

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趋势分析一、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 展览服务行业市场的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>