

突破Yahoo？未来搜索引擎的目标市场初探 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_AA_81_E7_A0_B4Yaho_c40_62595.htm 企业以一种独创的经营技巧获得成功，会引来很多效仿者，但除了那些实力更强的企业，很少有效仿成功的。就拿Yahoo来说，在短短的时间内，从一个个人网页发展成最受欢迎的SE（Search Engine，搜索引擎）后，很多人纷纷效仿Yahoo的做法，收集网页，编制目录，手工分类，建立分类目录的SE。有不少SE在这方面做得不错，如Mckinley、Webcrawler、Lycos，但至今没有能超过Yahoo的。在中国，大多数SE都是学Yahoo的成功经验，想在这个新兴的市场上拓荒创业，但实际上这将面临着巨大的风险。首先，他们很难超越中文Yahoo。Yahoo早就有了国际化战略，在世界各地建立本地化版本。虽然中文版推出时间不算早，但凭其名声和实力，大有后来者居上之势。他收集的网页数量迅速增长，很快超过其他中文SE。如果Yahoo再到中国大陆设立网站，那么中国的SE将连最后一点访问速度快的优势也将失去。其次，中国互联网用户数量远比不上发达国家，众多SE进行同质的竞争，争夺有限的注意力资源，势必有不少企业达不到盈亏平衡点，长期处于亏损状态。障碍：难以超越的Yahoo 手工分类目录是Yahoo的首创，在此之前的SE都是全文索引型。全文索引型SE的做法是：先收集的网页，然后对网页的每个词建立索引，查询时通过索引库找到所需要的网页。整个过程由计算机处理，没有人工参与，所以工作效率高，存储信息量大。但很多用户并不喜爱这样的SE，因为它的误查率很高，而分类目录的误查率低，并且可以按目录

导航，深受用户喜爱。Yahoo是第一个这样做的SE，自然家喻户晓，因此获得了巨大的无形资产。Yahoo优良的口碑吸引了投资者和企业家。投资者看好Yahoo的发展前景，注入大量资金，而企业家正确的经营战略更使Yahoo不断战胜对手，发展壮大，最终成为SE巨头。Yahoo经过艰苦创业，已形成良好的效应。更多的人主动将自己的网页信息送交Yahoo以期早日登上目录，从而直接降低网站的维护成本，巨大的流量带来的广告收入又使Yahoo成为目前唯一赢利的SE。现在，如果还有谁想和Yahoo做得一样好，就必须有更大的投入。面对如此高额的进入成本，有多少人愿意冒这个险呢？Yahoo的手工分类做法实质上并不是什么高深的绝技，更谈不上高科技，却在知识经济时代发挥着如此重要的作用。或许不是因为Yahoo做得太好，而是别的人做得太差了。有一类人对Yahoo是不太满意的。那些作各种调研的人，需尽量多地掌握第一手资料，而从Yahoo所能提供的资料与互联网上实际拥有的相关资料相差太大，无论如何，手工分类的网页增加速度远远跟不上网页的增长速度。因此，这类人期望的是另一类SE。哪里有需求，哪里就有机会。现代市场营销讲究4C组合，即顾客（Consumer）、成本（Cost）、方便（Convenience）和沟通（Communication）组合，渐渐淡化传统的4P组合，而4C组合正是从分析消费者的需求和欲望开始的。Yahoo满足了一部分人的需求，并且为这部分人服务得相当好，所以进入这部分人的市场相当困难，但另一部分人就是市场空隙，谁抓住了这个市场空隙，谁就可能成为明天的成功者。那些完全效仿Yahoo做法的人显然不会是这样的成功者。

机遇：SE寻找新宠 据统计，95%的网上用户都有寻求信息

的目的，其中有的是专题查询者，有的是网上观光者。所谓专题查询者是指上网目的是为了寻觅某类特定信息的用户，他们要查找的主题往往比较细致具体，没有现成的分类，要用主题词查询。同时他们还需要尽可能全的信息。象这类用户比较适合全文索引的SE。这样的SE有很多，如AltaVista、HotBot、Infoseek、Inktomi，而在中国却不太多，大概只有天网属于此类。实际上这类SE可能更适合资金相对少的网站，因为它的信息采集和索引都是计算机自动处理，没有高额的人工成本。它的缺点是误查率较高，用户常常查出大量并不真正需要的结果，这有两方面的原因造成：一方面，计算机全文检索技术不成熟，理论上不完善。过去所谓的全文检索理论只是在小范围内实验，并没有经过互联网上如此大量信息的检验，因此，真正实用的全文检索技术还不完善。尽管这些SE在提供了高级检索功能，但这都是沿用了主题词索引的方法，用在全文检索时会产生很多误查的结果。另一方面，这些SE在帮助用户查询方面做得还很不够，只简单地提供高级检索的说明，没有为那些缺乏查询知识和经验的人提供更多的帮助，引导他们作深入的查询。这些问题正逐步被解决。一些新的智能技术被运用到这类SE，使查询结果日趋准确。同时这些SE也注意改进界面，与用户进行更多的沟通，引导用户正确查询。因此，这类SE将有较好的前景。但是单个SE查询的结果仍然是不全面的，例如收集网页最多的AltaVista共收录1.5亿个，检索范围只涵盖整个因特网网页数目的47%。有人统计，使用6个搜索引擎所得到的结果是使用单个网站搜索所得结果的3.5倍，对Web的覆盖可达到60%。因此，那些作调研的人为尽量多地收集资料，往往需要连

续查询几个SE，以得到相互补充的查询结果，于是出现一种被称为“ All-in-One Search Page ”或“ Meta Engine ”的网页或网站，它能让用户一次提问就可以遍历主要的SE，得到最全面的结果，也就是说他们是引擎的引擎。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