

# 2022-2028年中国管理培训 /商学院培训行业前景展望与产业竞争格局报告

## 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年中国管理培训/商学院培训行业前景展望与产业竞争格局报告》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/202201/261990.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

管理培训主要是指各种以提高企业及政府机构管理者组织管理技能为目的的教育活动。

使得企业负责人、团队领导人、职业经理人拥有更加优良的管理技能，使得公司更加高效的发展。管理培训可以帮助企业获得管理的方法，来改变企业经营和管理上的一些不足之处，企业经营是对人、财、物、信息等方面的一个集中管理，企业在发展，社会也在发展，知识、技能等方面都要发生变化，这也就需要管理培训来对企业进行指导。在当今中国，企业越来越注重管理培训，在很多大企业，每年都要花费百万、千万的高昂资金用于管理培训，以为企业的长远发展服务。中企顾问网发布的《2022-2028年中国管理培训/商学院培训行业前景展望与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了中国管理培训/商学院培训行业市场发展环境、管理培训/商学院培训整体运行态势等，接着分析了中国管理培训/商学院培训行业市场运行的现状，然后介绍了管理培训/商学院培训市场竞争格局。随后，报告对管理培训/商学院培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国管理培训/商学院培训行业发展趋势与投资预测。您若想对管理培训/商学院培训产业有个系统的了解或者想投资中国管理培训/商学院培训行业，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 中国管理培训/商学院培训产业运行整体综述第一节 中国管理培训/商学院培训市场研究背景分析第二节 中国管理培训/商学院培训市场研究意义第三节 中国管理培训/商学院培训的理论基础一、成人教育理论1、具有独立的、不断强化、自我指导的个性2、具有丰富多样，并且个性化的经验3、成人的学习目的明确，学习以及时、有用为取向，以解决问题为核心4、成人的学习能力并不随年龄的增长而明显下降，在某些方面还具有优势二、管理培训理论的发展1、基于学校教育的管理培训——MBA、EMBA、在职培训2、基于社会机构的管理培训——行业协会主办的培训及培训机构的业务3、基于企业的管理培训——企业内训、企业大学三、管理培训的必要性1、管理人员在组织中的地位日益提高2、角色的转变需要培训支持3、现代经营管理方式的要求4、管理人员的模范效应第二章 2019年中国管理培训/商学院培训行业发展环境深度研究第一节 2019年中国管理培训/商学院培训行业经济环境剖析一、经济发展现状分析二、当前经济运行中的主要问题三、未来经济运行分析与政策展望第二节 政治法律环境对管理培训的影响第三节 社会文化环境对管理培训的影响1、崇拜权力，等级制度观念较重2、讲究人际交往，关系网错综复杂3、跟风从众心理以及对权威的盲目崇拜4、中国企业习惯“你讲我

