

2016-2022年中国会展行业 全景调研及市场需求预测报告

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

《2016-2022年中国会展行业全景调研及市场需求预测报告》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/chuanmei/Y16189OUHE.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

会展是指会议、展览、大型活动等集体性的商业或非商业活动的简称。其概念内涵是指在一定地域空间，许多人聚集在一起形成的、定期或不定期、制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动，其概念的外延包括各种类型的博览会、展销活动、大中小型会议、文化活动、节庆活动等。特定主题的会展是指围绕特定主题集合多人在特定时空的集聚交流活动。狭义的会展仅指展览会和会议；广义的会展是会议、展览会、节事活动和各类产业/行业相关展览的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等都是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动，目前国内会展产业链已经相当完善。

随着外贸增长鼓励政策的不断实施，出国办展的规模及未来的需求也逐步增加，得益于各级政府的直接推动和市场需求的稳定表现以及各组展单位的积极努力，2012年出国展览各项主要指标包括展出面积和参展企业数的同比增速已基本回复到2008年金融危机前的水平。2013年度受欧美国家经济发展趋缓、发达国家不断采取量化宽松货币政策以及贸易和投资保护主义加剧等因素影响，出国展览同比略有下降。2015年受世界经济增长放缓、国际市场需求萎缩等多重因素影响，整体规模有所下滑。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国会展行业全景调研及市场需求预测报告》共十五章。首先介绍了会展产业相关概念及发展环境，接着分析了中国会展行业规模及消费需求，然后对中国会展行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国会展行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国会展行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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调研数据，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 会展行业发展综述 21

第一节 会展与会展业行业定义 21

一、会展定义 21

二、会展业定义 21

三、行业特性及在国民经济中的地位 21

第二节 会展行业分类 22

- 一、按展览性质划分 22
- 二、按展览内容划分 22
- 三、按展览规模划分 23
- 四、按展览时间划分 23
- 第三节 会展经济功能 23
 - 一、联系和交易功能 23
 - 二、整合营销功能 24
 - 三、调节供需功能 25
 - 四、技术扩散功能 25
 - 五、产业联动功能 26
 - 六、经济一体化功能 28
- 第四节 会展行业产业链分析 29
 - 一、会展产业链概念内涵和外延 29
 - 二、会展产业链性质和特征 30
 - (一) 会展产业链性质 30
 - (二) 会展产业链特征 30
 - 三、会展产业链的结构分析 31
 - (一) 上游环节 31
 - (二) 中游环节 31
 - (三) 下游环节 32
- 第五节 会展产业链的内外延展效应分析 32
 - 一、会展产业链的“产内”延展效应 32
 - (一) 会展为旅游注入活力 32
 - (二) 会展增加宾馆与餐饮的收益 33
 - (三) 会展带动交通与通信业的发展 33
 - (四) 会展刺激了消费需求 33
 - (五) 会展导致了物流频繁 33
 - (六) 会展使保险业获利丰厚 33
 - (七) 会展促进广告与印刷业的发展 34
 - 二、会展产业链的“产外”延展效应 34
 - (一) 对其他产业提出新的需求 34
 - (二) 对其他产业提出新的供给要求 34

- (三) 对其他产业提出新的投资要求 34
- (四) 对产出品提供了实现价值的可能 35

第二章 国际会展行业发展分析及经验借鉴 36

第一节 全球会展市场总体情况分析 36

- 一、世界展商前20排名规模分析 36
- 二、全球会展行业发展分析 37
- 三、全球会展市场区域分布 38
- 四、2014世界展商的主要特征 39

第二节 国际会展经济发展格局分析 40

- 一、全球展览设施格局 40
- 二、全球展览规模格局 41
- 三、全球组展商现状 41

第三节 国际会展经济发展趋势分析 41

- 一、多极化发展趋势明显 41
- 二、国际会展市场三足鼎立 41
- 三、产业重心转移催生会展重心东移 42
- 四、会展业国际进程加快 42

第三章 中国会展行业的国际比较分析 43

第一节 国内外会展行业发展比较分析 43

一、国外会展行业发展的特点和趋势 43

- (一) 主办机构专业化 43
- (二) 展览公司集团化 43
- (三) 会展一体化 43
- (四) 会展国际化 44

二、国内外会展行业发展比较分析 44

- (一) 管理体制上的差距 44
- (二) 展会定位上的差距 44
- (三) 服务水平的差距 44
- (四) 会展人才的差距 45

三、国内外会展行业发展比较经验借鉴 45

- (一) 加强政府宏观调控 45
- (二) 科学规划及合理布局 45
- (三) 加强会展人才的培训 46
- (四) 加大政府支持力度 46
- (五) 制定品牌战略 47

