

2021-2026年中国会展旅游行业发展监测及投资战略规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国会展旅游行业发展监测及投资战略规划研究报告》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/tours/665785.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

会展旅游是借助举办会议、研讨、论坛等会务活动以及各种展览而开展的旅游形式，是一种商务旅游形式。它有广义和狭义之分。广义：会展旅游是以会议和展览为目的的旅游，包括会议旅游和展览旅游等各种出于工作需要的旅游和奖励旅游。狭义：为会议和展览活动的举办提供展会场馆之外的、且与旅游业相关的服务，并从中获取一定收益的经济活动。

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 会展旅游行业基础剖析

第一节 会展旅游概述

一、会展旅游内涵的界定

二、国内外会展旅游发展概况

第二节 会展旅游的特点

一、会展对旅游的促进作用

二、旅游对会展的辅助作用

第三节 会展旅游功能

一、有助于提升目的地旅游形象

二、有助于改善地区旅游吸引力

三、有助于降低目的地季节性

第四节 会展与旅游的互动

一、会展拉动旅游消费

二、旅游推动会展业发展

三、会展与旅游的协调发展

第二章 2016-2020年中国旅游业的发展现状分析

第一节 中国旅游业概况

一、中国旅游业发展的特点

二、中国旅游业发展走势概述

三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

第二节 近几年中国旅游业发展分析

第三节 旅游资源开发中的经济学分析

一、旅游资源开发作为产品的经济学特征

二、旅游资源开发的效率机制

三、旅游资源开发中政府的合理定位

第四节 中国旅游业面临的挑战

一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战

二、中国旅游业中存在的问题

三、中国旅游资源的产权问题分析

第五节 中国旅游业发展策略

一、中国当前旅游业发展的措施

二、中国旅游业发展中的策略

三、应构建中国现代旅游资源产权制度

四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第三章 2020年中国会展旅游行业市场发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

第二节 中国会展旅游行业政策环境分析

第三节 中国会展旅游行业社会环境分析

第四章 2016-2020年中国会展旅游行业运行形势综述

第一节 2016-2020年中国会展旅游的现状概述

第二节 2016-2020年我国会展旅游业的主要问题分析

第三节 2016-2020年我国会展旅游的发展对策

第五章 2016-2020年我国会展旅游市场的必要性和对策分析

第一节 中国会展旅游研究进展

第二节 我国旅行社开发会展旅游市场的必要性

一、我国旅行社的经营现状

二、会展旅游的特点及其发展态势

三、旅行社所拥有的天然优势

第三节 我国旅行社开发会展旅游市场的现状

第四节 我国旅行社开发会展旅游市场的有效对策

一、主动出击做好会展的招徕和接待工作

二、开发具有特色的会展旅游产品

三、注重会展旅游产品的宣传促销

四、注重公共关系的开拓与维护

五、增强自身实力来获得竞争优势

六、加快培养和引进会展旅游人才的进程

第六章 旅行社拓展会展旅游现状深度研究

第一节 国际旅行社拓展会展旅游的现状

一、选定研究对象

二、国际旅行社拓展会展旅游基本情况介绍

第二节 中国旅行社拓展会展旅游的现状

一、中国旅行社特征分析

二、中国旅行社拓展会展旅游现状及特征分析

第三节 旅行社拓展会展旅游的障碍分析

一、旅行社之间的分工不明确

二、旅行社与专业会展公司没有实现良好分工

三、其他障碍因素

第七章 旅行社拓展会展旅游市场策略

第一节 旅行社分工策略

一、规模

二、资金

三、品牌

四、依附实力雄厚的集团

五、历史

六、企业文化与服务宗旨

七、优势

八、业务量

九、荣誉

十、加入国际组织

第二节 旅行社与会展公司竞合策略

一、“竞合”理论的提出

二、旅行社与会展公司之间的竞争

三、旅行社与会展公司之间的合作

四、旅行社与会展公司之间长期竞合成为必然

第三节 其他策略

第八章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——宁波

第一节 宁波会展旅游业的发展概况

一、宁波会展旅游的发展阶段

二、宁波会展旅游业的现状分析

三、宁波会展旅游业存在的问题

第二节 宁波会展旅游业发展的SWOT分析

一、宁波发展会展旅游的自身优势

二、宁波会展旅游发展的自身劣势

三、宁波会展旅游发展的外部环境机会

四、宁波会展旅游发展的威胁

第三节 宁波会展旅游发展的对策分析

一、培育和完善会展市场

二、培养专业人才服务于会展旅游业

三、品牌展会发展战略

四、开展网络会展旅游营销

第四节 基于会展旅游发展的宁波城市营销策略

一、发挥政府作用建立市场化运作模式

二、实现会展旅游与相关服务业互动发展

三、整合会展旅游资源培育区域竞争优势

第九章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——昆明

第一节 昆明会展旅游发展的现状

第二节 昆明会展旅游发展的综合条件分析

一、昆明发展会展旅游的优势

二、昆明发展会展旅游的劣势

第三节 昆明会展旅游发展模式构建

一、会展业与旅游业的关系优化

二、明确机构职能、实现分工协作

三、开展会展旅游市场营销

（一）昆明发展会展旅游的目标定位

（二）根据会展旅游特点开发会展旅游项目

（三）大力进行会展旅游的宣传促销

第四节 行业总结

第十章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——桂林

第一节 桂林会展旅游的发展现状

第二节 桂林市可以开发的会展旅游产品类型

一、会议旅游产品

二、展览旅游产品

三、民俗节庆旅游产品

第三节 桂林会展旅游营销分析

第四节 2021-2026年桂林会展旅游发展前景预测

第十一章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——苏州

第一节 苏州会展旅游的发展概况

一、苏洲会展旅游业发展景气度分析

二、苏洲会展旅游开发现状

三、苏洲会展旅游业发展现状

第二节 苏州会展旅游发展策略分析

第三节 苏州会展旅游发展趋势预测分析

第十二章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——丽江

第一节 丽江会展旅游的发展概况

一、丽江会展旅游业发展景气度分析

二、丽江会展旅游SWOT分析

三、丽江会展旅游开发状况分析

四、丽江会展旅游现状分析

第二节 丽江定向会展旅游的经营对策探讨

第三节 2021-2026年中国丽江会展旅游发展前景预测分析

第十三章 2016-2020年中国主要城市会展旅游行业解析——其它城市

第一节 成都

第二节 东莞

第三节 大连

第四节 长沙

第十四章 2021-2026年中国会展旅游业的发展前景与趋势

第一节 2021-2026年中国旅游业的发展前景预测分析

一、中国旅游业市场的发展趋势

二、中国旅游业市场展望

三、2021-2026年中国旅游业预测分析

四、“十四五”我国部分地区旅游业规划

第二节 2021-2026年中国会展旅游业前景预测分析

一、中国会展旅游业发展城市经济影响

二、中国会展旅游业发展趋势观察

三、中国会展旅游业市场规模预测分析

第十五章 2021-2026年中国会展旅游业的投资分析

第一节 中国会展旅游业发展环境分析「AK LT」

第二节 2021-2026年中国会展旅游业投资机会分析

一、会展旅游区域投资机会分析

二、会展旅游投资潜力预测

第三节 2021-2026年中国会展旅游投资风险分析

第四节 行业观点

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/665785.html>