

# 2018-2024年中国品牌设计 行业市场分析与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国品牌设计行业市场分析与发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201808/15-270642.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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

品牌设计对企业的作用是不可忽视的，有很多的企业特别是中小型企业没有这个意识，他们认为，企业的产品销售才是企业发展第一位的东西，销售上去了什么问题都解决了，这样的情况在企业发展的初期的确是有用的，首先抓的是定单，在经历了一段时间以后问题就开始暴露出来，例如，公司没有完整的视觉形象而显得杂乱不堪，连最基本的名片都不统一，以至于10个公司的人出去见客户别人认为是10个不同的公司，公司没有统一的工人制服、变笺……一切问题都出来了，这样就在有形和无形中影响了产品的销售和客户对公司的忠诚度，销量下去了，定单少了，老板却摸不着头脑，这是怎么回事？稍微有意识的经营者可能会请一个企业战略者来分析企业为什么发展停止不前，然后再经过分析，产品质量没有问题，产品销售网络和人力资源没有问题，那就是企业形象出了问题，这个时候再来进行企业形象的整合和调整，其难度就要比最早一开始进行企业形象规划要难得多了，企业自己让企业走了弯路，影响了企业的发展。没有意识的经营者或许永远也不知道问题出在哪里，然后企业因经营不善而死亡。

A 有了完整的企业形象设计作为内外管理的基础，更应该说他是企业发展的促进者，使企业经营者在管理上将更轻松 B

有了完整的企业形象设计大大的增加了员工的自信心，提高了员工的工作效率

C 可以提高客户对公司的“忠诚度”；

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国品牌设计行业市场分析与发展前景研究报告》共十九章。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：

## 第一部分 行业运行环境

### 第一章 品牌设计行业相关概述

#### 第一节 品牌设计行业定义及分类

##### 一、行业定义

##### 二、行业主要分类

品牌设计分类	品牌商标设计	新品牌商标设计
--------	--------	---------

中文英文命名，商标图形设计，商标标准色彩，商标标准字体等。

原品牌商标改进	中文英文设计改进，简化，提炼，再定义，视觉强化等。
---------	---------------------------

产品包装设计	产品造型设计	产品包装
--------	--------	------

的材质，形状，容量，购买手感，包装概念，商品陈列的合理性设计。

产品包装设计	产品商标统一性，系列化，整体格调，视觉概念及概念提炼
--------	----------------------------

等设计。

产品市场推广	产品广告策略
--------	--------

产品集中化广告传播方案，目标性市场攻击策略。	产品促销策略
------------------------	--------

销售促销，特定卖场促销，活动促销，节日促销，价格促销，派送促销等策划。	产品宣传策略	产品手册，产品摄影，产品影视广告
-------------------------------------	--------	------------------

创意制作，软性文章广告等。

##### 三、行业特性及在国民经济中的地位

#### 第二节 品牌设计行业统计标准

##### 一、统计部门和统计口径

##### 二、行业主要统计方法介绍

##### 三、行业涵盖数据种类介绍

#### 第三节 2014-2017中国品牌设计行业经济指标分析

##### 一、赢利性

##### 二、成长速度

##### 三、附加值的提升空间

##### 四、进入壁垒 / 退出机制

##### 五、风险性

##### 六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

#### 第四节 品牌设计行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

### 第二章 品牌设计行业2018-2024规划概述

#### 第一节 2014-2017品牌设计行业发展回顾

一、2014-2017品牌设计行业运行情况

二、2014-2017品牌设计行业发展特点

三、2014-2017品牌设计行业发展成就

#### 第二节 品牌设计行业2018-2024总体规划

一、品牌设计行业2018-2024规划纲要

二、品牌设计行业2018-2024规划指导思想

三、品牌设计行业2018-2024规划主要目标

#### 第三节 2018-2024规划解读

一、2018-2024规划的总体战略布局

二、2018-2024规划对经济发展的影响

三、2018-2024规划的主要精神解读

### 第三章 2018-2024期间经济环境分析

#### 第一节 2018-2024期间世界经济发展趋势

一、2018-2024期间世界经济将逐步恢复增长

二、2018-2024期间经济全球化曲折发展

三、2018-2024期间新能源与节能环保将引领全球产业

四、2018-2024期间跨国投资再趋活跃

五、2018-2024期间气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2018-2024期间美元地位继续削弱

