

# 2018-2024年中国公共关系 服务产业深度调研与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国公共关系服务产业深度调研与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201804/04-257366.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

### 第一章 公共关系服务行业的定义及发展环境分析

#### 1.1 行业定义

##### 1.1.1 定义

##### 1.1.2 服务内容

#### 1.2 行业监管机制

#### 1.3 行业政策法规

#### 1.4 公共关系服务行业的发展条件

#### 1.5 公共关系服务行业的文化背景

#### 1.6 公共关系服务行业的经济条件

#### 1.7 公共关系服务行业的政治条件

#### 1.8 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

#### 1.8.1 国际公共关系服务行业发展分析

#### 1.9 国际公共关系行业发展历程

#### 1.10 国际公共关系行业发展规模

#### 1.11 国际公共关系行业区域发展情况

#### 1.12 国际公共关系行业典型经营模式

#### 1.13 国际公共关系行业核心资源

##### 1.13.1 中国公共关系服务行业的发展概况

#### 1.14 公共关系服务行业的发展历史

##### 1.14.1 早期探索阶段

##### 1.14.2 市场培育阶段

##### 1.14.3 突破发展阶段

#### 1.15 公共关系服务行业的发展特点

#### 1.16 公共关系服务行业的发展规模

#### 1.17 公共关系服务行业发展分析

##### 1.17.1 公共关系服务行业的活动模式

#### 1.18 宣传性公关模式

- 1.18.1 目的
- 1.18.2 方式
- 1.18.3 典型案例
- 1.19 交际性公关模式
  - 1.19.1 目的
  - 1.19.2 方式
  - 1.19.3 典型案例
- 1.20 服务性公关模式
  - 1.20.1 目的
  - 1.20.2 方式
  - 1.20.3 典型案例
- 1.21 社会性公关模式
  - 1.21.1 目的
  - 1.21.2 方式
  - 1.21.3 典型案例
- 1.22 征询性公关模式
  - 1.22.1 目的
  - 1.22.2 方式
  - 1.22.3 典型案例
- 1.23 建设性公关模式
  - 1.23.1 目的
  - 1.23.2 方式
  - 1.23.3 典型案例
- 1.24 维系性公关模式
  - 1.24.1 目的
  - 1.24.2 方式
  - 1.24.3 典型案例
- 1.25 防御性公关模式
  - 1.25.1 目的
  - 1.25.2 特点
  - 1.25.3 类型分析
- 1.26 进攻性公关模式

- 1.26.1 目的
- 1.26.2 方式
- 1.26.3 典型案例
- 1.27 矫正性公关模式
  - 1.27.1 目的
  - 1.27.2 方式
- (1) 公共关系服务行业的业务模式
- 1.28 咨询服务业务模式
- 1.29 执行服务业务模式
- 1.30 模式比较
- 1.31 探索与实践
- 1.32 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

- 1.32.1 公共关系服务行业市场分布
- 1.32.2 汽车领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.33 汽车行业发展现状与前景预测
  - 1.33.1 中国汽车总体产销情况
  - 1.33.2 中国汽车进出口情况
  - 1.33.3 中国汽车行业发展趋势
- 1.34 汽车领域公共关系服务市场规模
- 1.35 汽车营销公关模式分析
  - 1.35.1 公关在汽车营销作用
  - 1.35.2 汽车营销公关的任务
  - 1.35.3 汽车营销公关模式分析
- 1.36 汽车营销公关成功案例
  - 1.36.1 东风雪铁龙微电影营销
  - 1.36.2 上海通用科鲁兹娱乐营销
  - 1.36.3 一汽大众高尔夫：文化营销
  - 1.36.4 广汽本田：品牌营销
  - 1.36.5 东风悦达起亚福瑞迪：“体育+明星”营销
  - 1.36.6 东风日产：数字营销

