

2017-2022年中国标识牌行业深度调研及市场前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国标识牌行业深度调研及市场前景预测报告》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/201702/494974.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

标识标牌产业在国内是一个新兴行业，在这个产业内，现在聚集着几万家大大小小的标识企业。它们中历史悠久者，已经走过近20年的历程；历史短暂者，只有短短几个月的阅历。纵观标识产业发展历程，可将其分为三个阶段：

标识牌的发展阶段 序号 阶段 概况 第一 产业导入阶段 作为第一阶段的产业导入发生于1990年初期，由于我国经济飞速发展和市场竞争逐步加剧，国内各种组织对标牌产生了迫切的需求，一批广告美术工艺社团相继出现，多集中在深圳广州沿海城市，是为国内标识公司前身，更有一些喜欢创新的企业开始从欧洲国家引进模块化简单标牌，以迎合医疗、办公和交通部门的需要。当然，作为新产业，国内市场对这种模块化标识认知度不高，对经营企业更缺乏了解，因此产业发展的基本特点是需求拉动、被动迎合。 第二 产业缓慢成长阶段 我国标识产业跨入成长阶段是在导入10年后的2000年左右，一直持续到最近。在这十年中，少部分企业开始从追求规模效益出发，艰难探索自己独特的经营战略和商业模式，但这一时期，更多是大量新创企业不断涌入，它们不是依靠创新与探索经营，而是借助模仿与价格大战来生存，结果使得整个产业的发展遭遇恶性竞争和利润率水平大幅降低，导致业内企业普遍难以提高研发力度，创新自己的产品和服务。 第三 产业高速成长阶段 第三阶段应该从2010年算起，在经过20年的艰难探索和分化整合之后，我国标识产业开始从迎合当地需求的多元化经营模式逐步进入跨区域多元化、跨区域专业化、跨区域模块化的经营模式升级阶段，因此产业发展开始迈向能够产生规模化效益的高速成长阶段。现在，这一产业中不仅有专业的设计公司、专业的制作公司、专业的工程公司，更有全产业链的勘查、设计、制作、运输、安装、维护与更新的区域化经营公司，以及全产业链的跨区域经营公司。我国标识产业开始了提升产业集中度的发展过程，而一旦产业集中度提高到CR20大于20%的水平，整个产业高速成长的阶段就将全面到来。

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2022年中国标识牌行业深度调研及市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了标识牌行业市场发展环境、标识牌整体运行态势等，接着分析了标识牌行业市场运行的现状，然后介绍了标识牌市场竞争格局。随后，报告对标识牌做了重点企业经营状况分析，最后分析了标识牌行业发展趋势与投资预测。您若想对标识牌产业有个系统的了解或者想投资标识牌行业，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 标识牌概述 1

