

# 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](http://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管的经济组织、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，以助主办方达到所要的目的。

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，一般会是特别的产品--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，以便在规定的时候内安装完毕,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>