

2025-2031年中国营销服务 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国营销服务市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/383827R07O.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-06-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国营销服务市场现状分析及投资前景研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国营销服务市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第1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2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) Spar2.2 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(1997年以前)(2) 营销服务业多元化发展阶段(1997-2024年)(3) 营销服务业快速发展阶段(2004年至今)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3章中国营销服务行业关联行业分析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（6）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4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（6）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5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）与客户的合作程度不断加深第6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）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.2 博诚智杰公关咨询有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.3 嘉利公关有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.4 中国环球公共关系公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.5 海天网联公关顾问有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.6 时空视点公关顾问有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析

争力分析6.1.7 爱德曼国际公关（中国）有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.8 世纪双成信息咨询有限责任公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.9 信诺传播顾问集团（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.1.10 迪思传媒集团（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析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）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.2.2 胜者（北京）国际营销策划有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.2.3 广东省广告股份有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.2.4 深圳双剑破局营销策划有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析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）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.2 北大纵横管理咨询集团（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.3 远卓咨询集团（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.4 北京赞伯营销管理咨询有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.5 深圳市南方略营销管理咨询有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.6 上海睿途管理咨询公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.7 天创营销管理策划中心（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.8 新华信国际信息咨询（北京）有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.9 华夏基石管理咨询集团有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析6.3.10 上海杰信营销咨询有限公司（1）企业简介（2）企业经营状况及竞争力分析

第7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4：2020-2024年广告市场规模预测（单位：亿元，%）
图表5：2020-2024年线下营销市场规模预测（单位：亿元，%）
图表6：2020-2024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7：2020-2024年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
图表8：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11：2020-2024年全球高速无线网络设备产值（单位：亿美元）
图表12

：2020-2024年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）图表13：2020-2024年全球网络购物市场交易规模地区分布情况（单位，%）图表14：2020-2024年全球主流媒体广告投放费用及预测（单位：亿美元，%）图表15：2020-2024年各大洲主流媒体广告投入情况及预测（单位：%）图表16：2020-2024年中国传媒产业总产值及增长率（单位：亿元，%）图表17：2020-2024年中国传媒产业各行业市场规模（单位：亿元）图表18：2020-2024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：中国传媒产业各行业市场结构图表20：2020-2024年中国传媒产业形态主要表现更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/383827R07O.html>