



视觉中国供图

“前浪”“后浪”逐鹿搜索引擎 搜索的未来可能是“更少的搜索”

本报记者 崔爽

搜索引擎市场成为互联网巨头们的新战场,各公司争相押注搜索引擎,“前浪”与“后浪”之争日益激烈。

今年4月,背靠阿里的夸克搜索发布最新版本App,主打拍照搜题、卡路里识别等功能,着力在教育与医疗领域发力;今日头条在搜索

引擎方面也蓄力已久,2月,头条搜索App上线,近期“头条百科”上线,业务范畴直接对标百度;5月,华为在海外上线花瓣搜索(Petal Search),据称为替换谷歌搜索而开发。

中国搜索引擎发展已有20年之久,随着互联网生态更加强调垂直化、细分化,各家平台开始打造内容与流量闭环。搜索引擎的功能不断被重新定义,市场竞争也开始进入新的阶段。

引擎无法接入更多App信息,那么用户检索信息的难度就会增加,使用热情也会逐渐消减。

据中国互联网络信息中心公布的第44次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,虽然2019年国内搜索引擎用户总数继续上升,但使用率却已经连续第二年下滑,从2017年的82.8%下降到81.3%。

这表明,用户对于搜索引擎的依赖正在逐步下降。不过,搜索引擎的使用率下降,并不代表着人们不再需要“搜索”,甚至从某种程度上来说,垂直化产品的兴起从侧面证明了人们对精准信息的高度需求。

过去,搜索引擎处于被用户触发的状态,过程可简单理解为“输入关键词然后呈现结果”。如今,自动联想、实时显示相应结果等技术让搜索过程变得更加轻松,但由于用户触发搜索行为的逻辑没有发生变化。

最大的改变在于搜索的过程更具交互性。

用户在使用各类App时,App的运营方也在通过分析用户喜好的直接路径,利用大数据等智能技术,精准了解用户的需求和自身特征,以提供更加个性化、专业化的服务。

用户向平台传递的需求信息,成为了平台洞悉用户喜好的直接路径,成功对用户进行画像则意味着更高的商业价值。更加精准的匹配,成为了用户与平台之间最好的“黏合剂”。这无疑是在信息流大行其道的当下,搜索领域风云再起的原因之一。

在这个时代,搜索引擎成为了用户与场景、精准匹配信息间的双向通道,它既是用户进入某个生态的通用工具,同时又是App洞悉用户需求的途径。这种深度衔接带来的最直接影响就是,搜索之后的呈现结果可能会影响App本身。例如,若数以万计的用户在淘宝的搜索栏里搜索“宜家”,就会成为促成淘宝与宜家合作的因素之一。

新技术让搜索引擎变得不同以往

今天的搜索引擎市场,即便被百度等一众“前浪”鲸吞,后入场者也能寻得一方天地。夸克搜索的负责人郑嗣寿认为,搜索用户更愿意为好的产品买单,而不会太过于纠结入场时间早晚的问题。

这种看法与今日头条CEO朱文佳不谋而合。在谈及头条搜索时,朱文佳表示:“做好搜索引擎,首先需要技术,技术决定搜索的体验;其次是内容,内容是搜索的根本;最后是初心,决定了产品是否能走得长远。”其中的“初心”,指的就是用户体验。

刘蕾蕾认为:“对用户使用习惯的自信与滥用,重视流量,轻视内容与体验,让互联网时代的变革成为了搜索引擎衰落的导火索。”重塑信任是搜索引擎争取用户的不二法门。

如何为用户提供更好的使用体验?在360集团CEO周鸿祎看来,颠覆搜索的,不会是下一个搜索引擎。人工智能对搜索引擎的重构还有着很大的想象空间。

传统搜索引擎的检索结果多以图文形式呈现,如今依靠人工智能技术,不仅实现了语音和图像搜索功能,还可以实现人机对话功能,刘蕾蕾预测,在未来,搜索词的检索方式“将被对话问答、视频检索所替代”。

“努力打造差异化产品并不断提升搜索引擎智能化结构,以此作为突破口就有望寻求成长空间。”闫怀志说,夸克搜索即属此例。夸克能在搜索引擎中脱颖而出,除了背靠阿里生态之外,还得益于它在AI领域的深耕,以“工具+生态”圈出新领地,目前已实现搜索框精准直达,重点升级了拍照搜题、拍照翻译、拍照转文档等AI学习工具。

