

2025-2030年中国展会行业全景调研与投资战略研究咨询报告

报告简介

展会(Exhibition , Trade

Fair)是为了展示产品和技术、拓展渠道、促进销售、传播品牌而进行的一种宣传活动。在实际应用中，展览会名称相当繁杂。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国展会市场进行了分析研究。报告在总结中国展会行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国展会行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为展会企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 2020-2025年中国展会行业发展概述 1

第一节 展会行业的发展现状 1

一、展会行业定义 1

二、展会行业特性及在国民经济中的地位 1

第二节 展会行业供求情况 4

一、展会行业需求情况 4

二、展会行业市场规模 5

第三节 2025-2030年中国展会行业发展趋势分析 5

一、展会行业发展趋势 5

二、展会市场规模预测 8

三、展会行业应用趋势预测 9

四、展会细分市场发展趋势预测 9

第二章 2020-2025年中国展会行业发展环境分析 16

第一节 经济发展环境分析 16

一、中国gdp增长情况分析 16

二、工业经济发展形势分析 16

三、社会固定资产投资分析 17

四、城乡居民收入增长分析 18

五、居民消费价格变化分析 19

第二节 展会行业政策环境分析 21

一、行业监管管理体制 21

二、行业相关政策分析 22

三、上下游产业政策影响 34

第三节 展会行业环境分析 37

一、行业发展概况 37

二、行业发展现状 38

第四节 展会行业社会环境发展分析 44

第三章 2020-2025年中国展会行业产业链分析 55

第一节 展会行业产业链概述 55

一、上游行业影响及风险分析 55

二、下游行业风险分析及提示 55

三、关联行业风险分析及提示 56

第二节 展会上游产业发展状况分析 57

一、上游行业发展现状 57

二、上游行业发展趋势 58

第三节 展会下游应用需求市场分析 61

一、行业发展现状分析 61

二、行业需求状况分析 67

三、行业需求前景分析 83

第四章 2020-2025年中国展会行业渠道分析 91

第一节 渠道形式及对比 91

第二节 各类渠道对展会行业的影响 92

第三节 主要展会企业渠道策略研究 96

第五章 2020-2025年中国展会行业发展分析 98

第一节 中国展会行业发展现状 98

第二节 展会行业特点分析 99

第三节 展会行业发展趋势分析 102

第六章 2020-2025年中国展会行业供需情况及集中度分析 104

第一节 展会行业发展状况 104

一、展会行业市场供给分析 104

二、展会行业市场需求分析 104

三、展会行业市场规模分析 105

第二节 展会行业集中度分析 106

一、行业市场区域分布情况 106

二、行业市场集中度情况 109

三、行业企业集中度分析 109

第七章 2020-2025年中国展会行业运行状况分析 110

第一节 行业市场概况 110

第二节 行业现行情况分析 114

第三节 行业最新动态分析 118

一、行业相关动态概述 118

二、行业发展热点聚焦 120

第八章 2020-2025年中国展会行业主要数据监测分析 122

第一节 展会行业总体数据分析 122

第二节 展会行业不同规模企业数据分析 125

第三节 展会行业不同所有制企业数据分析 126

