參考文獻

一、中文資料

1. 林孟潔 (2005)，行動電視產業之發展策略研究，國立政治大學企業管理學系碩士論文
2. 李田樹、李芳齡譯 (2007)，Gary Hamel 著，啟動革命，天下文化
3. 李芳齡譯 (2007)，Evans David S., Schmalensee Richard 著，企業觸媒策略：觸媒型企業多邊平台的制勝法則，天下雜誌
4. 吳致達 (2003)，探討行動數據服務發展之改善要素—以 i-mode 為例，國立政治大學廣播電視學系碩士論文
5. 黃怡華譯 (1998)，松永真理著，i-mode 縮短夢想與實際的距離，角川書店
6. 陳淑梅 (2004)，價值創造導向之日本企業轉型，國立政治大學企業管理學系碩士論文
7. 陳鍵智 (2002)，探討行動商務系統擴散的產業結構與整合機制—以 i-mode 為例，銘傳大學管理科學研究所碩士論文
8. 韓燕甯 (2007)，從開放式創新觀點探討 NTT DoCoMo 平台型經營模式，國立政治大學企業管理學系碩士論文
9. 颜君安 (2004)，經營模式、進入策略、主宰設計關係之文獻研究—兼論商業智能之前導作用，國立中央大學企業管理研究所碩士論文
10. 蕭秋梅譯 (2001)，夏野剛著，i-mode 贏的策略：開放行動商務的新大陸，經濟新潮社

二、英文資料

*RAND Journal of Economics*


markets: Evidence from the magazine industry. *International Journal of Industrial Organization.*


三、 參考網站

1. NTT DoCoMo公司英文網站: http://www.nttdocomo.com/

2. NTT DoCoMo公司中國網站: http://www.nttdocomo.com.cn/