

2018-2024年中国互联网公关行业市场现状规模分析与投资商机分析预测报告

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《2018-2024年中国互联网公关行业市场现状规模分析与投资商机分析预测报告》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/hulianwang/311244311244.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

在商业环境活跃、媒介高度发达的今天，公司越来越注重自身品牌的塑造，注重与公众的实时沟通。尤其如今互联网信息技术高度发达，人人都可以成为一个强大的信息传播节点，每一个人都可能成为一个事件背后的推动者，每一次好的或者不好的服务体验，随时都可以被上传至自由的网络公共空间，被更多的消费者知晓。当然，正是信息发布的高度自由，一些恶意的评论内容，则可能让企业蒙受冤屈，无力洗白。

一、纠正错误，传递情怀，专业的公共关系的建立与维护是每一家公司的需求

消费者不仅仅满足于物质需求的消费，更倾向于追求心理上的满足和精神上的认同。可口可乐在百余年风云变幻的市场竞争中屹立不倒，始终稳居霸主地位，公共关系的维护起到了重要的作用。在塑造品牌文化的过程中，可口可乐紧跟时代步伐，不断将先进的文化理念融入其独特的品牌文化，让企业在激烈的市场竞争中占据主动，并与几代消费者建立心灵上和情感上的沟通。看得出来，时至今日，可口可乐的每一次广告都在尝试或努力不断传递着温暖与快乐的正能量，传递着时代的精神与文化，所以在一定程度上赢得了消费者对可口可乐品牌的持续好感。

2016年4月，顺丰快递员被打事件经网络曝光，顺丰集团第一时间宣布要追究肇事者的责任。将单纯的打人事件上升到社会道德层面，成功地引导舆论转向对快递行业生存状况的讨论。公司为员工撑腰顺应了舆论风向，既给了外界一个交代，又暖了员工的心，博得了公众好感。

从血友病吧事件，到贴吧打击盗版，到魏则西事件，2016年百度经历了一次又一次的危机，百度的形象也一度下跌。于是，百度公关在7月份特意开了一个公众号——这届百度公关。该公众号的基调是“自曝、自黑、自嘲、自省”，账号的功能介绍则是“我们就是大家觉得不太行的这届百度公关”。在微信文章中，百度公关使用大量网络用语与时下流行的表情包，主动降低自己的姿态，化被动为主动。

2016年下半年，三星note7爆炸事件经由网络传播持续发酵，而三星的危机公关却接连犯下错误，最终把三星推向尴尬的境地。起初，三星试图通过声明来极力淡化事件的负面影响，并没有足够重视爆炸这一问题；在事后的召回行动上，三星对中国市场区别对待的做法更是引来消费者极度不满。糟糕的公关表现，给三星带来了无法估量的品牌名誉损失，这或是不可挽回的。数据精准投放来实现新型的公关模式。公关公司不只是为客户完成广告与营销任务，更重要的是帮助产品向市场传递正向价值观与优秀文化，让企业成为塑造、传递社会价值观的中心。

在“2016互联网+公关传播业TOP100”榜单中，除重点关注公关公司的资源、创意、执行力等因素之外，还通过iBrand、iSite和iPower三个维度的考量，不仅反映入选企业的品牌影响力、自身的互联网建设水平及行业影响力，也反映正能量指数。

表：2016互联网+公关传播业TOP10

二、目标是公众的信任

公关只是品牌传播的一种手段，不管公关技术多么专业与巧妙，都敌不过用诚心打造的产品与口碑。酒香不怕巷子深，始终恪守孜孜不倦、至臻完美的工匠精神，努力打磨以用户为中心、以市场为需求的产品，逐渐会博得公众的好感。面对突如其来的危机，保持信息公开透明，以用户为出发点，放低姿信任。

做好产品，做好服务，是每一家企业的责任。从心出发，就是最好的公关。

观研天下发布的《2018-2024年中国互联网公关行业市场现状规模分析与投资商机分析预测报告》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、市场前景、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。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国互联网公关行业发展概述

第一节2016-2017年互联网公关行业发展情况概述

一、互联网公关行业相关定义

二、互联网公关行业基本情况介绍

三、2016-2017年互联网公关行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国互联网公关行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网公关行业产业链条分析

三、2016-2017年中国互联网公关行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国互联网公关行业生命周期分析

