

中国电子阅读器市场繁荣背后的资本“冷思考”

2010-05-25 清科研究中心

据清科研究中心《2010 年中国电子阅读器市场投资研究报告》显示，自 2009 年中国移动阅读及电子阅读器市场持续升温以来，此类市场的并购事件共发生 7 起，均集中在内容资源环节，一定程度表明了内容资源对于厂商构建移动阅读产业核心竞争力的重要性。7 起并购事件中，除空中网并购逐浪网预计并购金额为 1574 万美元外，其余 6 起并购事件均为盛大文学所为，但并未向业内公布并购金额。尽管盛大文学的并购事件属于企业发展战略，但也向业内昭示了移动阅读市场的发展前景。

在内容资源领域频繁发生并购事件时，作为移动阅读新兴承载终端的电子阅读器领域除汉王成功 IPO 外，资本市场并无明显的举动。中国电子阅读器市场近两年呈现的盛世情况与资本市场的“冷静”形成了较为鲜明的对比。

清科研究表明，中国电子阅读器市场的投资机会，可以从以下四个方面分析：

（一）中国电子阅读器销售持续攀升，市场营收规模持续扩大

据相关研究机构数据统计，2010 年中国电子阅读器预计销量将突破 350 万部，销售营收将实现 28.49 亿元，且主要以硬件营收为主。此外，继中国移动对外宣布并定制 100 万部电子阅读器以来，中国电信、中国联通将相继进入跟进，预计，中国联通将在 2010 年 6 月份将采购电子阅读器，主要集中在 9.7 寸（或直接和苹果合作，主推 iPad 的中国上市）；而中国电信预计将在 2010 年 12 月集中采购电子阅读器终端。届时，中国电子阅读器市场的销量还将进一步提升。

（二）电子阅读器进入技术壁垒较低

电子阅读器终端尽管作为一种新兴的终端呈现，但是其技术壁垒并不高，其技术只是介于 MP3 与 MP4 之间，对于中国的 IT 厂商来说均具备技术研发及生产能力。

（三）快速增长的市场将进入盘整期，之后将理性回归并稳步增长

预计，2011 年中后期，中国电子阅读器市场由于竞争加剧、产业链合作不清晰、内容资源匮乏、版权保护不健全等问题的冲击，电子阅读器市场经历快速的发展期之后，将进入第一轮的市场低谷期。这一时期，终端品牌厂商优胜劣汰，成为资本进入的关键时期之一。

（四）国家将加大对电子阅读器产业的扶持，市场将进一步规范发展

近期，国家新闻出版总署科技司司长张毅君表示，国家将推出一系列协助电子书阅读器

产业发展的政策，采取 8 项措施以规范市场发展。另据悉，工信部及新闻出版总署开始协同针对电子阅读器制定行业标准，主要包括硬件技术标准、格式标准、内容标准等方面，未来，电子阅读器市场将形成多方案管控的发展环境，规范化的市场将为市场竞争者创造良好的发展环境。

尽管中国电子阅读器市场具有一定的投资机会，但也将面临一定风险。

（一）电子阅读器类纸显示屏技术行业集中度较高，不利于终端价位降低

目前，世界范围内可以量产电子纸的厂商主要是元太，据不完全统计，其市场占有率高达 90%，且其优先满足亚马逊、索尼、汉王三大终端品牌的生产，对于一些市场后进者，在电子阅读器元器件领域面临障碍。不过，预计 2010 年，电子阅读器类纸显示屏技术将有所打破，台达和友达两家公司将可能于今年推出电子纸产品，一定程度上缓解类纸显示屏数量有限的行业发展弊端，电子阅读器终端价位将有望降低。

（二）中国电子阅读器市场品牌销量集中度较高，打破集中仍需时间

目前中国电子阅读器市场出现众多厂商，除汉王、方正、津科、华为、台电、润为、艾利和、易万卷、欣悦博、EDO、博朗等电子阅读厂商外，一些 IT 厂商如联想、华硕、LG、爱国者、纽曼、OPPO 等厂商也相继跟进，呈现百花争鸣的竞争格局。但是由于品牌影响力不足、产量较少等因素影响，众多市场后进者在 2010 年 Q1 的市场销量表现略显不足。作为市场先行者汉王凭借强大的品牌影响力、成熟的销售渠道尤其是直销渠道、较强的软件研发能力、IPO 成功融资等优势，占据 2010 年 Q1 电子阅读器市场销量的 66.04%，这种格局的打破尚需时日。

（三）版权内容资源较为匮乏，且缺乏统一的行业标准

作为满足用户阅读功能的手持终端，电子阅读器遭遇版权内容资源的匮乏将成为阻碍其发展的关键因素之一。由于在中国数字出版领域，掌握巨大版权内容资源的传统出版社对数字出版有所保留，且对于与电子阅读器终端厂商的合作模式存在不满，为此，一些畅销的、特色的内容资源尚未进入移动阅读市场。此外，终端厂商为了保护内容版权资源，均采用各自的内容标准，阻碍行业的规范化发展。

（四）相关替代产品对电子阅读器终端形成威胁

平板电脑及智能手机等替代终端的出现或性能的改变将对电子阅读器市场形成一定的冲击。尤其是平板电脑市场将在 2010 年取得快速的发展，这种较强替代性能的终端的出现将为电子阅读器的发展设置障碍。

总之，中国电子阅读器市场的参与者需慎重，并应切实根据自身的优势构建产业的核心竞争力，切忌一味追求“大而全”而忽视“小而精”，进而丧失市场发展机会。此外，游离

于产业之外的资本，需分析并掌握行业发展的动向，找准市场的较好进入时机，切勿盲目跟进。

关于清科研究中心

清科研究中心于 2001 年创立，致力于为大中华区的创业投资及私募股权基金、政府机关、中介机构、创业企业提供专业的研究报告和各种行业定制研究。研究范围涉及创业投资、私募股权、新股上市、兼并收购以及 TMT、传统行业、清洁科技、生技健康等行业市场研究。目前，清科研究中心已成为中国最专业权威的研究机构。

引用说明

本文由清科集团公开对媒体发布，如蒙引用，请注明来源：**清科研究中心**，并将样报两份寄至：

北京市朝阳区霄云路 26 号鹏润大厦 A 座 12 层 1203 室（邮编：100125）

联系人：孟妮（Nicole Meng）

电话：+86 10 84580476 8102

电子邮件：nicolemeng@zero2ipo.com.cn

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16603

