



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การเปรียบเทียบตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทยจีน

มุมมองการให้บริการภาษาจีนธุรกิจ

COMPARATIVE STUDY OF THAILAND AND CHINA E-BOOK MARKET

PERSPECTIVE OF BUSINESS CHINESE SERVICE

泰中电子图书市场比较研究—商业汉语服务视角

วัลย์พร สายวัฒน์

(王未来)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ.2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การเปรียบเทียบตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทยจีน มุมมองการให้บริการภาษาจีนธุรกิจ

COMPARATIVE STUDY OF THAILAND AND CHINA E-BOOK MARKET

PERSPECTIVE OF BUSINESS CHINESE SERVICE

泰中电子图书市场比较研究—商业汉语服务视角

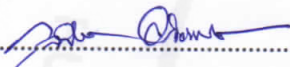
วัลย์พร สายวัฒน์ (王未来)


บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้


วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

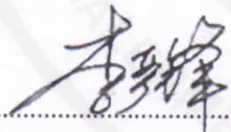
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

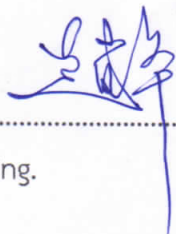
เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2558

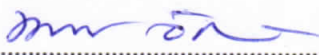

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

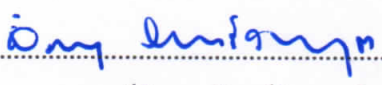

.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา



.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ


.....
Prof. Dr. Li Yan Feng.
กรรมการ


.....
Dr. Zhao Ping.
กรรมการ


.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ)


.....
รองศาสตราจารย์อัสยา จันทร์วิทยานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


.....
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การเปรียบเทียบตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทยจีน มุมมองการให้บริการภาษาจีนธุรกิจ

วลัยพร สายวัฒน์ 566013

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: พรพรรณ จันทโรนานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) เป็นหนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถอ่านผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันเนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี หนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน สำหรับประเทศไทย ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาค่อนข้างรวดเร็วในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา และเนื่องจากขนาดของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในไทยมีขนาดจำกัด จึงมีการมุ่งขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการเจริญเติบโตสูง จึงถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับการศึกษา ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวไปยังต่างประเทศ โดยที่ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของจีนถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของการลงทุนที่น่าสนใจ วิทยานิพนธ์นี้ได้ทำการศึกษารายละเอียดและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทย ทำการเปรียบเทียบการเจริญเติบโต โครงสร้างและผู้บริโภคของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีน เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของไทยและจีน

จากผลการวิจัยพบว่าทั้งสองมีปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาเหมือนกัน แต่มีโครงสร้างทางตลาดและธุรกิจที่สำคัญบางส่วนที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาด้านผู้บริโภค พบว่าที่ข้อมูลพื้นฐานมีแนวโน้มที่ค่อนข้างคล้ายกัน และจากการศึกษาการให้บริการของตลาดทั้งสองพบว่ามี ความแตกต่างอย่างชัดเจนในด้านผลิตภัณฑ์ และราคา จุดอ่อนของประเทศไทยคือการพัฒนา ด้านเครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และนักแปลภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปลภาษาจีน ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงมาตรฐานของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพิ่มมาตรฐานเทคโนโลยีในการผลิต ภาครัฐควรส่งเสริมอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์และเสริมสร้างนักแปลมืออาชีพ ซึ่งถือเป็นปัญหาที่ทางธุรกิจหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทยที่จำเป็นต้องแก้ไขเมื่อขยายตลาดเข้าสู่ประเทศจีน

คำสำคัญ: ตลาดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไทย การศึกษาเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ตลาด

**COMPARATIVE STUDY OF THAILAND AND CHINA E-BOOK MARKET
PERSPECTIVE OF BUSINESS CHINESE SERVICE**

VALAIPORN SAYWAT 566013

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PORNPAN JUNTARONANONT, Ph.D.

ABSTRACT

Publication of e-books is the use of new ways to create modern information technology, the traditional way of publishing books in digital form through computer networks. Into 4-5 years Thailand's e-book market is the pace of development. However, due to the limit size of the Thailand's market, the Chinese's e-book market is an attractive choice. Chinese's e-book market has a growth rate so that is an attractive market for investment.

This thesis aims to study the e-book market development in Thailand. Compared Thailand and China's e-book market, research Thailand's e-book possibility of e-books to compete in the Chinese.

According to compared with both countries' e-book market, have the same major factor in the development, the market's major book industry and business model has most of the same. Both countries' e-book users are no major differences in trends and there is a clear difference between products and a price. Thailand weakness is e-books reader and foreign translators. Thailand e-book improvements to enhance the production technology to improve the level of e-books should promote the book industry and strengthen professional translation. Making the need for Thailand's e-book providers to invest in Chinese's to solve the problem.

Keywords: Thailand's e-book, Comparative Education, Market Analysis

泰中电子图书市场比较研究—商业汉语服务视角

王未来 566013

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：刘丽芳博士副教授

摘 要

电子图书是利用现代信息技术创造的全新出版方式，将传统的书籍出版发行方式以数字化形式通过计算机网络实现。进入 21 世纪，随着科技日新月异的发展，一个崭新的概念电子图书正悄悄走进人们的生活。进 4-5 年以来泰国电子图书市场有速度的发展，但是由于泰国市场规模较小，使得提泰国供电子图书者开始寻求拓展海外市场。中国市场是一个有吸引力的选择。中国电子图书市场有速度的发展，使得是一个有吸引力的市场进行投资。

目前，泰国的电子图书阅读率为上升，本论文旨在研究电子图书市场在泰国的发展条件，影响泰国电子图书市发展的场因素，以及电泰国电子图书服务。对于泰国电子图书市场与中国的电子图书市场比较，寻找问题和泰国电子图书业务的发展进行。研究泰国电子图书在中国市场竞争的可能性。

根据泰国电子图书市场与中国电子图书市比较表示，两个国家在电子图书市场发展中有同样的主要因素。同时，市场的主要电子图书行业与电子图书商业模式有大部分相同。根据两个国家电子图书阅读用户基本属性比较可说是两个国家趋势没有大的差别。根据两国的电子图书服务，还有产品价格之间存在明显的差异，泰国电子图书的弱点是于电子图书阅读终端的发展与国外翻译者，尤其是中文翻译。泰国电子图书的改进措施要加强提高电子图书生产技术水平，国家要推动电子图书产业和加强翻译专业。使得泰国的电子图书供应商将在中国投资应该解决的问题。

关键词：泰国电子图书 比较研究 市场分析

目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
图画目录	VIII
绪 论	1
第一章 电子图书发展概况	
第一节 电子图书	6
一、电子书简介	6
二、电子书内容分类	7
三、电子图书行业的产业主要	8
第二节 电子图书的发展	9
一、电子图书的发展历史	9
二、各国的电子图书发展	11
三、泰国电子图书发展的原因	12
第三节 泰中电子图书市场介	15
一、泰国电子图书市场的发展	15
二、中国电子图书市场的发展	19
第二章 泰中电子图书市场比较研究	
第一节 泰电子书投资中国的动向	23
一、泰国出版商的修改策略	23
二、中国电子图书市场的爆发	24
第二节 泰中电子图书市场比较	25
一、泰中电子图书市场发展过程相比	25
二、泰中电子图书行业主要相比	26
第三节 泰中电子图书服务内容	28
一、泰国电子图书服务	28
二、中国电子图书服务	30

第三章	泰国电子图书服务的改进	
第一节	泰中电子图书消费者行为分析	33
一、	泰中电子图书阅读用户基本属性	33
二、	电子书用户购买行为分析	36
第二节	泰中电子图书市场的 PEST 分析	39
一、	泰中电子图书市场的 PEST	39
二、	泰中电子图书市场的 PEST 分析	43
第三节	泰中电子图书市场的 4P 营销理论分	44
一、	泰中电子图书市场的 4P 营销	44
二、	泰中电子图书市场的 4P 营销理论分析	46
第四节	泰国电子图书发展的措施	47
一、	泰国电子图书的不足	47
二、	泰国电子图书的改进措施	48
结 论		49
参考文献		51
致 谢		55
ประวัติผู้เขียน		56

表格目录

表 1-2: 世界电子图书的发展历史	9
表 2-1: 泰中电子图书发展阶段	26
表 2-2: 泰中电子图书行业主要相比	27
表 2-3: 泰国电子图书的内容提供商	28
表 2-4: 泰国电子图书的内容发布商	29
表 2-5: 中国电子图书的内容提供商	31
表 3-1: 泰中电子图书市场的 PEST 分析	43



图表目录

图 1-1: 数字阅读按内容分类	7
图 1-2: 电子图书行业行业产业链结构	8
图 1-3: 全球电子图书的收入	11
图 1-4: 泰国使用手机应用	17
图 1-5: 泰国的手机应用程序的形式下载	17
图 1-6: 2013 年中国人民电子图书阅读	21
图 1-7: 2010-2015 年中国的电子图书市场	22
图 2-1: 2005-2014 年中国互联网用户数量	24
图 2-2: 2013 年中国网民使用过数字阅读服务	24
图 3-1: 泰中国电子图书阅读用户的性别情况	33
图 3-2: 中国电子图书阅读用户的年龄情况	34
图 3-3: 泰国电子图书阅读用户的年龄情况	34
图 3-4: 泰中电子图书阅读用户的学历情况	35
图 3-5: 中国电子图书用户使用过的电子图书阅读终端分析	36
图 3-6: 2013 年中国电子图书阅读用户愿意为内容付费的原因	37
图 3-7: 2012-2013 年中国对于电子图书可接受的价格	38
图 3-8: 2013 年中国电子图书阅读用户经常使用的支付方式中	38

图画目录

图 3-9 : 汉王书城	45
图 3-10: Ookbee	46
图 3-11: 《จีนไทย 汉泰》杂志的样本	48



绪论

一、选题的背景及研究意义

电子图书是利用现代信息技术创造的全新出版方式，将传统的书籍出版发行方式以数字化形式通过计算机网络实现。进入 21 世纪，随着科技日新月异的发展，一个崭新的概念电子图书正悄悄进入人们的生活。电子图书既可以拿在手持阅读设备上浏览，也可以在计算机屏幕上阅读。电子图书不仅能展现纸书上的文字、图片内容，保持纸书的原版原式，同时还可以附带音频、视频等多媒体内容，互联网等新媒体又不是简单地代替传统出版物，满足了读者的新需求，而且互联网还会拓展传统出版的品牌和销售渠道。目前电子图书阅读俨然已是未来阅读的一大趋势，世界电子图书市场逐渐形成，依各个国家的技术和市场发展的程度不同。电子图书对有相关电子图书产业的企业是一个严峻的挑战，也是一个机遇。

电子图书经历了 40 多年，实际上它的突飞猛进还是在最近 10 年才使得电子阅读成为广大用户的基本需求。电子图书行业可分为四个产业主要：内容提供商、服务提供商、和终端产。电子图书在泰国过去几年的发展可以说有个六关键因素：2011 年泰国洪水、生产成本上升、泰国 OTPC 项目、走向绿色、电子图书阅读器发展和泰国 3G 发放。泰国电子图书市场是根据信息技术例如电子图书阅读器（智能手机、平板电脑和智能设备）和网络发展。泰国电子图书最早是由网上媒体及数字媒体游戏商业领袖--True Digital Content and Media CO., LTD 开始。然后是泰国出版商加入。电子图书行业越来越受到泰国出版商和发行商确认为智能手机，平板电脑和电子图书阅读器（如 iPhone、iPad、iPod 等）的分配结果。目前，泰国电子图书市场有许多自由撰稿人出现，直接销售，使得泰国电子图书市场快速成长起来。泰国电子图书最热的格式是 PDF 这有利于放大和缩小的小文本、人物、韵母、声调等，以及泰国的话准确地分页符之间的间。目前，泰国的电子图书阅读率为上升，电子图书的读者越来越多，电子图书、数字期刊、数字报纸的营业收入增加。目前，泰国的电子图书是仍是在开头而占市场份额不足 1%，但就市场发展模式而言，泰国企业需要为适应电子图书的迅速改变，制备用于长期，为进入新加坡市场做准备。由于泰国市场规模较小，使得泰国的提供电子图书者开始寻求拓展海外市场。泰国出版商是泰国电子图书市场的行业主要之一。现在泰国出版商是重视在国外的电子图书市场扩大销售，尤其是中国。中国在亚洲的电子图书市场是最快速增长的市场

之一。根据 GoodEReader, 中国是全球第二大电子图书市场且有迅速增长, 中国电子图书市场是一个有吸引力的市场进行投资。

从电子图书阅读器市场状况来看, 表明中国是广大电子图书市场之一, 值得关注而投资的市场。SATAPORNBOOKS Co.,Ltd 表示, 除了其他国家制作英文电子图书, 中国电子图书市场还是泰国电子图书的未来机会, 有吸引力的投资的区域。中国电子图书市场有速度的发展。根据 The Statistics Portal 调查显示, 2005-2014 年中国互联网用户数量每年都稳步上升。中国整体市场规模是非常大, 中国互联网用户有 85.6%使用过数字阅读服务。相比互联网用户的总数可约有 5 亿多人使用过电子图书阅读服务。中国电子图书最开始是由个人市场开始, 而随着手机和 3G 系统及电子图书阅读终端的发展扩大。据网易云阅读近日发布《2014 年移动阅读报告》显示, 2014 年, 中国人电子图书总阅读量超过 14 亿册。中国互联网络信息中心发布的中国移动互联网调查报告数据显示, 当前移动阅读的用户规模已达到 2.42 亿, 并有可能增加。中国电子图书市场还是泰国电子图书的未来机会, 有吸引力的投资的区域。中国电子图书市场有高竞争力, 而中国的资本、技术、管理等比泰国超越的发展。

因此, 泰国將於中国投资需要了解中国政策而交易方式, 准备计划, 包括有确实优势超过中国当地人民, 必须对中国电子图书业的背景深入了解。同时, 通过对中国电子图书产业发展状况的多方考察, 可以加深泰国电子图书业对自身的优势、劣势等方面的认识。此外, 泰国投资者的基本面应该有中国县级市场或目标组的信息和知识, 中国中央政府和当地的法律和法规, 中国的语音、文化、习俗、传统等基本知识, 中国经商文化和网络和关系。泰国投资者將要在中国投资需要准备, 深入研究中国市场, 需要专注于市场和规章、传统和实践, 尤其外资投资者条例。

二、研究的范围、研究目的、研究方法和研究的创新性

(一) 研究的范围

论文主要研究的内容是泰国电子图书市场的发展, 为了解泰国电子图书市场的发展情况:分析泰国与中国的电子图书市场、电子图书的行业、电子图书服务等, 试图对泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较以及电子图书业的服务和营销策略进行研究分析, 通过相关的文献资料分析和了解泰国电子图书发展情况。

(二) 研究的目的

本论文研究的目的是：通过泰国与中国电子图书市场比较分析中的作用。研究泰国电子图书和中国电子图书的发展状况与趋势。分析研究泰国电子图书和中国电子图书的发展，泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较的服务和营销策略。针对泰国电子图书业在进程中遇到的问题，提出一些建议和解决措施。

(三) 研究方法

本论文的研究方法是：采用了定性方法和现有资料收集分析，对相关资料进行理论分析，研究的主要内容是泰国电子图书与中国电子图书的发展状况，对泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较，分析商务服务活动在泰国电子图书业中遇到的问题、机遇、挑战和对策。泰国在电子图书的市场上的优势与劣势及发展趋势。

(四) 研究的创新性

根据目前所查询到的资料，有关中国电子图书的发展和泰国电子图书方面的国内外研究的文献中,通过对与本课题相关的论文资料的查询，有关泰国电子图书商务发展中的汉语电子服务方面的论文还没有查到，对泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较分析，泰国电子图书业的重要性和所面临的问题等相关分析和研究还没有展开。因此，泰国电子图书市场比较和遇到的问题，对泰国电子图书业的机遇和挑战，提出应对措施，从而加强泰国在电子图书市场上的竞争等方面的分析研究等体现了本论文的创新性。

三. 与论文选题有关的国内外研究综述

通过对与本论文有关的资料查询,关于旅游服务贸易方面的主要研究有以下几个方面:

(一) 有关泰国电子图书市场的发展方面的研究

目前电子图书最流行是通过平板电脑和智能手的机书店、杂志或者其他娱乐节目的应用程序。根据目前所掌握的有关资料，分析电子图书的发展的论文有不少，但对泰国电子图书的发展方面的研究还没有展开。有关对泰国电子图书的发展的分析研究涉及以下几个方面:

SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED (2014)^[1]的年度报告中指出，书的内容描写了泰国电子图书虽然随电子图书阅读器市场增长，但是泰国的电子图书市场还是小的。泰语的电子图书也很少，难寻找购买，也不容易阅读，预计在短期之内还不影响书本市场。于泰语电子杂志比较流行，并而开始影响书本杂志。因此 Se-education public company limited 开始支持电子图书和通过网的服务。

KUSAWADEE HATSADANG (2013)^[2]中指出，电子出版业不同于一般印刷业，电子出版行业有着广泛的组织和不同的，被分类成各种形式，但是所有形式的电子出版业是在生产电子出版物的一个重要组成部分，并发布给全球用户。目前，电子出版业是从原来的模式不同如出版商业准备让开放获取出版物，其结果是有越来越大的和改进出版物的电子设备中，使开放存取是更好的质量。

Rüdiger Wischenbart (2013)^[3]的年度报告中指出，南非，阿根廷，墨西哥，海湾国家，印尼，泰国，越南和其他国家显著部分可以承受实际上是在用挖需求面实证内容的移动网络，有日益扩大的教育抱负，以及有兴趣在本地和全球的娱乐，并通过互联网和移动设备获得这一切。截至 2012 年 9 月，工房已在全球范围扩大超出了加拿大的电子图书平台，通过建立局域在巴西，法国，德国，印度尼西亚，日本，荷兰，葡萄牙，南非，泰国，台湾，英国和美国的美化版平台。由客户来自 170 多个国家和地区提供 250 万电子图书，报纸和杂志的标题和采购目录。它号称是“世界上增长最快的电子阅读服务之一。”

(二) 有关中国电子图书市场的发展方面的研究

杨智芬 (2008)^[4]的论文中指出，随着计算机技术、通信技术、网络技术、多媒体技术等一系列技术的不断发展，图书出版有了很大的变化。电子图书作为一种崭新的文献资料出版形式，是以数字形式在互联网上出版、发行，读者通过阅读终端来读取信息。近年来，随着电子出版技术的不断提高和进步，电子出版物种类越来越繁多。电子出版物所涉及的领域比传统以纸为媒体的出版物要广得多，对人类的影响也要大得多。发展电子图书产业是中国出版产业升

[1] บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน). Annual Report 2012 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร; 2556.