第二节 国内外会展行业管理模式比较 47

- 一、德国会展管理模式 47
- 二、法国会展管理模式 48
- 三、美国会展管理模式 48
- 四、英国会展管理模式 49
- 五、中国会展管理模式 49
- 六、经验借鉴 50

第三节 国内外组展企业盈利模式比较 51

- 一、国内外组展商盈利模式特点 51
 - (一) 德国模式 51
 - (二) 英国模式 51
 - (三) 美国拉斯维加斯模式 52
 - (四) 中国成都模式 53
- 二、组展商发展的经验借鉴 55
 - (一) 走多业态协同创新道路 55
 - (二) 注重关系渠道营销 56

第四章 会展行业市场环境及影响分析 (PEST) 57

第一节 会展行业政治法律环境 (P) 57

- 一、中国会展业的监管体制 57
- 二、中国会展业主要法律法规 59
- 三、中国会展业最新政策体系 60

第二节 行业经济环境分析 (E) 61

- 一、中国GDP增长情况分析 61
- 二、工业经济发展形势分析 62
- 三、社会固定资产投资分析 63
- 四、全社会消费品零售总额 65

五、城乡居民收入增长分析 66

六、居民消费价格变化分析 67

七、对外贸易发展形势分析 68

第三节 行业社会环境分析 (S) 69

一、人口环境分析 69

二、教育文化环境 70

三、科技环境分析 71

四、生态环境分析 71

五、中国城镇化率 72

第四节 行业技术环境分析 (T) 72

一、会展与信息技术 72

(一) 信息技术概述 72

(二) 会展信息与信息流 73

(三) 信息技术在会展中的功能 74

(四) 信息技术在展会前的应用及影响 74

(五) 信息技术在展会中的应用及影响 75

(六) 信息技术在展会后的应用及影响 76

二、会展与多媒体技术 78

(一) 多媒体技术概述 78

(二) 多媒体技术在会展中的应用 79

三、技术环境对行业的影响 79

第五章 我国会展行业运行现状分析 81

第一节 我国会展行业发展状况分析 81

一、中国会展业发展历程 81

二、中国会展业发展模式 82

三、中国会展业发展特征 83

第二节 会展行业发展规模分析 85

一、会展行业产业规模 85

二、会展组织者收入规模 85

三、会展展览数量规模 85

四、会展展览面积规模 86

第三节 出国办展项目规模分析 86

一、会展展览项目数量规模 86

二、会展展览展出面积规模 87

三、会展展览参展企业数规模 87

第四节 会展市场情况分析 88

一、中国会展市场总体概况 88

(一) 会展规模不断扩大 88

(二) “大会展”概念深入人心 88

(三) 会展业发展稳中有升 88

二、我国会展市场价格分析 89

三、主要城市会展市场价格 89

第五节 中国会展业品牌发展分析 90

一、中国会展品牌实施意义 90

二、中国会展品牌发展现状 91

三、中国会展品牌发展建议 93

第六节 会展行业发展存在的问题 97

一、宏观管理体系尚不健全 97

二、法律法规尚不配套 98

三、税收政策尚不到位 98

四、市场培育尚不成熟 98

五、国际竞争力尚不突出 98

第七节 会展行业发展对策建议 99

一、健全全国会展管理协调机制，发挥市场配置资源的作用 99

二、进一步健全行业法规体系，推动会展经营、管理法制化 99

三、巩固清理规范成果，加快会展市场化改革进程 99

四、加强市场环境建设，完善行业自律体系 99

五、出台行业促进政策，助推产业做大做强 100

六、加强市场主体培育，提升行业国际竞争力 100

第六章 我国会展行业营销趋势及策略分析 101

第一节 会展行业销售渠道分析 101

一、会展营销渠道内涵 101

二、会展营销渠道类型	101
三、会展营销渠道特点	101
第二节 会展行业创新营销策略分析	101
一、营销理念创新	101
二、营销主体创新	102
三、营销手段创新	103
四、营销内容创新	103
第三节 会展行业整合营销策略分析	104
一、会展业主题选择	104
二、展会机构的搭建	104
三、展会卖点的策划	105
四、展会的整合宣传	106
第四节 展览会各个阶段的营销策略	106
一、展览会四阶段概述	106
二、培育期展览会的营销策略	107
三、成长期展览的营销策略	108
四、成熟期与衰退期展览的营销策略	110
第七章 会展行业案例分析研究	113
第一节 会展行业展馆发展案例分析	113
一、中国国际展览中心新馆	113
（一）会展场馆规模	113
（二）场馆运营模式	114
（三）场馆服务	114
（四）场馆设施	115
二、上海新国际博览中心	116
（一）场馆概况	116
（二）场馆经营	117
（三）场馆设施	117
三、中国进出口商品交易会琶洲馆	118
（一）场馆概况	118
（二）会展场馆规模	118

