

# 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>