

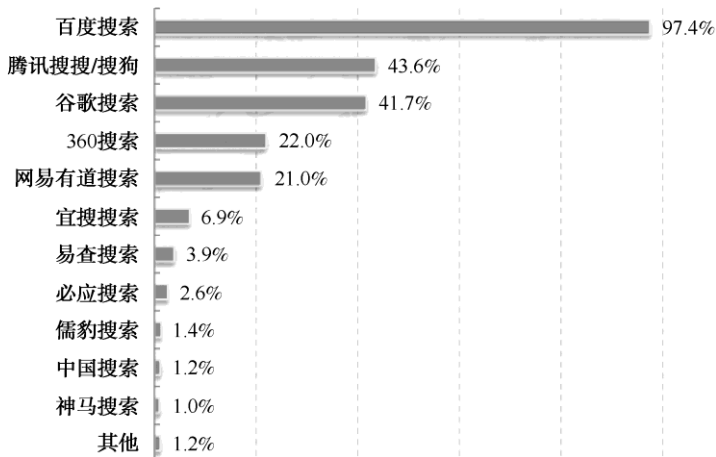
第五章 网络信息搜索

互联网给消费者个人和企业组织带来了多大的机会和利益，也就带来了同样大的风险和挑战。在网络时代，信息不是太少而是太多，不是获取不易而是鉴别太难。互联网是信息的海洋，是资源的宝库，但财富或宝藏也许深沉海底，也许在异样的水域。如何从大海中捞起那一根金针，已经成为问题的关键。显然，搜索引擎正是网络时代淘金的利器，是人们开启网络资源宝库的金钥匙。从市场信息的搜索及网络市场调研的角度来看，谁掌握了搜索引擎，谁就掌控了信息时代！

通过搜索引擎进行营销推广，将企业产品和服务信息精准地传播给目标受众，并及时高效地回应他们的诉求，是企业组织和个人在网络时代所面临的又一挑战。

在网络信息时代，无论是商家还是消费者，无论是对人们生活品质的提升还是对工作效率的提高，在互联网上进行针对性强、价值度高的特定信息的搜索或推广，已经成为人们工作和生活的出发点及归结点。

根据 CNNIC 发布的报告，截至 2014 年 6 月，我国网民中有 80.3% 在使用搜索引擎，用户规模达 50 749 万人，手机网民中有 77.0% 使用搜索功能，手机搜索引擎用户规模达 40 583 万人。2014 年上半年，我国搜索用户中有 97.4% 使用过百度搜索，品牌渗透率最高；腾讯搜搜/搜狗位列第二，渗透率为 43.6%；谷歌借助品牌影响力以及较好的英文搜索用户体验，其品牌渗透率达 41.7%，位居综合搜索引擎品牌渗透率的第三位。目前我国网民使用的主要搜索引擎及其渗透率如图 5-1。



来源：CNNIC 中国网民搜索行为统计调查

2014.7

图 5-1 2014 年上半年综合搜索引擎品牌渗透率

术全部从法国引进，其主要产品是伏特加酒及分析级无水乙醇。伏特加酒作为具有高附加值的主导产品，是安特集团利润的主要来源。但是，随着俄罗斯等前苏联国家经济形势的日趋恶化，伏特加酒的出口量逐年减少，形势不容乐观。安特集团审时度势，决定从1998年的下半年开始通过 Internet 进行网络营销，开辟广阔的欧美市场。于是，企业确定了信息搜集的三个方向：价格信息；关税、贸易政策及国际贸易数据；贸易对象，即潜在客户的详细信息。

一、价格信息的收集

1. 生产商的报价

生产商报价的收集可以从以下几个方面入手。

(1) 搜索厂方站点。这种方法的关键是如何查找到生产商的 Internet 站点，找到了厂商的站点也就找到了报价。有的站点还提供最新的集装箱海运价格信息，有很高的参考价值。

(2) 利用生产商协会站点。这类站点可通过搜索引擎检索进行查询。通常，在这类网站上都列出了该生产商协会所有会员单位的名称及联系办法，可以向这些机构发出请求帮助的电子邮件，一般都会得到满意的结果。而查出生产商的网站之后，一般都能找到具体的产品报价。如果厂方站点中没有标名价格，可以查出其负责销售或者提供信息的 E-mail 地址，然后以进口商的名义，向其发送电子邮件进行查询。

2. 销售商的报价

销售商报价的收集可以从以下几个方面入手。

(1) 销售商站点中的报价。找到了销售商的站点，就找到了它们的报价。也可利用各种搜索引擎对相关报价进行关键词搜索，如 (vodak or spirits or alcohol or liquor or wine) and (wholesales or agent or distributor or import or importer or imported or trade)。

(2) 政府酒类专卖机构的价格。在某些国家或地区，政府的酒类专卖机构是其唯一的进口商和批发商。这类机构中的酒类品种多达上百种，价格中的水分也很少，所以参考价值很高。

二、关税、贸易政策及国际贸易数据的收集

关税及相关政策、数据信息在国际营销活动中占有举足轻重的地位。进口关税的高低，影响着最终的消费价格，决定了进口产品的竞争力；有关进口配额和许可证等相关政策关系到向这个国家出口的难易程度；海关提供的进出口贸易数据能够说明这个国家每年的进口量，即进口市场空间的大小；人均消费量及其他相关数据则说明了某个国家总的市场容量。

从世界上 160 多个国家和地区中选择重点销售的地区，确定重点突破的目标，必须依靠这些信息。对于这类信息的搜集有以下几种方案。

1. 通过大型数据库检索

Internet 中包含大量的数据库，其中大型的数据库有数百个，与国际贸易有关的数据库至少有几十个，其中有的收费，有的免费。免费数据库一般是由某些大学的相关专业建立的，其使用价值也很高。当然，收费数据库的商业价值更高。一般来说，想要的信息都能

从其中查到。

2. 向建立联系的国外进口商询问

这是一种非常实用、高效且一举两得的方法，不但考察了进口商的业务水平，确认了其身份，而且还可以收集最有效的信息。可以发一个 E-mail 给对方，其中详细列出询问的内容，请对方在最短的时间内给予答复。但是，进行这种询问的前提是，双方已经彼此了解，建立了相互信任的关系。如果没有这种关系，国外进口商一般是不愿回答的，因为这种方式有恶意收集信息之嫌。

3. 查询相关国家政府机构站点

随着 Internet 的高速发展，很多国家的政府机构都已经在网上建立了独立的网站。用户可以针对不同的问题访问不同机构的站点，许多问题都能得到非常详尽的解答。对于没有查到的内容，还可以发送 E-mail 请求相关部门或咨询部门给予答复。

查询这类政府机构的常用方法主要有两种：利用搜索引擎进行关键词检索；利用目录性搜索引擎进行检索。

4. 通过新闻机构的站点查询

世界上各大新闻机构（如 BBC、CNN、Reuter 等）的网站是宝贵的信息库，特别是国际上著名的几家新闻机构，其每天 10 万字以上的新闻是掌握实时新闻和最新信息的捷径，而且有的网站还提供过去 1 年内或 2 年内的信息。这类网站大都支持关键词检索。一些关键的贸易数据、关税或人均消费量等在某些新闻稿中也可以查到，这对信息的掌握常常是很重要的。

另外，还可以使用新闻论坛搜索引擎，如常用的 www.dejanews.com，它可提供许多经过选择和分类的丰富内容；其搜索的选择项较多，很容易满足检索要求。

三、国外进口商详细信息的收集

收集国外进口商的信息，是网络营销的一个重要环节，其目的是建立一个潜在客户数据库，从中选出真正的合作伙伴和代理商。需要收集的具体内容包括：进口商的历史、规模、实力、经营的范围和品种、联系方法（电话、传真、E-mail）。对于已经建立网站的进口商，只要知道了其网址就可掌握以上信息。对于没有建立网站的进口商，可以先得到其联系方法，建立联系后再询问。收集国外进口商详细信息的具体方法有以下几种。

