

2024-2030年中国咨询策划 服务业行业研究与市场前景预测报告

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

《2024-2030年中国咨询策划服务业行业研究与市场前景预测报告》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/R0904/202401/19-593184.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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国咨询策划服务业行业研究与市场前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻行业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

当前，咨询策划已发展成为一门与社会经济发展联系极为密切的科学。国家经济富强、军事战争的输赢、企业的生存、机关事业单位的政绩、个人事业发展、生活的幸福等都离不开策划，策划已经逐渐深入到社会各界和人们的思想中。国内优秀的咨询策划企业也愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。

报告利用资讯长期对咨询策划服务业跟踪搜集的市场数据，全面而准确地从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国咨询策划服务业发展综述;全球咨询策划服务业发展情况;中国咨询策划服务业发展模式;中国咨询策划服务业发展情况;中国咨询策划服务业领先企业经营情况;中国咨询策划服务业发展前景与投资建议。同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手市场数据，让您全面、准确地把握整个咨询策划服务业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机!

报告目录：

第1章：中国咨询策划服务业发展综述

1.1 咨询策划服务业概述

1.1.1 核心概念与定义

1.1.2 策划行业协会简介

(1) 协会概况

(2) 协会构成

(3) 协会主要职责

1.1.3 WBSA世界商务策划师联合会简介

(1) 发展历程

(2) 中国业务

(3) 企划技术标准

1.1.4 报告研究单位介绍

1.1.5 报告研究方法概述

(1) 文献综述法

(2) 定量分析法

(3) 定性分析法

1.2 咨询策划服务业主要业务与企业类型

1.2.1 行业主要业务分析

(1) 策划业务分类

(2) 咨询业务分类

1.2.2 行业内主要企业类型

(1) 策划公司

(2) 咨询公司

1.3 中国咨询策划服务业发展环境分析

1.3.1 咨询策划服务业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济环境分析

(3) 经济环境对行业影响分析

1.3.2 咨询策划服务社会环境分析

(1) 人才环境

(2) 现存问题

1.3.3 咨询策划服务业驱动力分析

(1) 政府对咨询策划服务业的重视

(2) 企业经营环境变化助推营销策划业发展

(3) 中小企业众多为咨询策划业提供基础

第2章：全球咨询策划服务业发展情况分析

2.1 全球咨询策划服务业发展现状与前景分析

2.1.1 全球咨询策划行业发展概况

2.1.2 全球咨询策划行业规模分析

2.1.3 全球咨询策划市场机会分析

(1) 行业机会

(2) 地区机会

(3) 细分市场机会

2.1.4 全球咨询策划业发展前景分析

(1) 面临的挑战剖析

(2) 发展策略分析

2.2 全球重点区域咨询策划服务业发展情况分析

2.2.1 美国咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业发展起源

(2) 咨询策划业政府管理

(3) 咨询策划业发展规模

(4) 咨询策划业发展特点

2.2.2 德国咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业政府管理

(2) 咨询策划业发展速度

