

# 2022-2028年中国管理咨询 行业发展趋势与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国管理咨询行业发展趋势与市场全景评估报告》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/202203/274396.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

管理咨询是帮助企业 and 企业家，通过解决管理和经营问题，鉴别和抓住新机会，强化学习和实施变革以实现企业目标的一种独立的、专业性咨询服务。按照企业管理的不同层面，管理咨询可以分为投融资咨询、财务会计咨询、税务咨询、市场营销咨询、人力资源咨询、生产管理咨询、创业咨询、业务流程重组和信息化咨询等。企业通过管理咨询可以达到降低生产成本、提高产品质量和生产效率，完成定制、优化人才引进培养机制，实现走创新性企业发展路线，从而提升企业的总体竞争力和可持续发展能力。

最早的管理咨询出现在美国，当时的主要目的是帮助制造业企业提高生产率和作业效率。我国的管理咨询行业始于上世纪70年代末，初期的管理咨询工作与政府机构的任务紧密相关，具有“官办咨询”的特征，咨询机构多是社科院、科协系统和大专院校筹办的非独立咨询机构。20世纪90年代，随着中国市场的进一步开放，麦肯锡、罗兰贝格、盖洛普等跨国咨询公司全面进入中国市场，带动了我国管理咨询向职业化、规范化方向的发展。

近年来，我国管理咨询行业企业家数和市场规模呈现快速增长态势。截至2018年，我国管理咨询行业企业数量约为3.7万家。行业企业主要分布在东部经济发达地区，中西部地区企业数量较少。2018年我国管理咨询行业市场规模约1,894亿元，相比2017年增长了8.11%

。2015-2022年中国管理咨询行业市场规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国管理咨询行业发展趋势与市场全景评估报告》共十四章。首先介绍了管理咨询行业市场发展环境、管理咨询整体运行态势等，接着分析了管理咨询行业市场运行的现状，然后介绍了管理咨询市场竞争格局。随后，报告对管理咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了管理咨询行业发展趋势与投资预测。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发展综述

1.1管理咨询行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

- 1.1.3行业主要商业模式
- 1.2管理咨询行业特征分析
  - 1.2.1产业链分析
  - 1.2.2管理咨询行业在国民经济中的地位
  - 1.2.3管理咨询行业生命周期分析
    - (1) 行业生命周期理论基础
    - (2) 管理咨询行业生命周期
- 1.3最近3-5年中国管理咨询行业经济指标分析
  - 1.3.1赢利性
  - 1.3.2成长速度
  - 1.3.3附加值的提升空间
  - 1.3.4进入壁垒 / 退出机制
  - 1.3.5风险性
  - 1.3.6行业周期
  - 1.3.7竞争激烈程度指标
  - 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章管理咨询行业运行环境分析

- 2.1管理咨询行业政治法律环境分析
  - 2.1.1行业管理体制分析
  - 2.1.2行业主要法律法规
  - 2.1.3行业相关发展规划
- 2.2管理咨询行业经济环境分析
  - 2.2.1国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3产业宏观经济环境分析
- 2.3管理咨询行业社会环境分析
  - 2.3.1管理咨询产业社会环境
  - 2.3.2社会环境对行业的影响
  - 2.3.3管理咨询产业发展对社会发展的影响
- 2.4管理咨询行业技术环境分析
  - 2.4.1管理咨询技术分析

2.4.2管理咨询技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

### 第三章我国管理咨询所属行业运行分析

3.1我国管理咨询行业发展状况分析

3.1.1我国管理咨询行业发展阶段

3.1.2我国管理咨询行业发展总体概况

3.1.3我国管理咨询行业发展特点分析

3.22015-2019年管理咨询行业发展现状

3.2.12015-2019年我国管理咨询行业市场规模

3.2.22015-2019年我国管理咨询行业发展分析

3.2.32015-2019年中国管理咨询企业发展分析

3.3区域市场分析

3.3.1区域市场分布总体情况

3.3.22015-2019年重点省市市场分析

3.4管理咨询细分产品/服务市场分析

3.4.1细分产品/服务特色

3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

3.5管理咨询产品/服务价格分析

3.5.12015-2019年管理咨询价格走势

3.5.2影响管理咨询价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.32022-2028年管理咨询产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要管理咨询企业价位及价格策略

