

2021-2026年中国品牌授权行业投资分析及发展战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国品牌授权行业投资分析及发展战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/667870.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

品牌授权是指授权商将自己所拥有或代理的商标、品牌、形象等IP，以合同的形式授予被授权商使用，从而获得许可使用费的经营方式。IP即知识产权，IP产业源于网络文学，随着互联网的发展，IP的产业链也逐渐衍生到影视、游戏、动漫、音乐、周边商品等领域，现已形成一套完整的上、中、下游产业链，我国IP授权起步较晚，目前尚处于初级阶段，而品牌授权方式主要有商品授权、促销授权、主题授权和通路授权。

2016年至2019年期间，全球授权商品零售额逐年递增，2019年商品零售额达到2928亿美元，同比增长了4.46%。

2016-2019年全球授权商品零售额及增速

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

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

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状况分析

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预测

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

2019年中国品牌授权企业总数为542家，同比增长了31.6%。其中商品授权是我国品牌授权的主要合作模式，占比达到59%，其次是日益兴起的品牌联名以及风头正盛的主题空间授权，占比分别为24%和7%。

授权模式分布情况

我国授权市场主要以卡通动漫、艺术文化、潮流时尚和影视综艺等娱乐性质IP为主，娱乐类IP在中国授权市场占比达到59%，其中卡通动漫的授权市场份额最高，占比为26%，

2019我国授权市场IP分布

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 服装市场消费情况分析

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 玩具市场消费情况分析

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 文具市场消费情况分析

- 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 食品市场消费情况分析

- 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情况分析

- 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情况分析

- 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/代理授权商经营情况分析

- 一、中国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 2021-2026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分析

- 一、用户需求变化预测分析
- 二、竞争格局发展预测分析
- 三、渠道发展变化预测分析
- 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（AK LCJ）

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 品牌授权行业历程

图表 品牌授权行业生命周期

图表 品牌授权行业产业链分析

图表2016-2020年品牌授权所属行业市场容量统计

图表2016-2020年中国品牌授权所属行业市场规模及增长状况分析

图表2016-2020年中国品牌授权所属行业销售收入分析 单位：亿元

图表2016-2020年中国品牌授权所属行业盈利情况 单位：亿元

图表2016-2020年中国品牌授权所属行业利润总额分析 单位：亿元

图表2016-2020年中国品牌授权所属行业企业数量情况 单位：家

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/667870.html>