

Social DRM 電子書在臺灣之可行性探討

指導教授：賀秋白 教授

研究學生：楊易儒、楊宜真
張琬婷、宋明悅

摘要

近年來科技不斷進步，隨著數位內容產業發展，著作權必須考量數位內容的存在，而新增符合數位化內容的形態。本研究主要目的即為探討 Social DRM 電子書在臺灣發展之可行性，首先對國、內外使用 Social DRM 機制之電子書進行文獻探討與分析，並針對法律與傳播面向做探討；接著，藉由問卷調查法，了解台灣電子書消費者對於 Social DRM 電子書的認知及其購買意願和使用需求；經問卷回收、統整與分析後，歸結出 Social DRM 電子書在臺灣發展之限制與可行性，期望能提供台灣電子書業者作為參考依據，協助其創建 Social DRM 之電子書。

關鍵詞：DRM、Social DRM、數位版權管理、數位內容、數位出版、數位版權

壹、緒論

一、研究背景與動機

根據數位內容產業年鑑公布（圖 1-1），我國在 2009 年數位內容產業的整體產值約為新台幣 4,603 億元，而數位出版產業由於電子書的帶動，更大幅成長約 372%（數位內容產業年鑑，2009）。

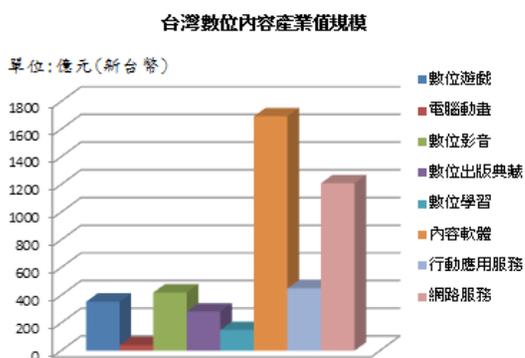


圖 1-1 台灣數位內容產值規模

二、研究目的

(一) 台灣數位內容產業快速成長

台灣數位出版與典藏產業也在全球這股電子書爆炸的熱潮中極速成長，加上硬體設

備的開發跟進，無論是出版、軟體、硬體、電信…等公司都大量投入電子書產業，加快電子書的萌生腳步。

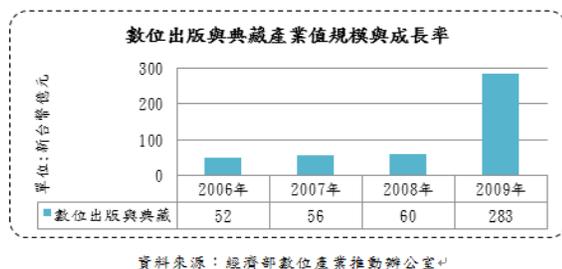


圖 1-2 台灣數位出版與典藏產值 2006 年 ~2009 年的統計資料

(二) DRM 技術：數位著作權議題之爭

DRM 的存在是台灣數位出版商普遍認定的首要獲利安全裝置，然而其應運而生的就是層出不窮的破解及盜拷。根據國外 Attributor 機構的調查顯示，2009 年從網路上搜尋電子書下載盜版的數量上升了 50%。

近年來，國際上出現另一種保護數位版權的機制：Social DRM，此種機制使電子書可於不同載體上閱讀，其防護措施可讓使用者在合法範圍內自由使用，並可偵測非法散布的使用者，如此便可得知盜版來源。

