

搜索引擎关键字类别研究电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_\\_E6\\_90\\_9C\\_E7\\_B4\\_A2\\_E5\\_BC\\_95\\_E6\\_c40\\_645669.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E6_90_9C_E7_B4_A2_E5_BC_95_E6_c40_645669.htm) 与搜索引擎进行对话需要用到关键字，表面上看，人类的自然语言构成了搜索引擎的关键字。但搜索引擎独特的搜索语法又决定着对自然语言的使用，不能简单复制到利用搜索引擎进行的信息搜索中。从实际应用的角度看，搜索引擎的关键字依不同的标准可以有不同的划分，包括按语言要素的大小、关键字的使用频率、关键字的属性特征和不同的文件类型进行划分。根据中国互联网信息中心的第14次中国互联网发展状况的调查报告，截止到2004年6月30日，中国的上网用户已达到8700万，在用户使用的各种网络服务中，搜索引擎列第二位，其被使用的频率仅次于电子邮件[1]。这一数据显示搜索服务市场有巨大的潜在商业利益。从使用者的角度来说，用户不管是在雅虎、新浪、搜狐的分类目录里查找信息，还是在google、百度、中国搜索等专业的搜索引擎网站上搜索信息，都离不开关键词语，即通常所说的搜索引擎中的关键字。可以说关键字是用户与搜索引擎对话的直接语言，搜索引擎如果没有关键字，庞大的网络信息就无法接近；真正需要的信息也只能是望网络信息这个海洋而兴叹。搜索引擎中的关键字，与图书馆的索引目录有异曲同工之妙，但显然，搜索引擎通过关键字的搜索提供了比图书馆更多的信息，如果掌握了使用关键字的技巧，结合各不同搜索引擎的搜索语法，则搜索引擎给用户带来的海量信息的方便程度、快捷程度则要远远超越传统的图书馆。但究竟什么是关键字，搜索引擎里的关键字究

竟有那些特征，如何针对不同的搜索内容，合理快捷的搜索信息，怕就不是表面看起来的那么简单。通俗来说，关键字就是在搜索引擎网站页面的输入框里所要输入的文字，通常人类的各种自然语言构成搜索引擎的关键字。如果粗略的对关键字进行分类的话，每一种有文字的语言从理论上都构成搜索引擎的关键字，如英文、中文、法文、德文、俄文、西班牙文、日文等关键字，有只支持一种语言的搜索，比如国内的中国搜索([www.zhongsou.com](http://www.zhongsou.com))基本以支持中文搜索为主，有的支持数种语言，比如通过百度([www.baidu.com](http://www.baidu.com))可以搜索到中英文两种语言的信息，国外的teoma可支持10种语言，wisnut可支持25种不同的语言，而google更是可以支持34种语言。搜索引擎公司通过分析用户使用的字、词组、短语、句子的内容、种类、频率，可以直接分析用户网上的搜索行为，揭示用户对网上信息的兴趣所在。并把这些有用的信息提供给广告主，广告主依据自身的需要，可以向搜索引擎公司购买某个或某几个关键字，以期用户在用这些关键字搜索时，能在搜索结果页面展示自己企业的广告信息。这种作为搜索引擎的关键字广告越来越被商家所接受，从这个角度来分，关键字可以分为可商用的关键字和非商用的关键字，比如"英语培训"这个关键字就具有一定的商业价值，对那些英语培训机构有很大的吸引力，事实上，当用户用这个词在google上搜索时，同一搜索结果页面的右侧区域从上到下列有八家公司；百度也用有商业价值的关键字进行搜索结果的"竞价排名"。相反，一些关键字则因为太普通或没有任何直接或间接的商业联想，就不具有商业价值，比如走路、吃饭、穿衣、坐车等等。搜索引擎关键字除了按语种和有无商业价

值进行划分外，从网络用户具体搜索时的行为看，关键字还可按不同的划分标准区别。在实际应用中，搜索引擎中的关键字可以按语言要素的大小、关键字的使用频率、关键字的内容、搜索的文件类型四个标准来划分。

一、按语言要素的大小，搜索关键字包括的种类有：

- 1、单字，是一种自然语言的基本构成单位，比如英文中的game、book、idea、welcome等，中文中的鞋、书、想、棒等。单字是关键字的基本构成单位，也是最小的搜索关键字。
- 2、词，在搜索引擎里指一种自然语言中由两个或两个以上单字构成的关键字，如：search engine、key word、marketing research、服装、学生、拖拉机、英语学习等。
- 3、短语：由一种自然语言中的两种或两种以上的语言成分构成的关键字，但还没构成一句完整的话。比如：最好的大学、英语的学习方法、互联网络具有、学生喜欢。用短语进行搜索，用户往往能找到更加准确的相关信息。
- 4、句子：由一种自然语言中完整的一句话进行搜索时构成的关键字。比如：什么是搜索引擎、互联网通讯的原理是什么、怎样提高word的使用技巧，等等。当然，这种用自然语言进行的智能搜索，目前的效果还强差人意。美国的ask jeeves搜索引擎支持提问方式的句子搜索，但搜索结果的相关性不能令人满意。需要注意的是，有些单字，在语法上往往起代词、介词、助词、虚词的作用，在一些搜索引擎里往往做忽略处理，比如在google里用中文的"地、得、的、了、之、吗"等进行搜索时，会被提示没有列入搜索范围，同样英文中"i、www、com、the、of、in、is、are、was、that"等也被作为忽略关键字。如果用短语或句子进行搜索时，所在的短语或句子包括这些字符，则可以通过特殊的搜

