

2023-2029年中国会展服务 市场深度分析与未来前景预测报告

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.cction.com/report/202210/324967.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国会展服务市场深度分析与未来前景预测报告》共七章。首先介绍了会展服务行业市场发展环境、会展服务整体运行态势等，接着分析了会展服务行业市场运行的现状，然后介绍了会展服务市场竞争格局。随后，报告对会展服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展服务行业发展趋势与投资预测。您若想对会展服务产业有个系统的了解或者想投资会展服务行业，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 会展服务行业市场现状分析

第一节 市场概述

一、简介

（一）定义

（二）会展类型

（三）国际会展业发展主要特点

二、欧洲会展业发展状况

（一）德国会展

（二）法国会展

（三）英国会展

（四）意大利会展

三、亚洲会展业发展状况

（一）新加坡会展

（二）马来西亚会展

（三）台湾会展

（四）香港会展

（五）澳门会展

四、美洲会展业发展状况

（一）美国会展

（二）加拿大会展

五、非洲会展业发展状况

六、大洋洲会展业发展状况

七、我国会展服务行业发展

第二节 市场规模

一、全国会展规模

二、全国经贸类展览会规模

三、全国展览馆市场租馆率分析

四、全国组展单位市场总量分析

五、全国新能源展会规模

六、京沪穗三地及大连、成都展览会规模

（一）北京

（二）上海

（三）广州

（四）大连

（五）成都

第三节 存在的问题

第二章 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

（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

第三章 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、2022年会展行业发展前景展望

四、会展行业发展趋势

第四章 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

第五章 中国会展业重点区域市场运行分析

第一节 行业企业整体分析

第二节 中国会展服务行业主要展览会分析

一、北京奥运会

(一) 基本信息

(二) 北京奥运会影响

二、上海世博会

(一) 基本信息

(二) 上海世博会影响

三、广州亚运会

(一) 基本信息

(二) 广州亚运会影响

四、广交会

(一) 基本信息

(二) 广交会影响

五、高交会

(一) 基本信息

(二) 高交会影响

六、中国花卉博览会

(一) 基本信息

(二) 中国花卉博览会影响

七、科博会

(一) 基本信息

(二) 科博会影响

八、博鳌亚洲论坛

(一) 基本信息

(二) 博鳌亚洲论坛影响

九、上海国际汽车工业展览会

(一) 基本信息

(二) 上海国际汽车工业展览会影响

第六章 会展服务行业主要会展企业分析

一、励展博览集团

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

二、法兰克福展览公司

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

三、杜塞尔多夫展览集团

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

四、汉诺威展览公司

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

五、慕尼黑国际博览集团

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

六、亚洲博闻有限公司

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

七、中国国际展览中心集团公司

- (一) 企业基本信息
- (二) 企业发展历史
- (三) 企业行业地位分析

八、广东现代会展管理公司

- (一) 企业基本信息

(二) 企业发展历史

(三) 企业行业地位分析

九、上海博华国际展览有限公司

(一) 企业基本信息

(二) 企业发展历史

(三) 企业行业地位分析

十、昆明国际会展中心有限公司

(一) 企业基本信息

(二) 企业发展历史

(三) 企业行业地位分析

第七章 会展服务行业发展预测

第一节 未来展望

一、世界展览会的发展趋势

二、中国会展业发展的未来展望

三、中国会议市场十大发展趋势

第二节 市场前景

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202210/324967.html>