



第二章

搜游天下

进入 2009 年，所有的声音都在传达一个信息——移动互联网的时代到来了。没有哪种服务比手机搜索更能体现这个新时代的个性化特征，它如一扇把守人们内心与外界信息的门，开与关之间，奥妙微存，玄机尽显。

今天又遇到黑车了，以往打车从酒店到机场是 70 多元，今天竟然 90 多元，昧心的司机不知道在哪里兜了个大圈。我这次可不想吃“哑巴亏”。正琢磨如何给司机一个“铁证”，旁边的同事给我提供了帮助。

他掏出手机，随便摆弄了几下，便得意地拿出了结果。一看，原来是酒店到机场的行车路线和路程，连大致时间都标得清清楚楚。

我豁然开朗，虽然平日常在 PC 机上使用地图搜索查询行车路线，却没曾想，这也是对付“绕道司机”的绝招。只要将手机搜索的行车结果和路程摆在司机面前，任他再欺生，也是红口白牙、当场现形了。

在起点和终点之间，寻求最短的那条线。这不仅是每个打车者的需求，同样是手机搜索服务永恒不变的追求。

在起点和终点之间，寻求最短的那条线。这不仅是每个打车者的需求，同样是手机搜索服务永恒不变的追求。

直线思维

两点之间的线有很多种，对于手机搜索用户来说，直线是最好的选择。尽管在 PC 机上需要翻 N 页才能找到结果，但是我们希望最佳结果出现在手机的第一页甚至就是第一个搜索结果。因为手机屏幕“寸土寸金”，而我们的数据流量费用与网页数量正相关。

每天早晚的手机报是否已经让你开始厌烦？大量与你相干的、不相干的，吃的、喝的、玩的、乐的，也不管你需不需要，一股脑儿涌



向你的手机。

其实你很想告诉移动运营商，你想要的不是北京西山别墅的价格，也不是三里屯酒吧的新风气或普洱茶的市场行情。然而，这样的精细化定制在当下貌似还很遥远。

眼下，我们最真实的资讯获取模式如下。

一手抓着地铁或公交车的把手，一手不停摁手机下滑键，在一大堆信息中，瞪大眼睛挑选一两条感兴趣的新闻，或是干脆翻到最后的副刊页，看那个相对来说最有趣的笑话和心理测试，然后再将这些占内存的手机报一一删除。

这一过程需要技巧和体力，我们的大拇指始终承担高强度的重复劳动。在看报看到手指头发酸的时候，我们衷心希望手机的信息能一步到位，比如，打开网络连接，进入任何一个搜索页面（百度、谷歌、宜搜、儒豹、明复……），搜索当日新闻主题，寻找最受关注的新闻，或者直接输入最感兴趣的“朝核局势”、“甲流疫情”或是“今日油价”，从而得到最想知道的动向。

拇指决策

使用过北京街头那些信息查询厅吗？奥运期间排队等候的外国游客可以通过它打印的路线图顺利地找到全聚德。你肯定也想把这样的信息查询厅装进自己的口袋，无论是大商场还是电影院，都能找到最近或最优惠的目的地，即使你是一个初来乍到的异乡人。

其实，这些问题完全可以用手机搜索来解决。

打开手机上的地图搜索，它会自动定位你所在的位置，精确到十米以内，然后根据你所要查询的条件和范围，寻找到隔街的那家经济

连锁酒店。

一切是不是很简单呢？你或许还会惊奇地发现，每个地图标注的地方还有该酒店的介绍以及网友评论；点击后，直接进入酒店页面，可以查询相关房间价格和预订信息，这些大概是辅助你决策最全面的信息了。