## 七、2018-2024期间世界主要新兴经济体大幅提升

### 第二节 2018-2024期间我国经济面临的形势

- 一、2018-2024期间我国经济将长期趋好
- 二、2018-2024期间我国经济将围绕三个转变
- 三、2018-2024期间我国工业产业将全面升级
- 四、2018-2024期间我国以绿色发展战略为基调

### 第三节 2018-2024期间我国对外经济贸易预测

- 一、2018-2024期间我国劳动力结构预测
- 二、2018-2024期间我国贸易形式和利用外资方式预测
- 三、2018-2024期间我国自主创新结构预测
- 四、2018-2024期间我国产业体系预测
- 五、2018-2024期间我国产业竞争力预测
- 六、2018-2024期间我国经济国家化预测
- 七、2018-2024期间我国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、2018-2024期间人民币区域化和国际化预测
- 九、2018-2024期间我国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、2018-2024期间我国中小企业面临的外需环境预测

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 品牌设计行业全球发展分析

#### 第一节 全球品牌设计市场总体情况分析

- 一、全球品牌设计行业的发展特点
- 二、2014-2017年全球品牌设计市场结构
- 三、2014-2017年全球品牌设计行业发展分析
- 四、2014-2017年全球品牌设计行业竞争格局
- 五、2014-2017年全球品牌设计市场区域分布

#### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

##### 一、欧洲

- 1、欧洲品牌设计行业发展概况
- 2、2014-2017年欧洲品牌设计市场结构
- 3、2018-2024期间欧洲品牌设计行业发展前景预测

##### 二、北美

- 1、北美品牌设计行业发展概况
- 2、2014-2017年北美品牌设计市场结构
- 3、2018-2024期间北美品牌设计行业发展前景预测

### 三、日本

- 1、日本品牌设计行业发展概况
- 2、2014-2017年日本品牌设计市场结构
- 3、2018-2024期间日本品牌设计行业发展前景预测

### 四、韩国

- 1、韩国品牌设计行业发展概况
- 2、2014-2017年韩国品牌设计市场结构
- 3、2018-2024期间韩国品牌设计行业发展前景预测

### 五、其他国家地区

## 第五章 2014-2017品牌设计行业总体发展状况

### 第一节 品牌设计行业特性分析

### 第二节 品牌设计产业特征与行业重要性

### 第三节 2014-2017品牌设计行业发展分析

#### 一、2014-2017品牌设计行业发展态势分析

2012年以前，消费者尚不成熟，往往以价格作为衡量品牌档次的标准，盲目追求名牌和高价产品，国内品牌商顺势通过高价明确自身高端定位，并通过大量媒体广告曝光率提升品牌高端形象的知名度。

从百家数据来看，2007-2011年提价幅度均超过10%，尤其是2010-2011年，价格增长对于零售额的贡献远大于零售量。这种提价方式在信息不对称的模式下尚可维持，但随着互联网的快速发展，信息透明化，导致高价格体系难以维系。叠加海外品牌大举进驻国内以及电商快速发展，消费者可选渠道增多，进而消费愈发理性，中高端品牌需求更多释放在海外品牌，外流现象明显，中低端需求则选择在电商渠道中释放。

国内外品牌加价倍率比较 资料来源：公开资料整理

2012年前，国内品牌商的广告宣传费用一直维持在高位，广告宣传费用占销售收入比3%-6%不等，利郎、柒牌、劲霸、七匹狼、安踏、特步、鸿星尔克、361度等品牌都曾在央视广告招标中一掷千金，利用大量的广告塑造品牌形象。这种方式在消费者尚不成熟的时候极大地提升了品牌的知名度，然而随着信息渠道增加，消费者接触到大量的国际品牌，对品牌的认

