

# 2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告》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/202305/357712.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了会展业行业市场发展环境、会展业整体运行态势等，接着分析了会展业行业市场运行的现状，然后介绍了会展业市场竞争格局。随后，报告对会展业做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展业行业发展趋势与投资预测。您若想对会展业产业有个系统的了解或者想投资会展业行业，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&nbsp;会展行业概述

1.1&nbsp;会展业相关介绍

1.1.1&nbsp;会展业的定义

1.1.2&nbsp;现代会展业的特征

1.1.3&nbsp;会展业的应用价值

1.1.4&nbsp;会展业的产业内涵和特征

1.1.5&nbsp;城市会展业发展的因素分析

1.2&nbsp;会展产业链分析

1.2.1&nbsp;会展产业上下游环节

1.2.2&nbsp;会展产业链效应分析

1.3&nbsp;会展的经济功能

1.3.1&nbsp;联系和交易功能

1.3.2&nbsp;整合营销功能

1.3.3&nbsp;调节供需功能

1.3.4&nbsp;技术扩散功能

1.3.5&nbsp;产业联动功能

1.3.6&nbsp;经济一体化功能

1.4&nbsp;会展经济的重要作用

- 1.4.1&emsp;对城市发展的作用
- 1.4.2&emsp;对促进经济增长的作用
- 1.4.3&emsp;对经济结构的影响

## 第二章&emsp;2019-2022年世界会展业发展状况

- 2.1&emsp;世界会展业发展情况分析
  - 2.1.1&emsp;国际会展业发展特点
  - 2.1.2&emsp;全球会展业区域格局
  - 2.1.3&emsp;世界会展业城市实力
  - 2.1.4&emsp;全球组展商竞争格局
  - 2.1.5&emsp;全球会展业发展特色
  - 2.1.6&emsp;全球会展业发展模式
  - 2.1.7&emsp;全球展览馆存量格局
  - 2.1.8&emsp;世界会展业发展经验
- 2.2&emsp;发达国家会展业智慧化发展模式分析
  - 2.2.1&emsp;市场自发模式
  - 2.2.2&emsp;开放借力模式
  - 2.2.3&emsp;政府助推模式
  - 2.2.4&emsp;发展模式对比
- 2.3&emsp;国际会展业典型运作模式分析
  - 2.3.1&emsp;政府推动型
  - 2.3.2&emsp;企业推动型
  - 2.3.3&emsp;市场主导型
  - 2.3.4&emsp;政府主导型
- 2.4&emsp;德国
- 2.5&emsp;美国
- 2.6&emsp;新加坡
- 2.7&emsp;港澳台地区
- 2.8&emsp;其他国家
  - 2.8.1&emsp;法国会展业发展方向
  - 2.8.2&emsp;瑞士会展业知名会展
  - 2.8.3&emsp;日本展览业发展综况

