

# 2019-2025年中国会展市场供需格局及投资规划研究

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国会展市场供需格局及投资规划研究》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/detail/459975.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

会展是指会议、展览（Exhibition，Trade Show，Exposition，Trade Fair 或Trade Events 等）、大型活动等集体性的商业或非商业活动的简称。其概念内涵是指在一定地域空间，许多人聚集在一起形成的、定期或不定期、制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动，其概念的外延包括各种类型的博览会、展销活动、大中小型会议、文化活动、节庆活动等。特定主题的会展是指围绕特定主题集合多人在特定时空的集聚交流活动。狭义的会展仅指展览会和会议；广义的会展是会议、展览会、节事活动和各类产业/行业相关展览的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等都是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动，目前国内会展产业链已经相当完善。

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 会展相关介绍

##### 1.1.1 会展的定义

##### 1.1.2 现代会展的特征

##### 1.1.3 会展的应用价值

##### 1.1.4 会展的产业内涵和特征

##### 1.1.5 城市会展发展的因素分析

#### 1.2 会展产业链分析

##### 1.2.1 会展产业上下游环节

##### 1.2.2 会展产业链效应分析

#### 1.3 会展的经济功能

##### 1.3.1 联系和交易功能

##### 1.3.2 整合营销功能

##### 1.3.3 调节供需功能

##### 1.3.4 技术扩散功能

##### 1.3.5 产业联动功能

##### 1.3.6 经济一体化功能

#### 1.4 会展经济的重要作用

1.4.1 对城市发展的作用

1.4.2 对促进经济增长的作用

1.4.3 对经济结构的影响

## 第二章 2017-2018年世界会展发展状况

2.1 世界会展发展情况分析

2.1.1 国际会展的发展特点

2.1.2 全球会展指数综合评价

2.1.3 全球展览场馆存量格局

2.1.4 亚洲会展行业发展格局

2.1.5 国际城市会展发展特征

2.1.6 世界会展发展经验借鉴

2.1.7 国际会展发展趋势分析

2.2 发达国家会展智慧化发展模式分析

2.2.1 市场自发模式

2.2.2 开放借力模式

2.2.3 政府助推模式

2.2.4 发展模式对比

2.3 国际会展典型运作模式分析

2.3.1 政府推动型

2.3.2 企业推动型

2.3.3 市场主导型

2.3.4 政府主导型

2.4 德国

2.4.1 德国展览业发展情况

2.4.2 德国展览业发展特点

2.4.3 德国展览业政府作用

2.4.4 德国展览业行业组织

2.4.5 德国会展经验借鉴

2.5 美国

2.5.1 美国政府支持发展

2.5.2 美国知名展馆介绍

2.5.3 美国会展发展模式

2.5.4 美国会展发展经验

2.6 新加坡

#### 2.6.1 新加坡会展发展优势分析

#### 2.6.2 新加坡会展主要展馆介绍

#### 2.6.3 新加坡政府会展管理状况

#### 2.6.4 新加坡会展发展经验借鉴

### 2.7 港澳台地区

#### 2.7.1 台湾会展发展状况

#### 2.7.2 香港会展发展概况

#### 2.7.3 澳门会展发展状况

### 2.8 其他国家

#### 2.8.1 法国会展发展方向

#### 2.8.2 瑞士会展知名会展

#### 2.8.3 日本展览业发展综况

#### 2.8.4 韩国会展发展路径

#### 2.8.5 泰国会展发展方向

#### 2.8.6 巴西会展发展潜力

## 第三章 2017-2018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 与会展有关的法律

#### 3.2.2 会展立法文件

#### 3.2.3 地方政府规章

#### 3.2.4 地区政策动态

### 3.3 2017-2018年中国会展发展整体状况

#### 3.3.1 市场发展规模分析

#### 3.3.2 行业发展特点分析

#### 3.3.3 最新市场动态分析

#### 3.3.4 展览馆数量变化

#### 3.3.5 企业竞争状况分析

### 3.4 2016-2018年中国展览展会排名分析

#### 3.4.1 2016年市场发展排名分析

#### 3.4.2 2018年市场发展排名分析

- 3.4.3 2018年市场发展排名分析
- 3.4.4 2018年市场发展排名分析
- 3.5 2017-2018年中国典型展馆发展分析
  - 3.5.1 国家会展中心（上海）
  - 3.5.2 宁波国际会议展览中心
  - 3.5.3 深圳会展中心
- 3.6 中国会展品牌建设分析
  - 3.6.1 会展行业品牌效应分析
  - 3.6.2 品牌展会受到市场热捧
  - 3.6.3 我国会展亟待推进品牌化
  - 3.6.4 我国会展品牌建设的问题
  - 3.6.5 我国会展品牌建设的建议
- 3.7 中国会展存在问题分析
  - 3.7.1 服务运作问题
  - 3.7.2 行业管理问题
  - 3.7.3 专业人才匮乏
- 3.8 中国会展发展对策建议
  - 3.8.1 合理规划定位
  - 3.8.2 完善市场化机制
  - 3.8.3 加强政府支持
  - 3.8.4 重视硬软件建设
  - 3.8.5 提高综合竞争力
  - 3.8.6 重视信息化建设

