

# 2021年中国公关行业分析报告- 市场供需现状与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国公关行业分析报告-市场供需现状与未来规划分析》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/qitafuwu/547243547243.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 中国公关行业运行情况

公关行业属于现代服务行业，公关企业通过充分理解企业传播需求，专业分析公众群体与媒体的诉求，有效完成公关策划、公关活动、公关稿件发布等服务，其核心业务包括品牌传播、危机管理、数字媒体营销等。随着中国经济的高速发展，中国逐渐从“制造工厂”向“品牌工厂”转变。本土企业的品牌价值意识不断提高，相继开始注重品牌建设以扩大品牌影响力、提升市场占有率，本土企业品牌建设方面需求愈加强烈。

2020年新型冠状病毒疫情后，公关行业集中度将进一步得到提升，自媒体行业高速发展，带动传统公关行业积极转型。2016-2020年公关行业市场规模由500亿元增长至772亿元，年均增速超10%。

2016-2020年中国公关行业市场规模资料来源：中国国际公共关系协会、观研天下数据中心整理

### 中国公关行业产业链环节分析

公关行业上游媒体资源主要包括传统媒体和数字媒体，媒体资源是公关企业与目标公众群体建立联系的重要渠道。数字媒体具有内容多元化、传播针对性更强等特征，传播效果佳，数字媒体资源逐渐取代传统媒体资源在公关行业的市场地位。

#### （一）传统媒体

传统的四大媒体分别为：电视、广播、报纸、期刊（杂志），此外，还有户外媒体，如路牌灯箱的广告位等。

不同传统媒体定义及代表情况

传统媒体

平面媒体

电视媒体

广播媒体

户外媒体

定义

报纸杂志等

电视广告

广播电台

路牌灯箱、电梯、户外LED电子屏

典型代表

人民日报

新周刊杂志

湖南电视台

广东电视台

北京FM103.9

汽车优飞广播FM105.7

分众传媒资料来源：观研天下数据中心整理

## （二）数字媒体

数字媒体资源为互联网媒体、新闻媒体、自媒体、新媒体平台等。不同数字媒体定义及典型代表情况

数字媒体

互联网媒体

新闻媒体

自媒体

新媒体平台

定义

各类网站

新闻门户

个人自媒体、类商业自媒体等

社交新平台

典型代表

百度营销、360推广

新浪网、搜狐网

Papi酱、二更

抖音、小红书资料来源：观研天下数据中心整理

### 中国公关行业重点投资产品分析

近年来，中国公关行业上游参与主体正逐渐由数字媒体占据主导媒体市场地位，传统媒体资源影响力不断减小。在此背景下，数字营销市场需求迅速上升，为拓展收入模式、提升市场竞争力，公关企业相继设立数字营销部门、将媒体投放、数字广告等数字营销业务纳入业务范围，逐步由公关公司向数字营销公司转型。

针对本土市场需求和资源配置，我国公关行业起步较晚，行业人才从业人员素质在不断提高。目前，外资公关企业主营业务多为业务门槛高的企业公关，而本土公关企业主营业务多为营销公关。未来随着公关行业产业的不断升级，本土中小企业重点投资营销公关，大型且实力雄厚的企业向跟精细化的企业公关业务和数字营销发展。

我国公关行业企业主要业务

业务类型

业务内容

业务核心

企业公关业务

企业形象塑造和危机事件处理

市场口碑

营销公关业务

营销推广转化和营销活动举办

流量数据

财经公关行业

上市庆祝活动举办和投资客户满意度

企业市值资料来源：观研天下数据中心整理（cy）

观研报告网发布的《2021年中国公关行业分析报告-市场供需现状与未来规划分析》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国公关行业发展概述

第一节 公关行业发展情况概述

- 一、公关行业相关定义
  - 二、公关行业基本情况介绍
  - 三、公关行业发展特点分析
  - 四、公关行业经营模式
    - 1、生产模式
    - 2、采购模式
    - 3、销售模式
  - 五、公关行业需求主体分析
- 第二节 中国公关行业上下游产业链分析
- 一、产业链模型原理介绍
  - 二、公关行业产业链条分析
  - 三、产业链运行机制
    - (1) 沟通协调机制
    - (2) 风险分配机制
    - (3) 竞争协调机制
  - 四、中国公关行业产业链环节分析
    - 1、上游产业
    - 2、下游产业
- 第三节 中国公关行业生命周期分析
- 一、公关行业生命周期理论概述
  - 二、公关行业所属的生命周期分析
- 第四节 公关行业经济指标分析
- 一、公关行业的赢利性分析
  - 二、公关行业的经济周期分析
  - 三、公关行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国公关行业进入壁垒分析
- 一、公关行业资金壁垒分析
  - 二、公关行业技术壁垒分析
  - 三、公关行业人才壁垒分析
  - 四、公关行业品牌壁垒分析
  - 五、公关行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球公关行业市场发展现状分析

