

中国互联网+电影行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：互联网+电影产业发展综述

1.1 “互联网+电影”概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵分析

- (1) “互联网+”的提出
- (2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+电影”的定义

1.1.3 “互联网+电影”产业链分析

1.1.4 本报告的研究范围

1.2 互联网+电影产业PEST分析

1.2.1 政策环境分析（P）

- (1) 行业管理体制分析
- (2) 行业发展规划分析
- (3) 行业政策动向分析
- (4) 政策环境对产业的影响

1.2.2 经济环境分析（E）

- (1) 宏观经济运行分析
 - 1) 国际宏观经济运行分析
 - 2) 国内宏观经济运行分析
- (2) 电子商务发展情况分析
- (3) 经济环境对产业的影响

1.2.3 社会环境分析（S）

- (1) 互联网普及情况分析
- (2) 城乡居民收入增长情况
- (3) 社会环境对产业的影响

1.2.4 技术环境分析（T）

- (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 大数据技术发展现状及未来趋势分析
- (5) 技术环境对产业的影响

1.3 互联网+电影产业发展现状分析

1.3.1 全球电影产业发展状况分析

- (1) 全球电影票房收入规模
- (2) 主要国家电影票房收入
- (3) 全球电影产业银幕数量

1.3.2 中国电影产业发展状况分析

- (1) 中国电影产业产量规模
- (2) 中国电影产业收入规模
- (3) 中国电影产业观影人次

1.3.3 互联网给电影产业带来的冲击和变革

- (1) 互联网思维颠覆电影传统理念
 - 1) 粉丝经济
 - 2) 用户思维
 - 3) 大数据思维
 - 4) 平台化思维
- (2) 互联网改变观影模式与观影空间
 - 1) 互动观影
 - 2) 弹幕电影
- (3) 互联网重塑电影产业发展路径

1.3.4 中国互联网+电影产业竞争态势分析

- (1) 中国互联网+电影产业竞争格局分析

- (2) 中国互联网+电影潜在进入者威胁分析
- 1.3.5 中国互联网+电影产业投资并购分析
 - (1) 中国互联网+电影产业投资并购动机
 - (2) 中国互联网+电影产业投资并购特点
 - (3) 中国互联网+电影产业投资并购动向
 - (4) 中国互联网+电影产业投资并购趋势

第2章：互联网+电影产业筹资模式创新策略及优秀案例

2.1 互联网+电影产业筹资模式创新策略——众筹

- 2.1.1 互联网众筹概况简介
- 2.1.2 互联网+电影众筹发展现状
- 2.1.3 互联网+电影众筹应用评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) 互联网+电影众筹局限性分析
- 2.1.4 互联网+电影众筹平台分析
 - (1) 大家投
 - (2) 淘梦网
 - (3) 追梦网
 - (4) 影娱宝
 - (5) 众筹网
- 2.1.5 互联网+电影众筹优秀案例
 - (1) 《我就是我》
 - (2) 《十万个冷笑话》

2.2 互联网+电影产业筹资模式创新策略——娱乐宝

- 2.2.1 “娱乐宝”概况简介
- 2.2.2 “娱乐宝”发展现状
- 2.2.3 “娱乐宝”应用评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) “娱乐宝”局限性分析
- 2.2.4 “娱乐宝”优秀案例
 - (1) 《小时代》
 - (2) 《狼图腾》
 - (3) 《老男孩》
 - (4) 《绝命逃亡》

2.3 互联网+电影产业筹资模式创新策略——百发有戏

- 2.3.1 “百发有戏”概况简介
- 2.3.2 “百发有戏”发展现状
- 2.3.3 “百发有戏”应用评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) “百发有戏”局限性分析
- 2.3.4 “百发有戏”优秀案例

第3章：互联网+电影产业制作模式创新策略及优秀案例

3.1 互联网+电影产业叙事方式创新策略——数据库叙事

- 3.1.1 数据库叙事概况简介
- 3.1.2 数据库叙事发展现状
- 3.1.3 数据库叙事应用评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) 数据库叙事局限性分析
- 3.1.4 数据库叙事未来趋势
- 3.1.5 数据库叙事优秀案例
 - (1) 《小时代》
 - (2) 《纸牌屋》

