

2018-2024年中国互联网数字阅读市场政策现状与发展商机分析研究报告

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《2018-2024年中国互联网数字阅读市场政策现状与发展商机分析研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/312211312211.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

1、行业主管部门和行业监管体制

互联网数字阅读是互联网信息技术行业和数字出版行业交叉形成的细分行业，行业行政主管部门主要有工业和信息化部、国家新闻出版广电总局、文化部、国家版权局等，行业自律监管机构包括中国版权协会、中国出版协会、中国音像与数字出版协会、中国互联网协会等。

工业和信息化部

中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”）和省、自治区、直辖市电信管理机构是我国互联网行业的政府主管部门。工信部的主要职责是：制定并组织实施行业规划、计划和产业政策；提出优化产业布局、结构的政策建议；起草相关法律法规草案，制定规章；拟订行业技术规范和标准并组织实施；指导行业质量管理工作；负责增值电信业务经营许可证的申请审批工作。

国家新闻出版广电总局

2013年3月前，原国家新闻出版总署对数字出版行业实施内容监督和行政许可管理。2013年3月国务院机构改革后，将国家新闻出版总署、国家广播电影电视总局的职责整合，组建国家新闻出版广电总局，承接原国家新闻出版总署对数字出版行业的监管职能。国家新闻出版广电总局的主要职责是：拟订新闻出版广播影视宣传的方针政策；起草新闻出版广播影视和著作权管理的法律法规草案；统筹规划新闻出版广播电影电视事业产业发展；监督管理新闻出版广播影视机构和业务以及出版物、广播影视节目的内容和质量；负责对互联网出版和开办手机书刊、手机文学业务等数字出版内容和活动进行监管；负责著作权管理和公共服务等。

文化部

文化部是我国负责文化、艺术事业的行政主管部门。文化部的主要职责是：拟订互联网文化市场发展及行政指引、政策和规划，指导文化市场综合执法工作，对提供互联网文化产品及其服务的互联网文化单位实行审批及备案制度，监察互联网文化内容及惩罚违反相关国家法律法规的行为，对网吧等上网服务营业场所实行经营许可证管理，对网络游戏服务进行监管等。

国家版权局

国家版权局是我国的著作权行政管理部门和执法机关。国家版权局的主要职责是：贯彻实施著作权法律、法规；起草著作权方面的法律、法规草案；制定著作权管理的规章和重要管理措施并组织实施和监督检查；组织推进全国软件正版化工作和数字网络版权监管工作；负责批准设立、监督指导著作权集体管理机构和涉外代理机构；监督管理作品著作权登记、涉外著作权合同备案和法定许可使用作品的工作；监管著作权贸易和版权代理，促进发展版权产业。

行业协会

中国出版协会是中国出版界自愿结成的全国性全行业的社会团体，其会员涵盖图书、期刊、音像、电子出版物、印刷和发行等出版全行业。主要工作职能包括组织和推动出版单位和出版工作者学习理论；协助政府主管部门进行出版队伍的教育、培训工作，开展出版理论研究和业务交流活动；参与制订行业标准和行业发展规划，开展专业资质认证等。

中国版权协会是原国家新闻出版总署（国家版权局）主管的全国性版权专业社会团体，主要职责是宣传普及版权知识，组织版权专业培训；提供版权法律咨询和政策建议；推动版权集体管理，承接版权鉴定，为版权代理、版权贸易等服务；调查举报侵权盗版，维护权利人的合法权益。

中国音像与数字出版协会的前身是中国音像协会，于2013年3月正式更名。

新成立的中国音像与数字出版协会除原有机构外，在唱片创作、光盘制作、教育音像、数字音像、音视频工程、音乐产业促进、游戏出版、反盗版，以及专业数字、大众数字内容制作、数字传媒及数字分销等多个方面设有分支机构。

中国互联网协会成立于2001年5月25日，由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等70多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，主要职能是组织制定互联网行约、行规，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通等。

2、主要法律法规及产业政策

（1）主要法律法规

表：主要法律法规

（2）主要产业政策

《文化产业振兴规划》

2009年7月，我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过，成为继钢铁、汽车、纺织等十大产业振兴规划后出台的又一个重要的产业振兴规划，标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业。