[2] กุสวดี หัสแดง. (2556) ก้าวใหม่ของ e-book ในยุคศตวรรษที่ 21. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

[3] Dr. Rüdiger Wischenbar. In: Global ebook a Report on market trends and Development [electronic book]; 2013.

[4] 杨智芬. 我国电子图书业发展及策略研究[D], 河北大学, 2008.

级的必然趋势,它作为知识产业的重要组成部分,作为国民经济新的增长点,作为一个新兴的民族产业,理应得到充分发展。

李莺,吴培华(2010)^[1]中指出:中国的上网人数仍旧飞速增加,电子支付系统以及配送体系都在不断地完善,书籍的网络营销是有着广阔的前景的,也许网络平台的使用并不能在一两年内成为提高出版社的效益的重要手段,但是通过网络营销的意识的提高和网络营销手段的多样化,网络给出版社带来的益处总有一天会变成实实在在的收入。

颜艳萍(2013)^[2]中指出,电子图书的概念及发展趋势电子图书一词源于英文中的 E-book,是指以磁性或者光学材料为载体,采用数字代码的方式,以数字化形式出版,将图、文、声、像等信息存储在磁、光、电等介质上,读者通过计算机或类似设备来读取、复制、传输的大众传媒。介绍了电子图书的概念及发展趋势。

经济与工商管理学院(2013)^[3]中指出,随着印刷业和新一代媒介电子图书的不断发展壮大,阅读世界发生了日新月异的变化。电子图书自产生之日就以颠覆传统阅读世界的速度发展,一个新兴、方便、实惠的媒体势如破竹,几乎让所有支持电子图书的手机用户人手一本甚至多本,为现代人们提供随时随地一触即“读”的机会。

四、所要解决的主要问题和研究途径

本论文主要解决的问题,一是通过对所掌握的资料采用定性研究,对有相关的文献资料进行分析研究。研究泰国与中国电子图书的发展状况与趋势。分析研究泰国与中国电子图书的发展,泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较的服务和营销策略。用于 PEST 及 4P 理论来分析泰国与中国的电子图书市场。针对泰国电子图书业在进程中遇到的问题,提出一些建议和解决措施。

本论文研究和分析泰国与中国电子图书市场的异同,说明泰国电子图书市场的发展原因,泰中电子图书市场发展状况的异同对泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较,分析商务服务活动在泰国电子图书业中遇到的问题、机遇、挑战和对策。对泰国电子图书发展的促进,并通过分析发现的问题,提出改进的措施和解决问题的方法。

[1] 李莺,吴培华.网络书业 大有前途:谈网络在图书营销中的应用[J],苏州大学出版社,2001,4:41-44.

[2] 颜艳萍.电子图书的版权困境及解决思路[J],图书馆工作与研究,2013,3:36-39.

[3] 纸质书和电子图书未来的发展趋势[D],经济与工商管理学院.2013.

第一章 电子图书发展概况

第一节 电子图书

电子图书是由计算机生成的文件。指将文字、图片、声音、影像等讯息内容数字化的出版物和植入或下载数字化和显示终端于一体的手持阅读器，通过数码方式记录在以光、电、磁为介质的设备中，必须借助于特定的设备来读取、复制和传输。电子图书不仅能展现纸书上的文字、图片内容，保持纸书的原版原式，同时还可以附带音频、视频等多媒体内容。

一、电子图书简介

电子图书（Electronic Book）简称 eBook。它是利用现代信息技术创造的全新出版方式，将传统的书籍出版发行方式以数字化形式通过计算机网络实现。狭义的电子图书指的是手持的阅读设备；广义的电子图书是指从书的写作、编辑、出版、发行到阅读这样一个完整的产业链^[1]。电子图书是由三要素构成，一、电子图书的内容；二、电子图书阅读终端；三、电子图书的阅读软件。

（一）电子图书的特性与优势

1. 电子图书的特性

电子图书的特性是随着它的本性。电子图书是记载容量大，节省储存空间，获取与携带方便透过网路下载或很小的电子设备就能有大量的阅读资料。电子图书与传统图书最大迥异之处为电子图书能以极小的体积容纳相当多的资讯，所以有人说「一张光碟片约可纪录 600MB 的资料，相当于 30 万页的文字，7000 张彩色照片，19 小时的单声道，以及 74 分钟的影带」^[2]。易于检索与互动电子图书可全文检索，作者与读者能透过网路互动，随着网路的特性使得电子图书内容里的主题都可以透过 Hyperlink 的方式找到相关的资讯，所以可以说透过每一个主题的节点就可以四通八达，不断地让读者深入去探索更详尽的资料。由于电子图书必须透过阅读软体才能使用，而这些阅读软体通常有其一定的格式，如 HTML、PDF、XML... 等。利用阅读软体所具备的功能阅读电子图书时，不需每次都要从头开始看起，甚至在内容上加上重点提示或注解都是可

[1] 杨智芬. 我国电子图书业发展及策略研究[D], 河北大学, 2008.

[2] 张世珍. 何谓电子图书[J], 电子图书, 1983, 1: 8-9.

能的事：电子图书是多种媒体的组合，多媒体可供阅读的平台越来越多源化，电子图书内容亦呈现多媒体影音资料。传统书籍的呈现方式使得阅读者只能透过文字或图表来感受作者所想表达的意境，而电子图书结合了声音与影像，读者有如处在一个虚拟实境的空间里。^[1]

2. 电子图书的优势

电子图书问世之后不久，各种各样的不同种类电子图书相继被开发出来。电子图书的经营的销售成功归功于五个基本点：存储量大，密度高；出版成本低，价格低廉；电子图书具有检索方便、快捷的优势；电子图书具有开放化、共享性的特点和电子图书有利于环境保护。这些对电子图书有价钱便宜、节省资源、利于环保、无库存销售、版本更新、版权更容易保护等几个特点。^[2]

二、电子图书的内容分类

电子图书可指示数字阅读，电子图书和数字阅读是指用户通过阅读端，包括 PC、手机、电子阅读、平板电脑、电子书阅读器等，阅读内容。数字阅读可按内容分为四类：电子出版物、网络文学、多媒体内容和其它，表示如图 1-1：



图 1-1：数字阅读按内容分类

来源：iResearch，“中国数字阅读行业研究报告 2011-2012 年” [R]，2013：9。

[1] 陈景尧. 电子图书—给阅读一个新定义[J]天下杂志, 2001, 224: 32-37.

[2] นางสาวตี หัสแดง. (2556) ก้าวใหม่ของ e-book ในยุคศตวรรษที่ 21. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

从图 1-1 来看，电子图书有很多分类。本文是研究对于电子图书出版物（报纸、图书、杂志和期刊论文）。电子图书出版物在网上提供较多的电子图书出版物的是 PDF 格式和 EPUB 格式的书籍下载。电子图书格式是对使用电子图书时的文件编码方式，文件结构的一种约定，便于区分。不同的文件要用不同的方法的阅读，显示，创作、打开或运行。目前电子图书至少有 25 种格式。电子图书的文件格式可看着电子图书阅读格式分为 PC 电子图书格式和手机电子图书格式。电子图书是支持其阅读格式的 PC 电子图书格式包括 EXE 格式、TXT 格式、HTML 格式、HLP 格式等，而手机终端常见的电子图书格式为 UMD 格式、JAR 格式、TXT 格式等三种。目前，最常见在电子图书商业有 EBUP 格式*，PDF 格式*等。

三、电子图书行业的产业主要

电子图书行业可分为四个产业主要：第一、内容提供商(Content Provider)提供的产品就是电子图书内容服务例如一个人作者、出版商、版权代理机构等；第二、服务提供商(Service Provider)，是在电信业务中提供服务者，常指电信增值业务提供商；第三、内容发布商指是移动网站还是移动应用；第四、终端产业指是用户可以通过来阅读的终端如手机、平板电脑、电子阅读器等。表示如图 1-2:

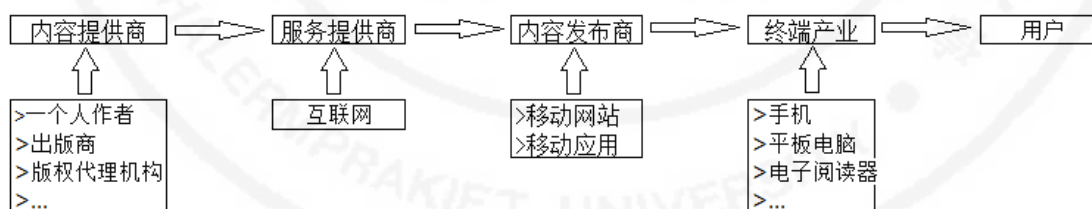


图 1-2: 电子图书行业行业产业链结构

来源: iResearch, “2012-2013 年中国移动阅读行业研究报告” [R], 2013.

* EPUB (Electronic Publication) 文件格式是支持所有流行的电子图书阅读器，包括索尼阅读器，BeBook, IREX 阅读器，iPhone 和角落，从 Barnes&Noble 的一个标准的电子图书文件格式。

* PDF (Portable Document Format) 文件格式是 ADOBE 公司开发的电子读物文件格式，是目前使用最普及的电子图书格式，它可以真实地反映出原文档中的格式、字体、版式和图片，并能确保文档打印出来的效果不失真。

从图 1.2 来看，电子图书行业的产业都有自己的形式和作用。电子图书行业的产业连中的内容提供商、服务提供商、内容发布商和终端产业的四个电子图书行业的盈利模式可分为如下：

表 1-1：盈利模式

内容提供商	服务提供商	内容发布商	终端产业
-版权出售 -内容分成	-服务收费	-用户付费 -广告主付费	-用户付费

从表上来看，内容提供商的盈利是通过出售原创内容的版权获取收入和向分销渠道提供内容，并参与分成。服务提供商的盈利是向媒体提供服务获取费用。内容发布商的盈利是参与用户付费分成和向广告主收取广告费。终端产业的盈利是通过终端设备的销售（PC、笔记本、电子阅读器、平板电脑、手机和其他载体等）获取收入。

第二节 电子图书的发展

一、电子图书的发展历史

电子图书的发展历史是随着互联网的兴起，电子图书和电子图书阅读器早在上世纪 90 年代就已经出现，但是销售范围一直不大。直到在 2007，由亚马逊推出 Kindle 阅读器，电子图书才在商业开始甚至更多的作用。目前，电子图书市场的竞争已进行到白热化阶段，各种品牌和功能的电子阅读器层出不穷。与此同时，随着计算机、阅读器的普及，电子图书的格式日益多样化，电子图书的发展历史可表示如表 1-2：

表 1-2：世界电子图书的发展历史（一）

时间	过程
1945	Vannevar Bush 提出对 memex 的设想。尼瓦尔·布什在《大西洋月刊》上发表了他对“麦麦克斯”（Memex）设备的设计方案。指出希望能有一种设备，供个人存储所有书、记录和通信信息，设备同时具有快速运转和灵活性等机械性能。
1967	Andries van Dam 开发了超链接编辑系统。Andries van Dam 和来自 Brown 大学的一个团队共同开发了一种使文本信息能存储于电脑上并可供检索的系统。

表 1.2: 世界电子图书的发展历史 (二)

时间	过程
1971	Michael Hart 启动了古登堡工程 (Gutenberg Project)。汉克将《独立宣言》文稿作为古藤堡工程中的第一个二进制编码文件。
1985	桌面出版系统 Aldus Pagemaker 1.0 诞生。为 Macintosh (苹果机) 开发的第一个桌面出版系统。
1987	世界上第一本电子图书《下午》(Afternoon) 出版。Afternoon 作者 Michael Joyce, 使用 Storyspace 软件编写的第一本通过严格审查的超文本格式的电子图书。这本电子图书在 ACM 会议上公之于众并通过 5 寸的软盘发行。
1990	索尼公司推出 Sony Discman, Sony Discman 设备支持专有的电子图书格式的音频和文件数据。
1993	格伦 (Glenn Hauman) 创办的目录字节公司 (BiblioBytes)。目录字节公司 (BiblioBytes) 是世界上第一个数字图书出版商, 自 1993 年以来, 专门出版电子图书的公司层出不穷。
1998	NuvoMedia 推出第一款手持电子阅读器: 火箭 (The Rocket)。火箭阅读器 (Rocket) 问世, 改变了电子图书市场的结构。在此之前, 电子图书只能通过计算机阅读。从此之后, 人们可以通过计算机下载, 通过便携的工具阅读。SoftBook 也推出了 SoftBook 电子阅读器。该阅读器可以存储 100, 000 页的文本内容, 包括文件, 表格和图画。
2000	史蒂芬·金出版短篇网络小说《骑弹飞行》(Riding the bullet)。美国著名恐怖小说家史蒂芬·金在网上发布并发售他的新作《骑弹飞行》。两天内它的下载次数就已经达到 50 万, 一个月后, 史蒂芬·金宣称已获得 45 万美元的收入。
2006	索尼公司推出电子阅读器。索尼电子阅读器应用了 E-ink 技术, 索尼公司还开设了自己的电子图书商店。但该阅读器并没有取得良好的市场业绩。

来源: 百度百科, “电子图书历史简介” [online], (<http://baike.baidu.com/view/10568909.htm>), 2014/11/1.

从世界电子图书的发展历史上来看, 电子图书的发展可分两个方面是电子图书软件和电子图书阅读终端。而电子图书阅读终端对于电子图书的发展是最重要的因素之一。电子书经历了 40 多年, 实际上它的突飞猛进还是在最近 10 年才使得电子阅读成为广大用户的基本需求。

二、各国的电子图书发展

电子图书经历了 40 多年，实际上它的突飞猛进还是在最近 10 年才使得电子图书阅读成为广大用户的基本需求，亚马逊于 2007 年 11 月 19 日发布了自己的电子图书——Kindle，用户可以通过无线网络使用 Amazon Kindle 购买、下载和阅读电子图书、报纸、杂志、博客及其他电子媒体等。Kindle 一出现便迅速占领了欧洲市场。亚马逊 Kindle 使用的文件格式是“.azw”格式的电子图书，只能在 Kindle 阅读器上使用，或是通过亚马逊提供的软件在苹果 iPhone 手机上阅读；还有，邦诺公司（Barnes & Noble）使用的 PDB 文件格式，只能通过该公司提供的软件，在 PC、iPhone 和黑莓手机上阅读。

2010 年苹果也加入了电子图书大潮，发布了 iPad 平板电脑，并开放 iBooks 商店。同年，Google eBookstore 也开张了，它拥有 300 万种电子图书。表示电子图市场终于被引爆流行^[1]。此后，电子图书市场越来越受到出版商的重视。在美国技术与标准学会召开的全国电子图书研讨会上，有专家预言：到 2018 年，90%的印刷图书将推出电子版本。电子图书已经存在了二十多年，但直到最近手机革命，媒体的收入也开始体现其潜力。在北美市场，由消费者在美国利率飙升提振，是世界上增长最快的电子图书市场之一，但增长在西欧和亚太地区预计将增加，图一表明全球电子图书的收入 2009 年至 2016 年。

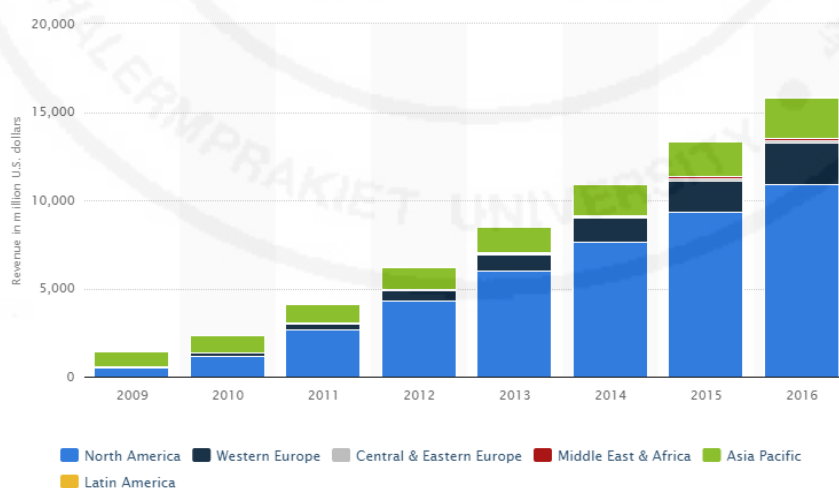


图 1-3：全球电子图书的收入

来源：The Statistics Portal，“Global e-book revenue from 2009 to 2016*”[online]，

(<http://www.statista.com/statistics/280249/global-e-book-revenue-by-region/>)，2015/11/1.

