

# 台灣入口網站之新聞服務比較分析

林佳宜

國立臺灣師範大學圖文傳播學系碩士班研究生

Chiai0115@gmail.com

## 摘要

本研究主要觀察台灣四個入口網站在新聞服務上所提供的服務內容，其中包括新聞的分類、版面安排以及新聞搜尋、新聞討論、個人化服務五個面向。

將四個入口網站分析與比較後，得到結果發現：整體而言，大部份的網站在新聞服務上，是非常用心且豐富的，整體介面也便於使用者操作。就整體版面的安排及搜尋功能上，都可讓使用者簡單、輕易地找新聞資訊及相關報導。唯討論區與個人化的服務仍有待繼續發展與加強，是未來可結合Web2.0 概念繼續努力的重點。

**關鍵詞：**入口網站、新聞服務

## Abstract

This research examines the contents provided by four Taiwanese portal sites in regard to their news service. Specifically, the contents examined are of the following five areas: news classification, webpage layout, news search capability, news forum, and personalized services.

Based on the analysis and comparison of these portal sites, the conclusion is that, in general, most portal sites have a comprehensive news service and user friendly features. Looking at the webpage layout and search capability, all provide ease of navigation that allows users to locate the desired news and related articles. As for the news forum and personalized services, these still need further development and improvement. However, with the adoption of Web2.0 concept, these weaknesses can be the focus of future innovation.

**Keywords:** portal site、news service

## 1. 前言

網際網路發展至今，似乎已成為人們生活中相當重要的必需品，而網際網路中最重要成員——「網站」，亦是促使網路世界多采多姿、吸引網路使用者流連忘返的重要因素。

根據「我國網際網路用戶數調查」(李雅萍，2006)顯示，我國經常上網人口，至2006年3月為止，已達963萬人，而網際網路連網應用普及率也突破四十二個百分點。

關於網路使用者上網行為部分，根據孫鴻業(2006)所作「我國家庭之寬頻、行動與無線應用現況與需求」調查顯示，網路使用者在家網路應用

行為(複選)，以「瀏覽資訊」近九成的比例名列第一。此外，再以蕃薯藤「2005台灣網路使用調查」(蕃薯藤，2006)之數據為參考，也得到網路使用者在網路上最常進行的活動，是由「閱讀新聞、雜誌、各種網路資訊內容」近二成的比例排名第三。

因此，藉由以上資料，我們可以得之，網路之於網路使用者，其相當重要的功能就是(新聞)資訊的獲得。此外，由於網路不受時間與版面限制的特性，人們只要擁有電腦與網路設備，就可隨時獲得最新且豐富的資訊。

另一方面，目前台灣地區許多傳統的平面媒體，也已經將舊媒體的內容「搬」到網路上，成立專門的新聞網站。參考蕃薯藤(2006)的調查，其以「除了入口網站之外，最常瀏覽的網站類型(複選)」為題，「新聞媒體類」的網站以百分之四十一點四的百分點，排名第二。由此可知，不論入口網站或是新聞媒體網站，都相當受到網路使用者的重視，

綜觀以上調查與資料，本研究得之網路使用者在使用網際網路時，已經習慣從入口網站作為起點，進而連結相關的網站；另一方面，新聞服務與資訊的獲取，又是多數網路使用者注重的一項服務，因此本研究將以台灣地區的入口網站為觀察對象，並針對其提供之新聞服務進行研究，分析比較各個入口網站，其所提供給網路使用者的新聞服務介面、內容與相關機制，到底有何不同？其著重的服務及特點又為何？據此作成結論與建議。

## 2. 台灣入口網站

入口網站是進入網際網路的第一道大門，這一個開口(The New Dictionary of Cultural Literacy, 2002)，不但串連了許許多多的網路訊息，更是一個提供多樣資訊內容和服務的網站(CNET 字彙寶典，2006)。

