



彭连刚◎著

移动阅读产业 商业模式研究

YIDONG YUEDU CHANYE
SHANGYE MOSHI YANJIU

中南大学出版社
www.csupress.com.cn

移动阅读产业 商业模式研究

彭连刚·◎·著



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

·长沙·

图书在版编目 (C I P) 数据

移动阅读产业商业模式研究 / 彭连刚著. --长沙:
中南大学出版社, 2019.2

ISBN 978 - 7 - 5487 - 3500 - 7

I. ①移… II. ①彭… III. ①电子图书—文化产业—
商业模式—研究 IV. ①G255.75 ②G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 257123 号

移动阅读产业商业模式研究

彭连刚 著

-
- 责任编辑 浦 石
责任印制 易红卫
出版发行 中南大学出版社
社址: 长沙市麓山南路 邮编: 410083
发行科电话: 0731 - 88876770 传真: 0731 - 88710482
印 装 长沙印通印刷有限公司

-
- 开 本 710 × 1000 1/16 印张 13.25 字数 228 千字
版 次 2019 年 2 月第 1 版 2019 年 2 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 5487 - 3500 - 7
定 价 58.00 元
-

图书出现印装问题, 请与经销商调换

摘 要

移动阅读是指在利用信息技术构建的移动网络环境下,用户自主随机阅读和学习的方式。这是一种使“任何人在任何地方、任何时刻利用身边随手可得的阅读设备、自主地获取其所需的任何内容和信息,并自由地与人分享、共享和沟通”的数字阅读和学习方式。这种阅读方式可以充分利用用户的碎片时间,使用场景丰富,逐渐成为用户获取资讯和知识的主要手段。

近年来,国家倡导全民阅读,建立书香社会,移动设备也在飞快地更新换代,泛在高速网络的快速普及和网络资费的下降、国内自媒体行业的迅速发展以及文化产品的多元化等,为移动阅读市场的快速发展铺平了道路。巨大的市场空间使大量企业纷纷涉足移动阅读产业。然而,市场的快速膨胀、企业定位不准和核心竞争能力不足、行业指导和监管不力、产业内的企业显现出发展方向不明、竞争异常激烈、持续赢利能力较弱等状况,这将影响移动阅读产业的良性发展和终端用户需求。同时,无线接入、终端技术、网络技术和业务平台技术方面的异构化、多样化使得目前的移动在线阅读未能实现真正意义上的自由阅读。因此,移动阅读产业的发展亟待规范和寻找新的发展模式。

本书在商业模式理论基础之上,运用生态学理论、价值链理论、消费者行为理论、信息技术采纳理论、互联网经济理论等多视角对泛在知识环境下移动阅读行为与商业模式开展综合研究。在对用户移动阅读行为特征和产业价值链演变及其特征进行分析的基础上,提出了移动阅读产业商业生态系统概念,构建了涵盖内容和交易两个子平台的移动阅读产业商业服务平台,厘清了移动阅读商业生态循环系统;对比研究了以内容提供方为主导和以渠道企业为主导的两种主要商业模式的特点;基于泛在网络发展趋势和双边市场理论,提出了以读者为主导的C2B高效协同服务模式以及由价值链驱动的双边市场模型所确定的赢利模式。

目录 Contents

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景与选题意义	1
一、研究背景	1
二、选题意义	2
第二节 相关研究现状	3
第三节 研究内容和研究方法	6
一、研究内容	6
二、研究方法	7
三、研究框架与步骤	8
第二章 相关理论基础	9
第一节 产业生命周期理论	9
一、产业生命周期内涵	9
二、产业生命周期阶段划分	10
第二节 商业模式理论	16
一、商业模式内涵	16
二、商业模式创新	18
三、典型互联网商业模式	21
第三节 价值链理论	24
一、价值链的内涵	24
二、产业价值链	25
三、价值网络	26
第四节 商业生态系统理论	27

