

2021-2027年中国会展旅游 行业发展态势与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国会展旅游行业发展态势与投资前景报告》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.cction.com/report/202011/192467.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

据统计，原本不被中国自由行游客熟知的泰国象岛，作为《中餐厅》的取景地，在节目播出后的第一天象岛的热度便增长了547%。而与林安他们一样受节目或IP影响选择目的地的游客，其实大有人在。在90后游客中表现则更为明显。有42%的90后旅客会把取景地等选做旅行目的地。与2016年相比，2017年自由行游客的境内购物消费下降41.5%，境外购物消费下降37.2%。

。2017年国人外出旅行的目的2011-2017年中国会展数量走势

会展旅游是借助举办国际会议、研讨会、论坛等会务活动以及各种展览会而开展的旅游形式，是北京市旅游产品开发的一个重点。目前，国际会议旅游具有组团规模大、客人档次和消费额高、停留时间长、涉及相关服务行业多、成本低、利润丰等特点，在欧洲、北美、中国香港和新加坡，会议已经成为一门产业。具有展览性质的会议也在迅速增加，1998年至1999年度国际上登记的展览会达21950个。北京每年举办的各类会务和展览占全国的80%~85%，会展旅游者在北京市游客中的数量和消费比例逐年上升，发展会展旅游大有可为。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国会展旅游行业发展态势与投资前景报告》共八章。首先介绍了中国会展旅游行业市场发展环境、会展旅游整体运行态势等，接着分析了中国会展旅游行业市场运行的现状，然后介绍了会展旅游市场竞争格局。随后，报告对会展旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国会展旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对会展旅游产业有个系统的了解或者想投资中国会展旅游行业，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：

第一章会展旅游行业基础剖析

第一节会展旅游概述

一、会展旅游内涵的界定

二、国内外会展旅游发展概况

第二节会展旅游的特点

一、会展对旅游的促进作用

二、旅游对会展的辅助作用

第三节会展旅游功能

- 一、有助于提升目的地旅游形象
- 二、有助于改善地区旅游吸引力
- 三、有助于降低目的地季节性

第四节会展与旅游的互动

- 一、会展拉动旅游消费
- 二、旅游推动会展业发展
- 三、会展与旅游的协调发展

第二章2019年中国旅游业的发展现状分析

第一节中国旅游业概况

- 一、中国旅游业发展的特点
- 二、“十三五”中国旅游业发展概述
- 三、中国旅游业正迈入全民消费新时代
- 四、旅游业与环境的发展关系
- 五、旅游环境承载力研究分析
- 六、中国旅游业转型与产业政策选择分析

第二节2012-2019年中国旅游业发展分析

从交易额格局来看，2017年机票市场份额仍为最大，但占比有所下滑，降至55.2%；住宿市场的增速相对稳定，占在线旅游市场总体份额的20.5%；而在线度假市场份额进一步提升，占比16%。未来在线度假市场仍将保持高速增长，预计其市场份额在2020年有望突破20%

。2012-2017年中国在线旅游市场结构情况

- 一、2016中国旅游业的发展状况
- 二、2017中国旅游业的发展状况
- 三、2019年中国旅游业的发展状况

第三节旅游资源开发中的经济学分析

- 一、旅游资源开发作为产品的经济学特征
- 二、旅游资源开发的效率机制
- 三、旅游资源开发中的合理定位

第四节中国旅游业面临的挑战

- 一、中国旅游业发展仍然面临许多挑战
- 二、中国旅游业中存在的问题
- 三、中国旅游资源的产权问题分析

第五节中国旅游业发展策略

- 一、中国当前旅游业发展的措施
- 二、中国旅游业发展中的策略
- 三、应构建中国现代旅游资源产权制度
- 四、中国旅游业持续发展需注意的问题

第三章2019年中国会展旅游所属行业市场发展环境分析

第一节国内宏观经济环境分析

- 一、gdp历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节2019年中国会展旅游行业政策环境分析

- 一、国务院关于加强发展旅游业的意见
- 二、旅行社条例
- 三、中国旅游饭店行业规范
- 四、旅游安全管理暂行办法

第三节2019年中国会展旅游行业社会环境分析

第四章2019年中国会展旅游所属行业运行形势综述

第一节2019年中国会展旅游的现状概述

- 一、会展业发展迅速
- 二、各地-积极参与主导会展业的发展
- 三、各地开始建立自律性的行业协会
- 四、全国掀起了展览场馆的建设高潮
- 五、主要会议接待单位纷纷加入国际会议组织
- 六、初步形成了北京、上海等国际会展中心城市
- 七、会展产业体系正在形成
- 八、网络参与
- 九、会展旅游业引起旅游业界的重视
- 十、我国在国际会展业中的地位比较低

