

2022-2027年中国管理咨询行业市场深度分析及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国管理咨询行业市场深度分析及投资战略规划报告》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：<https://www.huaon.com/channel/other/820522.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一章 管理咨询行业概述

第一节 管理咨询的相关概念

一、管理咨询含义及特点

二、管理咨询业务的分类

三、管理咨询的作用分析

四、管理咨询的基本流程

五、咨询顾问的从业要求

第二节 管理咨询行业特点分析

一、现代管理咨询产业特征

二、管理咨询行业生命周期

三、咨询行业进入退出壁垒

四、管理咨询产业运营条件

第三节 中国管理咨询行业PEST分析

一、行业政策环境分析

（一）行业监管体制

（二）主要法律法规

（三）行业相关政策

二、行业经济环境分析

三、社会文化环境分析

（一）人口环境发展分析

（二）中国教育环境分析

（三）中国城镇化率分析

四、行业技术环境分析

第二章 全球管理咨询业运行形势分析

第一节 全球管理咨询行业发展综述

一、国际管理咨询业产生的背景

二、全球管理咨询行业发展现状

三、国际咨询产业结构及商业价值

四、全球管理咨询业关键成功因素

五、全球管理咨询市场规模分析

第二节 主要国家管理咨询行业发展状况分析

一、美国管理咨询业发展分析

二、英国管理咨询业发展分析

三、德国管理咨询业发展分析

四、日本管理咨询业发展分析

第三节 国外著名管理咨询公司竞争力分析

一、麦肯锡（MCKINSEY）

（一）公司概况

（二）公司的服务范围

（三）经营情况分析

（四）核心优势分析

二、埃森哲（ACCENTURE）

（一）公司概况

（二）公司的服务范围

（三）经营情况分析

（四）核心优势分析

三、罗兰贝格（ROLAND BERGER）

（一）公司概况

（二）公司的服务范围

（三）经营情况分析

（四）核心优势分析

四、理实国际集团（RAISEWIN）

（一）公司概况

（二）公司的服务范围

（三）经营情况分析

（四）核心优势分析

五、波士顿（BCG）

（一）公司概况

（二）公司的服务范围

（三）经营情况分析

（四）核心优势分析

第四节 全球管理咨询业发展趋势及前景分析

第三章 中国管理咨询行业发展态势分析

第一节 中国管理咨询行业发展概况

- 一、管理咨询在中国的发展历程
- 二、中国管理咨询行业发展现状
- 三、中国管理咨询行业发展特点
- 四、中国管理咨询发展尚不成熟
- 五、中国咨询业流派及主要问题
- 六、中国管理咨询的使命与责任

第二节 中国管理咨询所属行业运行现状

- 一、管理咨询机构的规模及分布
- 二、咨询企业现有管理模式分析
- 三、中国管理咨询行业收入规模
- 四、中国管理咨询行业结构分析

第三节 “中国管理咨询机构”发展情况分析

第四节 中国管理咨询行业存在的问题

- 一、企业对管理咨询的认识不足
- 二、咨询机构规模显著落后国外
- 三、管理咨询行业扶持政策缺位
- 四、大多数公司缺乏核心竞争力
- 五、咨询从业人员水平有待提高

