

2022-2028年中国会展市场 前景展望与未来发展趋势报告

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

《2022-2028年中国会展市场前景展望与未来发展趋势报告》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/202112/253300.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

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。

随着经济全球化水平的不断提升和国家间合作的不断加深，会展行业与旅游业、房地产并称为“世界三大无烟产业”，也由此成为城市名片、城市经济助推器的代名词。人类社会文明进步越快，对彼此的物质、文化交流需求也越高，因此会展在国家经济发展中的地位也愈加重要。现今，欧洲会展经济在国际上整体实力最强，规模最大，德国、意大利、法国、英国都已经成为世界级的会展业大国。截至2012年11月，欧洲共有496个至少5,000平方米的室内展馆，总面积约15.6百万平方米，占世界展馆总面积的48%¹，大多数行业顶级和世界大型展会在欧洲举办，其展出规模、参展商数量、国际参展商比例、观众人数、贸易效果及相关服务质量等均居世界领先地位。全球会展行业的分地区规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国会展市场前景展望与未来发展趋势报告》共九章。首先介绍了会展行业市场发展环境、会展整体运行态势等，接着分析了会展行业市场运行的现状，然后介绍了会展市场竞争格局。随后，报告对会展做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展行业发展趋势与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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1章 会展行业发展背景分析

