



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国咨询策划服务 业市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2023年中国咨询策划服务业市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/288116.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

当前，咨询策划已发展成为一门与社会经济发展联系极为密切的科学。国家经济富强、军事战争的输赢、企业的生存、机关事业单位的政绩、个人事业发展、生活的幸福等都离不开策划，策划已经逐渐深入到社会各界和人们的思想中。国内优秀的咨询策划企业也愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。

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1章：中国咨询策划服务业发展综述

1.1 咨询策划服务业概述

1.1.1 核心概念与定义

1.1.2 策划行业协会简介

（1）协会概况

（2）协会构成

（3）协会主要职责

1.1.3 WBSA世界商务策划师联合会简介

（1）发展历程

（2）中国业务

（3）企划技术标准

1.1.4 报告研究单位介绍

1.1.5 报告研究方法概述

（1）文献综述法

（2）定量分析法

（3）定性分析法

1.2 咨询策划服务业主要业务与企业类型

1.2.1 行业主要业务分析

（1）策划业务分类

（2）咨询业务分类

1.2.2 行业内主要企业类型

(1) 策划公司

(2) 咨询公司

1.3 中国咨询策划服务业发展环境分析

1.3.1 咨询策划服务业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济环境分析

(3) 经济环境对行业影响分析

1.3.2 咨询策划服务社会环境分析

(1) 人才环境

(2) 现存问题

1.3.3 咨询策划服务业驱动力分析

(1) 政府对咨询策划服务业的重视

(2) 企业经营环境变化助推营销策划业发展

(3) 中小企业众多为咨询策划业提供基础

第2章：全球咨询策划服务业发展情况分析

2.1 全球咨询策划服务业发展现状与前景分析

2.1.1 全球咨询策划行业发展概况

2.1.2 全球咨询策划行业规模分析

2.1.3 全球咨询策划市场机会分析

(1) 行业机会

(2) 地区机会

(3) 细分市场机会

2.1.4 全球咨询策划业发展前景分析

(1) 面临的挑战剖析

(2) 发展策略分析

2.2 全球重点区域咨询策划服务业发展情况分析

2.2.1 美国咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业发展起源

(2) 咨询策划业政府管理

(3) 咨询策划业发展规模

(4) 咨询策划业发展特点

2.2.2 德国咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业政府管理

(2) 咨询策划业发展速度

2.2.3 日本咨询策划业发展情况分析

(1) 咨询策划业政府管理

(2) 咨询策划业发展规模

第3章：中国咨询策划服务业发展模式分析

3.1 品牌策划业务与模式分析

3.1.1 品牌策划概述

3.1.2 品牌策划主要内容分析

3.1.3 品牌策划方向分析

3.1.4 品牌推广渠道分析

(1) 电视广告

(2) 报纸广告

(3) 业内杂志广告

(4) 户外广告

(5) 网络广告

3.1.5 品牌营销策划主要内容分析

(1) 品牌形象策划

(2) 品牌传播策划

(3) 综合创意策划

3.1.6 品牌策划业务主要运作模式分析

(1) 授课培训模式

(2) 出书销售模式

(3) 开办/参加论坛模式

(4) 口碑宣传模式

3.2 营销策划业务与模式分析

3.2.1 营销策划概述

(1) 营销策划概念

(2) 营销策划目标

3.2.2 营销策划主要内容分析

3.2.3 营销策划要素分析

3.2.4 营销策划经典战略分析

(1) 市场领先者战略

(2) 市场挑战者战略

(3) 市场追随者战略

(4) 市场补缺者战略

3.2.5 营销策划主要运作模式分析

(1) 授课培训模式

(2) 出书销售模式

(3) 名人效应模式

(4) 口碑宣传模式

3.3 地产策划业务与模式分析

3.3.1 地产策划内容概述

3.3.2 地产策划主要业务及特点

3.3.3 地产营销策略分析

(1) 地产营销价格策略

(2) 地产营销渠道策略

(3) 地产营销促销策略

3.4 婚礼策划业务与模式分析

3.4.1 婚礼策划内容概述

3.4.2 婚礼策划主要业务及特点

3.4.3 婚礼策划主要模式分析

第4章：中国咨询策划服务业发展情况分析

4.1 中国管理咨询行业发展情况分析

4.1.1 管理咨询行业主要业务分类

(1) 按咨询范围分类

(2) 按咨询内容分类

4.1.2 我国管理咨询行业发展历程与现状

(1) 官办管理咨询业（20世纪80年代）

(2) 信息管理咨询业（20世纪90年代前半期）

(3) 专业管理咨询业 (20世纪90年代后期至今)

