經濟部

全球新興匯流驅動下之資通訊產業轉型契機

新興匯流之發展趨勢與機會-內容匯流

Opportunities for the Transformation of ICT Industry as Driven by the Convergence of Worldwide Emerging Services: Development Trends and Opportunities of Content Convergence

科技專案成果

委託單位：經濟部技術處
執行單位：財團法人資訊工業策進會

ITIS Industry & Technology Intelligence Services
經濟部技術處產業技術知識服務計畫
III-102-S401-2

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

編者的話

在網路基礎環境下，多元服務融合與創新應用因應而生，研究在此趨勢下之匯流模式，實屬重要；此外，專注於硬體製造的附加價值已逐漸低落，亟需探討匯流相關之加值應用，為台灣資通訊產業找出合適之發展方向。《全球新興匯流驅動下之資通訊產業轉型契機》，將協助讀者掌握數位匯流發展，並分別從內容、平台、終端等匯流構面解析新興匯流之機會，最後則提出台灣資通訊產業之轉型契機與策略方向。

《全球新興匯流驅動下之資通訊產業轉型契機》以套書形式呈現，邀請相關領域之多位專業產業分析師共同撰寫，內容共分為五冊：數位匯流發展現況與挑戰、新興匯流之發展趨勢與機會-內容匯流、新興匯流之發展趨勢與機會-平台匯流、新興匯流之發展趨勢與機會-終端匯流、台灣資通訊產業加值匯流轉型策略。

《新興匯流之發展趨勢與機會-內容匯流》以內容匯流為研究主軸，區分四大領域，市場現況、大廠動態外，亦探討各領域新興個案，總共分為七章，茲將各篇章之內容重點分述如下：

第一章：研究說明。該章內容闡述研究目的、研究架構、研究範疇、研究方法與研究限制，針對內容匯流進行定義說明與領域劃分，使讀者快速掌握內容匯流之意涵。

第二章：全球媒體內容發展分析。該章綜述全球媒體內容市場現況，包含數位影音、數位遊戲、數位學習與數位出版之內容發展狀況，再進一步解析美國與中國大陸市場，以協助讀者全面地掌握媒體內容的市場發展脈動。

第三章：數位影音內容匯流發展分析。該章剖析數位影音內容匯流，首先針對全球數位影音內容大廠進行動態分析，瞭解其近期發展與匯流方

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

針，接著檢視全球影音內容匯流之新創個案，從企業背景、經營現況、產品服務、目標市場、營收模式、匯流發展解析成功關鍵因素，作為讀者發展新事業或策略之參考。

第四章：數位遊戲內容匯流發展分析。該章剖析數位遊戲內容匯流，首先針對全球數位遊戲內容大廠進行動態分析，瞭解其近期發展與匯流方針，接著檢視全球遊戲內容匯流之新創個案，從企業背景、經營現況、產品服務、目標市場、營收模式、匯流發展解析成功關鍵因素，作為讀者發展新事業或策略之參考。

第五章：數位學習內容匯流發展分析。該章剖析數位學習內容匯流，首先針對全球數位學習內容大廠進行動態分析，瞭解其近期發展與匯流方針，接著檢視全球學習內容匯流之新創個案，從企業背景、經營現況、產品服務、目標市場、營收模式、匯流發展解析成功關鍵因素，作為讀者發展新事業或策略之參考。

第六章：數位出版內容匯流發展分析。該章剖析數位出版內容匯流，首先針對全球數位出版內容大廠進行動態分析，瞭解其近期發展與匯流方針，接著檢視全球出版內容匯流之新創個案，從企業背景、經營現況、產品服務、目標市場、營收模式、匯流發展解析成功關鍵因素，作為讀者發展新事業或策略之參考。

