

2017-2022年中国展览服务市场现状调查及投资规划研究报告

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《2017-2022年中国展览服务市场现状调查及投资规划研究报告》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/xincailliao/287282287282.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

作为现代服务业的重要组成部分，展览业具有集聚性、辐射性和带动性，影响面广、关联度高、发展潜力大，对于推动国民经济和社会发展具有重要意义，在带动经济增长、扩大市场消费、促进经贸合作、增加社会就业、推动城市建设等方面发挥着重要作用。当前，我国进入“中高速、优结构、新动力、多挑战”的经济新常态，展览业作为宏观经济晴雨表，也呈现出新的趋势、特点和规律。

一、新常态下展览业发展趋势

近年来，我国展览行业发展环境进一步优化，展览业快速发展，向专业化和价值链高端延伸、向精细和高品质方向转变，行业结构优化，境外自办展快速增长，展会质量水平稳步提升，社会效益持续向好，在稳增长、促改革、调结构、惠民生中的作用日益凸显。

(一)市场化进程明显加快

会展业的市场化进程加快，会展企业的市场主体地位日益凸显。除公益性、导向性的展会外，政府逐步减少行政干预，从办展主体中逐步退出，充分发挥市场在配置资源中的基础性作用，减少对会展活动的直接介入和微观参与，着力于营造公平、公正、公开的市场环境。

鼓励国内外有实力的知名会展公司以资本为纽带，通过收购、兼并、参股等形式整合现有办展力量，实现会展企业集团化发展，培育一批龙头企业。引导中小型专业会展企业走特色化、专业化路子，支持有潜力的中小型会展企业创办展览项目，与展馆、制造业企业、商协会等开展合作，建立同业战略联盟，推动联合办展、共创品牌。

(二)专业化进程持续提速

1.加强展览行业规划。商务部正在编制《全国会展业“十三五”发展规划》；中国贸促会加强展会活动统筹，配合国家外交、外经贸战略，加强对境内外展会活动的引导和布局优化；科技部根据国家和区域科技创新发展需要，进一步优化科技展览专业和区域布局。各地加强展览业“十三五”期间发展规划的制订和实施。

2展览设施专业化。各地不断完善展馆基础设施，健全配套服务体系。成都市中国西部国际博览城计划2016年投入使用作为西博会永久会址，展览面积达30万平米，届时加上原

有展馆，成都将成为中西部地区展馆总面积最大城市。

3展示内容专业化。专业性展会的针对性更强、观众质量更高，更能反映行业整体状况，市场功能更强。展览产业按照行业及产品特点举办各类展览会，综合性展览被不断细分，“大而全”的展览逐渐转向“小而专”“大而专”的展览。综合性展览项目数量逐年下降，专业性展览项目数呈逐年上升的趋势。

4展览服务专业化。会展企业努力转变经营理念，在专业领域中争创特色，不断增加展览服务的科技含量，展示器材越来越先进、环保和可持续利用。我国会展场馆多由政府投资修建并管理，场馆管理的专业化水平日益提升。

5展会提质增效。办展单位创新办展观念，深耕传统展项目，开拓新展项目，注重科学管理，加强活动策划，提升运营水平，强化推广营销，提高展会质量，增加展会经济社会效益。厦门积极推动展会提质增效，2015年，经贸专业展览会近60个，比上年增长47.5%；展览总面积135.7万平方米，增长36.2%。其中，3万平方米以上大展15个，增长50%⁰⁶。注重品牌展会建设。我国展览企业积极实施品牌战略，努力赢得各方支持，追寻产业发展最新方向，注重全面提升展会服务质量，争取国际认证，注重形象宣传。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

6.健全展览产业链。一些会展城市以展览企业为龙头，发展以餐饮、住宿、交通、物流、旅游、通信、金融等为支撑，策划、广告、印刷、设计、安装、租赁、现场服务等为配套的产业集群，形成行业配套产业联动、运行高效展览业服务体系。重庆市到2017年会展产业集聚区展出总面积占全市6a%以上。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

