

2020-2026年中国会展产业 发展现状与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国会展产业发展现状与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202005/165025.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

受 2008 年全球金融危机的影响，2009 至 2011 年我国的出国参展、办展相关指标均呈现下降趋势。得益于各级政府的直接推动、市场需求的增长以及各组展单位的积极努力，2012 年我国展出各项主要指标包括展出面积和参展企业数的同比增速已基本回复到 2008 年金融危机前的水平。2013 年受欧美国家经济发展趋缓、发达国家不断采取量化宽松货币政策以及贸易和投资保护主义加剧等因素影响，展出相关指标同比略有下降。2014 年在政府的大力支持和世界经济缓慢复苏的背景下，展出各项指标开始显著回升。2018 年，受世界经济增长放缓、国际市场需求萎缩、大宗商品价格下跌以及国内因结构调整而导致的投资需求放缓等多重因素影响，我国展出行业整体规模下滑。2019 年，尽管世界经济呈现出缓慢复苏的态势，但仍有众多不利因素使全球经济充满了不确定性。在这种背景下，我国通过稳步推进“一带一路”倡议、供给侧改革等措施，保持了社会经济的平稳健康发展。2019 年我国出国举办展（博）览会增速虽然放缓，但整体规模依然保持增长态势，参展数量不断增多，展览面积稳步增长，参展企业数逐渐提升。全国 100 家组展单位共赴 70 个国家举办展（博）览会，参展 1,549 项，较 2019 年同比增长 3.82%；展出面积 84.98 万平方米，同比增长 1.77%；参展企业 5.9 万家，同比增长 1.72%。2012-2019 年展出项目数及参展企业数数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国会展产业发展现状与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了会展行业市场发展环境、会展整体运行态势等，接着分析了会展行业市场运行的现状，然后介绍了会展市场竞争格局。随后，报告对会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展行业发展趋势与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章会展行业概述

1.1会展业相关介绍

1.1.1会展业的定义

1.1.2现代会展业的特征

- 1.1.3会展业的应用价值
- 1.1.4会展业的产业内涵和特征
- 1.1.5会展产业上下游环节分析
- 1.1.6城市会展业发展的因素分析
- 1.2会展的经济功能
 - 1.2.1联系和交易功能
 - 1.2.2整合营销功能
 - 1.2.3调节供需功能
 - 1.2.4技术扩散功能
 - 1.2.5产业联动功能
 - 1.2.6经济一体化功能

第二章2018-2024年世界会展业发展状况

2.1世界会展业发展综合情况2013-2018年全球会展市场规模数据来源：公开资料整理

- 2.1.1全球会展市场发展综况
- 2.1.2国际会展行业发展动向
- 2.1.3国际会展业的竞争格局
- 2.1.4国际会展行业发展状况
- 2.1.5国际会展业的发展特点
- 2.1.6国际城市会展业发展特征
- 2.1.7世界会展业发展的经验和启示
- 2.2发达国家会展业智慧化发展模式分析
 - 2.2.1智慧化发展特征
 - 2.2.2市场自发模式
 - 2.2.3开放借力模式
 - 2.2.4政府助推模式
 - 2.2.5发展模式对比
- 2.3国际会展业盈利模式分析
 - 2.3.1德国模式
 - 2.3.2英国模式
 - 2.3.3美国拉斯维加斯模式
- 2.4德国

- 2.4.1德国会展业发展动力
- 2.4.2德国会展业发展综况
- 2.4.3德国会展业的发展特征
- 2.4.4德国城市会展业发展特点
- 2.4.5德国城市会展业带来的启示
- 2.4.6未来德国会展业发展的趋势
- 2.5美国
 - 2.5.1美国政府支持会展业
 - 2.5.2美国会展业发展特点
 - 2.5.3美国知名展馆介绍
 - 2.5.4美国会展业发展经验
- 2.6新加坡
 - 2.6.1新加坡会展业发展综述
 - 2.6.2新加坡会展业运行特点
 - 2.6.3新加坡商务会展业发展提速
 - 2.6.4新加坡政府会展业管理状况
 - 2.6.5新加坡会展业发展优势分析
 - 2.6.6新加坡政府主导型会展业发展经验探析
- 2.7韩国
 - 2.7.1会展业成韩国经济增长动力
 - 2.7.2韩国会展业发展的原因分析
 - 2.7.3旅游业助力韩国会展业发展
 - 2.7.4韩国会展业亟待解决的问题
 - 2.7.5韩国会展业未来的发展路径
- 2.8港澳台地区
 - 2.8.1台湾会展业发展状况
 - 2.8.2香港会展业发展概况
 - 2.8.3澳门会展业发展状况
- 2.9其他国家
 - 2.9.1英国会展业的发展概述
 - 2.9.2法国会展业的发展方向
 - 2.9.3日本展览业发展综况