如法炮制，如遇陌生地带，不用开口问路，也能找到那个位于犄角旮旯里最具口碑的私家餐厅。所以，单就地图搜索这一点来说，手机将会大派用场。

当然，我们再也用不着玩猜硬币花纹朝向的把戏而决定前进的方向，直接用手机就可以做出最明智的决断。其中的果敢，可能只有在购物时才能最好地体现出来。

“货比三家”从来都是颠扑不破的购物原则。为了防止商家的坑蒙拐骗，我们或许都有过这样的经历，跑遍各大超市去寻找那双或许可能存在的同款式同型号最便宜的鞋。

如今我们还需为了一双鞋，搜索至少三个超市，浪费一个上午的时间吗？或许你会说，“不必了，直接在网上查好价格和型号，到超市对比就好了。”但不久以后你将说，“不用折腾了，直接去最便宜的那个超市拿鞋就可以了”。是的，这就是条形码搜索，当你在超市看到一双中意的鞋的，直接将其条形码拍照并进入搜索环节，即可得知最低的报价，从而直接决定购物的地点。

不论是新闻搜索、地图搜索还是购物搜索，手机的便捷性显而易见，其随身携带、随时随地接入互联网的特性保证有问必答。即便你有十万个为什么，或者像蔡明一样永远困惑地嘟囔“这是为什么呢”，都可以在这个流动不息的 Q&A 世界找到线索。



毫无疑问，WAP 站点搜索、网页搜索为手机搜索提供了便利。但最值得称道的或许是最简单的短信搜索。即使不会打开网址、不会输入关键词，只要会发短信，也能够得到想要的信息。比如，可以发送短信“今天什么天气”到某智能手机搜索引擎，随即便可得到该搜索引擎以短信方式告知的当日天气。没错，这是一个“傻瓜王道”的年代。

而正在兴起的语音搜索也是一个可爱的、值得展望的应用功能。只要对手机说出你想搜索的关键词，它就会为你找到相应的答案，你会感觉很酷，就像魔幻小说里的巫师念咒语一般。当然，魔法也需要进化，根据目前的使用效果，它还存在一些缺陷，并没有得到大规模的使用。

逃离吸金圈套

这么酷的应用，也会对应一个很酷的账单吧？

对于手机搜索乃至手机上网，人们最担心的就是流量收费的问题。在中国的手机上网史上，不乏因不明流量收费而最终付出巨款的案例。然而，随着网络基础建设的完善和竞争，手机上网流量费也在不断下调，包月模式也愈发深入人心。这不仅大大刺激了消费需求，也增加了各路人马进军手机互联网领域的信心。

但在手机搜索领域，关于流量的顾虑却一直存在。消费者们似乎不能像 ADSL 上网一样享受冲浪之快感，因为大家时刻惦记着一个关键词搜索之后会占去多少流量。那种心情就像刚找到一片美丽的海滩，准备下水时却发现自己搁浅了。

这些顾虑不仅反映目前的收费模式问题，更重要的是暴露出手机

搜索的精准化需求没有被很好地满足。

“能让我在最短的时间内看到最想要的结果就好了”，这就是我们的直线思维。所以，我们看到搜索引擎不断地从我们的关键词中猜测我们的意图，就像一个试图取悦情人的年轻人，观察着对方的一举一动，揣测着对方的每一个细小心思。

当我们输入一个地名时，它能够结合以前的旅游信息，首先推送该地关于旅游的信息。我们还会在搜索结果旁边看到“以下话题你可能会感兴趣”的列表，从“洪都拉斯的首都叫什么”到“急求《变形金刚 2》的票务电话”，连自己都没有意识到的杂七杂八的问题罗列在一起，这该叫精准吗？或许是吧，至少搜索引擎正在尝试着精准。但是，精准搜索不仅需要贴心，而且还要省钱。

送上门的美味

某天，当你对着手机哼出一段《同桌的你》，手机会自动搜到相关的歌词，因为它知道，喜欢唱歌的你有个最大的毛病就是记不住歌词。它还知道，你只爱听老歌，所以对于相同名字的歌，它绝对会找到最老的版本。它甚至还知道，除了唱歌，你还是个驴友，所以当你输入地名比如“九寨沟”时，它会首先推送相关的旅游信息，而不是当地县长当日的某个讲话。

甚至当我们输入“水煮鱼”时，它会自动找到沸腾鱼乡的地理位置，而不是俏江南，因为它知道我们的喜好和消费层次。

然而，拥有这个神奇功能的不是你的保姆或者助手，而是一个普通的能上网的手机，它的搜索功能能够随时随地满足你的需求，它不



再是随着你的命令出发，而是根据你的要求而来。

想想吧，如果我们正在装修房子，输入一种油漆或者地板砖的名字，它会自动搜索价格并与同类商品对比。这将会省去多少输入、对比、思考的过程？手机搜索俨然成为我们生活中的小助手。

