

# 2024-2030年中国新媒体产业 发展现状与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2024-2030年中国新媒体产业发展现状与投资前景评估报告》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.cction.com/report/202404/454231.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

新媒体行业当前处于生命周期中的成长期，尽管当前行业内部拥有成熟的服务链体系，能令企业通过新媒体方式宣传，达到有效的转化效果。同时新媒体行业市场需求者和企业数量众多，行业收益较大。但伴随着如今人工智能、大数据、物联网技术的发展，行业内的细分技术日新月异，新媒体行业发展潜力巨大。整体而言新媒体行业参与者数量众多，行业内部竞争十分激烈，但行业发展也极为快速。2021年中国新媒体行业市场规模约为19092亿元。我国传统媒体的转型不断深化，传统媒体与新媒体的融合进程逐渐深入，人工智能等前沿科技被合理运用，形成了一批舆论引导能力强的新型主流媒体矩阵集群。可以看出，目前我国媒体行业已经进入深度融合、多元发展、不断升级的新阶段。新冠疫情影响下，我国新媒体行业迎来新的发展机遇，行业渗透率不断加深，随着5G、物联网、人工智能等技术的应用推广，预计，2022-2027年，中国新媒体市场规模仍然保持高速增长。从新媒体行业发展来看，媒体融合行业发展空间广阔，预计到2027我国新媒体市场规模将有望突破37000亿元，年均复合增长率达到10.9%。中企顾问网发布的《2024-2030年中国新媒体产业发展现状与投资前景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：新媒体行业发展概述 1.1 新媒体行业界定 1.1.1 传统媒体和新媒体定义 （1）传统媒体 （2）新媒体 1.1.2 新媒体行业相似概念辨析 1.1.3 新媒体所属的国民经济分类 1.2 新媒体行业的分类 1.3 新媒体行业专业术语说明 1.4 本报告研究范围界定说明 1.5 本报告数据来源及统计标准说明 1.5.1 本报告权威数据来源 1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明 第2章：中国新媒体行业宏观环境分析（PEST） 2.1 中国新媒体行业政策环境（Policy）分析 2.1.1 中国新媒体行业监管体系及机构介绍 （1）中国新媒体行业主管部门 （2）中国新媒体行业自律组织 2.1.2 中国新媒体行业标准体系建设及分析 （1）中国新媒体行业标准体系建设 （2）中国新媒体行业现行标准分析 2.1.3 中国新媒体行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读 （1）中国新媒体行业相关政策汇总 （2）中国新媒体行业发展相关规划重点解读 2.1.4 政策环境对中国新媒体行业发展的影响总结 2.2 中国新媒体行业经济（Economy）环境分析 2.2.1 中国宏观经济现状 （1）中国GDP及增长情况 （2）中国三次产业结构 （3）中国第三产业增加值 （4）中国居民消费价格（CPI） （5）中国生产者价格指数（PPI） 2.2.2 中国宏观经济发展展望 （1）国际机构对中国GDP增速预测 （2）对中国宏观经济指标增速预测 2.2.3 中国新媒体行业发展与宏观经济相关性分析 2.3 中国新媒体行业社会（Society）环境分析 2.3.1 中国新媒体行业社会环境分析 （1）中国人口规模及增速 （2）中国人口结构 （3）中国城镇

化水平变化 1) 中国城镇化现状 2) 中国城镇化趋势展望 (4) 中国居民人均可支配收入 (5) 中国居民人均消费支出及结构 1) 中国居民人均消费支出 2) 中国居民消费结构变化 (6) 中国网民规模及互联网普及率 2.3.2 社会环境对新媒体行业的影响总结 2.4 中国新媒体行业技术 (Technology) 环境分析 2.4.1 新媒体行业人工智能技术分析 (1) 应用技术 (2) 应用领域 (3) 人工智能技术对新媒体行业发展的影响 2.4.2 虚拟现实技术 (1) VR+新闻 (2) VR+影视 (3) 虚拟现实技术对新媒体行业发展的影响 2.4.3 大数据技术 (1) 应用领域 (2) 大数据技术对新媒体行业发展的影响 2.4.4 5G技术 (1) 应用现状 (2) 5G技术对新媒体行业发展的影响 2.4.5 技术环境对中国新媒体行业的影响总结 第3章：中国新媒体行业发展现状分析 3.1 新媒体行业发展总体概述 3.1.1 新媒体行业发展历程 3.1.2 