

2021年中国律师事务所行业分析报告- 市场深度分析与运营商机前瞻

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年中国律师事务所行业分析报告-市场深度分析与运营商机前瞻》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/daili/544283544283.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

在法律服务行业中，尽管法律服务有很大的市场空间，但对于律师事务所来说，为了实现自己的可持续发展，提升自我发展能力，提升自身市场中的地位，需正确分析并采用合适的发展战略。按照三类不同的竞争战略，即差异化、集中化、成本领先战略；它要联系自身的实际情况，对自身选择什么样的战略进行可行性分析。

1、成本领先战略

成本领先即通俗意义上的低成本，该种战略模式是指企业为了使自身的服务或者产品更快更多的占领市场被消费者接受，降低产品价格，而又要保持盈利水平的情况下，不得不选择降低成本，增大利润空间。一般来说，该战略适用于产品或者服务属于标准化且价格变动对于消费者的影响力较大的行业。

对于律师事务所行业来说，成本领先战略主要是被众多的小型律师事务所采用。这也是由小型律所的特征所决定的，一是行业内的小型律所数量较多，各家律所之间的业务同质性较高，竞争较为激烈；二是其相对于大中型律所而言，资金、律师等实力都较弱，以处理简单的个人案件业务如借贷、保险、交通事故等诉讼纠纷为主。因此，基于小型律师事务所的客户对象主要为个人群体，且客户的业务难度较小，处理较为容易的实际现状，往往争取数量的扩大化以此来获得利润，而要想提高业务案件的数量，在其他条件同等的条件下，则不得不通过压低价格、减小成本的方式，实现该目的。

目前，律师事务所成本组成主要是四个方面：首先是人力成本，这个成本所占份额最大。人力成本主要分为两大块，实行月薪制的行政人事、财务等职能岗位人员和实行零底薪提成制的律师，职能岗位人员的数量和工资已经处于控制水平之下；二是税费成本，在对中小企业降税减负政策实施之后，律所的相关税费成本已经下降到律所收入的10%左右；三是固定资产及运营成本，固定资产主要包括已经购置的办公桌、椅、电脑、文具等等，主要是前期购买，运营成本主要包括办公场地的租金、物业、水电网费用等等；四是市场推广成本，在广告宣传方面，由于媒体及户外广告较少，现阶段的成本主要用于宣传折页、公司介绍等纸质资料的印刷，在关系维护方面，主要包含业务招待、行业专家会议组织的参加费用等等。

律师事务所主要成本结构 资料来源：观研天下整理

法律服务市场的大部分法律服务机构依旧处于中低端，不少都采取压价策略，以获取更多业务。然而，从长远发展来看，这些法律服务机构的经济效益会逐步降低，乃至发生难以维持生存的情况。假如律师事务所实施成本领先战略，能够在短时间内为本企业积聚相当多的业务，然而因为律师行业具有较高的知识含金量、脑力劳动消耗较大，最大支出在于企业的人力成本。律所应该结合各位顾客的具体情况，为其制定差异化、个性化的法律专业服务，这些都是很难量化的。通常情况下，只有接受体验过法律服务后，方可做出相应的评价。与此同时，脑力劳动者耗费了相当多的隐形成本以及精力。如此单纯地采取降价策略，律

师们的主动性可能会被挫伤，专业水平、服务质量可能会逐步降低。

由此可见，如果律师事务所价格领先策略，将不利于律所的长远、可持续发展。此外，从高端的法律服务市场，客户对价格缺乏较高的敏感性，更重视法律服务的水平和质量，如果采取成本领先战略，还会对事务所的形象造成损害。

综上所述，一是由于律师事务所目前的运行成本处于较低的水平，能够继续削减的空间微乎其微。二是律师事务所一直由于财力有限，导致市场开拓相对单一、人才稀缺且引入力度不够大，势单力薄，也是造成目前面临发展困境的主要原因。三是在律师事务所行业中，消费者看重律所规模，看重品牌，看重资信和实力。因此，要解决律师事务所当前遭遇的发展瓶颈问题，不但不应该继续收缩成本支出，反倒应该加大投入，完善律所的业务开拓体系，加大团队及人力资源体系建设，提升信息化水平增强效率，只有这样才能推动律师事务所激烈的市场竞争中获得生存空间，提升效益。

