

2017-2022年中国展览服务行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国展览服务行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/312325.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：kf@huaon.com

联系人：刘老师

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、报告目录及图表目录

展览服务，又称会议及展览服务（会展服务、展会服务等），是指为商品流通、促销、展示、经贸洽谈、民间交流、企业沟通、国际往来等举办的展览和会议。

大型的对公众的展览称为“展销会”(例如家居展、园艺展、汽车展等)，其特点是收取适中的人场费。更多的展览指单独举办的展览和博览会，许多工业性、专业性以及科学性的展览都是非公众的，以集市概念陈列大量新设备、技术以及创意的展览常吸引大量与会者前来参展和参观。近年来，展览规模不断扩大，其中一些大型展览能吸引数十万甚至上百万参观者。有的展览常与某一会议组合开办，展览的形式通常是陈列展示商家的产品和服务。由于是年会的一部分，来自业内的参观者很多，如美国全国餐饮协会每年在芝加哥举行年会.与会者达11万人之多;会议期间，大型厨房设备供应商和餐厅用品供应商会举办相关展览。展览业务的繁荣派生了展览策划专业人员、提供展览服务及人力租赁的展览公司。按照展会性质，可分为贸易、消费和宣传三种。

贸易性的展览会是为产业举办的展览，主要目的是交流信息、洽谈贸易。这种性质的展览一般是每年或每半年举行一次，每次持续3-4天，有时可达7-10天。消费性的展览是为公众举办的展览，基本上都展出消费品，目的是直接销售，这种展览一般选择在周末举行，有的持续3-4天。展览的性质由展览组织者决定，可以通过参观者的结构成分反映出来:对工商界开放的主要是贸易性质的展览，对公众开放的多是消费性质的展览。宣传类展会主要是成就展、精神文明展、教育展等。按照展会性质，展览会还可分为营利性展览和非营利性展览两种。前者主要指贸易性和消费性展览，后者主要是宣传性展览。