三、研究目的

(一) 了解國內外 Social DRM 電子書之使用程度。

(二) 探討台灣消費者偏好何種 DRM。

(三) 探討台灣消費者對 DRM 與 Social DRM 機制之電子書認知程度。

(四) 分析 DRM 與 Social DRM 之電子書的使用自由度對消費者購買意願的差異情形。

(五) 分析 DRM 與 Social DRM 之電子書的隱私度對消費者購買意願的差異情形。

四、研究問題

(一) 針對台灣的客觀環境

Social DRM 是否符合台灣之相關法律規定，並從所有舊有的 DRM 機制中找出 Social DRM 的優勢及劣勢。

(二) 針對台灣消費者

調查台灣的消費者能否接受使用 Social DRM 之電子書，及其對於 Social DRM 之期望為何。

五、研究重要性

(一) 政府政策



圖 1-3 數位內容產業發展旗艦計畫

(二) 國際概觀

在日、韓兩國方面來說，均已針對數位內容產業制定特別法，如日本的「數位內容產業海外流通促進機構」和「e-Japan 2002 計

畫」。歐盟 i2010 政策包含硬體投資、軟體研發、法規重審、數位內容單一市場、更有效率的著作權保護等。英國也有數位內容聯盟等政策。

六、研究假設

Ha1：DRM 與 Social DRM 之電子書的使用自由度對消費者購買意願有顯著差異。

Ho1：DRM 與 Social DRM 之電子書的使用自由度對消費者購買意願無顯著差異。

Ha2：DRM 與 Social DRM 之電子書的隱私度對消費者購買意願有顯著差異。

Ho2：DRM 與 Social DRM 之電子書的隱私度對消費者購買意願無顯著差異。

Ha3：DRM 與 Social DRM 之電子書的使用程度對消費者購買意願有顯著差異。

Ho3：DRM 與 Social DRM 之電子書的使用程度對消費者購買意願無顯著差異。

Ha4：DRM 與 Social DRM 之電子書的認知程度有顯著差異。

Ho4：DRM 與 Social DRM 之電子書的認知程度無顯著差異。

七、研究範圍與限制

一、研究範圍

本研究針主為探討 Social DRM 機制之電子書對消費者主流影響趨勢，因時間、經費限制，本研究採發放網路問卷。其電子書之美工編排方式、版面及顏色配置、電子書擁有之公司品牌形象以及其使用閱讀硬體設備本身之限制部分，不在本研究探討之範疇。

二、研究限制

研究對象：本研究以所有臺灣人民為受測對象，發放網路問卷，故本研究之代表性可能受其限制。

研究變項：本研究僅以認知程度、使用程度、使用自由程度、隱私度、購買意願等，五個變項為研究變項，並不探討其他研究變項，故本研究之代表性可能受其限制。

貳、文獻探討

一、數位著作權管理

(一) DRM 的流程機制

DRM 分為兩類，一類是多媒體保護，例如加密電影、音樂、音視頻、等媒體文件，而另外一類是加密文件檔，例如 Word、Excel、PDF 等。DRM 系統先建立一個終端授權管理伺服器，而軟體供應商則定義保護金鑰，分發於產出的軟體中，鎖定到硬體或軟體的保護密鑰軟體，形成產品密鑰，然後出貨賣出。

(二) DRM 之應用目的

由於重視智慧財產權的風氣下，如何避免數位出版品內容被侵權，適當的數位著作權保護機制極為重要(陳雪華、林維萱，2008)。

(三) DRM 之應用目的

Social DRM 簡單說就是介於傳統 DRM 機制及無任何保護機制的一種技術，最主要的一種技術就是嵌入浮水印，將其被購買後的電子書做上消費者的獨特記號，以一種軟性的方式讓購買者在傳遞過程中會因為自身保護而對於散佈的動作上有所節制。

二、DRM 與 Social DRM 的特性

(一) DRM 的特性

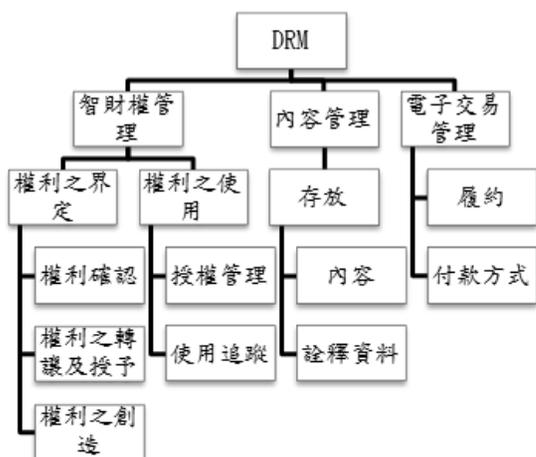


圖 2-1.DRM 系統架構 (電子商務產業年鑑，2003)

