

# 2021-2027年中国公关传播行业竞争战略分析及发展前景研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国公关传播行业竞争战略分析及发展前景研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202012/920119.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

公关传播在广告费越来越难以承受，在媒体的种类与数量越来越多，在消费者产生资讯焦虑的今天，公关成为了企业品牌传播的重要武器，就好像几年前曾经流行的“公关第一，广告第二”所讲的，公关手段在很多企业的传播手段中起着越来越重要的作用。然而，公关的手法同样有高明与低下之分，就目前的企业公关手段来看，不同的级别的手段都在占据着公关的舞台。

公关传播的传播类型

资料来源：智研咨询整理

中国国际公共关系协会(CIPRA)参照国际通用标准，以公关传播行业中的沪、深两市和新三板上市挂牌公司为选取范围，根据各公司2019年度公开年报的数据为评选依据，产生2020年中国公关传播行业财富40强排行榜，其中排名前十的企业排名如下：

2020年中国公关传播行业财富10强排行榜排名公司名称(中文)证券代码备注1蓝色光标300058深市2科达股份(爱创)600986沪市3华扬联众603825沪市4联创互联(上海麟动)300343深市5联建光电(友拓公关)300269深市6中青博联837784新三板7华谊嘉信(迪思传媒)300071深市8众引传播833402新三板9多想互动835212新三板10宗源营销835168新三板资料来源：中国国际公共关系协会、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国公关传播行业竞争战略分析及发展前景研究报告》共十四章。首先介绍了公关传播行业市场发展环境、公关传播整体运行态势等，接着分析了公关传播行业市场运行的现状，然后介绍了公关传播市场竞争格局。随后，报告对公关传播做了重点企业经营状况分析，最后分析了公关传播行业发展趋势与投资预测。您若想对公关传播产业有个系统的了解或者想投资公关传播行业，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 公关传播行业发展综述

1.1 公关传播行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 公关传播行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 公关传播行业在国民经济中的地位

### 1.2.3 公关传播行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 公关传播行业生命周期

### 1.3 最近3-5年中国公关传播行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 公关传播行业运行环境分析

### 2.1 公关传播行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

### 2.2 公关传播行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

### 2.3 公关传播行业社会环境分析

2.3.1 公关传播产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 公关传播产业发展对社会发展的影响

### 2.4 公关传播行业技术环境分析

2.4.1 公关传播技术分析

2.4.2 公关传播技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国公关传播行业运行分析

### 3.1 我国公关传播行业发展状况分析

3.1.1 我国公关传播行业发展阶段

3.1.2 我国公关传播行业发展总体概况

3.1.3 我国公关传播行业发展特点分析

3.2 2016-2020年公关传播行业发展现状

3.2.1 2016-2020年我国公关传播行业市场规模

3.2.2 2016-2020年我国公关传播行业发展分析

3.2.3 2016-2020年中国公关传播企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016-2020年重点省市市场分析

3.4 公关传播细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2020年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 公关传播产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2020年公关传播价格走势

3.5.2 影响公关传播价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年公关传播产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要公关传播企业价位及价格策略

第四章 我国公关传播所属行业整体运行指标分析

4.1 2016-2020年中国公关传播所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2016-2020年中国公关传播所属行业产销情况分析

4.2.1 我国公关传播所属行业工业总产值

4.2.2 我国公关传播所属行业工业销售产值

4.2.3 我国公关传播所属行业产销率

4.3 2016-2020年中国公关传播所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国公关传播行业供需形势分析

## 5.1 公关传播行业供给分析

### 5.1.1 2016-2020年公关传播行业供给分析

### 5.1.2 2021-2027年公关传播行业供给变化趋势

### 5.1.3 公关传播行业区域供给分析

## 5.2 2016-2020年我国公关传播行业需求情况

### 5.2.1 公关传播行业需求市场

### 5.2.2 公关传播行业客户结构

### 5.2.3 公关传播行业需求的地区差异

## 5.3 公关传播市场应用及需求预测

### 5.3.1 公关传播应用市场总体需求分析

#### (1) 公关传播应用市场需求特征

#### (2) 公关传播应用市场需求总规模

### 5.3.2 2021-2027年公关传播行业领域需求量预测

#### (1) 2021-2027年公关传播行业领域需求产品/服务功能预测

#### (2) 2021-2027年公关传播行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业公关传播产品/服务需求分析预测

## 第六章 公关传播行业产业结构分析

### 6.1 公关传播产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国公关传播行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国公关传播行业产业链分析

### 7.1 公关传播行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

## 7.2 公关传播上游行业分析

### 7.2.1 公关传播产品成本构成

### 7.2.2 2016-2020年上游行业发展现状

### 7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

### 7.2.4 上游供给对公关传播行业的影响

## 7.3 公关传播下游行业分析

### 7.3.1 公关传播下游行业分布

### 7.3.2 2016-2020年下游行业发展现状

### 7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对公关传播行业的影响

## 第八章 我国公关传播行业渠道分析及策略

### 8.1 公关传播行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对公关传播行业的影响

#### 8.1.3 主要公关传播企业渠道策略研究

#### 8.1.4 各区域主要代理商情况

### 8.2 公关传播行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 公关传播行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国公关传播营销概况

