2016-2022年中国管理咨询市场深度调查及发展趋势研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国管理咨询市场深度调查及发展趋势研究报告》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.chyxx.com/research/201608/435536.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

管理咨询（Management Consulting），管理咨询分为普通管理咨询及类似微咨询、管理课程培训等的细分管理咨询业务。管理咨询本质如同西医需要调查诊断才能开药，也如同中医要望闻问切才能开药方。

咨询的行为都是借助服务提供者的丰富的知识、经验，在企业提出要求的基础上深入企业，并且和企业管理人员密切结合，应用科学的方法，找出企业存在的主要问题，进行定量和确有论据的定性分析，查出存在问题的原因，提出切实可行的改善方案，进而指导实施方案，使企业的运行机制得到改善，提高企业的管理水平和经济效益。

1、管理咨询通常都有明确的项目目标，须为企业解决具体的问题

2、通常一个咨询项目历时在三个月以上

3、管理咨询项目通常需要组建项目组，项目组又分设顾问小组、跟进小组、推行小组共三个小组。明确分工，紧密合作。

4、管理咨询的三阶段：现状调研、方案设计、推行实施。

5、管理咨询过程会运用调研、研讨、评审、培训等各种推行手段。管理咨询过程中会含有培训，但培训的作用在于导入理念、达成共识、讲解方案。

6、管理咨询不仅帮助企业解决问题，还训练管理人员解决问题的方法、技能。

所谓管理咨询（Management Consulting)，是由具有丰富经营理论知识和实践经验的专家，与企业有关人员密切配合，到企业进行实地调查研究，应用科学的方法找出企业经营战略和经营管理上存在的问题，分析产生问题的原因，提出改进方案；当企业接受改进方案后，咨询师则负责为企业培训人员，帮助指导企业实施改进方案。

管理咨询对企业来讲，是一种投资行为。通过管理咨询公司提供的服务，提高企业管理水平，从而提升企业运营效益。既然是投资，就要算投入和产出，产出>投入，就“值”；产出<投入，就“不值”。一般来讲，管理咨询带给企业的价值产出在咨询费用（投入）的3倍以上，才可称之为“值”。

谓管理咨询是要从根本上提高企业的素质,改善企业的运行机制，增强企业对环境的动态适应能力。从深层次上来探讨，不仅仅是直接提高经济效益和管理水平，更重要的对一个企业来说，不论它的生存和发展，归根到底取决于这个企业是否能形成一个目标正确、适应性很强的运行机制。所以说，管理咨询根本的目的，是要使这个企业能够通过管理系统自我直接发现问题，找出原因，不断优化企业管理机制，使整个企业运行形成良性循环。

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国管理咨询市场深度调查及发展趋势研究报告》共八章。首先介绍了管理咨询行业市场发展环境、管理咨询整体运行态势等，接着分析了管理咨询行业市场运行的现状，然后介绍了管理咨询市场竞争格局。随后，报告对管理咨询做了重点企业经营状况分析，最后分析了管理咨询行业发展趋势与投资预测。您若想对管理咨询产业有个系统的了解或者想投资管理咨询行业，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：

第一章 管理咨询行业概述 26
第一节 管理咨询的相关概念 26
一、管理咨询含义及特点 26
二、管理咨询业务的分类 26
三、管理咨询的作用分析 27
四、管理咨询的基本流程 27
五、咨询顾问的从业要求 29
第二节 管理咨询行业特性分析 31
一、现代管理咨询产业特征 31
二、管理咨询行业生命周期 33
三、咨询行业进入退出壁垒 35
四、管理咨询产业运营条件 37
五、管理咨询业产业链分析 37
第三节 中国管理咨询行业pest分析 40
一、行业政策环境分析 40
二、行业经济环境分析 41
三、社会文化环境分析 78
四、行业技术环境分析 87
第二章 全球管理咨询业运行形势分析 90
第一节 全球管理咨询行业发展综述 90
一、国际管理咨询业产生的背景 90
二、全球管理咨询行业发展现状 90
三、国际咨询产业结构及商业价值 92
四、全球管理咨询业关键成功因素 93
五、2016年全球管理咨询市场表现 95
第二节 主要国家管理咨询行业发展状况分析 98
一、美国管理咨询业发展分析 98
二、英国管理咨询业发展分析 98
三、德国管理咨询业发展分析 99
四、日本管理咨询业发展分析 99

