

2026-2031年会展行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

产业现状

展览业在我国取得了长足的发展。发展至今，展览数量扩张也十分迅速，展览面积扩张规模也不断增长。然而我国的展览业发展成熟度并不高。随着展览会这一新的市场营销形式在国内的迅速普及和市场接受度的提高，国内各行业公司的参展热情也随之提高。同时，办展机构为了扩大展览会的规模，充分发挥国内外同行的交流作用，也将招展目标进一步扩大到了广大国内的行业企业，中国展览业具有光明的发展前景。会展业是现代服务业的重要组成部分，也是连接生产与消费的桥梁和纽带，不仅能够促进供需对接、畅通流通渠道，对区域和行业经济发展也有强大拉动作用。随着全球会展业的不断发展，会展业对区域经济带作用愈发明显。而随着互联网和移动互联网的大潮来临，每一个传统行业都将被改写，会展业也不例外，基于“互联网+会展”诞生的网络会展正极大的助力会展行业经济提速。目前，全国正形成以长三角、珠三角、环渤海“三足鼎立”的会展业发展格局。传统吸引会议、展览和场地预定的方式正在逐步被改变，会展行业正迎来全面拥抱互联网的时代。

展会区域集约化程度较为明显，北京、上海、广东引领全国发展;东、中、西分布不均，中西部发展加快，比重增加，但东部地区主导地位仍然较为明显;七成以上展会聚集在十个会展强省(市)，全国3/4的展会集中在展出面积超过100万平方米的24个主要城市。会展经济的发展与一个城市产业结构、区位优势、开放和市场化程度、基础设施建设以及服务贸易发达程度等因素密切相关。在我国，正是由于各城市和地区的产业结构、地理位置、开放程度等存在很大差异，形成了多层次、多形式的会展经济产业带和会展中心城市。从区域分布来看，中国会展业已基本形成了以北京为中心的“环渤海会展经济带”，以上海为中心的“长江三角洲——华东会展经济产业带”、以广州、香港为中心的“珠江三角洲——华南会展经济产业带”，以武汉、郑州、成都、昆明等城市为龙头的“中西部会展中心城市”和以大连、哈尔滨等城市为中心的“东北边贸会展经济产业带”。这些会展经济产业带和会展中心城市通过进行准确的

功能定位，逐步形成了相互协调、各具特色、梯次发展的互动式会展经济发展格局。

研究表明，国际上展览业的产业带动系数比例大约为1：9，即展览场馆的收入是1，相关的产业收入则为9。会展经济之所以能有“乘数效应”，在于不仅本身能够创造巨大的经济效益，还可以带动交通、旅游、餐饮、住宿、通信、广告等相关产业的发展。正是看到了会展经济的综合带动效应，我国许多中心城市和省会城市纷纷兴建现代化的大型展馆，着力培育“会展经济”。北京、上海、大连等城市，明确将会展业纳入重点扶持的都市型产业和新的经济增长点，并因此形成了“环渤海、长三角、珠三角、东北、中西部”五个会展经济产业带。未来5-

10年，中国经济发展开始呈现增长新常态;供给侧结构性改革，将为会展业发展提供更大的空间;新商业模式与物联网结合在一起，将为会展业带来新的模式。与此同时，城镇化、“一带一路”、长江经济带战略，也将为会展业带来机遇。国家“一带一路”建设、推进国际产能和装备制造合作、支持进出口稳定增长等战略的实施为会展行业创造了更多的发展机遇。

随着奥运会、APEC、G20等大型的国家级会议、会展、节事活动的成功举办，中国会展业作为政治、经济、外交、文化、体育等领域风采展示的大平台，在吸引全球目光之余，如何实现重大活动后的场馆日常运营和盈利，成为会展业和经济界集中关注的话题和难题。面对国内会展场馆新建热潮，如何实现盈利成为会展业。租金在总收入中所占的比例非常巨大。会展举办者的收入来源可分为参展观众和参展公司，从参展观众处获得的收入，有74%为场地租金，而从参展公司处则为86%。