1.1 会展行业发展综述

1.1.1 会展行业界定

1.1.2 会展产业链分析

1.1.3 会展行业经济效益分析

1.2 会展行业发展环境分析

1.2.1 经济环境分析

(1) 国际经济环境分析

(2) 国内经济环境分析

(3) 经济环境对行业影响分析

1.2.2 政策环境分析

(1) 行业监管体制

(2) 行业法律法规解析

(3) 行业政策规制的特征和趋势

第2章 全球会展行业发展分析

2.1 全球会展行业发展分析2013-2018年全球会展市场规模数据来源：公开资料整理

2.1.1 全球展览场馆总体情况

(1) 全球展览场馆地区分布

(2) 主要国家展览场地面积

(3) 全球前十大会展场馆

2.1.2 全球举办展会总体情况

(1) 全球举办展会总体情况

(2) 全球各地区年展出面积

(3) 全球各地区展出面积变化

(4) 全球十大展览国展览会规模

2.1.3 全球组展商实力分析

(1) 欧洲整体实力最强，德英占主导地位

(2) 亚洲市场潜力大，整体实力有待提升

2.1.4 全球会展行业发展趋势

2.2 德国会展行业发展分析

2.2.1 德国会展行业发展现状

(1) 德国展览场馆面积分析

1) 德国展览场馆总体面积

2) 德国大型展览场馆面积

3) 德国室内展馆面积前十城市

(2) 德国国内贸易展会运营情况

1) 德国大型展会数量

2) 德国参展商数量

3) 德国展会观众数量

4) 德国展会展览面积

5) 展会运营商营业额

6) 德国展会国外参展商

7) 德国贸易展会类别占比

2.2.2 德国会展行业经验借鉴

(1) 规模化运作经验借鉴

(2) 组织模式经验借鉴

(3) 产业链条经验借鉴

2.3 美国会展行业发展分析

2.3.1 美国会展行业发展现状

2.3.2 美国会展行业经验借鉴

2.4 法国会展行业发展分析

2.4.1 法国会展行业发展现状

1、主办机构专业化

2、展览公司集团化

3、展会规模大型化

4、展会进一步国际化

5、展会向高质量高水平发展

6、加强和中国展览业的合作

2.4.2 法国会展行业经验借鉴

2.5 全球最佳会展中心分析

2.5.1 荷兰阿姆斯特丹rai展览中心

2.5.2 韩国汉城会展中心

2.5.3 澳大利亚墨尔本展览会议中心

2.5.4 新加坡国际会展中心

2.5.5 澳大利亚悉尼会展中心

2.5.6 加拿大温哥华会展中心

第3章 中国会展行业发展分析

3.1 中国会展行业发展状况

3.1.1 展览会市场概况

3.1.2 展览馆市场概况

3.1.3 组展单位市场概况

3.1.4 流动展会分析

3.2 中国会展行业竞争分析

3.2.1 世界会展巨头在华竞争分析

(1) 英国励展博览集团

(2) 亚洲博闻有限公司

(3) 德国法兰克福展览公司

(4) 德国科隆展览公司

(5) 德国汉诺威展览公司

3.2.2 中国会展行业竞争分析

3.3 中国出国经贸展览市场分析

3.3.1 我国出国展览概述

3.3.2 我国出国展览发展态势和市场特征

(1) 出展项目规模平稳上升

(2) 出国展览市场平稳过渡

(3) 政府继续对展览业保持较高的关注和支持力度

(4) 办展主体呈现多元化发展

3.3.3 我国出国展览办展主体格局变化特征

(1) 民营中小企业成为参展主体

(2) 展览市场服务不断深化

(3) 场馆建设继续升温

(4) 会展教育培训突飞猛进,但仍需完善

3.4 中国会展行业市场运行特征与趋势

3.4.1 会展行业市场运行特征

3.4.2 会展行业发展趋势分析

第4章 中国会展行业细分展览项目运营分析

4.1 轻工业展览项目运营情况分析

4.2 纺织业展览项目运营情况分析

4.3 机械制造业展览项目运营情况分析

4.4 电子信息业展览项目运营情况分析

一、综合

二、投资

三、进出口

四、经济效益

五、产业结构调整

六、科研创新

七、社会贡献

4.5 林农牧渔业展览项目运营情况分析

4.6 商业金融行业展览项目运营情况分析

4.6.1 商业金融展览总体状况

(1) 商业金融规模

(2) 商业贸易展会细分市场情况

4.6.2 金融展览总体状况

4.7 交通运输业展览项目运营情况分析

4.7.1 中国交通运输业展览总体状况

一、基础设施

二、运输装备

三、运输服务

四、铁路公路水路固定资产投资

五、铁路公路水路生产安全

六、能源消耗与环境保护

七、交通科技与人才队伍建设

4.7.2 汽车展运营情况分析

4.7.3 船舶展运营情况分析

一、经济运行基本情况

二、经济运行的主要特点

4.8 医疗行业展览项目运营情况分析

4.8.1 中国医疗行业展览总体状况

- 4.8.2 医疗器械及药品保健展运营情况分析
- 4.9 服务业展览项目运营情况分析
 - 4.9.1 酒店展运营情况分析
 - 4.9.2 旅游展运营情况分析
- 4.10 能源行业展览项目运营情况分析
- 4.11 化工塑胶行业展览项目运营情况分析
 - 4.11.1 中国化工塑胶行业展览总体状况
 - 4.11.2 化工塑胶行业子行业主要展会
- 4.12 文体行业展览项目运营情况分析
 - 4.12.1 中国文化传媒、体育、休闲行业展览总体状况
 - 4.12.2 中国文体行业展览动态
- 4.13 安防行业展览项目运营情况分析
 - 4.13.1 中国安防行业展览总体状况
 - 4.13.2 中国安防行业展览动态

第5章 中国重点会展项目发展分析

- 5.1 广交会
 - 5.1.1 历届广交会举办规模
 - 5.1.2 历届采购商到会统计
 - 5.1.3 历届广交会成交额
 - 5.1.4 广交会采购商区域分布
- 5.2 高交会
 - 5.2.1 历届高交会举办规模
 - 5.2.2 历届高交会成交额
 - 5.2.3 高交会经济效应分析
- 5.3 华交会
 - 5.3.1 历届华交会举办规模
 - 5.3.2 历届华交会成交额
 - 5.3.3 华交会经济效应分析
- 5.4 西博会
 - 5.4.1 历届西博会举办规模
 - 5.4.2 历届西博会成交额

