

# 基于网络环境的 RSS 信息推送服务

杨 汉 妮

(武汉理工大学 图书馆,湖北 武汉 430070)

**摘 要:**以 RSS 技术的出现为背景,叙述了 RSS 信息推送服务的作用及其优势,并以武汉理工大学数字图书馆中心门户网站为例,分析了 RSS 信息推送服务在我国的应用,对其今后的发展前景进行了展望。

**关键词:**网络;RSS;信息推送;门户网站

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2005)07-0170-02

## 0 前言

信息服务是指以信息用户为导向、以信息服务者为纽带、以信息服务内容为基础、以信息服务策略为保障的服务,其主要功能是保证信息使用者全面、准确、及时、高效地获取和使用信息。在今天,信息资源的充溢不断对用户获取信息提出挑战,但新理念、新技术在 Internet 上的应用又极大地推动着信息服务的发展。RSS 信息推送服务即是其中的一种。本文拟对基于网络环境下的 RSS 信息推送服务这一新的信息服务模式进行分析,并对这一新的信息服务模式在我国的应用提出自己的看法。

## 1 RSS 信息推送服务

对于经常上网冲浪的人们来说,也许能看到越来越多的网站或者 Blog 上出现橙色的 XML 标志,这就是目前正在我国悄然兴起的 RSS 订阅新闻服务。从 2003 年秋天, RSS 技术进入国内博客的视线后就以惊人的速度发展起来。越来越多的网站,特别是主流媒体网站也都开始提供 RSS 支持。RSS,可以解释为 Rich Site Summary,即“丰富站点摘要”;也可以解释为 Really Simple Syndication,即“真正简单的聚合”。它实际上是一种用于共享新闻和其它 Web 内容的数

据交换规范。这种技术可以自动浏览和监视某些指定网站的内容,将这些网站的内容定时传送给用户并自动更新。

在庞大又复杂的互联网上,用户常会遇到两个大问题:第一是如何在浩瀚的信息海洋中找到自己需要的内容;第二是如何能跟上瞬息万变、永不停息的新知识和新内容。像 GOOGLE 和百度这样的搜索引擎解决了第一个问题,因而成为第一代互联网工具的代表。而第二个问题的解决方法目前正悄然兴起,这就是基于 RSS 和 ATOM 技术的网络内容“推”(push)技术,一个可以使成千上万信息使用者更高效、更便捷地跟踪网络信息变化的第二代互联网工具。何谓 RSS“推”技术?简言之,用户只要在本地图定义所要浏览的内容和来源,新信息就不断地被实时“推”到用户面前,而毋需用户在多个网站间“冲浪”,造成无谓的时间、精力的浪费。但网络内容“推”技术的意义远不止局限于用户端信息的“实时更新”。其重要意义主要表现在以下方面:

(1)支撑起了互联网上崭新的“信息发布平台”。网上信息发布不再被少数“寡头”企业垄断,每个内容提供者,无论企业还是个人,都可以利用这个平台向所有用户“推”出他们的信息内容,而不再受“中间商”的过滤和延迟,从而极大地扩充了网上信息的范

围和内容,为整个社会的信息共享提供了更广阔的空间。

(2)为信息接收者提供了一个“聚合工具”。第一次使用户对互联网上的内容进行集中管理,聚焦于所需信息,从而保证获取信息的全面、及时、准确和提高使用信息的效率。

(3)为信息服务提供了新的模式。通过编辑、整理相关信息及时推送服务使专业人员紧跟全球动态,把握专业发展方向,始终与世界保持同步。

另外 RSS 推送服务在使用方面的优点还表现在以下 3 个方面:

(1)没有广告或者图片来影响标题或者文章概要的阅读。

(2)用户可以加入多个定制的 RSS 数据源,从多个来源搜集整合到单个数据流中。

(3)使用方便,获取信息无须任何帐号和密码,比电子邮件定制更加快捷。

## 2 RSS 信息推送服务的运用及实施情况

### 2.1 国内外情况简介

国外的 RSS 技术发展比我国早 10 多年,但其发展速度令人瞩目。RSS 技术在西文发达国家,尤其是在美国,已经达到了相当大的规模。据不完全统计美国提供 RSS 信