第三节 国外著名管理咨询公司竞争力分析 101
一、麦肯锡（mckinsey） 101
（一）麦肯锡公司概况 101
（二）麦肯锡公司的服务范围 101
（三）麦肯锡的使命和价值观 102
（四）麦肯锡的核心优势分析 103
（五）麦肯锡的工作方法分析 104
（六）麦肯锡在华发展情况 105
二、埃森哲（accenture） 105
（一）埃森哲公司概况 105
（二）埃森哲公司的服务范围 107
（三）2016年埃森哲经营情况 108
（四）埃森哲的核心优势分析 111
（五）埃森哲的工作方法分析 113
（六）埃森哲在华发展情况分析 114
三、罗兰贝格（roland berger） 116
（一）罗兰贝格公司概况 116
（二）罗兰贝格主要业务范围 116
（三）罗兰贝格使命和价值观 117
（四）罗兰贝格核心优势分析 117
（五）罗兰贝格工作方法分析 118
（六）罗兰贝格在华发展情况 118
四、理实国际集团（raisewin） 119
（一）理实国际公司概况 119
（二）理实国际主要业务范围 119
（三）理实国际理念和价值观 120
（四）理实国际核心优势分析 121
（五）理实国际工作方法分析 121
（六）理实国际在华发展情况 122
五、波士顿（bcg） 123
（一）波士顿公司概况 123
（二）波士顿的主要业务范围 123
（三）波士顿的使命和价值观 124
（四）波士顿的核心优势分析 125
（五）波士顿的管理咨询理论 125

（六）波士顿在华发展情况 126
六、贝恩咨询（bain & company） 126
（一）贝恩咨询公司概况 126
（二）贝恩咨询主要业务范围 126
（三）贝恩咨询的理念和宗旨 127
（四）贝恩咨询核心优势分析 127
（五）贝恩咨询工作方法分析 128
（六）贝恩咨询在华发展情况 128
七、科尔尼咨询（atkearney） 129
（一）科尔尼公司概况 129
（二）科尔尼主要业务范围 129
（三）科尔尼使命和价值观 130
（四）科尔尼核心优势分析 131
（五）科尔尼工作方法分析 131
（六）科尔尼在华发展情况 132
八、国外管理咨询公司经验借鉴 133
第三章 中国管理咨询行业发展态势分析 139
第一节 中国管理咨询行业发展概况 139
一、管理咨询在中国的发展历程 139
二、中国管理咨询行业发展现状 141
三、中国管理咨询行业发展特点 141
四、中国管理咨询发展尚不成熟 142
五、中国咨询业流派及主要问题 142
六、中国管理咨询的使命与责任 143
第二节 中国管理咨询行业运行现状 143
一、管理咨询机构的规模及分布 143
二、管理咨询从业人员情况分析 144
三、中国管理咨询企业组织形式 144
四、咨询企业现有管理模式分析 146
五、中国管理咨询行业收入规模 150
六、2016年管理咨询机构50大分析 150
第三节 中国管理咨询行业存在的问题 153
一、企业对管理咨询的认识不足 153
二、咨询机构规模显著落后国外 153
三、管理咨询行业扶持政策缺位 154

四、大多数公司缺乏核心竞争力 155
五、行业仍处在低层次竞争阶段 156
六、咨询从业人员水平有待提高 156
第四节 中国管理咨询行业发展对策 158
一、加大政府扶持力度 158
二、培育管理咨询市场 158
三、提高市场主体认识 158
四、加强人才队伍建设 158
五、规范咨询操作模式 159
六、走合作化发展道路 159
第四章 中国管理咨询行业市场透析 160
第一节 管理咨询市场运行状况分析 160
一、管理咨询行业市场容量 160
二、管理咨询的市场渗透率 160
三、咨询客户行业分布结构 161
四、咨询市场区域分布结构 161
五、管理咨询业务分布结构 161
第二节 管理咨询市场客户需求分析 161
第三节 企业发展过程与管理咨询需求 163
第四节 管理咨询市场客户行为分析 163
一、企业采购咨询服务影响因素 164
二、企业采购管理咨询服务渠道 164
三、企业采购咨询服务决策方式 165
四、企业选择管理咨询公司标准 166
五、客户对管理咨询绩效的评估 169
六、咨询公司采购咨询服务分析 178
第五章 2016年中国管理咨询行业市场竞争态势分析 179
第一节 中国管理咨询行业竞争现状分析 179
一、管理咨询行业竞争环境分析 179
（一）同业竞争者分析 179
（二）潜在进入者分析 179
（三）行业供应者分析 179
（四）咨询消费者分析 180
（五）行业替代者分析 180
二、中国管理咨询行业竞争格局 180

