

2021-2027年中国管理培训 /商学院培训行业研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国管理培训/商学院培训行业研究与产业竞争格局报告》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/R13/R1303/202104/21-401217.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

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

使得企业负责人、团队领导人、职业经理人拥有更加优良的管理技能，使得公司更加高效的发展。 管理培训可以帮助企业获得管理的方法，来改变企业经营和管理上的一些不足之处，企业经营是对人、财、物、信息等方面的一个集中管理，企业在发展，社会也在发展，知识、技能等方面都要发生变化，这也就需要管理培训来对企业进行指导。 在当今中国，企业越来越注重管理培训，在很多大企业，每年都要花费百万、千万的高昂资金用于管理培训，以为企业的长远发展服务。 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国管理培训/商学院培训行业研究与报告》共十三章。首先介绍了中国管理培训/商学院培训行业市场发展环境、管理培训/商学院培训整体运行态势等，接着分析了中国管理培训/商学院培训行业市场运行的现状，然后介绍了管理培训/商学院培训市场竞争格局。随后，报告对管理培训/商学院培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国管理培训/商学院培训行业发展趋势与投资预测。您若想对管理培训/商学院培训产业有个系统的了解或者想投资中国管理培训/商学院培训行业，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，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：

第一章 中国管理培训/商学院培训产业运行整体综述第一节 中国管理培训/商学院培训市场研究背景分析第二节 中国管理培训/商学院培训市场研究意义第三节 中国管理培训/商学院培训的理论基础一、成人教育理论1、具有独立的、不断强化、自我指导的个性2、具有丰富多样，并且个性化的经验3、成人的学习目的明确，学习以及时、有用为取向，以解决问题为核心4、成人的学习能力并不随年龄的增长而明显下降，在某些方面还具有优势二、管理培训理论的发展1、基于学校教育的管理培训——MBA、EMBA、在职培训2、基于社会机构的管理培训——行业协会主办的培训及培训机构的业务3、基于企业的管理培训——企业内训、企业大学三、管理培训的必要性1、管理人员在组织中的地位日益提高2、角色的转变需要培训支持3、现代经营管理方式的要求4、管理人员的模范效应 第二章 2019年中国管理培训/商学院培训行业发展环境深度研究第一节 2019年中国管理培训/商学院培训行业经济环境剖析一、经济发展现状分析二、当前经济运行中的主要问题三、未来经济运行分析与政策展望第二节 政治法律环境对管理培训的影响第三节 社会文化环境对管理培训的影响1、崇拜权力，等级制度观念较重2、讲究人际交往，关系网错综复杂3、跟风从众心理以及对权威的盲目崇拜4、中国企业习惯“你讲我听”、事后“我行我素”，使管理培训流于形式5、急功近利、讲求使用的心态以及对管理培训重要性的短视第四节 技术环境对管理培训的影响 第三章 2019年中国管理培训/商学院培训行业市场竞争

策略一、品牌化建设二、营销差异化1、定位的差异化2、服务的差异化3、目标群体的差异化

第四章 2019年中国管理培训/商学院培训产品营销组合策略一、产品组合策略二、价格策略三、促销策略四、渠道策略五、公关策略1、通过个人关系了解目标企业动态2、发展潜在客户3、充分利用媒体4、重视品牌建设

第五章 管理培训/商学院经营模式分析第一节 管理培训/商学院培训方式一、传统教育——讲授法二、案例教学三、角色扮演四、行为模拟五、小组讨论六、游戏培训第二节 管理培训发展中的问题一、培训机构滥竿充数二、品牌规模效益不明显三、培训课程缺乏针对性第三节 管理培训营销的盈利模式分析一、出售信仰或者理念二、会员学习卡模式三、资格证书模式四、游戏拓展模式五、现场考察模式六、激励表演模式七、音像出版模式八、个人魅力模式九、论坛俱乐部模式十、国外代理模式十一、高校MBA研修班模式十二、内训模式十三、网站模式

第六章 2019年中国管理培训/商学院培训市场营销的发展趋势预测分析第一节 管理培训的发展趋势预测分析一、中小培训中介机构逐渐退出市场，行业霸主渐行渐现二、国外培训机构更大规模、更深入地开拓中国市场三、自主研发将成为国内管理培训业的主流途径之一四、认证市场将趋于平淡，假认证逐渐退出江湖五、高端小班制开始登场唱主角第二节 管理培训营销运行的趋势预测分析一、品牌营销趋势预测分析二、价值营销趋势预测分析三、服务营销趋势预测分析四、管理诊断趋势预测分析