由於入口網站提供的服務相關多樣化(Dictionary of Multimedia and Internet Applications, 1999)，包括購物、搜尋引擎(影音及圖像)、新聞、旅遊、金融等服務，且多數的入口網站還提供免費的電子郵件(Webster's New World™ Computer Dictionary, 2003)及許多功能性的服務項目，因此，吸引使用者將哪一個入口網站作為進入網際網路的開口，對於入口網站的經營者，是相當重要的。

本研究彙集各方於入口網站所作之定義及其必須提供的服務項目，列出以下五點基本要素，作為選擇本次研究觀察之入口網站的原則：

1. 該網站必須要提供基本搜尋 (Search) 功能。
  2. 該網站必須提供免費電子信箱。
  3. 該網站必須有新聞資訊服務。
  4. 該網站必須提供購物網站或網路購物連結服務。
  5. 該網站必須提供金融、旅遊、生活、交通訊息之相關服務或網站連結。
- 另，由於本研究定義之入口網站，為一般大眾都可輕易接觸、且為不需特別目的或需求就可使

用的網站，故本此選擇之入口網站，亦排除企業型入口網站、及網路服務提供者 (ISP) 入口網站。

因此，根據以上五點基本要素的檢視與審核，同時參考創市際市場研究在 2005 年 (創市際市場研究, 2005) 所作之「網站品牌知曉度」的調查結果：Yahoo!奇摩、蕃薯藤、PChome Online、MSN 分別為網路使用者知曉程度最高的網站。

本研究將以下述四個台灣線上入口網站：Yahoo!奇摩、PChome Online、蕃薯藤、MSN，作為本次研究所要觀察與分析之對象。

表 1、台灣四個入口網站一符合入口網站基本要素概述

入口網站 符合要素	MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
搜尋功能	首頁上方偏左 MSN 搜尋	首頁上方中間 與 Google 合作	首頁上方中間 Yahoo!奇摩搜尋	首頁上方中間 與 Google 合作
免費電子信箱	@hotmail.com	@pchome.com.tw	@yahoo.com.tw	@yam.com
新聞資訊服務	網頁右直 BAR 上方，MSN 頻道第一順位。「新聞與影視」	網頁左方中間框架中，可連結到新聞服務首頁。「新聞」	網頁左方直 BAR，「服務列表」第一順位。「新聞」	網頁中左 BAR 左方，在【今日】服務的第一順位。「新聞」
	明顯	不明顯	明顯	明顯
提供購物網站或網路購物連結服務	MSN eShop	線上購物、女性購物、商店街	購物中心、購物通	購物連結、女性商場
提供金融、旅遊、生活、交通訊息之相關服務或網站連結	有	有	有	有
基本資料 (王天津、劉素苓, 2004)	微軟公司自 1975 年創立以來，在全球多達 61 國家中皆設分公司，開發符合各國消費者及企業所需之產品。	成立於 1998，原隸屬於台灣發行量最大的 PC home 電腦家庭雜誌，目前為 PChome Online。	奇摩站於 1997 年創立，在 2000.11 與 Yahoo!併購。	成立於 1998，前身為全球第一個華文搜尋引擎 (蕃薯藤 Yam, 1995 上線)。

### 3. 新聞服務內容之比較分析

本研究對於入口網站所提供的新聞服務，分別依其所顯示之類型，先作三大面向之分類：1. 網站新聞內容、2. 網站功能、3. 附加服務。

其中，由於本研究之主軸將以「網站新聞內容」與「網站功能」為首要觀察目標，另一方面，因網站的功能及特色，是帶給網路使用者資訊與互動的服務，因此本文將著重上述這二大區塊。觀察此四個入口網站的時間，為 2006 年 7 月 1 日起維持一個月，至同年 7 月 31 日止。

#### 3.1 網站新聞內容

入口網站的新聞服務，是將各個媒體的新聞進行蒐集、彙整，經過網站的編輯，轉呈現在其網站的新聞頁面上。而入口網站如何將多元、多樣的資訊內容分門別類、並用易讀、易懂的方式提供給網路使用者閱讀，不但是需要仔細規劃分析，也是吸引並維持使用者停留在網站中的重要課題。

