

2023-2029年中国展台设计 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

一、报告报价

《2023-2029年中国展台设计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/202307/378902.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

展台设计的出现是为了提高参展企业公司形象，向外宣传公司产品。在参展的前期需要一个展台设计方案，这个方案将会带领着参展商完成这个展台设计整个流程，方案由专业的展览设计公司进行设计并开展搭建。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国展台设计行业分析与发展前景预测报告》共十五章。首先介绍了展台设计行业市场发展环境、展台设计整体运行态势等，接着分析了展台设计行业市场运行的现状，然后介绍了展台设计市场竞争格局。随后，报告对展台设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了展台设计行业发展趋势与投资预测。您若想对展台设计产业有个系统的了解或者想投资展台设计行业，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：

第一篇 发展环境篇

第一章 中国展台设计行业概述

第一节 会展与会展业概述

一、会展定义

二、会展业定义

三、会展业的发展条件

（一）地域发展条件

（二）相关设施条件

（三）人力资源条件

四、会展经济功能

（一）联系和交易功能

（二）整合营销功能

（三）调节供需功能

（四）技术扩散功能

（五）产业联动功能

（六）经济一体化功能

第二节 会展展台设计相关概述

一、会展展台设计概述

(一) 会展展台艺术设计的含义

(二) 展台设计的形成与发展

(三) 会展展台设计的范畴

(四) 会展展台设计的价值

(五) 会展展台设计的艺术风格

(六) 会展展台设计的新趋势

二、会展展台设计流程

(一) 会展展台设计总体程序

(二) 会展展台的艺术设计

(三) 会展展台工程设计与实施

三、会展展台设计管理

(一) 管理与设计管理

(二) 会展展台设计管理

四、会展活动策划与实施

(一) 会展活动总体策划

(二) 会展活动策划实施

第二章 中国会展业发展环境分析 (pest)

第一节 会展业政策环境分析 (p)

一、会展业的监管体制

二、会展业主要法律法规

三、会展业政策规制趋势

第二节 2022年中国宏观经济环境分析 (e)

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

第三节 会展业社会环境分析 (s)

一、全球化趋势加速国际交流合作

（一）贸易自由化

（二）生产国际化

（三）金融全球化

（四）科技全球化

二、开放步伐进一步深入

第四节 行业技术环境分析（t）

一、会展与信息技术

（一）信息技术概述

（二）会展信息与信息流

（三）信息技术在会展中的功能

（四）信息技术在展会前的应用及影响

（五）信息技术在展会中的应用及影响

（六）信息技术在展会后的应用及影响

二、会展与多媒体技术

（一）多媒体技术概述

（二）多媒体技术在会展中的应用

三、技术环境对行业的影响

第二篇 会展市场篇

第三章 中国会展业发展分析

第一节 会展业发展现状

一、会展业发展历程

二、会展业发展情况

三、会展业发展模式

四、会展业发展特征

第二节 会展经济发展分析

一、会展组织者收入

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、全国会展业产业规模

六、全国会展业就业人数

第三节 会展业品牌发展分析

一、会展品牌实施意义

二、会展品牌发展现状

三、会展品牌发展建议

第四节 会展业存在的问题与对策

一、会展业存在的问题

二、会展业发展对策建议

第四章 中国会展数据统计分析

第一节 境内展览数据统计

一、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、各城市展览数据分析

五、各直辖市和计划单列市展览数据

第二节 境外展览数据统计

一、境外办展数量统计

二、境外办展面积统计

三、境外办展企业分布

四、境外办展国家分布

五、境外办展行业分布

六、境外办展各地区分布

七、境外办展时间统计

第三节 展览机构状况统计

一、展览机构总体情况

二、各省市展览管理机构

三、各城市展览管理机构

四、各直辖市展览管理机构

五、各各计划单列市展览管理机构

第四节 组展商发展分析

一、组展商规模效益分析

- 二、组展商区域分布情况
- 三、组展商海外发展情况
- 四、组展商业务规模分析
- 五、民营组展商发展状况

第五章 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、广交会历届展位规模
- 五、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

