

2022-2028年中国管理培训 行业分析与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国管理培训行业分析与行业竞争对手分析报告》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/202203/274395.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

我国自20世纪80年代初期引进现代企业管理培训的理念。初期的管理培训主要以开阔视野、解读宏观形势及一些现代管理知识和理论的基础教育为主。20世纪90年代至本世纪初，我国开始大规模、成建制地进行现代工商管理教育活动，很多大学陆续开设工商管理学科和建立工商管理学院。大量管理培训机构也开始成立和发展，为企业提供专业的培训服务。公开课市场呈现升温现象，企业内部的培训职能开始细化，岗位培训项目逐渐规范化。

21世纪以前，中国企业管理培训产业处于发展初级阶段，市场规模不足百亿元。随着产业结构调整，新经济新技术促进商业模式创新，企业的培训需求显著增加。2010年以后，培训业务开始规模化，企业管理培训服务提供商逐步成型，行业出现梯队划分。随着企业管理培训的普及，大型需求方也逐渐将企业培训列入预算管理，企业管理培训服务的采购开始进入招投标的方式，行业正式从师资授课演讲模式升级为项目团队化运作的模式。

与之对应，中国的企业管理培训行业呈现出了高速增长的态势。需求面上看，广大企业培训意识提高，培训消费能力增强；从供给的角度看，企业管理培训机构发展迅速，商业模式创新和技术创新不断涌现，管理培训服务产业化开始加速。目前，管理培训行业已经发展成为规模庞大的智力支持产业。截至2018年，我国管理培训行业企业数量约7.8万家，行业市场规模约3,024亿元。2015年至2018年，行业市场规模的复合增长率达到18.44%。2015-2022年中国管理培训行业市场规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国管理培训行业分析与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了管理培训行业市场发展环境、管理培训整体运行态势等，接着分析了管理培训行业市场运行的现状，然后介绍了管理培训市场竞争格局。随后，报告对管理培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了管理培训行业发展趋势与投资预测。您若想对管理培训产业有个系统的了解或者想投资管理培训行业，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局数据，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：

第一章管理培训行业发展综述

1.1管理培训行业定义及分类

1.1.1行业定义

- 1.1.2行业主要产品分类
- 1.1.3行业主要商业模式
- 1.2管理培训行业特征分析
 - 1.2.1产业链分析
 - 1.2.2管理培训行业在国民经济中的地位
 - 1.2.3管理培训行业生命周期分析
 - (1) 行业生命周期理论基础
 - (2) 管理培训行业生命周期
- 1.3最近3-5年中国管理培训行业经济指标分析
 - 1.3.1赢利性
 - 1.3.2成长速度
 - 1.3.3附加值的提升空间
 - 1.3.4进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5风险性
 - 1.3.6行业周期
 - 1.3.7竞争激烈程度指标
 - 1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章管理培训行业运行环境分析

- 2.1管理培训行业政治法律环境分析
 - 2.1.1行业管理体制分析
 - 2.1.2行业主要法律法规
 - 2.1.3行业相关发展规划
- 2.2管理培训行业经济环境分析
 - 2.2.1国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3产业宏观经济环境分析
- 2.3管理培训行业社会环境分析
 - 2.3.1管理培训产业社会环境
 - 2.3.2社会环境对行业的影响
 - 2.3.3管理培训产业发展对社会发展的影响
- 2.4管理培训行业技术环境分析

2.4.1管理培训技术分析

2.4.2管理培训技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国管理培训所属行业运行分析

3.1我国管理培训行业发展状况分析

3.1.1我国管理培训行业发展阶段

3.1.2我国管理培训行业发展总体概况

3.1.3我国管理培训行业发展特点分析

3.22015-2019年管理培训行业发展现状

企业管理培训和咨询行业的下游为最终消费客户，包括企业消费者和个人消费者，但以企业消费为主。通常情况下，客户的管理培训需求随着企业或个人自身的发展需求而同步增加。占中国企业数量99.80%的中小企业需求占整个企业管理培训市场总量的96.10%。尽管大型企业在管理培训方面的投入远高于中小企业，但由于中小企业数量众多，其需求仍然占据市场的绝对主体。从下游企业的行业分布结构来看，流通业、制造业、金融、租赁及商务服务业占据市场需求的主体，约占市场总量的80.00%。其中，流通业为37.80%，制造业为29.10%，金融、租赁及商务服务业为14.30%。其次是餐饮和住宿业、交通运输、仓储和邮政业、信息通讯技术业、文体娱乐及传媒业及其他，所占份额分别为4.70%、3.70%、3.30%、2.90%及1.80%。建筑业和能源业由于企业总量较少、对培训的投入相对不足以及企业性质等原因，其市场需求量占市场总量的2.40%。企业管理培训市场的行业分布结构数据来源：公开资料整理

3.2.12015-2019年我国管理培训行业市场规模

3.2.22015-2019年我国管理培训行业发展分析

3.2.32015-2019年中国管理培训企业发展分析

3.3区域市场分析

3.3.1区域市场分布总体情况

3.3.22015-2019年重点省市市场分析

3.4管理培训细分产品/服务市场分析

3.4.1细分产品/服务特色

3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

3.5管理培训产品/服务价格分析

3.5.12015-2019年管理培训价格走势

3.5.2影响管理培训价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.32022-2028年管理培训产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要管理培训企业价位及价格策略

第四章我国管理培训所属行业整体运行指标分析

4.12015-2019年中国管理培训所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3所属行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.22015-2019年中国管理培训所属行业产销情况分析

