

2020-2026年中国会展市场 调查与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国会展市场调查与市场供需预测报告》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/202001/147359.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

报告目录：

第一章 会展行业相关概述

1.1 会展业相关介绍

1.1.1 会展业的定义

1.1.2 现代会展业的特征

1.1.3 会展业的应用价值

1.1.4 会展业的产业内涵和特征

1.1.5 会展产业上下游环节分析

1.1.6 城市会展业发展的因素分析

1.2 会展的经济功能

1.2.1 联系和交易功能

1.2.2 整合营销功能

1.2.3 调节供需功能

1.2.4 技术扩散功能

1.2.5 产业联动功能

1.2.6 经济一体化功能

1.3 会展行业经营模式分析

1.3.1 整体商业模式

1.3.2 细分商业模式

1、服务模式

2、销售模式

3、采购模式

第二章 会展行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2019年中国会展行业发展环境分析

3.1 会展行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 我国会展行业发展政策汇总

3.1.4 国务院发布展览业发展意见

3.2 会展行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 会展行业社会环境分析（S）

3.3.1 会展产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 会展行业技术环境分析（T）

3.4.1 会展技术分析

3.4.2 行业主要技术发展趋势

3.4.3 技术环境对行业的影响

第四章 全球会展行业发展概述

4.1 世界会展业发展综合情况

- 4.1.1 全球会展市场发展综况
- 4.1.2 国际会展行业发展动向
- 4.1.3 国际会展业的竞争格局
- 4.1.4 国际会展行业发展状况
- 4.1.5 国际会展业的发展特点
- 4.1.6 国际城市会展业发展特征
- 4.1.7 世界会展业发展的经验和启示
- 4.2 发达国家会展业智慧化发展模式分析
 - 4.2.1 智慧化发展特征
 - 4.2.2 市场自发模式
 - 4.2.3 开放借力模式
 - 4.2.4 政府助推模式
 - 4.2.5 发展模式对比
- 4.3 国际会展业盈利模式分析
 - 4.3.1 德国模式
 - 4.3.2 英国模式
 - 4.3.3 美国拉斯维加斯模式
- 4.4 2014-2019年全球主要地区会展行业发展状况
 - 4.4.1 德国
 - 1、德国会展业发展动力
 - 2、德国会展业发展综况
 - 3、德国会展业的发展特征
 - 4、德国城市会展业发展特点
 - 5、德国城市会展业带来的启示
 - 6、未来德国会展业发展的趋势
 - 4.4.2 美国
 - 1、美国政策支持会展业
 - 2、美国会展业发展特点
 - 3、美国知名展馆介绍
 - 4、美国会展业发展经验
 - 4.4.3 新加坡
 - 1、新加坡会展业发展综述

- 2、新加坡会展业运行特点
- 3、新加坡商务会展业发展提速
- 4、新加坡政府会展业管理状况
- 5、新加坡会展业发展优势分析
- 6、新加坡政府主导型会展业发展经验探析

4.4.4 韩国

- 1、会展业成韩国经济增长动力
- 2、韩国会展业发展的原因分析
- 3、旅游业助力韩国会展业发展
- 4、韩国会展业亟待解决的问题
- 5、韩国会展业未来的发展路径

4.4.5 港澳台地区

- 1、台湾会展业发展状况
- 2、香港会展业发展概况
- 3、澳门会展业发展状况

4.5 2020-2026年全球会展行业发展前景预测

- 4.5.1 全球会展行业市场规模预测
- 4.5.2 全球会展行业发展前景分析
- 4.5.3 全球会展行业发展趋势分析

第五章 中国会展行业发展概述

5.1 2014-2019年中国会展业发展整体状况

- 5.1.1 中国会展业发展阶段回顾
- 5.1.2 外资加快布局中国会展市场
- 5.1.3 我国会展业国际化程度加深
- 5.1.4 会展业机构设置与管理模式

5.2 2014-2019年会展业运作情况分析

- 5.2.1 会展行业发展特点
- 5.2.2 会展行业运行状况
- 5.2.3 中国会展业的新常态发展
- 5.2.4 各地积极推进会展业发展

5.3 中国会展业品牌建设分析

- 5.3.1 会展行业品牌效应分析
- 5.3.2 品牌展会受到市场热捧
- 5.3.3 我国会展业亟待推进品牌化
- 5.3.4 我国会展业品牌建设的问题
- 5.3.5 我国会展业品牌建设的建议
- 5.4 中国会展业存在问题分析
- 5.4.1 中国会展业与发达国家的差距
- 5.4.2 中国会展业面临的主要问题
- 5.4.3 我国会展业发展的不足之处
- 5.4.4 我国会展行业存在的立法问题
- 5.4.5 国内会展业专业化水平亟待提高
- 5.5 会展业发展对策建议分析
- 5.5.1 我国会展业发展的应对策略
- 5.5.2 国内会展业发展的主要建议
- 5.5.3 会展业新常态的发展对策
- 5.5.4 合理定位政府的发展角色
- 5.5.5 会展业“四化”发展建议

