

2016-2022年中国公共关系服务市场深度调研与投资前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国公共关系服务市场深度调研与投资前景研究报告》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/201511/354681.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

服务业公关活动的最终目标是在消费者中塑造良好的形象，以优质的服务赢得消费者的信任，从而赢得利益。构成服务业企业形象的要素包括满足消费者生理享受方面需要的要素和满足消费者精神需求方面需要的要素。前者如服务设施、服务环境，后者如服务项目、服务态度、服务艺术等。

服务业企业要想赢得消费者，必须提高服务质量，改善整体氛围。平时应努力做到：

- (1)保持强烈的公关意识，将公关活动同业务活动融合在一起；
- (2)重视提高服务质量，以树立、扩展企业形象，并努力宣传企业形象；
- (3)注意人际关系与人际交往，重视提高交际技能，以赢得顾客的好感；
- (4)努力加强内部信息交流，做到上下一致、协调配合，以提高服务效率。

报告目录：

第一章 中国公共关系服务行业发展环境分析

1.1 公共关系服务行业的定义

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业监管机制

1.1.3 行业政策法规

1.2 公共关系服务行业的发展条件

1.2.1 公共关系服务行业的文化背景

1.2.2 公共关系服务行业的经济条件

1.2.3 公共关系服务行业的政治条件

1.2.4 公共关系服务行业的科技条件

第二章 公共关系服务行业发展概况与模式分析

2.1 国际公共关系服务行业发展分析

2.1.1 国际公共关系行业发展历程

2.1.2 国际公共关系行业发展规模

2.1.3 国际公共关系行业区域发展情况

2.1.4 国际公共关系行业典型经营模式

2.1.5 国际公共关系行业核心资源

2.2 中国公共关系服务行业的发展概况

2.2.1 公共关系服务行业的发展历史

(1) 早期探索阶段

(2) 市场培育阶段

(3) 突破发展阶段

2.2.2 公共关系服务行业的发展特点

2.2.3 公共关系服务行业的发展规模

2.2.4 年公共关系服务行业发展分析

2.3 公共关系服务行业的活动模式

2.3.1 宣传性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.2 交际性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.3 服务性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.4 社会性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.5 征询性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.6 建设性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.7 维系性公关模式

(1) 目的

(2) 方式

(3) 典型案例

2.3.8 防御性公关模式

(1) 目的

- (2) 特点
- (3) 类型分析
- 2.3.9 进攻性公关模式
 - (1) 目的
 - (2) 方式
 - (3) 典型案例
- 2.3.10 矫正性公关模式
 - (1) 目的
 - (2) 方式
- 2.4 公共关系服务行业的业务模式
 - 2.4.1 咨询服务业务模式
 - 2.4.2 执行服务业务模式
 - 2.4.3 模式比较
 - 2.4.4 探索与实践
 - 2.4.5 典型案例分析

第三章 中国公共关系服务行业市场现状与前景预测

- 3.1 公共关系服务行业市场分布
 - 3.1.1 年中国公共关系服务行业业务领域分布
 - 3.1.2 年中国公共关系服务行业业务领域分布
- 3.2 汽车领域公共关系服务市场现状与前景预测
 - 3.2.1 汽车行业发展现状与前景预测
 - (1) 中国汽车总体产销情况
 - (2) 中国汽车进出口情况
 - (3) 中国汽车行业发展趋势
 - 3.2.2 汽车领域公共关系服务市场规模
 - 3.2.3 汽车营销公关模式分析
 - (1) 公关在汽车营销作用
 - (2) 汽车营销公关的任务
 - (3) 汽车营销公关模式分析
 - 3.2.4 汽车营销公关成功案例
 - (1) 东风雪铁龙微电影营销
 - (2) 上海通用科鲁兹娱乐营销
 - (3) 一汽大众高尔夫：文化营销
 - (4) 广汽本田：品牌营销