一、商业生态系统的内涵	27
二、商业生态系统的重要特征	29
三、商业生态系统的结构	31
四、商业生态系统的宏观结构	34
五、商业生态圈和价值链的区别	36
第三章 移动阅读产业发展现状及趋势研究	37
第一节 移动阅读的内涵与特征	37
一、移动阅读的内涵	37
二、移动阅读业务分类	39
三、移动阅读特征	40
第二节 移动阅读产业发展现状分析	41
一、移动阅读产业发展沿革	41
二、移动阅读产业市场分析	45
三、移动阅读产业发展环境分析	48
四、移动阅读产业利润分析	50
五、移动阅读核心企业业务分析	50
第三节 移动阅读产业生命周期分析	54
一、AMC 应用成熟度曲线模型	54
二、移动阅读产业生命周期	56
第四节 移动阅读产业发展趋势分析	57
第四章 移动阅读用户行为研究	62
第一节 移动阅读用户特征研究	62
一、移动阅读用户基本属性	62
二、移动阅读用户行为特征	66
三、高职学生群体移动阅读特征研究	70
第二节 移动阅读用户使用行为研究	74
一、用户行为理论	74
二、研究现状分析	77
三、研究方法与实施	78

四、调查结果与分析	78
五、研究结论与建议	82
第三节 移动阅读技术采纳行为研究	83
一、技术采纳理论	83
二、研究现状分析	84
三、研究假设与模型	86
四、研究方法	88
五、数据分析	89
六、研究结论与建议	93
第四节 移动阅读行为偏好研究	93
一、研究背景分析	93
二、研究现状分析	94
三、研究设计	96
四、研究结果	98
五、讨论	100
六、教育建议	102
七、研究结论	103
第五章 移动阅读产业价值链研究	104
第一节 传统电纸书产业链分析	104
一、传统电纸书产业链	104
二、电纸书产业发展影响因素分析	105
三、移动阅读产业兴起因素分析	106
第二节 移动阅读产业链演化分析	108
一、用户端演化	108
二、内容端演化	110
三、政策端演化	113
第三节 移动阅读产业价值链的组成与特点	116
一、移动阅读产业价值链的组成	116
二、移动阅读产业价值链的特点	118
第四节 移动阅读平台分析	119

一、电信运营商主导的移动阅读平台	119
二、互联网巨头主导的移动阅读平台	121
三、传统数字阅读企业主导的移动阅读平台	123
四、电子商务企业主导的移动阅读平台	125
五、四类移动阅读平台对比分析	125
第六章 移动阅读产业商业生态系统研究	130
第一节 数字生态系统	130
一、数字生态系统中企业的角色	131
二、数字生态系统中的出版业	132
三、数字生态系统的结构	133
第二节 移动阅读产业相关行业的发展	135
一、电子书行业的发展	135
二、移动互联网行业的发展	138
三、移动终端行业的发展	141
第三节 移动阅读产业生态系统的内涵	148
一、移动阅读产业生态系统的概念	148
二、移动阅读产业生态系统的特征	148
三、移动阅读产业生态系统的种群	149
第四节 移动阅读产业生态系统的构建	151
一、商业服务平台的构建	151
二、商业生态系统的构建	152
第五节 咪咕数媒生态系统分析	154
一、咪咕数媒的生态位	154
二、咪咕数媒的合作模式	155
三、咪咕数媒的盈利模式	155
四、咪咕数媒的核心竞争力	156
五、咪咕数媒的发展	156
第七章 移动阅读产业盈利模式研究	158
第一节 移动阅读产业发展模式分析	158

一、移动阅读产业发展模式对比分析	158
二、移动阅读产业发展模式的变化	161
第二节 移动阅读产业盈利模式类型	162
一、以内容提供方为主导的盈利模式	162
二、以渠道企业为主导的盈利模式	163
三、基于双边市场的移动阅读产业赢利模式	163
第三节 移动阅读产业盈利的实现途径	165
一、用户付费阅读	165
二、用户打赏	165
三、广告收入	166
四、IP 版权运营增值	166
五、硬件销售	167
六、图书出版发行	167
第四节 移动阅读市场盈利空间分析	167
一、衍生与流量变现	167
二、市场付费空间测算	173
三、网络文学市场测算	173
第八章 案例研究	177
第一节 亚马逊 Kindle	177
一、美国在线付费阅读	177
二、亚马逊产品发展史	178
三、发展理念	179
四、盈利模式	179
第二节 掌维科技	179
一、商业模式	180
二、产品推广	182
三、盈利模式	183
第三节 有声阅读市场	185
一、有声书概念	185
二、有声阅读市场发展历程	186

