

2023-2029年中国展览服务 市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2023-2029年中国展览服务市场深度评估与发展趋势研究报告》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/202305/363887.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

近年来，我国展览业快速发展，已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台，在我国经济社会发展中的作用日益凸显。2015年国务院印发《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》（国发〔2015〕15号），这是国务院首次全面系统地提出展览业发展的战略目标和主要任务。

2011-2016年，我国举办各类展览数量从6,830场上升到10,519场。展览面积从8,120万平方米上升到13,264万平方米。展览面积增长快于展览项目增长，单位项目规模扩大，展览行业效益向好。

从会展组展单位性质来看，中国组展单位可划分为党政机关、行业协会、外资企业和中国企业四大类型。按照贸促会的统计，2016年全国会展行业办展主体中共有中国企业1,406家，较2015年增加80家，占比57.13%；共有行业协会863个，较2015年增加424家，占比35.07%；共有151个党政机关，较2015年增加9家，占比6.14%；共有41个外资企业，较2015年减少37个，占比1.67%。中国企业和行业协会型组展单位数量不断增长，而党政机关和外资企业型的组展单位数量增长较小或有所下降。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国展览服务市场深度评估与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 展览服务行业概述

第一节 展览服务定义

第二节 开展业务主要履行的审批流程

第三节 展览服务的模式

第二章 2022年中国展览服务行业发展环境

第一节 展览服务行业发展经济环境分析

第二节 展览服务行业发展社会环境分析

第三节 展览服务行业发展政策环境分析

第四节 展览服务行业发展技术环境分析

第三章 全球展览服务行业运行机制及商业模式

第一节 国际会展行业发展

第二节 全球展览服务市场情况

第三节 2023-2029年全球展览服务需求情况预测

第四章 中国展览服务运行机制及商业模式

第一节 中国展览服务运行机制

第二节 中国主要展览服务商业模式

第三节 中国展览服务发展中遇到的主要障碍

第五章 中国展览服务行业重点区域发展分析

第一节 中国展览服务行业重点区域市场结构变化

第二节 华北地区展览服务行业发展分析

第三节 东北地区展览服务行业发展分析

第四节 华东地区展览服务行业发展分析

第五节 中南地区展览服务行业发展分析

第六节 西部地区展览服务行业发展分析

第六章 展览服务行业细分产品行业研究

第一节 展览服务细分市场（一）调研

第二节 展览服务细分市场（二）调研

第七章 展览服务行业上、下游行业研究分析

第一节 展览服务行业上游调研

第二节 展览服务行业下游调研

第八章 展览服务行业重点企业发展情况分析

第一节 中国对外贸易中心（集团）

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第二节 中国对外贸易广州展览总公司

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第三节 中国国际展览中心集团公司

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第四节 亚洲博闻有限公司

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第五节 法兰克福展览（上海）有限公司

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第六节 英国励展博览集团

一、企业概况

二、主要展会运营

三、企业销售网络

四、企业经营状况分析

五、企业发展规划

第七节 汉诺威米兰展览（上海）公司

- 一、企业概况
- 二、主要展会运营
- 三、企业销售网络
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业发展规划

第八节 天津振威展览股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主要展会运营
- 三、企业销售网络
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业发展规划

第九章 展览服务企业发展策略分析

第一节 展览服务销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第二节 提高展览服务企业竞争力的策略

- 一、提高我国展览服务须企业核心竞争力的对策
- 二、影响展览服务须企业核心竞争力的因素
- 三、提高展览服务须企业竞争力的策略

第三节 对我国展览服务品牌的战略思考

- 一、展览服务实施品牌战略的意义
- 二、展览服务品牌战略管理的策略

第十章 展览服务行业投资情况与发展前景分析

第一节 展览服务行业投资情况分析

第二节 展览服务行业投资机会分析

- 一、企业融资环境概述
- 二、融资渠道分析
- 三、企业融资建议

第十一章 展览服务行业进入壁垒及风险控制策略

第一节 展览服务行业进入壁垒分析

一、技术壁垒

二、认证壁垒

三、资金壁垒

第二节 展览服务行业投资风险及控制策略

一、展览服务市场风险及控制策略

二、展览服务行业政策风险及控制策略

三、展览服务行业经营风险及控制策略

四、展览服务同业竞争风险及控制策略

五、展览服务行业其他风险及控制策略

第十二章 展览服务行业研究结论

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/363887.html>