索语法进行强制搜索，比如，在google里，可以对这个短语或句子添加引号。

## 二、按关键字的使用频率，关键字可以分为：

- 1、常用关键字：是一种自然语言中最常用的而且是人们日常生活进行沟通经常使用的部分，常用关键字可以是单字、词、短语、句子。用户搜索通常都用常用关键字进行搜索。
- 2、高频关键字：是指用户进行搜索时经常频繁使用的字词，而且依社会群体、阶层的不同而有所差异。比如对大学生群体，在搜索引擎里出现的高频关键字可能会是：考研、出国、留学、托福、就业等，而对一个已有身孕的妇女，高频关键字更可能出现的是：胎教、100test、孕期保健之类的词汇。
- 3、热门关键字：是指在一定时期被网络用户普遍搜索的字词，该热门关键字反映当前社会关注的热点问题，比如：倒萨、非典、SARS、神五、奥运等。百度的搜索风云榜，就有热门搜索top50；或反映一个群体关注的热点，同样是百度的搜索风云榜，就有十大影视作品风云榜、十大美女风云榜、十大IT品牌风云榜、十大数码产品风云榜等二十几个，这种热门关键字的排行根据不同主题依次列出。

## 三、按关键字的属性特征来划分，关键字可以分为：

- 1、专有名词：指人名、地名、品牌名称、或其它事物的专有名词，如NBA、GMAT、北京、张柏芝、西湖、中国移动、清华大学等等，百度的搜索风云排行榜所依据的关键字多数就是专有名词这一类型，如软件名、游戏名、风景名胜名、大学名、富豪名、汽车名、IT品牌名、数码产品名等等。
- 2、普通名词：包括在前面所说的除专有名词之外的单字、词之中。
- 3、错别字：是指网络用户在使用关键字进行搜索时，输入拼写错误的关键字。用英文进行搜索时，一些搜索引擎对错误有纠偏

功能，比如在google中想搜索的关键字是free hand，结果却输入成feer hand，并按这个输入进行了搜索，英文中当然没有feer这个字，在返回的结果页面，搜索引擎会问用户是否找的是free hand。或者在百度里搜"一心一意"，结果输成"一新一意"，百度搜索引擎一方面会把含有"一新一意"这一关键字的页面返回来，同时，也会问用户要找的是否是"一心一意"。

四、按搜索的不同文件类型，关键字还可以划分成：

- 1、搜索超文本标置语言(html)网页的关键字：搜索时，可使用单字、词、短语、句子进行搜索，但用短语或句子往往更能得到精确的结果。因为用户搜索网站，强调的是搜索结果的相关度，即搜索的质量，而不是数量。目前的互联网站点已多不胜数，截止到2003年底，光中国就有近60万个万维站点。用一两个单字、词往往不能查到很精确的网站。
- 2、搜索文本文档的关键字：搜索时，可使用单字、词、短语、句子进行搜索，从搜索的效果来看，以单字和词为主的搜索效果较好，并且可以配合使用专有名词。这样，会使搜索的范围扩大，能返回更多的搜索结果。目前网络上存在的文档类型主要有doc、pdf、txt、ppt、zip等。与搜索html页面不同，搜索这类文件，需要一定的搜索语法，比如在google里就可以用filetype这个语法加关键词进行搜索。如要搜doc格式的包括"电子商务"关键字的文件，可在google搜索输入框里输入：  
filetype:doc电子商务。北京大学的天网搜索引擎有专门的文件搜索分类。
- 3、搜索多媒体文件的关键字：包括图片、声音、动画、视频文件等。搜索时，可使用单字、词，以名词为主，可以是专有名词，也可以是一般名词。多媒体信息是互联网上的重要资源，而且随着计算机、网络和通讯软硬件

性能的提高，这部分资源呈现出加速增长的趋势。不少搜索引擎对这部分资源进行单独分类，google有"图象"的分类，百度有"MP3"、"图片"的分类，中国搜索有"图片"、"MP3"和"flash"的分类。还有专门的这类搜索引擎，比如：英文网站中搜索视频的altavista；中文网站中搜索动画和声音的sogua等。除了以上四种分类，在实际搜索中还可以按不同专题进行划分：比如购物、游戏、软件、人、大学等，一般是以单字、词、短语为主，在实际操作中，更多的是以专有名词的形式出现。比如要买某一品牌的电脑，可直接用其品牌名称进行搜索。门户网站雅虎有人员搜索，google目前提供专门的购物搜索和大学搜索，但尚不支持中文。天网支持产品搜索，而8848目前则把自己标榜为全球最大中文购物搜索引擎，可搜索网上的800多万件商品。与网络信息对话的工具越来越依赖搜索引擎，而与搜索引擎对话要靠关键字。搜索引擎既被一般网络用户使用，也被商业界普遍看好。但不管是哪一方，对这个对话的语言"关键字"都不应该轻易放过，它不象表面看来的那么简单。通过更好运用搜索关键字，同时掌握各相关搜索引擎的搜索语法，普通个人可以极大的提高搜索效率，在最短的时间找到相关信息；商家则可发掘搜索关键字巨大的商业价值，这个价值通过关键字广告，可能体现在短期的销售增长上，更可能是长期企业品牌形象的提升上。

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](http://www.100test.com)