听”、事后“我行我素”，使管理培训流于形式5、急功近利、讲求使用的心态以及对管理培训重要性的短视

#### 第四节 技术环境对管理培训的影响

### 第三章 2019年中国管理培训/商学院培训行业市场竞争策略

#### 一、品牌化建设

#### 二、营销差异化

#### 1、定位的差异化

#### 2、服务的差异化

#### 3、目标群体的差异化

### 第四章 2019年中国管理培训/商学院培训产品营销组合策略

#### 一、产品组合策略

#### 二、价格策略

#### 三、促销策略

#### 四、渠道策略

#### 五、公关策略

#### 1、通过个人关系了解目标企业动态

#### 2、发展潜在客户

#### 3、充分利用媒体

#### 4、重视品牌建设

### 第五章 管理培训/商学院经营模式分析

#### 第一节 管理培训/商学院培训方式

#### 一、传统教育——讲授法

#### 二、案例教学

#### 三、角色扮演

#### 四、行为模拟

#### 五、小组讨论

#### 六、游戏培训

#### 第二节 管理培训发展中的问题

#### 一、培训机构滥竽充数

#### 二、品牌规模效益不明显

#### 三、培训课程缺乏针对性

#### 第三节 管理培训营销的盈利模式分析

#### 一、出售信仰或者理念

#### 二、会员学习卡模式

#### 三、资格证书模式

#### 四、游戏拓展模式

#### 五、现场考察模式

#### 六、激励表演模式

#### 七、音像出版模式

#### 八、个人魅力模式

#### 九、论坛俱乐部模式

#### 十、国外代理模式

#### 十一、高校MBA研修班模式

#### 十二、内训模式

#### 十三、网站模式

### 第六章 2019年中国管理培训/商学院培训市场营销的发展趋势预测分析

#### 第一节 管理培训的发展趋势预测分析

#### 一、中小培训中介机构逐渐退出市场，行业霸主渐行渐现

#### 二、国外培训机构更大规模、更深入地开拓中国市场

#### 三、自主研发将成为国内管理培训业的主流途径之一

#### 四、认证市场将趋于平淡，假认证逐渐退出江湖

#### 五、高端小班制开始登场唱主角

#### 第二节 管理培训营销运行的趋势预测分析

#### 一、品牌营销趋势预测分析

#### 二、价值营销趋势预测分析

#### 三、服务营销趋势预测分析

#### 四、管理诊断趋势预测分析

### 第七章 中国管理培训/商学院培训市场的现状及发展趋势预测分析

#### 第一节 中国管理培训/商学院培训市场的问题

#### 一、行业发展无序

#### 二、市场需求不稳定

#### 三、课程研发能力薄弱

#### 四、课程品质无标准难保证

#### 五、优秀师资匮乏，讲师管理机制不健全

#### 六、增值服务缺失

#### 七、销售方式落后盈利模式单一

#### 八、培训公司自身管理水平低下

#### 第二节 中国管理培训/商学院培训市场的提升策略

### 第八章 中国管理培训/商学院培训行业国际知名品牌企业综合竞争力考察

#### 第一节 重点企业（一）

#### 一、企业整体概况

#### 二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析

#### 三、市场策略分析

#### 四、综合竞争力研究

#### 第二节 重点企业（二）

#### 一、企业整体概况

#### 二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析

#### 三、市场策略分析

#### 四、综合竞争力研究

#### 五、未来发展规划

#### 第三节 重点企业（三）

#### 一、企业整体概况

#### 二、经营情况分析（一）企业偿债能力分析（二）企业运营能力分析（三）企业盈利能力分析

#### 三、市场策略分析

#### 四、综合竞争力研究

#### 五、未来发展规划

### 第九章 中国管理培训/商学院培训行业国内重点机构企业综合竞争力监测

#### 第一节 重点企业（四）

#### 一、企业基本调查

#### 二、经营情况分析

#### 三、市场策略剖析

#### 四、竞争力研究

#### 五、未来发展策略

#### 第二节 重点企业（五）

#### 一、企业基本调查

#### 二、经营情况分析

#### 三、市场策略剖析

#### 四、竞争力研究

#### 五、未来发展策略

#### 第三节 重点企业（六）

#### 一、企业基本调查

#### 二、经营情

况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第四节 重点企业（七）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究五、未来发展策略第五节 重点企业（八）一、企业基本调查二、经营情况分析三、市场策略剖析四、竞争力研究 第十章 培训机构面临的挑战和机遇第一节 中国管理培训/商学院培训市场发展的潜力第二节 中国管理培训/商学院培训市场超竞争第三节 中国管理培训/商学院培训市场竞争态势分析一、潜在进入者多二、顾客议价能力强三、行业内竞争环境分析四、培训供应商的议价能力很强五、替代产品很多 第十一章 2022-2028年中国管理培训/商学院培训行业市场展望第一节 实战、实效永远是核心要素一、有名企背景的高管将越来越受到欢迎二、传播国学理念的名师继续大行其道三、靠演技生存的培训师将步入衰落第二节 营销是生存和发展的根本，通过提供服务增加差异化一、自主研发将成为国内主流培训机构的重要途径二、国外培训机构将更深入地开拓中国市场三、精而专的培训机构将会越来越多第三节 各种方式并存且相互补充，管理培训市场逐渐增大一、讲授式课程在以知名院校和人脉圈的背景下保持现状调研二、教练技术将通过各种方式重新走上培训舞台三、E-learning、SNS等网络类学习方式将进入百花齐放阶段四、咨询式培训将大放异彩第四节 中小企业老板继续成为被营销的对象 第十二章 2019年中国管理培训/商学院培训行业未来发展形势预测分析（）第一节 2019年中国管理培训/商学院培训行业特点分析第二节 2019年中国管理培训/商学院培训行业现状综述第三节 2019年中国管理培训/商学院培训行业发展建议及对策 第十三章 2022-2028年中国管理培训/商学院培训行业投资潜力与未来前景预测分析第一节 2022-2028年中国管理培训/商学院培训行业投资价值研究第二节 2022-2028年中国管理培训/商学院培训行业投资机会分析（）第三节 投资建议点评 图表目录 图表 1 2015-2019年我国季度GDP增长率走势分析图 单位：% 图表 2 2015-2019年我国分产业季度GDP增长率走势分析图 单位：% 图表 3 2015-2019年我国工业增加值走势分析图 单位：% 图表 4 2015-2019年我国固定资产投资走势分析图 单位：% 图表 5 2015-2019年我国东、中、西部地区固定资产投资走势分析图 单位：% 图表 6 2015-2019年我国社会消费品零售总额走势分析图 单位：亿元，% 图表 7 2015-2019年我国社会消费品零售总额构成走势分析图 单位：% 图表 8 2015-2019年我国CPI、PPI走势分析图 单位：% 图表 9 2015-2019年我国企业商品价格指数走势分析图 单位：% 图表 10 2015-2019年我国月度进出口走势分析图 单位：% 图表 11 2015-2019年我国货币供应量走势分析图 单位：亿元 图表 12 2015-2019年我国人民币新增贷款量走势分析图 单位：亿元 图表 13 2015-2019年我国汇储备总额走势分析图 单位：亿美元、% 更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261990.html>