

# 2021年中国会展场馆市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2021年中国会展场馆市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/536925536925.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

会展场馆是指从事会议、展览以及节事活动的主体建筑和附属建筑，以及相配套的设施和服务，它由硬件和软件两部分组成。近年来，中国展览经济快速发展，结构调整和转型升级加快推进，呈现出创新驱动、蓬勃发展的良好态势。根据数据显示，截止2019年，全国展览总数为11033场，展览总面积为14877.38万平方，同比分别增长0.6%和2%。

2011-2019年全国展览、展览面积统计情况 数据来源：公开资料整理

同时，在我国各级政府的扶持和引导下，截止到2019年，全国91家组展单位共赴73个国家参办展1766项，同比增长5.6%；出国展出面积92.13万平方米，同比增长11.0%。

2014-2019年中国出国会展项目数量及会展总面积统计情况 数据来源：公开资料整理

### 一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国会展场馆行业供应商包括为场馆提供服务的搭建供应商、安保公司以及其他服务于场馆的相关部门服务费用。同时，场馆运营离不开一些基础需求，搭建、安保、水电供应、运输服务、通讯服务、等等。这些卖方服务的价格，直接或间接转化成了场馆的运营成本。其中水电、安保、通讯等是政府定价难以协商，其议价能力很强。但是，有个时候政府为了繁荣城市的会展业，会出台一些政策扶持会展业，所以场馆方也可以通过有关主管部门和相关单位沟通，尽可能与国内整体水平一致，保障展会主办单位的利益。

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。我国会展场馆行业购买者议价能力是指展会主办机构对场地的租金，场馆相关服务费用的讨价还价能力。展会品牌经营需要稳定的时间和地点，不轻易改变场地，所以只要价格和服务平稳，基本上不会有大的抗拒情绪。因此，买家具较强谈判议价能力。

在行业性展览，以乘用车为主题的汽车展览数量最多，达818场，占行业类展览总数的15.51%，展览总面积1671万平方米，占行业类展览总面积的15.84%；其次为建筑建材、文教。

2019年展览会行业分布图按数量 资料来源：CCPIT

### 三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。以厦门国际会展中心为例，其潜在进入者是厦门同城的佰翔会展中心，福州海峡国际会展中心，以及即将建成的泉州东海国际会展中心，三个城市地理位置相邻，城市交通，资源环境类似，因此具有很强潜在竞争力。而且，在小型展会和本地订货会和活动方面将成为厦门国际会展中心竞争对手。

#### 四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。我国会展场馆行业替代品有同城其他展馆、体育中心，艺术馆等。但由于这些场地与会展场馆行业功能定位差异较大，业务交叉不大，因此威胁较弱。

#### 五、同业竞争者的竞争程度

从全国投入使用的展览场馆数量来看，山东省展览场馆达45座，为全国各省(区、市)最多，占比达15.4%；江苏省30座，广东省28座，位居全国第二、第三，占比分别达10.3%和9.6%。按投入使用展览场馆的室内可供展览总面积，广东省达174.4万平方米，山东省达155.6万平方米，上海市达97.7万平方米，浙江省达96.89万平方米，江苏省达85.3万平方米，分列全国前五位。

2019年全国各省(区、市)展览场馆数量、展览面积比较

省市区

展览馆数量(座)

展览面积(万平方米)

省市区

展览馆数量(座)

展览面积(万平方米)

广东

28

174.4

陕西

4

17.8

山东

45

155.6

江西

4

17

上海

9

97.7

黑龙江

6

16.3

浙江

22

96.9

湖南

5

15.4

江苏

30

85.3

天津

4

14.1

云南

6

72.1

广西

3

13.3

河南

26

55.8

内蒙古

5

10.3

四川

9

53.2

新疆

1

10

河北

18

41

山西

5

8

福建

9

38

贵州

2

8.3

辽宁

10

32.7

甘肃

3

6.7

重庆

3

30.5

西藏

3

6.3

北京

8

29

青海

2

5.7

安徽

7

26.3

海南

1

3.8

吉林

7

25.1

宁夏

1

3

湖北

5

24.8

台湾

1

1.8资料来源：CCPIT

同时，2019年展览统计将办展机构纳入统计范围中，通过比较5781个展会项目，共有2804家办展主体单位，同比增长2.6%，主要集中在北上广，三地办展机构共计954家，占全国办展机构总数的30.46%。

2019年清单项目办展机构全国分布情况 数据来源：公开资料整理

而组展单位按性质可划分为党政机关、行业协会、外资企业和国内企业等四大类。其中，在2019年全国展览规模前100项目中，外资企业举办的展览数量占比最高，展览数量为28场，占前100项目的28%；而国资企业占前100项目展览总面积的18%，呈现双巨头。

2019年全国展览规模前100名主办单位类别按数量

数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国会展场馆市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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年中国会展场馆行业发展概述

#### 第一节 会展场馆行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国会展场馆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、会展场馆行业产业链条分析
- 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、中国会展场馆行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国会展场馆行业生命周期分析

