

2024-2030年中国管理咨询 市场深度分析与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国管理咨询市场深度分析与投资可行性报告》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/202311/423734.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《2024-2030年中国管理咨询市场深度分析与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 管理咨询行业概述 1 第一节 管理咨询的相关概念 1 一、管理咨询含义及特点 1 二、管理咨询业务的分类 1 三、管理咨询的作用分析 2 四、管理咨询的基本流程 2 五、咨询顾问的从业要求 4 第二节 管理咨询行业特性分析 5 一、现代管理咨询产业特征 5 二、管理咨询行业生命周期 6 三、咨询行业进入/退出壁垒 8 四、管理咨询产业运营条件 9 五、管理咨询业产业链分析 10 第三节 中国管理咨询行业PEST分析 11 一、行业政策环境分析 11 二、行业经济环境分析 12 三、社会文化环境分析 47 四、行业技术环境分析 55 第二章 管理咨询业运行形势分析 57 第一节 管理咨询行业发展综述 57 一、国际管理咨询业产生的背景 57 二、管理咨询行业发展现状 58 三、国际咨询产业结构及商业价值 58 四、管理咨询业关键成功因素 59 五、管理咨询市场表现 60 第二节 主要国家管理咨询行业发展状况分析 62 一、美国管理咨询业发展分析 62 二、英国管理咨询业发展分析 62 三、德国管理咨询业发展分析 63 四、日本管理咨询业发展分析 63 第三节 国外著名管理咨询公司竞争力分析 64 一、麦肯锡（MCKINSEY） 64 （一）麦肯锡公司概况 64 （二）麦肯锡公司的服务范围 64 （三）麦肯锡的使命和价值观 65 （四）麦肯锡的核心优势分析 66 （五）麦肯锡的工作方法分析 67 （六）麦肯锡在华发展情况 68 二、埃森哲（ACCENTURE） 68 （一）埃森哲公司概况 68 （二）埃森哲公司的服务范围 68 （三）埃森哲经营情况 70 （四）埃森哲的核心优势分析 75 （五）埃森哲的工作方法分析 76 （六）埃森哲在华发展情况分析 76 三、罗兰贝格（ROLAND BERGER） 77 （一）罗兰贝格公司概况 77 （二）罗兰贝格主要业务范围 78 （三）罗兰贝格使命和价值观 78 （四）罗兰贝格核心优势分析 79 （五）罗兰贝格工作方法分析 79 （六）罗兰贝格在华发展情况 80 四、理实国际集团（RAISEWIN） 81 （一）理实国际公司概况 81 （二）理实国际主要业务范围 81 （三）理实国际理念和价值观 82 （四）理实国际核心优势分析 83 （五）理实国际工作方法分析 83 （六）理实国际在华发展情况 83 五、波士顿（BCG） 84 （一）波士顿公司概况 84 （二）波士顿的主要业务范围 84 （三）波士顿的使命和价值观 85 （四）波士顿的核心优势分析 85 （五）波士顿的管理咨询理论 85 （六）波士顿在华发展情况 87 六、贝恩咨询（BAIN & COMPANY） 87 （一）贝恩咨询公司概况 87 （二）贝恩咨询主要业务范围 88 （三）贝恩咨询的理念和宗旨 88 （四）贝恩咨询核心优势分析 88 （五）贝恩咨

