

2024-2030年中国会展（MICE）行业发展潜力预测及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国会展（MICE）行业发展潜力预测及投资策略研究报告》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/business/951126.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（MICE）行业发展潜力预测及投资策略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对会展（MICE）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（MICE）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1章：会展（MICE）产业综述及数据来源说明

1.1 会展（MICE）产业界定

1.1.1 会展（MICE）的概念界定

1.1.2 会展（MICE）相关概念辨析

（1）会展与MICE

（2）PRIME与MICE

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中会展（MICE）产业归属

1.2 会展（MICE）产业分类

1.3 会展（MICE）专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国会展（MICE）产业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国会展（MICE）产业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国会展（MICE）产业监管体系及机构介绍

（1）中国会展（MICE）产业主管部门

（2）中国会展（MICE）产业自律组织

2.1.2 中国会展（MICE）产业标准体系建设现状

（1）中国会展（MICE）现行标准汇总

- (2) 中国会展 (MICE) 重点标准解读
- 2.1.3 国家层面会展 (MICE) 产业政策规划汇总及解读
- 2.1.4 31省市会展 (MICE) 产业政策规划汇总及解读
- 2.1.5 国家重点规划/政策对会展 (MICE) 产业发展的影响
- 2.1.6 政策环境对会展 (MICE) 产业发展的影响总结
- 2.2 中国会展 (MICE) 产业经济 (Economy) 环境分析
 - 2.2.1 中国宏观经济发展现状
 - 2.2.2 中国宏观经济发展展望
 - 2.2.3 中国会展 (MICE) 产业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3 中国会展 (MICE) 产业社会 (Society) 环境分析
 - 2.3.1 中国会展 (MICE) 产业社会环境分析
 - 2.3.2 社会环境对会展 (MICE) 产业发展的影响总结
- 2.4 中国会展 (MICE) 产业技术 (Technology) 环境分析
 - 2.4.1 会展 (MICE) 产业相关业务流程图解
 - 2.4.2 会展 (MICE) 产业新一代信息技术融合应用现状
 - 2.4.3 中国会展 (MICE) 产业科研投入状况 (研发力度及强度)
 - 2.4.4 中国会展 (MICE) 产业科研创新成果 (专利、科研成果转化等)
 - 2.4.5 技术环境对会展 (MICE) 产业发展的影响总结

第3章：全球会展 (MICE) 产业发展现状及趋势洞察

- 3.1 全球会展 (MICE) 产业发展历程介绍
- 3.2 全球会展 (MICE) 产业发展环境分析
- 3.3 全球会展 (MICE) 产业发展现状分析
 - 3.3.1 全球前十大会展场馆
 - 3.3.2 全球会展城市分布
 - 3.3.3 国际展览公司在中国境内办展情况
 - (1) 基本情况
 - (2) 办展来源
 - (3) 规模分布
 - (4) 行业分布
- 3.4 全球会展 (MICE) 产业市场规模体量及趋势前景预判
 - 3.4.1 全球会展 (MICE) 产业市场规模体量
 - 3.4.2 全球会展 (MICE) 产业市场前景预测 (未来5年数据预测)
 - 3.4.3 全球会展 (MICE) 产业发展趋势预判 (疫情影响等)
- 3.5 全球会展 (MICE) 产业区域发展格局及重点区域市场研究

