

2021年中国汽车展览市场分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

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年中国汽车展览市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/538798538798.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

汽车展览是由政府机构、专业协会或主流媒体等组织,在专业展馆或会场中心进行的汽车产品展示展销会或汽车行业经贸交易会、博览会等活动。汽车展览通过对汽车工艺的呈现与汽车产品的广告,为消费者提供汽车制造业与汽车产品的发展动向。同时,汽车厂商可通过汽车展览对外宣传产品的设计理念与产品信息,从而吸引消费者购买。

根据展览面积规模与展览类型,我国汽车展览可分为大型综合性汽车展、区域性汽车展、以省市招商为主的汽车展66与各类专业性及专题性汽车展四类。

我国汽车展览分类

分类

展览面积

代表展会

大型综合性汽车展

8万平方米

北京国际汽车展览会、上海国际汽车展览会

区域性汽车展

4-8万平方米

广州国际汽车展览会、杭州国际汽车展览会、成都国际汽车展览会

以省市招商为主的汽车展

4万平方米

烟台春季车展、龙港汽车展

各类专业性及专题性汽车展

<4万平方米

汽车配件展览会、汽车发动机展览会、汽车维修检测及售后服务展览会

数据来源：公开资料整理

近年来,我国汽车展览行业快速发展。根据数据显示,我国汽车展览行业收入由2013年的352亿元增长至2017年的580元,预计2018年达638亿元。

2013-2018年我国汽车展览行业收入及预测 数据来源：公开资料整理

我国汽车展览行业产业链上游为参展商和场地提供方。参展商包括汽车厂商与汽车品牌经销商。奔驰、宝马等国际汽车厂商与比亚迪、吉利等本土汽车厂商以参与汽车展览的宣传方式向消费者推广其设计、技术与产品以达到营销的效果,并通过为消费者提供现场试驾、试用、讲解等互动体验吸引消费者购买。同时汽车展览为汽车厂商提供了技术和信息交流

的平台,并以此带动汽车产业的发展。以中升集团、利星行汽车为代表的汽车品牌经销商则借助汽车展览较强的推广力度促进其汽车销量的提升。

汽车展览场地提供方主要由从事会议、展览及节事活动的主体场馆、附属建筑与相配套的设施和服务组成。随着我国汽车展览行业的快速发展,场地提供方面临人才储备不足与场地利用率较低的问题,对中游汽车展览组展商的议价能力较弱。

我国汽车展览场地提供方面临的难题 数据来源:公开资料整理

我国汽车展览行业产业链中游为组展商。汽车展览组展商通过协调场地提供方与媒体单位帮助上游参展商在短时间内完成展台搭建、展品运输及设备设施布置与后期宣传推广,同时为下游观众提供展览过程中的人员引导、餐饮供应与保洁等服务。

汽车展览组展商盈利模式包括附加服务收益、参展收益、门票收益、纪念品销售。附加服务收益包括耗材超过额定需求的收益、展馆展具的租赁收益与布展撤展进出车辆的费用收益等。

参展收益主要为参展商支付的展位费用,达到展会总体盈利收入的50%-60%。根据展位位置的不同,展位费用约为500元/m-2,000元/传。根据《2019年上海车展招展书》显示,对于国际展商,室内标准展台价格为2,000元/m,室内光地价格为1800元/m。而对于国内展商,室内标准展台价格为1,800元/m,室内光地价格为1700元/m。因此,根据上海车展组委会公布的展台布局图与展台面积,可估算出单个参展商的展位费用达到约590万元人民币。

门票收益来源为消费者需购买门票参观汽车展览,根据汽车展览规模与级别的不同,门票价格约为20元/张-100元/张。

纪念品销售主要为观众参观过程中购买相关纪念品的收入。

2019年上海车展收费标准

分类

国际展区/国际展商

中国展区/中国展商

室内标准展台

2000元/m(9m起租)

1800元/m(9m起租)

室内光地

1800元/m(36m起租)

1700元/m(36m起租) 数据来源：公开资料整理

汽车展览行业下游观众包括普通观众与专业观众。其中，专业观众主要由销售人员、学者、工程师等汽车行业内专业人士组成，多在车展中期的专业观众日参与汽车展览。普通观众主要由潜在购车群体与汽车爱好者群体组成，主要在车展后期的公众日参与汽车展览。

从观众性别分布情况来看，我国汽车车展访客以男性为主。根据数据显示，我国汽车展览行业内三大车展男性访客比例分别达到68.6%、64.5%与72.7%。而女性消费者群体对机械的敏感度与对汽车的兴趣和熟悉程度较低，与男性群体相比对汽车功能、新款改动、购车补贴等信息的获取欲望较弱，导致女性访客比例仅为31.4%、35.5%、27.3%。

我国汽车展览行业内三大车展访客性别占比情况

车展

总人数

男性访客比例

女性访客比例

上海国际汽车工业展览会

99万人

68.6%

31.4%

北京国际汽车展览会

85万人

64.5%

35.5%

广州国际汽车展览会

76万人

72.7%

27.3% 数据来源：公开资料整理（zlj）

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年中国汽车展览市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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年中国汽车展览行业发展概述

