

# 2017-2022年中国公共关系服务行业竞争现状及竞争策略分析报告

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《2017-2022年中国公共关系服务行业竞争现状及竞争策略分析报告》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/xixinfuwu/289449289449.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

“公共关系”一词的首次出现在西方，根据爱德华伯尼斯(Edward Bernays)定义，公共关系是一项管理功能，制定政策及程序来获得公众的谅解和接纳。公共关系的概念直到20世纪90年代才引入中国。政府公共关系则是政府与社会公众之间的传播管理。从动态上看，政府公共关系即政府机构与社会公众之间的双向传播沟通活动;从静态上看，政府公共关系是发生在政府与公众之间的一种信息交流、沟通与传播的行为和状态。针对我国经济社会各领域存在的许多矛盾和问题，都与公众缺乏有效沟通有关，党的十八届三中全会提出推进国家治理体系和治理能力现代化，而政府在治理过程中如何与公众进行沟通，争取到广大公众的支持与拥护，从而树立良好的政府公信力，日益成为政府工作的重要内容。

### 一、当前我国政府公共关系的现状

党的十八大以来，新一届政府在处理公共关系方面更加重视，各级政府在处理日常工作中都有意识运用公共关系来处理公共事务，表现为：

在中央和省级层面成立一些公共关系机构，有政府新闻办公室，定期或不定期地举行新闻发布会，特别是社会组织在发生重大具有积极影响的事情时，通过新闻发布会向新闻界公布信息，借助新闻提升该组织或者与该组织密切相关的东西形象。

公共关系工作在政府机构中形成制度化，常态化。比如传统的“市长热线”“市长信箱”等搭建与公众沟通的平台在各级城市中已成为标配，如今始于湖北省武汉市的“电视问政”正在被多地效仿。新媒体时代背景下，官方微博，微信的出现更是丰富了与大众之间沟通交流的方式。

各种形式的公共关系活动普遍展开。比如一些地方政府为提高城市知名度，运用公关策划在电视，报纸，网络等媒介进行宣传。

客观的说，我国政府公共关系都处于起步阶段，在理论和实践过程中显得比较稚嫩，由于我国各地经济实力不一，导致各地对政府公共关系的重视程度有差别。在各地一些重形式，轻内容新闻发布会走过场的情况屡见不鲜，如有些地方政府主管部门举行的新闻发布会，无记者提问环节;出席价格听证会的与会代表缺乏代表性;一些市长热线打不通;开放日不开放;政府网站回复市民留言随意性太大等等。不难看出，除了利益驱使之外，还有公共关系不规范以及认识上有偏差等原因。

图：2010-2016年中国公共关系年营业额比较图 资料来源：公开资料，中国报告网整理

### 二、我国政府公共关系完善的建议

### 1、强化政府公共关系的主体意识

首先建立专门并且独立的政府公共部门，来加强政府的公关职能，以便能和广大公众进行联系与沟通。如信访的内部接待，民政的救济，新闻的发布，宣传等职能部门整合在一起。其次，提高政府工作人的素质，加强公关方面的培训。政府可以在公务员招录的同时引进公关人才。

### 2、通过制度设计将勤政为民，廉洁奉公的工作作风常态化

由于政府工作人员代表政府机构行使公共权力，勤政廉洁是政府形象的一个重要方面。因此政府官员廉洁程度、道德品质好坏程度、办事能力强弱等直接影响政府工作的效果。所有政府公共关系活动的根本宗旨应该是全心全意为人民服务，不遗余力的为人民群众办实事，办好事，既是提高政府声誉的基础，也是政府公共关系落到实处的具体体现。党的十八大以来，特别是自上而下在全党开展以为民务实清廉为主要内容的群众路线教育实践活动以来，全党工作作风有了良好开端，应该通过制度设计将现有成果巩固下来并形成常态。

### 3、建立和完善传播沟通机制

应开辟政府与民间的多种联系渠道，良好的沟通渠道是前提;建立政府和公众之间畅通交流和对话平台。交流应该是双向的而不应是单向的，着重关注公众的反馈。比如营造一个公开、透明的新闻发布会制度环境，为中外记者提供规范的新闻服务，也是政府更充分地保证人民群众的知情权、参与权、监督权从而更好的实现公众对政府工作进行监督的一项具体举措。

中国报告网发布的《2017-2022年中国公共关系服务行业竞争现状及竞争策略分析报告》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。

