

2017-2022年中国数字内容行业市场深度调查评估 及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国数字内容行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/309336.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

数字内容，是以数字形式存在的文本、图象、声音等内容，它可以存储在如光盘、硬盘等数字载体上，并通过网络等手段传播。数字内容是将图像、文字、影音等内容通过数字技术进行整合应用的产品或服务的总体，是数字媒体技术与文化创意结合的产物。数字内容之主要范畴，在于将图像文字影像语音等数据运用信息技术加以数字化并整合应用之产品或服务。数字内容产业涵盖八大领域，包括数字游戏、计算机动画、数字学习、数字影音应用、移动应用服务、网络服务、内容软件、数字出版与典藏。其中，移动应用服务、网络服务、内容软件为技术服务产业，其余则为包含产品与服务的内容产业。

中国数字内容用户付费规模从 2011 年的 510 亿元，以 34.2% 的复合年增长率提高至 1,656 亿元，实现了超过 200% 的增长。预计到 2016 年数字内容付费规模将超过 2,000 亿元，2018 年将突破 3,000 亿元。

中国数字内容用户付费规模

中国数字内容用户付费规模及构成

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 数字内容产业相关概述

1.1 数字内容产业介绍

1.1.1 界定及范畴

1.1.2 产业分类

1.1.3 构成要素

1.2 数字内容产业的特征分析

1.2.1 创新性强

1.2.2 附加值高

1.2.3 关联程度高

1.2.4 网络化传播

1.3 数字内容产业系统分析

1.3.1 产业控制系统

1.3.2 创造与生产系统

1.3.3 产业销售系统

1.3.4 技术支持系统

1.3.5 经济支持系统

1.3.6 数据收集系统

1.4 数字内容产品分析

1.4.1 特点分析

1.4.2 经济性分析

1.4.3 增值途径分析

1.4.4 双边市场结构

1.4.5 交易市场特征

第二章 2014-2016年国际数字内容产业发展分析

2.1 2014-2016年国际数字内容产业运行现状

2.1.1 产业规模分析

2.1.2 市场消费分析

2.1.3 数字游戏市场

2.1.4 电子书阅读器市场

2.1.5 数字音乐市场

2.2 2014-2016年欧洲数字内容产业发展分析

2.2.1 英国市场现状

2.2.2 法国市场现状

2.2.3 数字出版商机

2.2.4 税改影响分析

2.2.5 未来发展计划

2.3 2014-2016年美国数字内容产业发展分析

2.3.1 发展历程

2.3.2 运行现状

2.3.3 贸易投资分析

2.3.4 细分市场分析

2.3.5 知识产权保护

2.4 2014-2016年日本数字内容产业发展分析

2.4.1 运行现状

2.4.2 细分市场发展

2.4.3 消费税影响

2.5 2014-2016年韩国数字内容产业发展分析

2.5.1 发展现状

2.5.2 传统文化数字化

2.5.3 市场消费分析

2.6 2014-2016年台湾数字内容产业发展分析

2.6.1 发展现状

2.6.2 政策分析

2.6.3 电子书市场分析

2.6.4 两岸合作分析

第三章 2014-2016年中国数字内容产业发展环境分析

3.1 政策（Political）环境

3.1.1 数字内容产业政策体系分析

3.1.2 中央各部委支持数字内容产业的发展

3.1.3 数字内容细分行业的政策与管理

3.2 经济环境

3.2.1 全球经济金融环境分析

3.2.2 中国宏观经济环境分析

3.2.3 中国宏观经济发展趋势

3.3 社会环境

3.3.1 社会就业人口

3.3.2 城乡居民收入

3.3.3 居民消费价格

3.3.4 居民恩格尔系数

3.3.5 人口规模及城镇化水平

3.3.6 中国信息化水平的提升

3.4 技术（Technological）环境

3.4.1 技术体系分析

3.4.2 技术发展模式

3.4.3 技术重点内容

3.4.4 技术问题分析

3.4.5 技术发展策略

第四章 2014-2016年中国数字内容产业分析

4.1 中国数字内容产业发展概述

4.1.1 产业发展历程

4.1.2 产业规模分析

4.1.3 影响因素分析

4.1.4 基础设施建设

4.1.5 技术应用现状

4.2 中国数字内容产业集群分析

4.2.1 产业集群特征

4.2.2 产业集群类型

4.2.3 产业集群成因

