



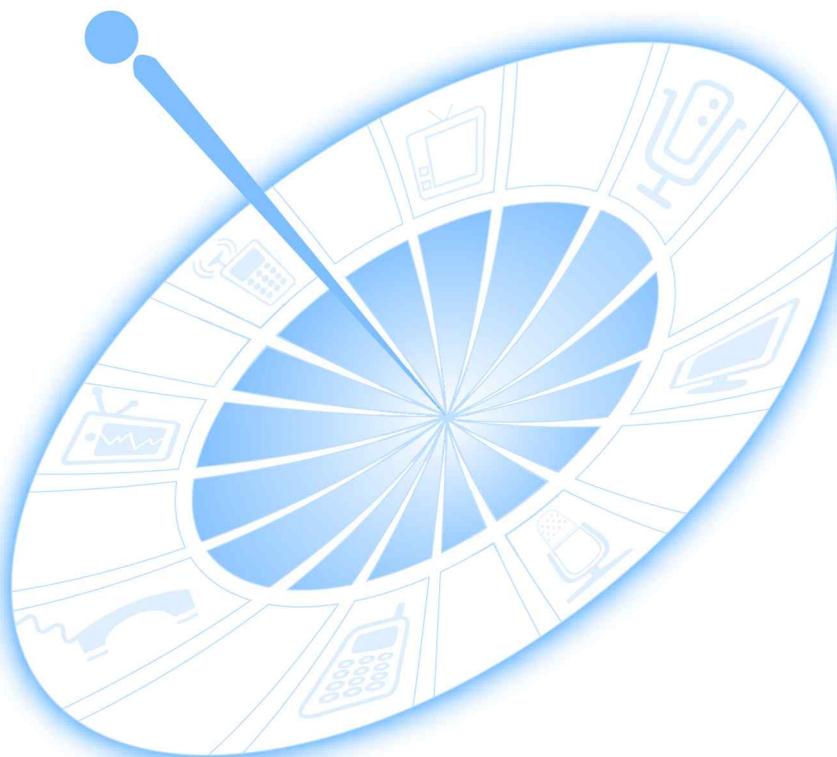
# KISDI

## Premium Report

10-04

[아이패드가 전자책 시장에 미치는  
영향과 시사점]

박 유 리



정보통신정책연구원  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

Premium  
Report

10-04 호  
(2010. 9. 13)

## 아이패드가 전자책 시장에 미치는 영향과 시사점

박유리 / 정보통신정책연구원 책임연구원

- yrpark@kisdri.re.kr, 02-570-4251
- 이화여자대학교 환경공학 학사
- 서울대학교 기술정책과정 경제학 박사
- 현 미래융합연구실 책임연구원, IT전략그룹

### 요 약 문

아이패드의 출시로 출판 산업의 패러다임이 종이책 중심에서 전자책 중심으로 빠르게 변화할 것으로 전망된다. 아이패드는 ‘콘텐츠-iBooks와 앱스토어-WiFi 및 3G네트워크’로 연결되는 전형적인 애플 생태계를 구축하고 있다. 그러나 아이폰에서 앱스토어 외에 다른 앱마켓을 이용할 수 없었던 것과는 달리 아이패드에서는 다른 유통 플랫폼들을 iBooks와 차별 없이 이용할 수 있다. 이는 전자책 플랫폼 경쟁을 심화시키는 주요인으로 작용하고 있다. 이와 함께 아이패드의 출시는 전자책 애플리케이션의 등장, 1인 출판 시스템의 확산, 뉴스 및 잡지 콘텐츠의 유료화, 유통 플랫폼 경쟁 본격화, 다양한 단말기의 등장 등 출판 시장에 충격을 가져올 것으로 예상된다.

