

2015-2020年中国会展旅游 行业发展趋势及行业前景调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国会展旅游行业发展趋势及行业前景调研报告》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.bosidata.com/lyyou1502/7280291HVO.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-07-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

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 2014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、“十一五”中国旅游业发展走势概述
- 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 2009-2014年中国旅游业发展分析

- 一、2009年中国旅游业的发展状况
- 二、2010年中国旅游业的发展状况
- 三、2011年中国旅游业的发展状况
- 四、2012年中国旅游业的发展状况
- 五、2013年中国旅游业的发展状况

六、2014年旅游业发展分析

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、旅游资源开发中政府的合理定位

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 中国旅游业投资策略

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 2014年中国会展旅游行业市场发展环境分析

第一节 2014年中国经济环境分析

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（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国会展旅游行业政策环境分析

一、国务院关于加快发展旅游业的意见（2009年12月）

二、旅行社条例（2009）

三、中国旅游饭店行业规范（2009年8月修订）

四、旅游安全管理暂行办法

第三节 2014年中国会展旅游行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2014年中国会展旅游行业技术环境分析

第四章2014年中国会展旅游行业运行形势综述

第一节2014年中国会展旅游的现状概述

一、会展业发展迅速

二、各地政府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2014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2012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2014年我国会展旅游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 2014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、发挥政府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 2014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 专家总结

第十章 2014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 2015-2020年桂林会展旅游趋势预测分析

第十一章 2014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 苏州会展旅游投资策略分析

第三节 苏州会展旅游发展趋势预测分析

第十二章 2014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 2015-2020年中国丽江会展旅游趋势预测分析

第十三章 2014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 2015-2020年中国会展旅游业的趋势预测与趋势

第一节 2015-2020年中国旅游业的趋势预测分析

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、2015-2020年中国旅游业预测分析

四、“十二五”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 2015-2020年中国会展旅游业趋势分析

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 2015-2020年中国会展旅游业的投资分析

第一节 中国会展旅游业发展环境分析

第二节 2015-2020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 2015-2020年中国会展旅游投资前景分析

第四节 专家观点

图表目录：（部分）

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2010中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2011.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2014年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：离岛旅客每人每次购买免税商品数量范围

图表：五种旅游交通工具的选用情况比较

图表：使用水平与影响之间关系

图表：中国入境旅游人数和旅游收入的世界排名

图表：边际社会收益、边际社会成本、边际私人收益曲线

图表：边际社会成本、边际私人成本、边际私人收益曲线

图表：旅游资源的需求与供给曲线

图表：历年来入境旅游对GDP的贡献率

图表：历年来入境旅游对全社会就业的贡献率

图表：近年入境旅游的外汇收入构成

图表：入境过夜旅游者的消费支出的构成

图表：旅游-自然旅游-生态旅游之关系示意图

图表：传统旅游与生态旅游的目标区别

图表：传统旅游与生态旅游管理方式的区别

图表：传统旅游与生态旅游正面影响的区别

图表：传统旅游与生态旅游负面影响的区别

图表：西部生态旅游的三元网络结构

图表：生态旅游区建设驱动-制约机制模型

图表：中国旅游行业企业私募融资交易事件

图表：温泉旅游的基本构件

图表：温泉旅游体验曲线

图表：日本环球影城入场券种类与价格

图表：欧洲，美国，日本主题公园的比较

图表：主题公园成功开发的要素

图表：我国国内旅游的消费构成

图表：游客的旅游地选择与决策模型

图表：都市白领对香港旅游的选择与购买决策过程

图表：城市居民旅游需求影响因子分析表

图表：城市居民国内旅游情况统计

图表：城市居民出游率、旅游人均花费与影响因素的灰色关联度分析

图表：旅游城市网络化发展的阶段性特征

图表：长江三角洲旅游城市网络化发展路径的意见

图表：长三角旅游产业集群纵向网络化

图表：长三角旅游产业集群横向网络化

图表：市场形势、层级形势与网络形势的企业组织比较

图表：旅游企业市场交换与网络交换对比

详细请访问：<http://www.bosidata.com/lvyou1502/7280291HVO.html>