

2018-2024年中国展览服务 市场前景研究与发展前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国展览服务市场前景研究与发展前景报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/X05043K785.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

随着近年来会展经济的迅猛发展，会展行业越来越细分化，衍生出众多新兴行业，展览服务行业就是其中之一。所谓展览服务，通常是指在展览举办过程中，以提升展会宣传和展示水准为目的以及为保证展会正常进行所提供的全过程服务。展览服务贯穿于整个展览会的展前、展中、展后等各个不同的阶段。广义的展览服务，既包括发生在展览现场的租赁、广告、保安、清洁、展品运输、仓储、展位搭建等专业服务，也包括餐饮、旅游、住宿、交通、运输等相关行业的配套服务。

展览服务是会展服务业发展中必不可少的领域，在会展产业链中处于重要位置，尤其对于提供专业展览服务的服务企业而言，其对参展商服务质量的好坏，直接关系到参展商能否取得良好的展览效果，更关系到展览项目和展览企业自身的发展趋势，从而从更深层次来讲，关系到我国会展经济的整体发展。近年来，随着我国会展行业的迅速发展，组展商及参展商对专业展览服务的需求日益增长，在市场需求带动下，我国展览服务市场呈现快速增长态势。目前，我国展览服务企业已近两万家，，但其中有品牌影响力、专业性强的公司比重很小。

中国内地已成为全球发展最快的展览市场，并且仍将以较快的速度持续发展。未来在整个会展业良好发展前景的背景下，展览服务企业作为整个行业不可或缺的参与主体，也将呈现广阔的发展前景。未来随着我国会展业专业分工越来越细，会展服务产业链将越来越强调术业有专攻，与展览服务相关的各个产业环节将蕴藏着极大的市场发展空间。

报告目录：

第一章 展览服务行业发展概述

第一节 展览行业相关概念

一、展览会概念及分类

二、展会专用名词解释

第二节 展览服务的概念

一、展览服务的定义和分类

二、展会服务内容体系分析

三、展览服务行业地位分析

第三节 展览服务行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、中外市场成熟度对比

第四节 展览服务的产业链情况

- 一、展览服务产业链分析
- 二、展览服务上游客户分析
- 三、展览服务下游客户分析

第二章 中国展览服务行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 国际经济环境分析

- 一、2017年世界经济形势解析
- 二、2018年世界经济形势展望

第三节 行业政策环境分析

- 一、会展业监管体制
- 二、政策法规及影响
- 三、行业相关标准分析
 - (一) 专业性展览会等级标准
 - (二) 展览场馆运营服务规范
 - (三) 布展工程单位运营服务规范
 - (四) 浙江省会展行业服务规范

