

2020-2026年中国互联网+ 知识产权代理产业发展现状与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国互联网+知识产权代理产业发展现状与投资前景预测报告》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/202005/164871.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

报告目录：

第1章：中国互联网+知识产权代理行业发展综述

1.1 “互联网+知识产权代理”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+知识产权代理”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+知识产权代理行业发展背景

1.2.1 中国互联网+知识产权代理行业政策背景分析

(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) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+知识产权代理行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

(2) 关联产业发展背景

1.2.3 中国互联网+知识产权代理行业技术背景分析

(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) 互联网相关技术对行业的影响总结

第2章：中国互联网+知识产权代理行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+知识产权代理行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+知识产权代理行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+知识产权代理行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给知识产权代理行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代知识产权代理行业大环境变化分析

(1) 改变了消费者的消费习惯

(2) 打破了信息的不对称性格局

(3) 大数据推动资源利用最大化

2.2.2 互联网给知识产权代理行业带来的突破机遇分析

(1) 互联网如何直击传统知识产权代理消费痛点

(2) 电商如何成为传统知识产权代理企业的突破口

2.2.3 互联网给知识产权代理行业带来的挑战分析

(1) 线上与线下博弈分析

(2) 品质稳定性问题分析

(3) 价格透明化带来薄利冲击分析

2.2.4 互联网+知识产权代理行业融合创新机会分析

(1) 电子商务消费环境日趋完善

1) 社会信用体系建设不断加强

2) 支付体系基本建立完成

(2) 互联网技术成熟的支持作用

2.3 中国互联网+知识产权代理行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+知识产权代理行业投资布局分析

(1) 中国互联网+知识产权代理行业投资切入方式

(2) 中国互联网+知识产权代理行业投资规模分析

(3) 中国互联网+知识产权代理行业投资业务布局

2.3.2 知识产权代理行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+知识产权代理行业市场规模分析

2.4 中国互联网+知识产权代理行业发展前景分析

2.4.1 互联网+对知识产权代理行业发展必然性

2.4.2 传统企业转战互联网+模式困境分析

2.4.3 互联网+知识产权代理行业发展趋势

2.4.4 互联网+知识产权代理行业发展前景分析

第3章：中国互联网+知识产权代理行业商业模式创新策略

3.1 商业模式研究的基本思想介绍

3.1.1 商业模式定义

3.1.2 商业模式的核心构成因素

3.1.3 商业模式的八大成功要素

3.1.4 互联网+六大商业模式与专利服务结合分析

- (1) 工具+社群+商业模式
- (2) 长尾型商业模式
- (3) 跨界商业模式
- (4) 免费商业模式
- (5) O2O商业模式
- (6) 平台商业模式

