

AI重塑搜索生态 百度360主导格局或瓦解

文/李静

遇到问题,打开搜索引擎,是过去很多年互联网用户的固定使用习惯。随着AI大模型技术快速发展,搜索引擎也迎来全新变革,AI搜索应运而生。人们不再需要苦思关键词,直接把问题给到AI搜索,AI搜索不仅能提供答案,还能对检索到的答案进行总结。

“AI搜索正在逐渐蚕食传统搜索的市场份额,变成一个主流流量入口。”值得买科技CTO王云峰在接受《中国经营报》记者采访时说道。市场普遍认为,生成式AI正在重塑搜索的体验;同时,AI搜索的流量入口价值,也得到了行业的认可。2024年,在国内市场中,百度、360等传统搜索引擎,将AI能力嵌入到原有搜索引擎中,同时,它们还推出独立的AI搜索产品。另外,一批新势力也加入AI搜索市场中。新老势力们正在共同热火朝天地探索着AI搜索的终极形态。

用户习惯:从被“驯化”到回归

在使用传统搜索引擎时,用户需要对问题进行提炼,提取出多个关键词后然后进行搜索。但搜索复杂性的问题,往往需要多个关键词的叠加,在搜索过程中,关键词优先级混乱或被自动省略均会导致不准确的搜索结果,更需要用户逐一浏览、筛选。

360方面告诉记者,传统搜索引擎背后的技术是上一代的NLP算法,无法处理超过40个字的关键词,并且搜索词越长,匹配效果越差。而大模型加持后的AI搜索,可以准确识别用户意图,充分理解4000字甚至是400万字的搜索词。

北京大数据协会理事、融信数

联首席科学家张广志指出:“过去1年中,搜索最主要的变化体现在,大模型搜索产品能提供精确的、最有价值的结果,直接给用户最想要的内容,而不是让用户找来找去。”

阿里巴巴智能信息事业群副总裁周晓鹏在接受采访时表示,搜索引擎的核心价值是连接用户与他们寻求的信息,AI搜索重塑了信息获取方式,这是AI搜索未来拥有广阔前景的核心基础。

由于AI搜索更简单,也更符合人类提出问题寻找答案的本质需求,逐渐受到用户的欢迎。韩晖是湖北某大学的大一新生,在完成很多课程的作业时,他都会先用豆包、文小言等AI搜索产品。

韩晖对记者说道:“我们宿舍的同学都在用AI搜索,大家相互之间也会推荐好用的AI产品。”

根据第三方研究机构Gartner的预测,到2026年,传统搜索引擎的访问量可能下降25%。

市场格局:新玩家入局,独立AI搜索产品涌现

随着AI大模型的发展和市场的变化,传统搜索引擎公司也在积极融合AI能力。例如,在百度、360搜索问题时,提供的第一个答案都来自“AI智能回答”。

2024年,AI搜索领域还有一个明显的现象,就是独立AI搜索产品的涌现。百度和360虽然在搜索引擎中集成了AI能力,但仍然选择单独再做一款独立的AI搜索产品。

在百度和360之外,更多新面孔也加入了AI搜索的赛道。阿里巴巴、字节跳动、B站、昆仑万维等公司纷纷结合自身产品和平台生态推出AI搜索产品,另外还有不少创业公司推出了AI搜索产品,一些垂类公司也推出了

垂类细分市场的AI搜索。

赛迪研究院在2024年11月发布的《AI搜索行业发展报告》指出,AI搜索的崛起不仅是对搜索算法的优化,更是对用户信息检索方式的一次根本性重塑。随着新玩家先后入场,传统搜索市场的“寡头效应”正在被逐步打破。

目前,市场上AI搜索发展情况呈现各有特长的趋势。例如,Chat-GPT侧重结合AI给出总结的答案;Perplexity侧重对搜索结果的AI整理;Genspark侧重生成更丰富的内容,丰富到能针对不同的引导思考关键词,再次给出完整系统的AI整理报告。

“不同的AI搜索方向都会有自己的客户群体,同一用户有时针对特定的问题可能会去能直接给出精确答案的平台,或者能给出分析报告式结果的平台。”张广志对记者说道。

另外值得关注的是,类似小红书、知乎、什么值得买这样偏私域的社区平台也推出了垂类AI搜索产品,因为它们拥有大量独有的专业领域内容和用户生成内容,这些内容不仅可以作为AI搜索的语料,还可以缩短用户获取优质内容的路径,提升搜索效率。上述报告认为,由它们推出的垂类AI搜索产品,未来将逐步分流传统搜索用户,并有望孵化出现象级产品。

技术迭代:搜索不是终点而是起点

随着大模型各项相关技术的发展,AI搜索在过去的一两年时间得到了快速发展。360公司相关负责人表示,如果把“AI含量”和“AI能力”两个指标相结合,可以大致把AI搜索的发展划分为三个阶段。2022年年底到2023年年初的AI搜索引擎1.0时代,处于“搜索