新媒体传播特征分析 3.1.3 新媒体与传统媒体对比 3.2 中国新媒体行业参与者类型及入场方式 3.3 新媒体行业发展规模分析 3.3.1 新媒体终端规模 3.3.2 新媒体用户规模 (1) 中国网民和手机网民数 (2) 不同应用领域用户规模 (3) 城乡互联网普及规模统计 3.3.3 新媒体人才培养规模 3.3.4 新媒体行业市场规模 3.4 中国新媒体版权保护行业发展分析 3.4.1 新媒体版权保护现状 (1) 政策环境：强化版权保护决策部署 (2) 行政治理：严肃版权侵权执法 (3) 行业环境：版权产业环境向好发展 3.4.2 新媒体版权保护难点 (1) 新技术、新业态对现行《著作权法》提出挑战 (2) 新侵权行为的认定与规制 (3) 跨境侵权加大打击难度 (4) 权利人维权难问题犹存 3.4.3 新媒体版权保护优化 (1) 司法：积极应对新环境挑战，改善权利人维权环境 (2) 行政：加强平台监管指导，大力打击版权侵权行为 (3) 媒体：承担平台监管责任，加强行业联盟合作 (4) 社会：提高版权问题关注度，推进版权集体管理 3.5 新媒体行业发展痛点及策略分析 3.5.1 转型之痛 (1) 新媒体转型现状 (2) 新媒体转型策略 3.5.2 版权之痛 (1) 新媒体侵权现状分析 (2) 新媒体版权存在问题 (3) 新媒体版权保护策略 3.5.3 监管之痛 (1) 新媒体监管政策梳理 (2) 新媒体监管策略建议 1) 建立健全相关法律法规 2) 进行社会调控设置基本道德底线 3) 加强对于虚拟环境的监测和把关 4) 逐步普及公众媒体素养教育 第4章：中国新媒体行业竞争及投资兼并分析 4.1 中国新媒体行业竞争分析 4.1.1 行业主要竞争主体 4.1.2 行业竞争特点 4.1.3 细分领域企业竞争格局 (1) 短视频领域企业竞争格局 (2) 直播领域企业竞争格局 (3) 中长视频领域企业竞争格局 (4) 网络游戏领域企业竞争格局 (5) 内容社区领域企业竞争格局 4.2 中国新媒体行业投融资、兼并与重组状况 4.2.1 中国新媒体行业投融资状况 4.2.2 中国新媒体行业兼并与重组状况 4.3 中国新媒体行业波特五力模型分析 4.3.1 中国新媒体行业供应方的议价能力 4.3.2 中国新媒体行业消费者的议价能力 4.3.3 中国新媒体行业潜在进入者威胁 4.3.4 中国新媒体行业替代品威胁 4.3.5 中国新媒体行业现有企业竞争 4.3.6 中国新媒体行业竞争状态总结 第5章：中国新媒体行业产业链及细分业务领域分析 5.1 新媒体行业产业链 5.1.1 新媒体行业产业链结构概览 5.1.2 新媒体行业产业链全景

图谱 5.2 中国网络营销和广告新媒体行业发展分析 5.2.1 网络营销和广告新媒体行业发展概述 (1) 网络营销和广告的定义 (2) 互联网重点企业的营销模式 (3) 典型新媒体平台营销策略 1) 新浪微博平台 2) 微信平台 3) Bilibili平台 4) 小红书平台 5) 抖音平台 6) 淘宝平台 5.2.2 网络营销和广告新媒体行业发展现状 5.2.3 网络营销和广告新媒体行业发展趋势分析 5.3 中国网络游戏新媒体行业发展分析 5.3.1 网络游戏行业发展概述 5.3.2 网络游戏行业发展现状 (1) 网络游戏用户规模 (2) 网络游戏产业收入 5.3.3 网络游戏新媒体行业发展趋势 5.4 中国互联网影视新媒体行业发展分析 5.4.1 互联网影视新媒体行业发展概述 5.4.2 互联网影视新媒体行业发展现状 (1) 综合视频用户规模 (2) 综合视频营业收入 (3) 电影票房情况 5.4.3 互联网影视行业发展趋势前景 5.5 中国电竞新媒体行业发展分析 5.5.1 电竞新媒体行业发展概述 5.5.2 电竞新媒体行业发展现状 5.5.3 电竞新媒体行业发展趋势前景 5.6 中国直播新媒体行业发展分析 5.6.1 直播新媒体行业发展概述 5.6.2 直播新媒体行业发展现状 (1) 网络直播用户规模 (2) 网络直播行业市场规模 5.6.3 直播新媒体行业发展趋势 第6章：中国新媒体行业细分媒介发展分析 6.1 中国数字出版媒体发展分析 6.1.1 行业发展概况 6.1.2 行业发展现状 (1) 数字出版电子书发展现状 (2) 移动出版发展现状 (3) 网络动漫发展现状 (4) 数字音乐发展现状 (5) 数字期刊发展现状 6.1.3 行业发展趋势 (1) 宣传思想主阵地作用日益提升 (2) 云服务、人机协同将成为数字内容供给的重要模式 (3) 数字内容产业生态将迎来解构重塑 (4) 媒体深度融合发展将进一步提速 6.2 中国网络媒体行业发展分析 6.2.1 行业发展概况 6.2.2 行业发展现状 (1) 搜索引擎发展现状 (2) 网络游戏发展现状 (3) 门户和资讯广告发展现状 6.2.3 