

2015-2020年中国数字内容 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国数字内容市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qtIT1411/C447755BPR.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国数字内容市场深度调研与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了数字内容的相关概念，接着分析了全球数字内容的发展状况，然后对中国数字内容产业发展环境及现状进行了详实的分析，并具体介绍了数字出版、数字游戏、数字音乐、数字动漫等细分行业的发展。随后，报告对数字内容区域市场、产品模式、产业链以及重点企业进行了分析。最后重点解析了数字内容的投融资状况，并对其未来发展前景进行了科学的预测。数字内容产业是现代意义上的信息内容产业，是一种基于数字化、多媒体和网络技术，利用信息资源和其他相关资源，创作、开发、分发、销售信息产品与服务的产业。数字内容产品与传统内容产品的最大区别在于它的互动性。

随着经济全球化的深入发展和信息化技术的广泛应用，以数字技术为载体的内容文化产业迅速崛起，将各种文化资源与最新的数字技术相结合，融会重铸，建立新的生产和消费方式，产生新的产业群落，并以高端技术带动传统产业更新换代实现数字化，创造出惊人价值，同时还会不断产生新的产业，衍生新的产品。数字内容产业不仅能够产生丰厚的经济效益，也能促进中华民族文化的宏扬，国家形象的塑造和提升。

2014年全球数字内容产业的总体规模达570亿美元，同比增长30%。按照区域分析，发达国家凭借其在信息技术和创意内容方面的领先，依然引领着数字内容产业的发展。美国全面领跑，北欧在发达程度、创新力方面遥遥领先，英国不断发展其在创意产业方面的优势，日本韩国通过国家政策进一步提升其数字内容产业的国际竞争力。发展中国家也在通过政策创新、技术创新、文化创新等不断提升其数字内容产业的规模和全球竞争力，尤其是中国、巴西等金砖国家，更是凭借其在用户市场的优势成为全球数字内容产业的增长点。

中国数字内容产业起步较晚，但从市场规模和增长率来看，其发展十分迅速，目前市场规模已经超过了3000亿元。随着国家政策的积极推进，加上近几年来数字信息处理技术及网络载体的蓬勃发展，我国的数字内容产业也逐渐步入了发展的快轨。

总体来看，在技术推动、需求拉动、国家助推、资本驱动等因素的主导下，未来全球数字内容产业将呈现以下趋势：发展中国家市场将进一步扩大，成为全球的增长点；移动技术将进一步改变产业格局；内容本土化竞争加剧；信息技术发展更快，3D打印、全息成像、可穿戴技术等会进一步影响内容市场；数字原生带崛起，成为消费主力军。未来几年，中国数字内容产业仍将有望保持30%以上的高速增长态势。

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 2013-2014年国际数字内容产业发展分析

2.1 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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（Economic）环境

3.2.1 国内生产总值

3.2.2 进出口总额

3.2.3 固定资产投资

3.2.4 社会融资规模

3.3 社会（Social）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

3.4 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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国数字出版产业运行分析

5.2.1 2014年行业规模

5.2.2 2014年行业规模

5.2.3 2014年发展现状

5.3 2013-2014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 手机阅读市场结构

5.4 2013-2014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 “十二五”中国数字出版行业规划分析

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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国数字动漫产业发展分析

8.1 2013-2014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 2013-2014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 市场规模预测

8.4.4 大动漫趋势

第九章 2013-2014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 2013-2014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 “十二五”中国数字电视产业规划分析

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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年数字内容相关产业发展分析

- 13.1 2013-2014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 2013-2014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 “十二五”规划
 - 13.2.4 行业规模预测
 - 13.2.5 发展趋势分析

第十四章 2013-2014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 博思数据关于中国数字内容产业投融资及趋势分析