首先是指区域结构失衡，具体表现在：一是区域会展业发展不平衡，二是国家对会展场馆建设的控制失灵。由于空间布局和档次结构不合理，全国会展业普遍出现了“供不应求”的问题。其次，国内的绝大多数会展活动一开始就没能与旅游等相关行业结合起来，在整体促销、配套服务等方面都存在脱节。此外，我国会展业发展目前尚处于规模不大、档次不高、创新不足的“粗放型”经营阶段，产品雷同，重复办展现象严重。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家工商总局、国家税务总局、国家信息中心、国务院发展

研究中心、国际展览业协会、中国展览馆协会、中国农业展览协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国会展及细分发展状况、产业链发展状况、市场供需情况、区域市场规模、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国会展行业发展状况和特点，以及中国会展行业面临的问题、企业的发展策略等。报告还对全球的会展行业发展态势作了详细分析，并对会展行业进行了趋向研判，是会展经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前会展业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【全球经济增长放缓的背景下，国际会展市场增长怎样?主要国家地区发展如何?中国会展在国际市场上有什么优势?PEST模型分析结果如何?】

第一章 会展行业发展综述

第一节 会展行业定义

- 一、行业定义
- 二、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 会展行业分类

- 一、按展览性质划分
- 二、按展览内容划分
- 三、按展览规模划分
- 四、按展览时间划分

第三节 会展经济功能

- 一、联系和交易功能
- 二、整合营销功能

三、调节供需功能

四、技术扩散功能

五、产业联动功能

六、经济一体化功能

第四节 会展行业产业链分析

一、会展产业链概念内涵和外延

二、会展产业链性质和特征

1、会展产业链性质

2、会展产业链特征

三、会展产业链的结构分析

1、上游环节

2、中游环节

3、下游环节

四、会展产业链的延展效应分析

1、会展产业链的“产内”延展效应

2、会展产业链的“产外”延展效应

第二章 会展行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 会展行业政治法律环境(P)

一、会展行业重要相关法律

二、会展行业主要政策

三、会展行业发展规划

第二节 会展行业经济环境(E)

一、国际宏观经济环境

二、国内宏观经济形势

三、地区(区域)整体经济环境

第三节 会展行业社会环境(S)

一、会展行业社会环境分析

二、社会环境对行业的影响

三、会展的环境作用及社会文化作用

第四节 会展行业技术环境(T)