[1] 爱范儿，“40 年？电子图书发展小历史” [online]，(<http://www.ifanr.com/36589>)，2011/3/17

从以上资料来看，各国的电子图书收入都每年都在增加。Asia Pacific 有最多的电子图书收入，Western Europe、Central 与 Eastern Europe、Middle East 与 Africa 和 Latin America 有电子图书收入没有太多不同，而 North America 是最少的。因为电子图书的发展可以使用电子图书收入来比较，因此从图一来说，Asia Pacific 的电子图书是发展最多的。

三、泰国电子图书发展的原因

电子图书在泰国过去几年的发展可以说有六个关键因素：一、2011 年泰国洪水；二、生产成本上升；三、泰国 OTPC 项目；四、走向绿色；五、电子图书阅读器发展和六、泰国 3G 发放。

（一）2011 年泰国水灾

2011 年泰国水灾是 2011 年 7 月底在泰国南部地区因持续暴雨而引发的洪灾，某些地区的降雨量达 120 厘米，至少已造成 366 人死亡，两百万人受洪水影响。泰国印刷协会主席（Pornchai Ratanachaikanont）表示，泰国水灾的事件影响 Sinsakhon 的工业区，对产品的损害被生产。因为该工业区有印刷业和包装集群模式的工厂，所以影响图书生产成本上升。Warawan Lokisatoprn（泰国出版商和书商协会主席）表示，泰国洪水影响泰国图书和出版业很大，泰国大部分的印花厂、出版社、仓库、航线和书店已经被水淹。书店已经倒闭大约 400-500 家，而 500 家出版社约有 10% 倒闭^[1]。因此泰国水灾对泰国出版商有很大的影响，泰国出版商为了避免损失，而转向电子图书业务。

（二）生产成本上升

电子图书强流主的原因是书本可以调整到在数字化的形式。电子图书将能够降低出版社的成本，无论是纸、爽肤水、劳工和运输的成本使得电子图书的制作成本与传统纸质图书相比更加低廉。内容相同的一本书，电子图书的价格通常只相当于纸质图书的三分之一左右。电子图书不需要纸张，没有印刷、装订、晾干、运输等中间环节，也没有中间商从中抽取利润，使得电子图书的制作成本与传统纸质图书相比更加低廉。此外，为电子图书没有纸张和页数的

[1] สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (กรกฎาคม-สิงหาคม 2555) “หนังสือ” วารสารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจหนังสือไทย. (48) หน้า 7-14.

限制，导致电子图书有内容和各种的发展。差异在成本和价格在每个国家，对发行人的盈利能力产生巨大影响。

2012 年，泰国的出版商和书商协会举出版商的情况例说，一本 100 泰铢书，有生产成本为 30%，GP(Gross Profit)为 32%，行政成本为 12-15%，并且当加入书本的退还，特别是与书本退还大于 50%，为 DISTRIBUTION CENTER FEE (DC) 平均为 32%，会造成出版商损失的情况。SE-EDUCATION Pub. CO., LTD. 和 Amarin Printing and Publishing Pub. CO., LTD. 解释说，今天书店成本增加，例如租赁部门每年都在增加，平均 5-7%。还 SE-EDUCATION Pub Co., Ltd. 劳工成本上升了 29%，Amarin Printing and Publishing Pub. CO., LTD. 同比增长 39%。而 SE-EDUCATION Pub. CO., LTD. 表示平均减少书的损失接近 30%。^[1]

从以上资料来看，电子图书可对泰国出版商的影响比较大。因为电子图书可以降低成本和行政成本，而且书本退还收费，电子图书不需要运输和库存，可以降低出版商的经营风险，避免资源的浪费。因此，对于泰国出版商，可以减少书本退还或打印超过卖出的亏损。对于降低成本，电子图书可以减少书的成本高达 20%。对于减少书本退还或打印超过卖出的亏损。

(三) 泰国 OTPC 项目

泰国教育平板项目 (OTPC，即“一学童一平板”计划)，是由泰国前总理英拉于 2012 年提出的，首批试点分布在泰国的中部、南部、北部和东北部。泰国政府采用政府招标采购的方式，在经济发达与落后地区快速普及电子图书包的应用，推广试点教育信息化，走在了全球前列。泰国 OTPC 项目吸引了全球范围内的诸多优秀品牌商与方案商参与到竞标中。同时也使得泰国营商对电子图书市场的关注。

(四) 走向绿色

随着全球化，绿色趋势和消费者或客户还对环境友好的产品重视，全球产业结构调整呈现出新的绿色战略趋势，也就是向绿色物流转变。由于人们焚烧化石矿物以生成能量或砍伐森林并将其焚烧时产生的二氧化碳等多种温室气体，使得重大灾害性天气频频发生。人们为环境流量把注意力转向气候变化和全球温度。泰国版权保护环境还有待改善保护环境的观念，近些年来这一思想

[1] บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน). Annual Report 2012 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร; 2556.

广为流行，使得环境因素已经成为该组织的成功指标之一。传统的纸质图书加工离不开纸张，而纸张的大量消费不仅造成森林毁坏，而且因生产纸浆排放污水使江河湖泊受到严重污染，两者都是对自然环境的破坏。对于电子图书来看，电子图书不需要纸张印刷，所以不会因消耗纸张而带来对环境的破坏，是一种绿色环保的技术手段。目前，泰国的消费者对环境友好的产品重视增加。使得泰国出版商在改变电子图书中不仅获得更多的利益、降低成本和提高竞争能力，并而可以获得良好该消费者的感觉。

（五）电子图书阅读器发展

东南亚智能市场近两年内发展迅速，Android、iOS、黑莓、Windows Phone 等多品牌智能手机的保有量持续上涨，而用手机看电子图书阅读日益增长。许多图书馆都推出了电子图书借阅业务，只需用手机在电子借阅机上扫一扫，就能把图书免费下载到手机上，离线存储，随扫随读。泰国在过去的几年中，电子图书阅读器是相当强。无论是在电子图书阅读通过电脑、智能手机 (Smart Phone) 或电子图书阅读器的形式，如苹果的 iPad，亚马逊的 Kindle 或者 Barnes and Noble Nooks 的电子图书阅读器。手机电子图书逐渐流行起来，大多附带阅读器的手机都支持 TXT 格式电子图书的阅读，部分不附带阅读器的手机，也可以通过安装特定软件来支持电子图书的阅读。泰国最知名及使用的电子图书阅读器可分成六个：Kindle 3、New Nook Touch、iPad、Samsung Galaxy Tab、Kindle DX 和 PC 或者 Laptop。从以上资料来看，电子图书阅读器在泰国是也是影响电子图书市场的发展原因之一。便于阅读电子图书是泰国消费者对电子图书更加积极的感觉。

（六）泰国 3G 发放。

2011 年，开发的技术使得接收 - 发送数据更剧烈。服务提供商为正在努力加快接收 - 发送数据，在现有的频谱（850 和 900 MHz）利用 3G 技术，但不能够支持用户，另外，泰国的频率范围（2100-2105MHz）未被使用，所以泰国决定使用 2100MHz 而举行 3G 拍卖会。2013 年 10 月 16，3G 拍卖参与者具有 AIS、TRUEMOVE 和 DTAC 等 3 家电信公司。据 Kasikorn research center 报道，2013 年，泰国消费者通过移动设备使用互联网约有 1 620 万，占有所有互联

网用户超过 62.0 个百分点，并有望稳步上升。随着 3G 牌照正式发放，智能手机开始普及，电子图书市场异常火爆。^[1]

2014 年由于 3G 技术的更快的数据传输速度，可以支持丰富的各种新应用。因此，用于阅读电子图书的流动应用程序开发增加，例如 Ookbee、SE-ED、Meb、ebooks.in.th、B2S eBook Store powered、AIS Bookstore powered、SET e-Book Application、NaiinPann: Online Bookstore 和 CU e-Book Store 等等的电子图书店。包括，客户可以通过 3G 服务快速访问电子书商店。ebooks.in.th 在泰国市场是电子图书店之一，它由一个网站，并在服务于电子图书，使得更多的客户数量。据 ebooks.in.th 显示，它将目标用户瞄准在了使用 iPhone 和 iPad 的用户身上。目前这一用户群体总体规模大约在 220 万。除 iOS 用户外，该网站还面向 Android 用户，自这一网站上线后的三个月内，已经实现了 5 万次的下载，主要来自 iOS 用户。从这些言语，也看得出 ebooks.in.th 对整个泰语电子图书市场前景的看好。ebooks.in.th 的收入主要来自下载分成，大约收取电子图书定价的 15%。^[1]

从以上资料来看，泰国开通 3G 是对泰国电子图书有很多的影响，泰国电子图书的提供商开始进入市场，尤其是通过手机的应用来阅读的电子图书。使得泰国电子图书不断增长。

第三节 泰中国电子图书的发展

国内市场将令更加成功，为有很好的市场渗透力，与竞争中的至少的框架内，但是可能不能够在该国成长更。因此，应该寻找途径向海外扩张，研究国际市场，为改善和自身发展以及创造做生意的通道。

一、泰国电子图书市场的开发

电子图书行业越来越受到泰国出版商和发行商确认为智能手机，平板电脑和电子图书阅读器（如 iPhone，iPad 的，iPod）的分配结果。目前，泰国电子图书最热的格式是 PDF 这有利于放大和缩小的小文本，人物，韵母，声调，以

[1] Kasikom Research. (2014) “ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันปี ‘57’” [online] แหล่งที่มา :

<http://thaibanker.com/index.php/banking/104-management/economics/649-k-research-mobile-application>

[1] Thai mobile center. (2011/5/25) “โพลาร์ เว็บแอปพลิเคชัน เปิดตัวเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน อีบุ๊ก บริการคลังหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทยแห่งแรกในโลก” [online] แหล่งที่มา :

http://www.thaimobilecenter.com/home/mobile_news_detail.asp?nid=4308

及泰国的话准确地分页符之间的间。泰国电子图书市场的发展可分成三个阶段，第一阶段是泰国出版物开始，第二阶段是电子图书进入产业，而第三阶段是泰国电子图书产业进入爆发期，表示如下：

（一）泰国电子图书出版物开始

第一阶段是电子图书在泰国以电子图书出版物模式开始。电子图书是于 2008 年在泰国开始，由 True Digital Content and Media 有限公司推出第一个的泰国电子图书商店或数字书店（True e-Book）。此后，虽然为了技术的限制使无得流行性，但泰国电子图书仍然逐步增加，尤其是泰国杂志例如 Thaiegzine.com、tsdmg.com、f0nt.com、computer Chiangmai.com 等。

（二）泰国电子图书进入产业

泰国电子图书市场发展的第二阶段是开始于 2010 年到 2012 年。泰国电子图书市场是在此阶段开始增长，随着技术的发展和竞争日趋激烈。泰国的出版商及内容发布商逐渐开始进入电子图书市场。

2010 年 The Publishers and Booksellers Association of Thailand (PUBAT) 的会长 Worrapat Lokisataporn 表示，从 2010 年 Thailand Book Fair 和 Book Expo Thailand 参观者调查，阅读电子图书格式约 3%。PUBAT 的出版商成员，30 家大出版商开始专注于电子图书，注重适应，通过各自出版商的“应用程序”推出电子图书，开始通过 App Store 下载的服务，包括手机网电子图书的服务。比如 Banlue Group、Asia Books、Chulalongkorn University Bookshop 等等。^[1]

2011 年，据 B2S 表示，iPhone 用户在泰国已经达到百万伴随着超过 30 万片的业主。考虑到这些数字，电子图书市场在泰国有很多潜在的任何竞争对手。目前子图书已经在海外非常流行，由于小型计算机的广泛。泰国电子图书也趋向于在未来更流行。为信息和通信技术（ICT）的发展的结果，通过互联网，使以快速并容易地获得各种类型的信息源，尤其是电子图书。^[2]

2012 年，电子图书变成另一种渠道的营销传播推广新书，泰国服务于电子图书的下载量已经超过一百万。Kasikorn research center 调查的 App Store

[1] สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. อนาคตหนังสือไทยในโลกดิจิทัล. ใน: ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2554 คาดการณ์ ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556. 7.

[2] สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (กรกฎาคม-สิงหาคม 2555) “หนังสือ” วารสารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจหนังสือไทย. (48) หน้า 7-14.

应用程序表示、泰国的手机应用程序最多是被列为生活方式 (Lifestyle) 占 26.7% 的泰国的所有手机应用程序，娱乐 (Entertainment) 为 20.1% 而教育 (Education) 占 19%，表示如图 1-4。而泰国手机应用程序。占以高达 81.5% 的形式免费下载，表示如图 1-5。

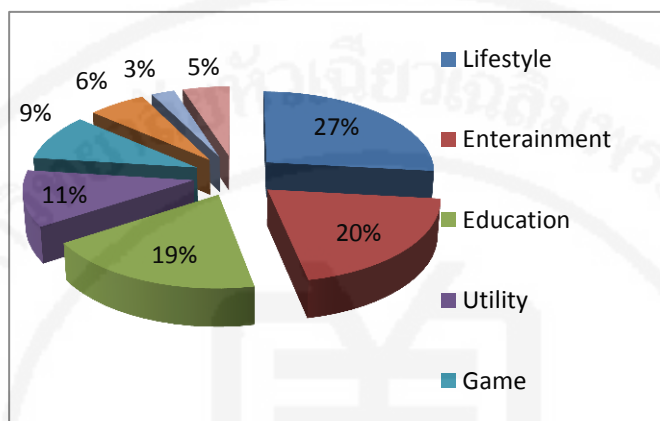


图 1-4: 泰国使用手机应用

来源: Kasikorn Research, “ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันปี ‘57” [online],

(<http://thaibanker.com/index.php/banking/104-management/economics/649-k-research-mobile-application>), 2014.

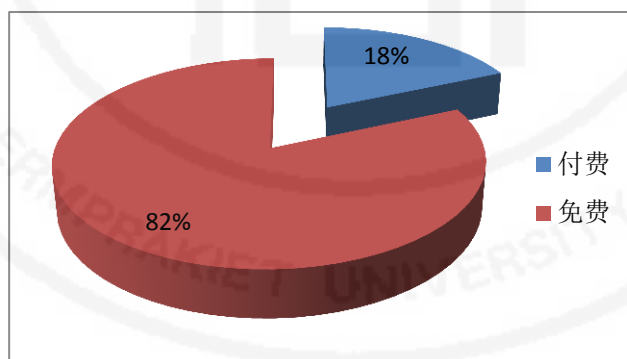


图 1-5: 泰国的手机应用程序的形式下载

来源: Kasikorn Research, “ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันปี ‘57” [online],

(<http://thaibanker.com/index.php/banking/104-management/economics/649-k-research-mobile-application>), 2014.

