

2023-2029年中国数字内容 产业发展现状与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国数字内容产业发展现状与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202308/387418.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国数字内容产业发展现状与投资分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 数字内容产业相关概述 1

1.1 数字内容产业介绍 1

1.1.1 界定及范畴 1

1.1.2 产业分类 1

1.1.3 构成要素 2

1.2 数字内容产业的特征分析 2

1.2.1 创新性强 2

1.2.2 附加值高 2

1.2.3 关联程度高 2

1.3 数字内容产业系统分析 3

1.3.1 产业控制系统 3

1.3.2 创造与生产系统 3

1.3.3 产业销售系统 4

1.3.4 技术支持系统 4

1.3.5 经济支持系统 4

1.3.6 数据收集系统 4

1.4 数字内容产品特征及定价分析 5

1.4.1 物理特征 5

1.4.2 经济学特征 6

1.4.3 产品定价策略 7

第二章 2014-2018年国际数字内容产业发展分析 10

2.1 2014-2018年国际数字内容产业运行现状 10

2.1.1 产业规模分析 10

2.1.2 数字游戏市场 10

2.1.3 数字阅读市场 11

2.1.4 数字视频市场 12

2.2 2014-2018年欧洲数字内容产业发展分析 13

2.2.1 英国市场现状 13

2.2.2 法国市场现状 13

2.2.3 数字出版商机 14

2.3 2014-2018年美国数字内容产业发展分析 18

2.3.1 发展历程 18

2.3.2 运行现状 19

2.3.3 细分市场分析 19

2.3.4 知识产权保护 19

2.4 2014-2018年日本数字内容产业发展分析 20

2.4.1 运行现状 20

2.4.2 产业发展规模 20

2.4.3 产业发展战略 21

2.5 2014-2018年台湾数字内容产业发展分析 24

2.5.1 发展现状 24

2.5.2 产业发展规模 24

2.5.3 政策分析 25

第三章 2014-2018年中国数字内容产业发展环境分析 33

3.1 政策（Political）环境 33

3.1.1 政策支持数字内容产业的发展 33

3.1.2 数字内容细分行业的政策与管理 33

3.2 经济环境 34

3.2.1 经济发展环境分析 34

3.2.2 中国宏观经济环境分析 35

3.2.3 中国宏观经济发展趋势 36

3.3 社会环境 37

3.3.1 城乡居民收入 37

3.3.2 人口规模 37

3.3.3 城镇化水平 39

3.3.6 中国信息化水平的提升 39

3.4 技术（Technological）环境 41

3.4.1 技术体系分析 41

3.4.2 技术重点内容 41

3.4.3 技术问题分析 41

3.4.4 技术发展策略 42

第四章 2014-2018年中国数字内容产业分析 44

4.1 中国数字内容产业发展概述 44

4.1.1 产业发展历程 44

4.1.2 产业规模分析 45

4.1.3 影响因素分析 45

4.1.4 用户基础发展 46

4.1.5 技术应用现状 50

4.2 中国数字内容产业集群分析 55

4.2.1 产业集群特征 55

4.2.2 产业集群类型 57

4.2.3 产业集群成因 59

4.2.4 产业集群发展策略 61

4.3 2014-2018年中国新型数字内容发展分析 62

4.3.1 发展意义 62

4.3.2 发展现状 63

4.3.3 发展前景分析 63

4.4 中国数字内容产业面临的问题及对策分析 64

4.4.1 面临的问题 64

4.4.2 发展对策研究 65

第五章 2014-2018年中国数字出版产业发展分析 69

5.1 中国数字出版产业简介 69

5.1.1 行业界定 69

5.1.2 产业政策 70

5.1.3 产业技术 71

5.1.4 产业基础 73

5.2 中国数字出版产业产业链分析 74

5.2.1 产业链分析 74

5.2.2 电子书阅读器 75

5.2.3 数字出版分发平台 76

5.2.4 数字报刊杂志平台 78

5.2.5 出版社（公司） 78

5.2.6 互动类图书APP

| | |
|----------------------------|-----|
| 开发商 | 79 |
| 5.3 2014-2018年中国数字化阅读市场分析 | 82 |
| 5.3.1 市场规模分析 | 82 |
| 5.3.2 市场结构分析 | 83 |
| 5.3. 有声阅读市场 | 84 |
| 5.4 2014-2018年中国数字出版产业问题分析 | 85 |
| 5.4.1行业根基浅 | 85 |
| 5.4.2盗版冲击行业损失惨重 | 85 |
| 5.4.3低定价损害行业长期健康发展 | 86 |
| 5.4.4电子书制作转码成本高昂 | 87 |
| 5.4.5 阅读体验难以和纸书相媲美 | 88 |
