

# 2025-2031年中国公关市场 细分与投资机会挖掘报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2025-2031年中国公关市场细分与投资机会挖掘报告》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.bosidata.com/report/057504AA3I.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-04-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国公关市场细分与投资机会挖掘报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国公关市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章 公关行业相关概述第一节 公关行业基本概况一、公共关系基本概念二、公共关系的产生背景三、行业属性及范围界定第二节 公关企业经营管理分析一、公关企业销售模式分析二、公关业务模式及其流程(一)公关业务需求分析(二)公关提案阶段分析(三)公关企业提案确定(四)公关业务项目执行(五)公关业务项目完结三、公关业务经营要素分析(一)善于整合公关营销资源(二)具备金融专业服务能力第三节 公关行业发展环境分析一、国际宏观经济环境分析(一)国际宏观经济分析(二)国际宏观经济预测二、国内宏观经济环境分析(一)国内宏观经济现状(二)国内宏观经济预测三、公关行业发展政策环境分析(一)公关行业相关管理体制(二)公关行业主要法律法规(三)公关行业相关政策分析(四)公关行业相关产业规划第二章 2020-2024年全球公关行业发展状况分析第一节 全球公共关系服务行业发展综述一、国际公共关系行业发展状况二、国际公共关系行业发展特点三、全球公关公司排名情况分析四、全球广告支出规模增长情况五、国际公共关系行业运行分析(一)公关行业企业数量规模(二)公关行业从业人员分析(三)公关行业薪资情况分析(四)公关行业收入规模分析六、国际公共关系市场结构分布(一)国际公共关系服务领域分布(二)国际公共关系市场区域分布七、发达国家公关策略的特点分析八、全球高层对公关活动重视程度第二节 主要国家公共关系服务行业现状一、美国公关行业发展现状分析(一)美国公关行业发展基本概况(二)美国广告支出规模增长分析(三)美国公关行业市场规模分析(四)美国公关行业市场前景分析二、欧洲公关行业发展现状分析(一)欧洲公关行业发展基本概况(二)欧洲广告支出规模增长分析(三)欧洲公关行业市场规模分析(四)欧洲公关行业市场前景分析三、亚太公关行业发展现状分析(一)亚太地区公关行业发展概况(二)亚太地区广告支出规模分析(三)亚太地区公关市场前景分析第三节 全球主要公关企业发展分析一、Omnicom Group(宏盟集团)二、Interpublic(埃培智市场咨询)三、爱德曼国际公关有限公司四、APCO worldwide(安可顾问)五、Hill & Knowlton(伟达顾问)六、Wire&Plastic Products(WPP集团)七、MSL Group(法国明思力集团)八、Fleishman-Hillard(福莱国际)九、美国博雅公共关系有限公司十、Ruder Finn(罗德公关顾问)十一、奥美公共关系国际集团第四节 全球公共关系服务经典案例分析一、美国强生公司公关服务案例二、日本Suntory啤酒公关案例三、英国化工企业公关活动案例四、美国苹果公

司危机公关案例五、德国BMW汽车品牌公关案例第五节 全球公共关系服务行业发展趋势一、公关市场国际化二、公关实务专业化三、公关手段高科技化四、公关地位战略化五、公关教育规模化六、公关人才竞争白热化第三章2020-2024年中国公关行业发展状况分析第一节 