从图 1-4 和 1-5 来看，2012 年大泰国人通过部分手机应用来阅读电子图书不多，而对于用于阅读电子图书的泰国人，大部分不是可以付费来下载电子图书的。在 2010 年至 2012 年，各大杂志推出的智能设备，尤其是 iPad，这被收取 0.99 美元至 2.99 美元的数字发行利率支付应用程序。数字杂志广告预计将

在 2017 年预测期内强劲增长将达到 800 万^[1]。2012 年，市场对消费类和教育类图书在泰国的价值为 1.13 十亿美元。到 2012 年秋，电子图书仅占销售额的三大泰国书店（AIS, B2S 和 AsiaBook）的 1%。AIS 表示，有超过 30 万电子图书每个月下载，而 B2S 和 AsiaBook 达到 100 下载个月。^[1]

从上面来看，2010 年至 2012 年，泰国电子图书市场不断地增加扩大，电子图书提供服务商更多进入，无论是泰国出版商（Asia Book、B2S 等），泰国服务提供商（AIS 等），或者电子图书阅读者都是增加。

（三）泰国电子图书产业进入爆发期

2013 年之后，泰国电子图书市场是随着电子图书阅读终端及通信技术发展，泰国提供电子图书服务者和泰国电子图书阅读者迅速崛起。2013 年，随泰国智能手机（smartphone）和平板电脑（tablet）的逐渐普及，泰国电子图书市场逐步发展壮大。今天已经被最受欢迎的电子图书模型到就是在平板电脑 - 电话智能手机，通过应用程序的电子图书商店或在杂志应用程序出售，出版社纷纷将纸质书数字化并在线销售。泰国电子图书在过去一年的市场价值在 2 亿泰铢，而仍然有大量的增长机会。此外，即将到来的泰国 3G 服务，使预期电子图书市场的价值今年将增长高达两倍。电子图书在泰国例如小说、短篇小说、经验和金融可销量超过其它的电子图书，尤其是小说。由于独特和特定动作更受欢迎。

2014 年泰国推出的 3G 服务是促进电子图书市场的重要因素之一，泰国的出版商和书店加入电子图书市场增加。随着 3G 带来的智能手机的爆炸性增长，上网手机用户数量将远远超过电脑，Ookbee 的业务发展总监（Polapat Udomphol）表示，六百万电子图书已经售出，26-35 岁的年轻人占了其客户群 43%，泰国的电子图书市场是其总电子图书市场的不到 1%。但当年销售 800 万智能手机和平板电脑，其中 300 万顷苹果 iOS 设备，设置来改变这个行业^[2]。Natawudh Pungcharoenpong (OOKBEE Co Ltd. 的联合创始人兼首席执行官) 表示、

[1] PWC. (2013) “Thai Entertainment & Media Spending to Reach \$14.8bn in 2017 as Internet, TV Ad Spend Leads Rise” [online] แหล่งที่มา : <http://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2013/new-release-10-07-2013-outlook.jhtml>

[1] สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. อนาคตหนังสือไทยในโลกดิจิทัล. ใน: ภาพอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2554 คาดการณ์ ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556. 7.

[2] Teri Tan. (2012/12/6.) “Tracking the Digital Movement at the ASEAN eBook Conference” [online] แหล่งที่มา : <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/trade-shows-events/article/55017-tracking-the-digital-movement-at-the-asean-ebook-conference.html>

对于泰国的市场份额可能增长在未来五年至六年，但可能只有 5-8% 的是纸书的限制。^[3]

目前，泰国电子图书常见及流行可分成三组。第一、纯文本和照片。例如亚马逊销售的 Kindle 商店，苹果公司在 iBookstore 的卖出，无论是彩色或黑白的这组可称为一本书复制，无论是小说、文学、记录片、学者或者管理等。第二、添加多媒体、视频或者声音，例如使用视频代替静止图像，有音频讲座或者背景音乐。它可是小说（需要创建一个短片一些音乐录像的场景）或结合视频和音频旁白的纪录片。第三、添加作用，并能够与读者进入一个交互。例如冒险小说，读者可以选择阅读的场景或者有地图和位置信息相对于用户的当前位置的旅游书等。通过智能设备的数量如平板电脑和电子图书阅读器持续增长，依照各出版社推出电子图书商店书店增长超过 200%。加上泰国推出 3G 服务是一个关键的刺激市场。在过去的 5 年，在泰国互联网的可访问性增长超过 5 倍，约 20% 的人口^[1]。因特网的使用者正在增加，随着新的机遇要通过在线渠道做生意，可以提供无缝接入市场，低得多的成本。泰国电子图书市场有许多自由撰稿人出现，直接销售，使得泰国电子图书市场快速成长起来。

从以上资料来看，泰国电子图书市场不断的发展，而导致电子图书市场发展的重要因素是电子图书阅读终端机互联网的高速发展。据资料显示，泰国电子图书市场是根据信息技术例如电子图书阅读终端（智能手机、平板电脑、智能设备、电子图书阅读器等）和网络发展。泰国电子图书最早是由网上媒体及数字媒体游戏商业领袖—True Digital Content and Media 有限公司开始。然后为电子图书阅读器网络技术不断的发展，使得泰国出版商及内容发布商加入，泰国电子图书市场也不断的扩展，而导致电子图书市场发展的重要因素是电子图书阅读器和网络。

二、中国电子图书市场发展

中国电子图书市场的发展可分成三个阶段，第一阶段是中国出版物开始，第二阶段是电子图书进入产业，而第三阶段是电子图书产业进入爆发期。

[3] Pichaya Svasti. (2018/8/3) "THAILAND IS EXPERIENCING A BOOM IN SALES OF E-BOOKS" [online] แหล่งที่มา : <http://www.bangkokpost.com/print/305724/>

[1] กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ. ใน: รายงานการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ประจำปี 2557 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์; 2557.

（一）中国电子图书出版物开始

自 2008 年，中国电子图书个人市场开始起步。主要得益于 2008 年中国手机用户的迅猛增长以及手机价格和资费的进一步下调，使得手机阅读市场从 2007 年的 3.8% 猛增至 2008 年的 13.4%。^[2]

（二）中国电子图书进入产业

2009 年 3G 牌照的正式发放，智能手机的大量运用也使手机阅读市场份额赢得较大的增长。大屏幕、智能、高速上网成为 2009 年手机市场的标准配置，移动、联通、电信纷纷推出各种 3G 手机购买和网络流量的优惠活动，2009 年对短信付费进行行业整治，这一切为手机阅读建立了一个较好的发展环境。手机阅读业务以 G3 阅读器为核心阅读载体，以 WAP、HTML5、客户端、WWW 和彩信为辅助阅读载体，为用户提供各类电子图书，包括图书、杂志、漫画等。用户可以在前端上选择感兴趣的内容在线阅读，也可下载之后离线阅读。

（三）中国电子图书产业进入爆发期

2010 年中国企业增加，三大电信运营商逐步推出手机阅读服务。中国移动手机阅读业务于 2010 年 5 月 5 日正式商用，目前手机阅读用户量保持稳定快速增长，已逐步成为推动全民阅读的最具普及力和渗透力的新媒体。手机阅读市场收入由 2008 年的 3 030 万增加到 2009 年的 5 760 万^[1]。中国移动手机阅读基地由中国移动集团委托浙江移动建设和运营，主要负责手机阅读业务的平台和产品开发、业务和内容运营等，并支撑全网面向 6 亿多移动用户的手机阅读业务市场推广。2010 年中国电子图书市场收入规模达到 5 亿元，同比 2009 年增长 25%。根据 iResearch《2011-2012 中国数字出版产业年度报告》显示，中国 2011 年电子图书市场收入规模达到 7 亿元，同比 2010 年增长 40%。电子图书发展速度和发展规模都较为可观。^[2]

2011 年，数字出版全年收入达 1377.88 亿元^[3]。随着以亚马逊 Kindle 为代表的国外电子图书阅读器的风靡发展，中国电子图书阅读器产业也逐渐呈现井喷式发展，不仅出现了一批以汉王、方正、联想、纽曼、翰林等为代表的国产

[2] 豆瓣小姐. “2010~2011 年中国电子图书发展趋势报告” [online], (<http://www.douban.com/group/topic/19381577/>), 2011/4/27

[1] 张彦华. 国内数字出版所处困境及发展途径研究[D], 重庆大学. 2011.

[2] iResearch. 2011-2012 中国数字出版产业年度报告[R], 艾瑞咨询集团. 2012.

[3] 中国作家出版社. “数字出版：文化与出版界的明日之星” [online], (<http://www.zgjcs.com/newsshow.asp?id=97&big=3>), 2013/4/10

电子图书阅读器厂商品牌，盛大文学、当当网等运营商也凭借着自己的内容优势开始生产自己的电子图书阅读器。中国电子图书阅读器的竞争进入新阶段。

2012 年，中国电子图书行业市场规模达到 38.8 亿元，增速达 41.7%。从两年来高速增长^[4]。2012 年 12 月中旬，亚马逊中国官网的 Kindle 电子书店开始销售电子图书，主要包括小说、文学、经管、社科、少儿等类别。亚马逊销售的所有电子图书都是从正规纸质书转化格式而来的。一部分是由出版社自己做的格式转换，还有一部分是由数字化服务商——“中文在线”或“青苹果数据中心”数字化的。据统计，2012 年中国电子图书市场规模为 31 亿元，中国数字出版实现营业收入 1935.5 亿元，较 2011 年增加 557.6 亿元，增长 40.5%，占全行业营业收入的 11.6%，较 2011 年提高 2.1 个百分点，表明在经历长期高速增长之后数字出版仍有较大的成长空间。电子图书、数字期刊、数字报纸的营业收入增长 52.6%，超过数字出版整体增长速度，表明传统出版数字化转型的效果日益显现。以网络动漫和在线音乐为代表的新型数字内容服务形态发展迅猛，营业收入增速高达 291.2%。2013 年增长至 60 亿元%。^[1]

2013 年，亚马逊中国官网开始网上销售 Kindle 电子图书阅读器和平板电脑。除了亚马逊这个销售渠道，“苏宁易购”是 Kindle 的第二个销售渠道。众所周知，Kindle 是亚马逊自己生产的电子图书阅读器，主要包括电子图书和平板电脑两大类。同时，当当网在平台化运作、数字书、无线销售等领域全线发力，图书线上市场的份额逼近 50%。中国成年国民电子图书阅读率为 19.2%，同比上升了 2.2 个百分点。中国新闻出版研究院的调查显示，15%的国民倾向于“网络在线阅读”，15.6%的国民倾向于“手机阅读”，2.4%的人倾向于“在电子阅读器上阅读”，1%的国民习惯“从网上下载并打印下来阅读”，而 66%的成年国民仍更倾向于“拿一本纸质图书阅读”^[2]。表示如图 1-6：

[4] iReserach. 2012-2013 年中国移动阅读行业研究报告[R], 艾瑞咨询集团, 2013.

[1] 中国市场研究报告网. “2014-2018 年中国数字出版产业投资分析及前景预测报告” [online], (<http://blog.ifeng.com/article/34397828.html>), 2014/11/7

[2] iResearch, “中国数字阅读用户行为研究报告简版 2012-2013 年” [R], 2014.

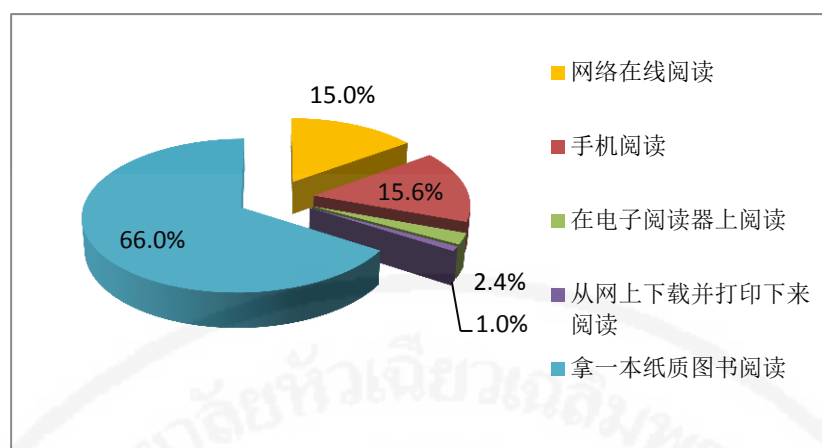


图 1-6: 2013 年中国人民电子图书阅读

来源: iResearch, “中国数字阅读用户行为研究报告简版 2012-2013 年” [R], 2014.

2014 年, 据网易云阅读近日发布《2014 年移动阅读报告》显示, 中国人电子图书总阅读量超过 14 亿册。中国互联网络信息中心发布的中国移动互联网调查报告数据显示, 当前移动阅读的用户规模已达到 2.42 亿^[1]。中国新闻出版研究院 2014 年 4 月 21 日在北京公布的《第十一次全国国民阅读调查》数据显示, 2013 年我国国民电子图书阅读率较 2012 年有所提升, 阅读率达 19.2%, 较 2012 年的 17.0% 上升了 2.2 个百分点, 人均电子图书阅读量为 2.48 本, 比 2012 年的 2.35 本增长了 0.13 本。

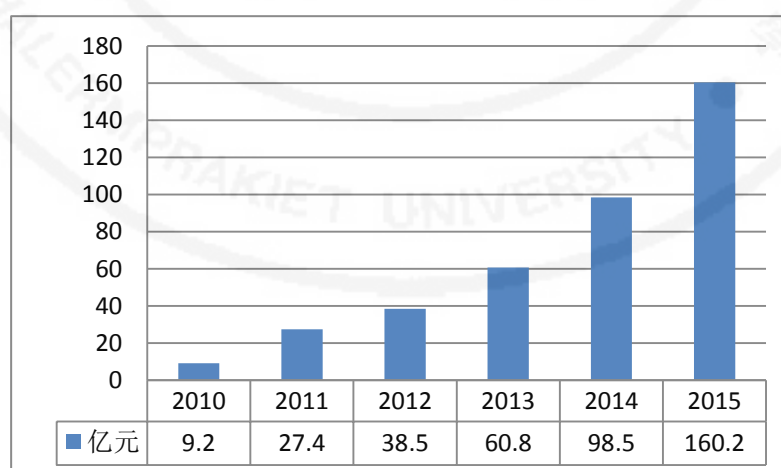


图 1-7 : 2010-2015 年中国的电子图书市场

来源: 刘银娣, “中美电子图书价格现状与定价制度比较研究” [R], 2015.

[1] 网易公司. “2014 年移动阅读报告” [online], (<http://emarketing.biz.163.com/plus/view.php?aid=136>), 2014

从上述显示，中国电子图书发展可分成两方面是中国移动手机阅读的发展和电子图书阅读器的发展。按电子图书方面看，电子图书最开始是由个人市场开始，电子图书是随着手机和 3G 发展，而大部分的中国消费者是用场移动互联网来阅读电子图书。按电子图书阅读器看，中国电子图书阅读器市场分成国外和国内的电子图书阅读器发展。从 2008 年到今日中国民电子图书阅读率为上升，电子图书的读者越来越多，电子图书、数字期刊、数字报纸的营业收入增加。此外，由于泰国投资者需要於中国电子图书行业投资应该了解市场、消费者的需求和各业部门涉及的主要参与者，包括创建网络和业务合作伙伴。

第二章 泰中电子图书市场比较研究

市场调查研究对非常重要的业务计划，为建立产品出售给消费者，必须了解市场的需求和消费者的需要，将产品能够满足。因此，泰国电子图书行业将在中国增长业务，必须研究中国电子图书市场，例如目标客户、竞争对手和市场机遇等。

第一节 泰电子图书投资中国的动向

近 4-5 年以来泰国电子图书市场有速度的发展。但是由于泰国市场规模较小，使得提泰国供电子图书者开始寻求拓展海外市场。中国也是电子图书市场的热点之一。影响泰国扩大电子图书市场趋势的因素可分为几面如下：

一、泰国出版商的修改策略

泰国出版商是泰国电子图书市场的行业主要之一。因此，泰国出版的发展趋势就是泰国电子图书市场的发展趋。目前泰国出版商在泰国电子图书市场有重要的地位。

Tanong Chotisorayuth (Se-education Pub. Co., LTD.常务董事)指示，公司为商业竞争必须扩大服务，电子图书也是一个选项。公司和其它如 AsiaBook、Nanmeebooks、Naiin 等的电子图书的比例越来越大。此外，公司注重于国际市场，已经翻译这本书成英文与中文^[1]。根据 PUBAT*报告显示，2014 年 Beijing International Book Fair。泰国的图书受到中国出版商的关注，尤其是儿童图书与图画书。泰国出版商已经开始扩大销售的儿童图书是的电子图书，而中国出版商热衷于教学技能儿童图书如 IQ、EQ、CQ 与教孩子在社会中学会生活及纪律。此外，泰国小说书也很流行，尤其是被做出电视剧或电影的书。从上述显示，泰国出版商重视电子图书和于国外的电子图书市场扩大销售，尤其是中国电子图书市场。

[1] บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน). Annual Report 2012 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร; 2556.

* The Publishers and Booksellers Association of Thailand (PUBAT)

二、中国电子图书市场的爆发

中国电子图书市场有速度的发展，使得是一个有吸引力的市场进行投资。根据 The Statistics Portal 调查显示，2005-2014 年中国互联网用户数量每年都稳步上升，表示如图 2-1：



图 2-1：2005-2014 年中国互联网用户数量

来源：The Statistics Portal，“Number of social network users in China from 2009 to 2018”[online]，
(<http://www.statista.com/statistics/277586/number-of-social-network-users-in-china/>)，2015.

