



# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

# 企业竞争图谱：2024年品牌营销咨询 头豹词条报告系列



文上·头豹分析师

2024-08-01 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

信息传输、软件和信息技术服务业/软件和信息技术服务业/数字内容服务

服务/零售

## 词目录

<h3>行业定义</h3> <p>品牌营销咨询行业以品牌为核心，以战略增长为目标...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>根据下游客户类型划分，可分为线下品牌营销和电商...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>品牌营销行业具有经验与案例库壁垒高、客户粘性高...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>品牌营销咨询行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>品牌营销咨询行业规模评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>品牌营销咨询行业相关政策 7篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

**摘要** 品牌营销咨询行业以品牌为核心，通过战略规划、定位、商业模式设计等服务，助力企业实现战略增长。行业正朝数字化、专业化、感性化方向发展，服务涵盖品牌战略咨询、数字化营销等。行业壁垒高，经验与案例库是关键竞争力。客户粘性高，稳定客户资源是发展基础。数字化技术推动行业数智化要求提升。预计2024-2028年市场规模稳步增长，电商品牌营销咨询市场增速更快。未来趋势是全案落地型品牌营销服务，结合理性与感性流派，满足新时代消费者需求。

## 行业定义<sup>[1]</sup>

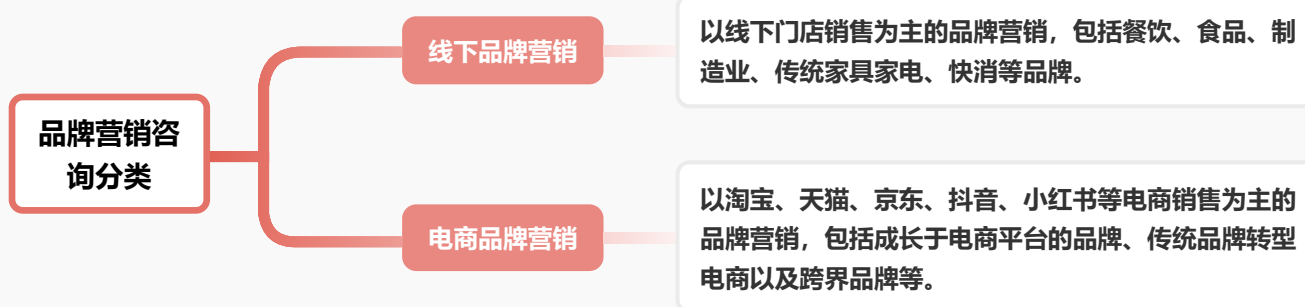
品牌营销咨询行业以品牌为核心，以战略增长为目标，通过战略规划、品牌定位、商业模式设计、视觉策划等各方面的建议和服务，帮助企业实现战略落地。品牌战略营销企业根据品牌方的现状和需求，可系统化地帮助品牌建立更具有竞争力的、完善的营销体系。目前，行业正在向更加数字化、专业化、感性化的新时代营销方向发展。

目前，品牌营销咨询行业的服务内容主要包括品牌战略咨询、品牌数字化营销、超级单品打造和品牌形象升级等方面，通过定制化、数智化、差异化、专业化的建议和服务为品牌形象提高吸引力和辨识度，打造核心竞争力，从而促进销售和知名度。

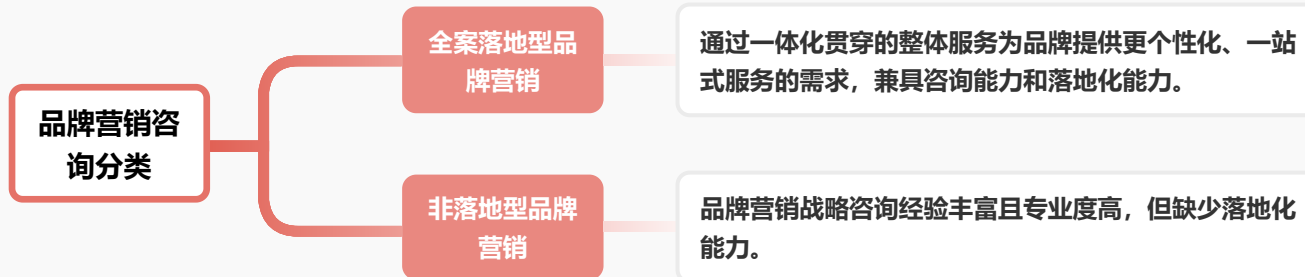
## 行业分类<sup>[2]</sup>

根据下游客户类型划分，可分为线下品牌营销和电商品牌营销；根据是否有落地服务划分，可分为全案落地型品牌营销和非落地型品牌营销；根据需求方向划分，可分为成熟品牌营销和新锐品牌营销；根据营销渠道划分，行业可分为传统品牌营销咨询和数字化品牌营销咨询。

### 品牌营销咨询行业基于下游客户类型的分类



### 品牌营销咨询行业基于是否有落地服务的分类



### 品牌营销咨询行业基于需求方向的分类



[2] 1: <https://www.songs...> | 2: 松鼠跃动，沙利文

## 行业特征<sup>[3]</sup>

品牌营销行业具有经验与案例库壁垒高、客户粘性高、数字化技术发展显著等行业特征。

### 1 经验与案例库壁垒高

行业经验、案例库和分析方法为基础形成的营销策略是品牌营销咨询行业服务的核心竞争力之一。行业整体中小型企业较多，但体量较小的咨询案例库和较少的经验方法不具备竞争优势。相比之下，具有一定规模、案例库和资源的品牌营销咨询企业竞争优势明显。品牌营销咨询企业具备一定跨行业整合能力，能够将不同行业的案例和经验进行整合，形成更为全面和深入的洞察。下游客户更加倾向于信赖经验更加丰富、方法论体系更加完善、案例库包含同行业竞争对手的品牌营销咨询企业。此外，案例库的构建需要对过往成功和失败的案例进行深入分析和总结，提炼出有价值的洞察和策略，形成可供参考的知识体系。

## 2 客户粘性高

品牌营销咨询行业的客户粘性较高，因此拥有大量稳定的、优质的客户资源是品牌营销咨询企业快速发展的基础。客户资源的积累依赖于咨询公司的市场声誉、服务质量和经验、专业能力等多方面因素。一旦品牌营销咨询企业与品牌客户形成良好的合作关系，客户的粘性较高，从而提高咨询公司的续签率，形成较高的客户资源壁垒。

## 3 数字化技术发展显著

随着数据分析和人工智能等技术的发展，品牌营销咨询企业对于数智化的能力要求更高，企业需要具备强大的数据分析能力，以处理和解读大量的消费者数据，从而为客户提供精准的洞察和策略。在数字化营销转型的新时代，各电商平台成长的新锐品牌、传统品牌转型电商营销，以及跨界品牌的电商营销等，出现大量的数字化品牌营销服务需求，但电商流量具有碎片化特征，线上多平台多维度的数据获取和分析能力较复杂。因此，品牌营销咨询行业的技术壁垒和数智化要求变高。此外，行业也正在研发和应用各种先进的技术平台和工具，如营销自动化工具、大数据分析平台等，以提高服务效率和质量。

[3] 1: 因赛集团

## 发展历程<sup>[4]</sup>

中国品牌营销咨询行业可追溯于国外咨询机构进入中国市场，其发展历程大致可以分为3个历史时期：萌芽期（1980-2000年）、启动期（2000-2010年）、高速发展期（2010-至今）。目前，随着网络和社交媒体的普及化，更多的商家注重数字和社交媒体营销。

