

中国营销服务行业前景分析及投资发展建议报告2023-2028年

产品名称	中国营销服务行业前景分析及投资发展建议报告 2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国营销服务行业前景分析及投资发展建议报告2023-2028年*****

****【报告编号】361500【出版日期】2023年1月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 中国营销服务行业概述节 营销服务行业的界定一、营销服务的概念二、营销服务的分类1、线上营销2、线下营销三、营销服务行业的界定四、营销服务行业特性1、周期性2、区域性3、季节性五、营销服务行业产业链分析第二节 中国营销服务行业发展环境分析一、营销服务行业政策环境分析1、行业管理体制2、行业主要政策法规二、营销服务行业经济环境分析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 中国营销服务行业发展分析节 国外营销服务行业发展分析一、国外营销服务业发展现状分析1、营销外包趋势明显2、线下营销服务上升趋势明显3、整合营销传播服务发展迅速二、国外营销服务机构分析1、Omnicom2、WPP3、Publicis4、Dentsu5、Spar第二节 中国营销服务行业发展分析一、中国营销服务业的发展历程1、营销服务业的起步阶段（1997年以前）2、营销服务业多元化发展阶段（1997年-2003年）3、营销服务业快速发展阶段（2015年至今）二、中国营销服务业的发展现状分析1、营销手段多元化2、整合营销传播服务需求扩大3、跨国营销服务巨头加速介入我国营销服务业三、中国线上营销服务需求分析四、中国线下营销服务需求分析1、线下营销服务行业经营模式2、终端营销服务的需求分析3、活动营销服务的需求分析4、会议会展服务的需求分析五、营销服务行业投资兼并与重组分析1、国外营销服务行业投资兼并与重组分析2、国内营销服务行业投资兼并与重组分析第三节 中国营销服务行业发展趋势预测一、营销服务行业发展前景预测二、营销服务行业发展趋势预测1、线下营销2、网络营销3、终端营销4、行业整合第三章

中国营销服务行业关联行业分析节 中国传媒行业发展分析一、全球传媒产业发展现状分析1、全球传媒产业发展概况2、全球传媒产业发展特征二、中国传媒产业发展总体概况1、总产值及增长状况分析2、市场规模及增长状况分析3、市场结构4、产业形态三、中国传媒产业发展现状分析1、传统媒体产业发展现状分析2、新媒体产业发展现状分析四、中国传媒产业发展趋势预测第二节 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、综合状况分析2、各媒体广告市场情况分析3、消费者媒体接触行为三、广告行业市场规模分析1、2018-2022年广告业经营情况分析2、2018-2022年媒体广告经营状况分析3、20

18-2022年广告公司经营况况分析4、2018-2022年广告花费市场状况分析四、广告行业市场竞争分析1、广告公司与媒体企业间的竞争2、本土广告公司与跨国广告公司竞争3、广告客户代理与媒介代理公司竞争4、广告公司区域市场之间的竞争分析五、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预测第四章 中国公共关系行业发展分析节 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、行业的管理体制和主要法律法规1、行业管理体制概述2、行业主要自律规章及产业政策第二节 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、多品牌经营模式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、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、客户基础3、人力资源4、公司规模5、资源积累五、中国公共关系行业发展趋势预测第五章 中国营销咨询行业发展分析节 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预测三、国际营销咨询行业企业分析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预测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、与客户的合作程度不断加深第六章 中国营销服务行业企业经营分析节 中国营销服务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、主要经济指标分析3、企业盈利能力分析4、企业运营能力分析5、企业偿债能力分析6、企业发展能力分析7、企业营销服务分析8、企业客户资源分析9、企业投资兼并与重组分析10、企业经营策略及发展战略分析10、企业新发展动向分析二、博诚智杰公关咨询有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析三、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、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析四、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、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析五、海天网联公关顾问有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析六、时空视点公关顾问有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析七、爱德曼国际公关（中国）有限公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析 3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析八、世纪双成信息咨询有限责任公司1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析九、信诺传播顾问集团1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析十、迪思传媒集团1、企业发展简况分析2、企业经营情况分析3、企业营销服务分析4、企业客户资源分析5、企业投资兼并与重组分析6、企业新发展动向分析第七章 中国营销服务行业投资分析节 中国营销服务行业投资特性分析一、营销服务行业进入壁垒分析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、营销服务行业盈利因素分析三、营销服务行业盈利模式分析第二节 中国营销服务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、营销服务机构实力较弱3、营销服务人才短缺第三节 中国营销服务行业投资建议一、营销服务行业投资机会分析二、营销服务行业投资风险分析三、投资建议 关注营销服务公司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 1 线上营销服务与线下营销服务对比图表 2 国内营销服务行业公司现有业务类型图表 3 营销服务行业产业链图表 4 2022-2028年广告市场规模预测（单位 亿元，%）图表 5