##### 3.1.1 新聞類別之提供

傳統之平面媒體一報紙，一定會有版面的區分

(頭版、政治、社會、財經、體育、影視.....)，但當新聞的供給轉換到網路世界中，新聞類別的區分，在每一個入口網站又有不同的呈現方式。

就台灣四個入口網站，「政治、社會、財經、國際、兩岸、體育、影視、科技、生活」這九大項 (版)，是每一家都提供的基本服務。但以時效與科技結合所產生優勢的網際網路中，竟然只有身為台灣網站知曉度第一名 (創市際市場研究, 2005) 的 Yahoo!奇摩沒有提供「即時新聞」與「焦點新聞」的服務，其觀察結果頗令人意外。

另一方面，在「地方新聞」的新聞服務上，只有 MSN 有提供，另外三大網站則無；而現代人都滿重視的「醫藥 (健康) 新聞」及「氣象新聞」資訊，除了 PChome Online，其他三個網站都會另外建置單獨的項目讓讀者點選。而 PChome Online 則是將這兩個類別納入或結合在「生活新聞」中。

除此之外，唯有蕃薯藤對於「文教新聞」提供完整的新聞服務，其主要是彙集教育方面的新聞報導，MSN 則是以文化藝術為主，因此，若要查詢及閱讀文教類的新聞，除了專門的新聞網站，蕃薯藤在「文教新聞」的服務是相對完備的。

而在新聞「專輯」的服務，Yahoo!奇摩、蕃薯藤都提供了相同類型的新聞彙集服務，讓讀者可以選擇某一主題去閱讀所有的相關新聞；在新聞照片的服務上，除了MSN沒有建置該類別選項，其他三個網站都有。

再相對於傳統的報紙，「副刊」幾乎是每一份綜合性報紙都會提供的版面空間，但是在入口網站的新聞服務，並沒有出現在任何一個網站，這應該是「內容」上的考量，畢竟副刊與新聞的性質較不相同。

表 2、台灣入口網站新聞服務之「新聞類別」

新聞類別提供	入口網站				新聞類別提供	入口網站			
	MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤		MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
新聞「首頁」	○	○	○	○	體育新聞	○	○	○	○
即時新聞	○	○	×	○	影劇新聞	○	○	○	○
焦點新聞	○	○	×	○	科技新聞	○	○	○	○
政治新聞	○	○	○	○	醫藥新聞	○	×	○	○
社會新聞	○	○	○	○	生活新聞	○	○	○	○
地方新聞	○	×	×	×	氣象	○	×	○	○
財經新聞	○	○	○	○	副刊	×	×	×	×
國際新聞	○	○	○	○	專輯	×	×	○	○
兩岸新聞	○	○	○	○	新聞照片	×	○	○	○
文教新聞	△	×	×	○	其他	深度報導、精選期刊、市場快訊	哈燒、休閒	休閒、新奇、雜誌	雜誌新聞

### 3.1.2 新聞網頁版面之安排

Schatsky (2006) 認為網路媒體並不能夠完全取代傳統形式的媒體，因為方便且更適合閱聽者使用的介面及情境，才是閱聽大眾所重視的。一個好的網站介面，將大大影響閱聽者是否接受「新」媒體—網路的使用。

以台灣線上的專業新聞網站（例：聯合新聞網、中時電子報）為例，多是以左直 BAR 的新聞分類型式呈現，雖然與平面媒體呈現新聞的方式非常不同（傳統報紙是以大篇幅，一大版、一大版的型式），但這就是網路世界中最普遍的網頁展現方式，這也許就是為什麼還有許多閱聽人還不能完成接受在網路上閱讀新聞的原因。

回至台灣入口網站對於新聞資訊的呈現，台灣入口網站在新聞分類顯示上，亦是以頁面正上方橫 BAR 與頁面左方直 BAR 為主，但每一個網站仍會在新聞首頁挑選新聞頭條（與傳統媒體一樣），且更具時效性。