1. 利用 Yahoo 等目录型搜索工具进行搜索

Yahoo 的优势在于其分类目录，它将信息按主题建立分类索引，再按字母顺序列出 14 个大类，可以按照类别分级向下查询。Yahoo 共汇集了 30 万个左右的分类 URL，查询准确率较高；但是由于其建立的主页数量有限，查询反馈结果较少。

2. 利用 Infoseek 等数量型搜索工具进行搜索

这类数量型搜索引擎都支持关键词检索。对于支持布尔逻辑搜索的引擎，可使用相关词语组合查询，即把词意相近的词组合起来后进行一次性查询。例如，使用 `Vodka and (import* or agent or wholesales or distributor or trade*)` 进行搜索时，可以得到较好、较全面

3. 通过地域性搜索引擎进行搜索

Internet 上的 URL 浩如烟海，各大搜索引擎所能收列的毕竟是少数，这就要求人们学会利用各种地域性、规模较小的搜索引擎进行搜索。例如，每个国家都有几个甚至十几个较知名的地域性搜索引擎，可以搜索到当地的大部分 URL，如 www.solo.ru，weblast.ru、www.cesnet.cz，www.eckorea.net、www.euronline.fr 等。这对于针对某个国家的信息收集是最有帮助的。这些地域性 URL 还可以通过类似 Yahoo 的目录性搜索引擎，按国家/互联网/服务（如 german/internet/search）一级一级地向下查询。

4. 通过 YellowPage 等商业工具进行搜索

电话号码簿上的商业机构所在页通常采用黄色的纸张，故而得名商业黄页（YellowPage）。较著名的搜索引擎都提供商业黄页服务。一般来说，这些黄页服务都不自成一体，通常都链接某个专业的商业搜索引擎。目前，世界上比较著名的商业搜索引擎主要有 BigBook、BigYellow、SwitchBoard、WorldPages.com、yelloweb.se 等。

特酒公司经过上述目标明确、流程清晰的信息搜索，在很短的时间内便找到了企业急需的商业情报，为成功开拓欧美市场打下了良好的基础。让搜索引擎充当企业的“商业间谍”，也许是互联网给每家现代企业提出的一个新命题。

【案例思考】

- （1）在没有互联网之前，安徽特酒集团要进军欧美市场，将如何获得必要的商业资讯？在利用搜索引擎收集信息的同时，公司还可通过哪些途径获得所需信息？
- （2）一次网络市场调研活动要获得成功，关键的要素有哪些？

第一节 网络信息基本知识

一、网络信息资源的特点

1. 信息存取自由，内容包罗万象

与传统信息资源相比，互联网信息资源的首要特点是具有广泛的可存取性。网络信息的自由存取，导致了网络信息的空前繁盛。一般而言，凡是人们能够想到的学科、主题、领域，大都存在丰富的网络信息；凡是人们所能遇到的产品和服务方面的疑惑，在互联网上大都可以找到解决方案。

2. 真假优劣混杂，鉴别难度加大

网络信息虽然广泛、丰富，却缺乏有效的组织管理和质量控制，呈现出无限、无序、优劣混杂的发展状态。正如有些学者所指出的那样：“网络最大的优势，同时也是它最薄弱之处，那就是任何人、任何机构都可以随时在网络上发布信息。”网络使用者们越来越明显地感觉到信息过载所引起的困惑和无所适从，人们对获取高质量网络信息的期望日益提高。他们希望所获得的信息是有效的、可靠的、权威的、相关的、适用的。在目前这种网络信息的产生和传播机制还难以根本改变的情况下，互联网对人们在信息的查询搜索、评价鉴



课堂游戏

撕纸

别、组织管理等方面的能力提出了更高的要求。

二、网络信息资源的主要种类

1. 根据网络信息发布者身份进行分类

(1) 大学信息。通过某大学网站的主页，一般可以了解该大学院系设置、专业建设、师资力量、科研实力、联系方式等信息。另外，在大学的 IP 范围内，用户可以免费获得大学的教育资源，如教学课件、电子图书、付费数据库等。

(2) 政府机构信息。政府机构网站一般提供政策性文件和相关法律条文等信息。

(3) 企业信息。网络是企业进行商业宣传与广告的最佳空间。用户通过企业网站可以了解的产品、服务、人员、规模及联系方式等信息。另外，还有一些专门提供信息服务的网络公司，如四大门户网站和电子商务网站等。

(4) 学术组织信息。通过学术组织的网站，可了解该组织的工作议程和学术观点，了解某行业的最新动态，还可能找到高质量的相关论文。

(5) 图书馆信息。图书馆网站是网上优质信息的提供者，他们购买了许多价格不菲的数据库，如学术期刊、会议论文、电子图书、学位论文等文献，内容几乎涵盖科学研究和知识学习的所有领域。

(6) 个人、普通大众信息。个人网站、个人博客、新闻组、BBS 等是网民个人和普通大众发布信息的重要渠道，也是互联网信息的重要来源。

近年来，中国互联网正在进入 Web2.0 时代，个人或普通大众不再被动，已然成为互联网信息的制造者、发布者、传播者。对于普通网民来说，在微博和 SNS 等新兴应用的影响下，用户越来越习惯于快速、简单、互动性和社交性强的信息互动方式。

值得注意的是，由于网络信息发布者身份和地位的不同，他们的立场、观点和价值取向也会有所差异，发布信息的目的更是千差万别。因此，对从网络渠道获取的信息，首先应明确信息的来源，然后再对信息的可信度、价值度进行必要的分析和判断。

一般而言，只要能想象到的内容，在互联网上，大都可以找到。因此，通过互联网获得帮助，已经成为一种常态，已经成为很多人的第一选择。

在学术研究、方案设计、定义描述、问题求解等方面，越来越多的人利用互联网来获得支持，越来越多的主流媒体和正式场合，也采用或接受来自互联网的资讯。但是，在使用这些信息之前，必须提醒自己：这些信息是否在误导？是否专业、权威？是否规范、可靠？另外，在正式行文中，如果引来自互联网的信息，一定要清楚注明采集信息的时间、网站、具体网址等有关参数，为信息的价值判断提供必要依据，让读者可以方便地再次检索到该信息，并做出自己的价值判断——这既是学术道德的规范和要求，也是提高分析、鉴别能力的有效途径。

2. 根据网络信息性质进行分类

1) 网络新闻

网络新闻主要来自各大门户网站，主要有新浪、凤凰、搜狐、腾讯、网易等，它们代

网络新闻和博客都属于网络媒体，专注做网络新闻的主要是各大门户网站，它们代表主流媒体新闻；博客/个人门户的兴起则代表了草根（即普通网民）话语权的释放，博客/个人门户已成为网上新闻的重要来源之一。目前，各大门户网站几乎都开设了博客专栏。

2) 网络商务信息

网络商务信息是指存在于互联网上的、与商业交易相关的信息资源。根据其产生的来源大致可以分为以下三类。

(1) 电子商务网站发布的商务信息：**B2B** 网站，如阿里巴巴、环球资源、海虹医药、中国制造、慧聪、金银岛、中国化工等；**B2C** 网站，如当当网、卓越亚马逊、PPG 等；**C2C** 网站，如淘宝网、eBay 易趣、拍拍网等。这些网站发布的供求信息是直接为实现商业交易服务的，所以又称为直接商业信息。

(2) 行业、专业网站发布的商务信息：这些网站从不同行业或专业的角度提供行业产品知识和相关贸易知识，因而也成为人们学习产品知识、了解行业动态、搜索供求信息的重要场所。

(3) 企业网站发布的商务信息：不仅海尔、格兰仕等大型企业建有自己的网络门户，越来越多的中小企业也正在建立和完善自己的企业网站。这些网站可能作为营销型站点发布与商业交易相关的产品、企业、行业等资讯，也可能直接发布商品的供求信息，是人们开展网络贸易的重要信息来源。