中国公关行业发展概述分析一、中国公共关系行业发展概况二、中国公关行业发展历史分析三、公关行业的内容及发展特点（一）行业的规模增长较为迅速（二）专业人才缺乏且流动率高（三）客户所处行业分布较集中（四）客户的地域分布较为集中（五）客户的性质大多数为企业（六）行业内外资收购较为频繁四、公共关系行业总体情况分析五、中国公关行业市场运行分析（一）公关行业市场总体规模（二）公关行业市场区域分布（三）公关业务类型分布情况（四）公关业务潜力市场构成（五）国内公关公司最新排行榜六、公关服务行业市场竞争分析（一）公关行业市场竞争现状（二）公关市场竞争格局分析（三）公关服务对象格局分布七、广告与公关关系的功能区别八、公关发展面临的问题和困难第二节 公关活动中的项目管理分析一、公关活动项目的前期沟通二、公关活动执行文案的撰写三、公关活动现场的执行管理第三节 公共关系服务的客体分析一、公关中的客体定义与特征（一）公关客体的共同性（二）公关客体的多样性（三）公关客体的系统性（四）公关客体的能动性（五）公关客体的变化性二、公众的分类与主要公众关系（一）按公众的范围或职能分类（二）按公众的发展过程分类（三）按公众对组织的重要性分类（四）按公众对组织的态度分类第四节 中国公关行业薪酬情况调查一、公关行业从业人员薪酬状况二、公关行业企业薪酬制度现状三、收入水平增幅与薪酬满意度四、公关工作压力与职业满意度五、公关人员的离职与跳槽情况第五节 公关服务消费领域发展分析一、公关服务消费领域发展概述二、公关服务消费领域格局分布三、汽车产业公关服务需求分析（一）汽车产业发展现状分析（二）汽车公关服务重点分析（三）汽车产业公关服务需求（四）汽车领域公关案例分析四、电子IT产业公关服务需求分析（一）电子IT产业发展现状分析（二）电子IT公关服务重点分析（三）电子IT产业公关服务需求（四）电子IT领域公关案例分析五、快消品领域公关服务需求分析（一）快消品领域发展现状分析（二）快消品领域公关服务重点（三）快消品领域公关服务需求（四）快消品领域公关案例分析六、医疗保健业公关服务需求分析（一）医疗保健业发展现状分析（二）医疗保健业公关服务重点（三）医疗保健业公关服务需求（四）医疗保健业公关案例分析七、制造业公关服务需求分析（一）制造业发展现状分析（二）制造业公关服务的重点（三）制造行业公关服务需求（四）制造领域公关案例分析八、通讯产业公关服务需求分析（一）通讯产业发展现状分析（二）通讯公关服务重点分析（三）通讯产业公关服务需求（四）通讯领域公关案例分析九、房地产行业公关服务需求分析（一）房地产行业发展现状分析（二）房地产行业公关服务重点（三）房地产行业公关服务需求（四）房地产领域公关案例分析第六节 公关市场供求及变动原因分析第四章2020-2024年中国公关行业细分领

域分析第一节 品牌传播一、品牌传播的服务流程分析二、品牌公关的基本特点分析三、品牌公关的主要作用分析四、品牌公关的相关原则分析五、新媒体时代品牌公关策略六、品牌传播未来新趋势分析第二节 媒体关系一、媒体关系的相关概况分析二、媒体关系的管理平台分析三、媒体关系的基本维护分析四、新型媒介关系构建必要性五、营造新型媒介关系的策略第三节 危机管理一、危机管理的相关概念分析二、公共危机的基本特征分析三、公共危机的基本类型分析四、公共危机周期及管理任务五、公共危机管理存在的问题六、危机公关管理的案例分析第四节 活动管理一、活动管理的基本概况二、活动策划及管理的各阶段三、活动策划管理的具体分类第五节 数字媒体营销一、数字媒体的分类及特点二、数字媒体网络营销分析三、数字媒体营销品牌策略第六节 企业社会责任一、企业社会责任基本概述二、企业社会责任与公共关系三、企业社会责任战略公关特征四、企业社会责任公关案例分析第五章 公关行业不同服务主体运作分析第一节 政府公关一、政府公共关系的基本涵义二、政府公共关系的主要特征三、政府公共关系的沟通方式四、政府公共关系的职能定位五、充分发挥政府公关职能的建议六、政府公关中品牌传播策略分析（一）品牌传播的概念界定（二）品牌传播理论构成要素（三）政府公关品牌传播策略（四）政府公关的整合营销传播七、政府公共关系的经典案例分析第二节 企业公关一、企业公共关系基本概况二、企业公共关系的作用分析三、企业公关活动的主要内容四、企业公关面临的法律风险五、企业品牌公关国际化策略（一）渗透式品牌公关策略（二）人格的心理认同策略（三）占领式品牌公关策略（四）本土化品牌公关策略（五）创新式品牌公关策略六、企业公共关系经典案例分析第六章 