中国互联网+知识产权代理行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国互联网+知识产权代理行业发展综述
1.1 “互联网+知识产权代理”行业概念界定
1.1.1 “互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2 “互联网+知识产权代理”行业的内涵
1.1.3 本报告的研究范围
1.2 中国互联网+知识产权代理行业发展背景
1.2.1 中国互联网+知识产权代理行业政策背景分析
（1）行业管理体制分析
（2）行业发展规划分析
（3）行业政策动向分析
（4）政策环境对行业的影响
1.2.2 中国互联网+知识产权代理行业经济背景分析
（1）宏观经济环境分析
（2）关联产业发展背景
1.2.3 中国互联网+知识产权代理行业技术背景分析
（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
（4）互联网相关技术对行业的影响总结
第2章：中国互联网+知识产权代理行业发展现状及前景
2.1 中国互联网+知识产权代理行业市场发展阶段分析
2.1.1 前瞻对互联网+知识产权代理行业发展阶段的研究
2.1.2 中国互联网+知识产权代理行业细分阶段发展特点
2.2 互联网给知识产权代理行业带来的冲击和变革分析
2.2.1 互联网时代知识产权代理行业大环境变化分析
（1）改变了消费者的消费习惯
（2）打破了信息的不对称性格局
（3）大数据推动资源利用最大化
2.2.2 互联网给知识产权代理行业带来的突破机遇分析
（1）互联网如何直击传统知识产权代理消费痛点
（2）电商如何成为传统知识产权代理企业的突破口
2.2.3 互联网给知识产权代理行业带来的挑战分析
（1）线上与线下博弈分析
（2）品质稳定性问题分析
（3）价格透明化带来薄利冲击分析
2.2.4 互联网+知识产权代理行业融合创新机会分析
（1）电子商务消费环境日趋完善
（2）互联网技术成熟的支持作用
2.3 中国互联网+知识产权代理行业市场发展现状分析
2.3.1 中国互联网+知识产权代理行业投资布局分析
（1）中国互联网+知识产权代理行业投资切入方式
（2）中国互联网+知识产权代理行业投资规模分析
（3）中国互联网+知识产权代理行业投资业务布局
2.3.2 中国互联网+知识产权代理行业服务现状分析
2.4 中国互联网+知识产权代理行业竞争状态
2.4.1 中国互联网+知识产权代理行业竞争格局
2.4.2 中国互联网+知识产权代理行业竞争状态
（1）行业现有竞争者分析
（2）行业潜在进入者威胁

（3）行业替代品威胁分析
（4）行业供应商议价能力分析
（5）行业购买者议价能力分析
（6）行业竞争情况总结
2.5 中国互联网+知识产权代理行业发展机遇与痛点
2.5.1 中国互联网+知识产权代理行业发展机遇
2.5.2 中国互联网+知识产权代理行业发展痛点
第3章：中国互联网+知识产权代理行业商业模式创新策略
3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
3.1.1 商业模式定义
3.1.2 商业模式的核心构成因素
3.1.3 商业模式的八大成功要素
3.1.4 互联网+六大商业模式与专利服务结合分析
（1）工具+社群+商业模式
（2）长尾型商业模式
（3）跨界商业模式
（4）免费商业模式
（5）O2O商业模式
（6）平台商业模式
3.2 中国知识产权代理行业发展分析
3.2.1 中国知识产权代理行业特征分析
（1）知识产权的特征
（2）中国知识产权代理行业发展特点
3.2.2 中国知识产权发展情况分析
（1）专利发展情况
（2）商标发展情况分析
3.2.3 中国知识产权代理行业业务发展分析
（1）业务涵盖范围
（2）整体业务规模
3.2.4 中国各地区专利代理行业发展情况
（1）商标申请区域分布
（2）专利代理机构区域分布
（3）各地区综合发展情况
3.2.5 中国专利代理机构结案量竞争力排行榜
（1）专利代理机构竞争格局分析
（2）商标代理机构竞争格局分析
3.3 中国互联网+知识产权代理行业发展历程
3.3.1 互联网+知识产权代理行业产生背景
3.3.2 “互联网+”对知识产权代理行业发展现状
（1）发展历程
（2）存在问题
第4章：中国知识产权代理行业企业电商战略规划及模式选择
4.1 中国知识产权代理行业企业电商战略规划分析
4.1.1 知识产权代理企业电商如何正确定位
（1）电商定位简介
（2）企业电商定位步骤
（3）电商模式定位方式
4.1.2 知识产权代理电商核心业务确定策略
4.1.3 知识产权代理企业电商化组织变革策略
（1）电商企业组织结构特征
（2）知识产权代理企业电商组织结构变革
4.2 中国知识产权代理行业典型电商发展模式总体分析
4.2.1 中国电子商务主流模式分析
4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
（1）B2B电商模式的特点
（2）B2B电商模式的适用范围
（3）B2B电商模式的优秀案例
（4）B2B电商模式的优劣势
4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