3. 根据网络信息资源类型进行分类

目前，互联网上可供下载的信息资源主要有以下三种类型。

(1) 文档、超文本文件和图片。文档的类型主要有 Word 文件、PDF 文件 PPT 文件等，这些格式的文献数量很多，内容丰富完整，具有很好的使用价值。

超文本文件是按超级链接进行组织的网页文件，具有跳转查阅功能。

互联网上的图片资源十分丰富，格式以 gif 和 jpg 为主，常用的搜索引擎如百度、谷歌等都具有专门的图片搜索功能。

(2) 应用程序。互联网上可供下载的应用程序一般都是一些小程序，可以用迅雷、Flashget 等软件下载，使用非常方便。

(3) 多媒体文件。互联网上的多媒体文件主要是 ram 文件和 mov 文件，分别由 RealPlay 和 Quick Time 播放器播放，主要用于网上实时收看；另外，互联网上的 mp3 文件体积小，是一种十分重要的记录高质量音乐的文件。

技能训练 5-1 主要搜索引擎特性的对比分析

以“六度空间理论”、“手持移动电视”为关键词，在三大搜索引擎（百度、谷歌、搜搜）上进行“网页”搜索，将相关搜索结果整理为 100 字左右的文字描述，然后以 4~6 人为小组分享各自的结论，并就三大搜索引擎的特点、返回结果信息的相关性、价值度的大小等方面进行讨论，最后将形成的结论填入表 5-1。

表 5-1 三大搜索引擎对比分析表

调研时间: _____		学号/姓名: _____			
搜索对象	搜索引擎种类	搜索引擎特性描述	信息相关性评价	信息价值度评价	是否存在商业推广
六度空间理论	百度				
	谷歌				
	搜搜				
	什么是六度空间理论?				
搜索引擎优化	百度				
	谷歌				
	搜搜				
	什么是搜索引擎优化?				
手持移动电视	百度				
	谷歌				
	搜搜				
	手持移动电视市场状况				
调研结论					

第二节 搜索引擎基本知识

在互联网发展初期,网站相对较少,信息查找比较容易。随着互联网信息的爆炸式增长,普通网络用户要想找到所需的资料如同大海捞针般艰难,为满足普通大众信息检索需求,以搜索引擎为重要载体的专业搜索网站应运而生。

搜索引擎(Search Engines)是一个对互联网上的信息资源进行搜集整理,并提供查询的系统,它包括对信息的搜集整理(后台—数据库)和提供用户查询(前台—网页查询界面)。

一、搜索引擎的分类及工作原理

搜索引擎按其工作方式主要可分为三种:全文搜索引擎(full text search engine)、目录索引(search index/directory)和元搜索引擎(meta search engine)。

1. 全文搜索引擎

全文搜索引擎是名副其实的搜索引擎,国外具有代表性的有 Google、Inktomi、AltaVista、Teoma 和 WiseNut 等,国内著名的有百度(Baidu)。

(1) 全文搜索引擎的定义。全文搜索引擎通过从互联网上提取各个网站的信息(以网页文字为主)建立数据库,并从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检索结果返回给用户。

从搜索结果来源的角度来看,全文搜索引擎又可细分为两种:一种是拥有自己的检索程序(indexer),俗称“蜘蛛”(spider)程序或“机器人”(robot)程序,并自建网页数据库,

数据库，并按自定的格式排列搜索结果，如 Lycos 引擎等。

(2) 全文搜索引擎的工作原理。当用户以关键词查找信息时，搜索引擎会在数据库中进行搜寻，如果找到与用户要求内容相符的网站，便采用特殊的算法——通常根据网页中关键词的匹配程度、出现的位置/频次、链接质量等——计算出各网页的相关度及排名等级，然后根据关联度高低，按顺序将这些网页链接返回给用户，如图 5-2。

2. 目录索引

(1) 目录索引的定义。目录索引，顾名思义就是将网站分门别类地存放在相应的目录中，因此用户在查询信息时，可选择关键词搜索，也可按分类目录逐层查找。如果以关键词搜索，返回的结果与搜索引擎一样，也是根据信息关联程度排列网站，只不过其中人为因素要多一些。如果按分层目录查找，某一目录中网站的排名则是由标题字母的先后顺序决定（也有例外）。

目录索引虽然具有搜索功能，但从严格意义上来说算不上是真正的搜索引擎，而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雅虎（Yahoo）（如雅虎的分类频道），其他著名的还有 Open Directory Project（DMOZ）、LookSmart、About 等，国内的搜狐、新浪、网易等搜索引擎也都属于这一类。

例如，使用新浪的目录索引查找“清华大学”，可通过“教育”→“国内院校·985 高校”→“清华大学”的路径进行查找，如图 5-3 和图 5-4。

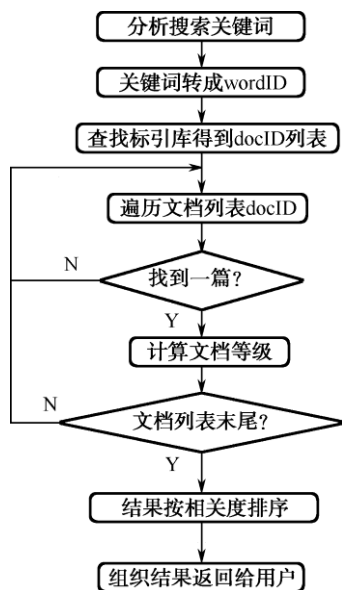


图 5-2 全文搜索引擎的工作原理



图 5-3 新浪网“教育·国内院校·985 高校”栏目

院校名称	所在地	类别	211	985	院校性质	详细
北京大学	北京	综合	√	√	本科	简介 评论 收藏 加入对比 招办披露
中国人民大学	北京	综合	√	√	本科	简介 评论 收藏 加入对比 招办披露
清华大学	北京	工科	√	√	本科	简介 评论 收藏 加入对比 招办披露

图 5-4 新浪网“高校分类”栏目下“清华大学”链接

(2) 目录索引与全文搜索引擎的区别。与全文搜索引擎相比,目录索引有以下不同之处。

① 全文搜索引擎属于自动网站检索,而目录索引主要依赖手工操作。用户提交网站后,目录编辑人员会亲自浏览你的网站,然后根据一套自定的评判标准甚至编辑人员的主观印象,决定是否接纳你的网站。

② 全文搜索引擎收录网站时,只要网站本身没有违反有关的规则,一般都能登录成功。而目录索引对网站的要求则高得多,有时即使登录多次也不一定成功。尤其像 Yahoo 这样的超级索引,登录更是困难。

③ 在登录全文搜索引擎时,一般不用考虑网站的分类问题,而登录目录索引时则必须将网站放在一个最合适的目录(Directory)之中。

④ 全文搜索引擎中各网站的有关信息都是从用户网页中自动提取的,所以从用户的角度看拥有更多的自主权;而目录索引则要求必须手工另外填写网站信息,而且还有各种各样的限制。更有甚者,如果工作人员认为你提交网站的目录、网站信息不合适,他可以随时对其进行调整,而且事先是不会和你商量的。

(3) 目录索引的发展趋势。目前,全文搜索引擎与目录索引有相互融合渗透的趋势,原来一些纯粹的全文搜索引擎现在也提供目录搜索,如 Google 就借用 Open Directory 目录提供分类查询,而 Yahoo 这些老牌目录索引则通过与 Google 等搜索引擎的合作来扩大搜索范围。

在默认搜索模式下,一些目录类搜索引擎首先返回的是自己目录中匹配的网站,如国内搜狐、新浪、网易等;而另外一些目录类搜索引擎则默认的是网页搜索,如 Yahoo。

3. 元搜索引擎

元搜索引擎(meta search engine)是一种调用其他独立搜索引擎的引擎,也称为“搜索引擎之母”(the mother of search engines)。在这里,“元”(meta)为“总的”、“超越”之意。元搜索引擎将用户的检索提问同时提交给多个独立的搜索引擎,同时检索多个数据库;根据多个独立搜索引擎的检索结果进行二次加工,对检索结果去重、排序后,再将整理后的结果返回给用户。相对元搜索引擎,可被利用的独立搜索引擎称为“源搜索引擎”(source engine)或“搜索资源”(searching resources),整合、调用、控制和优化利用源搜索引擎的技术称为“元搜索技术”(meta-searching technique),元搜索技术是元搜索引擎的核心。