知度越来越高，此时大量的广告投入可能已经难以塑造品牌价值，提高品牌溢价。

典型品牌商年度广告宣传费用占销售收入比（%）资料来源：公开资料整理

## 二、2014-2017品牌设计行业发展特点分析

## 三、2018-2024区域产业布局与产业转移

### 第四节 2014-2017品牌设计行业规模情况分析

#### 一、行业单位规模情况分析

#### 二、行业人员规模状况分析

#### 三、行业资产规模状况分析

#### 四、行业市场规模状况分析

### 第五节 2014-2017品牌设计行业财务能力分析

#### 一、行业盈利能力分析与预测

#### 二、行业偿债能力分析与预测

#### 三、行业营运能力分析与预测

#### 四、行业发展能力分析与预测

## 第六章 中国品牌设计市场规模分析

### 第一节 2014-2017中国品牌设计市场规模分析

### 第二节 2014-2017我国品牌设计区域结构分析

### 第三节 2014-2017中国品牌设计区域市场规模

#### 一、2014-2017东北地区市场规模分析

#### 二、2014-2017华北地区市场规模分析

#### 三、2014-2017华东地区市场规模分析

#### 四、2014-2017华中地区市场规模分析

#### 五、2014-2017华南地区市场规模分析

#### 六、2014-2017西部地区市场规模分析

### 第四节 2018-2024中国品牌设计市场规模预测

## 第七章 我国品牌设计行业运行分析

### 第一节 我国品牌设计行业发展状况分析

#### 一、我国品牌设计行业发展阶段

#### 二、我国品牌设计行业发展总体概况



### 三、我国品牌设计行业发展特点分析

### 四、我国品牌设计行业商业模式分析

#### 第二节 2014-2017年品牌设计行业发展现状

##### 一、2014-2017年我国品牌设计行业市场规模

##### 二、2014-2017年我国品牌设计行业发展分析

##### 三、2014-2017年中国品牌设计企业发展分析

#### 第三节 2014-2017年品牌设计市场情况分析

##### 一、2014-2017年中国品牌设计市场总体概况

##### 二、2014-2017年中国品牌设计市场发展分析

#### 第四节 我国品牌设计市场价格走势分析

##### 一、品牌设计市场定价机制组成

##### 二、品牌设计市场价格影响因素

##### 三、2014-2017年品牌设计价格走势分析

##### 四、2018-2024期间品牌设计价格走势预测

### 第八章 2018-2024期间我国品牌设计市场供需形势分析

#### 第一节 我国品牌设计市场供需分析

##### 一、2014-2017年我国品牌设计行业供给情况

###### 1、我国品牌设计行业供给分析

###### 2、重点企业供给及占有份额

##### 二、2014-2017年我国品牌设计行业需求情况

###### 1、品牌设计行业需求市场

###### 2、品牌设计行业客户结构

###### 3、品牌设计行业需求的地区差异

##### 三、2014-2017年我国品牌设计行业供需平衡分析

#### 第二节 品牌设计产品（服务）市场应用及需求预测

##### 一、品牌设计产品（服务）应用市场总体需求分析

###### 1、品牌设计产品（服务）应用市场需求特征

###### 2、品牌设计产品（服务）应用市场需求总规模

##### 二、2018-2024期间品牌设计行业领域需求量预测

###### 1、2018-2024期间品牌设计行业领域需求产品（服务）功能预测

###### 2、2018-2024期间品牌设计行业领域需求产品（服务）市场格局预测

### 三、重点行业品牌设计产品（服务）需求分析预测

## 第三部分 行业竞争策略

### 第九章 2018-2024品牌设计行业产业结构调整分析

#### 第一节 品牌设计产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 第三节 2018-2024产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国品牌设计行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、2018-2024产业结构调整方向分析