2.8.4&emsp;韩国会展业发展路径

2.8.5&emsp;泰国会展业发展方向

2.8.6&emsp;巴西会展业发展潜力

### 第三章&emsp;2019-2022年中国会展行业发展综合分析

3.1&emsp;我国会展行业发展的影响因素

3.1.1&emsp;生产要素的状况

3.1.2&emsp;市场需求的条件

3.1.3&emsp;相关产业的支持

3.2&emsp;中国会展行业政策环境分析

3.2.1&emsp;行业监管部门

3.2.2&emsp;行业法律法规

3.2.3&emsp;产业促进政策

3.2.4&emsp;境外参展政策

3.2.5&emsp;地方政策法规

3.3&emsp;2019-2022年中国会展业运行状况

3.3.1&emsp;行业发展特点

3.3.2&emsp;市场发展规模

3.3.3&emsp;展览规模情况

3.3.4&emsp;市场竞争格局

3.3.5&emsp;区域发展格局

3.3.6&emsp;行业主体分析

3.3.7&emsp;企业上市情况

3.4&emsp;2019-2022年境外会展业运行状况

3.4.1&emsp;境外办展规模

3.4.2&emsp;办展机构情况

3.4.3&emsp;自主办展类型

3.4.4&emsp;办展项目情况

3.4.5&emsp;办展地域分布

3.5&emsp;2019-2022年展览场馆建设分析

3.5.1&emsp;场馆建设规模

3.5.2&emsp;场馆区域分布

- 3.5.3&emsp;主要场馆情况
- 3.5.4&emsp;场馆建设进展
- 3.5.5&emsp;场馆建设趋势
- 3.6&emsp;2019-2022年中国典型展馆发展分析
  - 3.6.1&emsp;广州保利世贸博览馆
  - 3.6.2&emsp;武汉国际博览中心
  - 3.6.3&emsp;厦门国际会展中心
- 3.7&emsp;中国会展业品牌建设分析
  - 3.7.1&emsp;会展行业品牌效应分析
  - 3.7.2&emsp;品牌展会受到市场热捧
  - 3.7.3&emsp;我国会展业亟待推进品牌化
  - 3.7.4&emsp;我国会展业品牌建设的问题
  - 3.7.5&emsp;我国会展业品牌建设的建议
- 3.8&emsp;中国会展业存在问题分析
  - 3.8.1&emsp;展会活动影响力偏低
  - 3.8.2&emsp;软硬件环境建设滞后
  - 3.8.3&emsp;区域产业融合程度不深
  - 3.8.4&emsp;城市整合服务能力薄弱
- 3.9&emsp;中国会展业发展对策建议
  - 3.9.1&emsp;打造差异发展路线
  - 3.9.2&emsp;夯实政府管理职能
  - 3.9.3&emsp;整合资源激发动能
  - 3.9.4&emsp;完善行业生态系统

#### 第四章&emsp;中国会展经济与城市会展建设综况

- 4.1&emsp;会展经济概述
  - 4.1.1&emsp;会展经济的内涵
  - 4.1.2&emsp;会展经济的特点
  - 4.1.3&emsp;会展经济发展客观条件
  - 4.1.4&emsp;会展经济发展效应分析
  - 4.1.5&emsp;会展经济在中国快速崛起
  - 4.1.6&emsp;会展业带动区域经济发展

- 4.1.7&emsp;会展经济未来发展趋势
- 4.2&emsp;会展拉动城市经济发展分析
  - 4.2.1&emsp;会展与城市互动发展分析
  - 4.2.2&emsp;会展经济有效拉动中小城市发展
  - 4.2.3&emsp;会展经济可以提升城市竞争力
  - 4.2.4&emsp;会展业成城市经济发展催化剂
  - 4.2.5&emsp;会展经济和城市经济的相互促进
- 4.3&emsp;会展经济与城市品牌联动效应剖析
  - 4.3.1&emsp;会展经济与城市品牌的概念及定位
  - 4.3.2&emsp;会展经济对城市品牌的联动效应
  - 4.3.3&emsp;会展经济造就城市品牌的途径
- 4.4&emsp;城市会展品牌的构成及塑造路径分析
  - 4.4.1&emsp;城市会展品牌构成要素
  - 4.4.2&emsp;城市会展品牌体系构建
  - 4.4.3&emsp;城市会展品牌综合评价
  - 4.4.4&emsp;城市会展品牌塑造路径
- 4.5&emsp;中小城市会展业的发展
  - 4.5.1&emsp;中小城市会展业发展概述
  - 4.5.2&emsp;中等城市会展业发展现状
  - 4.5.3&emsp;中小城市会展业发展对策
  - 4.5.4&emsp;二级城市会展业发展思路
  - 4.5.5&emsp;中小城市会展业发展潜力
- 4.6&emsp;会展与旅游业的对接
  - 4.6.1&emsp;会展业与旅游业关联度解析
  - 4.6.2&emsp;会展业和旅游业对接简述
  - 4.6.3&emsp;会展旅游发展优化模式构建
  - 4.6.4&emsp;城市会展业和旅游业整合发展剖析
- 4.7&emsp;会展经济与城市发展的的问题对策
  - 4.7.1&emsp;城市会展业非均衡性问题探讨及建议
  - 4.7.2&emsp;推进会展经济与产业集群对接发展
  - 4.7.3&emsp;会展经济发展应加强城市间合作
  - 4.7.4&emsp;以科学发展观指导会展业带动城市经济发展