元搜索引擎可分为中文元搜、英文元搜和多元搜索等几种。中文元搜索引擎的代表有搜魅网(www.someta.cn)、新牛搜索(www.ccnui.com)和圣搏搜索(www.seekle.cn)等。

搜魅网集合了百度、Google、搜狗、雅虎多家主流搜索引擎的结果,提供网页、资讯、网址导航等聚合查询,如图 5-5。另外,搜魅网突破了元搜索引擎没有自己的蜘蛛的瓶颈,提供了网站查询的功能。

4. 集合式搜索引擎

该搜索引擎类似元搜索引擎,区别在于它并非同时调用多个搜索引擎进行搜索,而是由用户从提供的若干搜索引擎中选择,因此称它为集合式搜索引擎,如生物谷(www.biccn.com/multisearch.htm)集合式搜索引擎。其操作界面如图 5-6。



图 5-5 搜魅元搜索引擎界面

导航: [首页](#) → [文献检索](#) → [多引擎同步搜索系统](#)

• 中英文多引擎同步检索系统 [元搜索]

作者: 张发宝 发布时间: 2001年10月

方玲玉		搜索
<input checked="" type="checkbox"/> Google	<input type="checkbox"/> 雅虎	
<input checked="" type="checkbox"/> 生物谷	<input checked="" type="checkbox"/> 百度	
<input type="checkbox"/> 搜狐	<input type="checkbox"/> 天网	
<input type="checkbox"/> 37C	<input type="checkbox"/> Openfind[繁体]	
<input type="checkbox"/> 全部选中中文引擎		
<input checked="" type="checkbox"/> PubMed	<input type="checkbox"/> mckinley	
<input type="checkbox"/> AltaVista	<input checked="" type="checkbox"/> Yahoo!	
<input type="checkbox"/> Excite	<input type="checkbox"/> Lycos	
<input type="checkbox"/> AskJeeves	<input type="checkbox"/> AllTheWeb	
<input type="checkbox"/> GO	<input type="checkbox"/> hotbot	
<input type="checkbox"/> 全部选中英文引擎		

本人注: 本系统主要用于各类 **生物医学检索**, 其中已选定的, 为本人推荐项目, 其它则根据您的喜好, 酌情选用。一般国外引擎的数据库较大, 检索内容较多, 因而关键词应十分精确。

图 5-6 生物谷集合式搜索引擎

5. 垂直搜索引擎

垂直搜索引擎是 2006 年后逐步兴起的一类搜索引擎, 不同于通用的网页搜索引擎, 垂直搜索专注于特定的搜索领域和搜索需求, 为用户提供更好的用户体验。相比通用搜索动辄数千台检索服务器, 垂直搜索需要的硬件成本低、用户需求特定、查询的方式多样。垂直搜索引擎现在已经日益融入了人们的生活, 如提供机票搜索而知名的去哪儿网, 以视频

搜索见长的优酷网等，如图 5-7。



图 5-7 提供机票、酒店等垂直搜索的去哪儿网首页（2012 年 4 月）

阅读材料 5-2 什么是 PageRank

PageRank 是 Google 算法的重要内容，2001 年 9 月被授予美国专利，专利人是 Google 的创始人之一拉里·佩奇（Larry Page）。因此，PageRank 里的 Page 不是指网页，而是指佩奇，即这个等级方法是以佩奇来命名的。

PageRank（也称 PR 值）是 Google 对网页重要性的评估，是 Google 用来衡量一个网站好坏的唯一标准。PR 值的级别从 1~10，10 级为满分。PR 值越高说明该网页越受欢迎。一个 PR 值为 1 的网站表明这个网站不太具有流行度，而 PR 值为 7~10 则表明这个网站非常受欢迎。

Google 利用 PageRank 根据网站的外部链接和内部链接的数量和质量衡量网站的价值。PageRank 背后的概念是，每个到页面的链接都是对该页面的一次投票，被链接的次数越多，就意味着被其他网站投票越多。这个就是所谓的“链接流行度”——衡量多少人愿意将他们的网站与你的网站挂钩。

Google 的 PageRank 值一般一年更新四次，所以刚上线的新网站不可能获得 PR 值。你的网站很可能在相当长的时间里看不到 PR 值的变化，特别是一些新的网站。

登录中国站长之家（www.webmasterhome.cn）等网站，可查询网站的 PR 值。

（资料来源：<http://baike.baidu.com/view/1518.htm>。2008-04-06）

二、搜索引擎特性评价

在搜索引擎的发展初期，人们对它的要求较低，只要它能把互联网上相关的网站搜的尽量多一点，无关的网站少一点就满足了。所以，那时人们评测搜索引擎的方法是用几个关键词测试对比它们的搜索速度、搜索数量和无关网站的多少，即全、快、准。那时的搜索引擎技术差别不大，所以这样的评测方法是可行的。

现在，搜索引擎技术日新月异，独特的搜索引擎技术此起彼伏、层出不穷，已明显处

几种评价指标。

1. 搜索引擎的查全率

既然是搜索引擎，当然要比较搜索的范围。收录网页的数量都是各搜索引擎自己宣布的，未可全信，但同一个关键词的搜索结果却是显而易见的，所以一般评测都以这个为准。仅以这个为准仍有很多不足之处，因为多数稍微规范些的搜索引擎都可以找出一批关键词来证明它的搜索结果是最全的。网页索引数量虽然有大小，但 robot 和 spider 的程序不同，而且索引范围和索引标准也各不相同，这种情况下有可能在较大搜索引擎上搜不到的信息，在小的搜索引擎上搜到。另外，搜索引擎是可以针对特定的关键词进行结果优化的，因此评测的公正性无法保证，如果其中某个被评测搜索引擎事先知道所用的关键词，那么只要轻松优化一下，冠军就非他莫属了。

2. 搜索的速度

如果搜索引擎索引的网页较多，但是搜索一次要五六秒或更长，那么仍然没有优势可言。

速度的问题，首先还在于关键词，单关键词搜索快的不一定多关键词搜索快；然后是访问量，对一个日访问量一亿次以上的搜索引擎和一个日访问量几万次的搜索引擎做同样的测试是不公平的；再有网页索引数量，一个搜索引擎索引了 10 亿个的网页，另一个搜索引擎索引了一千万个的网页，让它们对同一个关键词在各自的数据库里搜索比搜索速度，这样的结果也不能让人信服。而且除了事先优化，有的搜索引擎本身还具有记忆搜索结果加速调用的能力。例如，一个关键词如果第一次搜索花了 10s，第二次搜索也许就只需要 2s 了；第三次，第四次……到去测试时已经永远是 0.0001s 了。因此如果选用常见词进行测试，速度会快得惊人；如果换个生僻词，速度就很慢了。到底该选择什么样的关键词，常见词和偏僻词应各占多少，这些实际很难度量。

3. 查准率

查准率指标相当重要，搜到的东西即使又多又快，但想要的结果不知道要翻多少页才能找到，这样的搜索结果意义不大，基本上 1 000 条之后的记录没人会看。查准率的关键在于要搜什么和选择什么关键词，评测人可以随意定夺，这将影响评测结果的可靠性。

4. 死链接和网页的更新速度

普通搜索引擎的搜索结果，总有一些是点不进去的，少到百分之一二，多到百分之八九，这个也常被用做评测条件之一。但是像 Google 使用了网页快照功能，几乎不存在死链接问题，就算搜索结果中的那个网站已关闭，还是可以看到 Google 自己储存的网页，所以对 Google 来说这种死链接就无法计算了。

5. 用户负担

首先是搜索界面。一个只有搜索框的纯粹搜索引擎界面跟一个带有广告和大量网页内容的门户相比，它们带给用户的搜索负担是高下立判的。

其次是搜索结果描述。搜索结果网页的文字描述是长还是短，网页文字描述采用索引带关键词的部分还是索引网页的开始几行或索引网页的主要内容，关键词是否高亮显示又

区别很大。

最后是对用户操作步骤的影响。是否可以用鼠标启动搜索，搜索结果每页显示数量是否只有 10 条，翻页便捷与否，搜索框是两个还是一个，放在上边还是下边，一次搜索后关键词是否还在搜索框中显示，这些都会影响搜索效率。