- 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 中国数字内容产业未来规模预测
 - 15.2.1 市场规模预测
 - 15.2.2 数字化增长预测
- 15.3 中国数字内容产业发展前景及趋势分析
 - 15.3.1 发展前景
 - 15.3.2 融合趋势
 - 15.3.3 合作趋势
 - 15.3.4 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 2014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 2013-2014年电影相关应用收入前十名收入比例
- 图表7 2012-2013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 2014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 2010-2016年全球电子书阅读器出货量预测
- 图表12 2014年英国游戏细分产业产值
- 图表13 2014年英国游戏细分平台所占时间比
- 图表14 2014年英国游戏细分平台所占时间比
- 图表15 2012、2013法国音乐市场销售总额对比分析
- 图表16 2014年以来法国数字音乐市场销售总额分配情况
- 图表19 美国主要信息产品贸易情况
- 图表20 美国部分数字化产业海外和国内投资情况

- 图表21 2013-2014年美国数字游戏市场销售额
- 图表22 2013-2014年日本游戏市场规模
- 图表23 2013-2014年日本手机游戏市场规模
- 图表24 2012-2016日本智能手机游戏市场规模预测
- 图表25 两岸数字内容产业的SWOT分析
- 图表26 数字游戏政策法规的分类
- 图表27 2013-2014年国内生产总值及其增长速度
- 图表28 2013-2014年货物进出口总额
- 图表29 2014年固定资产投资（不含农户）增速
- 图表30 2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度
- 图表31 2014年年末人口及其构成
- 图表32 2013-2014年城镇新增就业人口
- 图表33 2013-2014年农村居民人均纯收入
- 图表34 2013-2014年城镇居民人均可支配收入
- 图表35 2013-2014年上半年全国居民消费价格变动
- 图表36 2014年5月份居民消费价格分类同比变化
- 图表37 2001-2014年中国居民家庭恩格尔系数
- 图表38 中国数字内容产业发展重要时点
- 图表39 2014年消费者影响
- 图表40 2014年未受保护数据
- 图表41 2014年大数据机遇
- 图表42 2014年数字世界和云
- 图表43 国内外CEO数字领域活跃度对比
- 图表44 中国行业CIO与CMO关系密切度调查
- 图表45 中国行业数字化发展策略调查
- 图表46 2014年第十一次全国国民阅读调查结果
- 图表47 2011-2014年中国手机阅读市场用户规模
- 图表48 2013-2014年中国手机阅读市场规模
- 图表49 2014年中国手机阅读用户阅读内容调查
- 图表50 2014年中国手机阅读用户职业分布
- 图表51 2014年中国手机阅读用户学历分布
- 图表52 2014年中国手机阅读用户月收入水平分布

