

中国数字媒体行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2022-2029年）

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《中国数字媒体行业发展深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607467.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

数字媒体是指以二进制数的形式记录、处理、传播、获取过程的信息载体。这些载体包括数字化的文字、图形、图像、声音、视频影像和动画等感觉媒体，和表示这些感觉媒体的表示媒体（编码）等，通称为逻辑媒体，以及存储、传输、显示逻辑媒体的实物媒体。

国家层面数字媒体行业政策

近些年，为推动传统媒体和新兴媒体融合发展，数字媒体的健康发展，我国各部门纷纷出台了一系列政策，如2022年01月出台的《关于促进新时代文化艺术职业教育高质量发展的指导意见》提到，在注重文化艺术专业特色和发挥传统教学模式优势的基础上，积极探索利用“互联网+”、5G通信技术、大数据、人工智能、区块链、虚拟现实、增强现实等先进技术对传统教学进行改造升级。推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革。

我国数字媒体行业相关政策汇总

时间

发文部门

相关内容

《国务院关于加快发展服务业的若干意见》

2008年3月

充分认识促进广告业发展的重要意义，知识密集、技术密集、人才密集的广告业是现代服务业的重要组成部分，是创意经济中的重要产业，在服务生产、引导消费、推动经济增长和社会文化发展等方面，发挥着十分重要的作用，其发展水平直接反映一个国家或地区的市场经济发育程度、科技进步水平、综合经济实力和社会文化质量。

《关于促进广告业发展的指导意见》

2008年4月

把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务”的重要指导思想，并提出了广告行业的主要目标和任务是“加快行业结构调整，促进广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础、以广告企业为主干、以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系。

《文化产业振兴规划》

2009年9月

以文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告业发展等为重点，旨在加大文化产业政策扶持力度，完善产业政策体系，推动中国文化产业实现跨越式发展。

《关于推进广告战略实施的意见》

2012年4月

鼓励广告企业与新型物流业态相结合，推动网络、数字和新兴广告媒体发展，以及与通信网、互联网、广播电视网的融合。支持广告产业与高技术产业相互渗透，不断创新媒介方式、拓宽发布渠道，形成传统媒介与新兴媒介的优势互补与联动发展。到2020年，把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家。

《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》

2014年3月

指出要加快数字内容产业发展，推动文化产品和服务的生产、传播以及消费的数字化、网络化进程，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。

《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

2014年8月

指出要以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，实现优势互补，共同发展，重点打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

《广告产业发展“十三五”规划》

2016年7月

在“十三五”期间重点提升广告企业服务能力和进一步优化产业结构、促进广告产业创新、促进广告市场秩序的好转等方面做了明确的规划，如在提升广告企业服务能力方面，争取能产生年广告经营额超千亿元的广告企业集团，20个年广告经营额超百亿元、50个年广告营业额超20亿元的广告企业。同时，推出了市场准入政策、财税支持政策、投融资政策等相关配套政策，并重点支持“互联网+广告”，对“互联网+广告”予以重点倾斜。

《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》

2017年5月

指出要优化文化产业结构布局，加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏、创意设计、3D和巨幕电影等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术、印刷复制、广告服务、文化娱乐等传统产业转型升级，鼓励演出、娱乐、艺术品展览等传统业态实现线上线下融合，开发文化创意产品，扩大中高端文化供给，推动现代服务业发展。

《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》

2020年11月

要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，加快发展新型文化业态，改造提升传统文化业态，提高质量效益和核心竞争力。

《关于促进新时代文化艺术职业教育高质量发展的指导意见》

2022年01月

在注重文化艺术专业特色和发挥传统教学模式优势的基础上，积极探索利用“互联网+”、5G通信技术、大数据、人工智能、区块链、虚拟现实、增强现实等先进技术对传统教学进行改造升级。推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革。

资料来源：观研天下整理

地方层面数字媒体行业政策

与此同时，各省市积极响应国家号召，陆续发布了一系列政策促进数字媒体的发展，如北京发布《北京市创意设计专业职称评价试行办法》提到，利用虚拟技术、动画技术、感应技术，通过图形、文字、色彩、造型等基本元素，对数字媒体、网络媒体、移动媒体等新媒体以及多媒体应用系统界面、交互体验、三维空间进行设计。

