2020-2026年中国设计咨询
市场深度调查与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国设计咨询市场深度调查与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201912/12-328751.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

工程设计领域是一个具有较高进入壁垒的行业。一方面，要开展业务首先要获得严格的资质认证，一共有四大类 21 个行业 155 个专业及 8 个专项资质，每个资质又分为甲、乙、丙、丁等不同等级，不同等级的资质对企业的人力规模和业务规模有不同的标准要求，新进入的企业很难在短时间内获取到高等级的资质，低资质的企业业务规模也受到限制。

设计咨询企业具有较强的盈利能力。2017 年，设计咨询上市企业净资产收益率（ROE，平均）为 14.62%，同比下降 3.35pct，主要是受多家企业新上市后股份受到稀释的影响，但仍维持较高水平，比建筑行业平均水平高 3.06pct，比 A股上市公司平均水平高 3.40pct。设计咨询企业ROE高于 建筑行业和A股平均水平 设计咨询企业股权受稀释后，ROE 仍保持较高水平

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国设计咨询市场深度调查与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国设计咨询行业市场发展环境、设计咨询整体运行态势等，接着分析了中国设计咨询行业市场运行的现状，然后介绍了设计咨询市场竞争格局。随后，报告对设计咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国设计咨询行业发展趋势与投资预测。您若想对设计咨询产业有个系统的了解或者想投资中国设计咨询行业，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.一节设计咨询行业定义及分类
第二节行业研究背景
第三节数据来源及统计口径
一、行业统计部门和统计口径
二、行业统计方法及数据种类

第.一章 2014-2019年全球设计咨询所属行业发展分析
第.一节 2014-2019年全球设计咨询行业发展现状
第二节 2014-2019年全球设计咨询行业主要品牌
一、全球设计咨询行业主要品牌
二、全球设计咨询行业主要品牌市场占有率格局

第二章 2014-2019年中国设计咨询所属行业发展分析
第.一节 2014-2019年中国设计咨询行业发展现状
第二节 2014-2019年中国设计咨询行业主要品牌
一、中国设计咨询行业主要品牌
二、中国设计咨询行业主要品牌市场占有率格局

第三章 2014-2019年中国设计咨询行业发展环境分析
第.一节 中国经济环境分析
一、2014-2019年宏观经济运行情况
二、2014-2019年中国居民(消费者)收入情况
三、2014-2019年中国城市化率
第二节 2019年中国设计咨询行业发展社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯
第三节 设计咨询行业相关政策
一、 国家“十三五”产业政策
二、其他相关政策 (标准、技术)
三、出口关税及相关税收政策

第四章 2014-2019年中国设计咨询所属产业市场竞争现状分析
第.一节 2014-2019年中国设计咨询产业竞争现状分析
一、设计咨询市场竞争情况分析
二、设计咨询行业SWOT分析
第二节 2014-2019年中国设计咨询行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业区域分布集中度
三、行业市场消费区域集中度

第三节 我国设计咨询行业外资进入情况
第四节 我国设计咨询行业合作和并购情况

第五章 2014-2019年中国设计咨询所属行业市场供需现状分析
第.一节 2014-2019年中国设计咨询行业市场规模
第二节 2014-2019年中国设计咨询行业供求情况
一、2014-2019年中国设计咨询行业产量情 况
二、2014-2019年中国设计咨询行业需求情况
三、2014-2019年中国设计咨询行业市场规模
第三节 2020-2026年中国设计咨询行业供求预测
第四节 2020-2026年中国设计咨询行业市场规模预测

第六章 中国设计咨询行业渠道分析
第.一节 2014-2019年中国设计咨询行业需求地域分布结构
第二节 2019年中国设计咨询区域市场规模分析
一、2019年东北地区市场规模分析
二、2019年华北地区市场 规模分析
三、2019年华东地区市场规模分析
四、2019年华中地区市场规模分析
五、2019年华南地区市场规模分析
六、2019年西部地区市场规模分析
第三节 2014-2019年中国设计咨询行业经销模式
第四节 2014-2019年中国设计咨询行业渠道形式
第五节 2014-2019年中国设计咨询行业渠道格局
第六节 2014-2019年中国设计咨询行业渠道要素对比

第七章 中国设计咨询行业技术分析
第.一节 国内外设计咨询行业技术发展现状
第二节 设计咨询产业技术竞争分析
第三节 设计咨询产业最新动态分析工程设计领域行业部分资质情况介绍 资质分类 等级分类 典型代表 综合 只有甲级 工程设计综合甲级，全国只有76家企业拥有，对企业

资历、信用、设备条件、技术实力均有严格要求 行业 有甲、乙、丙、丁四个等级，又分为水利、公路等子行业 共有21个子行业类别，包括公路工程综合甲级、水利工程综合甲级等 专业 有甲乙丙丁四个等级，又分为勘察设计、工程管理等细分专业 共有专业资质155个类别，包括工程勘察综合甲级、项目管理资格甲级等 专项 甲级、乙级、丙级 共有8个类别，包括桥梁专项、隧道专项等