息推送服务内容的网站数目在2004年9月已经有了19万5千余家,RSS市场内容提供商则不仅有许多博客网站和个人,更多的是那些认识到RSS信息推送技术的先进性、优越性的商业网站和专业机构。其中代表性的有华尔街日报电子版、纽约时报电子版及迪斯尼公司的企业内部知识平台。RSS信息推送服务的用户数也取得了飞速的发展,从2001年8月的10万用户激增到2004年的近900万。

我国从2003年才引入此技术,但发展很快。据看天下(专业RSS技术和服务开发商)统计,仅用1年时间,目前国内了解RSS技术和用途的互联网用户达50万,利用RSS阅读器软件使用阅读日常新闻和其它资讯信息推送服务的用户达20~30万,而提供RSS内容的门户、企业、个人网站数也达到1000以上。虽然有很多网站是较小的甚至是个人网站,但是在这当中,也有很多国内知名大网站,如“博客中国”网站推出了15个频道RSS新闻服务,新华网推出了RSS聚合新闻服务,天极网,中国软件网,中国汽车网等推出了RSS新闻服务。一些大的搜索引擎如新浪、百度、Google中文等也推出RSS的相关信息推送服务。

## 2.2 RSS信息推送服务在科研、教育中的应用

RSS信息推送服务不仅限于订阅新闻等,其一个非常重要的作用在于如何利用此技术功能为科技和社会进步提供专业的信息服务,而这正是我国大多数人尚没有认识到的。笔者所在学校武汉理工大学图书馆在2004年对本校的“材料复合新技术信息门户”及“交通运输工程信息门户”推出RSS推送服务,对科研和教学起到了积极的促进作用,不仅在国内高校图书馆界引起很大反响,纷纷尝试使用这一新的信息平台为教学、科研服务,同时也对宣传推广RSS信息推送服务起到了促进作用。

武汉理工大学图书馆为了使广大用户能够更方便、快捷地阅读到数字图书馆门户体系更新的信息资源,2004年11月继材料复合新技术信息门户、数字图书馆中心门户、交通运输工程信息门户推出RSS推送(也称为聚合)服务后,又增加了RSS推送栏目订阅个性化推送频道的服务,使用户在不打开网站内容页面的情况下阅读支持RSS

输出的网站内容,及时发现网站内容的更新和专题信息。本信息门户RSS推送采用即时更新与专题随机更新的模式。

第一次使用,首先下载RSS阅读器,复制频道链接。然后运行RSS阅读器,从文件菜单中选择“添加新频道”,将链接粘贴输入筐中,按照提示操作,将生成一个频道。最后点击频道名即查阅更新信息(系统会自动根据设置的时间间隔与网站保持同步)。

以该馆数据推送频道为例:

(1)数字图书馆中心门户。频道链接:<http://dlib.whut.edu.cn/rss/rss.php?column=4>。能及时获得“武汉理工大学数字图书馆”的全部更新信息资源。包括本站发布或修改的信息资源。若您对下面的个别类目感兴趣,可订阅个别频道。

(2)材料复合新技术信息门户总频道。频道链接:<http://atmsp.whut.edu.cn/rss/rss.php?column=1>;<http://atmsp.whut.edu.cn/rss/rss.php?column=2>。订阅总频道(包含下面的两个频道),能及时获得“材料复合新技术信息门户”的全部更新信息资源,若您对下面的个别类目感兴趣,还可继续订阅个别频道。

——新技术专题。频道链接:<http://atmsp.whut.edu.cn/rss/rss1.php?column=2>。该频道包含如下主题的信息:自蔓延高温合成与原位复合技术、梯度复合技术、纳米复合技术、陶瓷材料先进制备与烧结技术、薄膜材料技术、光电子信息功能材料、能源新材料、生物医用材料、智能材料与结构、生态与环境材料、材料设计。

