

搜索引擎技术及使用方法

文 / 邢志宇

在我国，搜索引擎已成为仅次于电子邮件的第二大网络应用，凡有过网络经历的人，无不对GOOGLE、百度、雅虎、搜狐、中搜、一搜、北大天网等耳熟能详，无不有过网站、网页、新闻、图象、游戏、MP3、FTP 等搜索体验。网络造就了搜索引擎，搜索引擎使人们能够更有效地利用网络。对广大网民们来说，搜索引擎已成为他们网上冲浪不可或缺的得力助手。

对商家来说,搜索引擎是一种赢利
的产品或服务,而对普通网民而言,搜
索引擎则仅仅是一种查询工具。作为产
品,搜索引擎商要研制、改进和创新其
搜索技术;作为服务,搜索引擎营销商
要研究搜索引擎优化和推广;作为工具
使用者要了解搜索引擎的功用、性能,探
讨并掌握其使用方法和技巧。利用搜索
引擎的目的不同,构成了搜索引擎研究
的不同群体和对搜索引擎不同角度不同
侧重的研究。



搜索技术

搜索技术研究阵营的主体是搜索引擎的创制者或搜索技术提供商，它们多是专业公司，拥有专职研究队伍，专门从事搜索引擎的开发、研制和搜索技术的改进、创新，靠建立搜索网站或提供搜索技术生存和赢利。如GOOGLE 拥有独特的链接评价体系和PageRank 专利技术，并为Altavista、Excite、Fast、NorthernLight 等著名搜索引擎广泛采用，多种语言、多种语法和多种文件类型检索及“ I'm feeling lucky ”独树一帜。

Yahoo在收购了Inktomi、Overture、Fast、AltaVista、Kelkoo、3721等公司后，2004年2月断然与GOOGLE决裂，推出融合各收购公司搜索技术精华的自有搜索技术（YST），并开始成为搜索技术提供商。Metacrawler开元搜索引擎先河，它的价值不仅在于同时调用多个独立的搜索引擎分别进行搜索的创意，更体现在处理各搜索引擎的查询结果，提交统一格式结果页面的独特技术。

Invisibleweb.com 研制出比传统 Spider 功能更优异的、能够进行网络深度挖掘，搜寻“不可见”Web 的搜索技术，AltaVista 第一个开发了支持自然语言的搜索技术，Ask Jeeves 开创智能答案搜索引擎模式，About.com 推出垂直主题搜索引擎模式，hobomo 独创“MFGS 闪电搜索”技术和“变异再生呈现”技

术,百度拥有“超链分析”专利技术,中搜开发的“划词搜索”技术,一搜依托YST的本地化搜索,Hi11Top算法专利技术,vivisimo公司的搜索结果自动个性化聚类技术。

2004年7月29日,微软首次演示了一种能够寻找电脑硬盘信息以及网络内容的搜索引擎,刚成立不久的Blinkx公司也推出了号称“可以搜索200余种媒介类型,包括了Word、Excel、PowerPoint和Acrobat PDF等格式的文档,以及各种音频与视频格式”的全新的“占卜式”搜索技术,搜狐2004年8月3日推出了自主研发的第三代搜索引擎——“搜狗”。由于搜索引擎具有较大的赢利空间和诱人的前景,搜索技术无时不在研发和创新之中,搜索引擎商无不具有独门产品和自主特色技术。

网络发展的需要和自身生存的压力，促使搜索引擎商不断对搜索引擎进行改进和升级，推出新的功能，以满足网民的搜索要求，争取更多的用户。GOOGLE 自 1998 年 9 月 7 日问世以来，从未停止过其功能和技术的创新：1999 年 2 月增加短语搜索功能，2000 年 7 月 27 日推出高级搜索功能、8 月 16 日增加布尔逻辑符“OR”检索，2001 年 1 月 31 日增加 PDF 搜索、10 月 15 日增加分类目录搜索，2002 年 10 月 12 日增加购物搜索，2003 年 5 月 9 日增加 Blog 搜索、8 月 13 日 Toolbar 2.0 新版问世、8 月 20