从图上来看，每年的中国互联网用户数量都在增加，2014 年约有 6 亿多的互联网用户。根据 iResearch 调查显示，多半以上的中国互联网用户有使用过数字阅读服务，表示如图下：

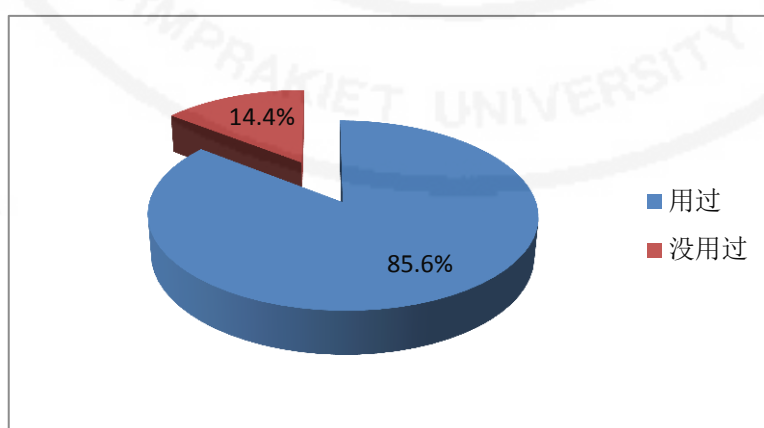


图 2-2：2013 年中国网民使用过数字阅读服务

来源：iResearch，“2013 年中国网民使用过数字阅读服务”[R]，2014.

从图上来看，中国整体市场规模是非常大，中国互联网用户有 85.6%使用过数字阅读服务。相比互联网用户的总数可约有 5 亿多人使用过电子图书阅读服务。

第二节 泰中电子图书市场比较

一、泰中电子图书市场发展过程相比

____根据中国电子图书市场与泰国的电子图书发展资料显示，中国电子图书市场与泰国的电子图书市场发展是同于 2008 年开发。中国电子图书市场是由电子图书个人市场开始起步。而泰国电子图书市场是由信息技术公司（True Digital Content and Media Co.,Ltd.）开始。从 2008 年起，中国电子图书市场为 3G 发放不断的快速发展。相反泰国的电子图书市场发展是缓慢的。泰中电子图书的发展阶段可分为三个阶段：开始期、产业化时期和爆发期，表示如表三。

按国家 3G 发放来看，国家的 3G 移动通讯功能是影响中国电子图书市场与泰国电子图书市场发展的因素之一。2009 年 3G 放开后，中国手机阅读市场收入不断的增加，同时国电子图书市场收入规模快速增长。同样泰国电子图书市场也随国家于 2014 年的 3G 发放吸引泰国的出版商和书店加入电子图书市场，使得泰国的电子图书发展壮大。

按电子图书的阅读器发展来看，电子图书的阅读器发展是影响中国电子图书市场与泰国电子图书比较大。从 2011 年以来，中国是为国外电子图书阅读器开发了电子图书阅读器产业，不仅出现了一批以汉王、方正、联想、纽曼、翰林等为代表的国产电子图书阅读器厂商品牌。而泰国是由 30 家大出版商比如 Banlue Group、Asia Books、Chulalongkorn University Bookshop 等公司开发了电子图书的应用。

因此，从根据两国家的电子图书市场增长趋势来看，中国电子图书市场与泰国的电子图书市场都有能力进一步增长。电子图书的发展机遇是电子图书阅读终端和 3G 移动通讯功能，因为客户将拥有便捷地选择和订购，包括缓解支付，所谓任何人何时何地的（Anyone Anywhere Anytime）。电子图书商业有三个关键方面，首先是优质内容，需要出版商和作者的合作伙伴。其次是分销渠道。最后是技术，取决于硬件和操作系统。

表 2-1：泰中电子图书发展阶段

电子图书发展阶段	泰国	中国
开始期	2008 年，True Digital Content and Media Co., Ltd 推出第一个的泰国电子图书商店或数字书店。泰国电子杂志增加。	2008 年，中国电子图书个人市场开始起步。电子图书阅读渐渐进入大众生活。
产业化时期	2010 年，随着终端设备的增多和智能设备发展。泰国出版商逐渐开始进入电子图书市场。	2009 年，中国 3G 牌照的正式发放。技术及商业模式发展。手机阅读业务以 3G 阅读器为核心阅读载体，为用户提供各类电子图书，
爆发期	2013 年，泰国 3G 牌照的正式发放。智能手机和平板电脑阅读进入泰国的生活。	2010 年，随着终端设备的增多和智能设备发展。中国三大电信运营商逐步推出手机阅读服务。中国电子图书阅读器产业逐渐发展。

二、泰中电子图书行业主要相比

中国电子图书行业和泰国电子图书行业主要可分为三类：首先是电信运营商，以国家移动为首，通过收用户信息费与内容提供方进行分成。电信运营商是代表企业是国家移动的付费阅读频道。电信运营商是指提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司。中国电信运营商是中国电信“天翼阅读”、中国移动“和阅读”、中国联通“沃阅读”等。泰国的电信运营商是 AIS、TRUE 和 DTAC 等。

其次是原创文学商，是数字阅读行业最重要的内容来源。原创文学商是原创文学网与多家出版社的合作关系。在数字文化发展、数字出版、实体出版等领域存在的优越渠道。网站以各种创作作品与阅读服务为主。中国原创文学网是起点中文网、红袖添香、潇湘书院等。泰国原创文学网是 AsiaBook、Se-education、Amarin 等。

最后是移动阅读运营商，提供包括电子图书、网文学、数字杂志等内容。中国移动阅读运营商是 iReader、盛大文学、QQ 阅读、塔读文学、熊猫看书等。

泰国移动阅读运营商是 Ookbee、I Love Library、Mobile E-Book、Hytexs.com、4DBook 等，表示如下表：

表 2-2：泰中电子图书行业主要相比

电子图书行业	中国	泰国
电信运营商	天翼阅读 和阅读 沃阅读	AIS TRUE DTAC
原创文学商	起点中文网 红袖添香 潇湘书院 ...	AsiaBook Se-education Amarin Dek-D ...
移动阅读运营商	iReader 盛大文学 QQ 阅读 塔读文学 熊猫看书 ...	Ookbee I Love Library Mobile E-Book Hytexs.com 4DBook ...

从上述显示，中国和泰国的主要电子图书行业有大部分相同，都可以分为三类是电信运营商、原创文学和移动阅读运营商。根据目前所查询到的资料，泰国与中国电子图书的领导地位是由移动阅读运营商。

目前，泰国最领先的电子图书市场是移动阅读运营商—Ookbee，占整体市场份额的 88%。Ookbee 已研制出一种电子图书业务，涵盖五个国家在东盟内部，它拥有强大的客户群在迅速扩大东盟市场。中国最领先的电子图书市场是中国移动阅读应用客户端市场的主力军依旧是三大运营商，占整体市场份额的 67.9%，其中中国移动“和阅读”一家独大，市场份额高达 49.1%；中国联通“沃阅读”和中国电信“天翼阅读”分别占有 12.5%和 6.3%的市场份额^[1]。而除了三大运营商，其他互联网企业也在争相发力，布局移动阅读领域。目前排在较前列的包括 iReader、盛大文学、QQ 阅读、塔读文学、熊猫看书等。

[1] 中国联通. “移动阅读上半年营收显示三大运营商仍是主力军” [online], (<http://big5.chinaunicom.com/xinzhongxin/yejiedongtai/hangyezixun/100006753033.html>), 2014/10/24.

第三节 泰中电子图书服务内容

泰中电子图书行业主要是分成三个电子图书行业主要：电信运营商，原创文学商和移动阅读运营商。电子图书商是由不同出版商、不同文件格式的阅读资源加入。支持统一出版社自定义价格，支持与出版社的自动结算。而电子图书行业都有自己的服务格式，根据电子图书行业行业产业链结构可简单解释如下：

一、泰中国电子图书服务内容

泰国电子图书服务内容可分为内容提供商、服务提供商和内容发布商等三个商业。

(一) 内容提供商

泰国电子图书内容提供商大部分是由原创网络文学、国家出版社、新闻资讯等三个来源。泰国出版社如 Bongkoch Publishing Co.,Ltd.、 Jamsai Publishing、 Pran Publishing、 Enter-books Publishing、 Amarin Priniting&Publishing Public Co.,Ltd.、 Nabaanwannagum Group Co., Ltd.等。泰国大部分的原创网络文学是来自 Dek-D 网站 (<http://www.dek-d.com>)。新闻资讯的内容资源是 Thairath、 Dailynew、 Bangkokbiznew、 ASTVmanager 等。目前电子图书在泰国网络的最主要是新闻、杂志和小说等的类型。表示如表下：

表 2-3：泰国电子图书的内容提供商（一）

泰国出版社	Bongkoch Publishing Co.,Ltd. Jamsai Publishing Pran Publishing Enter-books Publishing Amarin Priniting&Publishing Public Co.,Ltd. ...
泰国网络文学	Dek-D Pantip Sanook ...

表 2-3: 泰国电子图书的内容提供商 (二)

泰国新闻资讯	Thairath Dailynew Bangkokbiznew ASTVmanager ...
--------	---

(二) 服务提供商

泰国电子图书商迅速增长。泰国许多公司，尤其是那些出版商开始增加抓住这个业务，使得网上书店业务成为亿泰铢。泰国内容发布商是 Dek-D、Pantip、Sanook 等。

(三) 内容发布商

目前泰国电子图书的内容发布商有许多例如 Ookbee、Mobile E-Book、Hytex.com、4DBook 等，泰国内容发布商可是占可分如表 2-4:

表 2-4: 泰国电子图书的内容发布商 (一)

序列	公司名称	电子图书应用	网站
1	Openserve	I Love Library	http://www.ilovelibrary.com/
2	ASK Media	Mobile E-Book	http://mebmarket.com/
3	PORAR Web Application	ebooks.in.th	http://ebooks.in.th/
4	Asia Books	eBooks	https://www.asiabooks.com/ThaiEBooksPage.aspx
5	Se-education	Se-ed	www.se-ed.com
6	Amarin	Nai in PANN	http://nain.com/
7	G Softbiz	Tato	http://www.thai-g.com/
8	i.p.j international	Hytex.com	http://www.hytex.com/
9	IT Works	OokBee	http://ookbee.com/
10	Samart Multimedia	ThaiMagBook	http://www.thaimagbook.com

表 2-4: 泰国电子图书的内容发布商 (二)

11	ASkMedia	CU-eBook Store	-
12	True Digital Bookstore	TrueBook	http://book.truelife.com
13	4DBook	4DBook	http://www.4dbook.com

来源: THE PUBLISHERS AND BOOKSELLERS ASSOCIATION OF THAILAND, "Digital Collection"[J], 2014.

从上述内容来看, 泰国内容发布商占领泰国电子图书市场可分成两组: 第一组是泰国出版商业如 Asia Books、Se-education 和 Amarin。第二组是泰国通信技术商业如 Openserve、ASK Media、PORAR Web Application、i.pj international、IT Works、Samart Multimedia、ASkMedia、True Digital Bookstore 和 4DBook。大部分的泰国内容发布商的应用可用于阅读多种文本格式 (如 PDF、TXT) 的电子书, 便于手机和电脑阅读。

二、中国电子图书服务内容

中国电子图书服务内容可分为内容提供商、服务提供商、内容发布商和终端产业等四个商业。

(一) 内容提供商

中国电子图书内容提供商是由创文学网与多家出版社等两个来源。中国出版社如人民教育出版社、高等教育出版社、重庆出版社、外语教学与研究出版社、商务印书馆、人民卫生出版社等。而中国的创文学网是起点中文网、创世中文网、纵横中文网、17k 小说网、晋江文学城等原创文学网站。目前中国网络文学的题材类型多样, 但是小说传记依然是主要的内容。中国内容提供商可是占可分如表 2-5:

表 2-5：中国电子图书的内容提供商

<p>中国出版社</p>	<p>人民教育出版社 高等教育出版社 重庆出版社 外语教学与研究出版社 商务印书馆 人民卫生出版社 ...</p>
<p>中国网络文学</p>	<p>起点中文网 创世中文网 纵横中文网 17k 小说网 晋江文学城 ...</p>

（二）服务提供商

中国电子图书服务提供商的网站是是天智通达、蜂巢、掌脉、方正、91 天线、北京维旺明等。

（三）内容发布商

中国电子图书内容发布商是掌中浩阅（iReader）、天智通达（VC 阅读）、91 天线、北京维旺明（VIVA 畅读）、广州坚和（Zaker）等。可用于阅读多种文本格式（如 PDF、TXT）的电子书，便于手机阅读。中国电子图书阅读器软件除了在 IOS 和 Android 应用，也可以为通过自己的电子书阅读器上阅读。

（四）终端产业

中国电子图书终端产业除了用于国外的电子图书阅读器，也有国内的。中国电子图书阅读器如汉王、方正、联想、纽曼、翰林等。2015 年汉王是中国电子图书十大品牌企业排名第一。汉王科技股份有限公司是全球文字识别技术与智能交互产品引领者，多年来，通过不断自主创新，在联机手写识别、光学字符识别(OCR)、数位绘画板等领域拥有多项具有自主知识产权的核心技术，综合技术水平在国内外均处于领先地位，手写汉字识别获得国家科技进步一等奖，OCR 获得国家科技进步二等奖。

第三章 泰国电子图书服务的改进

第一节 泰中电子图书消费者行为分析

消费者行为分析 (Analyzing Consumer Behavior) 是研究消费者的使用和购买行为, 为了解消费者的使用和购买行为, 这将允许营销人员调整营销策略和满足消费者的适当的满意度^[1]。对于市场拓展方面为市场营销和产品开发得以提升, 需要研究消费者。通过研究需求模式, 激发和满足消费者。了解影响消费者和消费者需求的因素, 为了满足消费者的需求相匹配的产品类型。

一、泰中国电子图书阅读用户基本属性

本论文是用于 iResearch 《2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版》报告和 2014 年 ETDA Thailand^{*} 的电子图书阅读用户的调查来分析泰中电子图书阅读用户基本属性, 可表示如下:

(一) 性别情况

按性别情况, 中国电子图书阅读用户最多是男性占 56.5% 和女性占 43.5%。泰国电子图书阅读用户最多是女性占 55.6%、男性占 43.1% 和变性占 1.3%, 表示如图 3-1:

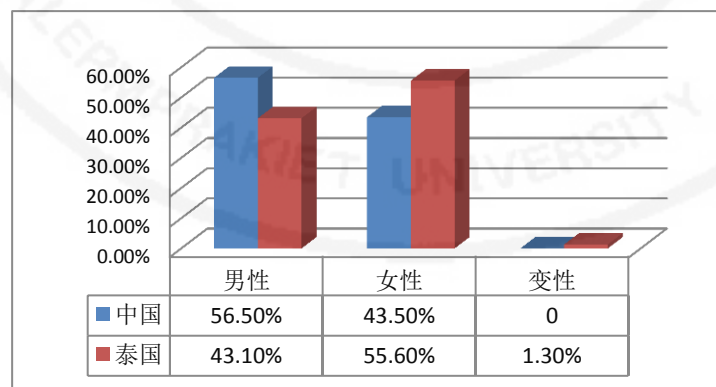


图 3-1: 泰中国电子图书阅读用户的性别情况

来源: iResearch, “2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版” [R], 2014. 和 ETDA Thailand “รายงาน การใช้อินเทอร์เน็ต ของคนไทยประจำปี 2557” [R], 2015.

[1] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2540) การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน=Marketing research. กรุงเทพมหานคร : ไดมอนด์ อินบิสซิเนสเวิลด์.

* ETDA Thailand : Electronic Transactions Development Agency (Public Organization)

从图三来看，中国电子图书阅读用户是男性多，而相反泰国电子图书阅读用户是女性多。性别是电子图书的内容指标之一，但是从资料来说两个国家的电子图书阅读用户的性别没有大的差异。目前，电子图书最流行是文学小说。而从小说分类分析，男女性别差别较大。女性情感更强烈，偏爱都市言情；男性理性思维更明显，喜欢玄幻奇幻类。

（二）年龄情况

按年龄情况中国电子图书阅读用户最多是 25-30 年龄占 34.9%，其次是 18-24 年龄占 26.5%，第三是 31-35 年龄占 16.3%，表示如图 3.2；。泰国电子图书阅读用户最多是 30-34 年龄占 18.2%，其次是 25 - 29 年龄占 17.7%，第三是 20-24 年龄组和 35-39 年龄组占 15.2%，表示如图 3-2：

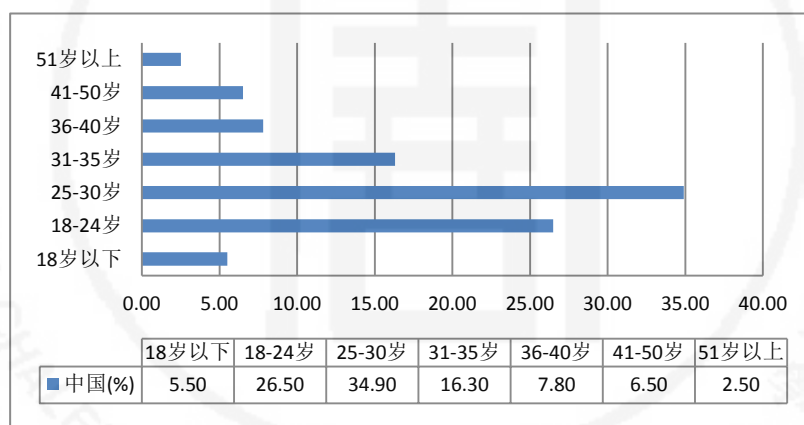


图 3-2：中国电子图书阅读用户的年龄情况

来源：iResearch，“2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版”[R]，2014.

