

2021-2027年中国社会调查 市场发展现状与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国社会调查市场发展现状与产业竞争格局报告》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.abaogao.com/b/qiyeguanli/V81894VJZP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

社会调查是社会“调查”和“研究”的简称。社会调查是指人们为达到一定目的，有意识地通过对社会现象的考察、了解和分析、研究，来了解社会真实情况的一种自觉认识活动。它包含以下四层意思：

- (1) 社会调查是一种自觉认识活动。
- (2) 社会调查的对象是社会现象。
- (3) 社会调查要使用一定方法。
- (4) 社会调查有一定目的。

上述社会调查的定义，适用于一切社会调查，包括科学的社会调查。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国社会调查市场发展现状与产业竞争格局报告》共十章。首先介绍了社会调查行业市场发展环境、社会调查整体运行态势等，接着分析了社会调查行业市场运行的现状，然后介绍了社会调查市场竞争格局。随后，报告对社会调查做了重点企业经营状况分析，最后分析了社会调查行业发展趋势与投资预测。您若想对社会调查产业有个系统的了解或者想投资社会调查行业，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 产业定位及特征分析

第一节 产业定位

- 一、与传统行业对比分析
- 二、与相关产业对比分析

第二节 社会调查业细分市场构成

- 一、产品定义
- 二、产品分类

第三节 社会调查业发展历程及周期分析

- 一、发展历程
- 二、发展阶段分析
- 三、发展周期现状

第四节 社会学调查定义及发展

第五节 民意调查的概念及发展

第六节 市场调查市场发展历程及特征

一、市场调查概述

二、关于市场调查的功能与作用

第七节 社会调查业行业特征分析

一、社会调查业结构特征分析

二、社会调查业特有经营模式分析

三、社会调查业技术门槛分析

第二章 2014-2015年中国社会调查业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

一、宏观经济发展综述

二、宏观经济环境对产业的影响

第二节 社会调查业政策及标准分析

一、社会调查监管体系

二、社会调查的监管内容

三、我国社会统计调查的立法情况

第三节 产业技术政策环境分析

一、中外技术水平差距分析

二、中国社会调查业技术发展趋势分析

第三章 全球社会调查业发展分析

第一节 全球社会调查业发展历程与发展特点

第二节 全球社会调查业规模情况

第三节 全球主要社会调查业企业竞争力分析

第四节 全球社会调查业发展趋势

第四章 社会调查产业链价值分析

第一节 市场调查产业链价值及作用分析

一、市场调查的产业链价值构成

二、我国市场调查产业链投资环境

第二节 市场调查在企业经济发展中的价值分析

第三节 市场调查在企业营销中的价值分析

一、市场调查与企业营销

二、市场调查的作用

第四节 细分市场与下游关联性调查

第五节 上下游行业发展对本行业及其发展前景的影响

第五章 中国社会调查业发展分析

第一节 中国等新兴市场在全球的地位分析

第二节 中国社会调查业市场规模现状及结构分析

一、中国社会调查业市场规模

二、国内调研市场营业额结构分析

第三节 社会调查业市场竞争格局分析

一、外资企业

二、半官方企业

三、民营企业

第四节 市场供需分析

一、供给分析

二、需求分析

第五节 市场价格分析

第六章 中国社会调查业分类竞争优势分析

第一节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第二节 企业间竞争分析

一、企业竞争组群划分

二、各组群竞争力分析

三、组群竞争发展制约因素分析

第三节 我国市场调查机构核心竞争力的提升途径

一、技术创新

- 二、人才管理
- 三、规模化发展
- 四、特色经营
- 五、加强监管

第四节 我国市场调查业的竞争趋势

第七章 中国社会调查业细分——民意调查业现状分析

第一节 民意调查业发展概况

第二节 民意调查业机构发展类型

第三节 民意调查业发展特点分析

第八章 国内社会调查业主要企业分析

第一节 新华信国际信息咨询（北京）有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业竞争力分析

第二节 零点研究咨询集团

- 一、企业简介
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业合作伙伴分析
- 四、企业竞争力分析

第三节 新生代市场监测机构有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业产品结构及市场定位
- 四、企业竞争力分析

第四节 北京华通人商用信息有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业数据采集能力分析
- 四、企业竞争力分析

第五节 北京联信征信咨询有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业产品结构及市场定位
- 四、企业竞争力分析

第九章 中国社会调查业发展预测

第一节 中国社会调查业所处周期分析

第二节 市场调查网络化发展趋势分析

第三节 2021-2027年中国社会调查业发展趋势预测

- 一、发展趋势预测
- 二、市场规模预测

第四节 社会调查发展趋势预测

- 一、发展潜力看好
- 二、规范化发展
- 三、专业化发展
- 四、国际化发展

第十章 中国社会调查业投资价值及建议

第一节 中国社会调查业投资价值分析

- 一、行业成长能力分析
- 二、行业综合投资价值评价

第二节 细分领域投资机会分析

第三节 我国市场调查业的国际比较及存在问题

- 一、规模小发展不规范
- 二、技术水平亟待提升
- 三、缺乏政策引导

第四节 加快我国市场调查业健康发展的对策

- 一、提高企业市场调查意识
- 二、提高服务商运营能力
- 三、加强理论研究和知识创新
- 四、发挥政府和行业协会的作用

第五节 中国社会调查业发展策略分析

一、系统规范化发展策略

二、网络化发展策略

第六节 市场调研机构的营销策略

一、企业自身策略

二、品牌服务策略

三、市场宣传策略

四、协同发展策略

部分图表目录：

图表：变量的分类

图表：民间统计调查与政府统计调查的区别

图表：全球市场调查业营业收入情况

图表：中国调查业年度营业额在全球调查市场中的份额变化

图表：全球25家著名市场调研公司概况

图表：中国内地市场调查业历年营业额及增长情况

图表：中国内地市场调查业历年营业额及增长趋势图

图表：不同营业额层次的调研企业比例分布

图表：外资调查公司优劣势比较

图表：“半”官方调查公司优劣势比较

图表：民营调查公司优劣势比较

图表：中国市场调查与研究公司不同营业额层次的企业比例分布

图表：中国市场调查与研究公司的空间分布情况

图表：零点研究咨询集团客户构成比例

图表：新生代市场监测机构有限公司业务概况

图表：北京华通人商用信息有限公司数据采集营销执行流程图

图表：2021-2027年中国内地市场调查业营业额预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/V81894VJZP.html>