(三)目标化程度显著提升

深化国际交流合作，加快展览国际化步伐。开拓国际化视野，积极引进来和走出去办展拓展国际会展市场。积极推动展览机构与国际知名的展览业组织、行业协会、展览企业等建立合作机制，引进国际知名品牌展会到境内合作办展。配合“一带一路”等重大战略及多双边和区域经贸合作，用好世博会等国际展览平台，培育境外展览项目，改善境外办展结构，构建多元化、宽领域、高层次的境外参展办展新格局。

(四)信息化水平大幅提高

1展览企业加大信息化投入，管理信息化水平提升。专业的会展管理软件陆续出现，并

开始应用于会展管理的全过程。展览企业建立网络招商招展平台，推动服务功能智能化发展，提高展览信息化水平。许多展览企业建立了企业门户网站，成为企业信息重要传播媒体，并利用虚拟展会扩大现实会展的影响与作用。

2.创设公共信息服务平台，提升信息化管理服务水平。商务部筹建“境内举办对外经济技术展览会办展许可系统”，打造全国统一的展览业审批备案管理平台，提高展会申报的透明度和便利性，加强事中事后监管。

3.推进“互联网+展览”，创新办展方式。各地在办展过程中，充分运用先进多媒体和信息技术以及云计算、大数据、物联网等手段，并采取网络展览、线上线下融合、虚拟互动等方式，增强展会效果，实现“以科技展科技，，”。

二、新常态下展览业的发展特点

(一)产业健体系完备，多业态融合推进

各地加快完善会展集聚区的功能西嗜和展览产业服务体系，展览产业链群不断完善。

1.展览业内向融合。一是展览与会议融合，展会附设论坛增多。二是来展与出展融合。展览公司既组织来展业务又组织出展业务;中国境内品牌展会延伸到境外，如中国义乌小商品博览会迪拜展。三是短期临展与常年展融合。四是线上与线下融合。网上成交和电子商务已经成为大型展会重要组成部分。五是租馆与办展融合。场馆方租馆业务之外自办展会。

2.展览业外向融合。一是展览业+广告业。展会广告和广告展会不断增多，很多企业兼做会展与广告业务;展示与广告器材的融合通用，展览园区融合广告发展，北京、上海、广州、西安等城市会展园区将会展企业与广告企业同列为招商对象。二是展览业+文创产业。很多城市将会展业列入文化创意产业予以扶持;文化业态中的博物馆、科技馆、纪念馆等成为一批常年性的展览陈列场所;礼仪模特、文艺表演、票务等文化服务常与展会相融发展。只是展览业+旅游业。良好的旅游服务为展览客商提供优质的吃住行游购娱服务;会展旅游属于旅游业的“高端商务旅行”类别。

四是展览业+城建业。国家会展中心(上海)成为目前世界上面积最大的会展综合体，涵盖展览、会议、办公、广告、酒店、商业、物业等多个业态。

五是展览业+金融业。展览企业新三板融资成功，开创了展览业与资本市场合作先河。

六是展览业拜斗技产业。

(二)发展条件改善，区域竞争加剧

1.会展场馆条件大为改善。展馆数量足、设施新、功能齐全。2015年，全国专业展馆室内面积达1120.41万平方米。其中，已建的展馆数量为286个，展馆总面积为892.89万平方米;在建的展馆数量为21个，展馆总面积为186.82万平方米;待建的展馆数量为5个，展馆总面积为415万平方米。

2.展览人才日益受社会关注。不少地方政府纷纷出台优惠政策，吸引会展企业和会展人才落户当地;很多企业也采取多种方式和途径引进、培训会展人才。全国会展教育风起云涌，储备了会展专业人才。

3.会展政策环境日臻优化。政府转变职能，提高服务水平;会展管理、促进专门机构推动出台展览优惠政策和扶持资金。最后，会展市场环境也有了较大的改善，行业自律规范取得阶段性进展，行业标准化工作不断深入。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

四、发展对策

(一)落实两个文件精神，加强工作统筹协调

依据《党政机关境内举办展会活动管理办法》要求，对党政机关办展活动进行规范管理，从严控制党政机关举办展会数量。研究细化落实《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》各项决策部署和政策措施，进一步优化行业发展环境，激发市场活力。对展览行业管理采取“两手抓”，在严格约束政府办展行为的同时，为市场主体创造更大的发展空间，激发市场活力，加快推进展览业转型升级。