三、有声阅读行业产业链	187
四、有声阅读移动平台盈利模式	187
五、有声阅读平台典型案例分析	189
第九章 研究结论	193
一、研究结论	193
二、特色及创新之处	196
三、不足及进一步研究的方向	197
参考文献	198

第一章 绪论

随着互联网技术和移动终端技术的进步，人们的阅读时间、阅读内容、阅读情境、阅读媒介等正在发生革命性的转变。这一前所未有的变革让读者变得更有话语权。而这场移动阅读革命不仅影响了读者，也影响着位于该产业链上的所有参与企业。

本章是全书的引子和概括。第一节提出研究背景和选题意义；第二节简述移动阅读商业模式研究的现状；第三节概述了本书的研究主要内容、方法和步骤等。

第一节 研究背景与选题意义

一、研究背景

信息技术和通信技术的持续快速发展变革了人们的生活、教育和科研方式。在今后 10 至 15 年内，信息技术、纳米技术、生物技术与认知科学的发展与相互结合将会产生具有“无所不在性”（Ubiquity）、“透明性”（Transparency）和“智能性”（Intelligence）的“泛在智能”（Ambient Intelligence, AiM），正如 Marc Weiser 所预言的：对我们影响最深刻的技术就是那些我们看不到的。这些技术存在于我们日常生活的方方面面，直到我们分辨不出它们在哪里。泛在智能的产生和发展，使信息模式、信息传播渠道和信息利用机制持续产生重大变革，人们的学习和阅读方式也发生了重大变化。

各类厂商纷纷高调进入数字阅读市场，使其一度成为互联网应用领域中最

被看好的细分领域之一。中国运营商基于数字阅读的一系列战略部署表明了其进军数字阅读市场的决心；而较具竞争实力且掌握丰富内容资源的互联网数字阅读厂商，如盛大等厂商也开始深度拓展数字阅读市场，力图基于原有的内容资源抢占移动阅读的先机；电子商务网站转战电子图书领域，如 Kindle 进入中国，引入国际的运作模式，促使市场更加规范；多数传统出版单位都已经着手开展数字出版工作，大家逐步脱离了观望、思考、讨论的阶段，进入实践操作。特别是自 2014 年以来，“全民阅读”上升至国家级规划，“全民阅读”连续多次被写入政府工作报告，这表明了国家在战略层面对阅读相关产业的重视态度和推动决心。政府的大力支持会使移动阅读成为一种常态，会为移动阅读的坚实流量来源。

据艾媒发布的《中国数字阅读行业案例研究》可以发现：中国国民数字阅读接触率已达到 73%，已然超过纸质图书阅读率。并且国民收入水平增长稳健，娱乐消费相应提升，精神需求日益旺盛。数字阅读产业作为互联网内容的典型代表，面临居民文娱消费升级风口，在政府倡导的振兴文化产业浪潮中拥有巨大潜力和发展机遇。但随着该产业的快速发展，相关问题也逐渐突显。例如，电子书已经出现了技术商格式垄断、分销商定价霸权、内容滥竽充数、出版商保守落后的现象。来自技术、平台、内容和运营等各个环节的企业，难以在同一个话语平台对话，再加上各自生存发展利基的不同，导致产业各方博弈异常激烈。同时，由于无线接入、终端技术、网络技术和业务平台技术方面的异构化、多样化使得目前的移动在线阅读未能实现真正意义上的自由阅读。因此，随着移动阅读产业的不断发展，探寻适合该产业进一步发展的商业模式是目前业界关注的焦点。

二、选题意义

近年来，中国移动阅读处于行业高速发展期。在此阶段，部分用户付费的商业模式形成，在此商业模式的支撑下，市场迅速增长，市场进入门槛提高，主要参与厂商掌握核心资源，如：用户资源、渠道资源以及内容资源。但是产业尚未形成大规模的盈利，仅有部分厂商实现收支平衡，进入盈利阶段还需要通过用户的积累以及市场容量的不断扩充，形成规模效应，从而促使产业链各环节走向大规模盈利状态。目前移动阅读市场发展的最大瓶颈是盗版内容的存在以及大规模用户付费习惯尚未养成，突破这一瓶颈需要政策层面的支持以及