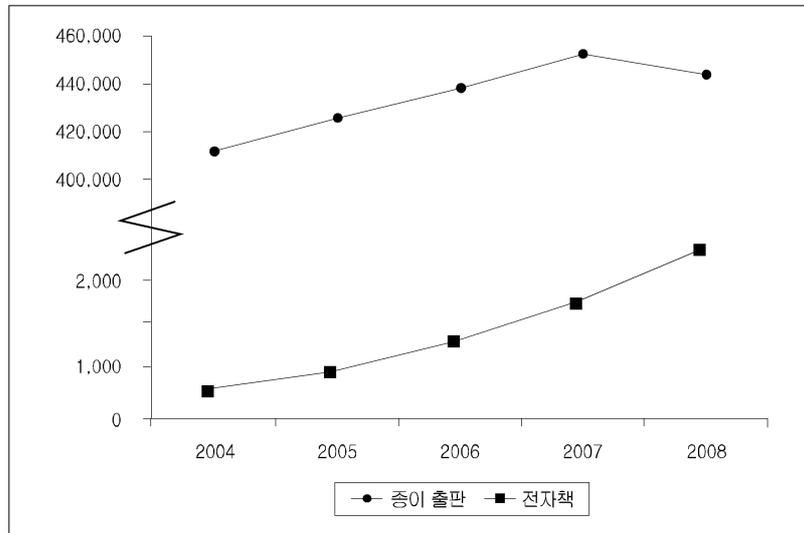
아이패드의 출시가 임박한 우리나라에서도 이러한 변화는 불가피할 것으로 보이기 때문에 이에 대한 대응과 함께, 아이패드로 인한 전자책에 대한 관심을 전자책 활성화의 기회로 활용하기 위한 노력이 시급하다. 이를 위해서는 무엇보다도 아이패드, 킨들과 같은 전자책 생태계를 구축하여 이용자 관점에서 전자책을 편리하게 이용할 수 있는 환경을 조성하는 것이 필수적이다.

아이패드를 비롯하여 전자책 이용을 위한 다양한 단말기들이 경쟁적으로 출시되고 있는 상황에서, 전자책 생태계 구축을 위한 최우선 과제는 전자책 콘텐츠 활성화라고 할 수 있다. 이를 위해서는 투명한 수익 배분, 불법복제 방지 등을 통해 출판사를 비롯한 전자책 권리자들의 시장 참여 유인을 제공할 필요가 있으며, 양방향 전자책 콘텐츠 및 영화, 드라마 콘텐츠의 전자책 제작을 활성화 하여 콘텐츠를 차별화/다양화 하는 전략이 요구된다. 또한 정부의 디지털 교과서 사업, 이러닝 산업 활성화 계획을 교육용 전자책 콘텐츠 활성화로 연결시키기 위한 저작권법의 검토가 필요하다. 이와 함께 미국의 예에서 보듯이 플랫폼 경쟁 심화로 인해 전자책 가격이 인상되는 부작용이 나타날 수 있기 때문에, 반경쟁 행위에 대한 지속적인 모니터링을 통해 공정한 경쟁을 유도하는 정책적인 노력이 필요하다.

## 1. 서론

- 전 세계 종이책 시장의 성장이 정체되고 있는 반면, 전자책 시장은 빠르게 성장하면서 출판 산업의 패러다임이 종이책에서 전자책으로 변화하고 있음
  - 한국콘텐츠진흥원(2010)에 의하면 전 세계 도서 시장이 '14년까지 1.0%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망되는 데 비해, 전자책 시장은 연평균 27.2%의 성장률을 보이며 큰 폭으로 성장할 것으로 전망

[그림 1] 종이 출판 시장과 전자책 시장 규모 및 성장 추이  
(단위: 백만 달러)



자료: 한국콘텐츠진흥원(2010) 재구성

- 전자책 전용 단말기인 킨들에 이어 전자책 소비를 위한 최적의 단말기를 표방한 아이패드의 출시로 출판 시장에서 전자책으로의 패러다임 변화는 가속화될 전망
  - 2010년 2분기에 아마존의 킨들 다운로드를 기준으로 전자책 판매량은 종이책 판매량을 추월
    - ※ 전자책 143권 판매당 종이책 100권이 판매. 판매된 종이책에 킨들 버전이 없는 것을 고려하면 전자책의 판매 비중은 더 높을 것임
  - 아이패드 이용자들은 아이패드의 전자책 유통 플랫폼인 iBooks 출시 후 65일 동안 500만 권(아이패드 단말당 2.5권)의 전자책을 다운로드