4.2.4 产业集群发展策略

4.3 2014-2016年中国新型数字内容发展分析

4.3.1 发展意义

4.3.2 发展现状

4.3.3 服务支撑体系

4.3.4 发展前景分析

4.4 中国数字内容产业面临的问题及对策分析

4.4.1 多头管理问题

4.4.2 资源共享不足

4.4.3 产业结构失衡

4.4.4 发展对策研究

第五章 2014-2016年中国数字出版产业发展分析

5.1 中国数字出版产业简介

5.1.1 发展回顾

5.1.2 产业特征

5.1.3 产业模式

5.2 2014-2016年中国数字出版产业运行分析

5.2.1 2014年行业运行分析

5.2.2 2015年行业运行分析

5.2.3 2016年行业运行动态

5.3 2014-2016年中国数字化阅读市场分析

5.3.1 市场规模分析

5.3.2 市场结构分析

5.3.3 收费模式分析

5.3.4 移动阅读市场结构

5.4 2014-2016年中国数字出版产业问题和对策分析

5.4.1 侵权问题严重

5.4.2 商业模式不成熟

5.4.3 管理体制不合理

5.4.4 发展对策分析

5.5 “十三五”中国数字出版行业规划展望

5.5.1 发展形势

5.5.2 发展思路

5.5.3 主要目标

5.5.4 重点项目

5.5.5 保障措施

5.6 2014-2016年中国数字出版行业竞争分析

5.6.1 内容资源竞争

5.6.2 数字技术竞争

5.6.3 人才资源竞争

5.6.4 出版渠道竞争

5.7 中国数字出版产业发展前景分析

5.7.1 媒体融合加快

5.7.2 数字教育高峰

5.7.3 移动支付机制

5.7.4 多屏融合与互动

第六章 2014-2016年中国数字游戏产业发展分析

6.1 数字游戏产业介绍

6.1.1 产业内涵

6.1.2 产业特点

6.1.3 行业分类

6.2 2014-2016年中国数字游戏产业运行分析

6.2.1 发展回顾

6.2.2 市场规模分析

6.2.3 用户行为分析

6.2.4 行业风险分析

6.3 2014-2016年中国手机数字游戏产业分析

6.3.1 市场分析

6.3.2 用户分析

6.3.3 投资风险分析

6.3.4 面临的挑战

6.3.5 行业并购分析

6.4 中国数字游戏产业中的问题及对策

6.4.1 创新能力不足

6.4.2 精品力作偏少

6.4.3 管理工作滞后

6.4.4 国际竞争力弱

6.4.5 发展对策分析

6.5 中国数字游戏产业发展趋势分析

6.5.1 用户付费趋势

6.5.2 市场规模预测

6.5.3 市场结构预测

6.5.4 客户端网络市场预测

6.5.5 配套服务市场前景

第七章 2014-2016年中国数字音乐产业发展分析

7.1 数字音乐介绍

7.1.1 行业定义

7.1.2 行业特点

7.1.3 发展历程

7.1.4 产业特征

7.2 2014-2016年中国数字音乐市场的发展

7.2.1 市场规模

7.2.2 用户分析

7.3 2014-2016年中国移动数字音乐发展分析

7.3.1 市场规模

7.3.2 市场结构

7.3.3 用户分析

7.4 2014-2016年中国数字音乐产业收费分析

7.4.1 收费现状

7.4.2 收费竞争

7.4.3 付费模式

7.5 中国数字音乐产业版权分析

7.5.1 版权变革历程

7.5.2 版权重要性分析

7.5.3 盗版危害分析

7.5.4 版权问题现状

7.5.5 版权管理对策

7.6 中国数字音乐产业面临的问题及对策

7.6.1 盗版侵权严重

7.6.2 保障机制落后

7.6.3 内容创新不足

7.6.4 商业模式陈旧

7.6.5 产业发展对策

7.7 中国数字音乐产业发展趋势分析

7.7.1 市场规模预测

7.7.2 互联网新变革

7.7.3 开放音乐平台

7.7.4 “音乐云”服务

第八章 2014-2016年中国数字动漫产业发展分析

8.1 2014-2016年中国数字动漫产业运行

8.1.1 产业定义

8.1.2 发展现状

8.1.3 市场规模

8.2 2014-2016年中国手机动漫产业发展分析

8.2.1 发展现状

8.2.2 发展机遇

8.2.3 市场预测

8.3 中国数字动漫产业面临的问题及对策

8.3.1 依靠补贴生存

8.3.2 产业结构失调

8.3.3 下游开发困难

8.3.4 缺乏高端人才

8.3.5 发展的对策

8.4 中国数字动漫产业发展趋势分析

8.4.1 发展主要任务

8.4.2 发展前景分析

8.4.3 大动漫趋势

第九章 2014-2016年中国数字电视产业发展分析

9.1 数字电视相关概述

9.1.1 数字电视的定义

9.1.2 数字电视的分类