行业发展趋势 (1) 从新技术到新产品，优质生产要素集聚发展 (2) 从“相加”到“相融”，形成全媒体传播新模式 (3) 从单一到多元文化圈层，跨界融合强化价值观引导 6.3 中国移动媒体行业发展分析 6.3.1 移动网络行业发展概况 (1) 移动网络应用情况 (2) 移动网络用户规模 (3) 移动媒体终端分析 6.3.2 移动网络行业新媒体发展现状 (1) 移动广告发展现状 (2) 移动搜索发展现状 (3) 移动内容社区平台发展现状 (4) 移动短视频发展现状 (5) 移动游戏发展现状 6.3.3 行业发展趋势 6.4 中国新型电视媒体行业发展分析 6.4.1 新型电视媒体行业发展概述 6.4.2 新型电视媒体行业发展现状 (1) 交互式网络电视 (IPTV) 用户总数 (2) 交互式网络电视 (IPTV) 业务收入 6.4.3 新型电视媒体行业发展趋势前景 第7章：新媒体冲击下我国媒体融合现状及趋势 7.1 我国媒体融合历程及特征 7.1.1 媒体融合发展历程 7.1.2 媒体融合特征 (1) 技术化与全能化 (2) 集约生产与全民生产 (3) 内容融合与渠道融合 7.2 我国媒体融合发展阶段及实施路径 7.2.1 媒体融合发展阶段分析 (1) 门户媒体时代：web1.0 (2) 社交媒体时代，web2.0 (3) 场景媒体时代，web3.0 7.2.2 媒体融合机制探索 7.2.3 媒体融合实施路径 (1) 产业融合路径 (2) 文化融合路径 (3) 技术融合路径 (4) 跨界融合路径 (5) 资本融合路

径 (6) 中西融合路径 7.3 传统媒体融合现状分析 7.3.1 传统媒体融合必要性分析 7.3.2 传统媒体融合现状分析 7.3.3 传统媒体融合存在问题分析 (1) 缺乏创新性思维, 难以形成差异化竞争 (2) 传统管理体制固化, 媒体亟需内部改革 (3) 搭建自身内容分发平台难度较大 (4) 人才流失率高满员率低青黄不接 (5) 技术短板缚手脚高度依赖第三方 7.4 我国媒体融合趋势分析 第8章: 我国新媒体行业重点企业分析 8.1 中国新媒体行业代表性企业业务布局对比 8.2 中国新媒体行业代表性企业案例分析 8.2.1 北京字节跳动科技有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 (3) 企业主营业务情况 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.2 北京快手科技有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 (3) 企业主营业务情况 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.3 中文在线数字出版集团股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 主营业务 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.4 广东南方新媒体股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 业务结构 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.5 上海东方明珠新媒体股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 主营业务 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.6 芒果超媒股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 主营业务 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.7 华数传媒控股股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 主营业务 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.8 北京歌华有线电视网络股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (3) 企业主营业务情况 1) 主营业务 2) 销售网络 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.9 腾讯控股有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 (3) 企业主营业务情况 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业投资版图 (6) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 8.2.10 微博股份有限公司 (1) 企业基本信息 (2) 企业经营情况 (3) 企业主营业务