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 展览服务行业发展概述

第一节 展览行业相关概念

一、展览会概念及分类

二、展会专用名词解释

第二节 展览服务的概念

一、展览服务的定义和分类

二、展会服务内容体系分析

三、展览服务行业地位分析

第三节 展览服务行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、中外市场成熟度对比

第四节 展览服务的产业链情况

一、展览服务产业链分析

二、展览服务上游客户分析

三、展览服务下游客户分析

第二章 中国展览服务行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

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

七、对外贸易发展形势分析

第二节 国际经济环境分析

一、世界经济形势解析

二、2016年世界经济形势展望

第三节 行业政策环境分析

一、会展业监管体制

二、政策法规及影响

三、行业相关标准分析

（一）专业性展览会等级标准

（二）展览场馆运营服务规范

（三）布展工程单位运营服务规范

（四）浙江省会展行业服务规范

第四节 展览服务行业技术环境分析

一、会展与信息技术

二、会展与多媒体技术

三、技术环境对行业的影响

第三章 展览服务行业上下游行业分析

第一节 展览服务行业上游行业发展现状

一、中国会展业发展现状

（一）中国会展业发展历程

（二）中国会展业发展情况

（三）中国会展业发展模式

(四) 中国会展业发展特征

(五) 会展业地区分布特征

二、中国会展经济发展分析

(一) 会展组织者收入统计

(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) 全国会展业产值规模

(六) 会展业社会贡献情况

三、中国会展业品牌发展分析

(一) 中国会展品牌实施意义

(二) 中国会展品牌发展现状

(三) 中国会展品牌发展建议

四、中国会展业存在的问题与对策

(一) 中国会展业存在的问题

(二) 中国会展业发展对策建议

第二节 上游行业对展览服务行业的影响

第三节 展览服务行业下游客户分析

一、组展商客户市场分析

(一) 国内会展主办方分类

(二) 组展商行业分布情况

(三) 组展商规模情况分析

二、参展商客户市场分析

(一) 参展商在展览业中的地位

(二) 参展商参加展览缘由分析

(三) 参展商参展决策因素分析

(四) 参展商参展支出情况分析

第四节 下游客户对展览服务行业的影响

第四章 中国展览服务行业市场发展情况分析

第一节 展览服务市场发展概况

一、展览服务行业发展现状

二、国内与国际市场分析

三、展览服务市场规模分析

第二节 展览服务行业发展存在的问题

一、展览服务企业规模较小

二、缺乏资本运作空间和方法

三、国内企业的设计水平较低

四、缺乏品牌意识和品牌定位

第三节 展览服务外包市场分析

一、展览服务外包发展概述

二、展览服务外包的边界分析

三、展览服务外包组织的形式

四、展览服务外包的政策建议

第五章 中国展览服务细分市场发展分析

第一节 展览设计行业发展分析

一、展览设计行业发展概述

二、展览设计行业发展现状

三、展览设计行业存在问题

四、展览设计行业发展对策

五、展览设计行业政策建议

第二节 展台搭建服务市场分析

一、展台搭建市场发展概况

二、展台搭建市场竞争情况

三、展台搭建工作总体评价

四、国内外展位搭建的对比

五、展台搭建市场前景预测

第三节 展品运输服务市场分析

一、展品运输行业相关概述

二、展品运输行业特点分析

三、展品运输市场发展现状

四、展品运输服务总体评价

五、展品运输市场前景预测

第六章 中国重点城市展览服务市场发展分析

第一节 北京市展览服务市场分析

一、北京会展行业发展现状分析

二、北京会展行业发展规划分析

三、北京展览服务市场发展现状

四、北京展览服务市场机会分析

第二节 上海市展览服务市场分析

一、上海会展行业发展现状分析

二、上海会展行业发展规划分析

三、上海展览服务市场发展现状

四、上海展览服务市场机会分析

第三节 广州市展览服务市场分析

一、广州会展行业发展现状分析

二、广州会展行业发展建议分析

三、广州展览服务市场发展现状

四、广州展览服务市场机会分析

第四节 深圳市展览服务市场分析

一、深圳会展行业发展现状分析

二、深圳会展行业支持政策分析

三、深圳展览服务市场发展现状

四、深圳展览服务市场机会分析

第五节 重庆市展览服务市场分析

一、重庆会展行业发展现状分析

二、重庆会展行业支持政策分析

三、重庆展览服务市场机会分析

第六节 杭州市展览服务市场分析

一、杭州会展行业发展现状分析

二、杭州会展行业发展规划分析

三、杭州展览服务市场机会分析

第七章 中国展会市场数据统计分析

第一节 中国境内展览数据统计

一、中国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、四大直辖市展览数据分析

五、中国各城市展览数据分析

六、5个单列市展览数据分析

七、8大经济区展览数据分析

第二节 中国境外展览数据统计

一、中国境外办展数量统计

二、中国境外办展面积统计

三、中国境外办展总摊位数

四、中国境外办展国家分布

五、中国境外办展行业分布

六、中国境外办展时间统计

第三节 中国展览机构状况统计

一、中国展览机构总体情况

二、各省市会展管理机构

三、各省市会展协会组织

四、各城市会展管理机构

五、各城市会展协会组织

第八章 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

第九章 展览服务行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第十章 展览服务行业典型企业分析

第一节 华毅东方展览有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业组织架构分析

四、企业服务案例分析

第二节 点意空间国际展览集团

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业荣誉情况分析

四、企业服务案例分析

第三节 香港雅式展览服务有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

四、企业未来展会情况

第四节 德马吉（中国）展览服务有限公司

一、企业基本情况

二、企业荣誉情况分析

三、企业服务案例情况

四、企业客户情况分析

第五节 北京中展国际展览工程有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业荣誉情况分析

三、企业业务服务分析

四、企业服务案例分析

第六节 北京东方世源展览展示有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

第七节 上海现代国际展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业资质荣誉分析

四、企业服务案例分析

第八节 上海艾肯展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业服务案例分析

第九节 广州新之联展览服务有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业组织架构分析

三、企业主要业绩分析

第十节 深圳市华奥展览服务有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

第十一章 会展服务行业服务策略分析

第一节 基于体验经济的会展服务分析

一、体验经济与会展服务的相关性

二、体验式会展服务的特征分析

三、基于体验经济的会展服务策略

第二节 中国会展服务体系发展对策

- 一、转变经营理念提供人性化服务
- 二、以数据信息服务能力为主轴
- 三、提供完善和协调的配套服务
- 四、加强合作伙伴的服务质量控制
- 五、做好主办方和展馆的沟通工作

第三节 会展企业服务提升策略分析

- 一、服务延伸化策略
- 二、服务实体化策略
- 三、服务差异化策略
- 四、营销整合化策略

第十二章 2017-2022年展览服务行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国展会行业发展趋势预测

- 一、中国会展发展趋势整体分析
- 二、中国会展项目发展趋势分析
- 三、中国会展行业发展预测分析

第二节 2017-2022年中国展览服务行业未来发展预测分析

- 一、展览服务行业发展趋势分析
- 二、2017-2022年行业发展规模分析

第十三章 展览服务企业兼并重组与融资策略分析

第一节 展览服务企业投资兼并与重组分析

- 一、企业并购态势动机分析
- 二、企业兼并重组意义分析
- 三、企业并购战略考虑因素

第二节 展览服务企业并购重组策略分析

- 一、企业兼并与收购成本分析
- 二、企业并购整合的风险分析
- 三、企业并购与重组对策建议

第三节 展览服务企业融资渠道与选择分析

- 一、企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划发展机遇
- 三、适度债权融资配置资本结构

第四节 展览服务企业资本市场运作建议

- 一、企业投资并购对象选择
- 二、企业海外市场运作建议

三、企业并购整合策略建议

第十四章 2017-2022年展览服务行业投资机会与风险

第一节 展览服务行业投资情况及建议

一、展览服务行业投资格局

二、展览服务行业进入壁垒

三、展览服务行业投资机会

第二节 影响展览服务行业发展的主要因素

一、影响展览服务行业运行的有利因素分析

二、影响展览服务行业运行的不利因素分析

三、中国展览服务行业发展面临的挑战分析

四、中国展览服务行业发展面临的机遇分析

第三节 展览服务行业投资风险分析

一、展览服务行业宏观经济风险

二、展览服务行业政策风险分析

三、展览服务行业合作风险分析

四、展览服务市场竞争风险分析

五、展览服务行业其他风险分析

第十五章 中国展览服务行业发展策略及投资建议

第一节 展览服务行业发展策略分析

一、坚持服务创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、实行多元化市场扩张战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 展览服务行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、强化重点客户的管理

四、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资领域建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/312325.html>