- 1.36.7 一汽马自达睿翼：观念营销
- 1.36.8 宝马汽车：爱心营销
- 1.36.9 东风本田：差异化营销
- 1.36.10 比亚迪F3DM：环保营销
- 1.37 汽车领域公共关系服务市场前景预测
- 1.37.1 IT领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.38 IT行业发展现状与前景预测
- 1.38.1 经济表现分析
- 1.38.2 收入构成情况
- 1.38.3 软件行业发展趋势
- 1.39 IT领域公共关系服务市场规模
- 1.40 IT领域公共关系服务市场前景预测
- 1.40.1 快速消费品领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.41 快速消费品行业发展现状与前景预测
- 1.41.1 发展现状
- 1.41.2 竞争情况
- 1.41.3 市场趋势预测
- 1.42 快速消费品领域公共关系服务市场规模
- 1.43 快速消费品营销公关成功案例
- 1.43.1 可口可乐网络营销案例
- 1.43.2 青岛啤酒体育营销案例
- 1.44 快速消费品领域公共关系服务市场前景预测
- 1.44.1 医疗保健领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.45 医疗保健行业发展现状与前景预测
- 1.45.1 医药商业发展现状
- 1.45.2 医药商业市场规模
- 1.45.3 药品流通行业运行主要特点
- 1.46 医疗保健领域公共关系服务市场规模
- 1.47 医疗保健领域公共关系服务行业成功案例
- 1.47.1 高露洁
- 1.47.2 舒肤佳
- 1.47.3 脑白金

- 1.48 医疗保健领域公共关系服务市场前景预测
  - 1.48.1 金融领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.49 金融行业发展现状与前景预测
  - 1.49.1 银行业发展分析
  - 1.49.2 证券业发展分析
  - 1.49.3 信托业发展分析
  - 1.49.4 保险业发展分析
- 1.50 金融领域公共关系服务市场规模
- 1.51 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

- 1.51.1 公共关系服务行业业务市场现状与前景预测
- 1.52 公共关系服务行业不同业务类型分布格局
- 1.53 不同业务类型市场现状与前景预测
  - 1.53.1 公共关系服务行业业务潜力市场现状与前景预测
- 1.54 公共关系服务行业潜力市场总体概况
- 1.55 网络公关潜力市场现状与前景预测
  - 1.55.1 网络公关发展现状
  - 1.55.2 网络公关服务构成
  - 1.55.3 网络公关作用分析
  - 1.55.4 网络公关成功要素
  - 1.55.5 网络公关成功案例
  - 1.55.6 网络公关发展趋势
  - 1.55.7 网络公关发展潜力
- 1.56 财经公关潜力市场现状与前景预测
  - 1.56.1 财经公关发展现状
  - 1.56.2 财经公关主要业务
  - 1.56.3 财经公关盈利模式
  - 1.56.4 财经公关发展问题
  - 1.56.5 财经公关成功案例
  - 1.56.6 财经公关发展潜力
- 1.57 政府公关潜力市场现状与前景预测

- 1.57.1 以企业为主体的政府公关
  - 1.57.2 以政府为主体的政府公关
  - 1.58 城市营销潜力市场现状与前景预测
    - 1.58.1 城市营销发展现状
    - 1.58.2 城市营销发展战略
    - 1.58.3 城市营销成功案例
    - 1.58.4 城市营销发展趋势
    - 1.58.5 城市营销发展潜力
  - 1.59 事件营销潜力市场现状与前景预测
    - 1.59.1 事件营销关键要素
    - 1.59.2 事件营销发展模式
    - 1.59.3 事件营销案例
    - 1.59.4 事件营销发展建议
  - 1.60 危机公关潜力市场现状与前景预测
    - 1.60.1 危机公关发展现状
    - 1.60.2 危机公关处理原则
    - 1.60.3 危机公关成功与失败案例
    - 1.60.4 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
- 1、公共关系服务行业区域市场概述
  - 2、北京公共关系服务行业市场现状与前景预测
    - 1.61 北京公共关系服务行业发展环境
      - 1.61.1 北京文化背景
      - 1.61.2 北京经济环境
      - 1.61.3 北京媒介环境
      - 1.61.4 北京企业情况
    - 1.62 北京公共关系服务行业发展现状
      - 1.62.1 北京公共关系服务行业发展概况
      - 1.62.2 北京公共关系服务行业发展规模
      - 1.62.3 北京公共关系服务行业人才现状
    - 1.63 北京公共关系服务行业前景预测
      - 1.63.1 北京经济发展