务情况 (4) 企业新媒体业务布局 (5) 企业发展新媒体业务的优劣势分析 第9章：中国新媒体行业市场前景展望与投资建议 9.1 中国新媒体行业发展潜力分析 9.1.1 中国新媒体行业发展现状总结 9.1.2 中国新媒体行业影响因素总结 9.1.3 中国新媒体行业进入壁垒分析 (1) 资金壁垒 (2) 技术壁垒 (3) 政策壁垒 (4) 人才壁垒 9.1.4 中国新媒体行业发展潜力评估 9.2 新媒体行业发展前景与趋势分析 9.2.1 新媒体行业发展前景 9.2.2 新媒体行业发展趋势 (1) 云服务/人机协同成为内容供给的重要模式 (2) 短视频/网络直播成为建设的着力点 (3) 数字内容产业将迎来解构重塑 (4) 媒体深度融合发展将进一步提速 9.3 中国新媒体行业投资机会及投资风险分析 9.3.1 中国新媒体行业投资机会分析 (1) 细分市场投资机会分析 (2) 新媒体行业技术领域投资机会分析 9.3.2 中国新媒体行业投资风险分析 (1) 法律法规风险 (2) 市场经营风险 (3) 资本运营风险 (4) 经营风险 (5) 宏观经济风险 9.4 新媒体行业投资建议和可持续发展分析 9.4.1 中国新媒体行业投资建议 9.4.2 中国新媒体行业可持续发展建议 图表目录 图表1：传统媒体的形式 图表2：国家统计局对于新媒体行业的分类 图表3：新媒体分类 图表4：新媒体行业专业术语说明 图表5：本报告研究范围界定 图表6：本报告权威数据资料来源汇总 图表7：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明 图表8：中国新媒体行业监管体系构成 图表9：中国新媒体行业主管部门 图表10：中国新媒体行业自律组织 图表11：截至2022年中国新媒体标准行业标准体系建设 (单位：项) 图表12：截至2022年中国新媒体行业现行国家标准 (部分列举) 图表13：截至2022年中国新媒体行业现行行业标准 (部分列举) 图表14：截至2022年中国新媒体行业现行地方标准 (部分列举) 图表15：截至2022年中国新媒体行业现行团体标准 (部分列举) 图表16：截至2022年中国新媒体行业现行企业标准 图表17：截至2022年中国新媒体行业相关发展政策汇总 图表18：《网信系统法治宣传教育第八个五年规划 (2021-2025年)》与新媒体行业相关的主要内容 图表19：政策环境对中国新媒体行业发展的影响总结 图表20：2010-2022年中国GDP增长走势图 (单位：万亿元，%) 图表21：2010-2022年中国三次产业结构 (单位：%) 图表22：2010-2022年中国第三产业增加值及增速 (单位：万亿元，%) 图表23：2019-2022年中国CPI变化情况 (单位：%) 图表24：2019-2022年中国PPI变化情况 (单位：%) 图表25：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测 (单位：%) 图表26：2022年中国宏观经济核心指标预测 (单位：%) 图表27：行业发展与宏观经济相关性分析 图表28：2010-2021年中国人口规模及自然增长率 (单位：万人，‰) 图表29：2010-2021年中国人口年龄结构 (单位：%) 图表30：2010-2021年中国城镇人口规模及城镇化率 (单位：万人，%) 图表31：中国城市化进程发展阶段 图表32：2010-2022年中国居民人均可支配收入 (单位：元) 图表33：2010-2022年中国居民人均消费支出 (单位：元) 图表34：2013-2022年中国居民人均消费支出结构 (单位：%) 图表35：2016-2021年中国网民规模与普及率情况 (单位：亿人，%) 图表36：社会环境对新媒体行

