

2017-2022年中国品牌设计行业市场行情动态及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国品牌设计行业市场行情动态及投资战略咨询报告》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.chyxx.com/research/201702/492567.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

品牌设计是在企业自身正确定位的基础之上，基于正确品牌定义下的视觉沟通，它是一个协助企业发展的形象实体，不仅协助企业正确的把握品牌方向，而且能够使人们正确的、快速的对企业形象进行有效深刻的记忆。品牌设计来源于最初的企业品牌战略顾问和策划顾问对企业进行战略整合以后。

智研咨询发布的《2017-2022年中国品牌设计行业市场行情动态及投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了品牌设计行业市场发展环境、品牌设计整体运行态势等，接着分析了品牌设计行业市场运行的现状，然后介绍了品牌设计市场竞争格局。随后，报告对品牌设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了品牌设计行业发展趋势与投资预测。您若想对品牌设计产业有个系统的了解或者想投资品牌设计行业，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 品牌设计行业市场情况综述

1.1 品牌设计行业发展概述

1.1.1 品牌设计行业发展历程

1.1.2 品牌设计行业市场规模

1.1.3 品牌设计行业发展特点

1.1.4 品牌设计行业商业模式

1.1.5 品牌设计行业盈利模式

1.2 品牌设计行业市场准入门槛

1.2.1 行业主要准入门槛分析

1.2.2 行业准入门槛高低评估

1.2.3 领导企业提升准入门槛策略

1.3 品牌设计行业经营情况分析

1.3.1 行业整体经营情况分析

1.3.2 行业5%领导企业经营分析

(1) 营收情况分析

(2) 盈利情况分析

1.3.3 行业30%追随企业经营分析

(1) 营收情况分析

(2) 盈利情况分析

1.3.4 行业其他小微企业经营分析

(1) 营收情况分析

(2) 盈利情况分析

1.4 品牌设计行业生命周期分析

1.4.1 品牌设计行业创始期分析

1.4.2 品牌设计行业成长期分析

1.4.3 品牌设计行业成熟期分析

1.4.4 品牌设计行业衰退期分析

第二章 品牌设计行业市场竞争格局分析

2.1 品牌设计行业整体分布格局

2.1.1 品牌设计企业区域分布图谱

2.1.2 品牌设计企业数量分布情况

2.1.3 品牌设计企业客户分布情况

2.1.4 品牌设计领导企业分布情况

2.2 品牌设计行业企业竞争分析

2.2.1 行业企业竞争概况

2.2.2 行业企业规模分布情况

2.2.3 行业企业竞争焦点分析

2.2.4 行业企业竞争层次分析

2.2.5 行业企业竞争趋势分析

2.3 中型设计企业竞争分析

2.3.1 中型企业分布情况

2.3.2 中型企业竞争格局分析

2.3.3 中型企业业务竞争情况

2.3.4 中型企业竞争趋势分析

2.4 小型品牌设计企业竞争分析

2.4.1 小型企业分布情况

2.4.2 小型企业竞争格局分析

2.4.3 小型企业业务竞争情况

2.4.4 小型企业竞争趋势分析

2.5 微型品牌设计企业竞争分析

2.5.1 微型企业分布情况

2.5.2 微型企业竞争格局分析

2.5.3 微型企业业务竞争情况

2.5.4 微型企业竞争趋势分析

2.6 外资品牌设计企业在华投资布局分析

2.6.1 外资企业在华布局现状

2.6.2 外资企业在华经营情况

2.6.3 外资企业在华发展战略分析

2.6.4 外资企业在华发展前景预测

第三章 品牌设计行业区域竞争格局与市场投资前景分析

3.1 北京市品牌设计行业竞争分析

3.1.1 北京市品牌设计市场空间评估

3.1.2 北京市品牌设计企业数量分析

3.1.3 北京市品牌设计企业竞争格局

3.1.4 北京市品牌设计企业竞争力评估

3.1.5 北京市品牌设计企业竞争趋势分析

