

華文門戶網站 (Portal Site)

全球華文資訊建設系列之二

王宏德 國家圖書館資訊組助理編輯

一、前言

自1997年起，Internet颯起了一股門戶網站 (Portal Site) 的旋風，影響所及，幾乎舉世著名的網路公司都前撲後繼地投入此一新興市場。然而，究竟什麼是門戶網站？其服務內容或經營特色為何？在華文世界的發展近況又如何？諸如此類的話題，在本文當中將對此一網路新興市場做一概括性的描述。

二、何謂門戶網站

門戶網站 (Portal Site) 或稱大門網站、入門網站，就字面上而言，Portal就是大門的意思，言下之意，也就是進入網路的第一關，更具體的說法，門戶網站就是集合眾多內容，以及提供多樣服務，儘可能地成爲使用者上網首頁的網站。以往，這類的網站多半是專指一些搜尋引擎站台，因爲，在大多數使用者開始上網漫遊的同時，心中並無特定的目的網站，而往往須仰賴搜尋站台的協助，以免大海撈針之苦。然而，由於這類的網站幾乎成爲全球網路使用者上網所必經之地，隨著人潮不斷地湧入，匯集了大量的網站流量，自然就有販賣廣告的價值，進而使得諸如Yahoo、Excite、Lycos、Infoseek等舉世聞名的專業搜尋網站，其網路廣告營收也跟著水漲船高，一時之間，門戶網站的經營成了網路市場當中最熱門的新興行業之一。

三、門戶網站的服務內容與特色

雖然目前門戶網站非常熱門，但如果網路使用者查詢完畢之後便立刻離開，並直接連線到相關的目的網站，那麼，此類搜尋站台型態的門戶網站充其量便只是個跳板而已，無法發揮更大的功效。因此，爲了讓好不容易登門拜訪的網路使用者多停留一些時間，門戶網站經營者們莫不使出渾身解數，試圖在網站的內容或其它服務方面下功夫，希望能藉此提高網路使用者對該門戶網站的忠誠度。於是乎，大量免費的個人化的服務紛紛出籠，諸如個人網頁、股票報價、電子郵件信箱、聊天室、運勢卦理，或是天氣預報、即時新聞，甚至連虛擬的購物商城都應運而生。追溯這一波熱鬧滾滾的網路商戰，雅虎 (Yahoo!) 可說是上述相關服務的始作俑者，此外在世人關愛的眼神與驚呼聲中，如Yahoo!、Infoseek、Lycos及AltaVista等網路門戶 (Internet portal) 的網站服務業者，奮勇跟進，多半都已擁有高達數十億美金的市場價值。因此，面對日益白熱化的網路商戰，搜尋站台若以單

純的網路圖書館員自居，很難在激烈的競爭中存活下來。一般而言，門戶網站大多具備兩個特點：一是提供分類索引及相關網站搜尋功能，讓使用者可藉由門戶網站的指引，迅速地在茫茫網海中尋得有用的資訊；另大量推出加值性的商業服務，見下例：

1. Amazon公司在其網站上容納其他購物網站的連結，企圖成爲一個購物的門戶網站，讓消費者能在Amazon滿足所有網路購物需求。

2. 美國線上（American Online）公司擴大它對網際網路門戶網站業務的服務，準備發表一個以即時傳訊軟體（ICQ）爲基礎機制的新門戶網站。

3. Netscape通信公司將Netcenter帶入企業應用，推出訂製門戶服務，這些網站上的資訊包括新聞、免費電子郵件、股票行情以及有關企業的內容和服務，如人事資訊等。另外，Netscape的服務還能夠用於創建縱向門戶，爲的是向已有的和潛在的客戶提供個人化的商業資訊與服務。

4. 中央通訊社於民國87年11月16日與國內的年代集團正式簽約締結新聞合作關係，由中央通訊社每天將1,500則的即時新聞、商情新聞與商情資料庫、新聞圖片等，授權年代集團旗下的年代資訊發行與代理銷售。在取得中央社豐富的新聞資源，並整合現有服務內容之後，年代資訊網將可望在國內成爲一個超大型的新聞與財經專業門戶網站。

上述門戶網站的站台，除了普遍都具備數一數二的人潮流量外，並提供以下的服務內容：1. 包羅萬象的資訊內容。2. 提供網路使用者個人化的免費服務套件：包括網頁式電子郵件信箱、個人化網頁、線上拍賣、線上地圖查詢、股票報價、即時新聞、各類娛樂資訊、聊天室與線上購物等。3. 高超的導覽連結與智慧型的搜尋引擎等功能。4. 就理論上而言，只要進入門戶網站，就像進入一個超大型的虛擬城鎮，可輕鬆地一次辦完所想要辦的事情。5. 透過推播（Push）技術以電子郵件提供免費訂閱的電子報刊（Newsletter）。