## 第一章中国公共关系服务行业发展环境分析

### 第一章：公共关系服务行业的定义

#### 1.1行业定义

##### 1.1.1定义

##### 1.1.2服务内容

#### 1.2行业监管机制

#### 1.3行业政策法规

#### 1.4公共关系服务行业的发展条件

#### 1.5公共关系服务行业的文化背景

#### 1.6公共关系服务行业的经济条件

#### 1.7公共关系服务行业的政治条件

#### 1.8公共关系服务行业的科技条件

## 第二章公共关系服务行业发展概况与模式分析

### 1.8.1国际公共关系服务行业发展分析

#### 1.9国际公共关系行业发展历程

#### 1.10国际公共关系行业发展规模

#### 1.11国际公共关系行业区域发展情况

#### 1.12国际公共关系行业典型经营模式

#### 1.13国际公共关系行业核心资源

##### 1.13.1中国公共关系服务行业的发展概况

#### 1.14公共关系服务行业的发展历史

##### 1.14.1早期探索阶段

##### 1.14.2市场培育阶段

##### 1.14.3突破发展阶段

#### 1.15公共关系服务行业的发展特点

#### 1.16公共关系服务行业的发展规模

#### 1.17公共关系服务行业发展分析

##### 1.17.1公共关系服务行业的活动模式

#### 1.18宣传性公关模式

##### 1.18.1目的

##### 1.18.2方式

1.18.3典型案例

1.19交际性公关模式

1.19.1目的

1.19.2方式

1.19.3典型案例

1.20服务性公关模式

1.20.1目的

1.20.2方式

1.20.3典型案例

1.21社会性公关模式

1.21.1目的

1.21.2方式

1.21.3典型案例

1.22征询性公关模式

1.22.1目的

1.22.2方式

1.22.3典型案例

1.23建设性公关模式

1.23.1目的

1.23.2方式

1.23.3典型案例

1.24维系性公关模式

1.24.1目的

1.24.2方式

1.24.3典型案例

1.25防御性公关模式

1.25.1目的

1.25.2特点

1.25.3类型分析

1.26进攻性公关模式

1.26.1目的

1.26.2方式

1.26.3典型案例

1.27矫正性公关模式

1.27.1目的

### 1.27.2方式

#### (1) 公共关系服务行业的业务模式

### 1.28咨询服务业务模式

### 1.29执行服务业务模式

### 1.30模式比较

### 1.31探索与实践

### 1.32典型案例分析

## 第三章中国公共关系服务行业市场现状与前景预测

### 1.32.1公共关系服务行业市场分布

### 1.32.2汽车领域公共关系服务市场现状与前景预测

### 1.33汽车行业发展现状与前景预测

#### 1.33.1中国汽车总体产销情况

#### 1.33.2中国汽车进出口情况

#### 1.33.3中国汽车行业发展趋势

### 1.34汽车领域公共关系服务市场规模

### 1.35汽车营销公关模式分析

#### 1.35.1公关在汽车营销作用

#### 1.35.2汽车营销公关的任务

#### 1.35.3汽车营销公关模式分析

### 1.36汽车营销公关成功案例

#### 1.36.1东风雪铁龙微电影营销

#### 1.36.2上海通用科鲁兹娱乐营销

#### 1.36.3一汽大众高尔夫：文化营销

#### 1.36.4广汽本田：品牌营销

#### 1.36.5东风悦达起亚福瑞迪：“体育+明星”营销

#### 1.36.6东风日产：数字营销

#### 1.36.7一汽马自达睿翼：观念营销

#### 1.36.8宝马汽车：爱心营销

#### 1.36.9东风本田：差异化营销

#### 1.36.10比亚迪F3DM：环保营销

### 1.37汽车领域公共关系服务市场前景预测

#### 1.37.1IT领域公共关系服务市场现状与前景预测

### 1.38IT行业发展现状与前景预测

#### 1.38.1经济表现分析

- 1.38.2收入构成情况
- 1.38.3软件行业发展趋势
- 1.39IT领域公共关系服务市场规模
- 1.40IT领域公共关系服务市场前景预测
- 1.40.1快速消费品领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.41快速消费品行业发展现状与前景预测
- 1.41.1发展现状
- 1.41.2竞争情况
- 1.41.3市场趋势预测
- 1.42快速消费品领域公共关系服务市场规模
- 1.43快速消费品营销公关成功案例
- 1.43.1可口可乐网络营销案例
- 1.43.2青岛啤酒体育营销案例
- 1.44快速消费品领域公共关系服务市场前景预测
- 1.44.1医疗保健领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.45医疗保健行业发展现状与前景预测
- 1.45.1医药商业发展现状
- 1.45.2医药商业市场规模
- 1.45.3药品流通行业运行主要特点
- 1.46医疗保健领域公共关系服务市场规模
- 1.47医疗保健领域公共关系服务行业成功案例
- 1.47.1高露洁
- 1.47.2舒肤佳
- 1.47.3脑白金
- 1.48医疗保健领域公共关系服务市场前景预测
- 1.48.1金融领域公共关系服务市场现状与前景预测
- 1.49金融行业发展现状与前景预测
- 1.49.1银行业发展分析
- 1.49.2证券业发展分析
- 1.49.3信托业发展分析
- 1.49.4保险业发展分析
- 1.50金融领域公共关系服务市场规模
- 1.51金融领域公共关系服务市场前景预测