#### 8.3.2 公关传播营销策略探讨

#### 8.3.3 公关传播营销发展趋势

## 第九章 我国公关传播行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 公关传播行业竞争结构分析

##### (1) 现有企业间竞争

##### (2) 潜在进入者分析

##### (3) 替代品威胁分析

##### (4) 供应商议价能力

##### (5) 客户议价能力

##### (6) 竞争结构特点总结

#### 9.1.2 公关传播行业企业间竞争格局分析

#### 9.1.3 公关传播行业集中度分析

#### 9.1.4 公关传播行业SWOT分析

### 9.2 中国公关传播行业竞争格局综述

#### 9.2.1 公关传播行业竞争概况

- (1) 中国公关传播行业竞争格局
- (2) 公关传播行业未来竞争格局和特点
- (3) 公关传播市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国公关传播行业竞争力分析

- (1) 我国公关传播行业竞争力剖析
- (2) 我国公关传播企业市场竞争的优势
- (3) 国内公关传播企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 公关传播市场竞争策略分析

### 第十章 公关传播行业领先企业经营形势分析

#### 10.1 A公司

##### 10.1.1 企业概况

##### 10.1.2 企业优势分析

##### 10.1.3 产品/服务特色

##### 10.1.4 公司经营状况

##### 10.1.5 公司发展规划

#### 10.2 B公司

##### 10.2.1 企业概况

##### 10.2.2 企业优势分析

##### 10.2.3 产品/服务特色

##### 10.2.4 公司经营状况

##### 10.2.5 公司发展规划

#### 10.3 C公司

##### 10.3.1 企业概况

##### 10.3.2 企业优势分析

##### 10.3.3 产品/服务特色

##### 10.3.4 公司经营状况

##### 10.3.5 公司发展规划

#### 10.4 D公司

##### 10.4.1 企业概况

##### 10.4.2 企业优势分析

##### 10.4.3 产品/服务特色

##### 10.4.4 公司经营状况

#### 10.4.5 公司发展规划

### 10.5 E公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

#### 10.5.3 产品/服务特色

#### 10.5.4 公司经营状况

#### 10.5.5 公司发展规划

### 10.6 F公司

#### 10.6.1 企业概况

#### 10.6.2 企业优势分析

#### 10.6.3 产品/服务特色

#### 10.6.4 公司经营状况

#### 10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2021-2027年公关传播行业投资前景

### 11.1 2021-2027年公关传播市场发展前景

#### 11.1.1 2021-2027年公关传播市场发展潜力

#### 11.1.2 2021-2027年公关传播市场发展前景展望

#### 11.1.3 2021-2027年公关传播细分行业发展前景分析

### 11.2 2021-2027年公关传播市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2021-2027年公关传播行业发展趋势

#### 11.2.2 2021-2027年公关传播市场规模预测

#### 11.2.3 2021-2027年公关传播行业应用趋势预测

#### 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

### 11.3 2021-2027年中国公关传播行业供需预测

#### 11.3.1 2021-2027年中国公关传播行业供给预测

#### 11.3.2 2021-2027年中国公关传播行业需求预测

#### 11.3.3 2021-2027年中国公关传播供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.4.1 市场整合成长趋势

#### 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

#### 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

#### 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2021-2027年公关传播行业投资机会与风险

### 12.1 公关传播行业投融资情况

- 12.1.1 行业资金渠道分析
- 12.1.2 固定资产投资分析
- 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2021-2027年公关传播行业投资机会
- 12.2.1 产业链投资机会
- 12.2.2 细分市场投资机会
- 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2021-2027年公关传播行业投资风险及防范
- 12.3.1 政策风险及防范
- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范
- 第十三章 公关传播行业投资战略研究
- 13.1 公关传播行业发展战略研究
- 13.1.1 战略综合规划
- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国公关传播品牌的战略思考
- 13.2.1 公关传播品牌的重要性
- 13.2.2 公关传播实施品牌战略的意义
- 13.2.3 公关传播企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国公关传播企业的品牌战略
- 13.2.5 公关传播品牌战略管理的策略
- 13.3 公关传播经营策略分析
- 13.3.1 公关传播市场细分策略
- 13.3.2 公关传播市场创新策略
- 13.3.3 品牌定位与品类规划
- 13.3.4 公关传播新产品差异化战略

## 13.4 公关传播行业投资战略研究

### 13.4.1 2020年公关传播行业投资战略

### 13.4.2 2021-2027年公关传播行业投资战略

### 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 公关传播行业研究结论

### 14.2 公关传播行业投资价值评估

### 14.3 公关传播行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202012/920119.html>