



(12)发明专利

(10)授权公告号 CN 102375856 B

(45)授权公告日 2016.08.31

(21)申请号 201010262781.3

US 6125353 A, 2000.09.26,

(22)申请日 2010.08.23

审查员 张莹

(73)专利权人 腾讯科技(深圳)有限公司

地址 518044 广东省深圳市福田区振兴路  
赛格科技园2栋东403室

(72)发明人 乔鑫鑫 王迅

(74)专利代理机构 北京德琦知识产权代理有限公司 11018

代理人 谢安昆 宋志强

(51)Int.Cl.

G06F 17/30(2006.01)

G06Q 30/06(2012.01)

(56)对比文件

CN 101206646 A, 2008.06.25,

CN 101206744 A, 2008.06.25,

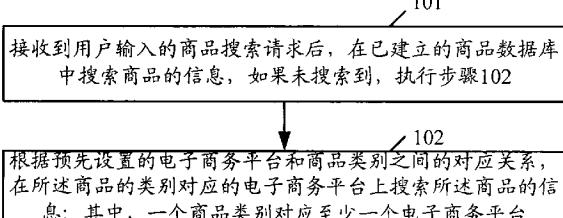
权利要求书2页 说明书5页 附图3页

(54)发明名称

一种商品搜索方法和装置

(57)摘要

本发明提供了商品搜索方法和装置，其中，该方法包括：A，接收到用户输入的商品搜索请求后，在已建立的商品数据库中搜索商品的信息，如果未搜索到，执行步骤B；其中，所述商品数据库包含多个电子商务平台中的商品信息；B，根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系，在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息；其中，一个商品类别对应至少一个电子商务平台。采用本发明，能够实现跨平台搜索，以便搜索到全面的商品。



1. 一种商品搜索方法，其特征在于，该方法包括：

A，接收到用户输入的商品搜索请求后，在已建立的商品数据库中搜索商品的信息，如果未搜索到，执行步骤B；其中，所述商品数据库包含多个电子商务平台中的商品信息，通过以下步骤建立：设定电子商务平台列表中的电子商务平台，在接收到商品信息搜索请求后查找对应的商品信息；抓取所述电子商务平台查找到的商品信息，确定该商品信息对应的关键词，将该商品信息和对应的关键词存入至所述商品数据库；

B，根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系，在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息；其中，一个商品类别对应至少一个电子商务平台。

2. 根据权利要求1所述的方法，其特征在于，所述步骤A中的搜索包括：

A1，对所述商品搜索请求进行分词处理，得到关键词；

A2，根据所述关键词在所述商品数据库中搜索对应的商品信息。

3. 根据权利要求1所述的方法，其特征在于，如果所述用户为微博用户，则该方法进一步包括：

E，以微博形式发布所述商品的文字描述或者图片；

F，接收并显示其他用户根据所述文字描述或者图片提供的商品信息，以使所述用户通过比较本步骤显示的商品信息与步骤B搜索到的商品信息，或者比较本步骤显示的商品信息与步骤A搜索到的商品信息，得到最佳的商品信息。

4. 根据权利要求3所述的方法，其特征在于，所述步骤F中的显示包括：

按照微博用户所关注的用户提供的商品信息优先级高于非关注的用户提供的商品信息优先级的原则，显示各个用户根据所述文字描述或者图片提供的商品信息。

5. 根据权利要求3或4所述的方法，其特征在于，在执行步骤E之前进一步包括：确定所述商品所属的商品类别；

所述步骤E进一步发布确定的所述商品类别；

所述步骤F显示的商品信息是其他用户根据所述文字描述或者图片、以及所述商品类别提供的。

6. 一种商品搜索装置，其特征在于，该装置包括：

数据库单元，用于包含从多个电子商务平台中获取的商品信息；

搜索单元，用于接收到用户输入的商品搜索请求后，在所述数据库单元中搜索商品的信息，如果未搜索到，根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系，在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息；

