

2017-2022年中国创意设计行业深度调研及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国创意设计行业深度调研及投资战略研究报告》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.chyxx.com/research/201703/506631.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

创意设计，是把再简单不过的东西或想法不断延伸给予的另一种表现方式，创意设计包括工业设计、建筑设计、包装设计、平面设计、服装设计、个人创意特区等内容。设计除了具备“初级设计”和“次设计”的因素外，还需要融入“与众不同的设计理念——创意”。

智研咨询发布的《2017-2022年中国创意设计行业深度调研及投资战略研究报告》共十七章。首先介绍了创意设计产业相关概念及发展环境，接着分析了中国创意设计行业规模及消费需求，然后对中国创意设计行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国创意设计行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国创意设计行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 创意设计概述 18

第一节 创意设计定义 18

第二节 创意设计行业发展历程 18

第三节 创意设计分类情况 20

第四节 创意设计产业链分析 21

一、产业链模型介绍 21

二、创意设计产业链模型分析 22

第二章 2014-2016年中国创意设计行业发展环境分析 23

第一节 2014-2016年中国经济环境分析 23

一、宏观经济 23

二、工业形势 24

三、固定资产投资 26

第二节 创意设计行业相关政策 28

一、国家“十三五”产业政策 28

二、其他相关政策 30

三、出口关税政策 30

第三节 2014-2016年中国创意设计行业发展社会环境分析 32

一、居民消费水平分析 32

二、工业发展形势分析 34

第三章 中国创意设计生产现状分析 37

第一节 创意设计行业总体规模 37

第二节 创意设计产能概况 37

一、2014-2016年产能分析 37

二、2017-2022年产能预测 38

第三节 创意设计市场容量概况 40

一、2014-2016年市场容量分析 40

二、产能配置与产能利用率调查 41

三、2017-2022年市场容量预测 42

第四节 创意设计产业的生命周期分析 43

第五节 创意设计产业供需情况 45

第四章 创意设计国内产品价格走势及影响因素分析 47

第一节 国内产品2014-2016年价格回顾 47

第二节 国内产品当前市场价格及评述 47

第三节 国内产品价格影响因素分析 47

第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测 47

第五章 2014-2016年我国创意设计行业发展现状分析 49

第一节 我国创意设计行业发展现状 49

一、创意设计行业品牌发展现状 49

二、创意设计行业需求市场现状 49

三、创意设计市场需求层次分析 51

四、我国创意设计市场走向分析 52

第二节 中国创意设计产品技术分析 52

一、2014-2016年创意设计产品技术变化特点 52

二、2014-2016年创意设计产品市场的新技术 53

三、2014-2016年创意设计产品市场现状分析 55

第三节 中国创意设计行业存在的问题 56

一、创意设计产品市场存在的主要问题 56

二、国内创意设计产品市场的三大瓶颈 56

三、创意设计产品市场遭遇的规模难题 57

第四节 对中国创意设计市场的分析及思考 57

一、创意设计市场特点 57

- 二、创意设计市场分析 58
- 三、创意设计市场变化的方向 59
- 四、中国创意设计行业发展的新思路 59
- 五、对中国创意设计行业发展的思考 60

第六章 2014-2016年中国创意设计行业发展概况 61

- 第一节 2014-2016年中国创意设计行业发展态势分析 61
- 第二节 2014-2016年中国创意设计行业发展特点分析 61
- 第三节 2014-2016年中国创意设计行业市场供需分析 61

第七章 创意设计行业市场竞争策略分析 63

第一节 行业竞争结构分析 63

- 一、现有企业间竞争 64
- 二、潜在进入者分析 64
- 三、替代品威胁分析 64
- 四、供应商议价能力 65
- 五、客户议价能力

第二节 创意设计市场竞争策略分析 65

- 一、创意设计市场增长潜力分析 65
- 二、创意设计产品竞争策略分析 67
- 三、典型企业产品竞争策略分析 67

第三节 创意设计企业竞争策略分析 68

- 一、2014-2016年我国创意设计市场竞争趋势 68
- 二、2017-2022年创意设计行业竞争格局展望 68
- 三、2017-2022年创意设计行业竞争策略分析 69

第八章 创意设计行业投资与发展前景分析 71

第一节 2014-2016年创意设计行业投资情况分析 71

- 一、2014-2016年总体投资结构 71
- 二、2014-2016年投资规模情况 71
- 三、2014-2016年投资增速情况 72
- 四、2014-2016年分地区投资分析 73