图表53 2014年中国手机阅读用户付费内容意愿调查

图表54 数字游戏分类（按游戏类别）

图表55 数字游戏分类（按游戏方式）

图表56 2013-2014年一季度中国数字游戏市场规模

图表57 2014年中国智能移动数字游戏操作系统分布

图表58 2014年中国数字游戏用户性别比例

图表59 2014年中国数字游戏用户年龄分布

图表60 2014年中国数字游戏用户学历构成

图表61 2014年中国数字游戏用户职业构成

图表62 2014年中国数字游戏用户收入分布

图表63 2014年中国数字游戏用户地域分布

图表64 2014年中国数字游戏用户游戏场景分析

图表65 2013-2014年网络游戏和手机网络游戏用户规模

图表66 中国网络游戏用户数及网民使用率

图表67 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68 各类游戏用户比例

图表69 网民游戏用户性别结构

图表70 网民游戏用户年龄结构

图表71 网民游戏用户学历结构

图表72 网民游戏用户收入结构

图表73 网民游戏用户城乡结构

图表74 游戏重合用户性别结构

图表75 游戏重合用户年龄结构

图表76 游戏重合用户学历结构

图表77 游戏重合用户收入结构

图表78 各类游戏用户游戏年限

图表79 各类游戏用户游戏频率

图表80 各类游戏用户平均每次游戏时长

图表81 客户端网络游戏用户和手机游戏用户游戏偏好类型

图表82 网页游戏用户和单机游戏用户偏好类型

图表83 各类游戏用户付费比例

图表84 各类游戏用户具体花费情况

图表85 各类游戏用户未来半年继续此类游戏意愿

图表86 非此类游戏用户未来半年该类游戏意愿

图表87 不同游戏年限用户年龄特征

图表88 不同游戏年限用户游戏频率

图表89 不同游戏年限用户平均每次游戏时长

图表90 不同游戏年限用户游戏偏好

图表91 2011-2017年中国数字游戏市场规模预测

图表92 2011-2017年中国数字游戏市场结构预测

图表93 2011-2017年中国移动数字游戏市场结构预测

图表100 2014年中国数字音乐用户年龄分布

图表101 2014年中国数字音乐用户性别分布

图表102 2014年中国数字音乐用户学历分布

图表103 2014年中国数字音乐用户职业分布

图表104 2014年中国数字音乐用户收入分布

图表105 2014年中国数字音乐用户对广告态度

图表106 2014年中国数字音乐用户接受广告形式调查

图表107 2014年中国数字音乐用户最常使用K歌平台

图表108 2014年一季度用户对手机音乐APP满意度

图表109 2014年一季度手机音乐APP满意度累计用户市场份额

图表110 2013-2014年一季度音乐销售额增长率

图表111 2007-2014年流媒体服务占音乐行业总收入的比例

图表112 用户获取音乐的途径

图表113 移动音乐播放器使用率

图表114 移动音乐播放器好评榜

图表115 用户希望移动音乐播放器提升功能分析

图表116 用户每月主动获得音乐的频率

图表117 用户每个月在音乐上的花费

图表118 2014-2019年中国数字音乐行业发展规模预测

图表119 2013-2014年中国数字动漫电影市场票房

图表120 2006-2014年全国有线电视用户数

图表121 2006-2014年全国数字电视用户数和增长情况

图表122 IPTV用户数量统计

图表124 北京市中关村数字内容产业资源来源构成

图表125 数字内容产品收费系统的三边关系

图表126 2013-2014年全球《激战2》营收

图表127 2013-2014年各游戏营收占比

图表128 2013-2014年空中网用户关注度

图表129 2014年中国《激战2》日覆盖人数

图表130 2014年中国《激战2》月覆盖人数

图表131 2014年中古哦《激战2》官网月度浏览时长

图表132 2013-2014年《魔兽世界》月度覆盖人数

图表133 2013-2014年《魔兽世界》月度使用时长

图表134 数字内容产业链

图表135 数字内容产业形成路径

图表136 数字内容产业价值链形成流程

图表137 数字内容产业价值链此乃工程关键流程

图表138 内容主导产业链模式SWOT分析

图表139 网络运营商主导产业链模式示意图

图表140 终端商主导产业链模式SWOT分析

图表141 终端商主导模式示意图

图表142 终端商主导产业链模式SWOT分析

图表143 数字出版产业链主体及流程

图表144 中国数字游戏产业链图

图表145 中国企业每月新增数据规模

图表146 中国企业大数据服务商

图表147 中国企业大数据部署规划

图表148 中国企业大数据选型影响因素

图表149 中国企业大数据产品类型

图表150 中国企业大数据存储和处理难点

图表151 中国企业大数据面临挑战类型

图表152 中国企业大数据需解决的问题

图表153 2010-2015中国云计算市场规模

图表154 2011-2016中国大数据服务市场规模

图表155 中国企业大数据技术趋势调查

图表156 中国企业大数据分析功能调查

图表157 中国互联网用户花费时间

图表158 中国互联网用户时间分配

图表159 中国互联网用户网络活动调查

图表160 互联网移动用户百分比调查

图表161 2011-2015年全球互联网用户数量预测

图表162 2011-2015年中国互联网用户群体调查

图表163 2009-2020中国数字世界规模增长预测

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、工信部、中华人民共和国文化部以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对数字内容产业有个系统深入的了解、或者想投资数字内容市场，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtIT1411/C447755BPR.html>