4.1.3 管理咨询行业客户群分析

(1) 成熟客户群分析

(2) 核心客户群分析

(3) 萌芽客户群分析

(4) 潜力客户群分析

4.1.4 国内管理咨询行业市场格局分析

(1) 市场格局概况

(2) 竞争实力分析

(3) 品牌识别分析

(4) 市场份额分析

4.2 中国地产策划代理市场发展情况分析

4.2.1 中国地产策划代理发展历程

4.2.2 地产策划代理百强企业概况

4.2.3 地产策划代理竞争格局分析

4.2.4 行业市场规模与集中度分析

(1) 行业市场规模分析

(2) 行业市场集中度分析

(3) 行业业务结构分析

4.2.5 行业内企业扩张态势分析

4.2.6 行业内企业经营情况分析

(1) 企业营业收入分析

(2) 企业策划代理项目收入分析

4.2.7 行业盈利能力分析

4.2.8 行业人才培养情况

4.2.9 行业项目储备情况

4.2.10 地产策划代理发展前景预测

(1) 地产策划代理行业先行指标确定

(2) 地产策划代理市场规模预测模型

(3) 地产策划代理市场规模预测分析

4.3 中国婚礼策划服务市场发展情况分析

4.3.1 婚礼策划服务市场需求分析

4.3.2 婚礼策划服务市场规模分析

4.3.3 婚礼策划服务市场竞争分析

(1) 北京婚礼策划服务市场竞争格局

(2) 上海婚礼策划服务市场竞争格局

(3) 广州婚礼策划服务市场竞争格局

(4) 杭州婚礼策划服务市场竞争格局

(5) 成都婚礼策划服务市场竞争格局

4.3.4 婚礼策划服务市场趋势分析

(1) 婚礼主题化

(2) 婚礼个性化

(3) 婚礼仪式化

(4) 婚礼品质化

4.3.5 婚礼策划服务市场前景分析

第5章：中国咨询策划服务业前景展望与投资建议

5.1 咨询策划服务业市场需求与前景展望

5.1.1 行业市场需求分析

(1) 行业处于快速成长期

(2) 市场需求不断扩大

5.1.2 行业市场潜力分析

(1) 市场前景广阔

(2) 不同规模企业管理咨询需求差异较大

(3) 管理咨询行业的服务质量有待提高

5.1.3 行业发展趋势与前景展望

(1) 行业发展趋势

(2) 行业发展方向

(3) 行业发展前景

5.2 咨询策划服务业投资机会与投资建议

5.2.1 行业投资机会剖析

(1) 行业投资机会概述

(2) 行业投资热点

5.2.2 行业投资建议

- (1) 针对策划企业
- (2) 针对管理咨询企业

领先企业篇

第6章：管理咨询领域领先企业经营情况分析

6.1 McKinsey&Company (麦肯锡)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2 Roland Berger (罗兰·贝格国际管理咨询公司)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.3 Boston Consulting Group (波士顿咨询公司)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.4 General Consulting International (通用咨询有限公司)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.5 Bain&Company (贝恩咨询)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.6 北京北大纵横管理咨询有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.7 北京正略钧策管理顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.8 北京和君咨询有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.9 管理咨询类企业分析总结

6.9.1 组织特点——合伙人制

6.9.2 知识管理是占领市场的制高点

6.9.3 口碑和权威形象是该类公司营销模式的基本特征

6.9.4 重点集中的经营理念

6.9.5 案例积累是企业竞争力的重要支撑

第7章：品牌与营销策划领域领先企业经营情况分析

7.1 广州市壹串通文化传播有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2 广州中泽品略企业管理咨询有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3 广州无相营销策划有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4 广州市里程碑顾问有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.5 深圳市优势智业企业管理顾问有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.6 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.7 深圳市盛禧文化发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.8 北京哲宇实战营销与品牌策划有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.9 北京友邦前景营销顾问有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.10 北京国韵康达广告有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.11 品牌、营销策划企业分析总结