其中，所述商品数据库包含多个电子商务平台中的商品信息，通过以下步骤建立：设定电子商务平台列表中的电子商务平台，在接收到商品信息搜索请求后查找对应的商品信息；抓取所述电子商务平台查找到的商品信息，确定该商品信息对应的关键词，将该商品信息和对应的关键词存入至所述商品数据库；

一个商品类别对应至少一个电子商务平台。

7. 根据权利要求6所述的装置，其特征在于，如果所述用户为微博用户，该装置还包括：

微博发布单元，用于以微博形式发布所述商品的文字描述或者图片；

微博管理单元，用于接收并显示其他用户根据所述文字描述或者图片提供的商品信息，以使所述用户通过比较本单元显示的商品信息和所述搜索单元搜索的商品信息得到最

佳的商品信息。

8. 根据权利要求6所述的装置，其特征在于，所述搜索单元包括：

分词模块，用于对所述商品搜索请求进行分词处理，得到关键词；

搜索模块，用于根据所述关键词在所述数据库单元中搜索对应的商品信息。

9. 根据权利要求7所述的装置，其特征在于，所述微博发布单元进一步用于确定所述商品所属的商品类别，以及发布确定的所述商品类别；

所述微博管理单元显示的商品信息是其他用户根据所述文字描述或者图片、以及所述商品类别提供的。

## 一种商品搜索方法和装置

### 技术领域

[0001] 本发明涉及电子商务技术,特别涉及一种商品搜索方法和装置。

### 背景技术

[0002] 随着电子商务的繁荣,越来越多的用户通过网络购物。目前的网络购物主要包括:由买家先登录网站,之后在该网站中输入关键字,以便搜索到相关产品。比如,用户想要购买一双耐克运动鞋,则先登录目前的电子商务网站,如拍拍、淘宝、当当等电子商务平台,在该网站上输入关键词比如耐克或者对耐克运动鞋的其他文字描述等搜索该品牌的商家,通常,同一个商品平台有多个商家,从搜索到的商家中筛选,以便选择中实惠、便宜的商品。

[0003] 但是,目前的电子商务平台在搜索商品时只依赖于用户的文字描述搜索商品,这会导致一些不必要的错误信息被搜索到,降低了搜索结果的准确度。并且,目前的电子商务平台只能搜索自己平台的相关产品,不能跨平台搜索,导致搜索到的商品不全面。

### 发明内容

[0004] 本发明提供了一种商品搜索方法和装置,实现跨平台搜索,以便搜索到全面的商品。

[0005] 本发明提供的技术方案包括:

[0006] 一种商品搜索方法,包括:

[0007] A,接收到用户输入的商品搜索请求后,在已建立的商品数据库中搜索商品的信息,如果未搜索到,执行步骤B;其中,所述商品数据库包含多个电子商务平台中的商品信息;

[0008] B,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息;其中,一个商品类别对应至少一个电子商务平台。

[0009] 一种商品搜索装置,该装置包括:

[0010] 数据库单元,用于包含从多个电子商务平台中获取的商品信息;

[0011] 搜索单元,用于接收到用户输入的商品搜索请求后,在所述数据库单元中搜索商品的信息,如果未搜索到,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息;其中,一个商品类别对应至少一个电子商务平台。

[0012] 由以上技术方案可以看出,本发明中,通过在后台建立一个包含多个电子商务平台中商品信息的商品数据库,当用户搜索商品时,可从该商品数据库中搜索到不同电子商务平台上的商品信息,即实现了跨平台搜索,从而保证用户搜索到全面的商品;而当从该商品数据库中搜索不到商品信息时,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息;其中,一个商品类别对应至少一个电子商务平台,即也实现了跨平台搜索,从而保证用户搜索到全面的商品。

## 附图说明

- [0013] 图1为本发明实施例提供的基本流程图；
- [0014] 图2为本发明实施例提供的详细流程图；
- [0015] 图3为本发明实施例提供的基本装置图；
- [0016] 图4为本发明实施例提供的详细装置图。