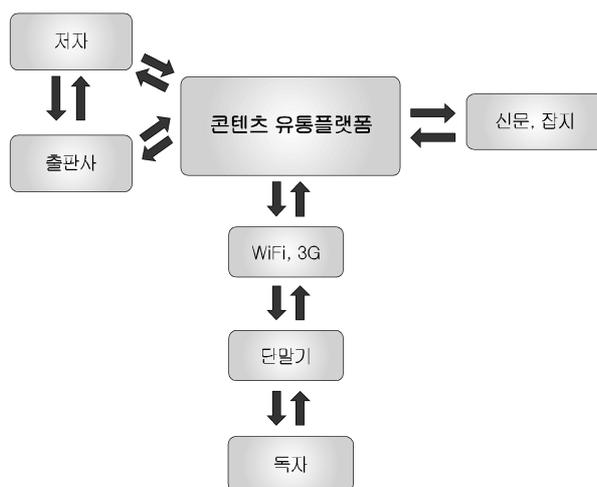
- 전자책으로의 패러다임 변화는 전 세계적인 트렌드이므로 우리나라 역시 예외일 수 없으며, 이에 대한 뒤늦은 대응은 국내 출판 시장에 ‘충격’으로 다가올 것임
    - 아이폰이 국내 이동통신시장 생태계에 충격을 준 것과 같이, 아이패드의 대두 역시 출판 생태계 전반에 걸쳐 큰 변화를 가져올 것으로 전망
  - 이에 본 리포트는 아이패드의 전자책 생태계를 검토하고, 아이패드가 전자책 시장에 미치는 영향 및 의의를 분석하여 이와 관련한 정책적 시사점을 제시하고자 함
-

## 2. 아이패드와 전자책 생태계

### □ 전자책 생태계의 필요성과 구조적 특징

- 전자책은 디지털화된 콘텐츠이므로 콘텐츠의 품질뿐 아니라 콘텐츠를 편리하게 이용할 수 있는 환경의 조성이 필수적이며, 이를 위해서 콘텐츠-유통 플랫폼-네트워크-단말기가 유기적으로 연결되는 생태계 구축이 필요
  - 미국 전자책 시장에서 지배적인 위치를 차지하고 있는 아마존의 성공 역시 애플의 iTunes-iPod 모델을 그대로 전자책 시장에 적용한 것에 기인
  - 아마존은 저렴한 가격의 콘텐츠를 무료로 제공되는 3G네트워크를 통해 편리하게 다운로드하여 이용할 수 있는 통합적 환경을 제공함으로써 전자책 시장 확대에 기여

[그림 2] 전자책 생태계



- 저자-출판사-유통사-독자의 비교적 단순한 생태계의 종이책 시장에 비해 전자책 시장은 콘텐츠 제작, 유통, 단말기 제조, 네트워크 제공 등 다양한 참여자가 관련된 복잡한 시장 구조로 이루어짐
  - 종이책 시장에서 책을 출판하기 위해 유통사 이전에 출판사를 반드시 거쳐야 했다면, 전자책 시장에서는 유통사가 제공하는 출판 시스템을 이용하여 개인이 전자책 콘텐츠

츠의 공급자가 될 수 있음

- 전자책 콘텐츠를 편리하게 다운로드 받을 수 있는 네트워크의 중요성 증가
- 종이책 시장에서는 여러 플레이어가 각 영역에 전문화되어 있는 것에 비해, 전자책 시장에서는 한 플레이어가 콘텐츠 유통, 단말기 공급, 네트워크 제공 등 복수의 역할을 담당하여 수직 결합의 이점을 극대화
- 시장 참여자가 증가하는 반면, 콘텐츠의 가격은 종이책에 비해 저렴하기 때문에 수익 배분이 중요한 이슈로 등장

