

2021年中国企业管理咨询市场调研报告- 行业现状调查与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国企业管理咨询市场调研报告-行业现状调查与未来动向研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/533486533486.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

管理咨询行业的客户包括工业、商业、交通运输等行业在内的各种类型的企业，以及部分政府及事业单位。

我国管理咨询服务行业出现于20世纪70年代末，发展初期咨询行业的工作与政府机构的任务紧密相关，咨询机构多带有“官办”身份，行业整体发展较为缓慢。20世纪90年代，随着中国放开外商投资的审查和限制，国外企业开始大举进入中国进行投资，国外的一些大型咨询公司也逐步在中国建立分支机构，国内咨询企业也逐步走向职业化、规范化的发展道路。中国加入WTO后，外国大型管理咨询企业加速布局中国市场，我国管理咨询企业面临更大的竞争压力，但整体来看，随着企业对风险意识和管理咨询认知的增强，我国管理咨询的客户群体与市场规模不断扩大，管理咨询行业处于蓬勃发展期。

根据新中国成立70周年经济社会发展成就报告显示，新中国成立以来，我国法人单位数量快速增长，市场活力不断激发。特别是党的十八大以来，随着商事制度改革不断推进，企业注册日趋便利，营商环境不断优化，市场活力不断激发，企业数量进入爆发式增长阶段。

上世纪50年代至70年代，我国单位数量相对稳定，增长较为平缓；改革开放后，随着社会主义市场经济体制的逐步确立和发展，单位数量迎来快速增长。党的十八大以来，单位数量呈爆发式增长，2012年到2017年期间，单位数量从1061.7万个迅速增加到2200.9万个，年均增长15.7%。其中，企业在全部法人单位中的占比不断提高。1996年，全国共有企业262.8万个，2017年，企业数量增加到1809.8万个，增长了5.9倍，年均增长9.6%，占全部法人单位的比重从59.7%增加至82.2%，提高了22.5个百分点。

2019年，我国发展新动能不断增强。科技创新取得一批重大成果。新兴产业持续壮大，传统产业加快升级。大众创业万众创新深入开展，企业数量日均净增1万户以上。

近年来管理咨询行业下游需求增长最快的板块为中小企业客户部分，70年来，我国的中小企业、民营企业蓬勃发展，从小到大，由弱到强，在增加就业、稳定增长、促进创新方面发挥了独特的重要作用，作为国民经济生力军的作用也日益凸显。

应用领域方面，管理咨询业在国内最大的细分市场是制造业企业，超过40%的营收来自于制造业，此外服务业和TMT也是份额占比较高的市场。

2019年我国管理咨询业务市场需求结构 资料来源：观研天下数据中心整理

一直以来，我国企业管理咨询市场发展较为稳定，2019年我国企业管理咨询行业市场规模约为1867.43亿元，同比增长约11.2%，预计2020年行业市场规模将达到2072.85亿元。

2015-2020年我国企业管理咨询管理市场规模 资料来源：wind，观研天下数据中心整理

由于管理咨询客户分布在各行各业，使得本行业市场集中度分布与经济体分布一致，尤其是中小企业分布较为密集的区域，市场份额较高。

2019年我国管理咨询行业市场集中度 资料来源：观研天下数据中心整理

从企业来看，我国大部分管理咨询企业位于北上广深等一线城市及其它经济发达省份，而广大中西部地区则企业分布较少。

2019年我国管理咨询行业企业集中度 资料来源：观研天下数据中心整理

未来，随着我国产业逐渐升级，市场竞争激烈程度上升，大量的中小企业对于企业管理咨询行业的需求将会进一步增长，市场规模将持续增长，预计到2026年行业市场规模将达到3801.51亿元。

2020-2026年中国管理咨询市场规模预测 资料来源：观研天下数据中心整理

随着经济、社会、文化的重构，企业未来的方向面临未知，战略咨询的需求会增加；在大数据、移动互联网促进商业模式全面升级，商业模式项目需求越来越多；民营企业开始陆续进入一些刚开放的领域，也急需相关咨询服务。

国内消费力不足，竞争激烈、产能相对过剩，短期难以改变，企业需要咨询公司帮助提升营销能力；以提升劳动生产率为目标的综合需求上升、产品质量提升需求上身、精细化生产不断升级，生产管理、质量管理的咨询需求业不断上升。

当前来看，我国企业管理咨询服务主要服务于中小企业，大型企业和微型企业则由于多方面的原因一般不需要企业管理咨询服务，这样的格局大体来说能保持稳定，将来也不会有太大的变化，市场份额分布预测大致如下：

2020-2026年企业管理咨询细分市场分布预测 资料来源：观研天下数据中心整理

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国企业管理咨询市场调研报告-行业现状调查与未来动向研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国企业管理咨询行业发展概述

第一节 企业管理咨询行业发展情况概述

- 一、企业管理咨询行业相关定义
- 二、企业管理咨询行业基本情况介绍
- 三、企业管理咨询行业发展特点分析
- 四、企业管理咨询行业经营模式

- 1、生产模式

- 2、采购模式

- 3、销售模式

- 五、企业管理咨询行业需求主体分析

第二节 中国企业管理咨询行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、企业管理咨询行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
- 1、沟通协调机制
- 2、风险分配机制
- 3、竞争协调机制