#### 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 会展经济发展的客观条件
  - 4.1.4 会展经济发展效应分析
  - 4.1.5 会展经济在中国快速崛起
  - 4.1.6 会展带动区域经济发展
  - 4.1.7 会展经济未来发展趋势
- 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 会展经济可以提升城市竞争力
- 4.2.5 会展成城市经济发展催化剂
- 4.2.6 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 中小城市会展的发展
  - 4.5.1 中小城市会展发展概述
  - 4.5.2 中等城市会展发展现状
  - 4.5.3 中小城市会展发展对策
  - 4.5.4 二级城市会展发展思路
  - 4.5.5 中小城市会展发展潜力
- 4.6 会展与旅游业的对接
  - 4.6.1 会展与旅游业关联度解析
  - 4.6.2 会展和旅游业对接简述
  - 4.6.3 会展旅游发展优化模式构建
  - 4.6.4 城市会展和旅游业整合发展剖析
- 4.7 会展经济与城市发展的对策
  - 4.7.1 城市会展非均衡性问题探讨及建议
  - 4.7.2 推进会展经济与产业集群对接发展
  - 4.7.3 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带动城市经济发展

## 第五章 珠三角地区会展发展分析

- 5.1 泛珠三角区域会展发展分析
  - 5.1.1 泛珠三角区域会展发展环境
  - 5.1.2 泛珠三角区域会展发展现状

### 5.1.3 泛珠三角区域会展发展建议

### 5.1.4 泛珠三角会展发展思路分析

### 5.1.5 泛珠三角区域会展发展前景

## 5.2 广州会展

### 5.2.1 广州会展发展环境

### 5.2.2 广州会展发展规模

### 5.2.3 广州会展运行现状

### 5.2.4 广州会展相关政策

### 5.2.5 广州会展管理机构

### 5.2.6 广州会展发展趋势

### 5.2.7 广州会展发展策略

## 5.3 深圳会展

### 5.3.1 深圳会展发展演进

### 5.3.2 深圳会展发展优势

### 5.3.3 深圳会展发展状况

### 5.3.4 深圳国际会展中心建设

### 5.3.5 深圳会展发展战略

## 5.4 厦门会展

### 5.4.1 厦门会展经济作用

### 5.4.2 厦门会展发展规模

### 5.4.3 厦门会展经济效益

### 5.4.4 厦门会展国际化状况

### 5.4.5 厦门会展扶持政策

### 5.4.6 厦门会展发展目标

### 5.4.7 厦门会展发展前景

## 5.5 海南会展

### 5.5.1 海南会展发展规模

### 5.5.2 海口会展发展加快

### 5.5.3 海南会展发展目标

### 5.5.4 海南会展发展问题

### 5.5.5 海南会展发展布局

## 5.6 佛山会展

### 5.6.1 佛山会展发展规模

### 5.6.2 佛山会展展会面积

### 5.6.3 佛山会展场馆分布



5.6.4 佛山会展发展特点

5.6.5 佛山会展发展动态

5.6.6 佛山会展发展机遇

5.6.7 佛山会展发展规划

## 第六章 长三角地区会展发展分析

6.1 长三角会展综合分析

6.1.1 长三角地区会展SWOT分析

6.1.2 长三角地区组建会展联盟

6.1.3 提升长三角会展的关键与策略

6.1.4 长三角建设国际会展高地的策略

6.2 上海会展

6.2.1 上海会展发展历程

6.2.2 上海会展发展规模

6.2.3 上海会展发展特点

6.2.4 上海会展存在问题

6.2.5 上海会展发展展望

6.3 南京会展

6.3.1 南京会展发展回顾

6.3.2 南京会展发展动态

6.3.3 南京会展发展措施

6.3.4 南京会展发展布局

6.3.5 南京会展发展展望

6.3.6 南京会展发展措施

6.4 义乌会展

6.4.1 义乌会展发展规模

6.4.2 义乌会展发展成就

6.4.3 建设国际小商品会展中心

6.4.4 义乌会展发展展望

6.4.5 义乌会展发展机遇

6.5 苏州会展

6.5.1 苏州会展发展优势

6.5.2 苏州会展发展状况

6.5.3 苏州会展扶持政策

6.5.4 苏州会展场馆运营分析