- (5) 东风悦达起亚福瑞迪：“体育+明星”营销
 - (6) 东风日产：数字营销
 - (7) 一汽马自达睿翼：观念营销
 - (8) 宝马汽车：爱心营销
 - (9) 东风本田：差异化营销
 - (10) 比亚迪F3DM：环保营销
- 3.2.5 汽车领域公共关系服务市场前景预测
- 3.3 IT领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 3.3.1 IT行业发展现状与前景预测
- (1) 总体收入情况
 - (2) 收入构成情况
 - (3) 软件行业发展趋势
- 3.3.2 IT领域公共关系服务市场规模
- 3.3.3 IT领域公共关系服务市场前景预测
- 3.4 快速消费品领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 3.4.1 快速消费品行业发展现状与前景预测
- (1) 发展现状
 - (2) 竞争情况
 - (3) 市场趋势预测
- 3.4.2 快速消费品领域公共关系服务市场规模
- 3.4.3 快速消费品营销公关成功案例
- (1) 可口可乐网络营销案例
 - (2) 青岛啤酒体育营销案例
- 3.4.4 快速消费品领域公共关系服务市场前景预测
- 3.5 医疗保健领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 3.5.1 医疗保健行业发展现状与前景预测
- (1) 医药商业发展现状
 - (2) 医药商业市场规模
 - (3) 医疗保健行业驱动因素
- 3.5.2 医疗保健领域公共关系服务市场规模
- 3.5.3 医疗保健领域公共关系服务行业成功案例
- (1) 高露洁
 - (2) 舒肤佳
 - (3) 脑白金
- 3.5.4 医疗保健领域公共关系服务市场前景预测

3.6 金融领域公共关系服务市场现状与前景预测

3.6.1 金融行业发展现状与前景预测

- (1) 银行业发展分析
- (2) 证券业发展分析
- (3) 信托业发展分析
- (4) 保险业发展分析

3.6.2 金融领域公共关系服务市场规模

3.6.3 金融领域公共关系服务市场前景预测

第四章 中国公共关系服务行业业务市场现状与前景预测

4.1 公共关系服务行业业务市场现状与前景预测

4.1.1 公共关系服务行业不同业务类型分布格局

4.1.2 不同业务类型市场现状与前景预测

4.2 公共关系服务行业业务潜力市场现状与前景预测

4.2.1 网络公关潜力市场总体概况

4.2.2 网络公关潜力市场现状与前景预测

- (1) 网络公关发展现状
- (2) 网络公关服务构成
- (3) 网络公关作用分析
- (4) 网络公关成功要素
- (5) 网络公关成功案例
- (6) 网络公关发展趋势
- (7) 网络公关发展潜力

4.2.3 财经公关潜力市场现状与前景预测

- (1) 财经公关发展现状
- (2) 财经公关主要业务
- (3) 财经公关盈利模式
- (4) 财经公关发展问题
- (5) 财经公关成功案例
- (6) 财经公关发展潜力

4.2.4 政府公关潜力市场现状与前景预测

- (1) 以企业为主体的政府公关
- (2) 以政府为主体的政府公关

4.2.5 城市营销潜力市场现状与前景预测

- (1) 城市营销发展现状

- (2) 城市营销发展战略
 - (3) 城市营销成功案例
 - (4) 城市营销发展趋势
 - (5) 城市营销发展潜力
- 4.2.6 事件营销潜力市场现状与前景预测
- (1) 事件营销关键要素
 - (2) 事件营销发展模式
 - (3) 事件营销案例
 - (4) 事件营销发展建议
- 4.2.7 危机公关潜力市场现状与前景预测
- (1) 危机公关发展现状
 - (2) 危机公关处理原则
 - (3) 危机公关成功与失败案例
 - (4) 危机公关发展趋势

第五章 中国公共关系服务行业区域市场现状与前景预测

- 5.1 公共关系服务行业区域市场概述
- 5.2 北京公共关系服务行业市场现状与前景预测
- 5.2.1 北京公共关系服务行业发展环境
- (1) 北京文化背景
 - (2) 北京经济环境
 - (3) 北京媒介环境
 - (4) 北京企业情况
- 5.2.2 北京公共关系服务行业发展现状
- (1) 北京公共关系服务行业发展概况
 - (2) 北京公共关系服务行业发展规模
 - (3) 北京公共关系服务行业人才现状
- 5.2.3 北京公共关系服务行业前景预测
- (1) 北京经济发展前瞻
 - (2) 北京公关前景预测
- 5.3 上海公共关系服务行业市场现状与前景预测
- 5.3.1 上海公共关系服务行业发展环境
- (1) 上海文化背景
 - (2) 上海经济环境
 - (3) 上海媒介环境

