

2014-2020年中国会展行业 前景研究与行业运营态势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国会展行业前景研究与行业运营态势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/5591654ACW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录

第一部分 产业环境

第一章 会展行业发展综述 1

第一节 会展行业定义 1

一、行业定义 1

二、行业特性及在国民经济中的地位 1

第二节 会展行业分类 4

一、按展览性质划分 4

二、按展览内容划分 4

三、按展览规模划分 4

四、按展览时间划分 5

第三节 会展经济功能 5

一、联系和交易功能 5

二、整合营销功能 7

三、调节供需功能 8

四、技术扩散功能 9

五、产业联动功能 11

六、经济一体化功能 16

第四节 会展行业产业链分析 17

一、会展产业链概念内涵和外延 17

二、会展产业链性质和特征 17

1、会展产业链性质 17

2、会展产业链特征 18

三、会展产业链的结构分析 19

1、上游环节 19

2、中游环节 19

3、下游环节 19

四、会展产业链的延展效应分析 19

1、会展产业链的“产内”延展效应 19

(1) 会展为旅游注入活力 19

- (2) 会展增加宾馆与餐饮的收益 20
- (3) 会展带动交通与通信业的发展 20
- (4) 会展刺激了消费需求 20
- (5) 会展导致了物流频繁 20
- (6) 会展使保险业获利丰厚 21
- (7) 会展促进广告与印刷业的发展 21
- 2、会展产业链的“产外”延展效应 21
 - (1) 对其他产业提出新的需求 21
 - (2) 对其他产业提出新的供给要求 21
 - (3) 对其他产业提出新的投资要求 22
 - (4) 对产出品提供了实现价值的可能 22

第二章 会展行业市场环境及影响分析 (PEST) 23

第一节 会展行业政治法律环境 (P) 23

一、会展行业政策环境 23

二、政策环境对行业的影响 40

第二节 行业经济环境分析 (E) 42

一、宏观经济形势分析 42

二、宏观经济环境对行业的影响分析 49

第三节 行业社会环境分析 (S) 50

一、会展行业社会环境 50

1、人口环境分析 50

2、教育环境分析 60

3、文化环境分析 68

4、中国城镇化率 70

二、社会环境对行业的影响 72

第四节 行业技术环境分析 (T) 72

一、会展与信息技术 72

1、信息技术概述 72

2、会展信息与信息流 74

3、信息技术在会展中的功能 75

4、信息技术在展会前的应用及影响 78

5、信息技术在展会中的应用及影响 79

6、信息技术在展会后的应用及影响 80

二、会展与多媒体技术 81

1、多媒体技术概述 81

2、多媒体技术在会展中的应用 83

三、技术环境对行业的影响 85

第三章 国际会展行业发展分析及经验借鉴 86

第一节 全球会展市场总体情况分析 86

一、全球会展行业的发展特点 86

二、2011-2013年全球会展市场结构 87

三、2011-2013年全球会展行业发展分析 87

四、2011-2013年全球会展市场区域分布 89

五、2011-2013年国际重点会展企业及城市发展分析 90

第二节 全球会展市场发展规模分析 90

一、全球展馆规模分析 90

二、全球展会规模分析 92

三、全球展商规模分析 93

第三节 全球主要国家（地区）会展市场分析 94

一、德国 94

1、展馆规模分析 94

2、展会规模分析 95

3、展商规模分析 95

二、欧洲 95

1、展馆规模分析 95

2、展会规模分析 96

3、展商规模分析 96

三、新兴经济体 96

1、展馆规模分析 96

2、展会规模分析 97

3、展商规模分析 97

四、全球主要国家（地区）会展市场格局分析 97

1、一枝独秀	97
2、中流砥柱	98
3、低调贵族	99
4、新兴力量	99
五、全球主要国家（地区）会展发展方向分析	100
1、全球会展业竞争将日趋激烈	100
2、新兴市场经济体角色越来越重要	100
3、德国独大和欧美主导的趋势仍将长期持续	101
4、各国会展业逐步探索并形成自身的特色	101
第四节 全球主要城市会展市场分析	101
一、全球主要城市会展发展规模分析	101
1、会展场馆发展规模	101
2、商贸展会发展规模	104
3、组展企业发展规模	106
二、国际会展城市市场格局分析	108
1、国际会展一线城市	108
2、国际会展二线城市	109
3、国际会展三线城市	113
第四章 中国会展行业的国际比较分析	116
第一节 国内外会展行业发展比较分析	116
一、国外会展行业发展的特点和趋势	116
1、主办机构专业化	116
2、展览公司集团化	116
3、会展品牌化	116
4、会展国际化	116
二、国内外会展行业发展比较分析	117
1、管理体制上的差距	117
2、展览场馆和设施上的差距	117
3、服务水平的差距	117
4、会展人才的差距	118
三、国内外会展行业发展比较经验借鉴	118

