

# 2015-2020年中国营销产业运行态势及投资策略报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国营销产业运行态势及投资策略报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/159796.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

### 前言

《2015-2020年中国营销产业运行态势及投资策略报告》由艾凯咨询专家领衔撰写，主要分析了营销行业的生命周期、市场规模、运行数据、竞争格局、标杆企业经营状况及市场份额、营销行业面临的挑战与机遇等，同时对营销行业的发展趋势做出了科学的预测，报告将帮助用户全面厘清营销产业战略方向。

本报告由艾凯咨询出品，报告目录与内容系艾凯咨询原创，报告版权归艾凯咨询所有。

### 第一章 营销行业基本概述

#### 第一节 行业定义、地位及作用

- 一、营销行业研究背景
- 二、营销行业研究方法及依据
- 三、营销行业研究基本前景概况
- 四、行业定义和范围
- 五、行业在国民经济中的地位与作用

#### 第二节 行业营销质及特点

- 一、行业营销质
- 二、行业特点

#### 第三节 2014年中国营销行业经济指标分析

- 一、赢利营销
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险营销
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

### 第二章 2014年中国营销行业宏观环境分析

#### 第一节 2014年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外营销&进出口

十五、城镇人员从业状况

十六、宏观经济环境对行业下游的影响分析

第二节 营销产业政策环境变化及影响分析

第三节 营销产业社会环境变化及影响分析

第三章 2014年中国营销行业运行态势分析

第一节 2013-2014年营销行业市场运行状况分析

第二节 2014年中国营销行业市场热点分析

第三节 2014年中国营销行业市场存在的问题分析

第四节 2015-2020年中国营销行业发展面临的新挑战分析

第四章 2010-2013年中国营销所属行业监测数据分析

第一节 2010-2013年中国营销行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国营销行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、营销收入结构分析

第三节 2010-2013年中国营销行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业营销产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2010-2013年中国营销行业成本费用分析

一、营销成本统计

二、费用统计

第五节 2010-2013年中国营销行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 中国营销国内市场综述