另，除了 PChome Online 不一定會有頭版新聞

照片，另外三個入口網站隨時都會有新聞首頁的新聞照片呈現。此外，無論哪一個入口網站，在新聞呈現上，都會有新聞標題配合三至四行的導言呈現，讓讀者可以概略了解新聞內容，節省閱讀新聞的時間。另，除了 Yahoo!奇摩外，另外三個網站也會由新聞編輯判斷，在部分新聞標題旁附加新聞照片，給予閱聽大眾在視覺上的服務。此舉在新聞處理上，是讓讀者藉由圖像了解新聞事件，可以更直接解讀新聞。

最後，在入口網站新聞服務的頁面上，除了 Yahoo!奇摩和蕃薯藤有在新聞首頁上（一在橫 BAR 上，一在頁面左上方）明顯地標示更新時間，讓網路使用者很容易知道現在自己現在讀的新聞是何時更新的，MSN 與 PChome Online 則沒有在首頁清楚標示。不過再進一步點選各個網站的新聞內文，則只有 PChome Online 和蕃薯藤在每一條新聞中清楚標示引用該新聞的日期與時間，是非常貼心且負責的服務。

表 3、台灣入口網站在新聞服務之「版面安排」分析

入口網站	MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
版面設計				
頭條新聞位置	首頁中間偏上，在即時新聞跑馬燈下方	首頁左上方	首頁左上方	首頁中間偏左
頭條新聞照片	頭條新聞之左下方，明顯	不一定，在兩次的觀察中，一次有、一次沒有	頭條新聞之左下方，明顯	在新聞首頁右上方有一專區顯示（五類）新聞圖片，但不一定是頭條新聞的新聞照片

新聞分類 BAR 位置	頁面左方直 BAR	頁面正上方橫 BAR	頁面正上方橫 BAR	頁面左方直 BAR
新聞標題+導言組合	○	○	○	○
新聞標題+圖片組合	大部分沒有，但在影視娛樂類新聞頁面之頭條新聞有	在新聞首頁下方之各類別新聞中，有照片		在各類別之新聞頁面中，均有一張代表性之照片
新聞(首頁) 更新時間標示	首頁無顯示，但在即時新聞跑馬燈的新聞會個別顯示其新聞更新時間	首頁無顯示，但在即時新聞的頁面，新聞類別橫 BAR 之右方則有顯示更新時間	首頁正上方之橫 BAR 中標示，明顯	首頁左上方處標示，明顯

### 3.2 入口網站之新聞服務－網站功能探討

科技的力量就是將大量的資訊進行彙整，從中萃取出使用者需要的資料。在網路的世界中，網站除了是將「資訊」跨越時間、空間的屏障帶給網路使用者，更是要結合科技的力量，提供搜尋及彙整的服務。

詹正茂、朱芙蓉(2005)曾作了大陸地區報業集團網站的研究，他們指出網站功能的重點，其最基本的原則就是要便於讀者使用，使讀者能夠輕易地閱讀和查到所要的訊息，同時讓網站與讀者便於溝通，使網站成為讀者與其溝通的平台。

雖然入口網站不是新聞的專門網站，但就其新聞服務的立基點，應該要將訊息的作有效且準確的歸類，讓使用者各取所需，並在一定時間內，將大量且無系統的資料，分門別類，以有效率的模式，取代傳統媒體無法做到的工作，突顯新媒體的真正優勢。

#### 3.2.1 新聞搜尋功能

入口網站的特色之一就是「搜尋」的功能(服務)，因此附屬在入口網站底下的新聞服務，「搜尋」的功能是一定不可少的。

在台灣四個入口網站中，除了在新聞服務的專屬頁面都設置「搜尋列」，PChome Online、Yahoo!奇摩、蕃薯藤也分別在入口網站首頁的「搜尋列」，提供針對新聞事件進行搜尋。但再進一步就搜尋界面的詳盡度比較，只有 Yahoo!奇摩及蕃薯藤提供了新聞文章、新聞圖片的各別項目搜尋。

