

主 编 田海明
副主编 卢 玲

学术视域中的 现代出版

主 编 田海明
副主编 卢 玲

学术视域中的 现代出版



全 国 百 佳 图 书 出 版 单 位
APCTIME 时代出版传媒股份有限公司
时 代 出 版 安 徽 人 民 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

学术视域中的现代出版 / 田海明主编, 卢玲副主编. —合肥: 安徽人民出版社, 2014.7

ISBN 978-7-212-07452-4

I. ①学… II. ①田… III. ①出版工作—研究—中国 IV. ①G239.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 130941 号

学术视域中的现代出版

田海明 主 编

卢 玲 副主编

出 版 人: 胡正义

责任编辑: 丁怀超 郑世峰

装帧设计: 宋文岚



出版发行: 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场八楼

邮编: 230071

营销部电话: 0551-63533258 0551-63533292(传真)

制 版: 合肥市中旭制版有限责任公司

印 制: 安徽省人民印刷有限公司

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂商联系调换)

开本: 787×1092 1/16 印张: 15 字数: 29 万

版次: 2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-212-07452-4 定价: 30.00 元

版权所有, 侵权必究

序

时代出版传媒股份有限公司总经理 田海明

—

文化是民族的血脉。兴起于 20 世纪 90 年代的全球范围内的文化产业，在我国“十五”期间被正式提出。国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要指出，在新的历史起点上深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣，关系到实现中华民族的复兴。

过去的十多年，我国文化产业由萌芽逐渐发展成熟。当前，随着现代科技的进步，互联网的快速发展，数字、信息技术的日新月异，文化与科技的融合成为文化产业最为突出的特点之一，也是未来中国文化产业发展的趋势之一。文化与科技的融合催生了新的文化业态，创造出新的文化消费终端，推动了产业的转型升级。占文化产业半壁江山的传统出版业正面临着转型升级的巨大压力。挑战面前，高端前沿人才的匮乏是目前普遍存在的问题，也是制约出版产业转型升级的巨大阻力。十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》指出，要建立产学研协同创新机制，强化企业在技术创新中的主体地位，发挥大型企业创新骨干作用，激发中小企业创新活力，推进应用型技术研发机构市场化、企业化改革，建设国家创新体系。在转型升级的压力面前，如何培养适合数字化时代的高端复合型出版人才，一直是出版企业极为重视的课题。而与文化产业领域交集不多的博士后科研工作在人才培养、项目孵化、产业拓展等方面的作用，正为各大出版企业所逐步认识，建设博士后科研工作站成为出版企业培养高端创新人才、推动产业转型发展的重要举措。

较之其他行业，由于受传统观念、体制机制等因素的影响，传统出版企业设立博士后工作站起步晚、站点少。截至 2011 年，新闻出版业有博士后科研工作站 8 家，不到全国博士后科研工作站总量的 0.4%。随着我国文化体制改革的深化和产业发展的需要，尤其是以数字出版为代表的新媒体、新业态发展浪潮的冲击，越来越多的出版企业纷纷启动博士后工作站的建设，为企业发展和行业进步积蓄力量，争抢先机。

出版企业建设博士后科研工作站，以出版产业未来发展导向为目标，以文化与科技融合趋势中的传统出版业转型升级相关领域研究及人才培养为重点，推动出版传媒业的传统观念进一步受到强烈冲击，提出了一系列面向产业前沿的重大理论课题，带动了一大批产业化项目脱颖而出，培养出多领域的高端复合型人才，已经发展成为出版行业理论与实践相结合、项目研发与推广相互推动、人才培养与使用相互支撑的重要阵地。

二

出版产业作为文化产业重镇，因长期以来独特的行业传统和专业传承，普遍存在重内容轻媒介，重人文素养、轻科技研发，重日常管理、轻产业预判等一系列不适应现代文化经济发展的特点，尤其是在转型升级发展关键期，出版企业严重缺乏深层次、系统化的发展理论与顶层设计，缺乏有效的战略掌控能力和产业综合能力，缺乏基础性的科技研发能力和市场创新能力，常常因为不了解、不适应、不自信而导致产业迷茫和战略彷徨，失去产业内在的发展动力和企业必备的市场激情，影响出版业的行业前景和快速发展。