6. 重复信息返回的过滤

返回结果应该尽可能不出现重复或类似的结果。

另外，搜索服务的系统稳定性等也均可作为评价搜索引擎性能优劣的指标。

三、常用搜索引擎简介

1. 百度

百度 (www.baidu.com)，是全球最大的中文搜索引擎、最大的中文网站，于 2000 年 1 月创立于北京，从最初的不足 10 人发展至今，员工人数超过 12 000 人。

目前，百度稳居中国搜索引擎流量第一的位置，2011 年 10 月，其流量占到整体搜索引擎流量的 78%，其次是搜搜，占 7.3%，谷歌和搜狗位居第三梯队，分别是 2.6% 和 2.3%，如图 5-8。

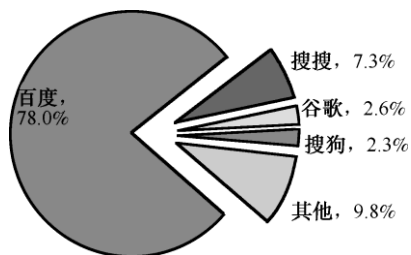


图 5-8 2011 年中国搜索引擎流量市场份额

多年来，百度一直坚守“简单、可依赖”的服务理念，目前百度提供的互联网搜索产品及服务主要有以下几方面。

(1) 搜索服务。以网络搜索为主的功能性搜索；以贴吧为主的社区搜索；针对各区域、行业所需的垂直搜索；mp3 搜索；以及门户频道、IM 等，全面覆盖了中文网络绝大部分的搜索需求。根据第三方权威数据，百度在中国的搜索份额接近 80%。

(2) 搜索营销推广服务。在面对用户的搜索产品不断丰富的时候，百度还创新性地推出了基于搜索的营销推广服务，并成为最受企业青睐的互联网营销推广平台。目前，中国已有数十万家企业使用了百度的搜索推广服务，

(3) 网络联盟服务。百度借助超大流量的平台优势，联合所有优质的各类网站，建立了世界上最大的网络联盟，使各类企业的搜索推广、品牌营销的价值、覆盖面均大面积提升。与此同时，各网站也在联盟大家庭的互助下，获得最大的生存与发展机会。

2. 搜搜

搜搜 (www.soso.com) 是腾讯旗下的搜索引擎网站，于 2006 年 3 月正式发布并开始运营，目前已成为中国网民首选的三大搜索引擎之一。



化、智能化、移动化的创新搜索平台，提供良好的用户体验方面，搜搜创造了自身独特的价值。搜搜目前提供包括网页搜索产品、社区产品、垂直搜索产品、客户端产品、无线产品 6 大产品线，其中独立产品 25 个，腾讯业务搜索产品 35 个。

最近，搜搜推出了街景服务。街景是 SOSO 地图最新推出的一项实景地图服务，通过街景，只要坐在计算机前就可以真实地看到街道上的高清景象，用户随时可以登录街景官方网站（<http://map.soso.com/jiejing>），了解街景的最新动态及观赏最新美街。

3. Google

Google（www.google.com）成立于 1997 年，目前被公认为是全球规模最大的搜索引擎。Google 提供的搜索服务主要有网页搜索、图片搜索、视频搜索、地图搜索、新闻搜索、购物搜索、博客搜索、论坛搜索、学术搜索、财经搜索。

Google 已将大量先前的测试服务整合为搜索功能的一部分（如 Google 计算器），如在 Google 中搜索“what is the answer to life the universe and everything”（什么是生命、宇宙及所有一切事物的答案）将会得到智能化的搜索结果。

除了搜索服务之外，Google 还提供了探索与创新、分享与沟通、移动服务等功能，如图 5-9。



图 5-9 Google 提供的“更多”产品与服务（2012 年 4 月）

4. 搜库

搜库（www.soku.com）是由中国著名视频网站优酷于 2010 年 4 月上线推出的专业视频搜索引擎，提供优酷站内视频及全网视频的搜索功能，它致力于为用户提供全功能、覆盖全网的视频搜索服务，创造更精准、更快速、更优质的搜索体验，最快速帮助用户找到最想要的视频。如图 5-10。



图 5-10 搜库视频搜索首页（2012 年 4 月）

技能训练 5-2 垂直主题搜索引擎的使用——文献和图片搜索

四大名楼是我国数千年传统文化的精品和经典，它们不仅是历史的见证者、文化的传承者，更是中华民族气节风骨和精神风貌的诠释者。现在，请选择合适的关键词，利用百度、Google 等搜索引擎的“网页”搜索、“图片”搜索等功能，完成对四大名楼的网络调研，并根据要求将调查结果填入表 5-2。

表 5-2 中国四大名楼调查表

调研时间：_____

学号/姓名：_____

序号	名楼名称	名楼概要		图 片 一	图 片 二
第一大名楼		建造年代			
		所属省市			
		文化名人			
		名言名句			
		名楼印象			
		资料来源			
第二大名楼		建造年代			
		所属省市			
		文化名人			
		名言名句			
		名楼印象			
		资料来源			
第三大名楼		建造年代			
		所属省市			
		文化名人			
		名言名句			
		名楼印象			
		资料来源			

续表

调研时间：_____

学号/姓名：_____

序号	名楼名称	名楼概要		图 片 一	图 片 二
		建造年代	所属省市		
第四大名楼		文化名人			
		名言名句			
		名楼印象			
		资料来源			
调研结论					

技能训练 5-3 元搜索引擎与其他搜索引擎的对比分析

在 market 分析和调研中，中小企业的数量是一个非常重要的经济数据。请使用 Google（全文搜索引擎代表）、雅虎（目录搜索引擎代表）、搜魅（元搜索代表）等搜索引擎，对全国以及你所在省份的中小企业数量进行调研，并将结论填入表 5-3。

表 5-3 三大搜索引擎特性对比分析表

调研时间：_____

学号/姓名：_____

搜索引擎种类		搜索引擎特性描述	信息相关性评价	信息价值度评价	备 注
Google (全文搜索)					
雅虎 (目录搜索)					
搜魅 (元搜索)					
搜 索 结 论	中国中小企业数量		数据来源		
			统计时间		
	_____省中小企业数量		数据来源		
			统计时间		
调研结论					

阅读材料 5-3 关于搜商的定义

搜商，顾名思义就是一种与智商、情商相并列的人类智力因素。这一概念的提出者陈沛是改变互联网搜索规则的商界精英，一直致力于颠覆互联网。2003 年他推出新一代个人搜索门户，从根本上改变了国内搜索引擎市场的格局。正是这样一位处于搜索时代的核心人物，对于搜商的洞悉更为深刻。

快速升级。搜商理论的诞生是对现有人类情商和智商的完美补充。而搜商公式，更是颇有新意。陈沛提出了一个全新的搜商公式，即

$$Q_s=(K/T) C$$

式中： Q_s 表示搜商； K (knowledge) 表示知识水平； T (time) 表示时间； C 表示搜商指数（社会平均知识获取能力）。

可见，搜商理论更加注重知识与时间的比值，也就是说，搜商关心和解决的问题是智商和情商不能度量的问题——效率。

该概念的另一提出者黄泰山（中国著名出口营销专家）则认为，搜商更多的是一种利用搜索技能解决问题的能力，区别于陈沛提出的获取知识的能力。黄泰山认为搜商不同于情商和智商的地方在于，搜商马上让人得到结果，有时是问题的解决方法，有时是问题的解决线索，而且是基于庞大的网民和专家的智慧的结果，因此搜商让人类第一次可以最大限度地站在整个人类智慧的基础上去解决问题。

（资料来源：百度百科。http://baike.baidu.com/view/710273.htm。2008-04-24）



案例视频

「百度亲情广告」

批注 [c2]:

第三节 网络常用信息搜索

即使对网络信息的形态和搜索引擎的基本知识有了详尽的了解，但要高效、务实、有针对性地解决网络信息的搜索，仍然不是一件简单的事情。下面通过一个具体的案例，来探讨这类问题的解决方法。

小胡同学是湖南某高校电子商务专业一年级学生，最近专业老师布置任务，要求他利用互联网对自己所在省市中小企业电子商务应用现状进行调研，为即将到来的暑假社会实践做好前期准备。

为了有效地完成这一调研项目，小胡和同学们经过充分的酝酿与讨论，在征求了专业老师意见的情况下，确定了以下调研内容和步骤：

- 搜索调研报告范文，了解调研报告的格式和体例；
- 搜索中小企业的定义和划分标准；
- 搜索湖南中小企业的相关网站；
- 搜索湖南中小企业相关网站中与电子商务相关的网页及图片；
- 访问 B2B 平台，调查湖南省中小企业电子商务应用状况；
- 访问湖南省典型中小企业网站，掌握企业电子商务应用第一手资料；
- 利用学术搜索功能，学习并借鉴他人的研究成果；
- 整理所收集的资料，完成报告大纲及正文的撰写。

一、搜索调研报告范文

要了解调研报告的撰写规范和要求，可以通过“调研报告”或“调查报告”等关键词在不同搜索引擎上进行查找，如百度、Google 及搜搜等搜索引擎。现在以“调研报告”为关键词进行“网页”搜索，各主要搜索引擎返回的结果如图 5-1-1 所示。



课堂游戏

「圆球游戏」



图 5-11 百度返回的前 3 条记录（2012 年）



图 5-12 Google 返回的前 3 条记录（2012 年）



图 5-13 搜搜返回的前 3 条记录（2012 年）

分析不同搜索引擎的返回结果，我们发现，要搜索完整、规范的文本，雅虎这种基于

到价值高的付费报告，无关页面较少；而前面三种基于数据库的搜索引擎，返回的结果很可能只是网页文件内容中出现了“调研报告”这几个字符，信息的有效性不高。

总体而言，搜索结果差强人意。作为调研报告范文，最好是一个完整的 Word 格式的调研报告文档，因而希望所有搜索结果都是完整、全面、符合要求的。实际上，针对这一需求，搜索引擎均可提供良好的解决方案。通过搜索引擎的“高级功能”或“帮助系统”，我们会发现，每个搜索引擎都有自己的语法，不但可以搜索“指定格式”的文件，还可以在“指定站点”或对“特定标题”的网页进行搜索等。

如果要搜索电子商务方面的调研报告，则文档内容的关键词可选择“电子商务”，且文档标题中应含有“调研报告”，文档格式则以 Word 格式为主。通过搜索引擎高级功能的使用，或将“电子商务 intitle: 调研报告 filetype:doc”表达式提交给百度、Google 搜索引擎，返回结果页面（前 3 条记录）如图 5-14 和图 5-15。



图 5-14 百度对 DOC 文档的搜索结果（2012 年）



图 5-15 Google 对 DOC 文档的搜索结果（2012 年）

甚至有可能搜索到出乎意料、近乎完美的信息资料。

阅读材料 5-4 百度高级搜索功能简介

1. 把搜索范围限定为专业文档

很多有价值的资料，在互联网上并非是普通的网页，而是以 Word、PowerPoint、PDF 等格式存在。百度支持对 Office 文档（包括 Word、Excel、PowerPoint）、Adobe PDF 文档、RTF 文档进行全文搜索。要搜索这类文档，很简单，在普通查询词后面加上“filetype:”文档类型限定即可。“filetype:”后可跟 DOC、XLS、PPT、PDF、RTF、ALL 等文件格式，其中 ALL 表示搜索所有这些文件类型。例如，查找张五常关于交易费用方面的经济学论文，可搜索“交易费用 张五常 filetype:doc”；然后单击结果标题，即可直接下载该文档；也可以单击标题之后的“HTML 版”，快速查看该文档的网页格式内容。

也可以通过百度文档搜索界面(<http://file.baidu.com/>)，直接使用专业文档搜索功能。

2. 把搜索范围限定为网页标题——intitle

网页标题通常是对网页内容提纲挈领式的归纳。把查询内容范围限定在网页标题中，有时能获得良好的效果。使用方式：把查询内容中特别关键的部分放在“intitle:”之后。

例如，搜索林青霞的写真时，可以输入“写真 intitle:林青霞”进行查询。注意，“intitle:”与后面的关键词之间不留空格。

3. 把搜索范围限定为特定站点——site

有时候，如果知道某个站点中有自己需要的东西，就可以把搜索范围限定在这个站点，以提高查询效率。使用方法：在查询内容的后面加上“site:站点域名”。

例如，在天空网下载软件，就可以这样输入“msn site:skycn.com”。注意，“site:”后面的站点域名不要带“http://”；另外，“site:”与站点名之间不要留空格。

（资料来源：百度网站。2008-04-10）

二、搜索中小企业的定义和划分标准

要对中小企业进行调查，首先必须明确什么是中小企业。当然，我国大、中、小企业的划分标准，只能由相关政府权威部门发布。

通过互联网找到这类信息并不难，关键是选择合适的关键词和搜索引擎。

1. 关键词分析

考虑将“中小企业 定义 划分 标准”作为关键词，而实际上，只要讲到中小型企业定义，就会涉及它的划分标准，所以，只要以“中小企业 定义”作为关键词进行搜索即可。

2. 搜索引擎分析

选择百度、搜搜、搜魅等搜索引擎，以“中小企业”定义为关键词进行搜索，返回结果如图 5-16~图 5-18。

对上述返回结果进行分析比较后发现，就“中小企业的定义、划分标准”这一搜索主题而言，百度的信息更新较快，百度文库已经收录了 2011 年 6 月 18 日出台的《中小企业划型标准规定》，由工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部四部委

Baidu 百度 新闻 网页 贴吧 知道 MP3 图片 视频 地图 更多▼

中小企业 定义

百度一下

中小企业 www.chinacrec.org 推广链接
中小企业(CREC,简称“中风评”)是专门从事中小企业银行

中小企业 定义 百度百科
中小企业是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。
共32次编辑
划分标准 - 经营特点 - 融资难题 - 发展战略
baike.baidu.com/view/58855.htm 2012-3-4

中小企业定义 百度文库
中小企业定义 - 中小企业的表格化人员人数标准... 中国中小企业最新定义据《中小企业划型标准规定》整理 中小企业划型标准规定》 中小企业标准暂... 3页 浏览:630次
wenku.baidu.com/view/7116a861caaedd3383c4... 2011-7-29

中小企业的定义.txt 12页 浏览:1595次
世界各国中小企业定义(收藏经典).doc 11页 浏览:284次
中小企业定义 IE 7大手法 7大手法.doc 34页 浏览:130次
更多文库相关文档>>

图 5-16 百度返回的前 3 条记录 (2012 年)

网页 图片 视频 音乐 问问 新闻 地图 更多»

SOSO 搜搜 中小企业 定义 搜搜

搜索到的1,640,000项结果,用时0.583S

全部结果
新闻
博客
问答
论坛
下载

全部时间
一天内
一周内
一月内
一年内
自定义日期范围

中小企业 百度百科
各国一般从质和量两个方面对中小企业进行定义,质的指标主要包括企业的组织形式、融资方式及所处行业地位等,量的指标则主要包括雇员人数、实收资本、资产总值等。...
baike.baidu.com/view/58855.htm 2012-04-03 - 快照 - 分享

中小企业的定义 - 已解决 - 搜搜问问
答: 中小企业标准暂行规定 一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》,制定本规定。二、中小企业标准根据企业职工人数、销售额、资产总额等指标,结合行业特点制定。三、本规定适用于工业,建筑业,交通运输和邮政业,批发和零售业,住宿...
wenwen.soso.com/z/q345674485.htm 2012-01-13 - 分享