- 1、加强政府宏观调控 118
- 2、科学规划及合理布局 119
- 3、加强会展人才的培训 119
- 4、加大政府支持力度 120
- 5、制定品牌战略 120
- 第二节 国内外会展行业管理模式比较 120
 - 一、德国会展管理模式 120
 - 二、法国会展管理模式 121
 - 三、美国会展管理模式 122
 - 四、英国会展管理模式 122
 - 五、中国会展管理模式 123
 - 六、经验借鉴 123
- 第三节 国内外组展企业比较分析 124
 - 一、国际组展商分析 124
 - 1、欧洲整体实力最强，德英占主导地位 124
 - 2、展览公司是组展商主体，展馆运营是主要经营方式 130
 - 3、传媒集团综合实力强，提高旗下展览业务水平 133
 - 4、展览公司呈现国际化、大型化和集团化的趋势 134
 - 二、中国组展商分析 135
 - 1、中国发展势头强劲，但规模效益有待提升 135
 - 2、北上广占主导地位 136
 - 3、海外展览公司规模大效益佳 138
 - 4、过分依赖政府资源不利于民营企业做大做强 140
 - 三、国内外组展商盈利模式特点 141
 - 1、德国模式 141
 - 2、英国模式 141
 - 3、美国拉斯维加斯模式 143
 - 4、中国成都模式 144
 - 四、组展商发展的经验借鉴 146
 - 1、走多业态协同创新道路 146
 - 2、注重关系渠道营销 147

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	148
第一节 我国会展行业发展状况分析	148
一、我国会展行业发展阶段	148
二、我国会展行业发展总体概况	150
三、我国会展行业发展特点分析	151
四、我国会展行业商业模式分析	153
第二节 2011-2013年会展行业发展现状	154
一、2011-2013年我国会展行业市场规模	154
二、2011-2013年我国会展行业发展分析	159
三、2011-2013年我国会展企业发展分析	161
1、我国会展企业的特点	161
2、我国会展企业的分布	161
3、我国会展企业产品类型	162
第三节 2011-2013年会展市场情况分析	164
一、2011-2013年中国会展市场总体概况	164
1、会展规模不断扩大	164
2、“大会展”概念深入人心	164
3、会展业发展稳中有升	165
二、2011-2013年中国会展产品市场发展分析	166
1、我国会展产品结构	166
2、我国会展市场结构	166
第四节 我国会展市场价格走势分析	167
一、会展市场定价机制组成	167
二、会展市场价格影响因素	169
第六章 2014-2020年我国会展市场供需形势分析	170
第一节 2011-2013年我国会展行业供给分析	170
一、展览场馆总体规模	170
二、展览场馆区域分布	170
三、展览场馆省市分布	173
四、展览场馆面积分析	175

第二节 2011-2013年我国会展行业需求给分析	177
一、展会举办场数	177
二、展会展出面积	178
三、展会举办结构	178
第三节 2011-2013年我国会展行业供需平衡分析	178
一、会展行业供需平衡分析	178
二、会展行业供需平衡变化	178
第四节 会展产品市场应用及需求预测	179
一、会展产品应用市场总体需求分析	179
二、2014-2020年会展行业领域需求量预测	179
三、重点行业会展服务需求分析预测	179

第三部分 市场全景调研

第七章 我国会展细分市场分析及预测 180

第一节 轻工业展览市场分析预测 180

- 一、中国轻工业展览发展概述 180
- 二、办公用品展市场分析预测 181
- 三、食品加工展市场分析预测 181
- 四、玩具礼品工艺品展市场分析预测 181
- 五、皮革及其制品展市场分析预测 182
- 六、孕婴童展市场分析预测 183
- 七、家具制造展市场分析预测 183
- 八、糖酒展市场分析预测 184

第二节 纺织业展览市场分析预测 185

- 一、中国纺织业展览发展概述 185
- 二、纺织业展览市场分析预测 187

第三节 机械制造业展览市场分析预测 189

- 一、中国机械制造业展览发展概述 189
- 二、新材料展市场分析预测 191
- 三、高端设备展市场分析预测 192
- 四、五金展市场分析预测 193
- 五、机床设备展市场分析预测 194