——动态及相关信息。频道链接:<http://atmsp.whut.edu.cn/rss/rss2.php?column=3>。该频道包含如下主题的信息:学术新闻、报道、材料学重要期刊、材料复合新技术学术会议、科技政策与法规、相关学科信息资源、招聘信息、求职信息、产品供求信息、常用搜索引擎、学科信息门户。

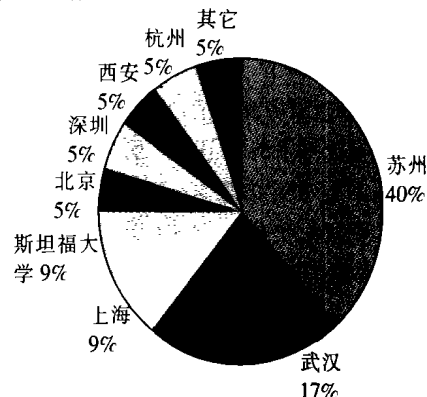
(3)交通运输工程信息门户。频道链接:<http://tte.whut.edu.cn/rss/rss.php?column=5>。订阅该频道能及时获得交通运输工程领域的各种信息和服务。

(4)RSS推送栏目订阅个性化的推送频道。

通过RSS信息推送服务,用户充分体验了RSS在门户网站中的信息过滤、搜集、推

送和交流优势。比如如果一个人每天通常要浏览30个网站获得各种所需信息,以过去浏览网页的方式,就需要登录30个不同站点搜寻每天可能发布的新信息,因为作为终端用户很难获知这些网站何时进行新信息的发布。在访问时,如果某个网站暂没有新内容,那么用户可能就要在1天内多次访问某些网站。这种访问方式获取信息的效率低,随机性大。但如果将这30个网站放到一个浏览器或页面下,当某个网站有了新的信息发布,这个浏览器就能发出通知,显示更新内容,这样用户就不用登录很多网站,多次查找信息,节约了时间,也不会错过新信息,提高了信息的获取效率。就本质而言,RSS是一种信息聚合的技术,是为了提供一种更为方便、高效的互联网信息的发布和共享,使用户用更少的时间分享更多的信息。

由于RSS提供自定义式的个性化服务,可以很好地将广告和推销置之门外,也避免了订阅邮件时带来的垃圾邮件,所以RSS得到了很多人的欢迎,尤其在Blog技术普及和迅速发展的2003年,RSS曾被称为可以免除垃圾邮件干扰的替代物。同时对于RSS技术甚至有人这样描述:“RSS不是一个技术名词或标准名称,而是一个‘新媒体’的概念。这个‘新媒体’因其更好的时效性、个性化、可操作性和互动性而对传统平面媒体和互联网媒体产生着革命性的冲击”。武汉理工大学图书馆继创建了高校图书馆首个门户体系后,又率先在各个门户网站中推出了RSS推送服务,取得了初步的成果。以随机20天的统计情况看,订阅人数不断上升,每个工作日获取推送服务的读者占总读者的60%以上。从订阅的地域分布比例来看(如附图),已经逐步引起海内外的关注,对促进科研和教学,以及宣传武汉理工大学均起到积极的作用。



附图 订阅比例示意图

# 从消费者动机看网络营销

王战平,刘佳璐

(华中师范大学,湖北 武汉 430079)

**摘要:**对网络消费者动机进行了分析和评述,并针对这些动机提出相应的措施。指出企业只有认识和了解了消费者的购买动机,才能有效引导消费者,提供令消费者满意的服务。

**关键词:**动机;网络消费者;网络营销

**中图分类号:**F724.6

**文献标识码:**A

**文章编号:**1001-7348(2005)07-0172-03

向传统营销模式提出巨大挑战的网络营销正成为当今社会生活中的一个热点。它正以一种全新的模式影响和改变着人们的观念和生活。在企业对这种新生营销工具进行研究从而获得最大网上利润的过程中,消费者的购买动机是值得探讨的一个问题。

