

2016-2022年中国管理咨询市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国管理咨询市场分析及投资策略研究报告》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/185205.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

咨询业最早出现在1926年的美国，而在我国1980年，以后才正式开始出现管理咨询行业，1990年才出现第一批专业咨询公司，这与美国的发展中间差了整整64年，这就造成了我国管理咨询行业的发展极度滞后，同时国内企业也对管理咨询的认知极度缺乏，在认知缺乏的情况下，刚开始我国企业对于管理咨询行业的市场需求是非常小的，我国管理咨询行业的市场需求一直到2000年都是非常小的，2000年我国管理咨询行业的市场需求是一亿美元，而此时美国管理咨询行业的市场需求是1600亿美元，可见我国管理咨询行业的发展滞后，但是随着行业认知的发展以及我国经济的快速增长，管理咨询行业在2000年以后实现了高速崛起。

依据中国企业联合会《中国企业发展报告（2001）》的调查数据来分析这个市场：到2000年末，我国国有工业企业约800万个，如果按1/3国有企业需要管理咨询来计算，我国就有240万个国有企业需要管理咨询；我国民营企业大约有300万家，按20%的民营企业需要管理咨询服务，就会有60万个民营企业加入到管理咨询需求行列中，全部加起来300多万个企业。如果按每个企业平均10,000元的管理咨询需求算，全国就有300亿元的管理咨询投入。而300多亿元这个数字仅仅是2000年的市场潜在需求，而当时我国的管理咨询行业实际有效需求仅有1亿美元。

截止到2015年，随着我国经济和行业的发展，管理咨询的社会认知有了极大的进展，行业需求快速上升，如今我国管理咨询行业的潜在需求已经突破千亿规模，实际市场规模达到922.7亿元，按照目前的发展趋势，到2020年我国管理者咨询行业的市场规模将达到1547.81亿元，市场前景很大。

不过虽然我国管理咨询行业的市场前景良好，但是面对的问题也多，首先面对的就是我国管理咨询市场中国外企业的威胁，国外企业发展多年技术和品牌实力雄厚，自从进入国内市场后，就几乎垄断了国内高端市场的份额，让我国管理咨询行业的高端发展受限，其次我国管理咨询行业被国家重视的程度不够，至今没有实质性的直接支持政策，政治环境不佳，然后我国管理咨询行业自律能力不佳，行业协会没有发挥应用调节、监管功能，导致目前我国管理咨询行业缺乏监管、行业混乱，2012年的正略钧策以及2015年8月的北大纵横事件，就完全可以看出我国管理咨询行业的制度、规范多年没有实质改善，最后在于我国管理咨询行业实力缺乏，仍旧停留在知识传播阶段无法跟随市场的需求发展，总之，我国管理咨询行业确实发展前景很大、未来也将保持快速的增长速度，但是问题颇多成为了制约我国管理咨询企业发展的重要问题，所以行业的发展还需要正确的引导和变革。

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：

第一部分 管理咨询行业环境和现状

第一章 2015年中国管理咨询行业发展分析

第一节 2015年中国管理咨询行业发展现状

一、管理咨询行业定义

二、管理咨询行业特性及在国民经济中的地位

第二节 管理咨询行业特性分析

第三节 管理咨询行业周期性分析

第四节 管理咨询行业SWOT分析

第二章 2015年中国管理咨询产业发展环境分析

第一节 2015年中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、城乡居民收入增长分析

五、居民消费价格变化分析

第二节 中国管理咨询行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

第三节 中国管理咨询行业环境分析

一、行业发展概况

二、行业发展现状

第四节 2015年中国管理咨询产业社会环境发展分析

第二部分 管理咨询行业深度分析

第三章 中国管理咨询行业产业链分析

第一节 管理咨询行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节 管理咨询上游产业发展状况分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

第三节 管理咨询下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

第四章 管理咨询行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对管理咨询行业的影响

第三节 主要管理咨询企业渠道策略研究

第五章 2015年中国管理咨询行业发展分析

第一节 中国管理咨询行业发展现状

第二节 管理咨询行业特点分析

第三节 管理咨询行业发展趋势分析

第六章 2015年中国管理咨询产业供需情况及集中度分析

第一节 中国管理咨询行业发展状况

一、2013-2015年管理咨询行业市场供给分析

二、2013-2015年管理咨询行业市场需求分析

三、2013-2015年管理咨询行业市场规模分析

第二节 中国管理咨询行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第七章 2013-2015年中国管理咨询市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业现状分析