第四节 设计咨询行业市场项目情况

第五节 设计咨询行业技术发展趋势

第八章中国设计咨询行业重点企业分析

第.一节中国建筑

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节勘设股份

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节中国中冶

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节中设集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节其他

一、公司基本情况
二、公司主要财务指标分析
三、公司投资情况
四、公司未来战略分析

第九章 设计咨询行业产业链分析
第.一节 2014-2019年主要上游产业发展分析
一、A行业发展分析
1、市场规模情况
2、行业价格分析
3、行业生产情况
二、B行业发展分析
1、市场规模情况
2、行业价格分析
3、行业生产情况
第二节 2014-2019年主要下游产业发展分析
一、A行业发展分析
1、行业现状分析
2、行业发展前景
二 、B行业发展分析
1、行业现状分析
2、行业发展前景
第三节 2014-2019年中国设计咨询行业上下游关系分析

第十章 2014-2019年中国设计咨询行业竞争情况分析
第.一节 中国设计咨询行业经济指标分析
一、赢利性
二、附加值的提升空间
三、进入壁垒/退出机制
四、行业周期
第二节 中国设计咨询行业竞争结构分析
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
第三节 2020-2026年中国设计咨询行业市场竞争策略展望分析
一、2020-2026年中国设计咨询行业市场竞争趋势分析
二、2020-2026年中国设计咨询行业市场竞争格局展望分析
三、2020-2026年中国设计咨询行业市场竞争策略分析

第十一章 2020-2026年中国设计咨询行业发展预测分析
第.一节 2020-2026年中国设计咨询行业未来发展预测分析
一、2014-2019年中国设计咨询行业发展规模分析
二、2020-2026年中国设计咨询行业发展趋势分析
第二节 2020-2026年中国设计咨询产业产需预测
一、设计咨询行业市场产量预测
二、设计咨询行业市场需求预测

第十二章 2020-2026年设计咨询行业投资机会分析
第.一节 2020-2026年设计咨询行业主要区域投资机会
第二节 2020-2026年设计咨询行业企业的多元化投资机会
第三节 中国设计咨询产品原材料投资机会分析
一、我国设计咨询产品主要原材料价格情况
二、我国设计咨询产品主要原材料价格走势预测

第十三章 2020-2026年中国设计咨询行业投资风险与策略分析
第.一节 2020-2026年中国设计咨询行业投资风险分析
一、市场竞争风险
二、原材料风险分析
三、政策/体制风险分析
四、进入/退出风险分析
五、经营管理风险分析
第二节 产品定位策略

一、市场细分策略
二、目标市场的选择
第三节 产品开发策略
一、销售模式分类
二、市场投资建议
第四节 品牌经营策略
一、不同品牌经营模式
二、如何切入开拓品牌
第五节 服务策略

第十四章 2020-2026年中国设计咨询行业发展战略分析
第.一节 设计咨询行业发展策略分析
一、坚持产品创新的领先战略
二、坚持品牌建设的引导战略
三、坚持工艺技术创新的支持战略
四、坚持市场营销创新的决胜战略
五、坚持企业管理创新的保证战略
第二节 设计咨询行业市场的重点客户战略实施
一、实施 重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十五章 2020-2026年中国设计咨询行业投资建议
第.一节 盈利模式建议
第二节 资金投入规模建议

图表目录：

图表：2014-2019年中国设计咨询行业市场规模及增速
图表：2020-2026年中国设计咨询行业市场规模及增速预测
图表：2014-2019年中国设计咨询行业重点企业市场份额

图表：2019年中国设计咨询行业区域结构
图表：2019年中国设计咨询行业渠道结构
图表：2014-2019年中国设计咨询行业需求总量
图表：2020-2026年中国设计咨询行业需求总量预测
图表：2014-2019年中国设计咨询行业需求集中度
图表：2014-2019年中国设计咨询行业需求增长速度
图表：2014-2019年中国设计咨询行业市场饱和度
图表：2014-2019年中国设计咨询行业供给总量
图表：2014-2019年中国设计咨询行业供给增长速度
图表：2020-2026年中国设计咨询行业供给量预测
图表：2014-2019年中国设计咨询行业供给集中度
图表：2014-2019年中国设计咨询行业销售量
图表：2014-2019年中国设计咨询行业库存量
图表：2019年中国设计咨询行业企业区域分布
图表：2019年中国设计咨询行业销售渠道分布
图表：2019年中国设计咨询行业主要代理商分布
图表：2014-2019年中国设计咨询行业产品价格走势
图表：2020-2026年中国设计咨询行业产品价格趋势
图表：2014-2019年中国设计咨询行业利润及增长速度
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201912/12-328751.html