

2016-2022年中国创意设计 行业深度研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国创意设计行业深度研究与投资可行性报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/11438222UM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言

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”。

本创意设计行业研究报告共十七章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。创意设计行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了创意设计行业市场潜在需求与市场机会，报告对创意设计行业做了重点企业经营状况分析，并分析了创意设计行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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2016-2022年中国创意设计行业发展环境分析23

第一节2016-2022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2016-2022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
 - 第一节创意设计产能概况37
 - 一、2009-2015年产能分析37
 - 二、2016-2022年产能预测38
 - 第三节创意设计市场容量概况40
 - 一、2009-2015年市场容量分析40
 - 二、产能配置与产能利用率调查41
 - 三、2016-2022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2015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2016-2022年国内产品未来价格走势预测47

第五章2015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、2015年创意设计产品技术变化特点52
 - 二、2015年创意设计产品市场的新技术53
 - 三、2015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2015年中国创意设计行业发展概况61

- 第一节2015年中国创意设计行业发展态势分析61
- 第二节2015年中国创意设计行业发展特点分析61
- 第三节2015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、2016-2022年我国创意设计市场竞争趋势68
 - 二、2016-2022年创意设计行业竞争格局展望68
 - 三、2016-2022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2015年创意设计行业投资情况分析71

- 一、2015年总体投资结构71
- 二、2015年投资规模情况71
- 三、2015年投资增速情况72
- 四、2015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、2015年创意设计投资机会74
- 四、2015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、2015年创意设计市场面临的发展商机76

第九章2016-2022年中国创意设计行业发展前景预测分析78

第一节2016-2022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2016-2022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2015年价格及供应情况111

第三节2016-2022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2016-2022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、2016-2022年中国创意设计行业发展规模125

三、2016-2022年中国创意设计行业发展趋势预测125

第三节2016-2022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、企业基本情况132
- 二、2016-2022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、2016-2022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、企业基本情况139
 - 二、2016-2022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、2016-2022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、企业基本情况147
 - 二、2016-2022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、2016-2022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、企业基本情况154
 - 二、2016-2022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、2016-2022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、企业基本情况161
- 二、2016-2022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、2016-2022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、企业基本情况168
 - 二、2016-2022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、2016-2022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、2016-2022年东北地区销售规模177
 - 二、东北地区“规格”销售分析178
 - 三、2016-2022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、2016-2022年华北地区销售规模179
 - 二、华北地区“规格”销售分析179
 - 三、2016-2022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、2016-2022年华南地区销售规模180
 - 二、华南地区“规格”销售分析180
 - 三、2016-2022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、2016-2022年华东地区销售规模181

- 二、华东地区“规格”销售分析182
- 三、2016-2022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、2016-2022年西北地区销售规模183
 - 二、西北地区“规格”销售分析183
 - 三、2016-2022年西北地区“规格”销售规模分析184
- 第六节创意设计“华中地区”销售分析184
 - 一、2016-2022年华中地区销售规模184
 - 二、华中地区“规格”销售分析184
 - 三、2016-2022年华中地区“规格”销售规模分析185
- 第六节创意设计“西南地区”销售分析185
 - 一、2016-2022年西南地区销售规模185
 - 二、西南地区“规格”销售分析186
 - 三、2016-2022年西南地区“规格”销售规模分析186

- 第十五章2016-2022年中国创意设计行业投资战略研究188
 - 第一节2011-2015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、2015年创意设计品牌竞争战略189
 - 第二节2016-2022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

一、“十三五”发展战略规划的背景意义201

第一节企业转型升级的需要201

第二节企业强做大做的需要201

第三节企业可持续发展需要202

二、“十三五”发展战略规划的制定原则202

第一节科学性202

第二节实践性205

第三节前瞻性206

第四节创新性207

第五节全面性207

第六节动态性208

三、“十三五”发展战略规划的制定依据208

第一节国家产业政策208

第二节行业发展规律209

第三节企业资源与能力209

第四节可预期的战略定位211

图表目录：

图表12004年 季度—2015年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）23

图表22004年7月—2015年7月工业增加值月度同比增长率（%）24

图表32004年1-7月—2015年1-7月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）26

图表42004年7月—2015年7月居民消费价格指数（上年同月=100）32

图表52004年7月—2015年7月工业品出厂价格指数（上年同月=100）34

图表62009-2015年我国创意设计行业资产合计及增长情况37

图表72009-2015年我国创意设计行业资产合计及增长对比37

图表82016-2022年我国创意设计行业资产合计预测图38

图表92009-2015年我国创意设计行业销售收入及增长情况40

图表102009-2015年我国创意设计行业销售收入及增长对比40

图表11 2016-2022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 2009-2015年我国创意设计行业工业总产值及增长情况45

图表14 2009-2015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 2015年1-7月创意设计行业投资结构71

图表17 2009-2015年我国创意设计行业资产合计及增长对比71

图表18 2015年1-7月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 2015年1-7月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 2015年1-7月软件业务收入增长情况112

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/11438222UM.html>