## 第一节 中国营销产品产量分析及预测

- 一、营销产业总体产能规模
- 二、营销生产区域分布
- 三、2012-2014年产量
- 四、2012-2014年消费情况

## 第二节 中国营销市场需求分析及预测

- 一、中国营销需求特点
- 二、主要地域分布

## 第三节 2015-2020年中国营销供需平衡预测

## 第四节 中国营销价格趋势分析

- 一、中国营销2013-2014年价格趋势
- 二、中国营销当前市场价格及分析
- 三、影响营销价格因素分析
- 四、2015-2020年中国营销价格走势预测

## 第六章 2013-2014年中国营销行业重点区域分析及前景

### 第一节 华北地区

- 一、华北地区营销产销情况
- 二、华北地区营销行业发展动态
- 三、华北地区营销行业发展前景

### 第二节 华东地区

- 一、华东地区营销产销情况
- 二、华东地区营销行业发展动态
- 三、华东地区营销行业发展前景

### 第三节 东北地区

- 一、东北地区营销产销情况
- 二、东北地区营销行业发展动态
- 三、东北地区营销行业发展前景

### 第四节 华中地区

- 一、华中地区营销产销情况
- 二、华中地区营销行业发展动态
- 三、华中地区营销行业发展前景

### 第五节 华南地区

- 一、华南地区营销产销情况
- 二、华南地区营销行业发展动态
- 三、华南地区营销行业发展前景

## 第六节 西南地区

- 一、西南地区营销产销情况
- 二、西南地区营销行业发展动态
- 三、西南地区营销行业发展前景

## 第七节 西北地区

- 一、西北地区营销产销情况
- 二、西北地区营销行业发展动态
- 三、西北地区营销行业发展前景

## 第七章 营销重点企业分析

### 第一节 重点企业1

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第二节 重点企业2

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第三节 重点企业3

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第四节 重点企业4

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

### 第五节 重点企业5

- 一、公司简介

- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析
- 三、发展战略
- 第六节 重点企业6
  - 一、公司简介
  - 二、公司经营情况分析
  - 三、公司竞争优势分析
  - 四、公司主要经营业务分析
  - 五、公司发展最新动态及未来发展分析
- 第七节 重点企业7
  - 一、公司简介
  - 二、公司经营情况分析
  - 三、公司竞争优势分析
  - 四、公司主要经营业务分析
  - 五、公司发展最新动态及未来发展分析
- 第八节 重点企业8
  - 一、公司简介
  - 二、公司经营情况分析
  - 三、公司竞争优势分析
  - 四、公司主要经营业务分析
  - 五、公司发展最新动态及未来发展分析
- 第八章 中国营销行业市场竞争分析
  - 第一节 行业竞争环境分析
    - 一、现有企业间竞争
    - 二、潜在进入者分析
    - 三、替代品威胁分析
    - 四、供应商议价能力
    - 五、客户议价能力
  - 第二节 市场竞争策略分析
    - 一、产品策略
    - 二、价格策略
    - 三、渠道策略
    - 四、推广策略

### 第三节 营销行业市场竞争趋势分析

- 一、营销行业竞争格局分析
- 二、营销典型企业竞争策略分析
- 三、营销行业竞争趋势分析

### 第四节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

## 第九章 中国营销产业国际竞争力分析

### 第一节 中国营销产业上下游环境分析

### 第二节 中国营销产业环节分析

### 第三节 中国营销企业盈利模型研究分析

- 一、核心竞争力
- 二、战略思想
- 三、盈利模型

### 第四节 营销企业世界竞争力比较优势

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、配套与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府推动作用

### 第五节 中国营销企业竞争策略研究

- 一、供应链一体化战略
- 二、业务延伸及扩张策略
- 三、品牌管理策略
- 四、多元化经营策略

## 第十章 2015-2020年中国营销行业发展趋势展望分析

### 第一节 2015-2020年中国营销行业发展前景展望

- 一、营销行业市场蕴藏的商机探讨
- 二、“十二五”规划对营销行业影响研究

### 第二节 2015-2020年中国营销行业发展趋势分析

### 第三节 2015-2020年中国营销行业运行状况预测

- 一、中国营销行业工业总产值预测
- 二、中国营销行业营销收入预测



### 三、中国营销行业利润总额预测

### 四、中国营销行业总资产预测

## 第十一章 2015-2020年中国营销行业投资风险分析及建议

### 第一节 2015-2020年中国营销行业投资风险分析

#### 一、宏观风险

#### 二、微观风险

#### 三、其他风险

### 第二节 2015-2020年中国营销行业投资风险的防范和对策

#### 一、风险规避

#### 二、风险控制

#### 三、风险转移

#### 四、风险保留

### 第三节 2015-2020年中国营销行业投资策略分析

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争营销战略联盟的实施

#### 三、市场重点客户战略实施

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮营销产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：营销行业产业链

图表：2011-2014年年我国营销行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年年我国营销行业亏损企业数量增长趋势图

- 图表：2011-2014年年我国营销行业从业人数增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业资产规模增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业产成品增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业工业营销产值增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业营销成本增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业费用使用统计图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业主要盈利指标统计图
- 图表：2011-2014年年我国营销行业主要盈利指标增长趋势图
- 图表：企业1
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业2
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业3
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业4
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2014年营销行业市场供给

图表：2011-2014年营销行业市场需求

图表：2011-2014年营销行业市场规模

图表：营销所属行业生命周期判断

图表：营销所属行业区域市场分布情况

图表：2014-2020年中国营销行业市场规模预测

图表：2014-2020年中国营销行业供给预测

图表：2014-2020年中国营销行业需求预测

图表：2014-2020年中国营销行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/159796.html>