（1）B2C电商模式的特点
（2）B2C电商模式的适用范围
（3）B2C电商模式的优秀案例
（4）B2C电商模式的优劣势
4.2.4 C2B电商模式及其优劣势分析
（1）C2B电商模式的特点
（2）C2B电商模式的适用范围
（3）C2B电商模式的优秀案例
（4）C2B电商模式的优劣势
4.2.5 C2C电商模式及其优劣势分析
（1）C2C电商模式的特点
（2）C2C电商模式的适用范围
（3）C2C电商模式的优秀案例
（4）C2C电商模式的优劣势
4.2.6 O2O电商模式及其优劣势分析
（1）O2O电商模式的特点
（2）O2O电商模式的适用范围
（3）O2O电商模式的优秀案例
（4）O2O电商模式的优劣势
4.2.7 中国知识产权代理行业最优电商模式的选择
4.3 中国知识产权代理行业移动电商切入路径及典型产品
4.3.1 中国知识产权代理行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）中国移动互联网发展现状
（3）中国移动互联网前景预测
4.3.2 中国知识产权代理行业移动电商市场发展现状
4.3.3 中国知识产权代理行业移动电商市场切入路径
（1）交易性移动电子商务平台
（2）移动营销平台
4.3.4 中国知识产权代理行业移动电商典型产品形式
（1）微信商城
（2）企业APP
4.3.5 中国知识产权代理行业移动电商发展趋势及前景
第5章：中国互联网+知识产权代理商业模式创新优秀案例剖析
5.1 知果果
5.1.1 基本信息分析
5.1.2 经营情况分析
5.1.3 产品/服务分析
5.1.4 渠道通路分析
5.1.5 融资情况分析
5.1.6 商业模式评价
5.2 知了网
5.2.1 基本信息分析
5.2.2 经营情况分析
5.2.3 产品/服务分析
5.2.4 渠道通路分析
5.2.5 合作伙伴分析
5.2.6 商业模式评价
5.3 专利巴巴
5.3.1 基本信息分析
5.3.2 经营情况分析
5.3.3 产品/服务分析
5.3.4 合作伙伴分析
5.3.5 融资情况分析
5.3.6 商业模式评价
5.4 智慧岛
5.4.1 基本信息分析
5.4.2 经营情况分析
5.4.3 产品/服务分析

