

2024年会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场调研与竞争现状分析报告

产品名称	2024年会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场调研与竞争现状分析报告
公司名称	湖南睿略信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	长沙高新开发区麓云路100号兴工科技园一期15栋厂房4层401-1号
联系电话	19911568590 19911568590

产品详情

根据全球和中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场的历程回顾与发展概况分析,在2022年,全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场规模达到74270.18亿元(人民币),同时中国市场规模达到x.x亿元。针对全球和中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场发展现状及前景分析,预测到2028年,全球市场规模将会达到114351.84亿元,预计年均复合增长率在7.32%上下浮动。

竞争方面,全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场核心企业主要包括ATPI, Conference Care, CiEvents, Questex, BCD Meetings and Events, The Freeman, IBTM Events, Capital Travel and Events, Interpublic Group of Companies。报告给出了2022年第一梯队企业与第二梯队企业市场占有率。报告依次分析了这些核心企业产品特点、产品规格、价格、销量、销售收入及市占率,并对市场竞争优劣势进行评估。

从产品类型方面来看,会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场包括激励措施,会议,惯例,展览会等类型。报告结合类型产品销售量、销售额、价格等数据点,分析了最有潜力的种类市场。从应用领域来看,会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)主要应用于政治领域,学术领域,其他的,商业领域等领域。各应用领域市场规模、需求占比及趋势在报告中也有所呈现。

报告发布机构:湖南睿略信息咨询有限公司

前端企业包括:

ATPI

Conference Care

CiEvents

Questex

BCD Meetings and Events

The Freeman

IBTM Events

Capital Travel and Events

Interpublic Group of Companies

细分类型：

激励措施

会议

惯例

展览会

应用领域：

政治领域

学术领域

其他的

商业领域

睿略咨询发布的会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业调研报告以十二章对该行业展开分析。报告从不同维度总结分析了全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展历程和现状，并对未来会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场前景与发展空间作出预测。报告的研究对象包括全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)整体市场规模、产业链概况、全球重点地区及主要国家市场发展态势、市场主要参与者市占率、行业经营状况等方面。

全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览

(MICE)行业分析报告综合考虑了行业各种影响因素，着重分析了会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业趋势、细分类型及下游应用占比、代表厂商和市场份额、地域分布、行业机遇以及风险等。报告以大量市场调研为基础，以可视化数据清晰呈现了会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场趋势，并为目标用户提出相关有利策略建议。

会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场报告涉及的地区主要是全球与中国市场，为了帮助了解国际市场情况与市场分布，报告依次对亚太、北美、欧洲、中东和非洲地区、以及各地区主要国家市场发展现状与优劣势进行逐一分析。各地区经济发达程度不同、经营企业技术发展水平不一、市场容量也不一样，会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展趋势也有所差异。

该报告共包含十二章，各章节主要内容如下：

第一章：会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业简介、产业链图景、产品种类与应用介绍、2018-2029年全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场规模；

第二章：国内外会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业政治、经济、社会、技术环境分析；

第三章：全球及中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展现状、集中度、进出口情况、以及行业发展痛点与机遇分析；

第四、五章：全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)细分类型销售量、销售额及增长率统计、价格变化趋势及影响因素分析；

第六、七章：全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业下游应用领域市场销售量、销售额及增长率统计与影响因素分析；

第八章：全球亚太、北美、欧洲、中东和非洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量、销售额分析，同时涵盖对中国、日本、韩国、美国、加拿大、墨西哥、德国、英国、法国、意大利、西班牙、俄罗斯、南非、埃及、伊朗等主要国家市场规模的分析；

第九章：全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业主要厂商、中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业在全球市场的竞争地位、竞争优势分析；

第十章：会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业内重点企业发展分析，包含公司介绍、主要产品与服务、会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)销售量、销售收入、价格、毛利及毛利率、及竞争优劣势分析；

第十一、十二章：全球与中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业、各细分类型与应用、重点区域市场规模趋势预测。

