|  |
| --- |
| [2024年中国公共关系服务市场调查研究与发展前景预测报告](https://www.20087.com/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.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： | [2024年中国公共关系服务市场调查研究与发展前景预测报告](https://www.20087.com/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.html) |
| 报告编号： | 1972520　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 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/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.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（PR）服务在当今的数字时代扮演着至关重要的角色，帮助企业塑造品牌形象、管理危机和建立公众信任。社交媒体和在线平台的兴起，使得公关活动更加注重内容营销和社交媒体管理，以实现更广泛的受众覆盖和互动。然而，假新闻和信息过载的问题也给公关行业带来了挑战，需要更加精准的信息传播策略和危机应对机制。  
　　未来的公共关系服务将更加依赖数据驱动的洞察和个性化沟通策略。AI和大数据分析将帮助公关专业人士更好地理解目标受众，预测趋势，制定有针对性的公关策略。同时，透明度和真实性将成为品牌与公众沟通的关键，公关活动将更加注重建立长期的信任关系，而非短期的宣传效果。此外，跨文化沟通和全球化战略的重要性将增加，公关机构需要具备多元文化和跨地域执行的能力。  
　　《[2024年中国公共关系服务市场调查研究与发展前景预测报告](https://www.20087.com/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.html)》通过对公共关系服务行业的全面调研，系统分析了公共关系服务市场规模、技术现状及未来发展方向，揭示了行业竞争格局的演变趋势与潜在问题。同时，报告评估了公共关系服务行业投资价值与效益，识别了发展中的主要挑战与机遇，并结合SWOT分析为投资者和企业提供了科学的战略建议。此外，报告重点聚焦公共关系服务重点企业的市场表现与技术动向，为投资决策者和企业经营者提供了科学的参考依据，助力把握行业发展趋势与投资机会。  
  
第一章 中国公共关系服务行业发展环境分析  
　　第一节 公共关系服务行业的定义  
　　　　一、行业定义  
　　　　二、行业监管机制  
　　　　三、行业政策法规  
　　第二节 公共关系服务行业的发展条件  
　　　　一、公共关系服务行业的文化背景  
　　　　二、公共关系服务行业的经济条件  
　　　　三、公共关系服务行业的政治条件  
　　　　四、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  
　　第一节 国际公共关系服务行业发展分析  
　　　　一、国际公共关系行业发展历程  
　　　　二、国际公共关系行业发展规模  
　　　　三、国际公共关系行业区域发展情况  
　　　　四、国际公共关系行业典型经营模式  
　　　　五、国际公共关系行业核心资源  
　　第二节 中国公共关系服务行业的发展概况  
　　　　一、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  
　　　　二、公共关系服务行业的发展特点  
　　　　三、公共关系服务行业的发展规模  
　　　　四、2024年公共关系服务行业发展分析  
　　第三节 公共关系服务行业的活动模式  
　　　　一、宣传性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　二、交际性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　三、服务性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　四、社会性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　五、征询性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　六、建设性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　七、维系性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　八、防御性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、特点  
　　　　　　3、类型分析  
　　　　九、进攻性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　　　　　3、典型案例  
　　　　十、矫正性公关模式  
　　　　　　1、目的  
　　　　　　2、方式  
　　第四节 公共关系服务行业的业务模式  
　　　　一、咨询服务业务模式  
　　　　二、执行服务业务模式  
　　　　三、模式比较  
　　　　四、探索与实践  
　　　　五、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  
　　第一节 公共关系服务行业市场分布  
　　　　一、2024年中国公共关系服务行业业务领域分布  
　　　　……  
　　第二节 汽车领域公共关系服务市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、汽车领域公共关系服务市场规模  
　　　　三、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  
　　　　四、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  
　　　　五、汽车领域公共关系服务市场前景预测  
　　第三节 IT领域公共关系服务市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、IT领域公共关系服务市场规模  
　　　　三、IT领域公共关系服务市场前景预测  
　　第四节 快速消费品领域公共关系服务市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、快速消费品领域公共关系服务市场规模  
　　　　三、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  
　　　　四、快速消费品领域公共关系服务市场前景预测  
　　第五节 医疗保健领域公共关系服务市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、医疗保健领域公共关系服务市场规模  
　　　　三、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  
　　　　四、医疗保健领域公共关系服务市场前景预测  
　　第六节 金融领域公共关系服务市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、金融领域公共关系服务市场规模  
　　　　三、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  
　　第一节 公共关系服务行业业务市场现状与前景预测  
　　　　一、公共关系服务行业不同业务类型分布格局  
　　　　二、不同业务类型市场现状与前景预测  
　　第二节 公共关系服务行业业务潜力市场现状与前景预测  
　　　　一、网络公关潜力市场总体概况  
　　　　二、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  
　　　　三、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  
　　　　四、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  
　　　　五、城市营销潜力市场现状与前景预测  
　　　　六、事件营销潜力市场现状与前景预测  
　　　　七、危机公关潜力市场现状与前景预测  
  