資料來源：Gartner，資策會 MIC 整理，2002 年 10 月

DRM 通常具備密碼學工具，設計出能夠快速、安全的加密方式，權限的內設定及解開的方法也必須要有一定流程，譬如金鑰的輸入或是在特定的相容硬體當中才能使用。

(二) Social DRM 的特性

Social DRM 的概念在於事後追蹤來保護版權物，綜合了保護機制及使用權力的平衡做法，也是現今電子書趨向統一格式彈性手段，比起傳統的 DRM 機制，擁有 Social DRM 機制的電子書更顯得貼近使用者且更加友善。

參、研究方法

一、研究流程

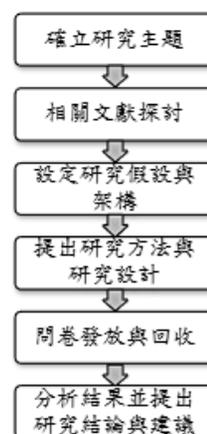


圖 3-1. 本研究流程圖

資料來源：本研究自行整理

二、研究架構

數位著作權管理在台灣數位出版產業價值鏈中，位於數位電子流通及電子閱讀器當中軟硬體技術相互結合的產出者，也為本研究之主幹。而在 DRM 的多元發展及時代的整合趨勢下，各家業者開始協商產生 Social DRM 此種新興模式。而本研究利用問卷調查法，編寫出消費者問卷做為研究工具，輔以文本分析及文獻分析，統計出 Social DRM 在台灣之可行性。

三、研究對象與抽樣方法

(一) 研究對象

本研究主要在探討台灣地區之 Social DRM 可行性，故以台灣地區消費者開放網路施測為施測對象。

(二) 抽樣方法

本研究之研究方法為問卷調查法，取樣方式採用採隨機抽樣法。

四、研究工具

本研究之研究工具為自編「Social DRM 電子書在台灣之可行性探討 - 消費者研究問卷」，採量化方式研究，本問卷內容包含三項電子書總類，分別為電子書、DRM 電子書、及 Social DRM 電子書，而每類中又包含三個構面，分別為基本認知、使用狀況以及影響電子書購買意願。並由 Google 文件軟體製作電子版問卷，並統一放上各大電子書相關論壇、社群網站社團網頁，以及 BBS 布告欄等瀏覽量高的相關網站進行調查。

第一部份：基本認知

第二部份：使用狀況調查

第三部份：影響購買電子書因素調查

第四部份：為受測者的基本資料

五、信效度分析

(一) 正式問卷

1. 正式問卷信度分析：

本研究問卷之信度分析採用 SPSS 17.0 視窗板統計軟體進行信度分析，採用內部信度的指標 - Cronbach α 為標準，Cronbach α 值越接高表試問卷信度越高，經專家建議之下 Cronbach α 的值應大於 0.75 為佳，而本研究正式問卷，由表 3-1 可知，其 Cronbach α 都在 .8 以上，故顯示本問卷的信度是可以信賴的。

表 3-1. 正式問卷信度表

正式問卷購面	正式問卷信度 Cronbach α
認知程度	0.902
使用程度	0.937
影響購買意願因素	0.871
整份問卷信度	0.946
追蹤與監控	0.877
全份問卷	0.943

