

# Китайская поисковая система Байду

Чжоу Вэйлинь

гр.410

Журфак МГУ

Google, Yahoo, Yandex, Bing, Ask, AOL...Какой еще поисковой системы не хватает в этом списке наиболее распространенных поисковиков всего мира? Просвещенный интернет-пользователь может указать Baidu (кит: 百度) — абсолютный лидер среди китайских поисковых систем.

Байду- Китайская компания, предоставляющая веб-сервисы, основным из которых является поисковая система с таким же названием - лидер среди китайских поисковых систем. По количеству обрабатываемых запросов поисковый сайт «Байду» стоит на 2 месте в мире.

Baidu появился в 2000 году. Его основатели — Робин Ли и Эрик Сю, оба они получили высшее образование в Штатах (Robin Li и Eric Xu — это американизированные варианты их имен, Li Yanhong и Xu Yong).

Чистая прибыль Baidu за год выросла на 112,4 процента до 156,4 миллиона долларов США в этом году. Положительная тенденция стала результатом усиленной работы компании над расширением своей клиентской базы, а также тех усовершенствований, которые были внесены в систему онлайн маркетинга. Об этом сообщил генеральный директор Baidu Робин Ли (Robin Li) на недавно созванной конференции. Доходы компании выросли на 76,4 процента до 337,2 миллиона долларов. В третьем квартале Baidu захватила 73 процента китайского рынка поисковых систем (в прошлом квартале этот показатель составлял 70 процентов), и исследовательская фирма из города Пекин Analysys International называет это новым рекордом.

Baidu переманивает пользователей у своего главного конкурента Google, который продолжает терять долю китайского рынка с тех пор, как в марте компания сообщила о том, что прекращает цензурировать результаты поиска. Доля рынка Google упала до 21,6 процента в третьем квартале, по сравнению с 35,6 процента в конце 2014 года. Одной из нововведенных инноваций Baidu для привлечения пользователей стало появление приложений в поисковой системе. Компания назвала эту концепцию «окном вычислений». Ли заметил, что 30 процентов запросов

в поисковой системе связано с приложениями. Как часть этой идеи, в начале сентября Baidu официально запустила серию новых развлекательных функций, которые дают возможность пользователям играть в игры, смотреть телевизионные шоу, покупать книги и слушать музыку прямо на странице Baidu.

Байду сочетает черты полнотекстовых поисковиков типа Google, Yahoo и т.д. с чертами платных поисковиков, где позиция сайта в выдаче определяется стоимостью за клик (переход пользователя по ссылке с поисковика на сайт).

В Байду существует услуга «аукционного» ранжирования для коммерческих сайтов. Ее смысл сводится к помещению на первых местах выдачи по поисковому запросу с определенными ключевыми словами тех сайтов, чьи владельцы назначают большую, чем конкуренты, сумму за клик. На странице <http://jingjia.baidu.com/> можно попробовать ввести ключевые слова и посмотреть количество конкурентов и цены (даже по популярным запросам цены сравнительно небольшие – редко превышают 1 юань=3,5 рубля). В выдаче сайты, продвинутое таким образом, сопровождаются пометкой 促销 (promotion) в отличие от условно «некоммерческих» сайтов с пометкой 快速 (быстрый поиск Байду). По наиболее популярным и «хлебным» запросам первая десятка выдачи крепко забита проплаченными сайтами.

С этой и другими причинами связана необходимость владельцев Байду оказывать существенное искусственное влияние на автоматические результаты выдачи. Именно поэтому китайские оптимизаторы не берутся за оптимизацию в Байду – ведь поведение машины спрогнозировать можно, а вот предсказать, как поведет себя человек, довольно сложно. Тем не менее, выделено несколько основных закономерностей «быстрого поиска Байду» (естественно, сайтов с «аукционным» ранжированием это не касается).

По-видимому, Байду в классификации ориентируется на следующие моменты:

- 1) популярность сайта;
- 2) участие в партнерских программах;
- 3) «некоммерческая» сайта (для коммерческих сайтов существует «аукционное» ранжирование, поэтому коммерческие сайты по возможности искусственно вытесняются из конкурентной борьбы в быстром поиске Байду);
- 4) его новизна (сайт не может занимать одно из лидирующих мест, если не обновлялся больше нескольких месяцев).

Как определяется популярность сайта? Судя по всему, Байду принимает во внимание следующие моменты:

- 1) количество внешних ссылок;
- 2) посещаемость.

Как и любые другие современные поисковые системы, параллельно собственно с поиском, Baidu развивает и дополнительные сервисы, среди которых:

