

2021-2027年中国展馆行业 分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国展馆行业分析与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/238038.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

展馆一般称谓会展场馆，是一个活动场所，用于展示商品、会议交流、信息传播、经济贸易等的场所；展馆又是一种建筑物，表达与展示某种文化内涵的建筑产品；展馆客观上也是一个经营的经济组织、社会组织，应用知识与技术进行管理、生产、经营，提供产品和服务，创造经济效益、社会效益。展馆的设计要求，在紧扣展馆主题的情况下，需要遵守以下11点：

1

与展馆主题的和谐：在展馆设计中，设计者首先应该了解主办方所想来设计展馆内展项，展台的布局，应充分考虑到照明、色彩、展品的放置，使的展馆整体和谐，以助主办方达到想要的目的。

2

展馆展品的简洁：展品设计越复杂就会使参观者迷惑，不容易达到主办人想要的目的，更有可能得到相反的效果。

3

突出展品的重点：展品展示应有中心、有焦点。焦点选择应服务于展出目的，一般会特别的展品--新产品、最重要的产品或者最被看重的产品。通过位置、布置、灯光等手段突出重点展品。咨询台也可以是焦点。声像设备也可以将参观者吸引到展台。为产生最大展示效果，应设计布置焦点，但是焦点不可多，通常只设一个。焦点过多容易分散参观者的注意，减弱整体印象，可以通过单独陈列、利用射灯等手段突出、强调重点展品。

4

表达明确的主题，传达明确的信息。主题是展出者希望传达给参观者的基本信息和印象，通常是展出者本身或产品。表达明确的主题从一方面看就是使用焦点，从另一方面看就是使用合适的色彩、图表和布置，用协调一致的方式以造成统一的印象。

5

建立醒目标志。与众不同能吸引更多的参观者，使参观者更容易识别寻找，使未走进展台的参观者也会留下印象。设计要独特，但是不要脱离展出目标和商业形象。

6

从目标观众的角度做设计。传统的设计，特别是像庙宇、宫殿、银行等，强调永恒、权威和壮观。因此，展品设计要考虑人，主要是目标观众的目的、情绪、兴趣、观点、反应等因素。从目标观众的角度进行设计，容易引起目标观众的注意、共鸣，并给目标观众留下比较深的印象。

7

考虑空间。设计人员还需考虑展台工作人员数量和参观者数量。拥挤的展台效率不高，还会使一些目标观众失去兴趣和耐心。反过来空荡的展台也会有相同的效果。由于设计人员对展台面积没有多少决定权，所以主要靠在设计安排上下功夫，比如布局、展台展架使用量以及布置方法。

8

参观人流安排。主办方也许希望在展台内有大量的能自由走动的观众；也许希望吸引大量的观众，也许希望只让经筛选的观众走进展台；也许希望记录每一观众的数据；也许希望只记录经筛选的少数观众；或者甚至不考虑此工作。因此，设计人员在开始就要了解展出者希望何种人流。

9

展台易建。展台结构应当简单，以便在规定的时间里安装完毕,节约主办方成本。

10

慎重设计，不轻易更改。设计时，要考虑周到、全面，设计方案一旦讨论通过就不要轻易更改，尤其不要在后期更改，更改可能拖延施工，增加费用，甚至影响开幕。

11

在预算内做设计。预算常常是矛盾源。预算和设计要求之间可能有很大差距。必须现实地接受预算，在预算内尽力做好设计工作。如果预算不清楚，并不意味着没有限度。这很可能造成很多麻烦。如果设计施工开支过多，设计人员应当承担责任。因此，要坚持弄清楚预算标准。控制开支，事先安排所有项目及标准，在预算内做好设计施工工作。中企顾问网发布的《2021-2027年中国展馆行业分析与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国展馆行业市场发展环境、展馆整体运行态势等，接着分析了中国展馆行业市场运行的现状，然后介绍了展馆市场竞争格局。随后，报告对展馆做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国展馆行业发展趋势与投资预测。您若想对展馆产业有个系统的了解或者想投资中国展馆行业，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 展馆行业发展综述

第一节 展馆行业概述及分类

一、行业概述及优势展馆的优势

1

与传统展览展会形式相比，网络展览馆具备多重优势。首先是节约低耗。一场实体展览会，建设成本从几百万到千万元不等。展期过后，还需要拆除，造成巨大的物资和人力消耗。网络虚拟展览能有效的减少建设成本。

2

网络展览浏览便捷。网络展览不受时间、空间限制，不需要购票入场，只要有网络的地方，用户即可以随时随地地上网浏览效果展览内容。

3

网络展拥有更广泛的受众。网络展览打破必须前往实体展馆才能观看的局限性，能够吸引更多的用户在线参展浏览。

4

网络展览具备展期长效的优势。它不受场地限制，理论展期可以无限延伸，能够较长时间保存，并可以供用户下载客户端，长期浏览体验功能。

5

网络展览与观众之间的互动性强。可利用多媒体技术，以文字、声音、图片、音频、视频及三维、虚拟现实等多种手段，丰富用户体验方式，并能实现在实体展览中无法实现的体验效果，充分调动起观众的参展积极性。