| 5.5 “十三五”中国数字出版行业规划分析 | 89 |
| 5.5.1 发展形势 | 89 |
| 5.5.2 发展思路 | 90 |
| 5.5.3 主要目标 | 91 |
| 5.5.4 重点项目 | 92 |
| 5.5.5 保障措施 | 96 |
| 5.6 2014-2018年欧美数字出版业发展启示 | 97 |
| 5.6.1 发展背景 | 97 |
| 5.6.2 电子书定价分析 | 99 |
| 5.6.3 发展总结 | 101 |
| 5.6.4 发展启示 | 105 |
| 5.7 中国数字出版产业发展前景分析 | 105 |
| 5.7.1 社交化发展 | 105 |
| 5.7.2出版公司服务转型 | 106 |
| 5.7.3有声化发展 | 107 |
| 第六章 2014-2018年中国数字游戏产业发展分析 | 109 |
| 6.1 数字游戏产业介绍 | 109 |
| 6.1.1 产业内涵 | 109 |
| 6.1.2 产业特点 | 109 |
| 6.1.3 行业分类 | 110 |
| 6.1.4 产业链 | 110 |
| 6.2 2014-2018年中国数字游戏产业运行分析 | 111 |
| 6.2.1 发展环境分析 | 111 |
| 6.2.2 市场规模分析 | 115 |
| 6.2.3 市场结构分析 | 115 |
| 6.2.4 用户规模分析 | 116 |
| 6.3 2014-2018年中国手机数字游戏产业分析 | 116 |
| 6.3.1 市场分析 | 116 |
| 6.3.2 用户分析 | 117 |
| 6.3.3 行业上市分析 | 118 |
| 6.3.4 行业并购分析 | 118 |
| 6.4 中国手机游戏产业市场分析 | 119 |
| 6.4.1 手机游戏产品分析 | 119 |
| 6.4.2手机游戏渠道分析 | 121 |
| 6.4.3手机游戏用户分析 | 123 |
| 6.5 中国数字移动游戏产业发展趋势分析 | 124 |
| 6.5.1移动电竞从轻到重，未来提升空间巨大 | 124 |
| 6.5.2硬件提升带来新的蓝海 | 125 |
| 6.5.3棋牌游戏大洗牌 | 125 |
| 6.5.4区块链游戏崭露头角 | 126 |
| 6.5.5市场仍有提升空间 | 126 |
| 第七章 2014-2018年中国数字音乐产业发展分析 | 127 |
| 7.1 数字音乐介绍 | 127 |
| 7.1.1 行业定义 | 127 |
| 7.1.2 行业特点 | 127 |
| 7.1.3 发展历程 | 130 |
| 7.1.4 产业链 | 131 |
| 7.2 2014-2018年中国数字音乐市场的发展 | 131 |
| 7.2.1 市场规模 | 131 |
| 7.2.2 用户规模 | 132 |
| 7.2.3 消费特征 | 133 |
| 7.3 2014-2018年中国数字音乐发展特征分析 | 135 |
| 7.3.1商业化仍处于初级阶段 | 135 |
| 7.3.2 竞争格局 | 136 |
| 7.3.3 主要平台特色 | 137 |
| 7.4 2014-2018年中国数字音乐产业收费分析 | 139 |
| 7.4.1 收费现状 | 139 |
| 7.4.2 付费模式 | 140 |
| 7.5中国数字音乐消费者特征分析 | 141 |
| 7.5.1更加年轻化、高端化 | 141 |
| 7.5.2热衷购物与社交 | 141 |
| 7.5.3更爱享受生活 | 142 |
| 7.5.4追求时尚创新 | 143 |
| 7.5.5生活习惯健康 | 143 |
| 7.5.6消费观超前 | 144 |
| 7.6 中国数字音乐产业面临的问题及对策 | 145 |
| 7.6.1 盗版侵权严重 | 145 |
| 7.6.2利益分配机制不合理 | 146 |
| 7.6.3 内容创新不足 | 146 |
| 7.6.4 商业模式陈旧 | 146 |
| 7.6.5 产业发展对策 | 147 |
| 7.7 中国数字音乐产业发展趋势分析 | 150 |
| 7.7.1音乐人地位不断提升 | 150 |
| 7.7.2数字音乐的应用将贯穿各种娱乐消费场景 | 151 |
| 7.7.3音乐也将成为IP孵化的一种主要内容源 | 152 |
| 7.7.4 付费订阅是趋势 | 153 |
| 7.7.5 版权保护提升行业入局门槛 | 154 |
| 第八章 2014-2018年中国数字动漫产业发展分析 | 156 |
| 8.1 2014-2018年中国数字动漫产业运行 | 156 |
| 8.1.1 产业定义 | 156 |
| 8.1.2 发展现状 | 156 |
| 8.1.3 市场规模 | 156 |
| 8.1.4 产业链分析 | 157 |
| 8.2 2014-2018年中国手机动漫产业发展分析 | 159 |
| 8.2.1 发展现状 | 159 |
| 8.2.2 发展机遇 | 160 |
| 8.2.3 市场预测 | 161 |
| 8.3 中国数字动漫产业面临的问题及对策 | 162 |
| 8.3.1 各环节协作要求高 | 162 |
| 8.3.2 放映环节亟待完善 | 163 |
| 8.3.3 动漫产品制作水平低 | 164 |
| 8.3.4 缺乏高端人才 | 165 |
| 8.3.5 衍生品环节尚不健全 | 166 |
| 8.3.6 发展的对策 | 166 |
| 8.4 中国数字 | |