### 第四章我国管理咨询所属行业整体运行指标分析

4.12015-2019年中国管理咨询所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

- 4.1.2人员规模状况分析
- 4.1.3所属行业资产规模分析
- 4.1.4行业市场规模分析
- 4.22015-2019年中国管理咨询所属行业产销情况分析
- 4.2.1我国管理咨询所属行业工业总产值
- 4.2.2我国管理咨询所属行业工业销售产值
- 4.2.3我国管理咨询所属行业产销率
- 4.32015-2019年中国管理咨询所属行业财务指标总体分析
- 4.3.1所属行业盈利能力分析
- 4.3.2所属行业偿债能力分析
- 4.3.3行业营运能力分析
- 4.3.4行业发展能力分析

## 第五章我国管理咨询行业供需形势分析

- 5.1管理咨询行业供给分析
- 5.1.12015-2019年管理咨询行业供给分析
- 5.1.22022-2028年管理咨询行业供给变化趋势
- 5.1.3管理咨询行业区域供给分析
- 5.22015-2019年我国管理咨询行业需求情况
- 5.2.1管理咨询行业需求市场
- 5.2.2管理咨询行业客户结构
- 5.2.3管理咨询行业需求的地区差异
- 5.3管理咨询市场应用及需求预测
- 5.3.1管理咨询应用市场总体需求分析
  - (1) 管理咨询应用市场需求特征
  - (2) 管理咨询应用市场需求总规模
- 5.3.22022-2028年管理咨询行业领域需求量预测
  - (1) 2022-2028年管理咨询行业领域需求产品/服务功能预测
  - (2) 2022-2028年管理咨询行业领域需求产品/服务市场格局预测
- 5.3.3重点行业管理咨询产品/服务需求分析预测

## 第六章管理咨询行业产业结构分析

## 6.1管理咨询产业结构分析

### 6.1.1市场细分充分程度分析

### 6.1.2各细分市场领先企业排名

### 6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

### 6.1.4领先企业的结构分析（所有制结构）

## 6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

### 6.2.1产业价值链的构成

### 6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

## 6.3产业结构发展预测

### 6.3.1产业结构调整指导政策分析

### 6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

### 6.3.3中国管理咨询行业参与国际竞争的战略市场定位

### 6.3.4产业结构调整方向分析

## 第七章我国管理咨询行业产业链分析

### 7.1管理咨询行业产业链分析

#### 7.1.1产业链结构分析

#### 7.1.2主要环节的增值空间

#### 7.1.3与上下游行业之间的关联性

### 7.2管理咨询上游行业分析

#### 7.2.1管理咨询产品成本构成

#### 7.2.22015-2019年上游行业发展现状

#### 7.2.32022-2028年上游行业发展趋势

#### 7.2.4上游供给对管理咨询行业的影响

### 7.3管理咨询下游行业分析

#### 7.3.1管理咨询下游行业分布

#### 7.3.22015-2019年下游行业发展现状

#### 7.3.32022-2028年下游行业发展趋势

#### 7.3.4下游需求对管理咨询行业的影响

## 第八章我国管理咨询行业渠道分析及策略

### 8.1管理咨询行业渠道分析

- 8.1.1渠道形式及对比
- 8.1.2各类渠道对管理咨询行业的影响
- 8.1.3主要管理咨询企业渠道策略研究
- 8.1.4各区域主要代理商情况
- 8.2管理咨询行业用户分析
  - 8.2.1用户认知程度分析
  - 8.2.2用户需求特点分析
  - 8.2.3用户购买途径分析
- 8.3管理咨询行业营销策略分析
  - 8.3.1中国管理咨询营销概况
  - 8.3.2管理咨询营销策略探讨
  - 8.3.3管理咨询营销发展趋势

## 第九章我国管理咨询行业竞争形势及策略

- 9.1行业总体市场竞争状况分析
  - 9.1.1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
  - 9.1.2管理咨询行业企业间竞争格局分析
  - 9.1.3管理咨询行业集中度分析
  - 9.1.4管理咨询行业SWOT分析
- 9.2中国管理咨询行业竞争格局综述
  - 9.2.1管理咨询行业竞争概况
    - (1) 中国管理咨询行业竞争格局
    - (2) 管理咨询行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
  - 9.2.2中国管理咨询行业竞争力分析
    - (1) 我国管理咨询行业竞争力剖析