询工作方法分析	89
(六) 贝恩咨询在华发展情况	89
七、科尔尼咨询(ATKEARNEY)	
(一) 科尔尼公司概况	89
(二) 科尔尼主要业务范围	90
(三) 科尔尼使命和价值观	90
(四) 科尔尼核心优势分析	91
(五) 科尔尼工作方法分析	91
(六) 科尔尼在华发展情况	91
八、国外管理咨询公司经验借鉴	92
第三章 中国管理咨询行业发展态势分析	95
第一节 中国管理咨询行业发展概况	95
一、管理咨询在中国的发展历程	95
二、中国管理咨询行业发展现状	95
三、中国管理咨询行业发展特点	96
四、中国管理咨询发展尚不成熟	97
五、中国咨询业流派及主要问题	98
六、中国管理咨询的使命与责任	98
第二节 中国管理咨询行业运行现状	100
一、管理咨询机构的规模及分布	100
二、管理咨询从业人员情况分析	101
三、中国管理咨询企业组织形式	102
四、咨询企业现有管理模式分析	104
五、中国管理咨询行业收入规模	105
六、管理咨询机构50大分析	106
第三节 中国管理咨询行业存在的问题	108
一、企业对管理咨询的认识不足	108
二、咨询机构规模显著落后国外	109
三、管理咨询行业扶持政策缺位	110
四、大多数公司缺乏核心竞争力	111
五、行业仍处在低层次竞争阶段	112
六、咨询从业人员水平有待提高	113
第四节 中国管理咨询行业发展对策	114
一、加大政府扶持力度	114
二、培育管理咨询市场	114
三、提高市场主体认识	114
四、加强人才队伍建设	115
五、规范咨询操作模式	116
六、走合作化发展道路	116
第四章 中国管理咨询行业市场透析	117
第一节 管理咨询市场运行状况分析	117
一、管理咨询行业市场容量	117
二、管理咨询的市场渗透率	118
三、咨询客户行业分布结构	119
四、咨询市场区域分布结构	119
五、管理咨询业务分布结构	120
第二节 管理咨询市场客户需求分析	121
第三节 企业发展过程与管理咨询需求	122
第四节 管理咨询市场客户行为分析	123
一、企业采购咨询服务影响因素	123
二、企业采购管理咨询服务渠道	124
三、企业采购咨询服务决策方式	124
四、企业选择管理咨询公司标准	125
五、客户对管理咨询绩效的评估	125
六、客户采购咨询服务分析	126
第五章 中国管理咨询行业市场竞争态势分析	127
第一节 中国管理咨询行业竞争现状分析	127
一、管理咨询行业竞争环境分析	127
(一) 同业竞争者分析	127
(二) 潜在进入者分析	128
(三) 行业供应者分析	129
(四) 咨询消费者分析	129
(五) 行业替代者分析	131
二、中国管理咨询行业竞争格局	131
(一) 第一梯队及其市场表现	131
(二) 第二梯队及其市场表现	131
(三) 第三梯队及其市场表现	131
三、中外管理咨询企业竞争力比较	132
(一) 中国咨询企业的比较优势	132
(二) 中国咨询企业的比较劣势	133
(三) 本土咨询企业的竞争对策	135
四、管理咨询业扩张兼并情况分析	137
第二节 管理咨询市场区域格局分析	138
一、北京管理咨询市场竞争格局	138
二、上海管理咨询市场竞争格局	139
三、广州管理咨询市场竞争格局	140
四、其它地区管理咨询行业竞争情况	142
第三节 中国管理咨询行业竞争战略分析	143
一、差异化竞争战略分析	143

二、品牌化竞争战略分析 144 三、联盟和合作战略分析 147 第六章 中国主要管理咨询企业竞争力分析 148 第一节 北京和君创业管理咨询有限公司 148 一、企业基本情况 148 二、企业业务范围 148 三、企业经营情况 149 四、企业竞争优势 150 五、企业咨询案例 150 六、企业发展战略 155 第二节 中华财务咨询有限公司 155 一、企业基本情况 155 二、企业业务范围 156 三、企业经营情况 164 四、企业竞争优势 165 五、企业咨询案例 166 六、企业发展战略 172 第三节 北大纵横管理咨询集团 172 一、企业基本情况 172 二、企业业务范围 172 三、企业经营情况 177 四、企业竞争优势 177 五、企业咨询案例 178 六、企业发展战略 179 第四节 中国国际经济咨询有限公司 180 一、企业基本情况 180 二、企业业务范围 181 三、企业经营情况 184 四、企业竞争优势 184 五、企业咨询案例 184 六、企业发展战略 185 第五节 上海AMT集团 185 一、企业基本情况 185 二、企业业务范围 185 三、企业经营情况 186 四、企业竞争优势 187 五、企业咨询案例 187 六、企业发展战略 189 第六节 万隆国际咨询集团有限公司 189 一、企业基本情况 189 二、企业业务范围 190 三、企业经营情况 195 四、企业竞争优势 196 五、企业咨询案例 197 六、企业发展战略 198 第七节 上海华彩管理咨询有限公司 199 一、企业基本情况 199 二、企业业务范围 199 三、企业经营情况 200 四、企业竞争优势 200 五、企业咨询案例 202 六、企业发展战略 207 第八节 北京国富创新管理咨询有限公司 207 一、企业基本情况 207 二、企业业务范围 207 三、企业经营情况 208 四、企业竞争优势 208 五、企业咨询案例 208 六、企业发展战略 210 第九节 北京仁达方略企业管理咨询有限公司 212 一、企业基本情况 212 二、企业业务范围 213 三、企业经营情况 214 四、企业竞争优势 215 五、企业咨询案例 216 六、企业发展战略 218 第十节 北京太和睿信企业管理顾问有限公司 219 一、企业基本情况 219 二、企业业务范围 219 三、企业经营情况 223 四、企业竞争优势 223 五、企业咨询案例 224 六、企业发展战略 224 第十一节 理实环球国际咨询(北京)有限公司 225 一、企业基本情况 225 二、企业业务范围 225 三、企业经营情况 226 四、企业竞争优势 227 五、企业咨询案例 228 六、企业发展战略 229 第十二节 北京捷盟管理咨询有限公司 230 一、企业基本情况 230 二、企业业务范围 230 三、企业经营情况 231 四、企业竞争优势 231 五、企业咨询案例 233 六、企业发展战略 237 第十三节 北京市长城企业战略研究所 237 一、企业基本情况 237 二、企业业务范围 238 三、企业经营情况 239 四、企业竞争优势 239 五、企业咨询案例 240 六、企业发展战略 244 第十四节 用友长伴管理咨询(上海)有限公司 244 一、企业基本情况 244 二、企业业务范围 245 三、企业经营情况 245 四、企业竞争优势 245 五、企业咨询案例 246 六、企业发展战略 248 第十五节 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司 249 一、企业基本情