四、華文門戶網站的發展概況

相較於全球門戶網站的蓬勃發展，華文門戶網站的專業站台也在雅虎中文站台成立的帶動下，如雨後春筍般地大量湧現。連帶著在一時之間，一些知名網站如奇摩站（Kimo）、華淵生活資訊網（SinaNet）等，也都紛紛忙著轉型，以下簡介華文門戶網站目前的發展概況：

1. 雅虎中文站（Yahoo!Chinese）<http://chinese.yahoo.com>

在全球的網路市場當中，最早提出門戶網站構想的，正是雅虎的創辦人楊致遠先生，同時雅虎也可說是全球最早的目錄搜尋引擎。近年來雅虎更由原先較單純的資料搜尋服務、拓展了兒童專屬搜尋引擎、免

費電子郵件信箱及個人化資訊服務等多元化的發展領域。挾著其在美國前三大門戶網站的聲勢，於民國87年11月1日宣布成立了雅虎臺灣分公司籌備處，專門負責開拓臺灣地區的華文市場，同時也展現了其本土化的強烈企圖心。自從雅虎進軍臺灣門戶網站市場之後，宣稱已創下每天一百萬人次的網頁閱讀次數，同時，爲了強化搜尋引擎的功能，中文雅虎除了提供一般的免費套裝服務之外，也將openfind放在網頁上，藉由與國內資訊科技結合，提供更具深度的網路資訊服務。

2. 奇摩站 (Kimo) <http://www.kimo.com.tw>

藉由中文版網景 (Netscape) 瀏覽器的預設功能，奇摩站在國內也擁有極高的知名度與上網人潮。從早期以搜尋引擎打開市場，到最近一連串造勢活動的成功，奇摩站曾於87年10月12日宣布，當月8至10日已連續創下單日首頁拜訪人次80萬的紀錄。目前由該網站所推出的聊天室、網路交友、新奇檔案下載、歌曲下載等服務，皆可看出該網站試圖透過與網友的互動，以及個人化的服務，打造虛擬網路社區，藉以爭取新世代網路族群的認同，進而打造本土風味的在地網站。

3. Pchome-online (todo) <http://www.todo.com.tw>

爲了趕搭華文門戶網站的列車，PC home集團也推出了針對大眾市場所架設的入門網站——todo。這個網站是以搜尋引擎爲其服務的核心，再加入許多的媒體服務，包括新聞、BBS、聊天室、軟體下載等，及與網友互動的單元，包括每日一送、電視節目表、每日一句、今日天氣、今日星座、今日運勢等。在網站的定位方面，此網站希望能幫助使用者在最短的時間內，找到想要的資料，除了教導網路族如何快速正確使用搜尋的功能外，還包括了如何申請一個免費的電子郵件帳號、如何下載軟體等，讓初上網的使用者立刻可以學習到網路的多重服務。此外，該網站也進一步地提出了資訊超商的網路行銷理念，希望透過與眾多媒體的合作機制，提供網路購物者「一次購足」各類資訊內容的服務。

4. goyoyo中文搜尋引擎 <http://www.goyoyo.com>

goyoyo之前曾經在美國及中國大陸市場發展，在陸續建立了香港、美國、北京、上海、重慶等地的網站後，更透過與國內太聯科技的合作關係來拓展知名度，推出臺灣地區分站，並以門戶網站的形態進入國內的網路服務市場。目前，該網站將以全球華文市場爲目標，網站的特色在於繁簡體的轉換，可在線上提供網頁文字自動轉換繁、簡體的功能。

5. 蕃薯藤 (Yam) <http://www.yam.com.tw/>

蕃薯藤自從民國84年創立以來，便成爲臺灣第一

個網路搜尋引擎，近年來也一直扮演臺灣地區最大的純搜尋引擎的角色。爲了迎接4C（Communcion大眾傳播、Community社區、Content內容及Commerence交易）時代的來臨，87年11月17日其正式宣布轉型爲商業形式的網站之後，以過去數年來公益服務性質所累積的知名度與技術，目前不僅繼續在原有的目錄搜尋技術上尋求突破之外，同時更以網路使用者的需求爲出發點，進一步強化整合性的網路服務功能，朝向建構一個以內容與服務並重的門戶網站目標邁進。目前，該網站在既有的網站目錄服務外，增加新聞、財經、娛樂、旅遊、求才、社群溝通及服務等頻道內容。此外，該網站也推出「蕃薯藤網托邦」（YamTopia）的理念，希望突破傳統的BBS概念，在這個戲稱爲「蕃邦」的世界內，網友可以自由置放個人網頁、電子郵件、討論區、檔案上載下載專區、聊天室、自己規劃投票區、個人公告系統、生活資訊及文字影音結合的個人相簿等。

