

2021年中国会展市场分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国会展市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/540650540650.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

会展是指会议、展览、大型活动等集体性活动的简称。是在一定地域空间，许多人聚集在一起形成的定期或不定期传递和交流信息的群众性社会活动，会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式。

我国会展行业产业链较长，产业关联度大，对贸易及经济发展具有较强的助推作用，不仅能够带来场馆租赁费、展位费、搭建费等收入，还能带动参展企业和目标买家实现贸易互动，促成双方贸易的达成，对参展企业销售业绩增长具有显著的促进作用。

我国会展业务模式分类

会展业务

自办展

境外自办展

境内自办展

代理展

境外代理展

境内代理展 资料来源：公开资料整理

受益于国家“一带一路”建设的实施、产业结构的升级和行业自身创新驱动步伐的加快，2016年-2020年，我国展览经济直接产值从5321.8亿元上升到6495.4亿元，增长了1173.6亿元。

2016年-2020年我国展览经济直接产值统计情况 资料来源：公开资料整理

一、优势分析 （1）我国会展行业大型活动一般是由政府主办居多，因而能够得到当地政府及各级主管部门在管理政策与财政拨款等多方面的支持。

（2）我国大型会展活动的场馆通常位于市中心或较热闹的商业中心地段，场馆区位好，交通便捷，公共基础设施配套完善，优越的区位优势使得场馆运营可实现成本最小化与项目效益最大化。

（3）在产品、技术、生产、营销等多方面获取优质资源，从而减少国内资源的机会成本，有助于增强综合竞争力和中心城市面向周边地区的辐射力和影响力，增强对周边地区的服务功能。

二、劣势分析 （1）我国会展企业数量较多，但规模相对而言都比较小，服务水

平普遍较低，出现结构性供需矛盾。低层次和低技术含量的会展服务供给过剩，高层次的和高技术含量的会展服务供给不足。

(2) 我国会展场馆为满足大型会展活动的需要，场馆投入日益上升，导致会展场馆前期投入大，运营成本高，大部分场馆无法单纯依靠政府补贴实现收支平衡。

(3) 我国会展业技术装备水平低，生产效率不高，服务水平较差，基础设施不太完善，并且专业人才少，存在较大的缺口。

三、机遇分析

(1) 我国展览业将从数量扩张向质量提升过渡。从我国境内举办的规模展览得出，2019年我国境内共举办经贸类展览3547个，1万-3万平方米规模展览共举办1677个，占全部规模展览数量的47.3%；3万-5万平方米规模展览共举办757个，占全部规模展览数量的21.3%；1万平方米以下及10万平方米以上规模展览数量均偏少，分别为303个和257个。

2019年我国展览不同规模数量情况 资料来源：公开资料整理

(2) 国家政策出台多项政策推动会展行业发展。如2016年12月出台《展览业统计监测报表制度》建立以展馆经营者、展览组织者和展览服务商为主要调查对象的展览业统计监测体系，科学、有效地开展展览业统计工作，进一步增加市场透明度，优化市场结构，规范、引导和推动行业有序健康发展。

我国会展行业相关政策梳理

发布时间

政策名称

主要内容

2015年4月

《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

坚持专业化、国际化、品牌化、信息化方向，倡导低碳、环保、绿色理念，培育壮大市场主体，加快展览业转型升级，努力推动我国从展览业大国向展览业强国发展，更好地服务于国民经济和社会发展全局

2016年2月

《国务院关于第二批取消152项中央指定地方实施行政审批事项的决定》

取消省级商务主管部门进行审批的“地负责的境内对外经济技术展览会办展项目审批”。

2016年3月

《关于切实做好取消部分展览项目行政审批事项后续衔接工作和试运行展览业信息系统的通知》

做好取消省级商务主管部门负责的境内举办对外经济技术展览会办展项目审批后续衔接工作，加强展览业事中事后监管，优化政府服务。

2016年12月

《展览业统计监测报表制度》

建立以展馆经营者、展览组织者和展览服务商为主要调查对象的展览业统计监测体系，科学、有效地开展展览业统计工作，进一步增加市场透明度，优化市场结构，规范、引导和推动行业有序健康发展。资料来源：公开资料整理（wz）

（3）现代信息技术在展会中的渗透程度加深，会展运营效率有效提升。我国互联网不断与国民经济各个行业相互融合，“互联网+”作为推动会展业新一轮转型的外在动力，将对传统会展业形成冲击，刺激会展商业模式主调整，提高服务效率和服务质量，进一步深化改革，重构产业格局。

四、威胁分析 （1）大型的跨国企业凭借强大的资金、技术优势和先进的专业管理经验，全面进军国内市场，加剧了市场竞争，会展业面临重新洗牌局面。

（2）国外会展公司的进入，加强了对我国会展人才的争夺，利用各种手段从国内会展企业“挖”走高素质的人才，使国内会展业人才争夺的竞争加剧。

《2021年中国会展市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国会展行业发展概述

第一节 会展行业发展情况概述

- 一、会展行业相关定义
- 二、会展行业基本情况介绍
- 三、会展行业发展特点分析
- 四、会展行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、会展行业需求主体分析