### 萌芽期 · 1980~2000

20世纪80年代末期至90年代初期，出谋划策或从事管理咨询的公司（俗称“点子”）和从事倒买倒卖活动的商人（俗称“倒爷”）成为当时财富积累的主要方式。由于信息、资源和供应不均衡，“点子公司”基本上涵盖品牌策划的全部内容。

随着市场竞争的加剧和企业对品牌价值认识的提升，品牌战略咨询重要性日益凸显。麦肯锡、波士顿咨询等国际知名的咨询机构纷纷进入中国，开始为中国的企业提供专业品牌战略规划和咨询服务。

行业秩序混乱，信息差成为盈利核心。

中国本土品牌战略咨询公司模仿国际咨询公司，开始崭露头角。

## 启动期 · 2000~2010

随着中国经济的迅猛增长和市场竞争的不断加剧，品牌战略全案服务行业在中国迅速崛起。自特劳特成功为王老吉进行品牌定位之后，定位咨询服务开始向民营企业扩展。品牌定位类企业不再仅限于服务外资企业，开始向国内公司渗透，使得整个行业呈现出多元化和繁荣发展的景象。政府开始加强对品牌建设支持和引导，品牌更重视品牌营销。

## 高速发展期 · 2010~2024

随着网络和社交网络的普及，品牌战略全案服务行业逐渐转向关注数字和社交媒体营销手段，为公司的数字化升级提供坚实的帮助。

本土品牌战略咨询公司在市场竞争中崭露头角，开始与国际性的品牌战略咨询公司竞争。

[4] 1: 因赛集团, 沙利文

[12]

## 产业链分析

品牌营销咨询行业产业链上游为服务于品牌营销咨询服务商的外部供应商，包括市场调查、活动执行、视频与平面图像制作、各类媒体、数字化技术，以及生产制造、物流、分销、知识产权和版权服务等各方面；中游主要为品牌咨询服务商；下游为对品牌营销有需求的各行各业。<sup>[6]</sup>

品牌营销咨询行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[6]</sup>

**品牌营销咨询产业链上游环节中技术供应商价值最高，占比达30%-50%，上游与中游加强技术合作，数字化技术升级。**

2023年ChatGPT掀起AIGC技术浪潮，企业寻求利用人工智能的力量来优化其运营并释放新的增长机会，

“AI+品牌营销”逐渐成为行业主流发展之一。无论在个性化体验、视觉效果、营销系统、运营管理等，企业均可通过AI技术实现营销的自动化持续增长，并构建覆盖各个场景的专属营销模型；“AI+品牌营销”平台为品牌营销降低人力和时间成本，从而提升效率并降低成本，例如自动生成产品图片、定制详情页、制作短视频等。目前，头部互联网企业利用自身资源优势，已初步推出部分“AI+品牌营销”工具，进一步实现品牌营销行业降本增效。推出“AI+品牌营销”工具的互联网企业包括谷歌、微软、腾讯、百度、京东等。在整体的品牌营销大行

业中，多家传媒和品牌营销企业也开始研发和使用“AI+品牌营销”赋能其业务，如松鼠跃动、三人行、蓝色光标、易点天下、宣亚国际。

### **品牌营销中游服务商集中在下游快消行业，其中新锐品牌市场潜力大。**

品牌营销服务产业链下游需求端来看，快速消费品行业以其激烈的市场竞争和对营销策略的高需求占据全行业需求80%。与此同时，不同品牌类型对营销咨询的需求各有侧重：成熟品牌更注重形象塑造和市场激活，追求年轻化、价值化和科技化的发展方向；而新锐品牌则致力于突破市场壁垒，寻求差异化、细分化和区域化的市场定位。随着新锐品牌对品牌营销的重视程度不断增强，市场潜力逐渐显现。<sup>[6]</sup>

## **上 产业链上游**

### **生产制造端**

服务于品牌营销咨询服务商的外部供应商，包括市场调查、活动执行、视频与平面图像制作、各类媒体、数字化技术等各方面。

### **上游厂商**

[益普索（中国）咨询有限公司 >](#)

[上海尼尔森市场研究有限公司 >](#)

[上海奥维思市场营销服务有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### **产业链上游说明**

#### **品牌营销服务商借助上游供应商，以增强品牌影响力和市场竞争力。**

从品牌营销产业链供给端来看，品牌营销咨询公司通过市场研究来分析目标市场、消费者行为、竞争对手和行业趋势；通过品牌定位确定品牌在市场中的独特地位和价值主张；品牌战略服务制定长期和短期的品牌发展计划和目标；利用数字渠道和社交媒体平台提高品牌知名度和参与度，并提供创意内容和视觉设计，增强品牌的视觉识别度。此外，在提供服务的过程中，部分环节需要上游外部供应商的技术支持。目前，上游技术支持环节价值占比增长，在上游环占比30%-50%，主要原因是受到AI浪潮影响，各头部企业开始开发AI平台。

#### **产业链上游还包括生产制造、物流、分销、知识产权和版权服务等各细分领域，上游环节价值在全产业链中占比10%-30%不等。**

品牌营销的上游涉及生产制造环节，包括印刷、包装、制造等，用于广告制作、包装设计、产品开发等所需的各种生产制造原材料。这些企业负责将设计和创意转化为实际产品，为品牌营销提供物质基础，该环节价格在1-10万元不等，根据具体项目的大小而决定原材料的使用数量和价格。品牌营销的上游还包括物流和分销服务提供商负责将产品从生产地运输到市场，确保产品及时、准确地到达消费者手中，该环节在上游总价值中占比10%-20%。此外，上游还包括提供知识产权和版权服务的企业，帮助其品牌保护其创意和设计，确保品牌的独特性和合法性。随着品牌营销活动的复杂性增加，监管和合规服务也成为产业链上游的一部分，该服务帮助品牌确保其营销活动符合相关法律法规和行

业标准。总体来看，品牌营销咨询产业链上游环节多样，但部分环节已被中游服务商整合，不同服务商整合环节大不相同，因此上游环节价值在全产业链中占比10%-30%不等。

## 中 产业链中游

### 品牌端

品牌咨询服务商。

### 中游厂商

深圳市松鼠跃动传媒集团有限公司 >

上海华与华营销咨询有限公司 >

上海君智企业管理有限公司 >

查看全部 v

### 产业链中游说明

**中游服务商中，全案落地型品牌营销服务商兼具咨询和落地化能力，超10%下游行业需求在中游该服务领域。**

从整体品牌营销行业角度来看，主要包括品牌营销咨询公司和其他综合性传媒公司，其中品牌营销咨询公司可分为全案落地型营销服务商和非落地品牌营销服务商。1) **全案落地型品牌营销服务商**：咨询能力和落地化能力兼具，通过一体化贯穿的整体服务为品牌提供更个性化、一站式服务的需求，典型企业有华与华、松鼠跃动；**该类品牌营销服务商平均服务单价较高，500-1,000万元不等；此外，在下游主力行业需求来看，超过10%的项目为全案落地型需求。**；2) **非落地型品牌营销服务商**：咨询专业化能力更强，但在战略落地上不具备竞争优势，典型企业有君智、里斯、特劳特；**目前，该类服务商项目增速较缓慢，年增速在20%以下；**3) **其他综合性传媒公司**：以营销全链条为主，包括品牌管理、媒介代理、数字营销、战略咨询、公关传播等，品牌营销仅作为企业业务的其中一部分，典型企业有省广集团、因赛集团、三人行集团；其中，省广集团累计服务客户300余家，超过60家成员企业，营业收入超百亿；因赛集团核心业务为品牌管理，其内容创意生产能力和品牌智慧专业能力突出。总体来看，在各行各业激烈竞争且成熟品牌与新锐品牌并存的大环境下，中游全案落地型品牌营销服务商类型更具有竞争力。

