

2021-2026年中国会展旅游行业发展监测及投资战略 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国会展旅游行业发展监测及投资战略规划研究报告》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/665785.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

会展旅游是借助举办会议、研讨、论坛等会务活动以及各种展览而开展的旅游形式，是一种商务旅游形式。它有广义和狭义之分。广义：会展旅游是以会议和展览为目的的旅游，包括会议旅游和展览旅游等各种出于工作需要的旅游和奖励旅游。狭义：为会议和展览活动的举办提供展会场馆之外的、且与旅游业相关的服务，并从中获取一定收益的经济活动。

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 2016-2020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 近几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 2020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 2016-2020年中国会展旅游行业运行形势综述

第一节 2016-2020年中国会展旅游的现状概述

第二节 2016-2020年我国会展旅游业的主要问题分析

第三节 2016-2020年我国会展旅游的发展对策

第五章 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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
 - (一) 昆明发展会展旅游的目标定位
 - (二) 根据会展旅游特点开发会展旅游项目
 - (三) 大力进行会展旅游的宣传促销

第四节 行业总结

第十章 2016-2020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 2021-2026年桂林会展旅游发展前景预测

第十一章 2016-2020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 2016-2020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 2021-2026年中国丽江会展旅游发展前景预测分析

第十三章 2016-2020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 2021-2026年中国会展旅游业的发展前景与趋势

第一节 2021-2026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、2021-2026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 2021-2026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 2021-2026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「AK LT」

第二节 2021-2026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 2021-2026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/665785.html>