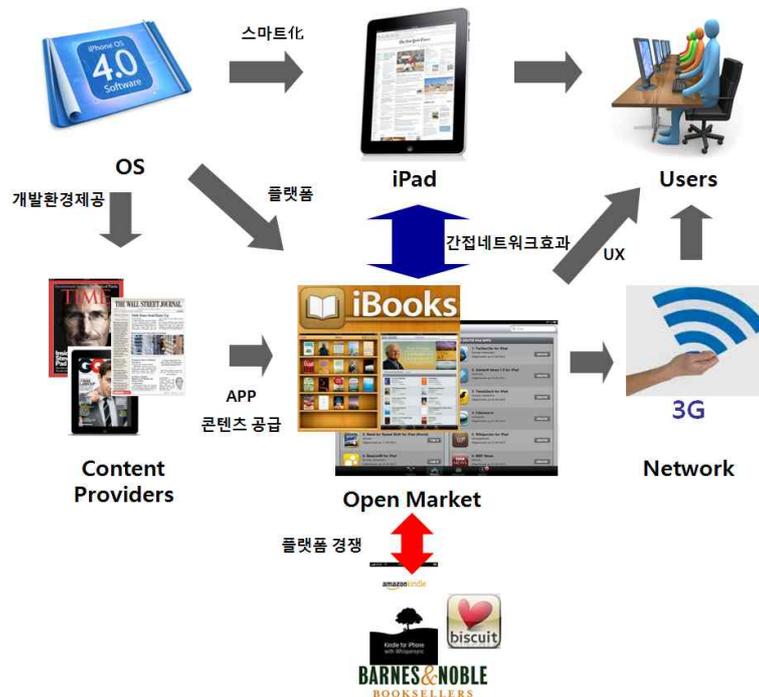
## □ 아이패드의 전자책 생태계의 특징

- 아이패드는 아이폰과 동일한 iOS4를 이용하여 아이폰과 유사하지만 아이패드에 최적화된 UI(User Interface)를 적용함으로써 단말기에 관계없이 동일한 UX(User Experience) 제공
  - 이용자들은 애플의 단말기 종류에 관계없이 UX를 공유하여 애플의 N-Screen 전략의 기반을 마련
- 아이패드의 전자책 유통은 두 가지로 구분될 수 있는데, 애플리케이션 형태의 전자책 콘텐츠는 앱스토어를 통해, ePub포맷의 전자책은 iBooks를 통해 유통됨
- 앱스토어는 독점적 지위를 누릴 수 있는 반면, iBooks는 기존의 유통 플랫폼들과의 경쟁에 직면
  - 다양한 유통플랫폼들이 자사의 애플리케이션을 앱스토어를 통해 무료로 제공함으로써 애플리케이션을 자사 플랫폼으로 유인하는 단순 통로로 이용
  - iBooks에서 제공하는 전자책 콘텐츠는 약 6만 개 정도로 다른 플랫폼에 비해 콘텐츠의 양적인 측면에서 경쟁력 열위에 있음<sup>1)</sup>
  - 또한 Wired, 토이스토리 등 인기 있는 콘텐츠들이 애플리케이션 형태로 앱스토어에서 제공되며, 이는 iBooks의 콘텐츠 차별화에 큰 영향을 미치지 않음

1) 현재 iBooks에서 제공하는 전자책 콘텐츠는 약 6만 개인데 비해, 킨들은 약 45만 개, 미국 최대의 오프라인 매장을 보유하고 있는 반스앤노블 누크는 100만 개가 넘는 콘텐츠를 제공하고 있음

