

# 2017-2022年中国营销服务行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国营销服务行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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/detail/312787.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

营销服务属于现代服务业，是市场经济高度发达以及社会化分工发展到一定阶段的产物。营销服务业具有“新技术、新业态、新方式”和“高人力资本、高信息含量、高附加值”以及“低能耗、低物耗、低污染”的“三新”、“三高”和“三低”的特点。

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：

第一部分产业环境透视

第一章营销服务行业发展综述

第一节营销服务行业相关概念概述

一、营销服务的概念

二、营销服务的分类

1、线上营销

2、线下营销

三、营销服务行业的界定

四、营销服务行业特性

1、周期性

2、区域性

3、季节性

第二节最近3-5年中国营销服务行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节中国营销服务行业关联行业调研

一、中国传媒行业发展分析

1、全球传媒产业发展现状分析

2、中国传媒产业发展总体概况

### 3、中国传媒产业发展现状分析

### 4、中国传媒产业发展趋势分析

## 二、中国广告行业发展分析

### 1、广告业发展现状分析

### 2、广告行业市场状况概述

### 3、广告行业市场规模分析

### 4、广告行业市场竞争分析

### 5、广告业细分市场发展分析

### 6、广告业发展趋势及前景分析

## 第二章营销服务行业市场环境及影响分析

### 第一节营销服务行业政治法律环境

#### 一、行业管理体制分析

#### 二、行业主要法律法规

#### 三、营销服务行业相关标准

#### 四、行业相关发展规划

#### 五、政策环境对行业的影响

### 第二节行业经济环境分析

#### 一、宏观经济形势分析

#### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节行业社会环境分析

#### 一、营销服务产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

#### 三、营销服务产业发展对社会发展的影响

#### 四、技术环境对行业的影响

## 第二部分行业深度分析

## 第三章我国营销服务行业运行现状分析

### 第一节我国营销服务行业发展状况分析

#### 一、我国营销服务行业发展阶段

#### 二、我国营销服务行业发展总体概况

#### 三、我国营销服务行业发展特点分析

#### 四、营销服务行业运营模式分析

### 第二节2014-2016年营销服务行业发展现状

#### 一、2014-2016年我国营销服务行业市场规模

##### 1、行业营收规模

##### 2、行业利润规模

## 二、2014-2016年我国营销服务行业发展分析

- 1、营销手段多元化
- 2、整合营销传播服务需求扩大
- 3、跨国营销服务巨头加速介入我国营销服务业

## 三、2014-2016年中国营销服务企业发展分析

- 1、我国营销服务企业特点分析
- 2、中外营销服务企业对比分析
- 3、我国重点营销服务企业发展动态

## 第三节2014-2016年营销服务市场情况分析

- 一、2014-2016年中国营销服务市场总体概况
- 二、2014-2016年中国营销服务市场发展分析

## 第四章我国营销服务行业整体运行指标分析

### 第一节2014-2016年中国营销服务行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

### 第二节2014-2016年中国营销服务行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

### 第三节我国营销服务市场供需分析

#### 一、2014-2016年我国营销服务行业供给情况

- 1、我国营销服务行业供给分析
