

2024-2030年中国会展旅游行业发展运行现状及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国会展旅游行业发展运行现状及投资战略规划报告》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.huaon.com/channel/tours/971266.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

《2024-2030年中国会展旅游行业发展运行现状及投资战略规划报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对会展旅游行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合会展旅游行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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 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 2019-2023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、中国旅游业发展走势概述
- 三、旅游业与环境的发展关系

四、旅游环境承载力研究分析

五、中国旅游业转型与产业政策选择分析

第二节 2019-2023年中国旅游业发展分析

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 2023年中国会展旅游行业市场发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

第二节 中国会展旅游行业政策环境分析

第三节 中国会展旅游行业社会环境分析

第四章 2019-2023年中国会展旅游行业运行形势综述

第一节 2019-2023年中国会展旅游的现状概述

第二节 2019-2023年我国会展旅游业的主要问题分析

第三节 2019-2023年我国会展旅游的发展对策

第五章 2019-2023年我国会展旅游市场的必要性和对策分析

第一节 中国会展旅游研究进展

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 中国旅行社拓展会展旅游的现状

- 一、中国旅行社特征分析
- 二、中国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 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析

第一节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——宁波

- 一、宁波会展旅游业的发展概况
- 二、宁波会展旅游业发展的SWOT分析
- 三、宁波会展旅游发展的对策分析
- 四、基于会展旅游发展的宁波城市营销策略

第二节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——昆明

- 一、昆明会展旅游发展的现状
- 二、昆明会展旅游发展的综合条件分析
- 三、昆明会展旅游发展模式构建
- 四、行业总结

第三节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——桂林

- 一、桂林会展旅游的发展现状
- 二、桂林市可以开发的会展旅游产品类型
- 三、桂林会展旅游营销分析
- 四、2024-2030年桂林会展旅游发展前景预测

第四节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——苏州

- 一、苏州会展旅游的发展概况
- 二、苏州会展旅游发展策略分析
- 三、苏州会展旅游发展趋势预测分析

第五节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——丽江

- 一、丽江会展旅游的发展概况
- 二、丽江定向会展旅游的经营对策探讨
- 三、2024-2030年中国丽江会展旅游发展前景预测分析

第六节 2019-2023年中国主要城市会展旅游行业解析——其它城市

- 一、成都
- 二、东莞
- 三、大连
- 四、长沙

第九章 2024-2030年中国会展旅游业的发展前景与趋势

第一节 2024-2030年中国旅游业的发展前景预测分析

- 一、中国旅游业市场的发展趋势
- 二、中国旅游业市场展望
- 三、2024-2030年中国旅游业预测分析
- 四、“十四五”我国部分地区旅游业规划
- 第二节 2024-2030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

第十章 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国会展旅游投资风险分析
- 第四节 行业观点

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/tours/971266.html>