- 뉴스 및 잡지 콘텐츠는 아이패드에서만 이용할 수 있는 콘텐츠가 아니기 때문에 전자책에 있어서는 애플의 앱스토어는 배타적인 콘텐츠를 제공하는 ‘장’으로서의 차별화 정도가 약함
  - 다양한 창구를 통해 많은 사람들에게 소비될수록 콘텐츠 사업자의 수익이 증가하므로 콘텐츠 사업자가 애플에게만 콘텐츠를 제공할 가능성은 낮음
- 반면 애플의 전자책 생태계가 콘텐츠 공급자 및 이용자들에게 매력적인 환경을 제공한다는 점에서 아이패드 고유의 경쟁력 우위 요소도 존재
  - 아이패드는 정전식 멀티터치 스크린을 채택함으로써 부드러운 종이 넘김 효과가 가능하며, 다양한 컬러 및 멀티미디어 기능을 지원함으로써 기존의 전자책과 차별화된 애플리케이션 형태의 양방향 전자책 이용이 가능
  - 또한 아이팟-아이폰-아이패드로 이미 충성도 높은 다수의 이용자를 확보하고 있다는 점이 콘텐츠 개발자들에게 콘텐츠 공급의 유인으로 강하게 작용

[그림 3] 아이패드의 전자책 생태계



### 3. 전자책 시장에서 아이패드가 가져오는 변화

#### □ 콘텐츠 시장 활성화의 기회 제공

- 아이패드의 등장과 함께 종이책의 디지털 버전에 불과했던 전자책 콘텐츠가 음성, 동영상 등 미디어 기능을 갖춘 애플리케이션 형태의 양방향 콘텐츠로 진화
  - 책 읽어주기 기능, 주인공 소개, 색칠 공부, 관련 상품 구매 등 다양한 기능을 갖춘 전자책 애플리케이션을 통해 전자책 콘텐츠에 대한 신규 수요 창출
    - ※ 토이스토리 등 영화 콘텐츠 성공을 기반으로 한 전자책은 물론, 책과 콩나무 등 고전 동화를 새롭게 각색한 전자책 애플리케이션이 활성화됨
    - ※ 영국의 출판사인 Penguin Books는 Spot the Dog(색칠 공부 및 그림 그리기 기능), DK's Starfinder(아이패드 나침반과 GPS를 이용 별자리를 확인), DK's The Concise Human Body(신체 부위 확대, 신체기관의 작동 방식을 관찰할 수 있는 해부학 애플리케이션) 등 애플리케이션 형태의 전자책 제공(Strabase, 2010. 3. 1)
- 1인 출판 시스템의 도입으로 콘텐츠 공급자로서의 출판사의 영향력은 약화되는 반면 저작권자의 권한은 강화되어 개인 창작물의 전자책 보급이 활성화되고, 그 결과 콘텐츠 장르의 다양화 및 양적 증대 가능
  - 유통 단계 최소화는 저자의 수익 극대화를 의미하기 때문에 수익 배분의 측면에서 저작권자는 출판사를 통하지 않고 직접 유통하는 방식을 선호
  - 그러므로 광고 및 별도의 홍보가 필요치 않은 베스트셀러 작가를 포함, 다수의 창작자들이 출판사를 통하지 않고 유통사에 직접 콘텐츠를 제공하는 경우가 증가할 것임<sup>2)</sup>
    - ※ 저작권법상 전자책 콘텐츠에 대한 유통 권리(공중 송신권)는 저자에게 있으므로 종이책의 출판권을 갖고 있는 출판사는 전자책에 대한 유통 권리를 별도로 획득해야 함
  - 블로그, 트위터, 페이스북 등의 소셜미디어의 콘텐츠를 비롯한 다양한 1인 창작물들의 전자책 콘텐츠화로 롱테일 시장을 형성

2) 단, 출판사의 '편집' 능력이 콘텐츠의 품질에 영향을 미칠 수 있고, 인지도가 낮은 작가의 경우 판매를 위해 홍보 및 광고가 필요할 수 있으므로 출판사의 역할은 여전히 존재

- 인터넷의 영향으로 수익 악화를 겪고 있는 신문, 잡지 등의 올드 미디어에게는 유료화의 기회가 될 수 있으나, 웹 콘텐츠와의 차별화가 유료화의 성패를 좌우
  - 스마트폰과 달리 아이패드는 웹페이지를 이용하기에 충분한 크기의 디스플레이를 제공하므로 올드 미디어들은 무료로 제공되는 수많은 웹콘텐츠와 경쟁해야 함
  - 그러므로 신문 및 잡지 애플리케이션이 인터넷상 웹페이지와 차별화를 갖지 못한다면 유료화는 실패할 가능성이 높음
  - 단순히 앱의 인기에 편승하는 전략은 위험할 수 있으며, 다른 웹페이지에서 경험하지 못하는 프리미엄 콘텐츠를 제공함으로써 독자의 지불 의사를 높여야 함