2.9.4 迪拜会展业发展提速

第三章 2018-2024年中国会展行业发展综合分析

3.1 我国会展行业发展的影响因素

3.1.1 生产要素的状况

3.1.2 市场需求的条件

3.1.3 相关产业的支持

3.2 中国会展行业相关政策分析

3.2.1 我国会展行业发展政策汇总

3.2.2 国务院发布展览业发展意见

3.3 2018-2024年中国会展业发展整体状况

3.3.1 中国会展业发展阶段回顾

3.3.2 外资加快布局中国会展市场

3.3.3 我国会展业国际化程度加深

3.3.4 会展业机构设置与管理模式

3.4 2018-2024年会展业运作情况分析

3.4.1 2014年会展行业发展特点

3.4.2 2018年会展行业运行状况

3.4.3 2018年会展行业运行现状

3.4.4 中国会展业的新常态发展

3.4.5 各地积极推进会展业发展

3.5 中国会展业品牌建设分析

3.5.1 会展行业品牌效应分析

3.5.2 品牌展会受到市场热捧

3.5.3 我国会展业亟待推进品牌化

3.5.4 我国会展业品牌建设的问题

3.5.5 我国会展业品牌建设的建议

3.6 中国会展业存在问题分析

3.6.1 中国会展业与发达国家的差距

3.6.2 中国会展业面临的主要问题

3.6.3 我国会展业发展的不足之处

3.6.4 我国会展行业存在的立法问题

- 3.6.5国内会展业专业化水平亟待提高
- 3.7会展业发展对策建议分析
 - 3.7.1我国会展业发展的应对策略
 - 3.7.2国内会展业发展的主要建议
 - 3.7.3会展业新常态的发展对策
 - 3.7.4合理定位政府的发展角色
 - 3.7.5会展业“四化”发展建议

第四章中国会展经济与城市会展建设综况

- 4.1会展经济概述
 - 4.1.1会展经济的内涵
 - 4.1.2会展经济的特点
 - 4.1.3会展经济在中国快速崛起
 - 4.1.4我国会展经济发展特征
 - 4.1.5会展业与区域经济的互动发展
 - 4.1.6我国中部会展经济发展综述
 - 4.1.7会展经济持续发展的对策
- 4.2会展拉动城市经济发展分析
 - 4.2.1会展与城市互动发展分析
 - 4.2.2会展业在城市经济发展中的地位
 - 4.2.3会展经济有效拉动中小城市发展
 - 4.2.4会展业对城市相关行业的带动效应
 - 4.2.5会展经济可以提升城市竞争力
 - 4.2.6会展业成城市经济发展催化剂
 - 4.2.7会展经济和城市经济的相互促进
- 4.3会展经济与城市品牌联动效应剖析
 - 4.3.1会展经济与城市品牌的概念及定位
 - 4.3.2会展经济对城市品牌的联动效应
 - 4.3.3会展经济造就城市品牌的途径
- 4.4城市会展品牌的构成及塑造路径分析
 - 4.4.1城市会展品牌构成要素
 - 4.4.2城市会展品牌体系构建