3.5.1 全球会展（MICE）产业区域发展格局

3.5.2 重点区域：德国会展（MICE）市场分析

- (1) 德国会展业收入
- (2) 德国展览面积
- (3) 德国国内外展会贸易
- (4) 德国会展行业对经济贡献分析

3.5.3 重点区域：美国会展（MICE）市场分析

- (1) 美国会展业的对GDP的贡献
- (2) 美国会展业运营情况

3.6 全球会展（MICE）产业市场竞争格局及典型企业案例研究

3.6.1 全球会展（MICE）企业兼并重组状况

3.6.2 全球会展（MICE）产业市场竞争格局

3.6.3 全球会展（MICE）产业典型企业案例（可定制）

- (1) Informa（英国）
- (2) Messe Frankfurt（德国）

3.6.4 全球最佳会展中心案例分析

- (1) 荷兰阿姆斯特丹RAI展览中心
- (2) 韩国汉城会展中心
- (3) 澳大利亚墨尔本展览会议中心

3.7 全球会展（MICE）产业发展经验借鉴

3.7.1 德国会展行业经验借鉴

- (1) 各级政府积极支持
- (2) 展览公司独立运营
- (3) 行业协会密切配合
- (4) 展会主题与时俱进

3.7.2 美国会展行业经验借鉴

- (1) 中美会展行业比较分析
- (2) 美国会展行业经验借鉴

3.7.3 法国会展行业经验借鉴

3.7.4 俄罗斯会展行业经验借鉴

3.7.5 意大利会展行业经验借鉴

第4章：中国会展（MICE）产业发展现状及痛点分析

4.1 中国会展（MICE）产业发展历程

4.2 中国会展（MICE）产业市场特性

4.3 中国会展（MICE）办展机构解析

4.3.1 中国办展机构主体类型

4.3.2 中国办展机构性质分布

4.3.3 中国办展机构国别分布

4.3.4 中国办展机构地域分布

4.3.5 中国办展机构规模分布

4.4 中国展览会举办数量及面积规模

4.5 中国展览会举办场次变化

4.6 中国展览会举办总面积变化

4.7 中国境外自主办展情况

4.7.1 境外办展情况

4.7.2 境外办展机构

（1）属性

（2）规模情况

（3）地区分布

（4）举办地情况

4.7.3 境外办展分类

4.7.4 “一带一路”办展情况

4.8 中国会展（MICE）产业市场规模体量测算

4.9 中国会展（MICE）产业市场发展痛点分析

第5章：中国会展基础设施建设及智慧展馆市场分析

5.1 中国会展（MICE）产业结构属性（产业链）分析

5.1.1 中国会展（MICE）产业链结构梳理

5.1.2 中国会展（MICE）产业链生态图谱

5.1.3 中国会展（MICE）产业链区域热力图

5.2 中国会展（MICE）产业价值属性（价值链）分析

5.2.1 中国会展（MICE）产业成本投入分析

5.2.2 中国会展（MICE）产业经济效益分析

5.2.3 中国会展（MICE）产业价值链分析

5.3 中国展览工程市场分析

5.3.1 展览工程概述

5.3.2 展览工程发展现状

5.3.3 展览工程趋势前景

5.4 中国展览场馆建设现状

5.4.1 在用展馆数量

5.4.2 在建展馆数量

5.4.3 待建展馆数量

5.5 展览场馆可供展览面积

5.5.1 在用展览馆可供展览面积

5.5.2 在建展览馆可供展览面积

5.5.3 待建展览馆可供展览面积

5.6 单一展览场馆可供展览面积

5.6.1 在用展览馆可供展览面积

5.6.2 在建展览馆可供展览面积

5.6.3 待建展览馆可供展览面积

5.7 中国智慧展览馆发展现状

5.7.1 智慧展览馆概述

5.7.2 智慧展览馆发展现状

5.7.3 智慧展览馆政策规划

5.7.4 智慧展览馆发展趋势

第6章：中国会展（MICE）产业区域发展与“五大”经济带

6.1 中国会展（MICE）产业区域发展格局

6.1.1 中国展览场馆省份分布

（1）展览馆数量省份分布

（2）可供展览面积省份分布

6.1.2 中国展览场馆城市分布

（1）展览馆数量城市分布

（2）可供展览面积城市分布

6.1.3 中国展览会举办大区分布

6.1.4 中国展览会举办省份分布

6.1.5 中国展览会举办城市分布

（1）展览会数量及面积城市分布

（2）展览会举办场次区间分布

（3）各城市举办展览面积

6.2 中国会展经济带概述

6.2.1 会展经济带界定

6.2.2 会展经济带合作

（1）区域合作的理念与措施

- (2) 区域合作的形式
- 6.3 中国“五大”会展经济带发展分析
 - 6.3.1 环渤海会展经济带发展分析
 - (1) 环渤海会展经济带基本状况
 - (2) 环渤海会展经济带优势分析
 - 6.3.2 长三角会展经济带发展分析
 - (1) 长三角会展经济带基本状况
 - (2) 长三角会展经济带呈梯度格局
 - 6.3.3 珠三角会展经济带发展分析
 - (1) 珠三角会展经济带基本状况
 - (2) 珠三角会展经济带竞争分析
 - (3) 珠三角会展经济带合作分析
 - 6.3.4 东北会展经济带发展分析
 - (1) 东北会展经济带基本状况
 - (2) 东北会展经济带发展战略
 - 6.3.5 中西部会展经济带发展分析
 - (1) 中西部会展经济带概述
 - (2) 中西部展馆数量
- 6.4 中国重点大型展会发展分析
 - 6.4.1 广交会
 - (1) 广交会发展概述
 - (2) 历届广交会举办规模
 - 1) 第125届广交会举办规模
 - 2) 第126届广交会举办规模
 - 3) 第127届广交会举办规模
 - 4) 第128届广交会举办规模
 - 5) 第129届广交会举办规模
 - 6) 第130届广交会举办规模
 - 7) 第131届广交会举办规模
 - (3) 历届采购商到会统计
 - (4) 历届广交会成交额
 - (5) 广交会采购商区域分布
 - (6) 广交会经济效应分析
 - 6.4.2 高交会
 - (1) 高交会发展概述