另一方面，雖然每一個入口網站都有提供當天的新聞搜尋服務，但就「歷史新聞」的搜尋，只有蕃薯藤提供一個月以上的新聞搜尋服務，PChome Online 及 Yahoo!奇摩則提供一個月內的新聞搜尋，MSN 更只能搜尋 14 日內的新聞，相對來講，蕃薯藤是最完整的。

此外，在新聞照片的搜尋上(不論當日或歷史的)，僅有 Yahoo!奇摩及蕃薯藤有提供該項服務，MSN、PChome Online 則無。

最後，除了傳統這幾項搜尋功能的服務，蕃薯藤還發展出「以文找文」的服務，在每一篇新聞下方，以放大鏡的圖示配合「以文找文」的連結，提供類似或同類型的新聞搜尋，並以條列方式開啟新頁面，讓讀者可以閱讀相關新聞。這是其他入口網站所沒有的新聞服務。

表 4、台灣入口網站新聞服務之「新聞搜尋」功能比較

入口網站		MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
搜尋 功能比較分析	新聞搜尋列	*新聞與影視網頁的左直 BAR	*入口網站首頁的搜尋引擎 *新聞首頁的右上方	*入口網站首頁的搜尋引擎 *新聞首頁的右上方	*入口網站首頁的搜尋引擎 *新聞首頁的正上方、正下方
	新聞照片搜尋列	×	×	分新聞與圖片搜尋	分新聞、圖片、網頁搜尋
新聞搜尋	今日	○	○	○	○
	歷史	14 日內之新聞	一個月(含)內之新聞，顯示可超過 1000 筆	一個月(含)內之新聞，最多顯示 1000 筆	超過一個月以上之新聞，顯示可超過 1000 筆
新聞圖片 搜尋	今日	×	×	○	○
	歷史	×	×	○	○
相關新聞的延伸、連結		×	×	×	○ 新聞本文下方，提供「以文找文」服務

### 3.2.2 連結功能及新聞討論

有別於搜尋功能的服務，台灣的入口網站在新聞服務上，都會將同類別、同屬性的新聞條列在新聞網頁的下方區塊。而引用新聞的原單位或媒體，也都會分別標示在新聞的結尾處（MSN、PChome Online），或新聞標題下方（Yahoo!奇摩、蕃薯藤），其中蕃薯藤還會貼心的將引用的日期與時間一同列在引用單位處。

此外，每一個入口網站也會以不同型式，將即時或當天最熱門的新聞作一排行榜，讓讀者在有限

時間內可先瞭解現在最熱門、重要的新聞是什麼，即時進行閱讀、連結。

回應詹正茂、朱芙蓉（2005）所說，網站應是讀者與媒體溝通的平台，同時也應該是讀者與讀者、讀者與媒體大眾交流的領域，因此在這四個入口網站中，PChome Online 開放了 portal2.0 的連結，讓讀者藉由 web2.0 的概念進行新聞的討論與交流，而蕃薯藤則提供討論區的服務，開放所有讀者針對新聞（議題）發表言論，同時也會在該類別的新聞下方，整理該類的新聞討論。

表 5、台灣入口網站新聞服務之「連結功能及新聞討論」分析

新聞討論類別	入口網站			
	MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
同類新聞連結	在該新聞頁面之最下方。	包括該類別之「下一則」、「最新」、「哈燒」之相關新聞連結。	在新聞正文下方，有同類別及相關新聞。	在新聞正文下方，有同類別及相關新聞。
原新聞出處之單位（媒體）	顯示在新聞結束之最後，右下方。	顯示在新聞結束之最後，右下方。	顯示在標題下方。	顯示在標題下方，包括日期時間。
熱門新聞排行榜	「新聞點閱排行」，但僅為 MSN 引用「中央社」及「法新社」所提供之新聞排行。	「哈燒新聞」之介面，排出近 12 小時內最熱門之新聞。	「最多人瀏覽的新聞」。在新聞首頁最下方，約整個網頁 1/3 處。	在新聞首頁下方中間，可再進行完整連結。
最新新聞討論	×	開放連結至 portal2.0「開講」；另有「頭條論壇」，但非新聞討論的連結	×	在新聞類別中一欄可進行連結。
熱門新聞討論	×	×	×	在新聞正文下方。

