

2025-2031年中国公共关系 服务行业分析与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国公共关系服务行业分析与发展前景报告》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.cction.com/report/202411/473712.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国公共关系服务行业分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：公共关系服务行业界定及数据统计标准说明

1.1 公共关系服务行业界定

1.1.1 公共关系的定义

（1）公共关系定义

（2）公共关系的构成要素

1.1.2 公共关系服务定义

1.2 公共关系服务行业分类

1.3 公共关系服务所归属国民经济行业分类

1.4 公共关系服务行业专业术语介绍

1.5 本报告研究范围界定说明

1.6 本报告数据来源及统计标准说明

第2章：中国公共关系服务行业PEST（宏观环境）分析

2.1 中国公共关系服务行业政策（Politics）环境

2.1.1 公共关系服务行业监管体系及机构介绍

2.1.2 公共关系服务行业规范体系

2.1.3 公共关系服务行业发展相关政策汇总及解读

2.1.4 “十四五”规划对公共关系服务行业发展的影响分析

2.1.5 政策环境对公共关系服务行业发展的影响分析

2.2 中国公共关系服务行业经济（Economy）环境

2.2.1 宏观经济发展现状

（1）中国GDP增长情况

（2）中国产业结构分析

2.2.2 宏观经济发展展望

（1）GDP增速预测

（2）行业综合展望

2.2.3 公共关系服务行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国公共关系服务行业社会（Society）环境

