



搜索市场百家争鸣 第三代搜索欲打破垄断



最近,由陈凯歌执导的电影《搜索》正在全国各大影院火热上映,这部由高圆圆、赵又廷、王珞丹、姚晨等明星主演的影片里,人肉搜索快速引起了影迷的兴趣,让普通人把目光投向了一个只使用而并不关心如何实现和变化的行业——搜索。

人们对搜索的基本认识是在输入框里输入一个关键词,搜索引擎反馈结果给用户,而正是这样简单的一个应用诞生了像google、百度这样的企业,当然,还有更多探索这个领域的企业如中搜、搜狗、Freebase等。推行新应用的搜索企业一直在致力为人们提供更好的搜索服务。

这几年,国内的搜索市场也一直在孕育着新变化,从云计算到开放搜索,从社交搜索到垂直搜索,从通用搜索到应用搜索等,层出不穷的新搜索冲击着这个已经无法通过搜索速度、搜索广度来提升用户体验的行业。国内搜索专家陈沛沛就曾公开表示,搜索市场需要破坏性的创新才能改变,而搜索厂商从未放弃这些尝试,虽然时常面临垄断的压力。

2012年注定是搜索领域不平凡的一年。

推陈出新的搜索变化

在2012年5月17日,Google英文版发

布知识图谱(Knowledge Graph),使得搜索企业对于知识结构探索迈出一步,google创建了一个“5亿个对象、35亿条对象之间关系”的数据库。围绕不同主题,提供百科全书式的搜索结果,这个图谱实际上就是一个通过网络获得的拥有信息架构的百科全书,它将帮助Google理解你的搜索意图,通过复杂的问题和找到的相关的搜索结果,直接提供给你答案。

早在2011年10月,中搜(www.zhongsou.com)推出了第三代搜索引擎开放平台,通过搜索技术+人工智慧相融合的方式,为用户呈现全面、及时的全新搜索结果。中搜首次通过开放搜索后台把人的智慧融入搜索结果,让具有分享知识的普通用户参与搜索结果的改良,同时通过widget实现前台呈现,减少用户参与难度。

目前中搜第三代搜索引擎已经实现对热门词的结果覆盖率,围绕不同的关键词提供类似综合专题的搜索结果。如在中搜检索“搜索电影”时,第三代搜索结果与传统搜索相比有直接的变化(如上图),这个搜索结果涵盖《搜索》电影的最新新闻动态、上映影院、主演明星关系及动态、影片花絮、视频、导演/演员等人物和微博信息等,而这些都是基于第三代搜索引擎的知识分享,为网友

呈现全面、及时的搜索服务。

而据最新报道,国内搜索引擎巨头百度正在研发一项名为“跨领域推荐”的搜索技术,这种技术能够聪明地理解和感知不同用户对于信息的需求,并跨越产品、平台的局限,调用全网资源去努力满足这些不同类型的用户。目前,百度“跨领域推荐技术”的研发已初见成效,这一技术已开始广泛运用到百度知道、贴吧等产品中,大幅提升了搜索速度。

以上为三家截然不同的搜索引擎公司对搜索新方向的探索,都强调了知识分享的概念,当然不同的地方在于开放性上,中搜把搜索平台开放,让普通网民的智慧得以体现,而google更多是不同搜索应用的关联,百度更聚焦各个产品应用的打通。

国内另一家以“应用+搜索”著称的搜索引擎公司也推出了自己的新方向,搜狗CEO王小川表示,包括“浏览器+搜索”的“探索引擎”将是搜狗的新产品。7月10日,搜狗搜索引擎开放平台正式上线,搜狗搜索引擎开放平台以为用户提供权威精准的结果为目标,免去用户多次跳转的烦恼。

就在各家搜索“诸侯”推陈出新的同时,软件巨头微软也不甘寂寞,在必应搜索平台上进行了功能创新。与其他搜索“诸侯”选择不同的是,微软必应瞄准的是另一个方向——将搜索引擎和社交网站相融合,从用户的社交网络中提取信息以给出更加全面的回答。为此,微软CEO史蒂夫·鲍尔默称微软必应(Bing)的社交搜索性能更为出色。