就像拥有一个贴心小棉袄，你的每一个言行都将引起这个新朋友的关注和问候。甚至可以帮你发现一个从未了解的自己。当你还没有意识到自己有多难过时，这个朋友已经给你主动送上《经典悲伤恋歌》或者《走出低谷的 10 招》。

手机搜索，已经超越了 PC 机的界限。手机属于每个人，可以反映一个人的地区、职业、年龄、文化、爱好、兴趣等等，这是 PC 机不能比拟的。PC 机可能全家共用，永远在家里或办公室的桌面上，不会与人绑定。当你离开家或办公室，你的活动行为和心理将就与 PC 机脱离关系，而手机却随时随地和你在一起，参与你的一切行为和心里活动。

或许，我们可以设想这样一幅画面：作为手机最常规的应用——搜索引擎图标，被单独置于手机菜单的主要位置，一键搜索早已成为习惯。比如在妈妈的手机上，按数字键 1，代表搜索白菜的价格，2 代表青瓜，3 代表草鱼……她已经不再每晚去逛 9 点的夜市，寻找最便宜的蔬菜了，手机搜索这个小助手能很方便地告诉他，今天哪个超市的白菜或是草鱼在什么时间最便宜，而通过地图搜索，它还自动显示该超市的位置以及到达路线，甚至还会“贴心”地告诉喜欢养花的妈妈在去超市的路上，还有几个不错的花市。

这个助手好像了解每个人的心理，能够提供最完美的服务，它为你送货上门，但是这个助手需要付费吗？

免费的午餐

当搜索引擎能够知悉我们的所有动向，你是否会觉得恐怖呢？搜索出来的链接是否隐藏着消费阴谋？

答案是否定的。手机或许可以创造出一种不同于 PC 机的模式，为你量身订做一套品牌宣传推广的规则。

在 PC 世界里，搜索的每一步都关乎商业利益。搜索引擎商分析我们在每台电脑上键入的关键词，然后在上方、右侧、甚至新闻的底部推送相应的广告。有时候他们还会在我们眼球的每个必经之路上设置“陷阱”，让我们进入广告主的“圈套”，接受“洗脑”，将有效的点击变为有效购买。

而在手机搜索世界，这样的模式或许会被颠覆。

作为比 PC 机更具个人隐私的手机，它在搜索过程中将会掌握我们所有的信息。它会清楚地知道你每个月花在化妆品上的费用是 1500 元，而非你对老公所说的 1000 元。它还知道你给儿子买的是 300 元的玩具飞车，而不是 500 元。它还会知道你喜欢欧莱雅而不是玫琳凯，喜欢百丽而非红蜻蜓。所以，在它给你推送信息时，会相应推送相关的欧莱雅或者百丽的广告。于是，按照 PC 机上点击付费的规则，你的每次点击将使搜索引擎商从广告主那里得到钱，而广告主最终将从你这里得到消费利润。

因为根据个人喜好和偏爱推送的广告能够最大程度地符合本人情况，所以在查看某商品信息后，你很有可能会到附近的商场购买该商品。于是收费的过程是这样的：在查看欧莱雅的广告后，你来到商场，购买时输入手机号，即可获得一定程度的优惠，随之搜索引擎也会提



成，这样达到貌似三方共赢的局面。“免费”的午餐继续……

但是，以上两种设想，都辜负了对手机精准搜索的期望。既然手机搜索能够掌握人们在搜索中所有的信息，知道我们喜爱的化妆品的牌子，了解我们喜欢哪个品牌的鞋，喜欢哪本杂志——那么我们是否可以直接得到该商家的预定或者试用电话，或者得到免费的杂志赠阅呢？这将是一个饶有趣味的尝试。

路漫漫其修远兮，对于搜索和购买之间的关系，仍然在探索之中。目前我们看到的大多数手机搜索页面上，依然充斥着 PC 平台上同样的广告“陷阱”。不过请相信，随着手机搜索的智能化发展，它将更加了解使用者的需求，从而在一定程度上解决广告主、搜索引擎商以及用户之间的矛盾。