- 4.4.3城市会展品牌综合评价
- 4.4.4城市会展品牌塑造路径
- 4.5中小城市会展业的发展
 - 4.5.1中小城市会展业发展概述
 - 4.5.2中等城市会展业发展现状
 - 4.5.3中小城市会展行业的发展对策
 - 4.5.4我国二级城市会展业发展思路
 - 4.5.5国内中小城市会展业发展潜力解析
- 4.6会展与旅游业的对接
 - 4.6.1会展业与旅游业关联度解析
 - 4.6.2会展业和旅游业对接简述
 - 4.6.3我国会展旅游发展优化模式构建
 - 4.6.4城市会展业和旅游业整合发展剖析
- 4.7会展经济与城市发展的问題对策
 - 4.7.1中国城市会展业非均衡性问题探讨及建议
 - 4.7.2应积极推进会展经济与产业集群对接发展
 - 4.7.3我国会展经济发展应加强城市间合作
 - 4.7.4以科学发展观指导会展业带动城市经济发展

第五章珠三角地区会展业发展分析

- 5.1泛珠三角区域会展业发展分析
 - 5.1.1泛珠三角区域会展业发展环境
 - 5.1.2泛珠三角区域会展业发展现状
 - 5.1.3泛珠三角区域会展业合作趋势增强
 - 5.1.4泛珠三角区域会展业发展建议
 - 5.1.5泛珠三角会展业发展思路分析
 - 5.1.6泛珠三角区域会展业发展前景分析
- 5.2广州会展业
 - 5.2.1广州会展展馆规模
 - 5.2.2广州会展业发展规模
 - 5.2.3广州会展业类别分布
 - 5.2.4会展机构及会展教育

5.2.5广州会展业存在的问题

5.2.6广州会展业发展趋势

5.2.7广州会展业发展策略

5.3深圳会展业

5.3.1深圳会展业经济地位

5.3.2深圳会展业发展规模

5.3.3深圳会展业热点事件

5.3.4深圳会展业场馆新建

5.3.5深圳会展业发展对策

5.4东莞会展业

5.4.1东莞会展业发展特色

5.4.2东莞会展业发展规模

5.4.3东莞会展业发展特征

5.4.4会展业发展存在的问题

5.4.5东莞会展业发展策略

5.4.6东莞会展业发展措施

5.4.7东莞会展业发展机遇

5.5厦门会展业

5.5.1厦门会展业经济作用

5.5.2厦门会展业发展规模

5.5.3厦门会展业经济效益

5.5.4厦门会展业发展特征

5.5.5厦门会展业发展成就

5.5.6厦门会展业发展目标

5.5.7厦门会展业发展的问题及对策

5.6海口会展业

5.6.1海口会展业发展概况

5.6.2海口会展业发展现状

5.6.3海口会展业发展态势

5.6.4海口会展业的问题及建议

5.6.5“十三五”海口会展业规划布局

第六章长三角地区会展业发展分析

6.1长三角会展业综合分析

6.1.1长三角区域会展业SWOT分析

6.1.2长三角地区组建会展业联盟

6.1.3提升长三角会展业的关键与策略

6.1.4长三角建设国际会展高地的策略

6.1.5长三角会展业应广泛开展互动合作

6.2上海会展业

6.2.1上海会展业发展历程

6.2.2上海会展业发展规模

6.2.3上海会展业存在的问题

6.2.4“十三五”上海会展业发展展望

6.3南京会展业

6.3.1南京会展业发展综述

6.3.2南京会展业发展规模

6.3.3南京会展业国际化趋势

6.3.4南京会展业发展措施

6.3.5“十三五”南京会展业发展展望

6.3.6“十三五”南京会展业发展措施

6.4义乌会展业

6.4.1义乌会展业发展规模

6.4.2义乌市会展业多元化格局

6.4.3义乌建设国际小商品会展中心措施

6.4.4“十三五”义乌市会展业发展展望

6.4.5“十三五”义乌会展业发展机遇

6.5苏州会展业

6.5.1苏州会展业发展综述

6.5.2苏州会展业补贴政策

6.5.3苏州会展场馆运营分析

6.5.4苏州会展业存在的问题

6.5.5苏州会展业发展建议

6.6杭州会展业

- 6.6.1杭州会展业发展回顾
- 6.6.2杭州会展业的定位分析
- 6.6.3杭州会展业发展成就
- 6.6.4杭州会展业场馆规模
- 6.6.5杭州市会展业SWOT解析
- 6.6.6杭州市会展业发展措施
- 6.6.7杭州会展业的特色道路
- 6.6.8杭州会展业发展新格局
- 6.7宁波会展业
- 6.7.1宁波市会展业发展优势
- 6.7.2宁波市会展业发展历程
- 6.7.3宁波市会展业发展意义
- 6.7.4宁波市会展业发展规模
- 6.7.5宁波国际会展之都发展规划解析