日增加单词释义功能、11月6日推出Desktopbar、11月28日提供自动截词搜索功能，2004年3月29日增加增加数字搜索、7月推出“实名通”，GOOGLE事实上几乎每年都有重大的调整、改进或新功能推出。

百度2000年6月正式推出中文搜索引擎，2002年3月启动“闪电计划”以保持技术领先优势、5月成立千龙-百度中文信息检索技术实验室、6月推出“IE搜索伴侣”，2003年7月推出图片、新闻搜索，12月陆续推出“贴吧”、高级搜索、时间搜索、地区搜索、新闻提醒等，2004年5月陆续推出“下吧”、天气搜索、列车航班搜索、股票搜索、字典搜索、多文档搜索、计算器功能等，使搜索引擎的功能不断增强。其它搜索引擎无不是孜孜不倦，不断地革新技术，增强功能。

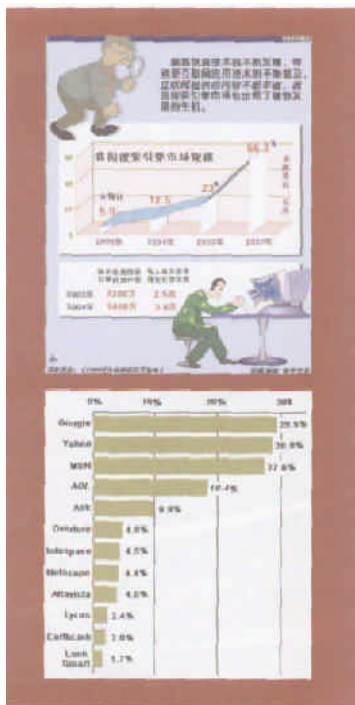
为适应个性化的搜索需求和发展趋势，各搜索引擎争向展显技术优势，纷纷抢滩桌面和工具栏，一时间几乎所有的搜索引擎都推出了称谓不同的toolbar或desktopbar。尽管搜索技术研究阵营竞争激烈，新的搜索功能和搜索技术时有问世，但真正“智能化”和“个性化”的搜索技术还仍在人们的期待之中。

搜索引擎营销

搜索引擎营销是搜索引擎的增值服务，是以搜索引擎为载体，采用多种形式，吸引客户投放广告、购买关键词、趋前排名等以宣传、推广企业的一种网络商业运作模式。

搜索引擎营销研究阵营有四支基本队伍，一是搜索引擎商，如GOOGLE、yahoo、搜狐、百度等等，利用各自的搜

索引擎直接为客户服务；二是搜索引擎商的合作伙伴或联盟成员，如GOOGLE的“网页内容定位广告”合作伙伴和搜狐的“竞价广告联盟”成员，它们按照特定的机制和一定的协议，在自己的网页上显示经过搜索引擎审核并授权发布的广告，根据约定或广告效益，从搜索引擎商那里分得收益；三是搜索引擎营销商（网站），如大秦科技、中文搜索引擎指南、e时代营销、中国网络营销网等等，依托有关搜索引擎，向客户提供搜索引擎优化方案与技术、代理登陆、网站推广策划等服务，客户支付其中介费用。在搜索引擎中输入“搜索引擎营销”、“网站推广”、“网络营销”等检索，此类网站多不胜数；四是某些高等院校一些专业，如电子商务、市场营销、企业管理等专业，或在“市场营销”课程中增加“网络



营销”内容。或单独设立“网络营销”课程,涉及到搜索引擎营销的相关内容。这是高校适应市场经济和网络发展的喜人举措,但因起步较晚,开课院校不多,尚不能满足搜索引擎营销研究社会需要。

搜索引擎市场是一个诱人的财富竞技场,据 iResearch《2003 年中国搜索引擎研究报告》的数据显示:中国的搜索引擎市场 2003 年达到了 5.2 亿元人民币,比 2002 年的 2.3 亿一年增长了 127%,三年内中国搜索引擎市场将每年增长 60% 至 70% 之间,2004 年中国搜索引擎市场达 8.8 亿元,2006 年更可达 24 亿元。巨大的利益驱动,使搜索引擎商逐鹿争雄、营销商趋之若鹜。说到底,依靠搜索引擎赢利,离不开客户的认可和投入,而客户的认可和投入基于搜索引擎的品牌效应。