雅虎搜索是搜索行业的“鼻祖”,由于内部波动不断,也影响了其搜索业务的发展,造成了今日相对尴尬的市场局面。然而,雅虎毕竟是搜索行业的资深企业,产品布局和创新的能力不容忽视。2011年3月,雅虎推出名为“Search Direct”的新型搜索服务,将新型搜索引擎定为今后的发展方向。雅虎的这项新搜索工具更加偏重“推送”功能,这也正是雅虎正专注的领域——语境搜索。

国内搜索引擎风起云涌

2010年初,搜索引擎巨头谷歌退出中国内地市场,从此国内搜索的市场格局由“双雄争霸”变成了百度一家独大,2011年其市场份额达到77.2%。然而,在这个已呈垄断

的行业,仍不断有新人加入。

2012年7月,搜狗搜索选择从阿里巴巴手中回购其所持搜狗在外流通股总量10.88%,两年多的“婚姻”宣告结束,这也宣告了搜狐打造的“搜索+电子商务”模式以失败告终。不管未来搜狗是想独立做强做大,还是吸引新的资本进入,这一战略举措将对搜狗搜索的发展产生深远影响。

此时,另外一家互联网巨头的动作更是耐人寻味。5月份,腾讯宣布企业重组,对原有的事业架构和平台进行重新洗牌。在重组过程中,腾讯搜搜被拆分成两大部分,分别归属于移动互联网事业群和技术工程事业群,这一动作标志着腾讯搜搜放弃PC网页搜索转向无线搜索领域,依托巨大的用户优势,期望在无线搜索市场上能够先人一步。

然而,不论是百度搜索的一家独大,还是搜狗、搜搜的“自我革命”和“奋力抗争”,都改变不了传统搜索引擎现有的搜索模式,而解决传统搜索结果重复、无效信息干扰、二次内容检索等问题成为了搜索业界共同的努力方向,搜索行业呼唤彻底的创新。

中搜在更早的时候看到了搜索的变化,早在去年10月推出开放搜索平台,普通网民和企业都可以加入开放搜索平台,提供更具智慧的搜索结果。至今,商业化进程中推出了企业用户分享搜索广告外,同步推出了广告系统。同时,完成每周200%的搜索覆盖率。

中搜第三代搜索引擎问世以来,以其简洁、丰富的结果页面给人耳目一新的效果体验,获得了良好的行业口碑。用户由过去的问题提问者变成结果参与者,搜索结果由传统展示向开放分享转变,这也是第三代搜索引擎的核心理念和区别传统搜索的不同之处。

据悉,中搜第三代搜索是搜索行业内第一个直接向普通用户开放搜索后台的搜索引擎平台,满足用户的个性化和开发性需求。

新一代搜索将切分搜索蛋糕

如果将第二代搜索引擎市场看做一个即将结束的长跑比赛的话,那百度以其高达78%的市场份额成为这场比赛的第一名,将对对手远远地甩在身后。纵观这些搜索“诸侯”们新的市场举措和表现似乎可以预测,一道新起跑线正在形成,一场新的比赛即将开始。

ELYSION艾力绅:轿车、商务车、旅行车的完美结合



现代都市人面对不同的场合,往往需要扮演不同的角色。凡事追求完美的精英人士更希望自己能诠释好每一个角色:事业上的成功者、懂得生活的爱心人士等。即将正式上市的东风Honda ELYSION艾力绅,以轿车、商务车、旅行车三位一体的多功能诉求,完美体现精英人士的品位和风采。

在工作中以专业的形象面对客户,是对新时代人才的首要要求。ELYSION艾力绅气度不凡,全系标配双侧电动滑门(带防夹手自动感应)、豪华的一体式镀铬门把手,配

酷暑又暴雨,看雅力士车主如何应对夏季“烤”验



夏季来临,气温逐渐升高,全国大部分地区都面临着高温和暴雨的“双重考验”。连日来,车辆在路上“自燃”,以及水中抛锚的报道屡见不鲜。这种由季节变化而导致的用车成本增加,让很多车主叫苦不迭。