（一）第一梯队及其市场表现 180
（二）第二梯队及其市场表现 180
（三）第三梯队及其市场表现 181
三、中外管理咨询企业竞争力比较 181
（一）中国咨询企业的比较优势 181
（二）中国咨询企业的比较劣势 183
（三）本土咨询企业的竞争对策 186
四、管理咨询业扩张兼并情况分析 186
第二节 管理咨询市场区域格局分析 187
一、北京管理咨询市场竞争格局 187
二、上海管理咨询市场竞争格局 188
三、广州管理咨询市场竞争格局 190
四、其他地区管理咨询行业竞争情况 190
第三节 中国管理咨询行业竞争战略分析 191
一、差异化竞争战略分析 191
二、品牌化竞争战略分析 193
三、联盟和合作战略分析 196
第六章 中国主要管理咨询企业竞争力分析 198
第一节 北京和君创业管理咨询有限公司 198
一、企业基本情况 198
二、企业业务范围 199
三、企业经营情况 199
四、企业竞争优势 199
五、企业咨询案例 200
六、企业发展战略 200
第二节 中华财务咨询有限公司 201
一、企业基本情况 201
二、企业业务范围 201
三、企业经营情况 201
四、企业竞争优势 201
五、企业咨询案例 203
六、企业发展战略 209
第三节 北大纵横管理咨询集团 210
一、企业基本情况 210
二、企业业务范围 210

三、企业经营情况 214
四、企业竞争优势 214
五、企业咨询案例 215
六、企业发展战略 220
第四节 中国国际经济咨询有限公司 220
一、企业基本情况 220
二、企业业务范围 221
三、企业经营情况 222
四、企业竞争优势 223
五、企业咨询案例 223
六、企业发展战略 224
第五节 上海amt集团 225
一、企业基本情况 225
二、企业业务范围 226
三、企业经营情况 226
四、企业竞争优势 227
五、企业咨询案例 227
六、企业发展战略 231
第六节 万隆国际咨询集团有限公司 232
一、企业基本情况 232
二、企业业务范围 232
三、企业经营情况 232
四、企业竞争优势 232
五、企业咨询案例 233
六、企业发展战略 233
第七节 上海华彩管理咨询有限公司 234
一、企业基本情况 234
二、企业业务范围 234
三、企业经营情况 235
四、企业竞争优势 235
五、企业咨询案例 237
六、企业发展战略 238
第八节 北京国富创新管理咨询有限公司 238
一、企业基本情况 238
二、企业业务范围 239

三、企业经营情况 239
四、企业竞争优势 241
五、企业咨询案例 242
六、企业发展战略 253
第九节 北京仁达方略企业管理咨询有限公司 254
一、企业基本情况 254
二、企业业务范围 255
三、企业经营情况 255
四、企业竞争优势 256
五、企业咨询案例 257
六、企业发展战略 260
第十节 北京太和睿信企业管理顾问有限公司 260
一、企业基本情况 260
二、企业业务范围 260
三、企业经营情况 262
四、企业竞争优势 263
五、企业咨询案例 264
六、企业发展战略 271
第十一节 理实环球国际咨询（北京）有限公司 271
一、企业基本情况 271
二、企业业务范围 272
三、企业经营情况 273
四、企业竞争优势 273
五、企业咨询案例 274
六、企业发展战略 277
第十二节 北京捷盟管理咨询有限公司 278
一、企业基本情况 278
二、企业业务范围 278
三、企业经营情况 278
四、企业竞争优势 279
五、企业咨询案例 279
六、企业发展战略 283
第十三节 北京市 长城企业战略研究所 283
一、企业基本情况 283
二、企业业务范围 284

