

2020-2026年中国公共关系服务行业市场全景调查 及投资价值预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国公共关系服务行业市场全景调查及投资价值预测报告》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/201911/803627.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

2019年度中国公共关系服务领域前5位的分别是汽车、IT(通讯)互联网、快速消费品、制造业。2016-2019年汽车行业依然占据整个市场份额超过1/3，继续高居榜首，且每年市场需求规模占比均略有提升。IT(通讯)互联网、快速消费品和互联网三者排名基本保持不变，位于第2-5位。

2016-2019年公关关系服务市场下游市场需求结构变化情况

资料来源：中国国际公共关系协会、智研咨询整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国公共关系服务行业市场全景调查及投资价值预测报告》共八章。首先介绍了公共关系服务行业市场发展环境、公共关系服务整体运行态势等，接着分析了公共关系服务行业市场运行的现状，然后介绍了公共关系服务市场竞争格局。随后，报告对公共关系服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了公共关系服务行业发展趋势与投资预测。您若想对公共关系服务产业有个系统的了解或者想投资公共关系服务行业，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 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

2010年至2019年中国公共关系服务市场规模持续上涨。2010年中国公共关系服务市场规模为210亿元，2019年中国公共关系服务市场规模为668亿元。2015年以后，由于中国宏观经济形势处于下行状态，整体经济不景气，公共关系服务行业下游需求增长有所放缓，因而近几年中国公共关系服务行业市场规模增速有所放缓。

2010-2019年中国公共关系服务市场规模

资料来源：中国国际公共关系协会、智研咨询整理

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) 中国汽车所属行业进出口情况
- (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
- 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
- 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
- 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
- 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
- (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
- (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
- (2) 成都公关前景预测

第六章 中国公共关系服务行业竞争与并购整合分析

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 2019年TOP25公司竞争力分析

(1) 营业情况

(2) 运营管理

6.3.2 2019年国际性公司竞争力分析

6.3.3 2019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
- 7.2 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
 - 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
 - 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
 - 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

第八章 中国公共关系服务行业发展前景与机会分析 (ZYZS)

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 公共关系服务行业投资建议

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 5：2019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 8：2015-2019年中国公共关系服务行业营业额（单位：亿元）

图表 9：2019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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/803627.html>