六、交通设备展市场分析预测	195
第四节 电子信息业展览市场分析预测	195
一、中国电子信息业展览发展概述	195
二、新兴信息产业展市场分析预测	198
三、通信器材展市场分析预测	199
四、电子元件及材料展市场分析预测	199
五、消费类电子展市场分析预测	200
六、电子生产设备展市场分析预测	200
第五节 林农牧渔业展览市场分析预测	201
一、中国林农牧渔业展览发展概述	201
二、林业展市场分析预测	201
三、畜牧业展市场分析预测	202
四、农业展市场分析预测	203
五、渔业展市场分析预测	205
第六节 建筑业展览市场分析预测	206
一、中国建筑业展览发展概述	206
二、装潢展市场分析预测	207
三、房地产展市场分析预测	208
四、建材展市场分析预测	208
第七节 交通运输业展览市场分析预测	209
一、中国交通运输业展览发展概述	209
二、汽车展市场分析预测	210
三、船舶展市场分析预测	212
四、航空航天展市场分析预测	213
第八节 医疗行业展览市场分析预测	216
一、中国医疗行业展览发展概述	216
二、医疗器械及中药展市场分析预测	216
三、生物产业展市场分析预测	219
四、保健展市场分析预测	220
第九节 服务业展览市场分析预测	221
一、中国服务业展览发展概述	221
二、酒店展市场分析预测	222

三、物流展市场分析预测	223
四、金融展市场分析预测	224
第十节 能源行业展览市场分析预测	225
一、中国能源行业展览发展概述	225
二、传统能源展市场分析预测	226
三、新能源展、节能环保展市场分析预测	227
第十一节 化工行业展览市场分析预测	228
一、中国化工行业展览发展概述	228
二、化工行业展览市场分析预测	229
第十二节 文化传媒、体育、休闲行业展览市场分析预测	229
一、文化传媒展市场分析预测	229
二、休闲展市场分析预测	230
三、体育用品展市场分析预测	230
第八章 我国会展行业营销趋势及策略分析	232
第一节 会展行业销售渠道分析	232
一、会展营销渠道内涵	232
二、会展营销渠道类型	232
三、会展营销渠道特点	232
第二节 会展行业创新营销策略分析	233
一、营销理念创新	233
二、营销主体创新	233
三、营销手段创新	234
四、营销内容创新	234
第三节 会展行业整合营销策略分析	235
一、会展业主题的选择	235
二、展会机构的搭建	235
三、展会卖点的策划	236
四、展会的整合宣传	237
五、展会的综合服务	238
第四节 展览会各个阶段的营销策略	239
一、展览会四阶段概述	239

二、培育期展览会的营销策略	240
三、成长期展览的营销策略	241
四、成熟期与衰退期展览的营销策略	243
第五节 会展中的4C营销分析	245
一、4C营销概述	245
二、4C营销案例分析	246
三、4C营销经营建议	249

第四部分 竞争格局分析

第九章 会展行业（产业集群）及区域市场分析	251
-----------------------	-----

第一节 中国会展经济带发展分析	251
-----------------	-----

一、环渤海会展经济带分析	251
--------------	-----

二、长三角会展经济带分析	251
--------------	-----

三、珠三角会展经济带分析	252
--------------	-----

四、东北会展经济带分析	253
-------------	-----

五、中西部会展经济带分析	254
--------------	-----

第二节 中国会展重点区域市场分析预测	255
--------------------	-----

一、华北地区会展市场分析	255
--------------	-----

1、北京市会展行业发展规模	255
---------------	-----

2、天津市会展行业发展规模	256
---------------	-----

3、河北省会展行业发展规模	257
---------------	-----

4、山西省、内蒙古会展行业发展规模	258
-------------------	-----

二、东北地区会展市场分析	260
--------------	-----

1、辽宁省会展行业发展规模	260
---------------	-----

2、吉林省会展行业发展规模	261
---------------	-----

3、黑龙江省会展行业发展规模	262
----------------	-----

三、华东地区会展市场分析	263
--------------	-----

1、上海市会展行业发展规模	263
---------------	-----

2、江苏省会展行业发展规模	264
---------------	-----

3、浙江省会展行业发展规模	266
---------------	-----

4、安徽省会展行业发展规模	268
---------------	-----

5、福建省会展行业发展规模	268
---------------	-----

6、江西省会展行业发展规模	270
7、山东省会展行业发展规模	270
四、华中地区会展市场分析	272
1、湖北省会展行业发展规模	272
2、湖南省会展行业发展规模	273
3、河南省会展行业发展规模	274
五、华南地区会展市场分析	275
1、广东省会展行业发展规模	275
2、广西区会展行业发展规模	277
3、海南省会展行业发展规模	278
4、港澳台会展行业发展规模	279
六、西南地区会展市场分析	281
1、四川省会展行业发展规模	281
2、重庆市会展行业发展规模	282
3、贵州省会展行业发展规模	283
4、云南省会展行业发展规模	283
5、西藏区会展行业发展规模	284
七、西北地区会展市场分析	284
1、陕西省会展行业发展规模	284
2、新疆、青海、甘肃、宁夏会展行业发展规模	286