(二)健全政庵办展机制，规范行政审批行为

1.健全政府办展管理机制。进一步加强党政机关展会管理，会同各部门各地方梳理完善工作机制，细化相关工作规程。展会管理原则上实行总量控制、严格条件，巩固2014年清理规范工作成果。建立信息通报制度，强化部门间沟通协调。对现有主力、展会科学定位，营造协同互补、互利共赢的发展环境，引导和支持科技展览业健康发展;逐步减少财政出资和行政参与，加大向社会购买服务力度，加强事中事后监管，进一步规范部内各单位办展活动。

对党政机关举办公益性文化艺术类专业展览项目的特殊性予以考虑，将其与其他商业性文化展会活动区别开来，分类酌情办理。建议研究展会分类管理的措施，既确保规范管理党政机关举办展会行为，又有利于推动包括文艺领域在内的公益性展览活动的繁荣发展。

2.规范行政审批行为。根据国务院审改办批复情况，做好“境内举办对外经济技术展览会行政审批”管理模式改革工作;做好“中央设定地方实施的行政审批事项”清理规范后续工作;做好“境内举办对外经济技术展览会行政审批”规范化工作，按照《审查工作细则》和《服务指南》做好日常审批和办给清况统计上报;进一步研究完崔衬比件内容，既体现行政许可的法律依据，又要提出事中事后监管的具体要求。

(三)加强行业顶层设计，完善法律法规体系

1.加强展览规划引导。制定《全国展览业“十三五”时期发展规划》，优化全国展览业布局;加强展会活动统筹。加强对境内外展会活动的引导和布局优化。制定贸促会重点展会活动年度计划，完善贸促系统举办展会活动实施细则，建立展会活动的评估、分级、认证标准体系和项目档案，实现模块化、标准化管理。加强科技展览布局研究，根据国家和区域科技创新发展需要，进一步研究科技展览专业和区域布局，及时向有关部门提出建议。

2.修订展览法规。将《在境内举办对外经济技术展览会管理暂行办法》修订为《境内展览会管理办法》，综合国际展、内贸展，做好与政府展及境夕h}管理工作的衔接，优化管理程序，促进展览业管理的统筹规划、简政放权，推动行业发展的专业化、市场化、法制化进程;开展《展会知识产权保护办法》的修订工作，增加可操作性和实效性;适应《专利法》《商标法》和《著作权法》的修改，根据有关上位法的修改情况，对条款相关内容进行调整等，支持和鼓励展览企业通过专利申请、商标注册等方式，开发利用展览会名称、标志、商誉等无形资产，提升对展会知识产权的创造、运用和保护水平。

(四)创街政策支持方式

加大政策扶持才皮，优化财税扶持政策。继续利用“中小企业发展专项资金”对重点展会予以资助，保持政策的连续性和稳定性;深入调研各地展览业企业走出去存在的问题和政策需求，研究支持企业赴埃吵卜组展办展的支持方式。就“营改增”后企业税负增加问题，搜集典型案例及数据，研究提出解决方案并积极推动有关税收优惠政策出台。

2推进完善融资担保体系。继续积极发挥融资性担保业务监管部际联席会议机制的作用，研究设立国家融资担保基金、加快完善再担保体系建设、鼓励有条件的地方设立风险补偿专项基金，鼓励融资担保机构为展览业企业融资提供担保服务，多渠道分散担保业务风险。

3.完善知识产权管理的相关体制机制。一是进一步完善知识产权质押登记制度体系。研究建立系统、统一的知识产权质押登记制度，对各类知识产权的质押登记事项作出规定。

同时，优化知识产权质押登记机制，简化登记流程和手续，便利企业开展质押登记，建立统一、高效、便捷的电子化登记系统。二是进一步推动完善知识产权价值评估体系。结合各类知识产权的属性特点，明确和建立知识产权评估相关技术标准和规范，推动知识产权评估行业发展，提升评估机构专业性和地域覆盖面。三是设立国家级的无形资产转让交易平台。提高知识产权资产的流动性，解决轻资产行业知识产权等无形资产“有价无市”、产权流转难、银行处置难等问题。