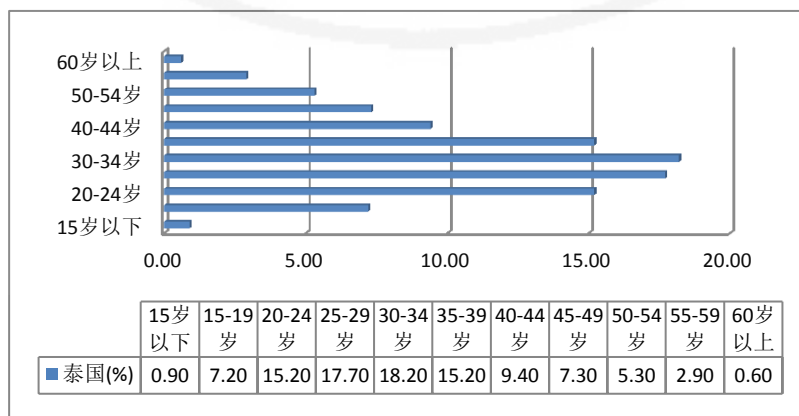


图 3-3：泰国电子图书阅读用户的年龄情况

来源：ETDA Thailand “รายงาน การใช้อินเทอร์เน็ต ของคนไทยประจำปี 2557” [R]，2015.

从图 3-2 和 3-3 来看，中国电子图书阅读用户的年龄最多是于 25-30 岁和泰国电子图书阅读用户的年龄最多是于 30-34 岁。中国和泰国是从 30 岁和 35 岁之前随着年龄段的的增长，使用电子图书阅读的用户越多。而 30 岁和 35 岁之后降低。因此可说两个国家电子图书阅读用户的年龄是没有大的趋势差别。

（三）学历情况

按学历情况，中国电子图书阅读用户的学历是大学本科最多占 49.7%，其次是大学专科占 23.8%，第三是硕士及以上占 8.7%。泰国电子图书阅读用户的学历是大学本科最多占 60.8%，其次是大学专科占 24.7%，第三是硕士及以上占 2.0%，表示如图 3-4：

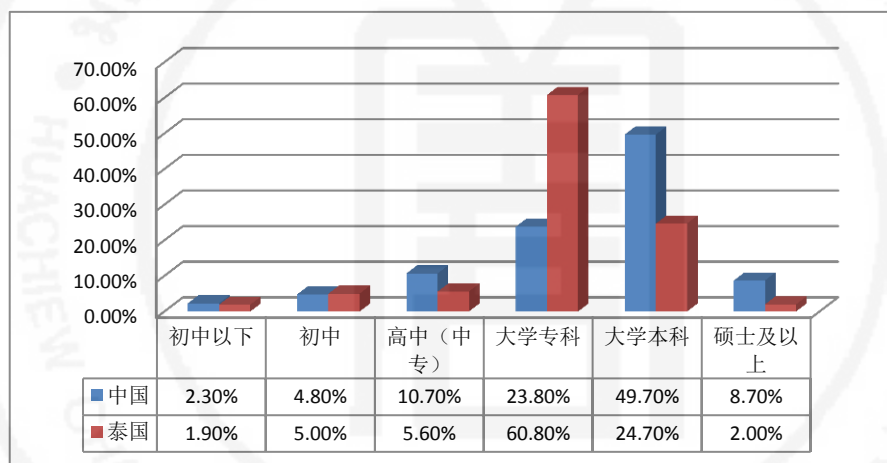


图 3-4：泰中电子图书阅读用户的学历情况

来源：iResearch，“2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版”[R]，2014. 和 ETDA Thailand “รายงาน การใช้อินเทอร์เน็ต ของคนไทยประจำปี 2557”[R]，2015.

从图 3-4 来看，中国和泰国的电子图书阅读用户最多是在大学专科和大学本科。电子图书阅读用户学的历是确定产品的质量。而按两个国家电子图书阅读用户的学历看，学历越高，使用数字阅读越多而在硕士及以上下底，因此可说是两个国家没有大的趋势差别。

从上面的数据显示，按中泰国电子图书阅读用户基本属性来看，中国电子图书阅读用户是男性，而相反泰国电子图书阅读用户是女性。中国电子图书阅读用户的年龄最多是于 25-30 岁和泰国电子图书阅读用户的年龄最多是于 30-34 岁。中国和泰国是从年龄上看 30 岁和 35 岁之前随着年龄段的的增长，使用电子图书阅读的用户越多。而在 30 岁和 35 岁之后降低。电子图书阅读用户学的

历是确定产品的质量。而按两个国家电子图书阅读用户的学历看，学历越高，使用数字阅读越多而在硕士及以上下底，因此可说是两个国家没有大的趋势差别。也可以得出结论认为中国电子图书的消费者大部分是男性，年轻人和中年人，教育程度在大学专科和大学本科。因此电子图书产品提供给消费者要适合中国电子图书的消费者的年龄，性别和教育。

二、电子图书用户购买行为分析

(一) 电子图书用户使用过的电子图书阅读终端分析

按电子图书阅读用户使用过的电子图书阅读终端，中国电子图书阅读用户使用过的数字阅读终端是手机最多占 46.6%，其次是电脑占 31.6%，第三是平板电脑占 10.3%。泰国电子图书阅读用户使用过的数字阅读终端是手机是电脑最多占 46.0%，其次是平板电脑占 33.0%，第三是手机占 12.0%，表示如图 3-5：

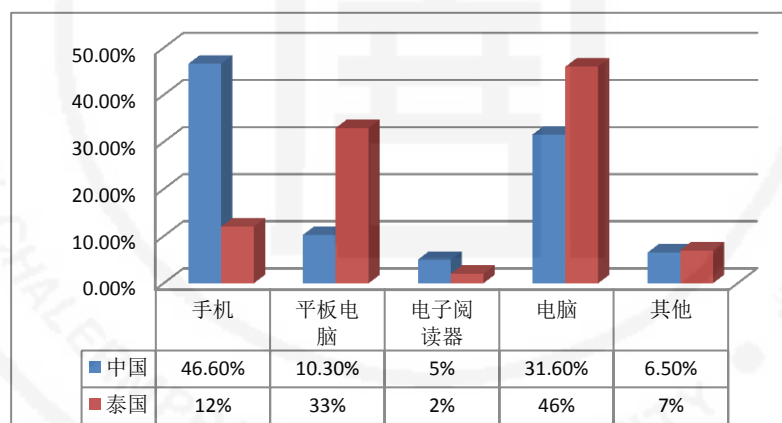


图 3-5：中国电子图书用户使用过的电子图书阅读终端分析

来源：iResearch，“2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版” [R]，2014. 和 ETDA Thailand “รายงาน การใช้อินเทอร์เน็ต ของคนไทยประจำปี 2557” [R]，2015.

从图 3-5 来看，中国电子图书字阅读用户使用过的电子图书阅读器最多是手机，而泰国使用最多是电脑。从用户使用电子图书阅读时要有便捷性，因此可以说中国电子图书字阅读用户更满意的使用手机阅读。而泰国电子图书字阅读用户是满意通过电脑阅读。电子图书阅读用户使用过的电子图书阅读器的差异，使得电子图书的商品和服务差异，因为渠道有区别。

（二）中国电子图书用户购买行为分析

本论文是研究对于中国的电子图书用户购买行为。据 iResearch 《2014 年中国数字阅读用户行为研究报告简版》报告显示，可分为几面如下。

1. 为内容付费的原因

按为内容付费的原因来看，中国电子图书阅读用户愿意为内容付费的原因：第一是内容质量好占 49.0%；第二、价格合理性价比高占 41.3%；第三、广告少，阅读体验好占 34.8%。表示如图 3-6：

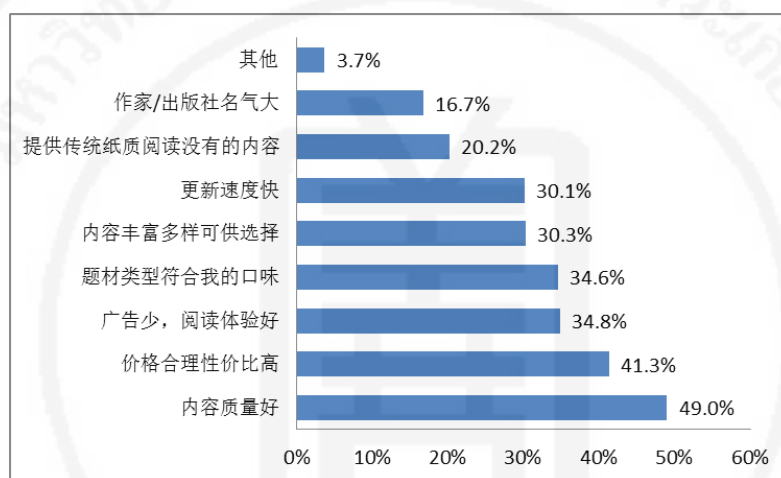


图 3-6：2013 年中国电子图书阅读用户愿意为内容付费的原因

来源：iResearch，“2014 年中国数字阅读用户行为研究报告简版”[R]，2015。

从图 3.6 来看，中国电子图书阅读用户愿意为内容付费的原因的第一和第二是内容质量与价格合理性价。所以可说中国电子图书阅读用户是关注电子图书的内容质量和合理定价。目前中国网络文学的题材类型多样，小说传记依然是主要的内容，类型正在趋于多样化、平民化。

2. 为电子图书价格付费

按电子图书价格来看，中国电子图书阅读用户愿意付费最多的电子图书价格是 1-5 元占 37.9%，其次是 5-10 元占 25.1%，而再次是 10-20 元占 14.8%，表示如图 3.7：

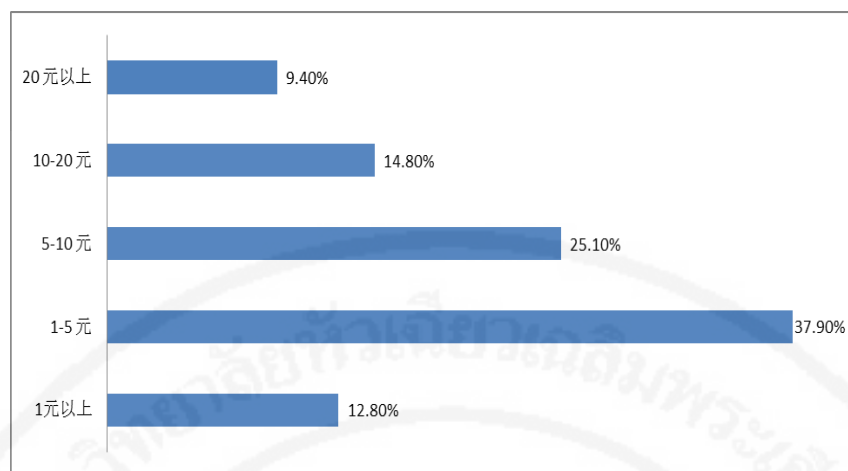


图 3-7：2012-2013 年中国对于电子图书可接受的价格

来源：iResearch，“2014 年中国数字阅读用户行为研究报告简版”[R]，2015。

从图 3-7 来看，中国电子图书阅读用户对于电子图书可接受的价格是 1-5 元，可以看出市场对于电子图书的定价过低。也比泰国电子图书的定价很低，泰国电子图书的定价最低是超过 50 泰铢（大约 10 元）。

3. 支付方式

按电子图书价格来看，中国电子图书阅读用户的 55.9% 的用户经常使用第三方支付方式，其次是网银占比 38.9% 和手机充值付款占比 35.1%，表示如图 3-8：

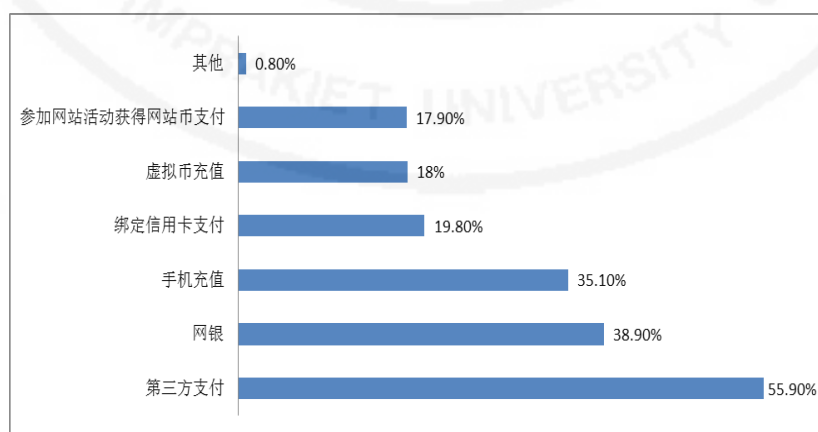


图 3-8：2013 年中国电子图书阅读用户经常使用的支付方式中

来源：iResearch，“2014 年中国数字阅读用户行为研究报告简版”[R]，2015。

从图 3-8 来看，中国电子图书阅读用户经常使用是第三方支付用户方式，其次是网银和手机充值付款。第三方支付、网银和手机充值构成了的中国电子图书阅读用户主流支付方式，付费模式成熟，用户的接受度很高。

从上面的数据显示，中国电子书字阅读用户使用过的电子书阅读器最多是手机。中国电子书阅读用户愿意为内容付费的原因是内容质量与价格合理性价，中国人的购买习惯专注于电子图书的内容，价格具有 1-5 元，支付通过第三方。因此泰国电子图书商业将在进入中国市场需要考虑到内容、价格和支付方式。

第二节 泰中电子图书市场的 PEST 分析

PEST 分析是利用环境扫描分析总体环境中的政治（Political）、经济（Economic）、社会（Social）与科技（Technological）等四种因素的一种模型。这也是在作市场研究时，外部分析的一部份，能给予公司一个针对总体环境中不同因素的概述，对企业战略目标和战略制定的影响。此策略工具也能有效的了解市场的成长或衰退、企业所处的情况、潜力与营运方向。

一、泰中电子图书市场的 PEST

关于利用 PEST 分析泰国电子图书市场和中国电子图书市场总体环境可分如下表下：

（一）政治环境

政治环境主要包括政治制度与体制，政局，政府的态度等；法律环境主要包括政府制定的法律、法规。

1. 泰国的政治

泰国政府是基于一个君主立宪制国家非常相似英国，其中总理作为一个议会制政府的头部和世袭泰国国王作为国家元首。泰国《宪法》规定泰国实行以国王为元首的民主政治制度；国王为国家元首和皇家武装部队最高统帅。国王通过国会、内阁和法院分别行使立法、行政和司法权。泰国的政治体制可分为三部分；泰国皇室、泰国总理和泰国军队。泰国国王作为国家元首和国家的精神领袖，泰国现任国王陛下国王普密蓬·阿杜德（拉玛九世）。泰国政府通过

由总理领导的政党联盟组成。而泰国自成为一个君主立宪制国家经历了无数次政变，自从成为一个君主立宪制和泰国政治是一个有争议的事情。

2556 年至 2557 年泰国在经历了多年的政治反对派。目前泰国政治是军事独裁，出生于 2557 政变。国民议会是立法权力，Prayut Chan-ocha 当泰国总理。革命团取消了 2007 年泰国宪法，宣布戒严和 2015 年泰国宪法（暂行）。

2. 中国的政治

中国共产党是执政党，制定各项政策，由政府负责履行。中国实行的是由中国共产党领导的社会主义制度。截止到 2013 年，中国共有共产党员 8668 万人。中国的霸主地位分为两个层次：集中管理和区域管理^[1]。目前，中国政治一直保持着高度的稳定性，中国共产党致力于消除各级贪官污吏，严厉打击领导人腐败之风，并注重培养新一代人才，建设现代化国家，积极应对全球化的挑战。海峡两岸也日趋发展壮大，两岸直飞航线不断增加，贸易交流也呈上升态势发展。

(二) 经济环境

国家经济要影响产业，无论是国际形势的变化，国内重大政治事件或者国家的重大经济政策。构成经济环境的关键战略要素。

1. 泰国经济

泰国是一个新兴工业化国家。其经济严重依赖出口，其中出口占国内生产总值（GDP）的比例超过三分之二。2014 年以来，泰国经济为政治影响几乎没有增长。2014 年 1 月至 3 月的经济较上一季度收缩 2.1%。然而，在军方颁布停止 2014 年 5 月以来的宵禁后，泰国工业联合会会长预计 2014 年经济增长 2.5 至 3%，旅游业在 2014 年振兴，并引述未来考虑的积压投资项目估计约值 7 000 亿泰铢，经济利益过程将在 2014 年 10 月出现。2015 年泰国经济预约有扩大趋势加速度达 4.1%。通过获得预期政府开支的势头增长，特别是从交通

[1] ThaiBiz in China Thailand Business Information Center in China. (2015) “การเมืองการปกครองจีน” [online]

แหล่งที่มา : www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/politics-china.pho

大型基础设施项目和企业的投资已连续发放，游客数量为该国的政治局势好转增加该。^[1]

2. 中国经济

中国经济为改革开放国家政策，已经持续增长。国家经济增长直接影响电子图书行业。包括发展高科技、提高产量和收入分配。从 1978 年改革开放以来，中国经济持续增长。改革开放初期，中国既定目标是国内农产品能够自给自足，着力发展高科技，促进生产和人民收入平衡分配。近年来，中国经济地位不断提升，特别是在地区事务中发挥着及其重要的作用，GDP 连续增长 7-10%，使得中国成为推动东亚地区经济繁荣的主要力量。中国始终贯彻不断发展改变的经济，货币，财政制度，不仅为了提升本国在国际中的经济地位，同时也显示出中国政府在维持经济发展及预防经济过快增长中的坚定信心。目前，中国的证券市场交易额已经突破 267.47 万亿美元^[2]，开放证券市场为国外投资者提供了广阔的投资渠道。同时，也为中国筹集资金增加证券市场购买力提供了有力支持。从 2014 年中国经济概观来看，中国能保持稳定和经济增长。随着经济社会的不断发展，电子图书行业已经成为中国经济的重要产业之一，尤其手机电子图书行业。此外，电子图书也成为广告媒体之一。

(三) 社会环境

社会环境是指组织所在社会中成员的民族特征、文化传统、价值观念、宗教信仰、教育水平以及风俗习惯等因素。

1. 泰国社会

在泰国的社会制度，村为单位。它是在以前的日子里，一个自包含 1 在其经济和需要。人们的生活习惯主要基于农业和宗教。大部分的村庄是一个佛教寺院和神社的村神。修道院担任他们的精神，以及人的教育。佛教是泰国的国教，90%的人信奉佛教。几百年来，无论是风俗习惯、文学、艺术和建筑等各方面，几乎都和佛教有着密切关系。泰国是“微笑之国”，佛教的宽容和祥和，

[1] ธนาคารแห่งประเทศไทย. ภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2557. ใน: ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2557 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2558.