如何解决这些问题，适应甚至引领出版产业转型升级发展的大趋势、主潮流？文化企业博士后科研工作站的建设只有发挥其四个方面的作用，才能回答和解决上述问题。

一是产业趋势的前哨站作用。理论是实践的先导。出版企业作为实践性主体，要充分发挥博士后科研人员对政策导向的理解力、对科技发展的洞察力、对产业趋势的前瞻性、对市场走向的敏感性，紧跟市场推动产业转型，响应政策开拓大型项目，全面提升企业的市场预判能力、产业提升能力和战略调控能力，重点加强预判性、趋势性研究，推动企业较快地将政策前沿、科研前沿转化为产业前沿和市场前沿。

二是高端人才的蓄水池作用。博士后科研工作站的首要任务是发挥聚集作用、辐射作用和示范作用，吸引人才、培养人才，尤其是让人才创新有平台、成长有空间、科研有条件、实践有项目，为人才提供最好的优质条件。不仅要在高层次技术人才的培养、加速高新技术成果产业化进程等方面发挥积极作用，而且也要成为联系高校、科研院所的桥梁和纽带。

三是创意项目的孵化器作用。博士后人才为企业带来的丰富的知识资源、内容资源、信息资源等，成为企业的战略性发展重要的资源蓄水池。科研工作站的主要任务是引导博士后人员在站期间重点开展资源开发孵化工作，将信息转化为创意，将资源转化为项目，将项目转化为效益，形成企业引领性的发展重点和市场热点，为企业长期发展提供有效支撑，为出版传媒产业的跨越发展提供智力支撑、人才保障和研发动

力，提高行业科技与文化软实力。

四是科技研发的主阵地作用。对传统文化出版企业来说，文化科研本来就是个新生事物，历来缺乏必要的条件与能力。博士后工作站通过开放的产学研合作，加强与高校、科研院合作，利用优秀的科研条件，发挥桥梁纽带作用，成为科研院所成果转化推广的平台与中介，直接将传统文化产业带入文化科研的前沿，形成企业科技研发、转型升级发展的主阵地，推动传统文化出版企业取得优势竞争条件。

三

2009年6月，经国家人力资源与社会保障部全国博士后管委会正式审核批准，时代出版传媒股份有限公司博士后科研工作站正式挂牌成立。这被业内称作中国出版传媒业致力于培养高端人才的标志性事件。作为当时全国首家出版传媒业博士后科研工作站，时代出版传媒公司开创了出版业界建设博士后科研工作站，组建高端人才智库的先河。

目前，时代出版博士后科研工作站已经招收博士后12名，其中6名已结题出站，研究方向涉及传媒科技、内容开发、政策研究、产业战略等多个领域。时代出版在博士后工作站的智力支撑下，目前获得了多项实质性和突破性的产业成果。2012年，时代出版企业技术中心以出色的竞争优势、研发实力、基础设施、核心技术、人才队伍等方面的优秀成绩，通过国家严格评审，获得了认定专家一致认可，成为全国文化企业首次入选国家认定企业技术中心，从而转变了业界对文化企业的传统认识，首开文化企业入选国家认定企业技术中心的先河，为文化科技在产业经济领域闯出了新空间。同时，时代出版传媒公司还入选了科技部第一批现代服务业创新发展示范企业，成为国家高技术产业化示范工程、数字出版示范企业，设立了全国首个省级数字出版行业生产力促进中心、数字出版工程技术研发中心，2012年，牵头成立了全国首个“数字出版技术创新战略联盟”。

时代出版博士后工作站在瞄准文化产业、高科技产业与新媒体三大方向进行研究的基础上，大力开发了一大批的数字出版、互动阅读、移动阅读、数字培育、网络媒体等文化与科技融合工程，近年来已经取得了一批高端项目和科研成果。以“时代E博”全媒体数字出版运营服务平台、手机出版内容互动平台、健康IPTV频道等为重点的宽容量数字化重点项目，以E-book3.0多媒体互动阅读电子书、E时代云课堂、无纸化教材（电子书包）等为代表的数字教育项目，以《时代发现》全球首款中文轻阅读应用TimeTeller、校讯通等为龙头的移动出版应用项目，以环保玩具图书等为核心多元开发新业态项目，都在顺利、高效地实施。随着后续重大项目的跟进与产业