9.1.3 优势分析

9.1.4 产业链结构

9.2 2014-2016年中国数字电视产业运行分析

9.2.1 发展历程

9.2.2 影响因素

9.2.3 发展现状

9.2.4 市场规模

9.2.5 市场占有率

9.3 中国数字电视行业投资壁垒分析

9.3.1 技术壁垒

9.3.2 人才壁垒

9.3.3 资金壁垒

9.3.4 退出壁垒

9.3.5 客户资源壁垒

9.4 “十三五”中国数字电视产业规划展望

9.4.1 产业面临的形势

9.4.2 发展思路及目标

9.4.3 发展重点

9.4.4 重大工程

9.4.5 保障措施

第十章 2014-2016年中国数字内容产业重点城市发展

10.1 北京市

10.1.1 发展现状

10.1.2 产业基础

10.1.3 发展优势

10.1.4 产业基地

10.1.5 面临的问题

10.2 上海市

10.2.1 发展历程

10.2.2 发展现状

10.2.3 管理体系

10.2.4 制度改革

10.2.5 发展规划

10.3 深圳市

10.3.1 发展现状

10.3.2 政策支持

10.3.3 产业特点

10.3.4 基地建设

10.4 西安市

10.4.1 发展优势

10.4.2 面临的挑战

10.4.3 发展的对策

10.5 贵阳市

10.5.1 发展现状

10.5.2 产业园规划

10.5.3 发展能力

10.5.4 合作创新

第十一章 2014-2016年数字内容产品模式分析

11.1 数字内容产品商业模式

11.1.1 定价策略

11.1.2 收费对象

11.1.3 收费模式

11.2 中国数字内容产业的商业模式

11.2.1 商业价值

11.2.2 价值网络

11.2.3 价值维护

11.2.4 价值实现

11.3 中国数字出版盈利模式分析

11.3.1 盈利模式

11.3.2 基于市场细分的盈利模式

11.3.3 基于长尾理论的盈利模式

11.3.4 面临的困境

11.3.5 模式发展预测

11.4 中国数字游戏盈利模式分析

11.4.1 盈利模式

11.4.2 收费方式

11.4.3 影响因素

11.4.4 买断制模式

11.4.5 模式趋势分析

11.5 中国数字音乐盈利模式分析

11.5.1 市场模式

11.5.2 付费模式

11.5.3 社交模式

11.5.4 广告游戏模式

11.5.5 增值服务模式

11.5.6 模式发展趋势

11.6 中国数字动漫盈利模式分析

11.6.1 “6+1”盈利模式

11.6.2 有效性分析

11.6.3 途径分析

第十二章 数字内容产业链分析

12.1 数字内容产业链基本形态

12.1.1 产业链结构

12.1.2 价值链分析

12.1.3 产业链特征

12.1.4 产业链生态网络

12.2 数字内容产业链主导模式

12.2.1 内容商主导

12.2.2 网络运营商主导

12.2.3 终端商主导

12.3 数字内容产业链关键环节分析

12.3.1 内容创造环节

12.3.2 内容制作环节

12.3.3 内容营销环节

12.4 数字内容产业链竞合关系分析

12.4.1 合作基础

12.4.2 竞争原因

12.4.3 产业链竞合关系

12.5 2014-2016年中国数字出版产业链分析

12.5.1 产业链介绍

12.5.2 基本特点分析

12.5.3 分工思路分析

12.5.4 整合模式分析

12.5.5 存在的问题

12.6 2014-2016年中国数字游戏产业链分析

12.6.1 产业链介绍

12.6.2 特点分析

12.6.3 结构分析

12.6.4 价值分析

12.7 2014-2016年中国数字动漫产业链分析

12.7.1 产业链介绍

12.7.2 完善机制

12.7.3 关键因素

12.7.4 面临的问题

第十三章 2014-2016年数字内容相关产业发展分析

13.1 2014-2016年大数据产业发展分析

13.1.1 产业现状

13.1.2 市场规模

13.1.3 发展趋势分析

13.1.4 市场规模预测

13.2 2014-2016年互联网行业发展分析

13.2.1 市场分析

13.2.2 并购分析

13.2.3 “十三五”规划

13.2.4 行业规模预测

13.2.5 发展趋势分析

第十四章 2014-2016年中国数字内容重点企业发展

14.1 数字内容产业重点企业

14.1.1 百度

14.1.2 新浪

14.1.3 网易

14.1.4 腾讯

14.1.5 盛大

14.2 数字出版业重点企业

14.2.1 万方数据股份有限公司

14.2.2 北京方正阿帕比技术有限公司

14.2.3 中国出版集团公司

