

2020-2026年中国创客中心 建设市场深度评估与未来前景预测报告

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年中国创客中心建设市场深度评估与未来前景预测报告》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/202009/185938.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

创客中心也就是创客空间，是一个创客们信息的交流、分享、研究的场所及项目孵化器；现在的创客空间已在向专业化、市场化、网络化方面发展。创客空间、创业咖啡、创新工厂，甚至科技媒体等，都是其的具体表现形式。其中，“创客”本指勇于创新，努力将自己的创意变为现实的人。这个词译自英文单词“Maker”，源于美国麻省理工学院微观装配实验室的实验课题，此课题以创新为理念，以客户为中心，以个人设计、个人制造为核心内容，参与实验课题的学生即“创客”。“创客”特指具有创新理念、自主创业的人。在中国，“创客”与“大众创业，万众创新”联系在了一起，特指具有创新理念、自主创业的人。

从业务模式和形态角度来看，认为目前我国现存的创客中心主要存在以下几种模式：

模式1

活动聚合型

以活动交流为主，定期举办想法或项目的发布、展示、路演等创业活动聚合。例如：北京创客空间、上海新车间、深圳柴火空间、杭州洋葱胶囊等。

模式2

培训辅导型

旨在利用大学的教育资源和校友资源，以理论结合实际的培训体系为依托，是大学创新创业实践平台。例如：清华x-lab、北大创业孵化营、亚杰会等。

模式3

媒体驱动型

由面向创业企业的媒体创办，利用媒体宣传的优势为企业提供线上线下相结合，包括宣传、信息、投资等各种资源在内的综合性创业服务。例如：36氪、创业家等。

模式4

投资驱动型

针对初创企业最急需解决的资金问题，以资本为核心和纽带，聚集天使投资人、投资机构，依托其平台吸引汇集优质的创业项目，为创业企业提供融资服务，从而提升创业成功率。

模式5

地产思维型

由地产商开发的联合办公空间，类似WeWork模式。例如：SOHO

模式6

产业链服务型

产业链服务为主，包括产品打磨、产业链上下游机构的合作交流、成立基金进行合投等。例如：创客总部。

模式7

综合创业生态体系型

提供综合型的创业生态体系，包括金融、培训辅导、招聘、运营、政策申请、法律顾问乃至住宿等一系列服务。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国创客中心建设市场深度评估与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国创客中心建设行业市场发展环境、创客中心建设整体运行态势等，接着分析了中国创客中心建设行业市场运行的现状，然后介绍了创客中心建设市场竞争格局。随后，报告对创客中心建设做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国创客中心建设行业发展趋势与投资预测。您若想对创客中心建设产业有个系统的了解或者想投资中国创客中心建设行业，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：

第一章创客文化的兴起及创客分类8

第一节创客文化的兴起8

一、开源硬件8

二、软硬结合8

三、物联网与硬件创业9

四、创新2.09

第二节创客分类10
创客形式的分类 分类依据 类别 根据角色分类 创意者、设计者、实施者 根据地域分类 北京创客群、上海创客群、深圳创客群、杭州创客群 根据热门研究方向分类 研究可穿戴智能设备的创客、研究智能家居产品的创客、研究智能医疗产品的创客、研究车联网设备的创客及研究其他领域的创客 根据创客群体的人数和规模分类 个人、团体、公司 根据创客对未来商业化发展的定位来分类 以商业化为目标的创客和不以商业化为目标的创客

一、根据角色分类10

二、根据研究方向分类10

- 三、根据创客群体的人数和规模10
- 四、根据创客对未来商业化发展定位11

第二章中国大众创业万众创新热潮分析12

第一节大众创业万众创新的提出及热潮12

- 一、大众创业万众创新战略背景12
- 二、大众创业万众创新两会提出14
- 三、大众创业万众创新总理声音14

第二节国家政策支持大众创业万众创新15

- 一、《国务院关于印发注册资本登记制度改革方案的通知》15
- 二、《国务院关于加快科技服务业发展的若干意见》15
- 三、《国务院关于创新重点领域投融资机制鼓励社会投资的指导意见》15
- 四、《关于实施大学生创业引领计划的通知》22
- 五、《关于知识产权支持小微企业发展的若干意见》23
- 六、《国务院关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》26