国家将重点推进的文化产业包括：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。《文化产业振兴规划》明确指出“要大力发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态”。

《新闻出版业“十二五”时期发展规划》

2011年4月，原新闻出版总署制定了《新闻出版业“十二五”时期发展规划》，提出“以业态创新和服务创新为重点，加快新技术应用，大力发展数字出版等战略性新兴产业”和“鼓励和支持新闻出版企业开发拥有自主知识产权的关键技术，发展以内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化、传播渠道网络化为主要特征，以网络出版、手机出版为主要代表的数字出版等新兴业态，推动数字内容加工、存储、传输、阅读等技术和装备的研发与制造，发展电子阅读及有声阅读，改造提升传统新闻出版产业，提高新闻出版企业装备水平和新闻出版产品的科技含量，实现新闻出版内容资源深度整合”的规划要求。

《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重要问题的决定》

2011年10月，中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重要问题的决定》。该《决定》指出，“到2020年文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强，公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成；加快发展数字出版、移动多媒体等新兴文化产业；推进文化科技创新，以先进技术支撑文化装备、软件、系统研制和自主发展，提高我国出版、传媒、网络等领域技术装备水平，增强文化产业核心竞争力；实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，制作适合互联网和手

机等新兴媒体传播的精品佳作，鼓励网民创作格调健康的网络文化作品；发展网络新技术新业态，占领网络信息传播制高点。”

《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》

2012年2月15日，中宣部、国家发改委共同发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，提出“要加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业；实施文化数字化建设工程，改造提升传统文化产业，培育发展新兴文化产业；培育一批网络内容生产和服务骨干企业，打造一批具有中国气派、体现时代精神的网络文化品牌；引导网络文化发展，实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，制作适合互联网和手机等新兴媒体传播的精品佳作；鼓励和引导文化企业面向资本市场融资，推动条件成熟的文化企业上市融资，鼓励已上市公司通过并购重组做大做强。”

《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》

2013年11月12日，中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》。该《决定》指出，“完善文化市场准入和退出机制，鼓励各类市场主体公平竞争、优胜劣汰，促进文化资源在全国范围内流动；推动文化企业跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平；鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营；支持各种形式小微文化企业发展；在坚持出版权、播出权特许经营前提下，允许制作和出版、制作和播出分开；建立多层次文化产品和要素市场，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合；完善文化经济政策，扩大政府文化资助和文化采购，加强版权保护。”

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2024年中国互联网数字阅读市场政策现状与发展商机分析研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

第一章 2016-2017年中国互联网数字阅读行业发展概述

第一节 2016-2017年互联网数字阅读行业发展情况概述

一、互联网数字阅读行业相关定义

二、互联网数字阅读行业基本情况介绍

三、2016-2017年互联网数字阅读行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网数字阅读行业产业链条分析

三、2016-2017年互联网数字阅读行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年互联网数字阅读行业生命周期分析

一、互联网数字阅读行业生命周期理论概述

二、2017年互联网数字阅读行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年互联网数字阅读行业经济指标分析

二、2016-2017年互联网数字阅读行业的赢利性分析

四、2016-2017年互联网数字阅读行业的经济周期分析

三、互联网数字阅读行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业进入壁垒分析

一、互联网数字阅读行业技术壁垒分析

二、互联网数字阅读行业规模壁垒分析

三、互联网数字阅读行业品牌壁垒分析

四、互联网数字阅读行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球互联网数字阅读行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网数字阅读行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球互联网数字阅读行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲互联网数字阅读行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲互联网数字阅读行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲互联网数字阅读行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲互联网数字阅读行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲互联网数字阅读发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美互联网数字阅读行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美互联网数字阅读行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美互联网数字阅读行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年北美互联网数字阅读行业市场前景分析
- 四、2018-2024年北美互联网数字阅读行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟互联网数字阅读行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟互联网数字阅读行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟互联网数字阅读行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟互联网数字阅读行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟互联网数字阅读行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界互联网数字阅读行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网数字阅读行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲互联网数字阅读行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美互联网数字阅读行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟互联网数字阅读行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国互联网数字阅读产业发展环境分析