### 3.2.3 新聞個人化服務

網路的世界只要透過一條網路線的連結就可以進入，而瀏覽網頁的過程，除了付給 ISP 的連線費及電腦硬體，「使用」網路可以說是完全免費的一項活動。

因此，對於入口網站的收入及經營，網路使用者是沒有直接以金錢付給的方式在維持，基於這個理由，入口網站中的各項服務，就是每一個網站的自我特色。

本次的觀察發現，蕃薯藤不但提供基本的新聞寄送與友善列印服務，還有電子報（新聞）訂閱、

RSS 服務，並且有該則新聞的網址以供讀者作為 BLOG 連結用。

Yahoo!奇摩雖然沒有提供 BLOG 的網頁連結，但是其他四項服務也都非常完備；PChome Online 則僅提供基本的寄送、友善列印以及電子報訂閱服務。令人意外的，是 MSN 完成沒有提供這幾項服務（的介面），尤其是連寄送及列印的基本服務都沒有提供，讀者假如想要列印該則新聞必須重新設定列印的版面、若要轉寄新聞也必須自行複製、貼至電子郵件上，相較起來是比較不方便的。

表七、台灣入口網站新聞服務之「個人化服務」分析

服務類型	入口網站			
	MSN	PChome Online	Yahoo!奇摩	蕃薯藤
新聞寄送服務	×	○	○	○
訂閱電子報、新聞	×	○	○	○
友善列印（按鈕）	×	○	○	○
BLOG 連結網址服務	×	×	×	○
RSS 功能	×	×	○	○

## 4. 結語

經過以上五個類別的比較分析，本研究觀察就

台灣四個入口網站的新聞服務內容，得到以下幾點發現與結果：

1. 新聞內容的分類：每一個入口網站在進行新聞分類時，仍會以傳統的新聞類型將所有新聞分類，如：政治、社會、財經、國際、兩岸、體育、影視、科技、生活。但只有一個入口網站（蕃薯藤）有提供「文教新聞」、只有一個（MSN）有「地方新聞」的分類。且四個網站都沒有提供「副刊」的版面空間。
2. 網頁版面的安排：本次觀察的四個入口網站，各有二個入口網站是採「頁面正上方橫BAR」與「頁面左方直BAR」的方式作為整個介面分類的呈現。其中三個網站都會隨時提供頭條新聞的新聞照片輔佐新聞呈現，而每一個網站在每一新聞顯示上，都會以新聞標題配合 100 字內的導言。但只有兩個網站在新聞首頁有明顯的新聞更新時間標示。
3. 新聞搜尋的功能：台灣每一個入口網站的新聞服務都提供了新聞搜尋的服務，但是只有二個入口網站（Yahoo!奇摩、蕃薯藤）提供獨立的「新聞圖片」搜尋；另一方面，只有一個入口網站（蕃薯藤）提供超過一個月以上的新聞搜尋，同時提供相關新聞的延伸搜尋（以文找文）的服務。
4. 連結功能及討論區：台灣四個入口網站都有將同類型新聞安排在同一個網頁（下方）的連結服務，但是新聞的原單位引用標示並不是都非常顯眼。有二個網站提供了「最新」新聞的討論，只有一個網站提供「熱門」新聞的討論服務。
5. 新聞個人化服務：這四個網站中，只有一個（蕃薯藤）提供了新聞寄送、友善列印、電子報訂閱、RSS 及 BLOG 的網址連結服務，另一個（MSN）則全部都沒有。

