

2012-2016年中国会展市场研究与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国会展市场研究与投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/110610.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

会展是指会议、展览、大型活动等集体性活动的简称。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、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等。会展引是指围绕特定主题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、节事活动和奖励旅游的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国会展市场研究与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了会展业相关概述、中国会展业运行环境等，接着分析了中国会展业运行的现状，然后介绍了国内会展市场竞争格局。随后，报告对会展业做了重点企业经营状况分析，最后分析了会展业前景展望与趋势预测。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。

目 录

第一章 会展业相关概述 1

第一节 会展业简述 1

一、现代会展业的特征 1

二、会展业的作用 1

三、城市会展业发展的因素分析 2

第二节 会展的经济功能 8

一、联系和交易功能 8

二、整合营销功能 10

三、调节供需功能 11

四、技术扩散功能 12

五、产业联动功能 14

六、经济一体化功能 18

第三节 会展业的产业链结构分析 19

第二章 2010年全球会展业重点区域运行分析 23

第一节 欧洲会展业发展状况 23

一、欧洲会展业竞争激烈 23

二、德国会展业世界领先	23
三、法国会展业别具一格	26
四、英国会展业市场化程度高	28
五、俄罗斯会展业租金经济发展	31
第二节 亚洲会展业发展状况	32
一、新加坡会展业发展概况	32
二、马来西亚会展业发展前途广阔	34
三、台湾会展业走国际化道路	39
四、香港会展业发展面面观	42
五、澳门会展业发展分析	43
第三节 美洲会展业发展状况	44
一、美洲各国会展业发展状况	44
二、美国会展业发展特征	45
三、加拿大会展业发展值得关注	47
第三章 2011年中国会展业运行环境分析	53
第一节 2011年中国宏观经济环境及影响分析	53
一、中国GDP分析	53
二、固定资产投资情况	54
三、居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	55
四、城镇人员就业状况	57
五、存贷款利率变化	58
六、财政收支状况	59
七、人民币汇率变化	60
八、经济现状对中国会展业的影响分析	60
第二节 2010年中国会展业政策环境分析	61
一、会展业亟需政策扶持	61
二、会展业：政策要解决四个关系	63
三、会展业发展规划	65
四、会展业地方促进政策解析	67
五、政策法规对中国会展业的影响分析	77
第三节 2010年中国会展业社会环境分析	80
一、人口规模分析	80
二、年龄结构分析	82
三、学历结构分析	83
第四章 2011年中国会展业运行新形势透析	84

第一节 2011年中国会展业运行总况 84

- 一、中国会展业发展特色 84
- 二、中国会展业市场规模 85
- 三、中国会展业服务配套情况 85
- 四、会展业展馆建设发展情况 86
- 五、会展人才供需与培训状况 87

第二节 2011年中国会展业产业结构分析 88

- 一、会展业与产业结构的关系 88
- 二、会展业使产业结构合理化 89
- 三、会展业推动六行业发展 91
- 四、展会市场结构 91

第三节 2010年中国会展场馆营运管理研究 94

- 一、场馆设施设备管理一般性分析 94
- 二、场馆服务分析 94
- 三、场馆自办展培育分析 96
- 四、场馆经营模式分析 96
- 五、场馆的市场化分析 99

第四节 国内主要会展旅游城市动态分析 99

- 一、北京绿色奥运构筑旅游经济五大支柱 99
- 二、上海借助世博会翘楚头把旅游经济交椅 100
- 三、广东依据“珠三角”统领华南“半边天” 100
- 四、大连和青岛“明争暗斗”觊觎渤海湾“老大” 101
- 五、成都和昆明盆地高原盛开旅游经济两朵奇葩 101

第五节 中国会展业发展存在的问题及其对策 101

- 一、中国会展发展需注重品牌建设 101
- 二、中国会展业存在的基本问题 102
- 三、中国会展业与发达国家会展业的差异 103
- 四、中国会展业发展呼唤诚信 104
- 五、中国会展业受国外会展的冲击 105
- 六、中国会展业发展的对策 106