第二节 创意设计行业投资机会分析 73

- 一、创意设计投资项目分析 73
- 二、可以投资的创意设计模式 74

三、2017年创意设计投资机会 74

四、2017年创意设计投资新方向 75

第三节 创意设计行业发展前景分析 76

一、金融危机下创意设计市场的发展前景 76

二、2017年创意设计市场面临的发展商机 76

第九章 2017-2022年中国创意设计行业发展前景预测分析 78

第一节 2017-2022年中国创意设计行业发展预测分析 78

一、未来创意设计发展分析 78

二、未来创意设计行业技术开发方向 78

三、总体行业“十三五”整体规划及预测 79

第二节 2017-2022年中国创意设计行业市场前景分析 106

一、产品差异化是企业发展的方向 106

二、渠道重心下沉 108

第十章 创意设计上游原材料供应状况分析 111

第一节 主要原材料 111

第二节 主要原材料2014-2016年价格及供应情况 111

第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测 112

第十一章 创意设计行业上下游行业分析 114

第一节 上游行业分析 114

一、发展现状 114

二、发展趋势预测 116

三、行业新动态及其对创意设计行业的影响 117

四、行业竞争状况及其对创意设计行业的意义 118

第二节 下游行业分析 119

一、发展现状 119

二、发展趋势预测 121

三、市场现状分析 122

四、行业新动态及其对创意设计行业的影响 122

五、行业竞争状况及其对创意设计行业的意义 123

第十二章 2017-2022年创意设计行业发展趋势及投资风险分析 124

第一节 当前创意设计存在的问题 124

第二节 创意设计未来发展预测分析 124

- 一、中国创意设计发展方向分析 124
- 二、2017-2022年中国创意设计行业发展规模 125
- 三、2017-2022年中国创意设计行业发展趋势预测 125

第三节 2017-2022年中国创意设计行业投资风险分析 126

- 一、市场竞争风险 126
- 二、原材料压力风险分析 127
- 三、技术风险分析 127
- 四、政策和体制风险 128
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 129

第十三章 创意设计国内重点生产厂家分析 132

第一节 北京李华清国际品牌设计有限公司 132

- 一、企业基本概况 132
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 132
 - (一) 企业偿债能力分析 132
 - (二) 企业运营能力分析 134
 - (三) 企业盈利能力分析 137
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 138
- 四、企业未来发展战略与规划 139

第二节 北京共振设计公司 139

- 一、企业基本概况 139
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 139
 - (一) 企业偿债能力分析 139
 - (二) 企业运营能力分析 141
 - (三) 企业盈利能力分析 144
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 145
- 四、企业未来发展战略与规划 146

第三节 北京早晨设计顾问有限公司 147

- 一、企业基本概况 147
- 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 147
 - (一) 企业偿债能力分析 147
 - (二) 企业运营能力分析 149
 - (三) 企业盈利能力分析 152
- 三、2014-2016年企业竞争优势分析 153

- 四、企业未来发展战略与规划 154
- 第四节 柯力品牌规划顾问机构 154
 - 一、企业基本概况 154
 - 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 155
 - (一) 企业偿债能力分析 155
 - (二) 企业运营能力分析 157
 - (三) 企业盈利能力分析 160
 - 三、2014-2016年企业竞争优势分析 161
 - 四、企业未来发展战略与规划 161
- 第五节 陈飞波设计事务所 161
 - 一、企业基本概况 161
 - 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 162
 - (一) 企业偿债能力分析 162
 - (二) 企业运营能力分析 164
 - (三) 企业盈利能力分析 166
 - 三、2014-2016年企业竞争优势分析 168
 - 四、企业未来发展战略与规划 168
- 第六节 广州集和品牌设计顾问有限公司 168
 - 一、企业基本概况 168
 - 二、2014-2016年企业经营与财务状况分析 169
 - (一) 企业偿债能力分析 169
 - (二) 企业运营能力分析 171
 - (三) 企业盈利能力分析 174
 - 三、2014-2016年企业竞争优势分析 175
 - 四、企业未来发展战略与规划 176

- 第十四章 创意设计地区销售分析 177
 - 第一节 中国创意设计区域销售市场结构变化 177
 - 第二节 创意设计“东北地区”销售分析 177
 - 一、2014-2016年东北地区销售规模 177
 - 二、东北地区“规格”销售分析 178
 - 三、2014-2016年东北地区“规格”销售规模分析 178
 - 第三节 创意设计“华北地区”销售分析 179
 - 一、2014-2016年华北地区销售规模 179
 - 二、华北地区“规格”销售分析 179