一、会展与信息技术

1、信息技术概述

2、会展信息与信息流

3、信息技术在会展中的功能

4、信息技术在展会前的应用及影响

5、信息技术在展会中的应用及影响

6、信息技术在展会后的应用及影响

二、会展与多媒体技术

1、多媒体技术概述

2、多媒体技术在会展中的应用

三、技术环境对行业的影响

第三章 国际会展行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球会展市场总体情况分析

一、全球会展行业发展特点

二、全球会展市场结构分析

三、全球会展行业发展分析

四、全球会展市场区域分布

五、国际重点会展企业及城市发展分析

第二节 全球会展市场发展规模分析

一、全球展馆规模分析

二、全球展会规模分析

三、全球展商规模分析

第三节 全球主要国家(地区)会展市场分析

一、亚洲

1、展馆规模分析

2、展会规模分析

3、展商规模分析

二、欧洲

1、展馆规模分析

2、展会规模分析

3、展商规模分析

三、北美洲

1、展馆规模分析

2、展会规模分析

3、展商规模分析

四、全球主要国家(地区)会展市场格局分析

五、全球主要国家(地区)会展发展方向分析

- 1、全球会展业竞争将日趋激烈
- 2、新兴市场经济体角色越来越重要
- 3、德国独大和欧美主导的趋势仍将长期持续
- 4、各国会展业逐步探索并形成自身的特色

第四节 全球主要城市会展市场分析

一、全球主要城市会展发展规模分析

- 1、会展场馆发展规模
- 2、商贸展会发展规模
- 3、组展企业发展规模

二、国际会展城市市场格局分析

第四章 中国会展行业的国际比较分析

第一节 国内外会展行业发展比较分析

一、国外会展行业发展的特点和趋势

- 1、主办机构专业化
- 2、展览公司集团化
- 3、会展品牌化
- 4、会展国际化

二、国内外会展行业发展差距分析

- 1、管理体制上的差距
- 2、展览场馆和设施上的差距
- 3、服务水平的差距

4、会展人才的差距

第二节 国内外会展行业管理模式比较

一、德国会展管理模式

二、法国会展管理模式

三、美国会展管理模式

四、英国会展管理模式

五、中国会展管理模式

第三节 国内外组展企业比较分析

一、国际组展商分析

- 1、欧洲整体实力最强，德英占主导地位
- 2、展览公司是组展商主体，展馆运营是主要经营方式
- 3、传媒集团综合实力强，提高旗下展览业务水平
- 4、展览公司呈现国际化、大型化和集团化的趋势

二、中国组展商分析

- 1、中国发展势头强劲，但规模效益有待提升
- 2、北上广占主导地位
- 3、海外展览公司规模大效益佳
- 4、过分依赖政府资源不利于民营企业做大做强

三、国内外组展商盈利模式特点

- 1、德国模式
- 2、英国模式
- 3、美国拉斯维加斯模式

4、中国成都模式

四、组展商发展的经验借鉴

1、走多业态协同创新道路

2、注重关系渠道营销

第二部分 行业深度分析

【会展行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(展馆面积、展会数量.....)?主要会展项目发展如何?国内外会展旅游发展模式有何特点?】

第五章 我国会展行业运行现状分析

第一节 中国会展业发展现状

一、中国会展业发展历程

二、中国会展业发展情况

三、中国会展业发展模式

四、中国会展业发展特征

五、会展业地区分布特征

第二节 展览市场特征

一、地区差异开始消解

二、出国展览市场稳中有升

三、办展日渐专业化

四、展览市场品牌化进程加快

五、场馆建设方兴未艾

六、会展教育持续发展

第三节 中国会展经济发展分析

一、境内展览规模分析

- 1、会展组织者收入统计
- 2、全国会展数量统计
- 3、全国会展展出面积
- 4、全国会展业产值规模
- 5、会展业社会贡献情况

二、出国展览市场分析

- 1、出国办展概况分析
- 2、境外自办展次数统计
- 3、境外自办展面积统计
- 4、境外自办展摊位数统计
- 5、境外自办展按国家分布
- 6、境外自办展按行业分布
- 7、境外自办展按时间分布

三、中国会展设施建设分析

- 1、全国会展场馆总数
- 2、全国可供展览面积
- 3、全国在建展馆数量
- 4、全国在建展馆面积
- 5、我国会展设施趋势特征

四、中国会展就业人数分析

五、中国会展行业国际化情况

- 1、我国会展行业国际化概况分析
- 2、UFI中国会员单位及认证展会数量
- 3、UFI中国会员按地区分布
- 4、UFI中国内地认证展会数量按地区分布

第四节 中国会展市场结构分析

- 一、按组展商分析
- 二、按展会类型分析

第五节 中国会展业品牌发展分析

- 一、中国会展品牌实施意义
- 二、中国会展品牌发展现状
- 三、中国会展品牌发展建议

第六节 会展行业下游客户分析

- 一、组展商客户市场分析
 - 1、国内会展主办方分类
 - 2、组展商行业分布情况
 - 3、组展商规模情况分析
- 二、参展商客户市场分析
 - 1、参展商在展览业中的地位
 - 2、参展商参加展览缘由分析
 - 3、参展商参展决策因素分析
 - 4、参展商参展支出情况分析
- 三、下游客户对展览服务行业的影响

