|  |
| --- |
| [2025-2031年中国公共关系服务市场调查研究及发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国公共关系服务市场调查研究及发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html) |
| 报告编号： | 2208831　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　公共关系服务是一种帮助企业与公众建立良好关系的专业服务，近年来随着社交媒体的兴起而快速发展。公关服务涵盖了品牌管理、危机管理、活动策划等多个方面，旨在帮助企业塑造正面形象、增强品牌影响力。近年来，数字营销和社交媒体的兴起为企业公关活动提供了新的渠道和工具，使得公关活动更加多样化和个性化。此外，随着大数据和人工智能技术的应用，公关服务变得更加精准和高效。
　　预计未来公共关系服务市场将持续增长。一方面，随着市场竞争的加剧，企业对品牌形象和声誉管理的需求将更加迫切，公关服务的重要性将进一步凸显。另一方面，随着数字技术的进步，公关服务将更加依赖数据分析和智能工具，以实现更加精准的目标受众定位和传播效果评估。此外，随着消费者对透明度和责任感的重视，企业社会责任(CSR)将成为公关活动的重要组成部分。因此，技术创新和市场需求的增长将共同推动公共关系服务行业的持续发展。
　　《[2025-2031年中国公共关系服务市场调查研究及发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html)》依托多年行业监测数据，结合公共关系服务行业现状与未来前景，系统分析了公共关系服务市场需求、市场规模、产业链结构、价格机制及细分市场特征。报告对公共关系服务市场前景进行了客观评估，预测了公共关系服务行业发展趋势，并详细解读了品牌竞争格局、市场集中度及重点企业的运营表现。此外，报告通过SWOT分析识别了公共关系服务行业机遇与潜在风险，为投资者和决策者提供了科学、规范的战略建议，助力把握公共关系服务行业的投资方向与发展机会。

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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　1.33 汽车行业发展现状与趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　1.37.1 IT领域公共关系服务市场现状与趋势分析
　　1.38 IT行业发展现状与趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　1.40.1 快速消费品领域公共关系服务市场现状与趋势分析
　　1.41 快速消费品行业发展现状与趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　1.44.1 医疗保健领域公共关系服务市场现状与趋势分析
　　1.45 医疗保健行业发展现状与趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　1.48.1 金融领域公共关系服务市场现状与趋势分析
　　1.49 金融行业发展现状与趋势分析
　　　　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趋势分析

第四章 中国公共关系服务行业业务市场现状与趋势分析
　　　　1.51.1 公共关系服务行业业务市场现状与趋势分析
　　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趋势分析
　　　　1.53.1 公共关系服务行业业务潜力市场现状与趋势分析
　　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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　1.58.1 城市营销发展现状
　　　　1.58.2 城市营销投资前景
　　　　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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　　　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趋势分析
　　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趋势分析
　　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 北京公共关系服务市场趋势调查
　　　　1.63.1 北京经济发展
　　　　1.63.2 北京公关趋势分析
　　　　（1）上海公共关系服务行业市场现状与趋势分析
　　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 上海公共关系服务市场趋势调查
　　　　1.66.1 上海经济发展
　　　　1.66.2 上海公关趋势分析
　　　　（1）广州公共关系服务行业市场现状与趋势分析
　　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 广州公共关系服务市场趋势调查
　　　　1.69.1 成都公共关系服务行业市场现状与趋势分析
　　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 成都公共关系服务市场趋势调查

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^智^林 中国公共关系服务行业趋势预测与机会分析
　　（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 公共关系服务行业趋势预测分析
　　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 公共关系服务行业投资策略分析
　　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 5：2025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 6：2025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 9：2020-2025年中国公共关系服务行业营业额（单位：亿元）
　　图表 10：2025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 15：2025年中国公共关系服务行业业务领域分布（单位：%）
　　图表 16：2025年和2025年行业市场份额对比（单位：%）
　　图表 17：2025年中国汽车产销规模及变化（单位：万辆，%）
　　图表 18：2020-2025年中国汽车产销对比图（单位：万辆）
　　图表 19：2025年汽车商品进出口情况（单位：万辆，亿美元，%）
　　图表 20：2020-2025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 23：2025-2031年汽车领域公共关系服务市场规模预测（单位：亿元）
略……

了解《[2025-2031年中国公共关系服务市场调查研究及发展前景趋势分析报告](https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html)》，报告编号：2208831，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/83/GongGongGuanXiFuWuShiChangXianZh.html>

热点：公共关系协会是干嘛的、公共关系服务的类型、公共关系公众类型、公共关系服务的特点包括、公共管理专业是干嘛的、公共关系服务可以开什么发票、公共关系需要干什么、公共关系服务是什么、北京日东公共关系顾问有限公司

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！