

# 2021-2027年中国会展服务 市场深度分析与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国会展服务市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202101/203014.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

截至2016年，我国展览场馆达189座，展览馆总供给面积达916.12万平方米。2011-2016年，我国举办各类展览数量从6830场上升到10519场。展览面积从8120万m<sup>2</sup>上升到13264万m<sup>2</sup>。展览面积增长快于展览项目增长，单位项目规模扩大，展览效益向好。2011-2017年全国会展展览数量及面积情况统计

中企顾问网发布的《2021-2027年中国会展服务市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共四章。首先介绍了会展服务相关概念及发展环境，接着分析了中国会展服务规模及消费需求，然后对中国会展服务市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国会展服务面临的机遇及发展前景。您若想对中国会展服务有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国会展行业发展背景

#### 第一节 会展行业发展综述

##### 一、会展与会展经济

###### （一）会展的定义

###### （二）会展经济的定义

##### 二、会展经济对城市发展的影响2011-2017年全国会展业直接经济产值统计

###### （一）会展业对交通、通讯业的带动效应

###### （二）会展业对旅游业的带动效应

###### （三）会展业对零售业的带动效应

###### （四）会展业对酒店业的带动效应

##### 三、会展行业在国民经济中的地位

#### 第二节 会展行业发展环境分析

##### 一、宏观经济环境分析

###### （一）国际宏观经济环境分析

###### （二）国内宏观经济环境分析

## 二、监管体制和主要法律法规

### （一）行业监管体制

### （二）行业主要法律法规

### （三）行业政策规制的特征和趋势

## 第二章 中国会展行业发展分析

### 第一节 中国会展行业发展状况

#### 一、会展行业规模分析

##### （一）展览场馆规模

##### （二）展会数量规模

#### 二、展会分布情况

##### （一）展会时间分布

##### （二）展会行业分布

##### （三）展期特征分布

#### 三、流动展会分析

### 第二节 中国会展行业回顾与展望

#### 一、会展行业发展特征

#### 二、会展行业市场运行特征

#### 三、2018年会展行业发展前景展望

#### 四、会展行业发展趋势

## 第三章 中国会展行业展会服务分析

### 第一节 展会服务体系分析

#### 一、展会服务体系的基本构成

##### （一）展前服务

##### （二）展中服务

##### （三）展后服务

#### 二、现阶段展会服务体系存在的问题

#### 三、建立健全展会服务体系的对策

##### （一）建立适合中国国情的理论指导体系

##### （二）建立促进展会服务体系发展的有效机制

##### （三）建立展会服务体系的评估标准和监督能力

## 第二节 基于体验经济的会展服务策略

### 一、体验经济的内涵及其与会展服务的相关性

#### （一）体验经济的内涵

#### （二）体验经济与会展服务的关系

### 二、体验式会展服务特征分析

#### （一）体验性

#### （二）差异性

#### （三）参与性

### 三、基于体验经济的会展服务策略

#### （一）全程服务

#### （二）细节服务

#### （三）食宿服务

## 第三节 会展服务营销理论研究

### 一、会展服务质量理论

### 二、会展服务失败与服务补救

### 三、会展顾客容忍区分析

## 第四节 品牌展会打造

### 一、品牌展会概述

#### （一）品牌展会的概念和评价标准

#### （二）品牌展会的特征

#### （三）打造品牌展会的意义

### 二、品牌展会打造的关键步骤

#### （一）科学的展会品牌定位

#### （二）优秀的展会策划方案

#### （三）成功的展会品牌营销

### 三、品牌展会的门槛

#### （一）权威协会和行业代表的大力支持

#### （二）代表行业的发展方向

#### （三）专业的展览服务

#### （四）获得“UFI”的资格认可

#### （五）长期规划，坚持品牌战略思维

### 四、品牌展会抢滩布局二线城市

## 第四章 中国会展行业展会服务领先企业经营分析（）

### 第一节 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第二节 上海科技会展有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第三节 宁波国际展览有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第四节 大连北方国际展览股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第五节 上海浦东国际展览公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第六节 中博展览股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/203014.html>