3.2 互联网+电影产业创作模式创新策略——UGC模式

- 3.2.1 UGC模式概况简介
- 3.2.2 UGC模式发展现状
- 3.2.3 UGC模式应用评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) UGC模式局限性分析
- 3.2.4 UGC模式未来趋势
- 3.2.5 UGC模式优秀案例

3.3 互联网+电影产业制作技术创新策略——立体/奇观电影

- 3.3.1 立体/奇观电影简介
- 3.3.2 立体/奇观电影发展现状
- 3.3.3 立体/奇观电影未来趋势
- 3.3.4 立体/奇观电影优秀案例
 - (1) 《阿凡达》
 - (2) 《变形金刚4》
 - (3) 《少年派的奇幻漂流》

第4章：互联网+电影产业营销模式创新策略及优秀案例

4.1 互联网+电影产业营销模式创新策略——微博营销

- 4.1.1 微博营销定义简介
- 4.1.2 微博主要功能分析
- 4.1.3 微博营销价值分析
- 4.1.4 微博用户规模分析
- 4.1.5 微博营销模式分析
 - (1) 企业自营推广模式
 - (2) 意见领袖推广模式
- 4.1.6 电影微博营销模式分析
 - (1) 立项期微博营销策略
 - (2) 筹备期微博营销策略
 - (3) 拍摄期微博营销策略
 - (4) 制作期微博营销策略
 - (5) 宣传期微博营销策略
 - (6) 上映期微博营销策略
- 4.1.7 电影微博营销优秀案例
 - (1) 《失恋33天》
 - (2) 《小时代》
 - (3) 《后会无期》

4.2 互联网+电影产业营销模式创新策略——微信营销

- 4.2.1 微信营销定义简介
- 4.2.2 微信主要功能分析
- 4.2.3 微信营销价值分析
- 4.2.4 微信用户规模分析
- 4.2.5 微信营销模式分析
 - (1) 第三方服务商营销模式
 - (2) 企业自建自营模式
- 4.2.6 电影微信营销模式分析
 - (1) 微信公众号营销策略
 - (2) 微信朋友圈营销策略
 - (3) 微信二维码营销策略
 - (4) 微信红包营销策略
 - (5) 微信漂流瓶营销策略
 - (6) 微信LBS营销策略
- 4.2.7 电影微信营销优秀案例
 - (1) 《富春山居图》
 - (2) 《爸爸的假期》
 - (3) 《完美出逃》

4.3 互联网+电影产业营销模式创新策略——APP营销

- 4.3.1 APP营销定义简介
- 4.3.2 APP主要功能分析
- 4.3.3 APP营销价值分析
- 4.3.4 APP用户规模分析
- 4.3.5 APP营销模式分析
- 4.3.6 电影APP营销模式分析
 - (1) 上映前发行同名APP
 - (2) 联合优质APP进行宣传
- 4.3.7 电影APP营销优秀案例
 - (1) 《被偷走的那五年》
 - (2) 《京城81号》

(3) 《饥饿游戏2》

第5章：互联网+电影产业售票模式创新策略及优秀案例

5.1 互联网+电影产业售票模式创新策略——团购网站售票

- 5.1.1 团购网站售票概况简介
- 5.1.2 团购网站售票发展现状
- 5.1.3 团购网站售票模式评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) 团购网站售票局限性分析
- 5.1.4 团购网站售票优秀案例
 - (1) 美团网
 - (2) 拉手网
 - (3) 百度糯米
 - (4) 大众点评网

5.2 互联网+电影产业售票模式创新策略——在线选座售票

- 5.2.1 在线选座售票概况简介
- 5.2.2 在线选座售票发展现状
- 5.2.3 在线选座售票模式评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) 在线选座售票局限性分析
- 5.2.4 在线选座售票优秀案例
 - (1) 时光网
 - (2) 猫眼电影
 - (3) 万达电影
 - (4) 格瓦拉电影
 - (5) 蜘蛛网电影