**中游服务商逐渐转变为“人力+AIGC”结合，实现生产力革新。**

在整体的品牌营销大行业中，**从过去纯人力创作和交付的模式将逐渐发展为“人力+AIGC”结合的模式。**多家传媒和品牌营销企业也开始研发和使用“AI+品牌营销”赋能其业务，从而实现降本增效。

1) **松鼠跃动**：打造智能平台，可实现全行业触点的AIGC，实现AI营销、AI剪辑、AI创作等，并运营到品牌管理中，实现AI视觉、AI运营管理和数据分析等功能智能平台，2024年该平台开始内测，松鼠跃动部分相关设计已使用AI平台；2) **三人行**：与科大讯飞人工智能技术相融合，共同开发基于星火大模型的多模态智能营销工具。为中小广告主提供SaaS服务，同时对接媒体采买及投放平台实现智能



广告投放；**3) 蓝色光标**:将聊天机器人技术与销博特AIGC“创意图文”模块相结合成为广告创意营销AI助理，协助企业分析市场、创意启发和品牌文案撰写等工作；**4) 易点天下**: 打造AIGC数字营销创作平台Kreado AI，以“AI数字人、AI模特、AI工具、AI创意资产”4大解决方案为依托实现降本增效；**5) 宣亚国际**: 研究基于Orange GPT视频脚本策划、视频智能剪辑、AI语音等技术赋能互动短剧相关业务。

## 下 产业链下游

### 渠道端及终端客户

各行业品牌客户。

### 渠道端

腾讯科技（深圳）有限公司 >

京東集團股份有限公司 >

美的集团股份有限公司 >

查看全部 v

### 产业链下游说明

**品牌营销服务需求与行业竞争激烈程度成正比，其中快消领域占比高达80%。**

从品牌营销产业链下游需求端来看，主要集中在快消、日化、互联网、家具家电、食品、餐饮等行业中，**下游各行业的品牌营销服务需求和行业自身竞争的激烈程度呈现正相关**。快消行业作为市场竞争最为激烈行业之一，对于品牌营销咨询的需求在全行业中占比最大，**高达80%**，品牌需要制定更加精准的营销策略和品牌战略来吸引消费者保持市场竞争力。

**不同品牌类型对营销咨询需求各异，其中新锐品牌对品牌营销的重视程度不断提升。**

**不同品牌类型对于营销咨询的需求也不同**，成熟品牌营销咨询更加看重塑造形象和激活市场，因此需求向年轻化、价值化和科技化方向发展。新锐品牌营销咨询更看重突出重围，打开市场缺口，因此需求向差异化、细分化和区域化方向发展。总体来看，新锐品牌对于品牌营销的重视程度不断提升，市场潜力较大。

[5] 1: <https://vip.stock.fi...> 2: 三人行招股书

[6] 1: <https://vip.stock.fi...> 2: <https://vip.stock.fi...> 3: 三人行招股书

[7] 1: <https://vip.stock.fi...> 2: <https://vip.stock.fi...> 3: 三人行集团

[8] 1: <https://vip.stock.fi...> 2: <https://vip.stock.fi...> 3: 三人行集团

[9] 1: 专家访谈, 沙利文

[10] 1: 专家访谈

[11] 1: 专家访谈

[12] 1: <https://www.gdins...>

2: <https://pub.timed...>

3: <https://vip.stock.fi...>

4: <https://www.songs...>

5: 各企业官网, 东莞日报

## 行业规模

2019年—2023年, 品牌营销咨询整体行业市场规模由368亿元增长至513.9亿元, 期间年复合增长率8.7%; 其中, 细分电商领域增速更快, 市场规模由25.12亿元增长至205.56亿元, 期间年复合增长率13.2%。预计2024年—2028年, 品牌营销咨询整体行业市场规模由545.8增长至702.1亿元, 期间年复合增长率6.4%; 细分电商领域由229.24亿元增长至351.05亿元, 期间年复合增长率11.2%。<sup>[16]</sup>

品牌营销咨询行业市场规模历史变化及原因分析如下:<sup>[16]</sup>

### 从中国整体品牌营销市场规模来看, 2019-2023年市场呈现波动且增长态势。

2019-2023年期间, 整体市场呈增长态势, 其中2020-2021年由于宏观环境负面影响, 各品牌均在寻求突破困局, 从而出现市场波动。主要原因: **1) 市场竞争加剧, 品牌意识提升。**品牌之间“内卷”竞争加剧, 企业急需专业的品牌战略全案服务来突破竞争, 企业对品牌建设的重视程度提高, 品牌战略咨询服务逐渐受到企业的重视。**2) 消费者需求多样化和个性化发展。**消费者对生活品质的追求不断提升, 对品牌的需求变得更加多元和个性化。

### 在中国品牌营销咨询行业细分领域中, 电商品牌营销咨询市场占据重要地位, 且市场增速快于整体市场。

2019-2023年电商品牌营销咨询市场规模复合增长率CAGR为13.2%, 快于整体市场增速。电商品牌营销咨询市场快速增长原因包括: **1) 宏观环境影响:** 尽管2020-2022年品牌营销咨询市场受到大流行影响整体出现波动, 但电商品牌营销咨询市场仍稳步增长。相反, 在大流行影响之下, 电商品牌营销崛起, 市占率快速增长, 电商品牌为应对激烈竞争, 寻求电商品牌营销服务企业提升自身品牌竞争力。**2) 国家政策支持, 电商品牌规模进一步扩大。**国家出台一系列扶持电商行业发展政策, 推动电商新业态、新规模的发展, 为品牌提供新的营销渠道和用户流量, 也为品牌营销服务商带来新的增长机会。

[16]

品牌营销咨询行业规模未来变化的原因与趋势分析如下:<sup>[16]</sup>

## 预计2024-2028年中国品牌营销咨询市场将稳步增长。

中国品牌营销咨询行业规模增长原因包括：1) **科技创新推动数字化转型需求**。互联网和社交媒体的加速渗透推动品牌营销咨询行业注重数字化和社交化的营销策略，帮助企业进行数字化转型，尤其是人工智能在品牌营销中的应用，提高营销效率和效果。2) **宏观环境变化，流量红利减弱**。随着流量红利的减弱，品牌营销从野蛮增长阶段转向品牌内容建设，促使企业更加注重品牌建设和营销策略；此外，整体经济的不稳定导致品牌倾向于通过寻找第三方服务业来应对不确定性。

总体来看，2024-2028年中国品牌营销咨询市场将稳步增长，其中全案落地型品牌营销服务是品牌营销咨询行业未来的发展趋势。在营销的新时代，品牌之间的竞争越发激烈，对于服务于品牌的营销咨询公司，仅咨询和定位的服务已不适用于新消费时代，品牌需要更加体系化、落地化的营销全案服务。