第七章：結論與建議。該章總結內容匯流發展現況，包含全球主要大廠與新創廠商，進一步探索數位內容匯流未來發展趨勢與機會，最後提出對台灣業者之建議，供讀者參考。

本套書內容涉及之產業範疇甚廣，若有疏漏或偏頗之處，懇請讀者指教，俾使後續的套書內容更加適切與充實。

《全球新興匯流驅動下之資通訊產業轉型契機》編纂小組　謹誌

中華民國102年9月

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

摘　要

新興匯流改變消費者生活，在新媒體時代下，原本壁壘分明的各產業彼此整合與競爭，內容、平台、服務亦開始融合，創造了新商業模式。依形式上之不同，新興匯流可區分為內容匯流、平台匯流、終端匯流，而內容匯流則意指「在新媒體時代，不同內容類型間之匯流應用，所產出之匯流內容」，例如數位遊戲與數位學習之新興匯流，數位影音與數位出版之匯流等。看到新興匯流下，內容匯流之發展機會，國際大廠如Walt Disney、McGraw-Hill、Ubisoft，新創廠商如HitBliss、Duck Duck Moose、Flipboard等，亦推出相應的產品或是服務，期能創造商機，舉例來說，Ubisoft在開發遊戲之外也成立電影工作室，期望將現有遊戲內容擴大至電影、電視領域，增加營收。

因此，本研究即針對數位內容新興匯流相關之媒體內容產業及市場為主要討論範疇，包含：數位影音、數位遊戲、數位學習、數位出版。本研究首先針對全球媒體內容發展進行探索，接著觀察目前有發展數位內容之大廠在匯流趨勢下的動態發展，再深度分析美國、歐洲等地區成功數位內容匯流之新創個案，透過產品服務、商業模式，解析成功關鍵因素。最後，藉由市場現況、內容匯流發展，以及大廠、新創個案之動態，提出內容新興匯流下之趨勢與機會，提供予台灣媒體內容業者參考。

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

Abstract

Emerging convergence is changing the way consumers live. In an era, new business models are created by integrated content, platform and services and conventionally isolated industries through integration and competition. Emerging convergence may come in the form of converged content, platforms and terminal devices.Content convergence is defined as converging applications of different types of content in the new media era such as the convergence of digital games and digital learning and of digital audio and video and digital publication . To make the most of content convergence amid emerging convergence, global brands including Walt Disney, McGraw-Hill and Ubisoftand startups like HitBliss, Duck Duck Moose and Flipboard, all are debuting new products and services aimed at new business opportunities. For example, in addition to game development, Ubisoft is setting up a movie studio to increase profit by extending existing game content into to movie and TV.

This study reviews emerging convergence between the media content industry and digital content market including digital audio and video, digital games, digital learning and digital publication. After exploring global media content development, the study then examines the dynamic development of leading brands with digital content development initiatives in terms of convergence trends. It identifies key factors for the success of products and services, and explores the business models of successful digital content convergence startups in western countries. Finally, it summaries and points out content emerging convergence trends and opportunities for media content brands in Taiwan based on market status, content convergence development and the performance of established brands and startups.

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

目　錄

編者的話 I
摘要 III

1章 研究說明 1
1.1 研究目的 1
1.2 研究架構 1
1.3 研究範疇 2
1.4 研究方法 3
1.5 研究限制 5

2章 全球媒體內容發展分析 7
2.1 數位影音內容發展現況 7
2.2 數位遊戲內容發展現況 9
2.3 數位學習內容發展現況 12
2.4 數位出版內容發展現況 14

3章 數位影音內容匯流發展分析 17
3.1 數位影音內容大廠動態分析 17
3.2 數位影音內容匯流新創廠商分析 18

4章 數位遊戲內容匯流發展分析 33
4.1 數位遊戲內容大廠動態分析 33
4.2 數位遊戲內容匯流新創廠商分析 34

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

5章 數位學習內容匯流發展分析 51
5.1 數位學習內容大廠動態分析 51
5.2 數位學習內容匯流新創廠商分析 52

6章 數位出版內容匯流發展分析 69
6.1 數位出版內容大廠動態分析 69
6.2 數位出版內容匯流新創廠商分析 70

7章 結論與建議 85
7.1 內容匯流發展現況綜整 85
7.2 內容匯流未來發展機會與探索 91
7.3 台灣業者之建議 93

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

Table of Contents

1 Chapter Research Introduction 1

Section 1.1 Research Purpose 1
Section 1.2 Research Framework 1
Section 1.3 Research Scope 2
Section 1.4 Research Methodology 3
Section 1.5 Research Limitations 5