各省市数字媒体行业相关政策汇总

省市

时间

政策名称

相关内容

北京

2022-07

《北京市创意设计专业职称评价试行办法》

利用虚拟技术、动画技术、感应技术，通过图形、文字、色彩、造型等基本元素，对数字媒体、网络媒体、移动媒体等新媒体以及多媒体应用系统界面、交互体验、三维空间进行设计。

2022-07

《北京市广播电视局关于服务保障“两区”建设推动新视听改革创新若干举措》

以新视听改革创新更好服务保障“两区”建设，在广泛调研基础上

河南

2022-08

《关于印发河南省加快推动现代服务业发展实施方案的通知》

推进产业数字化渗透。加快构建“1+N+N”工业互联网平台，争取布局建设国家工业互联网大数据分中心，实施企业“上云”上平台提升行动，重点建设500个新一代信息技术融合应用新模式项目。建设国家数字农业创新应用基地和农业农村大数据平台，到2025年力争农业生产数字化水平达到30%。

云南

2022-05

关于印发云南省数字经济发展三年行动方案(2022—2024年)的通知

聚焦数字经济发展技术、应用、生态重点环节，充分发挥云南在区位、资源、特色产业等方面的比较优势，集中力量发展一批典型应用场景、创新业态等，以点带面，推动各领域数字化转型升级。

广西壮族自治区

2021-09

关于印发广西战略性新兴产业发展“十四五”规划的通知

产业基础不断夯实，传统产业形成汽车、电子信息等十个千亿元工业产业集群，传统农业形成蔬菜、优质家畜等六个千亿元特色农业产业集群，服务业增加值占地区生产总值比重超过50%

资料来源：观研天下整理（YZX）

观研报告网发布的《中国数字媒体行业发展深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国数字媒体行业发展概述

第一节 数字媒体行业发展情况概述

- 一、数字媒体行业相关定义
- 二、数字媒体特点分析
- 三、数字媒体行业基本情况介绍
- 四、数字媒体行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、数字媒体行业需求主体分析

第二节 中国数字媒体行业生命周期分析

- 一、数字媒体行业生命周期理论概述
- 二、数字媒体行业所属的生命周期分析

第三节 数字媒体行业经济指标分析

- 一、数字媒体行业的赢利性分析
- 二、数字媒体行业的经济周期分析
- 三、数字媒体行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球数字媒体行业市场发展现状分析

第一节 全球数字媒体行业发展历程回顾

第二节 全球数字媒体行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲数字媒体行业地区市场分析

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

第四节 北美数字媒体行业地区市场分析

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

第五节 欧洲数字媒体行业地区市场分析

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

第六节 2022-2029年世界数字媒体行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球数字媒体行业市场规模预测

第三章 中国数字媒体行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对数字媒体行业的影响分析

第三节中国数字媒体行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对数字媒体行业的影响分析

第五节中国数字媒体行业产业社会环境分析

第四章 中国数字媒体行业运行情况

第一节中国数字媒体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

三、行业发展特点分析

第二节中国数字媒体行业市场规模分析

一、影响中国数字媒体行业市场规模的因素

二、中国数字媒体行业市场规模

三、中国数字媒体行业市场规模解析

第三节中国数字媒体行业供应情况分析

一、中国数字媒体行业供应规模

二、中国数字媒体行业供应特点

第四节中国数字媒体行业需求情况分析

一、中国数字媒体行业需求规模

二、中国数字媒体行业需求特点

第五节中国数字媒体行业供需平衡分析

第五章 中国数字媒体行业产业链和细分市场分析

第一节中国数字媒体行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、数字媒体行业产业链图解

第二节中国数字媒体行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对数字媒体行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对数字媒体行业的影响分析

