

客户问 AI 时， 它把品牌 说对了吗？

澄野咖啡

虚构演示品牌

检测范围

DeepSeek · 豆包 · Kimi · 12 个决策问题 · 1 个竞品

报告日期

2026.07.13

01 / EXECUTIVE SUMMARY

先看结论：品牌被看见，但没有被说完整。



三个优先问题

高	核心品类词缺席 在“适合办公室的低酸咖啡豆”问题中，3 个平台均未主动提及品牌。
中	产地信息被简化 2 次回答把“云南与埃塞俄比亚双产区”概括为“云南单一产区”。
中	官网引用不足 仅 36% 的品牌相关回答引用官网，其余来自聚合页或无明确来源。

建议先做

补齐官网“产地 / 烘焙 / 适用场景”事实页，再统一各渠道品牌描述；14 天后用同一问题复测。

02 / ENGINE MATRIX

三个 AI，引擎看到的是三个不同的品牌。

检测维度	DeepSeek	豆包	Kimi
品牌主动提及	33%	50%	50%
产品信息准确	75%	67%	71%
引用官网	25%	42%	42%
优先于竞品	25%	33%	25%

样例洞察

豆包的品牌提及率相对较高，但信息准确度最低；DeepSeek 更常遗漏品牌，却在已提及时保留了较多产品事实。平台之间差异明显，因此不能用单平台结果代表整体表现。

判断原则

同一问题、同一时间窗、同一品牌事实基线，才具有可比性。

03 / EVIDENCE

每一个结论，都应能回到原始回答。

问题 04

适合办公室手冲、口感低酸的咖啡豆品牌有哪些？

豆包

回答摘要

回答列出 5 个品牌，未提及澄野咖啡。

品牌缺席

问题 07

澄野咖啡的咖啡豆来自哪里？

DeepSeek

回答摘要

回答称“主要使用云南咖啡豆”，遗漏埃塞俄比亚产区。

信息不完整

问题 11

澄野咖啡和山岚咖啡怎么选？

Kimi

回答摘要

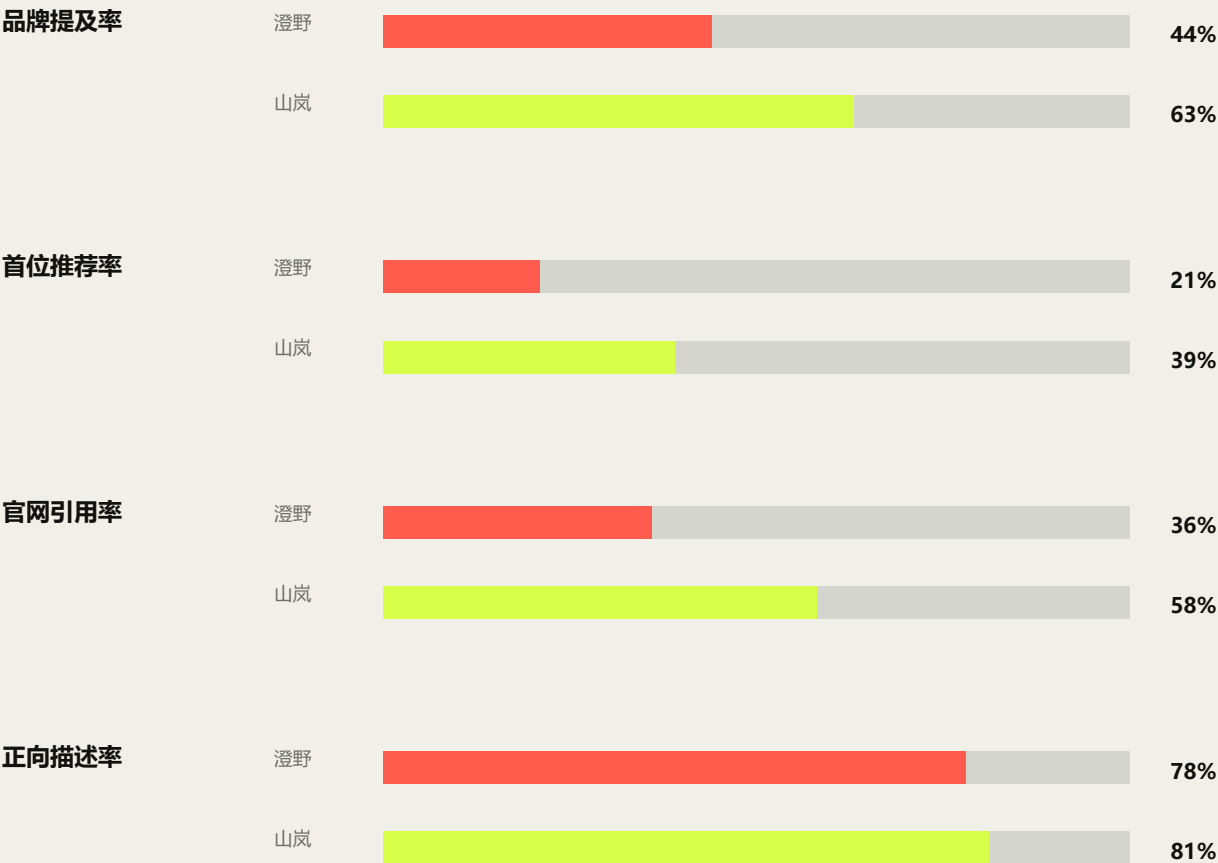
答案提到烘焙度差异，但引用的是聚合商品页，而非品牌官网。

信源偏弱

真实交付会保留检测时间、完整问题、原始回答、引用链接和截图。

04 / COMPETITOR GAP

