

2018-2024年中国公共艺术设计产业市场竞争格局 研究与未来前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国公共艺术设计产业市场竞争格局研究与未来前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/311267311267.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

公共艺术存在于公共环境和空间环境中，是大众集体参与和进行互动的视觉艺术和造型艺术，统称为公共艺术设计。公共艺术设计的概念很广义，本文探讨的是艺术领域，包含了建筑、景观、园林、绿化、室内外环境设计、雕塑、浮雕、壁画、装置等各种功能性、实用性、装饰性、行为性及前卫性的艺术内容和形式。目前，这也是设计行业兴起的一个公共艺术设计专业，同时很多艺术院校也均有开设公共艺术设计课程。

随着国内经济水平和文化水平的日益提升，中国的各个大中型城市都将公共艺术设计作为整个城市规划和建设的基础。可见，公共艺术设计对城市形象有很大的影响，出现了各式各样的艺术喷泉、文化广场、游乐中心、休闲公园、城市雕塑等。到了现代化城市后，随着网络信息时代的发展，如一些造型新颖的各类广告、公共设施，都通过公共艺术的形式来传递社会公共信息和文化精神面貌。公共艺术在改变着城市的景观，是城市的一道风景线，同时也融入人们的生活中，成为人们生活中不可缺少的组成部分，潜移默化地影响着人们的工作、生活、精神。

图：公共艺术设计示意图 当今社会背景下，全球科学经济迅猛发展，在构建和谐社会的的需求下，公共艺术承载了更多的功能和使命。在城市中以大型城市雕塑、壁画为龙头的公共艺术项目，是当代城市的星标，是当代都市的焦点。公共艺术设计能装点城市、美化环境、展示悠久的历史文化和锐意开拓进取的时代精神，更重要的是传播了美好，对与它朝夕相处或频频接触的公众产生了潜移默化的影响，提高了大众的审美和欣赏水平、艺术鉴赏水平，从而提高整个城市的全民素质和丰富了精神面貌，有着巨大的社会影响力。

1 公共艺术设计的特征和功能 公共艺术有着独特的文化内涵和形态，它的特征形式能体现整个城市的地方特色和精神文明。目前，公共艺术设计的发展是现代化城市发展的必然需求，同时也是我们对于美好和文明城市的体现之一。公共艺术的特征在城市规划中担当着必不可少的角色，为城市的未来发展提供建设服务，这些功能在我们的生活当中处处可见，如商业活动中心、纪念性广场、公园、商业步行街等。一件好的公共艺术作品，可以成为城市或国家中的典范，甚至还影响着国家和城市的形象，如中国的苏州园林、故宫，这都是城市形象的代言。进入文明现代化的国家，经济是衡量城市发展水平的基础，公共艺术是体现城市发展的核心标杆。因而，公共艺术设计的功能经过统筹，主要体现在艺术审美功能、文化传播功能、地域标志功能、社会互动功能、生活实用功能等方面。

1.1 艺术审美功能 多数的人首先都认为，艺术审美功能是公共艺术设计的首要功能。每个时期人们都会对自己审美的分辨能力有所改变，会有自己的风格和审美情趣，每一个阶段都会呈现不同的审美基调，但占统治地位的仍然是审美情调和审美风格，这是大众的审美基准。公共艺术是处于空间中的，它和周边的环境融为一体，与大众朝夕相处，不知不觉中就提高了公众的审美水平和意识。公共艺术可以装饰城市，也可以改善公共空间环境

，对城市文化和精神文明建设有很强的传播作用。

(1) 身心愉悦。公共艺术设计是在公共空间里进行开放性空间的艺术创作，重点在视觉传达艺术上，给公众很好的视觉美感，给人们带来身心上的愉悦。(2) 培养审美意识。公共艺术设计是公众最能近距离感受的一种艺术形式，审美的敏感也是其他艺术形式不可替代的，同时也最能培养公众的审美感知力。