[2] ThaiBiz in China Thailand Business Information Center in China. (2015) “ข้อมูลเศรษฐกิจจีน” [online] แหล่งที่มา : www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/about-china/economy.php (4 มกราคม 2558)

打造了泰国人的性格，对外国人特别和蔼可亲。泰国电子图书行业随着信息技术的发展，电子图书阅读在泰国渐次流行。

2. 中国社会

中国的社会基础设施由许多不同的社会问题。这是预期中人口最多的国家在世界上，这恰好是强大的全球经济体之一。这恰好是中国已经经历了巨大的社会，农业和经济发展。生活质量在过去 30 年显着改善。中国是全球最大的共产主义国家最方言构成了中国语言和最多多样性这么多的社会领域，如教育，民族，阶级等。中国有众多民族，虽然同是中华民族但却存在着较大的人文差异。中国电子图书行业随着媒介技术的发展和人们阅读习惯的改变，数字化阅读渐渐成为当下人们一种常态性的生活状态，这也为电子图书阅读产业提供了更为广阔的发展空间。

(四) 科技环境

目前许多设备都依赖于信息技术，无论是电脑，手机，互联网等。电子图书行业随着媒介技术的发展和人们阅读习惯的改变，数字化阅读渐渐成为当下人们一种常态性的生活状态，这也为电子图书阅读产业提供了更为广阔的发展空间。

1. 泰国科技

泰国互联网和移动通信是在几年前开始。目前泰国政府有经济和社会政策(Digital Economy)，是相关信息技术应用到经济和社会活动的重要政策。专注于数字化基础设施的发展，作为国家的发展奠定了基础，发展在经济和社会活动的效率。泰国电子图书科技发展是对于互联网和移动通信应用。大部分的电子图书服务提供商是研究电子图书阅读软件。

2. 中国科技

从 20 年以来，中国成为世界上的产业和技术的领导者。中国行业基本技术已开发了坚实的步伐，加上现进口代技术从国外到中国来而中国本身技术和产业的发展合作，使得中国能够依靠自己的技术。目前，中国能在自己国内制造和开发电子图书的软件和电子图书阅读器。成为电子图书行业中的领先者。中国有用户规模全球最大的移动通信网，目前普及率也仅是世界平均水平，还有很大的发展空间。中国的互联网和移动通信的普及应用推动了无线技术的发

展。随着经济社会的不断发展，电子图书行业已经成为中国经济的重要产业之一，尤其手机电子图书行业。

二、泰中电子图书市场的 PEST 分析

按泰中电子图书市场的 PEST 的主题。泰国与中国的政治、经济、社会与科技等四个环境可表示如表下：

表 3-1：泰中电子图书市场的 PEST 分析(一)

	泰国	中国
政治	泰国是君主立宪制国家，总理作为一个议会制政府的头部和泰国国王作为国家元首。经历无数次政变。目前泰国是军事独裁。	中国共产党是执政党，制定各项政策，由政府负责履行。中国的霸主地位分为两个层次：集中管理和区域管理。目前，中国政治一直保持着高度的稳定性。
经济	2014 年以来泰国的经济为政治的影响没有增长。2014 年后为泰国政治局势化解，预约 2015 年泰国经济逐渐增长。	近年来，中国经济地位不断提升，使得中国成为推动东亚地区经济繁荣的主要力量。中国始终贯彻不断发展改变的经济，货币，财政制度。从 2014 年中国经济概观来看，中国能保持稳定和经济增长。
社会	随着信息技术的发展以及各种硬件成本的降低，泰国电子图书阅读用户不断增加。电子图书在泰国人的生活飞速发展，成为泰国渐次流行。	电子图书行业已经成为中国经济的重要产业之一，尤其手机电子图书行业。中国电子图书行业随着媒介技术的发展和人们阅读习惯的改变，数字化阅读渐渐成为当下人们一种常态性的生活状态，这也为电子图书阅读产业提供了更广阔的发展空间。
科技	泰国电子图书科技发展是对于互联网和移动通信应用。大部分的电子图书服务提供商是研究电子图书阅读软件。	中国电子图书行业基本技术已开发了坚实的步伐。目前，中国能在自己国内制造和开发电子图书的软件和电子图书阅读器。成为电子图书行业中的领先者。

从表 3.1 来看，中国的环境支持电子图书市场的增长，无论是政治的稳定性，经济的增长，社会的响应和电子图书科技发展。这些都是支持电子图书市场增长的因素。因此，中国电子图书市场有可能进一步增长及合适的投资。

第三节 泰中电子图书市场的 4Ps 营销理论分析

营销组合或的 4Ps 营销理论是工具包括以产品 (product)、价格 (price)、渠道 (place) 和促销 (promotion) 下等的內容。营销组合 (4Ps 营销理论) 是以满足客户需求的工具。如果营销组合是不适合于顾客或者合适的产品可能会导致竞争力的企业的损失。因此, 为能满意的客户要注意这些工具。

一、泰中电子图书市场的 4P 营销

本论文是用于泰国电子图书商业和中国电子图书商业来用于 4Ps 营销理论分析, 表示如表下。

(一) 产品

产品是市场营销 4P 组合的核心, 是价格策略、分销策略和促销策略的基础。产品是指能够满足人们消费或使用的需要而由生产者提供给消费者的产品, 它不仅包括有形产品, 还包括服务、人员、组织、观念或它们的组合。策略制定要考虑到以产品差异 (Product Differentiation)、产品组件 (Product Component)、产品定位 (Product Positioning)、产品开发 (Product Development) 等的因素。

中国电子图书和泰国电子图书产品分类为有小说、文艺、青春、励志、成功、童书、生活、社科、经管、科技、教育、杂志、多媒体等。中国电子图书大部分是中文电子图书, 而泰国电子图书大部分是泰文电子图书。两个国家有某些是英文电子图书。中国电子图书商除了电子图书产品, 还有电子图书阅读器如汉王、方正、联想、纽曼、翰林等。大部分的中国电子图书是 TXT、Htxt 和 PDF 等三个文件格式而泰国最常见的电子图书文件格式是 PDF 格式和 EPUB 格式。

(二) 价格

价格 (price): 价格是金钱或其他为得到产品而付出, 或者产品的价值。所以产品的价格要考虑到上市价格或指定的价格 (List Price)、折扣 (Discounts)、津贴 (Allowances)、付款期 (Payment Period) 和信用条款 (Credit Terms)。

电子图书价格制度的确立既要考虑到短期内公众的接受程度, 也要考虑到电子图书产业长期的稳定发展, 既要顾及个人利益, 也要兼顾出版社和社会利益。中国电子图书阅读市场的实际情况, 可以采取“先低后高”的固定价格制度, 即在中国电子图书读者还没有养成付费阅读习惯的情况下, 电子图书的价

格由出版社统一制定，网络零售商不得对此价格进行任何形式的变更。在固定价格制度实施的初期，出版社应采取“低定价”的原则(一般一本电子图书不应超过 10 元)^[1]。泰国电子图书阅读市场的实际情况，也是出版社应采取“低定价”的原则但是泰国电子图书的定性价格大部分是从覆盖 15-30% 的优惠。

(三) 渠道

渠道是为移动产品和服务从企业到消费者的信道，是分配及货物流动的活动。确定合适的销售渠道是业务部门的盈利能力至关重要，影响其他相关的营销组合例如定价、广告和产品等级等等。渠道可分成分销渠道 (Marketing Channel) 和物流配送 (Market logistics) 等两部分。

两个国家电子图书商的渠道是相同，可以通过网络地点和公司应用，有支援多种阅读介面，可直接在电脑上阅读，也可下载至阅读机阅读，加强不同系统的相容性。例如中国汉王公司的电子图书业务—汉王书城汉王书城通过网站地址：<http://www.hwebook.cn/>或者 汉王书城应用可以阅读关于 Android 手机，表示如图七和图 3-9；泰国 IT Work 公司的电子图书业务—Ookbee，网站地址是 <http://www.ookbee.com/>，电子图书应用是 Ookbee，表示如图 3-10：



图 3-9：汉王书城

来源：汉王书城，[online]，(<http://www.hwebook.cn/>)，2015。

[1] 张养志，叶文芳. 电子图书的固定价格制度研究[D], 北京大学文化产业研究院, 2015: 44-47.

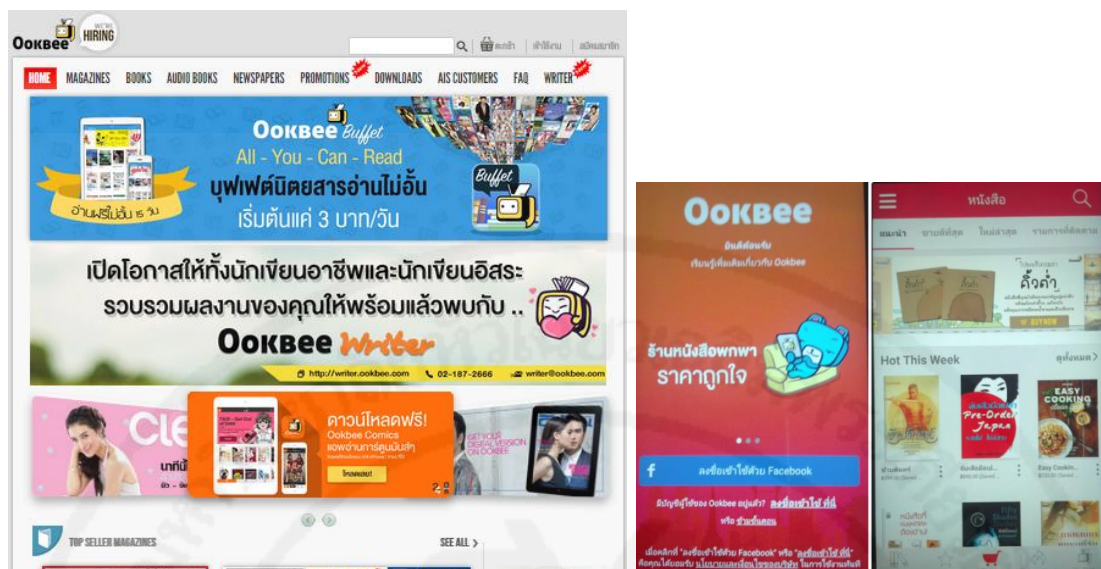


图 3-10: Ookbee

来源: Ookbee, [online], (<http://www.ookbee.com/>), 2015.

(四) 促销

促销是通信目标客户的活动，是为了满足品牌产品或服务的通讯工具，使用说服（Persuade）和提醒（Remind），而影响客户的信念和购买行为。促销是一个关键的方法，让用户下单购买的个性化的产品推荐。两个国家电子图书商的促销选择类似的格式，例如打折、书集销售、免费下载、包月付费或者成员的特权等。但是对于中国电子图书商的促销一直专注于打折促销，中国电商网站都针对电子书展开促销，很多文学类、教育类以及一些畅销书的电子版，价格都降到三四元左右，甚至可以在注册登录后免费下载。

二、泰中电子图书市场的 4P 营销分析

从上述 4Ps 营销理论分析看，中国电子图书市场与泰国电子图书市场最大的不同是产品和价格。中国产品除了电子图书还有电子图书阅读器。中国电子图书价格比泰国电子图书便宜得多。中国还有高竞争，而是党派系统，包含发展和管理，中国资本、技术、管理比泰国超越的发展。因此，泰国將於中国投资需要了解中国政策而交易方式，准备计划，包括有确实优势超过中国当地人民。此外，泰国投资者的基本面应该有中国县级市场或目标组的信息和知识，中国中央政府和当地的法律和法规，中国的语音、文化、习俗、传统等基本知识，中国经商文化和网络和关系。泰国投资者將要在中国投资需要准备，深入研究中国市场，需要专注于市场和规章、传统和实践，尤其外资投资者条例。

第四节 泰国电子图书发展的措施

一、泰国电子图书的不足

通过对泰国电子图书市场与中国电子图书市场比较分析，可以看到泰国比中国的电子图书市场最大的不同是电子图书的文字和电子图书阅读终端等三个方面。

(一) 电子图书阅读终端

电子图书市场早期将会由终端撬动起来，作为一种专门性的阅读终端，和电脑、手机相比，在使用过程中能使人们更专注地进行阅读。在市场竞争日趋激烈的情况下，单靠卖软件很难持续赢利。可以通过电子图书阅读器加终端的模式，既卖终端也卖内容。电子图书阅读需求也催生了电子图书阅读终端企业的创新热情。电子图书阅读器就是以优质的内容和良好的服务为基础，实现了信息服务平台和终端的有机结合。泰国在电子图书行业中没有生产自己的电子图书阅读器，而且国外的电子图书阅读器不支持泰语，使得缺乏竞争力。

电子图书的发展是取决于内容，而国外的电子图书阅读器不支持泰语例如 Kindle。Kindle 几乎所有受支持的语言为英语，使得泰国电子图书在 Kindle 阅读的内容只能像一本书，没有其他功能。而从电子图书阅读终端来看，中国有国内的电子图书阅读器例如还有电子图书阅读器如汉王、方正、联想、纽曼、翰林等。

(二) 中文方面的要求

人力资源是行业的主要问题。为了实现真正的发展能力，应开发行业人员技术，获得培训，发展学习材料，这项工作将配合校准标准测量加之制定标准。目前，泰国缺乏翻译泰文内容成共同的文字，尤其是英文和中文等。中国大部分的电子图书是中文中国大部分的电子图书，而不倒 10%是英文电子图书。若泰国电子图书将在中国扩大，而语言在这种发展和业务往来中显得十分重要，泰国电子图书业自然产生了对中文翻译者的强大需。

目前泰国已经翻译的书籍很几本书在海外，无论是翻译成英文还是中文。中文书在泰国大部分是为泰国人来学习中文的书。对于泰国电子图书的中文服务，泰国已经有双语杂志（中文-泰文），是由 Mandarin Thai Communication Service Co.,Ltd. 开发的杂志（网上地点：<http://www.chinasiam.co.th>）——《จีนไทย 汉泰》。该公司推出的杂志是为泰国人学习中文、提高认识和用于翻

译的参考手册。《จีนไทย 汉泰》杂志内容有汉语拼音，每一页都有中文-泰文相比比的，可以通过 Meb 应用（MEB Corporation Ltd.）用于 IOS, Android, Mac 和 Window 阅读，表示如图 3-11:



图 3-11: 《จีนไทย 汉泰》杂志的样本

来源: จีนไทย 汉泰, [online], (<http://www.chinasiam.co.th>), 2015.

