

2019年中国会展行业分析报告- 行业深度调研与市场商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国会展行业分析报告-行业深度调研与市场商机研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/465474465474.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告大纲】

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城市会展业发展的因素分析

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2016-2019年世界会展业发展状况

2.1世界会展业发展情况分析

2.1.1国际会展业发展特点

2.1.2全球会展业区域格局

2.1.3世界会展业城市实力

2.1.4全球组展商竞争格局

2.1.5全球会展业发展特色

2.1.6全球会展业发展模式

2.1.7全球展览馆存量格局

2.1.8世界会展业发展经验

2.2发达国家会展业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国际会展业典型运作模式分析

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德国会展业经验借鉴

2.5美国

2.5.1美国会展业发展情况

2.5.2美国会展业主要特点

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新加坡会展业发展优势分析

2.6.2新加坡会展业主要展馆介绍

2.6.3新加坡政府会展业管理状况

2.6.4新加坡会展业发展经验借鉴

2.7港澳台地区

2.7.1台湾会展业发展状况

2.7.2香港会展业发展概况

2.7.3澳门会展业发展状况

2.8其他国家

2.8.1法国会展业发展方向

2.8.2瑞士会展业知名会展

2.8.3日本展览业发展综况

2.8.4韩国会展业发展路径

2.8.5泰国会展业发展方向

2.8.6巴西会展业发展潜力

第三章2016-2019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中国会展行业政策环境分析

3.2.1行业监管部门

3.2.2行业法律法规

3.2.3产业促进政策

3.2.4境外参展政策

3.2.5地方政策法规

3.32016-2019年中国会展业运行状况

3.3.1行业发展特点

3.3.2市场发展规模

3.3.3展览规模情况

3.3.4市场竞争格局

3.3.5区域发展格局

3.3.6行业主体分析

3.3.7企业上市情况

3.42016-2019年境外会展业运行状况

3.4.1境外办展规模

3.4.2办展机构情况

3.4.3自主办展类型

3.4.4办展项目情况

3.4.5办展地域分布

3.52016-2019年展览场馆建设分析

3.5.1场馆建设规模

3.5.2场馆区域分布

3.5.3主要场馆情况

3.5.4场馆建设进展

3.5.5场馆建设趋势

3.6 2016-2019年中国典型展馆发展分析

3.6.1 广州保利世贸博览馆

3.6.2 武汉国际博览中心

3.6.3 厦门国际会展中心

3.7 中国会展业品牌建设分析

3.7.1 会展行业品牌效应分析

3.7.2 品牌展会受到市场热捧

3.7.3 我国会展业亟待推进品牌化

3.7.4 我国会展业品牌建设的问题

3.7.5 我国会展业品牌建设的建议

3.8 中国会展业存在问题分析

3.8.1 展会活动影响力偏低

3.8.2 软硬件环境建设滞后

3.8.3 区域产业融合程度不深

3.8.4 城市整合服务能力薄弱

3.9 中国会展业发展对策建议

3.9.1 打造差异发展路线

3.9.2 夯实政府管理职能

3.9.3 整合资源激发动能

3.9.4 完善行业生态系统

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 会展业带动区域经济发展

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 会展经济有效拉动中小城市发展

4.2.3 会展经济可以提升城市竞争力

4.2.4 会展业成城市经济发展催化剂

- 4.2.5 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 中小城市会展业发展对策
 - 4.5.4 二级城市会展业发展思路
 - 4.5.5 中小城市会展业发展潜力
- 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 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对策
 - 4.7.1 城市会展业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发展建议
 - 5.1.4 泛珠三角会展业发展思路分析
 - 5.1.5 泛珠三角区域会展业发展前景
- 5.2 广州会展业