中国财经公关行业发展状况分析第一节 国内企业IPO上市情况分析第二节 财经公关行业相关概述一、财经公关行业基本概述（一）财经公关的相关定义（二）财经公关主要作用分析（三）财经公关行业影响分析二、财经公关行业运作模式（一）财经公关重要性体现（二）财经公关的发展分析（三）财经公关的运作分析（四）财经公关生命周期分析第三节 财经公关行业市场发展现状一、财经公关客户需求分析二、财经公关行业发展概况三、大陆财经公关市场分析四、国内财经公关市场格局五、财经公关市场的外在威胁（一）外企在华市场发展分析（二）港企在华市场发展分析六、财经公关市场的发展空间第四节 财经公关行业发展趋势分析一、财经公关企业发展形势预测二、财经公关行业投资预测三、财经公关行业趋势预测分析（一）财经公关市场趋势预测分析（二）财经公关市场的机遇与挑战（三）资本市场发展面临机遇分析（四）香港财经公关内地市场机会第七章 中国新媒体网络公关行业发展分析第一节 中国互联网行业发展状况分析一、中国互联网基础资源分析二、中国网民总体规模分析（一）总体网民规模分析（二）新增网民设备分析（三）手机网民规模分析三、网络营销使用情况第二节 中国传媒行业发展情况分析一、中国传媒行业发展基本概况（一）传媒行业的发展现状分析（二）传媒行业细分领域发展分析1、电视媒体市场发展分析2、广播媒体市场发

展分析3、报纸期刊媒体发展分析4、网络媒体市场发展分析（三）广告行业的市场规模分析1、广告行业年营业额分析2、网络广告收入增长分析3、网络广告市场结构分析二、新媒体时代公共关系特点三、新媒体时代公关策略的原则四、传媒业发展存在的问题分析第三节 中国网络公关市场发展分析一、网络公共关系基本理念分析（一）网络公关兴起的背景（二）网络公共关系的内涵（三）网络公关的发展历程二、国内网络公关仍处起步阶段三、网络公关的媒体营销E时代四、网络公关服务的构成情况（一）舆情监测公关分析（二）口碑营销公关分析（三）产品推广公关分析（四）企业传播公关分析（五）事件营销公关分析（六）整合传播公关分析（七）危机处理公关分析五、网络事件营销技能方法（一）基本技能1、丰富的知识储备2、准确的甄别能力3、高度的职业敏感4、培养网络感觉5、钻研网络世界（二）重要方法1、情绪感染法2、超女营销法3、草船借箭法4、概念带动法第四节 新媒体时代的危机公关分析一、新媒体渗透与危机公关需求二、网络危机管理公关公司排名三、微博时代危机公关的新挑战四、微博时代危机公关应对策略五、微博时代危机公关案例分析第八章 公共关系服务重点企业发展战略分析第一节 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第二节 北京了望投资顾问股份有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第三节 皓天财经集团有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第四节 纵横公共关系顾问集团有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第五节 北京信诺传播顾问股份有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第六节 北京迪思公关顾问有限公司一、企业简介二、企业经营状况及竞争力分析第九章 2025-2031年中国公关行业发展趋势及行业前景调研第一节 公关行业发展趋势及前景一、公关行业的投资预测分析二、中国公共关系行业的趋势预测三、二三线城市公关产业前景分析四、公关行业未来重要增长点分析第二节 公关行业市场投资分析一、公关行业投资特性分析二、公关行业投资壁垒分析第三节 公关行业投资影响因素一、公关行业投资有利因素分析二、公关行业投资不利因素分析第四节 公关行业市场投资前景分析一、宏观政策风险二、社会认知风险三、人才流失的风险四、依赖重要客户风险第五节 公关行业市场投资前景研究及建议分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/057504AA3l.html>