唐僧的数字化旅行

手机搜索，打开了一扇通向内心的门，接下来要做的事就是旅行。

实际上，旅游是最能体现手机搜索独特价值的行为。背起行囊走天下，但实践起来并没有这么潇洒。你必须在原本沉甸甸的大包里再加上电脑、MP3、专业数码相机、GPS 定位仪以及各种野外小工具。不过在移动互联网时代，你只要带上一个电子工具——手机就能踏上全新的数字化之旅。

在启程前，先让我们回顾史上经典的旅行——《西游记》。

一路向西、坚信路在脚下的唐僧直至今天仍光辉不减。其亲力亲为的“自虐游”方式正在被越来越多的人所接受，也在被更多的人所向往。

十万八千里的行程，目的并不在于最后的《大菩萨藏经》，而在

于路上的九九八十一难。这个经典而古老的哲理在当代显得越发的潮流化。无论是短途户外还是自驾远行，唐僧那朴素的世界观越来越深入人心，甚至是著名的关口知宏《中国铁道大纪行》，也散发着当代唐僧的气息。

假如是在移动互联网时代，唐僧西游将演绎出不同的版本。

一是通过虚拟化和通讯技术让唐僧足不出户去获取更高深的佛经知识并在互联网上进行“无遮大会”，同样能名震五印。唐僧需要的是 ADSL 宽带、搜索引擎、个人博客以及视频通讯工具。

二是利用更好的装备和更全面的信息，选择适合自己的路线，把九九八十一难置于自己的控制之下，给自己安排好成长的路线，这会让唐僧更快地成长，更快地位列仙班。此时，智能手机是不可缺少的装备。

2009 年的 QQ 群里，流行这样一个笑话。

唐僧师徒一行经历九九八十一难终于见到了如来佛求取真经。

如来问：“你们带 U 盘了么？”

唐僧师徒：“……”

如来又问：“移动硬盘呢？”

唐僧师徒：“……”

如来继续问：“IPOD 也可以哇。”

悟空开始抓耳挠腮。

如来叹了口气：“那只有网上发给你们了，你们就原路回去吧。”

唐僧：“FT，早知道加你 QQ 就完了，老子还走这么远干嘛！”

如来：“那你们路上是怎么娱乐的？”



唐僧师徒：“打怪升级……”

这是一个信息时代的幽默故事。不过，移动互联网的存在，对于旅游者来说，绝不仅仅是增加了娱乐色彩，更重要的是，它让我们回归旅游的本意。

现代旅游与现代科技，是一对纠缠不清的冤家。

旅游满足的是人对自我和自然的认识，在这种认识里，科技及科技产品是一种外在的附庸。想象一下，即便是在旅途中，工作、邮件、客户还是会轻易地接触到自己，那么旅途只是成为了另一个办公室。一如《大话西游》中的唐僧所说，“世界不过是更大一点的监狱而已”。所以旅游是非科技化的，对人本身的思考和回归是现代旅游的趋势。

另一方面，我们看到，旅游者在放下一批现代科技产品时，却拾起了另一批科技产品，如：定向穿越中越来越高级的冲锋衣、背囊、卫星电话、GPS；自驾游中越来越全面的汽车周边设备；甚至普通驴友的装备也从红外传输相机到新材料的太阳镜，充满科技感。

回到唐僧的选择。

在唐僧选择虚拟西游时，他同样要面对各种可能的难关，最艰难的莫过于要在海量信息前始终保持自己的灵性，一如“谷歌”或“百度”时代的困境。在研读了大量佛经、识别了各种流言后，唐僧也许突然微笑，所谓种种意见不过是虚幻，“本来无一物，何处惹尘埃”。

假如他选择了实地旅行，则是另一种修炼的过程。他可以用地图搜索服务绕开危险的火焰山，或者找到沙漠里最近的水源，遇到歹人可以立刻向当地驻军求助。即使飞沙走石黄云遮天，他也心如磐石一般清楚自己前进的方向。每当他经过一寺一庙一菩提偶有所悟，即可