第六章 中国主要展会项目分析

第一节 广交会

- 一、广交会相关概述
- 二、广交会采购商到会统计
- 三、广交会成交额统计分析
- 四、广交会经济效应分析

第二节 高交会

- 一、高交会相关概述
- 二、高交会参展商到会统计
- 三、高交会投资商到会统计
- 四、高交会参展项目到会统计
- 五、高交会相关影响效应分析

第三节 华交会

- 一、华交会相关概述
- 二、华交会参展商数量统计
- 三、华交会成交额数量统计
- 四、华交会海外客商数量统计
- 五、华交会的成功启示

第四节 西博会

- 一、西博会相关概述
- 二、西博会参与人数统计
- 三、西博会成交项目数量

四、西博会成交项目金额

五、西博会经济效应分析

第五节 上海世博会

一、上海世博会相关概述

二、上海世博会举办规模

三、上海世博会效应分析

四、上海世博会的成功启示

第七章 国内外会展旅游发展模式分析

第一节 国内外会展旅游发展模式

一、国外会展旅游发展模式

二、国内会展旅游发展模式分析

三、国内外会展旅游发展模式对比

第二节 国外优秀会展旅游城市发展现状与经验借鉴

一、拉斯维加斯会展旅游分析

1、会展旅游现状

2、会展旅游兴盛原因

3、会展旅游经验借鉴

二、柏林会展旅游分析

1、会展旅游现状

2、会展旅游兴盛原因

3、会展旅游经验借鉴

三、新加坡会展旅游分析

1、会展旅游现状

2、会展旅游兴盛原因

3、会展旅游经验借鉴

第三节 国内主要城市会展旅游发展分析

一、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

3、会展旅游发展战略

二、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

三、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

3、会展旅游发展战略

四、重庆会展旅游发展分析

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

五、海南会展旅游发展分析

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

六、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

七、桂林会展旅游发展分析

1、会展旅游现状

2、会展旅游优劣势分析

第三部分 市场全景调研

【轻工业展览、纺织业展览.....各细分市场情况如何?会展行业营销渠道怎样?会展业营销策略如何?】

第八章 我国会展细分市场分析预测

第一节 轻工业展览市场分析预测

一、中国轻工业展览发展概述

二、办公用品展市场分析预测

三、食品加工展市场分析预测

四、玩具礼品工艺品展市场分析预测

五、皮革及其制品展市场分析预测

六、孕婴童展市场分析预测

七、家具制造展市场分析预测

八、糖酒展市场分析预测

第二节 纺织业展览市场分析预测

一、中国纺织业展览发展概述

二、纺织业展览市场分析预测

第三节 机械制造业展览市场分析预测

一、中国机械制造业展览发展概述

二、新材料展市场分析预测

三、高端设备展市场分析预测

四、五金展市场分析预测

五、机床设备展市场分析预测

六、交通设备展市场分析预测

第四节 电子信息业展览市场分析预测

一、中国电子信息业展览发展概述

二、新兴信息产业展市场分析预测

三、通信器材展市场分析预测

四、电子元件及材料展市场分析预测

五、消费类电子展市场分析预测

六、电子生产设备展市场分析预测

第五节 林农牧渔业展览市场分析预测

一、中国林农牧渔业展览发展概述

二、林业展览市场分析预测

三、畜牧业展览市场分析预测

四、农业展览市场分析预测

五、渔业展览市场分析预测

第六节 建筑业展览市场分析预测

一、中国建筑业展览发展概述

二、装潢展市场分析预测

三、房地产展市场分析预测

四、建材展市场分析预测

第七节 交通运输业展览市场分析预测

一、中国交通运输业展览发展概述

二、汽车展览市场分析预测

三、船舶展览市场分析预测

四、航空航天展览市场分析预测

第八节 医疗行业展览市场分析预测

一、中国医疗行业展览发展概述

二、医疗器械及中药展览市场分析预测

三、生物产业展览市场分析预测

四、保健展览市场分析预测

第九节 服务业展览市场分析预测

