



# 第二届中国公关供应商大会

## 暨供应商资源采购交流论坛

# 2011年中国公关供应商采购需求调查报告



## 调查目的

随着中国公共关系行业的快速发展，以专业的公关公司为主体的产业链逐步形成，公关公司每年都会投入大量的精力在供应商的筛选上，因为公关供应商服务水准的好坏也将直接影响到公关公司对客户的服务质量。

为了降低因供应商服务质量问题所带来的商业风险，优化公关供应商资源，降低采购成本，由中国公共关系网（[www.17pr.com](http://www.17pr.com)）启动本次中国公关供应商采购需求调查，希望通过本次调查对公关公司采购需求及供应商服务水准和状况有全面了解，为公关行业供应商采购管理提供有益参考。



## 调研方向

---

此次调研通过线上与线下结合的方式，对近百家公司的采购情况调研，主要针对以下四个方面：

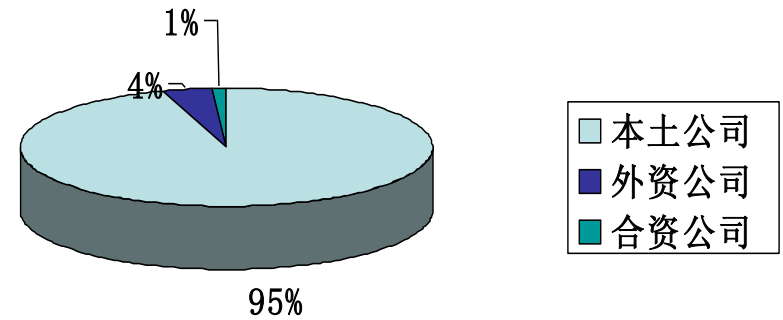
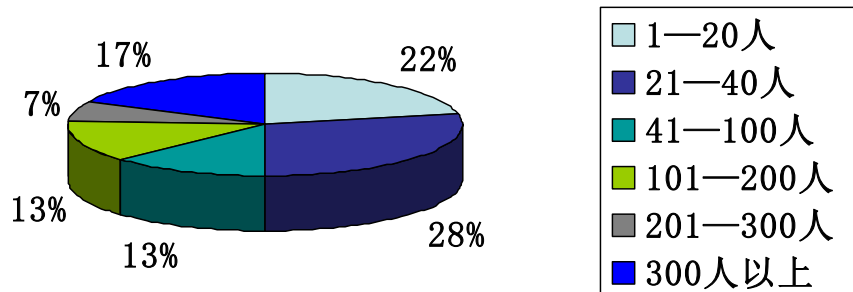
- 公司现有采购体系管理情况
- 公司采购需求
- 跨地区采购需求调研
- 公司信息化管理情况



