

2020-2026年中国数字出版 行业深度调研与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国数字出版行业深度调研与投资前景分析报告》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/201911/145111.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

数字出版是人类文化的数字化传承，它是建立在计算机技术、通讯技术、网络技术、流媒体技术、存储技术、显示技术等高新技术基础上，融合并超越了传统出版内容而发展起来的新兴出版产业。数字化出版是在出版的整个过程中，将所有信息都以统一的二进制代码的数字化形式存储于光盘、磁盘等介质中，信息的处理与接收则借助计算机或终端设备进行。它强调内容的数字化、生产模式和运作流程的数字化、传播载体的数字化和阅读消费、学习形态的数字化。数字出版在我国虽然起步较晚，但是发展很快，目前已经形成了电子图书、数字报纸、数字期刊、网络原创文学、网络教育出版物、网络地图、数字音乐、网络动漫、网络游戏、数据库出版物、手机出版物等新业态。

根据统计，我国出版图书种类由2010年的32.84万种增长至2016年49.99万种，年复合增长率7.25%；总印数由2010年的71.41万册增长至2016年的90.37万册，年复合增长率4%；定价总金额由2010年的936.01亿元增长至2016年的1580.96亿元，年复合增速9.13%。2010-2016全国图书出版种类、总印数及定价数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国数字出版行业深度调研与投资前景分析报告》共七章。首先介绍了数字出版相关概念及发展环境，接着分析了中国数字出版规模及消费需求，然后对中国数字出版市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国数字出版面临的机遇及发展前景。您若想对中国数字出版有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章数字出版行业发展综述

1.1 数字出版行业概述

1.1.1 数字出版的定义及特征

1.1.2 数字出版行业发展背景和阶段

1.1.3 数字出版行业产品形态

1.1.4 数字出版行业结构及特性

1.1.5 传统出版与数字出版融合发展分析

1.2 数字出版行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

- (1) 行业监管部门
- (2) 行业相关政策
- (3) 行业标准分析
- (4) 行业政策和标准对数字出版行业的影响

1.2.2 经济环境分析

- (1) GDP运行情况
- (2) 文化产业发展情况
- (3) 行业经济环境对数字出版行业的影响

1.2.3 互联网环境分析

(1) 中国网民规模与结构特征分析

- 1) 2016-2019年中国总体网民规模分析
- 2) 2016-2019年中国手机网民规模分析
- 3) 2016-2019年中国网民性别结构分析
- 4) 2016-2019年中国网民年龄结构分析
- 5) 2016-2019年中国网民学历结构分析
- 6) 2016-2019年中国网民收入结构分析
- 7) 2016-2019年中国网民上网设备分析
- 8) 2016-2019年中国网民上网地点分析
- 9) 2016-2019年中国网民上网时长分析

(2) 中国互联网基础资源及条件分析

- 1) 2016-2019年中国互联网普及率分析
- 2) 2016-2019年中国的宽带普及率分析
- 3) 2016-2019年中国的互联网应用分析
- 4) 2016-2019年中国网民手机应用分析
- 5) 2017年中国网民信息获取方式分析

(3) 中国国民阅读习惯及需求特点分析

- 1) 2016-2019年国民综合阅读率分析
- 2) 2016-2019年国民数字阅读率分析
- 3) 2016-2019年国民阅读消费特点分析
- 4) 2016-2019年国民阅读消费需求分析

1.3 数字出版技术研究进展

1.3.1 数字出版技术概况

1.3.2 国际数字出版技术研究分析

1.3.3 中国数字出版技术与专利分析

- (1) 数字出版技术商现状分析
- (2) 龙头企业数字出版技术动态
- (3) 中国数字出版技术研究新进展
- (4) 中国数字出版技术专利分析
- (5) 数字出版技术问题分析