- (2) 历届高交会举办规模
- (3) 高交会展商分析
- (4) 高交会经济效应分析

6.4.3 世博会

- (1) 世博会概述
- (2) 上海世博会
- (3) 上海世博会特点
- (4) 上海世博会影响分析
- (5) 上海世博会展馆运营现状分析

6.4.4 华交会

- (1) 华交会发展概述
- (2) 历届华交会举办规模
- (3) 历届华交会采购商分析
- (4) 华交会经济效应分析

第7章：中国细分行业展览会举办情况及数字会展、虚拟会展的发展分析

7.1 中国细分行业展览会举办数量及结构

7.2 中国重点行业领域展览会举办情况

7.2.1 汽车行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国汽车行业展览细分状况
- (2) 汽车行业展会区域分布特征

7.2.2 休闲娱乐行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国休闲娱乐行业展览细分状况
- (2) 休闲娱乐行业展会区域分布特征

7.2.3 文教行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国文教行业展览细分状况
- (2) 文教行业展会区域分布特征

7.2.4 建筑建材行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国建筑建材行业展览细分状况
- (2) 建筑建材行业展会区域分布特征

7.2.5 食品饮料行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国食品饮料行业展览细分状况
- (2) 食品饮料行业展会区域分布特征

7.2.6 家居行业展览项目运营情况分析

- (1) 中国家居行业展览细分状况

- (2) 家居行业展会区域分布特征
- 7.2.7 农林牧渔行业展览项目运营情况分析
 - (1) 中国农林牧渔行业展览细分状况
 - (2) 农林牧渔行业展会区域分布特征
- 7.2.8 医药行业展览项目运营情况分析
 - (1) 中国医药行业展览细分状况
 - (2) 医药行业展会区域分布特征
- 7.2.9 纺织及穿戴用品业展览项目运营情况分析
 - (1) 中国纺织及穿戴用品行业展览细分状况
 - (2) 纺织及穿戴用品行业展会区域分布特征
- 7.3 中国数字会展发展分析
 - 7.3.1 数字会展发展背景
 - 7.3.2 数字会展的内涵解读
 - 7.3.3 数字会展发展现状分析
 - 7.3.4 数字会展趋势前景分析
- 7.4 中国虚拟会展发展分析
 - 7.4.1 虚拟会展发展背景
 - 7.4.2 虚拟会展的内涵解读
 - 7.4.3 虚拟会展发展现状分析
 - 7.4.4 虚拟会展趋势前景分析

第8章：中国会展（MICE）产业配套/衍生商业发展分析

- 8.1 中国会展（MICE）产业配套/衍生商业发展概述
- 8.2 会展展会租赁及展台设计与搭建市场分析
 - 8.2.1 展位租赁
 - 8.2.2 展台设计与搭建
- 8.3 会展配套及衍生商业——会展票务发展分析
 - 8.3.1 会展票务概况
 - 8.3.2 会展票务发展现状
 - 8.3.3 会展票务市场竞争
 - 8.3.4 会展票务发展趋势
- 8.4 会展配套及衍生商业——会展餐饮发展分析
 - 8.4.1 会展餐饮概况
 - 8.4.2 会展餐饮发展现状
 - 8.4.3 会展餐饮市场竞争

- 8.4.4 会展餐饮发展趋势
- 8.5 会展配套及衍生商业——会展酒店发展分析
 - 8.5.1 会展酒店概况
 - 8.5.2 会展酒店发展现状
 - 8.5.3 会展酒店市场竞争
 - 8.5.4 会展酒店发展趋势
- 8.6 会展配套及衍生商业——会展翻译发展分析
 - 8.6.1 会展翻译概况
 - 8.6.2 会展翻译发展现状
 - 8.6.3 会展翻译市场竞争
 - 8.6.4 会展翻译发展趋势
- 8.7 会展配套及衍生商业——会展安保发展分析
 - 8.7.1 会展安保概况
 - 8.7.2 会展安保发展现状
 - 8.7.3 会展安保市场竞争
 - 8.7.4 会展安保发展趋势
- 8.8 会展配套及衍生商业——会展/奖励旅游发展分析
 - 8.8.1 会展/奖励旅游概述
 - 8.8.2 会展/奖励旅游发展现状
 - 8.8.3 会展/奖励旅游发展模式
 - (1) 国外会展旅游发展模式
 - (2) 国内会展旅游发展模式分析
 - (3) 国内外会展旅游发展模式对比
 - 8.8.4 国外优秀会展旅游城市发展现状与经验借鉴
 - (1) 拉斯维加斯会展旅游分析
 - 1) 会展旅游现状
 - 2) 会展旅游兴盛原因
 - 3) 会展旅游经验借鉴
 - (2) 柏林会展旅游分析
 - 1) 会展旅游现状
 - 2) 会展旅游兴盛原因
 - 3) 会展旅游经验借鉴
 - (3) 新加坡会展旅游分析
 - 1) 会展旅游现状
 - 2) 会展旅游兴盛原因

