

2012-2016年中国管理咨询市场调查与未来前景预测研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国管理咨询市场调查与未来前景预测研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/102354.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

管理咨询（Management Consulting），管理咨询是具有丰富的管理知识和经验，并且掌握了咨询技法的人所从事的高智能的服务事业，是咨询人员在企业提出要求的基础上深入企业，并且和企业管理人员密切结合，应用科学的方法，找出企业存在的主要问题，进行定量和确有论据的定性分析，查出存在问题的原因，提出切实可行的改善方案，进而指导实施方案，使企业的运行机制得到改善，提高企业的管理水平和经济效益。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国管理咨询市场调查与未来前景预测研究报告》共十章。首先介绍了管理咨询行业相关概述、中国管理咨询行业运行环境等，接着分析了中国管理咨询行业运行的现状，然后介绍了中国管理咨询行业市场竞争格局。随后，报告对中国管理咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国管理咨询行业前景与投资预测。您若想对管理咨询产业有个系统的了解或者想投资管理咨询行业，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。

第一章 管理咨询行业相关概述

第一节 咨询业

- 一、咨询业范围界定
- 二、咨询业业务范畴
- 三、中国咨询业发展历程

第二节 管理咨询业阐述

- 一、管理咨询的特点分析
- 二、管理咨询主要业务分析
 - 1、专注于制造业的实务咨询与培训
 - 2、丰富制造业背景的专家团队
 - 3、紧贴制造业研发课程
 - 4、丰富的制造型企业案例库

第二章 2011年全球管理咨询行业运行形势分析

第一节 2011年世界咨询业发展概况

- 一、网络咨询业在世界范围内正遭遇困境
- 二、世界各国对工程咨询业的扶持政策
- 三、金融危机对世界咨询业的影响

第二节 2011年全球管理咨询行业综述

一、全球管理咨询行业特点分析

二、全球管理咨询市场分析

三、全球主要行业管理咨询分析

第三节 2011年全球主要国家管理咨询行业发展状况分析

一、美国

二、日本

三、英国

第四节 2012-2016年全球管理咨询行业发展趋势分析

第三章 2011年中国管理咨询行业运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国管理咨询业政策环境分析

一、我国咨询业政策演变

二、我国咨询业政策特点

三、现有咨询业政策存在的问题

第三节 2011年中国管理咨询业技术环境分析

一、IBM推出方案咨询工具

二、高绩效咨询开始兴起

三、互联网大大提高咨询服务的交易效率

第四章 2011年中国咨询业整体运行态势分析

第一节 2011年中国咨询业运行总况

一、中国咨询业方兴未艾

二、中国信息咨询外资利用现状

三、咨询业是中国企业整体的缩影

四、洋咨询业在中国

五、国际咨询业看好中国这片市场

第二节 2011年中国咨询业市场运行综述

一、总体市场规模

二、市场容量分析

三、咨询机构分析

四、从业人员情况

五、咨询服务收费情况分析

第三节 2011年中国咨询业的思考

一、咨询业开始了迅速“抢跑”

二、咨询的“市值”被虚夸

三、“水货”咨询

四、“扭曲”的价值

第五章 2011年中国管理咨询行业运行形势分析

第一节 2011年中国管理咨询行业运行综述

一、中国管理咨询行业特点分析

二、管理咨询业遭遇“严冬”

三、我国管理咨询行业的三喜三忧

四、我管理咨询企业运营状况分析

第二节 2011年中国管理咨询业市场剖析

一、中国管理咨询用户需求增长分析

二、管理咨询业需要自我诊治

三、浅谈管理咨询业打造核心竞争力

四、中国管理咨询业及其市场营销研究

第三节 2011年中国管理咨询企业发展中的问题对策建议

一、完善行业规范，加强政府扶持力度

二、加强对自身队伍的建设

三、加强信息的收集工作，建立完备的信息数据库

四、加强创新，寻求发展

五、提升中国管理咨询企业自身的竞争力应对全球化挑战

六、加强公众对管理咨询的意识

第六章 2011年中国管理咨询行业市场运行走势分析

第一节 2011年中国管理咨询服务行业分布情况

一、客户企业划分成四大群体

二、企业规模对采购咨询服务的影响

第二节 管理咨询业务类型分布情况

第三节 管理咨询行业市场渗透率增长

第四节 2011年影响中国管理咨询行业市场发展的因素分析

第七章 2011年中国管理咨询行业市场竞争格局分析

第一节 2011年中国咨询业竞争综述

一、本土咨询业竞争力的影响因素与道路探索

二、中国咨询业应对国际竞争的生存空间变革

三、我国咨询业竞争状况的模型化分析

第二节 2011年中国管理咨询行业竞争现状分析

一、我国管理咨询业的竞争环境

二、中小管理咨询公司应有核心竞争优势

三、浅谈管理咨询业如何打造核心竞争力

第三节 2011年中国管理咨询行业竞争格局分析

一、北京

二、上海

三、广州

第四节 2011年中国管理咨询业竞争策略的分析

第八章 2011年中国重点管理咨询企业竞争力对比分析

第一节 新华信正略钧策管理咨询公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第二节 世纪纵横管理咨询集团

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第三节 广州君远管理咨询有限公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第四节 理实国际管理咨询集团

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第五节 美国通用管理咨询公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第六节 北大纵横管理咨询集团

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第七节 汉普管理咨询公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第八节 朴智管理咨询公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第九节 五越企业管理咨询（烟台）有限公司

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第十节 华夏基石管理咨询集团

一、企业基本概况

二、企业运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第九章 2012-2016年中国管理咨询行业前景预测分析

第一节 2012-2016年中国咨询行业前景预测分析

一、中国咨询行业前景光明

二、专业咨询行业前景广阔

三、中国咨询细分领域前景预测分析

四、差异化咨询服务成为方向

第二节 2012-2016年中国管理咨询行业前景分析

一、中外管理咨询企业的发展前景

二、中国形象管理咨询服务发展前景广阔

三、我国管理咨询企业发展前景

第三节 2012-2016年中国管理咨询行业市场预测分析

一、中国管理咨询行业供给预测分析

二、管理咨询行业需求预测分析

三、管理咨询细分行业预测分析

第四节 2012-2016年中国管理咨询行业市场盈利预测分析

第十章 2012-2016年中国管理咨询行业投资机会与风险分析

第一节 2011年中国管理咨询业投资概况

一、管理咨询业投资特性分析

二、管理咨询业投资政策解读

第二节 2012-2016年中国管理咨询行业投资机会分析

一、管理咨询行业投资潜力分析

二、管理咨询行业投资热点分析

第三节 2012-2016年中国管理咨询行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、管理风险

四、资金短缺风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

通过《2012-2016年中国管理咨询市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/102354.html>