

## 论电子商务中的搜索引擎

作者：浙江财经学院 夏高强

[摘要]随着互联网在经济生活中扮演越来越重要的角色，电子商务概念深入人心，国内企业也开始意识到网络之于自身发展的重要性。如今越来越多的企业在网上建立了网站，希望借这一新生事物助企业发展一臂之力。但是，对企业来说，并不是建一个网站就万事大吉了，企业的信息到达不了受众，本身也是对资源的一种浪费。那么，如何让网络营销发挥它的最大效能？这就需要借助专业的网站推广手段，比如登录搜索引擎，使企业的网站吸引更多的客户，从而实现企业利益最大化。

[关键词] 搜索引擎；电子商务；网络营销

### 一、搜索引擎及作用

搜索引擎对于上网一族来说是非常熟悉的，特别是在电子商务上的应用更为广泛。搜索引擎的发展历史不是很长，但其作用很大。搜索引擎是对互联网上的信息资源进行搜集整理，然后供人们查询的系统，它包括信息搜集、信息整理和用户查询三部分。搜索引擎是一个能提供信息“检索”服务的网站，它使用某些程序把因特网上的所有信息归类以帮助人们在茫茫网海中搜寻到所需要的信息。目前，搜索引擎技术成为仅次于门户的互联网第二大核心技术，要用到信息检索、人工智能、计算机网络、分布式处理、数据库、数据挖掘、数字图书馆、自然语言处理等多领域的理论和技术，所以具有综合性和挑战性。伴随互联网的普及和网上信息的爆炸式增长，它越来越引起人们的重视。

搜索引擎是专门提供信息查询的网站。它们大都是通过对互联网上的网站进行检索，从中提取相关的信息，从而建立起庞大的数据库。用户可以很方便的通过输入一定的文字，查找任何所需要的资料，其中当然也包括各种产品及服务信息。由于看到了搜索引擎的商业利用价值，越来越多的企业都将登录搜索引擎作为主要的网络营销手段，并且取得了较好的宣传效果。但是，由于搜索引擎的数据库容量十分庞大，与用户查询条件相关的搜索结果往往有成千上万，甚至几十万、上百万个，想让用户逐一访问数量如此众多的网页显然是不可能的。所以，为确保网站最先被客户找到，网页在搜索结果中的排位越靠前，吸引潜在客户访问的机会就越多。以国内某食品厂家为例，由于该厂在登录搜索引擎之前对网站做了优化工作，因此当客户以“food”一词搜索时，其网页在搜索引擎排名有时竟然是第1位。所以该企业每年上百万美元的销售中，有60%的外贸定单来自网上。

因此，搜索引擎在电子商务网络营销中的作用是显而易见的。而且上述典型案例也说明，以搜索引擎为主要手段的网络营销并非仅仅是个概念而已，实践证明它的确为企业的发展带来莫大的效益。

### 二、搜索引擎的类型

由于搜索引擎的种类越来越多，对电子商务的发展也提供了更加多的途径。随着搜索引擎技术和市场的不断发展，出现了多种不同类型的搜索引擎，各类媒体上有关搜索引擎的名词也越来越多，甚至产生让人眼花缭乱的感觉，这就有必要对搜索引擎的种类进行清晰的划分与认识。

搜索引擎按其工作方式主要可分为三种，分别是全文搜索引擎（Full Text Search Engine）、目录索引类搜索引擎（Search Index/Directory）和多元搜索引擎（Meta Search Engine）。

全文搜索引擎是名副其实的搜索引擎，国外具代表性的有 Google、WiseNut 等，国内著名的

有百度。它们都是通过从互联网上提取的各个网站的信息而建立的数据库中，检索与用户查询条件匹配的相关记录，然后按一定的排列顺序将结果返回给用户，因此他们是真正的搜索引擎。其原理是通过机器手到各个网站收集、存储信息，并建立索引数据库供用户查询。需要说明的是，这些信息并不是搜索引擎即时从互联网上检索得到的，通常所说的搜索引擎，其实是一个收集了大量网站/网页资料并按照一定规则建立索引的在线数据库。