2.2.3 日本咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业政府管理

(2) 咨询策划业发展规模

第3章：中国咨询策划服务业发展模式分析

3.1 品牌策划业务与模式分析

3.1.1 品牌策划概述

3.1.2 品牌策划主要内容分析

3.1.3 品牌策划方向分析

3.1.4 品牌推广渠道分析

(1) 电视广告

(2) 报纸广告

(3) 业内杂志广告

(4) 户外广告

(5) 网络广告

3.1.5 品牌营销策划主要内容分析

(1) 品牌形象策划

(2) 品牌传播策划

(3) 综合创意策划

3.1.6 品牌策划业务主要运作模式分析

- (1) 授课培训模式
- (2) 出书销售模式
- (3) 开办/参加论坛模式
- (4) 口碑宣传模式

3.2 营销策划业务与模式分析

3.2.1 营销策划概述

- (1) 营销策划概念
- (2) 营销策划目标

3.2.2 营销策划主要内容分析

3.2.3 营销策划要素分析

3.2.4 营销策划经典战略分析

- (1) 市场领先者战略
- (2) 市场挑战者战略
- (3) 市场追随者战略
- (4) 市场补缺者战略

3.2.5 营销策划主要运作模式分析

- (1) 授课培训模式
- (2) 出书销售模式
- (3) 名人效应模式
- (4) 口碑宣传模式

3.3 地产策划业务与模式分析

3.3.1 地产策划内容概述

3.3.2 地产策划主要业务及特点

3.3.3 地产营销策略分析

- (1) 地产营销价格策略
- (2) 地产营销渠道策略
- (3) 地产营销促销策略

3.4 婚礼策划业务与模式分析

3.4.1 婚礼策划内容概述

3.4.2 婚礼策划主要业务及特点

3.4.3 婚礼策划主要模式分析

第4章：中国咨询策划服务业发展情况分析

4.1 中国管理咨询行业发展情况分析

4.1.1 管理咨询行业主要业务分类

- (1) 按咨询范围分类
- (2) 按咨询内容分类

4.1.2 我国管理咨询行业发展历程与现状

- (1) 官办管理咨询业（20世纪80年代）
- (2) 信息管理咨询业（20世纪90年代前半期）
- (3) 专业管理咨询业（20世纪90年代后期至今）

4.1.3 管理咨询行业客户群分析

- (1) 成熟客户群分析
- (2) 核心客户群分析
- (3) 萌芽客户群分析
- (4) 潜力客户群分析

4.1.4 国内管理咨询行业市场格局分析

- (1) 市场格局概况
- (2) 竞争实力分析
- (3) 品牌识别分析
- (4) 市场份额分析

4.2 中国地产策划代理市场发展情况分析

4.2.1 中国地产策划代理发展历程

4.2.2 地产策划代理百强企业概况

4.2.3 地产策划代理竞争格局分析

4.2.4 行业市场规模与集中度分析

- (1) 行业市场规模分析
- (2) 行业市场集中度分析
- (3) 行业业务结构分析

4.2.5 行业内企业扩张态势分析

4.2.6 行业内企业经营情况分析

- (1) 企业营业收入分析
- (2) 企业策划代理项目收入分析

4.2.7 行业盈利能力分析

4.2.8 行业人才培养情况

4.2.9 行业项目储备情况

4.2.10 地产策划代理发展前景预测

(1) 地产策划代理行业先行指标确定

(2) 地产策划代理市场规模预测模型

(3) 地产策划代理市场规模预测分析

4.3 中国婚礼策划服务市场发展情况分析

4.3.1 婚礼策划服务市场需求分析

4.3.2 婚礼策划服务市场规模分析

4.3.3 婚礼策划服务市场竞争分析

(1) 北京婚礼策划服务市场竞争格局

(2) 上海婚礼策划服务市场竞争格局

(3) 广州婚礼策划服务市场竞争格局

(4) 杭州婚礼策划服务市场竞争格局

(5) 成都婚礼策划服务市场竞争格局

4.3.4 婚礼策划服务市场趋势分析

(1) 婚礼主题化

(2) 婚礼个性化

(3) 婚礼仪式化

(4) 婚礼品质化

4.3.5 婚礼策划服务市场前景分析

第5章：中国咨询策划服务业前景展望与投资建议

5.1 咨询策划服务业市场需求与前景展望

5.1.1 行业市场需求分析

(1) 行业处于快速成长期

(2) 市场需求不断扩大

5.1.2 行业市场潜力分析

(1) 市场前景广阔