第三节 行业市场情况

第三部分 管理咨询市场全景调研

第八章 2013-2015年中国管理咨询所属行业主要数据监测分析

第一节 2013-2015年中国管理咨询所属行业总体数据分析

一、2013年中国管理咨询所属行业全部企业数据分析

二、2014年中国管理咨询所属行业全部企业数据分析

三、2015年中国管理咨询所属行业全部企业数据分析

第二节 2013-2015年中国管理咨询所属行业不同规模企业数据分析

一、2013年中国管理咨询所属行业不同规模企业数据分析

二、2014年中国管理咨询所属行业不同规模企业数据分析

三、2015年中国管理咨询所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2013-2015年中国管理咨询所属行业不同所有制企业数据分析

一、2013年中国管理咨询所属行业不同所有制企业数据分析

二、2014年中国管理咨询所属行业不同所有制企业数据分析

三、2015年中国管理咨询所属行业不同所有制企业数据分析

第九章 管理咨询行业区域分析

第一节 华北地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第二节 华中地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第三节 华东地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第四节 华南地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第五节 西北地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第六节 东北地区管理咨询行业发展状况分析

一、管理咨询行业发展现状

二、管理咨询市场需求分析

三、管理咨询市场规模分析

四、管理咨询行业发展形势

第七节 西南地区管理咨询行业发展状况分析

- 一、管理咨询行业发展现状
- 二、管理咨询市场需求分析
- 三、管理咨询市场规模分析
- 四、管理咨询行业发展形势

第四部分 管理咨询行业竞争格局分析

第十章 2015年中国管理咨询行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、管理咨询行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、管理咨询行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
 - 2、不同规模企业竞争格局
 - 3、不同所有制企业竞争格局
- #### 三、管理咨询行业SWOT分析

- 1、管理咨询行业优势分析
- 2、管理咨询行业劣势分析
- 3、管理咨询行业机会分析
- 4、管理咨询行业威胁分析

第二节 管理咨询行业竞争格局综述

一、管理咨询行业竞争概况

- 1、管理咨询行业竞争格局
- 2、管理咨询业未来竞争格局和特点
- 3、管理咨询市场进入及竞争对手分析

二、管理咨询行业竞争力分析

- 1、管理咨询行业竞争力剖析
- 2、管理咨询企业市场竞争的优势
- 3、国内管理咨询企业竞争能力提升途径

三、管理咨询（服务）竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价

2、竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第十一章 管理咨询行业重点企业分析

第一节 智睿咨询有限公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第二节 合益集团

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第三节 凯洛格（北京）管理咨询公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第四节 中国国际技术智力合作公司

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第五节 北大纵横管理咨询集团

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第六节 正略钧策管理咨询

一、公司发展概况

二、市场定位情况

三、公司竞争优势分析

四、企业经营状况分析

五、主要经营数据指标

六、公司发展战略与规划

第五部分 管理咨询行业发展前景展望

第十二章 2016-2022年管理咨询行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年中国管理咨询行业未来发展预测分析

一、中国管理咨询行业发展方向及投资机会分析

二、2016-2022年中国管理咨询行业发展规模分析

三、管理咨询行业“十三五”整体规划及预测

第二节 2016-2022年中国管理咨询行业供需预测

一、2016-2022年中国管理咨询行业供给预测

二、2016-2022年中国管理咨询行业需求预测

第十三章 2016-2022年中国管理咨询行业投资风险预警

第一节 管理咨询风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 中国管理咨询行业存在问题分析

一、中国管理咨询行业存在问题分析

二、中国管理咨询业未来发展的对策

第三节 针对管理咨询不同企业的投资建议

一、管理咨询总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 管理咨询投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第六部分 管理咨询行业发展策略与建议

第十四章 2016-2022年中国管理咨询行业发展策略及投资建议

第一节 管理咨询企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 管理咨询企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 管理咨询企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 管理咨询企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/185205.html>