## 具体实施方式

- [0017] 本发明实施例提供的方法包括图1所示的流程：
- [0018] 参见图1，图1为本发明实施例提供的基本流程图。如图1所示，该流程可包括以下步骤：
  - [0019] 步骤101，接收到用户输入的商品搜索请求后，在已建立的商品数据库中搜索商品的信息，如果未搜索到，执行步骤102。
  - [0020] 步骤102，根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系，在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息；其中，一个商品类别对应至少一个电子商务平台。
  - [0021] 至此，通过上述步骤实现了本发明实施例提供的流程。
  - [0022] 在上述流程中，步骤101中的搜索具体可包括：对所述商品搜索请求进行分词处理，得到关键词；根据所述关键词在所述商品数据库中搜索对应的商品信息。这里，可按照现有的分词方式对商品搜索请求进行分词处理。
  - [0023] 在上述流程中，商品数据库可通过以下步骤建立：设定电子商务平台列表（其包含了淘宝、拍拍等网站）中的电子商务平台，在接收到商品信息搜索请求后查找对应的商品信息；抓取所述电子商务平台查找到的商品信息，确定该商品信息对应的关键词，将该商品信息和对应的关键词存入至所述商品数据库。
  - [0024] 在上述流程中，如果步骤101搜索到商品信息，或者如果步骤102搜索到商品信息，则可进一步包括：对搜索到的商品信息进行排序并显示。如此，用户可从该显示的商品信息中查找到自己感兴趣的商品信息，根据该查找到的商品信息购买对应的商品。其中，该商品信息可包含商品的款式、品牌、价位以及购买地址中的至少一个。
  - [0025] 优选地，本实施例中，为便于用户购买到最实惠的商品，还可通过传音购物微博为用户提供对应的商品信息，以便用户从上述显示的商品信息和传音购物微博提供的商品信息进行选择，从而得到最佳的商品信息，比如：价位较低、购买地址最近或者售后服务最好等。具体见下述图2所示的流程。
  - [0026] 在对图2所示的流程进行描述之前，先对本发明实施例提供的传音购物微博进行描述。
  - [0027] 传音购物微博，其主要是作为买家与买家、买家与卖家、卖家与卖家交流的一个平台。其能够为用户提供些基本的服务，比如用户的注册、登录、留言、发布微博、加关注等。
  - [0028] 本发明实施例中的传音购物微博主要包含三部分，分别为：用户管理部分、微博文管理部分和留言管理部分。
  - [0029] 其中，用户管理部分主要负责管理所有与用户属性相关的操作。细分其功能，可以

将其分为用户注册功能,负责用户注册;用户登录功能,负责用户登录;用户个人信息管理功能,负责管理用户的个人信息,比如用户的姓名,个人站点,住址,用户的密码管理,用户的头像管理等,如果用户是商家,用户还可以选择其经营商品的类型;用户“关注”管理功能,用来管理用户与用户之间的关系,比如,用户对其他用户感兴趣会添加该用户为“关注”用户,或者,用户如果不想再继续关注“关注”用户,可取消此关注。

[0030] 微博文管理部分主要负责管理微博文信息。其可保证用户查看其他用户的微博文,同时也可针对自己感兴趣的领域发布自己的微博文;并且,也可保证用户回复别人的,或者自己的微博文来达到与人交流的目的;而对于用户想要删除的微博文,用户可以将其删除。

[0031] 留言管理部分主要负责管理微博中的留言信息。细分其功能可将其分为查看留言功能,指进入他人页面后查看其留言,也可以进入自己的微博空间查看自己的留言;发布留言功能,指用户可以给其他用户发布留言以加强交流;回复留言功能,指在完成用户回复其他用户给自己的留言的功能;删除留言功能:指若用户想删除一条留言时,将其删除。