四、中国企业管理咨询行业产业链环节分析

- 1、上游产业

- 2、下游产业

第三节 中国企业管理咨询行业生命周期分析

- 一、企业管理咨询行业生命周期理论概述
- 二、企业管理咨询行业所属的生命周期分析

第四节 企业管理咨询行业经济指标分析

- 一、企业管理咨询行业的赢利性分析
- 二、企业管理咨询行业的经济周期分析
- 三、企业管理咨询行业附加值的提升空间分析

第五节 中国企业管理咨询行业进入壁垒分析

- 一、企业管理咨询行业资金壁垒分析
- 二、企业管理咨询行业技术壁垒分析
- 三、企业管理咨询行业人才壁垒分析
- 四、企业管理咨询行业品牌壁垒分析
- 五、企业管理咨询行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球企业管理咨询行业市场发展现状分析

第一节 全球企业管理咨询行业发展历程回顾

第二节 全球企业管理咨询行业市场区域分布情况

第三节 亚洲企业管理咨询行业地区市场分析

- 一、亚洲企业管理咨询行业市场现状分析
- 二、亚洲企业管理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲企业管理咨询行业市场前景分析

第四节 北美企业管理咨询行业地区市场分析

- 一、北美企业管理咨询行业市场现状分析
- 二、北美企业管理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美企业管理咨询行业市场前景分析

第五节 欧洲企业管理咨询行业地区市场分析

- 一、欧洲企业管理咨询行业市场现状分析
- 二、欧洲企业管理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲企业管理咨询行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界企业管理咨询行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球企业管理咨询行业市场规模预测

第三章 中国企业管理咨询产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品企业管理咨询总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国企业管理咨询行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国企业管理咨询产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国企业管理咨询行业运行情况

第一节 中国企业管理咨询行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国企业管理咨询行业市场规模分析

第三节 中国企业管理咨询行业供应情况分析

第四节 中国企业管理咨询行业需求情况分析

第五节 我国企业管理咨询行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国企业管理咨询行业供需平衡分析

第七节 中国企业管理咨询行业发展趋势分析

第五章 中国企业管理咨询所属行业运行数据监测

第一节 中国企业管理咨询所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国企业管理咨询所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国企业管理咨询所属行业财务指标分析

- 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

第六章 2017-2020年中国企业管理咨询市场格局分析

第一节 中国企业管理咨询行业竞争现状分析

- 一、中国企业管理咨询行业竞争情况分析
- 二、中国企业管理咨询行业主要品牌分析

第二节 中国企业管理咨询行业集中度分析

- 一、中国企业管理咨询行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国企业管理咨询行业市场集中度分析

第三节 中国企业管理咨询行业存在的问题

第四节 中国企业管理咨询行业解决问题的策略分析

第五节 中国企业管理咨询行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国企业管理咨询行业需求特点与动态分析

第一节 中国企业管理咨询行业消费市场动态情况

第二节 中国企业管理咨询行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 企业管理咨询行业成本结构分析

第四节 企业管理咨询行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国企业管理咨询行业价格现状分析

第六节 中国企业管理咨询行业平均价格走势预测

- 一、中国企业管理咨询行业价格影响因素
- 二、中国企业管理咨询行业平均价格走势预测
- 三、中国企业管理咨询行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国企业管理咨询行业区域市场现状分析

第一节 中国企业管理咨询行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区企业管理咨询市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区企业管理咨询市场规模分析
- 四、华东地区企业管理咨询市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区企业管理咨询市场规模分析
- 四、华中地区企业管理咨询市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区企业管理咨询市场规模分析
- 四、华南地区企业管理咨询市场规模预测

第九章 2017-2020年中国企业管理咨询行业竞争情况

第一节 中国企业管理咨询行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国企业管理咨询行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国企业管理咨询行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 企业管理咨询行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国企业管理咨询行业发展前景分析与预测

第一节 中国企业管理咨询行业未来发展前景分析

一、企业管理咨询行业国内投资环境分析

二、中国企业管理咨询行业市场机会分析

三、中国企业管理咨询行业投资增速预测

第二节 中国企业管理咨询行业未来发展趋势预测

第三节 中国企业管理咨询行业市场发展预测

一、中国企业管理咨询行业市场规模预测

二、中国企业管理咨询行业市场规模增速预测

三、中国企业管理咨询行业产值规模预测

四、中国企业管理咨询行业产值增速预测

五、中国企业管理咨询行业供需情况预测

第四节 中国企业管理咨询行业盈利走势预测

一、中国企业管理咨询行业毛利润同比增速预测

二、中国企业管理咨询行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国企业管理咨询行业投资风险与营销分析

第一节 企业管理咨询行业投资风险分析

一、企业管理咨询行业政策风险分析

二、企业管理咨询行业技术风险分析

三、企业管理咨询行业竞争风险

四、企业管理咨询行业其他风险分析

第二节 企业管理咨询行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国企业管理咨询行业发展战略及规划建议

第一节 中国企业管理咨询行业品牌战略分析

一、企业管理咨询企业品牌的重要性

二、企业管理咨询企业实施品牌战略的意义

三、企业管理咨询企业品牌的现状分析

四、企业管理咨询企业的品牌战略

五、企业管理咨询品牌战略管理的策略

第二节 中国企业管理咨询行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国企业管理咨询行业战略综合规划分析

- 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

第四节 企业管理咨询行业竞争力提升策略

- 一、企业管理咨询行业产品差异性策略
- 二、企业管理咨询行业个性化服务策略
- 三、企业管理咨询行业的促销宣传策略
- 四、企业管理咨询行业信息智能化策略
- 五、企业管理咨询行业品牌化建设策略
- 六、企业管理咨询行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国企业管理咨询行业发展策略及投资建议

第一节 中国企业管理咨询行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国企业管理咨询行业营销渠道策略

- 一、企业管理咨询行业渠道选择策略
- 二、企业管理咨询行业营销策略

第三节 中国企业管理咨询行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国企业管理咨询行业重点投资区域分析
- 二、中国企业管理咨询行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/533486533486.html>