中小企业定义_中国中小企业标准【中小企业的定义】_创业攻略...
中小企业定义_中国中小企业标准【中小企业的定义】专题:中国中小企业的定义是什么?中小企业的标准是什么?中小企业如何定义?本专题为大家收集了一些中小企业定义...
www.youshang.com/special/chuangye/zhongx... 2010-09-02 - 快照 - 分享

图 5-17 搜搜返回的前 3 条记录 (2012 年)

网页 资讯 图片 网站 导航

网页 搜魅 中小企业 定义 百度推广

搜魅

搜魅 > 网页 > 中小企业 定义 链接聚合 百度 谷歌 搜狗 雅虎 必应 有道 搜搜

中小企业 www.chinacrec.org 推广链接
中小企业(CREC,简称“中风评”)是专门从事中小企业银行

中小企业 定义 百度百科
中小企业是与所处行业的大企业相比人员规模、资产规模与经营规模都比较小的经济单位。
共32次编辑
划分标准 - 经营特点 - 融资难题 - 发展战略
baike.baidu.com/view/58855.htm 2012-3-4

中小企业定义 百度文库
中小企业定义 - 中小企业的表格化人员人数标准... 中国中小企业最新定义据《中小企业划型标准规定》整理 中小企业划型标准规定》 中小企业标准暂... 3页 浏览:630次
wenku.baidu.com/view/7116a861caaedd3383c4... 2011-7-29

中小企业的定义.txt 12页 浏览:1595次
世界各国中小企业定义(收藏经典).doc 11页 浏览:284次
中小企业定义 IE 7大手法 7大手法.doc 34页 浏览:130次
更多文库相关文档>>

图 5-18 搜魅 (元搜) 返回的前 3 条记录 (2012 年)

对于“湖南中小企业”这一主题，可以选择搜索相关网站或者搜索有关新闻或资讯，应根据搜索引擎的功能特点，选择合适的搜索类型。本任务的目的是找到与湖南中小企业相关的站点。

为了找到与“湖南中小企业”相关的站点，可以考虑以“湖南 中小企业”为关键词，在百度、Google、搜搜、搜魅中分别搜索“网页”，各搜索引擎的返回结果，如图 5-19~图 5-22 所示。



图 5-19 百度返回结果页面（部分）



图 5-20 Google 返回结果页面（部分）



图 5-21 搜搜返回结果页面（部分）



图 5-22 搜魅返回结果页面（部分）

通过对搜索结果的分析发现，百度、搜魅存在推广链接，Google 的信息质量较高，与主题“湖南中小企业”匹配度较高的网站主要有“湘企网”“中国中小企业湖南网”“湖南中小企业担保网”等。

四、搜索湖南中小企业网站内标题含“电子商务”的网页

上述三个网站定位为服务湖南本地的中小企业，通过将搜索范围限定到指定网站，搜索这几个网站内标题中包含“电子商务”的所有网页，能迅速找到所需信息。

下面以“湘企网（www.xqw.gov.cn）”为例，搜索该网站中网页标题中包含“电子商务”的所有网页，搜索表达式为“intitle:电子商务 site:xqw.gov.cn”。百度搜索引擎返回结果页面如图 5-23。

通过对上述搜索结果的浏览和分析，可大致了解湖南省电子商务发展现状方面的有关资讯。当然，这里搜索到的信息并不全面，还可以到其他湖南中小企业相关网站、政府网站或行业网站去做进一步的调研，或者通过学术文档的搜索，了解他人在这方面的研究情



图 5-23 百度搜索返回的网页（2012 年）

技能训练 5-4 将搜索范围限定于指定网站

利用百度、Google 搜索引擎的指定网站搜索功能，对你所在学校的领导和老师的“姓名”在校园网中出现的次数进行调研，在对返回结果信息的有效性进行评估的基础上，对校园人物的影响力大小进行排名，如表 5-4。

表 5-4 校园人物网络影响力调查表

调研时间：_____ 学号/姓名：_____

校园人物	百度搜索结果（次）	Google 搜索结果（次）	影响力排名	备注
院 校 领 导				
系 部 领 导				
专 业 老 师				
排名依据				
主要结论				

五、利用第三方平台调研

中小企业电子商务的开展，大多从利用第三方电子商务平台开始，如阿里巴巴、慧聪网、中国制造网等。

多年来，阿里巴巴牢牢地占据了**B2B**市场的第一把交椅。由于阿里巴巴在中国电子商务市场占据重要地位，可尝试用阿里巴巴国内站的注册用户数、付费用户（诚信通用户）数、诚信通用户占注册用户数量的百分比（转化率）等参数，来大体反映一个地区电子商务的成熟度和应用水平。

当然，除了阿里巴巴，还可以对慧聪网等其他**B2B**电子商务平台、甚至**C2C**电子商务平台进行调研，以追踪中小型企业电子商务的发展动态。

利用阿里巴巴平台，对“湖南”、“所有城市”、“所有经营模式”的注册用户、诚信通用户的搜索结果页面如图 5-24 和图 5-25。



图 5-24 阿里巴巴国内站湖南注册用户约为 131 486 家（2012-5-26）



图 5-25 阿里巴巴国内站湖南诚信通用户 5 024 家（2012-5-26）

阅读材料 5-6 阿里巴巴国内站诚信通用户及国际站中国供应商用户分布

2012 年 2 月，通过搜索汇总，得到阿里巴巴国内站诚信通用户、国际站中国供应商用户在各省市的分布情况。20%的省市为阿里巴巴提供了 80%的付费用户。如表 5-5 所示。

表 5-5 诚信通用户及中国供应商用户在各省的分布（2012 年 2 月）

省 份	诚信通企业用户（人）	占比%	中国供应商用户（人）	占比%
广东	139 310	26.75%	34 513	26.83%
浙江	131 933	25.33%	35 123	27.31%
江苏	68 637	13.18%	13 594	10.57%
上海	34 558	6.63%	6 535	5.08%
山东	32 260	6.19%	10 243	7.96%
河北	21 220	4.07%	4 304	3.35%
福建	15 724	3.02%	7 524	5.85%
北京	11 228	2.16%	1 844	1.43%
河南	10 037	1.93%	2 525	1.96%
四川	8 251	1.58%	883	0.69%
安徽	6 224	1.19%	1 569	1.22%
天津	5 997	1.15%	1 588	1.23%
辽宁	5 224	1.00%	1 546	1.20%
湖北	4 901	0.94%	1 253	0.97%
湖南	4 766	0.92%	1 003	0.78%
江西	4 172	0.80%	974	0.76%
重庆	2 833	0.54%	700	0.54%
陕西	2 496	0.48%	959	0.75%
广西	2 454	0.47%	635	0.49%
云南	1 780	0.34%	194	0.15%
山西	1 376	0.26%	358	0.28%
黑龙江	979	0.19%	165	0.13%
吉林	966	0.19%	158	0.12%
内蒙古	830	0.16%	106	0.08%
贵州	775	0.15%	56	0.04%
新疆	556	0.11%	60	0.05%
甘肃	532	0.10%	73	0.06%
海南	327	0.06%	74	0.06%
宁夏	326	0.06%	50	0.04%
青海	143	0.03%	11	0.01%
西藏	37	0.01%	4	0.00%
合计	520 852		128 624	

（资料来源：阿里巴巴网站，2012-02）

技能训练 5-5 在 B2B 电子商务网站中搜索企业信息

登录阿里巴巴国内网站，对全国及你出生地所在省市企业在阿里巴巴平台上注册的情况进行调查，将调查结果填入表 5-6。

表 5-6 阿里巴巴国内网站____省企业用户规模调查表

调研时间: _____

学号/姓名: _____

调查对象	注册用户(个)	诚信通用户(个)	诚信通指数排名前三企业	
			企业名称	诚信指数
全国企业			(1)	
			(2)	
			(3)	
浙江省企业			(1)	
			(2)	
			(3)	
____省企业			(1)	
			(2)	
			(3)	
调研结论				