[0032] 在上面介绍的三部分中,微博文管理部分是传音购物微博的核心,在该部分中,用户可以对感兴趣的的商品分类发表微博文共同探讨,也可以发布商品购买请求,特别是现有的搜索引擎无法直接满足的请求,以便可以用微博的方式借助社会的力量满足用户的需求。下面通过图2所示的流程进行详细描述。

[0033] 参见图2,图2为本发明实施例提供的详细流程图。如图2所示,该流程可包括以下步骤:

[0034] 步骤201,建立包含多个电子商务平台中商品信息的商品数据库。

[0035] 本步骤201的建立操作具体如上所述,这里不再赘述。

[0036] 步骤202,接收到用户输入的商品搜索请求后,对该商品搜索请求进行分词处理,得到关键词。

[0037] 比如,商品搜索请求为耐克的红色女士T恤,则可将该请求进行分词处理,得到关键词比如耐克或者T恤等。

[0038] 步骤203,根据所述关键词在所述商品数据库中搜索对应的商品信息,如果搜索到,则执行步骤205;否则,执行步骤204;

[0039] 步骤204,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息,如果搜索到,执行步骤205;否则,结束当前流程。

[0040] 由于淘宝、拍拍、京东等多个电子商务平台提供IT类的商品,因此,可设置IT类和淘宝、拍拍、京东等多个电子商务平台对应。如此,若搜索的商品为笔记本电脑,属于IT类,则执行到步骤204时,就可分别在该淘宝、拍拍、京东等多个电子商务平台上搜索笔记本电脑的商品信息。

[0041] 优选地,作为本发明实施例的扩展,在步骤204搜索不到时,还可执行步骤206,即借助传音购物微博实现商品信息的搜索。

[0042] 步骤205,对搜索到的商品信息进行排序并显示。之后执行步骤206。

[0043] 这里,可按照商品信息被访问的数量进行排序,也可按照其他方式进行排序,本发明实施例并不具体限定。

[0044] 执行到本步骤205时,用户即可根据显示的商品信息查找到自己感兴趣的商品信息,根据该查找到的商品信息购买对应的商品。

[0045] 为了保证用户有更多的选择机会,在该用户为微博用户时,本发明实施例还可执行下述步骤206至步骤207所示的传音购物微博显示商品信息,具体下述:

[0046] 步骤206,以微博形式发布该用户搜索的商品所对应的文字描述或者图片。

[0047] 其中,文字描述具体可为商品的大小、颜色等。

[0048] 步骤207,接收并显示其他用户(可记为卖家)根据所述文字描述或者图片提供的商品信息。

[0049] 优选地,为便于卖家提供更精确的商品信息,可在步骤206执行之前进一步包括:确定该商品所属的类别。如此,步骤206在显示文字描述或者图片时,还会进一步显示该确定的类别。如此,本步骤207显示的商品信息是卖家根据发布的文字描述或者图片、以及商品类别提供的。

[0050] 由于微博留言为用户与用户之间沟通的有力途径,因此,本步骤207可以留言的形式显示商品信息。

[0051] 从上述步骤206至步骤207可以看出,传音购物微博是让卖家主动向买家提供商品,即将商品和卖家信息聚集在一起,这相比于现有技术直接由买家在电子商务平台搜索商品,能够保证结果的准确度,并且,也不需要买家在各个电子商务平台上切换。进一步地,由于微博能够实现即时沟通和一对多的沟通模式,这进一步保证买家购买到优质的产品。

[0052] 另外,该传音购物微博还能使一些购买欲望比较强烈,但购买目标却模糊不清购买到合适的商品,比如:如果一买家购买欲望比较强烈,但购买目标却模糊不清,例如,想购买红色的衣服,但是不明确该衣服的款式、流行度、尺码、是否适合自己等,基于此,该买家就可在微博文中发布购买衣服的需求,该需求可包含该衣服的颜色-红色;当卖家搜索到该需求后,就会将自己拥有的红色衣服的款式、流行度、尺码等信息提供给买家,以便买家根据自己的喜好选择。