- 2、我国营销服务行业投资规模分析
- 3、重点市场占有份额

#### 二、2014-2016年我国营销服务行业需求情况

- 1、营销服务行业需求市场
- 2、营销服务行业客户结构
- 3、营销服务行业需求的地区差异

#### 三、2014-2016年我国营销服务行业供需平衡分析

## 第三部分市场供需分析调研

## 第五章中国公共关系行业发展分析

### 第一节中国公共关系行业概述

## 一、公共关系及公共关系行业产生的背景

- 1、公共关系的概念
- 2、公共关系行业产生的背景

## 二、行业的管理体制和主要法律法规

- 1、行业管理体制概述
- 2、行业主要自律规章及产业政策

## 第二节国际公共关系行业发展状况分析

### 一、国际公共关系行业发展现状分析

### 二、国际公共关系行业发展特点分析

- 1、地区发展不平衡
- 2、多品牌经营模式
- 3、收购是企业成长的主要手段之一
- 4、人力资源是行业的核心资源

### 三、国际公共关系行业知名企业分析

- 1、安可顾问
- 2、博雅公关
- 3、奥美公关
- 4、凯旋先驱
- 5、伟达公关

## 第三节中国公共关系行业发展状况分析

### 一、中国公共关系行业发展的历史

### 二、中国公共关系行业发展现状分析

- 1、公共关系行业规模分析
- 2、公共关系行业竞争格局分析
- 三、中国公共关系行业特点分析

- 1、行业增长迅速
- 2、专业人才缺乏流动率较高
- 3、客户所处行业分布较为集中
- 4、客户地域分布较为集中
- 5、客户性质多为企业
- 6、外资收购频繁

### 四、中国公共关系行业制约因素分析

- 1、品牌效应
- 2、客户基础
- 3、人力资源

#### 4、公司规模

#### 5、资源积累

### 五、中国公共关系行业发展趋势分析

## 第六章中国营销咨询行业发展分析

### 第一节中国营销咨询行业概述

#### 一、营销咨询的概念

#### 二、营销咨询的目的与类别

##### 1、营销咨询的目的

##### 2、营销咨询的类别

#### 三、营销咨询行业的发展背景及阶段

##### 1、萌芽期：点子营销阶段

##### 2、发展期：营销策划阶段

##### 3、成型期：系统化营销阶段

##### 4、整合期：整合创新阶段

### 第二节国际营销咨询行业发展状况分析

#### 一、国际营销咨询行业发展现状分析

#### 二、国际营销咨询行业发展趋势分析

#### 三、国际营销咨询行业知名企业分析

##### 1、麦肯锡

##### 2、罗兰·贝格

##### 3、波士顿

##### 4、特劳特

### 第三节中国营销咨询行业发展状况分析

#### 一、中国营销咨询行业发展概况

#### 二、中国营销咨询行业竞争格局分析

##### 1、不同性质企业竞争格局

##### 2、不同业务领域竞争格局

#### 三、中国营销咨询行业制约因素分析

##### 1、战略因素

##### 2、管理因素

##### 3、人才因素

##### 4、品牌因素

##### 5、服务因素

#### 四、中国营销咨询行业发展趋势分析

##### 1、行业整合

- 2、新兴行业的营销咨询需求巨大
- 3、国内中小企业的营销需求比例将快速增长
- 4、与客户合作程度不断加深

#### 第四部分竞争格局分析

### 第七章2014-2016年营销服务行业竞争形势及策略

#### 第一节行业总体市场竞争状况分析

##### 一、营销服务行业竞争结构分析

- 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

##### 二、营销服务行业企业间竞争格局分析

##### 三、营销服务行业集中度分析

##### 四、营销服务行业SWOT分析

#### 第二节中国营销服务行业竞争格局综述

- 一、营销服务行业竞争概况
- 二、中国营销服务行业竞争力分析
- 三、中国营销服务竞争力优势分析
- 四、营销服务行业主要企业竞争力分析

#### 第三节2014-2016年营销服务行业竞争格局分析

- 一、2014-2016年国内外营销服务竞争分析
- 二、2014-2016年我国营销服务市场竞争分析
- 三、2014-2016年我国营销服务市场集中度分析
- 四、2014-2016年国内主要营销服务企业动向

