



Rotary E-Club of Taipei West D3480
台北西區網路扶輪社週刊
The Cub Weekly Bulletin

社長：Peter 秘書：Jovian
社長當選人：Jim 社刊主委：K.T.



例會時間：每週一晚上 8:45 視訊會議 E-MAIL：rectpw@gmail.com

台北西區網路扶輪社第五次視訊例會

時間：2013 年 4 月 29 日(一) 20:45-22:15

地點：網路視訊會議

臨時扶輪社第四次會議出席報告

時間	會議內容	負責社友
8:45	社友報到	Jenny/Allen/Steve
9:00	主席鳴鐘宣佈開會 宣讀扶輪宗旨與四大考驗	CP Peter
9:03	介紹貴賓及友社社友	Allen
9:05	主席致詞及報告	CP Peter
9:10	貴賓致詞 - 總監特別代表	PP Kaiser
9:12	秘書報告	Jovian
9:13	專題演講 介紹主講人 講題：幸福快樂的節稅 主講人：前勤業眾信資深 會計師暨合夥人	RuFen 郭榮芳
9:52	Q & A	
9:57	財務報告	Celia
10:00	主席鳴鐘宣佈會議結束	CP Peter

出席報告

應出席	34	
實際出席	22	Allen、Aska、Celia、 Charles、Ellen、Eva、 Gary、Hank、Howard、 Jacky、Jim、Johnny、 Jovian、K.T.、Kai、Ken、 Kevin、Light、Peter、 RuFen、Vivian、Wells
免計出席	0	
補出席	0	
缺席	12	BIO, Bruce, Fugo, Herbert, Indi, Julia, Kenneth, Meggie, Stacy, Steve, Tibu, Ting
出席率	65%	

近期會議通知

- 第六次實體例會通知
 1. 時間：2013 年 5 月 4 日(六) 17:30-21:00
 2. 地點：安朵(ANDOR DESSERT)
台北市忠孝東路四段 101 巷 29 號
 3. 講題：扶輪社的組織架構與運作模式
 4. 主講人：總監特別代表 PP Skin
 5. 議程：敬請 各位社友靜待通知

會議要點

1. 議事槌已由 IPP Windstar 順利交接與 CP Peter，象徵西區網路扶輪社的一個新開始。
2. Light 的精采演講尚未結束，本社將擇期再次邀請 LIGHT 再為本社繼續其創業心得的分享。

活動通知

一、地區領導人研討會

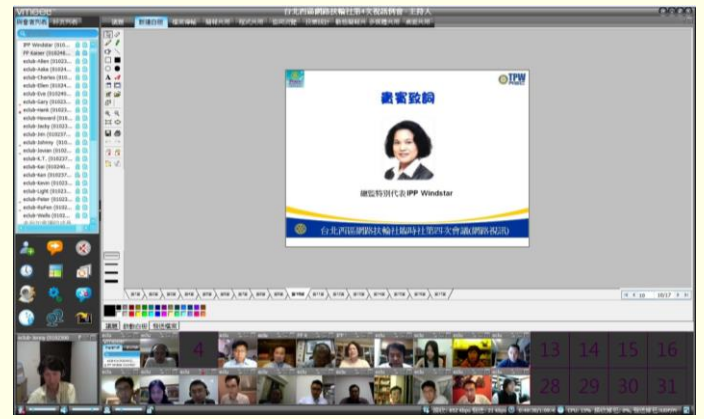
- 敬邀 各位社友參加地區領導人研討會（簡稱 DLS）。本活動為免費參加，專題演講受訓

完成後，將頒發 DLS 結業證書，請各位社友踴躍參加。

- 時間：5月18日(星期六)，上午8:30-12:00
- 地點：圓山大飯店 B1 吉祥廳
- 講者：陽明大學 洪蘭教授
- 講題：領導人的快思慢想

臨時扶輪社第四次會議剪影

主席宣佈會議開始。



成員介紹。



台北西區網路扶輪社開例會時可是一點都不馬虎，規規矩矩地宣讀扶輪宗旨與四大考驗，期望能讓良好的理念深植我們的內心。



精采的來了，本次例會邀請本社社友 Light 分享他的創業經驗，Light 是知名部落格無名小站的創辦人之一。無名小站後來由 Yahoo 所收購，成為台灣少數的網路創業成功案例。