3.1.6 北京市品牌设计行业市场开拓建议

3.1.7 北京市品牌设计行业最新发展动向

3.2 上海市品牌设计行业竞争分析

3.2.1 上海市品牌设计市场空间评估

3.2.2 上海市品牌设计企业数量分析

3.2.3 上海市品牌设计企业竞争格局

3.2.4 上海市品牌设计企业竞争力评估

3.2.5 上海市品牌设计企业竞争趋势分析

3.2.6 上海市品牌设计行业市场开拓建议

3.2.7 上海市品牌设计行业最新发展动向

3.3 广州市品牌设计行业竞争分析

3.3.1 广州市品牌设计市场空间评估

3.3.2 广州市品牌设计企业数量分析

3.3.3 广州市品牌设计企业竞争格局

3.3.4 广州市品牌设计企业竞争力评估

3.3.5 广州市品牌设计企业竞争趋势分析

3.3.6 广州市品牌设计行业市场开拓建议

3.3.7 广州市品牌设计行业最新发展动向

3.4 深圳市品牌设计行业竞争分析

3.4.1 深圳市品牌设计市场空间评估

3.4.2 深圳市品牌设计企业数量分析

- 3.4.3 深圳市品牌设计企业竞争格局
- 3.4.4 深圳市品牌设计企业竞争力评估
- 3.4.5 深圳市品牌设计企业竞争趋势分析
- 3.4.6 深圳市品牌设计行业市场开拓建议
- 3.4.7 深圳市品牌设计行业最新发展动向
- 3.5 其他城市品牌设计行业竞争分析
 - 3.5.1 成都市品牌设计行业竞争分析
 - 3.5.2 南京市品牌设计行业竞争分析
 - 3.5.3 重庆市品牌设计行业竞争分析
 - 3.5.4 杭州市品牌设计行业竞争分析

第四章 品牌设计行业业务扩张前景评估

- 4.1 品牌设计业务前景评估
 - 4.1.1 品牌设计业务发展现状
 - 4.1.2 品牌设计细分业务概况
 - 4.1.3 品牌设计业务市场供需分析
 - (1) 品牌设计业务市场需求情况
 - (2) 品牌设计业务市场供给情况
 - (3) 品牌设计业务供需平衡分析
 - (4) 品牌设计业务供给企业分析
 - 4.1.4 品牌设计业务盈利能力
 - 4.1.5 品牌设计业务竞争格局分析
 - 4.1.6 品牌设计业务发展前景分析
 - 4.1.7 品牌设计业务市场开拓建议
- 4.2 品牌策划业务扩张前景评估
 - 4.2.1 品牌策划进入壁垒分析
 - 4.2.2 品牌策划细分业务概况
 - 4.2.3 品牌策划业务发展现状
 - 4.2.4 品牌策划业务市场供需分析
 - (1) 品牌策划业务市场需求情况
 - (2) 品牌策划业务市场供给情况
 - (3) 品牌策划业务供需平衡分析
 - (4) 品牌策划业务供给企业分析
 - 4.2.5 品牌策划业务盈利能力
 - 4.2.6 品牌策划业务开展模式分析

- 4.2.7 品牌策划业务发展前景分析
- 4.2.8 品牌策划业务投资可行性评估
- 4.2.9 品牌策划业务市场开拓建议
- 4.3 品牌营销业务扩张前景评估
 - 4.3.1 品牌营销进入壁垒分析
 - 4.3.2 品牌营销细分业务概况
 - 4.3.3 品牌营销业务发展现状
 - 4.3.4 品牌营销业务市场供需分析
 - (1) 品牌营销业务市场需求情况
 - (2) 品牌营销业务市场供给情况
 - (3) 品牌营销业务供需平衡分析
 - (4) 品牌营销业务供给企业分析
 - 4.3.5 品牌营销业务盈利能力
 - 4.3.6 品牌营销业务开展模式分析
 - 4.3.7 品牌营销业务转包模式分析
 - 4.3.8 品牌营销业务发展前景分析
 - 4.3.9 品牌营销业务投资可行性评估
 - 4.3.10 品牌营销业务市场开拓建议
- 4.4 广告业务扩张前景评估
 - 4.4.1 广告行业进入壁垒
 - 4.4.2 广告行业发展现状
 - (1) 广告行业市场规模分析
 - (2) 广告行业投放规模分析
 - 4.4.3 广告行业细分业务概况
 - 4.4.4 广告业务市场供需分析
 - (1) 广告业务市场需求情况
 - (2) 广告业务市场供给情况
 - (3) 广告业务供需平衡分析
 - (4) 广告业务供给企业分析
 - 4.4.5 广告业务盈利能力分析
 - 4.4.6 广告业务开展模式分析
 - 4.4.7 广告业务转包模式分析
 - 4.4.8 广告业务发展前景分析
 - 4.4.9 广告业务投资可行性评估
 - 4.4.10 广告业务市场开拓建议

