

2019-2025年中国互联网+ 会展行业分析与发展前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国互联网+会展行业分析与发展前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/W91894ERQT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2016年，中国展览业继续保持平稳发展态势。据公开资料整理统计，2016年，中国在专业展览场馆举办的各类境内展览会5558个，总展览面积9475万平方米。大型展会数量增多，平均单体展览规模持续提升，展览面积在10万平方米以上的展会数量达100个。全国可供展览室内面积在5000平方米以上且正在运营使用的专业展览馆211个，可供展览室内总面积949万平方米。 2010-2016年中国会展展览数量规模 资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网+会展行业分析与发展前景分析报告》共十一章。首先介绍了中国会展行业市场发展环境、中国会展整体运行态势等，接着分析了中国会展行业市场运行的现状，然后介绍了中国会展市场竞争格局。随后，报告对中国会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国会展行业发展趋势与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，本报告是您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。

报告目录：第一章会展概述

第一节会展定义

第二节会展行业发展历程

第三节会展应用领域

第四节会展产业链分析

一、会展行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析 第二章会展发展环境及政策分析

第一节政策环境

第二节经济环境

第三节技术环境

第四节社会环境

第三章中国会展生产现状分析

第一节会展行业总体规模

第二节会展产量概况

一、2013-2017年产量分析

二、2019-2025年产量预测

第三节会展消费量概况

一、2013-2017年消费量分析

二、2019-2025年消费量预测

第四节会展产业的生命周期分析

第五节会展产业供需情况 第四章2011-2017年中国会展行业总体发展状况

第一节2013-2017年会展行业发展概述 2010-2016年中国会展展览面积规模 资料来源：公开资料整理

第二节2013-2017年会展行业经济运行状况

一、会展行业企业数量分析

二、会展行业资产规模分析

三、会展行业销售收入分析

四、会展行业利润总额分析

第三节2013-2017年会展行业成本费用分析

一、会展行业销售成本分析

二、会展行业销售费用分析

三、会展行业管理费用分析

四、会展行业财务费用分析

第四节2013-2017年会展行业运营效益分析

一、会展行业盈利能力分析

二、会展行业运营能力分析

三、会展行业偿债能力分析

四、会展行业成长能力分析

第五章2017年中国会展行业发展概况

第一节2017年中国会展行业发展态势分析

第二节2017年中国会展行业发展特点分析1、北上广领先优势不减，上海展览业腾飞加速由于历史、经济、区位等多方面的原因，北、上、广会展传统优势依然明显，在全国会展格局中的地位显要，根据城市综合指数排列，上海、广州、北京仍然名列前茅；但由于多种因素影响，北、上、广三地展览业发展极不平衡，差距拉大。2015年，上海国家展览中心建成投入使用，上海一枝独秀，领先地位日见凸出，展出面积猛增230多万平方米，达到1500多万平方米，超过广州、北京的总和。据统计，2015年，上海举办展览749场，展出面积1511.55万平方

米，与2014年相比，展览减少20场，展览面积增加232.55万平方米（增幅18.2%）。与之相对应，广州举办展览482场，展出面积861.70万平方米，展览数量虽有较大增长，但展览面积仅增加3万平方米，增幅十分有限；而北京则不升反降，举办展览415场，展出面积520.10万平方米，数量和面积分别下降3.7%和14.5%。同时，重庆市会展异军突起，发展迅速。据调查统计，2015年，重庆共办展749场，展出面积702.30万平方米，展览数量和展览面积两个指标均超过北京，位居第三位，北京则退居第四位，改写了展览数量和面积的城市排序。2015年，北上广渝四大城市共举办展会2395场，比2014年2254场增长6.3%，占国内展会总数量的25.8%；展出面积3595.65万平方米，比2014年的3347万平方米增长7.4%，占国内展会总面积的30.5%。位居前四名的城市，无论是展览数量还是展出面积，都与位列其后的其他城市拉开较大距离。