第六章 中国会展行业市场运行分析

- 6.1 2014-2019年中国会展行业总体规模分析
- 6.1.1 企业数量结构分析
- 6.1.2 人员规模状况分析
- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2019年中国会展行业市场供需分析
- 6.2.1 中国会展行业供给分析
- 6.2.2 中国会展行业需求分析
- 6.2.3 中国会展行业供需平衡
- 6.3 2014-2019年中国会展行业财务指标总体分析
- 6.3.1 行业盈利能力分析
- 6.3.2 行业偿债能力分析
- 6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国会展经济与城市会展建设综况

7.1 会展经济概述

7.1.1 会展经济的内涵

7.1.2 会展经济的特点

7.1.3 会展经济在中国快速崛起

7.1.4 我国会展经济发展特征

7.1.5 会展业与区域经济的互动发展

7.1.6 我国中部会展经济发展综述

7.1.7 会展经济持续发展的对策

7.2 会展拉动城市经济发展分析

7.2.1 会展与城市互动发展分析

7.2.2 会展业在城市经济发展中的地位

7.2.3 会展经济有效拉动中小城市发展

7.2.4 会展业对城市相关行业的带动效应

7.2.5 会展经济可以提升城市竞争力

7.2.6 会展业成城市经济发展催化剂

7.2.7 会展经济和城市经济的相互促进

7.3 会展经济与城市品牌联动效应剖析

7.3.1 会展经济与城市品牌的概念及定位

7.3.2 会展经济对城市品牌的联动效应

7.3.3 会展经济造就城市品牌的途径

7.4 城市会展品牌的构成及塑造路径分析

7.4.1 城市会展品牌构成要素

7.4.2 城市会展品牌体系构建

7.4.3 城市会展品牌综合评价

7.4.4 城市会展品牌塑造路径

7.5 中小城市会展业的发展

7.5.1 中小城市会展业发展概述

7.5.2 中等城市会展业发展现状

7.5.3 中小城市会展行业的发展对策

- 7.5.4 我国二级城市会展业发展思路
- 7.5.5 国内中小城市会展业发展潜力解析
- 7.6 会展与旅游业的对接
 - 7.6.1 会展业与旅游业关联度解析
 - 7.6.2 会展业和旅游业对接简述
 - 7.6.3 我国会展旅游发展优化模式构建
 - 7.6.4 城市会展业和旅游业整合发展剖析
- 7.7 会展经济与城市发展的问題对策
 - 7.7.1 中国城市会展业非均衡性问题探讨及建议
 - 7.7.2 应积极推进会展经济与产业集群对接发展
 - 7.7.3 我国会展经济发展应加强城市间合作
 - 7.7.4 以科学发展观指导会展业带动城市经济发展

第八章 中国会展业的营销分析

- 8.1 会展营销概述
 - 8.1.1 会展营销的内涵及优势
 - 8.1.2 会展营销的构成要素
 - 8.1.3 中国会展营销的探讨
 - 8.1.4 会展业城市营销建议
 - 8.1.5 国外会展营销经验借鉴
 - 8.1.6 会展业营销及传播策略浅析
 - 8.1.7 政府营销助力会展业发展
- 8.2 中国会展业营销新模式分析
 - 8.2.1 会展营销的大数据模式
 - 8.2.2 会展业的微信营销模式
 - 8.2.3 会展业的会议营销模式
 - 8.2.4 微博营销助力会展品牌建设
- 8.3 中国会展业创新营销策略分析
 - 8.3.1 会展营销创新策略解析
 - 8.3.2 营销理念创新
 - 8.3.3 营销主体创新
 - 8.3.4 营销手段创新