链的延伸,这必将推动新兴产业进一步跨越发展。

通过大规模的自主创新与集成创新,时代出版结合企业发展状况,建立了博士后工作站选题题库,覆盖出版、营销、动漫、影视、金融、印刷等多个领域;搭建“产学研”平台,集结当前最具优势的文化科技融合项目,在核心前沿技术研发方面取得了累累硕果。目前已高质量完成了一批重大出版工程、数字新媒体出版、数字高保真印刷等各类创新项目,参与制定并完成国家标准3个;获得21项软件著作权,3项实用新型,2项外观设计专利;3项发明专利申请并被受理。主持制定的《安徽省数字出版产业技术发展指南》已经由安徽省科技厅发布,这在同行业尚属首次。在站博士后先后6人获得中国博士后科学基金面上资助、安徽省博士后基金资助,在中外各类核心学术刊物上发表文章共20余篇。

借助博士后工作站的科研力量,时代出版组建的时代出版上海研究发展中心成为出版传媒业工程硕士培养点和项目孵化器,已经联合招收培养超过150名工程硕士,充分发挥了博士后工作站的科研辐射作用。在博士后工作站建设的带动下,采取培养与引进结合的方式,时代出版在人才能力、队伍结构上有了巨大提升与改进;科研人才队伍不断壮大,阶梯人才序列逐步形成,从而完成了面向未来的人才储备。

四

本文集所选编的是时代出版传媒股份有限公司博士后工作站顺利出站的博士后研究论文,共6篇,内容涉及企业数字出版转型、数字出版价值网、现代版权问题、隐性知识管理、出版产业化经营、新媒体资源整合6大领域,基本上涵盖了我国出版产业的前沿性课题,总体上反映了出版产业未来的发展态势和发展方向。

谢兆树的《新媒体背景下出版企业数字出版转型研究》,是时代出版博士后科研工作站为企业发展的现实需要而确定的研究课题之一。这一课题从当下信息传播方式急剧变化的角度来考察出版企业的转型与创新,运用传播学、媒介学等理论,以对出版业的实证研究为基础,把信息传播方式的变迁和媒介技术的演进结合起来,通过对国内外出版企业数字出版转型的成功案例分析,展开理论与实践的研究。同时,本课题还通过座谈、专家访谈等形式,研究新媒体时代传播方式的具体变化以及出版企业的实际经营状况,为新媒体背景下出版企业的转型与创新提供了方向与策略。

现代出版业在转型升级中面临着越来越激烈的竞争,而发展数字出版价值网商业模式成为有效应对的手段。魏彬的《数字出版价值网商业模式研究》在其自有研究成果的基础上,吸纳前人的研究经验,通过对数字出版价值网商业模式自组织运营活动和外部治理活动进行分析,厘清了概念的内涵及外延,构建了数字出版价值网商业模

式的体系。这项研究不仅为时代出版公司及其他文化企业在建构和维护数字出版价值网商业模式时提供依据和指导,也为政府进行有效的文化市场管理及中华文化走出去等提供了新思路,从而展现了这一课题研究的文化价值和产业价值。

文化与科技的融合带来的影响之一就是知识产权问题愈来愈复杂,而这一问题已成为制约文化产业发展的主要因素。新媒体新业态的出版,扩展了传统版权概念的内涵和外延。如何开发、经营、保护版权成为现代出版企业不容回避的问题。王智源的《现代版权及其经济管理问题研究》基于全球新一轮产业布局变动和后金融危机背景的考虑,通过跟踪研究现阶段出版、传媒产业调整和版权运营实践现状,以产业竞争力和交易视角研究现代版权及其相关的经济管理问题,找出制约出版、传媒产业发展的限制因素,总结出适合优化相关产业(产品)升级的路径和模式,具有较强的现实意义和实用价值。

创新能力是文化企业的核心竞争力之一。而隐性知识的转化流程化能够促进创新,提升企业的核心部分力。孙春晓的《提高企业核心能力为目的的隐性知识管理研究》,从提高企业核心能力的视角研究了隐性知识管理体系与企业核心能力的相互影响,并以实际产业为分析着眼点,以时代出版公司为例,分析了时代出版公司现有的隐性知识管理系统,并对时代出版公司的隐性知识管理提出了有效的策略和建议,一是要加强企业文化建设,二是要建立适应终身学习的内部学习型组织,三是深入产学研结合创新,四是注重同行业战略联盟建设。这些建议不仅对时代出版,对于全行业来说,都有着较强的现实指导意义。