2 Chapter Information Applications Industry and Market Status 7

Section 2.1 Development Status of Digital Audio and Video Content 7
Section 2.2 Development Status of Digital Game Content 9
Section 2.3 Development Status of Digital Learning Content 12
Section 2.4 Development Status of Digital Publication Content 14

3 Chapter Analysis of The development of Digital Audio and Video content convergence 17

Section 3.1 Dynamic Analysis of Leading Digital Audio and Video Content Brands 17
Section 3.2 Analysis of Digital Audio and Vedio Content Convergence startups 18

4 Chapter Analysis of The development of Digital Game Content Convergence 33

Section 4.1 Dynamic Analysis of Leading Digital Game Content Brands 33
Section 4.2 Analysis of Digital Game Content Convergence startups 34

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

5 Chapter Analysis of The development of Digital Learning Content Convergence 51
Section 5.1 Dynamic Analysis of Leading Digital Learning Content Brands 51
Section 5.2 Analysis of Digital Learning Content Convergence startups 52

6 Chapter Analysis of The development of Digital Publication Content Convergence 69
Section 6.1 Dynamic Analysis of Leading Digital Publication Content Brands 69
Section 6.2 Analysis of Digital Publication Content Convergence startups 70

7 Chapter Conclusions and recommendations 85
Section 7.1 Development Status of Content Convergence 85
Section 7.2 Future Development Opportunities and Exploration of Content Convergence 91
Section 7.3 Recommendations to Taiwanese Enterprises 93

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

圖 目 錄

圖 1-1 研究架構 2
圖 1-2 研究範疇 3
圖 1-3 研究方法與流程 4
圖 2-1 全球數位影音市場規模 8
圖 2-2 美國與中國大陸數位影音市場規模 9
圖 2-3 全球數位遊戲市場規模 10
圖 2-4 美國與中國大陸數位遊戲市場規模 12
圖 2-5 全球數位學習市場規模 13
圖 2-6 全球數位出版市場規模 15
圖 2-7 美國與中國大陸數位出版市場規模 16
圖 3-1 HitBliss合作業者 20
圖 3-2 HitBliss產品服務 21
圖 3-3 HitBliss營收模式 23
圖 3-4 HitBliss匯流特性 24
圖 4-1 Fight My Monster產品服務-遊戲玩家 37
圖 4-2 Fight My Monster產品服務-家長監護人 38
圖 4-3 Fight My Monster營收模式 41
圖 4-4 Zombies, RUN！產品服務（1／2） 45
圖 4-5 Zombies, RUN！產品服務（2／2） 45
圖 4-6 Zombies, RUN!營收模式 47
圖 4-7 Zombies, RUN!匯流特性 48
圖 5-1 Fingerprint Digital遊戲時間 54
圖 5-2 Fingerprint Digital產品服務-學習結合出版 56
圖 5-3 Fingerprint Digital產品服務—學習結合動畫 56
圖 5-4 Fingerprint Digital營收模式 59
圖 5-5 Duck Duck Moose產品獎項 62

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

圖 5-6 Duck Duck Moose產品服務 64
圖 5-7 Duck Duck Moose產品服務 64
圖 5-8 Duck Duck Moose營收模式 67
圖 5-9 Duck Duck Moose匯流特性 68
圖 6-1 OpenMargin產品服務 72
圖 6-2 Flipboard使用者數及翻閱數 77
圖 6-3 Flipboard產品服務 79
圖 6-4 Flipboard營收模式 82
圖 6-5 Flipboard匯流特性 82

