

2026-2032年中国公关市场 增长潜力与投资策略制定报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2026-2032年中国公关市场增长潜力与投资策略制定报告》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/1671982DNU.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】2026-03-08

【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: 《2026-2032年中国公关市场增长潜力与投资策略制定报告》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 2021-2025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2021-2025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2021-2025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、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第二节 北京了望投资顾问股份有限公司一、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第三节 皓天财经集团有限公司一、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第四节 纵横公共关系顾问集团有限公司一、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第五节 北京信诺传播顾问股份有限公司一、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第六节 北京迪思公关顾问有限公司一、企业经营情况分析二、企业产品分析三、市场营销网络分析四、公司发展规划分析第九章2026-2032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/1671982DNU.html>