## 预计中国品牌营销咨询细分电商市场规模增速快于总体增速。

预计2024年电商细分领域市场规模达到229.2亿元，2028年预计达到351.0亿元。行业2023-2028年复合增长CAGR预计为11.3%，相比整体品牌营销咨询市场，电商细分领域的品牌营销咨询市场增速更快。行业增长更加快速原因主要包括：1) **AI+营销业务拓展，实现生产力革新，电商流量碎片化逐渐集中化**。AIGC技术浪潮发展使AI+营销成为新的热点，提高数字化营销内容质量、辅助数据分析，实现AI视觉、营销和运营管理，从而实现电商品牌营销进一步降本增效。2) **消费者需求多元化**。消费者的触媒习惯和需求日趋多元化，品牌商需要更精准地定位消费者需求，这增加对电商品牌营销咨询服务的需求。在中国品牌营销的新时代中，**消费者行为从“量的消费”和“质的消费”进入到“感性消费”阶段，品牌营销开始重视消费者的情感需求和心理体验**。品牌不仅仅销售产品，更是在销售一种价值观。品牌美学成为品牌与消费者建立情感共鸣的重要手段。品牌通过美学策略，强化消费者的情感体验和品牌认同。品牌营销咨询行业不仅需要重视对效率、效果和战略性思维的理性营销，也需要关注消费者的情感和心理层面，建立情感连接，从而促进品牌忠诚度和市场影响力。<sup>[16]</sup>

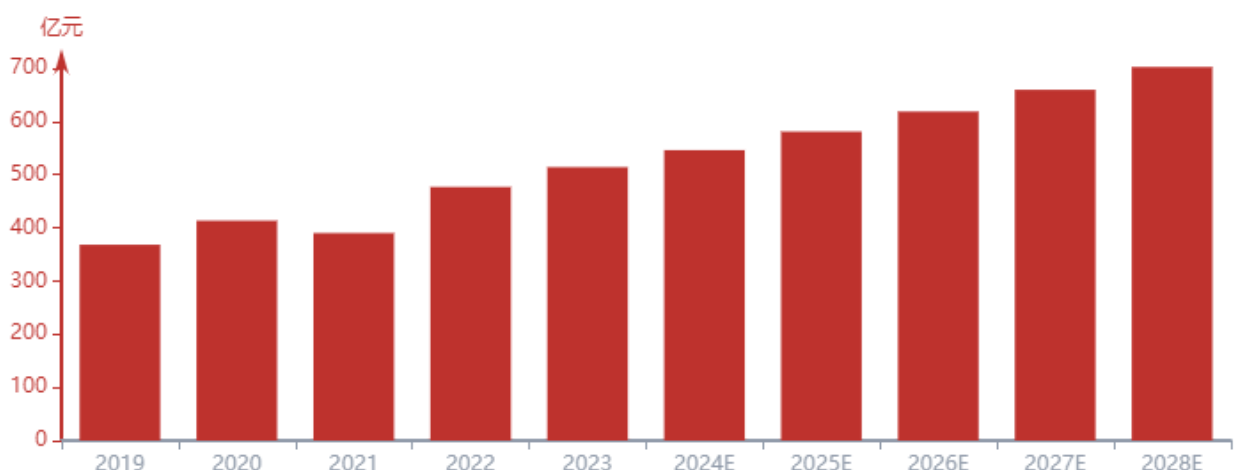
企业VIP免费

### 中国品牌营销咨询行业规模

★★★★★ 4星评级

#### 中国品牌营销咨询行业规模

#### 中国整体品牌营销咨询行业规模

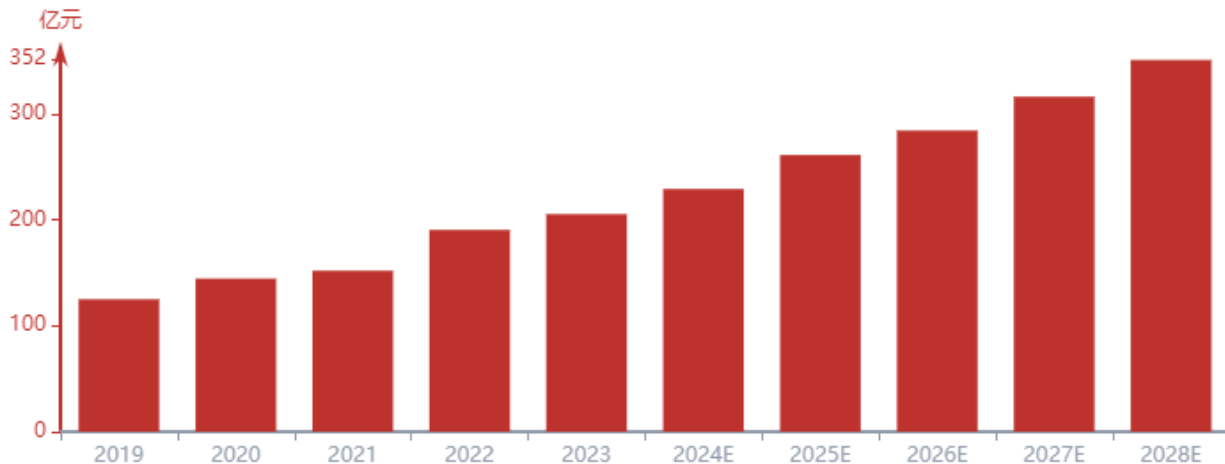


## 中国电商品牌营销咨询市场规模

★★★★★ 4星评级

### 中国品牌营销咨询行业规模

### 中国电商品牌营销咨询市场规模



数据来源：专家访谈

[13] 1: 专家访谈

[14] 1: 专家访谈

[15] 1: <https://www.osens...> | 2: 专家访谈, 欧赛斯

[16] 1: 专家访谈

## 政策梳理<sup>[17]</sup>

政策名称	颁布主体	生效日期	影响
《数字商务三年行动计划（2024-2026年）》	商务部	2024-04	10

政策内容	该行动计划目标是到2026年底，商务各领域数字化、网络化、智能化、融合化水平显著提升，数字商务规模效益稳步增长，产业生态更加完善，应用场景不断丰富。
政策解读	推动品牌营销咨询行业实现更高效的数字化转型，企业可以利用大数据和人工智能优化营销策略，提升客户体验，实现线上线下无缝融合，增强品牌竞争力。同时，跨境电商和数字贸易的发展也将为品牌提供更广阔的市场空间和创新机会。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《产业结构调整指导目录（2024年本）》	第六次委务会议审议	2024-02	8
政策内容	该政策于2023年12月1日通过，2024年2月1日实施。政策提出构建优质高效的服务业新体系，培育新业态新模式新路径，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，推进服务业标准化、品牌化建设。			
政策解读	将品牌营销咨询行业纳入鼓励类，推动其向专业化和高端化发展。这将促使企业重视服务标准化和品牌化建设，通过提升服务质量和创新服务模式，增强市场竞争力。同时，政策鼓励企业加强国际合作，拓展全球市场，提升品牌的国际影响力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）》	中共中央、国务院	2022-12	9
政策内容	推动消费新业态新模式快速发展，加快培育新型消费，加快产品智能化升级和商业模式创新，顺应网络、信息等技术进步趋势，支持和引导新的生活和消费方式健康发展。此外，着力加强标准质量品牌建设，培育专业化、国际化的知识产权服务品牌机构。			
政策解读	促进品牌营销咨询行业在智能化、新型消费和品牌建设方面的快速发展，要求行业提升专业化和国际化服务能力，以适应技术和消费趋势的变化。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
--	------	------	------	----

