

# 2016-2022年中国会议产业专项调研与发展机会分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国会议产业专项调研与发展机会分析报告》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/xixinfuwu/235244235244.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国会议产业专项调研与发展机会分析报告》首先介绍了会议行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 第一部分 会议产业环境透视35

#### 第一章 会议产业发展综述35

##### 第一节 会议产业定义概述35

###### 一、会议定义35

###### 二、会议产业定义35

##### 第二节 会议产业分类概述36

###### 一、按照会议的性质划分36

###### 二、按照会议举办机构划分38

###### 三、按照会议的地域范围和影响力划分39

###### 四、按照所属行业划分40

###### 五、按照会议是否营利来划分40

##### 第三节 会议产业经济特征分析40

###### 一、会议业属于朝阳产业40

###### 二、会议业以文化为基本内涵41

###### 三、会议业与旅游业密切相关41

###### 四、会议业具有带动性41

##### 第四节 会议产业经济拉动系数研究42

###### 一、会议经济拉动系数定义42

###### 二、会议经济研究样本说明43

###### 三、会议相关行业收入分析44

###### 四、会议场馆收入分析46

###### 五、会议经济拉动作用研究结论47

##### 第五节 会议产业链及其主要组成部分48

###### 一、会议产业链运作模式示意图48

###### 二、会议产业链中的组织者及特点48

###### 1、企事业单位49

###### 2、社团组织49

###### 3、政府部门50

- 4、其它会议主办机构及其会议的特点50
- 三、会议产业链中的城市与会议接待场所51
  - 1、会议产业链中的城市51
  - 2、会议场所51
- 第六节 最近3-5年中国会议产业经济指标分析53
  - 一、赢利性53
  - 二、成长速度53
  - 三、附加值的提升空间53
  - 四、进入壁垒 / 退出机制54
  - 五、风险性57
  - 六、行业及其主要子行业成熟度分析58
- 第二章 会议产业市场环境及影响分析 ( pest ) 59
  - 第一节 会议产业政治法律环境 ( p ) 59
    - 一、会议产业政策环境59
    - 二、政策环境对行业的影响59
  - 第二节 行业经济环境分析 ( e ) 60
    - 一、宏观经济运行分析60
    - 二、宏观经济对行业的影响77
  - 第三节 行业社会环境分析 ( s ) 80
    - 一、会议产业社会环境80
    - 二、社会环境对行业的影响81
  - 第四节 行业技术环境分析 ( t ) 82
    - 一、网络视频会议82
    - 二、技术在会议产业中的作用82
    - 三、会议产业技术手段分析83
    - 四、会议产业新技术分析84
    - 五、会议产业技术趋势分析90
- 第三章 国际会议产业发展分析及经验借鉴93
  - 第一节 全球会议市场总体情况分析93
    - 一、全球会议产业发展特点93
    - 二、全球会议市场结构分析93
    - 三、全球会议产业发展分析93
    - 四、全球会议产业竞争格局94
    - 五、全球会议市场区域分布94
  - 第二节 全球会议产业市场供需形势94

- 一、全球会议市场供需分析94
  - 1、全球会议需求分析94
  - 2、全球会议供给分析96
- 二、全球展览市场供需分析97
  - 1、全球展览需求分析97
  - 2、全球展览供给分析98
- 三、全球奖励旅游市场供需99
- 第三节 美国会议产业发展现状分析100
  - 一、美国会议类型构成分析100
  - 二、会议管理促进机构与接待服务体系分析100
  - 三、专业会议组织者分析102
  - 四、会议与展览融合分析102
  - 五、会议产业支持系统分析103
  - 六、会议产业经济影响力分析103
- 第四节 中欧会议产业发展比较分析104
  - 一、欧洲展览强国与中国会展发达城市104
  - 二、欧德国会议产业的成功经验及启示105
- 第五节 2016-2022年全球会议产业发展趋势107
  - 一、会议需求趋势分析107
  - 二、会议团体活动分析108
  - 三、会议打包方案分析109
  - 四、会议预计趋势分析109
  - 五、无线设施应用趋势110
  - 六、会议室发展趋势分析111
  - 七、组建团队发展趋势112
  - 八、会议组织交流趋势112
  - 九、会议新兴增长趋势113
- 第二部分 会议行业市场分析114
- 第四章 我国会议产业运行现状分析114
  - 第一节 我国会展行业发展规模114
    - 一、我国会展行业供给规模114
      - 1、展览场馆总体规模114
      - 2、展览场馆区域分布114
      - 3、展览场馆省市分布115
      - 4、展览场馆面积分析115