5.4.4 服务模式分析
5.4.5 商业模式评价
5.5 权大师
5.5.1 基本信息分析
5.5.2 经营情况分析
5.5.3 产品/服务分析
5.5.4 合作伙伴分析
5.5.5 融资情况分析
5.5.6 商业模式评价
5.6 知呱呱
5.6.1 基本信息分析
5.6.2 经营情况分析
5.6.3 产品/服务分析
5.6.4 合作伙伴分析
5.6.5 商业模式评价
5.7 猪八戒
5.7.1 基本信息分析
5.7.2 经营情况分析
5.7.3 产品/服务分析
5.7.4 合作伙伴分析
5.7.5 商业模式评价
5.8 汇桔网
5.8.1 基本信息分析
5.8.2 经营情况分析
5.8.3 产品/服务分析
5.8.4 合作伙伴分析
5.8.5 商业模式评价
第6章：中国互联网+知识产权代理行业市场投资机会及建议
6.1 中国互联网+知识产权代理行业投资特性及风险
6.1.1 互联网+知识产权代理行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）人才壁垒
（3）技术壁垒
6.1.2 互联网+知识产权代理行业周期性分析
6.1.3 互联网+知识产权代理行业投资风险分析
（1）行业恶性竞争
（2）行业盈利困难，商业模式未明
6.2 中国互联网+知识产权代理行业投融资现状及趋势
6.2.1 互联网+知识产权代理行业投融资主体结构
6.2.2 互联网+知识产权代理行业各投融资主体核心资源
（1）明确企业发展理念
（2）精准了解客户需求
（3）优良的互联网基因
6.2.3 互联网+知识产权代理行业各主体投融资方式分析
6.2.4 互联网+知识产权代理行业各主体投融资规模分析
6.2.5 互联网+知识产权代理行业主要投融资事件分析
（1）汇桔网获创业黑马1000万增资
（2）八月瓜创新服务云平台完成5000万A轮融资
6.2.6 互联网+知识产权代理行业各投资主体投融资趋势分析
6.3 中国互联网+知识产权代理行业投资机会及建议
6.3.1 中国互联网+知识产权代理行业投资机会分析
（1）业务渠道市场化
（2）提升服务品质
（3）降低管理成本
（4）合作互生资源共享
6.3.2 前瞻关于互联网+知识产权代理行业的投资建议
（1）选择平台商业模式
（2）明确平台获取途径
（3）坚持互联网“分享”精神

（4）坚持诚信发展原则
（5）建设知识产权服务业生态圈
第7章：中国大型企业互联网+知识产权代理投资布局分析
7.1 中国大型企业“互联网+知识产权代理”投资布局
7.1.1 中细软集团经营分析
（1）企业基本信息分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业合作资源分析
（5）企业组织结构分析
（6）企业互联网+知识产权代理投资布局
（7）企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
7.1.2 北京集慧智佳知识产权管理咨询股份有限公司经营分析
（1）企业基本信息分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业合作资源分析
（5）企业经营情况分析
（6）企业互联网+知识产权代理投资布局
7.1.3 北京康信知识产权代理有限责任公司经营分析
（1）企业基本信息分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业合作资源分析
（5）企业组织架构分析
（6）企业互联网+知识产权代理投资布局
7.1.4 北京易光知识产权代理有限公司经营分析
（1）企业基本信息分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业合作资源分析
（5）企业经营情况分析
（6）企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
7.1.5 北京路浩知识产权代理有限公司经营分析
（1）企业基本信息分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业合作资源分析
（5）企业经营情况分析
（6）企业互联网+知识产权代理投资布局现状
7.2 互联网企业“互联网+知识产权代理”投资布局
7.2.1 阿里巴巴科技（北京）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+知识产权服务发展分析
（4）企业互联网+知识产权服务应用案例。
（5）企业互联网+知识产权服务产品优势
（6）企业互联网+知识产权服务发展规划
7.2.2 浙江知夫子信息科技有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业互联网+知识产权代理产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.2.3 北京市律购信息技术有限责任公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业专业人员分析
（4）企业互联网+知识产权代理产品/服务分析

（5）企业最新发展动向
第8章：附录—中国互联网+知识产权服务生态链市场分析
8.1 中国知识产权服务行业生态链
8.2 中国互联网+知识产权确权市场分析
8.2.1 中国知识产权确权市场发展综述
（1）知识产权确权概念
（2）知识产权确权分类
8.2.2 中国知识产权确权市场发展现状
（1）知识产权确权市场规模
（2）知识产权确权市场参与主体
8.2.3 中国互联网+知识产权确权市场分析
（1）互联网时代知识产权确权服务优势
（2）互联网时代知识产权确权服务情况
8.2.4 中国知识产权确权市场发展前景
8.3 中国互联网+知识产权用权市场分析
8.3.1 中国知识产权用权市场发展综述
（1）知识产权用权概念
（2）知识产权用权分类
8.3.2 中国知识产权用权市场发展现状
（1）知识产权用权市场规模
（2）知识产权用权市场参与主体
8.3.3 中国互联网+知识产权用权市场分析
（1）互联网时代知识产权用权服务优势
（2）互联网时代知识产权用权服务情况
8.3.4 中国知识产权用权市场发展前景
8.4 中国互联网+知识产权维权市场分析
8.4.1 中国知识产权维权市场发展综述
（1）知识产权维权概念
（2）知识产权维权分类
8.4.2 中国知识产权维权市场发展现状
（1）知识产权维权市场规模
（2）知识产权维权市场参与主体
8.4.3 中国互联网+知识产权维权市场分析
（1）互联网时代知识产权维权服务优势
（2）互联网时代知识产权维权服务情况
8.4.4 中国知识产权维权市场发展前景