如何规避夏季频繁发生的问题,进而降低用车成本呢?为此,记者亲临广汽丰田4S店,采访到了多名雅力士车主,向他们“打探”独家夏季用车宝典。

绝对收益考核 稳固团队使投资回归本源

2011年的“股债双杀”让不少公司心有余悸。难能可贵的是,工银瑞信固定收益部的攻坚战役深入人心,业绩和规模取得良好发展,实现了投资者回报和规模增长的良性互动。队伍稳定的另一原因是,大家都看好固定

通过对比各家搜索引擎的变化发现,不论是中搜第三代搜索引擎、百度“跨领域推荐引擎搜索”、搜狗“搜索开放平台”,还是国外的谷歌“知识图谱”、微软必应“社交化+新图片”搜索、雅虎推送型搜索,搜索引擎正朝着更加开放、分享、智能和个性化的方向发展,这正是用户在使用搜索工具时所期望的变化结果,这种变化也代表了搜索引擎未来的发展趋势和方向。

记者细心观察发现,无论从时间顺序出发,还是从用户体验角度考虑,中搜第三代搜索引擎无疑是搜索市场的领航者和佼佼者,给用户耳目一新的感觉。从内容上讲,中搜第三代搜索引擎的结果页面更具知识深度和广度,并能融入用户的人工智慧去编辑搜索结果,继而呈现更加全面、丰富和个性化的搜索结果页面,这也符合了用户个性化和开放性搜索需求。据记者了解,中搜第三代搜索是首个向普通用户开放搜索后台的搜索引擎,这也是搜索业内颠覆性的创新。

中搜总裁陈沛沛认为,搜索需要颠覆性创新而不是微创新,颠覆过去的搜索概念,中搜第三代搜索引擎正是将这一理念变成了现实。中搜坚持开放型和分享型搜索平台建设,让所有网民都有机会参与搜索结果的建设,网民的意见被采纳,普通人的知识得以分享和继承也是搜索引擎智慧的体现。

根据中搜相关数据显示,中搜第三代搜索引擎平台自去年10月份推出以来,连续保持高速增长态势,平均每周有超过2000个新页面制作完成,2012年年底将基本覆盖所有的关键词页面。

随着互联网技术日新月异的发展,互联网平台变得更加开放、包容和个性化,用户需求不断增长,这些因素也加快了第三代搜索引擎的发展。以中搜第三代搜索引擎为代表的新型搜索不再以信息列表的方式呈现搜索结果,而是通过“技术+人工”相融合的方式,通过综合门户形式展示更加全面、丰富和个性化的搜索结果页面。这种新一代的搜索引擎为用户提供结构化的搜索结果,提高了用户体验。

目前,包括中搜、百度、谷歌在内的搜索运营商都在加快研发新搜索引擎的速度,新一轮的搜索竞赛已经上演,搜索市场格局也将迎来新的变化。

(张力)

东风悦达起亚最新动态



精彩一夏 智跑打造绿色“芯”情

夏天是充满阳光与活力的季节,正适合举家出游。而对工薪阶层而言,一款高性价比的SUV更是旅程酣畅尽兴不可或缺的有力保障。作为东风悦达·起亚力推的都市SUV,2012款智跑着实值得关注。这款“才貌双全”的SUV在2011年末进行了全面升级。新升级的智跑告别了原先的西尔塔二代发动机,换上了起亚设计团队历经数年,耗资10多亿元倾力研发打造的名为“Nu”的CVT引擎。凭借这款先进的“芯”,2012款智跑可在行驶时自动对气门进行延时关闭与提前打开,通过提升空燃混合物的完全燃烧率,来实现更强劲的动力输出。

“盒”乐而不为 SOUL秀尔娱乐档案

畅游人生,何乐而不为?彰显个性,何乐而不为?结交益友,何乐而不为?人们常常感叹人生苦短,却不知道自己的实际拥有很多。每个人都有自己的生活方式和态度。“盒”乐而不为,便是SOUL秀尔带给你的人生态度。SOUL秀尔的魅力外观,展现了它独特的玩乐气质。首先是其“BOX”方盒造型,自上市之后,便成了秀尔最显著的标签。对于秀尔,彼得·希瑞尔的设计首先综合了实用性和艺术性,既突