第五章 国际领先品牌设计企业成长路径分析

5.1 英国Interbrand公司

5.1.1 企业基本情况介绍

5.1.2 企业经营情况分析

5.1.3 企业成长与衍变分析

(1) 企业业务衍变情况分析

(2) 企业产品衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

(4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业客户衍变情况分析

5.1.4 企业发展战略分析

5.1.5 企业成功经验总结

5.1.6 企业最新发展动向分析

5.2 英国朗涛国际LandorAssociates

5.2.1 企业基本情况介绍

5.2.2 企业经营情况分析

5.2.3 企业成长与衍变分析

(1) 企业业务衍变情况分析

(2) 企业产品衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

(4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业客户衍变情况分析

5.2.4 企业发展战略分析

5.2.5 企业成功经验总结

5.2.6 企业最新发展动向分析

5.3 美国LPK公司

5.3.1 企业基本情况介绍

5.3.2 企业经营情况分析

5.3.3 企业成长与衍变分析

(1) 企业业务衍变情况分析

(2) 企业产品衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

(4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业客户衍变情况分析

5.3.4 企业发展战略分析

5.3.5 企业成功经验总结

5.3.6 企业最新发展动向分析

5.4 英国扬特品牌联盟TheBrandUnion

5.4.1 企业基本情况介绍

5.4.2 企业经营情况分析

5.4.3 企业成长与衍变分析

(1) 企业业务衍变情况分析

(2) 企业产品衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

(4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业客户衍变情况分析

5.4.4 企业发展战略分析

5.4.5 企业成功经验总结

5.4.6 企业最新发展动向分析

5.5 美国FutureBrand公司

5.5.1 企业基本情况介绍

5.5.2 企业经营情况分析

5.5.3 企业成长与衍变分析

(1) 企业业务衍变情况分析

(2) 企业产品衍变情况分析

(3) 企业品牌衍变情况分析

(4) 企业渠道衍变情况分析

(5) 企业客户衍变情况分析

5.5.4 企业发展战略分析

5.5.5 企业成功经验总结

5.5.6 企业最新发展动向分析

第六章 中国品牌设计企业发展与经营战略分析

6.1 北京正邦品牌设计公司

6.1.1 企业发展情况简介

6.1.2 企业经营情况分析

6.1.3 企业业务领域分析

6.1.4 企业产业布局分析

6.1.5 企业区域布局分析

- 6.1.6 企业客户群体分析
- 6.1.7 企业核心竞争力分析
- 6.1.8 企业合作广告公司分析
- 6.1.9 企业设计理论体系分析
- 6.1.10 企业发展战略规划分析
- 6.1.11 企业发展优劣势分析
- 6.1.12 企业最新发展动向
- 6.2 北京东道形象设计制作有限责任公司
 - 6.2.1 企业发展情况简介
 - 6.2.2 企业经营情况分析
 - 6.2.3 企业业务领域分析
 - 6.2.4 企业产业布局分析
 - 6.2.5 企业区域布局分析
 - 6.2.6 企业客户群体分析
 - 6.2.7 企业核心竞争力分析
 - 6.2.8 企业合作广告公司分析
 - 6.2.9 企业设计理论体系分析
 - 6.2.10 企业发展战略规划分析
 - 6.2.11 企业发展优劣势分析
 - 6.2.12 企业最新发展动向
- 6.3 北京理想创意艺术设计有限公司
 - 6.3.1 企业发展情况简介
 - 6.3.2 企业经营情况分析
 - 6.3.3 企业业务领域分析
 - 6.3.4 企业产业布局分析
 - 6.3.5 企业区域布局分析
 - 6.3.6 企业客户群体分析
 - 6.3.7 企业核心竞争力分析
 - 6.3.8 企业合作广告公司分析
 - 6.3.9 企业设计理论体系分析
 - 6.3.10 企业发展战略规划分析
 - 6.3.11 企业发展优劣势分析
 - 6.3.12 企业最新发展动向
- 6.4 北京早晨设计顾问有限公司
 - 6.4.1 企业发展情况简介