第四节 展览服务行业技术环境分析

- 一、会展与信息技术
- 二、会展与多媒体技术
- 三、技术环境对行业的影响

第三章 展览服务行业上下游行业分析

第一节 展览服务行业上游行业发展现状

一、中国会展业发展现状

(一) 中国会展业发展历程

(二) 中国会展业发展情况

(三) 中国会展业发展模式

(四) 中国会展业发展特征

(五) 会展业地区分布特征

二、中国会展经济发展分析

(一) 会展组织者收入统计

(二) 全国会展数量统计

(三) 全国会展展出面积

(四) 全国会展场馆建设

(五) 全国会展业产值规模

(六) 会展业社会贡献情况

三、中国会展业品牌发展分析

(一) 中国会展品牌实施意义

(二) 中国会展品牌发展现状

(三) 中国会展品牌发展建议

四、中国会展业存在的问题与对策

(一) 中国会展业存在的问题

(二) 中国会展业发展对策建议

第二节 上游行业对展览服务行业的影响

第三节 展览服务行业下游客户分析

一、组展商客户市场分析

(一) 国内会展主办方分类

(二) 组展商行业分布情况

(三) 组展商规模情况分析

二、参展商客户市场分析

(一) 参展商在展览业中的地位

(二) 参展商参加展览缘由分析

(三) 参展商参展决策因素分析

(四) 参展商参展支出情况分析

第四节 下游客户对展览服务行业的影响

第四章 中国展览服务行业市场发展情况分析

第一节 展览服务市场发展概况

- 一、展览服务行业发展现状
- 二、国内与国际市场分析
- 三、展览服务市场规模分析

第二节 展览服务行业发展存在的问题

- 一、展览服务企业规模较小
- 二、缺乏资本运作空间和方法
- 三、国内企业的设计水平较低
- 四、缺乏品牌意识和品牌定位

第三节 展览服务外包市场分析

- 一、展览服务外包发展概述
- 二、展览服务外包的边界分析
- 三、展览服务外包组织的形式
- 四、展览服务外包的政策建议

第五章 中国展览服务细分市场发展分析

第一节 展览设计行业发展分析

- 一、展览设计行业发展概述
- 二、展览设计行业发展现状
- 三、展览设计行业存在问题
- 四、展览设计行业发展对策
- 五、展览设计行业政策建议

第二节 展台搭建服务市场分析

- 一、展台搭建市场发展概况
- 二、展台搭建市场竞争情况
- 三、展台搭建工作总体评价
- 四、国内外展位搭建的对比
- 五、展台搭建市场前景预测

第三节 展品运输服务市场分析

- 一、展品运输行业相关概述

- 二、展品运输行业特点分析
- 三、展品运输市场发展现状
- 四、展品运输服务总体评价
- 五、展品运输市场前景预测

第六章 中国重点城市展览服务市场发展分析

第一节 北京市展览服务市场分析

- 一、北京会展行业发展现状分析
- 二、北京会展行业发展规划分析
- 三、北京展览服务市场发展现状
- 四、北京展览服务市场机会分析

第二节 上海市展览服务市场分析

- 一、上海会展行业发展现状分析
- 二、上海会展行业发展规划分析
- 三、上海展览服务市场发展现状
- 四、上海展览服务市场机会分析

第三节 广州市展览服务市场分析

- 一、广州会展行业发展现状分析
- 二、广州会展行业发展建议分析
- 三、广州展览服务市场发展现状
- 四、广州展览服务市场机会分析

第四节 深圳市展览服务市场分析

- 一、深圳会展行业发展现状分析
- 二、深圳会展行业支持政策分析
- 三、深圳展览服务市场发展现状
- 四、深圳展览服务市场机会分析

第五节 重庆市展览服务市场分析

- 一、重庆会展行业发展现状分析
- 二、重庆会展行业支持政策分析
- 三、重庆展览服务市场机会分析

第六节 杭州市展览服务市场分析

- 一、杭州会展行业发展现状分析

二、杭州会展行业发展规划分析

三、杭州展览服务市场机会分析

第七章 中国展会市场数据统计分析

第一节 中国境内展览数据统计

一、中国展览数量与面积分析

二、各省市展会数量与面积分析

三、各省市平均办展面积分析

四、四大直辖市展览数据分析

五、中国各城市展览数据分析

六、5个单列市展览数据分析

七、8大经济区展览数据分析

第二节 中国境外展览数据统计

一、中国境外办展数量统计

二、中国境外办展面积统计

三、中国境外办展总摊位数

四、中国境外办展国家分布

五、中国境外办展行业分布

六、中国境外办展时间统计

第三节 中国展览机构状况统计

一、中国展览机构总体情况

二、各省市会展管理机构

三、各省市会展协会组织

四、各城市会展管理机构

五、各城市会展协会组织

第八章 中国主要展会项目分析

第一节 广交会

一、广交会相关概述

二、广交会采购商到会统计

三、广交会成交额统计分析

四、广交会经济效应分析

第二节 高交会

- 一、高交会相关概述
- 二、高交会参展商到会统计
- 三、高交会投资商到会统计
- 四、高交会参展项目到会统计
- 五、高交会相关影响效应分析

第三节 华交会

- 一、华交会相关概述
- 二、华交会参展商数量统计
- 三、华交会成交额数量统计
- 四、华交会海外客商数量统计
- 五、华交会的成功启示

第四节 西博会

- 一、西博会相关概述
- 二、西博会参与人数统计
- 三、西博会成交项目数量
- 四、西博会成交项目金额
- 五、西博会经济效应分析

第五节 上海世博会

- 一、上海世博会相关概述
- 二、上海世博会举办规模
- 三、上海世博会效应分析

第九章 展览服务行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第十章 展览服务行业典型企业分析

第一节 华毅东方展览有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业组织架构分析

四、企业服务案例分析

第二节 点意空间国际展览集团

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业荣誉情况分析

四、企业服务案例分析

第三节 香港雅式展览服务有限公司

一、企业基本情况

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

四、企业未来展会情况

第四节 德马吉（中国）展览服务有限公司

一、企业基本情况

二、企业荣誉情况分析

三、企业服务案例情况

四、企业客户情况分析

第五节 北京中展国际展览工程有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业荣誉情况分析

三、企业业务服务分析

四、企业服务案例分析

第六节 北京东方世源展览展示有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

第七节 上海现代国际展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业资质荣誉分析

四、企业服务案例分析

第八节 上海艾肯展览有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业竞争优势分析