第九章 2020-2025年中国展会行业竞争格局分析 127

第一节 行业总体市场竞争状况分析 127

一、展会行业竞争结构分析 127

1、现有企业间竞争 127

2、潜在进入者分析 127

3、替代品威胁分析 127

4、供应商议价能力 128

5、客户议价能力 128

6、竞争结构特点总结 128

二、展会行业企业间竞争格局分析 128

1、不同地域企业竞争格局 128

2、不同规模企业竞争格局 129

3、不同所有制企业竞争格局 129

三、展会行业swot分析 129

1、展会行业优势分析 129

2、展会行业劣势分析 131

3、展会行业机会分析 133

4、展会行业威胁分析 135

第二节 展会行业竞争格局综述 136

一、展会行业竞争概况 136

1、展会行业竞争格局 136

2、展会业未来竞争格局和特点 137

3、展会市场进入及竞争对手分析 137

二、展会行业竞争力分析 138

1、展会行业竞争力剖析 138

2、展会企业市场竞争的优势 138

3、国内展会企业竞争能力提升途径 138

三、展会(服务)竞争力优势分析 143

1、整体竞争力评价 143

2、竞争力评价结果分析 143

3、竞争优势评价及构建建议 143

第十章 2020-2025年中国展会主要企业发展概述 147

第一节 中国对外贸易广州展览总公司 147

一、公司发展概况 147

二、市场定位情况 148

三、公司竞争优劣势分析 148

四、企业经营状况分析 149

五、主要经营数据指标 150

六、公司发展战略与规划 150

第二节 西麦克国际展览有限责任公司 150

一、公司发展概况 150

二、市场定位情况 151

三、公司竞争优劣势分析 151

四、企业经营状况分析 152

五、主要经营数据指标 153

六、公司发展战略与规划 153

第三节 杭州西博文化传播有限公司 153

一、公司发展概况 153

二、市场定位情况 154

三、公司竞争优劣势分析 154

四、企业经营状况分析 154

五、主要经营数据指标 155

六、公司发展战略与规划 155

第四节 北京东方艾狄尔会展有限公司 155

- 一、公司发展概况 155
- 二、市场定位情况 156
- 三、公司竞争优劣势分析 157
- 四、企业经营状况分析 157
- 五、主要经营数据指标 159
- 六、公司发展战略与规划 159

第五节 海名国际会展集团 160

- 一、公司发展概况 160
- 二、市场定位情况 160
- 三、公司竞争优劣势分析 161
- 四、企业经营状况分析 161
- 五、主要经营数据指标 161
- 六、公司发展战略与规划 162

第六节 无锡正邦国际会展有限责任公司 162

- 一、公司发展概况 162
- 二、市场定位情况 163
- 三、公司竞争优劣势分析 163
- 四、企业经营状况分析 163
- 五、主要经营数据指标 164
- 六、公司发展战略与规划 164

第七节 上海东浩兰生国际服务贸易(集团)有限公司 165

一、公司发展概况	165
二、市场定位情况	166
三、公司竞争优劣势分析	166
四、企业经营状况分析	167
五、主要经营数据指标	167
六、公司发展战略与规划	168

第八节 汉诺威米兰展览服务(上海)有限公司 168

一、公司发展概况	168
二、市场定位情况	169
三、公司竞争优劣势分析	169
四、企业经营状况分析	169
五、主要经营数据指标	170
六、公司发展战略与规划	171

第九节 大连北方国际展览股份有限公司 172

一、公司发展概况	172
二、市场定位情况	172
三、公司竞争优劣势分析	172
四、企业经营状况分析	173
五、主要经营数据指标	173
六、公司发展战略与规划	173