### 第一节 全球公关行业发展历程回顾

### 第二节 全球公关行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲公关行业地区市场分析

- 一、亚洲公关行业市场现状分析
- 二、亚洲公关行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲公关行业市场前景分析

### 第四节 北美公关行业地区市场分析

- 一、北美公关行业市场现状分析
- 二、北美公关行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美公关行业市场前景分析

### 第五节 欧洲公关行业地区市场分析

- 一、欧洲公关行业市场现状分析
- 二、欧洲公关行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲公关行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界公关行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球公关行业市场规模预测

## 第三章 中国公关产业发展环境分析

### 第一节 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、全社会消费品公关总额
- 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 中国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

### 第三节 中国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 中国公关行业运行情况

## 第一节 中国公关行业发展状况情况介绍

### 一、行业发展历程回顾

### 二、行业创新情况分析

#### 1、行业技术发展现状

#### 2、行业技术专利情况

#### 3、技术发展趋势分析

### 三、行业发展特点分析

## 第二节 中国公关行业市场规模分析

## 第三节 中国公关行业供应情况分析

## 第四节 中国公关行业需求情况分析

## 第五节 我国公关行业进出口形势分析

### 1、进口形势分析

### 2、出口形势分析

### 3、进出口价格对比分析

## 第六节、我国公关行业细分市场分析

### 1、细分市场一

### 2、细分市场二

### 3、其它细分市场

## 第七节 中国公关行业供需平衡分析

## 第八节 中国公关行业发展趋势分析

## 第五章 中国公关所属行业运行数据监测

### 第一节 中国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 中国公关所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国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

### 第六章 2017-2021年中国公关市场格局分析

#### 第一节 中国公关行业竞争现状分析

##### 一、中国公关行业竞争情况分析

##### 二、中国公关行业主要品牌分析

#### 第二节 中国公关行业集中度分析

##### 一、中国公关行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国公关行业市场集中度分析

#### 第三节 中国公关行业存在的问题

#### 第四节 中国公关行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国公关行业钻石模型分析

##### 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

### 第七章 2017-2021年中国公关行业需求特点与动态分析

#### 第一节 中国公关行业消费市场动态情况

#### 第二节 中国公关行业消费市场特点分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 公关行业成本结构分析

#### 第四节 公关行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

#### 第五节 中国公关行业价格现状分析

#### 第六节 中国公关行业平均价格走势预测

##### 一、中国公关行业价格影响因素

##### 二、中国公关行业平均价格走势预测

### 三、中国公关行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国公关行业区域市场现状分析

### 第一节 中国公关行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区公关市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区公关市场规模分析

##### 四、华东地区公关市场规模预测

#### 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、华中地区公关市场规模分析

##### 四、华中地区公关市场规模预测

#### 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、华南地区公关市场规模分析

##### 四、华南地区公关市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国公关行业竞争情况

### 第一节 中国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 中国公关行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国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

### 第十章 公关行业企业分析（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

#### 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

#### 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

#### 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

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国公关行业发展前景分析与预测

## 第一节 中国公关行业未来发展前景分析

### 一、公关行业国内投资环境分析

### 二、中国公关行业市场机会分析

### 三、中国公关行业投资增速预测

## 第二节 中国公关行业未来发展趋势预测

## 第三节 中国公关行业市场发展预测

### 一、中国公关行业市场规模预测

### 二、中国公关行业市场规模增速预测

### 三、中国公关行业产值规模预测

### 四、中国公关行业产值增速预测

### 五、中国公关行业供需情况预测

## 第四节 中国公关行业盈利走势预测

### 一、中国公关行业毛利润同比增速预测

### 二、中国公关行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国公关行业投资风险与营销分析

### 第一节 公关行业投资风险分析

#### 一、公关行业政策风险分析

#### 二、公关行业技术风险分析

#### 三、公关行业竞争风险分析

#### 四、公关行业其他风险分析

### 第二节 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 2021-2026年中国公关行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国公关行业品牌战略分析

#### 一、公关企业品牌的重要性

#### 二、公关企业实施品牌战略的意义

#### 三、公关企业品牌的现状分析

#### 四、公关企业的品牌战略

#### 五、公关品牌战略管理的策略

### 第二节 中国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 中国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 2021-2026年中国公关行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国公关行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国公关行业营销渠道策略

- 一、公关行业渠道选择策略
- 二、公关行业营销策略

### 第三节 中国公关行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国公关行业重点投资区域分析
- 二、中国公关行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/547243547243.html>