

2022-2028年中国工程设计 咨询市场深度评估与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国工程设计咨询市场深度评估与投资潜力分析报告》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/202204/286255.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

工程设计咨询是一个新兴产业,是由工程设计顾问组成的团体,对各阶段设计过程中的关键技术经济问题组织研讨,提出咨询意见。

2019年营收与业绩增速放缓,2020Q1盈利相对有韧性。2019年设计咨询板块营收/业绩分别增长7.2%/10.8%,较2018年分别下降13.3/10.4个pct,主要系:1)2019年基建投资低位徘徊、未能实现明显加速;2)临近“十三五”末期,设计周期可能经历真空期;3)龙头公司基数较大、增速存在自然放缓的压力。基建设计规划板块营收及业绩延续此前放缓趋势。2020Q1设计板块营收及业绩分别下滑14.0%/35.5%,由于设计业务轻资产且较多环节可居家完成的特征,盈利下降幅度在各子板块中相对较小。展望2020年,基建稳增长政策持续加力,基建设计公司位于产业链最前端有望率先受益,今年有望提前启动一批符合“十四五”规划方向的重大项目,届时基建设计公司有望率先反应,全年基建设计公司有望加快增长。

基建设计龙头展现优异成长性。2019年设计板块收入增速排名前三的为设研院、建研院、合诚股份;业绩增速排名前三的分别为启迪设计、中设集团、建研院,基建设计中设集团实现持续较快增长。其中:1)中设集团2019年营收同比增长12%,其中设计规划类核心业务同比加快增长22%;业绩同比增长31%,自2016年至今已连续4年保持业绩30%以上的较快增速,展现优异成长性。2)苏交科2019年营收同比下降15%,主要系出售TestAmerica及减少工程承包业务影响所致,扣非后业绩大幅增长37%,扣非业绩增长较快主要系2018年公司出售TestAmerica实现股权处臵收益6832万,上年非经常收益较多所致,整体看核心业务增长较为稳健。2020Q1设计板块收入增速排名前三的为建科院、启迪设计、建研院;业绩增速排名前三的分别为建科院、勘设股份、中衡设计,房建设计公司增长相对较为稳健、基建设计公司中勘设股份盈利展现较好韧性。设计咨询板块收入速表(累计值)设计咨询板块业绩增速表(累计值)

中企顾问网发布的《2022-2028年中国工程设计咨询市场深度评估与投资潜力分析报告》共十三章。首先介绍了中国工程设计咨询行业市场发展环境、工程设计咨询整体运行态势等,接着分析了中国工程设计咨询行业市场运行的现状,然后介绍了工程设计咨询市场竞争格局。随后,报告对工程设计咨询做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国工程设计咨询行业发展趋势与投资预测。您若想对工程设计咨询产业有个系统的了解或者想投资中国工程设计咨询行业,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：

第一部分 行业发展分析

第一章 工程设计咨询行业相关概述

第一节 工程设计咨询行业定义及分类

一、行业界定

二、行业细分

三、研究原则

第二节 工程设计咨询行业发展历程与地位

一、行业发展历程

二、行业在国家经济中的地位

三、行业当前所处发展阶段(历史、企业、产品结构)

第三节 工程设计咨询行业发展特性

一、行业产业特性(增长型/周期型/防守型)