# 样本分析



参与本次调查的公关企业有近百家，其中100人以下的中小型公关公司占一半，大多数为本土公司。



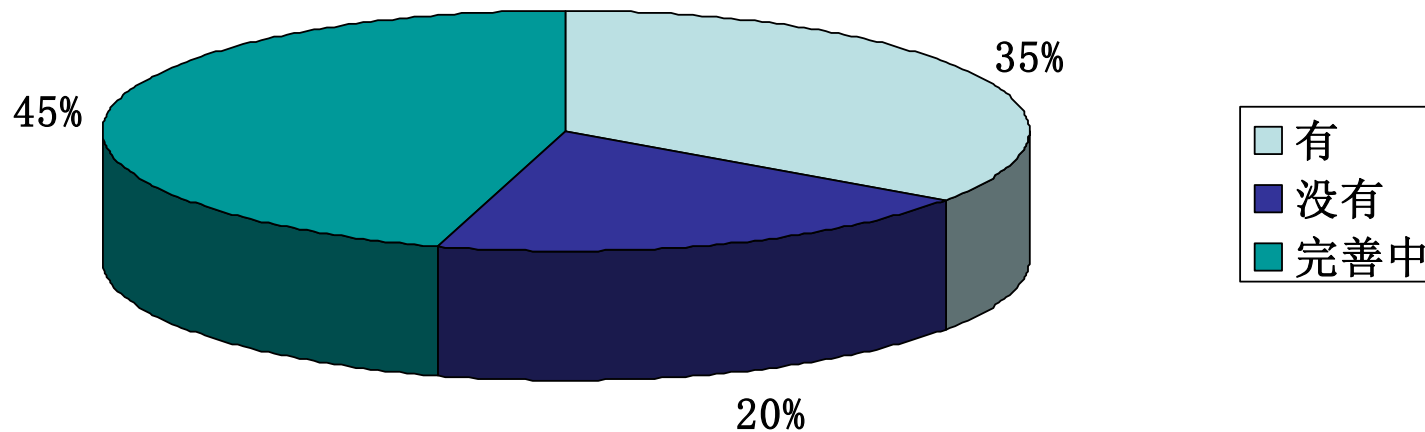


# 公司现有采购体系管理情况



有成熟采购体系的占大约三分之一，有五分之一还没有建供应商采购体系。

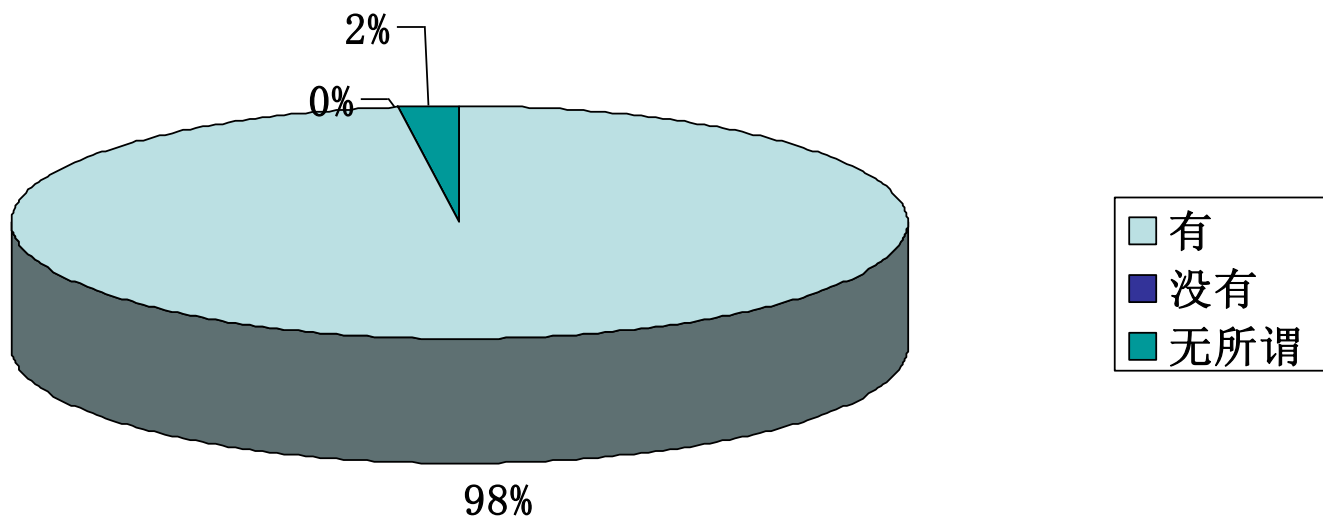
是否有成熟的采购体系





## 大多已建有供应商数据库

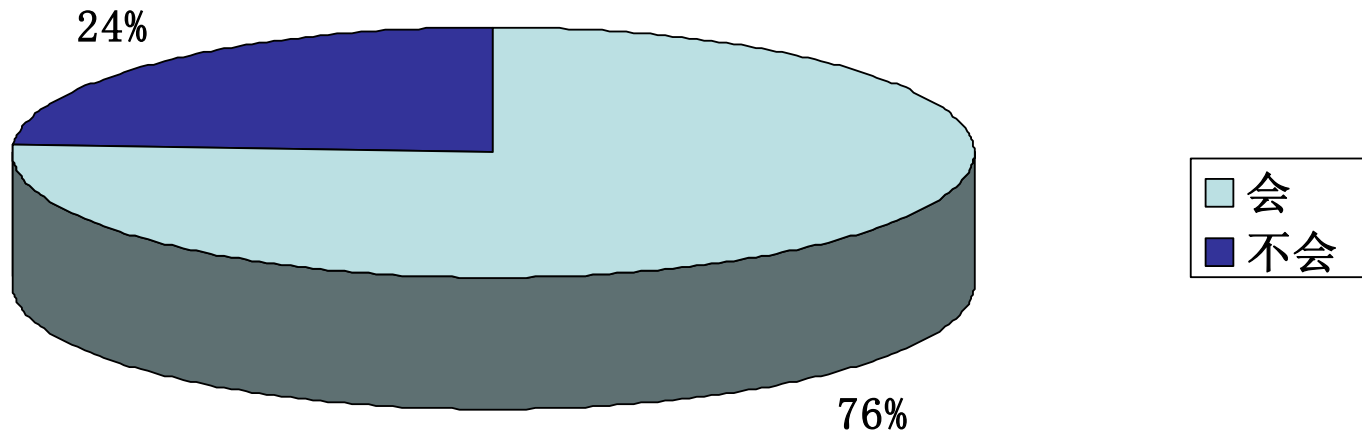
### 是否有供应商数据库





四分之三的公关公司会对供应商进行定期考核与评价。