六、调研湖南中小企业网站

2008年4月,通过对阿里巴巴网站的调研发现,位于湖南诚信通企业排名前三的企业分别是耒阳市飞龙卡通服饰有限公司、浏阳市加瑞华烟花有限公司和株洲美特优硬质合金有限公司,它们使用诚信通服务的年限分别是3年、6年和6年;2009年7月,排名前三的分别是湖南新世纪陶瓷有限公司、湖南益阳长兴电子有限公司和湖南华升洞庭麻业有限公司,它们使用诚信通服务的年限分别是8年、8年和7年。通过对这些企业站点的访问发现,这些企业不仅在阿里巴巴上建有自己的诚信通商铺,而且还建有自己的企业站点,以塑造自身的网络品牌,拓展企业的网络销售渠道,推广企业的产品或服务。

通过对这些企业站点的调研发现,对于中小型企业而言,电子商务给具有浓郁地方特色产品的生产厂家提供了良好的推广平台和广阔的市场空间,如“浏阳烟花”“益阳电子”“株洲合金”等。

以对本地区中小型企业电子商务应用情况的调研结果为线索,进一步搜索本地区内比较成功的中小企业电子商务应用案例,为寒暑假的社会实践做好准备。

在撰写调查报告之前,还应考虑国内外专家学者是否已经对本地区中小型企业电子商务应用发展现状有过比较系统、全面、深入的调查和研究,以便为报告的写作提供更多的参考和借鉴,这就涉及对学术文件的搜索。

七、搜索学术文档

通过对各大搜索引擎帮助系统的学习,可以发现 Google 等搜索引擎具有专门的学术搜索功能。

1. 利用 Google 学术搜索功能搜索

利用 Google 学术搜索功能搜索的步骤如下:第一步,在 Google 中搜索“更多”的信

文件。

利用 Google 的学术搜索功能，还可以对某位专家（学者）在某一时期内的学术研究成果进行检索，以了解其学术思想发展的脉络，如图 5-26 所示。



图 5-26 Google 学术搜索返回结果页面

2. 通过学术期刊门户网站搜索相关学术文件

实际上，要获得更为专业的学术信息，可以访问一些期刊网或学术期刊数据库，如中国知网（www.cnki.net/index.htm）、维普资讯网（www.cqvip.com）等，这些网站可针对学术文件的标题、关键词、作者、发表时间等要素进行检索，并且提供了更为详尽的免费阅读信息。例如，在中国知网针对作者进行的跨库初级检索，其搜索界面如图 5-27 所示。



图 5-27 中国知网的搜索界面

技能训练 5-6 _____省中小型企业电子商务发展状况调研

为了给假期社会实践做好准备，请通过网络对你所在省市中小型企业的电子商务应用情况进行调研，将调研结果填入表 5-7，并撰写一篇名为《_____省中小型企业电子商务发展现状》的调查报告，字数要求为 3 000~5 000 字。

调研时间：_____

学号/姓名：_____

调查步骤	调查结果	备注
(1) 搜索并快速浏览所检索的调研报告范文 5 篇	范文标题：	
(2) 搜索中小企业定义和划分标准	中小企业划分标准：	
(3) 搜索并访问湖南中小企业相关网站 3 家	站点名称：	
(4) 搜索湖南中小企业站点中含“电子商务”的网页 5 篇	网页标题：	
(5) 利用第三方平台——阿里巴巴调查本省和浙江省企业电子商务状况，了解注册用户、诚信通用户数量	_____省数据：	
	浙江省数据：	
(6) 访问本省和浙江诚信通指数排名前 3 的企业	_____省前 3 名企业：	
	浙江省前 3 名企业：	
(7) 搜索并阅读关于中小企业电子商务方面学术文章 5 篇	论文标题：	
调研体验与收获		
专题写作大纲		

案例分析

小微站派位用户在网上的市场推广策略。通过（分析）设计的网络市场推广策略，以最小成本

投入、在最短的时间内获得了急需的商业情报，这种资金和时间的效率，在前互联网时代是不可想象的。通过对这一案例的分析，我们可以得出以下两点结论。

1. 网络信息与传统信息各有优劣，互为补充

用传统的方式获得商业资讯，要投入大量人力和物力。例如，参加在世界各地举行的商业展会，派出专人进行实地考察调研，购买大量统计数据、报告、文件等，并进行选择、分类、整理，甚至可能采用商业间谍或购买商业情报等极端手段，因此，既耗费时日，又投资巨大。互联网为商业信息的搜集和传播带来了前所未有的便捷，通过搜索引擎等网络方式来搜集和传播商业资讯，是现代企业经营活动不可或缺的重要内容。当然，根据商务信息产生和传播的特点，对于网络商务信息价值高低、真假优劣，人们必须具备必要的鉴别和判断能力。

可以预见，在相当长的时期内，对企业的商务活动来说，人们还会在一定的程度上依赖传统的信息搜集方式，网络方式的信息搜集与传统方式的信息搜集，不应相互排斥，而应各有侧重、互为补充。

2. 网络信息的搜集要目标明确，抓住关键

从特酒集团的案例分析中可以发现，网络调研活动要取得成功，必须把握好以下几个关键环节。

第一，明确调研目标。例如，特酒集团从一开始就明确了信息搜集的方向，即主要搜集：价格信息；关税、贸易政策及国际贸易数据；贸易对象，即潜在客户的详细信息。

第二，分析调研对象。例如，要搜集伏特加酒在欧美市场上的价格信息，应对这类信息的分类、特点、在网络上的分布状态、获得的途径有充分的了解。

第三，制订调研计划。例如，对伏特加酒价格信息的调研，要制订具体且可操作的调研计划：如通过访问生产商站点、生产商协会站点，搜集生产报价信息；通过访问销售商网站、政府酒类专卖机构的网站，搜集销售商的报价等。

第四，实施调研方案。应在一定的时间内按计划完成网络调研的各项任务，并记录有关的数据和资料。

第五，综合分析评价。将调研的结果汇总之后，应进行必要的检查和评估，发现不足应及时改进和完善。

本章小结

通过本章的学习，我们已经深深地感受到互联网信息的浩瀚无边、搜索引擎的巨大威力、搜索技巧的千差万别；同时还会发现：通过分析明确哪些是我们所需要的信息、如何找到这些信息点，这一系列问题的有效解决，在互联网信息时代是多么关键、多么重要！难怪已经有人把信息搜索能力称为搜商，与智商、情商并列为人类的第三种能力。

1. 大胆设想，相信并依靠互联网

互联网是信息的海洋，是知识的宝库。一般而言，只要人们普遍存在的需求，在互联网

网上大都可以得到相应的支持甚至找到相应的解决方案。如果找不到，或者是还没有找到合适的方法，那也许这是互联网留给你的为数不多的机会。在互联网上，没有做不到，就怕想不到。有人已经论证，利用在互联网上公开发表的文献资料，甚至可以制造出原子弹！在人们的日常工作和生活中，还会有比这更复杂、更艰难的事情吗？

相信网络、依靠网络、掌控网络，在某种程度上说明一个人已经适应了互联网时代的变革，掌握了网络时代的主动权，正在逐渐成为信息时代的主人。

2. 学会学习，建立和完善资源体系

随着信息时代的到来，网络营销竞争也日趋激烈。在浩如烟海而又瞬息万变的互联网信息资源及网络群体面前，一个人的时间、精力、智慧和能量越来越微不足道。记住一些知识、掌握一些技能固然有用，但更重要的是应掌握解决问题的方法和途径。

人们无法预计在未来的工作和生活中将面临哪些挑战，但应当学会的最重要的事情应当是——如何去学习自己所需的知识及到哪里寻求自己所需的帮助。

通过本章的学习不难发现，要有效地解决某类具体信息的搜索问题，可能需要利用多个搜索引擎，而每一个搜索引擎的搜索语法、规则、功能、特性各不相同。记住所有搜索引擎的所有功能和特点，难度太大也无必要。但当需要的时候，应当知道可以利用哪种搜索界面提供的“帮助”或“高级搜索”等工具，能够不断地扩充必要的搜索知识，迅速地掌握一些重要的搜索技能，以便快速地找到解决问题的办法。