

# 2023-2028年中国管理咨询行业市场深度调查报告

产品名称	2023-2028年中国管理咨询行业市场深度调查报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

## 产品详情

### 第一章 管理咨询行业概述 14节 管理咨询的相关概念 14

一、管理咨询含义及特点 14二、管理咨询业务的分类 15三、管理咨询的作用分析 16四、管理咨询的基本流程 16五、咨询顾问的从业要求 18

### 第二节 管理咨询行业特点分析 20

一、现代管理咨询产业特征 20二、管理咨询行业生命周期 22三、咨询行业进入退出壁垒 22四、管理咨询产业运营条件 22

### 第三节 中国管理咨询行业PEST分析 23

一、行业政策环境分析 23（一）行业监管体制 23（二）主要法律法规 24（三）行业相关政策 25二、行业经济环境分析 25三、社会文化环境分析 26（一）人口环境发展分析 26（二）中国教育环境分析 27（三）中国城镇化率分析 28四、行业技术环境分析 28

## 第二章 全球管理咨询业运行形势分析 30节 全球管理咨询行业发展综述 30

一、国际管理咨询业产生的背景 30二、全球管理咨询行业发展现状 30三、国际咨询产业结构及商业价值 31四、全球管理咨询业关键成功因素 31五、全球管理咨询市场规模分析 33

### 第二节 主要国家管理咨询行业发展状况分析 33

一、美国管理咨询业发展分析 33二、英国管理咨询业发展分析 34三、德国管理咨询业发展分析 35四、日本管理咨询业发展分析 36

### 第三节 国外管理咨询公司竞争力分析 37

一、麦肯锡（Mckinsey） 37（一）麦肯锡公司概况 37（二）麦肯锡公司的服务范围

37 (三) 麦肯锡的使命和价值观 38 (四) 麦肯锡的核心优势分析 38 (五) 麦肯锡的工作方法分析  
39 (六) 麦肯锡在华发展情况 39二、埃森哲 (Accenture) 40 (一) 埃森哲公司概况  
40 (二) 埃森哲公司的服务范围 40 (三) 埃森哲经营情况分析 41 (四) 埃森哲的核心优势分析  
41 (五) 埃森哲的工作网络分析 41 (六) 情况分析 42三、罗兰贝格 (Roland Berger)  
42 (一) 罗兰贝格公司概况 42 (二) 罗兰贝格主要业务范围 42 (三) 罗兰贝格使命和价值观  
43 (四) 罗兰贝格核心优势分析 43 (五) 罗兰贝格工作方法分析 43 (六) 罗兰贝格在华发展情况  
44四、理实国际集团 (Raisewin) 45 (一) 理实国际公司概况 45 (二) 理实国际主要业务范围  
45 (三) 理实国际理念和价值观 46 (四) 理实国际核心优势分析 46 (五) 理实国际工作方法分析  
47 (六) 理实国际在华发展情况 47五、波士顿 (BCG) 47 (一) 波士顿公司概况  
47 (二) 波士顿的主要业务范围 48 (三) 波士顿的使命和经营理念 48 (四) 波士顿的核心优势分析  
48 (五) 波士顿矩阵产品组合方法 49 (六) 波士顿在华发展情况 49六、贝恩咨询 (Bain & Company)  
49 (一) 贝恩咨询公司概况 49 (二) 贝恩咨询主要业务范围 50 (三) 贝恩咨询的理念和宗旨  
50 (四) 贝恩咨询核心优势分析 50 (五) 贝恩的咨询经验分析 50 (六) 贝恩咨询在华发展情况  
51七、科尔尼咨询 (ATKearney) 52 (一) 科尔尼公司概况 52 (二) 科尔尼主要业务范围  
52 (三) 科尔尼使命和价值观 52 (四) 科尔尼核心优势分析 52 (五) 科尔尼咨询服务特点  
52 (六) 科尔尼在华发展情况 53

第四节 全球管理咨询业发展趋势及前景分析 54第三章 中国管理咨询行业发展态势分析 55节  
中国管理咨询行业发展概况 55

一、管理咨询在中国的发展历程 55二、中国管理咨询行业发展现状 56三、中国管理咨询行业发展特点  
58四、中国管理咨询发展尚不成熟 58五、中国咨询业流派及主要问题 59六、中国管理咨询的使命与责任  
60

第二节 中国管理咨询行业运行现状 61

一、管理咨询机构的规模及分布 61二、咨询企业现有管理模式分析 61三、中国管理咨询行业收入规模  
62四、中国管理咨询行业结构分析 62

第三节 “中国管理咨询机构 50

大”发展情况分析 63一、“中国管理咨询机构 50大”营业收入 63二、“中国管理咨询机构 50  
大”入围门槛 64三、“中国管理咨询机构 50大”项目数量 64四、“中国管理咨询机构 50大”项目收入  
65五、“中国管理咨询机构 50大”人员规模 65