資料來源：本研究自行整理

2. 正式問卷效度分析：

本研究利用以 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) (如表 3-2) 取樣適切性量數與 Bartlett 球型檢定來檢驗 (如表 3-2)，並利用主成分分析法 (Principal components) 進行因素分析，萃取特徵值大於 1 者，總共萃取出 10 個因素，累積總變異量達 72.294%。

本研究正式問卷之 KMO 與 Bartlett 檢定表 (如表 3-2)，其 KMO 值取樣適切性統計量的值介於 0-1 之間，而 KMO 值越趨近 1 則表示變項間的共同因素越多且越適合因素分析；而本研究正式問卷 KMO 值為 0.876，依據 Kaiser(1974) 的觀點，KMO 值達到 0.80 以上表示適合進行因素分析。

表 3-2 正式問卷效度分析之 KMO 與 Bartlett 檢定表

KMO 與 Bartlett 檢定		
Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數。		0.876
Bartlett 的球形檢定	近似卡方分配	18215.799
	自由度	1225
	顯著性	0.000

資料來源：本研究自行整理

肆、研究統計與分析

一、臺灣民眾之基本資料分析

本研究共回收 460 份問卷，由研究者扣除填答不完整及無效問卷，其回收有效問卷共 431 份。表 4-1 業者所屬公司成立時間比例統計表

表 4-1 樣本基本資料分析 (二)

項目	變項	樣本數 (n)	百分比 (%)
性別	男	252	58.5
	女	179	41.5
	Total	431	100
年齡	19 歲以下 (含)	45	10.4
	20~29 歲	335	77.7
	30~39 歲	38	8.8
	40~49 歲	10	2.3
	50~59 歲	3	7
	Total	431	100
教育程度	國小以下 (含)	0	0
	國中	14	3.2
	高中	30	7.0
	專科 / 大學	297	68.9
	研究所以上 (含)	90	20.9

閱讀 載體 數量	無	5	1.2
	一種	99	23.0
	兩種	218	50.6
	三種	100	25.2
	四種	9	23.2
	五種以上(含)	0	0
	Total	431	100

資料來源：本研究整理

二、針對認知程度、使用程度、購買意願、使用自由程度、隱私程度與人口變項比較之差異分析

在問卷調查後，利用 SPSS 統計軟體工具統計，歸納出 431 位臺灣地區民眾對 Social DRM 的可行性做分析。

本研究問卷設計採用李克特 6 點量表分析，依據對題目的認同程度分為 6 等並予以命名（非常同意、同意、有點同意、有點不同意、不同意、非常不同意）。分析如下：

（一）認知程度

1. 對 DRM 電子書的認知程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示：Ha 成立，Ho 被推翻，因此，不同性別之受測者在 DRM 電子書的認知程度有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 是 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ha 成立，Ho 被推翻，不同性別之受測臺灣民眾對於 DRM 電子書認知程度有顯著差異。

(3) 依教育程度區分

顯著值 (P) 為 0.010，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ha 成立，Ho 被推翻，不同教育程度之受測者在 DRM 電子書的使用程度有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 0.62，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 成立，Ha 被推翻，不同閱讀載體數量之受測臺灣民眾對於

DRM 電子書認知程度沒有顯著差異。

2. 對 Social DRM 的認知程度

(1) 依性別區分：

而顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示：Ha 成立，Ho 被推翻，因此，不同性別之受測者在 Social DRM 電子書的認知程度有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.001 小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 被推翻，Ha 成立，不同年齡之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的認知程度有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.835，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 成立，Ha 被推翻，不同教育程度之受測者在 DRM 電子書的使用程度沒有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.626 大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 成立，Ha 被推翻，不同閱讀載體數量之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的認知程度上沒有顯著差異。

（二）使用程度

1. 對電子書的使用程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示：Ha 成立，Ho 被推翻，因此，不同性別之受測者在電子書的使用程度有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ha 成立，Ho 被推翻，不同年齡之受測者在電子書的使用程度有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.042，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 被推翻， H_a 成立，不同教育程度之受測者在 DRM 電子書的使用程度有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_a 成立， H_0 被推翻，不同閱讀載體數量之受測者在電子書使用程度上有顯著差異。