第十章 2014-2020年会展行业竞争形势及策略 289

第一节 行业总体市场竞争状况分析 289

- 一、会展行业竞争结构分析 289
- 二、会展行业企业间竞争格局分析 289
- 三、会展行业集中度分析 290
- 四、会展行业SWOT分析 291

第二节 中国会展行业竞争格局综述 293

- 一、会展行业竞争概况 293
- 二、中国会展行业竞争力分析 294
- 三、中国会展服务竞争力优势分析 297

第三节 2011-2013年会展行业竞争格局分析 299

一、2011-2013年国内外会展竞争分析	299
二、2011-2013年我国会展市场竞争分析	301
三、2011-2013年我国会展市场集中度分析	303
第四节 会展企业提高竞争力策略分析	305
一、会展企业核心竞争力存在的问题	305
1、缺乏以顾客为核心的服务意识	305
2、忽视以员工发展为核心的激励制度	305
3、缺少以品牌为核心的营销模式	306
4、学习组织缺乏系统管理	306
二、提升会展企业核心竞争力的对策	307
1、建立“刚柔相济”的会展企业管理模式	307
2、加强以顾客为核心的客户关系管理	307
3、完善以人才发展为目标的人力资源管理体系	308
4、树立以品牌为重心的营销模式	309
5、建立学习型组织的成长战略	310
第十一章 2014-2020年会展行业领先企业经营形势	311
第一节 上海东浩国际服务贸易(集团)有限公司	311
一、企业简介	311
二、企业组织架构分析	311
三、企业会展业务分析	312
四、企业经营情况分析	313
五、企业未来发展分析	313
第二节 上海科技会展有限公司	314
一、企业简介	314
二、企业组织架构分析	314
三、企业会展业务分析	315
四、企业经营情况分析	316
五、企业未来发展分析	316
第三节 宁波国际展览中心有限公司	316
一、企业简介	316
二、企业组织架构分析	318

三、企业会展业务分析	318
四、企业经营情况分析	318
五、企业未来发展分析	319
第四节 大连北方国际展览股份有限公司	319
一、企业简介	319
二、企业组织架构分析	320
三、企业会展业务分析	320
四、企业经营情况分析	320
五、企业未来发展分析	321
第五节 中国国际展览中心集团公司	321
一、企业简介	321
二、企业组织架构分析	322
三、企业会展业务分析	323
四、企业经营情况分析	324
五、企业未来发展分析	326
第六节 上海新国际博览中心有限公司	327
一、企业简介	327
二、企业组织架构分析	328
三、企业会展业务分析	328
四、企业经营情况分析	328
五、企业未来发展分析	329
第七节 上海市国际展览有限公司	329
一、企业简介	329
二、企业组织架构分析	330
三、企业会展业务分析	331
四、企业经营情况分析	333
五、企业未来发展分析	333
第八节 广州益武国际展览有限公司	333
一、企业简介	333
二、企业组织架构分析	335
三、企业会展业务分析	335
四、企业经营情况分析	335

五、企业未来发展分析	336
第九节 厦门会展集团股份有限公司	337
一、企业简介	337
二、企业组织架构分析	338
三、企业会展业务分析	339
四、企业经营情况分析	340
五、企业未来发展分析	340
第十节 京慕国际展览有限公司	341
一、企业简介	341
二、企业组织架构分析	342
三、企业会展业务分析	343
四、企业经营情况分析	343
五、企业未来发展分析	344
第十一节 长城国际展览有限责任公司	344
一、企业简介	344
二、企业组织架构分析	345
三、企业会展业务分析	345
四、企业经营情况分析	345
五、企业未来发展分析	346
第十二节 励展博览集团	346
一、企业简介	346
二、企业组织架构分析	348
三、企业会展业务分析	349
四、企业经营情况分析	349
五、企业未来发展分析	350
第十三节 天津市国展中心股份有限公司	350
一、企业简介	350
二、企业组织架构分析	352
三、企业会展业务分析	352
四、企业经营情况分析	353
五、企业未来发展分析	353
第十四节 辽宁北方工商业展览服务有限责任公司	353

一、企业简介	353
二、企业组织架构分析	354
三、企业会展业务分析	354
四、企业经营情况分析	354
五、企业未来发展分析	354
第十五节 湖北中科会展有限责任公司	355
一、企业简介	355
二、企业组织架构分析	355
三、企业会展业务分析	355
四、企业经营情况分析	356
五、企业未来发展分析	356
第十六节 北方国际展览有限公司	356
一、企业简介	356
二、企业组织架构分析	357
三、企业会展业务分析	357
四、企业经营情况分析	358
五、企业未来发展分析	358
第十七节 四川新中联展览服务有限公司	359
一、企业简介	359
二、企业组织架构分析	360
三、企业会展业务分析	360
四、企业经营情况分析	361
五、企业未来发展分析	361
第十八节 雅森国际展览有限公司	361
一、企业简介	361
二、企业组织架构分析	363
三、企业会展业务分析	363
四、企业经营情况分析	364
五、企业未来发展分析	366
第十九节 武汉尚格会展股份有限公司	366
一、企业简介	366
二、企业组织架构分析	367