第三篇 展台设计篇

第六章 中国商业会展设计行业分析

第一节 商业会展设计行业概述

一、商业会展设计的定义

二、商业会展设计的目的

三、商业会展设计的要素

四、商业会展设计的手法

五、设计深化思考

六、商业会展设计的市场基础

七、商业会展设计行业的前景

第二节 展台搭建行业竞争格局分析

一、展台搭建行业竞争

二、大型展台搭建企业竞争

三、小型展台搭建企业竞争

四、展台搭建企业竞争策略

第三节 高交会特装展位参展商基本情况

一、满意度结果

二、特装展位参展商基本情况

（一）特装展位合作单位调查

（二）特装展位搭建事件调查

（三）特装展位参展商展位搭建满意度调查

（四）特装展位参展商投入产出比满意度调查

三、信息发布活动满意度评价情况

（一）总体评价结果

（二）各指标评价结果

四、it展、新能源与节能环保展展览效果评价情况

（一）参展商评价结果

（二）观众评价结果

第四节 商业会展设计的分类

一、商业空间展示

二、展示柜台表现

三、展示形象表现

四、交通空间表现

五、摊位商业会展设计

第五节 商会展设计公司的组织形式

一、公司形式

二、工作模式

第六节 商业会展设计项目的操作流程

一、项目接洽阶段

二、设计阶段

三、签约阶段

四、制作阶段

五、现场施工阶段

六、展会期间及撤场阶段

七、后续跟踪服务

第七节 国内外会展展台设计搭建的差距

一、搭建水平落后

二、展台搭建上投入不够

三、对展品特性的展示有差距

第八节 展览设计策划方案关键点

一、解决市场问题

二、充分体现高度

三、注意法律问题

四、方案创新问题

第九节 展览设计公司注意事项

一、安全第一

二、要熟悉展馆情况

三、提前做好申报

第七章 中国小型商业展示设计与表现

第一节 设计思路分析

第二节 设计及工程进度安排

第三节 客户资料分析

一、了解客户

二、客户要求

第四节 初步设计

一、空间分析

二、划分基本功能区

三、设计整体文化格调

第五节 深入设计

一、照明设计

二、色彩设计

三、展示道具设计

四、材料的运用

第八章 中国大型商业展示设计与表现

第一节 设计思路分析

第二节 设计及工程进度安排

第三节 客户资料分析

一、了解客户

二、客户要求

第四节 初步设计

一、空间分析

二、划分基本功能区

三、设计整体文化格调

第五节 深入设计

一、照明设计

二、色彩设计

三、展示道具设计

四、材料的运用

第九章 中国商业展台展示空间设计

第一节 展示空间特征

一、展示空间的分类

二、展示空间的序列和造型

第二节 常见的展示空间造型风格

一、东方设计风格

二、古典主义设计风格

三、解构主义设计风格

四、超现实主义设计风格

五、自然主义设计风格

六、简约主义设计风格

第三节 展示空间设计的主要因素

一、整体规划

二、结构处理

第四节 展示空间设计的要求

一、空间功能

二、视觉效果

三、心理效果

第五节 展示空间设计的方法

一、平面布置

二、展示空间格局

三、时序与动线

第十章 中国商业展台设计常用材料

第一节 材料的概念

一、材料属性概述

二、材料使用注意事项

三、材料的应用原则

第二节 木材和石材

一、木材

二、石材

第三节 金属和玻璃材料

一、金属材料

二、玻璃材料

第四节 塑料和合成材料

一、塑料材料

二、合成材料

第五节 涂料和喷绘材料

一、涂料的种类

二、使用油漆的注意事项

三、网格布

四、喷绘布

五、灯箱招牌布

六、喷绘墨水

第四篇 细分市场篇

第十一章 中国会展细分市场分析

第一节 轻工业展览市场分析

一、轻工业展览发展概述

二、办公用品展市场分析

三、食品加工展市场分析

四、玩具礼品工艺品展市场分析

五、皮革及其制品展市场分析

六、孕婴童展市场分析

七、家具制造展市场分析

八、糖酒展市场分析

第二节 纺织业展览市场分析

一、中国纺织业展览发展概述

二、纺织业展览市场分析

第三节 机械制造业展览市场分析

一、中国机械制造业展览发展概述

二、新材料展市场分析

三、设备展市场分析

四、五金展市场分析

五、机床设备展市场分析

六、交通设备展市场分析

第四节 电子信息业展览市场分析

一、中国电子信息业展览发展概述

二、新兴信息产业展市场分析

三、通信器材展市场分析

四、电子元件及材料展市场分析

五、消费类电子展市场分析

六、电子生产设备展市场分析

第五节 林农牧渔业展览市场分析

一、中国林农牧渔业展览发展概述

二、林业展市场分析

三、畜牧业展市场分析

四、农业展市场分析

五、渔业展市场分析

第六节 建筑业展览市场分析

一、中国建筑业展览发展概述

二、建筑装饰展市场分析

三、房地产展市场分析

四、建材展市场分析

第十二章 中国展台设计细分领域案例剖析

第一节 不同行业展台设计案例剖析