- (4) 上海企业情况
- 5.3.2 上海公共关系服务行业发展现状
 - (1) 上海公共关系服务行业人才现状
 - (2) 上海公共关系服务行业业务现状
 - (3) 上海公共关系服务行业发展规模
 - (4) 上海公共关系服务行业竞争分析
- 5.3.3 上海公共关系服务行业前景预测
 - (1) 上海经济发展前瞻
 - (2) 上海公关前景预测
- 5.4 广州公共关系服务行业市场现状与前景预测
- 5.4.1 广州公共关系服务行业发展环境
 - (1) 广州文化背景
 - (2) 广州经济环境
 - (3) 广州媒介环境
 - (4) 广州企业情况
- 5.4.2 广州公共关系服务行业发展现状
 - (1) 广州公共关系服务行业发展情况
 - (2) 广州市公关市场供需状况
 - (3) 广州公关业发展与京沪的差距
- 5.4.3 广州公共关系服务行业前景预测
- 5.5 成都公共关系服务行业市场现状与前景预测
- 5.5.1 成都公共关系服务行业发展环境
 - (1) 成都文化背景
 - (2) 成都经济环境
 - (3) 成都媒介环境
 - (4) 成都企业情况
- 5.5.2 成都公共关系服务行业发展现状
 - (1) 成都公共关系服务行业发展情况
 - (2) 成都公共关系服务企业类型分析
 - (3) 成都公共关系服务行业竞争分析
- 5.5.3 成都公共关系服务行业前景预测
 - (1) 成都经济发展前瞻
 - (2) 成都公关前景预测

6.1 公共关系服务行业市场竞争分析

6.1.1 公共关系服务行业市场化程度

6.1.2 公共关系服务行业市场竞争格局

6.2 公共关系服务企业竞争力分析

6.2.1 公共关系服务企业收入竞争力分析

6.2.2 公共关系服务企业客户竞争力分析

6.2.3 公共关系服务企业人才竞争力分析

6.2.4 公共关系服务企业薪酬竞争力分析

6.3 公共关系服务企业分类别竞争力分析

6.3.1 2015年TOP25公司竞争力分析

(1) 营业情况

(2) 运营管理

6.3.2 2015年国际性公司竞争力分析

6.3.3 2015年最具成长性公司竞争力分析

(1) 营业情况

(2) 运营管理

6.4 公共关系服务企业并购整合分析

6.4.1 公共关系服务行业进入并购整合阶段

6.4.2 公共关系服务行业并购整合分析

(1) 公共关系服务行业并购整合特点

(2) 外资企业并购整合分析

(3) 中资企业并购整合分析

6.4.3 公共关系服务行业并购整合趋势

第七章 中国公共关系服务行业竞争对手经营分析

7.1 跨国企业在华竞争分析

7.1.1 易美济在华竞争分析

(1) 企业简介

(2) 企业全球业务分析

(3) 企业在华业务分析

7.1.2 万卓环球在华竞争分析

(1) 企业简介

(2) 企业全球业务分析

(3) 企业在华业务分析

7.1.3 罗德公关在华竞争分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业全球业务分析
- (3) 企业在华业务分析
- (4) 企业并购整合分析
- (5) 企业主要客户分析
- 7.1.4 奥美公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业并购整合分析
- 7.1.5 爱德曼公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业并购整合分析
 - (5) 企业在华竞争策略
- 7.1.6 万博宣伟公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
- 7.1.7 伟达公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业在华竞争策略
- 7.1.8 高诚公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
- 7.1.9 博雅公关在华竞争分析
 - (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业在华竞争策略
- 7.1.10 安可顾问在华竞争分析

- (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业并购整合分析
- 7.1.11 凯旋先驱在华竞争分析

- (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
- 7.1.12 普乐普在华竞争分析

- (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
 - (4) 企业在华竞争策略
- 7.1.13 福莱国际在华竞争分析

- (1) 企业简介
 - (2) 企业全球业务分析
 - (3) 企业在华业务分析
- 7.2 中资企业经营情况分析

7.2.1 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业并购整合分析

7.2.2 广通伟业公关策划有限公司经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业客户资源状况
- (3) 企业业务及网络分布
- (4) 企业经营情况分析

7.2.3 北京迪思公关顾问有限公司经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.4 北京时空视点传播顾问有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.5 际恒集团经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营规模分析

(6) 企业并购整合分析

7.2.6 海天网联营销传播机构经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业业务及网络分布

(4) 企业经营情况分析

7.2.7 嘉利公关顾问公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业客户资源状况

(3) 企业业务及网络分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业并购整合分析

7.2.8 博诚智杰公关咨询有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.9 上海哲基公共关系咨询服务有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业客户资源状况

(3) 企业业务及网络分布

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业并购整合分析

7.2.10 明思力中国公关公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业并购整合分析

7.2.11 信诺传播顾问集团经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业客户资源状况

(3) 企业业务及网络分布

(4) 企业经营情况分析

7.2.12 注意力公关顾问机构经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.13 传智整合传播集团经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.14 恒瑞行传播集团经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.15 新势整合传播机构经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析

