

2020-2026年中国会展服务 行业市场监测与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国会展服务行业市场监测与投资趋势研究报告》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.cction.com/report/201909/142478.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

展览业作为投资与贸易的重要平台，不仅能够有效推动产业和消费增长，而且作为现代高端服务业的重要组成部分，对举办城市的住宿餐饮、交通物流、广告传播以及旅游购物等行业均具有明显的拉动效应，目前越来越多的城市开始重视展览业的发展，为展览业稳定发展注入了更多的增长动力；另一方面，供给侧改革、“互联网+”等新的战略导向的落实，必将为社会经济的发展注入新的活力，从而为展览业的持续增长带来新的机遇。

在时间政治经济格局日益复杂、全球贸易保护主义重新抬头的背景下，中国为了更好地推动全球经济增长，审时度势，提出了“一带一路”倡议的宏伟构想。“一带一路”倡议的贯彻落实，客观上需要以展览为平台，推动中国与“一带一路”沿线国家和地区的经贸与投资合作，在这种背景下，“一带一路”沿线国家和地区不仅面临着更多的展览业发展机会，而且也可能得到更多的政策支持，因而在即将到来的2017年，“一带一路”沿线国家和地区有望继续成为出国展览的重点和热点区域。

报告目录：

第一章 2016-2018年会展服务行业发展综述

第一节 会展服务行业界定

第二节 会展服务行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第二章 2016-2018年中国会展服务企业pest环境分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国城镇化率

三、消费观念分析

四、中国人生活品质的提高

第四节 其他发展环境分析

第三章 2016-2018年中国会展服务企业发展情况分析

第一节 中国会展服务企业发展分析

一、2016-2018年会展服务企业运行情况及特点分析

二、中国会展服务企业产品结构分析

三、中国会展服务企业与宏观经济相关性分析

第二节 中国企业区域发展分析

一、企业重点区域分布特点及变化

二、华北地区市场分析

三、华东市场市场分析

四、东北市场市场分析

五、中南市场市场分析

六、西部市场市场分析

第四章 2016-2018年中国会展服务市场供需调查分析

第一节 2016-2018年中国会展服务市场供需分析

一、产品市场供给

二、产品市场需求

三、产品价格分析

四、主要渠道分析

第二节 2016-2018年中国会展服务市场特征分析

一、2016-2018年中国会展服务产品特征分析

二、2016-2018年中国会展服务价格特征分析

三、2016-2018年中国会展服务渠道特征

四、2016-2018年中国会展服务购买特征

第五章 2016-2018年会展服务企业市场竞争格局分析

第一节 2016-2018年中国会展服务企业集中度分析

第二节 2016-2018年中国会展服务企业规模经济情况分析

第三节 2016-2018年中国会展服务企业格局以及竞争态势分析

第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

第五节 2016-2018年中国会展服务企业主要优势企业竞争力综合评价

第六章 2016-2018年中国会展服务品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国会展服务产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国会展服务产品的品牌市场调查

一、消费者对会展服务品牌认知度宏观调查

二、消费者对会展服务产品的品牌偏好调查

三、消费者对会展服务品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的风格

五、会展服务品牌忠诚度调查

第三节 不同客户购买消费行为分析

第七章 2016-2018年会展服务企业主要竞争对手分析

第一节 天津振威展览股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、企业主营业务及产品结构分析

四、企业竞争优势和劣势分析

五、企业发展最新发展动态分析

六、企业未来发展前景及战略规划分析

第二节 名洋国际会展（北京）股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、企业主营业务及产品结构分析

四、企业竞争优势和劣势分析

五、企业发展最新发展动态分析

六、企业未来发展前景及战略规划分析

第三节 天津振威展览股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、企业主营业务及产品结构分析

四、企业竞争优势和劣势分析

五、企业发展最新发展动态分析

六、企业未来发展前景及战略规划分析

第八章 2020-2026年中国会展服务企业上下游产业链分析及其影响

第一节 2020-2026年中国会展服务企业上游企业发展及影响分析

第二节 2020-2026年中国会展服务企业下游企业发展及影响分析

第九章 2020-2026年中国会展服务企业发展趋势预测

第一节 2020-2026年政策变化趋势预测

第二节 2020-2026年供求趋势预测

一、产品供给预测

二、产品需求预测

第三节 2020-2026年渠道发展趋势

第四节 2020-2026年竞争趋势预测

第十章 2020-2026年会展服务企业投资潜力与价值分析

第一节 2020-2026年会展服务企业投资环境分析

第二节 2020-2026年会展服务企业swot模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节 2020-2026年我国会展服务企业投资策略分析

第四节 2020-2026年我国会展服务企业前景展望分析

第五节 2020-2026年我国会展服务企业盈利能力预测

第十一章 2020-2026年会展服务企业投资风险预警

第一节 投资环境的分析与对策

第二节 投资机遇分析

第三节 投资风险分析

一、宏观经济风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 投资策略与建议

第十二章 2020-2026年会展服务产业投资机会及投资策略分析

第一节 2020-2026年会展服务企业区域投资机会

第二节 2020-2026年会展服务企业主要产品投资机会

第三节 2020-2026年会展服务企业出口市场投资机会

第四节 2020-2026年中国会展服务企业投资策略分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第五节 建议

图表目录：

图表 2016-2018年中国GDP及增长率统计

图表 2018年国内生产总值统计

图表 2015年-2018年工业经济增长情况

图表 2016-2018年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表 2018年中国全社会固定资产投资统计

图表 2018年年末中国人口数及其构成

图表 2018年年末中国人口数及其构成

图表 2016-2018年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 2016-2018年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2016-2018年中国城镇新增就业人数

图表 2016-2018年中国国家全员劳动生产率

图表 会展服务行业产业链

图表 2016-2018年中国会展服务行业工业总产值情况

图表 2016-2018年中国会展服务行业价格走势

图表 中国会展服务产品市场价格统计

图表 2016-2018年中国会展服务行业生产情况

图表 2020-2026年中国会展服务产能预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142478.html>