1.2 文化传播功能 公共艺术设计作为构建当今城市面貌的文化载体之一，具有重要的信息传播功能，而且设计出来的作品所传递的文化信息对公众具有一定程度的教育意义。在当今信息遍布的时代，公共艺术设计在某种意义上承担着文化传播和教化育人的重要任务，主要表现在“历史”文化的传播、“审美”文化的传播、“生活”文化的传播、“公益”文化的传播，以及“地域特色”文化的传播五大方面。公共艺术设计中承载的历史文化信息，能够为今天的我们了解过去人们的生活、思想和文化提供可靠的依据，能够帮助营造具有地方个性的城市精神风貌，有利于公众了解各个地方不同城市的特色文化。

1.3 地域标志功能 一部优秀的公共艺术设计作品，是整个城市中的艺术典范，同时还能影响到一座城市和一个国家的形象。公共艺术作品以特有的文化内涵与艺术形式，依附于时代人文背景而存在，并具有特定的纪念性和鲜明的视觉特征，随着时间的论证，自然成了地域性标志。例如，罗马的斗兽场，悉尼的歌剧院，埃及的金字塔，巴黎的凯旋门，中国的长城、杭州西湖、各地宫殿、园林等。城市公共艺术不仅对空间形成了生活实用功能，还逐渐成为这个国家或城市的形象代言，甚至成为社会文明程度、地域文化的标志之一。

1.4 社会互动功能 公共艺术设计概念中的重要因素就是，与社会产生联系甚至与公众进行互动，由公众自由参与并得到认同。例如，城市规划、大型建筑、园林景观、广场雕塑、音乐喷泉、大地艺术、海滩沙雕、冰雕艺术、行为艺术，以及城镇乡村小区宣传的文化艺术活动等。这些典型的公共艺术设计形式无不渗透着社会功能、公众参与并与之互动的因素，甚至是需要社会公众参与并与之互动来共同完成的。

1.5 生活实用功能 公共艺术设计存在的最初目的是为了它的实用性，包括文化娱乐、纪念活动、商业活动、政治宣传等。大到文化广场、商业步行街、街心花园、跨江大桥、海滨浴场等；小到公厕、座椅、货亭、卫生设施、垃圾箱、饮水器、交通设施、站台、车辆、指示路牌、导游图等视觉传达识别系统，都是为了在使用功能的基础上，进行造型设计，使其满足人类生活的实用功能。

以上介绍的都是公共艺术设计的主要特征。大众群体是公共艺术设计投入、创作、评判和使用的主要载体，是衡量公共艺术设计的中心和尺度，是公共艺术设计的最终目的。公共艺术设计应该充分反映、体现对大众的共同意志和审美情调。

2 公共艺术设计的种类 公共艺术设计的艺术形式多种多样，种类也很多。随着信息化社会的迅猛发展和艺术领域的不断丰富、边缘艺术和综合形式的不断创新，人类对环境审美的要求也越来越高，公共艺术的艺术形式的发展也随之得到丰富。

2.1 壁画 壁画作为建筑整体中的一部分，在设计之前需要与以上因素一起综合考察，其规格、色彩、材料、内容与形式必须服从于建筑的使用功能、风格和空间环境的需要。壁画是利用建筑空间及其内外环境，在室内墙壁、承重柱、天花板和地面以及室外墙壁上进行绘画。壁画的主要特征是，它的审美价值不是通过展览会的墙壁来体现，而是必须依附于特定的建筑内外墙壁或空间环境之中。其次，是它的公众性和开放性，以及外形、空间、造型、色彩、材料、工艺、内容、形式、科技等方面的丰富多样性。

其作用主要表现在，建筑为壁画提供载体，而壁画赋予建筑宗教作用、纪念作用、宣传作用、教育作用、装饰作用、标记作用、弥补作用、娱乐作用、商业作用、审美作用、精神作用、随意性视觉临时作用等。其制约主要表现在，建筑制约着壁画的尺寸、外形、风格、色彩、材料、内容和形式等，而壁画必须与建筑和谐统一的同时，也制约着建筑的空间环境和使用功能等。