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 展馆行业特征分析

一、产业链分析

二、展馆行业在国民经济中的地位

三、展馆行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、展馆行业生命周期

第三节 展馆行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2019年中国展馆行业运行环境分析

第一节 展馆行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业相关发展规划

第二节 展馆行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、国内宏观经济形势分析
- 三、产业宏观经济环境分析

第三节 展馆行业社会环境分析

- 一、展馆产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、展馆产业发展对社会发展的影响

第四节 展馆行业技术环境分析

- 一、展馆技术分析
- 二、展馆技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势

第三章 2019年中国展馆所属行业运行分析

第一节 展馆行业发展状况分析

- 一、展馆行业发展阶段
- 二、展馆行业发展总体概况
- 三、展馆行业发展特点分析

第二节 展馆行业发展现状

- 一、展馆行业市场规模
- 二、展馆行业发展分析
- 三、展馆企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 展馆细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 展馆产品/服务价格分析

一、展馆价格走势

二、影响展馆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

三、2016-2019年展馆产品/服务价格变化趋势

四、主要展馆企业价位及价格策略

第四章 2019年中国展馆所属行业整体运行指标分析

第一节 展馆行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 展馆行业产销情况分析

一、展馆行业工业总产值

二、展馆行业工业销售产值

三、展馆行业产销率

第三节 展馆行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 2019年中国展馆行业供需形势分析

第一节 展馆行业供给分析

一、展馆行业供给分析

二、2016-2019年展馆行业供给变化趋势

三、展馆行业区域供给分析

第二节 展馆行业需求情况

一、展馆行业需求市场

二、展馆行业客户结构

三、展馆行业需求的地区差异

第三节 展馆市场应用及需求预测

一、展馆应用市场总体需求分析

1、展馆应用市场需求特征

2、展馆应用市场需求总规模

二、2021-2027年展馆行业领域需求量预测

1、2021-2027年展馆行业领域需求产品/服务功能预测

2、2021-2027年展馆行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业展馆产品/服务需求分析预测

第六章 2019年中国展馆行业产业结构分析

第一节 展馆产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国展馆行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2019年中国展馆行业产业链分析

第一节 展馆行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 展馆上游行业分析

一、展馆产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2016-2019年上游行业发展趋势

四、上游供给对展馆行业的影响

第三节 展馆下游行业分析

一、展馆下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2016-2019年下游行业发展趋势

四、下游需求对展馆行业的影响

第八章 2019年中国展馆行业渠道分析及策略

第一节 展馆行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对展馆行业的影响

三、主要展馆企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 展馆行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 展馆行业营销策略分析

一、中国展馆营销概况

二、展馆营销策略探讨

三、展馆营销发展趋势

第九章 2019年中国展馆行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、展馆行业竞争结构分析

- 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

二、展馆行业企业间竞争格局分析

三、展馆行业集中度分析

四、展馆行业SWOT分析

第二节 展馆行业竞争格局综述

一、展馆行业竞争概况

- 1、中国展馆行业竞争格局
- 2、展馆行业未来竞争格局和特点
- 3、展馆市场进入及竞争对手分析

二、中国展馆行业竞争力分析

- 1、中国展馆行业竞争力剖析
- 2、中国展馆企业市场竞争的优势
- 3、国内展馆企业竞争能力提升途径

三、展馆市场竞争策略分析

第十章 展馆主要企业发展概述

第一节 A公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第二节 B公司

- 一、企业概况

- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第三节 C公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第四节 D公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第五节 E公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第六节 F公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、产品/服务特色
- 四、经营状况
- 五、发展规划

第十一章 2021-2027年中国展馆行业投资前景分析

第一节 展馆市场发展前景

- 一、展馆市场发展潜力

二、展馆市场发展前景展望

三、展馆细分行业发展前景分析

第二节 展馆市场发展趋势预测

一、展馆行业发展趋势

二、展馆市场规模预测

三、展馆行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 展馆行业供需预测

一、展馆行业供给预测

二、展馆行业需求预测

三、展馆供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年中国展馆行业投资机会与风险分析

第一节 展馆行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 展馆行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 展馆行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第十三章 2021-2027年中国展馆行业投资战略研究

第一节 展馆行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

第二节 展馆新产品差异化战略

- 一、展馆行业投资战略研究
- 二、展馆行业投资战略
- 三、展馆行业投资战略
- 四、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 展馆行业研究结论

第二节 展馆行业投资价值评估

第三节 展馆行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：展馆行业生命周期

图表：展馆行业产业链结构

图表：2019年中国展馆行业市场规模

图表：2019年中国展馆市场占全球份额比较

图表：2019年中国展馆行业重要数据指标比较

图表：2019年中国展馆行业集中度

图表：2019年中国展馆行业销售收入

图表：2019年中国展馆行业利润总额

图表：2019年中国展馆行业资产总计

图表：2019年中国展馆行业负债总计

图表：2019年中国展馆市场价格走势

图表：2019年中国展馆行业竞争力分析

图表：2019年中国展馆行业工业总产值

图表：2019年中国展馆行业主营业务收入

图表：2019年中国展馆行业主营业务成本

图表：2019年中国展馆行业销售费用分析

图表：2019年中国展馆行业管理费用分析

图表：2019年中国展馆行业财务费用分析

图表：2019年中国展馆行业销售毛利率分析

图表：2019年中国展馆行业销售利润率分析

图表：2019年中国展馆行业成本费用利润率分析

图表：2019年中国展馆行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/238038.html>