目录

第一章 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展综述

1.1 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业简介

1.1.1 行业界定及特征

1.1.2 行业发展概述

1.1.3 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业产业链图景

1.2 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业产品种类介绍

1.3 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业主要应用领域介绍

1.4 2018-2029全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模

1.5 2018-2029中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模

第二章 国内外会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业运行环境 (PEST) 分析

2.1 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业政治法律环境分析

2.2 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业经济环境分析

2.2.1 全球宏观经济形势分析

2.2.2 中国宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业社会环境分析

2.4 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业技术环境分析

第三章 全球及中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展现状

3.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展现状

3.1.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展概况分析

3.1.2 2018-2022年全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模

3.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业集中度分析

3.3 xinguan疫情对全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

3.4 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展现状分析

3.4.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展概况分析

3.4.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业政策环境

3.4.3 xinguan疫情对中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展的影响

3.5 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模

3.6 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业集中度分析

3.7 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业进出口分析

3.8 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展痛点分析

3.9 会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展机遇分析

第四章 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型市场分析

4.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型市场规模

4.1.1 全球激励措施销售量、销售额及增长率统计

4.1.2 全球会议销售量、销售额及增长率统计

4.1.3 全球惯例销售量、销售额及增长率统计

4.1.4 全球展览会销售量、销售额及增长率统计

4.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分产品市场价格变化

4.3 影响全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分产品价格的因素

第五章 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型市场分析

5.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型市场规模

5.1.1 中国激励措施销售量、销售额及增长率统计

5.1.2 中国会议销售量、销售额及增长率统计

5.1.3 中国惯例销售量、销售额及增长率统计

5.1.4 中国展览会销售量、销售额及增长率统计

5.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分产品市场价格变化

5.3 影响中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分产品价格的因素

第六章 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业下游应用领域市场分析

6.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域的市场规模

6.1.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在政治领域领域销售量、销售额及增长率统计

6.1.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在学术领域领域销售量、销售额及增长率统计

6.1.3 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在其他的领域销售量、销售额及增长率统计

6.1.4 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在商业领域领域销售量、销售额及增长率统计

6.2 上游行业各因素波动对会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

6.3 各下游应用行业发展对会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

第七章 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业下游应用领域市场分析

7.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域的市场规模

7.1.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在政治领域领域销售量、销售额及增长率统计

7.1.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在学术领域领域销售量、销售额及增长率统计

7.1.3 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在其他的领域销售量、销售额及增长率统计

7.1.4 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在商业领域领域销售量、销售额及增长率统计

7.2 上游行业各因素波动对会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

7.3 各下游应用行业发展对会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

第八章 全球主要地区及国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展现状分析

8.1 全球主要地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场销售量分析

8.2 全球主要地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场销售额分析

8.3 亚太地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展态势解析

8.3.1 xinguan疫情对亚太会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

8.3.2 亚太地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3 亚太地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模统计

8.3.3.1 亚太地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量及销售额

8.3.3.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3.3 日本会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3.4 韩国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3.5 印度会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3.6 澳大利亚和新西兰会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.3.3.7 东盟会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.4 北美地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展态势解析

8.4.1 xinguan疫情对北美会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

8.4.2 北美地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.4.3 北美地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模统计

8.4.3.1 北美地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量及销售额

8.4.3.2 美国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.4.3.3 加拿大会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.4.3.4 墨西哥会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5 欧洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展态势解析

8.5.1 xinguan疫情对欧洲会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

8.5.2 欧洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3 欧洲地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模统计

8.5.3.1 欧洲地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量及销售额

8.5.3.1 德国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.2 英国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.3 法国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.4 意大利会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.5 西班牙会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.6 俄罗斯会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.5.3.7 俄乌战争对俄罗斯会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展的影响

8.6 中东和非洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展态势解析

8.6.1 xinguan疫情对中东和非洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的影响

8.6.2 中东和非洲地区会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.6.3 中东和非洲地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模统计

