

2023-2029年中国咨询行业 分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国咨询行业分析与前景趋势报告》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/202309/404636.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

咨询（consultation）意思是通过某些人头脑中所储备的知识经验和通过对各种信息资料的综合加工而进行的综合性研究开发。咨询产生智力劳动的综合效益，起着为决策者充当顾问、参谋和外脑的作用。咨询一词拉丁语为consultatio，意为商讨、协商。在中国古代“咨”和“询”原是两个字，咨是商量，询是询问，后来逐渐形成一个复合词，具有以供询问、谋划、商量、磋商等意思。作为一项具有参谋、服务性的社会活动，在军事、政治、经济领域中发展起来，已成为社会、经济、政治活动中辅助决策的重要手段，并逐渐形成一门应用性软科学。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国咨询行业分析与前景趋势报告》共九章。首先介绍了咨询行业市场发展环境、咨询整体运行态势等，接着分析了咨询行业市场运行的现状，然后介绍了咨询市场竞争格局。随后，报告对咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了咨询行业发展趋势与投资预测。您若想对咨询产业有个系统的了解或者想投资咨询行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 咨询行业发展综述

第一节 咨询行业相关概述

一、行业定义与研究范围界定

二、咨询的分类

三、咨询行业的特点分析

第二节 咨询行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

二、行业经济环境分析

三、行业社会环境分析

第二部分 咨询行业深度分析

第二章 当代背景下咨询的发展机会分析

第一节 咨询政策及其实施情况

一、咨询相关政策解读

二、咨询计划实施成果解读

第二节 咨询在国民经济中的地位及作用分析

一、咨询内涵与特征

二、咨询与经济的关系分析

第三节 国内环境背景下咨询发展的SWOT分析

一、国家战略对咨询产业的影响分析

二、咨询国家战略背景下咨询发展的SWOT分析

第三章 国际咨询行业发展分析

第一节 国际咨询行业发展环境分析

一、全球人口状况分析

二、国际宏观经济环境分析

第二节 国际咨询行业发展现状分析

一、国际咨询行业发展概况

二、主要国家咨询行业的经济效益分析

三、国际咨询行业的发展趋势分析

第三节 主要国家及地区咨询行业发展状况及经验借鉴

一、美国咨询行业发展分析

二、欧洲咨询行业发展分析

三、日本咨询行业发展分析

四、台湾地区咨询行业发展分析

五、国外咨询行业发展经验总结

第四章 2022年中国咨询行业发展现状分析

第一节 中国咨询行业发展概况

一、中国咨询行业发展历程

二、中国咨询发展状况

第二节 中国咨询运营分析

一、中国咨询经营模式分析

二、中国咨询经营项目分析

三、中国咨询运营存在的问题

第五章 互联网对咨询的影响分析

第一节 互联网对咨询行业的影响

一、智能咨询设备发展情况分析

二、咨询智能设备经营模式分析

第二节 咨询发展模式分析

一、咨询商业模式解析

二、咨询案例分析

三、互联网背景下咨询行业发展趋势分析

第三部分 咨询市场全景调研

第六章 中国咨询需求与消费者偏好调查

第一节 咨询产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 咨询产品的品牌市场调查

一、消费者对咨询品牌认知度宏观调查

二、消费者对咨询产品的品牌偏好调查

三、消费者对咨询品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、咨询品牌忠诚度调查

六、咨询品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第七章 中国重点城市咨询市场分析

第一节 北京市咨询市场分析

- 一、北京市咨询行业需求分析
- 二、北京市咨询发展情况
- 三、北京市咨询存在的问题与建议

第二节 上海市咨询市场分析

- 一、上海市咨询行业需求分析
- 二、上海市咨询发展情况
- 三、上海市咨询存在的问题与建议

第三节 天津市咨询市场分析

- 一、天津市咨询行业需求分析
- 二、天津市咨询发展情况
- 三、天津市咨询存在的问题与建议

第四节 深圳市咨询市场分析

- 一、深圳市咨询行业需求分析
- 二、深圳市咨询发展情况
- 三、深圳市咨询存在的问题与建议

第五节 重庆市咨询市场分析

- 一、重庆市咨询行业需求分析
- 二、重庆市咨询发展情况
- 三、重庆市咨询存在的问题与建议

第八章 中国企业咨询经营分析

第一节 中国咨询总体状况分析

- 一、企业规模分析
- 二、企业类型分析
- 三、企业性质分析

第二节 咨询经营状况分析

- 一、正略咨询
- 二、深圳深恩联投资管理有限公司
- 三、凯捷咨询公司
- 四、普华永道咨询公司

五、波士顿咨询公司

六、中国国际技术智力合作公司

第四部分 咨询行业发展战略研究

第九章 中国咨询行业投资与前景预测

第一节 中国咨询行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业营销模式分析

第二节 中国咨询行业投资潜力分析

一、行业投资机会分析

二、行业投资建议

第三节 中国咨询行业前景预测

一、咨询市场规模预测

二、咨询市场发展预测

图表目录：

图表：我国it管理咨询行业主要相关政策

图表：it咨询行业相关政策

图表：2017-2022年主要发达经济体失业率（单位：%）

图表：咨询行业企业所有制结构分布

图表：新华信管理咨询业务类型

图表：新华信客户行业分类占比

图表：项目流程图

图表：邦道咨询互联网+业务类型

图表：管理咨询业不同收入水平消费者偏好调查

图表：管理咨询业不同年龄消费者偏好调查

图表：管理咨询业不同地区消费者偏好调查

图表：管理咨询业消费者品牌关注度调查

图表：管理咨询业消费者品牌偏好调查

图表：管理咨询业消费者品牌首要认知渠道调查

图表：管理咨询业消费者常用品牌调查

图表：管理咨询业品牌忠诚度调查

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/404636.html>