目录索引虽然有搜索功能，但在严格意义上算不上是真正的搜索引擎，仅仅是按目录分类的网站链接列表而已。用户完全可以不用进行关键词（Keywords）查询，仅靠分类目录也可找到需要的信息。目录索引中最具代表性的莫过于大名鼎鼎的 Yahoo（雅虎）。其他著名的还有 DMOZ、LookSmart、About 等。国内的搜狐、新浪、网易搜索也都属于这一类。这种“搜索引擎”并不采集网站的任何信息，而是利用各网站向“搜索引擎”提交网站信息时填写的关键词和网站描述等资料，经过人工审核编辑后，如果符合网站登录的条件，则输入数据库以供查询。分类目录的好处是，用户可以根据目录有针对性地逐级查询自己需要的信息，而不是像技术性搜索引擎一样同时反馈大量的信息，而这些信息之间的关联性并不一定符合用户的期望。

多元搜索引擎（Meta search Engine）是在接受用户查询请求时，同时在其他多个引擎上进行搜索，并将结果返回给用户。著名的多元搜索引擎有 InfoSpace、Dogpile、Vivisimo 等，中文多元搜索引擎中具代表性的有搜星。在搜索结果排列方面，有的直接按来源引擎排列搜索结果，如 Dogpile，有的则按自定的规则将结果重新排列组合，如 Vivisimo。

搜索引擎还有很多种类，上述只是比较常见的几种。由于传统商务的形式是多种多样的，电子商务的形式也应该是多样化的，不同种类的搜索引擎加速了电子商务的发展。

### 三、搜索引擎的优点

搜索引擎的兴起并在各个领域得到广泛的运用，对于电子商务的发展起到了巨大的推动作用。拿电子商务网络营销来说，由于网络的发展，搜索系统的提升，商家的产品在搜索引擎下可能更快的让买家得知产品的信息，这对于产品的销售是很重要的；搜索引擎是客户找到企业网站和产品的最主要的方式，如果客户通过搜索引擎找到网站，就会给企业带来大流量的购买率高的优质客户。因为与传统广告和其他的网络推广方式相比，搜索引擎网站推广更便宜，更有效。

以智能搜索引擎为例，智能搜索引擎是根据目前搜索引擎的发展趋势，除提供传统的全网快速检索、相关度排序等功能外，还提供用户角色登记、用户兴趣自动识别、内容的语义理解、智能化信息过滤和推送等功能，为用户提供一个真正个性化、智能化的网络信息搜集工具。智能搜索引擎利用神经网络、决策树、关联规则、范例推理、模糊聚类、粗糙集、隐马尔科夫模型等技术实现分布式并行检索，以数据挖掘与知识发现为主要手段，加上自然语言理解技术，对检索结果进行进一步的分析，滤掉与用户需求不相关或弱相关的信息，从而提高系统性能和检索的精度与效果。

搜索引擎是网络的一个佼佼者，信息的覆盖面较大，信息新颖，而且对搜索结果的相关性排列上，搜索引擎将其认为相关性高的检索结果排列在前，为电子商务的运行和发展提供了巨大的动力。

### 四、搜索引擎应用中存在的问题与纠正

由于搜索引擎使用的信息检索技术智能水平的限制，以及对自然语言理解的制约，对网络信息的检索存在许多不足之处。主要有如下几方面。一是现在的搜索引擎主要通过 Robot 将网页的全部或部分内容下载到自建索引库中，由于下载的页面许多是无用或暂时信息，既影响检索速度，也增加了用户检索负担；二是由于搜索引擎一般都采用关键词检索方式，许多情况下，用户很难简单地用关键词或关键词之间的组配来准确地表达真正需要的信息内容，表达困难导致检索困难；三是每个引擎的覆盖面都相当有限。经考察发现，没有一个搜