感謝 PP WINDSTAR 蒞臨指導。



Light 以輕鬆有趣的方式，為大家說明他的創業歷程，充份展現新時代創業家的風格，這或多或少也為我們展現了某一新領域的遊戲規則，創業家和管理者已不只是西裝與認真努力的形象，需要的更是創新、領導團隊、貼近市場的能力。

演講尚未結束，我們期待下次再邀請 Light 來為我們繼續未完的故事。然而，Light 故事似乎也講不完，因為 Light 仍持續再創造新的故事，我們也希望能有聽不完的故事，祝福 Light。

四大考驗

- 是否一切屬於真實?
- 是否各方得到公平?
- 能否促進親善友誼?
- 能否兼顧彼此利益?

~~~~~新知識 Web 2.0~~~~~

為了配合上週的演講主題，編輯由網路公開資料截取 Web 2.0 的相關知識給各位社員參考。無名小站一直被視為典型的 Web 2.0 經營模式，而其收購案也證實這種經營模式創造價值的能力，因而，WEB 2.0 已成為不可忽視的網路產業趨勢之一。以下資料，敬供參考！

前言

Web 2.0，指的是一個利用 WEB 的平台，由使用者主導而生成的內容網際網路產品模式，為了區別傳統由網站僱員主導生成的內容而定義為 Web2.0。Web 2.0 的應用可以讓人了解到目前全球資訊網正在進行的一種改變—從一系列網站到一個成熟的為終端使用者提供網路應用的**服務平台**。這種概念的支持者期望 Web 2.0 服務將在很多用途上最終取代桌面電腦應用。**Web 2.0 並不是一個技術標準**，不過它包含了技術架構及應用軟體。**它的特點是鼓勵作為資訊最終利用者透過分享，使得可供分享的資源變得更豐盛**；相反的，過去的各種網上分享方式則顯得支離破碎。

Web 2.0 是網路運用的新時代，網路成為了新的平台，內容因為每位使用者的參與 (participation) 而產生，參與所產生的個人化 (personalization) 內容，藉由人與人 (P2P) 的分享 (share)，形成了現在 Web 2.0 的世界。Darcy Dinucci 在她 1999 年的文章 "fragmented future" 中第一次使用了這個詞彙，但現在我們所以為的 Web 2.0 一直要到 2004 年才出現。Tim O' Reilly 提到他與工作夥伴在一次腦力激盪中提出了 "Web 2.0" 這個概念，他的定義是：

Web 2.0 對電腦工業來說是一種商業革命，起因於開始把網際網路當成交易平台，並企圖去理解在新的平台上通往成功的規則。

一些科技專家們，特別是蒂姆·伯納斯-李，質疑是否有人可以有意義地應用這個名詞，因為許多 Web 2.0 的技術元件從早年的 Web 開始就存在著。IBM 的社群網路分析師，Dario De Judicibus，提出不一樣的定義，特別是在社群互動和架構現實上。Web 2.0 是一個架構在知識上的環境，人與人之間互動而產生出的內容，經由在服務導向架構中的程式，在這個環境被發佈，管理和使用。將紛繁蕪雜的 Web 2.0 現象放置於科技發展與社會變革的大視野，Web 2.0 可以說是資訊通訊技術引發資訊革命、知識社會所帶來的面向未來、以人為本的創新 2.0 模式在網際網路領域的典型體現，是由專業人員織網到所有使用者參與織網的創新民主化行程的生動注釋。

該詞的來源