	《关于新时代推进品牌建设的指导意见》	发改委、工业和信息化部等7部门	2022-07	10
<b>政策内容</b>	2025年，品牌建设初具成效，品牌对产业提升、区域经济发展、一流企业创建的引领作用更加凸显，基本形成层次分明、优势互补、影响力创新力显著增强的品牌体系，品牌建设促进机制和支撑体系更加健全。			
<b>政策解读</b>	制定明确的目标，到2025年，品牌营销咨询行业将致力于形成一个多层次、互补性强的品牌体系，直接推动行业的整体发展。			
<b>政策性质</b>	指导性政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《工商总局关于深入实施商标品牌战略，推进中国品牌建设的意见》	工商总局	2017-05	8
<b>政策内容</b>	持续推进商标注册便利化，加强商标注册体制机制建设，完善商标确权程序，加大注册商标专用权保护力度，推进商标监管规范化，规范发展商标品牌价值评价体系。			
<b>政策解读</b>	通过便利化商标注册、完善确权程序和加强保护，为品牌营销咨询行业提供法律保障。帮助企业更快速地确立和维护自己的品牌权益，减少因品牌纠纷带来的经济损失和法律风险。通过简化商标注册流程，缩短审查时间，企业可以更便捷地获得品牌保护，从而在激烈的市场竞争中占据先机。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》	国务院	2016-09	7
<b>政策内容</b>	确立品牌基础建设工程，围绕品牌影响因素，从推行更高质量标准、搭建持续创新平台、增强品牌建设软实力等方面，着力打牢品牌发展基础，为发挥品牌引领作用创造条件。			
<b>政策解读</b>	通过高标准、创新平台和软实力建设，为品牌营销咨询行业奠定坚实基础，推动品牌价值提升和市场竞争能力增强。			
<b>政策性质</b>	指导性政策			

	<b>政策名称</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
--	-------------	-------------	-------------	-----------

	《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	国务院	2014-07	6
政策内容	提升商务咨询服务专业化、规模化、网络化水平。引导商务咨询企业以促进产业转型升级为重点，大力发展战略规划、营销策划、市场调查、管理咨询等提升产业发展素质的咨询服务。			
政策解读	强调提升商务咨询服务的专业化、规模化和网络化水平，为品牌营销咨询行业带来发展机遇。政策鼓励企业通过战略规划、营销策划、市场调查和管理咨询等专业化服务，促进产业转型升级，增强品牌竞争力。			
政策性质	指导性政策			

- [17] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <http://m.mofcom...> 4: <https://www.gov.c...>
- 5: <https://www.ndrc...> 6: 国务院，商务部，第六...

## 竞争格局

在品牌营销咨询市场竞争者来看，数量较多且细分化程度较高，市场整体集中度较分散，但竞争较激烈，头部企业主要包括华与华、君智、里斯、特劳特，以及业绩增长率较高的松鼠跃动。未来，随着头部企业口碑效应逐步凸显，竞争格局日益向头部企业倾斜，预计行业集中度有望进一步提升。<sup>[20]</sup>

品牌营销咨询行业竞争格局按照营收量级呈现以下梯队情况：第一梯队营收过亿企业，包括华与华、君智、里斯、特劳特等；第二梯队营收在5,000万元以上，但未过亿，代表企业包括松鼠跃动、昆仑定位、容品牌、欧赛斯等；第三梯队为营收5,000万元以下的企业，代表企业包括汤臣杰逊、小马宋等。

[20]

品牌营销咨询行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[20]</sup>

### 品牌营销咨询行业竞争分散，头部企业各具优势。

目前，品牌营销咨询行业竞争分散，按照项目和业绩增长、服务客户数量来看，品牌营销咨询企业位于前列的包括华与华、君智、里斯、特劳特，以及业绩增长率较高的松鼠跃动。其中，由于企业成立时间较久远和稳定性，华与华、君智、里斯和特劳特在客户续签情况中占据主要优势；华与华在行业内是少数可交付大量订单的咨询企业，华与华服务企业多为1-50亿元级别的客户，营收规模3.4-3.8亿元，服务客户累计近300家；君智在行业内平均服务单价最高，营收规模1.2-1.3亿元，君智服务企业多为50-100亿元级别的客户，服务客户累计近100家；里斯主要服务大型客户，服务单价高，在12,00-1,500万元之间，营收规模1.2-1.4亿元；而松鼠跃动作为后起步品牌营销咨询企业，以业绩增长率200%在行业增长潜力中占据绝对优势，其增长率赶超君智和里斯等企业；此外，松鼠跃动营销在全域电商和差异化方面优势较突出，累计案例库200+家，年收入量级在8,000-9,000万元之间，服务单价在200-500万元，站酷网人气在2,000万+

从战略流派来看，头部企业仍以理性流派为主，而感性美学流派作为新消费时代的发展趋势，理性与感性相结合的战略创见更能够促进品牌忠诚度和市场竞争力。此外，在行业整体属性中，定位系和符号系企业较多，其中定位系企业多于符号系企业，而差异化属性在激烈的竞争环境下，更能够突出重围，形成自身的核心竞争优势。

### **品牌营销咨询竞争格局的形成主要受到企业的案例库、客户资源和数智化能力等影响。**

品牌营销咨询竞争格局形成包括以下原因：**1) 案例库积累**：行业经验和案例库的积累是品牌营销咨询行业服务的核心竞争力。目前，行业整体市场较分散，中小型企业较多，但体量较小的咨询案例库和较少的经验方法不具备竞争优势。相比之下，具有一定规模、案例库和资源的品牌营销咨询企业竞争优势明显。丰富的经验和强大的案例库包含不同行业、不同规模、不同类型和不同地区的品牌营销案例，可为客户提供全面的视角和解决方案。

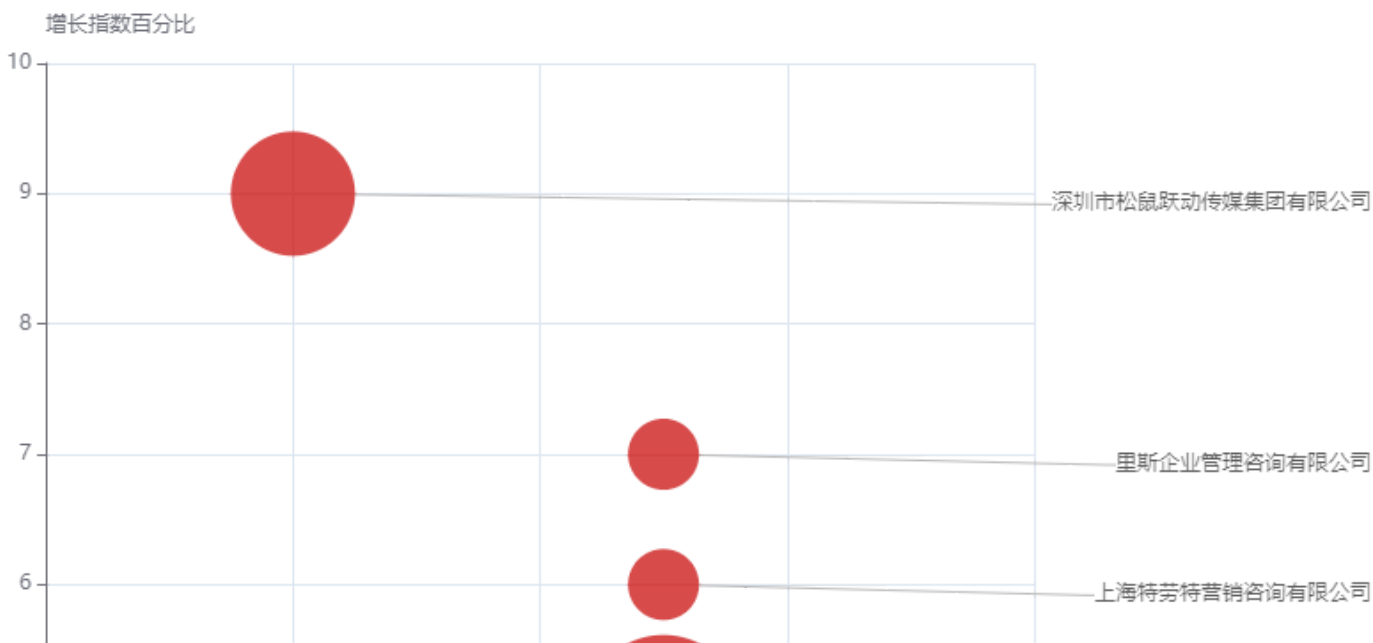
**2) 客户资源丰富度**：品牌营销咨询行业的客户粘性较高，因此拥有大量稳定的、优质的客户资源是品牌营销咨询企业快速发展的基础。客户资源的积累依赖于咨询公司的市场声誉、服务质量和经验、专业能力等多方面因素。**3) 数智化能力**：在数字化营销转型的新时代，各电商平台成长的新锐品牌、传统品牌转型电商营销，以及跨界品牌的电商营销等，出现大量的数字化品牌营销服务需求，线上多平台多维度的数据获取和分析能力较复杂。因此，品牌营销咨询行业的技术壁垒和数智化要求变高。此外，行业也正在研发和应用各种先进的技术平台和工具，如营销自动化工具、大数据分析平台等，以提高服务效率和质量。<sup>[20]</sup>