## □ 유통 플랫폼 경쟁 본격화

- 다양한 전자책 콘텐츠를 편리하게 이용할 수 있도록 하는 플랫폼의 역할이 중요해지면서 플랫폼 경쟁 심화
  - ‘자사 플랫폼-단말기’의 폐쇄적 구조를 고수하던 유통 플랫폼 사업자들이 아이패드를 보완재로 인식, 자사의 유통 플랫폼을 통한 콘텐츠 판매 증가의 도구로 이용
  - 다양한 단말기에서 호환성을 확보하는 전략으로 플랫폼 시장 경쟁에서 승자가 되고자 함
    - ※ 이를 위해 아마존은 킨들 애플리케이션에서 다양한 단말기간 콘텐츠를 자동으로 동기화할 수 있는 독자적 동기화 기능인 ‘Whispersync’를 제공하여 이용자들이 단말기에 관계없이 편리하게 킨들의 콘텐츠를 이용할 수 있게 함(Atlas, 2010. 4. 5)
- 국내 전자책 유통 시장에서 iBooks의 직접적인 영향은 크지 않을 것으로 예상되나 유통 플랫폼의 중요성이 증가함에 따라 국내 플랫폼 사업자간 경쟁도 심화
  - 언어적 요인으로 국내 유통 플랫폼이 외국의 플랫폼보다 경쟁력을 가질 수 있으며, 킨들이나 누크처럼 iBooks와의 직접적인 경쟁으로 인한 영향은 적음
  - 오히려 아이패드의 도입으로 전자책 시장에 대한 기대가 확산되면서 국내 유통 플랫폼 사업자에게는 전자책 콘텐츠 수급을 활성화할 유인 발생
  - 유통 플랫폼의 중요성 증대로 통신 회사, 출판사 등 다양한 사업자들이 유통 플랫폼 시장에 진출
    - ※ KT는 교보문고에 망을 제공하는 동시에, 쿡북카페 서비스로 직접 전자책 시장에 뛰어듦

- ※ 일본의 소니, Toppan, KDDI, 아사히 신문사 등 4개 사는 서적, 만화, 잡지 등의 콘텐츠를 배급하는 공통 플랫폼 구축 및 운영을 목적으로 하는 합작사 설립을 발표(ATLAS, 2010. 5. 27)

## □ 단말기 사업자에게는 기회이자 위협 요인

- 아이패드의 등장으로 전자책에 대한 관심을 불러일으키면서 관련 단말기에 대한 관심 또한 증가하여 다양한 단말기가 시장에 출시되고 있으며 가격도 큰 폭으로 인하됨
  - 가격 경쟁력을 확보하기 위해 전자책 전용 단말기의 가격 인하가 시작되고 있으며, 저가의 보급형 전용 단말기도 등장
    - ※ 반스앤노블은 누크의 가격을 199달러로 인하하였고, 아마존은 킨들의 가격을 189달러로 인하하였으며, 킨들은 WiFi only 버전을 139달러에 제시(이은민, 2010)
    - ※ 우리나라에서도 인터파크가 전용 단말기 비스킷의 가격을 37% 정도 인하하였으며 북큐브는 10만 원대의 보급형 전용 단말기 출시
- 이러한 단말기들은 아이패드와의 경쟁에 직면하고 있으며, 아이패드와의 차별화가 성패를 좌우
  - 기기의 융복합화가 활발히 진행됨에 따라 기능에 차별성을 부여하지 못하는 기기들은 시장에서 외면될 수밖에 없으므로 전용 단말기는 전자책 이용을 위한 '특화'된 기능을 제공하고 가격 경쟁력을 갖추어야 함
    - ※ MP3플레이어는 스마트폰의 활성화와 함께 판매 감소를 보이고 있지만 디지털 카메라는 카메라폰의 보급에도 DSLR, 하이브리드 디카 등 차별화를 강조하며 꾸준히 성장
    - ※ 아이패드의 등장으로 전용 단말기의 판매가 감소할 것이라는 예상이 있었으나, 아마존 킨들의 판매량은 아이패드 출시 후 오히려 증가