AI大事件



- 2023年12月**
 - AI搜索引擎Perplexity发布
- 2024年1月**
 - 360 AI搜索App上线
- 2024年3月**
 - 初创公司秘塔上线秘塔搜索
- 2024年6月**
 - 知乎直答上线
- 2024年8月**
 - 抖音搜索App上线
- 2024年9月**
 - 文心一言App更名为文小言,定位为百度旗下“新搜索”智能助手
- 2024年10月**
 - OpenAI SearchGPT上线
- 2024年11月**
 - 阿里国际面向全球商家推出了首个B2B AI搜索引擎Accio

刘洋/制图

结果+LLM摘要”阶段,依旧以传统关键词检索与排序为主,LLM只做简单的“答案提炼”;2023年年中到2024年下半年是搜索引擎2.0,AI原生搜索引擎雏形阶段,从底层架构(抓取、索引、知识库、语义排序、生成)融入大模型思维,引入对话式交互和多模型协同机制,具备更高智能化和对噪声的过滤纠偏能力;从2024年年末开始,是AI搜索引擎3.0,AI搜索进入多模态内容创作引擎、多模态与跨场景深度融合阶段。

“但需要说明的是,截至目前,几个阶段还处于共存的状态,但在可见的未来,AI搜索都会进化到3.0阶段。”360公司相关负责人强调道。

回顾过去一年,AI时代下的搜索框已经突破了传统搜索的束缚,不再局限于简单的文字搜索,而是可以提

供包括文本、图片、音视频等在内的跨模态搜索体验,并逐渐演化为集搜索、存储、整合、提炼、创作于一体的全能型智能助手。比如,一些AI搜索已经在尝试“拍照即可提问”。“AI搜索从最初只能给出问答结果,到逐步能给出参考来源,再到后来能够给出多维度对答案的整理,比如答案大纲、扩展报告等。”张广志对记者说道,2025年通用AI搜索给出的结果会更加准确。并且,AI搜索周边功能会更加全面,每一个周边功能都是最强的AI搜索会胜出。“因为用户对AI搜索引擎的需求,不会只是一个AI搜索引擎,而是具备通用人工智能能力或者超级人工智能能力的AI搜索引擎。”

360公司相关负责人亦表示,搜索并不是用户需求的终点。很多时候,用户需要的是从问题检索到内

容创作的“生产闭环”,形成完整工作流。

2024年年末,很多AI搜索产品正在接入或者考虑接入,能够承载搜索结果的周边服务能力。

昆仑万维董事长兼CEO方汉表示:“从目前的情况来看,训练的Scaling Law(规模化法则)其实还是有所放缓的,但是基于慢思考的、推理的Scaling Law又开始涌现。AI搜索的产品形态只是一个暂时的形态,为了让传统搜索引擎用户,能够很顺畅地迁移到新形态的AI搜索上去。但是随着技术和产品的迭代,相信新的交互形式、新的产品形式都会在AI搜索上展现。大家现在都在卷模型的指标。以后当技术进步放缓的时候,产品就会介入。长期来看,改变世界的是产品。”

2024年度卓越雇主品牌企业 优秀案例

品牌传播力雇主

锐捷网络股份有限公司

ESG实践雇主

宁德时代新能源股份有限公司

品牌传播力雇主

信飞誉远(上海)数字科技有限公司

ESG实践雇主

中国农业发展银行

品牌传播力雇主

深圳冰川网络股份有限公司

ESG实践雇主

凤凰飞扬(北京)新媒体信息技术有限公司

卓越数智体验雇主

杭州巴士传媒集团有限公司

全球化实践先锋雇主

和铂医药集团

卓越数智体验雇主

泰康养老保险股份有限公司

全球化实践先锋雇主

交通银行股份有限公司

卓越数智体验雇主

广发银行股份有限公司信用卡中心

全球化实践先锋雇主

阳光新能源开发股份有限公司

卓越数智体验雇主

广东信源物流设备有限公司

全球化实践先锋雇主

保诺-桑迪亚

卓越数智体验雇主

一汽-大众汽车有限公司

成长性雇主

华葺(上海)科技有限公司

大学生关注雇主

中国通用技术(集团)控股有限责任公司

成长性雇主

贰零四玖投资集团有限公司

大学生关注雇主

深圳百果园实业(集团)股份有限公司

成长性雇主

惠州迪芬尼声学科技股份有限公司深圳分公司

大学生关注雇主

广东一方制药有限公司

卓越雇主品牌

深圳市中科蓝讯科技股份有限公司

大学生关注雇主

作业帮教育科技(北京)有限公司

卓越雇主品牌

北京电子数智科技有限责任公司

大学生关注雇主

中联重科股份有限公司

卓越雇主品牌

中国银行股份有限公司

DEI多元化引领雇主

北京鼎尖世纪广通物流有限公司

卓越雇主品牌

上海君实生物医药科技股份有限公司

DEI多元化引领雇主

大众汽车(安徽)有限公司

卓越雇主品牌

内蒙古鄂尔多斯投资控股集团有限公司

DEI多元化引领雇主

北京易点淘网络技术有限公司

排名不分先后顺序

广告