二、泰国电子图书的改进措施

发展电子图书产业，有利于促进新闻出版产业结构调整和发展方式转变，有利于满足人民群众多层次、多样化和多方面的精神文化需求，对于提升文化创新能力，打造方便快捷、覆盖广泛的文化传播体系，提高中华文化的传播能力和国际竞争力具有重要意义。

(一) 电子图书内容特色化优质化

内容资源是数字出版的核心，是数字出版生存和发展的必要条件。泰国电子图书要研发新产品，注重服务。要增加内容资源及加强提高电子图书生产技术。增加内容资源可以从国内部和外部两个方面的资源来考虑增加内容。充分利用国内部资源，也就是对现创文学网与出版社优化和扩展；利用国外部资源，包括利用国外的创文学网与出版社合作伙伴的资源、合理利用相关的信息资源，建立战略联盟，以及将企业的信息资源通过其他网站进行传播等。泰国电子图书商要加强提高电子图书生产技术水平，提高自主研发能力，重点在电子显示、操作系统、版权保护等关键技术上取得突破，提高产品核心竞争力。要研究制订电子图书格式、质量、平台、版权等行业的行业。

（二）推动电子图书产业

首先国家要推动电子书产业。依法依规建立电子图书行业准入制度。鼓励开发面向大众、面向农村、面向教育的普及型产品，不断拓展电子图书产业的市场空间，拉动电子图书市场需求。其次要支持电子图书生产企业做强做大优势产品，打造一批深受消费者喜爱、社会认知度广、市场占有率高的电子图书品牌。为电子图书的发展是取决于内容，也可说是“内容为王”将进一步发展电子图书阅读器产业。开发数字平台技术及 ICT^{*}服务业。再次要支持和鼓励泰国电子图书企业“走出去”，拓展海外市场，提高泰国电子图书产业的竞争力。最后要加强法规的制定。目前泰国电子图书市场的法规是落后于行业的发展的。要加强对电子图书的保护，加数字版权管理(DRM^{*})。推广使用数字版权管理，为内容保护保持电子图书，安全的未授权共享，采用数字版权保护技术防止内容的非法传播和随意拷贝，保护了出版商和作者的利益。

（三）加强翻译专业

对于泰国电子图书业将拓展海外市场，为适应泰国经济发展和加入世界贸易组织的需要，要加强对商业外语人才的培训和再学习的安排，尤其是对于中国电子图书市场。有一些商务活动和文化交流活动，这些多需要汉语翻译人员要有对文化方面的知识和必要的语汇和知识。泰国要加强外语翻译专业队伍建设，科学、客观、公正地评价翻译专业人才水平和能力，同时进一步规范翻译市场，加强对翻译行业的管理，使之更好地与国际接轨，从而为泰国的对中国开放服务。才能促进泰国电子图书在中国市场的发展，增加泰国电子图书产业在国际市场的竞争力。

* INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT)

* DIGITAL RIGHT MANAGEMENT (DRM) 是一种类型的服务器软件的开发，以实现安全的分配 - 或许更重要的是，以禁止非法分布 - 的通过网络付费内容。

结 论

电子图书经历了 40 多年，实际上它的突飞猛进还是在最近 10 年才使得电子阅读成为广大用户的基本需求。电子图书的发展可分两个方面是电子图书软件和电子图书阅读终端。电子书行业可分为四个产业主要：内容提供商、服务提供商、和终端产。电子图书在泰国过去几年的发展可以说有个六关键因素：2011 年泰国洪水；生产成本上升；泰国 OTPC 项目；走向绿色；电子图书阅读器发展和泰国 3G 发放。泰国与中国电子图书市场是根据信息技术例如电子图书阅读终端（智能手机、平板电脑和智能设备）和网络发展（3G）。到今日两国家的电子图书阅读率为上升，电子图书的阅读者越来越多，电子图书、数字期刊、数字报纸的营业收入增加。中国和泰国的主要电子图书行业有大部分相同，都可以分为三类是电信运营商、原创文学和移动阅读运营商。

从此根据上面的信息可总结，按泰中国电子图书阅读用户基本属性来看，从资料来说两个国家的电子图书阅读用户的性别没有大的差异和没有大的趋势差别。中国电子图书字阅读用户使用过的电子图书阅读器最多是手机。因此可以说中国电子图书字阅读用户更满意的使用手机阅读。而泰国电子图书字阅读用户是满意通过电脑阅读。中国电子图书阅读用户是关注电子图书的内容质量和合理定价。中国电子图书阅读用户对于电子图书可接受的价格是 1-5 元。可以看出市场对于电子图书的定价过低。也比泰国电子图书的定价很低。第三方支付、网银和手机充值构成了的中国电子图书阅读用户主流支付方式，付费模式成熟，用户的接受度很高。按泰中国电子图书市场合分析来看，中国与泰国电子图书市场最大的不同是产品和价格，中国有产生国内的电子图书阅读器和价格比泰国电子图书便宜得多。泰国电子图书的弱点是于电子图书阅读终端的发展与国外翻译者，尤其是中文翻译。泰国电子图书的改进措施要加强提高电子图书生产技术水平，国家要推动电子图书产业和加强翻译专业。

对于电子图书行业可知，制造商可以供应特定模式而符合客户的需求要将成为此行业领导者。关键电子图书行业的竞争力就是专注于发展异国风情模式而创建熟练产品设计者。由于泰国投资者需要於中国电子图书行业投资应该了解市场、消费者的需求和各业部门涉及的主要参与者，包括创建网络和业务合作伙伴。此外，泰国投资者需要了解而使用自身的优势。因为自己专业化和特定格式要成为投资的优势之一。

参考文献

一、中文资料:

- [1] iResearch. 2011-2012 中国数字出版产业年度报告[R], 艾瑞咨询集团, 2012: 9.
- [2] iReserach. 2011-2012 年中国数字阅读行业研究报告简版[R], 艾瑞咨询集团, 2012.
- [3] iReserach. 2012-2013 年中国移动阅读行业研究报告[R], 艾瑞咨询集团, 2013.
- [4] iResearch. 2012-2013 年中国数字阅读用户行为研究报告简版[R], 艾瑞咨询集团, 2013.
- [5] iResearch. 2014 年中国数字阅读用户行为研究报告简版[R], 艾瑞咨询集团, 2014.
- [6] 王云芸. 中美电子图书出版发展比较研究[D], 北京印刷学院, 2012:7-15.
- [7] 刘玉利, 回新宁. 基于 Android 平台的阅读学习软件[D], 青海大学, 2014, 31: 256-259.
- [8] 刘银娣. 中美电子图书价格现状与定价制度比较研究[J], 编辑之友, 2015.
- [9] 刘微. 电子图书的发展及其对图书馆的影响[J], 图书情报论坛, 2005.
- [10] 齐东峰, 宋仁霞. 国家图书馆外文电子图书的采访现状与思考[J], 新世纪图书馆, 2011, 10: 24-27.
- [11] 张世珍. 何谓电子图书[J], 电子图书, 1983, 1: 8-9
- [12] 张彦华. 国内数字出版所处困境及发展途径研究[D], 重庆大学. 2011.
- [13] 李莺, 吴培华. 网络书业 大有前途: 谈网络在图书营销中的应用[J], 苏州大学出版社, 2001, 4: 41-42.
- [14] 张养志, 叶文芳. 电子图书的固定价格制度研究[D], 北京大学文化产业研究院, 2015: 44-47.
- [15] 杨智芬. 我国电子图书业发展及策略研究[D], 河北大学, 2008.
- [16] 颜艳萍. 电子图书的版权困境及解决思路[J], 图书馆工作与研究, 2013, 3: 36-39.
- [17] 郑建程. 电子图书的长期保存-挑战与应对[R], 国家科技图书文献中心, 2011.
- [18] 陈景尧. 电子图书—给阅读一个新定义[J], 天下杂志, 2001, 224: 32-37.

二、英文资料:

- [1] Docebo. E-Learning Market Trends & Forecast 2014 - 2016 Report[electronic book]. Docebo NA Inc.; 2014.

- [2] Dr. Rüdiger Wischenbar. In: Global ebook a Report on market trends and Development [electronic book]; 2013.
- [3] Grace Sim, Ai Cheng Tay, Ida Priyanto, John Hickok. Usage and Challenges of E-Books & E-Readers in Southeast Asia: A Current Snapshot of the Issue [electronic book], 2014.
- [4] Shin Corporation Pub. CO., LTD. INTOUCH. In: Breakthrough Annual Report 2012 [electronic book]. Bangkok; 2013.
- [5] SHEN Liang. Beijing Superstar Electric Company. In: Developments and Obstacles in Chinese eBook Market [electronic book]. Lund University; 2006. 12.

三、泰文资料:

- [1] กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. ภาพรวมของผู้ตอบแบบสำรวจ. ใน: รายงานการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี 2557 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์; 2557.
- [2] เกียรติกร ทองเที่ยงธรรม. (2554) **พฤติกรรม การซื้อ กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจร้านหนังสือ Asia Book**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- [3] กุสาวดี หัสแดง. (2556) **ก้าวใหม่ของ e-book ในยุคศตวรรษที่ 21**. วิทยานิพนธ์ วท.บ. (สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [4] คมสันต์ ชโนศวรรย์. รูปแบบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ใน: e-Book กับการศึกษา [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ; 2554.
- [5] ทศพนธ์ นรทัศน์. สภาพการตลาด e-book reader ในไทย. ใน: โอกาสทางการตลาดของ e-Book Reader ในประเทศไทย [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร: ICT; 2553.
- [6] ธนาคารแห่งประเทศไทย. ภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2557. ใน: ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2557 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2558.
- [7] ฉันทพร วรณประเสริฐ, ธาตรี ได้ฟ้าพูล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหนังสือนวนิยายไทยของสำนักพิมพ์และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. Journal of Public Relations and Advertising 2014. 2556 : 54-69.
- [8] บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน). Annual Report 2012 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร; 2556.
- [9] รพีพรรณ ฉัตรกาญจนากุล. (2555) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบริการนิตยสารดิจิทัลของผู้บริโภค**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) นครนายก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- [10] ศุภศิลา กุลจิตต์เจี๊วงค์. ดิจิทัลแมกกาซีน ตัวหนังสือมีชีวิต. Executive Journal. 2555:25-31.
- [11] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2540) **การวิจัยการตลาด ฉบับมาตรฐาน=Marketing research**. กรุงเทพมหานคร : ไตมอนต์ อิน บิสซิเนสเวิลด์.
- [12] สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย. (กรกฎาคม-สิงหาคม 2555) “หนังสือ” วารสารเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจหนังสือไทย. (48) หน้า 7-14.
- [13] _____. อนาคตหนังสือไทยในโลกดิจิทัล. ใน: ภาวะอุตสาหกรรมสำนักพิมพ์ปี 2554 คาดการณ์ ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556. 7.
- [14] _____. อนาคตหนังสือไทยในโลกดิจิทัล. ใน: Annual Report 2012 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556.
- [15] สมเจตน์ อร่ามบุญพงศ. (2548) **การศึกษาและประเมินแผนกลยุทธ์ของบริษัททรู ดิจิตอล เอ็นเทอร์เทนเมนต์**. วิทยานิพนธ์ บช.ม. (สาขาวิชาการตลาด) กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- [16] สำนักงาน กสทช. ตลาดสื่อสารของประเทศไทย. ใน: ผลการสำรวจตลาดสื่อสารของประเทศไทย 2555-2556 และคาดการณ์ปี2557 [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2557.
- [17] สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. นโยบายการพัฒนาเทคโนโลยี. ใน: กรอบนโยบายการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๕ – ๒๕๖๔ [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556.
- [18] สำนักงานกฎหมาย. กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ใน: กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ [หนังสืออิเล็กทรอนิกส์]. กรุงเทพมหานคร; 2556.

四、网络资料:

- [1] 中国市场研究报告网. “2014-2018 年中国数字出版产业投资分析及前景预测报告” [online], (<http://blog.ifeng.com/article/34397828.html>), 2014/11/7
- [2] 中国作家出版社. “数字出版：文化与出版界的明日之星” [online], (<http://www.zgzcbs.com/newsshow.asp?id=97&big=3>), 2013/4/10
- [3] 中国图书商报. “中国互联网用户强劲增长 电子图书阅读者首次破亿” [online], (http://news.xinhuanet.com/book/2010-04/23/content_13410165.htm), 2010/4/23
- [4] 中国联通. “移动阅读上半年营收显示 三大运营商仍是主力军” [online], (<http://big5.chinaunicom.com/xinzhongxin/yejiedongtai/hangyezixun/100006753033.html>), 2014/10/24
- [5] 石剑峰. “Google 电子书店开张” [online], (<http://www.dfdaily.com/html/150/2010/12/8/545840.shtml>), 2010/12/8

- [6] 豆瓣小姐. “2010~2011 年中国电子图书发展趋势报告” [online],
(<http://www.douban.com/group/topic/19381577/>),2011/4/27
- [7] 网易公司. “2014 年移动阅读报告” [online],
(<http://emarketing.biz.163.com/plus/view.php?aid=136>), 2014
- [8] 泰国驻华大使馆. “经济方面” [online],
(<http://www.thaiembbeij.org/thaiembbeij/cn/republic-of-china/overview-of-china/china-economy.php>), 2015
- [9] 爱范儿. “40 年? 电子图书发展小历史” [online], (<http://www.ifanr.com/36589>),
2011/3/17
- [10] Kasikorn Research. (2014) “ตลาดพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันปี ‘57’” [online]
แหล่งที่มา : <http://thaibanker.com/index.php/banking/104-management/economics/649-k-research-mobile-application> (5 มกราคม 2558)
- [11] Pichaya Svasti. (2018/8/3) “THAILAND IS EXPERIENCING A BOOM IN SALES OF E-BOOKS”
[online] แหล่งที่มา : <http://www.bangkokpost.com/print/305724/> (8 กุมภาพันธ์ 2558)
- [12] PWC. (2013) “Thai Entertainment & Media Spending to Reach \$14.8bn in 2017 as Internet, TV Ad Spend Leads Rise” [online] แหล่งที่มา : <http://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2013/new-release-10-07-2013-outlook.jhtml>
(8 กุมภาพันธ์ 2558)
- [13] Teri Tan. (2012/12/6.) “Tracking the Digital Movement at the ASEAN eBook Conference” [online] แหล่งที่มา : <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/trade-shows-events/article/55017-tracking-the-digital-movement-at-the-asean-ebook-conference.html> (25 ธันวาคม 2557)
- [14] Thai Ebook.info. (2011/5/21) “True เปิดตัว E-Book Store แห่งแรกของไทย” [online]
แหล่งที่มา : <http://www.thaiebook.info/business/true-เปิดตัว-e-book-store-แห่งแรกของไทย.html> (4 มกราคม 2558)
- [15] Thai mobile center. (2011/5/25) “โพลาร์ เว็บแอปพลิเคชัน เปิดตัวเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน อีบุ๊ก บริการคลังหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทยแห่งแรกในโลก” [online]
แหล่งที่มา : http://www.thaimobilecenter.com/home/mobile_news_detail.asp?nid=4308 (25 ธันวาคม 2557)
- [16] The Statistics Portal. (2015) “Global e-book revenue from 2009 to 2016*”
[online] แหล่งที่มา : <http://www.statista.com/statistics/280249/global-e-book-revenue-by-region/> (4 มกราคม 2558)

- [17] ThaiBiz in China Thailand Business Information Center in China. (2015)
“การเมืองการปกครองจีน” [online] แหล่งที่มา : www.thaibizachina.com/thaibizchina/th/about-china/politics-china.pho (4 มกราคม 2558)
- [18] ThaiBiz in China Thailand Business Information Center in China. (2015) “ข้อมูลเศรษฐกิจจีน” [online] แหล่งที่มา : www.thaibizachina.com/thaibizchina/th/about-china/economy.php (4 มกราคม 2558)



致谢

本论文是在导师刘丽芳博士副教授的悉心指导下完成的。导师的专业知识，严谨的治学态度，精益求精的工作作风。不仅使我树立了远大的学术目标、掌握了基本的研究方法，还使我明白了许多待人接物与为人处世的道理。本论文从选题到完成，每一步都是在导师的指导下完成的，倾注了导师大量的心血。在此，谨向导师表示崇高的敬意和衷心的感谢！本论文的顺利完成，离不开各位老师、同学和朋友的关心和帮助。

感谢亲爱师兄和师弟妹的关心和帮助，在此表示深深的感谢。没有他们的帮助和支持是没有办法完成我的学位论文的，同窗之间的友谊永远长存。最后，向我的父亲、母亲、爱人、女儿致谢，感谢他们对我的理解与支持。

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาววัลย์พร สายวัฒน์ (王未来)
วัน เดือน ปีเกิด 15 มิถุนายน 2531
ที่อยู่ปัจจุบัน 43 ซอยเจริญกรุง 55 ถนนเจริญกรุง แขวงยานนาวา เขตสาทร
กรุงเทพมหานคร 10120

ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2553 คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอาหาร)

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานในปัจจุบัน
พ.ศ. 2555 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ทางเทคนิค ฝ่ายเครื่องมือและอุปกรณ์
บริษัท ออสคอน จำกัด