根據以上幾項發現結果，發現台灣四個入口網站雖然同樣具「入口網站」的性質及條件，但是每一個網站在新聞服務的內容上，仍有部份差異。但整體而言，大部份的網站在新聞服務上，是非常用心且豐富的，且便於使用者操作，在整體版面的安排及搜尋功能上，都可讓使用者簡單、輕易的找到初步的資訊。唯個人化的服務仍有待繼續發展與加強，是未來可結合 Web2.0 概念繼續努力的重點。

## 參考文獻

- [1] David Schatsky (2006.03.06)。How to Make the Web Your Friend。Mediaweek, 16,10, p19。
- [2] Portal site. Dictionary of Multimedia and Internet Applications: A Guide for Developers and Users (1999). Retrieved 21 July 2006, from xreferplus. <http://www.xreferplus.com/entry/3481300>
- [3] Portal Web Site。CNET 字彙寶典 (2006)。查詢日 2006.07.12, 取自 <http://www.taiwan.cnet.com/enterprise/glossary/terms/0,2000062921,2000051767,00.htm?>
- [4] portal. The New Dictionary of Cultural Literacy, Houghton Mifflin (2002). Retrieved 21 July 2006, from xreferplus. <http://www.xreferplus.com/entry/2447745>
- [5] Web portal. Webster's New World™ Computer Dictionary (2003). Retrieved 22 July 2006, from xreferplus. <http://www.xreferplus.com/entry/3486933>
- [6] 王天津、劉素苓 (2004)。應用模擬多準則決策於入口網站服務績效之研究。電子商務研究。第 2 卷第 3 期, 235-258。
- [7] 巫榮展 (2001)。使用者觀點之入口網站經營特色分析。國立中山大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 高雄市。
- [8] 李雅萍 (2006.07.12)。我國網際網路用戶數調查。資策會 ACI-FIND/經濟部技術處創新資訊應用研究計畫。2006.07.23, 取自資策會 find 網站: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=140>
- [9] 洪懿妍 (1999)。入門網站 行銷新利器。天下雜誌, 第 212 期。
- [10] 孫鴻業 (2006.01.17)。我國家庭之寬頻、行動與無線應用現況與需求調查。資策會 ACI-IDEA-FIND/經濟部工業局「電信平台應用發展推動計畫」。2006.04.05, 取自資策會 find 網站: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=126>
- [11] 陳茂盛、葉忠 (2004.07)。e 化企業入口網站建置之探討。品質月刊。40 卷 7 期, 50-57。
- [12] 創市際市場研究顧問股份有限公司 (2005)。2005.10 台灣地區網路及媒體使用基礎調查—跨媒體使用行為調查。2006.07.23, 取自 [http://www.insightexplorer.com/specialtopic/crossmedia\\_200510\\_1.html](http://www.insightexplorer.com/specialtopic/crossmedia_200510_1.html)
- [13] 詹正茂、朱芙蓉 (2005)。我國報業集團網站內容和功能設計的現狀與問題。新聞與寫作, 第 10 期, 12-14 (中國大陸)。
- [14] 資策會 (2000.06.19)。入口網站發展趨勢概述。資策會網頁: 趨勢導航/市場透析。2006.04.05, 取自資策會 find 網站: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=trend&id=1047#n1>
- [15] 蕃薯藤網路調查 (2005)。2004 年台灣網路使用調查。2006.04.05, 取自: <http://survey.yam.com/survey2004/chart/index.php>
- [16] 蕃薯藤網路調查 (2006)。2005 年台灣網路使用調查。2006.04.05, 取自: <http://survey.yam.com/survey2005/chart/index.php>
- [17] 簡貴珠 (1998)。台灣網路市場門戶大開—入門網站盟主爭霸戰。網路資訊, 85 期, 39-42。
- [18] 鄭怡德 (1998)。網際網路金雞母—大門網站。網路通訊, 80-86。