

2025-2030年中国公共关系服务行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 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
 - (1) 投融资事件汇总
 - (2) 投融资事件时间分布
 - (3) 投融资事件轮次分布
 - (4) 投融资事件地区分布
 - 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前景及投资策略建议

- 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11：2013-2024年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）
- 图表12：2017-2024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15：2016-2024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17：2015-2024年中国城镇人口及增速（单位：万人，%）
- 图表18：2018-2024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20：2018-2024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23：2015-2024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25：2014-2024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26：2014-2024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27：2014-2024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）
- 图表31：2020-2024年伟达公关营收变化情况（亿美元）
- 图表32：全球公共关系服务行业发展的促进因素
- 图表33：2025-2030年全球公共关系服务行业市场前景预测（单位：亿美元）
- 图表34：中国公共关系服务行业发展历程
- 图表35：中国公共关系服务行业特征
- 图表36：中国公共关系服务行业参与者类型

- 图表37: 中国公共关系服务行业企业分布
- 图表38: 2019-2024年中国公共关系服务行业市场规模及变化 (单位: 亿元, %)
- 图表39: 创意型公关的关键设计因素
- 图表40: 第十六届和第十七届中国公共关系行业最佳案例大赛的申报竞赛奖项
- 图表41: 咨询与执行服务业务模式企业特征对比
- 图表42: 截至2024年中国公关行业投融资事件汇总
- 图表43: 截至2024年中国公关行业投融资事件分布 (单位: 个, 亿元)
- 图表44: 截至2024年中国公关行业投融资事件轮次分布 (单位: %)
- 图表45: 截至2024年中国公关行业投融资事件地区分布 (单位: %)
- 图表46: 2020-2024年中国公共关系服务行业兼并重组事件汇总
- 图表47: 中国公共关系服务行业竞争层次
- 图表48: 2024年中国公关公司综合评分排名TOP20
- 图表49: 2024年中国沪市、深市和新三板上市公关企业的业务营收及份额对比 (单位: 亿元, %)
- 图表50: 2024年全球公共关系组织排行榜TOP250中的企业分布 (单位: 个)
- 图表51: 2020-2024年全球公共关系组织排行榜TOP250中的中国公司排名 (单位: 名)
- 图表52: 中国公共关系服务需求行业主要分布区域
- 图表53: 2018-2024年北京市GDP变化情况 (单位: 亿元)
- 图表54: 2024年北京市市行业生产总值结构 (单位: %)
- 图表55: 2015-2024年北京市市法人单位数量变化 (单位: 万个)
- 图表56: 北京市公共关系服务行业代表性企业分析
- 图表57: 2018-2024年上海市GDP变化情况 (单位: 亿元)
- 图表58: 2024年上海市市行业生产总值结构 (单位: %)
- 图表59: 2015-2024年上海市市法人单位数量变化 (单位: 万个)
- 图表60: 上海市公共关系服务行业代表性企业分析
- 图表61: 2018-2024年广州市GDP变化情况 (单位: 亿元)
- 图表62: 2024年广州市市产业生产总值结构 (单位: %)
- 图表63: 2020-2024年广州市市法人单位数量变化 (单位: 万个)
- 图表64: 广州市公共关系服务行业代表性企业分析
- 图表65: 公共关系服务产业链结构
- 图表66: 公共关系服务产业链生态图谱
- 图表67: 2024年蓝标公司公共关系服务行业成本分析 (单位: %)
- 图表68: 公共关系服务行业价值链分析
- 图表69: 数字化营销人才应具备的能力
- 图表70: 2024年中国公共关系服务细分市场结构 (单位: %)
- 图表71: 2024年新媒体业务市场占比分析 (单位: %)
- 图表72: 公关活动代理及执行业务案例分析
- 图表73: 公关顾问咨询业务的作用分析
- 图表74: 公共关系服务行业业务潜力市场构成 (单位: 个)
- 图表75: 2024年中国公共关系服务下游应用场景对比
- 图表76: 2016-2024年中国规模以上汽车工业工业企业数量 (单位: 个)
- 图表77: 2016-2024年中国IT服务市场规模及增长情况 (单位: 亿元, %)
- 图表78: 2020-2024年我国规模以上互联网和相关服务企业业务收入及增速 (单位: 亿元, %)
- 图表79: 2018-2024年中国社会消费品零售总额及增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表80: 2018-2024年中国金融业增加值及增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表81: 金融机构营销现状及痛点分析
- 图表82: 金融机构营对公共关系服务的需求分析
- 图表83: 2020-2024年中国公共关系服务行业TOP公司签约客户数量变化情况 (单位: 个)
- 图表84: 2020-2024年中国公共关系服务行业TOP公司外资客户占比变化情况 (单位: %)
- 图表85: 2020-2024年中国公共关系服务行业营业利润变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表86: 中国公共关系服务行业市场发展痛点分析
- 图表87: 中国公共关系服务产业链代表性企业发展布局对比 (单位: 亿元, %)
- 图表88: 北京蓝色光标数据科技股份有限公司发展历程
- 图表89: 北京蓝色光标数据科技股份有限公司基本信息表
- 图表90: 北京蓝色光标数据科技股份有限公司公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表91: 2020-2024年北京蓝色光标数据科技股份有限公司经营效益分析 (单位: 万元)
- 图表92: 2020-2024年北京蓝色光标数据科技股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表93: 2020-2024年北京蓝色光标数据科技股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表94: 2020-2024年北京蓝色光标数据科技股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表95: 2020-2024年北京蓝色光标数据科技股份有限公司发展能力分析 (单位: %)

- 图表96: 北京蓝色光标数据科技股份有限公司公共关系服务业务布局优劣势分析
图表97: 浙文互联集团股份有限公司基本信息表
图表98: 2020-2024年浙文互联集团股份有限公司经营效益分析 (单位: 万元)
图表99: 2020-2024年浙文互联集团股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
图表100: 2020-2024年浙文互联集团股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
图表101: 2020-2024年浙文互联集团股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
图表102: 2020-2024年浙文互联集团股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
图表103: 浙文互联集团股份有限公司公共关系服务业务布局优劣势分析
图表104: 华扬联众数字技术股份有限公司基本信息表
图表105: 华扬联众数字技术股份有限公司公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 (单位: %)
图表106: 2020-2024年华扬联众数字技术股份有限公司营业收入情况 (单位: 万元)
图表107: 2020-2024年华扬联众数字技术股份有限公司净利润情况 (单位: 万元)
图表108: 2024年华扬联众数字技术股份有限公司产品营收占比情况 (单位: %)
图表109: 华扬联众数字技术股份有限公司公共关系服务业务布局优劣势分析
图表110: 山东联创产业发展集团股份有限公司基本信息表
图表111: 2024年山东联创产业发展集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 (单位: %)
图表112: 2020-2024年山东联创产业发展集团股份有限公司营业收入情况 (单位: 万元)
图表113: 山东联创产业发展集团股份有限公司营收业务占比 (单位: %)
图表114: 山东联创产业发展集团股份有限公司公共关系服务业务布局优劣势分析
图表115: 中青博联整合营销顾问股份有限公司基本信息表
图表116: 2020-2024年中青博联整合营销顾问股份有限公司营业收入情况 (单位: 万元)
图表117: 中青博联整合营销顾问股份有限公司公共关系服务业务布局优劣势分析
图表118: 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司基本信息表
图表119: 北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 (单位: %)
图表120: 2020-2024年北京华谊嘉信整合营销顾问集团股份有限公司营业收入情况 (单位: 万元)
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!