

2024-2030年中国品牌授权 市场竞争态势与投资风险控制报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国品牌授权市场竞争态势与投资风险控制报告》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.bosidata.com/report/F743829K63.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-06-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国品牌授权市场竞争态势与投资风险控制报告》介绍了品牌授权行业相关概述、中国品牌授权产业运行环境、分析了中国品牌授权行业的现状、中国品牌授权行业竞争格局、对中国品牌授权行业做了重点企业经营状况分析及中国品牌授权产业发展前景与投资预测。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。

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供需分析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趋势预测展望第八章2024-2030年中国品牌授权行业趋势预测及投资机会分析第一节 品牌授权行业趋势预测分析一、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、行业总体趋势预测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更多图表请见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/F743829K63.html>