2.3.1 人口数量及结构

2.3.2 中国城镇化水平变化

2.3.3 中国网民规模

2.3.4 中国网民上网设备情况

2.3.5 公共关系服务行业发展与社会环境相关性分析

2.4 中国公共关系服务行业技术（Technology）环境

2.4.1 技术变革刺激信息传播手段多元化

2.4.2 技术环境对公共关系服务行业的影响

第3章：全球公共关系服务行业发展现状及趋势前景预判

3.1 全球公共关系服务行业发展历程

3.2 全球（除中国外）公共关系服务行业宏观环境分析

3.2.1 全球（除中国外）公共关系服务行业经济环境分析

3.2.2 全球（除中国外）公共关系服务行业政法环境分析

3.2.3 全球（除中国外）公共关系服务行业技术环境分析

3.3 全球公共关系服务行业发展现状

3.3.1 全球公共关系服务行业市场规模

3.3.2 全球公共关系服务市场区域发展

3.4 全球主要经济体公共关系服务市场研究

3.4.1 美国公共关系服务行业发展状况

3.4.2 英国公共关系服务行业发展状况

3.4.3 澳大利亚公共关系服务行业发展状况

3.5 全球公共关系服务行业市场竞争格局及企业案例分析

3.5.1 全球公共关系服务行业市场竞争格局

3.5.2 全球公共关系服务企业兼并重组状况

3.5.3 全球公共关系服务行业代表性企业布局案例

（1）奥美（Ogilvy）

（2）爱德曼国际公关（Edelman）

（3）伟达公关（Hill and Knowlton）

3.6 全球公共关系服务行业发展趋势及市场前景预测

3.6.1 全球公共关系服务行业发展趋势预判

3.6.2 全球公共关系服务行业市场前景预测

第4章：中国公共关系服务行业发展现状与市场规模测算

4.1 中国公共关系服务行业发展历程及市场特征

4.1.1 中国公共关系服务行业发展历程

4.1.2 中国公共关系服务行业特征

4.2 中国公共关系服务行业参与者类型及规模

4.2.1 中国公共关系服务行业参与者类型

4.2.2 中国公共关系服务行业企业数量规模

4.3 中国公共关系服务行业市场规模分析

4.4 中国公共关系服务行业活动模式发展分析

4.4.1 中国公共关系服务行业主要活动模式介绍

（1）宣传性公关模式

（2）交际性公关模式

（3）服务性公关模式

（4）社会性公关模式

（5）征询性公关模式

（6）建设性公关模式

（7）维系性公关模式

（8）防御性公关模式

（9）进攻性公关模式

（10）矫正性公关模式

4.4.2 中国公共关系服务行业活动模式发展趋势

4.4.3 中国公共关系服务行业活动重点发展趋势

4.5 中国公共关系服务行业业务模式发展分析

4.5.1 中国公共关系服务行业主要业务模式介绍

（1）咨询服务业务模式

（2）执行服务业务模式

4.5.2 中国公共关系服务行业主要业务模式的对比

第5章：中国公共关系服务行业竞争状态及市场格局分析

5.1 中国公共关系服务行业投融资、兼并与重组状况

5.1.1 中国公共关系服务行业投融资发展状况

- 5.1.2 中国公共关系服务行业兼并与重组状况
- 5.2 中国公共关系服务行业市场格局及集中度分析
 - 5.2.1 中国公共关系服务行业市场竞争格局
 - 5.2.2 中国公共关系服务行业市场份额分析
- 5.3 中国公共关系服务行业国际竞争力分析
- 5.4 中国公共关系服务行业区域市场布局状况
- 5.5 中国公共关系服务行业重点区域市场分析
 - 5.5.1 北京市公共关系服务行业发展状况
 - (1) 公共关系服务行业发展环境
 - (2) 公共关系服务行业需求情况
 - (3) 公共关系服务行业市场竞争
 - 5.5.2 上海市公共关系服务行业发展状况
 - (1) 公共关系服务行业发展环境
 - (2) 公共关系服务行业需求情况
 - (3) 公共关系服务行业市场竞争
 - 5.5.3 广州市公共关系服务行业发展状况
 - (1) 公共关系服务行业发展环境
 - (2) 公共关系服务行业需求现状
 - (3) 公共关系服务行业市场竞争
- 第6章：中国公共关系服务产业链全景深度解析
 - 6.1 中国公共关系服务产业结构属性（产业链）
 - 6.1.1 公共关系服务产业链结构梳理
 - 6.1.2 公共关系服务产业链生态图谱
 - 6.2 中国公共关系服务产业价值属性（价值链）
 - 6.2.1 公共关系服务行业成本分析
 - 6.2.2 公共关系服务行业价值链分析
 - 6.3 中国公共关系服务上游传统媒体及数字媒体的发展
 - 6.3.1 中国传统媒体的发展及对公共关系服务行业的影响
 - 6.3.2 中国数字媒体的发展及对公共关系服务行业的影响
 - 6.4 中国公共关系服务上游人才培养市场分析
 - 6.5 中国公共关系服务中游细分市场分析
 - 6.5.1 中国公共关系服务细分市场结构