况 249 二、企业业务范围 249 三、企业经营情况 249 四、企业竞争优势 250 五、企业咨询案例 250 六、企业发展战略 250 第十六节 北京东方博融管理咨询有限公司 250 一、企业基本情况 250 二、企业业务范围 251 三、企业经营情况 254 四、企业竞争优势 255 五、企业咨询案例 256 六、企业发展战略 257 第十七节 百思特管理咨询有限公司 257 一、企业基本情况 257 二、企业业务范围 258 三、企业经营情况 258 四、企业竞争优势 258 五、企业咨询案例 259 六、企业发展战略 260 第十八节 深圳市康达信管理顾问有限公司 260 一、企业基本情况 260 二、企业业务范围 261 三、企业经营情况 262 四、企业竞争优势 263 五、企业咨询案例 264 六、企业发展战略 265 第十九节 北京同心动力企业管理顾问有限公司 265 一、企业基本情况 265 二、企业业务范围 266 三、企业经营情况 268 四、企业竞争优势 268 五、企业咨询案例 269 六、企业发展战略 272 第二十节 世纪纵横(北京)管理咨询有限公司 273 一、企业基本情况 273 二、企业业务范围 273 三、企业经营情况 276 四、企业竞争优势 276 五、企业咨询案例 278 六、企业发展战略 280 第二十一节 北京华夏基石企业管理咨询有限公司 281 一、企业基本情况 281 二、企业业务范围 281 三、企业经营情况 282 四、企业竞争优势 282 五、企业咨询案例 284 六、企业发展战略 285 第二十二节 正略钧策(北京正略钧策咨询股份有限公司) 286 一、企业基本情况 286 二、企业业务范围 287 三、企业经营情况 287 四、企业竞争优势 288 五、企业咨询案例 290 六、企业发展战略 291 第七章 管理咨询细分领域咨询策略分析 292 第一节 管理咨询细分行业咨询策略分析 292 一、管理咨询客户行业细分 292 (一)成熟客户群及特点分析 292 (二)核心客户群及特点分析 292 (三)萌芽客户群及特点分析 292 (四)潜力客户群及特点分析 293 二、医药行业管理咨询策略分析 293 (一)中国医药行业发展概况 293 (二)医药行业存在问题分析 296 (三)医药管理咨询需求分析 297 三、电子信息行业管理咨询策略分析 299 (一)电子信息行业发展概况 299 (二)电子信息业存在的问题 300 (三)电子信息管理咨询需求 301 四、机械制造行业管理咨询策略分析 302 (一)机械制造行业发展概况 302 (二)机械制造业存在的问题 306 (三)机械制造行业咨询需求 308 (四)行业管理咨询思路分析 308 (五)机械制造行业咨询案例 308 五、电力行业管理咨询策略分析 310 (一)中国电力行业发展概况 310 (二)电力行业存在问题分析 313 (三)电力管理咨询需求分析 315 (四)电力管理咨询思路分析 315 (五)电力行业管理咨询案例 316 六、煤炭行业管理咨询策略分析 317 (一)中国煤炭行业发展概况 317 (二)煤炭行业存在问题分析 318 (三)煤炭管理咨询需求分析 320 七、烟草行业管理咨询策略分析 320 (一)中国烟草行业发展概况 320 (二)烟草行业存在问题分析 323 (三)烟草管理咨询需求分析 326 (四)烟草管理咨询思路分析 327 (五)烟草行业管理咨询案