- 6.4.2 企业经营情况分析
- 6.4.3 企业业务领域分析
- 6.4.4 企业产业布局分析
- 6.4.5 企业区域布局分析
- 6.4.6 企业客户群体分析
- 6.4.7 企业核心竞争力分析
- 6.4.8 企业合作广告公司分析
- 6.4.9 企业设计理论体系分析
- 6.4.10 企业发展战略规划分析
- 6.4.11 企业发展优劣势分析
- 6.4.12 企业最新发展动向
- 6.5 深圳朗图企业形象设计有限公司
 - 6.5.1 企业发展情况简介
 - 6.5.2 企业经营情况分析
 - 6.5.3 企业业务领域分析
 - 6.5.4 企业产业布局分析
 - 6.5.5 企业区域布局分析
 - 6.5.6 企业客户群体分析
 - 6.5.7 企业核心竞争力分析
 - 6.5.8 企业合作广告公司分析
 - 6.5.9 企业设计理论体系分析
 - 6.5.10 企业发展战略规划分析
 - 6.5.11 企业发展优劣势分析
 - 6.5.12 企业最新发展动向
- 6.6 深圳韩家英设计公司
 - 6.6.1 企业发展情况简介
 - 6.6.2 企业经营情况分析
 - 6.6.3 企业业务领域分析
 - 6.6.4 企业产业布局分析
 - 6.6.5 企业区域布局分析
 - 6.6.6 企业客户群体分析
 - 6.6.7 企业核心竞争力分析
 - 6.6.8 企业合作广告公司分析
 - 6.6.9 企业设计理论体系分析
 - 6.6.10 企业发展战略规划分析