5.3 互联网+电影产业售票模式创新策略——APP售票

- 5.3.1 APP售票概况简介
- 5.3.2 APP售票发展现状
- 5.3.3 APP售票模式评价
 - (1) 对电影产业链的积极影响
 - (2) APP售票局限性分析
- 5.3.4 APP售票优秀案例
 - (1) 微信电影票
 - (2) 太平洋影城APP客户端

第6章：互联网+电影后期经营模式创新策略及优秀案例

6.1 互联网+电影后期经营模式创新策略——粉丝经济模式

- 6.1.1 粉丝经济模式简介
- 6.1.2 粉丝经济模式发展现状
- 6.1.3 粉丝经济模式未来趋势
- 6.1.4 粉丝经济模式优秀案例
 - (1) 《超能陆战队》
 - (2) 《冰雪奇缘》
 - (3) 《功夫熊猫》

6.2 互联网+电影后期经营模式创新策略——网络点播分成模式

- 6.2.1 网络点播分成模式简介
- 6.2.2 网络点播分成模式发展现状
- 6.2.3 网络点播分成模式未来趋势
- 6.2.4 网络点播分成模式优秀案例
 - (1) 《一步之遥》
 - (2) 《刺杀金正恩》

6.3 互联网+电影后期经营模式创新策略——APP版权经营模式

- 6.3.1 APP版权经营模式简介
- 6.3.2 APP版权经营模式发展现状
- 6.3.3 APP版权经营模式未来趋势
- 6.3.4 APP版权经营模式优秀案例
 - (1) 《盗梦空间》
 - (2) 《黑暗骑士》

第7章：中国互联网+电影产业市场前景及投资机会分析

7.1 中国互联网+电影产业发展趋势及前景

- 7.1.1 中国互联网+电影产业发展机遇剖析
 - 7.1.2 中国互联网+电影产业发展瓶颈剖析
 - (1) 网络盗版冲击电影产业
 - (2) 电子商务影响影院利润
 - 7.1.3 中国互联网+电影产业市场前景预测
 - 7.2 中国互联网+电影产业投资特性及模式**
 - 7.2.1 互联网+电影产业投资壁垒分析
 - (1) 政策壁垒
 - (2) 技术壁垒
 - (3) 市场壁垒
 - 7.2.2 互联网+电影产业投资风险分析
 - 7.2.3 互联网+电影产业投资模式分析
 - 7.3 中国互联网+电影产业投资机会及建议**
 - 7.3.1 中国互联网+电影产业投资机会
 - 7.3.2 中国互联网+电影产业投资建议
- 第8章：中国大型企业互联网+电影业务投资布局分析**
- 8.1 互联网+电影产业投资主体结构特征分析**
 - 8.2 传统影视企业“互联网+电影”投资布局分析**
 - 8.2.1 华谊兄弟
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 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) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.2 乐视影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.3 光线影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.4 万达影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.5 博纳影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 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) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.2.6 华策影视

- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 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) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 8.2.7 互联网电影集团
- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 8.2.8 中国电影集团公司
- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影投资布局
 - (4) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 8.3 BAT等互联网企业“互联网+电影”投资布局分析**
- 8.3.1 阿里影业
- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 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) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 8.3.2 百度公司
- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
 - (3) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 8.3.3 腾讯公司
- (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - 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) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 8.3.4 合一影业

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+电影布局资源
- (4) 企业互联网+电影布局思路
- (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
- (6) 企业最新发展动向
- 8.3.5 猫眼电影
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 8.3.6 游族影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 8.3.7 爱奇艺影业
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+电影布局资源
 - (4) 企业互联网+电影布局思路
 - (5) 企业互联网+电影产品/服务分析
 - (6) 企业最新发展动向

