

# 虛擬商務世界煥發新商機

## 企業開始逐步轉向虛擬辦公室和場景，將其作為員工和商業夥伴合作、學習的工具，而不僅是面向用戶出售商品和服務

不久以前，很多企業還被相在諸如《第二人生》(Second Life)等電腦生成的虛擬環境裏開設店面和商品展示。但是，鮮有企業從中找到了大商機而獲利豐厚。

不過，對這種模擬環境的商業興趣似乎還在不斷演變，並減少跡象。只不過，企業開始逐步向虛擬辦公室和場景，將其作為員工和商業夥伴合作、學習的工具，而不僅是面向用戶出售商品和服務。這裏的用戶通常會選擇一種動盪型作為自己的「虛擬化身」。

在某些情況下，這一演變對虛擬環境的設計和使用方式提出了新的要求。比如說，雖然企業很高興在公共虛擬空間舉行社交活動或者貿易展銷，但是通過由另一家公司控制的服務器網絡關閉商業活動可能會令員工不安。

思科系統(Cisco Systems Inc)負責網絡虛擬環境的首席架構師克萊斯汀·羅納德(Christian Renaud)認為，完全有理由在無法獲得安全保障的情況下放棄使用公共基礎設施。

此類問題有望成為近日於紐約開幕的虛擬世界2008年大會的主要焦點。國際商業機器公司(IBM)

和總部位於舊金山的Second Life運營商林登實驗室(Linden Lab)打算宣佈一項合作計劃。按照協議，IBM將在其服務器上運行林登的軟件，以便IBM能夠設置私密的Second Life環境。

與此同時，Qvaq Inc.和Rivers Run Red等初創企業也紛紛展示自己的虛擬技術。這種技術可以為企業提供相當於私人「工作空間」的虛擬環境——即虛擬的三維空間，員工可以借助虛擬化身相互見面，瀏覽演示稿，並開展其它商務活動。

廣告部位於倫敦的Rivers Run Red是一家專門為使用虛擬環境的企業提供諮詢服務的公司。該公司首席執行長賈斯廷·鮑威爾(Justin Bowington)說，有了這種技術，企業就可以在「圍牆花園」般的工作環境裏做試驗了。

有些想法其實並不新鮮。艾倫·斯(Alan Kay)就指出，電腦虛擬工作空間的原型其實就是磁碟(Silicon Valley)開創者道格·恩格爾巴特(Doug Engelbart)於1968年所做的著名演講的一部分。艾倫是

(Xerox Corp)和其它多家公司極富創造力的創新而聲名遠播。

然而，對這些概念進行完善卻花費了很多年的時間。主要的進步在於電腦處理性能、軟件和網絡速度。比如說，為了獲得極具現實配景的場景，個人電腦通常都需要配置精密的顯卡。

林登實驗室創建於1999年。該公司開發了一種瀏覽器程序，可以生成圖形，使用戶在虛擬環境中移動。這個程序通過將地理地圖分配到獨立的服務器上，使《第二人生》這款虛擬網絡社區遊戲可以借助增加更多的電腦進行區域上的擴展。

個人、企業和教育機構可以在虛擬世界遊歷地產，並設計出虛擬的家庭、辦公室和休閒空間。而《第二人生》則使用假名登錄虛擬空間，他們可以更換自己的服飾和外形，並使用可兌換成美元的貨幣購買虛擬商品和服務。

《第二人生》面臨很多競爭對手，包括Makena Technologies Inc.的There and MindArk PE的Entropia Universe等自由形態網站，以及面向特定受眾推出的服務——如以兒童為主要目標群體的企鵝俱樂部

(Club Penguin)網站。該網站去年已被迪士尼公司(Walt Disney Co)以7億美元的價格收購。這樣的公共環境可以為品牌塑造和市場營銷創造機會。

儘管如此，企業也會面臨諸多不利因素。比如說，由於虛假角色經常使用假名，客戶或者同事可能沒有辦法立即認出彼此。一些愛開玩笑的人還常常利用匿名身份擾亂虛擬聚會。

有鑒於此，在軟件供應商Activeworks Inc.和Forterra Systems Inc.等的幫助下，企業開始開發內部的管理系統。與此同時，Sun Microsystems Inc.又名：升騰電腦(譯自行開發)的軟件以一個叫Project Wonder的項目為名，供企業內部員工借此展開合作。

Sun電子計算機公司來自全美的各國際企業參加虛擬會議，會議期間，他們的虛擬化身可以瀏覽演示稿和視聽文件，並展開討論。該公司合作環境開發負責人尼科爾(Nicole Yankelovich)表示，MPK20最大的價值莫過於同事間偶然的合作，就像這些員工某天在現實的公

