

2022-2028年中国会展业市场深度分析及投资方向 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国会展业市场深度分析及投资方向研究报告》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.chyxx.com/research/202103/935124.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

会展业是会议业和展览业，节事活动，奖励旅游的总称。是一个新兴的服务行业，影响面广，关联度高。会展经济逐步发展成为新的增长点，而且会展业是发展潜力大的行业之一。在新时期，必须大力发展会展业，全面提升会展经济。

智研咨询发布的《2022-2028年中国会展业市场深度分析及投资方向研究报告》共十七章。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分析数据，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 中国会展经济产业链效应

第一节 会展与会展业概述

一、会展定义

二、会展业定义

三、会展业的发展条件

第二节 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

第三节 会展产业链及其结构

一、会展产业链概念内涵和外延

二、会展产业链性质和特征

三、会展产业链的结构分析

四、会展产业链延伸分析

第四节 会展产业链的内外延展效应分析

一、会展产业链的“产内”延展效应

二、会展产业链的“产外”延展效应

第五节 会展经济对城市发展的效应

- 一、会展经济能为城市带来直接经济效益
- 二、会展经济有很强的产业带动和聚集效应
- 三、会展业能够提升城市的辐射与服务功能
- 四、会展是城市文化的熔炉和传播器
- 五、会展展示城市形象，提高城市知名度
- 六、会展业的发展增加城市社会就业
- 七、会展业提高城市综合管理能力

第二章 国际会展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、全球会展业发展特点
- 二、全球会展经济发展模式
- 三、全球会展业发展分析
- 四、全球不同类别会展分析
- 五、全球会展市场区域分布
- 六、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
- 二、欧洲
- 三、新兴经济体
- 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

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
- 二、国际会展城市市场格局分析

第五节 世界著名会展中心特色分析

- 一、柏林展览中心
- 二、台北世贸中心
- 三、达拉斯会议中心
- 四、迪拜世界贸易中心

五、阿纳海姆会议中心

六、法兰克福展览中心

七、新慕尼黑展览中心

八、杜塞尔多夫展览中心

九、汉诺威展览会议中心

第六节 世界著名会展情况分析

一、三大航空展

二、四大机械展

三、五大汽车展

第三章 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

二、国内外会展行业发展比较分析

三、国内外会展行业发展比较经验借鉴

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

六、国外会展管理经验借鉴

第三节 国内外组展企业比较分析

一、国际组展商分析

二、中国组展商分析

三、国内外组展商盈利模式特点

四、组展商发展的经验借鉴

第四章 中国会展业发展环境分析（pest）

第一节 中国会展业政策环境分析（p）

一、中国会展业的监管体制

二、中国会展业主要法律法规

三、中国会展业政策規制趋势

第二节 中国宏观经济环境分析（e）

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第三节 中国会展业社会环境分析（s）

一、全球化趋势加速国际交流合作

二、中国开放步伐进一步深入

第四节 行业技术环境分析（t）

一、会展与信息技术

二、会展与多媒体技术

三、技术环境对行业的影响

第五章 中国会展业发展分析

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

第二节 中国会展经济发展分析

一、全国会展组织者收入

二、全国会展数量统计

三、全国会展展出面积

四、全国会展场馆建设

五、全国会展业产业规模

六、全国会展业就业人数

第三节 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

第四节 中国会展业存在的问题与对策

一、中国会展业存在的问题

二、中国会展业发展对策建议

第六章 中国会展业营销趋势及策略分析

第一节 会展业销售渠道分析

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 会展业整合营销策略分析

- 一、会展业主题选择
- 二、展会机构的搭建
- 三、展会卖点的策划
- 四、展会的整合宣传

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

第七章 中国会展数据统计分析

第一节 中国境内展览数据统计

- 一、中国展览数量与面积分析
- 二、各省市展会数量与面积分析
- 三、各省市平均办展面积分析
- 四、四大直辖市展览数据分析
- 五、中国各城市展览数据分析
- 六、5个单列市展览数据分析
- 七、8大经济区展览数据分析

第二节 中国展览机构状况统计

- 一、中国展览机构总体情况
- 二、各省市会展管理机构
- 三、各省市会展协会组织
- 四、各城市会展管理机构
- 五、各城市会展协会组织

第八章 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

第九章 中国会展细分市场分析

第一节 轻工业展览市场分析

- 一、中国轻工业展览发展概述
- 二、办公用品展市场分析
- 三、食品加工展市场分析
- 四、玩具礼品工艺品展市场分析
- 五、皮革及其制品展市场分析
- 六、孕婴童展市场分析
- 七、家具制造展市场分析
- 八、糖酒展市场分析