2009年7月,国务院出台《文化产业振兴规划》,将文化产业发展提到国家战略的高度。文化产业未来不仅将成为国民经济发展的支柱产业,对于提升国家的软实力,维护国家文化安全而言也有着至关重要的意义。而我国文化产业化起步较晚,跟世界其他国家的文化产业相比还有着不小的差距。芦珊珊的《中国出版产业化经营研究》从中国出版企业产业化经营的环境入手,通过对中国出版企业产业化的必要性和可能性进行详细分析,结合国外一些发达国家出版企业产业化经营实践方面的经验以及中国出版企业产业化经营的现状,为中国出版企业产业化经营指明了方向和道路。

科技催生了新媒体新业态的出版,尤其是近几年,随着数字技术、互联网的发展,以提供内容为主的传统出版企业如何应对这一态势成为摆在整个行业面前的最迫切需要解决的问题。何军民的《内容主导型新媒体传媒企业资源整合现状与策略研究》,在梳理当前图书出版企业从事新媒体产业基本情况的基础上,系统总结了内容主导型新媒体传媒企业为从事新媒体产业竞争而进行的资源整合策略的基本内容和实现手段,并以时代出版传媒为典型个案,揭示其在发展新媒体事业过程中的基本运作流程和经验,对传统出版企业转型升级中明确发展思路、制定长远战略有着巨大的指

导作用。

以上课题均是博士后工作人员在时代出版公司的具体工作岗位上,通过长期的业务研究和市场实践挖掘出的具有重大研究价值的课题,这些研究成果对解决出版企业面临的现实问题具有较强的指导意义。

五

第三次科技革命带来了“产学研”相结合模式的快速发展。科技与经济的融合已经催生了美国“硅谷”等一系列经济奇迹。而文化与科技的融合,是一个新兴的课题。对于脱胎于传统计划经济体制的我国出版企业而言,更是如此。面对世界文化产业发展的新格局,面对中国文化产业发展的现状,如何借助科技的力量实现转型升级,是文化企业迫切需要解决的课题。从目前的实践来看,传统文化企业建立博士后工作站,以理论引导实践,是一个决胜的法宝。

目前,传统出版业在博士后培养方面还存在很多的问题,尤其缺经验,缺乏新观念、新机制,要想使文化产业博士后工作站充分发挥作用,应该在其建设运营中把握好如下五大原则。

第一,要把握好立足企业与合作培养相结合的原则。传统出版文化企业虽然拥有丰富的市场资源、实训资源,但是博士后工作站建设与人才培养经验不足,只靠自我力量往往力不从心,而专业院校和科研机构则有长期积累的相关经验。文化企业建设博士后工作站必须走合作发展的路子,借助专业化的科研力量,提升建设层次,加快培养步伐。

第二,要把握好科技研发与实训操演相结合的原则。博士后工作站以科技研发为主要任务,通过博士后人员的科研工作,研究产业课题,开发重大项目,研发关键技术,解决当前文化产业发展重大而迫切的目标任务,为转型升级发展储备力量。同时,作为以市场为核心的企业博士后工作站,必须同时解决企业面临的具体问题,必须把研究方向、研究课题同企业的具体业务结合起来,同市场的需求结合起来、同产业的实际结合起来,必须了解出版业务、了解读者需求、了解一线实务。

第三,要把握好开放包容与为我所用相结合的原则。首先要打破“封闭性”,不仅吸收出版、传媒博士人才,更要为经营管理、商贸金融、文化创意等相关领域人才创造机会、增加渠道,为文化产业发展注入新鲜血液,为产业融合提升创造条件。其次要增加“包容性”,要为博士后人才建平台、给待遇、给项目、给机会,胸怀宽广,包容个性,鼓励他们说出新理念、新做法、新看法,支持他们提出新课题、新创意、新模式,努力使博士后人才为我所用、各尽其用,人尽其才、各展其才,与市场一起

互动，与产业共同发展，与企业并进成长。

第四，要把握好科研建设与示范带动相结合的原则。文化企业博士后工作站的核心任务是培养科研人才、复合型人才、经营管理人才，但是仅仅培养有限几名高端人才远远不能发挥好博士后科研工作站的作用。文化企业要充分利用博士后工作站的影响力和博士后人员的标杆价值，最大化利用博士后工作站带来的各种资源，在人才成长上、产业导向上、政策引导上、学习提升上，为企业整体队伍的提升发挥示范带动作用，推动企业整体队伍能力的普遍提升。