4.为展览业企业融资提供外部增信手段。建议设立政府主导的风险补偿基金、担保基金、创业投资引导基金等形式，为展览业相关企业贷款提供增信支持，建立财政资金和信贷资金配套联动的使用方式，更好地发挥政府性支持资金的杠杆作用。

(五)强化展览行业基础工作

1.充分发挥展览部际联席会议职能作用。利用国务院展览部际联席会议制度，统筹协调各有关部门，进一步理顺管理体制，健全公共服务体系。加快成立中国会展业协会和地方行业组织。根据《展览业统计监测制度》研究成果，加强和完善展览业信息采集和信息发布工作，推动出台相应的制度;推动部门监管信息共享，加强内贸展会活动信息采集;组织开展好2016年行业统计和典型企业调查工作;推广低碳、环保、绿色办展理念。

2.推行展览业管理信息系统。在全国商务系统推行展览业管理信息系统，打造全国统一的展览业审批备案管理平台，提高企业申报的透明度和便利性。同时，通过该系统加强展览业信息采集和数据分析工作，为公众提供权威的展览业基本信息发布，与有关部门进行信息共享和工作对接，加强展览业的事中事后监管。

3.加强行业培训和人才体系建设。进一步优化展览业相关专业课程体系，创新人才培养模式，提高人才培养质量。进一步完善教学质量标准体系，积极推动职业院校展览业相关专业建设，组织制订高等职业学校会展策划与管理等专业教学标准，发布旅游行业人才需求与职业院校专业设置指导报告等。

(六)扩大对外交流合作，进一步提升国际化水平

深入研究国际展览业布局及产业转移趋势，充分发挥中德经济联委会服务业工作组这一双边合作机制的平台作用，加强国际合作和信息交流，与国际展览联盟(UFI)、德国展览业协会(AUMA)、法国国际专业展促进会等国际展览机构建立工作机制，借鉴国际先进经验，逐步提升我国展览业的国际竞争水平。

培育精品国际性展会。集中力量培育一批国际知名度高、影响力大的国家级会展平台和境内外会展品牌。重点筹划安扫随口洽谈会、服务贸易论坛、投资峰会、贸易便利化论坛等重大项目，保持与国家政策和企业需求同步。积极延伸世博会和世园会功能作用，加强与国展局以及世博会和世园会举办国的交流与合作。积极做好地方政府参与世博会和世园会的相关工作，鼓励地方企业到举办国及周边国家建立合作渠道，开展贸易和双向投资。结合世博会和世园会主题，组织企业参与举办国及周边国家基础设施建设和产能合作。

(七)加强展后服务认证工作，提升展览服务质量水平

展览业服务认证近年来越来越受到社会各方关注。目前，比较认可的认证是国际展览业协会(UFI)，但该认证更多针对具有国际业务的展览企业，范围较窄，未能全面、切实反映我国展览企业的实际情况。我国现有7个展览业行业标准都是国内贸易行业管理或服务标准，展览服务的认证类标准缺失，迫切需要制定既符合国际认证规则又体现中国特色的展览服务认证标准。

中国报告网发布的《2017-2022年中国展览服务市场现状调查及投资规划研究报告》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。

