

2021-2027年中国设计咨询 行业前景展望与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国设计咨询行业前景展望与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202012/198982.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

工程设计领域是一个具有较高进入壁垒的行业。一方面，要开展业务首先要获得严格的资质认证，一共有四大类 21 个行业 155 个专业及 8 个专项资质，每个资质又分为甲、乙、丙、丁等不同等级，不同等级的资质对企业的人力规模和业务规模有不同的标准要求，新进入的企业很难在短时间内获取到高等级的资质，低资质的企业业务规模也受到限制。

从设计咨询行业的毛利率和净利率水平来看，其高盈利能力表现更为明显。2017 年，设计咨询上市企业毛利率为 37.48%，同比提升 0.04pct，高出建筑行业平均水平 25.76pct，高出 A 股上市公司平均水平 19.01pct；净利率为 14.62%，同比提升 0.48pct，高出建筑行业平均水平 10.99pct，高出 A 股上市公司平均水平 4.80pct。设计咨询企业毛利率和净利率均稳中有升，设计咨询企业毛利率和净利率远高于平均水平。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国设计咨询行业前景展望与市场运营趋势报告》共二十二章。首先介绍了中国设计咨询行业市场发展环境、设计咨询整体运行态势等，接着分析了中国设计咨询行业市场运行的现状，然后介绍了设计咨询市场竞争格局。随后，报告对设计咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国设计咨询行业发展趋势与投资预测。若您想对设计咨询产业有个系统的了解或者想投资中国设计咨询行业，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 产品定义与分类

第一节 产品定义

第二节 产品分类

第三节 产品用途

第二章 产业发展现状

第一节 设计咨询产业现状概述

第二节 设计咨询行业所处生命周期

第三节 设计咨询行业政策环境

一、国内政策（国家及地方相关的标准、规定以及可能得到的政策与资金扶持等）

二、国外政策

1、产品政策

2、贸易保护政策

第三章 2014-2019年全球设计咨询所属行业运行态势分析

第一节 2014-2019年全球经济运行情况分析

第二节 2014-2019年全球设计咨询市场发展概况

第三节 2014-2019年全球设计咨询行业总体产能规模

一、全球设计咨询产业总体产能规模

二、全球设计咨询行业生产区域分布

第四节 全球设计咨询产量分析

第五节 全球设计咨询市场销售量分析

第六节 全球设计咨询市场销售额分析

第七节 全球设计咨询市场需求分析

第八节 全球设计咨询行业供需平衡状况分析

一、设计咨询行业供需平衡现状

二、影响行业供需平衡的因素分析

第九节 设计咨询市场主要国家和地区发展概况

第四章 中国设计咨询所属行业市场现状分析

第一节 2014-2019年中国设计咨询市场发展概况

第二节 2014-2019年中国设计咨询行业总体产能规模

一、设计咨询产业总体产能规模

二、设计咨询行业生产区域分布

第三节 中国设计咨询产量分析

第四节 中国设计咨询市场销售量分析

第五节 中国设计咨询市场销售额分析

第六节 中国设计咨询市场需求分析

第七节 行业供需平衡状况分析

一、设计咨询行业供需平衡现状

二、影响行业供需平衡的因素分析

第五章 设计咨询主要品牌分析

第一节 设计咨询品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第六章 设计咨询市场价格走势及影响因素分析

第一节 2014-2019年市场价格走势

第二节 市场价格地区分布与主要影响因素

一、市场价格地区分布

二、市场价格区域性影响因素分析

第三节 2021-2027年市场价格预测

第七章 2014-2019年中国设计咨询所属行业市场环境分析

第一节 2014-2019年中国经济运行情况分析

第二节 设计咨询行业政策环境分析

一、设计咨询行业管理体制分析

二、设计咨询行业相关标准分析

第三节 设计咨询行业技术环境分析

一、设计咨询行业技术水平现状

二、设计咨询行业专利技术分析

1、设计咨询行业专利申请数分析

2、设计咨询行业专利公开数量变化情况

3、设计咨询行业专利申请人分析

4、设计咨询行业热门技术分析

第八章 我国设计咨询行业整体运行指标分析

第一节 2014-2019年中国设计咨询行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2019年中国设计咨询制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2014-2019年中国设计咨询行业产销情况分析

一、我国设计咨询行业工业总产值

二、我国设计咨询行业工业销售产值

三、我国设计咨询行业产销率

第四节 2014-2019年中国设计咨询行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国设计咨询行业销售利润率

