

2024-2030年中国品牌设计 行业分析与发展前景预测报告

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

《2024-2030年中国品牌设计行业分析与发展前景预测报告》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/202406/462768.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国品牌设计行业分析与发展前景预测报告》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。

本报告第1章分析了中国品牌设计行业的发展环境；

第2章对中国品牌设计行业的发展状况与竞争格局进行了分析；

第3章对中国各重点地区品牌设计行业的发展状况进行了深入的分析；

第4章对中国品牌设计行业的应用市场需求现状与潜力进行了分析和预测；

第5章对中国品牌设计行业内的领先企业进行了分析与解读，具有实战参考价值；

第6章对品牌设计行业的发展前景进行了评估，并对其发展趋势进行了预测，同时从投资潜力、投资现状出发，对品牌设计行业的投资策略规划进行了部署，帮助投资者做出决策。

本报告最大的特点就是性和适时性，是各类品牌设计相关企业及资本机构准确了解当前品牌设计行业最新发展动态，把握市场机会，提高企业经营效率，作出正确经营决策和投资决策的不可多得的精品。

报告目录：

第1章：品牌设计行业概念界定及发展环境剖析

1.1 品牌设计基本概念

1.1.1 品牌设计概念

1.1.2 品牌设计行业分类

1.1.3 本报告的数据来源及统计标准说明

1.2 品牌设计行业政策环境分析

1.2.1 行业发展相关政策规划汇总

1.2.2 政策环境对品牌设计行业发展的影响分析

1.3 品牌设计行业经济环境分析

1.3.1 中国经济发展现状

(1) GDP发展现状

(2) 社会消费品零售总额

1.3.2 中国经济发展预测

- 1.3.3 行业发展与宏观经济发展相关性分析
- 1.4 品牌设计行业社会环境分析
 - 1.4.1 中国人口规模分析
 - 1.4.2 人民生活水平与消费文化分析
 - (1) 居民收入水平及结构
 - (2) 居民支出水平及消费结构
 - 1.4.3 市场主体数量分析
 - 1.4.4 社会环境变化趋势及其对行业发展的影响分析
- 1.5 品牌设计行业发展机遇与挑战

第2章：中国品牌设计行业发展现状分析

- 2.1 中国品牌设计行业发展历程及特点分析
 - 2.1.1 品牌设计行业发展历程
 - 2.1.2 品牌设计行业发展特点
- 2.2 中国品牌设计行业发展现状分析
 - 2.2.1 品牌设计行业企业数量
 - 2.2.2 品牌设计行业运营情况
 - (1) 商标市场
 - (2) 品牌发展情况
 - (3) 品牌授权市场
 - 2.2.3 品牌设计行业市场规模
 - 2.2.4 品牌设计行业经营效益
- 2.3 中国品牌设计行业商业模式分析
 - 2.3.1 品牌设计行业商业模式总结
 - 2.3.2 品牌设计行业商业模式介绍
 - (1) 业务模式
 - (2) 关键资源要素
 - (3) 客户群体
 - (4) 盈利模式

第3章：中国品牌设计行业竞争格局分析

- 3.1 品牌设计行业波特五力模型分析

- 3.1.1 现有竞争者之间的竞争
- 3.1.2 上游供应商议价能力分析
- 3.1.3 消费者议价能力分析
- 3.1.4 行业潜在进入者分析
- 3.1.5 替代品风险分析
- 3.1.6 竞争情况总结
- 3.2 中国品牌设计企业竞争格局
- 3.2.1 行业竞争梯队分析
- 3.2.2 行业企业竞争分析

第4章：中国品牌设计行业细分行业发展现状与前景分析

- 4.1 品牌设计业务发展现状与前景分析
 - 4.1.1 品牌设计业务发展现状
 - 4.1.2 品牌设计业务盈利能力分析
 - 4.1.3 品牌设计业务竞争格局分析
 - 4.1.4 品牌设计业务模式分析
 - 4.1.5 品牌设计业务发展前景分析
- 4.2 品牌策划业务发展现状与前景分析
 - 4.2.1 品牌策划业务发展现状
 - 4.2.2 品牌策划业务盈利能力分析
 - 4.2.3 品牌策划业务竞争格局分析
 - 4.2.4 品牌策划业务模式分析
 - 4.2.5 品牌策划业务发展前景分析
- 4.3 品牌营销业务发展现状与前景分析
 - 4.3.1 品牌营销业务发展现状
 - 4.3.2 品牌营销业务市场规模分析
 - 4.3.3 品牌营销业务盈利能力分析
 - 4.3.4 品牌营销业务竞争格局分析
 - 4.3.5 品牌营销业务模式分析
 - 4.3.6 品牌营销业务发展前景分析
- 4.4 广告业务发展现状与前景分析
 - 4.4.1 广告业务发展现状