8.3.5 营销内容创新

8.4 中国会展业的整合营销分析

8.4.1 会展业主题的选择

8.4.2 展会机构的搭建

8.4.3 展会卖点的策划

8.4.4 展会的整合宣传

8.4.5 展会的综合服务

8.5 展览会各个阶段的营销策略

8.5.1 展览会四阶段概述

8.5.2 培育期展览会的营销策略

8.5.3 成长期展览的营销策略

8.5.4 成熟期与衰退期展览的营销策略

8.6 会展中的4C营销分析

8.6.1 4C营销概述

8.6.2 4C营销案例分析

8.6.3 4C营销经营建议

第九章 中国会展行业上、下游产业链分析

9.1 会展行业产业链概述

9.1.1 产业链定义

9.1.2 会展行业产业链

9.2 会展行业主要上游产业发展分析

9.2.1 上游产业发展现状

9.2.2 上游产业供给分析

9.2.3 上游供给价格分析

9.2.4 主要供给企业分析

9.3 会展行业主要下游产业发展分析

9.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

9.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

9.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

9.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第十章 中国会展行业市场竞争格局分析

10.1 中国会展行业竞争格局分析

10.1.1 会展行业区域分布格局

10.1.2 会展行业企业规模格局

10.1.3 会展行业企业性质格局

10.2 中国会展行业竞争五力分析

10.2.1 会展行业上游议价能力

10.2.2 会展行业下游议价能力

10.2.3 会展行业新进入者威胁

10.2.4 会展行业替代产品威胁

10.2.5 会展行业现有企业竞争

10.3 中国会展行业竞争SWOT分析

10.3.1 会展行业优势分析（S）

10.3.2 会展行业劣势分析（W）

10.3.3 会展行业机会分析（O）

10.3.4 会展行业威胁分析（T）

10.4 中国会展行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国会展行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国会展行业领先企业竞争力分析

11.1 中国国际展览中心集团公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业主要产品分析

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2 中国对外贸易中心(集团)

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业主要产品分析

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业发展战略分析

11.3 上海新国际博览中心有限公司

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业主要产品分析

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 国家会展中心(上海)有限责任公司

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业主要产品分析

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 北京北辰实业股份有限公司国家会议中心

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业主要产品分析

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.5.5 企业最新发展动态

11.5.6 企业发展战略分析

11.6 德马吉国际展会公司

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业主要产品分析

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.6.5 企业最新发展动态

11.6.6 企业发展战略分析

11.7 鹏璟文化创意（上海）股份有限公司

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业主要产品分析

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 大连北方国际展览股份有限公司

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业主要产品分析

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.8.5 企业最新发展动态

11.8.6 企业发展战略分析

11.9 武汉市汉商集团股份有限公司

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业主要产品分析

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.9.5 企业最新发展动态

11.9.6 企业发展战略分析

11.10 中青旅控股股份有限公司

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业主要产品分析

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业最新发展动态

11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2020-2026年中国会展行业发展趋势与前景分析

12.1 中国会展业的前景及预测

12.1.1 “十三五”会展业前景展望

- 12.1.2 “一带一路”的发展机遇
- 12.1.3 中国或成国际会展新蓝海
- 12.1.4 中国会展业发展潜力分析
- 12.1.5 “互联网+会展”市场潜力大
- 12.2 会展业的发展趋势
 - 12.2.1 世界会展业未来发展态势
 - 12.2.2 未来中国会展业发展趋势
 - 12.2.3 中国会展城市的发展趋势
 - 12.2.4 国内会展业未来发展方向
 - 12.2.5 会展业技术发展趋势分析
 - 12.2.6 中国会展行业市场规模预测
- 12.3 2020-2026年中国会展行业供需预测
 - 12.3.1 2020-2026年中国会展行业供给预测
 - 12.3.2 2020-2026年中国会展行业需求预测
 - 12.3.3 2020-2026年中国会展供需平衡预测
- 12.4 我国会展行业发展的影响因素
 - 12.4.1 生产要素的状况
 - 12.4.2 市场需求的条件
 - 12.4.3 相关产业的支持

第十三章 2020-2026年中国会展行业投资前景

- 13.1 会展行业投资现状分析
 - 13.1.1 会展行业投资规模分析
 - 13.1.2 会展行业投资资金来源构成
- 13.2 会展行业投资特性分析
 - 13.2.1 会展行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 会展行业盈利模式分析
 - 13.2.3 会展行业盈利因素分析
- 13.3 会展行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 细分市场投资机会
 - 13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 会展行业投资风险分析

13.4.1 会展行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 产品结构风险

13.4.6 技术研发风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 会展行业投资潜力与建议

13.5.1 会展行业投资潜力分析

13.5.2 会展行业最新投资动态

13.5.3 会展行业投资机会与建议

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：会展行业特点

图表：会展行业生命周期

图表：会展行业产业链分析

图表：2014-2019年会展行业市场规模分析

图表：2020-2026年会展行业市场规模预测

图表：中国会展行业盈利能力分析

图表：中国会展行业运营能力分析

图表：中国会展行业偿债能力分析

图表：中国会展行业发展能力分析

图表：中国会展行业经营效益分析

图表：会展产业链的结构模式

图表：2015年全国展览会延续性分布

图表：会展经济的多产业构成

图表：城市会展品牌体系构架图

图表：网络会展与实体会展比较

图表：国内会展城市竞争格局

图表：2020-2026年中国会展发展前景预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/147359.html>