一、互联网公关行业生命周期理论概述

二、2017年互联网公关行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年互联网公关行业经济指标分析

二、2016-2017年互联网公关行业的赢利性分析

四、2016-2017年互联网公关行业的经济周期分析

三、互联网公关行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国互联网公关行业进入壁垒分析

一、互联网公关行业技术壁垒分析

二、互联网公关行业规模壁垒分析

三、互联网公关行业品牌壁垒分析

四、互联网公关行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球互联网公关行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网公关行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球互联网公关行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲互联网公关行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲互联网公关行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲互联网公关行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲互联网公关行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲互联网公关发展趋势分析

第四节2016-2017年北美互联网公关行业地区市场分析

一、2016-2017年北美互联网公关行业市场现状分析

二、2016-2017年北美互联网公关行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美互联网公关行业市场前景分析

四、2018-2024年北美互联网公关行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟互联网公关行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟互联网公关行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟互联网公关行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟互联网公关行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟互联网公关行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界互联网公关行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球互联网公关行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲互联网公关行业市场规模预测

二、2018-2024年北美互联网公关行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟互联网公关行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国互联网公关产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国互联网公关行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国互联网公关产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国互联网公关产业运行情况

第一节 中国互联网公关行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国互联网公关行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国互联网公关行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国互联网公关行业价值情况分析

三、2016-2017年中国互联网公关行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国互联网公关行业需求情况分析

一、2016-2017年中国互联网公关行业需求分析

二、2016-2017年中国互联网公关行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国互联网公关行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国互联网公关市场格局分析

第一节2016-2017年中国互联网公关行业竞争现状分析

一、中国互联网公关行业竞争情况分析

二、中国互联网公关行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国互联网公关行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国互联网公关行业存在的问题

第四节2016-2017年中国互联网公关行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国互联网公关行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国互联网公关市场价格走势分析

第一节2016-2017年互联网公关行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国互联网公关行业价格现状分析

一、2016-2017年互联网公关行业平均价格走势回顾分析

二、2018年互联网公关行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国互联网公关行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国互联网公关行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国互联网公关行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国互联网公关行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国互联网公关行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区互联网公关市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2016-2017年华东地区互联网公关市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2016-2017年华中地区互联网公关市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2016-2017年华南地区互联网公关市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2016-2017年华北地区互联网公关市场规模分析

第八章2016-2017年中国互联网公关行业竞争情况

第一节2016-2017年中国互联网公关行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国互联网公关行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国互联网公关行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国互联网公关所属行业数据监测

第一节 中国互联网公关所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网公关所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国互联网公关所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国互联网公关行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国互联网公关行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国互联网公关行业未来发展前景分析

一、2018-2024年行业国内投资环境分析

二、2018-2024年中国互联网公关行业市场机会分析

三、2018-2024年中国互联网公关行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国互联网公关行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国互联网公关行业市场发展预测

一、2018-2024年中国互联网公关行业市场规模预测

二、2018-2024年中国互联网公关行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国互联网公关行业产值规模预测

四、2018-2024年中国互联网公关行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国互联网公关行业盈利走势预测

一、2018-2024年中国互联网公关行业毛利润同比增速预测

二、2018-2024年中国互联网公关行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国互联网公关行业投资风险与营销分析

第一节2018-2024年互联网公关行业投资风险分析

- 一、2018-2024年互联网公关行业政策风险分析
- 二、2018-2024年互联网公关行业技术风险分析
- 三、2018-2024年互联网公关行业竞争风险分析
- 四、2018-2024年互联网公关行业其他风险分析

第二节2018-2024年互联网公关行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2024年互联网公关行业经营模式
- 二、2018-2024年互联网公关行业生产模式
- 三、2018-2024年互联网公关行业销售模式

第三节2018-2024年互联网公关行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国互联网公关行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国互联网公关行业品牌战略分析

- 一、互联网公关企业品牌的重要性
- 二、互联网公关企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网公关企业品牌的现状分析
- 四、互联网公关企业的品牌战略
- 五、互联网公关品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国互联网公关行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国互联网公关行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国互联网公关行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国互联网公关行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国互联网公关行业营销渠道策略

一、2018-2024年互联网公关行业营销模式

二、2018-2024年互联网公关行业营销策略

第三节2018-2024年中国互联网公关行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2024年中国互联网公关行业投资区域分析

二、2018-2024年中国互联网公关行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/311244311244.html>