

2023-2029年中国展览服务行业发展前景预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《2023-2029年中国展览服务行业发展前景预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/other/906197.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

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、2022年世界经济形势解析

二、2023-2029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

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

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

第十章 展览服务行业典型企业分析

第一节 北京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 點意空間國際展覽集團有限公司

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 北京中展国际展览工程有限公司

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 北京东方世源展览展示有限公司

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 上海现代国际展览有限公司

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 2023-2029年展览服务行业发展趋势分析

第一节 2023-2029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 2023-2029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、2023-2029年行业发展规模分析

第十三章 2023-2029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

第十四章 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（HJ ZJH）

- 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关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、强化关键客户的管理
- 四、实施关键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

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 2018-2022年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表5 2022年国内生产总值构成及增长速度统计

图表6 2022年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表7 2018-2022年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表8 2018-2022年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表9 2022年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表10 2018-2022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：<https://www.huaon.com/channel/other/906197.html>