"Web 2.0" 不是一個技術的標準，因為 Web 2.0 僅是一個用來闡述技術轉變的術語。這個術語是由 O'Reilly 的 Dale Dougherty 和 Medialive 的 Craig Cline 在共同合作的動腦會議 (Brain Storming) 上提出來的。Dougherty 提出了 Web 目前正處於復興時期，有著不斷改變的規則和不斷演化的商業模式。而 Dougherty 則是舉例說明—「Doubleclick 是 Web 1.0，Google AdSense 則是 Web 2.0。OFOTO 是 Web 1.0；Flickr 則是 Web 2.0」，而不是給出確切的定義，和補充一個商業前景，同時 O'Reilly Media、Battelle 和 Medialive 在 2004 年 10 月啟動了第一個 Web 2.0 大會。第二次的年會已在 2005 年 10 月舉辦。在他們的會議開場白上，O'Reilly 和 Battelle 總結了他們認為的表現了 Web 2.0 應用特色的一些關鍵：

1. 將 Web 作為平台
2. 駕馭群體智慧
3. 資料將變成未來的「Intel Inside」
4. 軟體不斷發行與升級的循環將會終結（「永久的測試版」）
5. 輕量型程式設計模型
6. 通過內容和服務的聯合使輕量的業務模型可行
7. 軟體執行將跨越單一設備
8. 豐富的使用者體驗
9. 分享和參與的架構所驅動的網路效應
10. 通過帶動分散的、獨立的開發者把各個系統和網站組合形成大匯集的改革
11. 快速的反應與功能新增

Web 服務

雙向的訊息協議是 Web 2.0 架構的關鍵元素之一。兩個主要的型別是 REST 和 SOAP 方法。REST (Representational State Transfer) 表示了一種 Web 服務 客戶端傳送所有的事務的狀態。SOAP (Simple Object Access Protocol) 和類似的輕量方法都依賴伺服器來保存狀態資訊。兩種情況下，服務是透過一個應用程式介面 (API) 呼叫的。這個 API 常常是根據網站的特殊需求定義的，但是標準的 WEB 服務 API (例如，於 BLOG 發表文章) 的 API 依然被廣泛使用。一般來說 WEB 服務的通用語言是 XML，但並不一定，還存在大量不同的其他語言，如 JSON，YAML 等。最近，出現了一個被稱之為 AJAX 的混合形式，用來增強基於瀏覽器的 Web 應用的使用者體驗。這可以用於一些特別的形式 (如 Google Maps、URMAP) 或是一些開放的形式，可以直接利用 Web 服務 API、資料聯合，甚至是繪畫。

WEB 2.0 相關技術

主要包括：部落格 (Blog)、RSS、WIKI 百科全書(WIKI)、社群網站 (SNS)、P2P、即時資訊 (IM)、基於地理資訊服務 (LBS) 等。Web 2.0 主要特點和基於這些特點產生的具有代表性的服務：

1. 部落格 (Blog)：

最早期的 Web 2.0 服務之一，可使任何參與者擁有自己的專欄、成為網路內容產生源，進而形成微媒體，為網路提供文字、圖片、聲音或視訊資訊。

2. 內容源 (RSS)：

伴隨部落格產生的簡單文字協議，將部落格產生的內容進行重新格式化輸出，從而將內容從頁面中分離出來，便於同步到第三方網站或提供給訂閱者進行閱讀。

3. WIKI：

是一個眾人協作的平台，方便寫百科全書、詞典等。WIKI 指的是一種超文字系統，這種超文字系統支援面向社群的協作寫作。

4. 參與評論與評分 (DIGG)：

Web 2.0 最顯著地特點是之一，WEB 2.0 的顯著特點是分享機制和去中心化，DIGG 機制為更多網路使用者提供了參與網路建設的機制，無需進行內容貢獻或創作，只要使用者對網路內容進行評分或點評，即可參與到網路內容的建設過程當中。

5. 社會化網路 (SNS)：

從原有的以網站、內容為中心，轉而側重於以人與人之間的關聯為中心，網路上每一個節點所承載的不再是資訊，而是以具體的自然人為節點，形成的新型網際網路形態。

6. 微博 (Twitter)：

