

中国咨询策划服务行业发展调研与市场前景预测报告（2024-2030年）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国咨询策划服务行业发展调研与市场前景预测报告（2024-2030年）

报告编号： 1A07321 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8500 元 纸质+电子版：8800 元

优惠价格： 电子版：7600 元 纸质+电子版：7900 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/1/32/ZiXunCeHuaFuWuHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

咨询策划服务是一种知识密集型的服务，为企业提供战略规划、市场营销、项目管理等方面的建议和支持。近年来，随着市场竞争的加剧和客户需求的多样化，咨询策划服务的需求持续增长。当前市场上，咨询策划服务不仅在服务质量和服务范围上有所扩展，还在服务模式和服务手段上不断创新，以更好地满足客户的需求。

未来，咨询策划服务的发展将更加注重数字化和专业化。一方面，通过运用大数据分析、人工智能等技术，提高咨询服务的精准度和有效性，帮助企业做出更明智的决策。另一方面，随着行业细分的深化，咨询策划服务将更加专注于特定行业和领域，提供更加专业化的解决方案。此外，随着远程工作和虚拟团队的普及，咨询策划服务将更多地采用线上协作工具和平台，提高服务的灵活性和便捷性。

第一部分 咨询策划服务行业特性研究

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

1.1.4 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

1) 营销策划

2) 品牌策划

3) 广告策划

4) 地产策划

5) 其他策划业务

(2) 咨询业务分类

1) 战略咨询

2) 管理咨询

3) 工程咨询

4) 技术咨询

1.2.2 行业内主要企业类型

(1) 策划公司

(2) 咨询公司

1.2.3 咨询策划服务业核心价值分析

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

1.3.2 咨询策划服务行业环境分析

1.3.3 咨询策划服务业驱动力分析

第二部分 咨询策划服务行业发展现状研究

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市场格局分析

2.1.1 全球咨询策划行业发展现状分析

2.1.2 全球咨询策划行业规模分析

2.1.3 全球咨询策划行业市场格局分析

2.2 全球咨询策划服务业发展机会与前景分析

2.2.1 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

2.2.2 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

2.3 全球重点区域咨询策划服务业发展情况分析

- 2.3.1 美国咨询策划业发展情况分析
- 2.3.2 西欧咨询策划业发展情况分析
- 2.3.3 日本咨询策划业发展情况分析

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
- 3.1.5 品牌营销策划概述
 - (1) 必要性
 - (2) 步骤流程
- 3.1.6 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
- 3.1.7 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
 - (1) 市场环境分析
 - (2) 消费心理分析
 - (3) 产品优势分析
 - (4) 营销方式和平台的选择
- 3.2.4 营销策划经典战略分析

- (1) 市场领先者战略
 - 1) 战略概述
 - 2) 案例说明
 - (2) 市场挑战者战略
 - 1) 战略概述
 - 2) 案例说明
 - (3) 市场追随者战略
 - 1) 战略概述
 - 2) 案例说明
 - (4) 市场补缺者战略
 - 1) 战略概述
 - 2) 案例说明
- 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 地产策划概述
 - (1) 项目前期定位策划
 - (2) 项目推广整合策划
 - (3) 项目销售招商策划
 - 3.3.2 地产策划地位与作用
 - (1) 房地产策划地位分析
 - (2) 房地产策划作用分析
 - 3.3.3 地产策划主要业务及特点
 - (1) 市场策划
 - (2) 产品策划
 - (3) 开发策划
 - (4) 物管策划
 - (5) 营销策划
 - (6) 广告策划
 - 3.3.4 地产营销策划
 - (1) 地产营销产品策略
 - (2) 地产营销价格策略
 - (3) 地产营销渠道策略

