2026-2031年中国会展行业前景分析及投资前景预测报告

报告简介

会展业是现代科学技术与经济发展的晴雨表，它反映了一个国家、地区乃至全球科学技术和经济发展的历程。从20世纪90年代开始，中国大踏步迈上了世界会展大国的旅程。会展业在我国取得了长足的发展。

世界经济形势复杂多变，国际经贸规则出现深刻调整，但综合研判世界发展大势，经济全球化仍是不可逆转的时代潮流，会展业作为现代服务业的重要支柱之一，其全球市场规模正在逐步扩大。

中国经济在困难重重的国内外形势下继续保持中高速增长，展览行业政策环境不断优化，制度规范更加完善，以一带一路建设为重点的开放型经济发展深入推进，首届中国国际进口博览会创造了多项国际博览会纪录，新业态、新模式不断涌现。中国展览业也取得了靓丽的成绩，各级政府对展览工作更加重视，企业参与积极性不断提高，行业国内外交流更趋频繁，展览业已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。

根据2020年6月中国会展经济研究会会展统计工作专业委员会发布的《2019年度中国展览数据统计报告》数据，2019，全国展览总数为11033场，展览总面积为14877.38万平方米，较2018年分别增长0.6%和2%。全年净增展览65场、展览总面积301.62万平方米。2019年，全国按展览面积排名的前十个省(直辖市)为：上海市、广东省、山东省、江苏省、四川省、重庆市、浙江省、辽宁省、北京市、河南省。以上十个省(直辖市)的展览数量占全国展览总数的71.52%，展览总面积占全国展览总面积的72.69%。2019年全国展览场次和展览面积主要集中在华东区域，华东区域的展览数量占全国的42.3%，展览面积占全国的41.4%;其次是西南地区和华南地区。

伴随着全球展览业专业化发展，我国展览业专业化水平大幅提升，不论综合性会展还是专业性会展，展览题材、组织运营、观众等方面的专业化程度都在不断提高，行业集中度不断增强，展览会正在向专业化发展。

2017年修订的《国民经济行业分类》将会议及展览服务由行业小类调整为中类(会议、展览及相关服务)，会展业的产业地位由此发生质的飞跃;由商务部等13部门联合制定的《服务贸易发展十三五规划》，第一次正式将会展业纳入服务贸易业态范畴。2018年，国务院出台《深化服务贸易创新发展试点总体方案》，强调发展展览形式的服务贸易，凸显了会展业在服务贸易结构优化中的战略性地位。在此背景下，各级地方政府纷纷以国家政策为导向，相继出台专项资金奖励、知识产权保护、精简审批程序等政策法规，从而扶持、引导和规范了会展业实现健康发展。2020年4月13日，商务部印发《关于创新展会服务模式
培育展览业发展新动能有关工作的通知》，推动政策落地见效。落实既有政策，指导展览企业用足用好国家和地方出台的财政税收、金融保险、复工复产保障等各项惠企政策措施，降低疫情造成的损失。

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

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

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

(1)会展为旅游注入活力

(2)会展增加宾馆与餐饮的收益

(3)会展带动交通与通信业的发展

(4)会展刺激了消费需求

(5)会展导致了物流频繁

会展使保险业获利丰厚

会展促进广告与印刷业的发展

2、会展产业链的产外延展效应

(1)对其他产业提出新的需求

(2)对其他产业提出新的供给要求

(3)对其他产业提出新的投资要求

(4)对产出品提供了实现价值的可能

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

1、宏观经济

2、工业形势

3、固定资产投资

第三节 会展行业社会环境(S)

一、会展行业社会环境分析

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

5、生态环境分析

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、德国

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

四、全球主要国家(地区)会展市场格局分析

1、一枝独秀

2、中流砥柱

3、低调贵族

4、新兴力量

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

1、国际会展一线城市

2、国际会展二线城市

3、国际会展三线城市

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

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、互动性

二、高效特性

三、专业化

四、艺术性

五、综合性

第三节 中国会展经济发展分析

一、境内展览规模分析

1、全国会展数量统计

2、全国会展展出面积

3、全国会展业产值规模

4、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、境外自办展按国家分布

5、境外自办展按行业分布

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

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、高交会参展项目到会统计

四、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

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、世博会对中国会展行业的影响分析

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

第三部分 市场全景调研

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、林业展市场分析预测

三、畜牧业展市场分析预测

四、农业展市场分析预测

五、渔业展市场分析预测、

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、汽车展市场分析预测

三、船舶展市场分析预测

四、航空航天展市场分析预测

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、医疗器械及中药展市场分析预测

三、生物产业展市场分析预测

四、保健展市场分析预测

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、酒店展市场分析预测

三、物流展市场分析预测

四、金融展市场分析预测

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、传统能源展市场分析预测

三、新能源展、节能环保展市场分析预测

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

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

三、会展企业服务提升策略分析

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

4、树立以品牌为重心的营销模式

5、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、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

第三节 宁波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 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 中博展览股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、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、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、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、企业会展能力分析

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、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、企业发展战略分析

第十六节 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、企业会展能力分析

七、企业发展动向分析

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、企业会展能力分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第十八节 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、企业会展能力分析

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、企业会展能力分析

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、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、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、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、企业发展战略分析