## 1 关于网络消费者的购买动机

动机是一种内在的心理状态,不容易被

直接观察到或被直接测量出来,但它可以根  
据人们长期的行为表现或心理陈述加以了解  
和归纳。所谓动机,是指推动人进行活动的  
内部原动力,即激励人行动的原因;是刺激  
和促发行为反映并为这种反映指明具体方  
向的内在力量。网络消费者的购买动机是  
指在网络购买活动中,促使网络消费者产生  
购买行为的某些内在的驱动力。购买动机对  
购买行为起着支配作用,弄清了消费者动机

就能有效预测消费者行为,从而指导企业管  
理者适时调整营销战略,满足网络消费者的  
需要和需求。

人类的动机是复杂的、多层面的,消费  
者的购买动机也可能是由一种或多种动机  
协同作用的结果,因此有必要确定哪些动机  
最重要。在这里且将网络消费者的购买动机  
分为需要动机和心理动机两大类。

### 1.1 网络消费者的需要动机

## 3 我国 RSS 信息推送服务存在的问题

(1)对 RSS 信息推送服务的认识不足。  
RSS 信息推送服务的出现将会掀起一股改  
变大众阅读方式和获取信息方式的革命,但  
目前我国尚没有充分认识到这种发展趋势,  
因此相对于国外来说,国内专业大企业对  
RSS 相对迟钝。目前在国内几乎还找不到一  
家像《纽约时报》、《华尔街日报》那样提供  
RSS 信息推送服务的有影响的传统媒体,也  
几乎找不到一家像 Yahoo!、MSN 那样提供  
RSS 信息推送服务支持的门户网站。

(2)缺乏对 RSS 信息推送服务功能的深  
入挖掘。目前 RSS 信息推送服务还仅限于新  
闻订阅等方面,类似武汉理工大学这样利用  
RSS 信息推送服务为科研和教学提供深度

专业服务的功能还没有得到充分认识和开  
发。实际上 RSS 信息推送服务可以用在社会  
经济、文化、教育、科技等方方面面,关键是  
充分了解信息受众的需求,提供全面、准确、  
及时的深度有价值信息。

(3)RSS 技术尚没有统一标准,不同门户  
有不同的版本,其功能还不够完善,给用户  
带来操作上的不便。

## 4 RSS 发展展望

尽管 RSS 信息推送目前还是少数人用  
的“高新技术”,尽管还存在上述问题,但  
RSS 信息推送不是一个简单的技术名词或  
标准名称,而是一个“新媒体”“一个新的平  
台”的概念。这个“新媒体”“新平台”由于  
其更好的时效性、个性化、可操作性和互动  
性而对传统的平面和互联网媒体产生着革命

性的冲击。作为用户、内容提供商和 RSS 服  
务提供商,RSS 这个“新媒体”是以什么技  
术实现并不重要,最重要的是实现这个“新  
媒体”的全部潜能,最终为用户提供最大的价  
值。相信随着人们对 RSS 技术及其信息推  
送服务认识的不断深入,RSS 信息推送服  
务必将在我国各行业和领域得到快速发展,  
为信息共享和信息使用带来一个质的飞跃。

### 参考文献:

- [1]吴振兴.RSS 元数据在门户网站建设中的应用[J].现代图书情报技术,2004,(10):60-64.
- [2]宁夏新闻网.http://www.nxnews.net.,2004-10-19:06:36.新华网专稿.
- [3]深度:中国 RSS 现状调查,一个人的自由@-60CW.http://bbs.tech.163.com/bbs/--BLO-liE\_w0-60CE.html,2005-01-15,13:58:52.

(责任编辑:慧超)

收稿日期:2005-01-26

作者简介:王战平(1965-),男,湖北鄂州人,华中科技大学博士生,华中师范大学信息管理系副教授、硕士生导师,发表论文 20 余篇,主要研究方向为电子商务与网络营销;刘佳璐,女,华中师范大学信息管理系硕士研究生,主要研究方向为电子商务与网络营销。