2020-2026年中国出国会展行业市场营销战略及供需形势分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国出国会展行业市场营销战略及供需形势分析报告》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：https://www.chyxx.com/research/202002/835275.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2019年，中国出国参展仍是主流趋势，项目数占比具有绝对优势，出国参展的项目数保持了一定幅度增长，但出国办展的项目数出现下降。其中，出国参展1634项，占出国参办展项目总数的92.5%，同比增长7.6%；参展国家主要有美国、德国、俄罗斯、印度等66个。出国办展132项，占出国参办展项目总数的7.5%，同比下降13.7%；办展国家主要为印度尼西亚、泰国、南非、波兰、印度、等49个。

2019年中国出国展览项目构成

2019年中国出国参展总面积占比最高，且相对于2018年有所上升；出国办展面积占比最低，相对于2018年有所回落。其中，出国参展面积约66.7万平方米，占出国参办展总面积的72.4%，同比增长17.7%；出国办展面积25.44万平方米，占出国参办展总面积的27.6%，同比下降3.4%。

2019年中国出国展览面积构成结构

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国出国会展行业市场营销战略及供需形势分析报告》共十章。首先介绍了出国会展行业市场发展环境、出国会展整体运行态势等，接着分析了出国会展行业市场运行的现状，然后介绍了出国会展市场竞争格局。随后，报告对出国会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了出国会展行业发展趋势与投资预测。您若想对出国会展产业有个系统的了解或者想投资出国会展行业，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 出国会展行业产品定义及行业概述发展分析
第一节 出国会展行业产品定义
一、出国会展行业产品定义及分类
二、出国会展行业产品应用范围分析
三、出国会展行业发展历程
四、出国会展行业发展地位及影响分析
第二节 出国会展行业产业链发展环境简析
一、出国会展行业产业链模型理论
二、出国会展行业产业链示意图及相关概述
第三节 经济环境
一、国民经济运行情况GDP （季度更新）

二、消费价格指数CPI、PPI （按月度更新）
三、全国居民收入情况（季度更新）
四、恩格尔系数（年度更新）
五、工业发展形势（月度更新）
六、固定资产投资情况（季度更新）
七、2020年我国宏观经济发展预测
第四节出国会展行业税收及进出口关税
第五节 社会环境
一、 人口数量及老龄化分析
二、网民规模情况
三、90后消费群体特点分析
第六节出国会展技术发展现状
一、出国会展行业技术发展
二、出国会展生产工艺
一、出国会展技术发展趋势
第二章 2015-2019年出国会展行业国内外市场发展概述
第一节2015-2019年全球出国会展行业发展分析
一、全球出国会展经济发展现状及预测
二、全球出国会展行业技术发展现状
三、全球出国会展行业发展概述
第二节 2015-2019年全球出国会展行业供需及规模分析
一、全球出国会展行业市场供需情况
二、全球出国会展行业市场规模及区域分布情况
三、全球出国会展行业重点国家市场分析
四、全球出国会展行业发展热点分析
五、2020-2026年全球出国会展行业市场规模预测
第三节2015-2019年中国及全球出国会展行业对比分析
一、中国出国会展行业生命周期分析
二、中国出国会展行业市场成熟度情况
三、中国和国外出国会展行业SWOT对比
第四节2015-2019年全球出国会展行业相关产品进出口情况
第三章 2015-2019年我国出国会展行业发展现状
第一节 中国出国会展行业发展概述
一、中国出国会展行业发展现状

2019年中国出国举办展（博）览会整体规模依然保持增长态势，结构调整成效显著，参展

数量不断增多，展览面积稳步增长，参展企业数逐渐提升，为我国企业对外开展经贸合作搭建了交流平台，助推提升了我国商品的国际竞争力和国际市场份额，加快了我国企业“走出去”的步伐。截止到2019年，在我国各级政府的扶持和引导下，全国91家组展单位共赴73个国家参办展1766项，较2018年增加94项，同比增长5.6%。