2. DRM 電子書的使用程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示： H_a 成立， H_0 被推翻，因此，不同性別之受測者在 DRM 電子書的使用程度有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_a 成立， H_0 推翻，不同年齡之受測者在 DRM 電子書的使用程度有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.239，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同教育程度之受測者在 DRM 電子書的使用程度沒有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.079，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_a 成立， H_0 推翻，不同閱讀載體數量之受測者在 DRM 電子書的使用程度有顯著差異。

3. 對 Social DRM 電子書的使用程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示： H_a 成立， H_0 被推翻，因此，不同性別之受測者在 Social DRM 電子書的使用狀況有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.039，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_a 成立， H_0 被推翻，不同年齡之受測者在 Social DRM 電子書使用程度上有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.145，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同教育程度之受測者在 Social DRM 電子書的使用程度沒有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.881，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同閱讀載體數量之受測者在 Social DRM 電子書使用程度上無顯著差異。

(三) 影響購買因素

1. 影響購買因素

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.110，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同性別之受測臺灣民眾對於電子書購買意願上沒有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.050，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同年齡之受測臺灣民眾對於電子書購買意願上無顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.538，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 成立， H_a 被推翻，不同教育程度之受測臺灣民眾對於電子書購買意願沒有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.016，小於 0.05 (α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示， H_0 被推翻， H_a 成立，擁有不同閱讀載體數量之受測臺灣民眾對於電子書購買意願上有顯著差異。

2. 電子書的使用自由程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.006，小於 0.05(α ，95% 信心區間)。因此本研究的結果顯示：Ha 成立，Ho 被推翻，因此，不同性別之受測者在電子書的使用自由程度上有顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 被推翻，Ha 成立，不同年齡之受測臺灣民眾對於電子書的使用自由程度上有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.000，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 被推翻，Ha 成立，不同教育程度之受測臺灣民眾對於電子書的使用自由程度上有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.004，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 被推翻，Ha 成立，不同年齡之受測臺灣民眾對於電子書的使用自由程度上有顯著差異。

3. Social DRM 電子書的隱私程度

(1) 依性別區分：

顯著值 (P) 為 0.423，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 成立，Ha 被推翻，不同性別之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的隱私程度上無顯著差異。

(2) 依年齡區分：

顯著值 (P) 為 0.004，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 被推翻，Ha 成立，不同性別之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的隱私程度上有顯著差異。

(3) 依教育程度區分：

顯著值 (P) 為 0.083，大於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 成立，Ha 被推翻，不同性別之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的隱私程度上沒有顯著差異。

(4) 依閱讀載體數量區分：

顯著值 (P) 為 0.041，小於 0.05(α ，95% 信心區間)，故本研究結果顯示，Ho 推翻，Ha 成立，不同性別之受測臺灣民眾對於 Social DRM 電子書的隱私程度上有顯著差異。

伍、結論與建議

一、結論

本研究之研究目的在於探討 Social DRM 電子書在臺灣之可行性，其主要對於消費者對於 DRM 的限制偏好程度、購買意願度做分析，並經過文獻探討、研究設計、問卷發放以及統計分析後，歸納整理出幾項結論，並提出相關之研究建議，以供參考。

(一) 受測者基本資料分析

本研究對象中，男性佔 252 人，佔總受測者人數 58.5%，而女性為 179 人，受測者男性高於女性。而其中最多受測者的年紀大約在 20~29 歲，這也可顯示國內平均上網人口以及電子書市場的潛力開發人口多落在這個範圍的年齡當中。而教育程度方面，大學 / 專科之類別人數最多。而大多數人同時擁有兩種載體可閱讀電子書，這也顯示電子書發展的基本條件已經非常成熟且普及。