## 4. 전자책 활성화를 위한 제언

- 영상 및 인터넷의 이용시간은 증가하는 데 비해 인쇄 매체의 소비시간은 점차 감소하고 있는 현실에서 아이패드는 동영상, 인터넷, 모바일에 익숙한 디지털 세대의 출판물 소비 시간을 증가시키는 계기를 제공
- 아이패드로 인한 전자책에 대한 관심을 전자책 활성화로 연결시키기 위해서는 시장 참여자간 협력 및 상생을 통해 전자책 시장 생태계를 구축할 필요가 있음
- 아이패드, 킨들 등 전자책 콘텐츠의 편리한 이용을 위해 무선네트워크 기능이 탑재된 다양한 단말기들이 경쟁적으로 출시되고 있으며, 이는 단말기에 대한 소비자의 선택 폭을 넓힘
- 전자책 생태계에서의 단말기 문제가 해결<sup>3)</sup> 되고 있는 상황에서 전자책 생태계 구축을 위한 최우선 과제는 전자책 콘텐츠 활성화라 할 수 있음
- 전자책 콘텐츠의 양적 확대를 위해 신간/구간 종이책에 대한 공중 송신권을 확보하고 있는 출판사 및 저작권자에게 시장 참여 유인 제공
  - 전자책의 정확한 판매 자료를 공유하고 수익 배분을 투명화하는 등 출판사 및 저자와의 신뢰를 구축하는 것이 필요
  - DRM의 적용으로 불법복제를 방지하고 지속적인 모니터링을 통해 전자책 콘텐츠의 불법 유통을 감시하는 등, 전자책 콘텐츠의 위험 요인을 감소시킬 수 있는 환경 조성
- 전자책 콘텐츠의 다양화를 위해 양방향 전자책 콘텐츠 등 차별화된 콘텐츠 제작의 활성화가 요구됨
  - 종이책 콘텐츠의 전자책화를 넘어, 한류 등으로 인기를 검증 받은 드라마, 영화, 애니메이션 등을 전자책 콘텐츠로 제작함으로써 원천 콘텐츠를 다양한 장르 및 분야

3) 우리나라 전자책 시장 초기에는 전용 단말기가 부재하였고, 이후 출시된 전용 단말기는 고가였기 때문에 보급 확산에 실패. 아이패드 출시 이후 네트워크 기능이 탑재된 전용 단말기, 태블릿PC 등 다양한 가격대의 다양한 단말기들이 등장하고 있으므로 전자책 생태계에서 단말기는 큰 문제가 되지 않을 것임