(4) 地产营销促销策略

3.3.5 地产策划主要运作模式分析

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 管理咨询行业起源分析

4.1.2 管理咨询行业主要业务分类

(1) 按咨询范围分类

1) 综合性服务

2) 专项咨询服务

(2) 按咨询内容分类

1) 基础层次

2) 核心层次

3) 最高层次

4.1.3 济研：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）

4.1.4 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

4.1.5 国内管理咨询行业市场格局分析

(1) 第一梯队

(2) 第二梯队

(3) 第三梯队

(4) 竞争实力分析

(5) 品牌识别分析

(6) 市场份额分析

4.2 2023年中国地产策划代理百强企业发展情况分析

4.2.1 百强企业概况

4.2.2 百强企业规模与业务结构分析

(1) 百强企业市场规模分析

(2) 百强企业业务结构分析

4.2.3 百强企业扩张态势分析

4.2.4 百强企业经营情况分析

- (1) 百强企业营业收入分析
- (2) 百强企业策划代理项目收入分析

4.2.5 百强企业盈利能力分析

第三部分 咨询策划服务行业企业竞争力分析

第5章 中国咨询策划服务业领先企业经营情况分析

5.1 管理咨询领域领先企业分析

5.1.1 mckinsey& company（麦肯锡）

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业市场布局情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业发展优势分析
- (6) 企业最新动向分析

5.1.2 roland berger（罗兰·贝格）

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业市场布局情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业发展优势分析
- (6) 企业最新动向分析

5.2 品牌与营销策划领域领先企业分析

5.2.1 广州壹串通品牌营销策划机构

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务与服务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业商业模式分析

1) 营销模式

2) 盈利模式

- (6) 企业发展优势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

5.2.2 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) 企业组织架构分析
- (3) 企业主营业务与服务分析
- (4) 企业经营情况分析

(5) 企业商业模式分析

1) 营销模式

2) 盈利模式

(6) 企业发展优势分析

(7) 企业最新发展动向分析

5.3 地产策划代理领域领先企业分析

5.3.1 深圳世联地产顾问股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业主营业务与服务分析

(5) 企业商业模式分析

1) 营销模式

2) 盈利模式

(6) 企业发展优势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

5.3.2 易居（中国）控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(4) 企业主营业务与服务分析

(5) 企业商业模式分析

1) 营销模式

2) 盈利模式

(6) 企业发展优势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

第四部分 咨询策划服务未来市场前景展望、投资策略、商业模式研究

第6章 (中^智^林)中国咨询策划服务前景展望与投资建议

6.1 咨询策划服务业市场需求与前景展望

6.1.1 行业市场需求分析

6.1.2 行业市场潜力分析

(1) 管理咨询行业市场潜力分析

(2) 策划服务市场潜力分析

6.1.3 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

6.2 咨询策划服务投资机会与投资建议

6.2.1 行业投资机会剖析

(1) 行业投资机会概述

(2) 行业投资热点

6.2.2 行业投资建议

(1) 针对策划企业

(2) 针对管理咨询企业

图表目录

- 图表 1：2024-2030年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）
- 图表 2：2024-2030年中国规模以上工业增加值增速（单位：%）
- 图表 3：2023年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）
- 图表 4：2024-2030年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）
- 图表 5：2018-2023年中国货物进出口总额（单位：亿美元）
- 图表 6：2024-2030年中国广义货币（平方米）增长速度（单位：%）
- 图表 7：2024-2030年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）
- 图表 8：五个热门行业占管理咨询市场分布明细（单位：%）
- 图表 9：各行业市场渗透率和行业相对规模分布（单位：%）
- 图表 10：成熟客户群市场渗透率（单位：%）
- 图表 11：萌芽客户群市场渗透率（单位：%）
- 图表 12：不同类型管理咨询机构市场比例的分布（单位：%）
- 图表 13：不同类型管理咨询机构市场份额对比（单位：%）
- 图表 14：2023年中国房地产策划代理前五十强企业
- 图表 15：2018-2023年百强企业一手物业代理实现销售面积变化（单位：百万平方米，%）