第五章 2011年国内会展市场运行态势分析 107

第一节 2011年国内会展市场运行现状 107

- 一、会展市场亮点聚焦 107
- 二、市场需求及增长状况 110

第二节 近向年国内知名会展透析 111

一、广交会 111

二、高交会 113

三、中国花卉博览会 114

四、科博会 114

五、博鳌亚洲论坛 115

六、世博会 116

第六章 2011年国内医药会展市场运行现状 121

第一节 2011年国内医药会展市场发展分析 121

一、我国医药会展业抗风险能力增强 121

二、医药会展：灵活应变的组合策略是关键 121

三、4战略确保医药展会业长期发展 122

第二节 近向年国内知名医药会展透析 123

一、呼和浩特全国医药保健品交易会 123

二、中国国际保健品博览会 124

三、中国（泰州）国际医药博览会 125

四、中国（玉林）中医药博览会 126

五、中国传统医药博览会 126

六、全国药品交易会 126

七、国际（亳州）中医药博览会 127

第七章 2011年国内会展市场竞争新格局透析 129

第一节 2011年中国会展业竞争总况 129

一、中国会展业竞争加剧 129

二、中国会展寻求竞争平衡点 129

三、中国会展城市竞争力排行榜 131

四、中国会展市场竞争主体三足鼎立 131

第二节 2011年中国会展业主办机构竞争状况 133

一、国内会展主办权分布状况 133

二、政府主导展会的弊端及其发展方向 133

第三节 中国会展业竞争优势及提高竞争力策略 136

第八章 2011年中国会展业重点区域市场运行分析 139

第一节 华南-珠三角地区（含广州、东莞、中山+海口、厦门等11个城市） 139

一、华南-珠三角会展业结构情况 139

二、华南-珠三角主要城市会展规模比较 139

三、华南-珠三角主要城市展馆设施比较 141

四、华南-珠三角各主要城市会展业发展优势与挑战比较 142

五、华南-珠三角各主要城市会展业未来规划比较 144

六、华南-珠三角各主要城市会展业未来发展策略 145

第二节 长三角地区（含上海、杭州、宁波、南京、义乌、苏州等14个城市） 146

一、长三角会展业结构情况 146

二、长三角主要城市会展规模比较 147

三、长三角主要城市展馆设施比较 148

四、长三角各主要城市会展业发展优劣势比较 149

五、长三角各主要城市会展业未来规划比较 151

六、长三角各主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略 152

第三节

环渤海地区（含北京、天津、青岛、济南、石家庄、烟台、威海、廊坊等11个城市） 154

一、环渤海会展业结构情况 154

二、环渤海主要城市会展规模比较 154

三、环渤海主要城市展馆设施比较 156

四、环渤海各主要城市会展业发展优劣势比较 158

五、环渤海各主要城市会展业未来规划比较 167

六、环渤海各主要城市会展业未来发展策略 168

第四节 中部地区（含武汉、长沙、南昌、合肥、郑州、太原+西安） 176

一、中部地区会展业结构情况 176

二、中部地区主要城市会展规模比较 177

三、中部地区主要城市展馆设施比较 178

四、中部地区各主要城市会展业发展优劣势比较 180

五、中部地区各主要城市会展业未来规划比较 185

六、中部地区各主要城市会展业未来竞争策略 187

第五节 西部地区（含成都、重庆、昆明、南宁等7个城市） 194

一、西部地区会展业结构情况 194

二、西部地区主要城市会展规模比较 196

三、西部地区主要城市展馆设施比较 197

四、西部地区主要城市会展业发展优劣势比较 199

五、西部地区主要城市会展业未来规划比较 201

六、西部地区主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略 203

第六节 东北地区（含大连、沈阳、长春、哈尔滨等6个城市） 207

一、东北地区会展业结构情况 207

二、东北地区主要城市会展规模比较 207

三、东北地区主要城市展馆设施比较 209

四、东北地区各主要城市会展业发展优劣势比较	211
五、东北地区各主要城市会展业未来规划比较	214
六、东北地区各主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略	217
第九章2011年主要会展企业在华市场运营浅析	224
第一节 励展博览集团	224
一、励展全球发展状况	224
二、励展中国市场发展状况	226
三、励展在华优势展会行业、品牌分布状况与发展预测	227
第二节 法兰克福展览公司	229
一、法兰克福全球发展状况	229
二、主要优势展会品牌	229
三、法兰克福中国市场发展状况	230
第三节 杜塞尔多夫展览集团	231
一、杜塞尔多夫全球发展状况	231
二、杜塞尔多夫中国市场发展状况	231
三、杜塞尔多夫展览（中国）有限公司业绩	232
第四节 汉诺威展览公司	234
一、汉诺威全球发展状况	234
二、汉诺威中国市场发展状况	235
第五节 爱博展览集团	236
一、爱博全球发展状况	236
二、爱博中国市场发展状况	237
第六节 科隆国际展览有限公司	237
一、科隆展览全球发展状况	237
二、科隆展览中国市场发展状况	240
第七节 慕尼黑国际博览集团	242
一、慕尼黑集团全球发展状况	242
二、慕尼黑集团中国业务发展状况	243
第八节 亚洲博闻有限公司	247
一、亚洲博闻全球业务状况	247
二、亚洲博闻中国业务现状	251
第九节 中展集团公司	253
第十节 广东现代会展管理公司	256
第十章2011年中国会展业的营销策略分析	258
第一节 会展营销概述	258

- 一、会展营销的功能 258
- 二、中国会展营销研讨 261
- 三、会展业城市营销建议 263
- 四、国外会展营销经验借鉴 266
- 第二节 中国会展业创新营销策略分析 268
 - 一、会展营销创新策略解释 268
 - 二、营销理念创新 268
 - 三、营销主体创新 269
 - 四、营销手段创新 270
 - 五、营销内容创新 270
- 第三节 中国会展业的整合营销分析 271
 - 一、会展业主题的选择 271
 - 二、展会机构的搭建 271
 - 三、展会卖点的策划 272
 - 四、展会的整合宣传 273
 - 五、展会的综合服务 274
- 第四节 展览会各个阶段的营销策略 276
 - 一、展览会四阶段概述 276
 - 二、培育期展览会的营销策略 276
 - 三、成长期展览的营销策略 278
 - 四、成熟期与衰退期展览的营销策略 279
- 第五节 会展中的4C营销分析 281
 - 一、4C营销概述 281
 - 二、4C营销案例分析 282
 - 三、4C营销经营建议 284
- 第十一章 2012-2016年国际会展业前景展望与趋势预测 287
 - 第一节 2012-2016年中国会展业的发展前景透析 287
 - 一、展览公司集团化的趋势 287
 - 二、中国会展业发展潜力巨大 287
 - 三、浅析电子会展前景广阔 289
 - 四、展会日趋专业化国际化 291
 - 第二节 2012-2016年相关产业发展前景趋势 292
 - 一、会展旅游业的发展趋势 292
 - 二、会展型酒店的未来展望 294
 - 三、会展培训行业发展趋势 295

四、消费类展会呈现出旺盛的生命力 296

通过《2012-2016年中国会展市场研究与投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/110610.html>