第七章 中国管理培训/商学院培训市场的现状及发展趋势预测分析第一节 中国管理培训/商学院培训市场的问题一、行业发展无序二、市场需求不稳定三、课程研发能力薄弱四、课程品质无标准难保证五、优秀师资匮乏，讲师管理机制不健全六、增值服务缺失七、销售方式落后盈利模式单一八、培训公司自身管理水平低下第二节 中国管理培训/商学院培训市场的提升策略

第八章 中国管理培训/商学院培训行业国际知名品牌企业综合竞争力考察第一节 重点企业（一）一、企业整体概况二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析三、市场策略分析四、综合竞争力研究第二节 重点企业（二）一、企业整体概况二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析三、市场策略分析四、综合竞争力研究五、未来发展规划第三节 重点企业（三）一、企业整体概况二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析三、市场策略分析四、综合竞争力研究五、未来发展规划

第九章 中国管理培训/商学院培训行业国内重点机构企业综合竞争力监测第一节 重点企业（四）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第二节 重点企业（五）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第三节 重点企业（六）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第四节 重点企业（七）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第五节 重点企业（八）一、企业基本调

查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究 第十章 培训机构面临的挑战和机遇
第一节 中国管理培训/商学院培训市场发展的潜力第二节 中国管理培训/商学院培训市场超竞争
第三节 中国管理培训/商学院培训市场竞争态势分析一、潜在进入者多二、顾客议价能力强
三、行业内竞争环境分析四、培训供应商的议价能力很强五、替代产品很多 第十一章
2021-2027年中国管理培训/商学院培训行业市场展望第一节 实战、实效永远是核心要素一、
有名企背景的高管将越来越受到欢迎二、传播国学理念的名师继续大行其道三、靠演技生存的
培训师将步入衰落第二节 营销是生存和发展的根本，通过提供服务增加差异化一、自主研
发将成为国内主流培训机构的重要途径二、国外培训机构将更深入地开拓中国市场三、精而
专的培训机构将会越来越多第三节 各种方式并存且相互补充，管理培训市场逐渐增大一、讲
授式课程在以知名院校和人脉圈的背景下保持现状调研二、教练技术将通过各种方式重新走
上培训舞台三、E-learning、SNS等网络类学习方式将进入百花齐放阶段四、咨询式培训将大
放异彩第四节 中小企业老板继续成为被营销的对象 第十二章 2019年中国管理培训/商学院培
训行业未来发展形势预测分析（）第一节 2019年中国管理培训/商学院培训行业特点分析第二
节 2019年中国管理培训/商学院培训行业现状综述第三节 2019年中国管理培训/商学院培训行
业发展建议及对策 第十三章 2021-2027年中国管理培训/商学院培训行业投资潜力与未来前景
预测分析第一节 2021-2027年中国管理培训/商学院培训行业投资价值研究第二节 2021-2027年
中国管理培训/商学院培训行业投资机会分析（）第三节 投资建议点评 图表目录图表 1
2015-2019年我国季度GDP增长率走势分析图 单位：%图表 2 2015-2019年我国分产业季度GDP
增长率走势分析图 单位：%图表 3 2015-2019年我国工业增加值走势分析图 单位：%图表 4
2015-2019年我国固定资产投资走势分析图 单位：%图表 5 2015-2019年我国东、中、西部地区
固定资产投资走势分析图 单位：%图表 6 2015-2019年我国社会消费品零售总额走势分析图 单
位：亿元，%图表 7 2015-2019年我国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：%图表 8
2015-2019年我国CPI、PPI走势分析图 单位：%图表 9 2015-2019年我国企业商品价格指数走势
分析图 单位：%图表 10 2015-2019年我国月度进出口走势分析图 单位：%图表 11 2015-2019年
我国货币供应量走势分析图 单位：亿元图表 12 2015-2019年我国人民币新增贷款量走势分析图
单位：亿元图表 13 2015-2019年我国汇储备总额走势分析图 单位：亿美元、%更多图表请见正
文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202104/21-401217.html>