2、展会城市分布日渐广泛，展会集约化趋势明显

根据中国会展经济研究会统计，2015年，全国160个城市办有展会，其中办展数量超过100场的城市22个，占统计城市总数的13.8%，比2014年增加4.8%；展会活动50场以下的城市114个，占统计城市总数的71.3%，比2014年下降3.8%；与之相对应，展出面积超过100万平方米的城市29个，占统计城市总数的18.1%，比2014年增长1.1%，展出面积8890.26万平方米，占比达到75.4%。统计数据表明，越来越多的城市举办展会，展会活动城市分布较为广泛，但多数城市展会活动场次较少，规模较小；展览活跃城市展览活动多，展出面积大，展览集约化现象较为明显。与2014年相比，2015年展会集约化程度有所提升。办展面积超过100万平方米的29个城市展出面积占比增长2.3%。展会面积超过100万平方米的城市有：上海、广州、重庆、北京、天津、东莞、成都、沈阳、武汉、青岛、深圳、杭州、西安、郑州、南京、淄博、哈尔滨、厦门、合肥、济南、长春、宁波、潍坊、贵阳、长沙、大连、南昌、苏州、福州。其中，淄博市的展出面积增长速度较快，由2014年的47.5万平方米增加到2015年的217万平方米，增幅高达356.8%；潍坊市也由45.3万平方米增加到137.8万平方米，增幅达到204.3%。

3、东部地区占据主导地位，中西部地区增速加快

统计数据显示，2015年展出面积超过平均增长速度的16个省份中，东部沿海地区、中部地区和西部地区分别有7个、2个、7个；按增速排序，天津、贵州、四川、山西、内蒙、河南位居前六位，增幅均超过30%；此外，云南的增幅为27%，陕西为22.7%，宁夏为17.8%，新疆为16.7%。中西部展览业发展势头良好，增速加快，比重提升。2015年，我国东部地区12省、区、直辖市（辽宁、北京、天津、河北、山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、广西、海南）办展5699场，占全国总数的61.4%，展出面积7834.55万平方米，占全国总展出面积的66.4%。中西部地区19省、自治区（山西、内蒙古、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆、四川、重庆、云南、贵州、西藏）办展3584场，比2014年的2672场增长34.1%，占全国总数的38.6%；展出面积4062.5万平方米，比2014年的3069.52万平方米增长32.4%，占全国总展出面积的34.4%。中西部展览数量和展出面积增长

速度明显快于东部，在全国展览业中的比重提升，与2014年相比，展览数量占比增长5.3%，展览面积长4.6%。 2013-2015年度我国东部、中西部地区办展数量 资料来源：公开资料整理 2016年展览会总面积100万平方米以上的展览馆一览表 资料来源：公开资料整理

第三节2017年中国会展行业市场供需分析

第六章中国会展行业市场竞争分析

第一节会展行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第二节会展行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第七章中国会展行业传统商业模式分析

第一节会展行业经营模式

第二节会展行业盈利模式

第六章中国会展行业商业模式构建与实施策略

第一节会展行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

三、成功商业模式的特征

第二节会展行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

二、产业价值链再定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节会展行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第八章中国会展行业商业模式创新转型分析

第一节互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节互联网时代会展商业模式

第三节互联网背景下会展行业商业模式选择

一、会展行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下会展行业商业模式选择

第九章2017年会展行业重点品牌企业分析第一节A公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第二节B公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第三节C公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第四节D公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第五节E公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第六节F公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第十章会展行业投资分析与预测

第一节行业投资特性分析

- 一、盈利模式分析
- 二、盈利因素分析

第二节行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析

四、宏观经济波动风险

第三节行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十一章ZYLZG2019-2025年中国会展行业投融资战略规划分析

第一节会展行业关键成功要素分析

第二节会展行业投资壁垒分析

一、会展行业进入壁垒

二、会展行业退出壁垒

第三节会展行业融资渠道与策略

一、会展行业融资渠道分析

二、会展行业融资策略分析

图表目录

图表：2013-2017年会展行业企业数量分析

图表：2013-2017年会展行业资产规模分析

图表：2013-2017年会展行业销售收入分析

图表：2013-2017年会展行业利润总额分析

图表：会展行业“波特五力”分析

图表：生命周期各发展阶段的影响

图表：2019-2025年会展市场规模预测

图表：2019-2025年会展行业销售收入预测

图表：2019-2025年会展行业总资产预测

图表：2019-2025年中国会展供给预测

图表：2019-2025年中国会展需求量预测

图表：2019-2025年中国会展供需平衡预测

图表：2019-2025年影响会展行业运行的有利因素

图表：2019-2025年影响会展行业运行的稳定因素

图表：2019-2025年影响会展行业运行的不利因素

图表：2019-2025年我国会展行业发展面临的挑战

图表：2019-2025年我国会展行业发展面临机遇

图表：2019-2025年会展行业经营风险及控制策略

图表：2019-2025年会展行业同业竞争风险及控制策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/W91894ERQT.html>