

2019年中国营销行业分析报告- 行业供需现状与发展战略规划

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《2019年中国营销行业分析报告-行业供需现状与发展战略规划》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/baihuo/385648385648.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2019年我国营销行业宏观环境情况

中国GDP增长情况：初步核算，中国2018年前三季度国内生产总值650899亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%。分产业看，第一产业增加值42173亿元，同比增长3.4%；第二产业增加值262953亿元，增长5.8%；第三产业增加值345773亿元，增长7.7%。数据来源：国家统计局

工业经济发展形势：2018年9月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比8月份回落0.3个百分点。从环比看，9月份，规模以上工业增加值比上月增长0.50%。1-9月份，规模以上工业增加值同比增长6.4%，增速较1-8月份回落0.1个百分点。规模以上工业增加值同比增速（%）数据来源：国家统计局

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，营销行业也得到了快速发展，2017年我国营销行业的市场规模达到**亿元，2018年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，营销行业正处于发展之中，预计2019年将保持**的增速，达到**亿元。

2013-2018年营销行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从营销行业企业区域分布情况来看，营销行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2018年我国营销行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国营销行业分析报告-行业供需现状与发展战略规划》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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】

第一部分 营销产业环境透视

第一章 中国营销行业概述

第一节 营销行业的界定

一、营销的概念

二、营销的分类

1、线上营销

2、线下营销

三、营销行业的界定

四、营销行业特性

1、周期性

2、区域性

3、季节性

五、营销行业产业链分析

第二节 中国营销行业发展环境分析

一、营销行业政策环境分析

1、行业管理体制

2、行业主要政策法规

二、营销行业经济环境分析

1、国内外宏观经济环境分析

2、现代服务业经济环境分析

三、营销市场环境分析

1、营销意识分析

2、营销市场规模分析

第三节 报告研究单位与研究方法

一、研究单位介绍

二、研究方法概述

第二章 中国营销行业发展分析

第一节 国外营销行业发展分析

一、国外营销业发展现状分析

1、营销外包趋势明显

2、线下营销上升趋势明显

3、整合营销传播服务发展迅速

二、国外知名营销机构分析

1、Omnicom

2、WPP

3、Publicis

4、Dentsu

5、Spar

第二节 中国营销行业发展分析

一、中国营销业的发展历程

1、营销业的起步阶段

2、营销业多元化发展阶段

3、营销业快速发展阶段

二、中国营销业的发展现状分析

1、营销手段多元化

2、整合营销传播服务需求扩大

3、跨国营销巨头加速介入我国营销业

三、中国线上营销需求分析

四、中国线下营销需求分析

1、线下营销行业经营模式

2、终端营销的需求分析

3、活动营销的需求分析

4、会议会展服务的需求分析

五、营销行业投资兼并与重组分析

第三节 中国营销行业发展趋势分析

- 一、营销行业发展前景分析
- 二、营销行业发展趋势分析

第二部分 营销行业深度分析

第三章 中国营销行业关联行业分析

第一节 中国传媒行业发展分析

一、全球传媒产业发展现状分析

二、中国传媒产业发展总体概况

1、总产值及增长情况

2、市场规模及增长情况

3、市场结构

4、产业形态

三、中国传媒产业发展现状分析

四、中国传媒产业发展趋势分析

第二节 中国广告行业发展分析

一、广告业发展现状分析

1、广告业整体增长平稳

2、广告业发展不均衡性突出

3、跨国广告集团大举进入我国市场

二、广告行业市场状况概述

1、综合情况

2、各媒体广告市场状况

三、广告行业市场规模分析

1、2016-2018年广告业经营状况

2、2016-2018年媒体广告经营情况

3、2016-2018年广告公司经营情况

4、2016-2018年广告花费市场情况

四、广告行业市场竞争分析

五、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

六、广告业发展趋势及前景分析

第四章 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、行业的管理体制发展

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、公共关系在品牌中的优势
- 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

四、中国公关行业面临的挑战与机遇

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、人力资源
- 3、公司规模
- 4、资源积累
- 五、中国公共关系行业发展趋势分析

第五章 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

第六章 中国营销行业企业经营分析

第一节 中国营销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、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

二、宣亚国际品牌管理（北京）股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

三、嘉利公关有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

四、中国环球公共关系公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

五、海天网联营销传播机构有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第二节 中国营销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、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

二、WIN胜者管理咨询（北京）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

三、广东省广告集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

四、深圳双剑破局营销策划有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第三节 中国营销业营销咨询公司经营分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

二、北大纵横管理咨询集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

三、远卓咨询集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

四、北京赞伯营销管理咨询有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

五、深圳市南方略营销管理咨询有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第三部分 营销行业投资分析

第七章 中国营销行业投资分析

第一节 中国营销行业投资特性分析

一、营销行业进入壁垒分析

- 1、客户认同的壁垒
- 2、线下执行网络的壁垒
- 3、资金壁垒
- 4、人才壁垒

二、营销行业盈利因素分析

三、营销行业盈利模式分析

第二节 中国营销行业发展影响因素分析

一、有利因素分析

- 1、营销市场支出不断扩大
- 2、线下营销市场发展迅速
- 3、企业营销外包程度不断深化
- 4、国家产业政策支持力度不断加大

二、不利因素分析

- 1、行业的认知度相对较低
- 2、营销机构实力较弱
- 3、营销专业人才短缺

第三节 中国营销行业投资建议

一、营销行业投资机会分析

二、营销行业投资风险分析

- 1、政策风险及防范

- 2、技术风险及防范
- 3、供求风险及防范
- 4、宏观经济波动风险及防范
- 5、关联产业风险及防范
- 6、产品结构风险及防范
- 7、其他风险及防范

三、投资建议：关注营销公司

- 1、中国上市营销企业步入扩张期
- 2、华谊嘉信
- 3、蓝色光标

图表目录：

- 图表：传媒行业主要法律法规
- 图表：2016-2018年线下营销市场规模分析
- 图表：2016-2018年传媒产业总产值及增长情况
- 图表：2016-2018年中国传媒行业市场规模及增长分析
- 图表：2016-2018年我国广告行业市场规模分析
- 图表：2016-2018年我国公共关系市场行业规模分析
- 图表：2018年我国十大公关公司排名
- 图表：企业营销业务
- 图表：汽车行业客户
- 图表：互联网行业客户
- 图表：快速消费品行业客户
- 图表：通讯/家电行业客户
- 图表：文化旅游行业客户

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/385648385648.html>