[0053] 至于步骤207中的显示操作,其具体实现时可有多种实现形式,比如,按照微博用户所关注的用户提供的商品信息优先级高于非关注的用户提供的商品信息优先级的原则,显示各个用户根据所述文字描述或者图片提供的商品信息。

[0054] 步骤208,使所述用户通过比较上述步骤205显示的商品信息和步骤207显示的商品信息,从而得到最佳的商品信息。

[0055] 至此,结束图2所示的流程。

[0056] 优选地,为便于后续搜索商品信息,可将其他用户提供的商品信息存放在微博数据库中,当后续微博用户发布商品的文字描述或者图片时,直接从该微博数据库中提取。

[0057] 以上对本发明实施例提供的方法进行了描述,下面对本发明实施例提供的装置进行描述。

[0058] 参见图3,图3为本发明实施例提供的装置结构图。如图3所示,该装置可包括:

[0059] 数据库单元301,用于包含从多个电子商务平台中获取的商品信息;

[0060] 搜索单元302,用于接收到用户输入的商品搜索请求后,在数据库单元301中搜索商品的信息,如果未搜索到,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息;其中,一个商品类别对应至

少一个电子商务平台。

[0061] 至此,完成了对本发明实施例提供的装置的基本描述。下面对本发明实施例提供的装置进行详细描述。

[0062] 参见图4,图4为本发明实施例提供的装置结构图。如图4所示,该装置可包括:数据库单元401和搜索单元402,其中,该数据库单元401和搜索单元402具有的功能与上述数据库单元301和搜索单元302具有的功能类似,不再赘述。

[0063] 其中,数据库单元401可在抓取设定电子商务平台列表中的电子商务平台接收到商品信息搜索请求后查找到的商品信息;之后确定该商品信息对应的关键词,存储该商品信息和对应的关键词。

[0064] 其中,如果所述用户为微博用户,该装置还可进一步包括:

[0065] 微博发布单元403,用于以微博形式发布所述用户搜索的商品的文字描述或者图片;

[0066] 微博管理单元404,用于接收并显示其他用户根据所述文字描述或者图片提供的商品信息,以使所述用户通过比较本单元显示的商品信息和搜索单元402显示的商品信息得到最佳的商品信息。

[0067] 优选地,微博发布单元403进一步用于确定所述商品所属的商品类别,以及发布确定的所述商品类别;基于此,微博管理单元404显示的商品信息是其他用户根据所述文字描述或者图片、以及所述商品类别提供的。

[0068] 优选地,本实施例中,搜索单元402具体实现时可包括:

[0069] 分词模块4021,用于对所述商品搜索请求进行分词处理,得到关键词;

[0070] 搜索模块4022,用于根据所述关键词在数据库单元401中搜索对应的商品信息。

[0071] 至此,实现了本发明实施例提供的装置描述。

[0072] 由以上技术方案可以看出,本发明中,通过在后台建立一个包含多个电子商务平台中商品信息的商品数据库,当用户搜索商品时,可从该商品数据库中搜索到不同电子商务平台上的商品信息,即实现了跨平台搜索,从而保证用户搜索到全面的商品;而当从该商品数据库中搜索不到商品信息时,根据预先设置的电子商务平台和商品类别之间的对应关系,在所述商品的类别对应的电子商务平台上搜索所述商品的信息;其中,一个商品类别对应至少一个电子商务平台,即也实现了跨平台搜索,从而保证用户搜索到全面的商品。

[0073] 进一步地,为了给用户提供更多的选择机会,本发明实施例还通过微博方式让卖家主动向买家提供商品,即将商品和卖家信息聚集在一起,这相比于现有技术直接由买家在电子商务平台搜索商品,能够保证结果的准确度,并且,也不需要买家在各个电子商务平台上切换,并且,由于微博能够实现即时沟通和一对多的沟通模式,这进一步保证买家购买到优质的产品。