(2) 不同规模企业管理咨询需求差异较大

(3) 管理咨询行业的服务质量有待提高

5.1.3 行业发展趋势与前景展望

(1) 行业发展趋势

(2) 行业发展方向

(3) 行业发展前景

5.2 咨询策划服务业投资机会与投资建议

5.2.1 行业投资机会剖析

(1) 行业投资机会概述

(2) 行业投资热点

5.2.2 行业投资建议

(1) 针对策划企业

(2) 针对管理咨询企业

重点企业篇

第6章：管理咨询领域重点企业经营情况分析

6.1 McKinsey&Company (麦肯锡)

6.1.1 企业发展概况

6.1.2 企业主营业务分析

6.1.3 企业市场布局情况

6.1.4 企业主要客户分析

6.1.5 企业发展模式分析

6.1.6 企业成功案例分析

6.1.7 企业发展优势分析

6.2 Roland Berger (罗兰·贝格国际管理咨询公司)

6.2.1 企业发展概况

6.2.2 企业主营业务分析

6.2.3 企业市场布局情况

6.2.4 企业研究成果分析

6.2.5 企业发展模式分析

6.2.6 企业成功案例分析

6.2.7 企业发展优势分析

6.2.8 企业最新动向分析

6.3 Boston Consulting Group (波士顿咨询公司)

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 企业主营业务分析

6.3.3 企业市场布局情况

6.3.4 企业主要客户分析

6.3.5 企业研究成果分析

6.3.6 企业发展模式分析

6.3.7 企业成功案例分析

6.3.8 企业发展优势分析

6.3.9 企业最新动向分析

6.4 General Consulting International (通用咨询有限公司)

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 企业主营业务分析

6.4.3 企业市场布局情况

6.4.4 企业主要客户分析

6.4.5 企业发展模式分析

6.4.6 企业成功案例分析

6.4.7 企业发展优势分析

6.5 Bain&Company (贝恩咨询)

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 企业主营业务分析

6.5.3 企业市场布局情况

6.5.4 企业主要客户分析

6.5.5 企业发展模式分析

6.5.6 企业成功案例分析

6.5.7 企业发展优势分析

6.5.8 企业最新动向分析

6.6 北京北大纵横管理咨询有限责任公司

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 企业主营业务分析

6.6.3 企业研究成果分析

6.6.4 企业发展模式分析

6.6.5 企业发展优势分析

6.7 北京正略钧策咨询股份有限公司

6.7.1 企业发展概况

6.7.2 企业主营业务分析

6.7.3 企业组织架构分析

6.7.4 企业主要客户分析

6.7.5 企业发展模式分析

6.7.6 企业发展优势分析

6.8 和君集团有限公司

6.8.1 企业发展概况

6.8.2 企业主营业务分析

6.8.3 企业组织架构分析

6.8.4 企业发展模式分析

6.8.5 企业发展优势分析

6.8.6 企业最新动向分析

6.9 管理咨询类企业分析总结

6.9.1 组织特点——合伙人制

6.9.2 知识管理是占领市场的制高点

6.9.3 口碑和权威形象是该类公司营销模式的基本特征

6.9.4 重点集中的经营理念

6.9.5 案例积累是企业竞争力的重要支撑

第7章：品牌与营销策划领域重点企业经营情况分析

7.1 广州市壹串通文化传播有限公司

7.1.1 企业发展简况分析

7.1.2 企业组织架构分析

7.1.3 企业主营业务与服务分析

7.1.4 企业成功案例分析

7.1.5 企业发展模式分析

7.1.6 企业发展优势分析

7.1.7 企业最新发展动向分析

7.2 广州中泽品略企业管理咨询有限公司

7.2.1 企业发展简况分析

7.2.2 企业组织架构分析

7.2.3 企业主营业务与服务分析

7.2.4 企业经营情况分析

7.2.5 企业品牌理念分析

