

2022-2028年中国展览市场 深度分析与投资前景分析报告

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

《2022-2028年中国展览市场深度分析与投资前景分析报告》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/202206/298689.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

展览（exhibition），读音zhǎnlǎn，著作权法术语，指公开陈列美术作品、摄影作品的原件或者复制件。展览会既是信息，通讯和娱乐的综合，也是唯一的在面对面沟通中充分挖掘五官感觉的营销媒介。20世纪尽管出现高速的电子通讯方式，展览会，作为临时的市场，仍然是最专业、有效的销售工具。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国展览市场深度分析与投资前景分析报告》共十六章。首先介绍了展览行业市场发展环境、展览整体运行态势等，接着分析了展览行业市场运行的现状，然后介绍了展览市场竞争格局。随后，报告对展览做了重点企业经营状况分析，最后分析了展览行业发展趋势与投资预测。您若想对展览产业有个系统的了解或者想投资展览行业，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 展览行业发展概述

第一节 展览行业相关概念

一、展览会概念及分类

二、展会专用名词解释

第二节 展览的概念

一、展览的定义和分类

二、展会服务内容体系分析

三、展览行业地位分析

第三节 展览行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、中外市场成熟度对比

第四节 展览的产业链情况

一、展览产业链分析

二、展览上游客户分析

三、展览下游客户分析

第二章 中国展览行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 国际经济环境分析

- 一、2020年世界经济形势解析
- 二、2020年世界经济形势展望

第三节 行业政策环境分析

- 一、会展业监管体制
- 二、政策法规及影响
- 三、行业相关标准分析
 - （一）专业性展览会等级标准
 - （二）展览场馆运营服务规范
 - （三）布展工程单位运营服务规范
 - （四）浙江省会展行业服务规范

第四节 展览行业技术环境分析

- 一、会展与信息技术
- 二、会展与多媒体技术
- 三、技术环境对行业的影响

第三章 展览行业上下游行业分析

第一节 展览行业上游行业发展现状

- 一、中国会展业发展现状
 - （一）中国会展业发展历程
 - （二）中国会展业发展情况
 - （三）中国会展业发展模式

(四) 中国会展业发展特征

(五) 会展业地区分布特征

二、中国会展经济发展分析

(一) 会展组织者收入统计

(二) 全国会展数量统计

(三) 全国会展展出面积

(四) 全国会展场馆建设

(五) 全国会展业产值规模

(六) 会展业社会贡献情况

三、中国会展业品牌发展分析

(一) 中国会展品牌实施意义

(二) 中国会展品牌发展现状

(三) 中国会展品牌发展建议

四、中国会展业存在的问题与对策

(一) 中国会展业存在的问题

(二) 中国会展业发展对策建议

第二节 上游行业对展览行业的影响

第三节 展览行业下游客户分析

一、组展商客户市场分析

(一) 国内会展主办方分类

(二) 组展商行业分布情况

(三) 组展商规模情况分析

二、参展商客户市场分析

(一) 参展商在展览业中的地位

(二) 参展商参加展览缘由分析

(三) 参展商参展决策因素分析

(四) 参展商参展支出情况分析

第四节 下游客户对展览行业的影响

第四章 中国展览行业市场发展情况分析

第一节 展览市场发展概况

一、展览行业发展现状

二、国内与国际市场分析

三、展览市场规模分析

第二节 展览行业发展存在的问题

一、展览企业规模较小

二、缺乏资本运作空间和方法

三、国内企业的设计水平较低

四、缺乏品牌意识和品牌定位

第三节 展览外包市场分析

一、展览外包发展概述

二、展览外包的边界分析

三、展览外包组织的形式

四、展览外包的政策建议

第五章 中国展览细分市场发展分析

第一节 展览设计行业发展分析

一、展览设计行业发展概述

二、展览设计行业发展现状

三、展览设计行业存在问题

四、展览设计行业发展对策

五、展览设计行业政策建议

第二节 展台搭建服务市场分析

一、展台搭建市场发展概况

二、展台搭建市场竞争情况

三、展台搭建工作总体评价

四、国内外展位搭建的对比

五、展台搭建市场前景预测

第三节 展品运输服务市场分析

一、展品运输行业相关概述

二、展品运输行业特点分析

三、展品运输市场发展现状

四、展品运输服务总体评价

五、展品运输市场前景预测

第六章 中国重点城市展览市场发展分析

第一节 北京市展览市场分析

- 一、北京会展行业发展现状分析
- 二、北京会展行业发展规划分析
- 三、北京展览市场发展现状
- 四、北京展览市场机会分析

第二节 上海市展览市场分析

- 一、上海会展行业发展现状分析
- 二、上海会展行业发展规划分析
- 三、上海展览市场发展现状
- 四、上海展览市场机会分析

第三节 广州市展览市场分析

- 一、广州会展行业发展现状分析
- 二、广州会展行业发展建议分析
- 三、广州展览市场发展现状
- 四、广州展览市场机会分析

第四节 深圳市展览市场分析

- 一、深圳会展行业发展现状分析
- 二、深圳会展行业支持政策分析
- 三、深圳展览市场发展现状
- 四、深圳展览市场机会分析

第五节 重庆市展览市场分析

- 一、重庆会展行业发展现状分析
- 二、重庆会展行业支持政策分析
- 三、重庆展览市场机会分析

第六节 杭州市展览市场分析

- 一、杭州会展行业发展现状分析
- 二、杭州会展行业发展规划分析
- 三、杭州展览市场机会分析

第七章 中国展会市场数据统计分析

第一节 中国境内展览数据统计

- 一、中国展览数量与面积分析
- 二、各省市展会数量与面积分析
- 三、各省市平均办展面积分析
- 四、四大直辖市展览数据分析
- 五、中国各城市展览数据分析
- 六、5个单列市展览数据分析
- 七、8大经济区展览数据分析