- 二、我国会展行业需求规模116
  - 1、展会举办场数116
  - 2、展会展出面积116
- 第二节 我国会议产业发展状况116
  - 一、我国会议产业发展阶段116
  - 二、我国会议产业发展总体概况118
  - 三、我国会议产业发展特点分析119
  - 四、我国会议产业商业模式分析120
- 第三节 我国会议产业发展现状121
  - 一、我国会议产业市场规模121
  - 二、我国会议产业发展分析121
    - 1、会议产业内生性增长分析121
    - 2、会议产业链完善分析122
    - 3、会议产业专业化和市场化分析123
    - 4、会议产业市场格局调整分析125
    - 5、会议产业国际化发展分析126
    - 6、新技术对会议产业的影响分析127
    - 7、会议产业融合与变革分析128
  - 三、我国会议产业变化分析129
    - 1、会议产业特色化分析129
    - 2、会议产业低碳化和绿色化分析130
    - 3、大众化会议市场分析131
    - 4、会议产业创新变化分析131
- 第四节 我国会议市场情况分析132
  - 一、我国会议市场总体概况132
  - 二、我国会议市场结构发展分析133
- 第五章 我国会议产业市场调查统计134
  - 第一节 会议产业总体市场规模134
    - 一、按会议市场分类统计134
    - 二、按会议规模分类统计135
    - 三、按会议学科分类统计136
    - 四、按会议承办单分类统计139
    - 五、按会议内容分类统计140
  - 第二节 会议产业区域市场规模141
    - 一、区域市场会议数量统计142

- 二、主要省市会议数量统计143
- 三、主要城市会议数量统计143
- 四、会议举办场地分类统计144
- 第三节 会议产业时间分布情况145
  - 一、按会议举办月份统计145
  - 二、按会议举办地理区域月份统计146
  - 三、按会议持续天数统计147
  - 四、按会议市场分类天数统计148
- 第四节 会议产业国际会议情况148
  - 一、按会议市场分类的国际会议统计148
  - 二、按学科分类的国际会议统计149
  - 三、按城市的国际会议统计150
- 第五节 会议附设展览统计情况150
  - 一、按地理区域的展览统计150
  - 二、按会议市场分类的展览统计151
  - 三、按学科分类的展览统计151
- 第六节 会议产业交叉统计情况152
  - 一、按会议市场分类的平均参会人数统计152
  - 二、按学科分类的平均参会人数统计153
  - 三、按会议内容分类的会议市场数量统计154
- 第三部分 会议行业深度分析156
- 第六章 我国会议产业细分市场分析预测156
  - 第一节 公司会议市场分析预测156
    - 一、公司会议市场发展概述156
      - 1、公司会议的种类156
      - 2、公司会议业务类别157
      - 3、公司会议市场特点160
      - 4、公司会议选择会议城市时需考虑的因素161
      - 5、选择会议场所或酒店时需考虑的因素161
    - 二、公司会议市场发展规模161
      - 1、公司会议总数量及比例161
      - 2、公司国际会议数量及比例162
      - 3、公司会议举办时间分布162
      - 4、公司会议参会总人数162
      - 5、公司会议平均参会人数163