4.2.1我国管理培训所属行业工业总产值

4.2.2我国管理培训所属行业工业销售产值

4.2.3我国管理培训所属行业产销率

4.32015-2019年中国管理培训所属行业财务指标总体分析

4.3.1所属行业盈利能力分析

4.3.2所属行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国管理培训行业供需形势分析

5.1管理培训行业供给分析

5.1.12015-2019年管理培训行业供给分析

5.1.22022-2028年管理培训行业供给变化趋势

5.1.3管理培训行业区域供给分析

5.22015-2019年我国管理培训行业需求情况

5.2.1管理培训行业需求市场

5.2.2管理培训行业客户结构

5.2.3管理培训行业需求的地区差异

5.3管理培训市场应用及需求预测

5.3.1管理培训应用市场总体需求分析

(1) 管理培训应用市场需求特征

(2) 管理培训应用市场需求总规模

5.3.22022-2028年管理培训行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年管理培训行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年管理培训行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业管理培训产品/服务需求分析预测

第六章管理培训行业产业结构分析

6.1管理培训产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国管理培训行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国管理培训行业产业链分析

7.1管理培训行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2管理培训上游行业分析

- 7.2.1 管理培训产品成本构成
- 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
- 7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势
- 7.2.4 上游供给对管理培训行业的影响
- 7.3 管理培训下游行业分析
- 7.3.1 管理培训下游行业分布
- 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
- 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
- 7.3.4 下游需求对管理培训行业的影响

第八章我国管理培训行业渠道分析及策略

- 8.1 管理培训行业渠道分析
- 8.1.1 渠道形式及对比
- 8.1.2 各类渠道对管理培训行业的影响
- 8.1.3 主要管理培训企业渠道策略研究
- 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 管理培训行业用户分析
- 8.2.1 用户认知程度分析
- 8.2.2 用户需求特点分析
- 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 管理培训行业营销策略分析
- 8.3.1 中国管理培训营销概况
- 8.3.2 管理培训营销策略探讨
- 8.3.3 管理培训营销发展趋势

第九章我国管理培训行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
- 9.1.1 管理培训行业竞争结构分析
- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 管理培训行业企业间竞争格局分析

9.1.3 管理培训行业集中度分析

9.1.4 管理培训行业SWOT分析

9.2 中国管理培训行业竞争格局综述

9.2.1 管理培训行业竞争概况

(1) 中国管理培训行业竞争格局

(2) 管理培训行业未来竞争格局和特点

(3) 管理培训市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国管理培训行业竞争力分析

(1) 我国管理培训行业竞争力剖析

(2) 我国管理培训企业市场竞争的优势

(3) 国内管理培训企业竞争能力提升途径

9.2.3 管理培训市场竞争策略分析

第十章 管理培训行业领先企业经营形势分析

10.1 百思德企业管理咨询有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 盛景网联培训集团

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 广州众行管理顾问有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3产品/服务特色

10.3.4公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4上海慧泉国际

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

10.5时代光华

10.5.1企业概况

10.5.2企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

第十一章2022-2028年管理培训行业投资前景

11.12022-2028年管理培训市场发展前景

11.1.12022-2028年管理培训市场发展潜力

11.1.22022-2028年管理培训市场发展前景展望

11.1.32022-2028年管理培训细分行业发展前景分析

11.22022-2028年管理培训市场发展趋势预测

11.2.12022-2028年管理培训行业发展趋势

11.2.22022-2028年管理培训市场规模预测

11.2.32022-2028年管理培训行业应用趋势预测

11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测

11.32022-2028年中国管理培训行业供需预测

11.3.12022-2028年中国管理培训行业供给预测

11.3.22022-2028年中国管理培训行业需求预测

11.3.32022-2028年中国管理培训供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

- 11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2022-2028年管理培训行业投资机会与风险

- 12.1管理培训行业投融资情况
 - 12.1.1行业资金渠道分析
 - 12.1.2固定资产投资分析
 - 12.1.3兼并重组情况分析
- 12.22022-2028年管理培训行业投资机会
 - 12.2.1产业链投资机会
 - 12.2.2细分市场投资机会
 - 12.2.3重点区域投资机会
- 12.32022-2028年管理培训行业投资风险及防范
 - 12.3.1政策风险及防范
 - 12.3.2技术风险及防范
 - 12.3.3供求风险及防范
 - 12.3.4宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5关联产业风险及防范
 - 12.3.6产品结构风险及防范
 - 12.3.7其他风险及防范

第十三章管理培训行业投资战略研究

- 13.1管理培训行业发展战略研究
 - 13.1.1战略综合规划
 - 13.1.2技术开发战略
 - 13.1.3业务组合战略
 - 13.1.4区域战略规划
 - 13.1.5产业战略规划
 - 13.1.6营销品牌战略
 - 13.1.7竞争战略规划

13.2对我国管理培训品牌的战略思考

13.2.1管理培训品牌的重要性

13.2.2管理培训实施品牌战略的意义

13.2.3管理培训企业品牌的现状分析

13.2.4我国管理培训企业的品牌战略

13.2.5管理培训品牌战略管理的策略

13.3管理培训经营策略分析

13.3.1管理培训市场细分策略

13.3.2管理培训市场创新策略

13.3.3品牌定位与品类规划

13.3.4管理培训新产品差异化战略

13.4管理培训行业投资战略研究

13.4.12019年管理培训行业投资战略

13.4.22022-2028年管理培训行业投资战略

13.4.32022-2028年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议（）

14.1管理培训行业研究结论

14.2管理培训行业投资价值评估

14.3管理培训行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274395.html>