不是只看有没有你，还要看为什么先出现别人。



竞品领先的可能原因

- 01 产品事实页结构更完整，常见问题能被直接引用
- 02 第三方测评更集中在具体使用场景，而非泛泛品牌宣传
- 03 产地、烘焙度和适用器具在多个公开渠道保持一致

05 / RISK REGISTER

把问题按影响和修复成本排序。

优先级	风险项	影响	成本	建议动作
P0	品类推荐缺席	高	中	建立 3 个高意图场景事实页
P1	双产区被简化	中	低	统一官网与店铺的产地表述
P1	官网引用比例低	中	中	补充可索引 FAQ 与产品参数
P2	竞品首位率更高	中	高	持续建设真实案例与权威信源

不建议现在做

批量发布内容、购买“保证排名”套餐、在没有真实证据的情况下制造第三方口碑。它们可能带来短期波动，却会增加品牌、平台与法律风险。

06 / ACTION PLAN

14 天纠错计划：先修事实，再谈增长。

D1-3

事实统一

确认品牌名、产地、产品线、价格区间、资质与售后政策；冻结一份事实基线。

D4-7

官网补全

新增产地与烘焙说明、产品对比表、适用场景 FAQ；确保手机端可读。

D8-10

渠道同步

修正店铺、百科式资料页、媒体资料包中的矛盾和过期信息。

D11-14

问题复测

使用原 12 个问题重新检测，比较提及率、准确率和引用来源变化。

复测成功标准

信息准确率 ≥ 90% · 官网引用率提升 · P0 风险清零

方法与边界

01 检测方法

在固定时间窗口内，用同一组高意图问题检测多个 AI 平台；保存原始回答和引用证据，再与客户确认的品牌事实基线进行比对。

02 结果波动

AI 回答会受时间、模型版本、联网状态与表达方式影响。报告是一次可复查的抽样，不代表永久排名或所有用户结果。

03 合规边界

不制造虚假信息，不冒充媒体，不批量投放误导性内容，不承诺固定推荐位。建议只针对真实、可核验、已获授权的信息资产。

04 样例声明

“澄野咖啡” “山岚咖啡” 均为虚构名称；全部问题、回答摘要、指标与建议仅用于展示报告结构。

真实项目交付

首次快检 ¥399 • 3 个平台 • 12 个问题 • 48 小时