2026-2031年会展行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

会展行业研究报告主要分析了会展行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、会展行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国会展行业的市场发展现状和未来发展趋势。

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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外会展行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国会展行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对会展行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握会展行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 会展行业概述

第一节 会展业相关介绍

一、 会展业的定义

二、 现代会展业的特征

三、 会展业的应用价值

四、 会展业的产业内涵和特征

五、 城市会展业发展的因素分析

第二节 会展产业链分析

一、 会展产业上下游环节

二、 会展产业链效应分析

第三节 会展的经济功能

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 会展经济的重要作用

一、 对城市发展的作用

二、 对促进经济增长的作用

三、 对经济结构的影响

第二章 2021-2026年世界会展业发展状况

第一节 世界会展业发展情况分析

一、 国际会展业的发展特点

二、 全球会展指数综合评价

三、 全球展览场馆存量格局

四、 亚洲会展行业发展格局

五、 国际城市会展业发展特征

六、 世界会展业发展经验借鉴

七、 国际会展业发展趋势分析

第二节 发达国家会展业智慧化发展模式分析

一、 市场自发模式

二、 开放借力模式

三、 政府助推模式

四、 发展模式对比

第三节 国际会展业典型运作模式分析

一、 政府推动型

二、 企业推动型

三、 市场主导型

四、 政府主导型

第四节 德国

一、 德国展览业发展情况

二、 德国展览业发展特点

三、 德国展览业政府作用

四、 德国展览业行业组织

五、 德国会展业经验借鉴

第五节 美国

一、 美国政府支持发展

二、 美国知名展馆介绍

三、 美国会展业发展模式

四、 美国会展业发展经验

第六节 新加坡

一、 新加坡会展业发展优势分析

二、 新加坡会展业主要展馆介绍

三、 新加坡政府会展业管理状况

四、 新加坡会展业发展经验借鉴

第七节 港澳台地区

一、 台湾会展业发展状况

二、 香港会展业发展概况

三、 澳门会展业发展状况

第八节 其他国家

一、 法国会展业发展方向

二、 瑞士会展业知名会展

三、 日本展览业发展综况

四、 韩国会展业发展路径

五、 泰国会展业发展方向

六、 巴西会展业发展潜力

第三章 2021-2026年中国会展行业发展综合分析

第一节 我国会展行业发展的影响因素

一、 生产要素的状况

二、 市场需求的条件

三、 相关产业的支持

第二节 中国会展行业相关政策分析

一、 与会展有关的法律

二、 会展立法文件

三、 地方政府规章

四、 地区政策动态

第三节 2021-2026年中国会展业发展整体状况

一、 市场发展规模分析

二、 行业发展特点分析

三、 最新市场动态分析

四、 展览馆数量变化

五、 企业竞争状况分析

第四节 2021-2026年中国展览展会排名分析

一、2021-2026年市场发展排名分析

二、 2021-2026年市场发展排名分析

三、 2021-2026年市场发展排名分析

四、 2021-2026年市场发展排名分析

第五节 2021-2026年中国典型展馆发展分析

一、 国家会展中心（上海）

二、 宁波国际会议展览中心

三、 深圳会展中心

第六节 中国会展业品牌建设分析

一、 会展行业品牌效应分析

二、 品牌展会受到市场热捧

三、 我国会展业亟待推进品牌化

四、 我国会展业品牌建设的问题

五、 我国会展业品牌建设的建议

第七节 中国会展业存在问题分析

一、 服务运作问题

二、 行业管理问题

三、 专业人才匮乏

第八节 中国会展业发展对策建议

一、 合理规划定位

二、 完善市场化机制

三、 加强政府支持

四、 重视硬软件建设

五、 提高综合竞争力

六、 重视信息化建设

第四章 中国会展经济与城市会展建设综况

第一节 会展经济概述

一、 会展经济的内涵

二、 会展经济的特点

三、 会展经济发展的客观条件

四、 会展经济发展效应分析

五、 会展经济在中国快速崛起

六、 会展业带动区域经济发展

七、 会展经济未来发展趋势

第二节 会展拉动城市经济发展分析

一、 会展与城市互动发展分析

二、 会展业在城市经济发展中的地位

三、 会展经济有效拉动中小城市发展

