

# 2007年中国展览业市场研究报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国展览业市场研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2969129691.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

目 录第一章 国际展览业发展分析	7	第一节 英国展览业发展分析	7	一、英国展览业概况	
7二、英国的主要展览场馆		7三、英国的主要展会		9四、英国展会的特点	
13五、英国展览业的发展趋势		13六、英国主要的展览公司及在华业务情况			
13七、英国政府对参加海外贸易展和研讨会的财政补贴					
14八、英国政府对参加海外贸易展和研讨会的财政补贴	19	第二节 法国展览业市场分析			
21一、法国展览业概况	21	二、法国展览业协会情况	23	三、法国展览公司、展览服务公司	
26四、法国展览场馆		27五、法国展览会项目			
28六、法国政府对中小企业参加展览活动实施财政补贴政策					
30七、法国展览业的特点及发展趋势	31	第三节 德国展览业的分析			
33一、德国成为世界展览的中心的原因为何		33二、德国展览业的特点			
35三、德国办好会展促经济发展		35四、德国展览业的成功经验			
37五、从德国慕尼黑看展览会的品牌效应	38	第四节 美国展览场馆的三种管理模式分析			
42一、政府管理模式	42	二、委员会管理模式	43	三、私人管理模式	43
43第五节 澳大利亚展览市场分析		44一、澳大利亚展览业概况	44	二、澳大利亚展览业协会情况	
49三、澳大利亚展览公司、展览服务公司		49四、澳大利亚展览场馆			
50五、澳大利亚展览会项目					
51六、政府对经济界举办出展活动实施财政补贴和给予政策支持情况	53	第六节			
俄罗斯展览市场分析		53一、俄罗斯展览市场的总体情况			
53二、俄罗斯的主要专业展览场馆和展览组织	55	三、俄展览市场的法律环境及协调组织			
56四、俄罗斯每年举办的具有重大国际影响的展览会	57	第七节 瑞士的会展经济分析			
58一、机构和管理	58	二、瑞士的一些著名会展	59	第八节 马来西亚会展业分析	
61一、马来西亚会展业的特点		61二、马来西亚会展业的优势			
63三、马来西亚对参加国际会展的费用减免措施	65	四、马来西亚国内外的展会认证规定			
66第九节 国外品牌展览会的移植策略分析		67一、对品牌展览会的界定			
67二、国外品牌展览会移植的制约因素分析	68	第十节 国外展览业发展新趋势			
71一、展览业的发展更趋于专业化		71二、展览规模呈大型化趋势			
71三、业内强强联合，国际化运作集团化趋势增强					
71四、现代新技术的应用，为展览业的发展注入了新的活力					
72五、展览新军的崛起，举办国家多元化					
72六、通过资本输出和移植品牌会展，抢占国际展览市场		72第十一节			
国外会展公司营销活动发展趋势分析	73	第十二节 外国展览业的整合促销分析	76	第二章	
中国展览业综合发展分析	79	第一节 会展业发展中的政府职能			
79一、会展业的产业内涵和特征		79二、会展业发展的城市选择			