(2) 我国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

### 9.2.3 管理咨询市场竞争策略分析

## 第十章 管理咨询行业领先企业经营形势分析

### 10.1 新华信正略钧策管理咨询公司

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 产品/服务特色

#### 10.1.4 公司经营状况

#### 10.1.5 公司发展规划

### 10.2 世纪纵横管理咨询集团

#### 10.2.1 企业概况

#### 10.2.2 企业优势分析

#### 10.2.3 产品/服务特色

#### 10.2.4 公司经营状况

#### 10.2.5 公司发展规划

### 10.3 广州君远管理咨询有限公司

#### 10.3.1 企业概况

#### 10.3.2 企业优势分析

#### 10.3.3 产品/服务特色

#### 10.3.4 公司经营状况

#### 10.3.5 公司发展规划

### 10.4 理实国际管理咨询集团

#### 10.4.1 企业概况

#### 10.4.2 企业优势分析

#### 10.4.3 产品/服务特色

#### 10.4.4 公司经营状况

#### 10.4.5 公司发展规划

### 10.5 汉普管理咨询公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

## 第十一章2022-2028年管理咨询行业投资前景

11.12022-2028年管理咨询市场发展前景

11.1.12022-2028年管理咨询市场发展潜力

11.1.22022-2028年管理咨询市场发展前景展望

11.1.32022-2028年管理咨询细分行业发展前景分析

11.22022-2028年管理咨询市场发展趋势预测

11.2.12022-2028年管理咨询行业发展趋势

11.2.22022-2028年管理咨询市场规模预测

11.2.32022-2028年管理咨询行业应用趋势预测

11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测

11.32022-2028年中国管理咨询行业供需预测

11.3.12022-2028年中国管理咨询行业供给预测

11.3.22022-2028年中国管理咨询行业需求预测

11.3.32022-2028年中国管理咨询供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章2022-2028年管理咨询行业投资机会与风险

12.1管理咨询行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.22022-2028年管理咨询行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

- 12.2.2细分市场投资机会
- 12.2.3重点区域投资机会
- 12.32022-2028年管理咨询行业投资风险及防范
- 12.3.1政策风险及防范
- 12.3.2技术风险及防范
- 12.3.3供求风险及防范
- 12.3.4宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5关联产业风险及防范
- 12.3.6产品结构风险及防范
- 12.3.7其他风险及防范

## 第十三章管理咨询行业投资战略研究

- 13.1管理咨询行业发展战略研究
  - 13.1.1战略综合规划
  - 13.1.2技术开发战略
  - 13.1.3业务组合战略
  - 13.1.4区域战略规划
  - 13.1.5产业战略规划
  - 13.1.6营销品牌战略
  - 13.1.7竞争战略规划
- 13.2对我国管理咨询品牌的战略思考
  - 13.2.1管理咨询品牌的重要性
  - 13.2.2管理咨询实施品牌战略的意义
  - 13.2.3管理咨询企业品牌的现状分析
  - 13.2.4我国管理咨询企业的品牌战略
  - 13.2.5管理咨询品牌战略管理的策略
- 13.3管理咨询经营策略分析
  - 13.3.1管理咨询市场细分策略
  - 13.3.2管理咨询市场创新策略
  - 13.3.3品牌定位与品类规划
  - 13.3.4管理咨询新产品差异化战略
- 13.4管理咨询行业投资战略研究

- 13.4.12019年管理咨询行业投资战略
- 13.4.22022-2028年管理咨询行业投资战略
- 13.4.32022-2028年细分行业投资战略

#### 第十四章研究结论及投资建议（ ）

- 14.1管理咨询行业研究结论
- 14.2管理咨询行业投资价值评估
- 14.3管理咨询行业投资建议
  - 14.3.1行业发展策略建议
  - 14.3.2行业投资方向建议
  - 14.3.3行业投资方式建议（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274396.html>