7.2.16 北京普纳国际公关顾问集团经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析

7.2.17 宣亚国际传播集团经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业并购整合分析

7.2.18 趋势中国传播机构经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业并购整合分析

7.2.19 灵思传播机构经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业并购整合分析

7.2.20 北京关键点公关顾问有限责任公司经营分析

- (1) 企业简介
- (2) 企业人力资源状况
- (3) 企业客户资源状况
- (4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.21 中国环球公共关系公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.22 北京易神州网络公关公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

7.2.23 北京雷鑫创想网络科技有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.24 北京口碑互动营销策划有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.25 上海润言投资咨询有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.26 上海怡桥财经传播有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.27 富投资顾问有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

7.2.28 皓天财经集团控股有限公司经营分析

(1) 企业简介

(2) 企业人力资源状况

(3) 企业客户资源状况

(4) 企业业务及网络分布

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业并购整合分析

第八章 中国公共关系服务行业发展前景与机会分析

8.1 公共关系服务行业发展趋势及前景分析

8.1.1 公共关系服务行业发展趋势分析

- (1) 趋势一：一线城市带动二、三线城市的态势
- (2) 趋势二：国内公共关系的国际化程度进一步加深
- (3) 趋势三：服务领域更加突出，客户范围扩大
- (4) 趋势四：服务模式进一步成熟
- (5) 趋势五：新型服务方式将深入开发

8.1.2 公共关系服务行业发展前景分析

8.2 公共关系服务行业关键要素分析

8.2.1 行业认知度

8.2.2 人才问题

8.2.3 服务定价

8.2.4 客户预算

8.2.5 公关评估

8.2.6 利润率

8.3 公共关系服务行业发展壁垒分析

8.3.1 品牌壁垒

8.3.2 客户壁垒

8.3.3 人力资源壁垒

8.3.4 公司规模壁垒

8.3.5 资源积累壁垒

8.4 公共关系服务行业发展机会分析

8.4.1 公共关系服务行业发展机会分析

8.4.2 公共关系服务行业发展策略分析

8.4.3 公共关系服务行业投资价值分析

8.4.4 智研数据关于公共关系服务行业投资建议

(1) 建议一：加快发展

(2) 建议二：加大人才培养

(3) 建议三：遵循以下战略

图表目录：

图表1：中国公共关系服务行业主要鼓励政策

图表2：现代公共关系服务行业的发展条件

图表3：国际公共关系市场发展规模和增长速度比较（单位：亿美元，%）

图表4：国际公共关系行业市场份额（单位：%）

图表5：2015年国际公共关系行业市场份额估计（单位：%）

图表6：竞争资源四层次模型

图表7：公共关系服务行业的发展特点

图表8：2013-2015年中国公共关系服务行业营业额（单位：亿元）

图表9：2015年公共关系服务行业发展分析

图表10：防御性公关模式类型

图表11：金字塔型人才结构

图表12：中国公共关系服务行业业务领域分布（单位：%）

图表13：2015年中国公共关系服务行业业务领域分布（单位：%）

图表14：2015年中国汽车产销规模及变化（单位：万辆，%）

图表15：2015年汽车商品进出口情况（单位：万辆，亿美元，%）

图表16：2011-2015年汽车领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）

图表17：公关在汽车营销中的作用

图表18：汽车营销公关的任务

图表19：2016-2022年汽车领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）

图表20：2013-2015年我国软件收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表21：我国软件行业分类收入及增速（单位：亿元，%）

图表22：我国软件行业收入结构（单位：%）

图表23：软件行业技术发展趋势

- 图表24：2011-2015年IT领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）
- 图表25：2016-2022年IT领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）
- 图表26：2011-2015年中国城市现代通路中主要零售商占有率（销售额）（单位：%）
- 图表27：快速消费品行业竞争分析
- 图表28：快速消费品行业发展趋势
- 图表29：2011-2015年快速消费品领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）
- 图表30：2016-2022年快速消费品领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）
- 图表31：医药商业地区分布（单位：%）
- 图表32：医药商业销售规模及增长速度（单位：亿元，%）
- 图表33：各主要国家人均卫生费用支出与GDP的关系（单位：美元）
- 图表34：新农合覆盖情况（单位：亿人，亿人次，亿元，元，个，%）
- 图表35：我国社区卫生服务机构、床位、人员数（单位：家，张，人）
- 图表36：2011-2015年医疗保健领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）
- 图表37：高露洁牙膏致癌风波案例点评
- 图表38：2016-2022年医疗保健领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）
- 图表39：2011-2015年中国银行业总资产趋势（单位：亿元）
- 图表40：2015年证券业发展分析
- 图表41：2011-2015年金融领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）
- 图表42：2016-2022年金融领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）
- 图表43：中国公共关系服务行业不同业务类型分布（单位：家）
- 图表44：2015年中国公共关系服务行业不同业务类型分布（单位：家）
- 图表45：中国公共关系服务行业业务潜力市场构成（单位：家）
- 图表46：2015年中国公共关系服务行业业务潜力市场构成（单位：家）
- 图表47：中国网络公关服务构成（单位：家）
- 图表48：网络公关作用
- 图表49：网络公关成功要素
- 图表50：网络公关发展趋势
- 图表51：2016-2022年中国网络公关市场规模预测（单位：亿元）
- 图表52：财经公关主要业务
- 图表53：财经公关发展问题
- 图表54：企业政府公关成功要素
- 图表55：政府公关发展困境
- 图表56：2013-2015年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
- 图表57：2015年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）
- 图表58：城市营销城市环境分析