三、企业经营情况 284
四、企业竞争优势 285
五、企业咨询案例 285
六、企业发展战略 290
第十四节 用友长伴管理咨询（上海）有限公司 290
一、企业基本情况 290
二、企业业务范围 291
三、企业经营情况 291
四、企业竞争优势 292
五、企业咨询案例 292
六、企业发展战略 292
第十五节 深圳市采纳品牌营销顾问有限公司 293
一、企业基本情况 293
二、企业业务范围 294
三、企业经营情况 294
四、企业竞争优势 296
五、企业咨询案例 297
六、企业发展战略 300
第十六节 北京东方博融管理咨询有限公司 301
一、企业基本情况 301
二、企业业务范围 301
三、企业经营情况 304
四、企业竞争优势 305
五、企业咨询案例 305
六、企业发展战略 306
第十七节 深圳市百思特企业管理咨询有限公司 306
一、企业基本情况 306
二、企业业务范围 307
三、企业经营情况 307
四、企业竞争优势 308
五、企业咨询案例 308
六、企业发展战略 309
第十八节 深圳市康达信管理顾问有限公司 310
一、企业基本情况 310
二、企业业务范围 310

三、企业经营情况 310
四、企业竞争优势 311
五、企业咨询案例 313
六、企业发展战略 313
第十九节 北京同心动力企业管理顾问有限公司 313
一、企业基本情况 313
二、企业业务范围 314
三、企业经营情况 314
四、企业竞争优势 314
五、企业咨询案例 316
六、企业发展战略 318
第二十节 世纪纵横（北京）管理咨询有限公司 319
一、企业基本情况 319
二、企业业务范围 320
三、企业经营情况 321
四、企业竞争优势 322
五、企业咨询案例 323
六、企业发展战略 327
第二十一节 德勤 329
一、企业基本情况 329
二、企业业务范围 330
三、企业经营情况 330
四、企业竞争优势 330
五、企业咨询案例 331
六、企业发展战略 333
第二十二节 正略钧策 333
一、企业基本情况 333
二、企业业务范围 334
三、企业经营情况 334
四、企业竞争优势 335
五、企业咨询案例 337
六、企业发展战略 338
第七章 管理咨询细分领域咨询策略分析 339
第一节 管理咨询细分行业咨询策略分析 339
一、管理咨询客户行业细分 339

（一）成熟客户群及特点分析 339
（二）核心客户群及特点分析 339
（三）萌芽客户群及特点分析 339
（四）潜力客户群及特点分析 339
二、医药行业管理咨询策略分析 340
（一）中国医药行业发展概况 340
（二）医药行业存在问题分析 340
（三）医药管理咨询需求分析 342
三、电子信息行业管理咨询策略分析 347
（一）电子信息行业发展概况 347
（二）电子信息业存在的问题 350
（三）电子信息管理咨询需求 350
四、机械制造行业管理咨询策略分析 351
（一）机械制造行业发展概况 351
（二）机械制造业存在的问题 354
（三）机械制造行业咨询需求 355
（四）行业管理咨询思路分析 356
（五）机械制造行业咨询案例 356
五、电力行业管理咨询策略分析 358
（一）中国电力行业发展概况 358
（二）电力行业存在问题分析 360
（三）电力管理咨询需求分析 360
（四）电力管理咨询思路分析 361
（五）电力行业管理咨询案例 361
六、煤炭行业管理咨询策略分析 362
（一）中国煤炭行业发展概况 362
（二）煤炭行业存在问题分析 364
（三）煤炭管理咨询需求分析 367
七、烟草行业管理咨询策略分析 368
（一）中国烟草行业发展概况 368
（二）烟草行业存在问题分析 369
（三）烟草管理咨询需求分析 372
（四）烟草管理咨询思路分析 373
（五）烟草行业管理咨询案例 373
八、石油化工行业管理咨询策略分析 376