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。

第一章展览服务行业发展概述

第一节展览行业相关概念

一、展览会概念及分类

二、展会专用名词解释

第二节 展览服务的概念

一、展览服务的定义和分类

二、展会服务内容体系分析

三、展览服务行业地位分析

第三节 展览服务行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、中外市场成熟度对比

第四节 展览服务的产业链情况

一、展览服务产业链分析

二、展览服务上游客户分析

三、展览服务下游客户分析

第二章 中国展览服务行业发展环境分析

第一节 中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、全社会消费品零售总额

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 国际经济环境分析

一、世界经济形势解析

二、2016年世界经济形势展望

第三节 行业政策环境分析

一、会展业监管体制

二、政策法规及影响

三、行业相关标准分析

（一）专业性展览会等级标准

（二）展览场馆运营服务规范

（三）布展工程单位运营服务规范

（四）浙江省会展行业服务规范

第四节 展览服务行业技术环境分析

一、会展与信息技术

二、会展与多媒体技术

三、技术环境对行业的影响

第三章展览服务行业上下游行业分析

第一节展览服务行业上游行业发展现状

一、中国会展业发展现状

(一) 中国会展业发展历程

(二) 中国会展业发展情况

(三) 中国会展业发展模式

(四) 中国会展业发展特征

(五) 会展业地区分布特征

二、中国会展经济发展分析

(一) 会展组织者收入统计

(二) 全国会展数量统计

(三) 全国会展展出面积

(四) 全国会展场馆建设

(五) 全国会展业产值规模

(六) 会展业社会贡献情况

三、中国会展业品牌发展分析

(一) 中国会展品牌实施意义

(二) 中国会展品牌发展现状

(三) 中国会展品牌发展建议

四、中国会展业存在的问题与对策

(一) 中国会展业存在的问题

(二) 中国会展业发展对策建议

第二节上游行业对展览服务行业的影响

第三节展览服务行业下游客户分析

一、组展商客户市场分析

(一) 国内会展主办方分类

(二) 组展商行业分布情况

(三) 组展商规模情况分析

二、参展商客户市场分析

(一) 参展商在展览业中的地位

(二) 参展商参加展览缘由分析

(三) 参展商参展决策因素分析

（四）参展商参展支出情况分析

第四节下游客户对展览服务行业的影响

第四章中国展览服务行业市场发展情况分析

第一节展览服务市场发展概况

- 一、展览服务行业发展现状
- 二、国内与国际市场分析
- 三、展览服务市场规模分析

第二节展览服务行业发展存在的问题

- 一、展览服务企业规模较小
- 二、缺乏资本运作空间和方法
- 三、国内企业的设计水平较低
- 四、缺乏品牌意识和品牌定位

第三节展览服务外包市场分析

- 一、展览服务外包发展概述
- 二、展览服务外包的边界分析
- 三、展览服务外包组织的形式
- 四、展览服务外包的政策建议

第五章中国展览服务细分市场发展分析

第一节展览设计行业发展分析

- 一、展览设计行业发展概述
- 二、展览设计行业发展现状
- 三、展览设计行业存在问题
- 四、展览设计行业发展对策
- 五、展览设计行业政策建议

第二节展台搭建服务市场分析

- 一、展台搭建市场发展概况
- 二、展台搭建市场竞争情况
- 三、展台搭建工作总体评价
- 四、国内外展位搭建的对比
- 五、展台搭建市场前景预测

第三节展品运输服务市场分析

- 一、展品运输行业相关概述
- 二、展品运输行业特点分析

- 三、展品运输市场发展现状
- 四、展品运输服务总体评价
- 五、展品运输市场前景预测

第六章中国重点城市展览服务市场发展分析

第一节北京市展览服务市场分析

- 一、北京会展行业发展现状分析
- 二、北京会展行业发展规划分析
- 三、北京展览服务市场发展现状
- 四、北京展览服务市场机会分析

第二节上海市展览服务市场分析

- 一、上海会展行业发展现状分析
- 二、上海会展行业发展规划分析
- 三、上海展览服务市场发展现状
- 四、上海展览服务市场机会分析

第三节广州市展览服务市场分析

- 一、广州会展行业发展现状分析
- 二、广州会展行业发展建议分析
- 三、广州展览服务市场发展现状
- 四、广州展览服务市场机会分析

第四节深圳市展览服务市场分析

- 一、深圳会展行业发展现状分析
- 二、深圳会展行业支持政策分析
- 三、深圳展览服务市场发展现状
- 四、深圳展览服务市场机会分析

第五节重庆市展览服务市场分析

- 一、重庆会展行业发展现状分析
- 二、重庆会展行业支持政策分析
- 三、重庆展览服务市场机会分析

第六节杭州市展览服务市场分析

- 一、杭州会展行业发展现状分析
- 二、杭州会展行业发展规划分析
- 三、杭州展览服务市场机会分析

第七章中国展会市场数据统计分析

第一节中国境内展览数据统计

- 一、中国展览数量与面积分析
- 二、各省市展会数量与面积分析
- 三、各省市平均办展面积分析
- 四、四大直辖市展览数据分析
- 五、中国各城市展览数据分析
- 六、5个单列市展览数据分析
- 七、8大经济区展览数据分析