4.4.2 广告业务市场规模分析

(1) 市场规模

(2) 广告花费

4.4.3 广告业务盈利能力分析

4.4.4 广告业务模式分析

4.4.5 广告业务发展前景分析

第5章：中国品牌设计行业区域发展情况分析

5.1 品牌设计行业区域竞争格局概况

5.2 重点城市品牌设计行业投资前景分析

5.2.1 北京市品牌设计行业投资前景分析

(1) 北京市品牌设计行业发展现状

(2) 北京市品牌设计行业企业数量分析

(3) 北京市品牌设计行业发展前景与趋势

5.2.2 上海市品牌设计行业投资前景分析

(1) 上海市品牌设计行业发展现状

(2) 上海市品牌设计行业企业数量分析

(3) 上海市品牌设计行业发展前景与趋势

5.2.3 广州市品牌设计行业投资前景分析

(1) 广州市品牌设计行业发展现状

(2) 广州市品牌设计行业企业数量分析

(3) 广州市品牌设计行业发展前景与趋势

5.2.4 深圳市品牌设计行业投资前景分析

(1) 深圳市品牌设计行业发展现状

(2) 深圳市品牌设计行业企业数量分析

(3) 深圳市品牌设计行业发展前景与趋势

5.2.5 其他城市品牌设计行业投资前景分析

(1) 成都市品牌设计行业投资前景分析

(2) 南京市品牌设计行业投资前景分析

(3) 重庆市品牌设计行业投资前景分析

(4) 杭州市品牌设计行业投资前景分析

第6章：品牌设计代表性企业案例分析

6.1 国际领先品牌设计企业发展与经营战略分析

6.1.1 英国Interbrand公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主要产品及业务分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业成功经验总结

6.1.2 朗涛国际Landor Associates

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主要产品及业务分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业成功经验总结

6.1.3 美国LPK公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主要产品及业务分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业成功经验总结

6.1.4 扬特品牌同盟Superunion

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主要产品及业务分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业发展战略分
- (6) 企业成功经验总结

6.1.5 英国Future Brand公司

- (1) 企业基本信息

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主要产品及业务分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业成功经验总结

6.2 中国品牌设计企业发展与经营战略分析

6.2.1 正邦创意（北京）品牌科技股份有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主要业务和服务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业核心客户分析
- (6) 企业设计理念分析
- (7) 企业未来发展战略分析
- (8) 企业优劣势分析

6.2.2 北京东道形象设计制作有限责任公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主要业务和服务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业核心客户分析
- (6) 企业设计理念分析
- (7) 企业未来发展战略分析
- (8) 企业优劣势分析

6.2.3 北京理想创意艺术设计有限公司

- (1) 企业发展情况简介
- (2) 企业主要业务和服务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业销售渠道分析
- (5) 企业核心客户分析
- (6) 企业设计理念分析
- (7) 企业未来发展战略分析

(8) 企业优劣势分析

6.2.4 深圳朗图企业形象设计有限公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主要业务和服务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业销售渠道分析

(5) 企业核心客户分析

(6) 企业设计理念分析

(7) 企业未来发展战略分析

(8) 企业优劣势分析

6.2.5 深圳韩家英设计公司

(1) 企业发展情况简介

(2) 企业主要业务和服务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业销售渠道分析

(5) 企业核心客户分析

(6) 企业设计理念分析

(7) 企业未来发展战略分析

(8) 企业优劣势分析

第7章：中国品牌设计行业发展趋势与前景预测

7.1 中国品牌设计行业发展生命周期分析

7.1.1 行业发展生命周期

7.1.2 行业发展促进因素

7.1.3 行业发展阻碍因素

7.2 品牌设计发展前景预测

7.2.1 行业市场规模预测

7.2.2 行业发展趋势预测

7.3 品牌设计投资特性分析

7.3.1 行业准入门槛分析

7.3.2 行业投资风险预警

图表目录

图表1：品牌设计要素

图表2：品牌设计行业分类

图表3：本报告的数据来源说明

图表4：报告研究方法概述

图表5：中国品牌设计相关政策规划汇总

图表6：2012-2021年中国国内生产总值（GDP）走势（单位：万亿元，%）

图表7：2012-2021年中国社会消费品零售总额走势（单位：万亿元，%）

图表8：“十四五”时期经济社会发展目标

图表9：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表10：2011-2021年中国总人口数量（单位：亿人）

图表11：2010-2021年居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表12：2013-2021年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表13：2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表14：2017-2021年中国市场主体数量（单位：亿户，万户）

图表15：中国品牌设计行业发展机遇与挑战分析

图表16：中国品牌设计行业发展史

图表17：品牌设计行业发展特点分析

图表18：2013-2021年中国品牌设计相关企业注册量情况（单位：万家，%）

图表19：2016-2021年中国商标申请量及注册量（单位：万件）

图表20：2016-2021年中国商标有效注册量（单位：万件）

图表21：2017-2021年《世界品牌500强》中国企业上榜数量（单位：个）

图表22：2017-2021年中国品牌授权市场规模（单位：亿元）

图表23：2017-2021年中国企业品牌授权市场规模（单位：亿元）

图表24：2017-2021年全球图像设计市场规模（单位：亿美元）

图表25：2017-2021年中国品牌设计行业市场规模（单位：亿元）

图表26：品牌设计行业商业模式总结

图表27：品牌设计行业业务模式分析

图表28：品牌设计行业盈利模式分析

图表29：品牌设计行业现有企业的竞争分析表

图表30：消费者对品牌设计行业的议价能力分析表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202406/462768.html>