例 327 八、石油化工行业管理咨询策略分析 331 (一) 石油化工行业发展概况 331 (二) 石化行业存在问题分析 335 (三) 石化管理咨询需求分析 337 (四) 石化管理咨询思路分析 338 (五) 石油化工管理咨询案例 339 九、食品饮料行业管理咨询策略分析 339 (一) 食品饮料行业发展概况 339 (二) 食品饮料业存在的问题 342 (三) 食品饮料业的咨询需求 345 (四) 行业管理咨询思路分析 346 (五) 食品饮料行业咨询案例 347 十、纺织服装行业管理咨询策略分析 348 (一) 纺织服装行业发展概况 348 (二) 纺织服装业存在的问题 357 (三) 纺织服装业的咨询需求 361 (四) 行业管理咨询思路分析 362 (五) 纺织服装行业咨询案例 362 十一、交通运输行业管理咨询策略分析 363 (一) 交通运输行业发展概况 363 (二) 交通运输业存在的问题 372 (三) 交通运输业的咨询需求 373 (四) 行业管理咨询思路分析 374 (五) 交通运输行业咨询案例 374 十二、零售行业管理咨询策略分析 376 (一) 中国零售行业发展概况 376 (二) 零售行业存在问题分析 380 (三) 零售管理咨询需求分析 381 (四) 零售管理咨询思路分析 381 (五) 零售行业管理咨询案例 381 十三、金融行业管理咨询策略分析 383 (一) 中国金融行业发展概况 383 (二) 金融行业存在问题分析 385 (三) 金融管理咨询需求分析 386 (四) 金融管理咨询思路分析 386 (五) 金融行业管理咨询案例 386 十四、电信行业管理咨询策略分析 387 (一) 中国电信行业发展概况 387 (二) 电信行业存在问题分析 392 (三) 电信管理咨询需求分析 392 (四) 电信管理咨询思路分析 392 (五) 电信行业管理咨询案例 393 十五、房地产行业管理咨询策略分析 394 (一) 中国房地产行业发展概况 394 (二) 房地产行业存在问题分析 415 (三) 房地产管理咨询需求分析 418 (四) 房地产管理咨询思路分析 418 (五) 房地产行业管理咨询案例 419 第二节 管理咨询细分业务咨询策略分析 420 一、战略管理咨询策略分析 420 (一) 战略管理的概念及内容 420 (二) 战略管理咨询逻辑框架 422 (三) 战略管理咨询目标分析 423 (四) 战略管理咨询实施方法 423 (五) 战略咨询常用分析工具 425 (六) 战略管理咨询案例分析 429 二、人力资源管理咨询策略分析 430 (一) 人力资源管理咨询的概念 430 (二) 人力资源咨询的主要内容 430 (三) 人力资源管理咨询的价值 430 (四) 人力资源咨询的实施方法 432 (五) 人力资源咨询的分析工具 432 (六) 人力资源咨询的案例分析 433 三、市场营销咨询策略分析 435 (一) 市场营销咨询的概念 435 (二) 市场营销咨询的价值 436 (三) 营销咨询项目实施方法 436 (四) 营销咨询常用分析工具 437 (五) 营销咨询市场现状分析 439 (六) 市场营销咨询案例分析 443 四、财务管理咨询策略分析 444 (一) 企业财务管理咨询的概念 444 (二) 企业财务管理咨询的特征 445 (三) 财务管理咨询的分析模型 445 (四) 财务管理咨询程序与方法 447 (五) 财务管理咨询的实施要点 448 (六) 财务管理咨询的案例分析 449 五、企业文化咨询策略分析 453 (一) 企业文化咨询