14.2.4 江西省出版集团公司

14.3 数字动漫业重点企业

14.3.1 环球数码创意控股有限公司

14.3.2 湖南三辰卡通集团有限公司

14.3.3 浙江中南卡通股份有限公司

14.3.4 广东原创动力文化传播有限公司

14.4 数字电视业重点企业

14.4.1 中视传媒股份有限公司

14.4.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司

14.4.3 北京歌华有限电视网络有限公司

14.4.4 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

第十五章 中国数字内容产业投融资及趋势越策

15.1 中国数字内容产业投融资分析

15.1.1 融资渠道分析

15.1.2 投资目标分析

15.1.3 融资趋势分析

15.2 中国数字内容产业发展前景及规模预测

15.2.1 发展前景

15.2.2 规模预测

15.3 中国数字内容产业发展趋势分析

15.3.1 融合趋势

15.3.2 合作趋势

15.3.3 付费订阅趋势

图表目录：

图表1 数字内容产品消费图示

图表2 全球数字内容消费分布

图表3 全球主要国家数字内容消费增长趋势

图表4 全球iOS和Android平台音乐应用消费

图表5 全球主要国家音乐应用消费增长

图表6 电影相关应用收入比例

图表7 电影相关应用收入模式比例

图表8 全球主要市场数字游戏增长趋势

图表9 2016年全球主要市场的数字内容消费和人口比例

图表10 全球主要市场的设备普及率和数字内容消费额比较

图表11 2017-2022年全球电子书阅读器出货量预测

图表12 美国主要信息产品贸易情况

图表13 美国部分数字化产业海外和国内投资情况

图表14 2011-2016年美国数字游戏市场销售额

图表15 2012-2016年日本游戏市场规模

图表16 2012-2016年日本手机游戏市场规模

图表17 两岸数字内容产业的SWOT分析

图表18 数字游戏政策法规的分类

图表19 各国际组织下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表20 世界工业生产同比增长率

图表21 三大经济体GDP环比增长率(%)

图表22 世界及主要经济体GDP同比增长率

图表23 三大经济体零售额同比增长率

图表24 世界贸易量同比增长率

图表25 波罗的海干散货运指数

图表26 世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表27 美国、日本和欧元区失业率

图表28 2016年全球需求仍处于较低水平

图表29 2016年降息经济体

图表30 2016年升息经济体

图表31 美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表32 国际市场初级产品价格名义指数走势(2010=100)

图表33 欧元区CPI上涨率

图表34 四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测

图表35 2015年年末全国人口数及其构成

图表36 2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表37 2010-2016年城镇新增就业人数

图表38 2014-2016年国家全员劳动生产率

图表39 2016年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表40 2014-2016年全国一般公共预算收入

图表41 2014-2016年全国粮食产量增长情况

图表42 2014-2016年全部工业增加值及其增长情况

图表43 2014-2016年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表44 2014-2016年全社会固定资产投资规模

图表45 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表46 2016年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表47 2014-2016年社会消费品零售总额

图表48 2014-2016年我国货物进出口总额

图表49 2016年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表50 2016年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表51 2014-2016年固定互联网宽带及移动宽带用户规模

