

中国 公关营销趋势研究 2019

《2019中国公关行业营销趋势研究》是胜三进行的一项长期研究，今年是第五轮。此项研究旨在深入了解中国公关行业的洞察和发展。



过往一年，
公关预算
总体增加 **38%**



的受访市场主
认为**KOL推文**
效果较好。



2/3

以上的受访者目前
没有运用**数据**来评估
明星/代言人及IP/赞助植入的
传播效果。



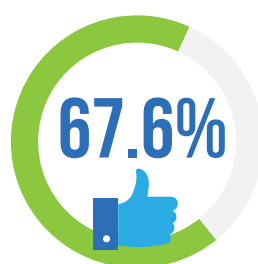
销售增长被
36.2%

的受访市场主设为公关代
理商表现的考核指标

这项研究还指出



公关代理商的平均
合作时间**上升**到
2.7 年。



的市场主表示对于正在合作
中的公关代理商
感到**满意**。

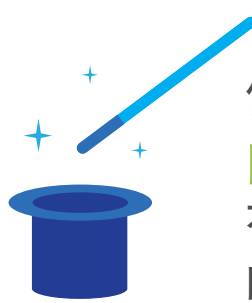
国际代理商在
大多数的属性上表
现优于本土代理商。



本土代理商在**数字
领域**还是相对比
国际代理商胜出。



因应传播环境的变化，
无论是国际或本土
公关代理商都**积极**
地在进行转型。



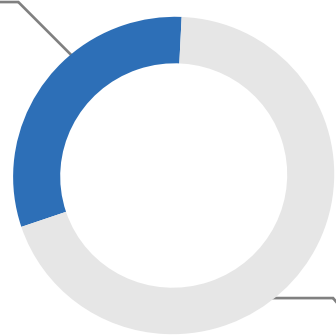
但**仅有少数**
的市场主认为
有转型成功
的代理商。

公关代理商积极转型



市场主观点

30.9 有转型成功的代理商

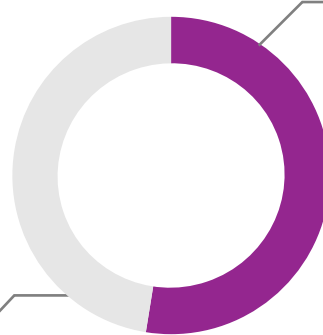


69.1 无转型成功的代理商



代理商同仁观点

52.5 有转型成功的代理商



47.5 无转型成功的代理商