

# 2026-2032年中国营销服务 行业发展趋势与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2026-2032年中国营销服务行业发展趋势与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202603/497534.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《2026-2032年中国营销服务行业发展趋势与投资方向研究报告》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) 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（2025年以前）
- (2) 营销服务业多元化发展阶段（2021-2025年）
- (3) 营销服务业快速发展阶段（2025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营销服务行业发展前景分析

### 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

(1) 2021-2025年广告业经营状况

(2) 2021-2025年媒体广告经营情况

(3) 2021-2025年广告公司经营情况

(4) 2021-2025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

(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
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 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) 企业经营策略及发展战略分析
- (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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 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) 企业经营策略及发展战略分析
- (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
- (6) 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

(6) 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

(6) 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

(6) 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

(6) 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

(6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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
- (6) 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

(6) 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

(6) 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

(6) 企业最新发展动向分析

### 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营销服务行业投资风险分析

#### 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4：2021-2025年广告市场规模预测（单位：亿元，%）

图表5：2021-2025年线下营销市场规模预测（单位：亿元，%）

图表6：2021-2025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7：2021-2025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11：2021-2025年全球高速无线网络设备产值（单位：亿美元）

图表12：2021-2025年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）

图表13：2021-2025年全球网络购物市场交易规模地区分布情况（单位，%）

图表14：2021-2025年全球主流媒体广告投放费用及预测（单位：亿美元，%）

图表15：2021-2025年各大洲主流媒体广告投入情况及预测（单位：%）

图表16：2021-2025年中国传媒产业总产值及增长率（单位：亿元，%）

图表17：2021-2025年中国传媒产业各行业市场规模（单位：亿元）

图表18：2021-2025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20：2021-2025年中国传媒产业形态主要表现

图表21：中国传媒产业规模及增长率预测（单位：亿元，%）

图表22：2021-2025年中国报纸广告收入情况（单位：亿元，%）

图表23：2021-2025年中国期刊广告收入情况（单位：亿元，%）

图表24：2021-2025年中国电视广告收入情况（单位：亿元，%）

图表25：2021-2025年中国广播广告收入情况（单位：亿元，%）

图表26：网络广告产业链投放流程

图表27：2021-2025年中国网络广告市场规模及预测

图表28：2021-2025年中国户外电子屏广告市场发展情况（单位：亿元，%）

图表29：中国户外电子屏广告收入市场份额（单位：%）

图表30：2021-2025年中国公共关系年营业额（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202603/497534.html>