2022-2028年线下营销市场规模预测（单位 亿元，%）图表 6
2022-2028年全球线下营销支出占营销支出比例预测（单位 亿美元，%）图表 7
2018-2022年中国网民规模与普及率（单位 万人，%）图表 8
2022-2028年互联网广告在广告投放占比预测（单位 %）图表 9
广告与公关行业平均每家公司员工人数情况（单位 人）图表 10
全球五大营销服务集团向着一站式整合营销服务的方向发展图表 11
2018-2022年全球高速无线网络设备产值（单位 亿美元）图表 12
2021-2022年全球移动社交网络用户规模（单位 亿户，%）图表 13
2018-2022年全球网络购物市场交易规模地区分布情况（单位，%）图表 14
2022-2028年全球主流媒体广告投放费用及预测（单位 亿美元，%）图表 15
2022-2028年各大洲主流媒体广告投入情况及预测（单位 %）图表 16
2018-2022年中国传媒产业总产值及增长率（单位 亿元，%）图表 17
2018-2022年中国传媒产业各行业市场规模（单位 亿元）图表 18
2018-2022年中国传媒产业各行业市场规模及增长率（单位 亿元，%）图表 19
2022年中国传媒产业各行业市场结构图表 20 2018-2022年中国传媒产业形态主要表现图表 21
2022-2028年中国传媒产业规模及增长率预测（单位 亿元，%）图表 22
2018-2022年中国报纸广告收入情况（单位 亿元，%）图表 23 2018-2022年中国期刊广告收入情况（单位 亿元，%）图表 24 2018-2022年中国电视广告收入情况（单位 亿元，%）图表 25
2018-2022年中国广播广告收入情况（单位 亿元，%）图表 26 网络广告产业链投放流程图表 27
2022-2028年中国网络广告市场规模及预测分析图表 28
2018-2022年中国户外电子屏广告市场发展情况（单位 亿元，%）图表 29
2022年中国户外电子屏广告收入市场份额（单位 %）图表 30 2018-2022年中国公共关系年营业额（单位 亿元）图表 31 2018-2022年中国GDP与公共关系营业额比较表（单位 亿元，%）图表 32
2022年中国公共关系需求行业构成比例图（单位 %）图表 33
2018-2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司营收情况分析（单位 万元）图表 34
2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司主营业务分业务情况表（单位 万元，%）图表 35
2018-2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司盈利能力分析（单位 %）图表 36
2018-2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司运营能力分析（单位 次）图表 37
2018-2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司偿债能力分析（单位 %，倍）图表 38
2018-2022年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发展能力分析（单位 %）图表 39
2018-2022年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司营收情况分析（单位 万元）图表 40
2022年北京华谊嘉信整合营销顾问股份有限公司主营业务分业务情况表（单位 万元，%）图表 41
2018-2022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（单位 %）图表 42
2018-2022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（单位 次）图表 43
2018-2022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（单位 %，倍）图表 44
2018-2022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（单位 %）图表 45
2018-2022年我国GDP与社会消费品零售总额（单位 亿元）图表 46
2018-2022年我国城镇居民可支配收入状况（单位 亿元，%）