2.2 浮雕 浮雕是公共艺术设计的重要形式之一，它是以可塑性材料或可雕刻性材料制作出的具有实在体积，并在有限的塑造空间里对自然中的物体进行体积上的合理压缩，使之成为介于二维和三维之间的“半立体”画面，也可以说是介于绘画与雕塑之间的一种艺术形式。

由于浮雕介于绘画与雕塑之间，所以它同时具有绘画与雕塑的表现力，这也是它最主要的特征。例如，时间、人物背景和环境气氛，叙事情节的连续与转折、不同时空和视角的自由切换、复杂多样事物的穿插和重叠等。平面上的雕琢与塑造，使浮雕能够综合绘画与雕塑的表现优势，发挥技法上的丰富性和多样化。二维空间的透视缩减，衬托主体形象的背景刻画或虚实，使浮雕的造型语言比其他艺术形式更加丰富，同时也更具有综合表现性。

2.3 雕塑 雕塑是造型艺术之一，是雕、刻、塑三种制作方法的总称。雕塑以各式各样可塑的（如黏土等）或可雕可刻的（如金属、石、木等）材料，做出一些实实在在有着具体体积的形象。随着现代社会的发展，雕塑艺术也越来越受到社会重视和广泛应用，这体现了人们对环境有了新需求，使得雕塑与公共艺术设计能够更加紧密地联系起来，满足人们除了生理需求、生活必要等基本功能以外的心理体验、审美价值和精神追求，并且融入了公众参与和互动的功能，不断提高人们的生活品位。

因此，雕塑是一种传统的三维空间视觉形象艺术与公共艺术相结合的产物，也是艺术与科学的一个综合体。随着社会生产、经济、科技、文化和人们需求的发展，这种类似的综合体将越来越多。21世纪的信息化社会，世界发生着剧烈变化，科学技术手段在迅猛发展，首先就是对传统的反叛，也正是这种反叛，导致了艺术领域的革命。对空间和形式的全新探索，新材料、新技术的开发以及现代科学技术的应用，使雕塑艺术与其他学科的界限越来越模糊，因此用解释传统雕塑的语言来解释当代雕塑已经过时了。公共艺术设计是造型艺术与

现代科技相结合的一门综合性学科。

公共艺术设计作为一个系统性的环境设计或社会工程，在城市或者其他区域的文化形象和公众活动中有着可持续的长久发展特征，对目前和未来的环境都有重要影响，甚至有些作品已经纳入大规模建筑物的行业规范，具有建筑性质。这些公共艺术设计的项目在设计与施工方面都涉及国家有关法律规范、审批部门的某些规定，同时涉及其他学科、其他专业人士共同合作才能完成。同时，在设计施工完成时，还要各个文化部门和建设部门对艺术水平和质量进行验收和评定。公共艺术设计在全方位和多元化的社会中起到了非常重要的创新设计与传播价值的作用。

观研天下发布的《2018-2024年中国公共艺术设计产业市场竞争格局研究与未来前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国公共艺术设计行业发展概述

第一节2016-2017年公共艺术设计行业发展情况概述

一、公共艺术设计行业相关定义

二、公共艺术设计行业基本情况介绍

三、2016-2017年公共艺术设计行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国公共艺术设计行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、公共艺术设计行业产业链条分析

三、2016-2017年中国公共艺术设计行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国公共艺术设计行业生命周期分析

一、公共艺术设计行业生命周期理论概述

二、2017年公共艺术设计行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年公共艺术设计行业经济指标分析

二、2016-2017年公共艺术设计行业的赢利性分析

四、2016-2017年公共艺术设计行业的经济周期分析

三、公共艺术设计行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国公共艺术设计行业进入壁垒分析

一、公共艺术设计行业技术壁垒分析

二、公共艺术设计行业规模壁垒分析

三、公共艺术设计行业品牌壁垒分析

四、公共艺术设计行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球公共艺术设计行业市场发展现状分析

第一节 全球公共艺术设计行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球公共艺术设计行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲公共艺术设计行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲公共艺术设计行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲公共艺术设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲公共艺术设计行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲公共艺术设计发展趋势分析