第二章 数字出版行业产业链及商业模式分析

2.1 数字出版行业产业链分析

2.1.1 数字出版产业链的构成及特征

- (1) 数字出版产业链构成
- (2) 数字出版产业链特征

2.1.2 数字出版产业链整合要求

- (1) 传统出版商面临发展拐点
- (2) 传统出版商的创新方向

2.1.3 数字出版产业链建设问题与对策

2.2 数字出版行业商业模式分析

2.2.1 商业模式介绍

2.2.2 数字出版商业模式核心要素

- (1) 盈利模式
- (2) 运营模式
- (3) 营销模式

2.2.3 数字出版行业主要商业模式分析

- (1) Kindle模式
- (2) iPad模式
- (3) Google模式
- (4) 盛大文学模式
- (5) 方正模式
- (6) 汉王模式

(7) 中移动模式

2.3 基于用户需求的数字出版模式分析

2.3.1 基于用户需求数字出版模式核心价值

- (1) 以满足用户信息需求为最终目的
- (2) 用户个性化定制数字出版产品
- (3) 有效配置数字出版资源
- (4) 个性化交互的用户关系管理
- (5) 充分发掘用户信息资源价值

2.3.2 施普林格出版集团数字出版模式

- (1) 施普林格出版集团数字出版模式分析
- (2) 施普林格出版集团数字出版模式经验借鉴

2.3.3 高等教育出版社数字出版模式

- (1) 高等教育出版社数字出版模式分析
- (2) 高等教育出版社数字出版模式经验借鉴

2.4 数字出版行业融资模式分析

2.4.1 数字出版行业融资的战略意义

2.4.2 数字出版行业融资的路径分析

2.4.3 数字出版行业融资的方式选择

2.5 数字出版行业优秀商业模式分析

2.5.1 以产品版权运营为核心的运营模式——盛大文学

- (1) 盛大文学简介
- (2) 盛大文学全媒体运营发展路径
- (3) 盛大文学全媒体版权运营模式

1) 原创网站试水市场

2) 版权分销再开发

3) 延伸整合产业链

4) 掌握核心价值点

2.5.2 以数字出版终端设备制造为核心的运营模式——汉王科技

- (1) 汉王科技简介
- (2) 汉王科技全媒体出版运营战略

1) 坚持专注、创新的经营理念

2) 技术创新

3) 产品创新

4) 重视用户体验

(3) 汉王科技全媒体出版盈利模式

2.5.3 百度全媒体出版业务商业模式分析

(1) 百度全媒体出版战略定位分析

(2) 百度全媒体出版运营发展路径

(3) 百度全媒体出版商业模式分析

(4) 百度全媒体出版运营案例分析

2.5.4 腾讯全媒体出版业务商业模式分析

(1) 腾讯全媒体出版战略定位分析

(2) 腾讯全媒体出版运营发展路径

(3) 腾讯全媒体出版商业模式分析

(4) 腾讯全媒体出版运营案例分析

2.6 数字出版行业商业模式发展趋势分析

2.6.1 数字出版赢利模式困境分析

2.6.2 数字出版商赢利模式探索分析

2.6.3 传统出版社数字出版商业模式选择分析

2.6.4 数字出版行业商业模式发展趋势分析

第三章国内外数字出版行业发展现状与经验借鉴

3.1 国外数字出版行业发展现状与趋势

3.1.1 国外数字出版行业发展情况

3.1.2 国际数字出版行业发展经验借鉴

3.1.3 国际数字出版行业对中国的启示

3.1.4 国外数字出版行业出版趋势

3.2 国外主要国家数字出版行业发展分析

3.2.1 美国数字出版行业发展分析

3.2.2 英国数字出版行业发展分析

3.2.3 法国数字出版行业发展分析

3.2.4 日本数字出版行业发展分析

3.2.5 韩国数字出版行业发展分析

3.2.6 俄罗斯数字出版行业发展分析

- 3.2.7 葡萄牙数字出版行业发展分析
- 3.2.8 土耳其数字出版行业发展分析
- 3.2.9 墨西哥数字出版行业发展分析
- 3.2.10 巴西数字出版行业发展分析
- 3.2.11 南非数字出版行业发展分析
- 3.3 国外数字出版优秀案例与经验借鉴
 - 3.3.1 尼尔森国际传媒集团公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.2 布莱克维尔出版集团公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.3 培生教育出版集团公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.4 桦榭出版集团美国公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.5 哈泼柯林斯出版集团公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.6 希尔教育出版集团公司
 - (1) 公司简介
 - (2) 数字出版发展路径
 - (3) 数字出版经验借鉴
 - 3.3.7 牛津大学出版社纽约公司
 - (1) 公司简介