- **Baidu Encyclopedia** — самая большая открытая интернет-энциклопедия на китайском языке. Да, Википедию они тоже обошли. В Энциклопедии Baidu статей в 10 раз больше, чем в китайской Википедии. Как и в Википедии, статьи пишутся зарегистрированными пользователями, как и в Baidu, они проходят цензуру.
- **Baidu Knows** — сервис вопросов и ответов, аналогичный Google Answers или Ответы@Mail.Ru.
- **Baidu PostBar** — достаточно своеобразное интернет-сообщество, тесно связанное с собственно поисковиком, в котором можно создать форум (Bar), введя в поисковую строку слово или фразу. В основном, там создают фан-сообщества звезд, фильмов, комиксов, книг и т.д.
- **Baidu News** — лента новостей.
- **Baidu Space** — социальная сеть.
- **Baidu MP3 Search** — как можно догадаться по названию, поиск по MP3. Эта фишка — еще один из секретов успеха Baidu и в то же время проигрыша Google. MP3-поиск, по их собственному признанию, приносит Baidu около 40% трафика. Если ввести в поисковую строку название песни, в результатах будут прямые ссылки на скачивание аудиофайла (или на прослушивание с помощью встроенного плеера). Подобные штуки применительно к картинкам или видео есть во всех современных поисковиках, но музыкальные файлы обычно защищаются авторским правом. Западные правообладатели пытались прижать Baidu за незаконное использование авторского контента, но как-то ничего у них толком не вышло...
- **Baidu WangPan** — облачный сервис, аналогичный Dropbox или Google Drive. Запущен был совсем недавно, в начале 2012 года. Бесплатно пользователям предоставляется 15 Гб дискового пространства, и этот объем обещают в будущем увеличить. Кстати, о Google Drive. Компания платит взаимностью за лояльность Baidu, и Google Drive в Китае попросту заблокирован.
- **Baidu Maps** — ну вроде бы карты как карты. Вообще, очень напоминает гугловские. Но есть одна просто потрясающая фишка (тут вспоминаем о тысячах трудолюбивых китайцев, которые работают в Baidu, и которых Робин Ли хотел скрыть от гугловцев). Помимо традиционной карты и снимка со спутников в картах Baidu есть 3D-модели крупных городов. Как они это делают, а главное, зачем — китайская народная загадка. Причем эти 3D-модели достаточно точно отражают реальную картину, вплоть до цвета скамеек и рекламы на билбордах — можно убедиться, сравнив их с панорамами Гугл.

Китайская корпорация «Байду» с каждым годом укрепляла свои позиции на азиатском рынке, используя для этого как технические, так и политические приёмы конкурентной борьбы. Этим летом один из самых влиятельных новаторов Эндрю Ын (Andrew Ng)

занял в ней пост ведущего специалиста лаборатории искусственного интеллекта, и для Baidu настали новые времена.

Сейчас Baidu понемногу вытесняет Google из бизнеса за пределами Китая и стремится активнее предоставлять услуги жителям других стран. После добавления поддержки японского языка её поисковик стал занимать второе место в мире по числу ежедневных обращений, а число фирменных сервисов превысило три десятка. На раннем этапе многие из них были созданы по принципу C2C (copy to China), но теперь руководство компании всячески старается изжить сложившийся стереотип о порочной практике заимствований и делает ставку на инновации.

По количеству обрабатываемых запросов поисковый сайт «Байду» стоит на одном из ведущих мест не только Китая, но и всего мира. С запуском своей японской версии Baidu уверенно обогнал сайт поиска информации Bing.

Так же, как оптимизация и продвижение сайта в поисковой выдаче Яндекс отличается от Google, в SEO-работе под Baidu важно учитывать ряд его специфических особенностей, наиболее важные из которых:

Flash и JavaScript. Если индексация содержимого Flash в Google и Яндекс в некоторой степени возможна, то Baidu не индексирует Flash вовсе.

Скорость индексации. По скорости индексации страниц сайта, внешних ссылок Байду так же, как и Яндекс, значительно уступает Google.

Апдейты поисковой выдачи происходят еженедельно по четвергам.

Вертикальный поиск. Данный поисковик высоко ранжирует в своей SERP результаты вертикального поиска: лидирующие места в выдаче занимают ссылки на другие проекты компании, такие как форум и поиск по видео.

Внешние ссылки довольно хорошо влияют на ранжирование. В особенности это касается ссылок с сервисов компании Байду, например, форума. У китайских оптимизаторов даже есть профессиональная поговорка на этот счет: «Контент – это царь, а бэклинки – это император».

Ключевые слова. При подборе ключевых слов необходимо учитывать ряд особенностей. Например, в отличие от разделения запросов на ВЧ, СЧ, НЧ, в Китае принято делить КС на короткие (по 2-3 иероглифа) и длинные (4 и выше иероглифов). Соответственно, продвижение по коротким запросам наиболее ценно и сложно, а по длинным – достаточно просто.

Контент. Китайский поисковый гигант очень требователен к уникальности контента. Строгие требования пресекают копипастинг не только исключением подобных страниц из поисковой базы, но и полным баном сайта.

robots.txt Baidu может не учитывать, индексируя даже страницы и разделы сайта, запрещенные в правилах документа.

Для начала рассмотрим главных игроков на этом рынке. Последние несколько лет структура рынка не сильно изменялась, можно сказать, что рынок поделен между «монополистом» Baidu, который занимает две трети «пирога», и всеми остальными. К 2014 году ситуация сложилась следующая:

Baidu.com (百度) с долей от 65% до 80%,

So.com (360 搜索) — 16-17%

Sogou.com (搜狗) — 9-10%

Soso.com (搜搜) — 3-3,5%

Google.cn (谷歌) — 2-3%

Bing.cn (必应) — 0.4-0.5%

Yahoo.cn (雅虎) — 0.2-0.4%

Youdao.com (有道) — 0.2%

Выпустив свой собственный поисковой гигант, Китай вышел в информационный мир как очень серьезный игрок. И занимая теперь лидирующую позицию в дальневосточной части мира, Baidu прекратила эру мировой монополии западных поисковиков. И что теперь будет дальше не известно...

Но чтобы не происходило события будут развиваться интересно.