- 图表 16：2018-2023年百强企业策划业务规模变化（单位：万平方米，%）
- 图表 17：2023年vs2014年百强企业代理各物业类型项目建筑面积占比（单位：%）
- 图表 18：2018-2023年百强企业进入城市数量及分公司数量（单位：个）
- 图表 19：2018-2023年百强企业收入规模及变化（单位：万元，%）
- 图表 20：2018-2023年百强企业策划项目平均收费状况（单位：万元，%）
- 图表 21：2018-2023年百强企业一手物业代理费率变化（单位：%）
- 图表 22：2018-2023年百强企业净利润均值及变化（单位：万元，%）
- 图表 23：2018-2023年百强企业盈利能力及变化（单位：%）
- 图表 24：2018-2023年百强企业策划代理业务员工人均绩效（单位：%）
- 图表 25：bcg中国银行业智库合作伙伴
- 图表 26：bcg中国企业战略执行力发展中心业务流程
- 图表 27：著名的bcg矩阵模型
- 图表 28：通用咨询公司客户分布（单位：%）
- 图表 29：通用咨询公司咨询流程介绍
- 图表 30：通用咨询公司管理应用软件介绍
- 图表 31：贝恩咨询公司的客户业绩情况
- 图表 32：贝恩咨询公司的业务范围
- 图表 33：北大纵横管理咨询公司的业务范围
- 图表 34：北大纵横管理咨询公司的培训保障体系
- 图表 35：北京正略钧策管理顾问有限公司咨询师团队来源
- 图表 36：北京和君咨询有限公司的业务范围
- 图表 37：北京和君咨询有限公司的涉足行业
- 图表 38：北京和君咨询有限公司企业组织架构图
- 图表 39：和君资本投资流程
- 图表 40：广州壹串通品牌营销策划机构策略委员会组织结构图
- 图表 41：广州壹串通品牌营销策划机构策划项目服务流程
- 图表 42：广州壹串通品牌营销策划机构——电子商务商业模式及策略分析蜂窝模型
- 图表 43：广州壹串通品牌营销策划机构对网络营销渠道的研究
- 图表 44：广州壹串通品牌营销策划机构收费类型
- 图表 45：广州中泽品略企业管理咨询有限公司业务分支机构
- 图表 46：广州中泽品略企业管理咨询有限公司服务体系
- 图表 47：广州中泽品略企业管理咨询有限公司服务流程
- 图表 48：品牌给顾客带来的价值必须具备真正的驱动力
- 图表 49：消费者接受信息形成认知过程模型
- 图表 50：品类品牌阶段模型
- 图表 51：消费者品牌购买决策过程模型

图表 52：品牌体验的组成元素模型

图表 53：品牌全面管理模型

图表 54：广州市里程碑顾问有限公司组织机构图

图表 55：广州市里程碑顾问有限公司咨询服务流程

图表 56：广州市里程碑顾问有限公司核心竞争优势

图表 57：北京友邦前景营销顾问有限公司营销咨询系统模型（mos1.0版）

图表 58：北京国韵康达锐基机构营销策划机构项目服务方式

图表 59：北京国韵康达锐基机构营销策划机构项目服务流程

图表 60：北京赞伯营销管理咨询有限公司的营销模型

图表 61：中瀚企业管理顾问有限公司服务范围

图表 62：内蒙古在山品牌设计机构内部创意流程图

图表 63：深圳世联地产顾问股份有限公司组织架构图

图表 64：2018-2023年深圳世联地产顾问股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 65：2018-2023年深圳世联地产顾问股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 66：2018-2023年深圳世联地产顾问股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 67：2018-2023年深圳世联地产顾问股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 68：2018-2023年深圳世联地产顾问股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 69：深圳世联地产顾问股份有限公司业务类型和主要服务对象

图表 70：深圳世联地产顾问股份有限公司代理销售业务四类销售模式

略……

订阅“中国咨询策划服务行业发展调研与市场前景预测报告（2024-2030年）”，编号：1A07321，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/1/32/ZiXunCeHuaFuWuHangYeYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！