一、电子消费

二、奢侈品

三、药品保健

四、建筑建材

五、能源矿产

六、绿色环保

七、印刷包装

八、医疗器械

第二节 上海世博会展厅设计布展施工案例分析

一、上海世博会成都案例馆设计布展施工

二、上海世博会伦敦案例馆设计布展施工

三、上海世博会西安馆设计布展施工

四、上海世博会罗阿案例馆设计布展施工

五、上海世博会汉堡案例馆设计布展施工

六、上海世博会上海案例馆设计布展施工

七、上海世博会麦加案例馆设计布展施工

八、上海世博会澳门案例馆设计布展施工

第三节 各类展台最佳设计奖案例分析

一、北京国际汽车展览会最佳汽车展台设计奖

二、第16届中国国际博览会（cioe）最佳细节 展台奖

三、第25届中国国际自行车展览会最佳展台奖

四、云创荣获中国软博会最佳展台设计奖

五、第十二届广州国际汽车工业展览会最佳汽车展台设计奖

第五篇 区域市场篇

第十三章 中国会展经济带发展分析

第一节 会展经济带发展概况

一、会展经济带的形成

二、会展经济带的合作

（一）区域合作的形式

（二）区域合作的理念与措施

第二节 环渤海会展经济带发展分析

一、环渤海会展经济带发展分析

二、北京市会展业发展分析

（一）北京会展行业设施规模

（二）北京会展行业会展项目及结构

（三）北京会展行业市场主体结构

（四）北京会展行业相关政策及规划

（五）北京会展行业存在问题及对策

三、天津会展行业发展分析

（一）天津会展行业设施规模

（二）天津会展行业会展规模及项目

（三）天津会展行业收入规模

(四) 天津会展行业存在问题

(五) 天津会展行业相关政策及规划

四、青岛会展行业发展分析

(一) 青岛会展行业设施规模

(二) 青岛会展行业会展规模及项目

(三) 青岛会展行业存在问题及对策

(四) 青岛会展行业相关政策及规划

第六篇 企业运营篇

第十四章 中国展台设计重点企业运营分析

第一节 上海美术设计有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

四、企业展台设计案例

第二节 上海新国际博览中心有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

四、企业展台设计案例

第三节 深圳会展中心管理有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

四、企业展台设计案例

第四节 厦门会展集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

第五节 昆明国际会展中心有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

第六节 北京笔克展览展示有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业营业资质能力

三、企业业务范围分析

第七篇 市场前景篇

第十五章 2023-2029年中国展台设计行业发展趋势与前景分析

第一节 2023-2029年世界会展业发展趋势分析

一、行业分工细化催生新展会

二、大而全加小而精相结合

三、空间上更加协调和完善

四、时间上更加协调和完善

五、亚洲成为国际竞争中心

第二节 2023-2029年中国会展业发展趋势分析

一、会展发展趋势整体分析

二、会展项目发展趋势分析

三、会展展馆发展趋势分析

第三节 2023-2029年中国会展业发展前景分析

一、2023-2029年会展发展前景广阔

二、2023-2029年会展项目发展前景

三、2023-2029年会展展馆发展前景

四、2023-2029年会展服务发展前景

五、2023-2029年会展行业发展预测

第四节 2023-2029年中国展台设计行业市场前景分析

图表目录：

图表 1 展示设计涵盖的范畴

图表 2 筹备机构构成结构图

图表 3 展示设计策略管理过程图

图表 4 2023-2029年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 5 2023-2029年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 6 2023-2029年中国工业增加值及增长速度趋势图

图表 7 2022年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表 8 2023-2029年中国全社会固定资产投资趋势图

图表 9 2023-2029年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 10 2023-2029年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/378902.html>