图表52 2016年人口及其构成

图表53 2014-2016年城镇新增就业人口

图表54 2014-2016年农村居民人均纯收入

图表55 2014-2016年城镇居民人均可支配收入

图表56 2014-2016年中国居民家庭恩格尔系数

图表57 2014-2016年全国信息化发展指数情况比较

图表58 2016年我国各省市信息化发展指数

图表59 中国数字内容产业发展重要时点

图表60 数字世界和云

图表61 国内外CEO数字领域活跃度对比

图表62 中国行业CIO与CMO关系密切度调查

图表63 中国行业数字化发展策略调查

图表64 数字游戏分类（按游戏类别）

图表65 数字游戏分类（按游戏方式）

图表66 2014-2016年中国数字游戏市场规模

图表67 2016年中国智能移动数字游戏操作系统分布

图表68 2016年中国数字游戏用户性别比例

图表69 2016年中国数字游戏用户年龄分布

图表70 2016年中国数字游戏用户学历构成

图表71 2016年中国数字游戏用户职业构成

图表72 2016年中国数字游戏用户收入分布

图表73 2016年中国数字游戏用户地域分布

图表74 2016年中国数字游戏用户游戏场景分析

图表75 2014-2016年网络游戏和手机网络游戏用户规模

图表76 不同游戏年限用户比例和不同游戏年限用户游戏时间变化

图表77 各类游戏用户比例

图表78 网民游戏用户性别结构

图表79 网民游戏用户年龄结构

图表80 网民游戏用户学历结构

图表81 网民游戏用户收入结构

图表82 网民游戏用户城乡结构

图表83 游戏重合用户年龄结构

图表84 游戏重合用户学历结构

图表85 游戏重合用户收入结构

图表86 各类游戏用户游戏年限

图表87 各类游戏用户游戏频率

图表88 各类游戏用户平均每次游戏时长

图表89 客户端网络游戏用户和手机游戏用户游戏偏好类型

图表90 网页游戏用户和单机游戏用户偏好类型

图表91 各类游戏用户付费比例

图表92 各类游戏用户具体花费情况

图表93 各类游戏用户未来半年继续此类游戏意愿

图表94 非此类游戏用户未来半年该类游戏意愿

图表95 不同游戏年限用户年龄特征

图表96 不同游戏年限用户游戏频率

图表97 不同游戏年限用户平均每次游戏时长

图表98 不同游戏年限用户游戏偏好

图表99 2011-2017年中国数字游戏市场规模预测

图表100 2011-2017年中国数字游戏市场结构预测

图表101 2011-2017年中国移动数字游戏市场结构预测

图表102 2008-2017年中国客户端网络游戏市场销售收入

图表103 2008-2017年中国客户端网络游戏市场占有率情况

图表104 2008-2017年中国大型角色扮演类客户端网络游戏销售收入

图表105 中国数字音乐用户年龄分布

图表106 中国数字音乐用户性别分布

图表107 中国数字音乐用户学历分布

图表108 中国数字音乐用户职业分布

图表109 中国数字音乐用户收入分布

图表110 中国数字音乐用户对广告态度

图表111 中国数字音乐用户接受广告形式调查

图表112 中国数字音乐用户最常使用K歌平台

图表113 2016年用户对手机音乐APP满意度

图表114 2016年手机音乐APP满意度累计用户市场份额

图表115 2017-2022年中国数字音乐行业发展规模预测

图表116 2009-2016年中国数字动漫电影市场票房

图表117 2006-2016年全国有线电视用户数

图表118 2006-2016年全国数字电视用户数和增长情况

图表119 IPTV用户数量统计

图表120 北京市中关村数字内容产业资源来源构成

图表121 数字内容产品收费系统的三边关系

图表122 2012-2016年全球《激战2》营收

图表123 2012-2016年各游戏营收占比

图表124 2012-2016年空中网用户关注度

图表125 2016年中国《激战2》日覆盖人数

图表126 2016年中国《激战2》月覆盖人数

图表127 2016年中国《激战2》官网月度浏览时长

图表128 2013-2016年《魔兽世界》月度覆盖人数

图表129 2013-2016年《魔兽世界》月度使用时长

图表130 数字内容产业链

图表131 数字内容产业形成路径

图表132 数字内容产业价值链形成流程

图表133 数字内容产业价值链此乃工程关键流程

图表134 内容主导产业链模式SWOT分析

图表135 网络运营商主导产业链模式示意图

图表136 终端商主导产业链模式SWOT分析

图表137 终端商主导模式示意图

图表138 终端商主导产业链模式SWOT分析

图表139 数字出版产业链主体及流程

图表140 中国数字游戏产业链图

图表141 中国企业每月新增数据规模

图表142 中国企业大数据服务商

图表143 中国企业大数据部署规划

图表144 中国企业大数据选型影响因素

图表145 中国企业大数据产品类型

图表146 中国企业大数据存储和处理难点

图表147 中国企业大数据面临挑战类型

图表148 中国企业大数据需解决的问题

图表149 2010-2016年中国云计算市场规模

图表150 2011-2016年中国大数据服务市场规模

图表151 中国企业大数据技术趋势调查

图表152 中国企业大数据分析功能调查

图表153 中国互联网用户花费时间

图表154 中国互联网用户时间分配

图表155 中国互联网用户网络活动调查

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/309336.html>