

2024-2029年中国标识行业市场深度分析及投资研究预测报告

报告简介

自从进入20世纪以来,随着物质生产的巨大发展,人类逐渐从生产导向性社会步入了消费导向性社会,而随之而来的消费主义的滋生和蔓延,也使得现代人的符号消费欲望呈现出无限膨胀的趋势。

一般来说,用来识别产品及其质量、特征特性、安全、使用方法以及其他的一切说明物总称为商品的标识标识。在这里“标识”和“标识”的意思一样,只不过根据中国人的语言习惯,某些场合用“标识”比较合适,而某些场合用“标识”比较合适。标识标识是商品的标记,是商品生产者或经营者用以标明自己所生产或销售的商品,与其他人生产或销售同类商品相区别的标记。同时,标识标识也是企业信誉和形象的物质载体,作为一种无形财产,标识标识只有通过市场上长期、广泛地使用才能给企业带来经济效益,实现商标本身的价值。此外,商品的标识标识作为企业与消费者之间的桥梁和纽带,是企业参与市场竞争的重要手段之一。

在市场经济时代,采用新技术、开发新产品、增加产品的技术含量成为企业取得竞争优势的关键,而这种竞争优势需要通过一定的载体传递给市场。而企业的技术进步和竞争优势都可以充分体现在商品的标识标识上,从而成为商品的提供者与消费者之间沟通的桥梁和纽带。而且商品的标识标识已成为企业将技术创新优势转化为市场竞争优势的主要载体,它是企业在市场经济条件下竞争制胜的锐利武器。随着技术创新的步伐,商品标识标识的作用将会日益显著。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外标识行业的发展状况进行了深入透彻地分析,对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究,重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况,报告还对标识下游行业的发展进行了探讨,是标识及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态,把握标识行业发展方向,为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 标识行业发展综述 1

第一节 标识行业相关概述 1

一、行业研究范围界定 1

二、标识的分类 1

三、标识行业的特点分析 3

第二节 标识行业发展环境分析 5

一、行业政策环境分析 5

- 1、行业管理体制 5
- 2、行业相关政策及解析 5
- 3、行业发展规划及解析 6
- 二、行业经济环境分析 7
 - 1、中国gdp增长情况分析 7
 - 2、中国cpi波动情况分析 9
 - 3、居民人均收入增长情况分析 10
 - 4、经济环境影响分析 12
- 三、行业社会环境分析 18
 - 1、中国人口发展分析 18
 - (1)中国人口规模 18
 - (3)中国人口健康状况 18
 - (4)中国人口老龄化进程 19
 - 2、中国城镇化发展状况 20
 - 3、中国居民消费习惯分析 21
- 四、标识牌产品生产工艺及技术趋势研究 21
 - 1、主要原材料 21
 - 2、质量指标情况 22
 - 3、国内主要生产方法 26
 - 4、标识主要生产工艺 43
 - 5、最新技术进展及趋势研究 45
 - (1)产品近地市场 45
 - (2)生产标识标牌所需要的主要设备 48
 - (3)数字标牌的发展 49

(4)数字标牌热门品牌市场布局情况概览 52

第二章 当代背景下标识的发展机会分析 58

第一节 标识政策及其实施情况 58

一、标识相关政策解读 58

二、标识计划实施成果解读 60

第二节 标识在国民经济中的地位及作用分析 62

一、标识内涵与特征 62

二、标识与经济的关系分析 63

第三节 国内环境背景下标识发展的swot分析 64

一、国家战略对标识产业的影响分析 64

1、对标识市场资源配置的影响 64

2、对标识产业市场格局的影响 68

3、对标识产业发展方式的影响 69

二、标识国家战略背景下标识发展的swot分析 69

1、标识发展的优势分析 69

2、标识发展的劣势分析 69

3、标识发展的机遇分析 70

4、标识发展面临的挑战 70

第三章 国际标识行业发展分析 71

第一节 国际标识行业发展环境分析 71

一、全球人口状况分析 71

二、国际宏观经济环境分析 75

1、国际宏观经济发展现状 75

2、国际宏观经济发展预测 80

- 3、国际宏观经济发展对行业的影响分析 82
- 第二节 国际标识行业发展现状分析 82
 - 一、国际标识行业发展概况 82
 - 二、主要国家标识行业的经济效益分析 84
 - 三、国际标识行业的发展趋势分析 85
- 第三节 主要国家及地区标识行业发展状况及经验借鉴 87
 - 一、美国标识行业发展分析 87
 - 二、欧洲标识行业发展分析 87
 - 三、日本标识行业发展分析 88
 - 四、台湾地区标识行业发展分析 89
 - 五、国外标识行业发展经验总结 89
- 第四章 中国标识行业发展现状分析 90
 - 第一节 中国标识行业发展概况 90
 - 一、中国标识行业发展趋势 90
 - 二、中国标识发展状况 90
 - 1、标识行业发展规模 90
 - 2、标识行业供需状况 91
 - 第二节 中国标识运营分析 92
 - 一、中国标识经营模式分析 92
 - 二、中国标识经营项目分析 94
 - 三、中国标识运营存在的问题 95
- 第五章 互联网对标识的影响分析 96
 - 第一节 互联网对标识行业的影响 96
 - 一、智能标识设备发展情况分析 96