图表目录

- 图表1: 互联网+电影产业链结构图
- 图表2: 互联网+电影产业发展规划汇总表
- 图表3: 互联网+电影产业主要政策汇总表
- 图表4: 政策环境对产业的影响分析表
- 图表5: 2015-2016年全球主要经济体经济增速预测 (单位: %)
- 图表6: 2007-2016年美国经济增长趋势及预测 (单位: %)
- 图表7: 2007-2016年德国经济增长趋势及预测 (单位: %)
- 图表8: 2007-2016年日本经济增长趋势及预测 (单位: %)
- 图表9: 2005-2014年中国GDP增长率变化趋势图 (单位: %)
- 图表10: 2005-2014年中国工业增加值及增长率走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表11: 2005-2014年中国服务业增加值及增长率走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表12: 2009-2014年中国电商交易规模发展趋势 (单位: 亿元, %)
- 图表13: 2015-2020年中国电商交易规模预测
- 图表14: 经济环境对产业的影响分析
- 图表15: 2010-2015年我国网民规模及互联网普及率
- 图表16: 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率
- 图表17: 2009-2015年我国移动网民规模及增长速度
- 图表18: 2009-2015年我国城镇居民人均可支配收入增长情况 (单位: 元, %)
- 图表19: 2009-2015年我国农村居民人均可支配收入增长情况 (单位: 元, %)
- 图表20: 社会环境对产业的影响分析表
- 图表21: 技术环境对产业的影响分析表
- 图表22: 2009-2014年全球电影市场票房收入 (单位: 亿美元)
- 图表23: 2009-2014年全球各地区票房情况 (单位: 亿美元)
- 图表24: 2014年全球电影消费市场结构 (单位: %)
- 图表25: 2014年票房收入前10名国家对比 (单位: 亿美元)
- 图表26: 2012-2014年主要电影市场本土电影票房市场份额 (单位: %)

- 图表27: 2011-2014年全球银幕数量(单位: 块)
- 图表28: 2014年全球各地区银幕分布数量(单位: 块)
- 图表29: 2007-2014年中国国产影片总产量(单位: 部)
- 图表30: 2009-2014年中国电影产业规模及增长情况(单位: 亿元, %)
- 图表31: 2009-2014年中国内地电影观影人次及增长情况(单位: 亿人次, %)
- 图表32: 中国互联网+电影产业现有竞争者之间的竞争分析及结论
- 图表33: 中国互联网+电影产业潜在进入者的威胁分析及结论
- 图表34: 2013-2015年中国互联网+电影产业投资并购动向
- 图表35: 互联网+电影众筹局限性分析
- 图表36: “娱乐宝”局限性分析
- 图表37: “百发有戏”局限性分析
- 图表38: 数据库叙事模式局限性分析
- 图表39: UGC模式局限性分析
- 图表40: 新浪微博的主要功能分析
- 图表41: 2011-2015年新浪微博月活跃用户增长情况(单位: 亿人, %)
- 图表42: 意见领袖对信息进行加工与解释进而传播的案例
- 图表43: 意见领袖对粉丝的影响示意图
- 图表44: 郑渊洁与移动WIFI的微博故事
- 图表45: 2013-2014年各类微博账号日均微博走势图
- 图表46: 2013-2014年各类微博账号日均微博数分布图
- 图表47: 2013-2014年各类微博账号平均每个微博月均收到转评数
- 图表48: 微信功能的发展演变路径示意图
- 图表49: 微信公众平台功能演变历程示意图
- 图表50: 微信的营销价值分析
- 图表51: 微信公众平台的营销价值
- 图表52: 2013-2015年微信用户数量增长情况趋势图(亿人, %)
- 图表53: 2014年APP Store中各类应用增长速度(单位: %)
- 图表54: 近年来全球APP下载量统计(单位: 亿次, %)
- 图表55: 国内网民APP安装数量分布(单位: %)
- 图表56: 不同APP适合投放电影类型
- 图表57: APP营销票房破亿的影片
- 图表58: 2013-2015年中国主要团购网站电影票销售收入统计
- 图表59: 2013-2015年中国主要在线售票网站电影票销售收入统计
- 图表60: 2013-2015年中国主要APP客户端电影票销售收入统计
- 图表61: 2015-2020年中国互联网+电影产业市场规模预测(单位: 亿元, %)
- 图表62: 华谊兄弟传媒股份有限公司基本信息情况表
- 图表63: 2011-2014年华谊兄弟传媒股份有限公司主要经济指标分析(单位: 万元)
- 图表64: 2011-2014年华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力分析(单位: %)
- 图表65: 2011-2014年华谊兄弟传媒股份有限公司运营能力分析(单位: 次)
- 图表66: 2011-2014年华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力分析(单位: %, 倍)
- 图表67: 2011-2014年华谊兄弟传媒股份有限公司发展能力分析(单位: %)
- 图表68: 华谊兄弟传媒股份有限公司互联网+电影投资布局分析
- 图表69: 华谊兄弟传媒股份有限公司互联网+电影产品/服务分析表
- 图表70: 乐视影业(北京)有限公司基本信息情况表
- 图表71: 乐视影业(北京)有限公司互联网+电影投资布局分析
- 图表72: 乐视影业(北京)有限公司互联网+电影产品/服务分析表
- 图表73: 北京光线影业有限公司基本信息情况表
- 图表74: 北京光线影业有限公司互联网+电影投资布局分析
- 图表75: 北京光线影业有限公司互联网+电影产品/服务分析表
- 图表76: 万达电影院线股份有限公司基本信息情况表
- 图表77: 万达电影院线股份有限公司互联网+电影投资布局分析
- 图表78: 万达电影院线股份有限公司互联网+电影产品/服务分析表
- 图表79: 博纳影业集团有限公司基本信息情况表
- 图表80: 2011-2014年博纳影业集团有限公司主要经济指标分析(单位: 万元)
- 图表81: 2011-2014年博纳影业集团有限公司盈利能力分析(单位: %)
- 图表82: 2014年博纳影业集团有限公司主营业务分产品情况表(单位: 万元, %)
- 图表83: 2011-2014年博纳影业集团有限公司运营能力分析(单位: 次)
- 图表84: 2011-2014年博纳影业集团有限公司偿债能力分析(单位: %, 倍)
- 图表85: 2011-2014年博纳影业集团有限公司发展能力分析(单位: %)