（一）石油化工行业发展概况 376
（二）石化行业存在问题分析 379
（三）石化管理咨询需求分析 381
（四）石化管理咨询思路分析 382
（五）石油化工管理咨询案例 382
九、食品饮料行业管理咨询策略分析 383
（一）食品饮料行业发展概况 383
（二）食品饮料业存在的问题 385
（三）食品饮料业的咨询需求 386
（四）行业管理咨询思路分析 388
（五）食品饮料行业咨询案例 388
十、纺织服装行业管理咨询策略分析 390
（一）纺织服装行业发展概况 390
（二）纺织服装业存在的问题 391
（三）纺织服装业的咨询需求 391
（四）行业管理咨询思路分析 393
（五）纺织服装行业咨询案例 393
十一、交通运输行业管理咨询策略分析 394
（一）交通运输行业发展概况 394
（二）交通运输业存在的问题 396
（三）交通运输业的咨询需求 396
（四）行业管理咨询思路分析 396
（五）交通运输行业咨询案例 397
十二、零售行业管理咨询策略分析 398
（一）中国零售行业发展概况 398
（二）零售行业存在问题分析 398
（三）零售管理咨询需求分析 402
（四）零售管理咨询思路分析 403
（五）零售行业管理咨询案例 403
十三、金融行业管理咨询策略分析 406
（一）中国金融行业发展概况 406
（二）金融行业存在问题分析 407
（三）金融管理咨询需求分析 408
（四）金融管理咨询思路分析 408
（五）金融行业管理咨询案例 408

十四、电信行业管理咨询策略分析 410
（一）中国电信行业发展概况 410
（二）电信行业存在问题分析 412
（三）电信管理咨询需求分析 414
（四）电信管理咨询思路分析 414
（五）电信行业管理咨询案例 414
十五、房地产行业管理咨询策略分析 418
（一）中国房地产行业发展概况 418
（二）房地产行业存在问题分析 419
（三）房地产管理咨询需求分析 421
（四）房地产管理咨询思路分析 421
（五）房地产行业管理咨询案例 421
第二节 管理咨询细分业务咨询策略分析 425
一、战略管理咨询策略分析 425
（一）战略管理的概念及内容 425
（二）战略管理咨询逻辑框架 426
（三）战略管理咨询目标分析 427
（四）战略管理咨询实施方法 427
（五）战略咨询常用分析工具 428
（六）战略管理咨询案例分析 429
二、人力资源管理咨询策略分析 433
（一）人力资源管理咨询的概念 433
（二）人力资源咨询的主要内容 434
（三）人力资源管理咨询的价值 435
（四）人力资源咨询的实施方法 436
（五）人力资源咨询的分析工具 438
（六）人力资源咨询的案例分析 439
三、市场营销咨询策略分析 441
（一）市场营销咨询的概念 441
（二）市场营销咨询的价值 442
（三）营销咨询项目实施方法 442
（四）营销咨询常用分析工具 442
（五）营销咨询市场现状分析 445
（六）市场营销咨询案例分析 446
四、财务管理咨询策略分析 447

（一）企业财务管理咨询的概念 447
（二）企业财务管理咨询的特征 448
（三）财务管理咨询的分析模型 448
（四）财务管理咨询程序与方法 450
（五）财务管理咨询的实施要点 450
（六）财务管理咨询的案例分析 451
五、企业文化咨询策略分析 451
（一）企业文化咨询的概念 452
（二）企业文化咨询的内容 452
（三）企业文化咨询业务特征 454
（四）企业文化咨询实施程序 454
（五）文化咨询须注意的问题 455
（六）企业文化咨询案例分析 455
六、企业信息化咨询策略分析 460
（一）企业信息化咨询的目的 460
（二）信息化咨询的解决思路 461
（三）信息化咨询项目实施方法 464
（四）信息化咨询项目成功因素 465
（五）企业信息化咨询案例分析 466
（六）企业信息化咨询发展对策 470
七、知识管理咨询策略分析 471
（一）知识管理咨询的产生与发展 471
（二）中国知识管理咨询市场现状 472
（三）知识管理咨询的层次和内容 473
（四）知识管理咨询项目实施方法 475
（五）企业知识管理咨询案例分析 475
（六）知识管理咨询发展趋势分析 478
八、流程管理咨询策略分析 479
（一）流程管理咨询概念及内容 479
（二）流程管理咨询的解决思路 480
（三）流程咨询项目的实施方法 480
（四）流程咨询项目的实施要点 481
（五）流程管理的咨询案例分析 481
九、风险管理咨询策略分析 483
（一）风险管理咨询概念及内容 483