- 에서 활용하는 OSMU 효과를 극대화
- 콘텐츠의 미디어 기능 강화, 트위터 및 페이스북 등 SNS와의 연결성 제공, 저자와 작가의 1:1 통로 마련 등 차별화된 콘텐츠 제공
- 디지털 교과서 사업 및 이러닝 산업 활성화를 교육용 전자책 콘텐츠 활성화의 기회로 활용
- 이를 위해서는 디지털 교과서를 포함한 교육용 콘텐츠에 대한 저작권 문제가 해결되어야 함
  - 교육용 전자책 콘텐츠의 제작을 위해서는 기존의 교과서 활용과 함께 다양한 영상 및 음원이 필요하며 인터넷을 통한 ‘전송’이 필수적이나, 현행 저작권법 체계는 이러한 환경 변화를 수용하지 못함
  - 디지털 교과서가 교과용 도서인지의 여부에 따라 저작권의 제한 여부가 달라지므로 이에 대한 개념을 명확히 정립하여야 하며, 디지털 교과서의 인터넷 전송을 허용여부를 검토할 필요가 있음<sup>4)</sup>
  - 저작물 이용 보상금 제도를 확대하여 대학 및 이러닝 교육기관 등에서 저작물을 편리하게 이용할 수 있게 하고 저작권자들이 적정 보상을 받을 수 있는 환경 조성
- 유통 플랫폼의 제공과 관련해서는 현재 애플이 아이패드에서 다른 전자책 유통 플랫폼의 진입을 막거나, 자사의 플랫폼과 차별화하는 등의 반경쟁적 행위는 발견되고 있지 않으며, 플랫폼 경쟁이 활성화되고 있는 추세
- 그러나 플랫폼 경쟁 심화가 가격 인상이라는 부작용을 낳고 있는 미국의 예에서 보듯이, 플랫폼 경쟁의 효과를 반감시키는 반경쟁적 행위가 발생할 가능성이 있기 때문에 이에 대한 지속적인 모니터링이 필요
- 애플이 출판사가 소매가격을 결정하는 Agency Pricing Model을 도입함에 따라 아마존은 \$9.99의 콘텐츠 가격 정책을 포기하고 출판사에게 가격 결정권을 넘김<sup>5)</sup>

4) 저작권법 제25조 1항에서는 교과용도서의 이용행태를 ‘게재’에 제한하고 있기 때문에 교육과학기술부는 e-교과서를 CD-ROM 형태로 제작(최진원, 2010)

5) 종이책 시장의 인터넷 유통 가격은 출판사에 의해 정해지는 것이 아니라 유통 플랫폼 사업자에 의해 결정되므로 플랫폼마다 가격이 다름



- 미국의 경우 출판사가 전자책의 가격을 \$12.99~\$14.99로 책정함에 따라 콘텐츠 가격이 기존보다 인상(Strabase, 2010. 4. 12)
  - 이에 따라 소비자들은 유통 플랫폼간 경쟁으로 인한 콘텐츠 가격 하락의 편익을 즐길 수 없게 되었으며, 유통 플랫폼간 전자책 가격이 획일화될 수 있음
  - 이상적인 시나리오는 전자책 콘텐츠 및 플랫폼 모두에 다수의 플레이어가 참여하여 경쟁 시장 환경을 구축하는 것이며, 이 경우 콘텐츠 가격이 경쟁적 시장에서 결정된 수준으로 제공될 수 있을 것임
  - 끝으로 아이패드, 이러닝 활성화, 디지털 교과서 등 전자책 시장의 긍정적인 요소들을 기회로 활용하기 위해서는 전자책 시장 참여자들이 이용자 관점에서 전자책을 편리하게 이용할 수 있는 서비스를 제공하는 데 힘을 모아야 함을 상기할 필요가 있음
-

## 참고문헌

- 이은민 (2010). “아이패드 출시이후 eBook 업계 대응전략”, 《방송통신정책》, 제22권 14호 통권 490호, 2010. 7. 1, 정보통신정책연구원.
- 최진원 (2010). “디지털 시대 이러닝과 저작권의 새로운 관계 모색”, 제5회 저작권포럼, 이러닝과 저작권.
- 한국콘텐츠진흥원 (2010). 2009 해외콘텐츠시장조사(출판).
- Atlas (2010. 4. 5). “아마존, iPad용 Kindle 콘텐츠 뷰어 애플리케이션 무상배포…단말 간 자동 동기화 기능도 지원”, Digestive Daily News.
- \_\_\_\_\_ (2010. 5. 27). “日 KKDI와 소니 등 4사, eBook 합작사 설립…개방형 플랫폼으로 애플 iBook Store 견제”, Digestive Daily News.
- Strabase (2010. 3. 1). “출판사의 Apple iPad용 e-Book 제작, e-Book과 애플리케이션의 경계 허물기 시도”, Trendwatch.
- \_\_\_\_\_ (2010. 4. 12). “iPad-iBooks, iPod-iTunes 신화 재현을 위한 Apple e-Book 시장 공략법”, Issue Alert.
-



MEMO

Premium

Report





MEMO

Premium

Report