第四节 中国管理咨询行业存在的问题 66

一、企业对管理咨询的认识不足 66二、咨询机构规模显著落后国外 66三、管理咨询行业扶持政策缺位  
66四、大多数公司缺乏核心竞争力 67五、咨询从业人员水平有待提高 68

第五节 中国管理咨询行业发展对策 69

一、加大政府扶持力度 69二、培育管理咨询市场 69三、提高市场主体认识 70四、规范咨询操作模式  
70五、培育良好企业文化 70

第四章 中国管理咨询行业市场透析 72节 管理咨询市场运行特性分析 72

一、无形性 72二、服务对象的组织特性 72三、知识性 72四、易逝性 72五、服务质量的不确定性 73

第二节 咨询业发展影响因素分析 73

一、政治环境分析 73二、经济环境分析 74三、技术环境分析 74四、社会环境分析 75

### 第三节 管理咨询市场客户需求分析 75

一、企业管理咨询的需求原因 76二、私营中小企业的咨询需求 76三、大型民营企业的咨询需求 76四、国企存在问题及咨询需求 77五、外企存在问题及咨询需求 77

### 第四节 企业发展过程与管理咨询需求 77

一、初创期企业管理咨询需求 77二、成长期企业管理咨询需求 77三、成熟期企业管理咨询需求 78四、稳健期企业管理咨询需求 78五、新生期企业管理咨询需求 78

### 第五节 管理咨询市场营销策略分析 79

一、产品策略 79二、促销策略 79三、渠道策略 80

## 第五章 中国管理咨询行业市场竞争态势分析 81节 中国管理咨询行业竞争现状分析 81

一、管理咨询行业竞争环境分析 81（一）同业竞争者分析 81（二）潜在进入者分析 81（三）行业供应者分析 82（四）咨询消费者分析 82（五）行业替代者分析 83二、中国管理咨询行业发展亮点分析 83（一）打造新型产业生态，构建数字化平台组织 84（二）推进国资治理能力，聚焦国企改革创新 84（三）加强人力资源能力建设，助推高质量发展 84（四）树立国际服务品牌，打造对外合作新平台 85

### 第二节 管理咨询市场区域格局分析 85

一、北京管理咨询市场竞争格局 86二、上海管理咨询市场竞争格局 86三、广东管理咨询市场竞争格局 87

### 第三节 中国管理咨询行业竞争战略分析 88

一、差异化竞争战略分析 88二、品牌化竞争战略分析 88

## 第六章 中国主要管理咨询企业竞争力分析 89节 北京和君创业管理咨询有限公司 89

一、企业基本情况 89二、企业发展历程 89三、企业业务范围 90四、企业经营情况 90五、企业咨询案例 91六、企业竞争优势 92

### 第二节 中华财务咨询有限公司 94

一、企业基本情况 94二、企业发展历程 94三、企业业务范围 95四、企业咨询团队 95五、企业咨询案例 96六、企业竞争优势 97

### 第三节 北京北大纵横管理咨询有限责任公司 98

一、企业基本情况 98二、企业发展历程 99三、企业业务范围 100四、企业经营情况 100五、企业咨询案例 101六、企业竞争优势 101

### 第四节 中国国际经济咨询有限公司 102

一、企业基本情况 102二、企业业务范围 102三、企业经营情况 103四、企业竞争优势 104五、企业发展战略 104六、企业发展动态 104

## 第五节 上海企源科技股份有限公司 105

一、企业基本情况 105二、企业业务范围 105三、企业经营情况 106四、企业竞争优势 106五、企业咨询案例 107六、企业发展战略 109

## 第六节 万隆国际咨询集团有限公司 109

一、企业基本情况 109二、企业业务范围 110三、企业服务网络 110四、企业竞争优势 111五、企业发展战略 112

## 第七节 上海华彩管理咨询有限公司 112

一、企业基本情况 112二、企业业务范围 112三、企业经营情况 113四、企业竞争优势 114五、企业咨询案例 115六、企业发展动态 116

## 第八节 北京国富创新管理咨询有限公司 116

一、企业基本情况 116二、企业业务范围 117三、企业咨询团队 117四、企业咨询流程 118五、企业咨询案例 118

## 第九节 北京仁达方略管理咨询股份有限公司 122

一、企业基本情况 122二、企业业务范围 122三、企业经营情况 122四、企业竞争优势 123五、企业咨询案例 124六、企业发展动态 125