索引的索引量超过整个网页的 1/6，而且搜索的结果不精确。这对于很多用户来说都是比较反感的事。

在传统广告模式下，在按点击付费的搜索引擎广告模式中，广告费有 60% 被浪费了。根据国外相关调查，在按照点击付费的搜索引擎广告中，大约 35% 的广告费用是因欺诈点击而产生。不可否认，搜索引擎广告中的点击欺诈是一个全球性的问题，尽管搜索引擎服务商在尽力解决这一难题，但至今并没有好转的迹象，而且点击欺诈很可能成为搜索引擎关键词广告行业是否可以健康发展的重要影响因素之一。

还有一点是服务商没有意识到法律风险的问题。对于整个搜索行业来说，法律风险的问题很多服务商还没有意识到，或者是没有引起足够的重视。在熟知的搜索引擎面临的法律风险，以 MP3 下载被判侵权的百度最具代表性，但这并不是搜索引擎唯一的风险。大部分搜索引擎都有“网页快照”功能，通过不停地对网页进行扫描，进行长期的复制行为，将其保存在网络搜索服务商的服务器上。即便原内容提供商在服务器上删除有关内容，通过“网页快照”仍能看到。除了网页之外，一些图片、论文、书籍、期刊，以及视频等都存在版权，甚至是著作权，却被搜索引擎轻而易举的找到。相关的法律问题还有很多。

由于搜索引擎存在着大量的不足以及应用中出现的问题，对于电子商务的发展运用十分不利，对其进行创新改造是十分必要的。

搜索引擎的创新根据专家的划分有模式创新和形式创新。模式创新是搜索功能性质的根本变化，体现为核心算法的改进或突破，从而影响搜索结果的排名。模式创新是判断搜索引擎更新换代的标准，目前搜索引擎分为两代。第一代的特点是依靠人工分拣的分类目录搜索；第二代是指以超链接分析为基础的机器抓取技术为基础的搜索。形式创新表现为搜索页面的变化，但并不会引起搜索结果的变化。一般形式创新在功能上会使用户的搜索更方便或使信息变得更感性和直观从而一下子判断出是否有用。一些搜索公司声称自己是第三代或第四代搜索引擎实际是非法的僭越，其功能特点属于形式创新的范围，虽然搜狗和中搜有智能分类和智能导航的功能，但只能说是第二代搜索的变异，其搜索模式没有发生根本的变化。

目前，很多公司对搜索中涉及的法律问题都采取了一定措施，如百度在对 MP3 下载的问题上已经在其网页中添加了免责声明，他只提供连接不提供具体内容。所以说，对于搜索引擎新技术的开发首先要考虑到其所涉及的法律因素。

## 五、搜索引擎的运用方法

“搜索引擎的网络品牌价值研究”提出，搜索引擎的网络营销价值不仅体现在网站推广和产品促销等基本层面，还表现在企业的网络品牌价值等方面。合理利用搜索引擎可以达到提升企业品牌的目的，同时也可以为企业的电子商务网络营销提供很大发展，如果对此不够重视或者方法不当，则有可能让企业品牌形象受到损害，因此，有必要对利用搜索引擎提升网络品牌的基本方法有全面的认识与了解。

利用搜索引擎提升网络品牌的基本方法包括：尽可能增加网页被搜索引擎收录的数量；通过网站优化设计提高网页在搜索引擎检索结果中的效果(包括重要关键词检索的排名位置和标题、摘要信息对用户的吸引力等)，获得比竞争者更有利的地位；利用关键词竞价广告提高网站搜索引擎可见度；利用搜索引擎固定位置排名方式进行品牌宣传；多品牌、多产品系列的分散化网络品牌策略等。这些方法实质上都是为了增加网站在搜索引擎的可见度，已成为搜索引擎提升网络品牌的必由之路。