

2021年中国数字创意市场分析报告- 市场规模与未来商机分析

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《2021年中国数字创意市场分析报告-市场规模与未来商机分析》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/wentibangong/545259545259.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

数字创意产业是现代信息技术与文化创意产业逐渐融合而产生的一种新经济形态，与传统文化创意产业以实体为载体进行艺术创作不同，数字创意产业以CG等现代数字技术为主要工具，强调团队或个人通过技术、创意和产业化的方式进行数字内容开发、视觉设计、策划和创意服务等。

从2016年“数字创意产业”概念被提出以来，从中央到地方，政策红利频出，数字创意相关市场繁荣发展。

1、行业主管部门和监管体制

数字创意行业相关的主管部门主要为文化和旅游部、工业和信息化部、国家发改委以及住房和城乡建设部。

文化和旅游部的主要职责是拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展，推进对外文化产业交流与合作。

国家发改委主要管理职责是制定产业发展的战略规划和政策，对产业的发展进行宏观调控；按规定权限审核重大建设项目；推进产业发展项目、产业基地建设等相关工作。

住房和城乡建设部主要职责包含组织制定工程建设实施阶段的国家标准，制定和发布工程建设全国统一定额和行业标准；指导全国建筑活动，组织实施房屋和市政工程项目招标投标活动的监督执法，拟订勘察设计、实施、建设监理的法规和规章并监督和指导实施，拟订规范建筑市场各方主体行为的规章制度并监督执行；研究拟订城市建设的政策、规划并指导实施等。

中国展览馆协会和地方性数字创意产业协会作为行业自律性组织对行业进行自律管理。中国展览馆协会是全国性展览行业组织，主要负责组织不同主题的论坛活动，提供政府与业界信息与交流的平台；促进展览业的改革发展，推进展览行业经营机制转换，提高展览行业的社会效益和经济效益等。

行业是市场化程度较高的行业，政府部门仅对行业实行行业宏观管理，业内企业完全按照市场化方式运营。

2、行业主要政策和法律法规

序号

发布时间

发布单位

政策名称

相关内容

1

2020年

文化和旅游部

《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》

支持文化文物单位与融媒体平台、数字文化企业合作，运用 5G、VR/AR、人工智能、多媒体等数字技术开发馆藏资源，发展“互联网+展陈”新模式，打造一批博物馆、美术馆数字化展示示范项目，开展虚拟讲解、艺术普及和交互体验等数字化服务，提升美育的普及性、便捷性。支持展品数字化采集、图像呈现、信息共享、按需传播、智慧服务等云展览共性、关键技术研究与应用。

2

2020 年

中央文改领导小组

《关于做好国家文化大数据体系建设工作通知》

以旅游景区、游乐园、城市广场等为目标，建设具有一定空间规模的文化体验园，把地域文化、红色文化从博物馆和纪念馆“活化”到文化体验园，促进文化和旅游深度融合；以城市购物中心、中小学幼儿园、公共文化机构、城市社区等为目标，建设技术含量高、传播力强的文化体验馆，使其成为爱国主义教育、文化传承传播、大众学习鉴赏的重要场所，推动红色文化、传统文化进社区、进校园、进商场。

3

2020 年

国家发改委、科技部、工信部、财政部

《关于扩大战略性新兴产业投资 培育壮大新增长点增长极的指导意见》

鼓励数字创意产业与生产制造、文化教育、旅游体育、健康医疗与养老、智慧农业等领域融合发展，激发市场消费活力。建设一批数字创意产业集群，加强数字内容供给和技术装备研发平台，打造高水平直播和短视频基地、一流电竞中心、高沉浸式产品体验展示中心，提供 VR 旅游、AR 营销、数字文博馆、创意设计、智慧广电、智能体育等多元化消费体验。

4

2020 年

广东省工业和信息化厅、中共广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅、广东省广播电视局、广东省体育局

《广东省培育数字创意战略性新兴产业集群行动计划（2021—2025 年）》

推动数字创意与生产制造、文化教育、旅游会展、生活健康等各领域的融合渗透，鼓励跨行业跨领域合作，提高产品附加值。在生产制造领域，发展基于精品 IP 形象授权的品牌塑造和服装、玩具等衍生品制造。在文化教育领域，开发推广数字化文博系统、数字文化产品、数字教育产品，推动文化遗产数字化保护利用。在旅游会展领域，发展主题公园、虚拟展示等新模式，推动“线上数字经济+线下实体会展”融合转型。