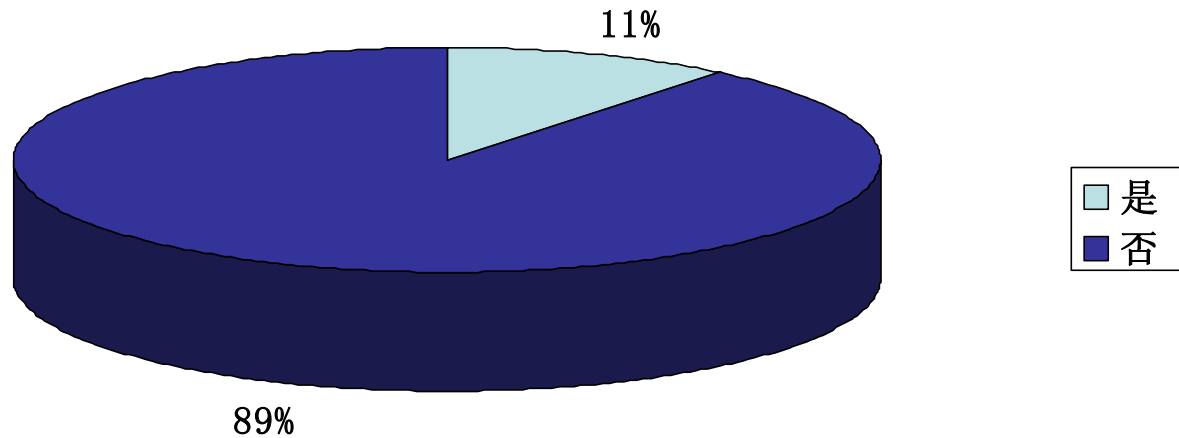
## 是否对供应商进行定期的考核和评价





近90%的公关公司都认为现有供应商体系未饱和。

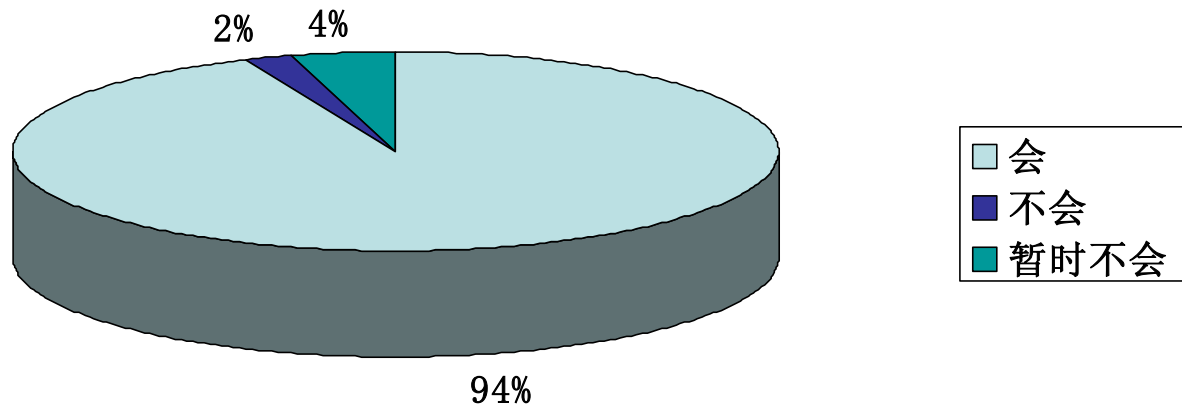
### 供应商体系是否饱和





绝大多数的公关公司都会考虑更高性价比的供应商。

### 是否会考虑更高性价比的供应商



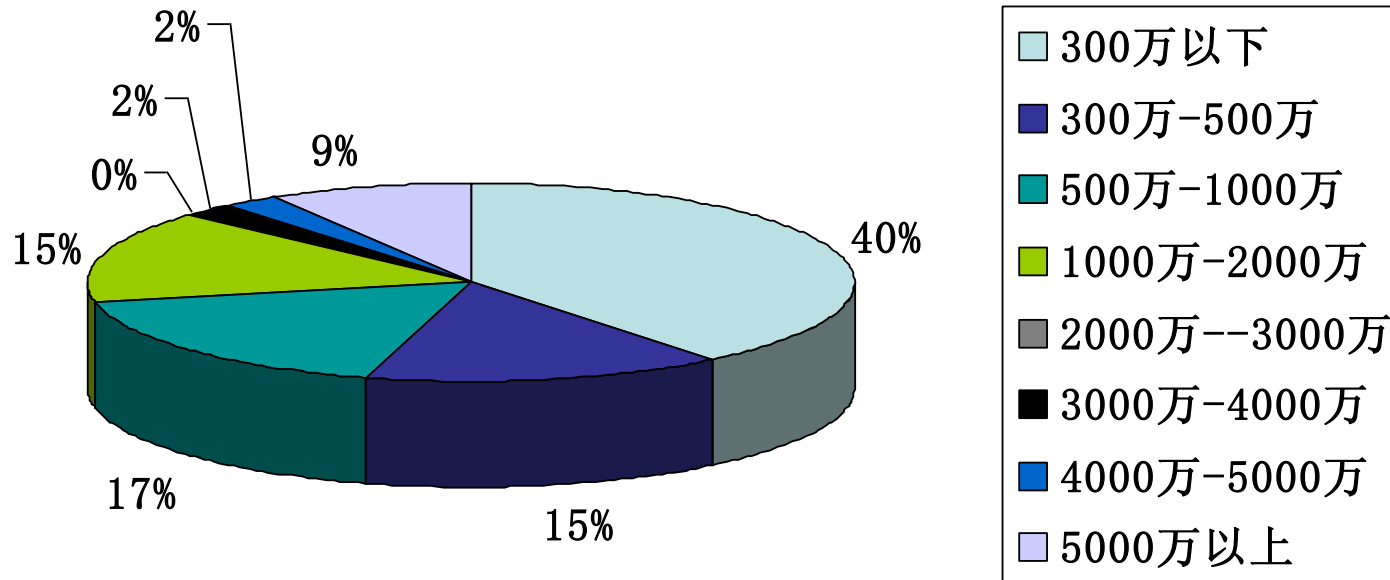


# 公关公司采购需求



一半以上的公关公司一年的供应商采购需求是在500万以下，500-5000万的需求的占到近一半，可见公关供应商的采购需求量很大。

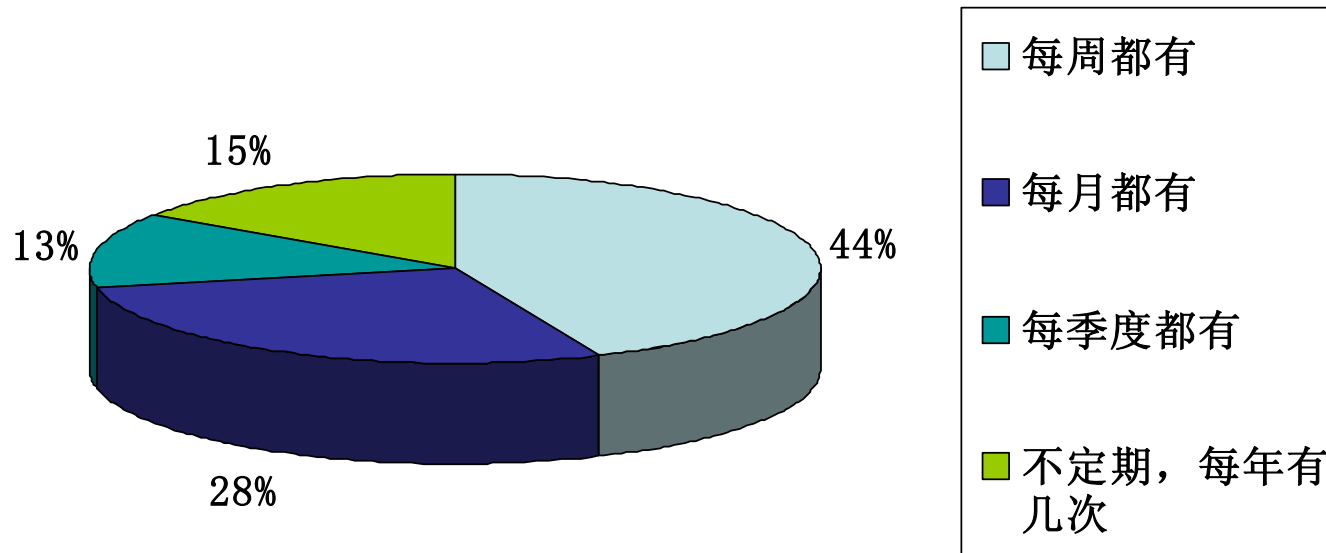