第一节 2016-2017年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、全社会消费品零售总额
- 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 2016-2017年中国互联网数字阅读行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国互联网数字阅读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 2016-2017年中国互联网数字阅读产业运行情况

第一节 中国互联网数字阅读行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业市场规模分析

第三节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国互联网数字阅读行业产能情况分析

三、2016-2017年中国互联网数字阅读行业产能区域分布情况

第四节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业需求情况分析

一、2016-2017年中国互联网数字阅读行业行业需求量分析

二、2016-2017年中国互联网数字阅读行业行业需求区域分布

第五节 2018-2024年中国互联网数字阅读行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国互联网数字阅读市场格局分析

第一节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业竞争现状分析

一、中国互联网数字阅读行业竞争情况分析

二、中国互联网数字阅读行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业竞争力分析

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

第六章 2016-2017年中国互联网数字阅读市场价格走势分析

第一节 2016-2017年互联网数字阅读行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业价格现状分析

一、2016-2017年互联网数字阅读行业平均价格走势回顾分析

二、2018年互联网数字阅读行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国互联网数字阅读行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国互联网数字阅读行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国互联网数字阅读行业平均价格增速预测

第七章 2016-2017年中国互联网数字阅读行业区域市场现状分析

第一节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业区域市场规模分布

第二节 2016-2017年中国华东地区互联网数字阅读市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2016-2017年华东地区互联网数字阅读市场规模分析

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、2016-2017年华中地区互联网数字阅读市场规模分析

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、2016-2017年华南地区互联网数字阅读市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2016-2017年华北地区互联网数字阅读市场规模分析

第八章 2016-2017年中国互联网数字阅读行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业竞争结构分析（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 2016-2017年中国互联网数字阅读行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国互联网数字阅读行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国互联网数字阅读所属行业数据监测

第一节 中国互联网数字阅读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 中国互联网数字阅读所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国互联网数字阅读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

第十章 我互联网数字阅读行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业7

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业8

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第九节 企业9

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业10

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国互联网数字阅读行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国互联网数字阅读行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国互联网数字阅读行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国互联网数字阅读行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国互联网数字阅读行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国互联网数字阅读行业市场发展预测

- 一、2018-2024年中国互联网数字阅读行业市场规模预测
- 二、2018-2024年中国互联网数字阅读行业市场规模增速预测
- 三、2018-2024年中国互联网数字阅读行业产值规模预测
- 四、2018-2024年中国互联网数字阅读行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国互联网数字阅读行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国互联网数字阅读行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国互联网数字阅读行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网数字阅读行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年互联网数字阅读行业投资风险分析

- 一、2018-2024年互联网数字阅读行业政策风险分析
- 二、2018-2024年互联网数字阅读行业技术风险分析
- 三、2018-2024年互联网数字阅读行业竞争风险分析

四、2018-2024年互联网数字阅读行业其他风险分析

第二节 2018-2024年互联网数字阅读行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年互联网数字阅读行业经营模式

二、2018-2024年互联网数字阅读行业生产模式

三、2018-2024年互联网数字阅读行业销售模式

第三节 2018-2024年互联网数字阅读行业应对策略

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 2018-2024年中国互联网数字阅读行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国互联网数字阅读行业品牌战略分析

一、互联网数字阅读企业品牌的重要性

二、互联网数字阅读企业实施品牌战略的意义

三、互联网数字阅读企业品牌的现状分析

四、互联网数字阅读企业的品牌战略

五、互联网数字阅读品牌战略管理的策略

第二节 2018-2024年中国互联网数字阅读行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2024年中国互联网数字阅读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 2018-2024年中国互联网数字阅读行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国互联网数字阅读行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国互联网数字阅读行业营销渠道策略

一、2018-2024年互联网数字阅读行业营销模式

二、2018-2024年互联网数字阅读行业营销策略

第三节2018-2024年中国互联网数字阅读行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2024年中国互联网数字阅读行业投资区域分析

二、2018-2024年中国互联网数字阅读行业投资产品分析

图表详见正文

(GYWWPT)

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/312211312211.html>