5

2019 年

科技部、中央宣传部、中央网信办、财政部、文化和旅游部、广播电视总局

《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》

到 2025 年，基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系，实现文化和科技深度融合。并从加强文化共性关键技术研发、加强文化大数据体系建设、促进内容生产和传播手段现代化等八个方面提出文化和科技深度融合的重点任务。

6

2019 年

广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅

《广东省关于加快文化产业发展的若干政策意见》

大力发展创意设计服务业，推动文化创意与建筑设计相结合；推动文化企业整合各类优质文化资源，跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，在内容创作生产、创意设计服务等领域打造一批具有全国竞争力的文化企业

7

2018 年

广州市人民政府办公厅

《关于加快文化产业创新发展的实施意见》

积极申请本市加入联合国全球创意城市网络城市之“设计之都”。推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务发展；支持处于成长期、发展前景广阔的中小文化企业在创业板、中小板、新三板上市，打造若干在各自领域具有核心竞争力的龙头企业

8

2017 年

文化部

《文化部

“十三五”时期文化产业发展规划》

加快发展以文化创意内容为核心，依托数字技术进行创作、生产、传播和服务的数字文化产业，培育形成文化产业发展新亮点。提升动漫、游戏、创意设计、网络文化等新兴文化产业发展水平，大力培育基于大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术的新型文化业态，形成文化产业新的增长点；鼓励文化与建筑、地产等行业结合，以文化创意为引领，加强文化传承与创新，建设有文化内涵的特色城镇，提升城市公共空间、文化街区、艺术园区等人文空间规划设计品质。

9

2017 年

文化部

《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》

优化数字文化产业供给结构，提升数字文化产业文化内涵、技术水平和产品质量；依托文化文物单位馆藏文化资源开发数字文化产品，提高博物馆、图书馆、美术馆、文化馆等文化场馆的数字化智能化水平，创新交互体验应用，带动公共文化资源和数字技术融合发展。

10

2016 年

工信部

《软件和信息技术服务业发展规划（2016-2020 年）》

加快发展面向移动智能终端、智能网联汽车、机器人等平台的移动支付、位置服务、社交网络服务、数字内容服务以及智能应用、虚拟现实等新型在线运营服务。加快培育面向数字化营销、互联网金融、电子商务、游戏动漫、人工智能等领域的技术服务平台和解决方案。

11

2016 年

国务院

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

将数字创意列为战略性新兴产业，提出以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。到 2020 年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到 8 万亿元。

12

2015 年

国务院

《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

促进展览业改革发展，关键要坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局。到 2020 年，基本建成结构优化、功能完善、基础扎实、布局合理、发展均衡的展览业体系。

13

2014 年

国务院

《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》

统筹各类资源，加强协调配合，着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。依托丰厚文化资源，丰富创意和设计内涵，拓展物质和非物质文化遗产传承利用途径，促进文化遗产资源在与产业和市场的结合中实现传承和可持续发展。加强科技与文化的结合，促进创意和设计产品服务的生产、交易和成果转化，创造具

有中国特色的现代新产品，实现文化价值与实用价值的有机统一。

14

2014 年

文化部

《2014 年文化系统体制改革工作要点》

加快发展演出、娱乐、动漫、游戏、数字文化等产品市场，有序发展产权、版权、技术、信息等要素市场；制定出台推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展配套政策措施及推动特色文化产业发展的指导性文件，制定深化文化金融合作、扶持小微文化企业的专项政策，研究拉动文化消费的政策措施，加快完善文化产业政策体系。

15

2012 年

科技部、中

宣部、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署

《国家文化科技创新工程纲要》

加强文化创意设计与展示自主核心技术和备研发，形成整体技术集成解决方案；研究文化科技与相关产业融合发展的集成技术，增加相关产业文化科技含量，促进创新文化建设；结合国家公共文化服务体系建设，加强农家书屋、文化馆、图书馆、博物馆、科技馆等文化公共服务平台的网络化和数字化建设；依托国家高新技术产业开发区、国家可持续发展实验区等，建立一批各具特色的国家级文化和科技融合示范基地；把文化科技重大项目纳入国家相关科技发展规划和计划，予以持续稳定支持，支持开展文化科技创新。