## 6、公司会议内容结构分析163

### 第二节 事业单位会议市场分析预测163

#### 一、事业单位会议市场发展规模163

##### 1、事业单位会议总数量及比例163

##### 2、事业单位国际会议数量及比例164

##### 3、事业单位会议举办时间分布164

##### 4、事业单位会议参会总人数164

##### 5、事业单位会议平均参会人数165

##### 6、事业单位会议内容结构分析165

#### 二、2016-2022年事业单位会议市场发展趋势165

##### 1、事业单位会议市场发展前景165

##### 2、事业单位会议市场发展趋势166

### 第三节 政府会议市场分析预测166

#### 一、政府会议市场发展规模166

##### 1、政府会议总数量及比例166

##### 2、政府国际会议数量及比例166

##### 3、政府会议举办时间分布167

##### 4、政府会议参会总人数167

##### 5、政府会议平均参会人数167

##### 6、政府会议内容结构分析168

#### 二、政府会议市场运行分析168

##### 1、政府会议市场发展现状168

##### 2、政府会议市场增长分析169

#### 三、2016-2022年政府会议市场发展趋势170

### 第四节 社团会议市场分析预测170

#### 一、社团会议市场发展规模170

##### 1、社团会议总数量及比例170

##### 2、社团国际会议数量及比例171

##### 3、社团会议举办时间分布171

##### 4、社团会议参会总人数171

##### 5、社团会议平均参会人数172

##### 6、社团会议内容结构分析172

#### 二、社团会议市场运行分析172

##### 1、社团会议市场发展现状172

##### 2、社团会议市场发展特点172



- 3、社团会议市场增长分析173
- 三、社团会议市场调查分析173
  - 1、会议管理与组织调查173
  - 2、会议数量、类型、参会人数、会议开支调查180
  - 3、会议目的地与会议场所调查185
- 四、2016-2022年社团会议市场发展趋势188
- 第七章 我国会议产业市场主体分析预测189
  - 第一节 专业会议组织者（pco）市场分析189
    - 一、专业会议组织者（pco）类型189
      - 1、公关型189
      - 2、旅游型189
      - 3、旅游企业转向pco的问题190
      - 4、可能向pco方向发展的机构190
    - 二、专业会议组织者（pco）条件190
    - 三、专业会议组织者（pco）价值191
    - 四、专业会议组织者（pco）前景195
  - 第二节 目的地管理公司（dmc）市场分析196
    - 一、目的地管理公司（dmc）定义196
    - 二、目的地管理公司与专业活动组织公司区别196
    - 三、目的地管理公司（dmc）业务开展198
    - 四、目的地管理公司（dmc）发展前景198
  - 第三节 会议公司市场调查分析198
    - 一、受访单位的构成198
    - 二、所办会议的数量及类别调查199
    - 三、国际会议调查200
    - 四、企业年会调查201
- 第八章 我国会议目的地市场分析预测202
  - 第一节 会议目的地市场发展规模202
    - 一、区域市场会议数量202
    - 二、主要省市会议数量203
    - 三、主要城市会议数量204
  - 第二节 会议城市构成要素调查分析205
    - 一、调查总体概况205
    - 二、交通的便利性206
    - 二、场馆设施与酒店配套条件207

- 三、场馆与酒店价格水平207
- 四、旅游资源丰富程度207
- 五、政府支持力度207
- 六、当地是否有相应机构配合207
- 七、会议专业及配套服务水平208
- 八、交通成本（机票价格等）208
- 九、气候条件208
- 十、产业基础与科研教育水平208
- 十一、购物、美食、娱乐、夜生活等丰富程度209
- 第三节 会议目的地竞争力评价分析209
  - 一、会议目的地竞争力内涵209
    - 1、竞争力概念209
    - 2、会议目的地竞争力概念210
  - 二、国际会议目的地竞争力分析210
    - 1、总体竞争力布局210
    - 2、亚洲会议目的地竞争力分析210
    - 3、我国会议目的地城市发展现状211
  - 三、会议目的地竞争力分析211
- 第四节 主要会议目的地竞争力分析213
  - 一、香港会议目的地竞争力分析213
  - 二、北京会议目的地竞争力分析213
  - 三、上海会议目的地竞争力分析214
  - 四、杭州会议目的地竞争力分析215
  - 五、成都会议目的地竞争力分析217
- 第五节 2016-2022年会议目的地发展趋势217
  - 一、会议目的地发展趋势217
  - 二、会议目的地竞争策略218
- 第九章 我国会议场地市场分析预测220
  - 第一节 会议场地市场发展规模220
    - 一、会议举办场地分类220
    - 二、会议数量220
  - 第二节 会议酒店市场调查分析221
    - 一、受访酒店的区域分布、星级与定位221
    - 二、数量、分类及客户223
    - 三、收入构成223