2、集中化战略

企业采取集中化战略主要是为了精准服务于某一个细分市场，集中资源和力量完成对目标市场的占领，而一般来说，目标市场的选择也存在一定的共性，绝大部分企业会在自身竞争优势明显强于竞争对手或者是不易受到其它替代性产品及潜在进入者威胁的市场中进行选择，以确保自身维持竞争优势，不会造成资源的浪费。

但是，即使已经建立了发展基础，但采用这种战略的律师事务所仍然会受到小型和大型律所的双重夹击。其相对于微小型律师事务所来说，没有微小型律所的自由和灵活，且他们在业务开拓上更为主动，而中型律所由于各项经营成本的附加，也会使得业务价格较高，失去价格优势；其相对于大型律师事务所来说，虽然品牌和口碑初具雏形，但在大型律所的对比下则显得十分薄弱，其影响力远不及大型律所，而由于律所规模和资金、人员等实力方面的差距，所以也会造成中型律师事务所在应对重大诉讼案件或者其他招投标项目时竞争力不足。

综合性律所的业务范围已经非常广泛，若只专注于其核心的交通业务，市场需求无法有效地支撑该律师事务所的有效运营，一些具备了专业知识背景的律师人才会从本所流失。所以，综合性律师事务所总体采取集中化战略，与自身实际情况不完全相符。

3、差异化战略

差异化战略的本质是指在详细对顾客需求进行分析的基础上，根据需求而提供与其它公司不同的具有针对性和差异化的产品或者服务，满足客户需求，提升客户满意度，因此而获得比较优势，获得竞争力，同时弱化产品或者服务价格对客户消费的影响。

在客户需求相同的前提下，差异化的法律服务是律师事务所以生存和壮大的核心所在，而服务产品的差异化也有利于律师事务所独特品牌形象的树立。因此，随着各种法律条文、理论的扩充和丰富，每家律师事务所的人力、时间、资金都是有限的，不可能在每一方面都百分之百的投入，且每一位律师都有自己的专长和特色，不可能面面俱到能够应对所有方向和领域的业务案件。因此，律师事务所应该通过专业化的途径，提高服务效率，挖掘服务

内容，获取客户信任和依赖，梳理特色优势，扩大发展空间。

而对接受法律服务的顾客来说，其最为看重的是服务过程的专业性以及最终结果的有效性，因此，律师事务所应把提高律所的专业性作为差异化战略实施的关键着力要素，通过过程及细节要素差异化的手段，在前期沟通、响应、办公方式、风控、技术手段等内容中体现专业化、差异化，不断提升客户服务质量和效率，这将十分有助于律师事务所在市场中崭露头角，获得更大的机会。

律师事务所专业程度主要表现方式 资料来源：观研天下整理（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国律师事务所行业分析报告-市场深度分析与运营商机前瞻》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国律师事务所行业发展概述

第一节 律师事务所行业发展情况概述

一、律师事务所行业相关定义

二、律师事务所行业基本情况介绍

三、律师事务所行业发展特点分析

四、律师事务所行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、律师事务所行业需求主体分析

第二节 中国律师事务所行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、律师事务所行业产业链条分析

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、中国律师事务所行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国律师事务所行业生命周期分析

一、律师事务所行业生命周期理论概述

二、律师事务所行业所属的生命周期分析

第四节 律师事务所行业经济指标分析

一、律师事务所行业的赢利性分析

二、律师事务所行业的经济周期分析

三、律师事务所行业附加值的提升空间分析

第五节 中国律师事务所行业进入壁垒分析

一、律师事务所行业资金壁垒分析

二、律师事务所行业技术壁垒分析

三、律师事务所行业人才壁垒分析

四、律师事务所行业品牌壁垒分析

五、律师事务所行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球律师事务所行业市场发展现状分析

第一节 全球律师事务所行业发展历程回顾

第二节 全球律师事务所行业市场区域分布情况

第三节 亚洲律师事务所行业地区市场分析

一、亚洲律师事务所行业市场现状分析

- 二、亚洲律师事务所行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲律师事务所行业市场前景分析
- 第四节 北美律师事务所行业地区市场分析
 - 一、北美律师事务所行业市场现状分析
 - 二、北美律师事务所行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美律师事务所行业市场前景分析
- 第五节 欧洲律师事务所行业地区市场分析
 - 一、欧洲律师事务所行业市场现状分析
 - 二、欧洲律师事务所行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲律师事务所行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界律师事务所行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球律师事务所行业市场规模预测