四、 会展经济可以提升城市竞争力

五、 会展业成城市经济发展催化剂

六、 会展经济和城市经济的相互促进

第三节 会展经济与城市品牌联动效应剖析

一、 会展经济与城市品牌的概念及定位

二、 会展经济对城市品牌的联动效应

三、 会展经济造就城市品牌的途径

第四节 城市会展品牌的构成及塑造路径分析

一、 城市会展品牌构成要素

二、 城市会展品牌体系构建

三、 城市会展品牌综合评价

四、 城市会展品牌塑造路径

第五节 中小城市会展业的发展

一、 中小城市会展业发展概述

二、 中等城市会展业发展现状

三、 中小城市会展业发展对策

四、 二级城市会展业发展思路

五、 中小城市会展业发展潜力

第六节 会展与旅游业的对接

一、 会展业与旅游业关联度解析

二、 会展业和旅游业对接简述

三、 会展旅游发展优化模式构建

四、 城市会展业和旅游业整合发展剖析

第七节 会展经济与城市发展的问题对策

一、 城市会展业非均衡性问题探讨及建议

二、 推进会展经济与产业集群对接发展

三、 会展经济发展应加强城市间合作

四、 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

第一节 泛珠三角区域会展业发展分析

一、 泛珠三角区域会展业发展环境

二、 泛珠三角区域会展业发展现状

三、 泛珠三角区域会展业发展建议

四、 泛珠三角会展业发展思路分析

五、 泛珠三角区域会展业发展前景

第二节 广州会展业

一、 广州会展业发展环境

二、 广州会展业发展规模

三、 广州会展业运行现状

四、 广州会展业相关政策

五、 广州会展业管理机构

六、 广州会展业发展趋势

七、 广州会展业发展策略

第三节 深圳会展业

一、 深圳会展业发展演进

二、 深圳会展业发展优势

三、 深圳会展业发展状况

四、 深圳国际会展中心建设

五、 深圳会展业发展战略

第四节 厦门会展业

一、 厦门会展业经济作用

二、 厦门会展业发展规模

三、 厦门会展业经济效益

四、 厦门会展国际化状况

五、 厦门会展业扶持政策

六、 厦门会展业发展目标

七、 厦门会展业发展前景

第五节 海南会展业

一、 海南会展业发展规模

二、 海口会展业发展加快

三、 海南会展业发展目标

四、 海南会展业发展问题

五、 海南会展业发展布局

第六节 佛山会展业

一、 佛山会展业发展规模

二、 佛山会展业展会面积

三、 佛山会展业场馆分布

四、 佛山会展业发展特点

五、 佛山会展业发展动态

六、 佛山会展业发展机遇

七、 佛山会展业发展规划

第六章 长三角地区会展业发展分析

第一节 长三角会展业综合分析

一、 长三角地区会展业SWOT分析

二、 长三角地区组建会展业联盟

三、 提升长三角会展业的关键与策略

四、 长三角建设国际会展高地的策略

第二节 上海会展业

一、 上海会展业发展历程

二、 上海会展业发展规模

三、 上海会展业发展特点

四、 上海会展业存在问题

五、 上海会展业发展展望

第三节 南京会展业

一、 南京会展业发展回顾

二、 南京会展业发展动态

三、 南京会展业发展措施

四、 南京会展业发展布局

五、 南京会展业发展展望

六、 南京会展业发展措施

第四节 义乌会展业

一、 义乌会展业发展规模

二、 义乌会展业发展成就

三、 建设国际小商品会展中心

四、 义乌会展业发展展望

五、 义乌会展业发展机遇

第五节 苏州会展业

一、 苏州会展业发展优势

二、 苏州会展业发展状况

三、 苏州会展业扶持政策

四、 苏州会展场馆运营分析

五、 苏州会展业存在问题

六、 苏州会展业发展建议

第六节 杭州会展业

一、 杭州会展业定位分析

二、 杭州会展业发展状况

三、 杭州会展业市场主体

四、 杭州会展业国际化发展

五、 杭州会展业改革发展

六、 杭州会展业促进条例

七、 杭州会展业发展规划

八、 杭州市会展业发展措施

第七节 宁波会展业

一、 宁波会展业发展优势

二、 宁波会展业发展特点

三、 宁波会展业发展现状

四、 宁波会展业发展模式

五、 宁波会展业发展措施

六、 宁波会展业发展展望

第七章 环渤海区会展业发展分析

第一节 北京会展业

一、 北京市会展业发展优势

二、 北京市会展业发展回顾

三、 北京市会展业发展动态

四、 北京展览业创新发展意见

五、 北京会展业发展的保障措施

六、 北京会展业发展的措施建议

七、 北京会展业智慧发展规划

第二节 天津会展业

一、 天津市会展业发展特点

二、 天津市会展业发展规模

三、 天津国家会展项目重启

四、 天津会展业改革发展意见

五、 滨海新区会展业发展分析

六、 天津会展业发展建议分析

第三节 山东会展业

一、 山东会展业运行情况回顾

二、 山东会展业发展现状分析

三、 山东省会展行业国际化进程

四、 山东省会展行业发展问题

五、 山东省会展行业发展前景

六、 山东省会展行业发展路径

第四节 济南会展业

一、 济南会展业发展优势

二、 济南会展业发展现状

三、 济南会展业发展问题

四、 济南会展业发展建议

五、 济南会展业发展前景

六、 济南会展业发展规划

第五节 烟台会展业

一、 烟台会展业发展环境

二、 烟台会展业强劲崛起

三、 烟台会展业发展策略