- (2) 数字出版发展路径
- (3) 数字出版经验借鉴

3.3.8 圣智学习出版公司

- (1) 公司简介
- (2) 数字出版发展路径
- (3) 数字出版经验借鉴

3.3.9 谷歌公司

- (1) 公司简介
- (2) 数字出版发展路径
- (3) 数字出版经验借鉴

3.4 中国数字出版行业发展分析

3.4.1 中国数字出版行业发展历程

3.4.2 中国数字出版行业发展规模

随着互联网及移动互联网的发展，智能手机、平板电脑、电子阅读器等硬件产品的普及，数字出版作为我国出版发行产业的分支迅速发展起来。在数字出版产品的销售规模上，《全国新闻出版业基本情况》的统计的2012年零售总额仅有1400万，到2016年则增长至5.66亿元，复合增速高达152.16%。此外《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》提出了“数字新产品新服务增长提速，到“十三五”期末，数字出版营业收入达到9600亿元，年均增速不低于17%。”其中，新兴产品中电子书收入要达到107亿元，移动出版收入要达到2700亿元。2012-2016年数字出版零售总额（亿元）数据来源：公开资料整理

(1) 总体发展规模分析

(2) 数字出版细分类别收入分析

- 1) 2016-2019年互联网广告收入分析
- 2) 2016-2019年手机出版收入分析
- 3) 2016-2019年网络游戏收入分析
- 4) 2016-2019年博客收入分析
- 5) 2016-2019年电子书收入分析
- 6) 2016-2019年数字期刊与数字报纸收入分析
- 7) 2016-2019年在线音乐与网络动漫收入分析