百度创始人李彦宏则表示,人工智能技术让内容推送与查找结果之间的边界日趋模糊,过去的“问答式”搜索将会变得更“对话感”。越来越多的搜索将直接得到答案,而不是像往昔,给用户很多链接让他们自己去寻找正确答案,搜索的未来是“更少的搜索”。

搜索框背后是各家生态闭环的较量

移动互联网时代,搜索转场移动端的现象已经非常明显。新玩家们纷纷以“搜索工具+业务生态”的模式强力入场。

继4月阿里夸克发布新版本后,5月底,阿里再次加码,支付宝搜索业务宣布首次成为独立事业部,意味着其战略地位在支付宝内进一步提升。

根据支付宝官方数据显示,过去一年,搜索已经成为用户在支付宝端内获取小程序服务的核心流量入口。新式茶饮品牌奈雪的茶6月中旬发布战报:两个月时间,其支付宝小程序搜索量均提升50%,强大的搜索流量也推动会员数量猛增近8倍。

但值得关注的是,尽管支付宝成立了搜索事业部,但支付宝所做的搜索,仅是端内搜索。打造“内容+服务”的闭环,已经成为阿里在搜索业务中新的落脚点。

对此,阿里巴巴智能搜索业务部负责人吴嘉

解释,从PC(电脑端)时代到移动时代,搜索的需求从来没有减少,只是不再单纯地发生于搜索产品中。他表示:“一个搜索框就能打赢的时代已经过去,一定要敢于面向未来定义搜索。”

同样在打造生态内闭环搜索的还有今日头条。出身流量平台的今日头条,已经建立起庞大的自有内容池。“在实现了旗下各内容平台搜索功能的整合之后,旗下内容生态之间可以相互连接,有效信息可通过多渠道直达,并持续构建更为庞大的内容生态。”北京理工大学计算机学院及对抗技术研究所所长闫怀志说。

而华为的入场更像是一场自救。花瓣搜索海外上线,与鸿蒙系统、App Gallery应用商店等一起,成为华为全面替代“安卓+谷歌服务”的备胎方案。对此,闫怀志认为,虽然花瓣搜索较之传统搜索厂商仍显稚嫩,但其最大的意义在于“迈出了全盘替代谷歌服务应用的关键一步”。

成为用户与App匹配的双向通道

如果说搜索是用户主动“觅食”,那么如今铺天盖地的信息流对于用户来说则像是一种“投喂”。艾媒咨询分析师刘蕾蕾认为,随着“推送”这一概念的出现,用户的注意力被分散至短视频、电商等具有个性化推荐的移动端,使用习惯也开始从主动获取内容逐渐转向

被动获取。

移动互联网时代,用户接触最多的往往是各类App,不同的App之间不可避免地形成了信息割裂。“这种移动应用间的‘信息孤岛’效应,给搜索引擎的全网搜索、全面搜索带来了较大的无法触及的空间。”刘蕾蕾表示,如果搜索

微软颠覆开会模式,让你的“分身”出现在会议现场

想要在线办公更普及,光靠“玩花活”还不够

本报记者 马爱平

目前在线办公更像是替代性需求

巨头纷纷投身在线办公“蓝海”,各款软件百花齐放。据报道,有数据显示,2020年中国智能移动办公市场规模将达到449亿元,全球市场也将迎来一次大爆发。Facebook、谷歌等IT行业巨头也纷纷入场。

不久前,微软研究院新推出了一种在线会议系统VROOM。远程会议用户戴上VR头显设备后,可在机器人的辅助下让自己的“分身”去现场开会,并和在场同事进行实时交流互动。办公室的同事戴上AR头显设备后,就可以与远程办公者“在一个时空汇聚”,看到彼此并打招呼。

花样百出的在线办公方式会有效提升办公效率吗?经过数年的发展,在线办公领域的发现还面临哪些待解的难题,又该如何破局呢?



