

# 2020-2026年中国营销产业发展现状与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国营销产业发展现状与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202003/155685.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2020-2026年中国营销产业发展现状与前景趋势报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

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（1997年以前）

##### 2、营销业多元化发展阶段（1997年-2003年）

##### 3、营销业快速发展阶段（2004年至今）

#### 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、2010-2019年广告业经营状况
- 2、2010-2019年媒体广告经营情况
- 3、2010-2019年广告公司经营情况
- 4、2010-2019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) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 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) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 三、嘉利公关有限公司



(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 四、中国环球公共关系公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 二、WIN胜者管理咨询(北京)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 三、广东省广告集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

## 二、北大纵横管理咨询集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 三、远卓咨询集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 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：2012-2019年线下营销市场规模分析

图表：2013-2019年传媒产业总产值及增长情况

图表：2013-2019年中国传媒行业市场规模及增长分析

图表：2010-2019年我国广告行业市场规模分析

图表：2013-2019年我国公共关系市场行业规模分析

图表：2019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：2015年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司经营分析

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司资产负债表

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司利润表

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司盈利能力分析

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司运营能力分析

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司偿债能力分析

图表：2015-2019年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司发展能力分析

图表：2019年广东省广告集团股份有限公司主营构成

图表：2015-2019年广东省广告集团股份有限公司资产负债表

图表：2015-2019年广东省广告集团股份有限公司利润表

图表：企业营销分析

图表：远卓咨询集团客户列表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/155685.html>