品牌营销咨询行业竞争格局的变化主要有以下原因：<sup>[20]</sup>

### **品牌营销咨询客户多聚焦知名品牌，竞争态势将向头部企业靠拢，预计行业集中度将进一步提升。**

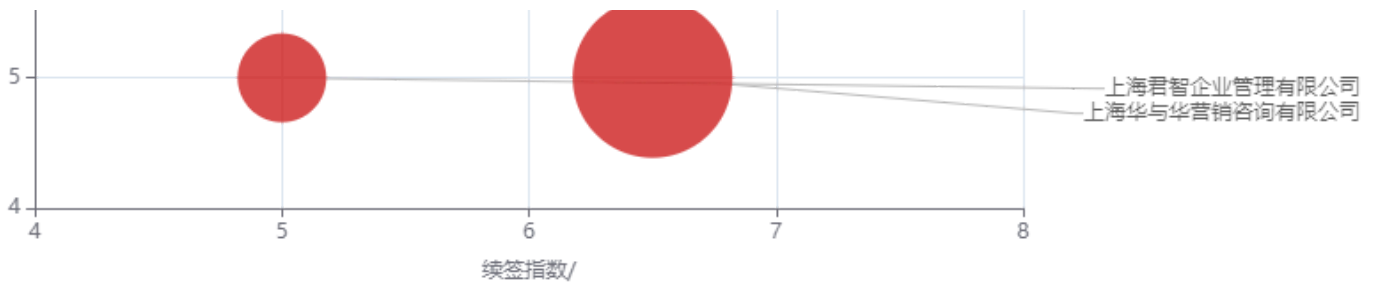
品牌营销服务因其所需深度专业知识与丰富实践经验，**费用普遍超过千万**，因此通常只有成熟的企业或知名品牌才具备经济实力来承担此服务。在各行业内，头部的企业往往偏好与知名品牌战略全案服务公司建立合作关系，借助这些公司的专长和行业洞见来增强自身品牌价值。随着时间的推移，**知名品牌战略全案服务公司成功案例累计更多**，这些案例帮助其在行业内树立良好的口碑，进一步吸引更多的品牌方，带来持续的增长动力，形成闭环。由于行业内领先客户群体倾向于选择知名品牌营销服务提供商，进一步巩固头部企业的市场竞争优势，使得**品牌营销咨询行业竞争格局日益向头部企业倾斜，行业集中度将进一步提升**。<sup>[20]</sup>

气泡大小表示：累计服务客户数量(家)



[23]





## 上市公司速览

### 广东因赛品牌营销集团股份有限公司 (300781)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	<b>1.8亿元</b>	<b>128.26</b>	<b>28.98</b>

### 广东省广告集团股份有限公司 (002400)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	<b>31.5亿元</b>	<b>12.66</b>	<b>9.81</b>

### 三人行传媒集团股份有限公司 (605168)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	<b>38.9亿元</b>	<b>8.88</b>	<b>18.48</b>

[18] 1: 沙利文

[19] 1: 专家访谈

[20] 1: 专家访谈

[21] 1: 专家访谈

[22] 1: 专家访谈

[23] 1: 专家访谈

## 企业分析

### 1 三人行传媒集团股份有限公司【605168】

#### · 公司信息

企业状态	开业	注册资本	14778.5569万人民币
企业总部	西安市	行业	互联网和相关服务
法人	钱俊冬	统一社会信用代码	91610131742837256P
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2003-08-13

品牌名称	三人行传媒集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、... <a href="#">查看更多</a>		

### 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.95	0.89	0.97	0.93	0.99	0.85	0.9	0.8	1.1	-
资产负债率(%)	34.5839	53.689	63.9373	60.2722	55.6943	30.533	37.4635	51.0626	40.3918	-
营业总收入同比增长(%)	23.4551	222.3314	105.6108	44.9741	48.3774	72.1038	27.1826	58.3042	-6.5354	-
归属净利润同比增长(%)	94.442	196.3608	34.746	26.869	56.1092	87.3871	39.1803	45.8212	-28.3603	-
应收账款周转天数(天)	113.5074	104.5782	104.6512	101.2829	86.7804	87.3574	119.9417	144.7477	186.6336	-
流动比率	2.6085	1.8633	1.6201	1.6401	1.8178	3.075	2.0505	1.5351	2.0527	-
每股经营现金流(元)	0.6444	1.27	2.54	1.5	2.71	1.6627	4.2395	-1.5262	0.8663	-
毛利率(%)	55.6695	38.9913	27.2441	25.3355	22.3572	19.4913	21.1505	16.681	17.7015	-
流动负债/总负债(%)	100	97.5437	95.8052	98.9878	97.0411	99.9458	98.8114	95.7157	90.5891	-
速动比率	2.318	1.8147	1.5747	1.5776	1.7276	2.998	2.0438	1.5292	2.0313	-
摊薄总资产收益率(%)	21.1285	31.9361	23.6915	21.0645	25.7275	22.1083	17.8997	17.2813	10.3396	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	34.8837	41.2009	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	199.1851	138.3055	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	34.41	64.48	58.01	56.37	60.8	33.52	27.61	32.3	19.28	-
基本每股收益(元)	0.68	-	1.89	2.39	3.74	5.86	7.25	8.35	4.24	0.33
净利率(%)	21.3932	19.6695	12.8903	11.2805	11.8683	12.9223	14.1413	13.0185	9.9917	-
总资产周转率(次)	0.9876	1.6236	1.8379	1.8673	2.1677	1.7109	1.2658	1.3274	1.0348	-