2014-2019年中国出国会展项目数量及其增长速度

2014年以来，我国出国会展总面积整体呈现震荡上行，2019年，我国出国展出面积92.13万平方米，较2018年增加9.11万平方米，同比增长11.0%。

2014-2019年中国出国会展总面积及其增长速度

数据来源：公开资料整理

二、中国出国会展发展面临问题

三、2015-2019年中国出国会展行业市场规模

四、中国出国会展行业需求客户结构

第二节 我国出国会展行业发展状况

一、2015-2019年中国出国会展行业产值情况

二、2019年我国出国会展产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国出国会展行业产量分析

第四节 2019年出国会展行业需求分析

一、2015-2019年我国出国会展行业需求分析

二、2015-2019年我国出国会展市场价格走势分析

第四章 出国会展行业竞争态势分析

第一节 出国会展行业集中度分析

一、出国会展市场集中度分析

二、出国会展企业分布区域集中度分析

三、出国会展区域消费集中度分析

第二节出国会展行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 出国会展行业竞争格局分析

一、2019年出国会展行业竞争分析

二、2019年中外出国会展产品竞争分析

三、2019年我国出国会展市场竞争分析

四、近年国内出国会展行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国出国会展所属行业运行及进出口分析
第一节 2015-2019年中国出国会展所属行业总体运行情况
一、出国会展企业数量及分布
二、出国会展行业从业人员统计
第二节 2015-2019年中国出国会展所属行业运行数据
一、行业资产情况分析
二、行业销售情况分析
三、行业利润情况分析
第三节 2015-2019年中国出国会展所属行业成本费用结构分析
第四节 2015-2019年中国出国会展所属行业经营成本情况
第五节 2015-2019年中国出国会展所属行业管理费用情况
第六节 中国出国会展行业或相关行业进出口分析
1、2015-2019年行业进出口数量及金额
2、行业进口分国家
3、行业出口分国家
第六章 2015-2019年中国出国会展行业区域发展分析
第一节 中国出国会展行业区域发展现状分析
第二节 2015-2019年华北地区
一、华北地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第三节 2015-2019年东北地区
一、东北地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第四节 2015-2019年华东地区
一、华东地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第五节 2015-2019年华南地区
一、华南地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第六节 2015-2019年华中地区
一、华中地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第七节 2015-2019年西部地区
一、西部地区经济发展现状分析
二、市场规模情况分析
三、市场需求情况分析
四、行业发展前景预测
第七章 出国会展重点企业发展分析
第一节 A公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第二节 B公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第三节 C公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第四节 D公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第五节E公司
一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第六节F公司
一、企业经营情况分析
二、企业产品及竞争优势分析
三、市场营销网络分析
四、公司战略规划分析
第八章 2015-2019年中国出国会展行业上下游主要行业发展现状分析
第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析
一、A行业发展分析
1、行业市场规模情况
2、产品价格分析
3、产品生产情况
二、B行业发展分析
1、行业市场规模情况
2、产品价格分析
3、产品生产情况
……
第二节2015-2019年主要下游产业发展分析
一、D行业发展分析
1、行业现状分析
2、行业发展前景
二、E行业发展分析
1、行业现状分析
2、行业发展前景
……
第九章 2020-2026年中国出国会展行业发展预测分析
第一节2020-2026年中国出国会展行业产量预测
第二节2020-2026年中国出国会展行业需求量预测
第三节2020-2026年中国出国会展行业规模预测
第四节 2020-2026年中国产业的前景及趋势
一、中国出国会展市场发展前景乐观
二、2020年中国出国会展市场消费趋势分析
第五节2020-2026年中国出国会展行业发展趋势

一、中国出国会展行业的发展前景
二、2020-2026年中国出国会展产业规划分析
三、我国出国会展行业的标准化发展趋势
第六节2020-2026年中国出国会展行业“走出去”发展分析
第十章 出国会展行业投资前景研究及销售战略分析（ZY KT）
第一节 影响出国会展行业发展的主要因素
一、影响出国会展行业运行的有利因素
二、影响出国会展行业运行的稳定因素
三、影响出国会展行业运行的不利因素
四、我国出国会展行业发展面临的挑战
五、我国出国会展行业发展面临的机遇
第二节 行业投资形势分析
一、2015-2019年中国行业投资规模
二、行业投资壁垒
三、行业SWOT分析
四、行业五力模型分析
第三节 2020-2026年出国会展行业投资效益分析
第四节 2020-2026年出国会展行业投资前景研究研究
第五节 出国会展行业投资前景预警
一、2020-2026年出国会展行业市场风险预测
二、2020-2026年出国会展行业政策风险预测
三、2020-2026年出国会展行业经营风险预测
四、2020-2026年出国会展行业技术风险预测
五、2020-2026年出国会展行业竞争风险预测
六、2020-2026年出国会展行业其他风险预测
第六节 市场策略分析
一、出国会展价格策略分析
二、出国会展渠道策略分析
第七节 销售策略分析
一、媒介选择策略分析
二、产品定位策略分析
三、企业宣传策略分析
第八节 提高出国会展企业竞争力的策略
一、提高中国出国会展企业核心竞争力的对策
二、出国会展企业提升竞争力的主要方向

三、影响出国会展企业核心竞争力的因素及提升途径
四、提高出国会展企业竞争力的策略
第九节 对我国出国会展品牌的战略思考
一、出国会展实施品牌战略的意义
二、出国会展企业品牌的现状分析
三、我国出国会展企业的品牌战略
四、出国会展品牌战略管理的策略
第十节 市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、重点客户战略管理
四、重点客户管理功能（ZY KT）
部分图表目录：
图表：出国会展行业历程
图表：出国会展行业生命周期
图表：出国会展行业产业链分析
图表：2015-2019年出国会展行业产能分析
图表：2015-2019年出国会展行业市场规模分析
图表：2015-2019年出国会展行业产量分析
图表：2015-2019年出国会展行业需求量分析
图表：2019年出国会展行业需求领域分布格局
图表：2020-2026年出国会展行业市场规模预测
图表：中国出国会展行业盈利能力分析
图表：中国出国会展行业运营能力分析
图表：中国出国会展行业偿债能力分析
图表：中国出国会展行业发展能力分析
图表：中国出国会展行业经营效益分析
图表：2020-2026年出国会展行业市场规模预测
图表：2020-2026年出国会展行业产量预测
图表：2020-2026年出国会展行业需求量预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202002/835275.html