#### 6.5.5 苏州会展存在问题

#### 6.5.6 苏州会展发展建议

### 6.6 杭州会展

#### 6.6.1 杭州会展定位分析

#### 6.6.2 杭州会展发展状况

#### 6.6.3 杭州会展市场主体

#### 6.6.4 杭州会展国际化发展

#### 6.6.5 杭州会展改革发展

#### 6.6.6 杭州会展促进条例

#### 6.6.7 杭州会展发展规划

#### 6.6.8 杭州市会展发展措施

### 6.7 宁波会展

#### 6.7.1 宁波会展发展优势

#### 6.7.2 宁波会展发展特点

#### 6.7.3 宁波会展发展现状

#### 6.7.4 宁波会展发展模式

#### 6.7.5 宁波会展发展措施

#### 6.7.6 宁波会展发展展望

## 第七章 环渤海区会展发展分析

### 7.1 北京会展

#### 7.1.1 北京市会展发展优势

#### 7.1.2 北京市会展发展回顾

#### 7.1.3 北京市会展发展动态

#### 7.1.4 北京展览业创新发展意见

#### 7.1.5 北京会展发展的保障措施

#### 7.1.6 北京会展发展的措施建议

#### 7.1.7 北京会展智慧发展规划

### 7.2 天津会展

#### 7.2.1 天津市会展发展特点

#### 7.2.2 天津市会展发展规模

#### 7.2.3 天津国家会展项目重启

#### 7.2.4 天津会展改革发展意见

#### 7.2.5 滨海新区会展发展分析

#### 7.2.6 天津会展发展建议分析

## 7.3 山东会展

### 7.3.1 山东会展运行情况回顾

### 7.3.2 山东会展发展现状分析

### 7.3.3 山东省会展行业国际化进程

### 7.3.4 山东省会展行业发展问题

### 7.3.5 山东省会展行业发展前景

### 7.3.6 山东省会展行业发展路径

## 7.4 济南会展

### 7.4.1 济南会展发展优势

### 7.4.2 济南会展发展现状

### 7.4.3 济南会展发展问题

### 7.4.4 济南会展发展建议

### 7.4.5 济南会展发展前景

### 7.4.6 济南会展发展规划

## 7.5 烟台会展

### 7.5.1 烟台会展发展环境

### 7.5.2 烟台会展强劲崛起

### 7.5.3 烟台会展发展策略

### 7.5.4 烟台会展发展规划

## 第八章 东北区会展发展分析

### 8.1 大连会展

#### 8.1.1 大连会展发展回顾

#### 8.1.2 大连会展发展情况

#### 8.1.3 大连会展发展动态

#### 8.1.4 大连市会展发展问题及建议

### 8.2 沈阳会展

#### 8.2.1 沈阳会展发展回顾

#### 8.2.2 沈阳会展发展现状

#### 8.2.3 沈阳会展发展机遇

#### 8.2.4 会展发展问题及对策

#### 8.2.5 沈阳市会展发展目标

### 8.3 长春会展

#### 8.3.1 长春会展发展回顾

#### 8.3.2 长春会展发展现状

#### 8.3.3 会展发展热点分析

#### 8.3.4 长春会展发展问题

#### 8.3.5 长春会展发展措施

#### 8.3.6 长春会展发展规划

### 8.4 哈尔滨会展

#### 8.4.1 哈尔滨会展发展回顾

#### 8.4.2 哈尔滨会展发展规模

#### 8.4.3 哈尔滨国际会展中心简介

#### 8.4.4 哈尔滨会展发展问题分析

#### 8.4.5 加快哈尔滨会展发展的建议

#### 8.4.6 哈尔滨会展市场化势在必行

## 第九章 中西部会展发展分析

### 9.1 成都会展

#### 9.1.1 成都会展发展优势

#### 9.1.2 成都会展现状分析

#### 9.1.3 成都会展发展动态

#### 9.1.4 成都会展发展机遇

#### 9.1.5 成都会展发展挑战

#### 9.1.6 成都会展发展规划

### 9.2 武汉会展

#### 9.2.1 武汉会展发展优势

#### 9.2.2 武汉汉阳区会展发展状况

#### 9.2.3 武汉会展发展布局

#### 9.2.4 武汉重点会展项目动态

#### 9.2.5 武汉会展专项资金管理

#### 9.2.6 武汉会展存在的问题

#### 9.2.7 武汉会展发展对策

### 9.3 长沙会展

#### 9.3.1 长沙会展发展回顾

#### 9.3.2 长沙会展发展现状

#### 9.3.3 长沙会展发展态势

#### 9.3.4 长沙会展发展计划

### 9.4 昆明会展

#### 9.4.1 昆明会展发展回顾

#### 9.4.2 昆明会展发展现状

#### 9.4.3 昆明会展发展动态

#### 9.4.4 昆明会展发展定位及目标

### 9.5 西安会展

#### 9.5.1 西安会展发展优势

#### 9.5.2 西安会展发展回顾

#### 9.5.3 西安会展规模现状

#### 9.5.4 西安会展重点企业

#### 9.5.5 西安会展发展机遇