6. 夢想家媒體 <http://www.dreamer.com.tw>

於87年10月23日宣布成立的「夢想家媒體」，是由陳文茜小姐所領軍的門戶網站，強調要搶攻國內五大門戶網站之一的地位，目前其「夢想搜尋網」和終生免費的電子郵件信箱服務也已相繼推出，未來也將努力爭取更多的網路會員加入。

7. 網擎（openfind）<http://www.openfind.com.tw>

由中正大學吳昇教授所領軍的Openfind，於87年12月17日正式宣布進入商業化的市場，將搜尋引擎的技術透過專業的行銷以及商業化的管理，推廣到世界性的網路市場。Openfind搜尋引擎是由網擎公司所開發，在國內亦被譽爲重量級的全方位網路資源搜尋引擎。目前已經上線的服務內容包括國內網站、BBS文章、線上新聞以及全球華文網頁的搜尋。其最新的資訊服務產品是PIE99（Personal Information Engine），爲全球首創的智慧型個人端門戶網站伺服器軟體，透過PIE99，使用者可以將網路上需要的資訊擷取成爲一份真正屬於自己個人化的網頁，也可在連上簡體中文的網站後，自動轉成繁體中文。國內幾個大型的華文門戶網站，如todo、中文雅虎、奇摩站，其搜尋技術都使用了Openfind的全文檢索。至於Openfind相關的網站服務網址如下：臺灣網路資源搜尋（<http://www.openfind.com.tw/>）、臺灣網路論壇服務（<http://bbs.openfind.com.tw/>）、臺灣線上新聞搜尋（<http://news.openfind.com.tw/>）、全球華文網頁搜尋（<http://www.openfind.com/chinese/>）、全球網址搜尋連結（<http://www.openfind.com/>）。

8. 新浪網（SinaNet）<http://www.sina.com.tw>

以經營全球華人門戶網站爲宗旨的華淵公司，在與大陸的四通利方軟體公司合併之後，在北美推出名

為新浪網的中文網站，並於87年11月10日針對臺灣地區的華文資訊市場，推出了以個人化網路服務為主要訴求重點的門戶網站，藉此深耕臺灣、美國、大陸、香港等華文網路市場。同時，也使新浪網朝全球最大的華文網站邁進。

隨著中文雅虎網的出現，對於同樣訴求全球華人市場的華淵生活網（SinaNet）造成莫大的威脅，面對大幅轉型的同時，在原有購物、教育、生活、娛樂等網站內容之外，也開始提供免費的Web版電子郵件及個人化網頁等服務。目前，新浪網的宣傳重點為「做你自己，從Sina開始」，計劃讓臺灣的網路族，不管是生手或老手，都能輕鬆自在遨遊於網路空間之中，讓網路變成生活的一部分。此外，全新的網路服務最大的特色便在於「個人專屬網頁——my SINA」的設計，網路使用者可以依喜好選擇自己想看的資訊，重新組合成個人專屬的網頁，而透過中文圖形化的技術，加上大五碼（BIG5）與國標碼（GB）的自動轉換功能，讓使用者即使身在沒有中文電腦系統的國家，也能輕易地利用該網站所提供的網路服務，此外，該網站也透過與Excite的合作，正式踏入搜索服務站台的行列。

9. 微軟（MSN）<http://www.msn.com>

微軟公司挾著在美國的網站經營經驗，進軍臺灣的門戶網站市場。其中文網站除了強調使用介面純淨及個人化網頁的特色之外，也提供基本的服務與內容，例如，電子郵件、網站目錄搜尋引擎等，未來微軟公司也將與其他媒體或相關產業進行合作，以爭取華人市場的認同。目前已經確定的合作對象包括博客來書店、華視、ICRT與年代資訊等。

1. 臺灣勝網（CNET）<http://www.cnet.com.tw>

該網站是以提供專業資訊科技新聞為策略，準備將CNET經營為臺灣網路使用者獲取科技新聞的第一消息來源，因此，對於喜好科技資訊的華文網站使用者而言，可說是一大福音。

五、發展華文門戶網站的相關問題

1. 廣告加線上購物的消費模式考驗著日後門戶網站經營的財源

多數門戶網站業者與網路商家的電子商務合作關係，往往都只限於網站畫面的廣告租賃合約，因此，如果未來無法有效的轉型為線上市場的實質經營者，則此類網站將只能完全仰賴線上廣告為其主要的經濟來源，相對地，此種財源的穩定性也將成為經營門戶網站業者最大的營運風險與隱憂。