第十节 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司 174

一、公司发展概况	174
----------	-----

二、市场定位情况 174

三、公司竞争优劣势分析 174

四、企业经营状况分析 175

五、主要经营数据指标 175

六、公司发展战略与规划 175

第十一章 2025-2030年展会行业发展前景预测分析 177

第一节 展会行业未来发展趋势分析 177

一、展会行业发展方向及投资机会分析 177

二、展会行业市场规模分析 177

三、展会行业发展趋势分析 178

四、展会行业"十四五"整体规划及预测 179

第二节 展会行业供需预测 181

一、展会行业供给预测 181

二、展会行业需求预测 182

第十二章 2025-2030年中国展会行业投资风险预警 183

第一节 展会风险评级模型 183

一、行业定位 183

二、宏观环境 183

三、财务状况 183

四、需求空间 184

五、供给约束 186

六、行业风险评级的结论 186

第二节 展会行业发展中存在的问题 187

第三节 针对展会不同企业的投资建议 189

一、展会总体投资建议 189

二、大型企业投资建议 190

三、中小型企业投资建议 191

第四节 展会投资风险提示 191

一、政策和体制风险 191

二、技术发展风险 192

三、市场竞争风险 193

四、经营管理风险 194

第十三章 2025-2030年中国展会行业发展策略及投资建议 200

第一节 展会企业发展战略规划背景意义 200

一、企业转型升级的需要 200

二、企业强做大做强的需要 201

三、企业可持续发展需要 204

第二节 展会企业战略规划制定依据 204

一、国家产业政策 204

二、行业发展规律 205

三、企业资源与能力 205

四、可预期的战略定位 209

第三节 展会企业战略规划策略分析 209

一、战略综合规划 209

二、技术开发战略 211

三、区域战略规划 213

四、产业战略规划 214

五、竞争战略规划 214

第四节 展会企业重点客户战略实施 216

一、重点客户战略的必要性 216

二、重点客户的鉴别与确定 217

三、重点客户的开发与培育 218

附录 221

1、国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见 221

2、《北京市“十四五”时期会展业发展规划》 226

3、《关于进一步促进展览业创新发展的实施意见》 259

4、《在境内举办对外经济技术展览会管理办法》 268

图表目录

图表：2020-2025年展会行业市场规模(亿元) 5

图表：2025-2030年展会市场规模预测(亿元) 8

图表：2020-2025年十大轻工业细分行业类展览数量 11

图表：2020-2025年十大轻工业细分行业展览面积 11

图表：2020-2025年十大重工业细分行业展览数量 12

图表：2020-2025年十大重工业细分行业展览面积 13

图表：2020-2025年十大服务业细分行业展览数量 13

图表：2020-2025年十大服务业细分行业展览面积 14

图表：2020-2025年份居民消费价格分类环比涨跌幅 21

图表：展会主要法律法规 23

图表：展会主要政策 24

图表：2020-2025年赴“一带一路”沿线国家参办展项目数排名前10位国家 40

图表：2020-2025年赴“一带一路”沿线国家参办展项目数排名前10位行业 41

图表：2020-2025年赴“金砖国家”参办展情况 42

图表：2020-2025年赴“金砖国家”参办展项目数排名前10位行业 42

图表：2020-2025年赴“上合组织”国家参办展情况 43

图表：2020-2025年赴“上合组织”国家参办展项目数排名前10位行业 44

图表：2020-2025年分经济类型营业收入与利润总额增速 62

图表：工业行业各月累计营业收入与利润总额同比增速 63

图表：工业行业各月累计利润率与每百元收入中的成本 64

图表：2020-2025年工业行业展会数量(个) 68

图表：2020-2025年农业展会数量 75

图表：2020-2025年服务业展会数量(个) 81

图表：2020-2025年农业农村部主办(共同主办)的展会计划 89

图表：2020-2025年农业农村部事业单位举办的展会 89

图表：2020-2025年计划组团参加的境外展会 89

图表：中国展会行业营销渠道 91

图表：招展代理的主要形式 95

图表：2020-2025年展会行业市场供给 104

图表：展会行业市场规模 105

图表：2020-2025年各区域展览数量占比情况 107

图表：2020-2025年各区域展览面积占比情况 108

图表：行业市场集中度 109

图表：2020-2025年举办50个以上展览省(直辖市/自治区)列表 111

图表：2020-2025年举办100万平方米以上展览省(自治区/直辖市)汇总 112

图表：2020-2025年举办50个以上展览城市汇总 113

图表：2020-2025年举办100万平方米以上展览城市汇总 114

图表：2020-2025年全国展览不同规模数量情况 124

图表：展会行业不同规模企业占比 125

图表：展会行业竞争格局 136

图表：中国参展消费者中不同地区消费者偏好 137

图表：竞争力评价结果 143

图表：中国对外贸易广州展览总公司组织结构 147

图表：中国对外贸易广州展览总公司企业经营分布 149

图表：中国对外贸易广州展览总公司分公司情况 149

图表：北京东方艾狄尔会展有限公司组织结构 156

图表：上海东浩兰生国际服务贸易(集团)有限公司组织结构 166

图表：汉诺威米兰展览(上海)有限公司组织的展览会 170

图表：展会行业供给预测 181

图表：2025-2030年展会行业需求预测 182

图表：2020-2025年盈利能力指标 183

图表：2020-2025年运营能力指标 184

图表：2020-2025年财务风险指标 184

图表：展会行业风险评级(五星为最高) 186

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20200320/162371.shtml>

在线订购：[点击这里](#)