

先说结论。

第一，不存在「发满 N 篇必然见效」这回事。篇数是结果，不是目标。

第二，可参考的量级是三个：**10 到 15 篇**组成一个最小可行的主题集群；**45 到 75 篇**是完整方案（3 到 5 个集群）；**50 到 100 篇**是覆盖一个细分行业核心问题所需的量级。

第三，节奏比总量重要：**每周稳定 1 到 2 篇，并周期性刷新旧内容**。50 篇之后进入饱和期，新增篇目的边际收益递减。

一、为什么「篇数」本身是个假问题

因为「一篇」这个词被用坏了。

一篇 800 字的模板水文，和一篇能回答一个具体问题、带数据、带可核验入口的内容，在 AI 眼里完全不是同一个东西。

判断标准只有一条：

这一篇，有没有回答一个新问题、补上一个新证据？

有，就算一篇。没有，发 100 篇也是 0 篇——它们会互相稀释，还会让 AI 觉得你这个来源在批量产出低质内容。

二、三个量级，对应三个阶段

量级	形态	用途	时间（按每周 1-2 篇）
10 到 15 篇	1 个主题集群	验证期：验证方法在你这个行业成不成立	2 到 3 个月
45 到 75 篇	3 到 5 个集群	完整方案：覆盖一个业务领域的主要决策问题	6 到 12 个月
50 到 100 篇	单一细分行业深挖	覆盖一个细分行业的核心问题库	8 到 24 个月

关键在这一句：不要一上来做 100 篇。先用 10 到 15 篇验证方法，验证不过，100 篇就是 100 倍的浪费。

三、怎么算你自己的篇数

别拍脑袋，用这个公式：

篇数下限 = 目标问题数 × 每个问题需要的载体数

其中「载体数」指的是同一个问题需要几种形式的内容。一个问题通常需要 2 到 3 种：

- 一篇长文（回答主干问题）
- 一份 PDF（供 AI 引用）
- 一个 FAQ 或数据页（补细节与事实）

举例：20 个目标问题 × 2 到 3 种载体 = **40 到 60 篇**。

这个数字和上面「45 到 75 篇」的量级是对得上的。如果你的问题是 50 个，篇数下限直接翻倍——所以在开始写之前，**先把问题数砍下来**，比写得更快重要。

四、结构比数量重要：主题集群长什么样

同样是 12 篇，有两种排法，效果差很远。

排法一（无效）：12 篇各自独立，互不相关。AI 看你就像看 12 个孤立的页面。

排法二（有效）：1 篇主文 + 11 篇支撑文，全部回链主文。

主文（回答最大的那个问题）

└─ 支撑文 A（子问题 1）

└─ 支撑文 B（子问题 2）

└─ 支撑文 C（子问题 3）

└─

用我们自己的站举个例子。主文是《深圳 GEO 公司怎么选》，它的支撑文是：

- 怎么查 AI 到底有没有推荐你（前置动作）
- GEO 多久见效（周期预期）
- GEO 要发多少篇文章（投入预期）
- GEO 服务一年多少钱（预算问题）
- GEO 证据工程是什么（方法出处）
- 旅游行业怎么在 AI 搜索里被推荐（垂直场景）

这七篇回链到主文，主文也链回它们。**这时候 AI 才看到的不是七篇文章，是一个体系**。单篇不构成信源，集群才构成。

五、什么才算「一篇」：五条硬标准

按这五条自查，不合格的不要发，发了也会稀释你的整体可信度。

#	标准	不合格的样子
1	标题是客户会问的那句话	「XX 模型详解」「什么是 XX」——只有你自己会搜
2	开头三句给出结论	铺垫三段才进正题，AI 摘不到重点
3	至少 1 张表或 1 组数据	通篇形容词，没有可核对的东西
4	有可核验入口	数据没来源、方法不可复跑
5	能对应到一个具体用户问题	你自己说不清这篇是为了回答什么

第 5 条最容易失败。如果一篇内容对应不到一个具体的用户问题，它就没有存在的理由。

六、每周 1 到 2 篇，为什么这个节奏是对的

三个原因：

- ① **可持续**。两个人的团队，每周 1 到 2 篇能长期跑；一次铺 20 篇的结果通常是第 3 周就停了。
- ② **12 周正好一个集群**。 $12 \text{ 周} \times 1 \text{ 篇} = 12 \text{ 篇} \approx$ 一个最小可行集群。这个周期刚好能和「4 到 8 周开始被引用」的观察窗口对上，让你在第一个集群做完时就能看见信号。
- ③ **留出刷新时间**。50 篇以上进入饱和期，往后的重点不是新增，是**周期性刷新旧内容**——更新数据、补新证据、改掉过时表述。旧内容不刷新，会慢慢从「引用」掉回「提及」甚至消失。

七、一个反直觉的建议

先写你自己的基线，再写行业内容。

我们自己的第 2 篇（《怎么查 AI 到底有没有推荐你》）就是这类内容——它记录了我们自己 20 题基线里只有 1 题命中的事实。

为什么这类内容优先级高：

- 1. 它零成本，不需要客户素材
- 2. 它天然可核验，因为数字是你自己的
- 3. **它不可复制**。别人可以抄你的方法，抄不了你的数据

在一个大家都在写「GEO 是什么」的行业里，一份「我们自己也没做出来，过程全公开」的记录，比十篇方法论更有说服力。

常见问题

Q1：能不能一次请人写 50 篇？ 不建议。前 10 篇的作用是验证方法与行业匹配度，这个阶段需要你自己看数据、调方向。外包可以解决产能，解决不了方向判断。等验证过了再放量。

Q2：旧文章要改吗？改了会不会影响已有的收录？ 要改，且在原文上改（保持同一个 URL），不要删了重发。删掉重发等于放弃已经积累的信源地位。更新时把日期改成更新时间，让 AI 知道这是新版本。

Q3：每篇要多长？ 没有字数门槛。判断标准是「有没有把一个问题讲清楚」，通常 1500 到 3000 字。为了凑字数加段落，反而降低被引用的概率。

Q4：发在不同平台算不同篇吗？ 不算。同一篇内容发在五个平台，是一篇内容五个分发渠道，不会让你的「篇数」变五倍。主阵地放自己的域名，其他平台做摘要和导流。

相关阅读： 《深圳 GEO 公司怎么选：拿这六个证据维度去问，答不上来的直接淘汰》——本集群的主文。

《GEO 多久见效：4 到 8 周开始被引用，3 到 6 个月稳定，中间那两个月怎么办》——篇数与周期直接相关。

本文的量级口径来自公开行业资料与我们自己的实测记录整理，可自行复跑验证。

本文数据与口径均标注来源，方法可自行复跑验证。© 小微壹佰 GEO