归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	198.5375	125.3467	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.7908	0.3605	0.3605	0.3605	0.3605	15.1427	15.4484	10.7267	7.2695	-
存货周转天数 (天)	24.6268	5.5112	1.7213	0.8105	1.6575	1.4036	1.7546	1.3679	2.5944	-
营业总收入(元)	1.14亿	3.69亿	7.58亿	11.00亿	16.31亿	28.08亿	35.71亿	56.53亿	52.84亿	9.36亿
每股未分配利润 (元)	0.8237	1.2304	2.0028	3.1693	5.042	7.0315	11.2788	12.95	10.9488	-
稀释每股收益 (元)	0.68	-	1.89	2.39	3.74	5.86	7.25	8.35	4.24	0.33
归属净利润(元)	2448.14 万	7255.33 万	9776.27 万	1.24亿	1.94亿	3.63亿	5.05亿	7.36亿	5.28亿	4865.84 万
扣非每股收益 (元)	0.599	1.35	1.8	2.33	3.52	5.61	6.64	5.69	3.28	-
经营现金流/营 业收入	0.6444	1.27	2.54	1.5	2.71	1.6627	4.2395	-1.5262	0.8663	-

### 竞争优势

三人行传媒集团于2020年在上海证券交易所上市(股票代码605168), 是一家整合营销服务商。三人行为客户在全案数字营销、场景营销等领域提供全方位、全流程的策划、创意、执行与传播服务。三人行发挥自身客户资源优势, 以营销业务为根基, 布局产业投资、建筑工程、智能科技等核心业务体系。此外, 通过直接股权投资、基金管理等产业投资, 形成战略性产业及投资布局。三人行服务包括快消、汽车、教育等行业, 服务客户有伊利、青岛啤酒、奔驰、一汽大众、东风汽车等。

## 2 广东因赛品牌营销集团股份有限公司【300781】

### 公司信息

企业状态	开业	注册资本	10996.9792万人民币
企业总部	广州市	行业	商务服务业
法人	王建朝	统一社会信用代码	91440101741878187Q
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2002-09-09
品牌名称	广东因赛品牌营销集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	企业形象策划;会议及展览服务;礼仪服务;社会经济咨询服务;市场营销策划;咨询策划服务;广... <a href="#">查看更多</a>		

### 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.17	0.87	0.99	1.09	0.96	1.17	0.96	1.05	1.24	-
资产负债率(%)	24.3357	28.9425	32.5318	25.2254	12.124	19.7349	24.8234	24.1945	28.7674	-
营业总收入同比增长(%)	-15.5118	63.5346	11.7703	26.8454	-7.2684	-18.5283	95.0983	-22.2142	10.4916	-
归属净利润同比增长(%)	13.7719	4.6544	35.6421	39.8254	-19.8515	-69.7072	268.0701	-44.7177	26.2113	-
应收账款周转天数(天)	105.6338	87.4211	124.0652	106.4459	124.805	170.1101	102.1987	149.6663	157.27	-
流动比率	3.7696	2.7967	2.3372	2.9765	7.038	3.1671	2.5511	2.5512	2.2507	-
每股经营现金流(元)	1.14	0.36	0.86	0.58	0.2714	0.6944	0.2424	0.8373	0.3369	-
毛利率(%)	59.7465	39.2099	42.1424	40.4237	40.4878	38.8844	38.4669	43.1596	39.8439	-
流动负债/总负债(%)	100	100	100	100	99.9788	99.9403	96.2486	93.782	94.8986	-
速动比率	3.6704	2.7458	2.3102	2.8517	6.9531	3.1671	2.5511	2.5512	2.2507	-
摊薄总资产收益率(%)	26.4727	15.5061	14.3406	17.0628	9.4018	3.5071	9.4842	5.5179	6.3032	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	6.3823	15.5197	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	98.9533	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	47.1	26.77	20.89	23.92	11.32	2.56	9.01	4.82	6.06	-
基本每股收益(元)	-	0.6	0.74	1.04	0.71	0.1886	0.534	0.295	0.378	0.1066
净利率(%)	18.8204	11.2453	14.0024	15.5109	13.4072	8.4455	13.8723	11.2813	12.3211	-
总资产周转率(次)	1.4066	1.3789	1.0242	1.1	0.7012	0.4153	0.6837	0.4891	0.5116	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	119.8455	72.0528	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.3528	1.4628	1.4628	1.4628	4.4572	4.4572	3.1963	3.0976	2.9832	-
营业总收入(元)	1.83亿	2.99亿	3.34亿	4.23亿	3.93亿	3.20亿	6.24亿	4.85亿	5.36亿	1.76亿

每股未分配利润(元)	1.26	0.7461	1.2287	2.2243	1.6982	1.648	1.7468	1.8723	2.1242	-
稀释每股收益(元)	-	0.6	0.74	1.04	0.71	0.1886	0.534	0.295	0.378	0.1066
归属净利润(元)	3308.48 万	3462.47 万	4696.57 万	6567.00 万	5263.35 万	1594.42 万	5868.57 万	3244.28 万	4158.29 万	1172.49 万
扣非每股收益(元)	-	0.66	0.72	0.96	0.62	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	1.14	0.36	0.86	0.58	0.2714	0.6944	0.2424	0.8373	0.3369	-

### 竞争优势

广东因赛品牌营销集团股份有限公司因赛集团于2019年在深交所正式挂牌上市（股票代码300781），是中国广告营销传播服务行业的一家以品牌管理为核心主营业务的企业。因赛集团为客户提供包括品牌管理、数字营销、公关传播、媒介代理等品牌管理与营销传播综合服务，其中品牌管理是因赛核心业务，其内容创意生产能力和品牌智慧专业能力尤为突出。因赛服务包括汽车、快消、文旅、家居等行业，服务客户包括小鹏、广汽、美的、长隆、广东省旅游局等。

## 3 广东省广告集团股份有限公司【002400】



### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	174333.7128万人民币
企业总部	广州市	行业	商务服务业
法人	杨远征	统一社会信用代码	91440000190333809T
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1981-05-11
品牌名称	广东省广告集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：广告设计、代理；广告制作；广告发布；平面设计；会议及展览服务；市场营销... <a href="#">查看更多</a>		

### 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.03	1	1.06	1.05	0.98	1.14	1.2	1.15	1.02	-
资产负债率(%)	65.6484	47.6939	46.9524	40.198	35.9156	43.4726	39.7458	47.2085	53.1673	-
营业总收入同比增长(%)	51.9291	13.36	3.483	7.2558	-4.7798	15.2186	-2.1688	12.279	14.204	-