二、国家对该行业的基本政策

三、当前市场容量和消费概况

四、行业金融特性分析

五、产业价值链特征

六、行业技术特征

七、产业关联性特征

八、行业周期特征分析

第四节 中国工程设计咨询行业驱动力分析

一、关键成功因素

二、产业吸引力

三、行业发展空间

第二章 2015-2019年国外工程设计咨询所属行业发展情况分析

第一节 国际工程设计咨询行业发展情况分析

一、国际工程设计咨询行业发展现状分析

二、国际工程设计咨询行业发展最新动态分析

三、国际工程设计咨询行业发展趋势分析

第二节 主要国家和地区行业发展情况分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、其他国家和地区

第三章 2015-2019年我国工程设计咨询所属行业发展现状分析

第一节 工程设计咨询行业发展基本情况

一、我国工程设计咨询行业发展现状分析 2019年毛利率有所提升，现金流大幅改善；2020Q1疫情下盈利能力短期有所下滑。2019年设计板块毛利率较2018年提升0.8个pct，其中：1）中设集团毛利率提升5.0个pct至31.2%，主要系低利润率EPC业务占比下降，以及部分研发支出从成本项归为研发费用所致。2）苏交科毛利率显著提升7.1个pct至38.3%，主要系高毛利的勘察设计与综合检测业务占比有所提升，上年同期工程承包及项目管理业务毛利率处于较低水平，2019年大幅回升至正常水平所致。2019年板块整体税金占收入比小幅提升0.01个pct，期间费用率下降0.4个pct，行业费用率控制能力较强。资产减值占收入比与去年持平。净利率为11.70%，提升0.39个pct。2019年经营性现金流明显改善，收现比提升0.3个pct，现金流明显改善主要系行业内公司普遍加强审计收款，同时国家清理民因企业欠款政策持续推进所致。负债率有所提升，存货和应收账款周转率有所回落。2020Q1设计板块毛利率为29.0%，同比下降1.7个pct。三项费用率上升1.8个pct，主要因管理费用率大幅提升。负债率继续有所提升，周转率则延续回落趋势。

设计咨询板块财务数据分析（累计值）

不过近期调研反馈看，三月至今基金设计订单开始大幅好转，Q1设计板块盈利增速大概率为全年低点，后续季度有望逐季加快，基建加力趋势下全年仍有望实现稳健增长。

二、我国工程设计咨询行业市场特点分析

三、我国工程设计咨询行业技术发展状况

第二节 2015-2019年行业总体运行情况

一、总体生产情况

二、总体销售情况

三、企业总体经营情况

四、总体进出口情况

五、固定资产投资完成情况分析

六、上下游行业的相关影响

七、本季度行业景气现状及走势预测

第三节 2015-2019年行业热点或焦点问题

第四节 2015-2019年中国工程设计咨询行业存在的问题与风险分析

一、工程设计咨询行业发展面临的困境

二、工程设计咨询行业发展面临的制约

三、工程设计咨询行业发展存在的问题

四、工程设计咨询行业发展存在的风险

第四章 2020年新型冠状病毒对工程设计咨询行业的影响及应对策略

第一节 新型冠状病毒的定义和危害

一、新型冠状病毒定义

二、新型冠状病毒危害

第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

一、全国疫情爆发情况

二、全球疫情发展变化趋势

三、未来疫情发展变化趋势

第三节 新冠肺炎疫情全球蔓延下中国面临的风险、挑战和机遇

一、经济保增长和优化结构面临双重挑战

二、行业发展的挑战和机遇

三、我国产业链发展面临的风险与机遇

四、疫情蔓延对我国金融市场的影响和机遇

五、逆全球化风险与推进全球化机遇

六、应对措施

第四节 新型冠状病毒对工程设计咨询行业的影响

一、对企业经营的影响

二、企业对政府支持政策对需求和政策落实情况

三、对生产的影响

四、疫情对企业经营发展影响的问卷调查

五、新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

第六节 新型冠状病毒对工程设计咨询的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

第七节 中国工程设计咨询行业应对疫情采取的策略建议

一、企业将面对的四大具体问题及措施

二、应对疫情采取的策略建议

(一)成立疫情危机处理项目团队

(二)开源节流，现金流第一位

(三)企业文化是基石

(四)围绕客户需求积极开拓新业务

(五)积极寻求外部资源支持——利用好各类金融工具

(六)积极寻求外部资源支持——设立专项小组跟踪政策进度

(七)在确保防控疫情前提下尽快复工复产

(八)注重企业风险管理，妥善处理好各方面关系，确保企业可持续发展

(九)注重线下与线上结合

(十)适应形势变化，尽早抢占新产业新市场高地

(十一)通过深化改革优化资源配置，推进企业创新发展

三、应对疫情采取的市场战略

(一)把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

(二)终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

(三)品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

(四)供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动产能恢复

(五)疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行

第二部分 行业竞争格局分析

第五章 2015-2019年行业竞争格局分析

第一节 中国工程设计咨询行业波特竞争模型分析

一、行业原有竞争者分析

二、潜在竞争者分析

三、替代者分析

四、消费者讨价还价能力分析

五、供应者讨价还价能力分析

第二节 我国工程设计咨询行业竞争格局分析

第三节 我国工程设计咨询产业集中度分析

一、我国工程设计咨询行业生产集中度现状

二、我国工程设计咨询行业生产集中度变化趋势

三、提高我国工程设计咨询产业集中度的益处分析

第四节 我国工程设计咨询企业竞争行为分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争方式

四、竞争形态

五、竞争结果：由此消彼长转向双赢

第五节 我国工程设计咨询市场竞争趋势分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争形态

四、竞争方式

五、竞争结果

第六章 主要企业竞争格局分析

第一节 中国建筑

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节 勘设股份

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 中国中冶

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 中设集团

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 其他

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业财务数据分析

四、企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三部分 行业发展环境分析

第七章 “十四五”期间工程设计咨询行业发展环境分析

第一节 国际宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行情况分析

二、国际宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行情况分析

二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

一、宏观政策环境分析

二、行业内主要政策及影响分析

第四节 社会环境对工程设计咨询行业影响分析

第八章 “十四五”期间产业链发展分析及其影响

第一节 上游行业发展分析及其影响

第二节 相关行业发展分析及其影响

第三节 下游行业发展分析及其影响

第四部分 行业发展趋势与战略探讨

第九章 中国工程设计咨询行业演变及影响因素研究

第一节 中国工程设计咨询行业演变分析

一、行业的演化

二、行业内部结构演变(合并，重组)