部落格的精簡版，有較為嚴格的字數限制。更簡單的發行流程和更隨意的寫作方式，使得參與到網路內容貢獻中的門檻降低，更大程度的推動了網路內容建設和個體資訊貢獻。

7. 基於位置資訊的服務 (LBS)：

集地理資訊系統 (GIS)、微博 (Twitter) 和行動裝置 (mobile) 以及 A-GPS 定位服務於一身的增強型微博系統，其主導思想是每一條資訊不僅利用時間為索引、同時也加入了地理經緯度的索引，從而不僅可透過時間對資訊進行篩選、亦可利用地理坐標對資訊進行合理的篩選。

8. 即時通訊 (IM)

即時通訊軟體可以說是目前中國上網使用者使用率最高的軟體。聊天一直是網民們上網的主要活動之一，網上聊天的主要工具已經從初期的聊天室、論壇變為以 MSN、QQ 為主要代表的即時通訊軟體。

社會影響

Web 2.0 中出現的資料聯合和訊息傳送能力，提出了潛在的一種可能性——在完全不同的線上社群之間建立一個更加緊密的社會構造。同時還出現了一些新的術語來集合性地代表這些共同的社團，包括 blogshpere：網誌的世界，syndisphere：內容聯合發行，以及 wikisphere，然而其他的觀察者認為這些措辭和內在的含義太空泛了。由於 Web 2.0 的網路互動性，資訊的快速傳播性，以及透明性。在不久的將來，網路也可以作為推動國家民主的一種有效的工具，作為吸取廣泛民眾意見的參考。

商業影響

可能的由 Web 2.0 帶來的指數級增長的業務的原因，可歸結為以人為本的消費和以電腦為本的消費的區別。對於價值的鑒定和消費的過程中無需不同人為參與，由於 Web 2.0 的出現，也是完全可能的事情了。各個組織會不斷使用諸如 RSS/ATOM/RDF 之類的聯合格式來聯合他們的價值提案。除了價值的聯合外，Web 服務終點發行將簡化聯合的價值的消費過程。事實上，至今無人能給 Web 2.0 下一個明確的定義。每個人眼中的 Web 2.0 都有不同的表述。技術研究者眼中的 Web 2.0 是 SNS、Blog 等社會性軟體的興起；部落格們則認為 Web 2.0 是人與人之間更為便捷的互動；在風險投資商眼中，Web 2.0 又代表了新的商業機會和行業遊戲規則。

而從行銷者的角度來看，Web 2.0 則至少意味著三個方面的內容：一種創新的媒介形式、一個集中的社群環境，以及一種全新行銷理念。目前逐漸盛行的 Blog 行銷被認為是 Web 2.0 行銷的典型形式之一。早期的網路行銷不外乎是透過電子郵件發送、彈出式窗口、橫幅式廣告等幾種手法。最常見的例子就是入口網站將其網頁上的廣告空間待價而沽，等到廣告商上門之後，入口網站再依點選率或是擺放時間的長短來收取費用。這樣的缺點是，廣告商永遠無法知道你所擺放的廣告是不是真的接觸到你的標的客戶，還是只是在茫茫的網海中找尋一兩個真正有需求的消費者。就像是 Tim O'Reilly 所說的一樣，如果 Web 1.0 的代表者是 Netscape，那 Web 2.0 的代表就是 Google。

Google 一改以往廣告商尋找消費者的思考模式，而改以消費者自行查詢廣告的思維模式來經營。Google 將首頁保持乾淨，但在關鍵詞搜尋的時候提供你想要尋找資訊的相關廣告，不但確保每一個點選進網站的瀏覽者都是對該資訊有興趣的潛在消費者，也一併解決了消費者對廣告窗口擾人的困擾。而前一陣子 Google 推出的 Google Page 也有異曲同工之妙，利用免費提供部落格服務的形式，從中搜集更多消費者的習性，其中的用意就是要為消費者量身訂做一個客製化的 Google。

資料來源：維基百科 (https://zh.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)