第五节 中国管理咨询行业发展对策

- 一、加大政府扶持力度
- 二、培育管理咨询市场
- 三、提高市场主体认识
- 四、规范咨询操作模式
- 五、培育良好企业文化

第四章 中国管理咨询行业市场透析

第一节 管理咨询市场运行特性分析

- 一、无形性
- 二、服务对象的组织特性
- 三、知识性
- 四、易逝性
- 五、服务质量的不确定性

第二节 咨询业发展影响因素分析

- 一、政治环境分析
- 二、经济环境分析

三、技术环境分析

四、社会环境分析

第三节 管理咨询市场客户需求分析

一、企业管理咨询的需求原因

二、私营中小企业的咨询需求

三、大型民营企业的咨询需求

四、国企存在问题及咨询需求

五、外企存在问题及咨询需求

第四节 企业发展过程与管理咨询需求

一、初创期企业管理咨询需求

二、成长期企业管理咨询需求

三、成熟期企业管理咨询需求

四、衰退期企业管理咨询需求

五、新生期企业管理咨询需求

第五节 管理咨询市场营销策略分析

一、产品策略

二、促销策略

三、渠道策略

第五章 中国管理咨询行业市场竞争态势分析

第一节 中国管理咨询行业竞争现状分析

一、管理咨询行业竞争环境分析

（一）同业竞争者分析

（二）潜在进入者分析

（三）行业供应者分析

（四）咨询消费者分析

（五）行业替代者分析

二、中国管理咨询行业发展亮点分析

（一）打造新型产业生态，构建数字化平台组织

（二）推进国资治理能力，聚焦国企改革创新

（三）加强人力资源能力建设，助推高质量发展

（四）树立国际服务品牌，打造对外合作新平台

第二节 管理咨询市场区域格局分析

一、北京管理咨询市场竞争格局

二、上海管理咨询市场竞争格局

三、广东管理咨询市场竞争格局

第三节 中国管理咨询行业竞争战略分析

一、差异化竞争战略分析

二、品牌化竞争战略分析

第六章 中国主要管理咨询企业竞争力分析

第一节 理实环球国际咨询（北京）有限公司

一、企业基本情况

二、企业发展历程

三、企业业务范围

四、企业经营情况

五、企业咨询案例

六、企业竞争优势

第二节 中华财务咨询有限公司

一、企业基本情况

二、企业发展历程

三、企业业务范围

四、企业咨询团队

五、企业咨询案例

六、企业竞争优势

第三节 北京北大纵横管理咨询有限责任公司

一、企业基本情况

二、企业发展历程

三、企业业务范围

四、企业经营情况

五、企业咨询案例

六、企业竞争优势

第四节 中国国际经济咨询有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务范围

三、企业经营情况

四、企业竞争优势

五、企业发展战略

六、企业发展动态

第五节 上海企源科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务范围

三、企业经营情况

四、企业竞争优势

五、企业咨询案例

六、企业发展战略

第七章 管理咨询公司经营策略分析

第一节 管理咨询公司发展战略分析

一、管理咨询公司战略目标分析

二、管理咨询公司核心优势战略

三、管理咨询公司规模扩张战略

四、管理咨询公司合并收购战略

五、管理咨询公司的国际化战略

第二节 管理咨询公司管理策略分析

一、管理咨询公司营销管理策略分析

（一）咨询业市场定位与营销规划

（二）管理咨询企业全员营销分析

（三）管理咨询企业服务营销管理

（四）管理咨询企业网络营销对策

二、管理咨询公司财务管理战略分析

（一）实施财务战略的目的及意义

（二）咨询公司财务战略的总目标

（三）咨询公司具体财务战略目标

三、管理咨询公司人才管理战略分析

（一）管理咨询业人才的定义分析

（二）咨询公司对人才的要求分析

（三）管理咨询公司人才培养现状

（四）咨询人才培养体系建设建议

第三节 管理咨询公司运营策略分析

一、管理咨询公司成功运营之道

（一）造就强有力的脑力后盾

（二）形成科学规范的管理体系

（三）构建专业的项目管理平台

（四）建立健康有效的组织文化

（五）注重与客户间的情感交流

二、管理咨询企业的工作方法

三、咨询项目管理存在的问题

四、管理咨询的项目管理建议

- (一) 建立客户互动项目组织
- (二) 选择合适咨询项目经理
- (三) 制定成文的项目规划书
- (四) 加强对项目的控制工作
- (五) 完善项目的沟通机制
- (六) 建立项目后评价制度