三、行业外部边界变化(转化为新行业或消亡)

第二节 影响及驱动工程设计咨询行业未来演化的主要因素分析

一、产品革新

二、技术创新

三、营销革新

四、服务创新

五、政府政策的变化

六、产品使用方式的变化

七、成本和效益的变化

八、规模的扩展和缩减

九、技术秘密的转移扩散

十、行业日益全球化

十一、临近行业内的结构变化

十二、生活态度和方式的变化

十三、新企业的进入或退出(大企业、新锐企业)

十四、行业增长的长期变化(人口、需求、替代、辅助产品)

十五、消费习惯改变、购买者偏好的变化、买主市场面的变化(潜在买主)

十六、疑难问题的减少(进入壁垒降低)，专有知识和技术的传播(专利公开)，经验的积累

第十章 “十四五”期间工程设计咨询行业发展趋势预测

第一节 “十四五”期间影响工程设计咨询行业发展的主要因素

一、影响工程设计咨询行业运行的几种有利因素

二、影响工程设计咨询行业运行的几种稳定因素

三、影响工程设计咨询行业运行的几种不利因素

第二节 “十四五”期间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

第三节 “十四五”期间工程设计咨询行业发展预测

一、产业政策趋向

二、技术革新趋势

三、未来市场走势

四、工程设计咨询价格问题及趋势预测

五、国际环境对国内工程设计咨询行业的影响

第四节 “十四五”期间我国工程设计咨询生产能力与产量预测

一、对工程设计咨询生产能力的预测

二、我国未来工程设计咨询产量预测

第五节 “十四五”期间我国工程设计咨询需求与消费预测

一、工程设计咨询消费需求综述

二、工程设计咨询消费需求分析预测

第十一章 “十四五”期间工程设计咨询行业发展战略探讨

第一节 常见的关键成功因素分析

第一节 “十四五”期间工程设计咨询行业发展战略

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 “十四五”期间企业品牌发展战略

一、工程设计咨询品牌的重要性

二、工程设计咨询实施品牌战略的意义

三、工程设计咨询企业品牌的现状分析

四、我国工程设计咨询企业的品牌战略

五、工程设计咨询品牌战略管理的策略

第四节 “十四五”期间企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、国际化策略

第二节 “十四五”期间提升工程设计咨询行业竞争力的建议

第三节 “十四五”期间国外先进经验对我国的借鉴

第五部分 行业投资策略及风险防范措施

第十二章 “十四五”期间工程设计咨询行业投资策略探讨

第一节 工程设计咨询行业投资特性分析

一、工程设计咨询行业进入壁垒分析

二、工程设计咨询行业盈利因素分析

三、工程设计咨询行业盈利模式分析

第一节 “十四五”期间工程设计咨询行业投资环境

一、政策环境

二、技术环境

三、市场环境

第二节 “十四五”期间工程设计咨询行业投资状况分析

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、工程设计咨询行业投资机遇

五、工程设计咨询行业投资战略研究

第三节 “十四五”期间工程设计咨询行业投资方向及建议

一、产业发展的空白点分析

二、投资回报率比较高的投资方向

三、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 “十四五”期间工程设计咨询行业投资风险及防范措施（）

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

一、宏观经济环境

二、宏观调控政策

三、汇率变化风险

第二节 政策风险

一、重点政策汇总

二、重点政策及重大事件分析

三、政策未来发展趋势

第三节 上下游风险分析及提示

一、上游行业风险分析与提示

二、下游行业风险分析与提示

三、其它关联行业风险分析与提示

第四节 行业市场风险分析及提示

一、市场竞争风险分析与提示

二、市场供需风险分析与提示

三、市场价格风险分析与提示

第五节 经营风险

一、投标报价风险

二、垫资风险

三、合同管理风险

四、债权债务风险

五、兼并重组风险

第六节 其他风险

一、技术风险

二、成本风险

三、法律风险

四、境外业务风险

五、区域风险

六、自然风险（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286255.html>