

AI 领域品牌表现指数体系（AIBP 2.0）

名词解释与示例说明（正式版）

本文件基于《AI 领域品牌表现指数体系（AIBP 2.0 草案）》编制，旨在对体系中的核心概念、指数与指标名词进行**规范化、可引用的定义说明**，并辅以示例，帮助非技术背景的管理者、研究人员及公众正确理解与使用相关指标。

一、总体性概念

1. AI 领域品牌表现（AI Domain Brand Performance）

定义：

AI 领域品牌表现，是指在主流生成式人工智能模型及其应用场景（如 AI 搜索、AI 问答、AI 推荐、AI 内容生成）中，品牌被模型理解、表达、召回、推荐及呈现的综合状态与实际效果。

该概念强调：- 评价对象是 **AI 输出结果中的品牌表现**；- 不直接等同于品牌在现实市场中的商业价值或传播效果；- 关注品牌在 AI “语义空间” 中的存在质量。

示例说明：

当用户向 AI 提问“某行业值得信赖的品牌有哪些”时，AI 是否能够正确提及某品牌、描述其核心特征并给予合理定位，即构成该品牌的 AI 领域品牌表现。

2. AI 领域品牌表现指数（AIBP 2.0）

定义：

AI 领域品牌表现指数（AI Domain Brand Performance Index, AIBP 2.0）是基于多模型问答测试、用户调研与品牌侧数据，对品牌在 AI 语义空间中的表现水平、建设能力及风险状况进行综合量化评价的指数体系。

AIBP 2.0 由：- 三个主指数（AIP、AIC、AIR）；- 两个校准因子（UAF、MCI）共同构成。

示例说明：

AIBP 2.0 可用于行业报告中，对多家品牌在 AI 搜索与推荐场景中的整体表现进行横向比较，但需同时呈现各分指数以避免误读。

二、三大主指数

3. AI 表现基础指数（AIP, AI Performance Index）

定义：

AI 表现基础指数是用于衡量品牌在 AI 模型实际输出结果中表现质量的综合指标，反映 AI 对品牌的认知准确性、召回可见性、场景适配程度及内容一致性。

AIP 侧重“结果层面”，回答的问题是：**AI 实际上是如何向用户呈现该品牌的。**

示例说明：

若某品牌在多数 AI 问答中被准确描述、在相关场景下被频繁且合理推荐，且不同模型与时间段输出一致，则其 AIP 得分较高。

4. AI 建设指数（AIC, AI Capability Index）

定义：

AI 建设指数用于衡量品牌在 AI 相关基础建设、应用落地及战略治理方面的成熟程度，反映品牌主动塑造 AI 认知环境的能力。

AIC 关注“投入与能力层面”，并不直接评价 AI 输出结果本身。

示例说明：

一家企业虽然当前在 AI 推荐中曝光有限，但已系统建设品牌知识库、部署 AI 客服并公开披露 AI 战略，其 AIC 得分仍可能较高。

5. AI 风险与稳定性指数（AIR, AI Risk & Stability Index）

定义：

AI 风险与稳定性指数用于评估品牌在 AI 场景中面临的错误风险、负面偏差风险、结果波动风险及潜在操纵风险，对品牌 AI 表现的安全性及可靠性进行量化。

AIR 采用“风险越低、得分越高”的评价逻辑。

示例说明：

若某品牌在 AI 回答中频繁出现事实性错误或负面倾向描述，其 AIR 得分将显著降低，即便其曝光度较高。

三、校准因子

6. 用户-AI 对齐系数（UAF, User-AI Alignment Factor）

定义：

用户-AI 对齐系数用于衡量目标行业及品牌用户群体对 AI 工具的使用程度与信任水平，从而校准 AI 表现结果对现实业务决策的实际影响强度。

UAF 并非品牌能力指标，而是情境修正因子。

示例说明：

在高度依赖 AI 搜索的技术行业中，UAF 较高，AI 表现对品牌决策影响更大；而在 AI 使用率较低的传统行业中，同等 AIP 得分的实际影响会被适度下调。

7. 方法置信度指数（MCI, Method Confidence Index）

定义：

方法置信度指数用于评估本次 AIBP 测量结果在样本规模、数据质量、稳定性及模型覆盖度方面的可靠程度，是对指数结果可信区间的量化提示。

MCI 仅反映方法与数据质量，不反映品牌优劣。

示例说明：

若某次评测仅覆盖少量模型或题目数量不足，其 MCI 值较低，相关结果在对外传播中应谨慎解读。

四、基础维度名词解释

8. AI 认知准确度（Accuracy）

定义：

AI 认知准确度指 AI 模型对品牌事实信息、核心属性及区分特征的理解与表述是否正确。

示例说明：

AI 将某品牌主营业务描述错误，或与其他品牌混淆，即体现认知准确度不足。

9. 可见性与召回度（Visibility & Recall）

定义：

可见性与召回度指品牌在 AI 指名提问、类目提问及长尾问题中被 AI 识别、提及与排序呈现的能力。

示例说明：

当用户提出“推荐该品类的主流品牌”时，AI 是否能自然地提及该品牌并给予合理排序。

10. 场景适配度（Scenario Fitness）

定义：

场景适配度指 AI 在具体使用场景中推荐品牌的合理性、相关性及覆盖广度。

示例说明：

若某品牌仅在极少数场景中被推荐，或在不适合的场景被推荐，其场景适配度得分较低。

11. 内容一致性与调性匹配（Consistency & Tone）

定义：

内容一致性与调性匹配指品牌在不同 AI 模型及不同时间点的输出内容是否保持稳定，并符合其既定品牌形象与价值取向。

示例说明：

若不同 AI 对同一品牌给出明显矛盾的评价，或语气风格与品牌定位严重不符，则该维度得分较低。

五、使用说明

本名词解释文件可作为：- AIBP 指数报告附录；- 对外传播与媒体引用的术语依据；- 企业内部培训与自评参考材料。

在对外使用相关术语时，建议完整注明指数名称、版本号及适用范围，以避免概念泛化或误用。