第一节 标识牌定义 1

第二节 标识牌主要生产工艺 1

第三节 标识牌性质分类 3

标识牌的分类情况 分类 类别 用途概况 形态分类 横式

整个比例横向比较长。一般整面都被利用为标识标牌。一般在小店铺和大建筑的墙面上都可以看到。 竖式

整个比例竖向比较长。一般整面都被利用为标识标牌 突形

在建筑物的墙面上突出，除了背面以外的整面或有两侧墙面的情况下，两侧都被利用为广告载体的标识标牌。例如三面翻标识牌 地柱形

标记在地面的某些固定构造上的横形、竖形、立体形的标识标牌 屋顶式

指在某建筑物的屋顶上设置一些固定构造物，并在上面挂着或贴着的板形活立方形或幻性的标识标牌 材料分类 光滑标识标牌

画面或板面有油性，非常光滑 夜光材料标识标牌

用夜光材料牌（即我们通常说的霓虹灯） 丙烯酸质标识标牌

用丙烯酸质材料做板面主材料 电光板标识标牌

在没有特别指定板面的情况下，用金属做为标牌的板面或文字的主材料以及用金属作为标识的主载体 木质标识牌

木质标识牌 用木头做原料，做防腐处理，一般用于古建园林 亚克力标识牌

亚克力标识牌 应用亚克力材料做成，更为精美，一般用于建筑物、楼层、洗手间等

数据来源：公开资料整理

第四节 标识牌产业链分析 5

一、产业链模型介绍 5

二、标识牌产业链分析 5

第二章 标识牌发展环境及政策分析 10

第一节 中国经济发展环境分析 10

一、中国宏观经济发展现状 10

二、中国宏观经济走势分析 14

三、中国宏观经济趋势预测 17

第二节 行业相关政策、法规、标准 19

第二部分 行业深度分析

第三章 标识牌产品生产工艺及技术趋势研究 20

第一节 质量指标情况 20

第二节 国内主要生产方法 23

第三节 最新技术进展及趋势研究 39

- 一、产品近地市场 39
- 二、生产标识标牌所需要的主要设备 42
- 三、数字标牌的发展 44
- 四、数字标牌热门品牌市场布局情况概览 47
- 第四章 中国标识牌生产现状分析 54
 - 第一节 标识牌行业发展现状分析 54
 - 第二节 标识牌行业总体规模 58
 - 第三节 标识牌市场容量概况 59
 - 一、2013-2016年市场容量分析 59
 - 二、2017-2022年市场容量预测 60
 - 第四节 标识牌产值概况 61
 - 一、2013-2016年产值分析 61
 - 二、市场规模增速情况 62
 - 三、2017-2022年增速预测 62
 - 第五节 标识牌产业的生命周期分析 63
- 第五章 标识牌国内产品价格走势及影响因素分析 64
 - 第一节 国内产品2014-2016年价格回顾 64
 - 第二节 国内产品价格影响因素分析 65
 - 第三节 2014-2016年国内产品未来价格走势预测 66
- 第三部分 竞争格局分析
- 第六章 标识牌行业市场竞争策略分析 67
 - 第一节 行业竞争结构分析 67
 - 一、现有企业间竞争 67
 - 二、潜在进入者分析 68
 - 三、替代品威胁分析 69
 - 四、供应商议价能力 70
 - 五、客户议价能力 70
 - 第二节 标识牌市场竞争策略分析 71
 - 一、标识牌市场增长潜力分析 71
 - 二、标识牌产品竞争策略分析 72
 - 三、典型企业产品竞争策略分析 75
 - 第三节 标识牌企业竞争策略分析 78
 - 一、2017-2022年我国标识牌市场竞争趋势 78
 - 二、2017-2022年标识牌行业竞争格局展望 79
 - 三、2017-2022年标识牌行业竞争策略分析 81

第七章 标识牌上游原材料供应状况分析	84
第一节 主要原材料	84
第二节 主要原材料2014-2016年价格及供应情况	85
第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测	86
第八章 标识牌产业用户度分析	89
第一节 标识牌产业用户认知程度	89
第二节 标识牌产业用户关注因素	91
一、功能	91
二、质量	92
三、价格	92
四、外观	92
五、服务	94
第四部分 发展前景展望	
第九章 2017-2022年标识牌行业发展趋势及投资风险分析	96
第一节 当前标识牌存在的问题	96
第二节 标识牌未来发展预测分析	97
一、中国标识牌发展方向分析	97
二、2017-2022年中国标识牌行业发展规模	98
三、2017-2022年中国标识牌行业发展趋势预测	98
第三节 2017-2022年中国标识牌行业投资风险分析	99
一、市场竞争风险	99
二、原材料压力风险分析	101
三、技术风险分析	102
四、政策和体制风险	103
第十章 标识牌国内重点生产厂家分析	105
第一节 杭州柏年光电标饰有限公司	105
一、企业基本概况	105
二、公司主要财务指标分析	106
三、企业发展规划	106
第二节 广州震雄装饰工程有限公司	106
一、企业基本概况	106
二、公司主要财务指标分析	108
三、企业发展规划	108
第三节 北京广育德视觉技术股份有限公司	108
一、企业基本概况	108

