

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>