[0074] 更进一步地,本发明实施例通过比较搜索到的商品信息和通过微博得到的商品信息能够得到最佳的商品信息。

[0075] 以上所述仅为本发明的较佳实施例而已,并不用以限制本发明,凡在本发明的精神和原则之内,所做的任何修改、等同替换、改进等,均应包含在本发明保护的范围之内。

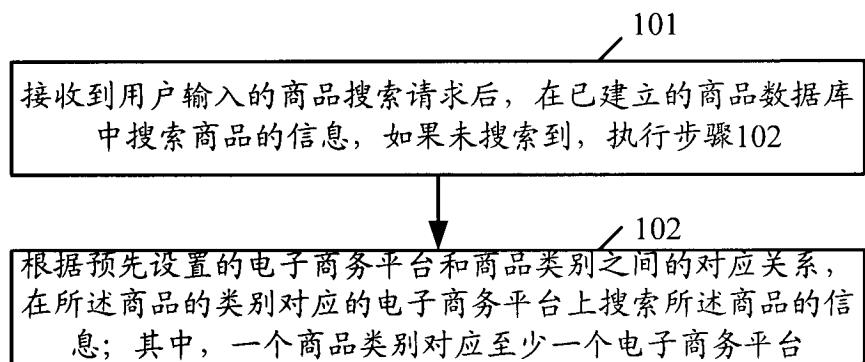