(二) 受測者基本認知分析

受測者對於電子書的基本認知來說，無論是有特殊授權性的 DRM 電子書，抑或是現在台灣逐漸推展的 Social DRM 電子書之兩種類別，分析結果都顯示男性的認知程度較女性高，而年齡方面，為 40~49 歲之區間的受測者擁有最高的基本認知平均數，而 19 歲以下 (含) 對於基本認知都是為最低。但在教育程度以及擁有載體數方面方面，兩項都無達到顯著。

(三) 受測者使用程度分析

男性對於電子書、DRM 電子書、Social DRM 電子書的使用程度都較為女性高，而當中又為 Social DRM 電子書的使用程度差距更為明顯；年齡方面，與基本認知程度一樣，40~49 歲之受測者較其他年齡層的平均

數高，但唯獨 Social DRM 電子書為 30~39 歲之年齡層最高；教育程度方面，三者皆無顯著差異，表示教育程度與使用程度並無關聯性；而擁有的載體數量方面，電子書的使用程度與載體數有達其顯著，並為擁有四種載體數量的平均值為最高；而在 DRM 電子書及 Social DRM 電子書都無達顯著值。

(四) 受測者影響購買因素分析

影響購買因素方面，男女性別、年齡、教育程度三方面都無顯著差異，表示其三方面都無相關性；只有不同載體數量有其顯著差異，統計出最大平均數為四種載體，這也可顯示，擁有越多項載體的閱讀器，對於影響購買因素的需求度也隨之升高。

(五) 電子書的使用自由程度

統計分析結果如表 5-1，電子書的使用自由程度方面，男性對於自由度的需求較為女性高，而年齡方面，40~49 歲的受測者所需要的自由度需求為最高，教育程度方面，研究所以上(含)的受測者需要較高的自由度，不同載體數量方面，則是由擁有三種載體數量的受測者的需求度最高，這個結果發現，自由度是為一般人對於電子書的最大要求功能。

表 5-1 購買意願與自由度顯著值比較

	性別	年齡	教育程度	載體數量
電子書購買意願	×	×	×	×
電子書自由度	◎	◎	◎	◎

◎：有達顯著 ×：未達顯著

資料來源：本研究整理

(六) Social DRM 電子書的隱私程度

Social DRM 電子書的隱私程度統計分析結果如表 5-2，男女性別皆無對隱私程度有顯著差異，但是平均數都相對高，可以見得兩者皆對隱私程度需求高；年齡層方面，其 40~49 歲的受測者對於隱私程

度的需求度較其他年齡層高；教育程度方面；為研究所以上(含)受測者之需求最高；而擁有不同載體數方面，為人數最多的擁有三種載體之群體需求量最高，這也表示，大多數將使用的 Social DRM 電子書的受測者都相當重視其隱私程度。

表 5-2. SocialDRM 電子書隱私度顯著值比較

	性別	年齡	教育程度	載體數量
SocialDRM 電子書隱私度	×	◎	×	◎

◎：有達顯著 ×：未達顯著

資料來源：本研究整理

二、研究建議與貢獻

(一) 本研究建議後續研究者：

1. 問卷發放方法避免局限於網路平台之上

網路上之瀏覽人口其實都有一定的年齡限制比例在，根據美國 IDPF 研究顯示：86% 擁有大學學歷、85% 擁有不同程度網路使用習慣、男性較女性為多，因此網路問卷雖便利卻有其缺陷所在。

2. 研究對象可加入業者

產品的開發雖是由消費者主導，但業者的相關研究與探討，也將是推動 Social DRM 或其他電子書相關軟硬體設備的第一線，因此，業者的想法以及其能達到的技術層面也都是增加研究重要性的關鍵點。

(二) 本研究貢獻：

本研究探討出台灣民眾對於 DRM 與 Social DRM 電子書的認知程度、使用程度、使用自由程度、隱私程度；發現最受影響臺灣民眾購買意願的是使用的自由程度。因此以上結論可做為業者之參考。