图表目录

图表1：“互联网+”的主要特征
图表2：“互联网+知识产权代理行业”的特点
图表3：互联网+知识产权代理行业管理体制
图表4：互联网+知识产权代理行业发展规划汇总表
图表5：“互联网+知识产权代理”行业相关法律法规
图表6：《“互联网+”知识产权保护工作方案》的三个工作进度表
图表7：2012-2020年Q3中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表8：2014-2019年中国R&D经费投入情况（单位：亿元，%）
图表9：2012-2019年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表10：2017-2020年中国大数据产业市场规模及预测（单位：亿元）
图表11：2012-2020年H1中国网民规模及增长趋势（单位：亿人）
图表12：2017-2020年即时通信和手机即时通信用户规模（单位：万人，%）
图表13：关联产业发展对行业的影响总结表
图表14：中国云计算发展特点简析
图表15：2013-2019年中国云计算市场规模增长情况（单位：亿元，%）
图表16：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析
图表17：中国云计算产业链企业潜在发展方向

图表18：2013-2020年中国物联网市场规模走势图（单位：亿元）
图表19：中国物联网行业的发展趋势分析
图表20：互联网相关技术对行业的影响总结表
图表21：行业生命周期各阶段发展特征
图表22：互联网+知识产权代理行业各发展阶段特点（单位：%）
图表23：2011-2019年网络零售占社会消费品零售总额的比重（单位：%）
图表24：传统知识产权代理消费存在的“痛点”
图表25：知识产权代理行业电子商务的优势
图表26：2011-2020年12月21日国内第三方支付牌照发放及审核情况（单位：张）
图表27：2017-2020年H1中国互联网基础资源对比（单位：万个，块/32，Mbps，%）
图表28：2017-2020年H1中国Ipv6地址数（单位：块/32，%）
图表29：2017-2020年H1中国Ipv4地址资源变化情况（单位：万个，%）
图表30：截至2020年H1中国分类域名数（单位：个，%）
图表31：中国互联网+知识产权代理行业投资规模分析（按注册资本）（单位：万元）
图表32：中国互联网+知识产权代理行业投资业务布局
图表33：2015-2019年我国知识产权代理行业市场预测规模（单位：亿元）
图表34：2020年我国跨境诉讼类知识产权代理机构排行榜
图表35：2020年我国跨境非诉讼类知识产权机构排行榜
图表36：2018-2019年我国跨境知识产权代理机构PCT申请量排名（单位：件）
图表37：中国互联网+知识产权代理行业现有竞争情况
图表38：中国互联网+知识产权代理行业潜在进入者威胁分析
图表39：中国互联网+知识产权代理行业替代品威胁分析
图表40：中国互联网+知识产权代理行业对上游供应商的议价能力分析
图表41：中国互联网+知识产权代理行业对下游客户议价能力分析
图表42：中国互联网+知识产权代理行业五力分析结论
图表43：商业模式核心构成因素
图表44：商业模式框架图
图表45：商业模式的八个成功要素
图表46：知识产权的特征
图表47：中国知识产权代理行业发展特点
图表48：2013-2020年11月我国三种专利申请受理结构变化（单位：%）
图表49：2012-2019年我国发明专利授权总量变化（单位：万件，%）
图表50：2012-2019年我国实用新型专利授权总量变化（单位：万件）
图表51：2012-2019年我国外观设计专利授权总量变化（单位：万件）
图表52：2013-2019年我国PCT国际专利受理总量变化（单位：件）
图表53：2000-2019年商标局受理商标注册申请情况（单位：万件，%）
图表54：2020年1-11月我国地理标志商标注册使用情况（单位：件）
图表55：2007-2020年11月我国地理标志商标注册申请量（单位：件，%）
图表56：2013-2019年我国申请人马德里商标注册申请量及有效注册量（单位：件）
图表57：知识产权代理行业业务涵盖领域
图表58：2010-2020年12月21日全国专利代理机构数量变化情况（单位：家）
图表59：2002-2020年12月21日我国备案商标代理机构总数（不含律所）（单位：家）
图表60：2019年中国商标申请数量区域分布（单位： %）
图表61：2019年中国专利代理机构区域分布（单位：%）
图表62：2019年中国知识产权综合发展指数区域发展情况
图表63：2019年专利代理第一梯队各机构发明专利授权量占国内发明专利授权量统计（单位：件）
图表64：2019年专利代理第二梯队各机构发明专利授权量占国内发明专利授权量统计（单位：件）
图表65：2019年专利代理第三梯队各机构发明专利授权量占国内发明专利授权量统计（单位：件）
图表66：2020年H1中国商标代理第一梯队各机构商标注册代理量（单位：件）
图表67：2020年H1中国商标代理第二梯队各机构商标注册代理量（单位：件）
图表68：2020年H1商标代理第三梯队部分机构商标注册代理量（单位：件）
图表69：《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》具体行动
图表70：电商定位内容
图表71：企业电商定位步骤分析列表
图表72：电商模式的定位方式简介
图表73：知识产权代理B2C架构和功能模块
图表74：知识产权代理B2C网络化
图表75：中国电子商务主流模式
图表76：B2C电商模式的适用范围