#### 9.5.6 西安会展发展规划

### 9.6 郑州会展

#### 9.6.1 郑州会展发展优势

#### 9.6.2 郑州会展发展回顾

#### 9.6.3 郑州会展发展现状

#### 9.6.4 郑州会展发展特点

#### 9.6.5 郑州会展发展展望

## 第十章 中国会展的营销分析

### 10.1 会展营销概述

#### 10.1.1 会展营销概念及内涵

#### 10.1.2 会展营销构成要素

#### 10.1.3 企业会展营销方法

#### 10.1.4 会展城市营销建议

#### 10.1.5 会展营销及传播策略

#### 10.1.6 国外会展营销经验借鉴

### 10.2 中国会展营销新模式分析

#### 10.2.1 会展营销的大数据模式

#### 10.2.2 会展的微信营销模式

#### 10.2.3 会展的会议营销模式

#### 10.2.4 会展的微博营销模式

### 10.3 中国会展创新营销策略分析

#### 10.3.1 营销理念创新

#### 10.3.2 营销主体创新

#### 10.3.3 营销手段创新

#### 10.3.4 营销内容创新

### 10.4 展览会不同阶段营销策略分析

- 10.4.1 培育期展览会营销策略
- 10.4.2 成长期展览会营销策略
- 10.4.3 成熟期与衰退期展览会营销策略
- 10.5 新媒体在会展营销中的应用分析
  - 10.5.1 新媒体在会展营销运用优势
  - 10.5.2 新媒体在会展营销中的影响
  - 10.5.3 新媒体在会展营销中的运用实践
  - 10.5.4 新媒体在会展营销中的应用建议
- 10.6 现代营销手段在会展中的应用分析
  - 10.6.1 现代营销手段概述
  - 10.6.2 现代营销手段应用到会展营销中的意义
  - 10.6.3 现代营销手段在会展营销中的应用实践

## 第十一章 2017-2018年中国会展企业经营状况分析

- 11.1 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司
  - 11.1.1 企业发展概况
  - 11.1.2 经营效益分析
  - 11.1.3 业务经营分析
  - 11.1.4 财务状况分析
- 11.2 深圳市卡司通展览股份有限公司
  - 11.2.1 企业发展概况
  - 11.2.2 经营效益分析
  - 11.2.3 业务经营分析
  - 11.2.4 财务状况分析
- 11.3 天津振威展览股份有限公司
  - 11.3.1 企业发展概况
  - 11.3.2 经营效益分析
  - 11.3.3 业务经营分析
  - 11.3.4 财务状况分析
- 11.4 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
  - 11.4.1 企业发展概况
  - 11.4.2 经营效益分析
  - 11.4.3 业务经营分析
  - 11.4.4 财务状况分析
- 11.5 湖北视纪印象科技股份有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 经营效益分析

11.5.3 业务经营分析

11.5.4 财务状况分析

## 第十二章 2019-2025年中国会展发展前景趋势分析

12.1 会展发展前景分析(AK YYY)

12.1.1 “十三五”会展前景展望

12.1.2 “一带一路”的发展机遇

12.1.3 会展继续保持稳定增长

12.1.4 中国会展发展潜力分析

12.1.5 “互联网+会展”市场潜力大

12.2 会展发展趋势分析

12.2.1 世界会展未来发展态势

12.2.2 未来中国会展发展趋势

12.2.3 区域会展发展格局走向

12.2.4 会展将实现产业融合

12.2.5 中国会展城市的发展趋势

12.2.6 国内会展未来发展思路

12.3 2019-2025年中国会展预测分析

12.3.1 2019-2025年中国会展影响因素分析

12.3.2 2019-2025年中国展会经济直接产值预测

## 图表目录

图表1 会展产业链的结构模式

图表2 会展产业链效应示意图

图表3 全球展览面积及展馆存量

图表4 2017-2018年各地区展览场馆增量

图表5 2017-2018年UFI统计的各地区室内展览面积变化

图表6 不同规模场馆的数量分布情况

图表7 全球场馆室内展览面积排名前10名国家

图表8 2013-2018年台湾地区会展行业发展概况

图表9 会展行业发展的影响因素分析

图表10 与会展有关的主要法律

图表11 2018年中国会展法律和规范性文件

图表12 会展地方政府规章

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/459975.html>