动漫产业发展趋势分析 167 8.4.1 发展主要任务 167 8.4.2 发展前景分析 168 第九章 2014-2018 年中国数字电视产业发展分析 169 9.1 数字电视相关概述 169 9.1.1 数字电视的定义 169 9.1.2 数字电视的分类 169 9.1.3 优势分析 170 9.1.4 产业链结构 171 9.2 2014-2018 年中国数字电视产业运行分析 171 9.2.1 发展现状 171 9.2.2 市场规模 172 9.2.3 市场占有率 172 9.3 中国数字电视行业市场趋势分析 173 9.3.1 高清数字电视 173 9.3.2 卫星直播电视 173 9.3.3 网络电视 174 9.3.4 地面无线数字电视 174 第十章 2014-2018 年中国数字内容产业重点城市发展 175 10.1 北京市 175 10.1.1 发展现状 175 10.1.2 产业目标 175 10.1.3 发展优势 175 10.1.4 发展路径 175 10.1.5 面临的问题 177 10.2 上海市 177 10.2.1 发展历程 177 10.2.2 发展现状 177 10.2.3 管理体系 178 10.2.4 存在问题 178 10.2.5 发展规划 178 10.3 深圳市 179 10.3.1 发展现状 179 10.3.2 发展规划 179 10.3.3 产业特点 180 10.3.4 基地建设 181 10.4 西安市 181 10.4.1 发展优势 181 10.4.2 产业基地 182 10.4.3 发展的对策 182 第十一章 2014-2018 年数字内容产品模式分析 183 11.1 数字内容产品商业模式 183 11.1.1 定价策略 183 11.1.2 收费对象 184 11.1.3 收费模式 184 11.2 中国数字内容产业的商业模式 186 11.2.1 商业价值 186 11.2.2 价值网络 186 11.2.3 价值维护 187 11.2.4 价值实现 187 11.3 中国数字阅读盈利模式分析 188 11.4 中国数字游戏商业模式分析 190 11.4.1 盈利模式 190 11.4.2 移动游戏收费模式 191 11.4.3 移动游戏经营模式 192 11.4.4 买断制模式 196 11.5 中国数字音乐盈利模式分析 196 11.6 中国数字动漫盈利模式分析 197 11.6.1 “文化产业化”盈利模式 197 11.6.2 “产业文化化”盈利模式 198 11.6.3 两种盈利模式的比较 198 第十二章 数字内容产业链分析 201 12.1 数字内容产业链基本形态 201 12.1.1 产业链结构 201 12.1.2 价值链分析 202 12.1.3 产业链特征 206 12.1.4 产业链生态网络 207 12.2 数字内容产业链主导模式 208 12.2.1 内容商主导 208 12.2.2 网络运营商主导 209 12.2.3 终端商主导 209 12.3 数字内容产业链关键环节分析 210 12.3.1 内容创造环节 210 12.3.2 内容制作环节 211 12.3.3 内容营销环节 213 12.4 数字内容产业链竞合关系分析 214 12.4.1 合作基础 214 12.4.2 竞争原因 215 12.4.3 产业链竞合关系 216 第十三章 2014-2018 年数字内容相关产业发展分析 218 13.1 2014-2018 年大数据产业发展分析 218 13.1.1 产业现状 218 13.1.2 市场规模 220 13.1.3 发展趋势分析 220 13.1.4 市场规模预测 222 13.2 2014-2018 年数字经济产业发展分析 224 13.2.1 产业发展 224 13.2.2 国内产业发展 226 第十四章 2014-2018 年中国数字内容重点企业发展 228 14.1 数字内容产业重点企业 228 14.1.1 百度 228 14.1.2 新浪 228 14.1.3 网易 229 14.1.4 腾讯 229 14.1.5 盛大 231 14.2 数字出版业重点企业 233 14.2.1 万方数据股份有限公司 233 14.2.2 北京方正阿帕比技术有限公司 233 14.2.3 掌阅科技股份有限公司 235 14.2.4 时代出版传媒股份有限公司 237 14.3 数字动漫业重点企业 240 14.3.1 奥飞娱乐股份有限公司 240 14.3.2 长城国际动漫游戏股份有限公司 246 14.3.3 浙江中南卡通股份有限公司 247 14.3.4 广东原创动力文化传播有限公司 247 14.4 数字电视业重点企业 248 14.4.1 中视传媒股份有限公司 248 14.4.2 东方明珠新媒体股份有限公司 250 14.4.3 北

京歌华有限电视网络有限公司 251 14.4.4 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司 253 第十五章 中国数字内容产业投融资及趋势对策 255 15.1 中国数字内容产业投融资分析 255 15.1.1 融资渠道分析 255 15.1.2 投资目标分析 255 15.1.3 融资趋势分析 256 15.2 中国数字内容产业发展前景及规模预测 257 15.2.1 发展前景 257 15.2.2 规模预测 258 15.3 中国数字内容产业发展趋势分析 258 15.3.1 个性化趋势 258 15.3.2 体系化趋势 259 15.3.3 融合化趋势 259

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/387418.html>