### 公关供应商采购金额范围





每周、每月都有公关供应商采购需求的占到70%多，由此可见其需求很频繁。

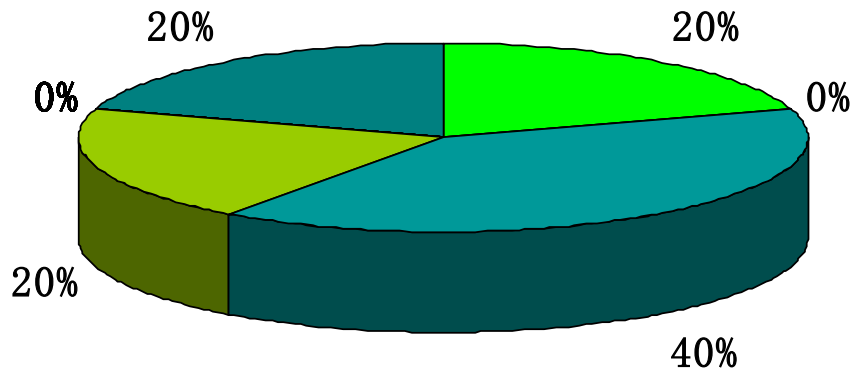
### 公关供应商采购频率





公关供应商采购需求项目很多，其中区域公关公司、会展活动、网络营销、视听器材等需求较多。

### 公关供应商采购项目



- 区域公关公司
- 广告
- 会展活动
- 网络营销
- 撰稿服务
- 发稿服务
- 媒体监测
- 剪报服务
- 速记服务
- 印刷服务
- 商务礼品
- 设计服务
- 场地会所
- 影像服务
- 演艺模特
- 校园推广
- 宴会外卖
- 模型制作
- 视听器材