出车内空间优势,又彰显个性,令人印象深刻。其次,2012款SOUL秀尔拥有8款迥异的车身颜色、4款不同的风格内饰,消费者可以根据自己的喜好自由搭配,尽显“玩乐精神”。

永不退色的欧式经典

两厢赛拉图起名“欧风”,意欲“把全新的欧式设计理念引入中国的两厢车消费领域”。不过仅从这个名字来看,这款车也的确足以让人联想到它那浓浓的“欧范儿”味道了。事实也的确如此,与其兄弟赛拉图相比,赛拉图欧风具有典型欧洲两厢车简洁有力的风格。这款由起亚法兰克福研发中心打造,首席设计师彼得·希瑞尔领衔操刀的两厢车在车身线条上的处理颇具“欧范儿”,简练大气,张弛有度。这一点很容易说明,将一款三厢赛拉图和一款欧风放在一起,尽管外观很相近,但每个人都可以感受到来自欧风的力量感。

蓉城雨中激战

东风悦达起亚778车队领风骚

告别了独具风情的珠海,6月17日,中国房车锦标赛(CTCC)第三站来到“天府之国”成都。作为超级量产车组的一员,东风悦达起亚778车队表现出彩,其中车手卢家骏驾驶福瑞迪赛车在所有自然吸气的

型中独领风骚,蝉联第一。东风悦达起亚778车队王牌车手卢家骏,驾驶福瑞迪赛车从第八位出发,一开始便凭借完美发挥和精准驾控将一众涡轮增压赛车好手挡在身后,确定了领先地位。之后,卢家骏更是顺利上演了几次超车好戏。最终,福瑞迪赛车和卢家骏成功破圈,不仅超越了众多涡轮增压车型,更成为本站比赛中最快的自然吸气赛车。

福瑞迪 一种简单的幸福

家人的幸福,始终是我们不断前行的动力。而行在路上,福瑞迪则是我们为家人准备的的最稳定的动力选择。福瑞迪搭载起亚领先的1.6L伽马发动机,其具备的自然吸气方式,在动力输出的静肃性及平顺性上具有先天优势,在打造家人安静、舒适的乘坐环境方面起到了重要作用。其采用的CVT动力技术,能最大程度地开发燃油能量,为整车提供了最高123Ps/6300rpm的功率和155N·m/4200rpm的扭矩。同时,最低6.6L的百公里油耗,则为我们大大节省了日常支出。再加上4速手动一体变速器,衔接平顺的挡位以及收放自如的操控感受,也能让我们轻松掌控幸福的方向,和家人一起共享天伦。

都市SUV“高富帅”智先锋智跑受青睐

2012款智跑拥有4440毫米×1855毫米×1660毫米(带行李架)的健硕身材,大气、挺拔,英姿勃发。作为亚洲首款搭载Nu2.0发动机的车型,2012款智跑在动力、能耗以及静音方面都表现优异。身为全球顶尖汽车设计大师彼得·希瑞尔“DESIGN KIA”理念引导下的先锋力作,2012款智跑沿袭全新家族式设计风格,融入更多欧系元素,线条流畅、饱满大气,凭借其简约从容、清秀脱俗的气质与外形,一举将世界三大设计奖项中的“IF设计大奖”、“红点大奖”和久负盛名的由德国设计委员会颁发的“外观设计大奖”收入囊中。(王欢)

中国矿大“为爱远征”实践团走进徐州

近日,由中国矿业大学文法青协组织的“低碳环保,‘幸福家园——西部绿化行动’——2012为爱远征”暑期实践团走进江苏省徐州市各社区,开展了以“低碳环

保,从我做起”为主题的宣讲活动。

本次实践是由中国绿化基金会等机构主办的“幸福家园,西部绿化行动”系列活动的重要组成部分。活动期间,实践团一

行先后来到徐州城乡各个社区,以解说低碳环保理念、宣讲环保知识材料等丰富多彩的形式,开展了低碳知识系列宣讲活动。(陈森)

收益市场的发展和未来。同时,对工银瑞信固定收益业务的发展也有很强信心。“在我们内部有一个共识,不是排名第一就有价值,基金经理的职业价值取决于规模乘以收益率,是二维的,这才是真正的价值所在。”(李超)