记录和上传，甚至和东土、西域高僧视频辩论一番。通过掌中小小的手机捕捉当下的变化，或许要比远离实地闭门造车更接近真相。敢问路在何方？路在手中。

现代西行故事

西行的故事也有现代版。

2001年9月，北京姑娘廖佳踏上了自驾车穿越欧亚大陆之旅。

在自驾游遍地开花的今天，这样的故事似乎不会再引起特别的轰动，但在各项条件还不是很成熟的当时，这绝对是个壮举。

她穿越的第一个边界是中蒙边界。在二连浩特路边的电话亭，她引人瞩目地拨下电话线，接上自己的笔记本上网。她的旅行得到了新浪论坛网友的关注，这些素昧平生的人们给予的鼓励是她一路前行的力量之源。

她每次住宿前都要把GPS从车里卸下，第二天早上开车前的第一件事就是安装它。虽然颇为麻烦，但多亏这个东西，她能够在异国他乡准确地辨识自己的方位并踏上正确的路线。她还准备了很多汽车音乐碟和胶卷，但后来发现不够用，因为，没有几首可以跟着哼唱的歌。

如果在移动互联网时代，廖佳的旅行会更容易。她可以在心情最低落的时候用手机上网查看网友的留言，可以在看到美丽的峡湾和船桅上的白鸟时用手机拍下来并传给北京的朋友，可以通过全球地图系统识别位置发现最近的Motel，而当行走任在山海之间时能够搜索到最想唱的歌。



虽然艰苦的旅行往往被认为富有精神内涵，但拥有强力技术辅助的旅行更有助于旅行者将注意力集中到美好的事物上。廖佳为此次旅行准备了一年之久仍有很多遗憾。因此我们的目标是让遗憾少一些。

LBS 和智能旅游

无论是唐僧，还是廖佳，假如他们的旅行可以重来，最常用的服务无疑是 LBS。

LBS，全称 Location Based Services，也就是位置服务，结合了移动通信网络和卫星定位技术。1994 年，美国学者 Schilit 率先提出了位置服务的三大目标：你在哪里(空间信息)、你和谁在一起(社会信息)、附近有什么资源(信息查询)。2002 年问世的 Benefon Esc 手机是第一款支持辅助型 GPS 功能的手机。该手机带有一个 GPS 接收器，可以实现高精度定位、个人导航、移动地图、找朋友以及下载地图。此外，这款手机还首次设置了一个急救按钮，只要按下，就可以将持有者的位置信息用短信发送到一个预先设定的电话号码并自动呼叫该电话。

据称，LBS 已有几百种应用，但其功能的基础仍是移动搜索，好在搜索技术非常发达，让智能旅游变得不再遥远。

还记得我们在出门前是怎样做功课的吗？到旅游信息门户或社区上搜罗攻略已经成为世界各地旅游者的共识。然而，实地旅行总会给你意外的“惊喜”：你会发现某家传说中很清静的 Guest Hotel 突然人头攒动，或者码头早班航船改了时间，然后不得不沮丧和无助地站在路口。

接下来怎么办？你的第一反应可能是冲到最近能上网的地方再查一遍信息。可糟糕的是，补做功课也很累人。传统的旅游信息门户或社区模式还不够智能，不能根据你的实际情况选择最有价值的信息。

你很可能翻了 10 页的攻略，看了一堆诸如国土面积 100 万平方公里、当地盛产橡胶、一万年前的尼格罗人迁移至此等信息，还是没搞明白今夜该在哪里过夜。

这时候你最需要的是基于位置的手机搜索服务。先弄清楚自己离目的地还有多远，再预约一家可以洗热水澡、提供晨醒服务的旅馆，甚至可以试着发现方圆几公里内有没有认识的其他驴友出没。“世界以我为中心徐徐展开”，这种感觉一定很棒。

当然，别忘了，再智能的旅游也取代不了自己发现的眼光。“读万卷书，行万里路”的意义在于学习和领悟。如果我们完全依赖信息技术，只在已知范围内去旅游，结果就是目的的缺失——是“发现”更有趣还是“验证”更有趣，答案显而易见。