第三节大众创业万众创新市场特征分析27

- 一、创业服务从政府为主到市场发力27
- 二、创业主体从“小众”到“大众”27
- 三、创业活动从内部组织到开放协同27
- 四、创业理念从技术供给到需求导向28

第三章美国主要创客空间发展分析29

第一节麻省理工学院媒体实验室29

- 一、人员组成29
- 二、运行机制29
- 三、物理空间29

第二节纽约大学ITP项目30

- 一、发展概述30
- 二、课程设置30
- 三、物理空间30

第三节斯坦福大学设计学院31

- 一、课程体系31

二、人员组成31

三、物理空间31

第四节波士顿Artisan'sAsylum创客空间32

一、运行机制32

二、物理空间32

第五节加州大学伯克利分校社会利益信息技术研究中心33

一、发展概述33

二、发明实验室33

三、创业培育项目33

第四章中国创客中心发展分析34

第一节创客运动带来的变化34

一、互联网势力对现实世界的改造34

二、传统雇佣关系可能被替代34

三、推动了传统制造业的重塑35

第二节中国创客运动发展现状35

一、创客概述与运动的兴起35

二、中国创客运动发展现状35

三、中国创客空间发展规模36

四、中国创客空间区域分布37

第五章中国创客产业链构成分析39

第一节硬件供应商39

一、SeedStudio39

二、DFRobot39

三、神念电子科技40

第二节众筹平台40

一、众筹领域监管政策完善40

二、国内众筹平台数量分析41

三、中国主流众筹平台发展情况42

四、智能硬件众筹平台分析44

(1) Kickstarter44

(2) IndieGoGo46

(3) 点名时间46

(4) 京东众筹46

第三节互联网科技公司47

一、阿里云推“创客+”47

二、联想创客大赛48

三、海尔“海创汇”创客孵化中心48

第六章“众创时代”孵化器分析50

第一节孵化器结合效果分析50

一、中小企业+孵化器50

二、政府+孵化器51

三、创投机构+孵化器51

四、大型企业+孵化器51

五、中介机构+孵化器51

六、高校科研机构+孵化器52

第二节孵化器平台类型分析52

一、企业平台型52

二、“天使+孵化”型53

三、开放空间型54

四、媒体依托型55

五、新型地产型56

六、垂直产业型57

第三节中国孵化器发展分析58

一、孵化器数量分析58

二、孵化器区域分布59

三、中国孵化器更新迭代60

第七章创客空间兴起相关产业分析62

第一节3D打印产业分析62

一、全球3D打印机出货量62

二、全球3D打印市场规模62

三、个人级3D打印机销量63

四、中国3D打印产值分析63

五、中国3D打印设备企业64

第二节可穿戴设备分析64

一、全球可穿戴设备出货量64

二、中国可穿戴设备出货量65

三、智能手表主要产品分析65

四、智能手环主要产品分析68

五、可穿戴设备的市场前景69

第三节智能家居市场分析69

一、智能家居产品分类情况69

二、国际厂商智能家居布局69

三、智能家居产品需求分析70

四、智能家居市场规模分析71

五、智能家居市场前景分析71

第八章北京市创客中心发展分析72

第一节北京市创客中心发展环境72

一、北京市经济发展水平分析72

二、北京市产业转型升级分析72

三、北京市电子信息产业分析73

四、北京市文化创意产业分析74

第二节北京市创客中心政策环境76

一、北京市商事制度改革政策76

二、北京市小微企业扶持政策76

三、北京市大众创业环境分析77

第三节北京市中关村发展分析77

一、中关村创新环境指数分析77

二、中关村高端人才加速聚集78

三、中关村科技金融创新深化78

四、中关村创新创业服务体系79

五、中关村创业孵化机构规模80

第四节北京中关村创客发展分析81

一、中关村创客运动发展规模81

二、拥有优质创客项目和团队81

三、具备一定创客文化影响力81

第五节中关村创客运动扶持政策82

一、智能硬件及创客群发展政策82

二、互联网企业整合产业链资源82

三、创客活动提供项目孵化空间82

四、努力营造创客发展生态环境82

第九章深圳市创客中心发展分析84

第一节深圳市创客中心发展环境84

一、深圳市经济发展水平分析84

二、深圳市产业转型升级分析84

三、深圳市电子信息产业分析85