#### 第四节营销服务市场竞争策略分析

### 第八章2014-2016年营销服务行业领先企业经营形势分析

#### 第一节中国营销服务业公关公司经营分析

- 一、北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析



## 二、博诚智杰公关咨询有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析

## 三、嘉利公关有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析

## 四、中国环球公共关系公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析

## 第二节中国营销服务业产品推广公司经营分析

### 一、北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析

### 二、胜者（北京）国际营销策划有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业投资前景分析

### 三、广东省广告股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业营销服务分析
- 3、企业客户资源分析

#### 4、企业经营情况分析

#### 5、企业投资前景分析

### 第三节中国营销服务业营销咨询公司经营分析

#### 一、世纪纵横管理咨询集团

##### 1、企业发展简况分析

##### 2、企业营销服务分析

##### 3、企业客户资源分析

##### 4、企业经营情况分析

##### 5、企业投资前景分析

#### 二、北大纵横管理咨询集团

##### 1、企业发展简况分析

##### 2、企业营销服务分析

##### 3、企业客户资源分析

##### 4、企业经营情况分析

##### 5、企业投资前景分析

#### 三、远卓咨询集团

##### 1、企业发展简况分析

##### 2、企业营销服务分析

##### 3、企业客户资源分析

##### 4、企业经营情况分析

##### 5、企业投资前景分析

### 第五部分趋势预测展望

## 第九章2017-2022年营销服务行业前景及趋势预测

### 第一节2017-2022年营销服务市场趋势预测

#### 一、2017-2022年营销服务市场发展潜力

#### 二、2017-2022年营销服务市场趋势预测展望

#### 三、2017-2022年营销服务细分行业趋势预测分析

### 第二节2017-2022年营销服务市场发展趋势预测

#### 一、2017-2022年营销服务行业发展趋势

#### 二、2017-2022年营销服务市场规模预测

##### 1、营销服务行业市场规模预测

##### 2、营销服务行业营业收入预测

#### 三、2017-2022年营销服务行业应用趋势预测

#### 四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

### 第三节2017-2022年中国营销服务行业供需预测

- 一、2017-2022年中国营销服务行业供给预测
- 二、2017-2022年中国营销服务企业数量预测
- 三、2017-2022年中国营销服务投资规模预测
- 四、2017-2022年中国营销服务行业需求预测
- 五、2017-2022年中国营销服务行业供需平衡预测

#### 第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十章2017-2022年营销服务行业投资机会与风险防范

#### 第一节营销服务行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、营销服务行业投资现状分析

#### 第二节2017-2022年营销服务行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、营销服务行业投资机遇

#### 第三节2017-2022年营销服务行业投资前景及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

#### 第四节中国营销服务行业投资建议

- 一、营销服务行业未来发展方向
- 二、营销服务行业主要投资建议
- 三、中国营销服务企业融资分析

### 第六部分投资前景研究

## 第十一章2017-2022年营销服务行业面临的困境及对策

### 第一节2016年营销服务行业面临的困境

#### 第二节营销服务企业面临的困境及对策

- 一、重点营销服务企业面临的困境及对策
- 二、中小营销服务企业发展困境及策略分析
- 三、国内营销服务企业的出路分析

#### 第三节中国营销服务行业存在的问题及对策

- 一、中国营销服务行业存在的问题
- 二、营销服务行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

#### 第四节中国营销服务市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国营销服务市场发展面临的挑战
- 二、中国营销服务市场发展对策分析

## 第十二章营销服务行业投资前景研究

### 第一节营销服务行业投资前景研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节对我国营销服务品牌的战略思考

- 一、营销服务品牌的重要性
- 二、营销服务实施品牌战略的意义
- 三、营销服务企业品牌的现状分析
- 四、我国营销服务企业的品牌战略
- 五、营销服务品牌战略管理的策略

#### 第三节营销服务经营策略分析

- 一、营销服务市场细分策略
- 二、营销服务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、营销服务新产品差异化战略

第四节营销服务行业投资规划建议研究

一、2016年营销服务行业投资规划建议

二、2017-2022年营销服务行业投资规划建议

三、2017-2022年细分行业投资规划建议

第十三章研究结论及发展建议(AKWZY)

第一节营销服务行业研究结论及建议

第二节营销服务子行业研究结论及建议

第三节营销服务行业发展建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：2014-2016年我国营销服务行业相关专利

图表：2014-2016年营销服务行业经营效益分析

图表：2014-2016年中国营销服务行业盈利能力分析

图表：2014-2016年中国营销服务行业运营能力分析

图表：2014-2016年中国营销服务行业偿债能力分析

图表：2014-2016年中国营销服务行业发展能力分析

图表：2017-2022年营销服务行业市场规模预测

图表：2017-2022年营销服务行业营业收入预测

图表：2017-2022年中国营销服务行业供给预测

图表：2017-2022年中国营销服务投资规模预测

图表：2017-2022年中国营销服务企业数量预测

图表：2017-2022年中国营销服务行业需求预测

图表：2017-2022年中国营销服务行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/312787.html>