

2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告

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

《2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告》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/202305/357712.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国会展业行业分析与市场需求预测报告》共十二章。首先介绍了会展业行业市场发展环境、会展业整体运行态势等，接着分析了会展业行业市场运行的现状，然后介绍了会展业市场竞争格局。随后，报告对会展业做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展业行业发展趋势与投资预测。您若想对会展业产业有个系统的了解或者想投资会展业行业，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 2019-2022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
- 2.5 美国
- 2.6 新加坡
- 2.7 港澳台地区
- 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 2019-2022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

3.3 2019-2022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

3.4 2019-2022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

3.5 2019-2022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 2019-2022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问题对策
 - 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

5.3 深圳会展业

5.4 厦门会展业

5.5 海南会展业

5.6 佛山会展业

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

6.3 南京会展业

6.4 义乌会展业

6.5 苏州会展业

6.6 杭州会展业

6.7 宁波会展业

第七章 环渤海区会展业发展分析

7.1 北京会展业

7.2 天津会展业

7.3 山东会展业

7.4 河北会展业

第八章 东北区会展业发展分析

8.1 大连会展业

8.2 沈阳会展业

8.3 长春会展业

8.4 哈尔滨会展业

第九章 中西部会展业发展分析

9.1 成都会展业

9.2 武汉会展业

9.3 长沙会展业

9.4 昆明会展业

9.5 西安会展业

9.6 郑州会展业

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
 - 11.1.1 企业发展概况
 - 11.1.2 业务经营分析
 - 11.1.3 财务状况分析
 - 11.1.4 核心竞争力分析
 - 11.1.5 公司发展战略
 - 11.1.6 未来前景展望
- 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
 - 11.2.5 核心竞争力分析
 - 11.2.6 公司发展战略
- 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
- 11.3.5 商业模式分析
- 11.3.6 公司发展战略
- 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
 - 11.4.5 核心竞争力分析
 - 11.4.6 公司发展战略
- 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&em

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/357712.html>