

# 2018年中国会展旅游市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

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《2018年中国会展旅游市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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/lyyou/339748339748.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

众所周知，旅游业、会展业两者本质上均属于服务业范畴，二者具有很高的产业关联性，涉及内容宽泛，同被称作“朝阳产业”，逐渐引起了社会各界更高的关注。现阶段，旅游业同会展业在各自演进过程中存在业务交叉、重叠的情况，由此便诞生了会展旅游业这种崭新的产业形态。两者的有机结合会令我国从旅游资源大国演变为旅游经济强国。

图表：会展旅游

图表来源：公开资料整理

### 一、会展旅游融合的条件研究

#### （一）市场需求是两者融合的前提条件

会展和旅游二者结合的前提即为游客和参会者的基本需求。研究表明，会展客商不仅要完成国家或者企业的参展任务，大部分参会人员在闲暇之时也会对当地的各项旅游资源、风土人情等进行了解。会展旅游者对旅游产品的消费需求除了在观光过程中有所展现外，更具有“双重”目的。具体来说，一方面是为了满足自身的好奇心，拓宽视野；另一方面则是个人或公司对未来投资、合作发展等的必然要求。对于会展业来说，参展客商的根本目的在于在尽量短的时间里对各类有效信息进行获悉和推广，并借助会展的形式吸引更多客户。由于旅行社掌握着诸多资源，在会展过程中，若组织游客参与会展活动，能够增强游客的体验，进而给客商创造更多发掘潜在客户的契机。会展业同旅游业的消费需求，是会展旅游业有效结合的前提条件。

#### （二）产业转型升级的各项要求是会展旅游业融合的根本驱动力

当前，产业融合摆脱了传统价值网的束缚，和另外一些产业再次聚合为新的价值链。现如今，中国的旅游产业适逢转型升级的重要阶段，“旅游+”是新时代背景下旅游业转型升级的基本策略，也是此行业积极同另外一些产业进行融合的具体体现，更是旅游业水平增强的基本需求、旅游业在当前形势下成熟的一种表达。借助旅游产品形态的日益丰富、多样化，有助于更好地满足游客差异化、多样性的需求，并且通过旅游市场对会展产业链进行延伸，有利于产业结构的调整优化。此外，旅游业应当积极主动地寻求与其他产业的融合机会，如举办一场大型会展可以在短时间内聚集数目繁多的人流、物流及信息流，进一步为旅游业的发展提供更广阔的利润空间，最终有助于游客消费潜力的深入发掘、旅游业的长期稳定发展。

### 二、产业融合视域下会展旅游的发展措施

#### （一）市场需求

一般情况下，国际会展活动有助于举办地区国内外旅游市场的开拓，比如之前举办的各届世博会均给当地提供了数目可观的游客资源。像“广交会”等品牌性会展也给中国带来了众多潜在游客（消费理念超前、规模庞大、消费水平较高、不受时节干扰等），同时为未来旅游业的发展做足了市场推广的功课。首先，旅游公司需要深入开展市场调研，全面掌握会

展与会客商的基本要求，在活动完毕后给其提供周到的咨询服务，并为其制定专属的旅游产品。例如，对那些有投资意向的客商制定专门的考察线路等。此外，旅行社不妨将会展节庆活动融入旅游者的旅行路线当中，这样做的目的是更好地迎合他们休闲观光、不断求知的需求，有效增强参展商和产品的知名度。借助对市场需求的整合，有利于会展业与旅游业的深入结合，最终达到互利共赢的效果。旅游产业给会展业提供专业服务，会展业也能够给旅游业提供更宽阔的市场及利润空间。

## （二）资源共享

资源共享为不同产业融合的基础，也是优化资源配置的一种动态过程。通常而言，资源融合度越高，那么产业融合的价值与作用就越大。会展业为旅游业带来的主要资源分别为：旅游资源、客源、行业品质及行业支撑等。近年来，像世博会、奥运会等国际性会展活动的开展令国内的旅游服务设备更加完善、人们的整体素质迅速提升，进而为旅游业发展提供了更多类型的资源。

## （三）企业协作

会展旅游在其演变历程中始终具有很强的综合性，并且涵盖了众多领域层面，要想做大做强，就必须融合多家企业的专业服务。所以说，会展核心企业和旅游核心企业需要自发协作，从而拓展产业融合的路径。与此同时，各企业管理人员需要选取社会形象好、诚信度高、服务水平高、市场占有率大、规模较大的企业展开协作，构建起“强强联手”的市场竞争优势。除此之外，企业在协作环节中需要构建公平、合理、高效的联系渠道，达成一致目标，提升协作有效性。

会展业同旅游业的有机结合可以推动旅游业态的革新进程，提高旅游业的市场竞争力。因此，有关企业与人员应当充分借助新媒体时代的营销渠道，努力加强会展旅游的宣传力度，提升会展旅游的品牌价值，更快更好地促进两者间的深度融合，持续拓展产业链，最终为我国社会经济的发展提供有力保障。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国会展旅游市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国会展旅游 行业发展概述

#### 第一节 会展旅游 行业发展情况概述

##### 一、会展旅游 行业相关定义

##### 二、会展旅游 行业基本情况介绍

##### 三、会展旅游 行业发展特点分析

#### 第二节 中国会展旅游 行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、会展旅游 行业产业链条分析

##### 三、中国会展旅游 行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国会展旅游 行业生命周期分析

##### 一、会展旅游 行业生命周期理论概述

##### 二、会展旅游 行业所属的生命周期分析

#### 第四节 会展旅游 行业经济指标分析

##### 一、会展旅游 行业的赢利性分析

##### 二、会展旅游 行业的经济周期分析

##### 三、会展旅游 行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国会展旅游 行业进入壁垒分析

##### 一、会展旅游 行业资金壁垒分析

##### 二、会展旅游 行业技术壁垒分析

##### 三、会展旅游 行业人才壁垒分析

##### 四、会展旅游 行业品牌壁垒分析

##### 五、会展旅游 行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球会展旅游 行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球会展旅游 行业发展历程回顾