第三章 中国律师事务所产业发展环境分析

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、全社会消费品律师事务所总额
- 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 中国律师事务所行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国律师事务所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 中国律师事务所行业运行情况

第一节 中国律师事务所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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国律师事务所行业市场规模分析

第三节 中国律师事务所行业供应情况分析

第四节 中国律师事务所行业需求情况分析

第五节 我国律师事务所行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国律师事务所行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国律师事务所行业供需平衡分析

第八节 中国律师事务所行业发展趋势分析

第五章 中国律师事务所所属行业运行数据监测

第一节 中国律师事务所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 中国律师事务所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 中国律师事务所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 2017-2021年中国律师事务所市场格局分析

第一节 中国律师事务所行业竞争现状分析

一、中国律师事务所行业竞争情况分析

二、中国律师事务所行业主要品牌分析

第二节 中国律师事务所行业集中度分析

一、中国律师事务所行业市场集中度影响因素分析

二、中国律师事务所行业市场集中度分析

第三节 中国律师事务所行业存在的问题

第四节 中国律师事务所行业解决问题的策略分析

第五节 中国律师事务所行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国律师事务所行业需求特点与动态分析

第一节 中国律师事务所行业消费市场动态情况

第二节 中国律师事务所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 律师事务所行业成本结构分析

第四节 律师事务所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 中国律师事务所行业价格现状分析

第六节 中国律师事务所行业平均价格走势预测

一、中国律师事务所行业价格影响因素

二、中国律师事务所行业平均价格走势预测

三、中国律师事务所行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国律师事务所行业区域市场现状分析

第一节 中国律师事务所行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区律师事务所市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区律师事务所市场规模分析

四、华东地区律师事务所市场规模预测

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、华中地区律师事务所市场规模分析

四、华中地区律师事务所市场规模预测

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、华南地区律师事务所市场规模分析

四、华南地区律师事务所市场规模预测

第九章 2017-2021年中国律师事务所行业竞争情况

第一节 中国律师事务所行业竞争结构分析（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 中国律师事务所行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国律师事务所行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 律师事务所行业企业分析（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年中国律师事务所行业发展前景分析与预测

第一节 中国律师事务所行业未来发展前景分析

一、律师事务所行业国内投资环境分析

二、中国律师事务所行业市场机会分析

三、中国律师事务所行业投资增速预测

第二节 中国律师事务所行业未来发展趋势预测

第三节 中国律师事务所行业市场发展预测

一、中国律师事务所行业市场规模预测

二、中国律师事务所行业市场规模增速预测

三、中国律师事务所行业产值规模预测

四、中国律师事务所行业产值增速预测

五、中国律师事务所行业供需情况预测

第四节 中国律师事务所行业盈利走势预测

一、中国律师事务所行业毛利润同比增速预测

二、中国律师事务所行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国律师事务所行业投资风险与营销分析

第一节 律师事务所行业投资风险分析

一、律师事务所行业政策风险分析

二、律师事务所行业技术风险分析

三、律师事务所行业竞争风险分析

四、律师事务所行业其他风险分析

第二节 律师事务所行业应对策略

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年中国律师事务所行业发展战略及规划建议

第一节 中国律师事务所行业品牌战略分析

一、律师事务所企业品牌的重要性

二、律师事务所企业实施品牌战略的意义

三、律师事务所企业品牌的现状分析

四、律师事务所企业的品牌战略

五、律师事务所品牌战略管理的策略

第二节 中国律师事务所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 中国律师事务所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

第十四章 2021-2026年中国律师事务所行业发展策略及投资建议

第一节 中国律师事务所行业产品策略分析

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 中国律师事务所行业营销渠道策略

一、律师事务所行业渠道选择策略

二、律师事务所行业营销策略

第三节 中国律师事务所行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国律师事务所行业重点投资区域分析

二、中国律师事务所行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/544283544283.html>