第五章 中国公共关系服务行业区域市场现状与2024-2030年前景预测  
　　第一节 公共关系服务行业区域市场概述  
　　第二节 北京公共关系服务行业市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、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  
　　　　三、北京公共关系服务行业前景预测  
　　　　　　1、北京经济发展前景  
　　　　　　2、北京公关前景预测  
　　第三节 上海公共关系服务行业市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、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  
　　　　三、上海公共关系服务行业前景预测  
　　　　　　1、上海经济发展前景  
　　　　　　2、上海公关前景预测  
　　第四节 广州公共关系服务行业市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、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  
　　　　三、广州公共关系服务行业前景预测  
　　第五节 成都公共关系服务行业市场现状与前景预测  
　　　　一、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  
　　　　二、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  
　　　　三、成都公共关系服务行业前景预测  
　　　　　　1、成都经济发展前景  
　　　　　　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  
　　第一节 公共关系服务行业市场竞争分析  
　　　　一、公共关系服务行业市场化程度  
　　　　二、公共关系服务行业市场竞争格局  
　　第二节 公共关系服务企业竞争力分析  
　　　　一、公共关系服务企业收入竞争力分析  
　　　　二、公共关系服务企业客户竞争力分析  
　　　　三、公共关系服务企业人才竞争力分析  
　　　　四、公共关系服务企业薪酬竞争力分析  
　　第三节 公共关系服务企业分类别竞争力分析  
　　　　一、2024年TOP25公司竞争力分析  
　　　　　　1、营业情况  
　　　　　　2、运营管理  
　　　　二、2024年国际性公司竞争力分析  
　　　　三、2024年最具成长性公司竞争力分析  
　　　　　　1、营业情况  
　　　　　　2、运营管理  
　　第四节 公共关系服务企业并购整合分析  
　　　　一、公共关系服务行业进入并购整合阶段  
　　　　二、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  
　　　　三、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  
　　第一节 跨国企业在华竞争分析  
　　　　一、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  
　　　　二、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  
　　　　三、罗德公关在华竞争分析  
　　　　四、奥美公关在华竞争分析  
　　　　五、爱德曼公关在华竞争分析  
　　　　六、万博宣伟公关在华竞争分析  
　　　　七、伟达公关在华竞争分析  
　　　　八、高诚公关在华竞争分析  
　　　　九、博雅公关在华竞争分析  
　　　　十、安可顾问在华竞争分析  
　　　　十一、凯旋先驱在华竞争分析  
　　　　　　7. 第十二节 普乐普在华竞争分析  
　　　　　　7. 第十三节 福莱国际在华竞争分析  
　　第二节 中资企业经营情况分析  
　　　　一、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  
　　　　二、广通伟业公关策划有限公司经营分析  
　　　　三、北京迪思公关顾问有限公司经营分析  
　　　　四、北京时空视点传播顾问有限公司经营分析  
　　　　五、际恒集团经营分析  
  
第八章 中国公共关系服务行业发展前景与机会分析  
　　第一节 公共关系服务行业发展趋势及前景分析  
　　　　一、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  
　　　　二、公共关系服务行业发展前景分析  
　　第二节 公共关系服务行业关键要素分析  
　　　　一、行业认知度  
　　　　二、人才问题  
　　　　三、服务定价  
　　　　四、客户预算  
　　　　五、公关评估  
　　　　六、利润率  
　　第三节 公共关系服务行业发展壁垒分析  
　　　　一、品牌壁垒  
　　　　二、客户壁垒  
　　　　三、人力资源壁垒  
　　　　四、公司规模壁垒  
　　　　五、资源积累壁垒  
　　第四节 中~智~林－公共关系服务行业发展机会分析  
　　　　一、公共关系服务行业发展机会分析  
　　　　二、公共关系服务行业发展策略分析  
　　　　三、公共关系服务行业投资价值分析  
　　　　四、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 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 中国公共关系服务行业营业额（单位 亿元）  
　　图表 9 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 中国公共关系服务行业业务领域分布（单位%）  
　　图表 14 中国汽车产销规模及变化（单位 万辆，%）  
　　图表 15 汽车商品进出口情况（单位 万辆，亿美元，%）  
　　图表 16 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 汽车领域公共关系服务市场规模预测（单位 亿元）  
　　图表 20 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 IT领域公共关系服务市场规模（单位 亿元）  
　　图表 25 IT领域公共关系服务市场规模预测（单位 亿元）  
　　图表 26 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 快速消费品领域公共关系服务市场规模（单位 亿元）  
　　图表 30 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 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 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 中国银行业总资产趋势（单位 亿元）  
　　图表 40 证券业发展分析  
　　图表 41 金融领域公共关系服务市场规模（单位 亿元）  
　　图表 42 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 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 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 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 中国网民规模与普及率（单位 万人，%）  
　　图表 57 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 北京市文化产业增加值及占GDP比重情况（单位 亿元，%）  
　　图表 66 北京市人均文化事业费（单位 元）  
　　图表 67 北京公共关系服务行业营业额推算（单位 亿元）  
　　图表 68 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 年上海市GDP增长情况（单位 亿元，%）  
　　图表 71 上海公共关系服务行业营业额推算（单位 亿元）  
　　图表 72 “十四五”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 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 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，%）  
略……

了解《[2024年中国公共关系服务市场调查研究与发展前景预测报告](https://www.20087.com/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.html)》，报告编号：1972520，

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

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/0/52/GongGongGuanXiFuWuShiChangXingQi.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！