6.6.11 企业发展优劣势分析

6.6.12 企业最新发展动向

6.7 深圳南风盛世设计有限公司

6.7.1 企业发展情况简介

6.7.2 企业经营情况分析

6.7.3 企业业务领域分析

6.7.4 企业产业布局分析

6.7.5 企业区域布局分析

6.7.6 企业客户群体分析

6.7.7 企业核心竞争力分析

6.7.8 企业合作广告公司分析

6.7.9 企业设计理论体系分析

6.7.10 企业发展战略规划分析

6.7.11 企业发展优劣势分析

6.7.12 企业最新发展动向

6.8 奇扬乐思品牌策划（上海）有限公司

6.8.1 企业发展情况简介

6.8.2 企业经营情况分析

6.8.3 企业业务领域分析

6.8.4 企业产业布局分析

6.8.5 企业区域布局分析

6.8.6 企业客户群体分析

6.8.7 企业核心竞争力分析

6.8.8 企业合作广告公司分析

6.8.9 企业设计理论体系分析

6.8.10 企业发展战略规划分析

6.8.11 企业发展优劣势分析

6.8.12 企业最新发展动向

6.9 广州市赤风设计有限公司

6.9.1 企业发展情况简介

6.9.2 企业经营情况分析

6.9.3 企业业务领域分析

6.9.4 企业产业布局分析

6.9.5 企业区域布局分析

6.9.6 企业客户群体分析

6.9.7 企业核心竞争力分析

6.9.8 企业合作广告公司分析

6.9.9 企业设计理论体系分析

6.9.10 企业发展战略规划分析

6.9.11 企业发展优劣势分析

6.9.12 企业最新发展动向

6.10 深圳尚成策略品牌设计顾问有限公司

6.10.1 企业发展情况简介

6.10.2 企业经营情况分析

6.10.3 企业业务领域分析

6.10.4 企业产业布局分析

6.10.5 企业区域布局分析

6.10.6 企业客户群体分析

6.10.7 企业核心竞争力分析

6.10.8 企业合作广告公司分析

6.10.9 企业设计理论体系分析

6.10.10 企业发展战略规划分析

6.10.11 企业发展优劣势分析

6.10.12 企业最新发展动向

6.11 上海美御广告传播有限公司

6.11.1 企业发展情况简介

6.11.2 企业经营情况分析

6.11.3 企业业务领域分析

6.11.4 企业产业布局分析

6.11.5 企业区域布局分析

6.11.6 企业客户群体分析

6.11.7 企业核心竞争力分析

6.11.8 企业合作广告公司分析

6.11.9 企业设计理论体系分析

6.11.10 企业发展战略规划分析

6.11.11 企业发展优劣势分析

6.11.12 企业最新发展动向

6.12 南京唐韵艺术设计有限公司

6.12.1 企业发展情况简介

6.12.2 企业经营情况分析

- 6.12.3 企业业务领域分析
- 6.12.4 企业产业布局分析
- 6.12.5 企业区域布局分析
- 6.12.6 企业客户群体分析
- 6.12.7 企业核心竞争力分析
- 6.12.8 企业合作广告公司分析
- 6.12.9 企业设计理论体系分析
- 6.12.10 企业发展战略规划分析
- 6.12.11 企业发展优劣势分析
- 6.12.12 企业最新发展动向
- 6.13 成都智一天合广告有限公司
- 6.13.1 企业发展情况简介
- 6.13.2 企业经营情况分析
- 6.13.3 企业业务领域分析
- 6.13.4 企业产业布局分析
- 6.13.5 企业区域布局分析
- 6.13.6 企业客户群体分析
- 6.13.7 企业核心竞争力分析
- 6.13.8 企业合作广告公司分析
- 6.13.9 企业设计理论体系分析
- 6.13.10 企业发展战略规划分析
- 6.13.11 企业发展优劣势分析
- 6.13.12 企业最新发展动向
- 6.14 北京共振设计公司
- 6.14.1 企业发展情况简介
- 6.14.2 企业经营情况分析
- 6.14.3 企业业务领域分析
- 6.14.4 企业产业布局分析
- 6.14.5 企业区域布局分析
- 6.14.6 企业客户群体分析
- 6.14.7 企业核心竞争力分析
- 6.14.8 企业合作广告公司分析
- 6.14.9 企业设计理论体系分析
- 6.14.10 企业发展战略规划分析
- 6.14.11 企业发展优劣势分析

- 6.14.12 企业最新发展动向
- 6.15 上海柯力品牌规划设计机构
 - 6.15.1 企业发展情况简介
 - 6.15.2 企业经营情况分析
 - 6.15.3 企业业务领域分析
 - 6.15.4 企业产业布局分析
 - 6.15.5 企业区域布局分析
 - 6.15.6 企业客户群体分析
 - 6.15.7 企业核心竞争力分析
 - 6.15.8 企业合作广告公司分析
 - 6.15.9 企业设计理论体系分析
 - 6.15.10 企业发展战略规划分析
 - 6.15.11 企业发展优劣势分析
 - 6.15.12 企业最新发展动向
- 6.16 杭州陈飞波设计事务所
 - 6.16.1 企业发展情况简介
 - 6.16.2 企业经营情况分析
 - 6.16.3 企业业务领域分析
 - 6.16.4 企业产业布局分析
 - 6.16.5 企业区域布局分析
 - 6.16.6 企业客户群体分析
 - 6.16.7 企业核心竞争力分析
 - 6.16.8 企业合作广告公司分析
 - 6.16.9 企业设计理论体系分析
 - 6.16.10 企业发展战略规划分析
 - 6.16.11 企业发展优劣势分析
 - 6.16.12 企业最新发展动向
- 6.17 广州集和品牌设计顾问
 - 6.17.1 企业发展情况简介
 - 6.17.2 企业经营情况分析
 - 6.17.3 企业业务领域分析
 - 6.17.4 企业产业布局分析
 - 6.17.5 企业区域布局分析
 - 6.17.6 企业客户群体分析
 - 6.17.7 企业核心竞争力分析

- 6.17.8 企业合作广告公司分析
- 6.17.9 企业设计理论体系分析
- 6.17.10 企业发展战略规划分析
- 6.17.11 企业发展优劣势分析
- 6.17.12 企业最新发展动向
- 6.18 深圳山河水品牌形象管理机构
 - 6.18.1 企业发展情况简介
 - 6.18.2 企业经营情况分析
 - 6.18.3 企业业务领域分析
 - 6.18.4 企业产业布局分析
 - 6.18.5 企业区域布局分析
 - 6.18.6 企业客户群体分析
 - 6.18.7 企业核心竞争力分析
 - 6.18.8 企业合作广告公司分析
 - 6.18.9 企业设计理论体系分析
 - 6.18.10 企业发展战略规划分析
 - 6.18.11 企业发展优劣势分析
 - 6.18.12 企业最新发展动向
- 6.19 成都黑蚁设计有限责任公司
 - 6.19.1 企业发展情况简介
 - 6.19.2 企业经营情况分析
 - 6.19.3 企业业务领域分析
 - 6.19.4 企业产业布局分析
 - 6.19.5 企业区域布局分析
 - 6.19.6 企业客户群体分析
 - 6.19.7 企业核心竞争力分析
 - 6.19.8 企业合作广告公司分析
 - 6.19.9 企业设计理论体系分析
 - 6.19.10 企业发展战略规划分析
 - 6.19.11 企业发展优劣势分析
 - 6.19.12 企业最新发展动向
- 6.20 重庆云马品牌设计顾问有限公司
 - 6.20.1 企业发展情况简介
 - 6.20.2 企业经营情况分析
 - 6.20.3 企业业务领域分析