第五，要把握好重点建设与文化融合相结合的原则。博士后工作站作为独立的研究培养机构，必须在资金、政策等方面给予特殊支持，为博士后人员创造最好的条件。同时，博士后人员是企业的重要组成部分，不仅对其要有招收、考核、评价、项目管理等一系列健全的规章制度，同时也要关心博士后人员生活，鼓励创新创造，引导其熟悉公司的企业文化、认同公司的价值观念、了解公司的战略目标，用共同价值观将博士后人员的信念凝聚到公司战略上来，将博士后工作站的建设统一到企业发展上来，鼓励业绩、创新和若干，打造上下一致、昂扬向上、开拓进取、志同道合的企业文化。

文化企业博士后工作站的建设还是个新课题，时代出版传媒公司博士后科研工作站的做法取得了一定效果，但是其中大量新模式、新方法、新目标有待发掘与创造，需要文化产业界人士进一步探索。该论文集的出版是时代出版博士后工作站研究成果的展示，有利于出版产业研究成果的推广与应用，促进该博士后工作站科研工作的可持续发展。它既是对以往成果的总结，又是对新起点的重新思考。站在第一批出站博士后科研成果的新起点上，时代出版博士后科研工作定能在引进和培养高层次人才、研究和开展出版业高、新、精、尖技术项目方面走得更快、更远。

目 录

序 / 1

新媒体背景下出版企业数字出版转型研究 / 1

第一章 绪 论	3
第二章 数字出版转型的背景	7
第三章 网络出版	10
第四章 手机出版	20
第五章 出版企业数字出版转型	28
第六章 结 论	34
参考文献	35

数字出版价值网商业模式研究 / 39

第一章 数字出版价值网商业模式概述	41
第二章 数字出版价值网商业模式自组织运营活动分析	50
第三章 数字出版价值网商业模式外部治理活动	60
第四章 结 论	64
参考文献	66

现代版权及其经济管理问题研究/ 71

第一章 绪 论	73
第二章 国内外研究现状 (略)	78
第三章 版权的制度与发展 (略)	78
第四章 版权的保护及应用研究 (略)	78
第五章 版权的创造与管理	79
第六章 出版、传媒类企业管理问题研究	91
第七章 我国当代网络信息传播过程中的版权问题及对策研究 (略)	99
第八章 结 论	100
参考文献	104

提高企业核心能力为目的的隐性知识管理研究/ 111

第一章 绪 论	113
第二章 企业核心能力和隐性知识相关基本理论及其发展	117
第三章 以时代出版为例, 文化企业隐性知识管理策略分析	127
第四章 结 论	145
参考文献	149

中国出版产业化经营研究/ 151

第一章 出版产业化经营的环境——文化产业的大发展	153
第二章 我国出版产业化经营的必要性和可能性	160
第三章 国外出版产业化经营实践	163
第四章 我国出版产业化经营的现状	171
第五章 我国出版产业化经营思路	177
第六章 结 论	181
参考文献	182

内容主导型新媒体传媒企业资源整合现状与策略研究/ 185

第一章 绪 论·····	187
第二章 内容主导型新媒体传媒企业的基本内涵和业务类型·····	194
第三章 内容主导型新媒体传媒企业产业链·····	199
第四章 内容主导型新媒体传媒企业资源整合的宏观研究·····	204
第五章 内容主导型新媒体传媒企业资源整合的微观研究·····	209
第六章 时代出版传媒有限公司新媒体资源整合策略研究·····	214
第七章 结 论·····	218
参考文献·····	220

跋/ 225

新媒体背景下出版企业
数字出版转型研究



谢兆树

第一章 绪 论

第一节 选题背景与研究意义

新媒体时代的到来催生了信息传播方式的多样化,这种变化对传统出版业产生了巨大的冲击。因而,为应对信息传播方式和载体的多样化,传统出版企业必须加快数字出版转型。随着技术的进步和网络时代的来临,信息的传播方式日益多样化和多元化,人们可以通过不同的载体、渠道和手段来获取信息。在这样的文化和技术背景下,传统的出版方式也在发生变迁。出版作为一种产业,也必须随着信息传播方式的变迁,在出版方式上实现突破和创新,以维持和发展出版产业。本课题主要在新媒体时代的语境和技术背景下来研究出版企业的数字化转型。课题的着眼点在于充分考量新媒体时代背景下信息传播方式的变异和阅读载体的数字化趋势,并由此深入探究这一趋势对出版产业的直接和间接影响,并在出版企业数字出版转型的理论上和实践上提出相应对策。