## 1.63.2 北京公关前景预测

### (1) 上海公共关系服务行业市场现状与前景预测

## 1.64 上海公共关系服务行业发展环境

### 1.64.1 上海文化背景

### 1.64.2 上海经济环境

### 1.64.3 上海媒介环境

### 1.64.4 上海企业情况

## 1.65 上海公共关系服务行业发展现状

### 1.65.1 上海公共关系服务行业人才现状

### 1.65.2 上海公共关系服务行业业务现状

### 1.65.3 上海公共关系服务行业发展规模

### 1.65.4 上海公共关系服务行业竞争分析

## 1.66 上海公共关系服务行业前景预测

### 1.66.1 上海经济发展

### 1.66.2 上海公关前景预测

### (1) 广州公共关系服务行业市场现状与前景预测

## 1.67 广州公共关系服务行业发展环境

### 1.67.1 广州文化背景

### 1.67.2 广州经济环境

### 1.67.3 广州媒介环境

## 1.68 广州公共关系服务行业发展现状

### 1.68.1 广州公共关系服务行业发展情况

### 1.68.2 广州市公关市场供需状况

### 1.68.3 广州公关业发展与京沪的差距

## 1.69 广州公共关系服务行业前景预测

### 1.69.1 成都公共关系服务行业市场现状与前景预测

## 1.70 成都公共关系服务行业发展环境

### 1.70.1 成都文化背景

### 1.70.2 成都经济环境

### 1.70.3 成都媒介环境

### 1.70.4 成都企业情况

## 1.71 成都公共关系服务行业发展现状

- 1.71.1 成都公共关系服务行业发展情况
- 1.71.2 成都公共关系服务企业类型分析
- 1.71.3 成都公共关系服务行业竞争分析
- 1.72 成都公共关系服务行业前景预测

## 第六章 中国公共关系服务行业竞争与并购整合分析

- 1.72.1 公共关系服务行业市场竞争分析
- 1.73 公共关系服务行业市场化程度
- 1.74 公共关系服务行业市场竞争格局
  - 1.74.1 公共关系服务企业竞争力分析
- 1.75 公共关系服务企业收入竞争力分析
- 1.76 公共关系服务企业客户竞争力分析
- 1.77 公共关系服务企业人才竞争力分析
- 1.78 公共关系服务企业薪酬竞争力分析
  - 1.78.1 公共关系服务企业分类别竞争力分析
- 1.79 TOP30公司竞争力分析
  - 1.79.1 营业情况
  - 1.79.2 运营管理
- 1.80 最具成长性公司竞争力分析
  - 1.80.1 营业情况
  - 1.80.2 运营管理
- (1) 公共关系服务企业并购整合分析
- 1.81 公共关系服务行业进入并购整合阶段
- 1.82 公共关系服务行业并购整合分析
  - 1.82.1 公共关系服务行业并购整合特点
  - 1.82.2 外资企业并购整合分析
  - 1.82.3 中资企业并购整合分析
- 1.83 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

- 1.83.1 跨国企业在华竞争分析
- 1.84 易美济在华竞争分析

- 1.84.1 企业简介
- 1.84.2 企业全球业务分析
- 1.84.3 企业在华业务分析
- 1.85 万卓环球在华竞争分析
  - 1.85.1 企业简介
  - 1.85.2 企业全球业务分析
  - 1.85.3 企业在华业务分析
- 1.86 罗德公关在华竞争分析
  - 1.86.1 企业简介
  - 1.86.2 企业全球业务分析
  - 1.86.3 企业在华业务分析
  - 1.86.4 企业并购整合分析
  - 1.86.5 企业主要客户分析
- 1.87 奥美公关在华竞争分析
  - 1.87.1 企业简介
  - 1.87.2 企业全球业务分析
  - 1.87.3 企业在华业务分析
  - 1.87.4 企业并购整合分析
- 1.88 爱德曼公关在华竞争分析
  - 1.88.1 企业简介
  - 1.88.2 企业全球业务分析
  - 1.88.3 企业在华业务分析
  - 1.88.4 企业并购整合分析
  - 1.88.5 企业在华竞争策略
- 1.89 万博宣伟公关在华竞争分析
  - 1.89.1 企业简介
  - 1.89.2 企业全球业务分析
  - 1.89.3 企业在华业务分析
- 1.90 伟达公关在华竞争分析
  - 1.90.1 企业简介
  - 1.90.2 企业全球业务分析
  - 1.90.3 企业在华业务分析