- 图表86: 博纳影业集团有限公司互联网+电影投资布局分析
图表87: 博纳影业集团有限公司互联网+电影产品/服务分析表
图表88: 浙江华策影视股份有限公司基本信息情况表
图表89: 2011-2014年浙江华策影视股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
图表90: 2011-2014年浙江华策影视股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
图表91: 2014年浙江华策影视股份有限公司主营业务分产品情况表 (单位: 万元, %)
图表92: 2011-2014年浙江华策影视股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
图表93: 2011-2014年浙江华策影视股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
图表94: 2011-2014年浙江华策影视股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
图表95: 浙江华策影视股份有限公司互联网+电影投资布局分析
图表96: 浙江华策影视股份有限公司互联网+电影产品/服务分析表
图表97: 互联网电影集团基本信息情况表
图表98: 互联网电影集团互联网+电影投资布局分析
图表99: 互联网电影集团互联网+电影产品/服务分析表
图表100: 中国电影集团公司基本信息情况表
图表101: 中国电影集团公司互联网+电影投资布局分析
图表102: 中国电影集团公司互联网+电影产品/服务分析表
图表103: 2011-2014年阿里影业主要经济指标分析 (单位: 万元)
图表104: 2011-2014年阿里影业盈利能力分析 (单位: %)
图表105: 2011-2014年阿里影业运营能力分析 (单位: 次)
图表106: 2011-2014年阿里影业偿债能力分析 (单位: %, 倍)
图表107: 2011-2014年阿里影业发展能力分析 (单位: %)
图表108: 阿里影业电影产业布局资源分析
图表109: 阿里影业互联网+电影布局思路分析
图表110: 阿里影业互联网+电影产品/服务分析表
图表111: 2011-2014年百度公司利润表 (单位: 百万美元)
图表112: 2011-2014年百度公司资产负债表 (单位: 百万美元)
图表113: 2011-2014年百度公司现金流量表 (单位: 百万美元)
图表114: 2011-2014年百度公司主要指标项 (单位: %)
图表115: 百度公司电影产业布局资源分析
图表116: 百度公司互联网+电影布局思路分析
图表117: 百度公司互联网+电影产品/服务分析表
图表118: 2011-2014年腾讯公司主要经济指标分析 (单位: 万元)
图表119: 2011-2014年腾讯公司盈利能力分析 (单位: %)
图表120: 2014年腾讯公司主营业务分产品情况表 (单位: 万元, %)
略 . . . 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!