

2020-2026年中国会展旅游 市场深度评估与发展前景报告

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年中国会展旅游市场深度评估与发展前景报告》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/202003/157930.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

报告目录：第一章会展旅游行业基础剖析第一节会展旅游概述一、会展旅游内涵的界定二、国内外会展旅游发展概况第二节会展旅游的特点一、会展对旅游的促进作用二、旅游对会展的辅助作用第三节会展旅游功能一、有助于提升目的地旅游形象二、有助于改善地区旅游吸引力三、有助于降低目的地季节性第四节会展与旅游的互动一、会展拉动旅游消费二、旅游推动会展业发展三、会展与旅游的协调发展第二章2019年中国旅游业的发展现状分析第一节中国旅游业概况一、中国旅游业发展的特点二、“十三五”中国旅游业发展概述三、中国旅游业正迈入全民消费新时代四、旅游业与环境的发展关系五、旅游环境承载力研究分析六、中国旅游业转型与产业政策选择分析第二节2012-2019年中国旅游业发展分析一、2014年中国旅游业的发展状况二、2015年中国旅游业的发展状况三、2019年中国旅游业的发展状况第三节旅游资源开发中的经济学分析一、旅游资源开发作为产品的经济学特征二、旅游资源开发的效率机制三、旅游资源开发中的合理定位第四节中国旅游业面临的挑战一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战二、中国旅游业中存在的问题三、中国旅游资源的产权问题分析第五节中国旅游业发展策略一、中国当前旅游业发展的措施二、中国旅游业发展中的策略三、应构建中国现代旅游资源产权制度四、中国旅游业持续发展需注意的问题第三章2019年中国会展旅游行业市场发展环境分析第一节国内宏观经济环境分析一、gdp历史变动轨迹分析二、固定资产投资历史变动轨迹分析三、2019年中国宏观经济发展预测分析第二节2019年中国会展旅游行业政策环境分析一、国务院关于加快发展旅游业的意见二、旅行社条例三、中国旅游饭店行业规范四、旅游安全管理暂行办法第三节2019年中国会展旅游行业社会环境分析第四章2019年中国会展旅游行业运行形势综述第一节2019年中国会展旅游的现状概述一、会展业发展迅速二、各地积极参与主导会展业的发展三、各地开始建立自律性的行业协会四、全国掀起了展览场馆的建设高潮五、主要会议接待单位纷纷加入国际会议组织六、初步形成了北京、上海等国际会展中心城市七、会展产业体系正在形成八、网络参与九、会展旅游业引起旅游业界的重视十、我国在国际会展业中的地位比较低第二节2019年我国会展旅游业的主要问题分析一、市场化不够二、外部环境亟待改善三、重硬件轻软件，重展轻会四、国际化品牌的会展少五、对会展业缺乏科学研究第三节2019年我国会展旅游的发展对策一、设立全国性会展管理机构二、建设具有超前性的会展场馆三、加快培养专业人才四、完善会展设施和其他相关设施，美化城市环境五、培育具有竞争力的会展企业第五章2019年我国会展旅游业市场的必要性和对策分析第一节国内会展旅游研究进展第二节我国旅行社开发会展旅游市场的必要性一、我国旅行社的经营现状二、会展旅游的特点及其发展态势三、旅行社所拥有的天然优势第三节我国旅行社开发会展旅游市场的现状第四节我国旅行社开发会展