8.6.3.1 中东和非洲地区主要国家会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量及销售额

8.6.3.2 南非会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.6.3.3 埃及会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.6.3.4 伊朗会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

8.6.3.5 沙特阿拉伯会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模分析

第九章 全球及中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场竞争格局分析

9.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业主要厂商

9.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业主要厂商

9.3 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业在全球竞争格局中的市场地位

9.4 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业竞争优势分析

第十章 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业重点企业分析

10.1 ATPI

10.1.1 ATPI基本信息介绍

10.1.2 ATPI主营产品和服务介绍

10.1.3 ATPI生产经营情况分析

10.1.4 ATPI竞争优劣势分析

10.2 Conference Care

10.2.1 Conference Care基本信息介绍

10.2.2 Conference Care主营产品和服务介绍

10.2.3 Conference Care生产经营情况分析

10.2.4 Conference Care竞争优劣势分析

10.3 CiEvents

10.3.1 CiEvents基本信息介绍

10.3.2 CiEvents主营产品和服务介绍

10.3.3 CiEvents生产经营情况分析

10.3.4 CiEvents竞争优劣势分析

10.4 Questex

10.4.1 Questex基本信息介绍

10.4.2 Questex主营产品和服务介绍

10.4.3 Questex生产经营情况分析

10.4.4 Questex竞争优劣势分析

10.5 BCD Meetings and Events

10.5.1 BCD Meetings and Events基本信息介绍

10.5.2 BCD Meetings and Events主营产品和服务介绍

10.5.3 BCD Meetings and Events生产经营情况分析

10.5.4 BCD Meetings and Events竞争优劣势分析

10.6 The Freeman

10.6.1 The Freeman基本信息介绍

10.6.2 The Freeman主营产品和服务介绍

10.6.3 The Freeman生产经营情况分析

10.6.4 The Freeman竞争优劣势分析

10.7 IBTM Events

10.7.1 IBTM Events基本信息介绍

10.7.2 IBTM Events主营产品和服务介绍

10.7.3 IBTM Events生产经营情况分析

10.7.4 IBTM Events竞争优劣势分析

10.8 Capital Travel and Events

10.8.1 Capital Travel and Events基本信息介绍

10.8.2 Capital Travel and Events主营产品和服务介绍

10.8.3 Capital Travel and Events生产经营情况分析

10.8.4 Capital Travel and Events竞争优劣势分析

10.9 Interpublic Group of Companies

10.9.1 Interpublic Group of Companies基本信息介绍

10.9.2 Interpublic Group of Companies主营产品和服务介绍

10.9.3 Interpublic Group of Companies生产经营情况分析

10.9.4 Interpublic Group of Companies竞争优劣势分析

第十一章 当前国际形势下全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场发展预测

11.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模预测

11.1.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量、销售额及增长率预测

11.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)细分类型市场规模预测

11.2.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型销售量预测

11.2.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型销售额预测

11.2.3 2023-2029年全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业各产品价格预测

11.3 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域市场规模预测

11.3.1 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域销售量预测

11.3.2 全球会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域销售额预测

11.4 全球重点区域会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业发展趋势

11.4.1 全球重点区域会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售量预测

11.4.2 全球重点区域会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业销售额预测

第十二章 “十四五”规划下中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场发展预测

12.1 “十四五”规划会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业相关政策

12.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业市场规模预测

12.3 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)细分类型市场规模预测

12.3.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型销售量预测

12.3.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业细分类型销售额预测

12.3.3 2023-2029年中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业各产品价格预测

12.4 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域市场规模预测

12.4.1 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域销售量预测

12.4.2 中国会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)在各应用领域销售额预测

会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)市场报告是企业了解市场动态的窗口，能为企业判断自身的竞争能力，调整经营决策、产品开发和生产规划提供依据，是关注会议、奖励旅游、会议和展览 (MICE)行业的所有用户的有利工具。

报告编码：1435246