#### 第四章中国公共关系服务行业业务市场现状与前景预测



- 1.51.1 公共关系服务行业业务市场现状与前景预测
- 1.52 公共关系服务行业不同业务类型分布格局
- 1.53 不同业务类型市场现状与前景预测
- 1.53.1 公共关系服务行业业务潜力市场现状与前景预测
- 1.54 公共关系服务行业潜力市场总体概况
- 1.55 网络公关潜力市场现状与前景预测
- 1.55.1 网络公关发展现状
- 1.55.2 网络公关服务构成
- 1.55.3 网络公关作用分析
- 1.55.4 网络公关成功要素
- 1.55.5 网络公关成功案例
- 1.55.6 网络公关发展趋势
- 1.55.7 网络公关发展潜力
- 1.56 财经公关潜力市场现状与前景预测
- 1.56.1 财经公关发展现状
- 1.56.2 财经公关主要业务
- 1.56.3 财经公关盈利模式
- 1.56.4 财经公关发展问题
- 1.56.5 财经公关成功案例
- 1.56.6 财经公关发展潜力
- 1.57 政府公关潜力市场现状与前景预测
- 1.57.1 以企业为主体的政府公关
- 1.57.2 以政府为主体的政府公关
- 1.58 城市营销潜力市场现状与前景预测
- 1.58.1 城市营销发展现状
- 1.58.2 城市营销发展战略
- 1.58.3 城市营销成功案例
- 1.58.4 城市营销发展趋势
- 1.58.5 城市营销发展潜力
- 1.59 事件营销潜力市场现状与前景预测
- 1.59.1 事件营销关键要素
- 1.59.2 事件营销发展模式
- 1.59.3 事件营销案例
- 1.59.4 事件营销发展建议
- 1.60 危机公关潜力市场现状与前景预测

1.60.1危机公关发展现状

1.60.2危机公关处理原则

1.60.3危机公关成功与失败案例

1.60.4危机公关发展趋势

## 第五章中国公共关系服务行业区域市场现状与前景预测

(1) 公共关系服务行业区域市场概述

(2) 北京公共关系服务行业市场现状与前景预测

1.61北京公共关系服务行业发展环境

1.61.1北京文化背景

1.61.2北京经济环境

1.61.3北京媒介环境

1.61.4北京企业情况

1.62北京公共关系服务行业发展现状

1.62.1北京公共关系服务行业发展概况

1.62.2北京公共关系服务行业发展规模

1.62.3北京公共关系服务行业人才现状

1.63北京公共关系服务行业前景预测

1.63.1北京经济发展

1.63.2北京公关前景预测

(1) 上海公共关系服务行业市场现状与前景预测

1.64上海公共关系服务行业发展环境

1.64.1上海文化背景

1.64.2上海经济环境

1.64.3上海媒介环境

1.64.4上海企业情况

1.65上海公共关系服务行业发展现状

1.65.1上海公共关系服务行业人才现状

1.65.2上海公共关系服务行业业务现状

1.65.3上海公共关系服务行业发展规模

1.65.4上海公共关系服务行业竞争分析

1.66上海公共关系服务行业前景预测

1.66.1上海经济发展

1.66.2上海公关前景预测

(1) 广州公共关系服务行业市场现状与前景预测

- 1.67广州公共关系服务行业发展环境
  - 1.67.1广州文化背景
  - 1.67.2广州经济环境
  - 1.67.3广州媒介环境
- 1.68广州公共关系服务行业发展现状
  - 1.68.1广州公共关系服务行业发展情况
  - 1.68.2广州市公关市场供需状况
  - 1.68.3广州公关业发展与京沪的差距
- 1.69广州公共关系服务行业前景预测
  - 1.69.1成都公共关系服务行业市场现状与前景预测
- 1.70成都公共关系服务行业发展环境
  - 1.70.1成都文化背景
  - 1.70.2成都经济环境
  - 1.70.3成都媒介环境
  - 1.70.4成都企业情况
- 1.71成都公共关系服务行业发展现状
  - 1.71.1成都公共关系服务行业发展情况
  - 1.71.2成都公共关系服务企业类型分析
  - 1.71.3成都公共关系服务行业竞争分析
- 1.72成都公共关系服务行业前景预测
  - 1.72.1《成都市广告产业发展“十三五”规划》
  - 1.72.2《成都市文化产业发展“十三五”规划》