- 1.90.4 企业在华竞争策略
- 1.91 高诚公关在华竞争分析
  - 1.91.1 企业简介
  - 1.91.2 企业全球业务分析
  - 1.91.3 企业在华业务分析
- 1.92 博雅公关在华竞争分析
  - 1.92.1 企业简介
  - 1.92.2 企业全球业务分析
  - 1.92.3 企业在华业务分析
  - 1.92.4 企业在华竞争策略
- 1.93 安可顾问在华竞争分析
  - 1.93.1 企业简介
  - 1.93.2 企业全球业务分析
  - 1.93.3 企业在华业务分析
  - 1.93.4 企业并购整合分析
- 1.94 凯旋先驱在华竞争分析
  - 1.94.1 企业简介
  - 1.94.2 企业全球业务分析
  - 1.94.3 企业在华业务分析
- 1.95 普乐普在华竞争分析
  - 1.95.1 企业简介
  - 1.95.2 企业全球业务分析
  - 1.95.3 企业在华业务分析
  - 1.95.4 企业在华竞争策略
- 1.96 福莱国际在华竞争分析
  - 1.96.1 企业简介
  - 1.96.2 企业全球业务分析
  - 1.96.3 企业在华业务分析
- (1) 中资企业经营情况分析
- 1.97 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司经营分析
  - 1.97.1 企业简介
  - 1.97.2 企业人力资源状况

- 1.97.3 企业客户资源状况
- 1.97.4 企业业务及网络分布
- 1.97.5 企业经营情况分析
- 1.98 广通伟业公关策划有限公司经营分析
  - 1.98.1 企业简介
  - 1.98.2 企业客户资源状况
  - 1.98.3 企业业务及网络分布
  - 1.98.4 企业经营情况分析
- 1.99 北京迪思公关顾问有限公司经营分析
  - 1.99.1 企业简介
  - 1.99.2 企业人力资源状况
  - 1.99.3 企业客户资源状况
  - 1.99.4 企业业务及网络分布
  - 1.99.5 企业经营情况分析
- 1.100 北京时空视点传播顾问有限公司经营分析
  - 1.100.1 企业简介
  - 1.100.2 企业人力资源状况
  - 1.100.3 企业客户资源状况
  - 1.100.4 企业业务及网络分布
  - 1.100.5 企业经营情况分析
- 1.101 际恒集团经营分析
  - 1.101.1 企业简介
  - 1.101.2 企业人力资源状况
  - 1.101.3 企业客户资源状况
  - 1.101.4 企业业务及网络分布
  - 1.101.5 企业经营规模分析
  - 1.101.6 企业并购整合分析
- 1.102 海天网联营销传播机构经营分析
  - 1.102.1 企业简介
  - 1.102.2 企业人力资源状况
  - 1.102.3 企业业务及网络分布
  - 1.102.4 企业经营情况分析