归属净利润同比增长(%)	28.8117	11.6139	-130.1197	200.9914	-19.6005	-723.6417	119.7224	15.7519	-28.0795	-
应收账款周转天数(天)	72.0807	81.8349	80.2443	71.6318	78.2167	76.9532	84.9656	87.6554	92.1786	-
流动比率	1.2999	1.7987	1.5369	1.6279	1.7271	1.6295	1.7067	1.5684	1.4476	-
每股经营现金流(元)	0.2934	0.4452	0.2023	0.3154	0.3125	0.2138	0.3406	-0.1734	0.2571	-
毛利率(%)	17.9686	18.1206	12.2123	14.3351	15.0999	10.3681	10.1173	10.0855	8.6026	-
流动负债/总负债(%)	79.1465	79.1386	81.8311	86.8395	93.8544	96.1593	98.3689	95.1775	95.4209	-
速动比率	0.907	1.3343	1.0816	1.1094	1.4872	1.6293	1.7053	1.5674	1.4472	-
摊薄总资产收益率(%)	9.5981	7.6505	-0.9896	2.6232	2.0284	-10.668	2.4035	2.506	1.5273	-
营业总收入滚动环比增长(%)	52.076	81.117	68.3971	34.3892	3.5962	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	27.0853	-0.1569	-1931.3748	-156.2195	437.0717	-	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	23.9	17.77	-3.65	3.69	2.83	-19.05	4.07	4.49	3.14	-
基本每股收益(元)	0.61	0.5	-0.11	0.11	0.09	-0.53	0.11	0.12	0.0878	0.0136
净利率(%)	6.2988	6.3933	-0.8977	2.0852	1.5815	-6.7803	1.4839	1.4781	0.9128	-
总资产周转率(次)	1.5238	1.1966	1.1023	1.258	1.2825	1.5734	1.6197	1.6954	1.6731	-
归属净利润滚动环比增长(%)	23.6893	10.1518	-1843.9287	51.2434	571.0264	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.0342	1.3567	0.8035	0.8082	0.8058	0.8022	0.8046	0.7843	0.7843	-
存货周转天数(天)	0.0488	0.0669	0.0731	0.0603	0.0292	0.0132	0.107	0.1164	0.0755	-
营业总收入(元)	96.29亿	109.15亿	112.95亿	121.15亿	115.36亿	132.91亿	130.03亿	146.00亿	166.73亿	31.53亿
每股未分配利润(元)	1.5249	1.4088	0.9455	1.0507	1.1389	0.5938	0.7057	0.8094	0.8569	-
稀释每股收益(元)	0.61	0.5	-0.11	0.11	0.09	-0.53	0.11	0.12	0.0878	0.0136

归属净利润(元)	5.48亿	6.11亿	-184105836.1	1.86亿	1.49亿	-932266939.8	1.84亿	2.13亿	1.53亿	2375.09万
扣非每股收益(元)	0.58	0.47	-0.22	0.07	0.06	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	0.2934	0.4452	0.2023	0.3154	0.3125	0.2138	0.3406	-0.1734	0.2571	-

#### 竞争优势

2010年省广集团深交所挂牌上市(股票代码002400),成为“中国广告营销第一股”。省广拥有全产业链服务能力,为客户提供涵盖品牌营销、数字营销、媒介代理、电商营销、出海营销等一站式综合性全营销解决方案。省广集团累计服务客户300余家,超过60家成员企业,营业收入超百亿,在中国主要城市设有分支机构,服务网络覆盖全国各地。服务客户主要为汽车、房地产、快消、大健康等行业,包括广汽本田、沃尔沃、美的、海尔、海天酱油等。

### 4 特劳特战略定位咨询有限公司

#### 竞争优势

特劳特战略定位咨询公司特劳特咨询由“定位之父”杰克·特劳特,总部设于美国,在全球18个国家和地区设有分部,2002年特劳特进入中国市场,其品牌定位理论较突出,强调在消费者心智中建立品牌的独特地位,倡导企业由产品经营转向品牌经营。在中国市场中,为加多宝凉茶、东阿阿胶、香飘飘奶茶、方太厨电等多家企业提供定位咨询服务。

### 5 里斯企业管理咨询有限公司

#### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	5000万人民币
企业总部	上海市	行业	商务服务业
法人	张云	统一社会信用代码	91310115667791090W
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2007-10-22
品牌名称	里斯企业管理咨询有限公司		
经营范围	企业管理咨询、商务咨询(除经纪),企业形象策划,会展服务,计算机软件(除计算机信... <a href="#">查看更多</a>		

#### 竞争优势

里斯咨询创立于1963年在美国纽约,2007年进入中国市场,服务客户包括茅台、王老吉、长城汽车、习酒、老板电器、杰克缝纫机、雨虹防水、今麦郎、君乐宝、香飘飘等。里斯咨询主要业务为品牌提供全球战略定位咨询,其理论完善,经营风险度,在品类战略方面较出色。里斯服务客户主要包括快消、电器、建材、汽车等多领域。

## 6 上海君智企业管理有限公司



### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	2000万人民币
企业总部	上海市	行业	商务服务业
法人	谢卫山	统一社会信用代码	913101125647941257
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2010-11-16
品牌名称	上海君智企业管理有限公司		
经营范围	一般项目：企业管理，企业管理咨询，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），市场信... <a href="#">查看更多</a>		

### · 竞争优势

君智以东方智慧融合西方商业理论，基于上百家企业实践研发出君智战略系统，包括战略研究系统、战略方向系统、战役战备系统、战略落地系统，涵盖30个版块、213个管控点、143个工具。君智的服务优势集中在于战略定位和大规模的广告投放方面。此外，君智服务企业多为50-100亿元级别的客户，服务客户累计近100家，快消企业为主包括飞鹤乳业、波司登羽绒服、雅迪控股、红豆集团、公牛集团等。

## 7 上海华与华营销咨询有限公司



### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	200万人民币
企业总部	上海市	行业	商务服务业
法人	华杉	统一社会信用代码	9131011675792271X4
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2004-01-06
品牌名称	上海华与华营销咨询有限公司		
经营范围	企业管理咨询，商务咨询，企业形象策划，市场营销策划，电脑图文设计制作，展览展示服... <a href="#">查看更多</a>		

### · 竞争优势

华与华成立于2002年，是中国较早的本土品牌营销咨询公司，创意服务涵盖超级符号、超级话语、品牌战略、品牌资产管理、产品开发创意、包装设计、广告与推广创意、企业战略以及事业理论和经营逻辑。华与华以“超级符号就是超级创意”为核心，提供从企业战略到广告创意的系统服务。华与华服务企业多为1-50亿元级别的客户，服务客户累计近300家，涉及快消和旅游餐饮企业较多，包括西贝莜面村、海底捞、蜜雪冰城、汉庭等。

## 8 深圳市松鼠跃动传媒集团有限公司





## · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	111.12万人民币
企业总部	深圳市	行业	软件和信息技术服务业
法人	赵昂雄	统一社会信用代码	91440300MA5DMTQB2A
企业类型	有限责任公司（港澳台投资、非独资）	成立时间	2016-10-18
品牌名称	深圳市松鼠跃动传媒集团有限公司		
经营范围	品牌策划（品牌建设，品牌设计，品牌活动策划，品牌营销策划，营销互动，新媒体推广）... <a href="#">查看更多</a>		

## · 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2018-08-01	飞马星火	数千万人民币	天使轮	-	-
-	2018-05-11	个人天使	数百万人民币	种子轮	-	-

### 种子轮

数百万人民币  
2018-05-11

### 天使轮

数千万人民币  
2018-08-01

## · 竞争优势

松鼠跃动是行业内增速最快的品牌营销咨询公司之一。基于新消费时代下的新策略、新消费、新场景、新人群，提出未来商业品牌需理性+感性并重的战略创见，凝聚“感性智慧”为核心竞争力。此外，松鼠跃动推出AI品牌营销工具松鼠跃动智能平台，未来向数智化品牌营销咨询方向发展。松鼠跃动涉及快消、互联网、家居家电、母婴、美妆等各行业，包括腾讯、HP、棉竹屋、燕之屋、梦百合、英氏、吨吨、浪莎、周六福、泰兰尼斯、舒氧、唯一俏等品牌和企业。

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：** 未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：[support@leadleo.com](mailto:support@leadleo.com)。

**合作维权：** 头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：** 以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

# 业务合作

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告**等产品，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等。
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展。

## 合作类型

### 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

### 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

### 白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

### 招股书引用

内容授权商用、上市

### 市场地位确认

赋能企业产品宣传

### 云实习课程

丰富简历履历

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

深圳市华润置地大厦E座4105室



# 诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