第二节中国境外展览数据统计

- 一、中国境外办展数量统计
- 二、中国境外办展面积统计
- 三、中国境外办展总摊位数
- 四、中国境外办展国家分布
- 五、中国境外办展行业分布
- 六、中国境外办展时间统计

第三节中国展览机构状况统计

- 一、中国展览机构总体情况
- 二、各省市会展管理机构
- 三、各省市会展协会组织
- 四、各城市会展管理机构
- 五、各城市会展协会组织

第八章中国主要展会项目分析

第一节广交会

- 一、广交会相关概述
- 二、广交会采购商到会统计
- 三、广交会成交额统计分析
- 四、广交会经济效应分析

第二节高交会

- 一、高交会相关概述
- 二、高交会参展商到会统计
- 三、高交会投资商到会统计
- 四、高交会参展项目到会统计
- 五、高交会相关影响效应分析

第三节华交会

- 一、华交会相关概述
- 二、华交会参展商数量统计
- 三、华交会成交额数量统计
- 四、华交会海外客商数量统计
- 五、华交会的成功启示

第四节西博会

- 一、西博会相关概述
- 二、西博会参与人数统计
- 三、西博会成交项目数量
- 四、西博会成交项目金额
- 五、西博会经济效应分析

第五节上海世博会

- 一、上海世博会相关概述
- 二、上海世博会举办规模
- 三、上海世博会效应分析

第九章展览服务行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 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、客户议价能力分析

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

- 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

第十章展览服务行业典型企业分析

第一节华毅东方展览有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节点意空间国际展览集团

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节香港雅式展览服务有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节德马吉（中国）展览服务有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节北京中展国际展览工程有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章会展服务行业服务策略分析

第一节基于体验经济的会展服务分析

一、体验经济与会展服务的相关性

二、体验式会展服务的特征分析

三、基于体验经济的会展服务策略

第二节中国会展服务体系发展对策

一、转变经营理念提供人性化服务

二、以数据信息服务能力为主轴

三、提供完善和协调的配套服务

四、加强合作伙伴的服务质量控制

五、做好主办方和展馆的沟通工作

第三节会展企业服务提升策略分析

一、服务延伸化策略

二、服务实体化策略

三、服务差异化策略

四、营销整合化策略

第十二章2017-2022年展览服务行业发展趋势分析

第一节2017-2022年中国展会行业发展趋势预测

一、中国会展发展趋势整体分析

二、中国会展项目发展趋势分析

三、中国会展行业发展预测分析

第二节2017-2022年中国展览服务行业未来发展预测分析

一、展览服务行业发展趋势分析

二、2017-2022年行业发展规模分析

第十三章展览服务企业兼并重组与融资策略分析

第一节展览服务企业投资兼并与重组分析

一、企业并购态势动机分析

二、企业兼并重组意义分析

三、企业并购战略考虑因素

第二节展览服务企业并购重组策略分析

一、企业兼并与收购成本分析

二、企业并购整合的风险分析

三、企业并购与重组对策建议

第三节展览服务企业融资渠道与选择分析

一、企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划发展机遇

三、适度债权融资配置资本结构

第四节展览服务企业资本市场运作建议

一、企业投资并购对象选择

二、企业海外市场运作建议

三、企业并购整合策略建议

第十四章2017-2022年展览服务行业投资机会与风险

第一节 展览服务行业投资情况及建议

一、展览服务行业投资格局

二、展览服务行业进入壁垒

三、展览服务行业投资机会

第二节 影响展览服务行业发展的主要因素

一、影响展览服务行业运行的有利因素分析

二、影响展览服务行业运行的不利因素分析

三、中国展览服务行业发展面临的挑战分析

四、中国展览服务行业发展面临的机遇分析

第三节 展览服务行业投资风险分析

一、展览服务行业宏观经济风险

二、展览服务行业政策风险分析

三、展览服务行业合作风险分析

四、展览服务市场竞争风险分析

五、展览服务行业其他风险分析

第十五章 中国展览服务行业发展策略及投资建议

第一节 展览服务行业发展策略分析

一、坚持服务创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、实行多元化市场扩张战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 展览服务行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、强化重点客户的管理

四、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资领域建议

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xincailliao/287282287282.html>