81三、政府在会展业发展中的角色	82四、政府职能	83五、培育会展产业群	84第二节
贸促机构在中国展览业的发展中应充当角色分析	86一、特殊的展览组织者		
86二、展览同业商协会的“领头羊”	87三、展览行业管理的参与者	87第三节	
中国会展业发展面临的机遇	88第四节 中国展览业的发展现状分析	89一、起步晚，发展快	
89二、多元化，专业化	90三、新世纪，新契机	91四、2006年我国展览业收入140亿元	
92五、外资展览巨头布局中国全面提速	92六、2007年中国展览业将从无序走向有序		
93第五节		近年来我国展览业快速发展	
94一、展览会已成为促进国内贸易和扩大出口的重要手段与交流平台			
94二、近年来中国展览业的快速发展具有显著的数量扩张特征			
95三、展览业与区域经济发展程度密切相关，展览经济产业带基本成型	96第六节		
从“十五”期间中国展览业的基本数据看中国展览业的主要特点	97第七节		
入世后我国展览业的发展趋势分析	103一、入世将带动中国展览业更快发展		
103二、入世将加剧中国展览业竞争	103三、入世将推进中国展览业的整合		
104四、入世将促进我国展馆设施水平更快提高	104五、入世将促使政府办展活动逐步减少		
104六、入世加快展览审批管理制度的改革	104七、入世将加速我国展览市场中外价格并轨		
105八、入世将推动中国展览业实现行业自律	105第八节		
新形势下中国展览业“走出去”的思考	105一、从推动企业“走出去”到自身“走出去”		
105二、在竞争中增强“走出去”的能力	106三、政策建议	107第三章	
我国会展经济的发展分析	110第一节 会展经济的内涵及发展的背景分析	110第二节	
会展经济的功能及其作用分析	112一、会展经济能产生可观的直接经济效益		
112二、会展经济有较高的产业带动作用			
112三、会展经济能起到传播信息、知识、观念的作用			
113四、展览会能起到促进经济贸易合作的作用			
113五、会展经济可提高主办城市的知名度，带动地方经济的发展	113第三节		
我国会展经济的发展现状及对策	114一、我国形成5大会展经济带		
114二、我国会展业总体发展平稳	115三、我国会展业年均增长20%		
117四、中国会展业步入合作发展新阶段	117五、会展经济潜力巨大		
118六、会展对经济发展的巨大推动作用	118七、我国会展经济发展中存在的主要问题		
119八、“商贸经济+会展经济”新模式正日趋走热			
120九、促进我国会展经济发展的对策建议	121第四节		
发展中国会展经济应该着重解决的问题分析			
123一、重视会展的拉动作用，发挥会展经济的整体效益			
123二、明确会展本身在自由商品经济环境中的地位	124三、构架国家制度保障体系		
125四、关注人才的培养与人才合理的流动性	126五、加入WTO后中国会展业六大趋势		
126六、建议与对策	127第五节 规范发展我国会展经济的政策建议分析	128第四章	

会展与旅游业发展分析	130第一节	会展与会展旅游
130一、关于会展与会展旅游的概念界定	130二、关于会展业和旅游业之间的相互关系	
130三、会展旅游的特点	131第二节	政府在发展会展旅游中的定位分析
132一、真正认清政府对发展会展旅游的关注		
132二、尽量减少政府对发展会展旅游的盲目性介入	133第三节	会展旅游功能分析
136一、有助于提升目的地旅游形象	136二、有助于改善地区旅游吸引力	
136三、有助于降低目的地季节性	137第四节	中国会展旅游的现状与发展趋势分析
137一、我国会展旅游业发展现状	138二、我国会展旅游业的主要问题	
141三、我国会展旅游业的发展趋势	143第五节	会展业与会展旅游市场开发分析
145一、国内外会展业发展趋势	145二、会展与旅游的关系	147三、会展旅游市场开发
147第六节	广州发展会展旅游的优势分析	150一、从外部经济环境分析
150二、从广州会展旅游的自身发展分析		150三、从广州的城市竞争力分析
151四、广州具有发展会展旅游的地理优势	151五、发达的交通网络和良好的旅游接待能力	
152六、具备发展会展经济的展馆条件	152第七节	会展旅游成为旅游业新的增长点
152第八节 大力促进会展与旅游的对接	154第五章	会展与城市互动发展分析
157第一节		城市发展会展业的几个必要条件
157第二节		城市会展经济所面临的问题和挑战
158一、定位盲目的问题	158二、规划滞后问题	159三、政策乏力问题
160四、政府“错位”问题	160第三节	会展业与城市的互动发展分析
161一、会展经济与城市发展的关系	161二、会展经济对城市发展的贡献	
162三、影响城市会展经济定位的因素	163四、如何为城市会展经济定位	163第四节
会展业对城市经济发展的拉动效应分析	164第五节	二级城市展览业发展实证分析
167第六节 中小城市会展业潜力分析及对策分析	172第七节	广州会展业发展分析
174一、广州会展业发展概况	174二、广州会展业发展的特点	
175三、广州会展业发展存在的主要问题		
177四、加快广州会展业发展的有利条件和机遇挑战	178五、加快会展业发展的对策措施	
181第八节 部分城市会展业发展	185一、对接区域经济增长	上海展览业步入“牛市”
185二、浦东2010年将成为长三角会展核心集聚区		
186三、北京会展业面临前所未有的发展机遇	186四、天津滨海新区打造北方会展中心	
187五、天津会展经济渐成经济发展“助推器”	187六、武汉会展业发展现状及对策	
190七、会展业成沈阳经济新支点	192八、济南会展业进入快速发展期	
194九、会展业是拉动宁波经济的新动力	196十、大连立足振兴东北开拓展览市场	
198十一、会展成为长春经济新亮点	200第六章	会展与酒店业互动发展分析
202第一节		会展与酒店业互动关系分析
202一、会展与酒店间的良性互动关系		
202二、会展与酒店间的规模效应关系	202三、会展与酒店间的资源交流关系	
202四、会展与酒店间的环境互造关系	203第二节	会展与酒店业互动发展支撑体系分析