第二节2019年我国会展旅游业的主要问题分析

- 一、市场化不够

二、外部环境亟待改善

三、重硬件轻软件，重展轻会

四、国际化品牌的会展少

五、对会展业缺乏科学研究

第三节2019年我国会展旅游的发展对策

一、设立全国性会展管理机构

二、建设具有超前性的会展场馆

三、加快培养专业人才

四、完善会展设施和其他相关设施，美化城市环境

五、培育具有竞争力的会展企业

第五章2019年我国会展旅游业市场的必要性和对策分析

第一节国内会展旅游研究进展

第二节我国旅行社开发会展旅游市场的必要性

一、我国旅行社的经营现状

二、会展旅游的特点及其发展态势

三、旅行社所拥有的天然优势

第三节我国旅行社开发会展旅游市场的现状

第四节我国旅行社开发会展旅游市场的有效对策

一、主动出击做好会展的招徕和接待工作

二、开发具有特色的会展旅游产品

三、注重会展旅游产品的宣传促销

四、注重公共关系的开拓与维护

五、增强自身实力来获得竞争优势

六、加快培养和引进会展旅游人才的进程

第六章旅行社拓展会展旅游现状深度研究

第一节国际旅行社拓展会展旅游的现状

一、选定研究对象

二、国际旅行社拓展会展旅游基本情况介绍

第二节国内旅行社拓展会展旅游的现状

一、国内旅行社特征分析

二、国内旅行社拓展会展旅游现状及特征分析

第三节旅行社拓展会展旅游的障碍分析

- 一、旅行社之间的分工不明确
- 二、旅行社与专业会展公司没有实现良好分工
- 三、其他障碍因素

第七章旅行社拓展会展旅游市场策略

第一节旅行社分工策略

- 一、规模
- 二、资金
- 三、品牌
- 四、依附实力雄厚的集团
- 五、历史
- 六、企业文化与服务宗旨
- 七、优势
- 八、业务量
- 九、荣誉
- 十、加入国际组织

第二节旅行社与会展公司竞合策略

- 一、“竞合”理论的提出
- 二、旅行社与会展公司之间的竞争
- 三、旅行社与会展公司之间的合作
- 四、旅行社与会展公司之间长期竞合成为必然

第三节其他策略

第八章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——宁波

第一节宁波会展旅游业的发展概况

- 一、宁波会展旅游的发展阶段
- 二、宁波会展旅游业的现状分析
- 三、宁波会展旅游业存在的问题

第二节宁波会展旅游业发展的swot分析

- 一、宁波发展会展旅游的自身优势

- 二、宁波会展旅游发展的自身劣势
- 三、宁波会展旅游发展的外部环境机会
- 四、宁波会展旅游发展的威胁

第三节宁波会展旅游发展的对策分析

- 一、培育和完善会展市场
- 二、培养专业人才服务于会展旅游业
- 三、品牌展会发展战略
- 四、开展网络会展旅游营销

第四节基于会展旅游发展的宁波城市营销策略

- 一、发挥-作用建立市场化运作模式
- 二、实现会展旅游与相关服务业互动发展
- 三、整合会展旅游资源培育区域竞争优势

第九章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——昆明

第一节昆明会展旅游发展的现状

第二节昆明会展旅游发展的综合条件分析

- 一、昆明发展会展旅游的优势
- 二、昆明发展会展旅游的劣势

第三节昆明会展旅游发展模式构建

- 一、会展业与旅游业的关系优化
- 二、明确机构职能、实现分工协作
- 三、开展会展旅游市场营销
 - 1、昆明发展会展旅游的目标定位
 - 2、根据会展旅游特点开发会展旅游项目
 - 3、大力进行会展旅游的宣传促销

第四节总结

第十章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——桂林

第一节桂林会展旅游的发展现状

第二节桂林市可以开发的会展旅游产品类型

- 一、会议旅游产品
- 二、展览旅游产品

三、民俗节庆旅游产品

第三节桂林会展旅游营销分析

第四节桂林会展旅游发展前景预测

第十一章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——苏州

第一节苏洲会展旅游的发展概况

一、苏洲会展旅游业发展景气度分析

二、苏洲会展旅游开发现状

三、苏洲会展旅游业发展现状

第二节苏州会展旅游发展策略分析

第三节苏州会展旅游发展趋势预测分析

第十二章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——丽江

第一节丽江会展旅游的发展概况

一、丽江会展旅游业发展景气度分析

二、丽江会展旅游swot分析

三、丽江会展旅游开发状况分析

四、丽江会展旅游现状分析

第二节丽江定向会展旅游的经营对策探讨

第三节2021-2027年中国丽江会展旅游发展前景预测分析

第十三章2019年中国主要城市会展旅游行业解析——其它城市

第一节成都

第二节东莞

第三节大连

第四节长沙

第十四章2021-2027年中国会展旅游业的发展前景与趋势分析

第一节2021-2027年中国旅游业的发展前景预测分析

一、我国旅游业将进入黄金发展时期

二、中国旅游业市场展望

三、2021-2027年中国旅游业预测分析

四、“十三五”我国部分地区旅游业规划

五、中国旅游业市场的发展趋势

第二节2021-2027年中国会展旅游业前景预测分析

一、中国会展旅游业发展城市经济影响

二、中国会展旅游业发展趋势观察

三、中国会展旅游业市场规模预测分析

第十五章2021-2027年中国会展旅游业的投资前景分析()

第一节中国会展旅游业发展环境分析

第二节2021-2027年中国会展旅游业投资机会分析

一、会展旅游区域投资机会分析

二、会展旅游投资潜力预测

第三节2021-2027年中国会展旅游投资风险分析()

第四节投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（m2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2019年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2019年中国gdp增长预测

图表：国内外知名机构对2019年中国gdp增速预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/192467.html>