市场对用户的培养。同时,移动互联网支付环境的成熟也是促进移动阅读市场健康发展的主要因素。在此期间,互联网巨头也完成了对市场的布局,着力提升内容资源和产品服务的质量,提高用户阅读体验,抢占移动阅读市场,与产业链各环节形成联动效应,探索阅读盈利新模式。因此,研究移动阅读产业商业模式具有重要现实意义。

另外,行业的变化必然会引起相关学者的热议,目前学术界也已经开始对移动阅读服务进行理论研究,较成型的研究主要集中在图书馆服务上。关于移动阅读服务少有系统性的研究,涉及移动阅读商业模式的研究更少。本书基于移动阅读的发展现状,通过总结国内外关于移动阅读服务及盈利模式的文献和论著,对移动阅读服务及其盈利模式进行分析和比较,为国内移动阅读市场的发展提供理论支撑,这在一定程度上弥补了移动阅读服务及其商业模式学术研究的不足。

第二节 相关研究现状

相对于嗅觉敏感的商界,学术界关于移动阅读商业模式的研究十分匮乏。搜索中国知网、万方等中文数据库,移动阅读服务及商业模式的研究很少,关于移动阅读的专著更是寥寥无几。目前,中国移动阅读的发展没有得到前沿理论研究的指导。阅读国内相关的文献后可以发现,大多数文章的研究主要是从以下几个角度进行。

(1)对移动阅读概念的探讨。对于移动阅读概念的界定,学界有不同的看法。楼向英、高春玲在《Mobile2.0 环境下高校图书馆推行移动阅读服务的可行性分析》一书中指出,移动阅读可以随时随地阅读,不受时间、地点限制。手机阅读是移动阅读最重要一种形式,且可以与其他媒介进行融合,达到最优的效果。茆意宏指出:手机移动阅读是读者以手机为移动终端,通过无线、移动通信网络访问、接受、下载所需信息,并在移动终端上浏览、收看(听)的阅读活动。其技术实现方式随移动信息技术的进步而发展,从SMS(短信息)、MMS(多媒体信息)到WAP、WEB直接上网等。卞庆祥将移动阅读定义为:以手机、PDA等移动终端为阅读工具,在移动通信与互联网络相结合的无线互联网络环境下对网上电子资源进行的随时随地的阅读。岳蓓等在《3G 移动阅读终端探析》中提出:“所谓移动阅读,指的是以手机或专用手持阅读器作为承载终端的

一种阅读方式。一般来说,通过移动阅读终端,用户可以阅读报纸、小说、杂志、动漫等内容。”曾妍在《移动阅读在图书馆实行的可能性分析》将移动阅读定义为:移动阅读是以移动阅读设备为载体,对以电子版方式在互联网上出版、发行的文本信息、图像、声音、数据等多种信息形式的内容,通过便携式阅读终端进行有线下载或无线接收,最终实现阅读的一种新方式。

(2)关于阅读内容的研究。移动阅读产业是一个以内容为中心的产业,杨陶玉(2010)通过文本分析等方法对热门阅读内容进行研究,通过定量的分析来找到优质内容的特征。江叶峰(2011)以保罗·莱文森的手机媒介学说为理论基础,通过大量的文本及数据分析,研究中国手机阅读产品内容遇到的问题,并提出相应的发展意见。谭纯(2011)通过对手机阅读平台的用户体验满意程度、内容资源的丰富程度等方面进行调查,找到国内手机阅读平台存在的问题并提出对策,以推进国内手机平台的完善。彭柳等(2013)以日本手机媒体内容为研究对象,剖析日本手机阅读作为阅读媒体在内容组织及传播方面的特点,提出手机媒体内容组织互动性、内容吸引力、内容媒介融合等对我国手机阅读发展的启示。