一、中国服务业展览发展概述

二、酒店展览市场分析预测

三、物流展览市场分析预测

四、金融展览市场分析预测

第十节 能源行业展览市场分析预测

一、中国能源行业展览发展概述

二、传统能源展览市场分析预测

三、新能源展、节能环保展览市场分析预测

第十一节 化工行业展览市场分析预测

一、中国化工行业展览发展概述

二、化工行业展览市场分析预测

第十二节 文化传媒、体育、休闲行业展览市场分析预测

一、中国文化传媒、体育、休闲行业展览发展概述

二、文化传媒展览市场分析预测

三、休闲展览市场分析预测

四、体育用品展览市场分析预测

第九章 我国会展行业营销趋势及策略分析

第一节 会展行业销售渠道分析

一、会展营销渠道内涵

二、会展营销渠道类型

三、会展营销渠道特点

第二节 会展行业创新营销策略分析

一、营销理念创新

二、营销主体创新

三、营销手段创新

四、营销内容创新

第三节 会展行业整合营销策略分析

一、会展业主题的选择

二、展会机构的搭建

三、展会卖点的策划

四、展会的整合宣传

五、展会的综合服务

第四节 展览会各个阶段的营销策略

一、展览会四阶段概述

二、培育期展览会的营销策略

三、成长期展览的营销策略

四、成熟期与衰退期展览的营销策略

第五节 会展中的4C营销分析

一、4C营销概述

二、4C营销案例分析

三、4C营销经营建议

第四部分 竞争格局分析

【会展市场竞争程度怎样?竞争和服务策略怎样制定?会展业区域市场发展规模如何?重点企业经营怎样?】

第十章 会展行业竞争形势及策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、会展行业竞争结构分析

二、会展行业企业间竞争格局分析

三、会展行业集中度分析

四、会展行业SWOT分析

第二节 会展行业竞争格局分析

一、国内外会展市场竞争概况

二、我国会展市场竞争力分析

三、我国会展市场集中度分析

第三节 会展服务行业服务策略分析

一、基于体验经济的会展服务分析

1、体验经济与会展服务的相关性

2、体验式会展服务的特征分析

3、基于体验经济的会展服务策略

二、中国会展服务体系发展对策

1、转变经营理念提供人性化服务

2、以数据信息服务能力为主轴

3、提供完善和协调的配套服务

4、加强合作伙伴的服务质量控制

5、做好主办方和展馆的沟通工作

三、会展企业服务提升策略分析

1、服务延伸化策略

2、服务实体化策略

3、服务差异化策略

4、营销整合化策略

第四节 会展企业提高竞争力策略分析

一、会展企业核心竞争力存在的问题

- 1、缺乏以顾客为核心的服务意识
- 2、忽视以员工发展为核心的激励制度
- 3、缺少以品牌为核心的营销模式
- 4、学习组织缺乏系统管理

二、提升会展企业核心竞争力的对策

- 1、建立“刚柔相济”的会展企业管理模式
- 2、加强以顾客为核心的客户关系管理
- 3、完善以人才发展为目标的人力资源管理体系
- 3、树立以品牌为重心的营销模式
- 4、建立学习型组织的成长战略

第十一章 会展行业（产业集群）及区域市场分析

第一节 中国会展行业区域分布情况

- 一、会展行业区域分布特点分析
- 二、会展行业区域分布格局分析
- 三、会展行业重点城市发展对比
- 四、东、中、西部展览规模对比
 - 1、我国东、西、中部展览数量对比
 - 2、我国东、西、中部展览面积对比
- 五、展览活动项目数量地区排名分析
- 六、全国各省市办展数量对比

第二节 中国会展经济带发展分析

- 一、会展行业区域整体运行情况

二、环渤海会展经济带分析

三、长三角会展经济带分析

四、珠三角会展经济带分析

五、东北会展经济带分析

六、中西部会展经济带分析

七、会展行业区域发展趋势

第三节 中国会展重点区域市场分析预测

一、华北地区会展市场分析

1、会展行业设施规模

2、会展行业会展项目

3、会展行业收入规模

4、会展行业配套设施发展情况

5、会展行业相关政策

6、会展行业发展趋势

二、东北地区会展市场分析

1、会展行业设施规模

2、会展行业会展项目

3、会展行业收入规模

4、会展行业配套设施发展情况

5、会展行业相关政策

6、会展行业发展趋势

三、华东地区会展市场分析

- 1、会展行业设施规模
- 2、会展行业会展项目
- 3、会展行业收入规模
- 4、会展行业配套设施发展情况
- 5、会展行业相关政策
- 6、会展行业发展趋势