三、企业会展业务分析	367
四、企业经营情况分析	368
五、企业未来发展分析	369
第二十章 上海博华国际展览有限公司	369
一、企业简介	369
二、企业组织架构分析	371
三、企业会展业务分析	372
四、企业经营情况分析	372
五、企业未来发展分析	373
第二十一章 中国对外贸易广州展览总公司	373
一、企业简介	373
二、企业组织架构分析	374
三、企业会展业务分析	374
四、企业经营情况分析	374
五、企业未来发展分析	375
第二十二章 海口九愚会展有限公司	375
一、企业简介	375
二、企业组织架构分析	376
三、企业会展业务分析	376
四、企业经营情况分析	376
五、企业未来发展分析	378
第二十三章 南京亚东展览服务有限公司	378
一、企业简介	378
二、企业组织架构分析	379
三、企业会展业务分析	379
四、企业经营情况分析	379
五、企业未来发展分析	379
第二十四章 浙江德纳展览有限公司	380
一、企业简介	380
二、企业组织架构分析	381
三、企业会展业务分析	381
四、企业经营情况分析	382

五、企业未来发展分析	383
第二十五节 青岛海名国际会展有限公司	383
一、企业简介	383
二、企业组织架构分析	384
三、企业会展业务分析	384
四、企业经营情况分析	384
五、企业未来发展分析	384
第二十六节 青岛金诺国际会展有限公司	385
一、企业简介	385
二、企业组织架构分析	386
三、企业会展业务分析	386
四、企业经营情况分析	386
五、企业未来发展分析	386
第二十七节 合肥国源展览展示有限公司	387
一、企业简介	387
二、企业组织架构分析	388
三、企业会展业务分析	388
四、企业经营情况分析	388
五、企业未来发展分析	388
第二十八节 太原博翰展览有限公司	389
一、企业简介	389
二、企业组织架构分析	390
三、企业会展业务分析	390
四、企业经营情况分析	390
五、企业未来发展分析	391
第二十九节 湖南长沙兰德展览广告有限公司	391
一、企业简介	391
二、企业组织架构分析	392
三、企业会展业务分析	392
四、企业经营情况分析	393
五、企业未来发展分析	393
第三十节 郑州龙原展览展示有限公司	394

- 一、企业简介 394
- 二、企业组织架构分析 394
- 三、企业会展业务分析 394
- 四、企业经营情况分析 394
- 五、企业未来发展分析 395

第五部分 投资前景展望

- 第十二章 会展行业“十二五”规划研究 396
 - 第一节 “十一五”会展行业发展回顾 396
 - 一、“十一五”会展行业运行情况 396
 - 二、“十一五”会展行业发展特点 397
 - 三、“十二五”会展行业发展前景 398
 - 第二节 会展行业“十二五”总体规划 401
 - 一、会展行业“十二五”规划纲要 401
 - 二、会展行业“十二五”规划指导思想 402
 - 三、会展行业“十二五”规划主要目标 402
 - 第三节 “十二五”时期会展行业热点问题研究 403
 - 一、加强产业规划 403
 - 二、加快市场化和专业化进程 403
 - 三、着力扶持品牌展会发展 403
 - 四、引导各类会展主体协调发展 403
 - 五、推动构建会展业服务体系 404
 - 六、夯实行业发展基础 404
 - 七、稳步推进行业信用体系建设 404
 - 八、加强对外交流合作 404
 - 第四节 “十二五”时期会展行业保障措施分析 405
 - 一、加强组织领导 405
 - 二、完善法律法规和管理制度 405
 - 三、出台扶持政策 405
 - 四、优化公共服务 405
 - 五、强化知识产权保护 406
 - 六、加强人才培养和引进 406

七、加强行业自律	406
八、加强理论研究	406
九、抓好贯彻落实	407
第十三章 2014-2020年会展行业前景及趋势预测	408
第一节 2014-2020年会展市场发展前景	408
一、2014-2020年会展市场发展潜力	408
二、2014-2020年会展市场发展前景展望	409
三、2014-2020年会展细分行业发展前景分析	411
第二节 2014-2020年会展市场发展趋势预测	419
一、全球化	419
二、品牌化	419
三、资本化	420
四、产业化	420
五、集群化	421
六、市场化	421
七、专业化	421
八、智能化	422
第三节 2014-2020年中国会展行业供需预测	424
一、2014-2020年中国会展行业供给预测	424
二、2014-2020年中国会展行业需求预测	425
三、2014-2020年中国会展行业供需平衡预测	426
第十四章 2014-2020年会展行业投资价值评估分析	431
第一节 会展行业投资特性分析	431
一、会展行业进入壁垒分析	431
二、会展行业盈利制约因素分析	433
三、会展行业盈利模式分析	435
第二节 2014-2020年会展行业发展的影响因素	437
一、机遇	437
1、中国的机遇	437
2、行业的机遇	438