四、企业服务案例分析

第九节 广州新之联展览服务有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业组织架构分析

三、企业主要业绩分析

第十节 深圳市华奥展览服务有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业业务服务分析

三、企业服务案例分析

第十一章 会展服务行业服务策略分析

第一节 基于体验经济的会展服务分析

一、体验经济与会展服务的相关性

二、体验式会展服务的特征分析

三、基于体验经济的会展服务策略

第二节 中国会展服务体系发展对策

一、转变经营理念提供人性化服务

- 二、以数据信息服务能力为主轴
- 三、提供完善和协调的配套服务
- 四、加强合作伙伴的服务质量控制
- 五、做好主办方和展馆的沟通工作

第三节 会展企业服务提升策略分析

- 一、服务延伸化策略
- 二、服务实体化策略
- 三、服务差异化策略
- 四、营销整合化策略

第十二章 2018-2024年展览服务行业发展趋势分析

第一节 2018-2024年中国展会行业发展趋势预测

- 一、中国会展发展趋势整体分析
- 二、中国会展项目发展趋势分析
- 三、中国会展行业发展预测分析

第二节 2018-2024年中国展览服务行业未来发展预测分析

- 一、展览服务行业发展趋势分析
- 二、2018-2024年行业发展规模分析

第十三章 展览服务企业兼并重组与融资策略分析

第一节 展览服务企业投资兼并与重组分析

- 一、企业并购态势动机分析
- 二、企业兼并重组意义分析
- 三、企业并购战略考虑因素

第二节 展览服务企业并购重组策略分析

- 一、企业兼并与收购成本分析
- 二、企业并购整合的风险分析
- 三、企业并购与重组对策建议

第三节 展览服务企业融资渠道与选择分析

- 一、企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划发展机遇
- 三、适度债权融资配置资本结构

第四节 展览服务企业资本市场运作建议

- 一、企业投资并购对象选择
- 二、企业海外市场运作建议
- 三、企业并购整合策略建议

第十四章 2018-2024年中国展览服务行业投资机会与风险

第一节 展览服务行业投资情况及建议

- 一、展览服务行业投资格局
- 二、展览服务行业进入壁垒
- 三、展览服务行业投资机会

第二节 影响展览服务行业发展的主要因素

- 一、影响展览服务行业运行的有利因素分析
- 二、影响展览服务行业运行的不利因素分析
- 三、中国展览服务行业发展面临的挑战分析
- 四、中国展览服务行业发展面临的机遇分析

第三节 展览服务行业投资风险分析

- 一、展览服务行业宏观经济风险
- 二、展览服务行业政策风险分析
- 三、展览服务行业合作风险分析
- 四、展览服务市场竞争风险分析
- 五、展览服务行业其他风险分析

第十五章 2018-2024年中国展览服务行业盈利模式与投资策略分析

第一节 境外展览服务行业投资现状及经营模式分析

- 一、境外展览服务行业成长情况
- 二、出展服务行业经营模式分析
- 三、国外会展服务商在华投资动向

第二节 中国展览服务行业国际化发展战略分析

- 一、树立服务观念
- 二、规范服务流程
- 三、培养服务人才
- 四、体现以人为本

第十六章 2018-2024年中国展览服务行业发展策略及投资建议

第一节 展览服务行业发展策略分析

- 一、坚持服务创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、实行多元化市场扩张战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 展览服务行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、强化重点客户的管理
- 四、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

- 一、重点投资区域建议
- 二、重点投资领域建议

图表目录

图表1 展览会服务体系内容表

图表2 行业生命周期各阶段特点

图表3 展览服务行业产业链示意图

图表4 2015-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表5 2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表6 2017年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表7 2015-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表8 2015-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表9 2017年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表10 2015-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表11 2015-2017年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表12 2017年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表13 2015-2017年中国进出口总额增长趋势图

图表14 2017年全球四种股票指数走势图

图表15 2017年美国及世界其他国家企业发债总量对比

图表16 2015-2017年希腊英法日本美预算赤字与GDP的比率对比分析

图表17 2015-2017年中国美国日本和欧元区GDP变化情况对比

图表18 2015-2017年世界六个国家就业率及峰值水平对比分析

图表19 2015-2017年银行支付的与美国抵押贷款活动相关的罚金数额增长情况

图表20 2013-2017年美英国和欧元区小企业的贷款数量与GDP的占比

图表21 2015-2017年日英美三国的央行资产与GDP的占比

图表22 2017年各月世界新兴市场货币与美元的汇率

图表23 2017年中国一线会展城市举办展览会的情况

图表24 2017年展览数量前十位省市

图表25 2015-2017年中国会展业组织者收入变化趋势图

图表26 2015-2017年中国举办展出面积5000平方米以上的展览会数量

图表27 2015-2017年中国举办展览会展出面积统计

图表28 2015-2017年中国会展业产值规模统计

图表29 2012-2017年中国会展业从业人数统计

图表30 2012-2017年中国会展业拉动相关产业收入统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/X05043K785.html>