7.2.6 企业发展模式分析

7.2.7 企业发展优势分析

7.3 广州无相营销策划有限公司

7.3.1 企业发展简况分析

7.3.2 企业主营业务与服务分析

7.3.3 企业经营情况分析

7.3.4 企业发展模式分析

7.3.5 企业发展优势分析

7.4 广州市里程碑顾问有限公司

7.4.1 企业发展简况分析

7.4.2 企业组织架构分析

7.4.3 企业主营业务与服务分析

7.4.4 企业经营情况分析

7.4.5 企业发展模式分析

7.4.6 企业发展优势分析

7.5 深圳市优势智业企业管理顾问有限公司

7.5.1 企业发展简况分析

7.5.2 企业组织架构分析

7.5.3 企业主营业务与服务分析

7.5.4 企业经营情况分析

7.5.5 企业发展模式分析

7.5.6 企业发展优势分析

7.5.7 企业最新发展动向分析

7.6 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司

7.6.1 企业发展简况分析

7.6.2 企业组织架构分析

7.6.3 企业主营业务与服务分析

7.6.4 企业经营情况分析

7.6.5 企业发展模式分析

7.6.6 企业成功案例分析

7.6.7 企业发展优势分析

7.6.8 企业最新发展动向分析

7.7 深圳市盛禧文化发展有限公司

7.7.1 企业发展简况分析

7.7.2 企业组织架构分析

7.7.3 企业主营业务与服务分析

7.7.4 企业经营情况分析

7.7.5 企业发展模式分析

7.7.6 企业发展优势分析

7.8 北京哲宇实战营销与品牌策划有限公司

7.8.1 企业发展简况分析

7.8.2 企业主营业务与服务分析

7.8.3 企业经营情况分析

7.8.4 企业发展模式分析

7.8.5 企业发展优势分析

7.9 北京友邦前景营销顾问有限公司

7.9.1 企业发展简况分析

7.9.2 企业组织架构分析

7.9.3 企业主营业务与服务分析

7.9.4 企业经营情况分析

7.9.5 企业发展模式分析

7.9.6 企业发展优势分析

7.10 北京国韵康达广告有限公司

7.10.1 企业发展简况分析

7.10.2 企业组织架构分析

7.10.3 企业主营业务与服务分析

7.10.4 企业经营情况分析

7.10.5 企业发展模式分析

7.10.6 企业发展优势分析

7.10.7 企业最新发展动向分析

第8章：地产策划代理领域重点企业经营情况分析

8.1 深圳世联行地产顾问股份有限公司

8.1.1 企业发展简况分析

8.1.2 企业组织架构分析

8.1.3 企业经营情况分析

（1）企业主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

8.1.4 企业主营业务与服务分析

8.1.5 企业发展模式分析

8.1.6 企业发展优势分析

8.1.7 企业最新发展动向分析

8.2 易居（中国）控股有限公司

8.2.1 企业发展简况分析

8.2.2 企业组织架构分析

8.2.3 企业经营情况分析

8.2.4 企业主营业务与服务分析

8.2.5 企业发展模式分析

8.2.6 企业发展优势分析

8.2.7 企业投资兼并与重组分析

8.2.8 企业最新发展动向分析

8.3 同策房产咨询股份有限公司

8.3.1 企业发展简况分析

8.3.2 企业组织架构分析

8.3.3 企业经营情况分析

8.3.4 企业主营业务与服务分析

8.3.5 企业发展模式分析

8.3.6 企业发展优势分析

8.3.7 企业最新发展动向分析

8.4 合富辉煌集团控股有限公司

8.4.1 企业发展简况分析

8.4.2 企业组织架构分析

8.4.3 企业经营情况分析

(1) 企业主要经济指标分析

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业运营能力分析

(4) 企业偿债能力分析

(5) 企业发展能力分析

8.4.4 企业主营业务与服务分析

8.4.5 企业发展模式分析

8.4.6 企业发展优势分析

8.4.7 企业最新发展动向分析

8.5 博思堂地产综合服务股份有限公司

8.5.1 企业发展简况分析

8.5.2 企业组织架构分析

8.5.3 企业经营情况分析