3、市场的机遇	438
二、挑战	439
1、竞争方面的挑战	439
2、经济发展的挑战	440
第三节 2014-2020年会展行业投资价值评估分析	440
一、行业投资效益分析	440
二、产业发展的空白点分析	447
三、投资回报率比较高的投资方向	450
四、新进入者应注意的障碍因素	451
第十五章 2014-2020年会展行业投资机会与风险	454
第一节 会展行业投融资情况	454
一、行业资金渠道分析	454
二、固定资产投资分析	455
三、兼并重组情况分析	456
四、会展行业投资现状分析	459
第二节 2014-2020年会展行业投资机会	462
一、产业链投资机会	462
二、细分市场投资机会	464
三、重点区域投资机会	468
四、会展行业投资机遇	470
第三节 2014-2020年会展行业投资风险及防范	473
一、政策风险及防范	473
二、市场风险及防范	476
三、宏观经济波动风险及防范	482
四、关联产业风险及防范	486
五、其他风险及防范	488
第四节 中国会展行业投资建议	491
一、会展行业未来发展方向	491
二、会展行业主要投资建议	493
三、中国会展企业市场化发展策略	493

第六部分 投资战略研究

第十六章 2014-2020年会展行业发展战略研究 497

第一节 会展行业面临的问题及对策分析 497

一、会展场馆发展问题 497

1、会展场馆规模偏小 497

2、配套设施不足 497

3、会展场馆科技含量少 497

二、会展行业发展问题 497

1、会展业结构层次混乱 497

2、会展业市场化程度低 498

3、专业展览公司少 498

4、展览总体服务水平不高 498

三、会展行业发展对策 499

1、加强硬件设施建设 499

2、提高服务品质 499

3、强化品牌化意识 499

4、采取措施实现科技成果共享 500

5、推进会展业集团化 500

6、强调办展效率 500

7、实行会展形式多样化和经营项目多元化 501

8、加强会展业人力资源开发创新性工作 501

9、加大专业会展公司的发展 502

第二节 会展场馆发展战略研究 503

一、会展场馆的主要盈利模式 503

1、会展场馆租赁的盈利模式 503

2、多元化产品和增值服务的盈利模式 503

3、品牌化的盈利模式 503

4、投资于相关产业的盈利模式 504

5、房地产增值的盈利模式 504

6、资本运作的盈利模式 504

二、会展场馆盈利的因素 504

1、供给方面 504

2、需求方面	505
三、会展场馆盈利模式建议	506
1、注重规划建设的盈利模式	506
2、注重后续开发的盈利模式	507
3、会展企业集群的盈利模式	509
四、会展场馆经营管理战略研究	510
1、会展场馆的市场定位	510
2、会展场馆的客户管理	513
3、会展场馆场地营销	516
4、自办展营销	517
5、会展场馆的国际化管理	521
五、会展场馆品牌化战略研究	523
1、会展场馆品牌化发展的内涵	523
2、会展场馆品牌化发展的意义	523
3、会展场馆品牌化发展策略	524
第三节 会展企业发展战略研究	527
一、影响会展企业战略选择的因素	527
1、产业因素	527
2、市场因素	529
3、软硬件设施因素	531
二、不同发展阶段的会展企业战略选择	532
1、培育期的会展企业	532
2、成长期的会展企业	534
3、成熟期的会展企业	535
4、衰退期的会展企业	535
三、不同竞争位次的会展企业战略选择	535
1、市场主导型企业	535
2、市场挑战型企业	536
3、市场跟随型企业	536
4、市场补缺型企业	537
四、不同地域的会展企业发展战略选择	537
1、环渤海会展经济带	537

- 2、东北会展经济带 538
- 3、长江三角洲会展经济 538
- 4、珠江三角洲会展经济带 539
- 5、中西部会展经济带 540

第十七章 会展行业案例分析研究 542

第一节 会展行业展馆发展案例分析 542

- 一、中国国际展览中心新馆 542
- 二、上海新国际博览中心 544
- 三、中国进出口商品交易会琶洲馆 544

第二节 重点会展项目发展案例分析 546

- 一、广交会 546
- 二、高交会 549
- 三、华交会 552
- 四、西博会 555

第三节 广州光亚展览有限公司发展战略案例分析 556

- 一、公司简介 556
- 二、产品战略 557
- 三、产品发展战略 558
- 四、市场开发战略 558
- 五、企业联合战略 558
- 六、人力资源战略 558