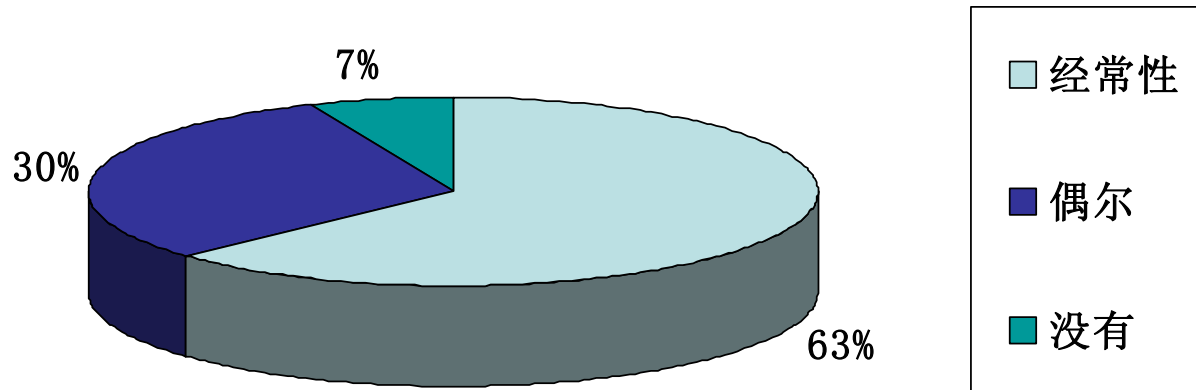


# 跨地区采购需求调研



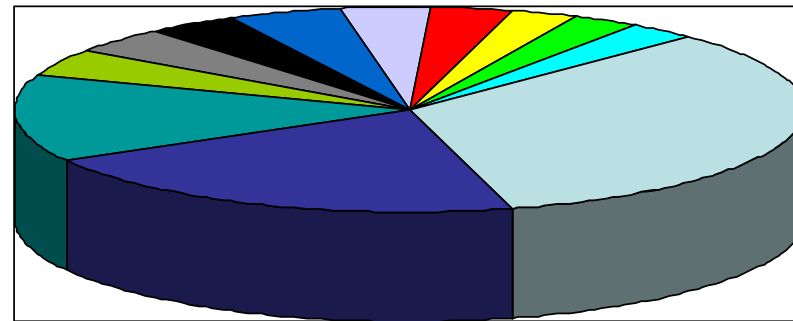
对外阜的公关供应商的采购需求占63%，由此可见其需求也很大。

## 对跨地区外阜公关供应商采购需求



## 公关公司经常做活动的一些城市

南部地区被选择城市较多  
北部地区较少，可提供支持的  
供应商稀缺。

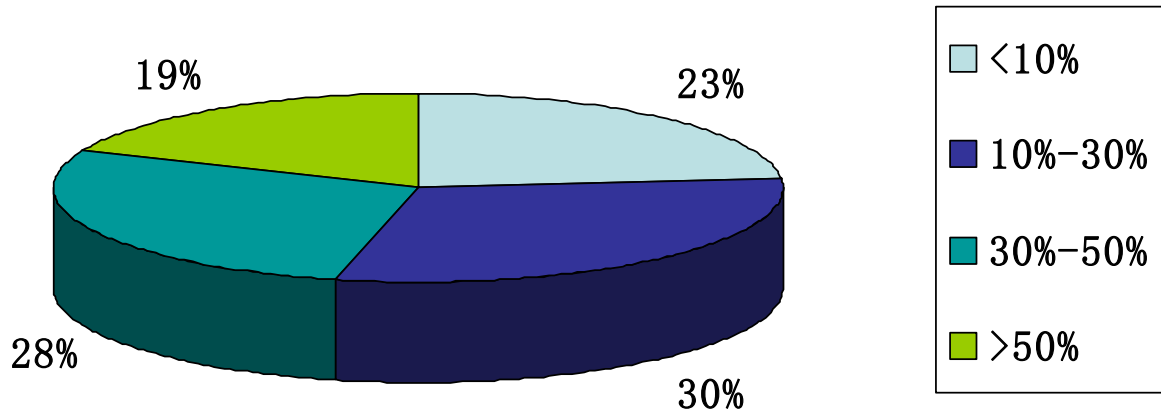


- 北京
- 上海
- 广州
- 成都
- 厦门
- 武汉
- 深圳
- 西安
- 珠海
- 杭州
- 沈阳
- 大连



对外阜的公关供应商的采购需求占其采购量的比例也较大，近一半的公关公司在外阜的采购量占到其采购的30%以上，由此可见其需求也很大。