因此,搜索引擎营销不仅要研究搜索动机、搜索行为,搜索习惯、搜索偏好等,还要了解不同搜索引擎的搜索原理、索引范围、结果排序算法、访问量排

名等等;不仅要研究搜索引擎优化、网站登陆、广告投放、竞价排名、关键词购买等的策略与技巧,还要研究营销管理、形象宣传、客户服务等等;不仅要研究现有的营销模式,还要研究营销方式、方法的发展和演变。

纵观我国搜索引擎营销研究现状,尽管有不少颇具影响的文章和理论性、技术性著作,但总体来说是分散的个人研究多于集中的机构研究,一般介绍多于系统研究,个案宣传多于整体策划,“奇巧秘技”多于策略探讨,与国外搜索引擎营销研究尚有一定的差距,也与国内蓬勃发展的搜索引擎市场不相适应。我们期待高校尽快建立起网络营销教学与研究体系,培养高层次研究与营销人才,领军网络营销理论研究,我们更期待有远见的搜索门户网站担当起组织和整合目前分散、无序的搜索引擎营销研究资源的责任,促进搜索引擎市场的完善、繁荣和可持续发展。

搜索引擎营销研究的成果及文章散见于教材、讲义、专著、报刊及相关网站和有关论坛。教材、讲义及网站和论坛文章数量尚无法统计,以“网络营销”为关键词,从国家图书馆《中文及特藏数据库》检出有关专著 85 种,在维普《中文科技期刊数据库》中检出相关文章 1369 篇,尽管不少文章只是部分论及搜索引擎营销,仍可窥研究成果之一斑。

搜索方法

技术革命已使我们与网络密不可分,网络影响着整个人类的生活和文化。网络浩瀚而有序,要在茫茫网海中找到我们所需要的资源或信息,没有专门的检索工具是不可想象的。网络搜索方法的研究,对提高社会的网络应用水平,培养和强化信息意识,进而促进知识生产和知识创新,有着重要的意义和影响。“工欲善其事,必先利其器”,了解搜索

引擎的功能、特点,探讨、研究各种网络资源的检索策略、方法和技巧,熟练掌握和使用搜索引擎,已成为现代人必不可少的基本技能。

在搜索引擎研究的三大阵营中,搜索方法研究的群体最为庞大。广大的网络搜索爱好者是其中的生力军,高校图书情报院系是网络搜索工具与搜索方法研究的主力军和骨干,搜索论坛是学习搜索方法、交流搜索经验和探讨搜索问题的主要平台,图书情报专业期刊是发表研究成果的主要载体。搜索引擎商是搜索方法研究的积极倡导者,它们大都在其搜索网站上设立搜索论坛,用于推广自己的搜索引擎,收集反馈意见,探讨、交流有关搜索问题;搜索引擎营销网站一般也都设置专栏,登载搜索引擎功能与特点、各种网络资源搜索方法与技巧等方面的文章,虽然是作为一种营销手段,但也是学习网络搜索不可忽视的园地。

近年来,高校《文献检索》课均增加了搜索引擎和网络搜索的相关内容,图书情报界亦多有成果问世。在维普《中文科技期刊数据库》中进行关键词检索,“搜索引擎”检索出文章 1918 篇,“网络信息检索”219 篇,“internet+文献检索”21 篇,以“搜索引擎”、“网络信息检索”为关键词,从国家图书馆《中文及特藏数据库》分别检索出有关专著 48 种和 18 种。

搜索方法研究的范围比搜索技术研究和搜索引擎营销研究要宽泛的多,涉及搜索引擎的检索功能、检索语法、检索策略、检索词语、检索技巧、检索工具的评价与选择、各个学科与各种类型网络资源检索等等,有关文章多分散在相关学科的多种报刊和网站中,需要利用搜索引擎查才能查全和找到相关资料。有理由相信,随着社会信息意识的增强,搜索引擎的使用率将逐步提高,搜索方法的研究将会受到人们更多的关注。