视觉中国供图

改变发生在今年春节期间,伴随新冠肺炎疫情肆虐,相当一部分的企业、组织和个人开始把原来在线下的工作和生活等搬到线上,这促生了全球范围内最大规模的在线办公需求,2020年也被称作

是中国“远程办公”或者说“云办公”的元年。

“目前,中国的在线办公主要还集中在企业的业务拓展和商业活动用‘线上’代替‘线下’的层面,因此在线办公的需求更像是一种替代性需求,而不是常规能力、常态化需求。”葛珂说,未来在线办公发展的关键,在于能否帮助政府、企业、高校等组织建立使用习惯,以实现线上办公常态化趋势,而不至于在疫情结束后迅速被抛弃。这意味着需要在具体的应用场景层面,做大量从技术功能化到产品服务化的升级。

他指出,在线办公的模式应该与传统行业或者产业进行深度融合,进而优化甚至完全改变一些行为场景,需求场景。比如,教育领域的在线课堂、无接触的政务办公等。

变成更多人的主动选择 仍有障碍

复旦大学管理学院教授黄丽华认为,中国的在线办公企业站上了发展风口,在线办公软件的快速普及与迭代助力中国企业提前3年驶入数字化快车道。从实践应用的广度和深度看,在线办公应用已经成为中国企业数字化的端口型新基建。

葛珂认为,未来在线办公软件的3个变化会促成其进一步的普及:“第一,随着云计算技术的快速普及,在线办公软件将变得更加简单易用;第二,未来在线办公软件的方案、技术手段将越来越多,越来越先进,使用它的办公工作效率也会提升得更高;第三,5G的来临让整个带宽成本、存储成本、云服务的成本快速下降,这也促使

了在线办公成本的降低。”葛珂说。

虽然人们普遍认为远程办公应该是大势所趋,但在王鹏看来,远程办公想从非常时期的“不得不用”,变成更多人的主动选择,把机遇转化为发展的持久动力,操作起来仍有一定障碍,需要相关在线办公平台付出更多努力。

王鹏指出,针对科学家和工程师交流模式的研究表明,若两张办公桌距离超过30米,他们定期交流的可能性接近于零。IBM公司曾做过一项测试证实,同一办公室里的员工对于一个潜在问题平均要交流38次,而不同工作场地的员工遇到问题时通过线上的交流只有8次。因为人与人之间的协作并不止借助于语言、动作、手势甚至一个眼神都可以对外传递交流信息。即便网络延时被一再压缩,但无法逾越的物理门槛,始终会让人与人之间的协作体验大打折扣。同时,信息技术的介入容易导致工作时间变长,这也容易给员工带来职场焦虑。正因如此,视频会议这种远程办公形式早已出现,但推广一直很难。

“此外,在线办公软件要实现大规模应用,还会对相关配套设施提出更高要求。例如,在线办公对网络带宽、终端硬件的要求很高,直接使用公共网络的话,使用人数过多容易造成掉线、卡顿、延时等问题,这会明显降低工作效率。”王鹏说,“近日,由于众多企业和单位密集使用远程会议系统,给服务器造成巨大压力,一度导致一些线上办公软件崩溃。这也提醒相关在线办公平台,提升技术能力、优化服务体验,才是在线办公能够赢得用户的关键。”

行业观察

打造数字经济新优势 “互联网+”正升级换代

本报记者 崔爽

近日,天猫宣布将实景逛街技术大规模应用于商业体,多家“互联网+”平台也着力布局虚拟场景设置,为消费者增加体验,让线下门店拓宽空间,借数字技术逐步开拓新商机,释放新动力。

此前,工业和信息化部发文提出将推动工业数据全面采集和开放共享,研制产业链图谱和供应链地图,助力协同发展。很多地方也在积极尝试用数字技术摸排产业链痛点、难点,为中小企业降本增效。据了解,目前有不少“互联网+”平台、龙头企业向中小企业开放了计算能力、数字资源,着力构建数字化“生态圈”。

在全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势的背景下,“互联网+”的内涵与外延正在不断升级进化。

“以前的‘互联网+’以更方便生活、更便捷生产为主要导向,相对更看重经济效益和近期效能,更高级的‘互联网+’应该更有助于激发人的创新活力,推动形成一个不断学习和创新的社会。”中国科学院科技战略咨询研究院副院长樊杰如此表示。