## 第五章&nbsp;珠三角地区会展业发展分析

### 5.1&nbsp;泛珠三角区域会展业发展分析

#### 5.1.1&nbsp;泛珠三角区域会展业发展环境

#### 5.1.2&nbsp;泛珠三角区域会展业发展现状

#### 5.1.3&nbsp;泛珠三角区域会展业发展建议

#### 5.1.4&nbsp;泛珠三角会展业发展思路分析

#### 5.1.5&nbsp;泛珠三角区域会展业发展前景

### 5.2&nbsp;广州会展业

### 5.3&nbsp;深圳会展业

### 5.4&nbsp;厦门会展业

### 5.5&nbsp;海南会展业

### 5.6&nbsp;佛山会展业

## 第六章&nbsp;长三角地区会展业发展分析

### 6.1&nbsp;长三角会展业综合分析

#### 6.1.1&nbsp;长三角地区会展业SWOT分析

#### 6.1.2&nbsp;长三角地区组建会展业联盟

#### 6.1.3&nbsp;长三角一体化促进会展业的发展

#### 6.1.4&nbsp;长三角建设国际会展高地的策略

### 6.2&nbsp;上海会展业

### 6.3&nbsp;南京会展业

### 6.4&nbsp;义乌会展业

### 6.5&nbsp;苏州会展业

### 6.6&nbsp;杭州会展业

### 6.7&nbsp;宁波会展业

## 第七章&nbsp;环渤海区会展业发展分析

### 7.1&nbsp;北京会展业

### 7.2&nbsp;天津会展业

### 7.3&nbsp;山东会展业

### 7.4&nbsp;河北会展业



## 第八章&emsp;东北区会展业发展分析

### 8.1&emsp;大连会展业

### 8.2&emsp;沈阳会展业

### 8.3&emsp;长春会展业

### 8.4&emsp;哈尔滨会展业

## 第九章&emsp;中西部会展业发展分析

### 9.1&emsp;成都会展业

### 9.2&emsp;武汉会展业

### 9.3&emsp;长沙会展业

### 9.4&emsp;昆明会展业

### 9.5&emsp;西安会展业

### 9.6&emsp;郑州会展业

## 第十章&emsp;中国会展业的营销分析

### 10.1&emsp;会展营销概述

#### 10.1.1&emsp;会展营销概念及内涵

#### 10.1.2&emsp;会展营销构成要素

#### 10.1.3&emsp;企业会展营销方法

#### 10.1.4&emsp;会展城市营销建议

#### 10.1.5&emsp;会展业营销及传播策略

#### 10.1.6&emsp;国外会展营销经验借鉴

### 10.2&emsp;中国会展业营销新模式分析

#### 10.2.1&emsp;会展营销的大数据模式

#### 10.2.2&emsp;会展业的微信营销模式

#### 10.2.3&emsp;会展业的会议营销模式

#### 10.2.4&emsp;会展业的微博营销模式

### 10.3&emsp;中国会展业创新营销策略分析

#### 10.3.1&emsp;营销理念创新

#### 10.3.2&emsp;营销主体创新

#### 10.3.3&emsp;营销手段创新

- 10.3.4&emsp;营销内容创新
- 10.4&emsp;展览会不同阶段营销策略分析
  - 10.4.1&emsp;培育期展览会营销策略
  - 10.4.2&emsp;成长期展览会营销策略
  - 10.4.3&emsp;成熟期与衰退期展览会营销策略
- 10.5&emsp;新媒体在会展营销中的应用分析
  - 10.5.1&emsp;新媒体在会展营销运用优势
  - 10.5.2&emsp;新媒体在会展营销中的影响
  - 10.5.3&emsp;新媒体在会展营销中的运用实践
  - 10.5.4&emsp;新媒体在会展营销中的应用建议
- 10.6&emsp;现代营销手段在会展业中的应用分析
  - 10.6.1&emsp;现代营销手段概述
  - 10.6.2&emsp;现代营销手段应用到会展营销中的意义
  - 10.6.3&emsp;现代营销手段在会展营销中的应用实践

## 第十一章&emsp;中国会展业企业经营状况分析

- 11.1&emsp;浙江米奥兰特商务会展股份有限公司
  - 11.1.1&emsp;企业发展概况
  - 11.1.2&emsp;业务经营分析
  - 11.1.3&emsp;财务状况分析
  - 11.1.4&emsp;核心竞争力分析
  - 11.1.5&emsp;公司发展战略
  - 11.1.6&emsp;未来前景展望
- 11.2&emsp;深圳市卡司通展览股份有限公司
  - 11.2.1&emsp;企业发展概况
  - 11.2.2&emsp;经营效益分析
  - 11.2.3&emsp;业务经营分析
  - 11.2.4&emsp;财务状况分析
  - 11.2.5&emsp;核心竞争力分析
  - 11.2.6&emsp;公司发展战略
- 11.3&emsp;天津振威展览股份有限公司
  - 11.3.1&emsp;企业发展概况

11.3.2&emsp;经营效益分析  
11.3.3&emsp;业务经营分析  
11.3.4&emsp;财务状况分析  
11.3.5&emsp;商业模式分析  
11.3.6&emsp;公司发展战略  
11.4&emsp;北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司  
11.4.1&emsp;企业发展概况  
11.4.2&emsp;经营效益分析  
11.4.3&emsp;业务经营分析  
11.4.4&emsp;财务状况分析  
11.4.5&emsp;核心竞争力分析  
11.4.6&emsp;公司发展战略  
11.5&emsp;湖北视纪印象科技股份有限公司  
11.5.1&emsp;企业发展概况  
11.5.2&emsp;经营效益分析  
11.5.3&em

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/357712.html>