四、华中地区会展市场分析

- 1、会展行业设施规模
- 2、会展行业会展项目
- 3、会展行业收入规模
- 4、会展行业配套设施发展情况
- 5、会展行业相关政策
- 6、会展行业发展趋势

五、华南地区会展市场分析

- 1、会展行业设施规模
- 2、会展行业会展项目
- 3、会展行业收入规模
- 4、会展行业配套设施发展情况
- 5、会展行业相关政策
- 6、会展行业发展趋势

六、西北地区会展市场分析

- 1、会展行业设施规模

- 2、会展行业会展项目
- 3、会展行业收入规模
- 4、会展行业配套设施发展情况
- 5、会展行业相关政策
- 6、会展行业发展趋势

第十二章 会展行业领先企业经营形势分析

第一节 国家会展中心(上海)有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业发展规模分析
- 四、企业会展业务分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业重大项目分析
- 七、企业发展动向分析
- 八、企业发展战略分析

第二节 中国国际展览中心集团公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业发展规模分析
- 四、企业会展业务分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业项目案例分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第三节 宁波国际会议展览中心有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第四节 上海展览中心(集团)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业会展展馆分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第五节 深圳会展中心管理有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业配套业务分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第六节 武汉国际会展中心股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业展览设施分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第七节 上海市国际展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业配套服务分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第八节 上海科技会展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业展馆出租分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第九节 厦门会展集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业配套业务分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十节 嘉兴国际展览中心有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业国际展览分析

七、企业国内展览分析

八、企业发展动向分析

第十一节 长城国际展览有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业自办展业务分析

五、企业出国展业务分析

六、企业经营情况分析

七、企业竞争力分析

八、企业发展动向分析

第十二节 上海新国际博览中心有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业核心价值分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业配套业务分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十三节 天津国展中心股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业展会项目分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十四节 大连北方国际展览股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业配套业务分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十五节 安徽国际会展中心有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业发展规模分析
- 四、企业会展业务分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业国际展览分析
- 七、企业展览状态分析
- 八、企业发展动向分析

第十六节 苏州文化博览中心有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业业务结构分析
- 三、企业境外展览分析
- 四、企业境内展览分析
- 五、企业防务展览分析
- 六、企业展会服务分析
- 七、企业最新展会分析
- 八、企业发展战略分析

第十七节 广东现代国际展览中心有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十八节 北京雅森国际展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十九节 上海外经贸商务展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业项目案例分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十节 上海光大会展中心有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十一节 廊坊国际展览集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业自办展分析

七、企业海外代理展分析

八、企业发展战略分析

第二十二节 北京北辰会展集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业项目案例分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十三节 北京中展海华国际展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业项目案例分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十四节 甘肃会展中心有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业国内展会分析

七、企业国外展会分析

八、企业发展战略分析

第二十五节 青岛海名国际会展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业项目案例分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十六节 广州益武国际展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十七节 合肥国源展览展示有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业发展规模分析

四、企业会展业务分析

五、企业经营情况分析

六、企业工程案例分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十八节 陕西省会展中心

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业配套业务分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十九节 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业配套业务分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第三十节 浙江德纳展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展服务分析

四、企业经营情况分析

五、企业配套业务分析

六、企业竞争力分析

七、企业发展动向分析

八、企业资产规模

九、企业投资战略分析

十、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

【未来会展行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十三章 2026-2031年会展行业前景及发展建议

第一节 2026-2031年会展市场发展前景

一、2026-2031年会展市场发展潜力

二、2026-2031年会展细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年会展市场发展趋势预测

一、全球化

二、品牌化

三、资本化

四、产业化

五、集群化

六、市场化

七、专业化

八、智能化

第三节 2026-2031年中国会展行业规模预测

一、2026-2031年全国会展数量统计预测

二、2026-2031年全国会展展出面积预测

三、2026-2031年全国会展业产值规模预测

四、2026-2031年出国展览市场规模预测

五、2026-2031年出国展览市场预测

六、2026-2031年全国可供展览面积预测

七、2026-2031年UFI中国会员单位及认证展会数量预测

第四节 我国会展行业存在的问题及建议

一、会展行业存在的问题

1、宏观管理体系尚不健全

2、法律法规尚不配套

3、税收政策尚不到位

4、市场培育尚不成熟

5、国际竞争力尚不突出

二、会展行业发展的建议

- 1、健全全国会展管理协调机制
- 2、进一步健全行业法规体系
- 3、加快会展市场化改革进程
- 4、加强市场环境建设
- 5、出台行业促进政策
- 6、加强市场主体培育