四、会议管理223

五、调查总结224

第三节 会议中心市场分析预测224

一、会议中心概述224

二、会议中心优势分析224

三、会议中心商业模式分析228

四、会议中心发展现状分析229

五、会议中心竞争策略分析231

六、会议中心未来发展趋势233

第四部分 会议行业竞争分析240

第十章 2016-2022年会议产业领先企业经营分析240

第一节 北京国际会议中心240

一、中心发展简况240

二、会场设施分析240

三、展场设施分析242

四、会议餐饮分析242

五、相关业务分析242

六、最新发展动向243

第二节 上海国际会议中心244

一、发展简况分析244

二、会议设施分析244

三、餐饮服务分析244

四、休闲娱乐分析245

五、最新发展动向245

第三节 江苏省会议中心246

一、发展简况分析246

二、会议服务分析246

三、餐饮服务分析246

四、客房服务分析247

五、休闲娱乐分析247

六、最新发展动向247

第四节 广州白云国际会议中心248

一、发展简况分析248

二、会议服务分析248

三、餐饮服务分析248

四、客房服务分析	249
五、休闲娱乐分析	249
六、最新发展动向	249
第五节 大连国际金融会议中心	250
一、发展简况分析	250
二、会议服务分析	250
三、餐饮服务分析	250
四、客房服务分析	250
五、休闲娱乐分析	251
六、最新发展动向	251
第六节 贵阳国际生态会议中心	251
一、发展简况分析	251
二、会议服务分析	252
三、最新发展动向	252
第七节 厦门翔鹭国际大酒店	253
一、发展简况分析	253
二、会议服务分析	253
三、餐饮服务分析	254
四、客房服务分析	254
五、休闲娱乐分析	255
六、最新发展动向	255
第八节 杭州第一世界大酒店	255
一、发展简况分析	255
二、会议服务分析	256
三、餐饮服务分析	256
四、客房服务分析	256
五、最新发展动向	257
第九节 雅旺斯（亚布力）国际会展中心大酒店	257
第十节 珠海度假村大酒店	258
一、发展简况分析	258
二、会议服务分析	258
三、餐饮服务分析	258
四、客房服务分析	259
五、休闲娱乐分析	259
第十二章 2016-2022年会议产业前景及趋势预测	330

- 第一节 2016-2022年会议市场发展前景330
  - 一、2016-2022年会议市场发展潜力330
  - 二、2016-2022年会议市场发展前景展望330
  - 三、2016-2022年会议细分行业发展前景分析330
- 第二节 2016-2022年会议市场发展趋势预测331
  - 一、2016-2022年会议类型发展趋势331
  - 二、2016-2022年会议承办发展趋势331
  - 三、2016-2022年会议产品发展趋势331
  - 四、2016-2022年会议市场走向分析332
- 第三节 2016-2022年中国会议产业供需预测333
  - 一、2016-2022年中国会议产业供给预测333
  - 二、2016-2022年中国会议产业需求预测334
- 第五部分 会议行业投资分析335
- 第十三章 2016-2022年会议产业投资价值评估分析335
  - 第一节 会议产业投资特性分析335
    - 一、会议产业进入壁垒分析335
    - 二、会议产业盈利因素分析336
    - 三、会议产业盈利模式分析336
  - 第二节 2016-2022年会议产业发展的影响因素337
    - 一、有利因素337
    - 二、不利因素337
  - 第三节 2016-2022年会议产业投资价值评估分析338
    - 一、行业投资效益分析338
    - 二、产业发展的空白点分析338
    - 三、投资回报率比较高的投资方向339
    - 四、新进入者应注意的障碍因素339
- 第十四章 2016-2022年会议产业投资机会与风险342
  - 第一节 会议产业投融资情况342
    - 一、会议产业融资情况分析342
    - 二、会议产业投资现状分析342
  - 第二节 2016-2022年会议产业投资机会342
    - 一、产业链投资机会342
    - 二、细分市场投资机会343
    - 三、重点区域投资机会344
    - 四、会议产业投资机遇344