3.4.3 数字出版平台竞争分析

3.4.4 数字出版传播渠道分析

3.4.5 中国数字出版行业问题及对策

第四章数字出版行业细分市场分析

4.1 手机出版市场分析

4.1.1 手机出版概述

4.1.2 手机出版形式

4.1.3 手机技术对手机出版的影响

4.1.4 手机出版市场发展现状

- (1) 手机上网用户规模
- (2) 手机出版市场规模分析
- (3) 阻碍手机出版物产业化因素
- (4) 手机出版产业的拐点

4.1.5 手机出版市场发展趋势

4.1.6 手机出版市场发展前景

4.2 游戏出版市场分析

4.2.1 游戏出版概念

4.2.2 游戏销售渠道分析

4.2.3 游戏用户现状及需求

4.2.4 游戏出版市场发展规模

4.2.5 游戏出版市场发展趋势

4.2.6 游戏出版市场发展前景

4.3 互联网广告市场分析

4.3.1 互联网广告的概念

4.3.2 互联网广告主要形式与计费方式

4.3.3 互联网广告优劣势分析

- (1) 互联网广告优势分析
- (2) 互联网广告劣势分析

4.3.4 互联网广告市场发展规模

4.3.5 互联网广告市场发展趋势

4.3.6 互联网广告市场发展前景

4.4 电子书市场分析

4.4.1 电子书概念

4.4.2 电子书发展历程分析

4.4.3 电子书发展相关技术

4.4.4 电子书市场发展规模

4.4.5 电子书市场发展趋势

4.4.6 电子书市场发展前景

4.5 数字期刊市场分析

4.5.1 数字期刊出版发展简况

(1) 国外数字期刊出版发展状况

(2) 国内数字期刊出版发展状况

4.5.2 数字期刊出版的市场规模

(1) 数字期刊出版的市场规模

(2) 数字期刊出版细分市场

1) 平板电脑期刊出版市场

2) 手机期刊出版市场

3) MP3/MP4期刊出版市场

4) IPTV期刊出版市场分析

4.5.3 纸质期刊数字化转型分析

(1) 纸质期刊数字化转型的原因

(2) 数字期刊对传统出版相关产业影响

(3) 数字期刊新的盈利模式

4.5.4 数字期刊出版发展趋势

(1) 数字期刊出版发展优劣势

(2) 数字期刊出版的问题和建议

(3) 数字期刊出版产业的机遇与挑战

(4) 数字期刊发展趋势及前景

4.6 数字报纸市场分析

4.6.1 数字报纸出版发展概况

(1) 国外数字报纸发展状况

(2) 国内数字报纸发展状况

4.6.2 数字报纸出版的市场规模和产品结构

(1) 数字报纸的市场规模

(2) 数字报纸的产品结构

4.6.3 数字报纸出版趋势及发展建议

- (1) 数字报纸出版的机遇和挑战
- (2) 数字报纸出版发展趋势
- (3) 数字报纸出版发展建议

4.6.4 数字报纸出版典型案例与经验借鉴

- (1) 南方报业传媒集团数字报纸出版经验借鉴
- (2) 广州日报报业集团数字报纸出版经验借鉴
- (3) 深圳报业集团数字报纸出版经验借鉴

4.7 数字图书出版市场分析

4.7.1 数字图书出版发展概况

- (1) 国外数字图书出版发展状况
- (2) 国内数字图书出版发展状况

4.7.2 数字图书出版市场结构分析

4.7.3 图书细分领域数字出版市场分析

- (1) 教育图书数字出版市场分析
 - 1) 教育图书数字出版现状分析
 - 2) 教育图书出版数字化领先案例
 - 3) 教育图书数字出版发展前景
- (2) 少儿图书数字出版市场分析
 - 1) 少儿图书数字出版现状分析
 - 2) MPR少儿图书出版分析
 - 3) 少儿出版的数字出版案例分析
 - 4) 少儿图书数字出版发展前景

4.7.4 数字图书出版趋势及发展建议

- (1) 数字图书出版的机遇和挑战
- (2) 数字图书出版发展趋势
- (3) 数字图书出版发展建议

4.7.5 数字图书出版典型案例与经验借鉴

- (1) 图书出版企业开展数字业务的典型案例与经验借鉴
- (2) 数字图书出版经营典型案例与经验借鉴
- (3) 数字图书技术公司经营典型案例与经验借鉴

4.8 数据库市场分析

4.8.1 数据库定义

4.8.2 数据库市场规模分析

(1) 中国数据库软件市场规模

(2) 国产数据库软件市场规模

4.8.3 数据库发展趋势

4.8.4 数据库发展前景

第五章数字出版基地经营情况分析

5.1 数字出版基地排行榜

5.1.1 数字出版行业基地营业收入排名

5.1.2 数字出版行业基地资产总额排名

5.1.3 数字出版行业基地利润总额排名

5.2 数字出版基地经营情况分析

5.2.1 上海张江国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.2 重庆北部新区国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.3 浙江杭州国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.4 湖南中南国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.5 湖北华中国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.6 西安国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.7 广东广州国家数字出版基地

(1) 基地概况

(2) 经营情况

(3) 基地政策

(4) 基地服务

(5) 入驻企业

(6) 基地规划

5.2.8 天津空港国家数字出版基地

(1) 基地概况

- (2) 经营情况
- (3) 基地政策
- (4) 基地服务
- (5) 入驻企业
- (6) 基地规划

5.2.9 南京国家数字出版基地

- (1) 基地概况
- (2) 经营情况
- (3) 基地政策
- (4) 基地服务
- (5) 入驻企业
- (6) 基地规划

5.2.10 北京国家数字出版基地

- (1) 基地概况
- (2) 经营情况
- (3) 基地政策
- (4) 基地服务
- (5) 入驻企业
- (6) 基地规划

5.2.11 安徽国家数字出版基地

- (1) 基地概况
- (2) 经营情况
- (3) 基地政策
- (4) 基地服务
- (5) 入驻企业
- (6) 基地规划

第六章 数字出版行业主要企业创新模式分析

6.1 优秀出版集团数字出版创新模式分析

6.1.1 中南出版传媒集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业数字出版业务分析

- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业数字出版转型路径分析
- (5) 企业数字出版创新模式分析
- 6.1.2 北方联合出版传媒（集团）股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业数字出版业务分析
 - (3) 企业经营情况分析
 - (4) 企业出版产品分析
 - (5) 企业数字出版转型路径分析
- 6.1.3 海峡出版发行集团创新模式分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业数字出版转型路径分析
 - (4) 企业数字出版创新模式分析
- 6.1.4 时代出版传媒股份有限公司创新模式分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 数字出版转型路径分析
 - (3) 企业总体经营情况分析
 - (4) 数字出版业务经营情况
 - (5) 企业数字出版战略分析
- 6.2 优秀图书出版单位数字出版创新模式分析
 - 6.2.1 人民军医出版社创新模式分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业数字出版转型路径分析
 - (4) 企业数字出版创新模式分析
 - (5) 企业数字出版最新动向分析
 - 6.2.2 北京语言大学出版社创新模式分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业数字出版转型路径分析
 - (4) 企业数字出版创新模式分析