图表77：阿里巴巴商业模式构成要素分析
图表78：B2B电商模式的优劣势
图表79：B2C电商模式的特点
图表80：B2C电商模式的适用范围
图表81：京东商业模式构成要素分析
图表82：B2C电商模式的优劣势
图表83：C2B电商模式的适用范围
图表84：C2B电商模式的优秀案例
图表85：C2B电商模式的优劣势
图表86：淘宝商业模式构成要素分析
图表87：C2C电商模式的优劣势
图表88：O2O电商模式的特点
图表89：O2O电商模式的适用范围
图表90：苏宁电器O2O电商模式分析
图表91：O2O电商模式的优劣势
图表92：2010-2020年H1中国移动互联网网民数量及网民总数占比变化趋势（单位：亿人，%）
图表93：权大师App主要功能
图表94：微信功能简介
图表95：微信APP支付商户接入申请流程图
图表96：入驻微信商城的资质审核要求
图表97：微信商城入驻保证金及费率（单位：万元，%）
图表98：企业微商城运营风险简析
图表99：企业应用于移动应用开发的预算范围（单位：万，%）
图表100：知识产权代理企业APP的典型模块设置
图表101：知识产权代理企业APP的个性化功能定制
图表102：企业电商类APP设计要点
图表103：知识产权代理企业电商类APP运营策略简析
图表104：北京知果科技有限公司基本信息情况表
图表105：知果果产品/服务分析表
图表106：知果果融资情况
图表107：知果果垂直电商模式
图表108：北京中知智慧科技有限公司基本信息情况表
图表109：知了网五大统计模块
图表110：知了网产品优势
图表111：知了网模式发展
图表112：江苏佰腾科技有限公司基本信息情况表
图表113：专利巴巴业务流程
图表114：专利巴巴业务优势
图表115：专利巴巴主要客户
图表116：大连智慧岛知识产权有限公司基本信息情况表
图表117：北京梦知网科技有限公司基本信息情况表
图表118：北京知呱呱知识产权代理有限公司基本信息情况表
图表119：猪八戒股份有限公司基本信息情况表
图表120：广州博鳌纵横网络科技有限公司基本信息情况表
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！