第十八章 会展行业投资战略研究 562

第一节 会展行业发展战略研究 562

- 一、战略综合规划 562
- 二、技术开发战略 563
- 三、业务组合战略 563
- 四、区域战略规划 565
- 五、产业战略规划 566
- 六、营销品牌战略 566
- 七、竞争战略规划 567

第二节 对我国会展品牌的战略思考	568
一、会展品牌的重要性	568
二、会展实施品牌战略的意义	569
三、会展企业品牌的现状分析	571
四、我国会展企业的品牌战略	573
五、会展品牌战略管理的策略	574
第三节 会展经营策略分析	577
一、会展市场细分策略	577
二、会展市场创新策略	577
三、会展新产品差异化战略	580
第四节 会展行业投资战略研究	584
一、2014-2020年会展行业投资战略	584
二、2014-2020年细分行业投资战略	586

第十九章 研究结论及投资建议	587
第一节 会展行业研究结论及建议	587
第二节 会展子行业研究结论及建议	591
第三节 会展行业投资建议	596
一、行业发展策略建议	596
二、行业投资方向建议	600
三、行业投资方式建议	600

【图表目录】

图表：2012年国内生产总值核算数据	47
图表：2012年国内生产总值环比增速	47
图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度	48
图表：2012-2013年全国人口变化	51
图表：2012-2013年中国人口性别变化	52
图表：2012-2013年中国人口各年龄段变化	52
图表：2012-2013年中国人口城乡结构变化	53
图表：2012-2013年全国人户分离人口变化	53
图表：2012-2013年全国流动人口变化	54

图表：人口及其自然增长率变化情况	54
图表：2012-2013年中国农村人均收入变化	55
图表：2012-2013年中国城镇人均收入变化	55
图表：2012-2013年中国恩格尔系数变化情况	56
图表：2012-2013年全国参加城镇职工基本养老保险情况	57
图表：2012-2013年全国参加城镇基本医疗保险情况	57
图表：2012-2013年中国参加失业保险情况	58
图表：2012-2013年中国参加失业保险情况	58
图表：2012-2013年中国参加失业保险情况	59
图表：2012-2013年中国农村扶贫对象人数情况	59
图表：2008-2012年普通高等教育、中等职业教育及普通高中生招生人数	60
图表：2012-2013年全国各类型教育招生情况	61
图表：2012-2013年全国各类型教育在校生情况	61
图表：2012-2013年全国各类型教育毕业生情况	62
图表：2008-2012年研究与试验发展（R&D）经费支出	63
图表：2012-2013年全国工程研究实验室建设情况	63
图表：2012-2013年全国专利申请情况	64
图表：2012-2013年全国授予专利发明情况	64
图表：2012-2013年全国有效专利发明情况	65
图表：2012-2013年中国技术合同签订情况	65
图表：2012-2013年全国产品检测室情况	66
图表：2012-2013年全国产品认证情况	67
图表：2012-2013年全国计量情况	67
图表：2012-2013年全国制定国家标准情况	68
图表：2012-2013年全国艺术系统情况	69
图表：2012-2013年全国影视制作情况	69
图表：2012-2013年全国出版物情况	70
图表：2002-2012年全国城镇人口比重	71
图表：2000-2012年我国城镇化水平变化情况	71
图表：全球最具竞争力展馆城市拥有面积排名	103
图表：世界百强商展拥有量城市排名	105
图表：组展商所在城市营业总额排名	107

图表：国际会展一线城市实力排名	108
图表：国际会展一线城市实力分布	109
图表：会展业发展基础较好且市场运行质量较高的城市	110
图表：会展业发展基础较好且市场运行质量较高的城市分布	111
图表：会展业基础设施相当好且运营能力相当强的城市	112
图表：会展业基础设施相当好且运营能力相当强的城市分布	112
图表：会展基础设施相当好的城市	114
图表：会展运营能力较强的城市	115
图表：全球组展商营业额27强区域分布情况	125
图表：UFI组展商会员数量TOP10	126
图表：全球组展商营业额27强国家分布	127
图表：2005-2010年德国组展商年营业额	127
图表：杜塞尔多夫展览有限公司股权构成	128
图表：2006-2010年UFI会员展览会数量	131
图表：2006-2010年UFI会员展览会规模	131
图表：2006~2010年UFI会员展览会地区分布趋势	132
图表：中国通过UFI认证的组展机构城市分布	138
图表：海外展览企业及民营展览企业参与举办展览会的情况	139
图表：2008-2012年中国展会数量	155
图表：2008-2012年中国展会展出面积	155
图表：2008-2012年中国会展业直接产值	156
图表：2010-2012年中国会展业从业人员	157
图表：2010-2012年中国会展业拉动效应	157
图表：2012年中国展览会数量省份分布	173
图表：2012年中国展览馆数量省份比例	174
图表：2012年中国展览会面积省份分布	175
图表：2012年中国展览馆面积省份比例	176
图表：2012-2013年中国举办展会场数	177
图表：2012年中国举办展会场数最多的十个省市	177
图表：2012-2013年中国展会展出总面积	178
图表：2008-2012年我国电子信息产业收入规模	196
图表：2012年电子信息制造业与全国工业增加值累计增速对比	196

