

2026年全球特许商品行业市场规模、领先企业国内外市场份额及排名

报告简介

特许商品是品牌所有者通过合同协议，允许其他生产商制造并销售带有该品牌标识的产品，核心是实现品牌使用权与生产权的分离，授权方收取费用，被授权方负责生产销售，在大型赛事、娱乐IP等领域应用广泛

中东地区持续升级的地缘冲突，导致全球能源供应紧张、通胀高企，这让特许商品行业的成本压力陡增。原材料价格上涨、物流成本攀升，压缩了企业的利润空间，同时也削弱了部分消费者的购买力，尤其是对中低端特许商品的需求受到明显影响。但从另一个角度看，冲突引发的全球对安全与稳定的渴望，也让带有和平、团结等主题的特许商品获得了更多关注，成为消费者情感寄托的载体。

科技领域，AI大模型的落地攻坚正重塑特许商品的生产与营销模式。AI技术能够精准洞察消费者需求，助力企业开发更贴合市场的产品，同时通过智能化生产提高效率、降低成本。在营销端，AI驱动的个性化推荐、虚拟场景展示等方式，极大提升了消费者的购物体验，增强了品牌粘性。商业航天的快速崛起，则为特许商品开辟了全新赛道，太空主题的特许商品成为市场新宠，满足了消费者对太空探索的好奇与向往。

经济层面，A股市场的持续升温、非洲新兴市场的价值重估，为特许商品企业带来了更多的融资机会与市场空间。企业可以借助资本市场的力量加速扩张，同时布局非洲等新兴市场，挖掘潜在消费需求。而全球经济增长放缓的预期，又促使企业不断优化产品结构，提升产品附加值，以在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对全球及国内特许商品行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工

作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 统计范围及所属行业

第一节 统计范围界定

- 一、特许商品定义
- 二、特许商品产品特征

第二节 特许商品行业归属

- 一、《国民经济行业分类》
- 二、《统计用产品分类目录》

第三节 全球及国内特许商品市场规模

- 一、2022-2025年全球特许商品市场规模
- 二、2022-2025年国内特许商品市场规模

第四节 特许商品行业发展现状分析

- 一、行业生命周期
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业成长性
- 四、行业盈利性
- 五、行业成熟度

第五节 特许商品行业发展影响因素

- 一、行业发展有利因素
- 二、行业发展不利因素

第二章 国内外市场占有率及排名

第一节 全球特许商品行业发展状况概览

一、全球特许商品产能及区域分布

二、全球特许商品产品结构

第二节 全球特许商品市场竞争分析

一、全球特许商品市场集中度

二、全球特许商品行业竞争梯队

1.第一梯队

2.第二梯队

3.第三梯队

第三节 全球特许商品领先企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年全球特许商品领先企业营业收入

二、2023-2025年全球特许商品领先企业市场份额

三、2023-2025年全球特许商品领先企业排名

第四节 国内特许商品领先企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年国内特许商品领先企业营业收入

二、2023-2025年国内特许商品领先企业市场份额

三、2023-2025年国内特许商品领先企业排名

第五节 2025年全球特许商品行业资本运作分析

一、2025年全球特许商品行业重大投资并购事件

二、2025年全球特许商品行业重大投资并购事件对行业的影响分析

第三章 全球特许商品行业主要国家（地区）分析

第一节 美国特许商品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年美国特许商品市场规模

四、2026-2031年美国特许商品市场规模预测

五、美国特许商品行业典型企业分析

第二节 德国特许商品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年德国特许商品市场规模

四、2026-2031年德国特许商品市场规模预测

五、德国特许商品行业典型企业分析

第三节 日本特许商品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年日本特许商品市场规模

四、2026-2031年日本特许商品市场规模预测

五、日本特许商品行业典型企业分析

第四节 韩国特许商品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年韩国特许商品市场规模

四、2026-2031年韩国特许商品市场规模预测

五、韩国特许商品行业典型企业分析

第五节 中国特许商品行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年中国特许商品市场规模

四、2026-2031年中国特许商品市场规模预测

五、中国特许商品行业典型企业分析

第四章 特许商品细分行业分析

第一节 服装

一、全球服装市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球服装主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国服装市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国服装主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、服装未来发展趋势预测

第二节 玩具

一、全球玩具市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球玩具主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国玩具市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国玩具主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、玩具未来发展趋势预测

第三节 家居装饰

- 一、全球家居装饰市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球家居装饰主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国家居装饰市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国家居装饰主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、家居装饰未来发展趋势预测

第四节 软件/视频游戏

- 一、全球软件/视频游戏市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球软件/视频游戏主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国软件/视频游戏市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国软件/视频游戏主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、软件/视频游戏未来发展趋势预测

第五节 食品饮料

- 一、全球食品饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球食品饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国食品饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国食品饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、食品饮料未来发展趋势预测

第五章 特许商品产业链分析

第一节 特许商品产业链结构解析

- 一、特许商品产业链结构示意图
- 二、特许商品产业链全景图
- 三、特许商品产业发展热力地图

第二节 特许商品产业链上游分析

一、特许商品成本结构

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

第三节 特许商品产业链中游分析

一、特许商品中游行业分布

二、2023-2025年中游行业发展现状

三、2026-2031年中游行业发展趋势

第四节 特许商品产业链下游分析

一、特许商品下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对特许商品行业的影响

第六章 特许商品领先企业分析

第一节 the walt disney company

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第二节 authentic brands group (abg)

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第三节 nbcuniversal

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第四节 warner bros. discovery

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第五节 the pokémon company

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第六节 mattel

- 一、企业基本概况
- 二、企业特许商品产品分析
- 三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七节 sanrio

- 一、企业基本概况
- 二、企业特许商品产品分析
- 三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第八节 whp global

- 一、企业基本概况
- 二、企业特许商品产品分析
- 三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第九节 paramount consumer products

- 一、企业基本概况
- 二、企业特许商品产品分析
- 三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第十节 toei animation

一、企业基本概况

二、企业特许商品产品分析

三、2023-2025年企业特许商品业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七章 特许商品行业swot分析及发展策略

第一节 特许商品行业发展驱动因素

一、市场需求

二、技术变革

三、政策法规

四、产业升级

五、全球化分工

第二节 特许商品行业发展swot分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第三节 基于swot分析的特许商品行业发展策略

一、so策略

二、wo策略

三、st策略

四、wt策略

第八章 特许商品行业商业模式及运营模式

第一节 特许商品行业商业模式

一、配套直销模式

二、层级分销模式

三、技术授权与服务模式

四、模块化与平台化供货模式

第二节 特许商品行业运营模式分析

一、研发运营

二、生产运营

三、供应链运营

四、质量运营

五、全球化运营

第九章 主要研究结论

第一节 特许商品行业发展潜力研究结论

第二节 特许商品主要供应商排名研究结论

第十章 研究方法与数据来源

第一节 研究方法

一、桌面研究

二、文献研究

三、抽样调研

第二节 数据来源

一、一手信息来源

二、二手信息来源

第三节 数据交互验证

第四节 免责声明

图表目录：

图表：全球特许商品产品结构

图表：全球特许商品市场集中度

图表：特许商品行业发展趋势

图表：特许商品行业供应链分析

图表：特许商品行业销售模式分析

图表：特许商品产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球特许商品市场规模

图表：2023-2025年中国特许商品市场规模

图表：2025年全球特许商品产能区域分布图

图表：全球主要特许商品供应商市场份额及排名

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

报告编号：4067515

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260416/4067515.shtml>

在线订购：[点击这里](#)