3.2 中国知识产权代理行业发展分析

3.2.1 中国知识产权代理行业特征分析

3.2.2 中国知识产权代理行业业务发展分析

3.2.3 中国专利结案量情况

- (1) 总体情况统计
- (2) 技术领域情况统计
- (3) 申请人情况统计

3.2.4 中国专利代理行业整体绩效评估

- (1) 发明授权情况
- (2) 结案周期情况
- (3) 权利要求项情况
- (4) 未授权情况
- (5) 广东省重点申请人专利代理需求分析

3.2.5 中国专利代理机构结案量竞争力排行榜

3.3 中国互联网+知识产权代理行业发展现状分析

3.3.1 互联网+知识产权代理行业产生背景

3.3.2 “互联网+”对知识产权代理行业发展现状

第4章：中国知识产权代理行业企业电商战略规划及模式选择

4.1 中国知识产权代理行业企业电商战略规划分析

4.1.1 知识产权代理企业电商如何正确定位

4.1.2 知识产权代理电商核心业务确定策略

4.1.3 知识产权代理企业电商化组织变革策略

4.2 中国知识产权代理行业典型电商发展模式总体分析

4.2.1 中国电子商务主流模式分析

4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

4.2.4 C2B电商模式及其优劣势分析

- (1) C2B电商模式的特点
- (2) C2B电商模式的适用范围
- (3) C2B电商模式的优秀案例
- (4) C2B电商模式的优劣势

4.2.5 C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

4.2.6 O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

4.2.7 中国知识产权代理行业最优电商模式的选择

4.3 中国知识产权代理行业移动电商切入路径及典型产品

4.3.1 中国知识产权代理行业移动电商的商业价值分析

- (1) 移动电商的商业价值分析
- (2) 中国移动互联网发展现状
- (3) 中国移动互联网前景预测

4.3.2 中国知识产权代理行业移动电商市场发展现状

4.3.3 中国知识产权代理行业移动电商市场切入路径

(1) 交易性移动电子商务平台

(2) 移动营销平台

4.3.4 中国知识产权代理行业移动电商典型产品形式

(1) 微信商城

(2) 企业APP

4.3.5 中国知识产权代理行业移动电商发展趋势及前景

第5章：中国互联网+知识产权代理商业模式创新优秀案例剖析

5.1 知果果

5.1.1 基本信息分析

5.1.2 经营情况分析

5.1.3 产品/服务分析

5.1.4 渠道通路分析

5.1.5 融资情况分析

5.1.6 商业模式评价

5.2 知了网

5.2.1 基本信息分析

5.2.2 经营情况分析

5.2.3 产品/服务分析

5.2.4 渠道通路分析

5.2.5 合作伙伴分析

5.2.6 融资情况分析

5.2.7 商业模式评价

5.3 快智慧

5.3.1 基本信息分析

5.3.2 产品/服务分析

5.3.3 盈利模式分析

5.3.4 合作伙伴分析

5.3.5 融资情况分析

5.3.6 商业模式评价

5.4 专利巴巴

5.4.1 基本信息分析

5.4.2 经营情况分析

5.4.3 产品/服务分析

5.4.4 合作伙伴分析

5.4.5 融资情况分析

5.4.6 商业模式评价

5.5 智慧岛

5.5.1 基本信息分析

5.5.2 经营情况分析

5.5.3 产品/服务分析

5.5.4 服务模式分析

5.5.5 商业模式评价

5.6 权大师

5.6.1 基本信息分析

5.6.2 产品/服务分析

5.6.3 合作伙伴分析

5.6.4 融资情况分析

5.6.5 商业模式评价

5.7 知呱呱

5.7.1 基本信息分析

5.7.2 经营情况分析

5.7.3 产品/服务分析

5.7.4 合作伙伴分析

5.7.5 商业模式评价

第6章：中国互联网+知识产权代理行业市场投资机会及建议

6.1 中国互联网+知识产权代理行业投资特性及风险

6.1.1 互联网+知识产权代理行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 人才壁垒

(3) 技术壁垒

6.1.2 互联网+知识产权代理行业周期性分析

- 6.1.3 互联网+知识产权代理行业投资风险分析
- 6.2 中国互联网+知识产权代理行业投融资现状及趋势
 - 6.2.1 互联网+知识产权代理行业投融资主体结构
 - 6.2.2 互联网+知识产权代理行业各投融资主体核心资源
 - 6.2.3 互联网+知识产权代理行业各主体投融资方式分析
 - 6.2.4 互联网+知识产权代理行业各主体投融资规模分析
 - 6.2.5 互联网+知识产权代理行业主要投融资事件分析
 - 6.2.6 互联网+知识产权代理行业各投资主体投融资趋势分析
- 6.3 中国互联网+知识产权代理行业投资机会及建议
 - 6.3.1 中国互联网+知识产权代理行业投资机会分析
 - (1) 业务渠道市场化
 - (2) 提升服务品质
 - (3) 降低管理成本
 - (4) 合作互生资源共享
 - 6.3.2 关于互联网+知识产权代理行业的投资建议
 - (1) 选择平台商业模式
 - (2) 明确平台获取途径
 - (3) 坚持互联网“分享”精神
 - (4) 坚持诚信发展原则
 - (5) 建设知识产权服务业生态圈

第7章：中国大型企业互联网+知识产权代理投资布局分析

- 7.1 中国大型企业“互联网+知识产权代理”投资布局
 - 7.1.1 中细软集团经营分析
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业主营业务分析
 - (3) 企业专业人员分析
 - (4) 企业合作资源分析
 - (5) 企业组织结构分析
 - (6) 企业互联网+知识产权代理投资布局
 - (7) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
 - (8) 企业最新发展动向

7.1.2 北京集慧智佳知识产权管理咨询股份有限公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业合作资源分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业互联网+知识产权代理投资布局
- (7) 企业最新发展动向

7.1.3 北京康信知识产权代理有限责任公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业合作资源分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业互联网+知识产权代理投资布局

7.1.4 北京易光知识产权代理有限公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业合作资源分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析

7.1.5 北京路浩知识产权代理有限公司经营分析

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业合作资源分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业互联网+知识产权代理投资趋向
- (7) 企业最新发展动向

7.2 互联网企业“互联网+知识产权代理”投资布局

7.2.1 快律在线（北京）信息技术有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析

7.2.2 浙江知夫子信息科技有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.3 北京市律购信息技术有限责任公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.4 杭州知英信息技术有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.5 北京梦知网科技有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业专业人员分析
- (4) 企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

部分图表目录：

图表1：“互联网+”的主要特征

图表2：“互联网+知识产权代理行业”的特点

图表3：互联网+知识产权代理行业管理体制

图表4：互联网+知识产权代理行业发展规划汇总表

图表5：“互联网+知识产权代理”行业相关法律法规

图表6：我国专利相关法律法规

图表7：我国商标相关法律法规

图表8：我国版权相关法律法规

图表9：我国知识产权代理行业其他相关法律法规

图表10：2014-2019年美国实际GDP增长率（单位：%）

图表11：2013-2019年日本GDP同比增长情况（单位：%）

图表12：2015-2019年欧元区季调后GDP年率（单位：%）

图表13：2014-2019年中国GDP及其增长情况（单位：亿元，%）

图表14：2014-2019年中国工业增加值及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表15：2014-2019年规模以上工业增加值同比增长速度（单位：%）

图表16：2014-2019年中国网络购物用户规模和网民使用率（单位：万人，%）

图表17：2014-2019年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表18：2014-2019年中国网络零售市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表19：2014-2019年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）

图表20：2020-2026年中国大数据市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表21：中国大数据行业投资分布情况（单位：%）

图表22：2014-2019年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）

图表23：2014-2019年我国移动网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表24：2015-2019年中国网民各类互联网应用的使用率（单位：万，%）

图表25：关联产业发展对行业的影响总结表

图表26：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/164871.html>