第四节 管理咨询公司核心竞争力构筑策略

- 一、紧密共享的利益分配模式
- 二、基础项目研究与案例积累
- 三、优势互补的管理咨询团队
- 四、内引外联的人才战略平台
- 五、日益归核的业务发展战略
- 六、加强企业联盟与战略合作
- 七、引起企业共鸣的商理提炼
- 八、科学规范的咨询操作流程
- 九、风险共担的跟踪捆绑服务
- 十、没有国界的管理咨询品牌

第八章 管理咨询细分领域咨询策略分析

第一节 管理咨询细分行业咨询策略分析

一、管理咨询客户行业细分

- (一) 成熟客户群及特点分析
- (二) 核心客户群及特点分析
- (三) 萌芽客户群及特点分析
- (四) 潜力客户群及特点分析

二、医药行业管理咨询策略分析

- (一) 中国医药行业发展概况
- (二) 医药行业存在问题分析
- (三) 医药管理咨询需求前景
- (四) 医药行业管理咨询案例

三、电子信息行业管理咨询策略分析

- (一) 电子信息行业发展概况
- (二) 电子信息业存在的问题
- (三) 电子信息管理咨询需求
- (四) 电子信息行业咨询案例

四、机械制造行业管理咨询策略分析

五、电力行业管理咨询策略分析

六、石油化工行业管理咨询策略分析

七、金融行业管理咨询策略分析

八、电信行业管理咨询策略分析

第二节 管理咨询细分业务咨询策略分析

一、战略管理咨询策略分析

（一）战略管理的概念及内容

（二）战略管理咨询逻辑框架

（三）战略管理咨询目标分析

（四）战略咨询常用分析工具

二、人力资源管理咨询策略分析

（一）人力资源管理咨询的概念

（二）人力资源咨询的主要内容

（三）人力资源管理咨询的价值

（四）人力资源咨询的分析工具

三、市场营销咨询策略分析

（一）市场营销咨询的概念

（二）市场营销咨询的价值

（三）营销咨询常用分析工具

四、财务管理咨询策略分析

（一）企业财务管理咨询的概念

（二）企业财务管理咨询的特征

（三）财务管理咨询的分析模型

（四）财务管理咨询程序与方法

（五）财务管理咨询的实施要点

五、企业信息化咨询策略分析

（一）企业信息化咨询的目的

（二）信息化咨询项目成功因素

（三）企业信息化咨询发展对策

六、风险管理咨询策略分析

（一）风险管理咨询概念及内容

（二）风险管理咨询的实施方法

（三）风险管理咨询的管理工具

第九章 2022-2027年中国管理咨询行业发展前景及投资策略分析

第一节 2022-2027年中国管理咨询行业发展趋势分析（HJ LT）

- 一、管理咨询需求旺盛，潜力巨大
- 二、管理咨询机构向两极分化发展
- 三、信息技术与管理咨询的结合更加紧密
- 四、企业对管理咨询人员的专业能力要求越来越高
- 五、管理咨询市场将在发展中变得越来越规范

第二节 2022-2027年中国管理咨询行业发展前景分析

- 一、中国管理咨询市场潜力巨大
- 二、中国管理咨询业SWOT分析
- 三、管理咨询行业迎来发展良机
- 四、中国管理咨询企业发展前景
- 五、未来管理咨询行业发展方向

第三节 2022-2027年中国管理咨询行业投资机会分析

第四节 2022-2027年管理咨询行业投资策略建议

图表目录：

图表管理咨询行业历程

图表管理咨询行业生命周期

图表管理咨询行业产业链分析

图表2017-2021年管理咨询所属行业市场容量统计

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业市场规模及增长状况分析

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业销售收入分析单位：亿元

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业盈利情况单位：亿元

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业利润总额分析单位：亿元

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业企业数量情况单位：家

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业企业平均规模情况单位：万元/家

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业竞争力分析

图表2017-2021年中国管理咨询所属行业盈利能力分析

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/820522.html>