

2022-2027年中国营销服务行业市场调查研究及发展战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国营销服务行业市场调查研究及发展战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/other/762505.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

服务营销是企业充分认识到满足消费者需求的前提下，为充分满足消费者需要在营销过程中所采取的一系列活动。服务作为一种营销组合要素，真正引起人们重视的是上世纪80年代后期，这时期，由于科学技术的进步和社会生产力的显著提高，产业升级和生产的专业化发展日益加速，一方面使产品的服务含量，即产品的服务密集度日益增大。另一方面，随着劳动生产率的提高，市场转向买方市场，消费者随着收入水平提高，他们的消费需求也逐渐发生变化，需求层次也相应提高，并向多样化方向拓展。

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 中国营销服务行业概述

1.1 营销服务行业的界定

1.1.1 营销服务的概念

1.1.2 营销服务的分类

1.1.3 营销服务行业的界定

1.1.4 营销服务行业特性

1.1.5 营销服务行业产业链分析

1.2 中国营销服务行业发展环境分析

1.2.1 营销服务行业政策环境分析

1.2.2 营销服务行业经济环境分析

(1) 国内外宏观经济环境分析

(2) 现代服务业经济环境分析

1.2.3 营销市场环境分析

(1) 营销意识分析

(2) 营销市场规模分析

1.3 报告研究单位与研究方法

1.3.1 研究单位介绍

1.3.2 研究方法概述

第2章 中国营销服务行业发展分析

2.1 国外营销服务行业发展分析

2.1.1 国外营销服务业发展现状分析

2.1.2 国外知名营销服务机构分析

2.2中国营销服务行业发展分析

2.2.1中国营销服务业的发展历程

2.2.2中国营销服务业的发展现状分析

2.2.3中国线上营销服务需求分析

2.2.4中国线下营销服务需求分析

2.2.5营销服务行业投资兼并与重组分析

2.3中国营销服务行业发展趋势分析

2.3.1营销服务行业发展前景分析

2.3.2营销服务行业发展趋势分析

第3章 中国营销服务行业关联行业分析

3.1中国传媒行业发展分析

3.1.1全球传媒产业发展现状分析

3.1.2中国传媒产业发展总体概况

3.1.3中国传媒产业发展现状分析

3.1.4中国传媒产业发展趋势分析

3.2中国广告行业发展分析

3.2.1广告业发展现状分析

3.2.2广告行业市场状况概述

3.2.3广告行业市场规模分析

3.2.4广告行业市场竞争分析

3.2.5广告业细分市场发展分析

(1) 报纸广告发展分析

(2) 期刊广告发展分析

(3) 电视广告发展分析

(4) 广播广告发展分析

(5) 网络广告发展分析

(6) 户外电子屏广告发展分析

3.2.6广告业发展趋势及前景分析

第4章 中国公共关系行业发展分析

4.1中国公共关系行业概述

4.1.1公共关系及公共关系行业产生的背景

4.1.2行业的管理体制和主要法律法规

4.2国际公共关系行业发展状况分析

4.2.1国际公共关系行业发展现状分析

4.2.2国际公共关系行业发展特点分析

4.2.3国际公共关系行业知名企业分析

4.3中国公共关系行业发展状况分析

4.3.1中国公共关系行业发展的历史

4.3.2中国公共关系行业发展现状分析

4.3.3中国公共关系行业特点分析

4.3.4中国公共关系行业制约因素分析

4.3.5中国公共关系行业发展趋势分析

第5章 中国营销咨询行业发展分析

5.1中国营销咨询行业概述

5.1.1营销咨询的概念

5.1.2营销咨询的目的与类别

5.1.3营销咨询行业的发展背景及阶段

5.2国际营销咨询行业发展状况分析

5.2.1国际营销咨询行业发展现状分析

5.2.2国际营销咨询行业发展趋势分析

5.2.3国际营销咨询行业知名企业分析

5.3中国营销咨询行业发展状况分析

5.3.1中国营销咨询行业发展概况

5.3.2中国营销咨询行业竞争格局分析

5.3.3中国营销咨询行业制约因素分析

5.3.4中国营销咨询行业发展趋势分析

第6章 中国营销服务行业企业经营分析

6.1中国营销服务业公关公司经营分析

6.1.1 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

(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

6.1.2 北京嘉利恒源公关顾问有限公司

(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

6.1.3 中国环球公共关系有限责任公司

(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

6.1.4 上海海天网联公关顾问有限公司

- (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

6.1.5 广州市时空视点公关顾问有限公司

- (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

6.2 中国营销服务业产品推广公司经营分析

6.2.1 广东省广告集团股份有限公司

- (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

6.2.2 深圳市双剑破局市场营销策划有限公司

- (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

第7章 中国营销服务行业投资分析

7.1 中国营销服务行业投资特性分析 (AK ZJH)

7.1.1 营销服务行业进入壁垒分析

7.1.2 营销服务行业盈利因素分析

7.1.3 营销服务行业盈利模式分析

7.2 中国营销服务行业发展影响因素分析

7.2.1 有利因素分析

7.2.2 不利因素分析

7.3 中国营销服务行业投资建议

7.3.1 营销服务行业投资机会分析

7.3.2 营销服务行业投资风险分析

7.3.3 投资建议关注营销服务公司

图表目录：

图表1 线上营销服务与线下营销服务对比

图表2 国内营销服务行业公司现有业务类型

图表3 营销服务行业产业链

图表4 2017-2021年广告市场规模预测 (单位亿元, %)

图表5 2017-2021年线下营销市场规模预测 (单位亿元, %)

图表6 2017-2021年全球线下营销支出占营销支出比例预测（单位亿美元，%）

图表7 2017-2021年中国网民规模与普及率（单位万人，%）

图表8互联网广告在广告投放占比预测（单位%）

图表9广告与公关行业平均每家公司员工人数情况（单位人）

图表10全球五大营销服务集团向着一站式整合营销服务的方向发展

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/762505.html>