



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国展览馆市场发展现状 及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国展览馆市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/274898.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

展览馆（exhibition hall）是18世纪中叶在英国出现的。最早的大型展览馆建筑是1851年建造的伦敦水晶宫。

展览馆（exhibition hall）作为展出临时陈列品之用的公共建筑。按照展出的内容分综合性展览馆和专业性展览馆两类。专业性展览馆又可分为工业、农业、贸易、交通、科学技术、文化艺术等不同类型的展览馆。现在世界上最大的展览中心是米兰国际展览中心，总面积近500万平米，总展出面积近140万平方米。

设计要点:

选址和总平面布置

展览馆的人流集散量大，选址和总平面布置的要求是：展览馆址宜选在城市内或城市近郊交通便利的地区。大型展览馆应有足够的群众活动广场和停车面积，并应有室外陈列场地。室外场地要考虑环境的绿化和美化。各功能分区之间联系方便又互不干扰。建筑层数一般不宜过高。注意各陈列馆之间的相互关系，根据不同性质和具体情况组成有机的建筑组群

陈列室设计

展览馆的陈列室是建筑设计的中心环节，设计要点是：陈列室的布局形式根据陈列内容确定，可采取整体连续式、平行多线式或分段连续式，但都要有系统性。参观路线要明确，避免迂回交叉。参观路线不宜过长，应适当安排中间休息的地方。陈列室与交通枢纽（门厅、过厅、休息厅、楼梯、电梯等）之间的联系要方便。出入口要明显，室外交通道路要顺畅，运输路线不应干扰参观路线。陈列室如设在楼上，应有供老人、儿童、孕妇、残疾人使用的电梯和运输展品的专用电梯。陈列室应有良好的朝向，但要避免阳光直射展品。尽量避免馆内外噪声干扰。创造良好的通风条件和安排通风设备。充分利用陈列墙面，使采光口不占或少占陈列墙面，以加大有效展览面积。

采光和照明

采光照明对于展览馆建筑的重要性，除了负有屯集和保存展品的使命外，最重要的职责就是提供观众参观和研究。所以怎样才能使观众把展品看得正确而清楚，是个重要主题解决这个问题的主要关键就是它的采光。

良好的采光条件，采光口的形式应根据展品选定。现代大型展览厅的陈列室主要用人工照明。陈列方式要与照明方式统一考虑，对艺术品的照明应使光色成分接近天然光。对珍贵展品要有特殊的安全保卫措施。应考虑周密的消防措施。

网络展览馆，因为网络环境改变了展览馆馆藏概念的内涵和外延，网络时代的展览馆是以电子图片的形式，通过网络展示（个人）陈列品的网络公共空间。按照展示的内容分为综合

性网络展馆、专业性网络主题展览馆和个人网络展览馆。专业性网络展馆又可分为艺术收藏、绘画书法、艺术设计、摄影、卡通动漫等不同类型的主题展馆。网络展览馆从传统意义陈列，演变为网络化，促进了人类曾经和正在创造着的优秀资源的共享。

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家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 展览馆行业发展综述

1.1 展览馆行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 展览馆行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 展览馆行业在产业链中的地位

1.2.3 展览馆行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 展览馆行业生命周期

1.3 最近3-5年中国展览馆行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 展览馆行业运行环境（PEST）分析

2.1 展览馆行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

- 2.1.2 行业主要法律法规
- 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 展览馆行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 展览馆行业社会环境分析
 - 2.3.1 展览馆产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 展览馆产业发展对社会发展的影响
- 2.4 展览馆行业技术环境分析
 - 2.4.1 展览馆技术分析
 - 2.4.2 展览馆技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国展览馆行业运行分析

- 3.1 我国展览馆行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国展览馆行业发展阶段
 - 3.1.2 我国展览馆行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国展览馆行业发展特点分析
- 3.2 2013-2015年展览馆行业发展现状
 - 3.2.1 2013-2015年我国展览馆行业市场规模
 - 3.2.2 2013-2015年我国展览馆行业发展分析
 - 3.2.3 2013-2015年中国展览馆企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2013-2015年重点省市市场分析
- 3.4 展览馆细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2013-2015年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 展览馆产品/服务价格分析