2、我国设计咨询行业成本费用利润率

3、我国设计咨询行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国设计咨询行业资产负债比率

2、我国设计咨询行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国设计咨询行业应收帐款周转率

2、我国设计咨询行业总资产周转率

3、我国设计咨询行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国设计咨询行业总资产增长率

2、我国设计咨询行业利润总额增长率

3、我国设计咨询行业主营业务收入增长率

近几年，设计咨询企业经营现金流持续保持净流入，每年的经营现金流净额水平基本与净利润水平持平，且占营收的比重较为平稳。设计咨询企业经营现金流持续为正，每年的净额接近净利润水平

4、我国设计咨询行业资本保值增值率

第九章 设计咨询市场发展特点分析

第一节 市场周期性、季节性等特点

第二节 市场壁垒

一、市场进入门槛

二、市场成长门槛

三、市场壁垒预测

第三节 市场发展优劣势分析

一、市场发展优势分析

二、市场发展劣势分析

第四节 市场竞争程度

一、市场集中度

二、市场竞争类型

三、重点企业市场份额分析

第十章 中国设计咨询行业进出口数据分析

第一节 进口市场分析

一、设计咨询产品进口产品结构

二、设计咨询产品进口地域格局

三、2014-2019年进口数量与金额统计

第二节 出口市场分析

一、设计咨询产品出口产品结构

二、设计咨询产品出口地域格局

三、2014-2019年出口数量与金额统计

第三节 进出口政策

第四节 未来设计咨询行业进出口趋势预测

一、2021-2027年设计咨询进口数量与金额预测

二、2021-2027年中国设计咨询出口数量与金额预测

第十一章 2014-2019年中国设计咨询市场重点区域运行分析

第一节 2014-2019年华东地区设计咨询市场运行情况

一、华东地区设计咨询市场规模

二、华东地区设计咨询市场特点

三、华东地区设计咨询市场潜力分析

第二节 2014-2019年华南地区设计咨询市场运行情况

- 一、华南地区设计咨询市场规模
- 二、华南地区设计咨询市场特点
- 三、华南地区设计咨询市场潜力分析

第三节 2014-2019年华中地区设计咨询市场运行情况

- 一、华中地区设计咨询市场规模
- 二、华中地区设计咨询市场特点
- 三、华中地区设计咨询市场潜力分析

第四节 2014-2019年华北地区设计咨询市场运行情况

- 一、华北地区设计咨询市场规模
- 二、华北地区设计咨询市场特点
- 三、华北地区设计咨询市场潜力分析

第五节 2014-2019年西北地区设计咨询市场运行情况

- 一、西北地区设计咨询市场规模
- 二、西北地区设计咨询市场特点
- 三、西北地区设计咨询市场潜力分析

第六节 2014-2019年西南地区设计咨询市场运行情况

- 一、西南地区设计咨询市场规模
- 二、西南地区设计咨询市场特点
- 三、西南地区设计咨询市场潜力分析

第七节 2014-2019年东北地区设计咨询市场运行情况

- 一、东北地区设计咨询市场规模
- 二、东北地区设计咨询市场特点
- 三、东北地区设计咨询市场潜力分析

第十二章 设计咨询产品主要生产企业分析

第一节 中国建筑

- 一、公司基本情况
- 二、公司主要财务指标分析
- 三、公司投资情况
- 四、公司未来战略分析

第二节 勘设股份

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 中国中冶

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 中设集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 其他

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十三章 设计咨询细分产品市场分析

第一节 细分产品特色

第二节 细分产品市场规模及增速

第三节 2021-2027年细分产品市场规模及增速预测

第四节 重点细分产品市场前景预测

第十四章 设计咨询行业上下游产业分析

第一节 设计咨询产业结构分析

第二节 上游产业分析

一、行业现状

二、市场现状分析

三、发展趋势预测

四、行业竞争状况及其对设计咨询行业的意义

第三节 下游产业分析

一、行业现状

二、市场现状分析

三、发展趋势预测

四、行业最新动态及其对设计咨询行业的影响

五、行业竞争状况及其对设计咨询行业的意义

六、产业结构调整方向分析

第十五章 市场替代品互补产品分析

第一节 产品替代品分析

一、替代品种类

二、替代品对设计咨询行业的影响

三、替代品发展趋势

第二节 产品互补品分析

一、互补品种类

二、互补品对设计咨询行业的影响

三、互补品发展趋势

第十六章 市场热点深度分析

第一节 市场产业链分析及延长策略

第二节 转变经济增长结构对市场影响

第三节 低碳循环经济对市场发展影响

第四节 市场“十三五”发展规划要点

第五节 国家区域协调发展规划对市场发展影响

第六节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十七章 设计咨询行业发展趋势分析

第一节 设计咨询行业政策趋向

第二节 2021-2027年我国设计咨询行业趋势分析

一、2021-2027年我国设计咨询行业技术发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2021-2027年我国设计咨询行业市场发展空间