7.11.1 出书是该类企业的主要特征

7.11.2 名人效应至关重要

7.11.3 成功案例是主要竞争利器

7.11.4 培训是最重要的销售模式

第8章：地产策划代理领域领先企业经营情况分析

8.1 深圳世联地产顾问股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2 易居（中国）控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.3 同策房产咨询股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.4 合富辉煌集团控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.5 博思堂地产综合服务股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.6 上海新聚仁物业咨询有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.7 广州保利地产代理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.8 新景祥投资控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.9 北京金网络联行地产顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.10 上海华燕房盟网络科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.11 上海金丰易居房地产顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.12 中原地产代理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.13 北京高策房地产经纪有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.14 北京华润房地产经纪有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.15 深圳市同致行物业顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.16 厦门同舟济置业顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.17 地产策划企业分析总结

8.17.1 地产策划企业竞争加剧

8.17.2 地产策划企业专业化水平提高

8.17.3 差异化是策划代理企业的发展方向

第9章：婚礼策划服务领域领先企业经营情况分析

9.1 北京经典时光婚庆有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.2 美薇亭（北京）文化发展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.3 上海花嫁喜铺婚礼服务有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.4 天津圣典盛世礼仪策划有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.5 郑州牵手婚庆礼仪策划有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

9.6 南京罗曼庭文化传媒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第10章 电商行业发展分析

10.1 电子商务发展分析

10.1.1 电子商务定义及发展模式分析

10.1.2 中国电子商务行业政策现状

10.1.3 2013-2016年中国电子商务行业发展现状

10.2 "互联网+"的相关概述

10.2.1 "互联网+"的提出

10.2.2 "互联网+"的内涵

10.2.3 "互联网+"的发展

10.2.4 "互联网+"的评价

10.2.5 "互联网+"的趋势

10.3 电商市场现状及建设情况

10.3.1 电商总体开展情况

10.3.2 电商案例分析

10.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

10.4 电商行业未来前景及趋势预测

10.4.1 电商市场规模预测分析

10.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：中国策划协会主要职业简析

图表2：策划主要业务简析

图表3：咨询主要业务简析

图表4：2015年中国十大平面设计公司列表

图表5：中国品牌策划公司主要类别简介

图表6：我国房地产策划代理企业主要分类

图表7：我国房地产策划代理企业主要区域分布及业务范围

图表8：中国咨询企业主要类别简介

图表9：2010-2016年美国实际GDP环比折年率（单位：%）

图表10：2010-2016年欧元区GDP季调折年率（单位：%）

图表11：2010-2016年度日本GDP环比变化情况（单位：%）

图表12：2015-2016年全球主要经济体经济增速预测分析（单位：%）

图表13：2010-2016年中国国内生产总值及其增长率情况（单位：万亿元，%）

图表14：2010-2016年中国贸易进出口总额（单位：亿美元）

图表15：2015年中国贸易进出口走势（单位：亿美元）

图表16：2010-2016年我国制造业和服务业在全国实际使用外资金额中的比重（单位：%）

图表17：2015年世界各个国家/地区对华实际投资金额及增速（单位：亿美元，%）

图表18：2015年中国各地区吸收外资情况（单位：亿美元，%）

图表19：美国政府对咨询策划业的管理

图表20：美国咨询策划业发展特点

图表21：日本政府对咨询策划业的管理特点

图表22：品牌策划主要内容分析

图表23：品牌策划方向分析

图表24：品牌推广渠道之电视广告分析

图表25：品牌推广渠道之户外广告分析

图表26：品牌推广渠道之网络广告分析

图表27：品牌形象内涵分析

图表28：品牌传播方式分析

图表29：营销策划的主要内容

图表30：营销策划要素分析

图表31：市场领先者战略分析

图表32：市场挑战者战略分析

图表33：市场追随者战略分析

图表34：市场补缺者战略分析

图表35：地产策划内容概述

图表36：地产策划主要业务及特点简析

图表37：房地产定价方法简析

图表38：房地产价格调整策略简析

图表39：房地产营销渠道策略简析

图表40：房地产营销促销策略简析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288116.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。