- 1、智能标识设备发展概况 96
- 2、主要标识app应用情况 97
- 二、标识智能设备经营模式分析 98
 - 1、智能硬件模式 98
 - 2、标识app模式 99
 - 3、虚实结合模式 100
 - 4、个性化资讯模式 100
- 三、智能设备对标识行业的影响分析 100
 - 1、智能设备对标识行业的影响 100
 - 2、标识智能设备的发展趋势分析 100
- 第二节 互联网+标识发展模式分析 101
 - 一、互联网+标识商业模式解析 101
 - 1、标识o2o模式分析 101
 - (1)运行方式 101
 - (2)盈利模式 102
 - 2、智能联网模式 103
 - (1)运行方式 103
 - (2)盈利模式 103
 - 二、互联网+标识案例分析 103
 - 1、案例一 103
 - 2、案例二 104
 - 3、案例三 105
 - 4、案例四 107
 - 5、案例五 107

| | |
|----------------------|-----|
| 三、互联网背景下标识行业发展趋势分析 | 108 |
| 第六章 中国标识需求与消费者偏好调查 | 110 |
| 第一节 标识产品目标客户群体调查 | 110 |
| 一、不同收入水平消费者偏好调查 | 110 |
| 二、不同年龄的消费者偏好调查 | 111 |
| 三、不同地区的消费者偏好调查 | 111 |
| 第二节 标识产品的品牌市场调查 | 112 |
| 一、消费者对标识品牌认知度宏观调查 | 112 |
| 二、消费者对标识产品的品牌偏好调查 | 112 |
| 三、消费者对标识品牌的首要认知渠道 | 113 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 113 |
| 五、标识品牌忠诚度调查 | 114 |
| 六、标识品牌市场占有率调查 | 114 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 115 |
| 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 | 115 |
| 一、价格敏感程度 | 115 |
| 二、品牌的影响 | 116 |
| 三、购买方便的影响 | 117 |
| 四、广告的影响程度 | 118 |
| 第七章 中国重点城市标识市场分析 | 119 |
| 第一节 北京市标识市场分析 | 119 |
| 一、北京市标识行业需求分析 | 119 |
| 二、北京市标识发展情况 | 119 |
| 三、北京市标识存在的问题与建议 | 119 |

| | |
|-------------------|-----|
| 第二节 上海市标识市场分析 | 121 |
| 一、上海市标识行业需求分析 | 121 |
| 二、上海市标识发展情况 | 121 |
| 三、上海市标识存在的问题与建议 | 121 |
| 第三节 天津市标识市场分析 | 122 |
| 一、天津市标识行业需求分析 | 122 |
| 二、天津市标识发展情况 | 122 |
| 三、天津市标识存在的问题与建议 | 123 |
| 第四节 深圳市标识市场分析 | 124 |
| 一、深圳市标识行业需求分析 | 124 |
| 二、深圳市标识发展情况 | 124 |
| 三、深圳市标识存在的问题与建议 | 125 |
| 第五节 重庆市标识市场分析 | 125 |
| 一、重庆市标识行业需求分析 | 125 |
| 二、重庆市标识发展情况 | 125 |
| 三、重庆市标识存在的问题与建议 | 126 |
| 第八章 中国领先企业标识经营分析 | 127 |
| 第一节 中国标识总体状况分析 | 127 |
| 一、企业规模分析 | 127 |
| 二、企业类型分析 | 128 |
| 三、企业性质分析 | 128 |
| 第二节 领先标识经营状况分析 | 129 |
| 一、杭州柏年智能光电子股份有限公司 | 129 |
| 1、企业发展简况分析 | 129 |

- 2、企业经营情况分析 129
- 3、企业服务内容分析 129
- 4、企业经营优劣势分析 130
- 5、企业最新发展动态 130
- 二、广州震雄装饰工程有限公司 131
 - 1、企业发展简况分析 131
 - 2、企业经营情况分析 132
 - 3、企业服务内容分析 132
 - 4、企业经营优劣势分析 132
 - 5、企业最新发展动态 133
- 三、北京广育德视觉技术股份有限公司 134
 - 1、企业发展简况分析 134
 - 2、企业经营情况分析 135
 - 3、企业服务内容分析 135
 - 4、企业经营优劣势分析 135
 - 5、企业最新发展动态 136
- 四、北京上然国际标识制造有限公司 137
 - 1、企业发展简况分析 137
 - 2、企业经营情况分析 137
 - 3、企业服务内容分析 137
 - 4、企业经营优劣势分析 137
 - 5、企业最新发展动态 138
- 五、广州市品致广告制作有限公司 139
 - 1、企业发展简况分析 139