司走廊裏不期而遇一樣。

Qvaq是致力於同樣目標的初創企業之一。該公司承繼了艾倫·凱在舊金山(Hewlett-Packard Co)帶的一個團隊曾從事的工作。Qvaq的創始人之一、史密斯·奧斯本(David Smith)是互動遊戲領域的先鋒，他協助開發了名為OpenCroquet的軟件，由此可以在個人電腦上實現虛擬世界。Qvaq的首席執行長格雷格·紐恩(Grégory Nuysens)表示，該軟件基於開放源代碼開發，其他編程人員也可以獲得，它可幫助企業創建用以召開現場會議和項目管理的虛擬空間。

打造企業虛擬環境的成本可以相差很大。尤其是在涉及很多定制程序設計工作的情況下。紐恩先生說，Qvaq對小團體每個用戶的收費為每月60美元；創建一個容納10人的虛擬環境的成本為每年7,200美元。

由網絡瀏覽器製造商網景通訊公司(Netscape Communications Corp)前成員成立的Multiverse打算創建一個虛擬遊戲和企業環境網絡，用戶通過普通的三維瀏覽器就可以進入。最終，大多數網站可能都會變成三維的。據Forrester

Research的分析師埃裏卡·德裏弗(Erica Driver)預測，屆時所有網站都將有三維互動模式可供選擇。

不過，要實現此目標還有漫長的路要走。林登實驗室就一直致力於借助名為「第二人生架構」的程序，賦予企業對自己虛擬空間更多的控制權。順便提一下，林登實驗室的創始人非利普·羅斯達爾(Philip Rosedale)最近宣佈計劃辭去首席執行長一職。

與IBM達成的交易是林登實驗室首次允許另一家公司運行自己的軟件。IBM負責收購整合業務的副總裁柯林·帕裏斯(Colin Parris)表示，借助此項協議，員工虛化身以及他們創建的物體將通過《第二人生》的公共區和在IBM服務器上管理的私人區實現可控制的移動。

林登實驗室負責商業事務的副總裁Ginsu Yoon表示，一直以來，關於虛擬世界有各種各樣的吹噓。對於林登實驗室來說，能夠證明該公司有能力和意願滿足IBM等企業的需求是至關重要的。

譯自：華商日報

# 3D魔法 改變世界

## 在網際網路影像系統加上3D技術的結果，可以把在地球另一半邊的人以同樣大小，仿佛真人一樣站在你面前

2007年10月，在印度班加羅爾的美國資訊技術(IT)企業思科系統公司(Cisco Systems)進行了未來新技術的發表。

原本僅有主持人的舞臺上突然出現了另外一個人的身影。頓時，台上的觀眾發出意外的驚歎聲。

登上舞臺上的人，是從同印度相隔1萬3000公里的美國加利福尼亞州思科系統公司總公司的美國人。他是通過今天發表的思科系統公司3D技術稱為「on stage TelePresence(遠距離存在)」的3D全息圖射技術出現在印度班加羅爾的舞臺。

3D同TV畫面以及圖畫的平面2維影像不同，是和實物相同的立體體態和實感影像技術。

在網際網路影像系統加上3D技術的結果，這次時代的服務可以把在地球另一半邊的人以同樣大小，仿佛真人一樣站在你面前的具有立體感影像。

給on-line商業活動注入活力的3D技術

3D立體技術和商業結合正在開拓新的商業天地。3D技術在各種on-line事業和治療遠距離診療等多種方面積極運用。

與遠距離相關的事業現在只有

通過網路和TV畫面提供的2維影像服務。現在期待能通過3D技術在全球商務以及交流得到質的提高。

新世界百貨商店從今年夏天開始了「3D假體試穿服務」。通過這一服務，顧客可以不直接試穿，而是通過和自己身材相同的3D阿梵達(假體人物)試穿之後進行購買。如果這一服務得到普及，因為消費者不需親自試穿，所以有助於網上衣物買賣的流通。

末來的希望事業，醫療事業也是使用到3D技術。具有代表性的齒科植牙時可以使用的3D影像軟體。

慶熙大學口腔科崔容碩教授說：「可以在植牙時，先通過假體進行仿真的練習確定植牙的準確位置，還可以掌握神經分佈圖，可以進一步提高手術的準確性。」

更多領域期待3D技術 SD影像技術可以在脊椎手術以及心臟運動研究，甚至在測定骨密的領域也可運用。

在影像製作等領域活用3D圖像，娛樂業正在研究能生成此效果的電腦。

KDC 資訊通信公司 (Korea Digital Communication Corporation) 韓國數位化交流公司最近開發出了使用畫面本身就可以享受3D影像的下一代顯示器以及3D立體放映機。也就是說，以後不再需要像以前一樣使用專用眼鏡。