### 第十章 品牌设计行业竞争力优势分析

#### 第一节 品牌设计行业竞争力优势分析

- 一、行业地位分析
- 二、行业整体竞争力评价
- 三、行业竞争力评价结果分析
- 四、竞争优势评价及构建建议

#### 第二节 中国品牌设计行业竞争力分析

- 一、我国品牌设计行业竞争力剖析
- 二、我国品牌设计企业市场竞争的优势
- 三、民企与外企比较分析
- 四、国内品牌设计企业竞争能力提升途径

#### 第三节 品牌设计行业SWOT分析

- 一、品牌设计行业优势分析
- 二、品牌设计行业劣势分析

### 三、品牌设计行业机会分析

### 四、品牌设计行业威胁分析

## 第十一章 2018-2024期间品牌设计行业市场竞争策略分析

### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

#### 一、品牌设计行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

#### 二、品牌设计行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

#### 三、品牌设计行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

### 第二节 中国品牌设计行业竞争格局综述

#### 一、品牌设计行业竞争概况

- 1、中国品牌设计行业品牌竞争格局
- 2、品牌设计业未来竞争格局和特点
- 3、品牌设计市场进入及竞争对手分析

#### 二、品牌设计行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析

## 5、重点企业综合竞争力对比分析

### 第三节 2014-2017年品牌设计行业竞争格局分析

- 一、2014-2017年国内外品牌设计竞争分析
- 二、2014-2017年我国品牌设计市场竞争分析
- 三、2014-2017年我国品牌设计市场集中度分析
- 四、2014-2017年国内主要品牌设计企业动向
- 五、2014-2017年国内品牌设计企业拟在建项目分析

### 第四节 品牌设计企业竞争策略分析

- 一、提高品牌设计企业核心竞争力的对策
- 二、影响品牌设计企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高品牌设计企业竞争力的策略

## 第十二章 2018-2024品牌设计行业重点企业发展形势分析

### 第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2017经营状况分析
- 四、2014-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024期间发展战略规划

### 第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2017经营状况分析
- 四、2014-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024期间发展战略规划

### 第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2017经营状况分析
- 四、2014-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024期间发展战略规划

### 第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2017经营状况分析
- 四、2014-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024期间发展战略规划

## 第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2014-2017经营状况分析
- 四、2014-2017主要经营数据指标
- 五、2018-2024期间发展战略规划
- 六、2018-2024期间公司发展战略分析