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

表 目 錄

表3-1 HitBliss基本資料 19
表3-2 HitBliss發展沿革 19
表3-3 HitBliss經營績效 20
表3-4 HitBliss產品服務 22
表3-5 HitBliss目標市場與顧客價值 22
表3-6 Qwiki基本資料 25
表3-7 Qwiki發展沿革 26
表4-1 Fight My Monster基本資料 35
表4-2 Fight My Monster發展沿革 35
表4-3 Fight My Monster經營績效 36
表4-4 Fight My Monster產品服務—家長監護人 39
表4-5 Fight My Monster目標市場與顧客價值 40
表4-6 Six to Start基本資料 42
表4-7 Six to Start發展沿革 43
表4-8 Zombies, RUN!經營績效 44
表4-9 Zombies, RUN!產品服務 46
表4-10 Zombies, RUN!目標市場與顧客價值 47
表5-1 Fingerprint Digital基本資料 53
表5-2 Fingerprint Digital發展沿革 54
表5-3 Fingerprint Digital經營績效 55
表5-4 Fingerprint Digital產品服務—其他學習App與內容 57
表5-5 Fingerprint Digital目標市場與顧客價值 58
表5-6 Duck Duck Moose基本資料 60
表5-7 Duck Duck Moose發展沿革 62
表5-8 Duck Duck Moose目標市場與顧客價值 66

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS試閱版
http://www.itis.org.tw

表6-1 OpenMargin基本資料 70
表6-2 OpenMargin發展沿革 71
表6-3 OpenMargin經營績效 71
表6-4 OpenMargin產品服務 73
表6-5 OpenMargin目標市場與顧客價值 74
表6-6 Flipboard基本資料 75
表6-7 Flipboard發展沿革 76
表6-8 Flipboard經營績效 77
表6-9 Flipboard產品服務 80
表6-10 Flipboard目標市場與顧客價值 81
表7-1 全球數位內容匯流四大領域之市場現況比較 86
表7-2 各領域重要廠商內容匯流發展動態 87
表7-3 各領域新創廠商內容匯流發展動態 90

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

第 1 章

研究說明

1.1 研究目的
1.2 研究架構
1.3 研究範疇
1.4 研究方法
1.5 研究限制

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

1 研究說明

1.1 研究目的

數位匯流來自於數位化科技及網路IP技術的普遍應用，數位科技與網路通訊技術不斷進步，傳播與通訊的界線日趨模糊，原本壁壘分明的各個產業也逐漸彼此整合與競爭。數位匯流在產業間早已不斷嘗試各種可能，隨著業者提供的服務開始融合，不再限定由某個特定平台才能提供，消費者的消費習性與偏好亦轉變，因應平台、服務彼此融合，新的商業模式因應而生。

隨著資訊技術的發展，傳統數位匯流亦發展轉變，在新興匯流下，依形式不同，可區分為內容匯流、平台匯流、終端匯流，本研究針對「內容」新興匯流進行深度分析，協助台灣媒體內容業者掌握全球數位內容之新興匯流趨勢，透過市場動態、新創業者發展，分析內容新興匯流趨勢下，台灣媒體內容產業之機會。

1.2 研究架構

本研究首先將針對全球媒體內容市場發展進行探索，深入探究媒體內容市場中，各內容匯流之發展現況，包含數位影音、數位遊戲、數位出版、數位學習等。再者，研究媒體內容大廠針對匯流趨勢之動態發展，並深度分析....

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

試閱版
http://www.itis.org.tw

第 2 章

全球媒體內容發展分析

2.1 數位影音內容發展現況
2.2 數位遊戲內容發展現況
2.3 數位學習內容發展現況
2.4 數位出版內容發展現況

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版 http://www.itis.org.tw

2 全球媒體內容發展分析

2.1 數位影音內容發展現況

數位影音是消費者的重要娛樂。早期，電視甚至是普通家庭中唯一之娛樂來源，影響消費者日常生活甚鉅。近年來，隨著載具轉移與技術變遷，為了更能吸引消費者目光，數位影音不論在形式上、內容上均發生重大改變，傳統有線電視紛紛式微，取而代之的是網路電視（Internet Protocol Television，IPTV）、網路影音等，這些更具彈性之視聽行為，成為新世代影音娛樂之重要需求。

根據市場調查機構PwC統計，2013年全球數位影音市場規模將達到4,100億美元，2017年更將成長至5,000億美元。依類別來看，占最大比例者仍是電視訂閱服務之相關內容。探究數位影音之市場成長，載具技術的發展是一大主因，例如高畫質影音內容、裸視3D應用，皆提供消費者別於以往之娛樂體驗。再加上新世代年輕人視聽行為逐漸轉移至電腦網路、行動載具，傳統收視方法已無法滿足消費者，觀察現今之影音內容服務，多結合各式串流應用，如固網寬頻、電信服務、網路語音、社群應用，藉此擴大影音之市場營收 ....