#### 第二节 全球会展旅游 行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲会展旅游 行业地区市场分析

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

### 第四节 北美会展旅游 行业地区市场分析

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

### 第五节 欧盟会展旅游 行业地区市场分析

- 一、欧盟会展旅游 行业市场现状分析
- 二、欧盟会展旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟会展旅游 行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界会展旅游 行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球会展旅游 行业市场规模预测

## 第三章 中国会展旅游 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、全社会消费品会展旅游 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 中国会展旅游 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 中国会展旅游 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 中国会展旅游 行业运行情况

### 第一节 中国会展旅游 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 中国会展旅游 行业市场规模分析

### 第三节 中国会展旅游 行业供应情况分析

### 第四节 中国会展旅游 行业需求情况分析

### 第五节 中国会展旅游 行业供需平衡分析

### 第六节 中国会展旅游 行业发展趋势分析

## 第五章 中国会展旅游 所属行业运行数据监测

### 第一节 中国会展旅游 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 中国会展旅游 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 中国会展旅游 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 2016-2018年中国会展旅游 市场格局分析

### 第一节 中国会展旅游 行业竞争现状分析

#### 一、中国会展旅游 行业竞争情况分析

#### 二、中国会展旅游 行业主要品牌分析

### 第二节 中国会展旅游 行业集中度分析

#### 一、中国会展旅游 行业市场集中度分析

#### 二、中国会展旅游 行业企业集中度分析

### 第三节 中国会展旅游 行业存在的问题

### 第四节 中国会展旅游 行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国会展旅游 行业竞争力分析

#### 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 2016-2018年中国会展旅游 行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国会展旅游 行业消费特点

#### 第二节 中国会展旅游 行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 会展旅游 行业成本分析

#### 第四节 会展旅游 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 中国会展旅游 行业价格现状分析

#### 第六节 中国会展旅游 行业平均价格走势预测

##### 一、中国会展旅游 行业价格影响因素

##### 二、中国会展旅游 行业平均价格走势预测

##### 三、中国会展旅游 行业平均价格增速预测

### 第八章 2016-2018年中国会展旅游 行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国会展旅游 行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区会展旅游 市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区会展旅游 市场规模分析

##### 四、华东地区会展旅游 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、华中地区会展旅游 市场规模分析

##### 四、华中地区会展旅游 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、华南地区会展旅游 市场规模分析

#### 第九章 2016-2018年中国会展旅游 行业竞争情况

##### 第一节 中国会展旅游 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 中国会展旅游 行业SWOT分析

###### 一、行业优势分析

###### 二、行业劣势分析

###### 三、行业机会分析

###### 四、行业威胁分析

##### 第三节 中国会展旅游 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 会展旅游 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

###### 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国会展旅游 行业发展前景分析与预测

## 第一节中国会展旅游 行业未来发展前景分析

### 一、会展旅游 行业国内投资环境分析

### 二、中国会展旅游 行业市场机会分析

### 三、中国会展旅游 行业投资增速预测

## 第二节中国会展旅游 行业未来发展趋势预测

## 第三节中国会展旅游 行业市场发展预测

### 一、中国会展旅游 行业市场规模预测

### 二、中国会展旅游 行业市场规模增速预测

### 三、中国会展旅游 行业产值规模预测

### 四、中国会展旅游 行业产值增速预测

### 五、中国会展旅游 行业供需情况预测

## 第四节中国会展旅游 行业盈利走势预测

### 一、中国会展旅游 行业毛利润同比增速预测

### 二、中国会展旅游 行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国会展旅游 行业投资风险与营销分析

## 第一节 会展旅游 行业投资风险分析

### 一、会展旅游 行业政策风险分析

### 二、会展旅游 行业技术风险分析

### 三、会展旅游 行业竞争风险分析

### 四、会展旅游 行业其他风险分析

## 第二节 会展旅游 行业企业经营发展分析及建议

### 一、会展旅游 行业经营模式

### 二、会展旅游 行业销售模式

### 三、会展旅游 行业创新方向

## 第三节 会展旅游 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2018-2024年中国会展旅游 行业发展策略及投资建议

## 第一节 中国会展旅游 行业品牌战略分析

### 一、会展旅游 企业品牌的重要性

### 二、会展旅游 企业实施品牌战略的意义

### 三、会展旅游 企业品牌的现状分析

### 四、会展旅游 企业的品牌战略

## 五、会展旅游 品牌战略管理的策略

### 第二节中国会展旅游 行业市场的关键客户战略实施

#### 一、实施关键客户战略的必要性

#### 二、合理确立关键客户

#### 三、对关键客户的营销策略

#### 四、强化关键客户的管理

#### 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国会展旅游 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

## 第十四章 2018-2024年中国会展旅游 行业发展策略及投资建议

### 第一节中国会展旅游 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 中国会展旅游 行业定价策略分析

### 第三节中国会展旅游 行业营销渠道策略

#### 一、会展旅游 行业渠道选择策略

#### 二、会展旅游 行业营销策略

### 第四节中国会展旅游 行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国会展旅游 行业重点投资区域分析

#### 二、中国会展旅游 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/339748339748.html>