业发展的影响总结 图表37：在新媒体应用的人工智能技术 图表38：人工智能在新媒体领域的应用 图表39：人工智能技术对新媒体行业发展的影响分析 图表40：VR在影视领域的应用现状 图表41：虚拟现实技术对新媒体行业发展的影响分析 图表42：大数据在传媒产业中的应用领域 图表43：大数据对新媒体行业发展的影响分析 图表44：5G技术在新媒体行业应用现状分析 图表45：5G技术对新媒体行业发展的影响分析 图表46：技术环境对新媒体行业发展的影响总结 图表47：中国新媒体行业发展历程 图表48：新媒体传播特征分析 图表49：新媒体与传统媒体营销对比 图表50：中国新媒体行业参与者类型 图表51：2014-2021年中国新媒体终端产品规模（单位：万台，亿部） 图表52：2020-2021年中国新媒体终端互联网接入设备使用情况（单位：%） 图表53：2027-2021年中国网民及手机网民数统计（单位：亿人） 图表54：2020-2021年中国新媒体各个领域用户规模统计（单位：亿人，%） 图表55：20217-2021年中国城乡地区互联网普及率（单位：%） 图表56：中国数字出版各个领域用人需求比例（单位：%） 图表57：2018-2021年中国新媒体行业规模及增速统计（单位：亿元） 图表58：中国新媒体行业细分市场收入结构对比（单位：%） 图表59：2016-2021年中国网络版权产业市场规模及增速统计（单位：亿元，%） 图表60：中国加强区块链在司法领域应用 图表61：中国媒体融合行业监管体制 图表62：中国媒体融合行业监管体制 图表63：中国新媒体版权保护策略 图表64：中国新媒体相关政策梳理 图表65：中国新媒体监管难题原因 图表66：新媒体行业竞争主体发展现状 图表67：新媒体行业竞争特点 图表68：中国新媒体行业短视频领域企业竞争格局（单位：亿人） 图表69：中国新媒体行业直播领域企业竞争格局 图表70：中国新媒体行业中长视频领域企业竞争格局（单位：亿人） 图表71：中国新媒体行业网络游戏领域企业竞争格局（单位：亿元） 图表72：中国新媒体行业网络内容社区领域企业竞争格局（单位：亿人） 图表73：中国新媒体行业资金来源及投融资主体类别描述 图表74：2022年中国新媒体行业投融资发展状况 图表75：2011-2022年中国新媒体行业投融资数量及金额变化情况（单位：起，亿元） 图表76：新媒体行业投资兼并与重组方式 图表77：截至2022年7月中国新媒体企业收购情况汇总 图表78：上游供应方对中国新媒体行业的议价能力 图表79：下游客户对中国新媒体行业的议价能力 图表80：中国新媒体行业潜在进入者威胁 图表81：中国新媒体行业现有企业竞争 图表82：中国新媒体行业竞争状态分析 图表83：新媒体行业产业链 图表84：新媒体行业全景图谱 图表85：新媒体营销产业链角色总览 图表86：中国新媒体平台特点及营销形式 图表87：新媒体营销平台概览 图表88：新浪微博平台新媒体营销策略 图表89：微信平台新媒体营销策略 图表90：Bilibili平台新媒体营销策略 图表91：小红书平台新媒体营销策略 图表92：抖音平台新媒体营销策略 图表93：快手平台新媒体营销策略 图表94：淘宝平台新媒体营销策略 图表95：2020-2021年中国主要互联网公司营销和广告收入 图表96：2017-2021年中国互联网广告市场规模及增速（单位：亿元，%） 图



表97：互联网营销和广告新媒体行业发展趋势分析 图表98：中国网络游戏新媒体行业主体  
图表99：2017-2021年中国网络游戏用户规模及使用率（单位：亿人，%） 图表100  
：2015-2021年中国游戏收入及增速（单位：亿元，%） 图表101：2015-2021年中国游戏细分市场  
市场规模占比（单位：%） 图表102：网络游戏新媒体行业发展趋势分析 图表103：中国互联  
网影视新媒体行业主体 图表104：2017-2021年中国网络视频（含）用户规模及使用率（单位  
：亿人，%） 图表105：2017-2021年中国综合视频市场规模（单位：亿元） 图表106  
：2015-2021年中国电影票房收入及增速（单位：亿元，%） 图表107：互联网影视新媒体行  
业发展趋势分析 图表108：中国电竞新媒体行业主体 图表109：2015-2021年中国电竞游戏市  
场规模及增速（单位：亿元，%） 图表110：电竞新媒体行业发展趋势分析 图表111：中国直  
播新媒体行业主体 图表112：2017-2021年中国网络直播用户规模及使用率（单位：亿人，%  
） 图表113：2021年中国各类型网络直播用户规模及使用率（单位：亿人，%） 图表114  
：2017-2021年中国网络直播行业市场规模及增速（单位：亿元，%） 图表115：直播新媒体  
行业发展趋势分析 图表116：2015-2021年中国数字化阅读接触率变化情况（单位：%） 图  
表117：2015-2021年中国数字出版产业规模（单位：亿元） 图表118：2015-2021年中国电子书  
收入规模变化情况（单位：亿元） 图表119：2015-2021年中国移动出版行业收入规模变化情  
况（单位：亿元） 图表120：2015-2021年中国网络动漫行业收入规模变化情况（单位：亿元  
）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/454231.html>