- 一、会展场馆行业生命周期理论概述
- 二、会展场馆行业所属的生命周期分析

#### 第四节 会展场馆行业经济指标分析

- 一、会展场馆行业的赢利性分析
- 二、会展场馆行业的经济周期分析



### 三、会展场馆行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国会展场馆行业进入壁垒分析

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

### 第二章 2017-2020年全球会展场馆行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球会展场馆行业发展历程回顾

#### 第二节 全球会展场馆行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲会展场馆行业地区市场分析

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

#### 第四节 北美会展场馆行业地区市场分析

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

#### 第五节 欧洲会展场馆行业地区市场分析

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

#### 第六节 2021-2026年世界会展场馆行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球会展场馆行业市场规模预测

### 第三章 中国会展场馆产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品会展场馆总额
- 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 中国会展场馆行业政策环境分析

### 一、行业监管体制现状

### 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国会展场馆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 中国会展场馆行业运行情况

### 第一节 中国会展场馆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 中国会展场馆行业市场规模分析

### 第三节 中国会展场馆行业供应情况分析

### 第四节 中国会展场馆行业需求情况分析

### 第五节 我国会展场馆行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国会展场馆行业供需平衡分析

### 第七节 中国会展场馆行业发展趋势分析

## 第五章 中国会展场馆所属行业运行数据监测

### 第一节 中国会展场馆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 中国会展场馆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 中国会展场馆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年中国会展场馆市场格局分析

### 第一节 中国会展场馆行业竞争现状分析

- 一、中国会展场馆行业竞争情况分析
- 二、中国会展场馆行业主要品牌分析

### 第二节 中国会展场馆行业集中度分析

- 一、中国会展场馆行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国会展场馆行业市场集中度分析

### 第三节 中国会展场馆行业存在的问题

### 第四节 中国会展场馆行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国会展场馆行业钻石模型分析

- 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年中国会展场馆行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国会展场馆行业消费市场动态情况

### 第二节 中国会展场馆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 会展场馆行业成本结构分析

### 第四节 会展场馆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 中国会展场馆行业价格现状分析

### 第六节 中国会展场馆行业平均价格走势预测

- 一、中国会展场馆行业价格影响因素
- 二、中国会展场馆行业平均价格走势预测
- 三、中国会展场馆行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国会展场馆行业区域市场现状分析

### 第一节 中国会展场馆行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区会展场馆市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区会展场馆市场规模分析
- 四、华东地区会展场馆市场规模预测

#### 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、华中地区会展场馆市场规模分析
- 四、华中地区会展场馆市场规模预测

#### 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、华南地区会展场馆市场规模分析
- 四、华南地区会展场馆市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国会展场馆行业竞争情况

### 第一节 中国会展场馆行业竞争结构分析（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 中国会展场馆行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

### 第三节 中国会展场馆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 会展场馆行业企业分析（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年中国会展场馆行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国会展场馆行业未来发展前景分析

#### 一、会展场馆行业国内投资环境分析

#### 二、中国会展场馆行业市场机会分析

#### 三、中国会展场馆行业投资增速预测

### 第二节 中国会展场馆行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国会展场馆行业市场发展预测

#### 一、中国会展场馆行业市场规模预测

#### 二、中国会展场馆行业市场规模增速预测

#### 三、中国会展场馆行业产值规模预测

#### 四、中国会展场馆行业产值增速预测

#### 五、中国会展场馆行业供需情况预测

### 第四节 中国会展场馆行业盈利走势预测

#### 一、中国会展场馆行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国会展场馆行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国会展场馆行业投资风险与营销分析

### 第一节 会展场馆行业投资风险分析

#### 一、会展场馆行业政策风险分析

#### 二、会展场馆行业技术风险分析

#### 三、会展场馆行业竞争风险分析

#### 四、会展场馆行业其他风险分析

### 第二节 会展场馆行业应对策略

#### 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年中国会展场馆行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国会展场馆行业品牌战略分析

#### 一、会展场馆企业品牌的重要性

#### 二、会展场馆企业实施品牌战略的意义

#### 三、会展场馆企业品牌的现状分析

#### 四、会展场馆企业的品牌战略

#### 五、会展场馆品牌战略管理的策略

### 第二节 中国会展场馆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 中国会展场馆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 会展场馆行业竞争力提升策略

#### 一、会展场馆行业产品差异性策略

#### 二、会展场馆行业个性化服务策略

#### 三、会展场馆行业的促销宣传策略

#### 四、会展场馆行业信息智能化策略

#### 五、会展场馆行业品牌化建设策略

#### 六、会展场馆行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国会展场馆行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国会展场馆行业产品策略分析

#### 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 中国会展场馆行业营销渠道策略

#### 一、会展场馆行业渠道选择策略

#### 二、会展场馆行业营销策略

### 第三节 中国会展场馆行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国会展场馆行业重点投资区域分析

## 二、中国会展场馆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/536925536925.html>