

谷歌详解整合搜索自称在中国领先优势明显 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/238/2021_2022__E8_B0_B7_E6_AD_8C_E8_AF_A6_E8_c41_238535.htm “ 我们的搜索在中国市场上具有较大的领先优势。 ” 2007年6月12日，谷歌(Google)中国工程研究院副院长刘骏语气肯定地说道。他透露称，目前谷歌在中国市场上的搜索流量正在迅速增长，仅从年初到现在，搜索量增长已经超过60%，而同期中国搜索引擎流量整体增长仅为8%。实际上，进入中国市场以来，谷歌就面临着本地化这个难题。而其在本地化搜索上下的功夫，直到2007年才随着多款新品的上线而显现出来，而综合了各种功能的整合搜索概念，也是在今年逐渐浮出水面。从垂直搜索到整合搜索 刘骏强调称，搜索引擎正在从垂直搜索向整合演变。“ 面对垂直搜索的上千个入口，整合搜索帮助用户方便快捷地找到想要的东西。 ” “ 整合搜索实际上不是个新概念，互联网发展较快，复杂程度越来越高，这为整合搜索提供了可能性，从技术、市场上而言，目前都是推出整合搜索的很好时机。 ” 刘骏说，与其让用户面对众多信息搜索类别不知道从哪里入手，倒不如在一开始就对他们提供一定的帮助和引导，而整合搜索，正好满足了这一点。不过他也指出，虽然整合搜索是个大趋势，但并非意味着整合搜索将取代垂直搜索，因为前者实际上是基于后者的基础之上，为用户提供更周到的服务。用户至上用户体验，是谷歌时时刻刻强调着的企业理念。这一点，在整合搜索中也不例外。在谷歌自己下的定义中，其整合搜索是核心技术以及用户体验的整合。刘骏还特别表示，新近推出的金融信息、地图等产

品都已经用在了公司的整合搜索之中呈现给用户。“我们的目标是把谷歌做的更中国化，而之前在用户界面上的细调、提升网页搜索效率以及迎合中国网民的输入习惯，都是具体表现。”刘骏说道。在他看来，除了针对中国本土用户的这些努力外，谷歌“核心搜索结果区不包含人工干预因素、明确标识广告区”等原则，也是提升其在华用户体验的根本原因之一。虽然一直在强调用户至上，目前谷歌全球正陷入到一场关于用户隐私保护的尴尬之中近日，国际隐私组织发布的一份最新调查报告显示，在全球23家互联网巨头中，谷歌公司对其用户的隐私保护级别最低。对此，谷歌方面坚决予以否认，声称这一报告“基于大量错误的数据以及对对我们服务的误解”。而在12日与媒体的交流中，刘骏也再次重申谷歌存取用户数据是为更好的提供服务，而谷歌对于这些数据的保护非常严格，“谷歌自己的工程师也都无法看到个体用户的数据”。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com