第七章环渤海区会展业发展分析

- 7.1北京会展业
- 7.1.1北京市会展业发展优势
- 7.1.2北京会展业发展规模
- 7.1.3北京会展业发展的问题及建议
- 7.1.4北京会展业发展的保障措施
- 7.1.5京津冀会展业发展机遇
- 7.2天津会展业
- 7.2.1天津会展业突出特点
- 7.2.2天津滨海新区会展业发展分析
- 7.2.3天津滨海新区会展业现状
- 7.2.4天津会展业发展的措施建议
- 7.3山东会展业
- 7.3.1山东会展业发展规模
- 7.3.2青岛会展业发展优势
- 7.3.3青岛会展业高端化趋势
- 7.3.4青岛市会展业发展的策略

7.3.5 青岛市会展业发展的措施建议

7.4 济南会展业

7.4.1 济南发展会展业的优势

7.4.2 济南会展业发展规模

7.4.3 济南市会展业发展问题

7.4.4 济南市会展业发展措施

7.5 烟台会展业

7.5.1 烟台国际会展中心

7.5.2 烟台会展业发展环境

7.5.3 烟台会展业强劲崛起

7.5.4 烟台会展业发展状况

7.5.5 烟台市会展业发展的策略建议

第八章 东北区会展业发展分析

8.1 大连会展业

8.1.1 大连会展业发展回顾

8.1.2 “十二五”大连会展业发展综述

8.1.3 大连市会展业发展的问题及建议

8.2 沈阳会展业

8.2.1 会展业推动沈阳城市发展

8.2.2 沈阳市会展业发展状况分析

8.2.3 沈阳会展业发展中存在问题及对策

8.2.4 沈阳发展会展旅游业存在的问题及建议

8.2.5 沈阳市制定会展业发展目标

8.3 长春会展业

8.3.1 长春会展业发展回顾

8.3.2 长春会展业迅速崛起

8.3.3 长春会展业发展计划

8.3.4 长春会展业发展存在的问题

8.3.5 长春会展业发展的措施

8.3.6 长春会展业商务旅游的新机遇

8.3.7 长春会展业发展意见

8.4哈尔滨会展业

8.4.1哈尔滨国际会展中心简介

8.4.2哈尔滨会展业发展规模

8.4.3哈尔滨会展业发展中存在的问题

8.4.4加快哈尔滨会展业发展的建议

8.4.5哈尔滨会展业市场化势在必行

第九章中西部会展业发展分析

9.1成都会展业

9.1.12014年成都会展业发展概述

9.1.22018年成都会展业发展规模

9.1.32018年成都会展业发展状况

9.1.4成都国际会展名城建设目标

9.1.5提升成都会展业竞争力路径分析

9.1.6成都市会展业存在的问题及对策

9.1.7“十三五”成都会展业发展规划

9.2武汉会展业

9.2.1武汉发展会展业的优势

9.2.22018年武汉会展业发展状况

9.2.32018年武汉会展业发展状况

9.2.4武汉会展业发展目标分析

9.2.5武汉会展业存在的问题分析

9.2.6武汉会展业的发展对策

9.3长沙会展业

9.3.1湖南省会展业发展规模

9.3.22014年长沙会展业发展概况

9.3.32018年长沙会展业发展规模

9.3.42018年长沙会展业发展状况

9.3.5长沙市会展业促进办法发布

9.3.6长沙会展业发展的策略

9.4昆明会展业

9.4.1昆明国际会展中心简介

- 9.4.2昆明市会展业发展回顾
- 9.4.3昆明会展业发展的比较优势
- 9.4.42018年昆明会展业发展状况
- 9.4.52018年昆明会展业直接收入
- 9.4.6推进昆明会展业发展措施
- 9.4.7昆明会展业面临的机遇与挑战
- 9.4.8昆明市会展业的发展定位及目标

