

## 亚马逊 Kindle 运营模式对中国数字出版的可鉴性

2010-05-24 清科研究中心

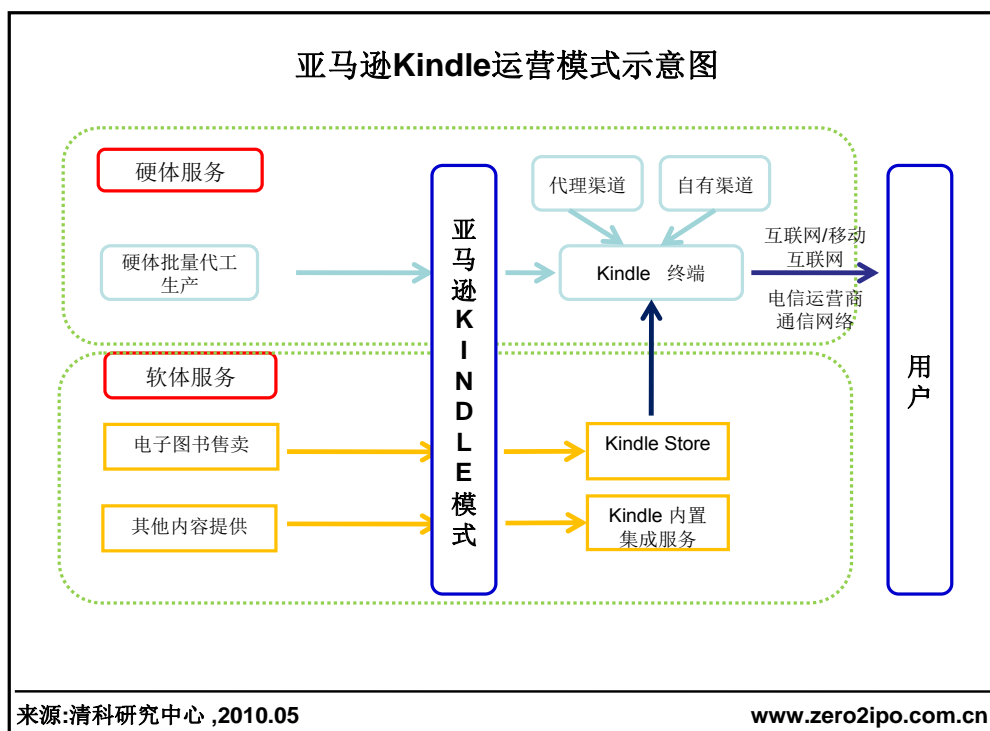
### 事件背景

中国电子阅读受市场追捧，部分原因是亚马逊 Kindle 的广泛热销，亚马逊模式如何运作，对中国数字出版市场的借鉴意义如何？值得中国同类厂商深切思考。

### 清科分析

清科分析认为，亚马逊公司并非电子阅读器市场的开创者，但 Kindle 阅读器却是电子阅读器市场的真正推动者。就其本质而言，亚马逊 Kindle 的成功受苹果 iPod“iPod+iTunes”全新商业模式的影响与启迪。其整体的构建思路如下图所示：

图 1 亚马逊 Kindle 运营模式示意图



亚马逊 Kindle 的成功得益于其核心业务的运营理念，这种类 App Store 的运营模式是亚马逊在数字出版领域的首创，其成功经验对业内厂商具有一定的借鉴意义。



(一) 从外部合作关系来看，亚马逊与内容提供商、电信运营商、代工厂商及零组件厂商都建立流畅有序的合作关系。

- 为出版商建立数字出版一致且有序的服务体系。对于内容提供商，亚马逊为其提供如文件格式、版权管理、对硬体的格式设定等，通过亚马逊提供一致性的出版流程，传统内容提供商快速的进入数字出版领域。
- 通过与运营商合作，为用户打通顺畅的内容下载渠道。亚马逊通过与美国电信运营商 Sprint 合作，通过 Kindle 内建得 3G EV-DO 模块，为用户提供顺畅的从 Kindle Store 上面下载书籍，或进行内容的实时更新。
- 实时关注零部件更新情况，在掌控成本的前提下，为用户提供更好的硬件使用体验。亚马逊除了在电子纸方面加以关注外，在电子阅读器零部件市场也投入一定的精力，全面控制硬件的成本、硬件如耗电量、重量、厚度、功能等性能，为用户提供更好的硬件使用体验。

(二) 从内部运营层面来看，对平台统一有序的管理及对内容资源的把控至关重要。

- Kindle Store 的统一运营管理体系较为完善。

Kindle Store 平台的运营层面，亚马逊对 Kindle Store 采用统一运营管理机制。作为虚拟产品的 B2C 电子商务平台，亚马逊对平台的重点流程管控有序，如商品的上下架流程、客户满意度管理、自营销体系的建立、论坛式交流模式等。此外，加之亚马逊此前在电子商务领域积累的丰富的运营经验，使其 Kindle Store 成为亚马逊电子书事业核心竞争优势。

- 对内容资源定价的掌控能力较强。

Kindle Store 是 Kindle 图书资源的唯一下载渠道，亚马逊对其掌控力度较强。亚马逊 Kindle Store 的资源采取统一定价模式，内容提供商不具备自主定价的权利，亚马逊为了保护用户对内容资源的忠诚与用户下载活跃度，将平台上面的电子图书统一定价为 9.99 美元。预计这种统一定价模式在后续发展中将有所改变。

尽管，在中国市场照搬亚马逊模式成功概率不高，但其上述运营模式却值得业内厂商适度借鉴。随着盛大文学、中国出版集团等强大的内容提供商在数字出版市场的强势入局，中国电子阅读器市场的竞争格局将进一步发生变化，依托内容资源优势，有利于中国版亚马逊模式的构建与诞生。不过，中国数字出版市场的竞争较为激烈，内容资源的平台化运营成为一种必然的趋势，须多方力量共同努力，构建合作、开放、共赢的内容运营平台，一方独

领市场的可行性不大。

---

### 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\\_16604](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16604)

