

2026-2031年中国营销服务行业发展格局及投资分析报告

报告简介

营销服务行业研究报告主要分析了营销服务行业的市场规模、营销服务市场供需状况、营销服务市场竞争状况和营销服务主要企业经营情况、营销服务市场主要企业的市场占有率，同时对营销服务行业的未来发展做出科学的预测。中道泰和凭借多年的行业研究经验，总结出完整的产业研究方法，建立了完善的产业研究体系，提供研究覆盖面最为广泛、数据资源最为强大、市场研究最为深刻的行业研究报告系列。报告在公司多年研究结论的基础上，结合中国行业市场的发展现状，通过公司资深研究团队对市场各类资讯进行整理分析，并且依托国家权威数据资源和长期市场监测的中道泰和数据库，进行全面、细致的研究，是中国市场上最权威、有效的研究产品。营销服务行业研究报告可以帮助投资者合理分析行业的市场现状，为投资者进行投资作出行业前景预判，挖掘投资价值，同时提出行业投资策略、生产策略、营销策略等方面的建议。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及营销服务专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国营销服务行业作了详尽深入的分析，为营销服务产业投资者寻找新的投资机会。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 中国营销服务行业概述

1.1 营销服务行业的界定

1.1.1 营销服务的概念

1.1.2 营销服务的分类

(1)线上营销

(2)线下营销

1.1.3营销服务行业的界定

1.1.4营销服务行业特性

(1)周期性

(2)区域性

(3)季节性

1.1.5营销服务行业产业链分析

1.2中国营销服务行业发展环境分析

1.2.1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

1.2.2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

1.2.3营销市场环境分析

(1)营销意识分析

(2)营销市场规模分析

1.3报告研究单位与研究方法

1.3.1研究单位介绍

1.3.2研究方法概述

第二章 中国营销服务行业发展分析

2.1国外营销服务行业发展分析

2.1.1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

2.1.2国外知名营销服务机构分析

(1)Omnicom

(2)WPP

(3)Publicis

(4)Dentsu

(5)Spar

2.2中国营销服务行业发展分析

2.2.1中国营销服务业的发展历程

(1)营销服务业的起步阶段(以前)

(2)营销服务业多元化发展阶段(以来)

(3)营销服务业快速发展阶段

2.2.2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

2.2.3中国线上营销服务需求分析

2.2.4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

2.2.5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

2.3中国营销服务行业发展趋势分析

2.3.1营销服务行业趋势预测分析

2.3.2营销服务行业发展趋势分析

(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调研

3.1中国传媒行业发展分析

3.1.1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

3.1.2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

3.1.3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

3.1.4中国传媒产业发展趋势分析

3.2中国广告行业发展分析

3.2.1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

3.2.2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

(3)消费者媒体接触行为

3.2.3广告行业市场规模分析

(1)2021-2026年广告业经营状况

(2)2021-2026年媒体广告经营情况

(3)2021-2026年广告公司经营情况

(4)2021-2026年广告花费市场情况

3.2.4广告行业市场竞争分析

(1)专业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

3.2.5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

户外电子屏广告发展分析

3.2.6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

4.1中国公共关系行业概述

4.1.1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

4.1.2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

4.2国际公共关系行业发展状况分析

4.2.1国际公共关系行业发展现状分析

4.2.2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

4.2.3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

4.3中国公共关系行业发展状况分析

4.3.1中国公共关系行业发展的历史

4.3.2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

4.3.3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

外资收购频繁

4.3.4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

4.3.5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

5.1中国营销咨询行业概述

5.1.1营销咨询的概念

5.1.2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

5.1.3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

5.2国际营销咨询行业发展状况分析

5.2.1国际营销咨询行业发展现状分析

5.2.2国际营销咨询行业发展趋势分析

5.2.3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

5.3中国营销咨询行业发展状况分析

5.3.1中国营销咨询行业发展概况

5.3.2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

5.3.3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

5.3.4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 中国营销服务行业企业经营分析

6.1中国营销服务业公关公司经营分析

6.1.1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

企业发展能力分析

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)企业经营策略及投资前景分析

(11)企业最新发展动向分析

6.1.2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

企业最新发展动向分析

6.1.3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

企业最新发展动向分析

6.1.4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

企业最新发展动向分析

6.1.5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

企业最新发展动向分析

6.1.6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

企业最新发展动向分析

6.1.7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

企业最新发展动向分析

6.1.8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

企业最新发展动向分析

6.1.9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

企业最新发展动向分析

6.1.10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

企业最新发展动向分析

6.1.11际恒集团

(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

企业最新发展动向分析

6.1.12奥美集团

(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

企业最新发展动向分析

6.2中国营销服务业产品推广公司经营分析

6.2.1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)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