- 3.5.1 2013-2015年展览馆价格走势
- 3.5.2 影响展览馆价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
- 3.5.3 2016-2022年展览馆产品/服务价格变化趋势
- 3.5.4 主要展览馆企业价位及价格策略

第四章 我国展览馆行业整体运行指标分析

- 4.1 2013-2015年中国展览馆行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2013-2015年中国展览馆行业运营情况分析
 - 4.2.1 我国展览馆行业营收分析
 - 4.2.2 我国展览馆行业成本分析
 - 4.2.3 我国展览馆行业利润分析
- 4.3 2013-2015年中国展览馆行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国展览馆行业供需形势分析

- 5.1 展览馆行业供给分析
 - 5.1.1 2013-2015年展览馆行业供给分析
 - 5.1.2 2016-2022年展览馆行业供给变化趋势
 - 5.1.3 展览馆行业区域供给分析
- 5.2 2013-2015年我国展览馆行业需求情况
 - 5.2.1 展览馆行业需求市场

5.2.2 展览馆行业客户结构

5.2.3 展览馆行业需求的地区差异

5.3 展览馆市场应用及需求预测

5.3.1 展览馆应用市场总体需求分析

(1) 展览馆应用市场需求特征

(2) 展览馆应用市场需求总规模

5.3.2 2016-2022年展览馆行业领域需求量预测

(1) 2016-2022年展览馆行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2016-2022年展览馆行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业展览馆产品/服务需求分析预测

第六章 展览馆行业产业结构分析

6.1 展览馆产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国展览馆行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 展览馆产业结构调整方向分析

6.3.5 Sansheng Consulting建议

第七章 我国展览馆行业产业链分析

7.1 展览馆行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 展览馆上游行业分析

7.2.1 展览馆产品成本构成

7.2.2 2013-2015年上游行业发展现状

7.2.3 2016-2022年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对展览馆行业的影响

7.3 展览馆下游行业分析

7.3.1 展览馆下游行业分布

7.3.2 2013-2015年下游行业发展现状

7.3.3 2016-2022年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对展览馆行业的影响

第八章 我国展览馆行业渠道分析及策略

8.1 展览馆行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对展览馆行业的影响

8.1.3 主要展览馆企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 展览馆行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 展览馆行业营销策略分析

8.3.1 中国展览馆营销概况

8.3.2 展览馆营销策略探讨

8.3.3 展览馆营销发展趋势

第九章 我国展览馆行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 展览馆行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 展览馆行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 展览馆行业集中度分析
- 9.1.4 展览馆行业SWOT分析
- 9.2 中国展览馆行业竞争格局综述
- 9.2.1 展览馆行业竞争概况
 - (1) 中国展览馆行业竞争格局
 - (2) 展览馆行业未来竞争格局和特点
 - (3) 展览馆市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国展览馆行业竞争力分析
 - (1) 我国展览馆行业竞争力剖析
 - (2) 我国展览馆企业市场竞争的优势
 - (3) 国内展览馆企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 展览馆市场竞争策略分析

第十章 展览馆行业领先企业经营形势分析

- 10.1 A公司
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 2013-2015年经营状况
 - 10.1.5 2016-2022年发展规划
- 10.2 B公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 2013-2015年经营状况
 - 10.2.5 2016-2022年发展规划
- 10.3 C公司
 - 10.3.1 企业概况

- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 产品/服务特色
- 10.3.4 2013-2015年经营状况
- 10.3.5 2016-2022年发展规划
- 10.4 D公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 2013-2015年经营状况
 - 10.4.5 2016-2022年发展规划
- 10.5 E公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 2013-2015年经营状况
 - 10.5.5 2016-2022年发展规划
- 10.6 F公司
 - 10.6.1 企业概况
 - 10.6.2 企业优势分析
 - 10.6.3 产品/服务特色
 - 10.6.4 2013-2015年经营状况
 - 10.6.5 2016-2022年发展规划
- 10.7 G公司
 - 10.7.1 企业概况
 - 10.7.2 企业优势分析
 - 10.7.3 产品/服务特色
 - 10.7.4 2013-2015年经营状况
 - 10.7.5 2016-2022年发展规划
- 10.8 H公司
 - 10.8.1 企业概况
 - 10.8.2 企业优势分析
 - 10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 2013-2015年经营状况

10.8.5 2016-2022年发展规划

10.9 I公司

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 2013-2015年经营状况

10.9.5 2016-2022年发展规划

10.10 J公司

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 2013-2015年经营状况

10.10.5 2016-2022年发展规划

第十一章 2016-2022年展览馆行业投资前景

11.1 2016-2022年展览馆市场发展前景

11.1.1 2016-2022年展览馆市场发展潜力

11.1.2 2016-2022年展览馆市场发展前景展望

11.1.3 2016-2022年展览馆细分行业发展前景分析

11.2 2016-2022年展览馆市场发展趋势预测

11.2.1 2016-2022年展览馆行业发展趋势

11.2.2 2016-2022年展览馆市场规模预测

11.2.3 2016-2022年展览馆行业应用趋势预测

11.2.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2016-2022年中国展览馆行业供需预测

11.3.1 2016-2022年中国展览馆行业供给预测

11.3.2 2016-2022年中国展览馆行业需求预测

11.3.3 2016-2022年中国展览馆供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年展览馆行业投资机会与风险

- 12.1 展览馆行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2016-2022年展览馆行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2016-2022年展览馆行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 展览馆行业投资战略研究

- 13.1 展览馆行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国展览馆品牌的战略思考

- 13.2.1 展览馆品牌的重要性
- 13.2.2 展览馆实施品牌战略的意义
- 13.2.3 展览馆企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国展览馆企业的品牌战略
- 13.2.5 展览馆品牌战略管理的策略
- 13.3 展览馆经营策略分析
 - 13.3.1 展览馆市场细分策略
 - 13.3.2 展览馆市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 展览馆新产品差异化战略
- 13.4 展览馆行业投资战略研究
 - 13.4.1 2015年展览馆行业投资战略
 - 13.4.2 2016-2022年展览馆行业投资战略
 - 13.4.3 2016-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 展览馆行业研究结论
- 14.2 展览馆行业投资价值评估
- 14.3 三胜展览馆行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表1：展览馆行业生命周期
- 图表2：展览馆行业产业链结构
- 图表3：2013-2015年全球展览馆行业市场规模
- 图表4：2013-2015年中国展览馆行业市场规模
- 图表5：2013-2015年展览馆行业重要数据指标比较
- 图表6：2013-2015年中国展览馆市场占全球份额比较
- 图表7：2013-2015年展览馆行业工业总产值
- 图表8：2013-2015年展览馆行业销售收入

图表9：2013-2015年展览馆行业利润总额
图表10：2013-2015年展览馆行业资产总计
图表11：2013-2015年展览馆行业负债总计
图表12：2013-2015年展览馆行业竞争力分析
图表13：2013-2015年展览馆市场价格走势
图表14：2013-2015年展览馆行业主营业务收入
图表15：2013-2015年展览馆行业主营业务成本
图表16：2013-2015年展览馆行业销售费用分析
图表17：2013-2015年展览馆行业管理费用分析
图表18：2013-2015年展览馆行业财务费用分析
图表19：2013-2015年展览馆行业销售毛利率分析
图表20：2013-2015年展览馆行业销售利润率分析
图表21：2013-2015年展览馆行业成本费用利润率分析
图表22：2013-2015年展览馆行业总资产利润率分析
图表23：2013-2015年展览馆行业集中度
图表148：2016-2022年中国展览馆行业供给预测
图表149：2016-2022年中国展览馆行业需求预测
图表150：2016-2022年中国展览馆行业市场容量预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274898.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。