第三节我国数字媒体行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国数字媒体行业市场竞争分析

第一节中国数字媒体行业竞争现状分析

- 一、中国数字媒体行业竞争格局分析
- 二、中国数字媒体行业主要品牌分析

第二节中国数字媒体行业集中度分析

- 一、中国数字媒体行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国数字媒体行业市场集中度分析

第三节中国数字媒体行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国数字媒体行业模型分析

第一节中国数字媒体行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国数字媒体行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国数字媒体行业SWOT分析结论

第三节中国数字媒体行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国数字媒体行业需求特点与动态分析

第一节中国数字媒体行业市场动态情况

第二节中国数字媒体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

第三节数字媒体行业成本结构分析

第四节数字媒体行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国数字媒体行业价格现状分析

第六节中国数字媒体行业平均价格走势预测

一、中国数字媒体行业平均价格趋势分析

二、中国数字媒体行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国数字媒体行业所属行业运行数据监测

第一节中国数字媒体行业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

第二节中国数字媒体行业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

第三节中国数字媒体行业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 2018-2022年中国数字媒体行业区域市场现状分析

第一节中国数字媒体行业区域市场规模分析

一、影响数字媒体行业区域市场分布的因素

二、中国数字媒体行业区域市场分布

第二节中国华东地区数字媒体行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区数字媒体行业市场分析

(1) 华东地区数字媒体行业市场规模

(2) 华南地区数字媒体行业市场现状

(3) 华东地区数字媒体行业市场规模预测

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、华中地区数字媒体行业市场分析

(1) 华中地区数字媒体行业市场规模

(2) 华中地区数字媒体行业市场现状

(3) 华中地区数字媒体行业市场规模预测

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、华南地区数字媒体行业市场分析

(1) 华南地区数字媒体行业市场规模

(2) 华南地区数字媒体行业市场现状

(3) 华南地区数字媒体行业市场规模预测

第五节华北地区数字媒体行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区数字媒体行业市场分析

- (1) 华北地区数字媒体行业市场规模
- (2) 华北地区数字媒体行业市场现状
- (3) 华北地区数字媒体行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区数字媒体行业市场分析

- (1) 东北地区数字媒体行业市场规模
- (2) 东北地区数字媒体行业市场现状
- (3) 东北地区数字媒体行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区数字媒体行业市场分析

- (1) 西南地区数字媒体行业市场规模
- (2) 西南地区数字媒体行业市场现状
- (3) 西南地区数字媒体行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区数字媒体行业市场分析

- (1) 西北地区数字媒体行业市场规模
- (2) 西北地区数字媒体行业市场现状
- (3) 西北地区数字媒体行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国数字媒体行业市场规模区域分布预测

第十一章 数字媒体行业企业分析（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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国数字媒体行业发展前景分析与预测

第一节 中国数字媒体行业未来发展前景分析

一、数字媒体行业国内投资环境分析

二、中国数字媒体行业市场机会分析

三、中国数字媒体行业投资增速预测

第二节 中国数字媒体行业未来发展趋势预测

第三节 中国数字媒体行业规模发展预测

一、中国数字媒体行业市场规模预测

二、中国数字媒体行业市场规模增速预测

三、中国数字媒体行业产值规模预测

四、中国数字媒体行业产值增速预测

五、中国数字媒体行业供需情况预测

第四节中国数字媒体行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国数字媒体行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国数字媒体行业进入壁垒分析

一、数字媒体行业资金壁垒分析

二、数字媒体行业技术壁垒分析

三、数字媒体行业人才壁垒分析

四、数字媒体行业品牌壁垒分析

五、数字媒体行业其他壁垒分析

第二节数字媒体行业风险分析

一、数字媒体行业宏观环境风险

二、数字媒体行业技术风险

三、数字媒体行业竞争风险

四、数字媒体行业其他风险

第三节中国数字媒体行业存在的问题

第四节中国数字媒体行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国数字媒体行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国数字媒体行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国数字媒体行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 数字媒体行业营销策略分析

一、数字媒体行业产品策略

二、数字媒体行业定价策略

三、数字媒体行业渠道策略

四、数字媒体行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607467.html>