### 第三节 2016-2022年会议产业投资风险及防范345

- 一、政策风险及防范345
- 二、市场竞争风险及防范345
- 三、宏观经济波动风险及防范345
- 四、管理风险及防范346
- 五、其他风险及防范347

### 第四节 中国会议产业投资建议347

- 一、会议产业未来发展方向347
- 二、会议产业主要投资建议348
- 三、中国会议企业融资分析348

## 第十五章 2016-2022年会议产业面临的困境及对策353

### 第一节 2016-2022年会议产业存在问题分析353

- 一、市场主体不清晰353
- 二、营销意识未建立353
- 三、市场定位不准确354
- 四、营销手段太单一354

### 第二节 2016-2022年会议产业发展对策分析354

- 一、培育优秀市场主体354
- 二、加快市场开发步伐354
- 三、提高会议产业效益355
- 四、拓展衍生产品市场355
- 五、树立会议品牌意识355

### 第三节 2016-2022年会议产业创新提升分析355

- 一、市场化355
- 二、去"行政化"356
- 三、规模化357
- 四、专业化357
- 五、产业化358

### 第四节 2016-2022年会议公司挑战与模式分析359

- 一、会议公司面临的发展机遇359
- 二、会议公司发展面临的挑战359
- 三、会议公司发展的模式分析360

## 第十六章 2016-2022年会议产业发展战略研究362

### 第一节 会议产业发展战略研究362

- 一、战略综合规划362

二、业务组合战略	362
三、区域战略规划	363
四、产业战略规划	364
五、营销品牌战略	366
六、竞争战略规划	367
第二节 对我国会议品牌的战略思考	367
一、会议品牌的重要性	367
二、会议实施品牌战略的意义	370
三、会议企业品牌的现状分析	372
四、我国会议企业的品牌战略	373
五、会议品牌战略管理的策略	375
第三节 会议经营策略分析	376
一、会议市场细分策略	376
二、会议市场创新策略	377
三、品牌定位与品类规划	377
四、会议新产品差异化战略	377
第四节 会议产业行业投资战略研究	379
一、2016-2022年会议产业投资战略	379
二、2016-2022年细分行业投资战略	383
第十七章 研究结论及投资建议	384
第一节 会议产业研究结论及建议	384
第二节 会议子行业研究结论及建议	384
第三节 会议产业投资建议	384
一、行业发展策略建议	384
二、行业投资方向建议	387
三、行业投资方式建议	387
图表目录	
图表 1 会议业直接收入和相关产业收入示意图	43
图表 2 六个会议的基本信息	43
图表 3 抽样问卷情况	44
图表 4 每位参会者在京期间平均花费 单位：元（人民币）	44
图表 5 参会者花费分布比例图	44
图表 6 有旅游安排的参会者比例	45
图表 7 六个会议给相关产业带来的收入 单位：万元（人民币）	45
图表 8 六个会议给国家会议中心带来的收入	46