（二）风险管理咨询的解决思路 484
（三）风险管理咨询的实施方法 485
（四）风险管理咨询的实施要点 485
（五）风险管理咨询的案例分析 488
十、集团管控咨询策略分析 488
（一）集团管控咨询概念及内容 488
（二）集团管控咨询的解决思路 489
（三）集团管控项目的实施方法 490
（四）集团管控项目的实施要点 490
（五）集团管控咨询的案例分析 491
第八章 2016-2022年中国管理咨询行业发展前景及投资策略分析 493（ZY GXH）
第一节 2016-2022年中国管理咨询行业发展趋势分析 493
一、咨询市场规模将进一步加大 493
二、从业人员数量质量持续提高 493
三、地域差异明显西部增长迅速 494
四、竞争更加激烈进入壁垒提高 494
五、扩张与兼并是行业大势所趋 495
第二节 2016-2022年中国管理咨询行业发展前景分析 495
一、中国管理咨询市场潜力巨大 495
二、中国管理咨询业swot分析 497
三、管理咨询行业迎来发展良机 503
四、中国管理咨询企业发展前景 506
五、未来管理咨询行业发展方向 507
第三节 2016-2022年中国管理咨询行业投资机会分析 510
一、咨询业细分市场机会分析 510
二、咨询业区域市场机会分析 510
三、网络化咨询市场机会分析 511
四、第三方咨询市场机会分析 511
五、微咨询服务市场机会分析 511
六、综合性咨询市场机会分析 512
第四节 2016-2022年管理咨询行业投资策略建议 512 （ZY GXH）
图表目录：
图表 1 我国管理咨询行业所处生命周期示意图 33
图表 2 行业生命周期、战略及其特征 35
图表 3 产业链形成模式示意图 39

图表 4 管理咨询的产业链结构图 40
图表 5 2015年国内生产总值初步核算数据 41
图表 6 gdp环比增长速度 42
图表 7 2009-2016年我国国内生产总值及其增长速度 43
图表 8 2016年上半年国内生产总值初步核算数据 43
图表 9 2012年-2016年我国gdp环比增长速度 44
图表 10 2013年-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 46
图表 11 2016年份规模以上工业生产主要数据 47
图表 12 2013年-2016年我国发电量日均产量及同比增速 49
图表 13 2013年-2016年我国钢材日均产量及同比增速 49
图表 14 2013年-2016年我国水泥日均产量及同比增速 50
图表 15 2013年-2016年我国原油加工量日均产量及同比增速 50
图表 16 2013年-2016年我国十种有色金属日均产量及同比增速 51
图表 17 2013年-2016年我国乙烯日均产量及同比增速 51
图表 18 2013年-2016年我国汽车日均产量及同比增速 52
图表 19 2013年-2016年我国轿车日均产量及同比增速 52
图表 20 2013年2016年全国居民消费价格涨跌幅度 54
图表 21 2013年-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 54
图表 22 2013年-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 55
图表 23 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 57
图表 24 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 58
图表 25 2016年居民消费价格主要数据 58
图表 26 2013年-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅 60
图表 27 2013年-2016年工业生产者购进价格涨跌幅 61
图表 28 2013年-2016年生产资料出厂价格涨跌幅 62
图表 29 2013年-2016年生活资料出厂价格涨跌幅 62
图表 30 2016年份工业生产者价格主要数据 63
图表 31 2009-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 65
图表 32 2009-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 66
图表 33 2009-2016年我国社会消费品零售总额及其增长速度 68
图表 34 2013年-2016年我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 68
图表 35 2016年社会消费品零售总额主要数据 69
图表 36 2013年-2016年我国固定资产投资（不含农户）同比增速 72
图表 37 2016年分地区投资相邻两月累计同比增速 73
图表 38 2013年-2016年我国固定资产投资到位资金同比增速 74

图表 39 2016年我国固定资产投资（不含农户）主要数据 74
图表 40 2009-2016年我国货物进出口总额增长分析 77
图表 41 2009-2016年我国人口及其自然增长率变化情况 79
图表 42 2009-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 81
图表 43 2009-2016年研究与试验发展经费支出 82
图表 44 国际咨询产业结构及商业价值 92
图表 45 埃森哲负债能力分析表 108
图表 46 埃森哲利润能力分析表 110
图表 47 埃森哲现金流量分析表 110
图表 48 中国咨询业流派及主要问题 142
图表 49 2016年中国管理咨询机构50大名单 151
图表 50 中国国际经济咨询有限公司业务范围 221
图表 51 深圳市百思特企业管理咨询有限公司咨询案例 308
图表 52 2014年以来货物运输量累计同比增速 394
图表 53 战略管理咨询逻辑框架 426
图表 54 知识管理的seci模型 474
图表 55 swot 战略分析图 512

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201608/435536.html