

2016-2022年中国数字内容行业运行态势及十三五 盈利空间评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国数字内容行业运行态势及十三五盈利空间评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243358243358.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

2013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。2015年1月，国内首个数字内容产业研究中心在北京成立，该中心的成立旨在聚合数字内容产业发展信息，深度挖掘信息价值，推动相关学科研究和应用研究，为数字产业内容发展提供知识资源。

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、可穿戴技术等将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。

《2016-2022年中国数字内容行业运行态势及十三五盈利空间评估报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

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 2013-2015年国际数字内容产业发展分析

2.1 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国数字出版产业运行分析

5.2.1 2013年行业运行分析

5.2.2 2014年行业运行分析

5.2.3 2015年行业运行动态

5.3 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国数字动漫产业发展分析

8.1 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年数字内容相关产业发展分析

13.1 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013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 2012-2013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 2013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 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 2011-2013年美国数字游戏市场销售额
- 图表15 2012-2013年日本游戏市场规模
- 图表16 2012-2014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 2014年全球需求仍处于较低水平
- 图表29 2014年降息经济体
- 图表30 2014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 2014年年末全国人口数及其构成
- 图表36 2010-2014年国内生产总值及其增长速度
- 图表37 2010-2014年城镇新增就业人数
- 图表38 2010-2014年国家全员劳动生产率
- 图表39 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表40 2010-2014年全国一般公共预算收入
- 图表41 2010-2014年全国粮食产量增长情况
- 图表42 2010-2014年全部工业增加值及其增长情况
- 图表43 2010-2014年全社会建筑业增加值及其增长速度
- 图表44 2010-2014年全社会固定资产投资规模
- 图表45 2014年分行业固定资产投资(不含农户)及其增速

图表46 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表47 2010-2014年社会消费品零售总额

图表48 2010-2014年我国货物进出口总额

图表49 2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表50 2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表51 2010-2014年固定互联网宽带及移动宽带用户规模

图表52 2013年年末人口及其构成

图表53 2009-2013年城镇新增就业人口

图表54 2009-2013年农村居民人均纯收入

图表55 2009-2013年城镇居民人均可支配收入

图表56 2001-2013年中国居民家庭恩格尔系数

图表57 2013-2014年全国信息化发展指数情况比较

图表58 2014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 2012-2014年中国数字游戏市场规模

图表67 2013年中国智能移动数字游戏操作系统分布

图表68 2013年中国数字游戏用户性别比例

图表69 2013年中国数字游戏用户年龄分布

图表70 2013年中国数字游戏用户学历构成

图表71 2013年中国数字游戏用户职业构成

图表72 2013年中国数字游戏用户收入分布

图表73 2013年中国数字游戏用户地域分布

图表74 2013年中国数字游戏用户游戏场景分析

图表75 2013-2014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 2014年用户对手机音乐APP满意度

图表114 2014年手机音乐APP满意度累计用户市场份额

图表115 2014-2019年中国数字音乐行业发展规模预测

- 图表116 2009-2013年中国数字动漫电影市场票房
- 图表117 2006-2013年全国有线电视用户数
- 图表118 2006-2013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 2012-2013年全球《激战2》营收
- 图表123 2012-2013年各游戏营收占比
- 图表124 2012-2013年空中网用户关注度
- 图表125 2013年中国《激战2》日覆盖人数
- 图表126 2013年中国《激战2》月覆盖人数
- 图表127 2013年中古哦《激战2》官网月度浏览时长
- 图表128 2013-2014年《魔兽世界》月度覆盖人数
- 图表129 2013-2014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 2010-2015中国云计算市场规模
- 图表150 2011-2016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

图表详见正文 • • • • • (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243358243358.html>