图表：2012年电子信息产业固定资产投资增速 196

图表：2012年我国电子信息产品累计出口额及增速 197

图表：2012年我国规模以上电子信息制造业收入及利润情况 197

图表：2012年电子信息制造业主要行业发展态势对比 197

图表：2012年电子信息制造业内外销产值累计增速对比 198

图表：2011年北京市展览馆情况 255

图表：2011年北京市室内展览面积分布 256

图表：2011年天津市展览馆情况 256

图表：2011年天津市室内展览面积分布 257

图表：2011年河北省展览馆情况 257

图表：2011年河北省室内展览面积分布 258

图表：2011年山西省、内蒙古区展览馆情况 259

图表：2011年山西省室内展览面积分布 259

图表：2011年内蒙古区室内展览面积分布 260

图表：2011年辽宁省展览馆情况 261

图表：2011年辽宁省室内展览面积分布 261

图表：2011年吉林省展览馆情况 262

图表：2011年吉林省室内展览面积分布 262

图表：2011年黑龙江省展览馆情况 263

图表：2011年黑龙江省室内展览面积分布 263

图表：2011年上海市展览馆情况 264

图表：2011年上海市室内展览面积分布 264

图表：2011年江苏省展览馆情况 265

图表：2011年江苏省室内展览面积分布 266

图表：2011年浙江省展览馆情况 267

图表：2011年浙江省室内展览面积分布 267

图表：2011年安徽省展览馆情况 268

图表：2011年安徽省室内展览面积分布 268

图表：2011年福建省展览馆情况 269

图表：2011年福建省室内展览面积分布 269

图表：2011年江西省展览馆情况 270

图表：2011年江西省室内展览面积分布 270

图表：2011年山东省展览馆情况	271
图表：2011年山东省室内展览面积分布	272
图表：2011年湖北省展览馆情况	272
图表：2011年湖北省室内展览面积分布	273
图表：2011年湖南省展览馆情况	273
图表：2011年湖南省室内展览面积分布	274
图表：2011年河南省展览馆情况	274
图表：2011年河南省室内展览面积分布	275
图表：2011年广东省展览馆情况	276
图表：2011年广东省室内展览面积分布	277
图表：2011年广西省展览馆情况	278
图表：2011年广西区室内展览面积分布	278
图表：2011年海南省展览馆情况	279
图表：2011年海南省室内展览面积分布	279
图表：2011年港澳台展览馆情况	280
图表：2011年港澳台室内展览面积分布	280
图表：2011年四川省展览馆情况	281
图表：2011年四川省室内展览面积分布	281
图表：2011年重庆市展览馆情况	282
图表：2011年重庆市室内展览面积分布	282
图表：2011年贵州省展览馆情况	283
图表：2011年贵州省室内展览面积分布	283
图表：2011年云南省展览馆情况	284
图表：2011年云南省室内展览面积分布	284
图表：2011年陕西省展览馆情况	285
图表：2011年陕西省室内展览面积分布	285
图表：2011年新疆区、青海区、宁夏区、甘肃省展览馆情况	286
图表：2011年宁夏区室内展览面积分布	286
图表：2011年青海区室内展览面积分布	287
图表：2011年新疆区室内展览面积分布	287
图表：2011年甘肃省室内展览面积分布	288
图表：上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司组织架构	312

图表：2012-2013年上半年上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司营业收入情况 313

图表：上海科技会展有限公司组织架构 314

图表：宁波国际展览中心有限公司组织架构 318

图表：2012-2013年上半年大连北方国际展览股份有限公司营业额情况 321

图表：中国国际展览中心集团公司组织架构 322

图表：上海新国际博览中心有限公司组织架构 328

图表：上海市国际展览有限公司组织架构 330

图表：广州益武国际展览有限公司组织架构 335

图表：厦门会展集团股份有限公司组织架构 338

图表：京慕国际展览有限公司组织架构 342

图表：长城国际展览有限责任公司组织架构 345

图表：天津市国展中心股份有限公司组织架构 352

图表：辽宁北方工商业展览服务有限责任公司组织架构 354

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/5591654ACW.html>