## 第六章中国公共关系服务行业竞争与并购整合分析

- (1) 公共关系服务行业市场竞争分析
  - 1.73公共关系服务行业市场化程度
  - 1.74公共关系服务行业市场竞争格局
    - 1.74.1公共关系服务企业竞争力分析
  - 1.75公共关系服务企业收入竞争力分析
  - 1.76公共关系服务企业客户竞争力分析
  - 1.77公共关系服务企业人才竞争力分析
  - 1.78公共关系服务企业薪酬竞争力分析
    - 1.78.1公共关系服务企业分类别竞争力分析
  - 1.79TOP30公司竞争力分析
    - 1.79.1营业情况

1.79.2运营管理

1.80最具成长性公司竞争力分析

1.80.1营业情况

1.80.2运营管理

(1) 公共关系服务企业并购整合分析

1.81公共关系服务行业进入并购整合阶段

1.82公共关系服务行业并购整合分析

1.82.1公共关系服务行业并购整合特点

1.82.2外资企业并购整合分析

1.82.3中资企业并购整合分析

1.83公共关系服务行业并购整合趋势

第七章中国公共关系服务行业竞争对手经营分析

1.83.1跨国企业在华竞争分析

1.84易美济在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.85万卓环球在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.86罗德公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.87奥美公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.88爱德曼公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.89万博宣伟公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.90伟达公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.91高诚公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.92博雅公关在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.93安可顾问在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.94凯旋先驱在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.95普乐普在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.96福莱国际在华竞争分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

(1) 中资企业经营情况分析

1.97北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.98广通伟业公关策划有限公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.99北京迪思公关顾问有限公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.100北京时空视点传播顾问有限公司经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

1.101际恒集团经营分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

#### 1.102海天网联营销传播机构经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.103嘉利公关顾问公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.104博诚智杰公关咨询有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.105上海哲基公共关系咨询服务股份有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.106明思力中国公关公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.107信诺传播顾问集团经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.108注意力公关顾问机构经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.109传智整合传播集团经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.110恒瑞行传播集团经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.111新势整合传播机构经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.112北京普纳国际公关顾问集团经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.113宣亚国际传播集团经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.114趋势中国传播机构经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.115灵思传播机构经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析



#### 1.116北京关键点公关顾问有限责任公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.117中国环球公共关系公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.118北京易神州网络公关公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.119北京雷鑫创想网络科技有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.120北京口碑互动营销策划有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.121上海润言投资咨询有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.122上海怡桥财经传播有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.123富投资顾问有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 1.124皓天财经集团控股有限公司经营分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

### 第八章中国公共关系服务行业发展前景与机会分析

#### (1) 公共关系服务行业发展趋势及前景分析

#### 1.125公共关系服务行业发展趋势分析

- 1.125.1趋势一：一线城市带动二、三线城市的态势
- 1.125.2趋势二：国内公共关系的国际化程度进一步加深
- 1.125.3趋势三：服务领域更加突出，客户范围扩大
- 1.125.4趋势四：服务模式进一步成熟
- 1.125.5趋势五：新型服务方式将深入开发

#### 1.126公共关系服务行业发展前景分析

##### 1.126.1公共关系服务行业关键要素分析

##### 1.127行业认知度

##### 1.128人才问题

##### 1.129服务定价

##### 1.130客户预算

##### 1.131公关评估

##### 1.132利润率

##### 1.132.1公共关系服务行业发展壁垒分析

##### 1.133品牌壁垒

##### 1.134客户壁垒

##### 1.135人力资源壁垒

##### 1.136公司规模壁垒

##### 1.137资源积累壁垒

##### 1.137.1公共关系服务行业发展机会分析

##### 1.138公共关系服务行业发展机会分析

1.139公共关系服务行业发展策略分析

1.140公共关系服务行业投资价值分析

1.141公共关系服务行业投资建议

1.141.1建议一：加快发展

1.141.2建议二：加大人才培养

1.141.3建议三：遵循以下战略

图表目录

图表1：中国公共关系服务行业主要鼓励政策

图表2：民主政治在形式上的表现

图表3：现代公共关系服务行业的发展条件

图表4：国际公共关系行业发展历程

图表5：国际公共关系市场发展规模和增长速度比较（单位：亿美元，%）

图表6：国际公共关系行业市场份额（单位：%）

图表7：竞争资源四层次模型

图表8：公共关系服务行业的发展特点

图表9：中国公共关系服务行业营业额（单位：亿元）

图表10：公共关系服务行业发展分析

图表11：防御型公关对组织形象的定位

图表12：防御性公关模式类型

图表13：矫正性公关模式方式

图表14：金字塔型人才结构

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/289449289449.html>