- 1.103 嘉利公关顾问公司经营分析
  - 1.103.1 企业简介
  - 1.103.2 企业客户资源状况
  - 1.103.3 企业业务及网络分布
  - 1.103.4 企业经营情况分析
  - 1.103.5 企业并购整合分析
- 1.104 博诚智杰公关咨询有限公司经营分析
  - 1.104.1 企业简介
  - 1.104.2 企业人力资源状况
  - 1.104.3 企业客户资源状况
  - 1.104.4 企业业务及网络分布
  - 1.104.5 企业经营情况分析
- 1.105 上海哲基公共关系咨询服务有限公司经营分析
  - 1.105.1 企业简介
  - 1.105.2 企业客户资源状况
  - 1.105.3 企业业务及网络分布
  - 1.105.4 企业经营情况分析
  - 1.105.5 企业并购整合分析
- 1.106 明思力中国公关公司经营分析
  - 1.106.1 企业简介
  - 1.106.2 企业人力资源状况
  - 1.106.3 企业客户资源状况
  - 1.106.4 企业业务及网络分布
  - 1.106.5 企业经营情况分析
  - 1.106.6 企业并购整合分析
- 1.107 北京口碑互动营销策划有限公司经营分析
  - 1.107.1 企业简介
  - 1.107.2 企业人力资源状况
  - 1.107.3 企业客户资源状况
  - 1.107.4 企业业务及网络分布
  - 1.107.5 企业经营情况分析
- 1.108 上海润言投资咨询有限公司经营分析

- 1.108.1 企业简介
- 1.108.2 企业人力资源状况
- 1.108.3 企业客户资源状况
- 1.108.4 企业业务及网络分布
- 1.108.5 企业经营情况分析
- 1.109 上海怡桥财经传播有限公司经营分析
- 1.109.1 企业简介
- 1.109.2 企业人力资源状况
- 1.109.3 企业客户资源状况
- 1.109.4 企业业务及网络分布
- 1.109.5 企业经营情况分析

## 第八章 中国公共关系服务行业发展前景与机会分析

### (1) 公共关系服务行业发展趋势及前景分析

- 1.110 公共关系服务行业发展趋势分析
- 1.110.1 趋势一：一线城市带动二、三线城市的态势
- 1.110.2 趋势二：国内公共关系的国际化程度进一步加深
- 1.110.3 趋势三：服务领域更加突出，客户范围扩大
- 1.110.4 趋势四：服务模式进一步成熟
- 1.110.5 趋势五：新型服务方式将深入开发
- 1.111 公共关系服务行业发展前景分析
- 1.111.1 公共关系服务行业关键要素分析
- 1.112 行业认知度
- 1.113 人才问题
- 1.114 服务定价
- 1.115 客户预算
- 1.116 公关评估
- 1.117 利润率
- 1.117.1 公共关系服务行业发展壁垒分析
- 1.118 品牌壁垒
- 1.119 客户壁垒
- 1.120 人力资源壁垒

- 1.121 公司规模壁垒
- 1.122 资源积累壁垒
  - 1.122.1 公共关系服务行业发展机会分析
- 1.123 公共关系服务行业发展机会分析
- 1.124 公共关系服务行业发展策略分析
- 1.125 公共关系服务行业投资价值分析
- 1.126 公共关系服务行业投资建议
  - 1.126.1 建议一：加快发展
  - 1.126.2 建议二：加大人才培养
  - 1.126.3 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：民主政治在形式上的表现

图表3：现代公共关系服务行业的发展条件

图表4：国际公共关系行业发展历程

图表5：2017年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6：2017年国际公共关系行业市场份额（单位：%）

图表7：竞争资源四层次模型

图表8：公共关系服务行业的发展特点

图表9：2012-2017年中国公共关系服务行业营业额（单位：亿元）

图表10：2017年公共关系服务行业发展分析

图表11：防御型公关对组织形象的定位

图表12：防御性公关模式类型

图表13：矫正性公关模式方式

图表14：金字塔型人才结构

图表15：2017年中国公共关系服务行业业务领域分布（单位：%）

图表16：2017年和2015年行业市场份额对比（单位：%）

图表17：2017年中国汽车产销规模及变化（单位：万辆，%）

图表18：2012-2017年中国汽车产销对比图（单位：万辆）

图表19：2017年汽车商品进出口情况（单位：万辆，亿美元，%）

图表20：2012-2017年汽车领域公共关系服务市场规模（单位：亿元）



图表21：公关在汽车营销中的作用

图表22：汽车营销公关的任务

图表23：2018-2024年汽车领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）

&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201804/04-257366.html>