8.5.4 企业主营业务与服务分析

8.5.5 企业发展模式分析

8.5.6 企业发展优势分析

8.6 上海新聚仁物业咨询有限公司

8.6.1 企业发展简况分析

8.6.2 企业组织架构分析

8.6.3 企业经营情况分析

8.6.4 企业主营业务与服务分析

8.6.5 企业发展模式分析

8.6.6 企业发展优势分析

8.6.7 企业最新发展动向分析

8.7 保利地产投资顾问有限公司

8.7.1 企业发展简况分析

8.7.2 企业组织架构分析

8.7.3 企业经营情况分析

8.7.4 企业主营业务与服务分析

8.7.5 企业发展模式分析

8.7.6 企业发展优势分析

8.7.7 企业最新发展动向分析

8.8 厦门新景祥投资控股有限公司

8.8.1 企业发展简况分析

8.8.2 企业组织架构分析

8.8.3 企业经营情况分析

8.8.4 企业主营业务与服务分析

8.8.5 企业发展模式分析

8.8.6 企业发展优势分析

8.9 北京金网络联行地产顾问有限公司

8.9.1 企业发展简况分析

8.9.2 企业组织架构分析

8.9.3 企业经营情况分析

8.9.4 企业主营业务与服务分析

8.9.5 企业发展模式分析

8.9.6 企业发展优势分析

8.9.7 企业最新发展动向分析

8.10 上海华燕房盟网络科技股份有限公司

8.10.1 企业发展简况分析

8.10.2 企业组织架构分析

8.10.3 企业经营情况分析

8.10.4 企业主营业务与服务分析

8.10.5 企业发展模式分析

8.10.6 企业发展优势分析

8.10.7 企业最新发展动向分析

第9章：婚礼策划服务领域重点企业经营情况分析

9.1 美薇亭（北京）文化发展有限公司

9.1.1 企业发展简况分析

9.1.2 企业服务结构分析

9.1.3 企业销售网络分析

9.1.4 企业经营状况优劣势分析
9.2 天津圣典盛世礼仪策划有限公司
9.2.1 企业发展简况分析
9.2.2 企业服务结构分析
9.2.3 企业销售网络分析
9.2.4 企业经营状况优劣势分析
9.3 郑州牵手婚庆礼仪策划有限公司
9.3.1 企业发展简况分析
9.3.2 企业服务结构分析
9.3.3 企业销售网络分析
9.3.4 企业经营状况优劣势分析
9.4 南京罗曼庭文化传媒有限公司
9.4.1 企业发展简况分析
9.4.2 企业服务结构分析
9.4.3 企业销售网络分析
9.4.4 企业经营状况优劣势分析

图表目录

图表1：中国策划协会主要职业简析
图表2：策划主要业务简析
图表3：咨询主要业务简析
图表4：2021年中国十大平面设计公司列表
图表5：中国品牌策划公司主要类别简介
图表6：我国房地产策划代理企业主要分类
图表7：我国房地产策划代理企业主要区域分布及业务范围
图表8：中国咨询企业主要类别简介
图表9：2016-2021年美国实际GDP环比折年率（单位：%）
图表10：2016-2021年欧元区GDP季调折年率（单位：%）
图表11：2016-2021年度日本GDP环比变化情况（单位：%）
图表12：2021年全球主要经济体经济增速预测分析（单位：%）
图表13：2016-2021年中国国内生产总值及其增长率情况（单位：万亿元，%）
图表14：2016-2021年中国贸易进出口总额（单位：亿美元）

图表15：2021年中国贸易进出口走势（单位：亿美元）

图表16：2016-2021年我国制造业和服务业在全国实际使用外资金额中的比重（单位：%）

图表17：2021年世界各国/地区对华实际投资金额及增速（单位：亿美元，%）

图表18：2021年中国各地区吸收外资情况（单位：亿美元，%）

图表19：美国政府对咨询策划业的管理

图表20：美国咨询策划业发展特点

图表21：日本政府对咨询策划业的管理特点

图表22：品牌策划主要内容分析

图表23：品牌策划方向分析

图表24：品牌推广渠道之电视广告分析

图表25：品牌推广渠道之户外广告分析

图表26：品牌推广渠道之网络广告分析

图表27：品牌形象内涵分析

图表28：品牌传播方式分析

图表29：营销策划的主要内容

图表30：营销策划要素分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202401/19-593184.html>