

2023-2029年中国品牌设计 行业发展趋势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

《2023-2029年中国品牌设计行业发展趋势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/202212/332813.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

品牌设计是在企业自身正确定位的基础之上，基于正确品牌定义下的视觉沟通，它是一个协助企业发展的形象实体，不仅协助企业正确的把握品牌方向，而且能够使人们正确的、快速的对企业形象进行有效深刻的记忆。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国品牌设计行业发展趋势与发展前景预测报告》共八章。首先介绍了品牌设计行业市场发展环境、品牌设计整体运行态势等，接着分析了品牌设计行业市场运行的现状，然后介绍了品牌设计市场竞争格局。随后，报告对品牌设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了品牌设计行业发展趋势与投资预测。您若想对品牌设计产业有个系统的了解或者想投资品牌设计行业，本报告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

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) 盈利模式

(4) 客户群体

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

3.3 品牌设计行业区域竞争格局概况

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 广告业务发展现状与前景分析

4.2.1 广告业务发展现状

4.2.2 广告业务市场规模分析

(1) 市场规模

(2) 广告花费

4.2.3 广告业务盈利能力分析

4.2.4 广告业务模式分析

4.2.5 广告业务发展前景分析

第5章：品牌设计代表性企业案例分析

5.1 国际领先品牌设计企业发展与经营战略分析

5.1.1 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

5.1.2 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

5.1.3 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

5.1.4 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

5.1.5 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

第六章 2023-2029年品牌设计行业投资机会与风险

6.1 品牌设计行业投融资情况

6.1.1 行业资金渠道分析

6.1.2 固定资产投资分析

6.1.3 兼并重组情况分析

6.2 2023-2029年品牌设计行业投资机会

6.2.1 产业链投资机会

- 6.2.2 细分市场投资机会
- 6.2.3 重点区域投资机会
- 6.3 2023-2029年品牌设计行业投资风险及防范
 - 6.3.1 政策风险及防范
 - 6.3.2 技术风险及防范
 - 6.3.3 供求风险及防范
 - 6.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 6.3.5 关联产业风险及防范
 - 6.3.6 产品结构风险及防范
 - 6.3.7 其他风险及防范

第七章 品牌设计行业投资战略研究

- 7.1 品牌设计行业发展战略研究
 - 7.1.1 战略综合规划
 - 7.1.2 技术开发战略
 - 7.1.3 业务组合战略
 - 7.1.4 区域战略规划
 - 7.1.5 产业战略规划
 - 7.1.6 营销品牌战略
 - 7.1.7 竞争战略规划
- 7.2 对我国品牌设计品牌的战略思考
 - 7.2.1 品牌设计品牌的重要性
 - 7.2.2 品牌设计实施品牌战略的意义
 - 7.2.3 品牌设计企业品牌的现状分析
 - 7.2.4 我国品牌设计企业的品牌战略
 - 7.2.5 品牌设计品牌战略管理的策略
- 7.3 品牌设计经营策略分析
 - 7.3.1 品牌设计市场细分策略
 - 7.3.2 品牌设计市场创新策略
 - 7.3.3 品牌定位与品类规划
 - 7.3.4 品牌设计新产品差异化战略
- 7.4 品牌设计行业投资战略研究

- 7.4.1 2022年品牌设计行业投资战略
- 7.4.2 2023-2029年品牌设计行业投资战略
- 7.4.3 2023-2029年细分行业投资战略

第八 研究结论及投资建议

- 8.1 品牌设计行业研究结论
- 8.2 品牌设计行业投资价值评估
- 8.3 品牌设计行业投资建议
 - 8.3.1 行业发展策略建议
 - 8.3.2 行业投资方向建议
 - 8.3.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

- 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6：2017-2022年中国国内生产总值（GDP）走势（单位：万亿元，%）
- 图表7：2017-2022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10：2017-2022年中国总人口数量（单位：亿人）
- 图表11：2017-2022年居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）
- 图表12：2017-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）
- 图表13：2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
- 图表14：2017-2022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18：2017-2022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21：2017-2022年全球图像设计市场规模（单位：亿美元）

图表22：品牌设计行业商业模式总结

图表23：品牌设计行业业务模式分析

图表24：品牌设计行业盈利模式分析

图表25：品牌设计行业现有企业的竞争分析表

图表26：消费者对品牌设计行业的议价能力分析表

图表27：中国品牌设计行业五力模型分析

图表28：品牌设计行业主要企业

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202212/332813.html>