- 2、企业经营情况分析 139
- 3、企业服务内容分析 139
- 4、企业经营优劣势分析 140
- 5、企业最新发展动态 141
- 六、北京罗丹莫纳牌业有限公司 142
 - 1、企业发展简况分析 142
 - 2、企业经营情况分析 143
 - 3、企业服务内容分析 143
 - 4、企业经营优劣势分析 143
 - 5、企业最新发展动态 144
- 七、北京天树文化艺术传播有限公司 144
 - 1、企业发展简况分析 144
 - 2、企业经营情况分析 145
 - 3、企业服务内容分析 145
 - 4、企业经营优劣势分析 145
 - 5、企业最新发展动态 146
- 八、上海昌劲金融机具标识有限公司 146
 - 1、企业发展简况分析 146
 - 2、企业经营情况分析 146
 - 3、企业服务内容分析 147
 - 4、企业经营优劣势分析 147
 - 5、企业最新发展动态 147
- 九、铭质(上海)标识有限公司 147
 - 1、企业发展简况分析 147

- 2、企业经营情况分析 148
- 3、企业服务内容分析 148
- 4、企业经营优劣势分析 148
- 5、企业最新发展动态 149
- 十、北京世纪金文广告有限公司 149
 - 1、企业发展简况分析 149
 - 2、企业经营情况分析 149
 - 3、企业服务内容分析 149
 - 4、企业经营优劣势分析 150
 - 5、企业最新发展动态 150
- 第九章 中国标识行业投资与前景预测 152
 - 第一节 中国标识行业投资风险分析 152
 - 一、行业宏观经济风险 152
 - 二、行业政策变动风险 156
 - 三、行业市场竞争风险 158
 - 四、行业其他相关风险 158
 - 第二节 中国标识行业投资特性分析 163
 - 一、行业进入壁垒分析 163
 - 二、行业盈利因素分析 163
 - 三、行业营销模式分析 166
 - 第三节 中国标识行业投资潜力分析 166
 - 一、行业投资机会分析 166
 - 二、中道泰和行业投资建议 168
 - 第四节 中国标识行业前景预测 170

一、标识市场规模预测 170

二、标识市场发展预测 170

图表目录

图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度 8

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 8

图表：2019-2023年万元国内生产总值耗能降低率 9

图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 9

图表：2019-2023年居民消费价格增长幅度 10

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度 11

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成 11

图表：2019-2023年年末人口数及其构成 18

图表：我国人口老龄化趋势 19

图表：中国城镇化率变化趋势分析 20

图表：2008-2018年全球人口总量走势图 71

图表：2008-2018年全球主要地区人口总量分析(单位：亿人) 72

图表：2018年全球数量区域格局 72

图表：2018年全球人口分性别统计 73

图表：2018年全球人口分性别结局 74

图表：2018年全球人口年龄结构 74

图表：美国gdp、私人消费与私人投资增长率 76

图表：中国实际gdp增长率 76

图表：全球前十大经济体增长情况 77

图表：海外累计确诊的新型冠状病毒肺炎病例数 79

图表：主要央行的政策利率 80

- 图表：我国标识行业发展规模 90
- 图表：不同注册资本水平企业偏好调查 110
- 图表：不同成立时间企业的企业偏好调 111
- 图表：不同地区的企业分布调查 111
- 图表：目标企业对标识产品品牌认知度调查 112
- 图表：企业产品标识设计选择方式 112
- 图表：企业对标识企业品牌的首要认知渠道 113
- 图表：企业最近选择标识企业的情况 113
- 图表：企业对标识企业设计标识的满意情况 114
- 图表：企业选择标识企业的因素 115
- 图表：郑州地区标识一般价格分析 116
- 图表：企业针对标识的需求量趋势 117
- 图表：标识对企业产品市场销售的促进作用 118
- 图表：不同注册资本水平的标识企业 127
- 图表：我国标识行业主要企业类型 128
- 图表：我国标识行业主要企业性质 128
- 图表：杭州柏年智能光电子股份有限公司经营情况 129
- 图表：广州震雄装饰工程有限公司经营情况 132
- 图表：北京广育德视觉技术股份有限公司经营情况 135
- 图表：北京上然国际标识制造有限公司经营情况 137
- 图表：广州市品致广告制作有限公司经营情况 139
- 图表：北京罗丹莫纳牌业有限公司经营情况 143
- 图表：北京天树文化艺术传播有限公司经营情况 145
- 图表：上海昌劲金融机具标识有限公司经营情况 146

图表：铭质(上海)标识有限公司经营情况 148

图表：北京世纪金文广告有限公司经营情况 149

图表：2024-2029年我国标识市场规模预测(亿元) 170

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200423/164452.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)