3) 会展旅游经验借鉴

8.9 中国会展专业教育发展分析

8.9.1 会展专业教育基本情况

8.9.2 会展专业教育——本科及专科教育

8.9.3 会展专业教育——其他会展教育

第9章：中国会展（MICE）企业发展及业务布局案例研究

9.1 中国会展（MICE）企业发展及业务布局梳理与对比

9.2 中国会展（MICE）企业发展及业务布局案例分析

9.2.1 中国对外贸易广州展览有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.2 厦门会展金泓信展览有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.3 天津振威国际会展集团股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.4 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.5 北京佰锐博雅展览展示股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

9.2.6 中青博联整合营销顾问股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第10章：中国会展（MICE）产业市场前景预测及发展趋势预判

- 10.1 中国会展（MICE）产业SWOT分析
- 10.2 中国会展（MICE）产业发展潜力评估
- 10.3 中国会展（MICE）产业发展前景预测（未来5年数据预测）
- 10.4 中国会展（MICE）产业发展趋势预判（疫情影响等）

第11章：中国会展（MICE）产业投资战略规划策略及发展建议

- 11.1 中国会展（MICE）产业进入与退出壁垒
 - 11.1.1 会展（MICE）产业进入壁垒分析
 - 11.1.2 会展（MICE）产业退出壁垒分析
- 11.2 中国会展（MICE）产业投资风险预警
- 11.3 中国会展（MICE）产业投资价值评估
- 11.4 中国会展（MICE）产业投资机会分析
 - 11.4.1 会展（MICE）产业产业链薄弱环节投资机会
 - 11.4.2 会展（MICE）产业细分领域投资机会
 - 11.4.3 会展（MICE）产业区域市场投资机会
 - 11.4.4 会展（MICE）产业空白点投资机会
- 11.5 中国会展（MICE）产业组织运营企业发展战略分析
 - 11.5.1 影响会展行业战略选择因素分析
 - （1）产业影响因素分析
 - （2）市场影响因素分析
 - （3）软硬件设施影响因素分析
 - 11.5.2 不同发展阶段会展企业战略选择
 - （1）创建期会展企业战略选择
 - （2）成长期会展企业战略选择
 - （3）成熟期会展企业战略选择
 - （4）衰退期会展企业战略选择
 - 11.5.3 不同竞争位次会展企业战略选择
 - （1）市场主导型企业战略选择
 - （2）市场挑战型企业战略选择
 - （3）市场跟随型企业战略选择
 - （4）市场补缺型企业战略选择
 - 11.5.4 不同地域会展企业战略选择
 - （1）环渤海会展经济带企业战略选择
 - （2）长三角会展经济带企业战略选择
 - （3）珠三角会展经济带企业战略选择

- (4) 东北会展经济带企业战略选择
- (5) 中西部会展经济带企业战略选择
- 11.6 中国会展（MICE）产业会展场馆发展战略分析
 - 11.6.1 会展场馆盈利模式建议
 - (1) 会展场馆主要盈利模式
 - (2) 阻碍会展场馆盈利的因素
 - (3) 会展场馆盈利模式建议
 - 11.6.2 会展场馆管理建议
 - (1) 国内外会展场馆管理对比
 - (2) 中国会展场馆管理建议
 - 11.6.3 会展场馆经营模式建议
 - (1) 场馆建设投资市场化
 - (2) 场馆经营管理市场化
 - (3) 政府管理宏观化
- 11.7 中国会展（MICE）产业会展企业投资发展策略
 - 11.7.1 会展企业发展战略
 - (1) 走密集型发展战略
 - (2) 走差异化发展战略
 - (3) 走人才开发战略
 - 11.7.2 会展企业投资发展策略
 - (1) 重点会展企业投资发展策略
 - (2) 中小会展企业投资发展策略
 - 11.7.3 市场的重点客户战略实施
 - (1) 实施重点客户战略的必要性
 - (2) 合理确立重点客户
 - (3) 重点客户战略管理

图表目录

- 图表1：会展（MICE）的概念界定
- 图表2：会展（MICE）相关概念辨析
- 图表3：《国民经济行业分类与代码》中会展（MICE）产业归属
- 图表4：会展（MICE）专业术语说明
- 图表5：本报告研究范围界定
- 图表6：本报告权威数据资料来源汇总
- 图表7：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表8：中国会展（MICE）产业监管体系

图表9：中国会展（MICE）产业主管部门

图表10：中国会展（MICE）产业自律组织

图表11：中国会展（MICE）标准体系建设

图表12：中国会展（MICE）现行标准汇总

图表13：中国会展（MICE）即将实施标准

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/951126.html>