四、 烟台会展业发展规划

第八章 东北区会展业发展分析

第一节 大连会展业

一、 大连会展业发展回顾

二、 大连会展业发展情况

三、 大连会展业发展动态

四、 大连市会展业发展问题及建议

第二节 沈阳会展业

一、 沈阳会展业发展回顾

二、 沈阳会展业发展现状

三、 沈阳会展业发展机遇

四、 会展业发展问题及对策

五、 沈阳市会展业发展目标

第三节 长春会展业

一、 长春会展业发展回顾

二、 长春会展业发展现状

三、 会展业发展热点分析

四、 长春会展业发展问题

五、 长春会展业发展措施

六、 长春会展业发展规划

第四节 哈尔滨会展业

一、 哈尔滨会展业发展回顾

二、 哈尔滨会展业发展规模

三、 哈尔滨国际会展中心简介

四、 哈尔滨会展业发展问题分析

五、 加快哈尔滨会展业发展的建议

六、 哈尔滨会展业市场化势在必行

第九章 中西部会展业发展分析

第一节 成都会展业

一、 成都会展业发展优势

二、 成都会展业现状分析

三、 成都会展业发展动态

四、 成都会展业发展机遇

五、 成都会展业发展挑战

六、 成都会展业发展规划

第二节 武汉会展业

一、 武汉会展业发展优势

二、 武汉汉阳区会展业发展状况

三、 武汉会展业发展布局

四、 武汉重点会展项目动态

五、 武汉会展业专项资金管理

六、 武汉会展业存在的问题

七、 武汉会展业发展对策

第三节 长沙会展业

一、 长沙会展业发展回顾

二、 长沙会展业发展现状

三、 长沙会展业发展态势

四、 长沙会展业发展计划

第四节 昆明会展业

一、 昆明会展业发展回顾

二、 昆明会展业发展现状

三、 昆明会展业发展动态

四、 昆明会展业发展定位及目标

第五节 西安会展业

一、 西安会展业发展优势

二、 西安会展业发展回顾

三、 西安会展业规模现状

四、 西安会展业重点企业

五、 西安会展业发展机遇

六、 西安会展业发展规划

第六节 郑州会展业

一、 郑州会展业发展优势

二、 郑州会展业发展回顾

三、 郑州会展业发展现状

四、 郑州会展业发展特点

五、 郑州会展业发展展望

第十章 中国会展业的营销分析

第一节 会展营销概述

一、 会展营销概念及内涵

二、 会展营销构成要素

三、 企业会展营销方法

四、 会展城市营销建议

五、 会展业营销及传播策略

六、 国外会展营销经验借鉴

第二节 中国会展业营销新模式分析

一、 会展营销的大数据模式

二、 会展业的微信营销模式

三、 会展业的会议营销模式

四、 会展业的微博营销模式

第三节 中国会展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

第四节 展览会不同阶段营销策略分析

一、 培育期展览会营销策略

二、 成长期展览会营销策略

三、 成熟期与衰退期展览会营销策略

第五节 新媒体在会展营销中的应用分析

一、 新媒体在会展营销运用优势

二、 新媒体在会展营销中的影响

三、 新媒体在会展营销中的运用实践

四、 新媒体在会展营销中的应用建议

第六节 现代营销手段在会展业中的应用分析

一、 现代营销手段概述

二、 现代营销手段应用到会展营销中的意义

三、 现代营销手段在会展营销中的应用实践

第十一章 2021-2026年中国会展业企业经营状况分析

第一节 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第二节 深圳市卡司通展览股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第三节 天津振威展览股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第四节 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

第五节 湖北视纪印象科技股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

第十二章 2026-2031年中国会展业发展前景趋势分析

第一节 会展业发展前景分析

一、 “十四五”会展业前景展望

二、 “一带一路”的发展机遇

三、 会展业继续保持稳定增长

四、 中国会展业发展潜力分析

五、 “互联网+会展”市场潜力大

第二节 会展业发展趋势分析

一、 世界会展业未来发展态势

二、 未来中国会展业发展趋势

三、 区域会展业发展格局走向

四、 会展业将实现产业融合

五、 中国会展城市的发展趋势

六、 国内会展业未来发展思路

第三节 2026-2031年中国会展业预测分析

一、 2026-2031年中国会展业影响因素分析

二、 2026-2031年中国展会经济直接产值预测

附录

附录一：《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

把握投资 决策经营！

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

报告编号：1547835

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1547835.shtml

在线订购：点击这里