## 第四部分 投资前景展望

### 第十三章 2018-2024期间品牌设计行业投资前景展望

#### 第一节 品牌设计行业2018-2024投资机会分析

- 一、品牌设计投资项目分析
- 二、可以投资的品牌设计模式
- 三、2018-2024品牌设计投资机会

#### 第二节 2018-2024期间品牌设计行业发展预测分析

- 一、2018-2024品牌设计发展分析
- 二、2018-2024品牌设计行业技术开发方向
- 三、总体行业2018-2024整体规划及预测

#### 第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、2018-2024行业发展趋势

#### 第四节 2018-2024规划将为品牌设计行业找到新的增长点

### 第十四章 2018-2024期间品牌设计行业投资价值评估分析

#### 第一节 品牌设计行业投资特性分析

- 一、品牌设计行业进入壁垒分析
- 二、品牌设计行业盈利因素分析

### 三、品牌设计行业盈利模式分析

#### 第二节 2018-2024期间品牌设计行业发展的影响因素

##### 一、有利因素

##### 二、不利因素

#### 第三节 2018-2024期间品牌设计行业投资价值评估分析

##### 一、行业投资效益分析

###### 1、行业活力系数比较及分析

###### 2、行业投资收益率比较及分析

###### 3、行业投资效益评估

##### 二、产业发展的空白点分析

##### 三、投资回报率比较高的投资方向

##### 四、新进入者应注意的障碍因素

#### 第四节 2018-2024中国品牌设计行业投资收益预测

##### 一、预测理论依据

##### 二、2018-2024中国品牌设计行业总产值预测

##### 三、2018-2024中国品牌设计行业销售收入预测

##### 四、2018-2024中国品牌设计行业利润总额预测

##### 五、2018-2024中国品牌设计行业总资产预测

### 第十五章 2018-2024期间品牌设计行业发展趋势及投资风险分析

#### 第一节 2014-2017品牌设计存在的问题

#### 第二节 2018-2024发展预测分析

##### 一、2018-2024期间品牌设计发展方向分析

##### 二、2018-2024期间品牌设计行业发展规模预测

##### 三、2018-2024期间品牌设计行业发展趋势预测

#### 第三节 2018-2024期间品牌设计行业投资风险分析

##### 一、竞争风险

##### 二、市场风险分析

##### 三、管理风险分析

##### 四、投资风险分析

### 第十六章 品牌设计行业2018-2024热点问题探讨

- 第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构
- 第二节 发展绿色经济和品牌设计经济，增强可持续发展能力
- 第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展
- 第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究
- 第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构
- 第六节 2018-2024时期品牌设计行业自身热点问题研究
  - 一、行业技术发展热点问题
  - 二、产业增长方式转型问题
  - 三、行业产业链延伸问题
  - 四、行业节能减排问题
  - 五、行业产业转移及承接问题

## 第五部分 投资规划指导

### 第十七章 2018-2024期间品牌设计行业面临的困境及对策

- 第一节 2017年品牌设计行业面临的困境
- 第二节 品牌设计企业面临的困境及对策
  - 一、重点品牌设计企业面临的困境及对策
    - 1、重点品牌设计企业面临的困境
    - 2、重点品牌设计企业对策探讨
  - 二、中小品牌设计企业发展困境及策略分析
    - 1、中小品牌设计企业面临的困境
    - 2、中小品牌设计企业对策探讨
  - 三、国内品牌设计企业的出路分析
- 第三节 中国品牌设计行业存在的问题及对策
  - 一、中国品牌设计行业存在的问题
  - 二、品牌设计行业发展的建议对策
    - 1、把握国家投资的契机
    - 2、竞争性战略联盟的实施
    - 3、企业自身应对策略
  - 三、市场的重点客户战略实施
    - 1、实施重点客户战略的必要性
    - 2、合理确立重点客户

### 3、重点客户战略管理

### 4、重点客户管理功能

## 第四节 中国品牌设计市场发展面临的挑战与对策

## 第十八章 2018-2024期间品牌设计行业投资战略研究

### 第一节 品牌设计行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国品牌设计品牌的战略思考

#### 一、品牌设计品牌的重要性

#### 二、品牌设计实施品牌战略的意义

#### 三、品牌设计企业品牌的现状分析

#### 四、我国品牌设计企业的品牌战略

#### 五、品牌设计品牌战略管理的策略

### 第三节 品牌设计经营策略分析

#### 一、品牌设计市场细分策略

#### 二、品牌设计市场创新策略

#### 三、品牌定位与品类规划

#### 四、品牌设计新产品差异化战略

### 第四节 品牌设计行业投资战略研究

#### 一、2017年品牌设计行业投资战略

#### 二、2018-2024期间品牌设计行业投资战略

#### 三、2018-2024期间细分行业投资战略

## 第十九章 研究结论及投资建议(ZY GXH)

### 第一节 品牌设计行业研究结论及建议

### 第二节 品牌设计子行业研究结论及建议



### 第三节品牌设计行业2018-2024投资建议

#### 一、行业发展策略建议

#### 二、行业投资方向建议

#### 三、行业投资方式建议 (ZY GXH)

#### 图表目录：

图表：品牌设计行业生命周期

图表：品牌设计行业产业链结构

图表：2014-2017年全球品牌设计行业市场规模

图表：2014-2017年中国品牌设计行业市场规模

图表：2014-2017年品牌设计行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国品牌设计市场占全球份额比较

图表：2014-2017年品牌设计行业销售收入

图表：2014-2017年品牌设计行业利润总额

图表：2014-2017年品牌设计行业资产总计

图表：2014-2017年品牌设计行业负债总计

图表：2014-2017年品牌设计行业竞争力分析

图表：2014-2017年品牌设计市场价格走势

图表：2014-2017年品牌设计行业主营业务收入

图表：2014-2017年品牌设计行业主营业务成本

图表：2014-2017年品牌设计行业销售费用分析

图表：2014-2017年品牌设计行业管理费用分析

图表：2014-2017年品牌设计行业财务费用分析

图表：2014-2017年品牌设计行业销售毛利率分析

图表：2014-2017年品牌设计行业销售利润率分析

图表：2014-2017年品牌设计行业成本费用利润率分析

图表：2014-2017年品牌设计行业总资产利润率分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201808/15-270642.html>