試閱版
http://www.itis.org.tw

第 3 章

數位影音內容匯流發展分析

3.1 數位影音內容大廠動態分析
3.2 數位影音內容匯流新創廠商分析

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

3 數位影音內容匯流發展分析

3.1 數位影音內容大廠動態分析

數位影音涵蓋的範圍極廣，包含電影、音樂、電視等，產業組成複雜，以電影為例，目前一部電影從製作到上映就分為製片、發行與映演不同階段。其中以提供內容為主之數位影音內容廠商，歷經市場盜版、從傳統實體產品轉為數位化、行動載具出現等外力因素後，近年來也不斷發生產業的競合，透過併購、合作等方式取得知名角色的授權或暢銷原著的改編機會，藉此運用於影音內容中，發揮乘數效益。

觀察全球主要數位影音內容大廠之發展動態，打造明星角色、透過內容匯流創造新價值、提供完整的線上到線下服務，是目前各家大廠的共同經營方針。例如以電影「復仇者聯盟」獲得龐大收益之漫威娛樂，旗下擁有的角色超過八千名，是全球第一大以角色為主的影視娛樂公司，透過該公司擁有之角色提供授權服務、製作娛樂節目、發行出版物以及玩具獲取利潤；華納兄弟則於2011年併購Flixster，以利其數位影音與行動影音版圖之拓展。而全球娛樂領導廠商Disney併購ABC、FOX、皮克斯動畫工作室後，更是結合線上影視內容（如電影、音樂、遊戲）至線下服務的最佳典範，其將創造出來的故事與遊樂園遊樂設施相結合，藉此延長角色與影音內容的生命周期。目前，Disney在全球約有3,000多家授權合作夥伴，銷售超過10萬種遍及各領域....

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

第 4 章

數位遊戲內容匯流發展分析

4.1 數位遊戲內容大廠動態分析
4.2 數位遊戲內容匯流新創廠商分析

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

4 數位遊戲內容匯流發展分析

4.1 數位遊戲內容大廠動態分析

數位遊戲依各角色負責的業務不同，主要可以分為內容製作、營運發行、後端通路三大部分，內容製作即是將獲得之授權素材或是作品開發成數位遊戲，營運發行則是協助遊戲產品上市、掌控遊戲之經營與市場現況，後端通路的部分則負責銷售營運商提供之遊戲點數卡或產品包，構成數位遊戲之產業鏈。雖然各角色有其定位，但目前數位遊戲內容開發商多半兼具多重角色，除開發遊戲外，亦負責產品上市之遊戲營運與市場分析，藉此瞭解市場反應，以利遊戲後續之調整。

觀察全球主要數位遊戲內容開發商發展動態，隨著行動載具興起，導致部分消費者遊戲偏好轉移，對於傳統電腦遊戲、主機遊戲開發商亦造成衝擊，如美國知名遊戲開發商THQ即在2012年年底提出破產聲請與保護；2013年，Atari亦提出破產申請，此警訊讓許多傳統數位遊戲廠商開始轉型，朝向各領域布局。在新世代遊戲主機提出更多技術應用後，數位遊戲內容開發商近期的策略布局，亦是期望透過一元多用或內容匯流等方式，帶來新的遊戲體驗，延伸產品生命週期。舉例來說，近期宣布從母集團Vivendi獨立之全球數位遊戲領導廠商Activision Blizzard所開發的遊戲「Skylanders SWAP Force」，即是將遊戲內容結合實體公仔，把對應角色玩具放至感應台，讓使用者在遊戲中可獲得公仔角色，並可跨平台交流....