203一、市场支撑体系 203二、组织支撑体系 203三、基础支撑体系 204四、媒介支撑体系  
204第三节 会展与酒店业互动发展模式分析 204一、一体化发展模式  
204二、单体化发展模式 205三、国际化发展模式 205第四节  
我国实现会展与酒店互动发展的对策分析 206一、建立完善的行业管理体制  
206二、开发新型酒店会展旅游产品 206三、扩展网络信息化保障体系  
206四、健全系统的服务保障体系 207五、充分整合区域内相关资源 207第七章  
中外会展业发展比较分析 208第一节 国际会展业发展的特点和趋势分析  
208一、主办机构专业化 208二、展览公司集团化 208三、会展品牌化 208四、会展国际化  
208第二节 中外会展业发展比较分析 209一、管理体制上的差距  
209二、展览场馆和设施上的差距 209三、服务水平的差距 209四、会展人才的差距  
209第三节 大力发展我国会展业的对策分析  
210一、加强政府宏观调控，完善相关法律、法规 210二、科学规划，合理布局  
210三、加强会展人才的培训 211四、加大政府支持力度 211五、制定品牌战略  
211附录：北京市“十一五”时期旅游业及会展业发展规划 212图表目录图表1  
英国的主要展览场馆图表2 英国的主要展会图表3  
英国贸易伙伴“核心展览项目”资助的海外主要展览会图表4  
澳大利亚展览行业分类统计表（1）图表5 澳大利亚展览行业分类统计表（2）图表6  
澳大利亚展览行业对澳大利亚经济贡献情况图表7  
澳大利亚展览会参展对澳大利亚经济贡献情况（未包括展览会的直接花费）图表8  
澳大利亚展览会观众对澳大利亚经济贡献情况（未包括展览会的直接花费）图表9  
澳大利亚展览会观众对澳大利亚经济的平均贡献值统计图表10  
澳大利亚展览会行业各部分对澳大利亚经济贡献分布比例图表11  
2002年在澳大利亚主要展览一览表)图表12 俄罗斯展览市场按展会的专业类比例图表13  
瑞士展览中心图表14 瑞士会议中心图表15 EXPO REALCHINA的组织结构图表16 EXPO  
REAL , EXOP REAL CHINA和CIHAF的价格比较图表17 会展业功能示意图图表18  
发展会展业资源条件图表19 会展产业集群结构图图表20 2003年展览会地区分布情况图表21  
2001-2003年我国展览业数据图表22 2001-2003年中国展览业主要经济指标图表23  
根据九省市调查估算的2004\2005年中国展览业主要经济增长指标图表24  
根据九省市调查估算的2004\2005年中国展览业主要经济指标图表25  
“十五”期间全国展览项目总数一览表图表26  
“十五”期间全国年均展览项目数与美、日、德、英、法的比较图表27  
2004年全国已建成展览场馆总数量、总面积、平均出租率与主要展览大国的比较图表28  
“十五”期间中国展览会项目主办单位分布结构图表29  
2003年北京、上海、广东、浙江、江苏五省市占全国展览业主要指标比重情况图表30  
2004年中国展览组织者收入及占当年GDP比重与美国、德国、英国的比较图表31

2003年中国展览会的主要参加对象与美国、德国、英国、法国的比较图表32

“十一五”期间北京旅游业各年的经济目标预测图表33

“十一五”期间北京会展业各年的经济目标预测图表34

“十一五”期间北京各区县旅游产品发展导向图表35

“十一五”期间北京重点建设的35个旅游景区

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2969129691.html>