

# 2016-2022年中国公关公司 市场全景调查与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国公关公司市场全景调查与市场供需预测报告》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.abaogao.com/b/qita/W918940IPT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近几年，随着上海世博会后，各个大型公关公司更加活跃。据料，中国公关服务市场年营业额已超过100亿元人民币，这也致使每年公关人才的需求量以30%的速度增加。

全国80%以上的专业公关公司集中在北京、上海、广州(深圳)三地。三地都是很重要的城市，主要的区别是客户的不同，如波音等大型航空设备提供公司都会在北京设立总部，要求服务的重点是跟政府关系或整体策略性的活动;上海是一个金融中心，更多的是时装时尚与高档消费品的市场;广州则更与老百姓的日用品接近。

据中国国际公共关系协会行业调查，2010年中国公关市场(不包括港澳台地区)继续保持快速增长，整个行业年营业额估计接近150亿元人民币，比09年增长了50%；全行业具有一定经营规模和固定客户的专业公司数目估计达到1000家左右，专业公关公司从业人数超过50000人。

2016年中国公关公司十大品牌企业（排序不分先后） 序列 公司名称 基本情况介绍 1 奥美广告 上海奥美广告有限公司，十大公关公司，始于1980年美国，世界较大的专业化、国际化的公关公司之一 2 蓝色光标 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司，中国公关服务机构知名企业 3 万博宣伟webershandwick 埃培智市场咨询(上海)有限公司，万博宣伟webershandwick，十大公关公司，世界上较大、网络最发达的公共关系咨询公司之一 4 伟达 伟达国际公关顾问公司，十大公关公司，1927创立于美国，WPP集团旗下，拥有全球性的国际办事处网络 5 博雅 广东博雅公关有限公司，十大公关公司，始于1953年美国，全球知名的公共关系和公共事务公司 6 罗德 罗德公共关系顾问（北京）有限公司，十大公关公司，始于1948年美国，世界上较大的独立整合传播公司之一 7 迪思 北京迪思公关顾问有限公司，十大公关公司，隶属于迪思传媒集团，中国产业报协成员单位，方正科技最佳服务合作伙伴之一 8 爱德曼 爱德曼国际公关（中国）有限公司，十大公关公司，始于1952年美国，世界上较大的独立公关公司之一 9 宣亚国际 宣亚国际品牌管理（北京）股份有限公司，十大公关公司，中国领先的整合传播机构，中国公共关系行业杰出雇主品牌 10 信诺传播 北京信诺传播顾问股份有限公司，十大公关公司，中国创意产业知名企业，中国公共关系行业杰出雇

2014年我国公关行业保持稳定增长，整个市场的年营业规模约为380亿元人民币，年增长率为11.44%左右，比2013年12.54%的增速略有下降。

随着新媒体的不断发展，公关行业正在发生结构性变化，传统公关业务增速放缓，而新兴公关业务（如数字公关、娱乐公关等）发展迅猛，特别是在互联网和移动互联网的大规模普

及，大数据广泛应用，以及微博、微信等社会化媒体快速、深入发展的背景下，数字公关已经成为客户非常认可的重要传播手段。在我国经济持续稳定增长的整体背景下，预计作为新兴产业的公共关系行业，行业的成长速度仍然要高于整体经济发展的增速，预计未来5年内，我国公关行业的市场规模将超过500亿元。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国公关公司市场全景调查与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了公关公司行业市场发展环境、公关公司整体运行态势等，接着分析了公关公司行业市场运行的现状，然后介绍了公关公司市场竞争格局。随后，报告对公关公司做了重点企业经营状况分析，最后分析了公关公司行业发展趋势与投资预测。您若想对公关公司产业有个系统的了解或者想投资公关公司行业，本报告是您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。

报告目录：

## 第一章 公关发展概况

### 第一节 产品概述

### 第二节 产品用途

### 第三节 行业发展周期

## 第二章 2015年公关行业发展环境分析

### 第一节 中国经济发展环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、全社会固定资产投资分析

#### 四、城乡居民收入与消费分析

#### 五、对外贸易的发展形势分析

#### 六、国内宏观经济发展预测

### 第二节 中国公关行业政策环境分析

#### 一、产业相关政策分析

#### 二、上下游产业政策影响

#### 三、进出口政策影响分析

### 第三节 中国公关行业技术环境分析

#### 一、公关技术发展概况

#### 二、公关技术工艺流程

### 第三章 2011-2015年中国公关市场供需分析

#### 第一节 中国公关市场供给状况

##### 一、2010-2015年中国公关产量分析

##### 二、2016-2022年中国公关产量预测

#### 第二节 中国公关市场需求状况

##### 一、2010-2015年中国公关需求分析

##### 二、2016-2022年中国公关需求预测

#### 第三节 中国公关市场价格状况

##### 一、2010-2012年中国公关价格分析

##### 二、2016-2022年中国公关价格预测

### 第四章 2015年公关区域市场需求分析

#### 第一节 华东

#### 第二节 华北

#### 第三节 东北

#### 第四节 华南

#### 第五节 华中

#### 第六节 西部

### 第五章 2011-2015年公关行业相关产业分析

#### 第一节 公关行业产业链概述

#### 第二节 公关上游产业发展状况分析

##### 一、上游原材料生产情况分析

##### 二、上游原材料价格走势分析

##### 三、上游原材料行业发展趋势

#### 第三节 公关下游产业发展情况分析

##### 一、行业发展现状概况

##### 二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

## 第六章 2010-2015年公关进出口数据分析

### 第一节 2010-2015年公关进口分析

一、公关进口数量情况

二、公关进口金额分析

三、公关进口来源分析

四、公关进口价格分析

### 第二节 2010-2015年公关出口分析

一、公关出口数量情况

二、公关出口金额分析

三、公关出口流向分析

四、公关出口价格分析

## 第七章 公关主要生产厂商竞争力分析

### 第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

### 第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

### 第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八章 2016-2022年中国公关行业发展趋势与前景分析

第一节 2016-2022年中国公关行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国公关行业投资前景分析

一、公关行业发展前景

二、公关发展趋势分析

三、公关市场前景分析

第三节 2016-2022年中国公关行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2016-2022年公关行业投资策略及建议

第九章 公关企业投融资战略规划分析 (ZY GXH)

第一节 公关企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

### 三、企业可持续发展需要

#### 第二节 公关企业发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、前瞻性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

#### 第三节 公关企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

#### 第四节 公关企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

部份图表目录：

图表1 2010-2015年中国公关产量趋势图

图表2 2016-2022年中国公关市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/W918940IPT.html>