漫步无缝人生路

毫无疑问，信息科技与旅游的融合将是一个非常便捷而令人享受的过程。也许我们可以认为，在智能旅游或者其他信息技术的支持下，“人在旅途”将会是一种常态而不是生活和工作的间奏。

36 岁的 Don Draper 在洛杉矶一个度假海滩参加一个火箭技术会议，会后和自己的客户们谈完生意，在度假酒店的门口遇上了和自己搭讪过的美丽姑娘，一个眼神，Don Draper 戴上太阳镜上了姑娘的敞篷车，没带任何行李一路驶向棕榈泉市。

高度发达的货币信用体系、可预定所需的个人信息系统，随意选择的旅游决策，使信息科技与旅游无缝流动，在智能旅游或者其他信息技术的支持下，“人在旅途”将是一种常态而不是生活和工作的间奏。



这个场景来自于 20 世纪 60 年代美国广告人生活的电视剧《Mad Men》，这份自由与浪漫在大部分人眼里只能是奢侈的艺术创作。但是在无缝的数字化旅途中，这就是现实。

不需要任何的行李(如果你希望)，高度发达的货币信用体系和个人信息系统可以预定好所有所需，并以最合适的方式推送到自己身边；无需费劲去提前计划，一路走下去，有无数的旅游决策自动呈现在自己面前，可随意选择；最关键的是无缝的流动，径直走出会议室，走向敞篷车和美丽的姑娘，旅行就此开始。

回过头去看唐僧。据史料记载，贞观元年(公元 627 年)玄奘“冒越宪章，私往天竺”，始自长安神邑，终于王舍新城，长途跋涉五万余里。一个人的西行路自然是寂寞和危险的。即使是传说中有众多神通广大的徒弟相助，唐僧的这趟旅行还是无比艰辛，就算没有那些对唐僧肉垂涎欲滴的大妖小妖，挑行李也是件苦差事。且听猪八戒的抱怨：“四片黄藤篾，长短八条绳。又要防阴雨，毡包三四层。扁担还愁滑，两头钉上钉。铜镶铁打九环杖，篾丝藤缠大斗篷。似这般行李，难为老猪一个逐日家担着走，偏你跟师父做徒弟，拿我做长工！”

这样的故事不会再发生了，取而代之的是“说走咱就走，你有我有全都有！”

这份豪迈和洒脱来自一张无缝的网络，去留之间任我行。

你需要知道的四件事

Q1：你最想用手机搜索什么？

A：根据每天收到的用户发出的大量搜索关键词记录来统计分析：

按频道分类，搜索量最大的依次是图片、游戏、软件、主题、歌曲、视频、小说等；而浏览的页面数，依次是小说、图片、游戏、软件、歌曲等。（来自儒豹 CEO 韩松）

Q2：手机搜索的特点是什么？

A：移动搜索会逐步成为搜索的主要方式，甚至超越 PC 机的搜索量。移动搜索与 PC 搜索存在一定的差异性和互补性，移动搜索更适合搜索即时信息、常用信息、交易信息、手机娱乐信息以及与区域相关的信息。而 PC 搜索更适合做学术研究和日常办公。（来自宜搜 CEO 汪溪）

Q3：手机搜索能为你做什么？

A：网页搜索和新闻搜索仍然是目前手机搜索应用的主流，但手机搜索能做的事情还有很多。

用手机搜音乐大概已经不是新鲜事了。而新兴的语音搜索则别有一番风味，通过报出歌手的名字或者歌曲的名字，搜索引擎能定位到相应歌曲。甚至只要你哼唱一段曲调，就能够搜索到相关音乐。

另一个将活跃在手机搜索舞台上的应用是生活服务类搜索，最强的功能在于对付那些突发奇想或临时遇到的问题，比如寻找一个陌生地点周围的 KTV、超市，或者旅途中的酒店、景点。

Q4：手机搜索有哪些花样？

A：短信搜索、WAP 站点搜索和条形码搜索都将让这个领域花样迭出。尤其是短信搜索，只要输入日常口语就能得到满意的答案，它的使用没有门槛，即使记不住搜索引擎的地址，不会打开网页，只需发短信到相关搜索号码即可——记住，越是傻瓜式的操作，就越有人气。