



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国公共关系服务 市场分析与发展趋势研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国公共关系服务市场分析与发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/191409.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

公共关系工作本身就是一种服务工作，其管理地位和日常业务都具有明显的服务性质。公共关系工作的成效也需要以服务的质量来加以衡量。公共关系通过各种服务使组织内部运转得更加顺畅协调，使组织外部环境更加和谐、良好。首先，从内部来看，公共关系在组织管理体系中处于中介性的服务地位。它在组织内部不直接作决策，不直接控制人、财、物等资源，不直接生产和推销产品，但却利用其信息传播手段为各个部门服务，渗透到经营管理的各个环节中去。这种内部公关服务做得越好，组织和整体效能就越高。其次，从外部来看，公共关系为公众和社会提供信息，咨询、培训、公益等大众欢迎的服务，将公众利益，社会利益，社会责任与义务摆在首位，往往成为一个组织中社会性、公众性最强的部门，成为最直接为公众利益服务的工作部门，这种外部公关服务做得越好，组织就越得人心。越受公众的欢迎，社会形象就越好。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国公共关系服务市场分析与发展趋势研究报告》共九章。首先介绍了公共关系服务相关概述、中国公共关系服务市场运行环境等，接着分析了中国公共关系服务市场发展的现状，然后介绍了中国公共关系服务重点区域市场运行形势。随后，报告对中国公共关系服务重点企业经营状况分析，最后分析了中国公共关系服务行业发展趋势与投资预测。您若想对公共关系服务产业有个系统的了解或者想投资公共关系服务行业，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。

第一章 公共关系服务产品概述

第一节 产品定义、特点分析

第二节 产品主要应用领域

第三节 产品生命周期分析

第四节 产品波特五力模型分析

第二章 中国公共关系服务产品发展环境分析

第一节 国内公共关系服务经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国公共关系服务经济发展预测分析

第二节 中国公共关系服务行业政策环境分析

第三章 中国公共关系服务市场规模分析

第一节 2006-2010年中国公共关系服务市场规模分析

第二节 2010年我国公共关系服务区域结构分析

第三节 中国公共关系服务区域市场规模分析

一、2006-2010年东北地区市场规模分析

二、2006-2010年华北地区市场规模分析

三、2006-2010年华东地区市场规模分析

四、2006-2010年华中地区市场规模分析

五、2006-2010年华南地区市场规模分析

六、2006-2010年西部地区市场规模分析

第四节 2012-2016年中国公共关系服务市场规模预测分析

第四章 中国公共关系服务需求与消费者偏好调查

第一节 2006-2010年中国公共关系服务产量统计分析

第二节 2006-2010年中国公共关系服务历年消费量统计分析

第三节 公共关系服务产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 公共关系服务产品的品牌市场调查

一、消费者对公共关系服务品牌认知度宏观调查

二、消费者对公共关系服务产品的品牌偏好调查

三、消费者对公共关系服务品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、公共关系服务品牌忠诚度调查

六、公共关系服务品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第五章 中国公共关系服务产品市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2006-2010年中国公共关系服务产品平均价格趋向势分析

第三节 2012-2016年中国公共关系服务产品价格趋向预测分析

第六章 中国公共关系服务重点企业分析

第一节 企业1

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2009-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业2

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2009-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2009-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业4

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2009-2011年经营状况分析
- 四、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2011年经营状况分析

四、2012-2016年公司发展战略分析

第七章 中国公共关系服务产品竞争格局分析

第一节 公共关系服务行业历史竞争格局概况

一、公共关系服务行业集中度分析

二、公共关系服务行业竞争程度分析

第二节 公共关系服务行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2012-2016年中国公共关系服务产品竞争格局分析

第八章 2012-2016年中国公共关系服务产品发展预测分析

第一节 2012-2016年公共关系服务行业产量预测

第二节 2012-2016年公共关系服务行业市场规模产预测

第三节 2012-2016年公共关系服务行业工业总产值预测

第四节 2012-2016年公共关系服务行业销售收入预测

第九章 2012-2016年我国公共关系服务行业投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 2012-2016年中国公共关系服务产品投资风险分析

一、行业竞争风险分析

二、技术风险分析

三、经营管理风险分析

第三节 公共关系服务行业投资策略分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国公共关系服务市场分析与发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/191409.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。