2. 面對電子商務的引進與經營，門戶網站經營形態的轉型仍將充滿變數

礙於國內電子商務相關安全交易的機制尚未健全，民眾信賴度與消費習慣無法在短期內有重大的突破

，因此，在門戶網站推廣電子商務的不確定性及風險，亦無法於短期之內為業者創造令人滿意的業績，相對地，亦可能成為未來經營成本上的一項負擔。

3. 人潮與錢潮是否成正比

未來廣告主的廣告財源穩定與否，或許也意味著門戶網站的終極價值除了以造訪人潮作為唯一的指標之外，也應考量造訪使用者的實際互動品質做為投資門戶網站績效評估的重點（如刊登電子廣告後的商品促銷業績等）。

4. 競爭者眾，同質性的服務網站過多，變得毫無特色

在眾多門戶網站的背後，網路服務內容與資訊服務的來源往往大同小異，面對缺乏足夠異質性內涵的同時，眾多門戶網站是否除了單純地集結網路資訊和提供搜尋服務之外，更能夠落實於網路資訊附加價值的提升，此外，未來華文門戶網站的決勝點，或許將集中在網站的「工具性」而非「媒體性」。一個真正有內涵的網站才是能夠永遠經得起考驗的門戶網站，否則目前門戶網站的榮景，未來亦有可能成為另一群網路市場上的「葡式蛋塔店」。

5. 各家服務網站的搜尋引擎功力將成為基本競爭利器

網站搜尋引擎可視為門戶網站必備的功能，由於國外的門戶網站幾乎都是由搜尋引擎的發展起家的。此外，如何提升搜尋引擎的檢索效能與資料搜尋的準確性亦是不可忽略的重點，畢竟到任何一個提供搜尋引擎的網站輸入關鍵字，要得到成千上萬筆的資料並非難事，然而這樣的檢索結果卻也往往讓人茫然，不知所措。

6. 門戶網站本身的可讀性

經營一個獨立的個門戶網站，往往必須要達到一定的經濟規模，才不至於被國際化網站所吞蝕。就經濟規模而言，雖然人力與財力是不可或缺的條件，但是，門戶網站基本上是以連結到其他的內容網站為主，而這些內容網站當然也不可能由門戶網站自行一手包辦，所以門戶網站為了擴充本身的可讀性，往往也必須尋求結盟的內容網站業者（如新聞或音樂資訊站台）。畢竟，當網路使用者連到這些門戶網站之後，如何讓他們多看幾個頁面再走，也是門戶網站所共同面對的課題。

7. 缺乏非商業性的門戶網站

現有的門戶網站多以商業營運為導向，因此在資訊內容與網站服務方面易流於其他傳播媒體由商業利益主導一切的弊端。因此，如公共電視之類非營利性質門戶網站的籌設，便格外具有其非凡的時代意義，畢竟，網路媒體在未來新世紀當中將成為最有力的教育資源之一，如何及早未雨綢繆，善盡規劃與執行的職責，實乃國家推動全球華文資訊建設與落實終身學習具體目標的當務之急。

六、結論

當全世界的網站數量開始以幾何級數成長的時候

，或許我們所要擔心的不再是網路資源貧乏，相對地，「上網何處去」，成爲全球網路族共同的頭痛問題。同時，未來的網路使用者所需要的也將不再只是「搜尋引擎」而已，他們更迫切需要的乃是一個可以作爲網路生活領航的門戶網站。面對即將來臨的新世紀，華文世界的資訊建設，將在全球的網路國度當中位居舉足輕重的地位，面對此一美麗的網路新世紀，隨時都會有新的服務或技術項目出現，然而，不論技術如何改變，由於網路媒體具有大者恆大的特性（如同有線電視一般），未來能在全球華文世界當中獲得多數使用者青睞的網站，終究只有少數幾個。因此，想要在門戶網站的發展上立於不敗之地，優質的網路資訊內容往往成爲門戶網站是否得以永續經營的關鍵。因此，在網站技術競逐的過程當中，高品質、有特色以及有創意的網站內容，也是門戶網站發展與經營上不可偏廢的重點，同時在可以預見的未來，面對全球的網路服務市場，資訊內容與資訊產品的品質亦將成爲主要的競爭優勢與決勝的籌碼。

[| Home |](#) [回上一頁 |](#) [館內出版品 |](#) [資訊網路系統 |](#) [網路資源 |](#)
[| 編目園地 |](#) [公佈欄 |](#) [網路服務示意圖 |](#) [意見箱 |](#)