

2009-2012年中国会展产业 运行态势及投资可行性分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国会展产业运行态势及投资可行性分析报告》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/200906/18497.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

【报告目录】

第一章 2008-2009年世界主要地区会展业发展状况分析 9

第一节 2008-2009年欧洲会展业发展状况分析 10

一、欧洲会展业竞争激烈 10

二、德国会展业世界领先 13

三、法国会展业别具一格 18

四、英国会展业市场情况 19

五、俄罗斯会展业经济发展情况 21

第二节 2008-2009年亚洲会展业发展状况分析 22

一、新加坡会展业发展概况 23

二、马来西亚会展业发展前途广阔 25

三、台湾会展业走国际化道路 29

四、香港会展业发展面面观 32

五、澳门会展业发展分析 36

第三节 2008-2009年美洲会展业发展状况分析 37

一、美洲各国会展业发展状况 37

二、美国会展业发展特征 38

三、加拿大会展业发展值得关注 41

第二章 2008-2009年中国会展产业运行环境分析 46

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 46

一、中国GDP分析 46

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 52

三、城镇人员就业状况 56

第二节 2008-2009年中国会展产业政策环境分析 57

一、《展会知识产权保护办法》 57

二、《海关暂时进出境货物管理办法》 60

三、其它相关政策分析 62

第三节 2008-2009年中国会展产业社会环境分析 63

第三章2008-2009年中国会展产业运行形势分析 66

第一节2008-2009年中国会展产业发展综述 66

一、中国会展业的特点 66

二、中国会展业热点问题分析 68

三、中国会展业的发展优势 70

四、中国会展业产业地区结构分析 70

第二节2008-2009年中国会展产业政治功能分析 73

一、中国会展业的政治功能概述 73

二、中国会展业的政治功能发展阶段特点 75

三、对于中国会展业政治功能的思考 77

第三节2008-2009年中国会展业发展存在的问题及其对策 79

一、中国会展发展需注重品牌建设 79

二、中国会展业存在的基本问题 79

三、中国会展业与发达国家会展业的差异 81

四、中国会展业发展呼唤诚信 82

五、中国会展业受国外会展的冲击 83

六、中国会展业发展的趋势 83

第四章 2008-2009年中国会展产业市场营销策略分析 88

第一节2008-2009年中国会展业的整合营销分析 88

一、会展业主题的选择 88

二、展会机构的搭建 88

三、展会卖点的策划 89

四、展会的整合宣传 90

五、展会的综合服务 91

第二节2008-2009年展览会各个阶段的营销策略分析 91

一、展览会四阶段概述 91

二、培育期展览会的营销策略 92

三、成长期展览的营销策略 93

四、成熟期与衰退期展览的营销策略 94

第三节2008-2009年会展中的4C营销分析 96

一、4C营销概述 96

二、4C营销案例分析 96

三、4C营销经营建议 99

第四节2008-2009年中国展会的网络营销法 100

一、VIRAL营销 100

二、电子邮件地址数据库 100

三、交换链接 101

四、电子邮件签名 101

第五节2008-2009年广东会展营销分析 101

一、广东会展营销存在的问题 101

二、广东会展营销中的难点剖析 103

三、广东会展营销的对策 105

第五章 2008-2009年中国会展产业细分地区分析——珠三角地区 107

第一节2008-2009年广州会展业分析 107

一、广州发展会展业的优势 107

二、广州会展业竞争力状况 107

三、广州会展业纳税中存在的问题 109

四、广州会展业发展的策略 110

第二节2008-2009年深圳会展业分析 111

一、深圳会展业实力强劲 111

二、深圳会展业品牌状况 111

三、深圳会展业发展形势大好 111

四、深圳会展业发展缺乏人才 112

五、2009年深圳会展业展望 112

第三节2008-2009年东莞会展业分析 114

一、东莞会展业走向国际化 114

二、东莞政府扶持会展业 114

三、东莞会展业发展存在的问题 115

四、东莞市会展业发展策略 116

第四节 厦门会展业 116

一、厦门会展业的发展规律 116