(3)移动阅读模式的研究。目前,我国移动阅读产业迅猛发展,怎样盈利,应该采取怎样的商业模式,成为学界关注的热点和讨论的重点。而手机阅读在移动阅读盈利这块做得比较好,而且也比较成熟。这方面主要以手机阅读市场为研究对象。关于运营模式的研究,李迎辉《移动阅读传统出版业的新挑战》一文中总结了比较成功的三种模式:中国移动模式、Kindle模式、盛大文学模式。从三种模式可以看出,它们并没有多大区别,可以把它归纳为电信运营商、终端提供商、平台服务商。李镜镜和张志强在《移动出版的发展模式及其评价》一文中,总结出了移动出版的四种类型:平台服务商主导型、内容提供商主导型、终端制造商主导型、网络运营商主导型。并分析这四种模式的优势和弊端,指出这四种模式将相互促进、长期发展下去。刘华鲁在《手机阅读的发展和问题探讨》一文中,总结了我国手机阅读的四种运营模式:一是传统的媒体通过整合自身的资源,提供离线或在线下载的模式;二是整合出版模式,一些网上书店和SP服务提供商,通过资源整合提供阅读服务;三是终端厂商模式,包括一些正规厂商和山寨厂商,他们主要面向社会渠道发行手机终端阅读,辅助提供内容下载;四是运营商模式,运营商通过建立自己的阅读基地,通过自己的渠道,面向受众提供产品。在对移动阅读盈利模式存在问题探讨中,谭纯在《手

机阅读平台面临的问题及对策》一文中指出手机阅读平台面临的五大问题：用户体验有待提升，缺少互动；手机阅读收费模式缺乏创新；内容低俗、同质化严重、优质资源稀缺；行业标准不统一；版权机制需进一步完善。谭纯对这些问题逐一分析并提出了相关的对策：完善用户体验；建构与手机传播和受众特征吻合的内容生产模式；开创互利共赢的高效版权机制；完善手机阅读产业链。

(4)关于盈利模式的研究。这是本研究的重点之一，移动阅读发展之初至今，业内人士一直都在围绕这个问题进行探讨，但相关的学术研究成果较少。魏轶群(2006)较早地对手机媒体的状况和盈利模式进行了研究，但限于当时技术和内容的限制他提出了最常用的增值服务收费，并对广告分成的模式进行了展望。文远竹(2009)对手机报业务的盈利模式展开研究之后指出了当时的盈利模式存在问题和相应对策。杨陶玉(2010)对手机阅读的市场定位、销售概率预测等发展要素进行了详细分解，论证了手机阅读盈利是可行的，并设计出方法对手机阅读的盈利进行量化评估。何菊香等(2011)对中国手机阅读盈利模式的优势和劣势进行总结，针对所存在问题，给出了改进利益分配和盈利模式的建议。吴小君、刘小霞在《移动阅读时代数字出版商业模式探析》中指出移动阅读盈利存在主要问题：体制缺乏统一的技术标准；难以满足核心受众群体需求；经营机制和数字出版的发展不相适应；数字出版产业链各环节亟待整合等四个方面，而这四方面体现了移动阅读产业链中的三大关键环节，即终端制造商、内容提供商和服务运营商。

(5)关于移动阅读产业链的研究。移动阅读产业链的研究主要从产业内各成员之间的关系、商业模式和发展策略等方面展开的。如高春玲探讨了移动阅读产业链下设备制造商、内容提供商以及运营商之间的关系；章惠和程杰铭在分析移动阅读用户需求特征和移动阅读产业角色构成的基础上，对我国移动阅读产业的商业模式和发展策略进行了探讨；赵经纬从产业标准的角度出发，提出移动阅读产业链整合加速标准统一才是关键。白燕燕分析了我国移动阅读发展面临的六大瓶颈，并提出了相应的对策和建议。卡尔文·里德对谷歌的电子书生态系统进行了定义，认为“它是一个敞开的电子书生态系统”；李心悦认为中国不适合封闭的电子书生态系统，并将中国的案例与苹果和亚马逊做了简单的对比分析；李嘉从产业链外部环境的角度研究了终端补贴政策的调整及电子书产品标准的制定对移动阅读在平台、终端、内容、格式及版权等多方面将产