參考文獻

中文部分

1.2006 臺灣數位內容產業白皮書，經濟部工業局，2007。

2. 2009 出版年鑑，臺北市：行政院新聞局，2009。
 3. 2009 臺灣數位內容產業年鑑，經濟部工業局，2009。
 4. 2010，中興大學圖書館館訊第二期
 5. 2010 台灣英文新聞。DRM 對電子書是福是禍？
 6. 2010 出版年鑑，臺北市：行政院新聞局，2010。
 7. 王東澤（2006）。電子書市場認知與消費傾向之探討，國立成功大學高階管理在職專班碩士論文。
 8. 后思林（2007）。數位著作權管理機制可行性之研究，2007 世新大學圖文傳播所碩士論文。
 9. 吳俊幟（2004）。論科技保護措施與反規避條款 -- 以美國 DMCA 為核心，國立清華大學科技法律研究所碩士論文。
 10. 馬金義、曾百蔓、池郁眉、林宜靜（2007）。電子書需求之研究——以台北現世大學生為例，國立台灣藝術大學圖文傳播藝術學系學士論文。
 11. 張哲愷（2009）。數位版權雙重保護機制 - 以文物圖片存取管理為例，大同大學資訊經營研究所碩士論文。
 12. 郭祝熒（2007）。數位權利管理 (DRM) 系統可行性研究 - 從技術、法律和管理三面向剖析，2007 政治大學智慧財產研究所碩士論文。
 13. 陳冠伶、張佳綺、李香君、蔡雯婷、陳淑芳（2005）。大學生對電子書的內容之期待——以大台北地區為例，2005 圖文傳播藝術學報。
 14. 陳雪華、林維萱（2008）。華文地區數位出版產業發展之探討：以台灣和大陸為例。資料教育與圖書學。
 15. 陳雪華、林維萱（2008）。數位出版產業之構面研究。圖書資訊學研究 3(1)，1-26。
 16. 曾音綺、蕭如涵（2007）。數位時代下著作權合理使用規範變遷，從台灣著作權判例談起，2007 數位創世紀：數位傳播與文化行銷學術與實務國際研討會發表論文。
 17. 曾惠姍（2010）。導入開放式數位著作權管理模式之可行性研究 - 以數位音樂產業之 DRM-free 使用為例，2010 中國文化大學資訊傳播研究所碩士論文。
 18. 黃曉薇（2007）。部落格影音混搭著作權問題及因應之研究，國立政治大學智慧財產研究所碩士論文。
 19. 劉耀仁（2008）。台灣音樂著作盜版防制政策工具之系統動態研究，國立交通大學科技管理研究所博士論文。
 20. 謝顯丞、李汝宥、鄭惠文（2007，4月）。電子書製作與出版：以「圖文傳播天地數位內容開發及加值應用」為例。藝術學報，80，137-163。
 21. 研考雙月刊（2010，8月）。行政院研究發展考核委員會。
 22. Attributor，Jan 2010，U.S. Book Anti-Piracy Research Findings
- 網路部分
01. airitiBooks 華文電子書服務，<http://www.airitibooks.com/books0006.aspx>
 02. Attributor，<http://attributor.com/>
 03. BOOK11.com，<http://www.book11.com/book11web/>
 04. Book Industry Study Group，<http://www.bisg.org/>
 05. Hami 書城，<http://hami.emome.net/>
 06. Horror Mall，<http://www.horror-mall.com/>
 07. International Digital Publishing Forum，<http://www.idpf.org/digitalbook2010/>
 08. MagV 摩達網電子雜誌平台，<http://tw.magv.com/>

09.Manning , <http://manning.com/>

10.O' Reilly Media , <http://oreilly.com/raham>

The Pragmatic Bookshelf , <http://pragprog.com/olliver-Nigro>