二、厦门会展业发展的定位分析 118

三、厦门会展业发展存在的问题 120

四、厦门的会展业做大的策略 121

第六章 2008-2009年中国会展产业细分地区分析——长三角地区 123

第一节 上海会展业 123

一、上海会展场馆概况 123

二、上海会展业中存在的问题 125

三、上海会展业的发展对策 131

第二节 南京会展业 135

一、2008年南京市会展业发展情况 135

二、南京政府发展会展业的措施 136

三、2009年南京市会展业发展目标 138

第三节 义乌会展业 138

一、义乌梅湖会展中心简介 139

二、会展业对义乌发展的作用 140

三、2009年义乌会展业快速发展 140

四、义乌会展业的发展策略 140

第四节 苏州会展业 143

一、苏州国际会展中心简介 143

二、苏州发展会展业的优势 144

三、建造苏州会展CBD 145

四、苏州发展会展业的不利因素 145

五、苏州发展会展业的措施建议 146

第五节 杭州会展业 147

一、会议促进杭州的会展业发展 147

二、杭州会展业的定位分析 149

三、杭州会展业接轨上海的可行性分析 151

第七章 2008-2009年中国会展产业细分地区分析——环渤海区 153

第一节 北京会展业 153

一、北京会展业发展分析 153

二、北京会展业发展存在的问题 154

三、北京会展业发展的策略 155

四、北京会展业发展目标 157

第二节 青岛会展业 158

一、青岛发展会展业的条件 158

二、2008年青岛会展业发展分析 159

三、青岛会展业迅速发展的原因 159

四、青岛会展业的发展建议 160

第三节 济南会展业 160

一、济南发展会展业的优势 160

二、济南会展业发展现状 162

三、济南会展业发展存在的问题对策 163

第四节 烟台会展业 163

一、烟台国际会展中心简介 163

二、会展业带动烟台经济增长 164

三、从实际出发发展烟台会展业 166

第八章 2008-2009年中国会展产业细分地区分析———东北区 174

第一节 大连会展业 174

一、大连发展会展业的优势 174

二、大连会展业的特点 175

三、发展大连会展业的策略措施 175

第二节 沈阳会展业 176

一、沈阳会展业的发展现状 176

二、沈阳发展会展业优势分析 177

三、沈阳会展业发展中存在问题及对策 178

第三节 长春会展业 180

一、长春会展业发展三阶段 180

二、会展业推动长春经济发展 181

三、长春欲发展品牌展会 182

四、2009年长春会展业的发展目标 182

第四节 哈尔滨会展业 183

一、哈尔滨国际会展中心简介 183

- 二、哈尔滨会展业发展总况 183
- 三、会展促进哈尔滨经济前进 184
- 四、哈尔滨会展业发展存在的问题 185

第九章 2008-2009年中国会展产业细分地区分析——中西部 186

第一节 成都会展业 186

- 一、成都国际会展中心简介 186
- 二、成都会展业发展被看好 186
- 三、2008年成都会展业产值达13.5亿元 187

第二节 武汉会展业 187

- 一、发展武汉会展业的意义 187
- 二、武汉会展业发展的优势 188
- 三、武汉会展业发展中存在的问题 189
- 四、武汉会展业发展的对策 190

第三节 长沙会展业 191

- 一、长沙红星国际会展中心简介 191
- 二、长沙会展业发展的策略 192

第四节 昆明会展业 193

- 一、昆明国际会展中心简介 193
- 二、昆明会展业品牌现状分析 194

第五节 西安会展业 195

- 一、西安会展业领跑西部 195
- 二、西安规范会展业的发展 196
- 三、西安建场馆发展会展业 196

第十章 2008-2009年中国会展业优势企业竞争力对比分析 198

第一节 励展博览集团 198

- 一、公司基本概况 198
- 二、公司运营情况分析 198
- 三、励展在中国的市场状况 198

第二节 亚洲博闻 200

- 一、公司基本概况 200

二、公司运营情况分析	200
三、亚洲博闻的展会特色	201
四、亚洲博闻扩展中国市场	201
第三节 法兰克福展览公司	202
一、公司基本概况	202
二、公司运营情况分析	203
三、法兰克福与光亚合作发展中国会展业	203
第四节 科隆展览公司	203
一、公司基本概况	203
二、公司运营情况分析	204
三、科隆展览在中国的发展状况	204
第五节 北京国展国际展览中心有限责任公司	205
一、公司基本概况	205
二、公司运营情况分析	205
第六节 上海博华国际展览有限公司	206
一、公司基本概况	206
二、公司运营情况分析	206
第七节 成都国际会议展览中心	206
一、公司基本概况	206
二、公司运营情况分析	207