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

第 5 章

數位學習內容匯流發展分析

5.1 數位學習內容大廠動態分析
5.2 數位學習內容匯流新創廠商分析

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

5 數位學習內容匯流發展分析

5.1 數位學習內容大廠動態分析

數位學習依學習年齡區分為成人教育與幼兒教育兩大部分，服務涵蓋全球化企業、中小企業、政府機關、學校機構、個人學習等市場。有賴於網際網路出現後，傳統學習教材以數位化之形式進入網路世界，發展出無國界、無地域限制之線上學習。隨著智慧型行動載具的問世，透過智慧型手機與平板電腦之行動學習應用更加廣泛，再加上消費者對智慧型行動載具之需求增加，行動學習之市場發展也更具潛力。

觀察全球主要數位學習內容大廠之發展動態，持續擴充服務內容、發展學習平台為各大廠發展線上學習之重要模式。為增加服務內容提升競爭力，併購案與合作案為最常見之方式，如Skillsoft於2002年併購資訊科技教育課程軟體公司SmartForce，將產品線拓展至資訊科技與商業能力相關教育課程，同時透過與University of Phoenix合作提供學分認證課程，發展個人職前訓練課程。另外，Skillsoft於2007年收購The Thomson Corporation旗下公司NETg，2011年收購NIIT旗下公司Element K，2012年則繼續收購Mindleaders並陸續併購其他公司規模大小不同之學習內容提供商，Skillsoft以此方式納入既有客戶群、E-learning平台與相關課程，提供客戶更完整之教育訓練內容與資源，目前累積有三萬多個主題，提供商業訓練課程、線上課程與電子書資料庫之服務，使用者滿意度高達80%....

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

試閱版
http://www.itis.org.tw

第 6 章

數位出版內容匯流發展分析

6.1 數位出版內容大廠動態分析
6.2 數位出版內容匯流新創廠商分析

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

6 數位出版內容匯流發展分析

6.1 數位出版內容大廠動態分析

數位出版包含文字書籍、雜誌、漫畫、新聞等，其發展肇因於網際網路出現後，盜版內容亦逐漸興起，導致紙本書籍市場逐年萎縮，迫使傳統書籍通路商面臨轉型，在行動載具普及後，消費者對數位閱讀的接受度提高，也讓許多廠商紛紛願意進入市場，加速數位出版市場的發展。

目前數位出版的產業結構，大致是由內容創作之出版社、內容製作編輯之相關軟體、內容出版平台以及閱讀工具所組成。電子書之製作由前端出版社提供內容，透過各種軟體編輯成為電子書，並於內容出版平台將數位出版內容銷售予消費者，其中平台需透過閱讀工具如硬體載具、軟體工具方得存取閱讀。隨著行動載具的興起，結合軟體商店App Store之新興商業模式，讓數位出版市場出現新商機，帶來更多匯流應用。

觀察全球主要數位出版廠商之發展動態，持續將既有內容數位化、創造新商業模式是眾多出版廠商目前的首要工作。為了增加出版廠商的競爭力，併購案例亦不斷產生，如2012年Penguin與Random House兩大出版領導集團即宣布合組公司Penguin Random House擴大市場占有率，以對抗Amazon、Apple等銷售平台。在新興商業模式的發展上，DRE-free的銷售方式讓出版社看到新商機，包含Macmillan、HarperCollins、O'Reilly、F+W Media等，2012年即....

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

第 7 章

結論與建議

7.1 內容匯流發展現況綜整
7.2 內容匯流未來發展機會與探索
7.3 台灣業者之建議

版權所有©2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

ITIS 試閱版
http://www.itis.org.tw

全球新興匯流驅動下之資通訊產業轉型契機-新興匯流之發展趨勢與機會-內容匯流

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517
傳真 | 02-27329133
客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw
地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112
戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行─和平分行
(銀行代碼：008)
戶名：財團法人資訊工業策進會
收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五
am 09:00-12:30 pm13:30-18:00

Industry & Technology Intelligence Services
經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，
請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。
ITIS 智網：http://www.itis.org.tw/

版權所有© 2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