

2023-2029年中国会展服务 市场深度分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国会展服务市场深度分析与投资前景分析报告》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/202305/364001.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

中国会展业已基本形成了以北京为中心的“环渤海会展经济带”；以上海为中心的“长江三角洲——华东会展经济产业带”；以广州、香港为中心的“珠江三角洲——华南会展经济产业带”；以武汉、郑州、成都、昆明等城市为龙头的“中西部会展中心城市”和以大连、哈尔滨等城市为中心的“东北边贸会展经济产业带”。这些会展经济产业带和会展中心城市通过进行准确的功能定位，逐步形成了相互协调、各具特色、梯次发展的互动式会展经济发展格局。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m²上升到13264万m²。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年会展经济直接产值仅为3016亿元，到2016年增加到5612亿元。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国会展服务市场深度分析与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 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 2022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

第四节 其他发展环境分析

第三章 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、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、华北地区行业研究
- 三、华东行业研究
- 四、东北行业研究
- 五、中南行业研究
- 六、西部行业研究

第四章 中国会展服务市场供需调查分析

第一节 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 中国会展服务市场特征分析

- 一、中国会展服务产品特征分析
- 二、中国会展服务价格特征分析
- 三、中国会展服务渠道特征
- 四、中国会展服务购买特征

第五章 会展服务企业市场竞争格局分析

第一节 中国会展服务企业集中度分析

第二节 中国会展服务企业规模经济情况分析

第三节 中国会展服务企业格局以及竞争力分析

第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

第五节 中国会展服务企业主要优势企业竞争力综合评价

第六章 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运营状况分析

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 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

（一）企业主要经济指标

（二）企业偿债能力分析

（三）企业盈利能力分析

（四）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、企业投资前景调研预测及战略规划分析

第二节 名洋国际会展（北京）股份有限公司

第三节 天津振威展览股份有限公司

第八章 中国会展服务企业上、下游产业链分析及其影响

第一节 中国会展服务企业上游企业发展及影响分析

第二节 中国会展服务企业下游企业发展及影响分析

第九章 中国会展服务企业发展趋势预测

第一节 2023-2029年政策变化趋势预测

第二节 2023-2029年供求趋势预测

第三节 2023-2029年渠道发展趋势

第四节 2023-2029年竞争趋势预测

第十章 2023-2029年会展服务企业投资潜力与价值分析

第一节 2023-2029年会展服务企业投资环境分析

第二节 2023-2029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 2023-2029年我国会展服务企业投资前景研究分析

第四节 2023-2029年我国会展服务企业前景展望分析

第五节 2023-2029年我国会展服务企业盈利能力预测

第十一章 2023-2029年会展服务企业投资前景预警

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 投资前景分析

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 投资前景研究与建议

第十二章 2023-2029年会展服务产业投资机会及投资前景研究分析

第一节 2023-2029年会展服务企业区域投资机会

第二节 2023-2029年会展服务企业主要产品投资机会

第三节 2023-2029年会展服务企业出口市场投资机会

第四节 2023-2029年中国会展服务企业投资前景研究分析

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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/364001.html>