第二十二节 北京北辰时代会展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业会展能力分析

六、企业发展动向分析

七、企业发展战略分析

第二十三节 京慕国际展览有限公司

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

第二十四节 苏州国际会议展览中心有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业展览项目分析

六、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、企业展会案例分析

七、企业发展动向分析

八、企业发展战略分析

第二十八节 北京雅森国际展览有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业发展规模分析

三、企业会展业务分析

四、企业经营情况分析

五、企业展会案例分析

六、企业发展动向分析

七、企业发展战略分析

第二十九节 青岛金诺国际会展有限公司

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

第五部分 发展前景展望

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年会展市场发展前景展望

三、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年全国可供展览面积预测

第四节 我国会展行业存在的问题及建议

一、会展场馆发展存在

1、会展场馆规模偏小

2、配套设施不足

3、会展场馆科技含量少

二、会展行业发展存在问题

1、会展业结构层次混乱

2、会展业市场化程度低

3、专业展览公司少

4、展览总体服务水平不高

三、会展行业发展建议

1、加强硬件设施建设

2、提高服务品质

3、强化品牌化意识

4、采取措施实现科技成果共享

5、推进会展业集团化

6、强调办展效率

7、实行会展形式多样化和经营项目多元化

8、加强会展业人力资源开发创新性工作

9、加大专业会展公司的发展

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

1、供给方面

2、需求方面

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

1、中国的机遇

2、行业的机遇

3、市场的机遇

二、挑战

1、竞争方面的挑战

2、经济发展的挑战

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、市场风险及防范

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

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、会展场馆管理模式建议

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)英国伦敦展览中心

(3)会展场馆管理对比分析

2、中国会展场馆管理建议

(1)会展场馆的管理结构

(2)会展场馆的管理方式

(3)会展场馆的管理重点

(4)会展场馆的管理建议

五、会展场馆经营模式建议

1、会展场馆主要经营模式

2、会展场馆经营模式建议

图表目录

图表：2021-2026年中国GDP及增长率统计

图表：2021-2026年国内生产总值统计

图表：2021-2026年工业经济增长情况

图表：2021-2026年我国社会固定投资额以及增长率

图表：2021-2026年中国全社会固定资产投资统计

图表：2021-2026年末中国人口数及其构成

图表：2021-2026年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2021-2026年中国研究与试验发展(Ramp;D)经费支出

图表：2021-2026年中国城镇新增就业人数

图表：2021-2026年中国国家全员劳动生产率

图表：2021-2026年世界商展100大各国数量

图表：2021-2026年世界商展100大各国占比

图表：2021-2026年世界商展100大平均面积变化趋势

图表：2021-2026年世界商展100大平均面积变化数据

图表：国际会展一线城市实力排名

图表：国际会展一线城市实力分布

图表：会展业发展基础较好且市场运行质量较高城市

图表：会展业发展基础较好且市场运行质量较高城市分布

图表：会展业基础设施相当好且运营能力相当强城市

图表：会展业基础设施相当好且运营能力相当强城市分布

图表：会展基础设施相当好的城市

图表：会展运营能力较强的城市

图表：全球组展商营业额区域分布情况

图表：杜塞尔多夫展览有限公司股权构成

图表：2021-2026UFI会员展览会数量

图表：2021-2026年UFI会员展览会规模

图表：2021-2026年UFI会员展览会地区分布趋势

图表：中国通过UFI认证的组展机构城市分布

图表：2021-2026年中国出国展览情况

图表：2021-2026年出国展览各大洲比例分布图

图表：2021-2026年出展产业项目数比重分布图

图表：2021-2026年全国展览馆数量面积变化图

图表：2021-2026年在建与规划中的主要展览馆

图表：2021-2026年全国主要企业型组展单位数量一览表

图表：2021-2026年全国组展单位行业分布

图表：2021-2026年全国组展单位性质分布

图表：2021-2026年全国组展单位市场分布

图表：2021-2026年主要国内企业型组展单位一览表

图表：全国组展单位办展数量及面积分布

图表：2021-2026年华交会参展商行业分布

图表：2021-2026年华交会到成交额

图表：2021-2026年华交会海外到会客商人数

图表：2021-2026年全国展览会数量城市分布

图表：2021-2026年展会数量地区分布

图表：2021-2026年展会面积地区分布

图表：全国展览会数最省份比例

图表：2021-2026年举办50个以上展会的省市列表

图表：国家会展中心(上海)有限责任公司组织架构

图表：国家会展中心(上海)有限责任公司会展业务

图表：中国国际展览中心集团公司组织架构

图表：宁波国际展览中心有限公司组织架构

图表：上海展览中心(集团)有限公司展馆设施

图表：深圳会展中心管理有限责任公司组织架构

图表：深圳会展中心管理有限责任公司展馆示意图

图表：武汉国际会展中心股份有限公司展馆示意图

图表：上海市国际展览有限公司组织架构

图表：上海科技会展有限公司组织架构

图表：厦门会展集团股份有限公司组织架构

图表：厦门会展集团股份有限公司展会配套服务

图表：上海新国际博览中心有限公司组织架构

图表：长城国际展览有限责任公司组织架构

图表：长城国际展览有限责任公司发展动向

图表：甘肃会展中心有限责任公司组织架构

图表：广东现代国际展览中心有限公司组织架构

图表：广东现代国际展览中心有限公司主要展会列表

图表：嘉兴国际展览中心有限公司组织架构

图表：上海外经贸商务展览有限公司组织架构

图表：京慕国际展览有限公司组织架构

图表：广州益武国际展览有限公司组织架构

图表：合肥国源展览展示有限公司组织架构

图表：青岛金诺国际会展有限公司组织架构

图表：浙江德纳展览有限公司组织架构

图表：2026-2031年中国会展数量统计预测

图表：2026-2031年中国会展行业展出面积预测

图表：2026-2031年中国会展业产值规模预测

图表：2026-2031年中国会展展出面积预测

图表：中国杭州白马湖国际会展中心设施情况

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：2620

本文地址：https://www.51baogao.cn/shangwu/201005052620.shtml

在线订购：点击这里