(5) 企业数字出版最新动向分析

6.2.3 知识产权出版社创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业数字出版转型路径分析

(4) 企业数字出版创新模式分析

(5) 企业数字出版最新动向分析

6.2.4 北京师范大学出版社创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业数字出版转型路径分析

(4) 企业数字出版最新动向分析

6.3 优秀报业集团数字出版创新模式分析

6.3.1 重庆日报报业集团创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业数字出版转型路径分析

(3) 企业数字出版创新模式分析

6.3.2 辽宁报业传媒集团创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业数字出版转型路径分析

(4) 企业数字出版创新模式分析

6.3.3 南方报业传媒集团创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业数字出版转型路径分析

(4) 企业数字出版创新模式分析

(5) 企业数字出版最新动向分析

6.4 优秀报纸出版单位数字出版创新模式分析

6.4.1 人民日报社创新模式分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

- (3) 企业数字出版转型路径分析
- (4) 企业数字出版创新模式分析
- (5) 企业数字出版发展战略分析

6.4.2 京华时报社创新模式分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业数字出版转型路径分析
- (4) 企业数字出版创新模式分析
- (5) 企业数字出版发展战略分析

6.4.3 证券日报社创新模式分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业数字出版转型路径分析
- (4) 企业数字出版创新模式分析
- (5) 企业数字出版发展战略分析

6.4.4 上海第一财经报业创新模式分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业数字出版转型路径分析
- (4) 企业数字出版创新模式分析
- (5) 企业数字出版发展战略分析

6.5 优秀期刊出版单位数字出版创新模式分析

6.5.1 《中国家庭医生》杂志社有限公司创新模式分析

- (1) 《家庭医生》简介
- (2) 《家庭医生》数字出版转型路径分析
- (3) 《家庭医生》数字出版创新模式分析
- (4) 《家庭医生》数字出版经验借鉴

6.5.2 《青年文摘》杂志社创新模式分析

- (1) 《青年文摘》简介
- (2) 企业数字出版转型路径分析
- (3) 企业数字出版创新模式分析
- (4) 企业数字出版发展战略分析

(5) 《青年文摘》数字出版最新动向分析

6.5.3 《人民论坛》杂志社创新模式分析

(1) 《人民论坛》简介

(2) 《人民论坛》数字出版转型路径分析

(3) 《人民论坛》数字出版创新模式分析

(4) 《人民论坛》数字出版发展战略分析

(5) 《人民论坛》数字出版最新动向分析

6.5.4 《中国国家地理》杂志社创新模式分析

(1) 《中国国家地理》简介

(2) 《中国国家地理》数字出版转型路径分析

(3) 《中国国家地理》数字出版创新模式分析

(4) 《中国国家地理》数字出版发展战略分析

第七章数字出版行业投资分析与前景预测

7.1 数字出版行业投资分析

7.1.1 数字出版行业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

(2) 数字出版影响因素分析

7.1.2 数字出版行业投资现状分析

7.1.3 数字出版行业投资风险分析

7.1.4 数字出版行业投资机会分析

7.2 数字出版行业发展趋势与前景预测

7.2.1 数字出版行业发展趋势分析

7.2.2 数字出版行业发展前景分析

图表目录：

图表1：数字出版的定义

图表2：数字出版特征分析

图表3：数字出版发展阶段分析

图表4：数字出版行业产品形态划分

图表5：中国数字出版行业结构（单位：%）

图表6：数字出版行业产业结构特性分析

图表7：传统出版与数字出版融合必然性分析

图表8：传统出版与数字出版融合主要途径分析

图表9：传统出版与数字出版融合发展新态势

图表10：数字出版行业管理体制分析

图表11：数字出版行业相关政策分析

图表12：行业政策和标准对数字出版行业的影响

图表13：2016-2019年中国国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表14：2016-2019年中国文化产业市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表15：行业经济环境对数字出版行业的影响

图表16：中国数字出版主要技术商分析

图表17：中国数字出版技术研究新进展分析

图表18：2016-2019年中国数字出版行业专利申请数量趋势（单位：件）

图表19：2017年“数字出版”专利申请人分析（单位：%）

图表20：数字出版行业产业链

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145111.html>