生的一系列影响；方亮从智能手机操作系统平台的视角对移动产业生态系统进行了研究；谌震文研究了移动互联网商业生态系统中运营商价值控制战略的三种策略。

(6) 移动阅读发展趋势。移动技术飞速发展和数字出版技术发展，为移动阅读发展带来巨大的发展空间，电子书越来越受到读者欢迎，人们习惯于在移动终端学习和消遣。随着浅阅读逐步向深阅读发展，智能手机等移动终端设备普及为移动阅读发展创造条件，为出版商带来巨大的商机，出版商积极投身于其中。英国联合信息系统委员会(JISC)于2008年6月至2009年6月进行了电子阅读项目调查，范围涉及四万大学生，调查结果显示，大多数大学生越来越认同将电子书作为一种学习的手段。而Princeton大学(2009)进行的项目实验发现，虽然移动终端设备技术不是十分完善，但数字出版版本正逐步代替传统的教科书，科学研究领域也将成为电子阅读的潜在市场；Stelle Woodward(2009)指出，电子书有利于出版行业变革，促进出版业更好地发展；Jamali等(2009)的研究同样显示了电子阅读市场潜力很大。

通过文献综述可知移动阅读主要集中在对概念的探讨、对移动阅读运营模式、移动阅读发展趋势、移动阅读盈利模式的研究，但是关于移动阅读商业模式的研究不多，且不系统。但以上对移动阅读产业相关内容的研究为本研究提供了研究思路和理论基础。

第三节 研究内容和研究方法

一、研究内容

(1) 移动阅读产业发展现状及趋势研究。深入分析了移动阅读内涵和特征，全面总结了移动阅读产业发展沿革、市场环境、核心企业发展现状以及产业发展趋势，并对关联产业发展现状展开分析。为读者了解移动阅读产业的发展提供整体概貌，为后续研究提供基础框架。

(2) 移动阅读用户行为研究。读者是移动阅读产业价值链的最末端，也是整个产业价值链的主要贡献者和利润来源。通过对读者的研究，了解他们的移动阅读行为特征，从而为该产业商业模式的构建提供基础。本部分主要基于泛在移动网络环境，采用调查研究的方法，从电子书使用行为和电子书采纳行为

两个角度,研究读者的移动阅读行为特征,并给出了相应的结论和建议。

(3)移动阅读产业价值链研究。分析产业价值链的构成,各参与方之间的利益关系,资金流、信息流的流向是商业模式研究的前提。通过对移动阅读产业价值链的演变和特征进行分析,全面梳理当前产业价值链的构成,剖析参与各方的特点,总结存在的问题以及演变发展的趋势。

(4)移动阅读产业商业生态系统研究。随着产业价值链不断融合发展,各参与以及其他利益相关者或政府等职能部门都将在产业发展和商业模式发展的过程中发挥重要作用。利用商业生态系统的理论,思考移动阅读产业的系统构成,探索各要素之间的关系,以期移动阅读产业商业模式的构建提供基础,同时也为移动阅读产业的良性有序发展提供一定的参考。

(5)移动阅读产业盈利模式研究。全面总结现有的移动阅读产业发展模式,分析各种发展模式的优势、劣势,给出典型案例,进一步提炼出主导产业发展的商业模式及其特征和存在的问题。技术的不断进步,势必导致行业商业模式的不断创新。从泛在移动网络发展趋势和双边市场理论的角度,进一步探析移动阅读产业未来的商业模式,为行业企业的发展提供理论参考。

二、研究方法

(1)文献分析法。全面收集整理国内外有关电子书、移动阅读、泛在学习、移动产业价值链、移动产业商业生态、移动经济、商业模式的相关文献资料,探寻研究内容的进展情况,为后续研究提供理论基础。

(2)调查研究法。采用调研研究法对读者的移动阅读行为进行调查,对比分析读者的电子书使用行为和电子书采纳行为,了解该群体的行为特征、存在的问题、对移动阅读的需求,并提出改进意见和建议。

(3)对比研究法。采取对比研究的方法,研究不同群体之间移动阅读行为的差异性;研究传统电纸书产业价值链、移动阅读产业价值链、移动阅读商业生态系统之间的演进过程、其间存在的异同点;研究不同移动阅读产业发展模式之间的优势、劣势等内容。

(4)案例分析法。收集大量的案例,通过案例比较,分析移动阅读企业在哪些方面做得好,移动阅读企业在哪些方面做得比较差,提出移动阅读盈利模式策略,为移动阅读企业发展指明方向。