本课题是时代出版传媒股份有限公司博士后科研工作站为企业发展的现实需要而确定的研究课题之一。这一课题立足于当下信息传播方式的急剧变化来考察出版企业的转型与创新,期望找到一个数字出版转型研究的新思路。出版商业模式的创新是企业永久竞争力的体现,出版商业模式的创新研究能够为出版传媒产业的跨越发展提供理论支撑,提升出版企业的软实力,大幅提高企业的经济效益和社会效益。这一课题将丰富文化产业转型和创新等理论课题的探讨,为企业战略决策提供理论支持和现实依据,有助于出版企业适应经济和技术的变化,也有助于出版企业实施“走出去”战略,从而促进企业的可持续发展。本课题在吸取前人研究成果的基础上,选取信息传播方式在新的媒介技术条件下的变化为切入点,探索出版企业数字出版转型的调整策略和重构路径,以更为务实的态度和方式研究新媒体时代数字出版的主要形式以及商业模式创新,在一定程度上避免了单纯的理论研究和单一的商业研究的缺陷。同时,本课题关注到全球化和本土化的对立统一,立足于国内外的真实案例,深入研究数字出版转型的变化规律及发展趋势,并在此基础上,结合我国的制度背景、科技水

平和大众需求、提出既能够与国际接轨又具有本土适应性的数字出版转型策略,无疑对解决出版企业的现实问题有积极的意义。

第二节 国内外研究综述

就国外研究状况而言,与本课题相关的代表性的研究成果有:

(1) 美国学者哈筱盈 (Louisa Ha) 等主编的《全球网播——新媒介商业运营模式》(清华大学出版社 2009 年版)。该书主要探讨当今大众传媒研究领域的前沿话题:网播,即视频与音频内容通过互联网的传播,并以全球视野透视网播的传播与发展。该书以创新而缜密的理论框架研究和分析了新兴媒介网播的经营模式,尤其是正在兴起的全球媒介、媒体市场环境及运营模式、网播媒介的技术和商业实践、网播商业模式的前景展望、传媒产业结构、互联网媒介商业模式研究。

(2) 美国学者卡斯多夫 (Kasdorf, W. E.) 主编的《哥伦比亚数字出版导论》(苏州大学出版社 2007 年版)。该书生动地展示了当今数字技术的实际应用,既是对迄今为止的数字出版“根本问题和核心问题”的集中阐述,也是应用现有相关技术来实践数字出版的极佳例证,真正是理论与实践的完美结合。该书主要论述了数字时代出版的技术基础、从传统出版到电子出版的转型、电子出版对传统出版发行模式的影响、数字印刷、多媒体出版、内容管理与网络出版、电子书和开放电子书出版结构等。

(3) 美国学者沃泰姆等所著的《奥美的数字营销观点:新媒体与数字营销指南》(中信出版社 2009 年版)。该书主要论述了数字科技及媒体的发展推动企业从崭新的角度探索与消费者接触及互动的新方法,认为数字世界的快速进化开创了一个从用户上传内容到消费者社区的新时代。该书为企业提供了如何运用主要数字媒体通路的方法,随附了领先的营销人如何在工作中有效运用这些通路的最佳案例,提供了数字营销的十二个基本原则,并进一步给出了完整的数字营销策划架构,协助企业制订自己的数字营销计划。

(4) 英国学者康斯坦丁诺斯·C. 马凯斯 (Constantinos C. Markides) 所著的《攻略:商业模式创新路线图》(东方出版社 2010 年版)。该书论述了成熟公司不仅能够发现新的商业模式,而且可以将这种新的商业模式与现存商业模式同时加以采用;不仅要发现新的商业模式,而且重在实施新的商业模式,改变游戏规则。

(5) 日本学者大前研一等所著的《数字化商业模式》(中信出版社 2006 年版)。该书主要探讨数字化革命给商业社会带来的种种变化和冲击,研究企业如何在数字社会中实现创新变革和转型,从而构建立自己独特的经营模式。该书内容涉及多媒体市场研究、数字时代创新的关键等。