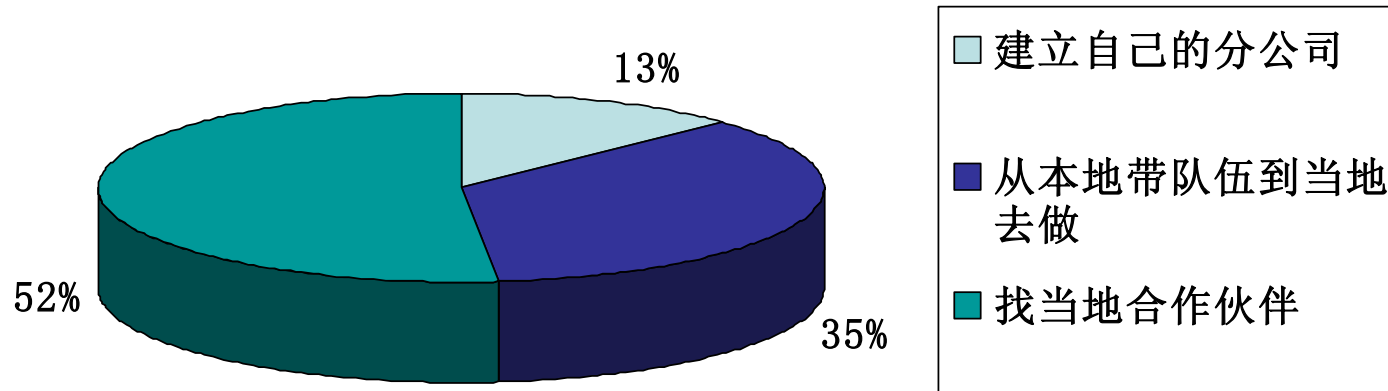
### 对跨地区外阜公关供应商采购需求





跨区域合作的方式选择上，一半以上的公关公司选择找当地合作伙伴完成项目，也有三分之一的选择从本地带队伍到当地做。

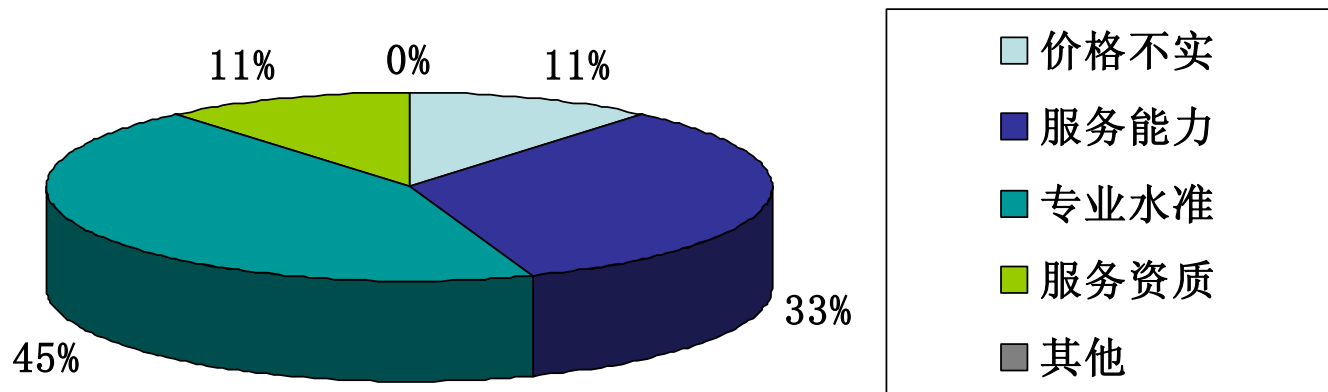
## 对于跨区域合作的方式





公关公司选择找当地合作伙伴完成项目时，主要考虑其供应商的专业水准和服务能力。

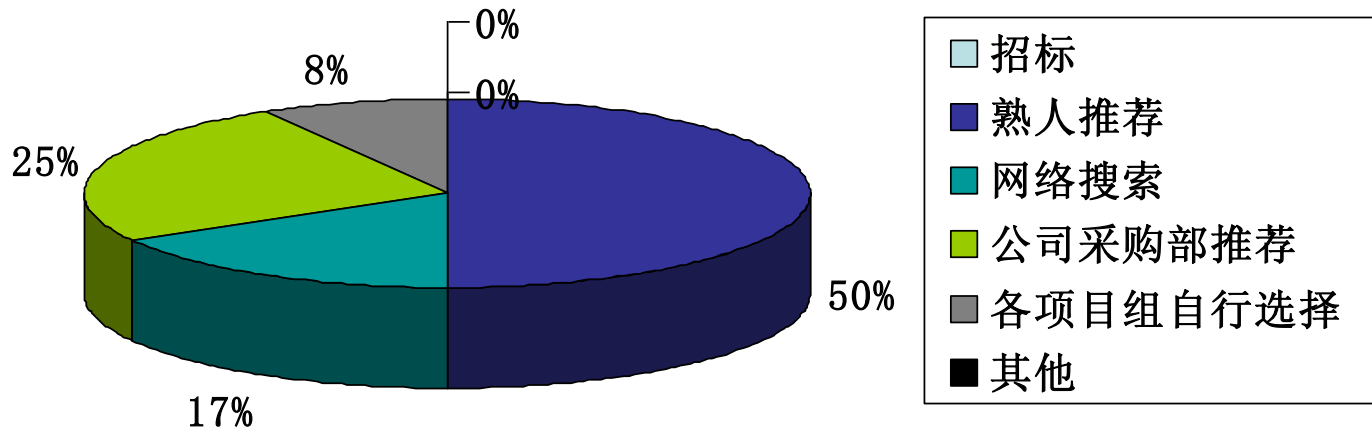
## 对于合作供应商的考虑因素





一半以上的公关公司主要靠熟人推荐，还有部分靠网络搜索，部分公司专设了采购部负责，也有部分公司由各项目组自行选择。几乎没有采取公开招标的，这可能与公关项目的保密性质有关，也可能是因为没有很好的供应商数据库来支持招标。