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十八章 2021-2027年中国设计咨询市场发展前景预测分析

第一节 2021-2027年设计咨询市场发展前景

第二节 2021-2027年设计咨询市场规模预测

第三节 2021-2027年我国设计咨询行业价格走势分析

第四节 2021-2027年中国设计咨询行业供需预测

一、2021-2027年中国设计咨询行业供给预测

二、2021-2027年中国设计咨询行业需求预测

三、2021-2027年中国设计咨询行业供需平衡预测

第五节 2021-2027年中国设计咨询行业前景展望分析

一、产业振兴规划对行业的影响分析

二、基础设施建设猛增带给行业的机遇分析

三、设计咨询迎来政策发展机遇

第六节、设计咨询行业竞争格局展望

第十九章 市场销售渠道及客户群研究

第一节 市场销售渠道结构

第二节 市场营销渠道建立策略

一、大客户直供销售渠道建立策略

二、网络经销渠道优化

三、渠道经销管理问题

第三节 设计咨询主要客户群分析

一、客户群消费特征分析

二、客户群稳定性分析

三、客户群消费趋势

第二十章 2021-2027年设计咨询行业投资机会与风险防范

第一节 2021-2027年中国设计咨询制造行业的投资风险

一、市场风险

二、政策风险

三、技术风险

四、行业进入、退出壁垒风险

五、部分产品产能过剩潜在风险

第二节 设计咨询行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、设计咨询行业投资现状分析

第三节 2021-2027年设计咨询行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、设计咨询行业投资机遇

第四节 2021-2027年设计咨询行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第二十一章 设计咨询行业发展战略研究

第一节 设计咨询行业发展战略研究

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

第二节 对我国设计咨询品牌的战略思考

一、设计咨询品牌的重要性

二、设计咨询实施品牌战略的意义

三、设计咨询企业品牌的现状分析

四、我国设计咨询企业的品牌战略

五、设计咨询品牌战略管理的策略

第三节 设计咨询经营策略分析

一、设计咨询市场细分策略

二、设计咨询市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、设计咨询新产品差异化战略

第四节 设计咨询行业投资战略研究

一、2021-2027年设计咨询行业投资战略

二、2021-2027年细分行业投资战略

第二十二章 研究结论及投资建议

第一节 设计咨询行业研究结论及建议

第二节 设计咨询行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

第三节 2021-2027年中国设计咨询制造行业的投资建议

一、中国设计咨询制造行业的重点投资区域

二、中国设计咨询制造行业的重点投资产品

图表目录：

图表-1：2014-2019年全球设计咨询行业产能统计

图表-2：2014-2019年全球设计咨询行业产量统计

图表-3：部分国家设计咨询销售额和价格

图表-4：2014-2019年欧洲设计咨询市场规模分析

图表-5：2021-2027年欧洲设计咨询市场前景预测

图表-6：2014-2019年北美设计咨询市场规模分析

图表-7：2021-2027年北美设计咨询市场前景预测

图表-8：2014-2019年日本设计咨询市场规模分析

图表-9：2021-2027年日本设计咨询市场前景预测

图表-10：2014-2019年韩国设计咨询市场规模分析

图表-11：2021-2027年韩国设计咨询市场前景预测

图表-12：2021-2027年全球设计咨询行业产能预测分析

图表-13：2021-2027年全球设计咨询行业产量预测分析

图表-14：大中小微企业划分标准

图表-15：2019年中国设计咨询行业企业数量结构分析

图表-16：2019年中国设计咨询行业人员规模状况分析

图表-17：2014-2019年中国设计咨询行业资产规模分析

图表-18：2014-2019年中国设计咨询行业市场规模分析

图表-19：2014-2019年中国设计咨询行业产能统计分析

图表-20：2014-2019年中国设计咨询产品产量统计分析

图表-21：2014-2019年中国设计咨询产品销量统计分析

图表-22：2014-2019年中国国内生产总值统计分析

图表-23：2014-2019年中国社会消费品零售总额统计

图表-24：2014-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表-25：2014-2019年中国固定资产投资额统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198982.html>