

# 2022-2028年中国品牌授权 产业发展现状与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国品牌授权产业发展现状与市场运营趋势报告》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/202207/310465.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

品牌授权又称品牌许可，是指授权者将自己所拥有或代理的商标或品牌等以合同的形式授予被授权者使用；被授权者按合同规定从事经营活动（通常是生产、销售某种产品或者提供某种服务），并向授权者支付相应的费用——权利金；同时授权者给予人员培训、组织设计、经营管理等方面的指导与协助。品牌授权不再是少数特殊的人研究的学术领域，许多企业都把品牌授权看作市场营销的重要工具，甚至可以说品牌授权已经成为现代最有力的市场推广和品牌延伸的有效方法之一，并通过日益增加的各种方式加以应用。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国品牌授权产业发展现状与市场运营趋势报告》共九章。首先介绍了品牌授权行业市场发展环境、品牌授权整体运行态势等，接着分析了品牌授权行业市场运行的现状，然后介绍了品牌授权市场竞争格局。随后，报告对品牌授权做了重点企业经营状况分析，最后分析了品牌授权行业发展趋势与投资预测。您若想对品牌授权产业有个系统的了解或者想投资品牌授权行业，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：

#### 第一部分产业环境透视

#### 第一章中国品牌授权行业发展状况综述

##### 第一节品牌授权行业的相关概述

##### 一、品牌授权行业概念及定义

##### 二、品牌授权行业的分类

##### 三、品牌授权行业对知识产权保护的作用

##### 第二节品牌授权行业的特性

##### 第三节中国品牌授权行业经济指标分析

#### 第二章品牌授权行业市场环境分析（PEST）

##### 第一节品牌授权行业政治法律环境（P）

##### 一、行业政策环境分析

##### 二、政策环境对行业的影响

## 第二节品牌授权行业经济环境分析（E）

### 一、宏观经济形势分析

### 二、国内宏观政策发展建议

#### 1、经济稳中有忧

#### 2、中国经济的结构性问题和宏观政策的制约

#### 3、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

#### 4、采取组合调控措施，确保物价水平稳定

#### 5、稳健的货币政策松紧适度

### 三、宏观经济对行业的影响

## 第三节品牌授权行业社会环境分析（S）

### 一、行业交易环境分析

### 二、社会环境对行业的影响

## 第四节品牌授权行业技术环境分析（T）

### 一、我国自主品牌的授权情况

### 二、与国外优秀品牌的差距

## 第二部分行业深度分析

## 第三章品牌授权行业发展趋势及前景分析

### 第一节品牌授权典型案例及相关领域分析

#### 一、部分知名品牌授权企业授权模式分析

#### 二、数字产业发展现状介绍、

### 第二节品牌授权的发展趋势及前景

#### 一、品牌授权专业化

#### 二、消费者群体细化逐渐成形

#### 三、国外品牌积极加入竞争

## 第四章中国品牌授权运行情况分析

### 第一节品牌授权发展现状分析

#### 一、中国品牌授权发展现状分析

#### 二、中国授权主要品牌分布

### 第二节品牌授权发展模式分析

#### 一、品牌授权方式分析

二、品牌授权运作模式

三、品牌授权收费方式

四、衍生品营销模式

第三节中国品牌授权问题解析

一、中国品牌授权市场存在问题

二、中国品牌授权市场问题原因

三、中国品牌授权市场发展对策

第三部分市场全景调研

第五章中国品牌授权行业相关产业链发展背景分析

第一节品牌授权产业发展分析

一、产业链分析

二、产业应用领域分析

第二节品牌授权的价值和意义

第三节互联网发展给品牌授权带来的机遇分析

一、渠道改造

二、消费方式变革

三、品牌授权新领域

第六章中国品牌授权细分市场分析

第一节服装市场消费状况

一、服装市场概况

二、服装市场规模

三、服装市场竞争

四、服装消费市场

五、服装市场前景

第二节玩具市场消费状况

一、玩具市场概况

二、玩具市场规模

三、玩具市场竞争

四、玩具消费市场

五、玩具市场前景

### 第三节文具市场消费状况

#### 一、文具市场概况

#### 二、文具市场竞争

#### 三、文具消费市场

#### 四、文具市场渠道

#### 五、文具市场前景

### 第四节食品市场消费状况

#### 一、食品市场概况

#### 二、食品主要类型

#### 三、食品消费市场

#### 四、食品市场前景

## 第四部分竞争格局分析

### 第七章品牌授权行业企业发展分析

#### 第一节品牌授权行业领先企业经营状况

##### 一、广州艺洲人文化传播有限公司

##### 二、天络行（上海）品牌管理有限公司

##### 三、优扬文化传媒股份有限公司

#### 第二节国内品牌自营授权商经营状况

##### 一、浙江中南卡通股份有限公司

##### 二、广州盒成动漫科技有限公司

##### 三、广州奥飞娱乐股份有限公司

#### 第三节境外在华品牌自营/代理授权商经营状况

##### 一、香港可利可亚洲专利授权有限公司

##### 二、孩之宝商贸（中国）有限公司

##### 三、美太芭比（上海）贸易有限公司

## 第五部分发展前景展望

### 第八章2022-2028年中国品牌授权行业发展前景及投资机会分析

#### 第一节品牌授权行业发展前景预测

##### 一、用户需求变化预测

##### 二、竞争格局发展预测

### 三、渠道发展变化预测

### 四、行业总体发展前景及市场机会分析

#### 第二节品牌授权行业投资机会

##### 一、区域市场投资机会

##### 二、产业链投资机会

### 第九章观点与结论

#### 第一节品牌授权行业营销策略分析及建议

##### 一、品牌授权行业营销模式

##### 二、品牌授权行业营销策略

#### 第二节品牌授权行业企业经营发展分析及建议

##### 一、品牌授权行业经营模式

##### 二、品牌授权行业发展模式

#### 第三节行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

#### 第四节市场的重点客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、重点客户战略管理

##### 四、重点客户管理功能

### 图表目录

图表：各国授权商品零售总额图（单位：亿美元）

图表：消费者能接受授权产品比同类产品价格差范围图

图表：授权产品比同类产品销量普遍提升图

图表：品牌授权商选择被授权商合作考虑的重要因素图

图表：被授权商所在区域分布图

图表：品牌授权商收取授权金不同模式占比图

图表：授权业务及业务支持协作模式图

图表：中国市场消费模式转换图

图表：娱乐产业的长尾经济覆盖范围图

图表：全球超过350亿美金的产业列表

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202207/310465.html>