三、提高我国会展场馆利用率的对策

第十四章 会展行业投资价值评估分析

第一节 会展行业投资特性分析

- 一、会展行业进入壁垒分析
- 二、会展行业盈利因素分析
- 三、会展行业盈利模式分析

第二节 会展行业发展的影响因素

- 一、机遇
- 二、挑战

第三节 会展行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十五章 会展行业投资机会与风险分析

第一节 会展行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、会展行业投资现状分析

第二节 会展行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、会展行业投资机遇

第三节 会展行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、其他风险及防范

第四节 中国会展行业投资建议

一、会展行业未来发展方向

二、会展行业主要投资建议

三、中国会展企业融资分析

第六部分 发展战略研究

【行业在转型升级、发展战略、管理经营、投融资方面需要注意哪些问题?企业需要采取哪些战略来应对?】

第十六章 中国会展行业企业发展战略分析

第一节 会展组织运营企业发展战略分析

一、影响会展行业战略选择因素分析

- 1、产业因素
- 2、市场因素
- 3、软硬件设施因素

二、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

三、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

四、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

第二节 会展场馆发展战略分析

一、会展场馆经营管理战略研究

1、会展场馆的市场定位

2、会展场馆的客户管理

3、会展场馆场地营销

4、自办展营销

5、会展场馆的国际化管理

二、会展场馆品牌化战略研究

1、会展场馆品牌化发展的内涵

2、会展场馆品牌化发展的意义

3、会展场馆品牌化发展策略

三、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

资本运作盈利模式

2、阻碍会展场馆盈利的因素

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

四、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EarlsCourt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

五、会展场馆经营模式建议

1、场馆建设投资市场化

2、场馆经营管理市场化

3、政府管理宏观化

图表目录

图表：2021-2026年全球展馆规模

图表：2021-2026年全球展会规模

图表：2021-2026年全球展商规模

图表：2021-2026年展览场馆省市分布

图表：2021-2026年展览场馆面积

图表：2021-2026年展会举办场数

图表：2021-2026年展会展出面积

图表：2021-2026年展会举办结构

图表：2021-2026年展览数量及面积比较

图表：2021-2026年各省市办展数量统计

图表：2021-2026年各省市展览面积统计

图表：2021-2026年八大经济区办展数量对比

图表：2021-2026年八大经济区办展面积对比

图表：2021-2026年境外自办展次数统计

图表：2021-2026年境外自办展面积统计

图表：2021-2026年境外自办展摊位数统计

图表：2021-2026年境外自办展按国家分布

图表：2021-2026年境外自办展按行业分布

图表：2021-2026年境外自办展按时间分布

图表：2026-2031年全球展会规模预测

图表：2026-2031年全球展商规模预测

图表：2026-2031年德国展馆规模预测

图表：2026-2031年德国展会规模分析预测

图表：2026-2031年全球会展场馆发展规模预测

图表：2026-2031年全球商贸展会发展规模预测

图表：2026-2031年全球组展企业发展规模预测

图表：2026-2031年展览场馆总体规模预测

图表：2026-2031年展览场馆区域分布预测

图表：2026-2031年展览场馆省市分布预测

图表：2026-2031年全国会展数量统计预测

图表：2026-2031年全国会展展出面积预测

图表：2026-2031年全国会展业产值规模预测

图表：2026-2031年境外展览市场规模预测

图表：2026-2031年全国可供展览面积预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：64840

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170406/64840.shtml>

在线订购：[点击这里](#)