图表59：城市营销的营销战略

图表60：城市营销的营销方案

图表61：事件营销关键要素

图表62：危机公关处理原则

图表63：苹果315案例评价

图表64：中国公共关系服务行业区域分布（单位：%）

图表65：2011-2015年北京市文化产业增加值及占GDP比重情况（单位：亿元，%）

图表66：2001年以来北京市人均文化事业费（单位：元）

图表67：2013-2015年北京公共关系服务行业营业额推算（单位：亿元）

图表68：2008年以来上海文化创意产业总产出、增加值及所占比重（单位：亿元，%）

图表69：上海市文化创意产业分行业增加值比重（单位：%）

图表70：2013-2015年上海市GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表71：2013-2015年上海公共关系服务行业营业额推算（单位：亿元）

图表72：“十二五”时期上海服务业发展的主要指标（单位：亿美元，万亿元，%）

图表73：2007年以来广东省文化产业增加值及所占比重（单位：亿元，%）

图表74：广州公共关系服务行业需求潜力分析

图表75：2013-2015年成都市GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表76：公共关系服务企业经营时间统计（单位：%）

图表77：公共关系服务行业市场竞争格局（单位：亿元）

图表78：中国公共关系服务企业收入竞争力分析（单位：万元，%）

图表79：中国公共关系服务企业客户竞争力分析（单位：家，%）

图表80：中国公共关系服务企业人才竞争力分析（单位：人，%）

图表81：中国公共关系服务企业薪酬竞争力分析（单位：元，%）

图表82：公共关系服务行业并购整合特点

图表83：公共关系服务行业并购整合趋势

图表84：案例分析——千思板国际全球扩张

图表85：万易美济在华业务类型及分布

图表86：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司基本信息表

图表87：2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司产权及控制关系

图表88：2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司人力资源结构（按职能分）（单位：人，%）

图表89：2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司人力资源结构（按学历分）（单位：人，%）

图表90：2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司前五名客户销售情况（单位：元，%）

图表91：北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司科技方面的客户资源

图表92：2011-2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司营收规模（单位：万元）

图表93：2011-2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司盈利能力（单位：%）

图表94：2011-2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司运营能力（单位：次）

图表95：2011-2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司偿债能力（单位：%、倍）

图表96：2011-2015年北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司发展能力（单位：%）

图表97：广通伟业公关策划有限公司基本信息表

图表98：北京迪思公关顾问有限公司基本信息表

图表99：北京迪思公关顾问有限公司网络分布

图表100：北京时空视点传播顾问有限公司基本信息表

图表101：北京海天网联公关顾问有限公司基本信息表

图表102：上海博诚智杰公关咨询有限公司基本信息表

图表103：上海哲基公共关系咨询服务有限公司基本信息表

图表104：上海哲基公共关系咨询服务有限公司客户资源分布

图表105：2015年信诺传播顾问集团主要案例

图表106：恒瑞行传播集团企业客户资源分布

图表107：恒瑞行传播集团协会与政府组织客户资源分布

图表108：北京新势整合公关顾问有限公司基本信息表

图表109：势整合传播机构网络分布

图表110：北京普纳国际公关顾问有限公司基本信息表

图表111：北京普纳国际公关顾问集团人力资源结构

图表112：北京宣亚培恩国际公关顾问有限公司基本信息表

图表113：宣亚国际传播集团部分客户资源

图表114：宣亚国际传播集团网络分布

图表115：趋势中国传播机构部分子公司

图表116：趋势中国传播机构金融与医药客户资源分布

图表117：趋势中国传播机构业务类型

图表118：北京关键点投资顾问有限公司基本信息表

图表119：中国环球公共关系公司基本信息表

图表120：北京雷鑫创想网络科技有限公司客户资源分布

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/354681.html>