四、深圳市文化创意产业分析85

第二节深圳华强北电子器件市场分析86

一、华强北电子产品商圈概述86

二、华强北电子市场发展规模86

三、华强北电子市场转型分析87

四、华强北建设创客孵化中心87

第三节深圳市创客中心政策环境88

一、深圳市商事制度改革政策88

二、深圳市小微企业扶持政策90

三、深圳市大众创业环境分析93

第四节深圳市创客中心发展分析93

一、深圳创客群体类型分析93

二、深圳创客机构发展规模93

三、深圳创客中心发展措施94

第五节深圳主要区域创客中心分析94

一、罗湖创客空间发展分析94

二、龙华创客空间发展分析94

- 三、龙岗创客空间发展分析95
- 四、南山创客空间发展分析96
- 五、宝安创客空间发展分析97

第十章上海市创客中心发展分析98

第一节上海市创客中心发展环境98

- 一、上海市经济发展水平分析98
- 二、上海市产业转型升级分析98
- 三、上海市电子信息产业分析99
- 四、上海市文化创意产业分析99

第二节深圳市创客中心政策环境102

- 一、上海市商事制度改革分析102
- 二、上海市小微企业扶持政策影响103
- 三、上海市大众创业相关政策103

第三节上海市主要区域创客中心分析104

- 一、上海浦东新区打造创客中心104
- 二、宝山打造首个生态创客园104
- 三、张江高新区设立众创空间105

第四节上海市创客中心发展分析106

- 一、上海众创空间联盟成立106
- 二、上海创客空间分布情况106
- 三、上海创客中心发展措施107

第十一章万科的创客空间试验分析109

第一节万科企业股份有限公司109

- 一、万科发展基本情况109
- 二、万科房地产业务情况109
- 三、万科定位于转型分析110
- 四、万科创客空间试验分析111

第二节万科创客空间试验--深圳万科云城112

- 一、深圳万科云城发展概述112
- 二、深圳万科云城定位分析112

- 三、深圳万科云城总体规模113
- 第三节万科创客空间试验--广州万科云城113
- 一、广州万科云城发展概述113
- 二、广州万科云城总体规模113
- 三、万科云创空间入驻项目114

第十二章国内重点创客空间分析115

- 第一节柴火空间115
- 第二节车库咖啡115
- 第三节开放制造空间116
- 第四节HAXLR8R116
- 第五节北京创客空间117
- 第六节上海新车间117
- 第七节DFRobot118
- 第八节杭州洋葱胶囊118
- 第九节开源创客坊118

部分图表目录：

- 图表1大众创业万众创新总理声音统计15
- 图表22018年中国“创客空间+青年公寓”TOP20榜单39
- 图表3众筹领域监管过程完善过程分析41
- 图表42018年中国各类众筹平台占比统计42
- 图表52018年主要众筹平台成功项目数分布43
- 图表62018年主要众筹平台成功筹款金额分布44
- 图表72018年主要众筹平台活跃支持人数分布45
- 图表8Kickstarter最受瞩目的项目统计46
- 图表9各类型机构与孵化器结合的效果51
- 图表10“企业平台型”典型孵化器54
- 图表11“天使+孵化”型典型孵化器55
- 图表12“开放空间型”典型孵化器56
- 图表13“媒体依托型”典型孵化器57
- 图表14“新型地产型”典型孵化器57

图表15“垂直产业型”典型孵化器59
图表162009-2018年中国科技企业孵化器数量变化趋势图60
图表172018年中国主要地区科技孵化器数量统计60
图表18国内各阶段孵化器特点比较分析61
图表192012-2018年全球3D打印机出货量统计63
图表202012-2020年全球3D打印市场规模统计及预测63
图表212009-2018年全球个人级3D打印设备销量统计64
图表222012-2018年中国3D打印机市场规模统计64
图表23中国主要3D打印设备企业分析65
图表242012-2018年全球可穿戴设备出货量统计65
图表252012-2018年中国可穿戴设备出货量统计66
图表26全球主要智能手表产品统计67
图表27全球主要智能手表产品对比分析67
图表28主要智能手环产品统计69
图表29智能家居产品分类统计70
图表30国际厂商在智能家居领域的布局70

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185938.html>