图1

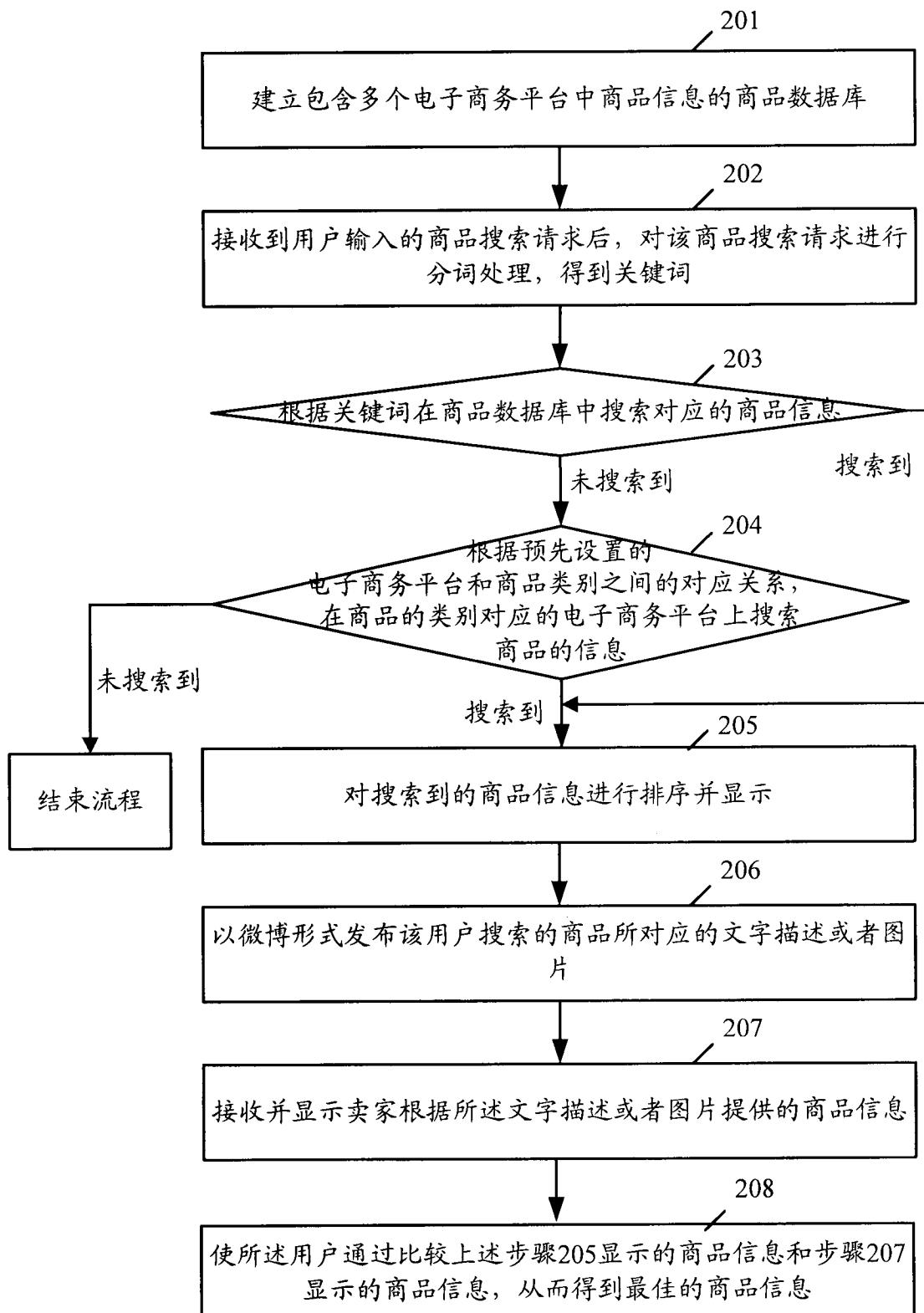


图2

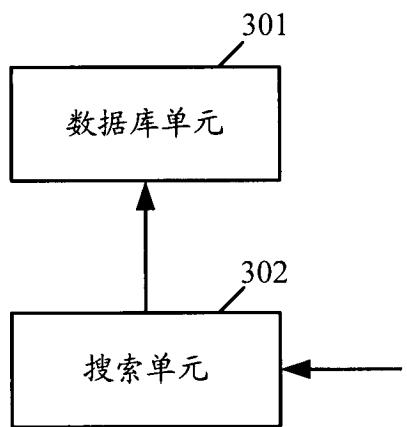


图3

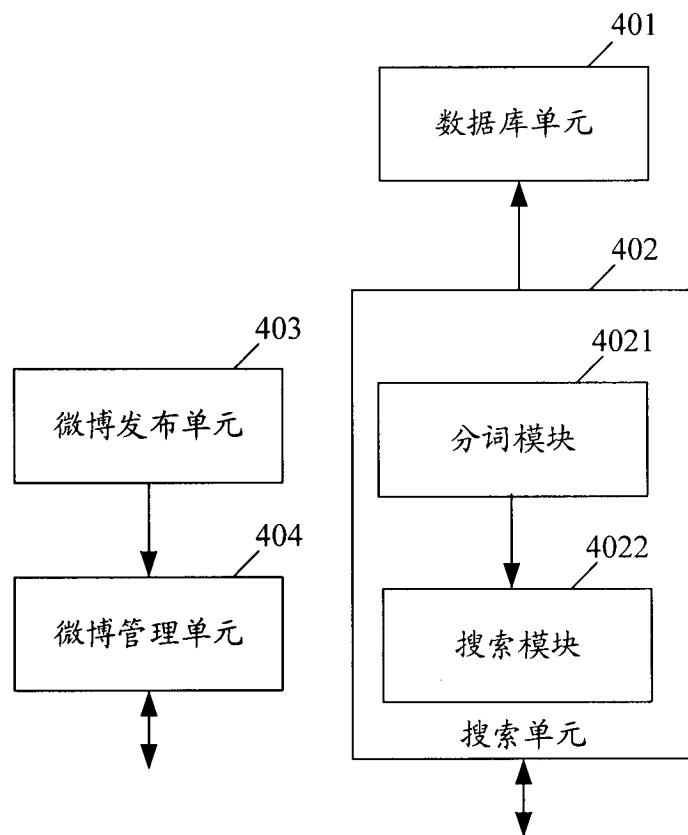


图4