

2026-2032年中国展台设计行业发展运行现状及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2026-2032年中国展台设计行业发展运行现状及投资战略研究报告》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/channel/other/1173673.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

《2026-2032年中国展台设计行业发展运行现状及投资战略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对展台设计行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合展台设计行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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家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 2021-2025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）特装展位合作单位分析

（二）特装展位搭建事件分析

（三）特装展位参展商展位搭建满意度分析

（四）特装展位参展商投入产出比满意度分析

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

第六节 建立模型

第七节 渲染

第八节 后期润色和气氛烘托

第九节 项目交付

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

第六节 建立模型

第七节 渲染

第八节 项目交付

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

第六节 高科技新型材料

- 一、包膜钛白
- 二、高密度复合材料
- 三、纳米材料
- 四、环保装饰材料

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

第七节 交通运输业展览市场分析

第八节 医疗行业展览市场分析

第九节 服务业展览市场分析

第十节 能源行业展览市场分析

第十一节 化工行业展览市场分析

第十二节 文化体育休闲行业展览市场分析

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
- 九、工业机械
- 十、仪器仪表
- 十一、生物科技
- 十二、车辆交通
- 十三、光电技术
- 十四、房产家居
- 十五、交通运输
- 十六、石油化工
- 十七、食品饮料
- 十八、文化教育
- 十九、休闲娱乐
- 二十、其他行业

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
- 九、上海世博会温哥华案例馆设计布展施工
- 十、上海世博会马德里案例馆设计布展施工

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

第三节 长三角会展经济带发展分析

第四节 珠三角会展经济带发展分析

第五节 东北会展经济带发展分析

第六节 中西部会展经济带发展分析

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 2026-2032年中国展台设计行业发展趋势与前景分析

第一节 2026-2032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 2026-2032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 2026-2032年中国会展业发展前景分析

一、2026-2032年会展发展前景广阔

二、2026-2032年会展项目发展前景

三、2026-2032年会展展馆发展前景

四、2026-2032年会展服务发展前景

五、2026-2032年会展行业发展预测

第四节 2026-2032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 2021-2025年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：5 2021-2025年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：6 2021-2025年中国工业增加值及增长速度趋势图

图表：7 2021-2025年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表：8 2021-2025年中国全社会固定资产投资趋势图

图表：9 2021-2025年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表：10 2021-2025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：<https://www.huaon.com/channel/other/1173673.html>