第一节 汽车展览行业发展情况概述

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

第二节 中国汽车展览行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、汽车展览行业产业链条分析
- 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、中国汽车展览行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车展览行业生命周期分析

一、汽车展览行业生命周期理论概述

二、汽车展览行业所属的生命周期分析

第四节 汽车展览行业经济指标分析

一、汽车展览行业的赢利性分析

二、汽车展览行业的经济周期分析

三、汽车展览行业附加值的提升空间分析

第五节 中国汽车展览行业进入壁垒分析

一、汽车展览行业资金壁垒分析

二、汽车展览行业技术壁垒分析

三、汽车展览行业人才壁垒分析

四、汽车展览行业品牌壁垒分析

五、汽车展览行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球汽车展览行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车展览行业发展历程回顾

第二节 全球汽车展览行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车展览行业地区市场分析

一、亚洲汽车展览行业市场现状分析

二、亚洲汽车展览行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车展览行业市场前景分析

第四节 北美汽车展览行业地区市场分析

一、北美汽车展览行业市场现状分析

二、北美汽车展览行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车展览行业市场前景分析

第五节 欧洲汽车展览行业地区市场分析

一、欧洲汽车展览行业市场现状分析

二、欧洲汽车展览行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲汽车展览行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界汽车展览行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球汽车展览行业市场规模预测

第三章 中国汽车展览产业发展环境分析

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、全社会消费品汽车展览总额
- 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 中国汽车展览行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车展览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 中国汽车展览行业运行情况

第一节 中国汽车展览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 中国汽车展览行业市场规模分析

第三节 中国汽车展览行业供应情况分析

第四节 中国汽车展览行业需求情况分析

第五节 我国汽车展览行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国汽车展览行业供需平衡分析

第七节 中国汽车展览行业发展趋势分析

第五章 中国汽车展览所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车展览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 中国汽车展览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 中国汽车展览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年中国汽车展览市场格局分析

第一节 中国汽车展览行业竞争现状分析

一、中国汽车展览行业竞争情况分析

二、中国汽车展览行业主要品牌分析

第二节 中国汽车展览行业集中度分析

一、中国汽车展览行业市场集中度影响因素分析

二、中国汽车展览行业市场集中度分析

第三节 中国汽车展览行业存在的问题

第四节 中国汽车展览行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车展览行业钻石模型分析

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年中国汽车展览行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车展览行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车展览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 汽车展览行业成本结构分析

第四节 汽车展览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 中国汽车展览行业价格现状分析

第六节 中国汽车展览行业平均价格走势预测

一、中国汽车展览行业价格影响因素

二、中国汽车展览行业平均价格走势预测

三、中国汽车展览行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国汽车展览行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车展览行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区汽车展览市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区汽车展览市场规模分析

四、华东地区汽车展览市场规模预测

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、华中地区汽车展览市场规模分析

四、华中地区汽车展览市场规模预测

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、华南地区汽车展览市场规模分析

四、华南地区汽车展览市场规模预测

第九章 2017-2020年中国汽车展览行业竞争情况

第一节 中国汽车展览行业竞争结构分析（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 中国汽车展览行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国汽车展览行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车展览行业企业分析（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年中国汽车展览行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车展览行业未来发展前景分析

- 一、汽车展览行业国内投资环境分析
- 二、中国汽车展览行业市场机会分析
- 三、中国汽车展览行业投资增速预测

第二节 中国汽车展览行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车展览行业市场发展预测

- 一、中国汽车展览行业市场规模预测
- 二、中国汽车展览行业市场规模增速预测
- 三、中国汽车展览行业产值规模预测
- 四、中国汽车展览行业产值增速预测
- 五、中国汽车展览行业供需情况预测

第四节 中国汽车展览行业盈利走势预测

- 一、中国汽车展览行业毛利润同比增速预测
- 二、中国汽车展览行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国汽车展览行业投资风险与营销分析

第一节 汽车展览行业投资风险分析

- 一、汽车展览行业政策风险分析
- 二、汽车展览行业技术风险分析
- 三、汽车展览行业竞争风险
- 四、汽车展览行业其他风险分析

第二节 汽车展览行业应对策略

- 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年中国汽车展览行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车展览行业品牌战略分析

一、汽车展览企业品牌的重要性

二、汽车展览企业实施品牌战略的意义

三、汽车展览企业品牌的现状分析

四、汽车展览企业的品牌战略

五、汽车展览品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车展览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 中国汽车展览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 汽车展览行业竞争力提升策略

一、汽车展览行业产品差异性策略

二、汽车展览行业个性化服务策略

三、汽车展览行业的促销宣传策略

四、汽车展览行业信息智能化策略

五、汽车展览行业品牌化建设策略

六、汽车展览行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国汽车展览行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车展览行业产品策略分析

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 中国汽车展览行业营销渠道策略

一、汽车展览行业渠道选择策略

二、汽车展览行业营销策略

第三节 中国汽车展览行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车展览行业重点投资区域分析

二、中国汽车展览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/538798538798.html>