第四节2016-2017年北美公共艺术设计行业地区市场分析

一、2016-2017年北美公共艺术设计行业市场现状分析

二、2016-2017年北美公共艺术设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美公共艺术设计行业市场前景分析

四、2018-2024年北美公共艺术设计行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟公共艺术设计行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟公共艺术设计行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟公共艺术设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟公共艺术设计行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟公共艺术设计行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界公共艺术设计行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球公共艺术设计行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲公共艺术设计行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美公共艺术设计行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟公共艺术设计行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国公共艺术设计产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国公共艺术设计行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国公共艺术设计产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国公共艺术设计产业运行情况

第一节 中国公共艺术设计行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国公共艺术设计行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国公共艺术设计行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2016-2017年中国公共艺术设计行业价值情况分析
- 三、2016-2017年中国公共艺术设计行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国公共艺术设计行业需求情况分析

- 一、2016-2017年中国公共艺术设计行业需求分析

二、2016-2017年中国公共艺术设计行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国公共艺术设计行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国公共艺术设计市场格局分析

第一节2016-2017年中国公共艺术设计行业竞争现状分析

一、中国公共艺术设计行业竞争情况分析

二、中国公共艺术设计行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国公共艺术设计行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国公共艺术设计行业存在的问题

第四节2016-2017年中国公共艺术设计行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国公共艺术设计行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国公共艺术设计市场价格走势分析

第一节2016-2017年公共艺术设计行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国公共艺术设计行业价格现状分析

一、2016-2017年公共艺术设计行业平均价格走势回顾分析

二、2018年公共艺术设计行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国公共艺术设计行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国公共艺术设计行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国公共艺术设计行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国公共艺术设计行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国公共艺术设计行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区公共艺术设计市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区公共艺术设计市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华中地区公共艺术设计市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华南地区公共艺术设计市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区公共艺术设计市场规模分析

第八章2016-2017年中国公共艺术设计行业竞争情况

第一节2016-2017年中国公共艺术设计行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国公共艺术设计行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国公共艺术设计行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国公共艺术设计所属行业数据监测

第一节 中国公共艺术设计所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国公共艺术设计所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国公共艺术设计所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国公共艺术设计行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国公共艺术设计行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国公共艺术设计行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国公共艺术设计行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国公共艺术设计行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国公共艺术设计行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国公共艺术设计行业市场发展预测

- 一、2018-2024年中国公共艺术设计行业市场规模预测
- 二、2018-2024年中国公共艺术设计行业市场规模增速预测
- 三、2018-2024年中国公共艺术设计行业产值规模预测
- 四、2018-2024年中国公共艺术设计行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国公共艺术设计行业盈利走势预测

- 一、2018-2024年中国公共艺术设计行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2024年中国公共艺术设计行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国公共艺术设计行业投资风险与营销分析

第一节2018-2024年公共艺术设计行业投资风险分析

一、2018-2024年公共艺术设计行业政策风险分析

二、2018-2024年公共艺术设计行业技术风险分析

三、2018-2024年公共艺术设计行业竞争风险分析

四、2018-2024年公共艺术设计行业其他风险分析

第二节2018-2024年公共艺术设计行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年公共艺术设计行业经营模式

二、2018-2024年公共艺术设计行业生产模式

三、2018-2024年公共艺术设计行业销售模式

第三节2018-2024年公共艺术设计行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国公共艺术设计行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国公共艺术设计行业品牌战略分析

一、公共艺术设计企业品牌的重要性

二、公共艺术设计企业实施品牌战略的意义

三、公共艺术设计企业品牌的现状分析

四、公共艺术设计企业的品牌战略

五、公共艺术设计品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国公共艺术设计行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国公共艺术设计行业战略综合规划分析

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

第十四章2018-2024年中国公共艺术设计行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国公共艺术设计行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国公共艺术设计行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年公共艺术设计行业营销模式
- 二、2018-2024年公共艺术设计行业营销策略

第三节2018-2024年中国公共艺术设计行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国公共艺术设计行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国公共艺术设计行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/311267311267.html>