6.5.2 中国公共关系服务——新媒体业务市场分析

6.5.3 中国公共关系服务——传播代理及执行业务市场分析

6.5.4 中国公共关系服务——活动代理及执行业务市场分析

6.5.5 中国公共关系服务——顾问咨询业务市场分析

6.6 中国公共关系服务行业业务潜力市场分析

6.6.1 中国公共关系服务行业业务潜力市场构成

6.6.2 中国公共关系服务行业业务潜力市场分析

(1) 新媒体营销

(2) 事件营销

(3) 意见领袖 (KOL) 管理

(4) 娱乐营销

(5) 危机营销

6.7 中国公共关系服务下游应用场景需求潜力分析

6.7.1 中国公共关系服务下游应用场景分布

6.7.2 汽车行业对公共关系服务的需求分析

(1) 汽车行业现状

(2) 需求分析

6.7.3 IT (通讯) 行业对公共关系服务的需求分析

(1) IT通讯行业现状

(2) 需求分析

6.7.4 互联网行业对公共关系服务的需求分析

(1) 互联网行业现状

(2) 需求分析

6.7.5 快速消费品行业对公共关系服务的需求分析

(1) 快速消费品行业现状

(2) 需求分析

6.7.6 金融业对公共关系服务的需求分析

(1) 金融业现状

(2) 金融机构营销痛点

(3) 需求分析

第7章：中国公共关系服务行业市场痛点及产业转型升级发展布局

7.1 中国公共关系服务行业经营效益分析

7.1.1 中国公共关系服务行业经营状况（规模以上企业/上市企业）

（1）签约客户数量

（2）外资客户占比

（3）营业利润

7.1.2 中国公共关系服务行业成本管控

7.2 中国公共关系服务行业市场痛点分析

7.3 中国公共关系服务产业结构优化与转型升级发展路径

7.4 中国公共关系服务产业结构优化与转型升级发展布局

7.4.1 中国公共关系服务产业结构优化布局

7.4.2 中国公共关系服务产业信息化管理布局

7.4.3 中国公共关系服务产业数字化发展布局

第8章：中国公共关系服务代表性企业案例研究

8.1 中国公共关系服务代表性企业发展布局对比

8.2 中国公共关系服务代表性企业发展布局案例（排名不分先后）

8.2.1 北京蓝色光标数据科技股份有限公司

（1）企业发展历程及基本信息

（2）企业发展状况

（3）企业公共关系服务业务布局

（4）企业公共关系服务业务影响力

（5）企业转型升级与核心竞争力提升布局

（6）企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.2 浙文互联集团股份有限公司

（1）企业发展历程及基本信息

（2）企业发展状况

（3）企业公共关系服务业务布局

（4）企业公共关系服务业务影响力

（5）企业转型升级与核心竞争力提升布局

（6）企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.3 华扬联众数字技术股份有限公司

（1）企业发展历程及基本信息

（2）企业发展状况

（3）企业公共关系服务业务类型及产品详情

- (4) 企业公共关系服务业务影响力
- (5) 企业转型升级与核心竞争力提升布局
- (6) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.4 山东联创产业发展集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业发展状况
- (3) 企业公共关系服务业务类型及产品详情
- (4) 企业转型升级与核心竞争力提升布局
- (5) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.5 中青博联整合营销顾问股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业发展状况
- (3) 企业公共关系服务业务类型及产品详情
- (4) 企业公共关系服务业务影响力
- (5) 企业转型升级与核心竞争力提升布局
- (6) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.6 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业发展状况
- (3) 企业公共关系服务业务类型及产品详情
- (4) 企业公共关系服务业务影响力
- (5) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.7 北京时空视点整合营销顾问有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业发展状况
- (3) 企业公共关系服务业务类型及产品详情
- (4) 企业公共关系服务业务影响力
- (5) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.8 厦门多想互动文化传播股份有限公司

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业发展状况
- (3) 企业公共关系服务案例分析

(4) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.9 北京宗源营销策划股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业公共关系服务案例分析

(4) 企业公共关系服务布局优劣势分析

8.2.10 宣亚国际营销科技(北京)股份有限公司

(1) 企业基本信息

(2) 企业发展状况

(3) 企业公共关系服务业务案例分析

(4) 企业转型升级与核心竞争力提升布局

(5) 企业公共关系服务布局优劣势分析

第9章：中国公共关系服务行业市场及投资策略建议

9.1 中国公共关系服务行业发展潜力评估

9.1.1 公共关系服务行业发展现状总结

9.1.2 公共关系服务行业影响因素总结

(1) 有利因素

(2) 不利因素

9.1.3 公共关系服务行业发展潜力评估

9.2 中国公共关系服务行业发展前景预测

9.3 中国公共关系服务行业发展趋势预判

9.4 中国公共关系服务行业进入壁垒分析

9.5 中国公共关系服务行业投资风险预警

9.6 中国公共关系服务行业投资价值评估

9.7 中国公共关系服务行业投资策略与建议

图表目录

图表1：公共关系服务行业分类

图表2：国家统计局对公共关系服务行业的定义与归类

图表3：公共关系服务行业专业术语

图表4：本报告研究范围界定

图表5：本报告的主要数据来源及统计标准说明

图表6：公共关系服务行业主管部门

图表7：公共关系服务行业自律组织

图表8：《公关咨询业服务规范》框架结构

图表9：公共关系服务行业政策动态

图表10：十四五“规划对公共关系服务行业发展的影响

图表11：2020-2024年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）

图表12：2020-2024年中国三大产业结构（单位：%）

图表13：2024年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表14：2024年中国综合展望

图表15：2020-2024年中国总人口及其城镇居民数量走势（单位：万人）

图表16：2024年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表17：2020-2024年中国城镇人口及增速（单位：万人，%）

图表18：2020-2024年中国网民规模及互联网普及率（单位：亿人，%）

图表19：2024年中国网民上网设备使用情况（单位：%）

图表20：2020-2024年中国网民上网设备使用情况（单位：%）

图表21：全球公共关系服务行业发展历程

图表22：全球主要经济体数字经济发展趋势一览

图表23：2020-2024年全球公共关系服务行业的市场规模变化情况（单位：亿美元）

图表24：2024年国际公共关系市场发展规模比较（单位：亿美元，%）

图表25：2020-2024年美国公共关系市场发展规模情况及预测（单位：亿美元）

图表26：2020-2024年英国公共关系市场发展规模情况及预测（单位：亿英镑）

图表27：2020-2024年澳大利亚公共关系市场发展规模情况及预测（单位：百万美元）

图表28：2024年全球TOP10公关代理商（机构）排名和收入具体情况

图表29：2020-2024年奥美（Ogilvy）营收变化情况（亿美元）

图表30：2020-2024年Edelman爱德曼国际公关营收变化情况（亿美元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/473712.html>