企业发展能力分析

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)企业经营策略及投资前景分析

(11)企业最新发展动向分析

6.2.2胜者(北京)国际营销策划有限公司

(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

企业最新发展动向分析

6.2.3广东省广告股份有限公司

(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

企业最新发展动向分析

6.2.4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

企业最新发展动向分析

6.3中国营销服务业营销咨询公司经营分析

6.3.1世纪纵横管理咨询集团

(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

企业最新发展动向分析

6.3.2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

企业最新发展动向分析

6.3.3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

企业最新发展动向分析

6.3.4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

企业最新发展动向分析

6.3.5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

企业最新发展动向分析

6.3.6上海睿途管理咨询公司

(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

企业最新发展动向分析

6.3.7天创营销管理策划中心

(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

企业最新发展动向分析

6.3.8新华信国际信息咨询(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

企业最新发展动向分析

6.3.9华夏基石管理咨询集团有限公司

(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

企业最新发展动向分析

6.3.10上海杰信营销咨询有限公司

(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

企业最新发展动向分析

6.3.11北京派力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

企业最新发展动向分析

6.3.12联纵智达管理咨询集团

(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

企业最新发展动向分析

第七章 中国营销服务行业投资分析

7.1中国营销服务行业投资特性分析

7.1.1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

7.1.2营销服务行业盈利因素分析

7.1.3营销服务行业盈利模式分析

7.2中国营销服务行业发展影响因素分析

7.2.1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

7.2.2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)营销服务专业人才短缺

7.3中国营销服务行业投资建议

7.3.1营销服务行业投资机会分析

7.3.2营销服务行业投资前景分析

7.3.3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：线上营销服务与线下营销服务对比

图表：国内营销服务行业公司现有业务类型

图表：营销服务行业产业链

图表：2021-2026年广告市场规模预测(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年线下营销市场规模预测(单位：亿元，%)

图表：2021-2026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：中国网民规模与普及率(单位：万人，%)

图表：互联网广告在广告投放占比预测(单位：%)

图表：广告与公关行业平均每家公司员工人数情况(单位：人)

图表：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：2021-2026年全球高速无线网络设备产值(单位：亿美元)

图表：2021-2026年全球移动社交网络用户规模(单位：亿户，%)

图表：全球网络购物市场交易规模地区分布情况(单位：%)

图表：2021-2026年全球主流媒体广告投放费用及预测(单位：亿美元，%)

图表：2021-2026年各大洲主流媒体广告投入情况及预测(单位：%)

图表：2021-2026年中国传媒产业总产值及增长率(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国传媒产业各行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国传媒产业各行业市场规模及增长率(单位：亿元，%)

图表：中国传媒产业各行业市场结构

图表：2021-2026年中国传媒产业形态主要表现

图表：中国传媒产业规模及增长率预测(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国报纸广告收入情况(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国期刊广告收入情况(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国电视广告收入情况(单位：亿元，%)

图表：2021-2026年中国广播广告收入情况(单位：亿元，%)

图表：网络广告产业链投放流程

图表：2021-2026年中国网络广告市场规模及预测

图表：2021-2026年中国户外电子屏广告市场发展情况(单位：亿元，%)

图表：中国户外电子屏广告收入市场份额(单位：%)

图表：中国公共关系年营业额(单位：亿元)

图表：中国GDP与公共关系营业额比较表(单位：亿元，%)

图表：中国公共关系需求行业构成比例图(单位：%)

图表：我国GDP与社会消费品零售总额(单位：亿元)

图表：我国城镇居民可支配收入状况(单位：亿元，%)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：8016

本文地址：<https://www.51baogao.cn/shangwu/yingxiaofuwu.shtml>

在线订购：[点击这里](#)