5.4.3 西博会经济效应分析

5.5 世博会

5.5.1 上海世博会举办规模

5.5.2 上海世博会影响分析

(1) 世博会对中国地位的影响分析

(2) 世博会对中国经济的影响分析

(3) 世博会对中国文化的影响分析

(4) 世博会对中国政治行业的影响分析

第6章 中国会展经济带发展分析

6.1 中国会展经济带概述

6.1.1 会展经济带界定

6.1.2 会展经济带合作

6.2 环渤海会展经济带发展分析

6.3 长三角会展经济带发展分析

6.4 珠三角会展经济带发展分析

6.5 东北会展经济带发展分析

6.6 中西部会展经济带发展分析

第7章 国内外会展旅游发展模式分析

7.1 国内外会展旅游发展模式

7.1.1 国外会展旅游发展模式

7.1.2 国内会展旅游发展模式分析

1、城市形象

2、整体营销

3、联合营销

4、品牌营销

7.1.3 国内外会展旅游发展模式对比

7.2 国外优秀会展旅游城市发展现状与经验借鉴

7.2.1 拉斯维加斯会展旅游分析

7.2.2 柏林会展旅游分析

7.2.3 新加坡会展旅游分析

7.3 国内主要城市会展旅游发展分析

7.3.1 北京会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

- 1、产业规模大，在全国居前列
- 2、知名度高，国际竞争力逐步增强
- 3、从粗放增长走向集约经营

(3) 会展旅游发展战略

- 1、北京旅游会展业的战略指导原则
- 2、北京会展业的发展定位
- 3、北京会展业定位的具体内容
- 4、北京会展业的空间布局

7.3.2 上海会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

(3) 会展旅游发展战略

7.3.3 西安会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游优劣势分析

- 1、城市形象与城市吸引力
- 2、区位条件
- 3、交通条件
- 4、城市经济条件
- 5、会展设施
- 6、住宿、接待能力
- 7、教育、文化水平
- 8、旅游资源条件

(3) 会展旅游发展战略

7.3.4 重庆会展旅游发展分析

(1) 会展旅游现状

(2) 会展旅游发展战略

7.3.5 海南会展旅游发展分析

- (1) 会展旅游现状
- (2) 会展旅游影响因素分析
- (3) 会展旅游发展战略

7.3.6 青岛会展旅游发展分析

- (1) 会展旅游现状
- (2) 会展旅游优劣势分析
- (3) 会展旅游发展战略

第8章 中国会展行业领先企业经营分析

8.1 中国领先会展组织运营企业经营分析

8.1.1 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析

8.1.2 上海科技会展有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业会展业务分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业最新发展动向分析

8.1.3 宁波国际展览有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业会展业务分析
- (3) 企业经营情况分析

8.1.4 大连北方国际展览股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业会展业务分析
- (3) 企业经营情况分析

8.1.5 上海浦东国际展览公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业会展业务分析

(3) 企业经营情况分析

8.2 中国领先展馆运营企业经营分析

8.2.1 中国国际展览中心集团公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.2.2 北京国展国际展览中心有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

8.2.3 首旅股份北展展览分公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

8.2.4 上海新国际博览中心经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业最新发展动向分析

8.2.5 上海展览中心(集团)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主要场馆分析

(3) 企业会展业务分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业最新发展动向分析

第9章 中国会展行业企业发展战略分析()

9.1 会展组织运营企业发展战略分析

9.1.1 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

9.1.2 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

9.1.3 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

9.1.4 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

9.2 会展场馆发展战略分析

9.2.1 会展场馆盈利模式建议

- (1) 会展场馆主要盈利模式
 - 1) 会展场馆租赁盈利模式
 - 2) 多元化产品和增值服务盈利模式
 - 3) 品牌化盈利模式
 - 4) 投资于相关产业盈利模式
 - 5) 房地产增值盈利模式
 - 6) 资本运作盈利模式

(2) 阻碍会展场馆盈利的因素

- 1、会展场馆的建设缺乏有效的前期规划

2、大型会展活动场馆的后续开发问题突出

(3) 会展场馆盈利模式建议

- 1) 注重规划建设的盈利模式
- 2) 注重后续开发的盈利模式
- 3) 会展企业集群的盈利模式

9.2.2 会展场馆管理建议 ()

(1) 国内外会展场馆管理对比

- 1) 中国杭州白马湖国际会展中心
- 2) 英国伦敦earls court会展中心
- 3) 会展场馆管理对比分析

(2) 中国会展场馆管理建议

9.2.3 会展场馆经营模式

(1) 纯管理型模式

(2) 管理与组展混合型模式

(3) 综合管理型模式

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/253300.html>