

目錄

第一章	緒論	1
第一節	研究背景與動機	1
第二節	研究目的與問題	2
第三節	研究流程	3
第四節	相關名詞定義	4
第五節	論文章節介紹	5
第二章	文獻探討	6
第一節	資源基礎理論	6
第二節	產業創新	12
第三節	創新過程與資源建構策略	17
第三章	研究方法	23
第一節	研究架構與變數說明	23
第二節	研究方法與資料搜尋	28
第三節	研究限制	31
第四章	數位出版產業介紹與個案彙總	32
第一節	數位出版產業介紹	32
第二節	A 紙業公司個案	44
第三節	B 線上公司個案	59
第四節	C 出版公司個案	75
第五節	D 雜誌公司個案	90
第六節	E 電腦公司個案	106
第五章	個案分析與研究發現	118
第一節	個案分析	118
第二節	研究發現	125
第六章	結論與建議	132
第一節	結論	132
第二節	研究建議	133
參考文獻		135

表目錄

表 2.1-1 核心資源特性	8
表 2.1-2 策略性資源內涵	10
表 2.2-1 本研究產業創新形式分類	16
表 2.3-1 產業創新各階段	18
表 3.1-1 本研究產業創新形式分類	26
表 3.2-1 訪談對象	30
表 4.1-1 美國電子書論壇(OeBF)2004 電子書排行榜	38
表 4.1-2 2002~2004 美國電子書銷售概況	39
表 4.1-3 數位出版以創新產品或服務型式分類	41
表 4.1-4 數位出版之創新類型	42
表 4.2-1 A 紙業公司核心資源	50
表 4.2-2 電子型錄基本功能列表	55
表 4.2-3 電子型錄加值功能列表	56
表 4.2-4 A 紙業公司資源建構策略流程	56
表 4.3-1 B 線上公司核心資源	67
表 4.3-2 B 線上公司核心資源建構過程	74
表 4.4-1 C 出版公司核心資源	81
表 4.4-2 城邦 e 書館銷售之電子雜誌列表	85
表 4.4-3 城邦出版資源建構策略過程	89
表 4.5-1 D 雜誌公司核心資源	98
表 4.5-2 D 雜誌公司資源建構策略過程	105
表 4.6-1 E 電腦公司核心資源	112
表 4.6-2 E 電腦公司資源建構策略過程	117
表 5.1-1 廠商核心資源比較	119
表 5.1-2 廠商核心資源與創新過程	121
表 5.1-3 廠商核心資源、創新形式、新產業中之策略定位	123
表 5.2-1 藉由不同資源稟賦達成策略定位之比較	126
表 5.2-2 藉由不同資源建構達成策略定位之比較	126
表 5.2-3 廠商核心資源與創新	129

圖目錄

圖 1.3-1 研究流程圖	3
圖 2.2-1 創新活動的類型	14
圖 3.1-1 研究架構圖	23
圖 3.1-2 進入數位出版產業之廠商	27
圖 4.1-1 出版與數位出版產業的價值鏈	34
圖 4.1-2 進入數位出版產業之廠商	36
圖 4.2-1 A 紙業公司提出之兩種版本出版模式	53
圖 4.2-2 HandBox 數位出版平台運作流程	54
圖 4.3-1 B 線上公司組織圖	61
圖 4.4-1 美好一書數位出版平台模式	88
圖 4.6-1 E 電腦公司組織圖	107
圖 5.1-1 多通路營運模式	116
圖 5.2-1 廠商相關性資源建構過程	125
圖 5.2-2 資源稟賦引發之創新形式與創新案例	128
圖 5.2-3 C 出版公司合心資源建構、創新形式、策略定位之關係	131