从2015年“互联网+”行动计划首次提出,到后来经过几年的发展,尤其是抗疫期间的锤炼,“互联网+”已经迎来全新的发展机遇,也被寄予新的要求和期待。

“就像2003年‘非典’催生了电子商务,也使互联网在市场的磨砺中找到了成熟的商业模式。这次疫情也让我们更加认识到了信息技术深度融合与数字化转型所带来的巨大效益,大数据、远程医疗、电子商务、移动支付等为疫情防控和复工复产发挥了巨大作用,现在我们又出现了很多热词,如云办公、健康码、在线教育等,这些也越来越广泛地被大家所接受。”谈到推进“互联网+”行动时,国家发展改革委高技术司司长伍浩表示。

以“共享用工”为例,这种原本近乎于互联网公司和餐饮企业的“疫期互助”的尝试,取得了良好的效果,而相关企业也随之开始开发共享用工平台,希望通过数字化的方式,将共享机制常态化,提升供需对接效率,惠及更多企业和消费者。

“已有的互联网就业平台、零工经济平台,可以与政府合作,根据抗击疫情的经验教训,完善和调整原有的技术和业务架构,推动‘共享用工平台’成为数字经济新业态,抓住这个机遇健康快速发展。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示,疫情过后,不再止于互联网、新零售、餐饮服务,共享用工在养老、托育、家政等就业潜力大的领域将进一步发展。这是“互联网+”谋求新突破的典型案例:从散点式到平台化,从自发行到规范化发展。

“‘互联网+’要面向三个转变。”樊杰直言,一是要以满足人民发展需求为中心,近期以“六保六稳”为基调,着力改善人民生活,扩大百姓消费;二是加强科技创新,助力发展方式的转型升级;三是重点发展具有韧性和安全性的产业,为经济发展奠定稳固基础。

在他看来,今后的“互联网+”将不仅注重于经济生活和产业发展领域,而且要在国家治理能力和治理体系现代化中发挥作用。

“中国治理现代化偏重政府部门,注重‘互联网+’用于电子化办公、数字系统建设,比如搭建文件协同系统、视频会议系统等,还存在一定局限性。”樊杰说,“未来‘互联网+’助推治理体系现代化,应渗透到治理体系的方方面面。如何形成日常和应急状态下的数字化管理,充分发掘并合理统筹全社会各治理主体的能动性,是新一轮‘互联网+’要考虑的问题。”

消息站

“数字新基建”再掀浪潮 国家电网携手华为等共同发力

新华社(记者姜琳)国家电网公司近日发布了“数字新基建”十大重点建设任务,并与华为、阿里、腾讯、百度等41家合作伙伴签署战略合作协议。

“这次发布的‘数字新基建’十大重点建设任务,聚焦大数据、工业互联网、5G、人工智能等领域,2020年总体投资约247亿元,预计拉动社会投资约1000亿元,将带动上下游企业共同发展。”国家电网公司董事长毛伟明说。

这十大任务包括:建设以云平台、企业中台、物联平台等为核心的基础平台,打造能源互联网数字化创新服务支撑体系,年内初步建成两级电网数字化平台。

建设以电力数据为核心的能源大数据中心,以智慧能源支撑智慧城市建设,年内建成7个省级能源大数据中心。

建设电力大数据应用体系,年内完成12类大数据应用建设。

建设覆盖电力系统各环节的电力物联网,年内建成统一物联管理平台,打造5类智慧物联示范应用。

建设技术领先、安全可靠、开放共享的能源工业云网平台,年内实现交易规模800亿元。

建设“绿色国网”和省级智慧能源服务平台,年内完成“绿色国网”和15家省级平台上线,实现5家省公司全部高压大工业客户和2.9万户年用电量100万千瓦时以上楼宇客户接入。

加强5G关键技术应用、行业定制化产品研发以及电力5G标准体系制定,年内打造一批“5G+能源互联网”典型应用。

建设电力人工智能开放平台,年内建成人工智能样本库、模型库和训练平台,探索13类典型应用。

建设能源区块链公共服务平台,推动线上产业链金融等典型应用,年内建成“一主两侧”国网链,探索12类试点应用。

建设电力北斗地基增强系统和精准时空服务网,年内累计建成北斗地基增强站1200座,推进四大领域典型应用。