此公司最近和CGV等電影公司簽訂了供應合同，還和迪士尼等美國公司也在商談商品供給的問題。

最近召開的「G明星」的Game Show中，能感受到同實物相同的次世代3D立體影像遊戲機被大力宣傳，露出遊戲業對3D技術的濃厚興趣。

KDC信息通信公司會長金泰燮說：「3D技術不僅僅運用在電影中，在手機和Ultra Mobile PC (UMPC)中也同樣運用。」

三星電子在繼2004年開發了2.2英寸3D的顯示器後，今年又在北美市場率先推出了3D數位光技術(DLP)TV。體現3D立體影像技術的國內最新手機「Dual DMB手機」，在2007年7月一經推出就受到年輕消費者的青睞。

作者：兩宜

# 科技點評 燃料電池業前景可觀

台灣學者撰文指出，燃料電池業前景可觀。由於燃料電池目前使用成本仍偏高，因此現階段仍難以成為市場主流。但從微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前有利於燃料電池發展之重要原因包括：其一為先進國家電力市場自由化趨勢，鼓勵消費者可以接近電力網絡終端消費者之分散式能源市場；其二為2005年2月正式生效的國際環保公約「京都議定書」；這些外在環境因素，將使具有分散式供電、乾淨能源特色之燃料電池產業發展獲得很大的鼓勵。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

德國Q-Cells超越夏普成為太陽能電池的龍頭

德國Q-Cells表示，其在2007年營收增加59%，達8.589億元。

Q-Cells期望包含多晶硅、單晶矽與薄膜太陽電池等領域上，在2008年總產量將達到565至590萬瓦特計的選高。更加確立其世界第一的寶座。

Q-Cells為了維持未來幾年強勁的成長率，決定除了德國擴增太陽電池產能之外，並將往馬來西亞設廠。Q-Cells的馬來西亞多晶矽太陽電池工廠，預計於2008年第二季動工，最終目標產能為300百萬瓦。

Q-Cells期望包含多晶硅、單晶矽與薄膜太陽電池等領域上，在2008年總產量將達到565至590萬瓦特計的選高。更加確立其世界第一的寶座。

Q-Cells為了維持未來幾年強勁的成長率，決定除了德國擴增太陽電池產能之外，並將往馬來西亞設廠。Q-Cells的馬來西亞多晶矽太陽電池工廠，預計於2008年第二季動工，最終目標產能為300百萬瓦。

力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前有利於燃料電池發展之重要原因包括：其一為先進國家電力市場自由化趨勢，鼓勵消費者可以接近電力網絡終端消費者之分散式能源市場；其二為2005年2月正式生效的國際環保公約「京都議定書」；這些外在環境因素，將使具有分散式供電、乾淨能源特色之燃料電池產業發展獲得很大的鼓勵。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

目前燃料電池應用產品面臨的商業化挑戰，在可攜式電子產品方面，由於對高能源密度之電力需求迫切，市場可接受單價最高。目前成本約5至10美元，目前已符合市場需求。但微觀化為其能否成功商品化之關鍵。市場與環保法規支持，不過未來隨著傳化石燃料短缺，消費者環保需求抬頭，以及燃料電池技術不斷進步等因素刺激下，燃料電池產業進入市場起飛期是日下可待的。

根據 Freedonia Group 公司預測，世界燃料電池之市場需求將由2004年的3.75億美元，成長為2009年的25.8億美元，預計至2014年，世界燃料電池系統需求值可成長為135.5億美元。複合平均年增長率43%；其中，以發電系統市占率51.7%最高，其次為可攜式電子產品占25.9%。產業用定製型發電系統及又舉重等特定用途動力系統占12%、汽機車占3.8%，並以可攜式電子產品之需求值平均年增長64.6%成長速度最快。

而日本野村研究機構則對未來燃料電池市場的擴張速度較為保守，預估2010年，每年市場規模均可成長為2,240億日圓；其中，家用系統之應用市場約1,400億日圓，可攜式電子產品約600億日圓，車輛應用市場約240億日圓。

作者：尤如璉

**奚定一 中醫師**

中華傳統醫學名家  
中國醫藥行業著名專家  
世界名人醫學專家

臨床四十八年經驗值得信賴!!!

電話：(626) 821-0626  
傳真：(626) 821-0626  
733 W Noami Ave. #M,  
Arcadia, CA 91007

更多資訊請上網查詢：www.jcherbs.com

**光明中醫健美研究所**

研究員 **李光明** 中醫師

五十年中醫臨床治療經驗、國際老年病防治協會研究員、醫科大學畢業三代祖傳世醫、中醫藥美容研究學會研究員

<b>中醫藥複健項目</b>	<b>中醫藥美容項目</b>
高血壓病，甲乙肝病 各種痛症，不孕育症 更年期病，婦科炎症	用中藥膏，點五色痣 去各類斑，除各種疣 內服中藥，消淺色斑

2618 W Main St. #H, Alhambra, CA 91801 手機：626-203-5890