第二节 中国境外展览数据统计

- 一、中国境外办展数量统计
- 二、中国境外办展面积统计
- 三、中国境外办展总摊位数
- 四、中国境外办展国家分布
- 五、中国境外办展行业分布
- 六、中国境外办展时间统计

第三节 中国展览机构状况统计

- 一、中国展览机构总体情况
- 二、各省市会展管理机构
- 三、各省市会展协会组织
- 四、各城市会展管理机构
- 五、各城市会展协会组织

第八章 中国主要展会项目分析

第一节 广交会

- 一、广交会相关概述
- 二、广交会采购商到会统计
- 三、广交会成交额统计分析
- 四、广交会经济效应分析

第二节 高交会

- 一、高交会相关概述
- 二、高交会参展商到会统计
- 三、高交会投资商到会统计

四、高交会参展项目到会统计

五、高交会相关影响效应分析

第三节 华交会

一、华交会相关概述

二、华交会参展商数量统计

三、华交会成交额数量统计

四、华交会海外客商数量统计

五、华交会的成功启示

第四节 西博会

一、西博会相关概述

二、西博会参与人数统计

三、西博会成交项目数量

四、西博会成交项目金额

五、西博会经济效应分析

第五节 上海世博会

一、上海世博会相关概述

二、上海世博会举办规模

三、上海世博会效应分析

第九章 展览行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第十章 展览行业典型企业分析

第一节 华毅东方展览有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业业务服务分析
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业服务案例分析

第二节 点意空间国际展览集团

- 一、企业基本情况
- 二、企业业务服务分析
- 三、企业荣誉情况分析
- 四、企业服务案例分析

第三节 香港雅式展览有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业业务服务分析
- 三、企业服务案例分析
- 四、企业未来展会情况

第四节 德马吉（中国）展览有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业荣誉情况分析
- 三、企业服务案例情况
- 四、企业客户情况分析

第五节 北京中展国际展览工程有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业荣誉情况分析
- 三、企业业务服务分析
- 四、企业服务案例分析

第六节 北京东方世源展览展示有限公司

- 一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

第七节 上海现代国际展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业资质荣誉分析

四、企业服务案例分析

第八节 上海艾肯展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业服务案例分析

第九节 广州新之联展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业服务案例分析

第十节 深圳市华奥展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业服务案例分析

第十一章 会展服务行业服务策略分析

第一节 基于体验经济的会展服务分析

一、体验经济与会展服务的相关性

二、体验式会展服务的特征分析

三、基于体验经济的会展服务策略

第二节 中国会展服务体系发展对策

一、转变经营理念提供人性化服务

二、以数据信息服务能力为主轴

三、提供完善和协调的配套服务

四、加强合作伙伴的服务质量控制

五、做好主办方和展馆的沟通工作

第三节 会展企业服务提升策略分析

一、服务延伸化策略

二、服务实体化策略

三、服务差异化策略

四、营销整合化策略

第十二章 2022-2028年展览行业发展趋势分析

第一节 2022-2028年中国展会行业发展趋势预测

一、中国会展发展趋势整体分析

二、中国会展项目发展趋势分析

三、中国会展行业发展预测分析

第二节 2022-2028年中国展览行业未来发展预测分析

一、展览行业发展趋势分析

二、2022-2028年行业发展规模分析

第十三章 展览企业兼并重组与融资策略分析

第一节 展览企业投资兼并与重组分析

一、企业并购态势动机分析

二、企业兼并重组意义分析

三、企业并购战略考虑因素

第二节 展览企业并购重组策略分析

一、企业兼并与收购成本分析

二、企业并购整合的风险分析

三、企业并购与重组对策建议

第三节 展览企业融资渠道与选择分析

一、企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划发展机遇

三、适度债权融资配置资本结构

第四节 展览企业资本市场运作建议

一、企业投资并购对象选择

二、企业海外市场运作建议

三、企业并购整合策略建议

第十四章 2022-2028年展览行业投资机会与风险

第一节 展览行业投资情况及建议

一、展览行业投资格局

二、展览行业进入壁垒

三、展览行业投资机会

第二节 影响展览行业发展的主要因素

一、影响展览行业运行的有利因素分析

二、影响展览行业运行的不利因素分析

三、中国展览行业发展面临的挑战分析

四、中国展览行业发展面临的机遇分析

第三节 展览行业投资风险分析

一、展览行业宏观经济风险

二、展览行业政策风险分析

三、展览行业合作风险分析

四、展览市场竞争风险分析

五、展览行业其他风险分析

第十五章 展览行业盈利模式与投资策略分析

第一节 境外展览行业投资现状及经营模式分析

一、境外展览行业成长情况

二、出展服务行业经营模式分析

三、国外会展服务商在华投资动向

第二节 中国展览行业国际化发展战略分析

一、树立服务观念

二、规范服务流程

三、培养服务人才

四、体现以人为本

第十六章 中国展览行业发展策略及投资建议

第一节 展览行业发展策略分析

- 一、坚持服务创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略（）
- 三、实行多元化市场扩张战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 展览行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、强化重点客户的管理
- 四、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

- 一、重点投资区域建议
- 二、重点投资领域建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/298689.html>