- 6.20.4 企业产业布局分析
- 6.20.5 企业区域布局分析
- 6.20.6 企业客户群体分析
- 6.20.7 企业核心竞争力分析
- 6.20.8 企业合作广告公司分析
- 6.20.9 企业设计理论体系分析
- 6.20.10 企业发展战略规划分析
- 6.20.11 企业发展优劣势分析
- 6.20.12 企业最新发展动向

第七章 2017-2022年品牌设计行业发展趋势与前景预测（ZYPX）

- 7.1 品牌设计行业发展机遇分析
 - 7.1.1 行业政策机遇分析
 - 7.1.2 企业转型升级机遇分析
 - 7.1.3 消费者品牌意识提升机遇
- 7.2 品牌设计行业发展瓶颈分析
 - 7.2.1 行业价值与客户需求脱离分析
 - 7.2.2 行业企业多小散乱问题分析
 - 7.2.3 行业发展方向错位分析
 - 7.2.4 行业规范化问题分析
- 7.3 品牌设计行业发展趋势分析
 - 7.3.1 设计、策划、营销一体化趋势
 - 7.3.2 行业兼并重组整合趋势分析
 - 7.3.3 提供解决方案趋势分析
- 7.4 品牌设计行业发展前景预测
 - 7.4.1 行业市场规模预测
 - 7.4.2 行业经营情况预测
 - 7.4.3 行业竞争格局预测

图表目录：

图表1：中国品牌设计行业发展历程示意图

图表2：2013-2016年中国品牌设计行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表3：2016年中国品牌设计行业5%领导企业营收情况列表（单位：亿元）

图表4：2016年中国品牌设计行业5%领导企业盈利情况列表（单位：亿元，%）

图表5：2016年中国品牌设计行业30%追随企业营收情况列表（单位：亿元）

图表6：2016年中国品牌设计行业30%追随企业盈利情况列表（单位：亿元，%）

图表7：2016年中国品牌设计行业其他小微企业营收情况列表（单位：亿元）

图表8：2016年中国品牌设计行业其他小微企业盈利情况列表（单位：亿元，%）

图表9：2016年中国品牌设计行业区域分布图（单位：%）

图表10：2016年中国品牌设计企业数量分布图（单位：%）

图表11：2016年中国品牌设计企业客户分布图（单位：%）

图表12：2016年中国品牌设计领导企业分布图（单位：%）

图表13：2016年中国品牌设计行业企业规模分布图（单位：%）

图表14：2016年中国品牌设计中型企业分布图（单位：%）

图表15：2016年中国品牌设计小型企业分布图（单位：%）

图表16：2016年中国品牌设计微型企业分布图（单位：%）

图表17：2016年北京市品牌设计企业市场份额占比图（单位：%）

图表18：2016年上海市品牌设计企业市场份额占比图（单位：%）

图表19：2016年广州市品牌设计企业市场份额占比图（单位：%）

图表20：2016年深圳市品牌设计企业市场份额占比图（单位：%）

图表21：2013-2016年中国品牌设计业务市场需求走势图（单位：亿元，%）

图表22：2016年中国品牌设计业务领先供给企业列表

图表23：2013-2016年中国品牌策划业务市场需求走势图（单位：亿元，%）

图表24：2016年中国品牌策划业务领先供给企业列表

图表25：2013-2016年中国品牌营销业务市场需求走势图（单位：亿元，%）

图表26：2016年中国品牌营销业务领先供给企业列表

图表27：2013-2016年中国广告行业市场规模走势图（单位：亿元，%）

图表28：2013-2016年中国广告行业投放规模走势图（单位：亿元，%）

图表29：2013-2016年中国广告业务市场需求走势图（单位：亿元，%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/492567.html>