第二节 纺织业展览市场分析

- 一、中国纺织业展览发展概述

二、纺织业展览市场分析

第三节 机械制造业展览市场分析

一、中国机械制造业展览发展概述

二、新材料展市场分析

三、高端设备展市场分析

四、五金展市场分析

五、机床设备展市场分析

六、交通设备展市场分析

第四节 电子信息业展览市场分析

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

三、通信器材展市场分析

四、电子元件及材料展市场分析

五、消费类电子展市场分析

六、电子生产设备展市场分析

七、电子游戏展市场分析

第五节 农业展览市场分析

一、中国农业展览发展概述

二、林业展市场分析

三、畜牧业展市场分析

四、农业机械业展市场分析

五、水产业展市场分析

第六节 建筑业展览市场分析

一、建筑装饰展市场分析

二、房地产展市场分析

三、建材展市场分析

第七节 交通运输业展览市场分析

一、中国交通运输业展览发展概述

二、汽车展市场分析

三、船舶展市场分析

四、航空航天展市场分析

第八节 医疗行业展览市场分析

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

三、生物产业展市场分析

四、保健展市场分析

第九节 服务业展览市场分析

一、酒店展市场分析

二、物流展市场分析

三、金融展市场分析

第十节 能源行业展览市场分析

一、中国能源行业展览发展概述

二、传统能源展市场分析

三、新能源展市场分析

四、节能环保展市场分析

第十一节 化工行业展览市场分析

一、中国化工行业展览发展概述

二、化工行业展览市场分析

第十二节 文化体育休闲行业展览市场分析

一、文化传媒展市场分析

二、休闲展市场分析

三、体育用品展市场分析

四、广告传播展市场分析

第十章 中国会展业场馆运营分析

第一节 中国会展业场馆发展整体分析

一、中国会展场馆总体分析

二、会展场馆排名情况分析

三、展览馆的区域分布情况

第二节 中国会展展馆投资和经营模式分析

一、中国会展场馆投资建设情况

二、会展业展馆投资和经营模式分析

三、中国会展展馆投资和经营模式现状

第三节 中国会展场馆区位选址分析

一、会展场馆区位条件的内涵

二、中国会展场馆的现实区位规律

三、中国会展场馆区位与效益关系

第四节 中国会展业场馆利用率分析

一、中国会展场馆利用率现状

二、中国会展场馆利用率分析

三、提高会展场馆利用率的建议

第五节 中国会展业场馆盈利分析

- 一、中国会展业场馆主要盈利模式
- 二、中国会展场馆盈利能力不足分析
- 三、中国会展场馆盈利模式发展建议

第十一章 中国会展服务发展情况

第一节 展会服务体系分析

- 一、展会服务体系的基本构成
- 二、各类会展服务重要性分析

第二节 基于体验经济的中国会展服务

- 一、体验经济与会展服务的相关性
- 二、体验式会展服务特征分析
- 三、基于体验经济的会展服务策略

第三节 中国会展服务体系问题与对策

- 一、中国会展服务体系存在的问题
- 二、中国会展服务体系发展的对策

第十二章 中国会展业竞争分析

第一节 中国会展行业竞争力分析

第二节 中国各城市会展业竞争分析

- 一、中国各城市会展竞争力评价
 - (一) 城市会展业竞争力的内涵及模型
 - (二) 城市会展业竞争力评价指标体系
- 二、中国各城市会展业竞争情况分析
 - (一) 中国各城市会展业市场结构
 - (二) 中国各城市会展业市场集中度

第三节 中国会展业企业竞争分析

- 一、世界会展巨头在华竞争分析
 - (一) 英国励展博览集团
 - (二) 亚洲博闻有限公司
 - (三) 德国法兰克福展览公司
 - (四) 德国科隆展览公司
 - (五) 德国汉诺威展览公司
- 二、中国会展企业竞争现状分析

第十三章 中国会展经济带发展分析

第一节 中国会展经济带发展概况

- 一、会展经济带的形成

二、会展经济带的合作

第二节 环渤海会展经济带发展分析

一、环渤海会展经济带发展分析

二、北京市会展业发展分析

三、天津会展行业发展分析

四、青岛会展行业发展分析

第三节 长三角会展经济带发展分析

第四节 珠三角会展经济带发展分析

第五节 东北会展经济带发展分析

第六节 中西部会展经济带发展分析

第十四章 中国会展企业分析

第一节 深圳市会展中心

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

三、企业组织架构分析

四、企业最新发展动向

第二节 上海国际会展中心

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

三、企业最新发展动向

第三节 中国国际展览中心集团公司

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

三、企业会展排期情况

第四节 中国对外贸易中心

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

三、企业发展历程分析

第五节 厦门会展集团股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

第六节 安徽国际会展中心

一、企业基本情况分析

二、企业会展业务分析

三、企业最新发展动向

第七节 重庆国际会展中心经营管理公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业会展业务分析
- 三、企业最新发展动向

第八节 石家庄国际会展中心

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业最新发展动向

第九节 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业会展业务分析
- 四、企业投资前景分析
- 五、企业最新发展动向

第十节 上海科技会展有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业会展业务分析
- 四、企业会展排期情况

第十五章 2022-2028年中国会展业发展趋势与前景分析

第一节 2022-2028年世界会展业发展趋势分析

- 一、行业分工细化催生新展会
- 二、大而全加小而精相结合
- 三、空间上更加协调和完善
- 四、时间上更加协调和完善
- 五、亚洲成为国际竞争中心

第二节 2022-2028年中国会展业发展趋势分析

- 一、中国会展发展趋势整体分析
- 二、中国会展项目发展趋势分析
- 三、中国会展展馆发展趋势分析

第三节 2022-2028年中国会展业趋势预测分析

- 一、中国会展行业趋势预测
- 二、中国会展项目趋势预测
- 三、中国会展展馆趋势预测

第十六章 会展行业“十四五”规划研究

第一节 “十三五”会展行业发展回顾

第二节 会展行业“十四五”总体规划

第三节 会展行业热点问题研究

第四节 会展行业保障措施分析

第五节 “十四五”主要城市会展业发展规划

一、北京会展业发展规划

二、上海会展业发展规划

三、广东会展业发展规划

四、成都会展业发展规划

五、西安会展业发展规划

六、杭州会展业发展规划

七、南京会展业发展规划

第十七章 2022-2028年中国会展业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国会展业投资环境分析

第二节 2022-2028年中国会展业投资机会分析

一、会展项目组织承办的投资机会

二、会展场馆建设和运营投资机会

三、会展相关产品和服务投资机会

第三节 2022-2028年中国会展业投资前景分析

第四节 2022-2028年中国会展业投资前景研究分析

一、会展项目组织承办投资前景研究

二、会展场馆建设运营投资前景研究

三、会展相关产品服务投资前景研究（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/935124.html>