旅游市场的有效对策一、主动出击做好会展的招徕和接待工作二、开发具有特色的会展旅游产品三、注重会展旅游产品的宣传促销四、注重公共关系的开拓与维护五、增强自身实力来获得竞争优势六、加快培养和引进会展旅游人才的进程 第六章旅行社拓展会展旅游现状深度研究第一节国际旅行社拓展会展旅游的现状一、选定研究对象二、国际旅行社拓展会展旅游基本情况介绍第二节国内旅行社拓展会展旅游的现状一、国内旅行社特征分析二、国内旅行社拓展会展旅游现状及特征分析第三节旅行社拓展会展旅游的障碍分析一、旅行社之间的分工不明确二、旅行社与专业会展公司没有实现良好分工三、其他障碍因素 第七章旅行社拓展会展旅游市场策略第一节旅行社分工策略一、规模二、资金三、品牌四、依附实力雄厚的集团五、历史六、企业文化与服务宗旨七、优势八、业务量九、荣誉十、加入国际组织第二节旅行社与会展公司竞合策略一、“竞合”理论的提出二、旅行社与会展公司之间的竞争三、旅行社与会展公司之间的合作四、旅行社与会展公司之间长期竞合成为必然第三节其他策略 第八章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——宁波第一节宁波会展旅游业的发展概况一、宁波会展旅游的发展阶段二、宁波会展旅游业的现状分析三、宁波会展旅游业存在的问题第二节宁波会展旅游业发展的swot分析一、宁波发展会展旅游的自身优势二、宁波会展旅游发展的自身劣势三、宁波会展旅游发展的外部环境机会四、宁波会展旅游发展的威胁第三节宁波会展旅游发展的对策分析一、培育和完善会展市场二、培养专业人才服务于会展旅游业三、品牌展会发展战略四、开展网络会展旅游营销第四节基于会展旅游发展的宁波城市营销策略一、发挥-作用建立市场化运作模式二、实现会展旅游与相关服务业互动发展三、整合会展旅游资源培育区域竞争优势 第九章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——昆明第一节昆明会展旅游发展的现状第二节昆明会展旅游发展的综合条件分析一、昆明发展会展旅游的优势二、昆明发展会展旅游的劣势第三节昆明会展旅游发展模式构建一、会展业与旅游业的关系优化二、明确机构职能、实现分工协作三、开展会展旅游市场营销1、昆明发展会展旅游的目标定位2、根据会展旅游特点开发会展旅游项目3、大力进行会展旅游的宣传促销第四节总结 第十章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——桂林第一节桂林会展旅游的发展现状第二节桂林市可以开发的会展旅游产品类型一、会议旅游产品二、展览旅游产品三、民俗节庆旅游产品第三节桂林会展旅游营销分析第四节桂林会展旅游发展前景预测 第十一章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——苏州第一节苏洲会展旅游的发展概况一、苏洲会展旅游业发展景气度分析二、苏洲会展旅游开发现状三、苏洲会展旅游业发展现状第二节苏州会展旅游发展策略分析第三节苏州会展旅游发展趋势预测分析 第十二章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——丽江第一节丽江会展旅游的发展概况一、丽江会展旅游业发展景气度分析二、丽江会展旅游swot分析三、丽江会展旅游开发状况分析四、丽江会展旅游现状分析

第二节丽江定向会展旅游的经营对策探讨 第三节2020-2026年中国丽江会展旅游发展前景预测分析 第十三章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——其它城市 第一节成都 第二节东莞 第三节大连 第四节长沙 第十四章2020-2026年中国会展旅游业的发展前景与趋势分析 第一节2020-2026年中国旅游业的发展前景预测分析一、我国旅游业将进入黄金发展时期二、中国旅游业市场展望三、2020-2026年中国旅游业预测分析四、“十三五”我国部分地区旅游业规划五、中国旅游业市场的发展趋势 第二节2020-2026年中国会展旅游业前景预测分析一、中国会展旅游业发展城市经济影响二、中国会展旅游业发展趋势观察三、中国会展旅游业市场规模预测分析 第十五章2020-2026年中国会展旅游业的投资前景分析 第一节中国会展旅游业发展环境分析 第二节2020-2026年中国会展旅游业投资机会分析一、会展旅游区域投资机会分析二、会展旅游投资潜力预测 第三节2020-2026年中国会展旅游投资风险分析 第四节投资建议 部分图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度 图表：全国粮食产量及其增速 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） 图表：进出口总额（亿美元） 图表：广义货币（M2）增长速度（%） 图表：居民消费价格同比上涨情况 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） 图表：农村居民人均收入实际增长速度 图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：2019年房地产开发投资同比增速（%） 图表：2019年中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对2019年中国GDP增速预测 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/157930.html>