

2020-2026年中国展览服务 市场深度研究与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国展览服务市场深度研究与未来前景预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202007/24-357436.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国展览服务市场深度研究与未来前景预测报告》共十六章。首先介绍了展览服务行业市场发展环境、展览服务整体运行态势等，接着分析了展览服务行业市场运行的现状，然后介绍了展览服务市场竞争格局。随后，报告对展览服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了展览服务行业发展趋势与投资预测。您若想对展览服务产业有个系统的了解或者想投资展览服务行业，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、2019年世界经济形势解析二、2019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 2020-2026年展览服务行业发展趋势分析第一节 2020-2026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 2020-2026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、2020-2026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 2020-2026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 展览服务所属行业盈利模式与投资策略分析第一节 境外展览服务行业投资现状及经营模式分析一、境外展览服务行业成长情况二、出展服务行业经营模式分析三、国外会展服务商在华投资动向第二节 中国展览服务行业国际化发展战略分析一、树立服务观念二、规范服务流程三、培养服务人才四、体现以人为本 第十六章 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 部分图表目录：图表 1 展览会服务体系内容表图表 2 行业生命周期各阶段特点图表 3 展览服务行业产业链示意图图表 4 2013-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图图表 5 2019年国内生产总值构成及增长速度统计图表 6 2019年规模以上工业增加值及增长速度趋势图图表 7 2013-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图图表 9 2019年中国主要消费品零售额及增长速度统计图表 10 2013-2019年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.chinairr.org/report/R09/R0904/202007/24-357436.html>