- 图表 9 六个会议对国家会议中心的经济拉动作用47
- 图表 10 我国会议产业链运作模式示意图48
- 图表 11 近3年中国会议产业赢利性分析53
- 图表 12 2014年gdp初步核算数据60
- 图表 13 2012-2014年gdp环比增长速度60
- 图表 14 2015年4季度gdp初步核算数据61
- 图表 15 2015年4季度gdp环比增长速度61
- 图表 16 2014-2015年11月全国居民消费价格涨跌幅度62
- 图表 17 2014-2015年11月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况63
- 图表 18 2014-2015年11月我国鲜菜、鲜果价格变动情况63
- 图表 19 2015年1-11月份居民消费价格分类别同比涨跌幅65
- 图表 20 2015年1-11月份居民消费价格分类别环比涨跌幅66
- 图表 21 2015年11月居民消费价格主要数据66
- 图表 22 2014-2015年11月工业生产者出厂价格涨跌幅69
- 图表 23 2014-2015年11月工业生产者购进价格涨跌幅69
- 图表 24 2014-2015年11月生产资料出厂价格涨跌幅70
- 图表 25 2014-2015年11月生活资料出厂价格涨跌幅71
- 图表 26 2015年11月份工业生产者价格主要数据71
- 图表 27 2006-2014年我国农村居民人均纯收入及其增长速度75
- 图表 28 2006-2014年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度76
- 图表 29 美国会议类型构成示意图100
- 图表 30 2012-2015年我国会议产业市场规模121
- 图表 31 按会议市场分类统计表134
- 图表 32 本次统计的会议规模情况表135
- 图表 33 社团会议和事业单位会议进行学科分类统计表137
- 图表 34 社团会议和事业单位会议进行学科分类所占比例图137
- 图表 35 我国“人文与社会科学”门类的学科分类138
- 图表 36 按会议承办单分类位统计139
- 图表 37 按会议承办单分类位所占比例图140
- 图表 38 按会议内容分类统计情况表141
- 图表 39 按地理区域会议数量的统计情况表142
- 图表 40 按省、直辖市和自治区会议数量统计情况表143
- 图表 41 按城市会议数量的统计情况表144
- 图表 42 按会议举办场地分类的统计情况表145
- 图表 43 按会议举办月份的统计情况表146



- 图表 44 按会议举办地理区域月份的统计情况表147
- 图表 45 按会议持续天数统计情况表147
- 图表 46 按会议市场分类的天数统计148
- 图表 47 按会议市场分类的国际会议统计149
- 图表 48 按学科分类的国际会议统计149
- 图表 49 按城市举办国际会议数量的统计150
- 图表 50 按地理区域的展览数量统计151
- 图表 51 按会议市场分类的展览统计情况表151
- 图表 52 按学科分类的展览统计情况表152
- 图表 53 按会议市场分类的平均参会人数统计153
- 图表 54 按学科分类的平均参会人数统计情况表154
- 图表 55 按会议内容分类的会议市场统计情况表155
- 图表 56 公司会议种类157
- 图表 57 公司会议总数量及比例161
- 图表 58 公司国际会议数量及比例162
- 图表 59 公司会议举办时间分布162
- 图表 60 公司会议参会总人数162
- 图表 61 公司会议平均参会人数163
- 图表 62 公司会议与其他会议内容结构对比分析163
- 图表 63 事业单位会议总数量及比例163
- 图表 64 事业单位国际会议数量及比例164
- 图表 65 事业单位会议举办时间分布164
- 图表 66 事业单位会议参会总人数164
- 图表 67 事业单位会议平均参会人数165
- 图表 68 事业单位会议与其他会议内容结构对比分析165
- 图表 69 政府会议总数量及比例166
- 图表 70 政府国际会议数量及比例166
- 图表 71 政府会议举办时间分布167
- 图表 72 政府会议参会总人数167
- 图表 73 政府会议平均参会人数167
- 图表 74 政府会议与其他会议内容结构对比分析168
- 图表 75 社团会议总数量及比例170
- 图表 76 社团国际会议数量及比例171
- 图表 77 社团会议举办时间分布171
- 图表 78 社团会议参会总人数171

- 图表 79 社团会议平均参会人数172
- 图表 80 社团会议与其他会议内容结构对比分析172
- 图表 81 按地理区域会议数量的统计情况表202
- 图表 82 按省、直辖市和自治区会议数量统计情况表204
- 图表 83 按城市会议数量的统计情况表205
- 图表 84 中国会议城市构成要素调查结果206
- 图表 85 受访酒店的区域分布221
- 图表 86 受访酒店的星级222
- 图表 87 受访酒店的类型222
- 图表 88 受访酒店的主要会议客源223
- 图表 89 受访酒店的收入构成223
- 图表 90 是否设有会议总监或会议经理223
- 图表 91 北京国际会议中心会场设施分析240
- 图表 92 厦门翔鹭国际大酒店客房服务情况254
- 图表 93 杭州第一世界大酒店客房价格分析257

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/235244235244.html>