

# 2021-2027年中国会展市场 评估与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国会展市场评估与投资战略报告》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/202101/200886.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

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。2011-2017年全国会展展览数量及面积情况统计资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国会展市场评估与投资战略报告》共四章。首先介绍了会展行业市场发展环境、会展整体运行态势等，接着分析了会展行业市场运行的现状，然后介绍了会展市场竞争格局。随后，报告对会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展行业发展趋势与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，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：

### 第一章中国会展行业发展背景

#### 第一节 会展行业发展综述

##### 一、会展与会展经济

###### （一）会展的定义

###### （二）会展经济的定义

##### 二、会展经济对城市发展的影响

###### （一）会展业对交通、通讯业的带动效应

###### （二）会展业对旅游业的带动效应

###### （三）会展业对零售业的带动效应

###### （四）会展业对酒店业的带动效应

##### 三、会展行业在国民经济中的地位

#### 第二节 会展行业发展环境分析

##### 一、宏观经济环境分析

###### （一）国际宏观经济环境分析

###### （二）国内宏观经济环境分析

##### 二、监管体制和主要法律法规

- (一) 行业监管体制
- (二) 行业主要法律法规
- (三) 行业政策规制的特征和趋势

## 第二章中国会展行业发展分析

第一节 中国会展行业发展状况2012-2017年出展项目数及参展企业数数据来源：公开资料整理

### 一、会展行业规模分析

- (一) 展览场馆规模
- (二) 展会数量规模

### 二、展会分布情况

- (一) 展会时间分布
- (二) 展会行业分布
- (三) 展期特征分布

### 三、流动展会分析

## 第二节 中国会展行业回顾与展望

- 一、会展行业发展特征
- 二、会展行业市场运行特征
- 三、2019年会展行业发展前景展望
- 四、会展行业发展趋势

## 第三章中国会展行业展会服务分析

### 第一节 展会服务体系分析

#### 一、展会服务体系的基本构成

- (一) 展前服务
- (二) 展中服务
- (三) 展后服务

#### 二、现阶段展会服务体系存在的问题

#### 三、建立健全展会服务体系的对策

- (一) 建立适合中国国情的理论指导体系
- (二) 建立促进展会服务体系发展的有效机制
- (三) 建立展会服务体系的评估标准和监督能力

## 第二节 基于体验经济的会展服务策略

### 一、体验经济的内涵及其与会展服务的相关性

#### (一) 体验经济的内涵

#### (二) 体验经济与会展服务的关系

### 二、体验式会展服务特征分析

#### (一) 体验性

#### (二) 差异性

#### (三) 参与性

### 三、基于体验经济的会展服务策略

#### (一) 全程服务

#### (二) 细节服务

#### (三) 食宿服务

## 第三节 会展服务营销理论研究

### 一、会展服务质量理论

### 二、会展服务失败与服务补救

### 三、会展顾客容忍区分析

## 第四节 品牌展会打造

### 一、品牌展会概述

#### (一) 品牌展会的概念和评价标准

#### (二) 品牌展会的特征

#### (三) 打造品牌展会的意义

### 二、品牌展会打造的关键步骤

#### (一) 科学的展会品牌定位

#### (二) 优秀的展会策划方案

#### (三) 成功的展会品牌营销

### 三、品牌展会的门槛

#### (一) 权威协会和行业代表的大力支持

#### (二) 代表行业的发展方向

#### (三) 专业的展览服务

#### (四) 获得“UFI”的资格认可

#### (五) 长期规划，坚持品牌战略思维

### 四、品牌展会抢滩布局二线城市

## 第四章中国会展行业展会服务领先企业经营分析（）

### 第一节 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第二节 上海科技会展有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第三节 宁波国际展览有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第四节 大连北方国际展览股份有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第五节 上海浦东国际展览公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第六节 中博展览股份有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第七节 北京雅展展览服务有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

### 第八节 京慕国际展览有限公司

- （1）企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 第九节 长城国际展览有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 第十节 励展博览集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析 ( )

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200886.html>