16

2011 年

中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议

《中共中央关于深化文化体制改革

革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

努力建设社会主义文化强国，要大力发展公益性文化事业，保障人民基本文化权益，要构建公共文化服务体系；加强博物馆、图书馆、美术馆、科技馆、纪念馆等公共文化服务设施和爱国主义教育示范基地建设。

17

2011 年

文化部

《关于推进文化企业境内上市有关工作的通知》

各级文化行政部门要充分认识借助资本市场发展文化产业的重要性，积极转变管理方式和服务方式，鼓励文化企业探索利用多层次、多渠道的融资手段，引导有条件的优质文化企业通

过公开发行股票直接融资，进一步完善文化市场主体。

18

2009 年

国务院

《文化产业振兴规划》

以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展；以文化企业为主体，加大政策扶持力度，充分调动社会各方面的力量，加快建设一批具有重大示范效应和产业拉动作用的重大文化产业项目；开发与文化结合的教育培训、健身、旅游、休闲等服务性消费，带动相关产业发展。

19

2009 年

文化部

《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》

艺术创意和设计是文化产业的发展方向和发展重点。要大力发展平面设计、外观设计、工艺美术设计、雕塑设计、服装设计及展览设计，提升设计创意能力和水平。资料来源：观研天下整理

（2）主要法律法规

序号

法律法规名称

生效/修订时间

相关内容

1

《建设工程安全生产管理条例》（国务院令 393 号）

2004 年 2 月 1 日

健全和完善了建设工程安全生产的法律体系，规范和提高了从事建筑活动主体的安全生产行为，明确了对建设工程安全生产的监督管理部门及其职责。

2

《安全生产许可证条例》（国务院令 653 号）

2014 年 7 月 29 日

严格规范安全生产条件，进一步加强安全生产监督管理，防止和减少生产安全事故。

3

《建筑业企业资质标准》（建市[2014]159 号）

2015 年 1

月 1 日

明确了建筑业企业资质各序列、类别、等级的资质标准，规范建筑市场秩序，加强建筑活动监管，保证建设工程质量，促进建筑业科学发展。

4

《中华人民共和国招标投标法》（主席令第86号）

2017年12月28日

规范了招标投标活动、调整在招标投标过程中产生的各种关系的法律法规。

5

《建筑业企业资质管理规定》（住建部令第45号）

2018年12月22日

明确了住建部负责全国建筑业企业资质的统一监督管理，对建筑业企业资质申请与许可、延续与变更、监督管理、法律责任等作出规定，加强建筑活动的监督管理，维护公共利益和建筑市场秩序，保证建设工程质量安全。

6

《建设工程质量管理条例》（国务院令第714号）

2019年4月23日

规范境内从事建设工程的新建、扩建、改建等有关活动及实施对建设工程质量监督管理。

7

《中华人民共和国建筑法》（主席令第29号）

2019年4月23日

规定了建筑工程招投标、建筑工程质量与安全管理、工程项目建设程序及建筑工程许可制度、工程监理制度等。资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国数字创意市场分析报告-市场规模与未来商机分析》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国数字创意行业发展概述

第一节 数字创意行业发展情况概述

- 一、数字创意行业相关定义
- 二、数字创意行业基本情况介绍
- 三、数字创意行业发展特点分析
- 四、数字创意行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、数字创意行业需求主体分析

第二节 中国数字创意行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、数字创意行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国数字创意行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国数字创意行业生命周期分析

- 一、数字创意行业生命周期理论概述
- 二、数字创意行业所属的生命周期分析

第四节 数字创意行业经济指标分析

- 一、数字创意行业的赢利性分析

- 二、数字创意行业的经济周期分析
- 三、数字创意行业附加值的提升空间分析

第五节 中国数字创意行业进入壁垒分析

- 一、数字创意行业资金壁垒分析
- 二、数字创意行业技术壁垒分析
- 三、数字创意行业人才壁垒分析
- 四、数字创意行业品牌壁垒分析
- 五、数字创意行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球数字创意行业市场发展现状分析