第二节 中国会展行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、会展行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国会展行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国会展行业生命周期分析

- 一、会展行业生命周期理论概述
- 二、会展行业所属的生命周期分析

第四节 会展行业经济指标分析

- 一、会展行业的赢利性分析
- 二、会展行业的经济周期分析
- 三、会展行业附加值的提升空间分析

第五节 中国会展行业进入壁垒分析

- 一、会展行业资金壁垒分析
- 二、会展行业技术壁垒分析
- 三、会展行业人才壁垒分析
- 四、会展行业品牌壁垒分析
- 五、会展行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球会展行业市场发展现状分析

第一节 全球会展行业发展历程回顾

第二节 全球会展行业市场区域分布情况

第三节 亚洲会展行业地区市场分析

- 一、亚洲会展行业市场现状分析
- 二、亚洲会展行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲会展行业市场前景分析

第四节 北美会展行业地区市场分析

- 一、北美会展行业市场现状分析
- 二、北美会展行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美会展行业市场前景分析

第五节 欧洲会展行业地区市场分析

- 一、欧洲会展行业市场现状分析
- 二、欧洲会展行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲会展行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界会展行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球会展行业市场规模预测

第三章 中国会展产业发展环境分析

第一节 我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、全社会消费品会展总额
- 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 中国会展行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国会展产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国会展行业运行情况

第一节 中国会展行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国会展行业市场规模分析

第三节 中国会展行业供应情况分析

第四节 中国会展行业需求情况分析

第五节 我国会展行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国会展行业供需平衡分析

第七节 中国会展行业发展趋势分析

第五章 中国会展所属行业运行数据监测

第一节 中国会展所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国会展所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国会展所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国会展市场格局分析

第一节 中国会展行业竞争现状分析

一、中国会展行业竞争情况分析

二、中国会展行业主要品牌分析

第二节 中国会展行业集中度分析

一、中国会展行业市场集中度影响因素分析

二、中国会展行业市场集中度分析

第三节 中国会展行业存在的问题

第四节 中国会展行业解决问题的策略分析

第五节 中国会展行业钻石模型分析

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

第七章 2017-2020年中国会展行业需求特点与动态分析

第一节 中国会展行业消费市场动态情况

第二节 中国会展行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 会展行业成本结构分析

第四节 会展行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国会展行业价格现状分析

第六节 中国会展行业平均价格走势预测

一、中国会展行业价格影响因素

二、中国会展行业平均价格走势预测

三、中国会展行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国会展行业区域市场现状分析

第一节 中国会展行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区会展市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区会展市场规模分析

四、华东地区会展市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区会展市场规模分析

四、华中地区会展市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区会展市场规模分析

四、华南地区会展市场规模预测

第九章 2017-2020年中国会展行业竞争情况

第一节 中国会展行业竞争结构分析（波特五力模型）

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、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国会展行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国会展行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 会展行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国会展行业发展前景分析与预测

第一节 中国会展行业未来发展前景分析

- 一、会展行业国内投资环境分析
- 二、中国会展行业市场机会分析
- 三、中国会展行业投资增速预测

第二节 中国会展行业未来发展趋势预测

第三节 中国会展行业市场发展预测

- 一、中国会展行业市场规模预测
- 二、中国会展行业市场规模增速预测
- 三、中国会展行业产值规模预测
- 四、中国会展行业产值增速预测
- 五、中国会展行业供需情况预测

第四节 中国会展行业盈利走势预测

- 一、中国会展行业毛利润同比增速预测
- 二、中国会展行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国会展行业投资风险与营销分析

第一节 会展行业投资风险分析

- 一、会展行业政策风险分析
- 二、会展行业技术风险分析
- 三、会展行业竞争风险分析
- 四、会展行业其他风险分析

第二节 会展行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国会展行业发展战略及规划建议

第一节 中国会展行业品牌战略分析

- 一、会展企业品牌的重要性

二、会展企业实施品牌战略的意义

三、会展企业品牌的现状分析

四、会展企业的品牌战略

五、会展品牌战略管理的策略

第二节 中国会展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、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国会展行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 会展行业竞争力提升策略

一、会展行业产品差异性策略

二、会展行业个性化服务策略

三、会展行业的促销宣传策略

四、会展行业信息智能化策略

五、会展行业品牌化建设策略

六、会展行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国会展行业发展策略及投资建议

第一节 中国会展行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国会展行业营销渠道策略

一、会展行业渠道选择策略

二、会展行业营销策略

第三节 中国会展行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国会展行业重点投资区域分析

二、中国会展行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/540650540650.html>