5.2.1广州会展业发展环境

5.2.2广州会展业发展规模

5.2.3广州会展业展览题材

5.2.4广州会展业企业性质

5.2.5广州会展业对策建议

5.2.6广州会展业发展趋势

5.2.7广州会展业发展机遇

5.3深圳会展业

5.3.1深圳会展业发展演进

5.3.2深圳会展业运行情况

5.3.3深圳会展业发展优势

5.3.4深圳会展业发展状况

5.3.5深圳会展业发展战略

5.4厦门会展业

5.4.1厦门会展业经济作用

5.4.2厦门会展业发展规模

5.4.3厦门会展产业集聚区

5.4.4厦门会展业扶持政策

5.4.5厦门会展业发展目标

5.4.6厦门会展业发展前景

5.5海南会展业

5.5.1海南会展业发展现状

5.5.2海口会展业发展加快

5.5.3海南会展业发展问题

5.5.4海南会展业发展目标

5.6佛山会展业

5.6.1佛山会展业发展现状

5.6.2佛山会展业发展特点

5.6.3佛山会展业发展动态

5.6.4佛山会展业发展机遇

5.6.5佛山会展业发展规划

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长三角地区会展业SWOT分析

6.1.2长三角地区组建会展业联盟

6.1.3长三角一体化促进会展业的发展

6.1.4长三角建设国际会展高地的策略

6.2上海会展业

6.2.1上海会展业发展历程

6.2.2上海会展业发展现状

6.2.3上海会展业运行情况

6.2.4上海会展业存在问题

6.2.5上海会展业发展展望

6.3南京会展业

6.3.1南京会展业发展规模

6.3.2南京会展业发展动态

6.3.3南京会展业发展措施

6.3.4南京会展业发展布局

6.3.5南京会展业发展展望

6.3.6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义乌会展业发展成就

6.4.3建设国际小商品会展中心

6.4.4义乌会展业发展展望

6.4.5义乌会展业发展机遇

6.5苏州会展业

6.5.1苏州会展业发展优势

6.5.2苏州会展业发展状况

6.5.3苏州会展业扶持政策

6.5.4苏州会展业存在问题

6.5.5苏州会展业发展建议

6.6杭州会展业

6.6.1杭州会展业定位分析

6.6.2杭州会展业发展状况

6.6.3杭州会展产业园建设

6.6.4杭州会展业改革发展

6.6.5杭州会展业扶持资金

6.6.6杭州会展业发展规划

6.6.7杭州会展业发展措施

6.7宁波会展业

6.7.1宁波会展业发展优势

6.7.2宁波会展业发展现状

6.7.3宁波会展业发展措施

6.7.4宁波会展业发展展望

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北京市会展业发展规模

7.1.3北京展览业创新发展意见

7.1.4北京会展业发展保障措施

7.1.5北京会展业发展措施建议

7.1.6北京会展业智慧发展规划

7.2天津会展业

7.2.1天津市会展业发展特点

7.2.2天津市会展业发展规模

7.2.3天津国家会展项目建设

7.2.4天津会展业改革发展意见

7.2.5滨海新区会展业发展分析

7.2.6天津会展业发展建议分析

7.3山东会展业

7.3.1山东省会展业运行状况

7.3.2山东会展业国际化进程

7.3.3山东省会展业发展动态

7.3.4山东省会展业存在问题

7.3.5山东省会展业发展前景

7.3.6山东省会展业发展路径

7.4河北会展业

7.4.1河北省会展业运行状况

7.4.2河北会展场馆发展规模

7.4.3河北省会展业重点企业

7.4.4河北省会展业发展成就

7.4.5河北省会展业发展建议

第八章东北区会展业发展分析

8.1大连会展业

8.1.1大连会展业发展规模

8.1.2大连会展业发展成就

8.1.3大连会展业发展动态

8.1.4大连会展业存在问题

8.1.5大连会展业发展建议

8.2沈阳会展业

8.2.1沈阳会展业发展现状

8.2.2沈阳会展业发展成就

8.2.3沈阳会展业发展问题

8.2.4沈阳会展业发展对策

8.2.5沈阳会展业发展目标

8.3长春会展业

8.3.1长春会展业发展现状

8.3.2长春会展业发展动态

8.3.3长春会展业发展问题

8.3.4长春会展业发展措施

8.3.5长春会展业发展目标

8.4哈尔滨会展业

8.4.1哈尔滨会展业发展规模

8.4.2哈尔滨会展业政策利好

8.4.3哈尔滨国际贸易中心项目

8.4.4哈尔滨会展业存在的问题

8.4.5哈尔滨会展业发展的建议

8.4.6哈尔滨会展业市场化发展

第九章中西部会展业发展分析

9.1成都会展业

9.1.1成都会展业发展优势

9.1.2成都会展业现状分析

9.1.3成都会展业发展动态

9.1.4成都会展业发展计划

9.1.5成都会展业发展挑战

9.1.6成都会展业发展规划

9.2武汉会展业

9.2.1武汉会展业发展优势

9.2.2武汉会展业发展现状

9.2.3武汉会展业发展布局

9.2.4武汉会展业项目动态

9.2.5武汉会展业存在问题

9.2.6武汉会展业发展对策

9.3长沙会展业

9.3.1长沙会展业发展现状

9.3.2长沙会展业项目成就

9.3.3长沙会展业发展机遇

9.3.4长沙会展业发展计划

9.4昆明会展业

9.4.1昆明会展业发展回顾

9.4.2昆明会展业发展状况

9.4.3昆明会展业创新发展

9.4.4昆明会展业发展成就

9.4.5昆明会展业发展规划

9.5西安会展业

9.5.1西安会展业发展优势

9.5.2西安会展业发展状况

9.5.3西安会展业项目进展

9.5.4西安会展业发展机遇

9.5.5西安会展业发展规划

9.6郑州会展业

9.6.1郑州会展业发展优势

9.6.2郑州会展业运行状况

9.6.3郑州会展业发展特点

9.6.4郑州会展业协会成立

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会展业营销及传播策略
- 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会展业的微博营销模式
- 10.3中国会展业创新营销策略分析
 - 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业中的应用分析
 - 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

第十一章中国会展业企业经营状况分析

- 11.1浙江米奥兰特商务会展股份有限公司
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业产品服务分析
 - 3、企业经营状况分析
 - 4、企业竞争优势分析
- 11.2深圳市卡司通展览股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.3天津振威展览股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.4北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

11.5湖北视纪印象科技股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十二章2020-2026年中国会展业发展前景趋势分析

12.1会展业发展前景分析

12.1.1会展行业发展机遇分析

12.1.2会展业继续保持稳定增长

12.1.3中国会展业发展潜力分析

12.1.4“互联网+会展”市场潜力大

12.2会展业发展趋势分析

12.2.1国际会展业发展趋势

12.2.2未来中国会展业发展趋势

12.2.3区域会展业发展格局走向

12.2.4会展业将实现产业融合

12.2.5中国会展城市的发展趋势

12.2.6国内会展业未来发展思路

12.32020-2026年中国会展行业预测分析

12.3.12020-2026年中国会展行业影响因素分析

12.3.22020-2026年中国展会经济直接产值预测

附录

附录一：《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

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42016-2019年各地区展览场馆增量

图表52006年-2019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台湾主要会展中心及其设施汇整

图表9台湾地区会展产业发展概况

图表10会展行业发展的影响因素分析

图表11中国会展业主管部门

图表12与会展业有关的法律法规

图表详见报告正文……（GY YXY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国会展行业分析报告-行业深度调研与市场商机研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/465474465474.html>