- 二、公司主要财务指标分析 109
- 三、企业发展规划 109
- 第四节 北京上然国际标识制造有限公司 109
 - 一、企业基本概况 109
 - 二、公司主要财务指标分析 110
 - 三、企业发展规划 110
- 第五节 广州市品致广告制作有限公司 111
 - 一、企业基本概况 111
 - 二、公司主要财务指标分析 111
 - 三、企业发展规划 112
- 第六节 北京罗丹·莫纳牌业有限公司 112
 - 一、企业基本概况 112
 - 二、公司主要财务指标分析 113
- 第七节 北京天树文化艺术传播有限公司 113
 - 一、企业基本概况 113
 - 二、公司主要财务指标分析 113
 - 三、企业发展规划 113
- 第八节 上海昌劲金融机具标识有限公司 114
 - 一、企业基本概况 114
 - 二、公司主要财务指标分析 114
- 第十一章 标识牌地区销售分析 115
 - 一、标识牌各地区对比销售分析 115
 - 二、标识牌“东北地区”销售分析 115
 - 三、标识牌“华北地区”销售分析 115
 - 四、标识牌“中南地区”销售分析 116
 - 五、标识牌“华东地区”销售分析 116
 - 六、标识牌“西北地区”销售分析 116
- 第五部分 发展战略研究
- 第十二章 标识牌产品竞争力优势分析 117
 - 第一节 标识牌产品竞争力分析 117
 - 一、整体产品竞争力评价 117
 - 二、竞争优势评价及构建建议 118
 - 第二节 品牌战略 120
 - 一、品牌的重要性 120
 - 二、实施品牌战略的意义 121

三、企业品牌的现状分析	122
四、企业的品牌战略	123
五、品牌战略管理的策略	125
第三节 重点客户战略	129
一、实施重点客户战略的必要性	129
二、合理确立重点客户	130
三、实施重点客户战略要重点解决的问题	131
四、重点客户管理功能	131
五、对重点客户的营销策略	133
第四节 行业发展战略研究	140
一、战略综合规划	140
二、技术开发战略	140
三、业务组合战略	144
四、区域战略规划	146
五、产业战略规划	156
六、营销品牌战略	157
七、竞争战略规划	160
第十三章 业内专家观点与结论	165 (ZY GXH)
一、标识牌行业发展前景预测	165
二、标识牌企业营销策略	166
1、产品定位策略	166
2、产品开发策略	168
3、渠道销售策略	168
4、品牌定位	174
5、服务策略	176
6、重点客户战略	178
7、产品差异化战略	182
三、标识牌企业投资策略	184
1、行业发展策略建议	184
2、增强我国企业核心竞争力的对策	187
3、战略思想	192
4、盈利模型	193
5、盈利因素	201 (ZY GXH)
图表目录：	
图表：产业链模型介绍	5

- 图表：2013-2016年我国标识牌行业市场规模分析 58
- 图表：2013-2016年标识牌行业市场容量分析 59
- 图表：2017-2022年标识牌行业市场容量预测 60
- 图表：2013-2016年标识牌行业产值分析 61
- 图表：2013-2016年标识牌行业规模增速分析 62
- 图表：2017-2022年标识牌行业增速预测 62
- 图表：行业发展周期 63
- 图表：行业生命周期图 63
- 图表：2014-2016年郑州地区标识牌一般价格分析 64
- 图表：罗马商业广场标识牌设计案例 76
- 图表：2010-2014年标识牌原材料铝合金产量分析 85
- 图表：铝合金型材价格分析 86
- 图表：2017-2022年中国标识牌行业发展规模预测 98
- 图表：公司主要财务指标分析 106
- 图表：公司主要财务指标分析 108
- 图表：公司主要财务指标分析 109
- 图表：公司主要财务指标分析 110
- 图表：公司主要财务指标分析 111
- 图表：公司主要财务指标分析 113
- 图表：公司主要财务指标分析 113
- 图表：公司主要财务指标分析 114
- 图表：标识牌各地区对比销售分析 115
- 图表：东北地区销售规模分析 115
- 图表：华北地区销售规模分析 115
- 图表：中南地区销售规模分析 116
- 图表：华东地区销售规模分析 116
- 图表：西北地区销售规模分析 116
- 图表：四种基本的品牌战略 129
- 图表：区域发展战略咨询流程图 153
- 图表：区域SWOT战略分析图 154
- 图表：产品金字塔模型 194
- 图表：多成分系统模型 195
- 图表：配电盘模型 196
- 图表：速度模型 197
- 图表：利润乘数模型 198

图表：行业标准模型 199

图表：品牌模型 200

图表：低成本企业设计模型 201

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/494974.html>