的概念 453 (二)企业文化咨询的内容 455 (三)企业文化咨询业务特征 455 (四)企业文化咨询实施程序 455 (五)文化咨询须注意的问题 457 (六)企业文化咨询案例分析 457

六、企业信息化咨询策略分析 459 (一)企业信息化咨询的目的 459 (二)信息化咨询的解决思路 460 (三)信息化咨询项目实施方法 461 (四)信息化咨询项目成功因素 461 (五)企业信息化咨询案例分析 463 (六)企业信息化咨询发展对策 464

七、知识管理咨询策略分析 464 (一)知识管理咨询的产生与发展 464 (二)中国知识管理咨询市场现状 465 (三)知识管理咨询的层次和内容 465 (四)知识管理咨询项目实施方法 467 (五)企业知识管理咨询案例分析 468 (六)知识管理咨询发展趋势分析 471

八、流程管理咨询策略分析 472 (一)流程管理咨询概念及内容 472 (二)流程管理咨询的解决思路 473 (三)流程咨询项目的实施方法 473 (四)流程咨询项目的实施要点 474 (五)流程管理的咨询案例分析 474

九、风险管理咨询策略分析 476 (一)风险管理咨询概念及内容 476 (二)风险管理咨询的解决思路 476 (三)风险管理咨询的实施方法 477 (四)风险管理咨询的实施要点 477 (五)风险管理咨询的案例分析 477

十、集团管控咨询策略分析 479 (一)集团管控咨询概念及内容 479 (二)集团管控咨询的解决思路 480 (三)集团管控项目的实施方法 482 (四)集团管控项目的实施要点 482 (五)集团管控咨询的案例分析 483

第八章中国管理咨询行业发展前景及投资策略分析 485

第一节中国管理咨询行业发展趋势分析 485

一、咨询市场规模将进一步加大 485

二、从业人员数量质量持续提高 485

三、地域差异明显西部增长迅速 485

四、竞争更加激烈进入壁垒提高 486

五、扩张与兼并是行业大势所趋 486

第二节中国管理咨询行业发展前景分析 487

一、中国管理咨询市场潜力巨大 487

二、中国管理咨询业SWOT分析 487

三、管理咨询行业迎来发展良机 489

四、中国管理咨询企业发展前景 490

五、未来管理咨询行业发展方向 490

第三节中国管理咨询行业投资机会分析 492

一、咨询业细分市场机会分析 492

二、咨询业区域市场机会分析 493

三、网络化咨询市场机会分析 494

四、第三方咨询市场机会分析 495

五、微咨询服务市场机会分析 496

六、综合性咨询市场机会分析 499

第四节管理咨询行业投资策略建议 499

略••••

完整报告请咨询客服

图表目录

图表1 我国管理咨询行业所处生命周期示意图 33

图表2 行业生命周期、战略及其特征 35

图表3 产业链形成模式示意图 39

图表4 管理咨询的产业链结构图 40

图表5 国内生产总值初步核算数据 41

图表6 GDP环比增长速度 42

图表7我国国内生产总值及其增长速度 43

图表8 下半年国内生产总值初步核算数据 43

图表9-我国GDP环比增长速度 44

图表10 规模以上工业增加值同比增长速度 46

图表11 份规模以上工业生产主要数据 47

图表12 我国发电量日均产量及同比增速 49

图表13 我国钢材日均产量及同比增速 49

图表14 我国水泥日均产量及同比增速 50

图表15 我国原油加工量日均产量及同比增速 50

图表16 我国十种有色金属

属日均产量及同比增速 51 图表17 我国乙烯日均产量及同比增速 51 图表18 我国汽车日均产量及同比增速 52 图表19 我国轿车日均产量及同比增速 52 图表20 全国居民消费价格涨跌幅度 54 图表21 我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 54 图表22 我国鲜菜、鲜果价格变动情况 55 图表23 份居民消费价格分类别同比涨跌幅 57 图表24 份居民消费价格分类别环比涨跌幅 58 图表25 居民消费价格主要数据 58 图表26 工业生产者出厂价格涨跌幅 60 图表27 工业生产者购进价格涨跌幅 61 图表28 生产资料出厂价格涨跌幅 62 图表29 生活资料出厂价格涨跌幅 62 图表30 份工业生产者价格主要数据 63 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202311/423734.html>