第一节 全球数字创意行业发展历程回顾

第二节 全球数字创意行业市场区域分布情况

第三节 亚洲数字创意行业地区市场分析

- 一、亚洲数字创意行业市场现状分析
- 二、亚洲数字创意行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲数字创意行业市场前景分析

第四节 北美数字创意行业地区市场分析

- 一、北美数字创意行业市场现状分析
- 二、北美数字创意行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美数字创意行业市场前景分析

第五节 欧洲数字创意行业地区市场分析

- 一、欧洲数字创意行业市场现状分析
- 二、欧洲数字创意行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲数字创意行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界数字创意行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球数字创意行业市场规模预测

第三章 中国数字创意产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品数字创意总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国数字创意行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国数字创意产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国数字创意行业运行情况

第一节 中国数字创意行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国数字创意行业市场规模分析

第三节 中国数字创意行业供应情况分析

第四节 中国数字创意行业需求情况分析

第五节 我国数字创意行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国数字创意行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国数字创意行业供需平衡分析

第八节 中国数字创意行业发展趋势分析

第五章 中国数字创意所属行业运行数据监测

第一节 中国数字创意所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国数字创意所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国数字创意所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国数字创意市场格局分析

第一节 中国数字创意行业竞争现状分析

一、中国数字创意行业竞争情况分析

二、中国数字创意行业主要品牌分析

第二节 中国数字创意行业集中度分析

一、中国数字创意行业市场集中度影响因素分析

二、中国数字创意行业市场集中度分析

第三节 中国数字创意行业存在的问题

第四节 中国数字创意行业解决问题的策略分析

第五节 中国数字创意行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国数字创意行业需求特点与动态分析

第一节 中国数字创意行业消费市场动态情况

第二节 中国数字创意行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 数字创意行业成本结构分析

第四节 数字创意行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国数字创意行业价格现状分析

第六节 中国数字创意行业平均价格走势预测

一、中国数字创意行业价格影响因素

二、中国数字创意行业平均价格走势预测

三、中国数字创意行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国数字创意行业区域市场现状分析

第一节 中国数字创意行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区数字创意市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数字创意市场规模分析

四、华东地区数字创意市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区数字创意市场规模分析

四、华中地区数字创意市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区数字创意市场规模分析

四、华南地区数字创意市场规模预测

第九章 2017-2021年中国数字创意行业竞争情况

第一节 中国数字创意行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国数字创意行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国数字创意行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 数字创意行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国数字创意行业发展前景分析与预测

第一节 中国数字创意行业未来发展前景分析

- 一、数字创意行业国内投资环境分析
- 二、中国数字创意行业市场机会分析
- 三、中国数字创意行业投资增速预测

第二节 中国数字创意行业未来发展趋势预测

第三节 中国数字创意行业市场发展预测

- 一、中国数字创意行业市场规模预测
- 二、中国数字创意行业市场规模增速预测
- 三、中国数字创意行业产值规模预测
- 四、中国数字创意行业产值增速预测
- 五、中国数字创意行业供需情况预测

第四节 中国数字创意行业盈利走势预测

- 一、中国数字创意行业毛利润同比增速预测
- 二、中国数字创意行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国数字创意行业投资风险与营销分析

第一节 数字创意行业投资风险分析

- 一、数字创意行业政策风险分析
- 二、数字创意行业技术风险分析
- 三、数字创意行业竞争风险分析
- 四、数字创意行业其他风险分析

第二节 数字创意行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国数字创意行业发展战略及规划建议

第一节 中国数字创意行业品牌战略分析

一、数字创意企业品牌的重要性

二、数字创意企业实施品牌战略的意义

三、数字创意企业品牌的现状分析

四、数字创意企业的品牌战略

五、数字创意品牌战略管理的策略

第二节 中国数字创意行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国数字创意行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国数字创意行业发展策略及投资建议

第一节 中国数字创意行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国数字创意行业营销渠道策略

一、数字创意行业渠道选择策略

二、数字创意行业营销策略

第三节 中国数字创意行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国数字创意行业重点投资区域分析
- 二、中国数字创意行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/545259545259.html>