9.5西安会展业

- 9.5.1西安会展业发展回顾
- 9.5.2西安会展经济发展特点分析
- 9.5.3“十二五”西安会展业发展成就
- 9.5.42018年西安会展业发展规模
- 9.5.5“十三五”西安会展业发展目标
- 9.5.6“十三五”西安会展业发展机遇

9.6郑州会展业

- 9.6.1郑州会展业发展历程
- 9.6.2郑州会展业发展综述
- 9.6.3郑州会展业发展现状
- 9.6.4郑州补贴扶持会展业发展
- 9.6.5郑州会展城建设规划

第十章中国会展业的营销分析

- 10.1会展营销概述
 - 10.1.1会展营销的内涵及优势
 - 10.1.2会展营销的构成要素
 - 10.1.3中国会展营销的探讨
 - 10.1.4会展业城市营销建议
 - 10.1.5国外会展营销经验借鉴
 - 10.1.6会展业营销及传播策略浅析
 - 10.1.7政府营销助力会展业发展
- 10.2中国会展业营销新模式分析
 - 10.2.1会展营销的大数据模式

- 10.2.2 会展业的微信营销模式
- 10.2.3 会展业的会议营销模式
- 10.2.4 微博营销助力会展品牌建设
- 10.3 中国会展业创新营销策略分析
 - 10.3.1 会展营销创新策略解析
 - 10.3.2 营销理念创新
 - 10.3.3 营销主体创新
 - 10.3.4 营销手段创新
 - 10.3.5 营销内容创新
- 10.4 中国会展业的整合营销分析
 - 10.4.1 会展业主题的选择
 - 10.4.2 展会机构的搭建
 - 10.4.3 展会卖点的策划
 - 10.4.4 展会的整合宣传
 - 10.4.5 展会的综合服务
- 10.5 展览会各个阶段的营销策略
 - 10.5.1 展览会四阶段概述
 - 10.5.2 培育期展览会的营销策略
 - 10.5.3 成长期展览的营销策略
 - 10.5.4 成熟期与衰退期展览的营销策略
- 10.6 会展中的4C营销分析
 - 10.6.1 4C营销概述
 - 10.6.2 4C营销案例分析
 - 10.6.3 4C营销经营建议

第十一章 会展业企业状况分析

- 11.1 励展博览集团
 - 11.1.1 企业发展概况
 - 11.1.2 优势展会行业
 - 11.1.3 合资公司组建成立
 - 11.1.4 签署战略合作协议
 - 11.1.5 加快推进国际合作

11.2亚洲博闻

11.2.1企业发展概况

11.2.2优势展会行业

11.2.3加快拓展亚洲市场

11.2.4进军数码印花市场

11.2.5推进展会电商模式

11.3法兰克福展览公司

11.3.1企业发展概况

11.3.2展览业务的经济效益

11.3.3进一步扩大中国市场

11.3.4积极开拓俄罗斯市场

11.4科隆展览公司

11.4.1企业发展概况

11.4.2企业最新合作态势

11.4.3科隆展览3.0计划

11.4.4科隆展览会发展状况

第十二章会展业发展前景趋势分析)

12.1中国会展业的前景及预测

12.1.1“十三五”会展业前景展望

12.1.2“一带一路”的发展机遇

12.1.3中国或成国际会展新蓝海

12.1.4中国会展业发展潜力分析

12.1.5“互联网+会展”市场潜力大

12.2会展业的发展趋势

12.2.1世界会展业未来发展态势

12.2.2未来中国会展业发展趋势

12.2.3中国会展城市的发展趋势

12.2.4国内会展业未来发展方向

12.2.5会展业技术发展趋势分析)

附录

附录一：国际展览会公约

附录二：中国商业联合会会展管理暂行办法

附录三：设立外商投资会议展览公司暂行规定

附录四：《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

部分图表目录：

图表：会展产业链的结构模式

图表：2012-2018年全国展览会市场总量变化图

图表：2018年展会数量地区分布

图表：2018-2024年去哪国各地区展览会数量变化图

图表：2018年展会面积地区分布

图表：2018-2024年全国各地区展览会面积变化图

图表：2018年全国展览会数量省份分布

图表：2018年举办50个以上展会省区市列表

图表：2012-2018年全国主要展览省市展览数量变化图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165025.html>