第八节 昆明国际会展中心有限公司	207
一、公司基本概况	207
二、公司运营情况分析	207
第九节 杭州和平集团与和平国际会展中心	208
一、公司基本概况	208
二、公司运营情况分析	208
第十节 广州广展展览设计有限公司	209
一、公司基本概况	209
二、公司运营情况分析	209
第十一章 2009-2012年中国会展产业发展前景预测分析	210
第一节 2009-2012年中国会展业的发展前景分析	210

一、中国会展业发展潜力巨大	210
二、浅析电子会展前景广阔	210
三、中国会展行业发展趋势	212
第二节2009-2012年中国会展相关产业发展前景趋势	215
一、会展旅游业的发展趋势	215
二、会展型酒店的未来展望	217
三、会展培训行业发展趋势	220
第三节2009-2012年中国会展产业市场盈利预测分析	221
第十二章2009-2012年中国会展产业投资机会与风险分析	223
第一节2009-2012年中国会展产业投资环境分析	223
第二节2009-2012年中国会展产业投资机会分析	225
一、投资热点分析	225
二、投资潜力分析	226
第三节2009-2012年中国会展产业投资风险分析	227
一、人才风险	227
二、竞争风险	229
三、立项策划风险	230
四、行业营销风险	231
第四节 专家投资建议	232

第十三章 金融危机对会展产业的影响及企业应对策略分析	234
第一节 金融危机对会展产业的影响	234
一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析	234
二、金融危机对中国会展产业的传导机制	236
第二节 我国会展产业应对金融危机的主要策略探讨	237
一、政策角度	237
二、增强内功修炼，提升服务质量	238
第三节 应对金融危机建议	238

【图表目录】

图表 1：2006年-2010年全球展览场地面积	9
--------------------------	---

图表 2：2006-2007年度全球国际会议举办城市排名 10

图表 3：新加坡会展种类 24

图表 4：1992年-2009年我国GDP季度增幅比较 46

图表 5：1992-2009年分产业累计增速 47

图表 6：2004年-2008年我国GDP增长趋势图 47

图表 7：1999-2009年我国城镇固定资产投资情况 49

图表 8：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 50

图表 9：中央政府涉及的固定资产投资增速较快 51

图表 10：2002-2008年我国城镇居民实际人均可支配收入增长率 52

图表 11：2006 年 -2008 年11 月消费者信心指数 53

图表 12：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 53

图表 13：2004-2008年我国城镇居民人均纯收入及其增长速度 54

图表 14：2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额增长走势图 54

图表 15：2003-2007年我国城乡居民的恩格尔系数变化图 55

图表 16：2003-2008年我国人口规模增长走势图 63

图表 17：2008年我国人口数及其构成 64

图表 18：各区域展馆结构分布表 72

图表 19：我国主要城市会展业竞争力综合对比 72

图表 20：2006-2008年北京主要展览馆展览会分布 154

图表 21：“十一五”期间北京会展业各年的经济目标预测 157

图表 22：沈阳市会展场馆情况统计表 177

图表 23：沈阳市会展企业情况统计表 177

图表 24: 为稳定经济增长在08 年下半年出台一系列刺激政策 223

图表 25：调整前4 万亿投资结构情况 223

图表 26：调整后4 万亿投资结构情况 224

图表 27：2006-2009年中美PMI 指数变化情况 234

图表 28：2009Q1全球宏观基础资料 235

图表 29：2007-2010年中国主要经济指标预测 236

图表 30：金融危机对会展的传导机制 237

图表 31：公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 245

图表 32：公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 248

图表 33：公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 249

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18497.html>