三、2014-2016年华北地区“规格”销售规模分析 180

第四节 创意设计“华南地区”销售分析 180

一、2014-2016年华南地区销售规模 180

二、华南地区“规格”销售分析 180

三、2014-2016年华南地区“规格”销售规模分析 181

第五节 创意设计“华东地区”销售分析 181

一、2014-2016年华东地区销售规模 181

二、华东地区“规格”销售分析 182

三、2014-2016年华东地区“规格”销售规模分析 182

第六节 创意设计“西北地区”销售分析 183

一、2014-2016年西北地区销售规模 183

二、西北地区“规格”销售分析 183

三、2014-2016年西北地区“规格”销售规模分析 184

第七节 创意设计“华中地区”销售分析 184

一、2014-2016年华中地区销售规模 184

二、华中地区“规格”销售分析 184

三、2014-2016年华中地区“规格”销售规模分析 185

第八节 创意设计“西南地区”销售分析 185

一、2014-2016年西南地区销售规模 185

二、西南地区“规格”销售分析 186

三、2014-2016年西南地区“规格”销售规模分析 186

第十五章 2017-2022年中国创意设计行业投资战略研究 188

第一节 2017-2022年中国创意设计行业投资策略分析 188

一、创意设计投资策略 188

二、创意设计投资筹划策略 189

三、2017年创意设计品牌竞争战略 189

第二节 2017-2022年中国创意设计行业品牌建设策略 191

一、创意设计的规划 191

二、创意设计的建设 191

三、创意设计业成功之道 191

第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议 193

第一节 中国创意设计行业市场发展趋势预测 193

第二节 创意设计产品投资机会 193

第三节 创意设计产品投资趋势分析 194

第四节 项目投资建议 194

- 一、行业投资环境考察 194
- 二、投资风险及控制策略 195
- 三、产品投资方向建议 195
- 四、项目投资建议 196

第十七章 创意设计企业制定“十三五”发展战略研究分析 201 (ZY CW)

第一节 “十三五”发展战略规划的背景意义 201

- 一、企业转型升级的需要 201
- 二、企业强做大做的需要 201
- 三、企业可持续发展需要 202

第二节 “十三五”发展战略规划的制定原则 202

- 一、科学性 202
- 二、实践性 205
- 三、前瞻性 206
- 四、创新性 207
- 五、全面性 207
- 六、动态性 208

第三节 “十三五”发展战略规划的制定依据 208

- 一、国家产业政策 208
- 二、行业发展规律 209
- 三、企业资源与能力 209
- 四、可预期的战略定位 211

图表目录：

图表 1 2014-2016年国内生产总值季度累计同比增长率(%) 23

图表 2 2014-2016年工业增加值月度同比增长率(%) 24

图表 3 2014-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 26

图表 4 2014-2016年居民消费价格指数(上年同月=100) 32

图表 5 2014-2016年工业品出厂价格指数(上年同月=100) 34

图表 6 2014-2016年我国创意设计行业资产合计及增长情况 37

图表 7 2014-2016年我国创意设计行业资产合计及增长对比 37

图表 8 2017-2022年我国创意设计行业资产合计预测图 38

图表 9 2014-2016年我国创意设计行业销售收入及增长情况 40

- 图表 10 2014-2016年我国创意设计行业销售收入及增长对比 40
 - 图表 11 2017-2022年我国创意设计行业销售收入预测图 42
 - 图表 12 我国创意设计行业所处生命周期示意图 43
 - 图表 13 2014-2016年我国创意设计行业工业总产值及增长情况 45
 - 图表 14 2014-2016年我国创意设计行业工业总产值及增长对比 45
 - 图表 15 创意设计行业环境“波特五力”分析模型 63
 - 图表 16 2014-2016年创意设计行业投资结构 71
 - 图表 17 2014-2016年我国创意设计行业资产合计及增长对比 71
 - 图表 18 2014-2016年我国创意设计行业行业不同所有制企业固定资产投资增速情况 72
 - 图表 19 2014-2016年我国创意设计行业行业分地区固定资产投资增速情况 73
 - 图表 20 2014-2016年软件业务收入增长情况 112
 - 图表 21 2014-2016年软件出口增长情况 114
 - 图表 22 2014-2016年软件业区域增长情况 115
 - 图表 23 2014-2016年前十省市软件业增长情况 115
 - 图表 24 2014-2016年中心城市软件业增长情况 116
 - 图表 25 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司资产负债率变化情况 133
 - 图表 26 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司产权比率变化情况 134
 - 图表 27 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司固定资产周转次数情况 134
 - 图表 28 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司流动资产周转次数变化情况 135
 - 图表 29 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司总资产周转次数变化情况 136
 - 图表 30 近3年北京李华清国际品牌设计有限公司销售毛利率变化情况 137
 - 图表 31 近3年北京共振设计公司资产负债率变化情况 140
 - 图表 32 近3年北京共振设计公司产权比率变化情况 141
 - 图表 33 近3年北京共振设计公司固定资产周转次数情况 142
 - 图表 34 近3年北京共振设计公司流动资产周转次数变化情况 143
 - 图表 35 近3年北京共振设计公司总资产周转次数变化情况 144
 - 图表 36 近3年北京共振设计公司销售毛利率变化情况 145
 - 图表 37 近3年北京早晨设计顾问有限公司资产负债率变化情况 147
 - 图表 38 近3年北京早晨设计顾问有限公司产权比率变化情况 148
 - 图表 39 近3年北京早晨设计顾问有限公司固定资产周转次数情况 149
 - 图表 40 近3年北京早晨设计顾问有限公司流动资产周转次数变化情况 150
 - 图表 41 近3年北京早晨设计顾问有限公司总资产周转次数变化情况 151
 - 图表 42 近3年北京早晨设计顾问有限公司销售毛利率变化情况 152
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/506631.html>