

中国公关行业供需态势全景调研与未来发展前景 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国公关行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/228419228419.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

公关即公共关系，是社会组织同构成其生存环境、影响其生存与发展的那部分公众的一种社会关系，是一个组织为了达到一种特定目标，在组织内外部员工之间、组织之间建立起一种良好关系的科学。

中国报告网发布的《中国公关行业供需态势全景调研与未来发展前景预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

【报告目录】

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2013-2015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

(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、OmnicomGroup (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、APCOworldwide (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、RuderFinn (罗德公关顾问)
 - 十一、奥美公共关系国际集团
- 第三章 2013-2015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
 - (六) 行业内外资收购较为频
 - 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

第四章2013-2015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

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

一、全球企业IPO统计

二、中国企业IPO统计

三、中国企业海外上市情况分析

（一）企业海外上市数量统计

- (二) 企业海外上市市场分布
- (三) 企业海外上市行业分布
- (四) VC/PE支持IPO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

c 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

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、企业基本情况

二、企业公关业务情况

三、企业经营情况分析

四、企业发展优势分析

五、企业发展战略分析

六、企业公关典型案例

第二节北京了望投资顾问股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业公关业务情况

三、企业经营情况分析

四、企业发展优势分析

五、企业发展战略分析

六、企业核心技术分析

第三节皓天财经集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业公关业务情况

三、企业经营情况分析

四、企业发展优势分析

五、企业发展战略分析

第四节纵横公共关系顾问集团有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业服务网络分布

三、企业旗下机构情况

四、企业公关业务情况

五、企业竞争优势分析

第五节北京信诺传播顾问股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业服务领域分布

三、企业旗下机构情况

四、企业公关业务情况

第九章2015-2020年中国公关行业发展趋势及投.资前

第一节公关行业发展趋势及前景

一、公关行业的未来发展趋势分析

二、中国公关关系行业的发展前景

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

（一）品牌效应壁垒

（二）客户资源壁垒

（三）人力资源壁垒

（四）公司规模壁垒

（五）资源积累壁垒

第三节公关行业资影响因素

一、公关行业资有利因素分析

（一）国家战略政策支持 话

（二）企业形象传播管理发展

（三）信息技术的广泛使用

二、公关行业投不利因素分析

（一）对公关认知程度低

(二) 专业人才相对短缺

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/228419228419.html>