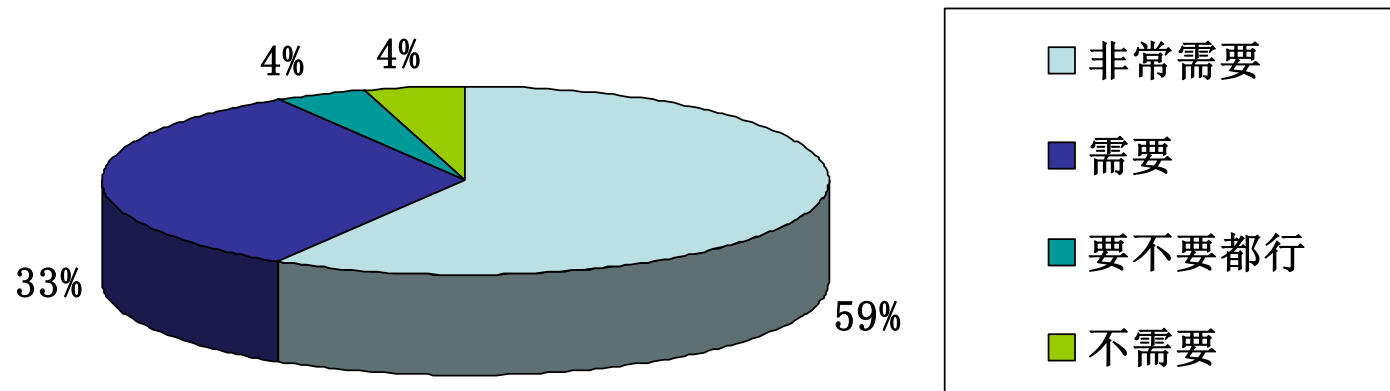
## 现在寻找供应商的方式





90%以上的公关公司都需要一本供应商目录，以找到合适的供应商。

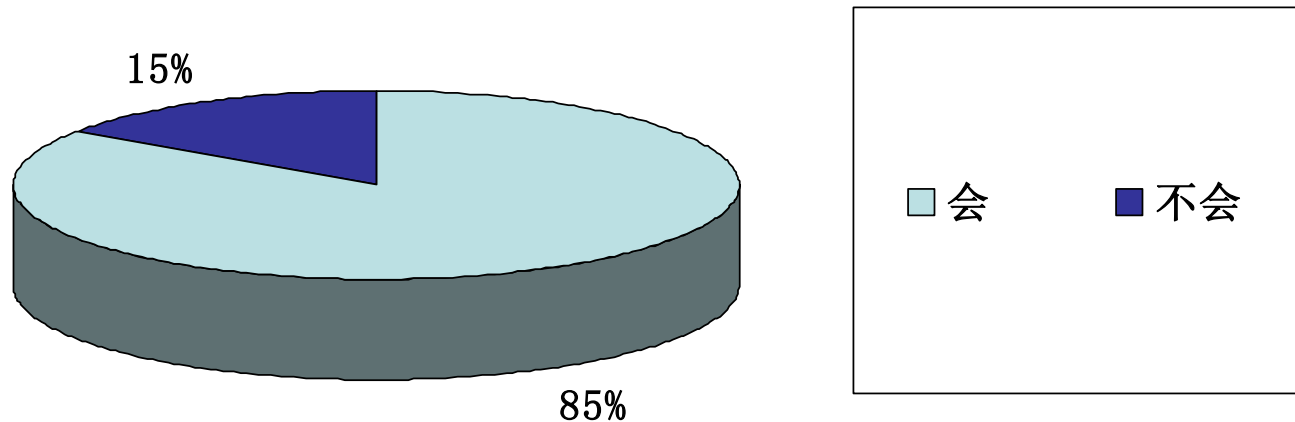
## 是否需要采购目录





85%以上的公关公司会采用第三方推荐的供应商。

对于第三方推荐的供应商是否会采用



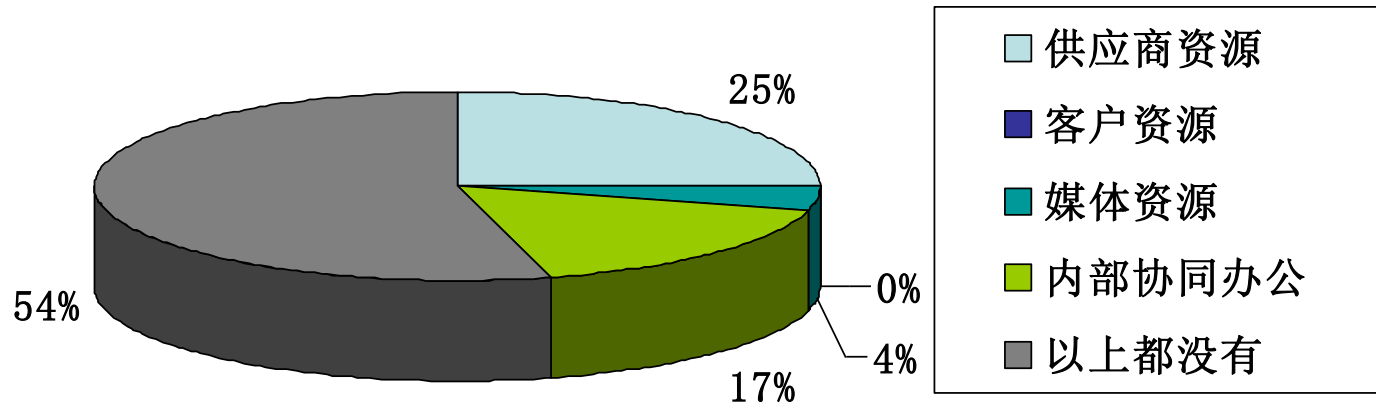


# 公司信息化系统管理情况



大多数公关公司都还没有建立在线管理系统。

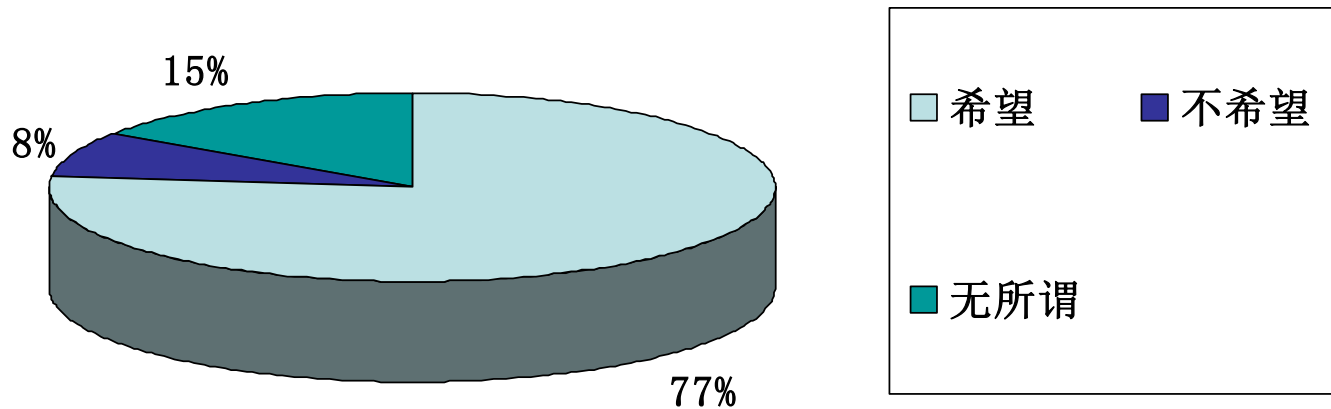
## 在哪些方面实现了在线管理





大多数公关公司希望对供应商实现在线管理。

## 是否希望对供应商实现在线管理





## 调查结论

- 通过本次调查，发现公关行业的上下游产业链合作正在形成，其市场规模已较大。
- 上游公关公司确实有发展下游合作供应商的需求，只是由于信息不对称，现有合作供应商和渠道不能满足其采购需求。
- 有必要通过第三方提供全国各地各类供应商的目录，以达到沟通产业链上下游，加强合作和第三方监督的作用。



致谢

第二届中国公关供应商大会  
暨供应商资源采购交流论坛

---

# Thanks!

---

对参与本次调查的各公关公司表示诚挚的谢意！让我们携起手来，共同推进公关行业合作与发展！

17PR 中国公共关系网