(三) 场馆设施 118

第二节 重点会展项目发展案例分析 119

一、广交会 119

(一) 广交会相关概述 119

(二) 广交会采购商到会统计 120

(三) 广交会成交额统计分析 121

(四) 广交会经济效应分析 121

二、高交会 123

(一) 高交会相关概述 123

(二) 高交会参展商到会统计 124

(三) 高交会投资商到会统计 125

(四) 高交会参展项目到会统计 125

(五) 高交会相关影响效应分析 126

三、华交会 127

(一) 华交会相关概述 127

(二) 华交会参展商数量统计 128

(三) 华交会成交额数量统计 129

(四) 华交会海外客商数量统计 130

(五) 华交会的成功启示 131

四、西博会 133

(一) 西博会相关概述 133

(二) 西博会参与人数统计 134

(三) 西博会成交项目数量 134

(四) 西博会成交项目金额 135

第三节 广州国际照明展览会案例分析 136

第八章 我国会展细分市场分析 139

第一节 轻工业展览市场 139

一、中国轻工业展览发展总体规模 139

二、食品饮料烟酒行业 140

三、眼镜珠宝钟表行业 142

四、建筑材料行业 142

- 五、婚丧用品行业 143
- 六、家具木工机械行业 144
- 七、礼品家庭用品行业 144
- 八、广告摄影器材行业 145
- 九、纺织工业行业 145
- 第二节 重工业展览市场 146
 - 一、中国重工业展览发展总体规模 146
 - 二、汽车产业行业 146
 - 三、电子与自动化行业 148
 - 四、工业设备维修行业 150
 - 五、机床模具行业 151
 - 六、电气电力资源行业 152
 - 七、石材采矿设备行业 152
 - 八、建筑工程机械行业 153
 - 九、铸造冶金焊接行业 154
 - 十、石化产品行业 155
 - 十一、IT及通讯行业 155
- 第三节 服务业展览市场 156
 - 一、中国服务业展览发展总体规模 156
 - 二、休闲时尚艺术行业 156
 - 三、医药医疗保健行业 157
 - 四、金融保险房产行业 160
 - 五、运输交通物流行业 161
 - 六、公共安全防伪行业 163
 - 七、酒店设备行业 163
 - 八、环境保护行业 164
 - 九、教育培训招聘行业 164
 - 十、特许经营行业 164
 - 十一、媒体出版发行行业 165
- 第四节 林农牧渔业展览市场分析 167
 - 一、林业展市场分析 167
 - 二、畜牧业展市场分析 169

三、农业展市场分析 170

四、渔业展市场分析 170

第五节 能源行业展览市场分析 171

一、中国能源行业展览发展概述 171

二、传统能源展市场分析 172

三、新能源展市场分析 173

第九章 中国会展行业服务分析 174

第一节 会展服务体系分析 174

一、展前服务 174

二、展中服务 175

三、展后服务 175

第二节 基于体验经济的会展服务策略 176

一、体验经济的内涵及其与会展服务的相关性 176

(一) 体验经济的内涵 176

(二) 体验经济与会展服务的关系 177

二、体验式会展服务特征分析 177

(一) 体验性 177

(二) 差异性 178

(三) 参与性 178

三、基于体验经济的会展服务策略 178

(一) 全程服务 178

(二) 细节服务 179

(三) 食宿服务 180

第三节 会展服务体系存在的问题 180

一、政府及行业机构举办的展览会服务差强人意 180

二、中外合作展会的服务仍处于磨合期 181

三、展览公司的展会服务：具有意识但缺少能力 181

第四节 建立健全会展服务体系的对策 182

一、建立适合中国国情的理论指导体系 182

二、建立促进展会服务体系发展的有效机制 182

三、建立展会服务体系的评估标准和监督能力 183

第十章 会展行业（产业集群）及区域市场分析 185

第一节 中国会展经济带发展分析 185

一、环渤海会展经济带分析 185

二、长三角会展经济带分析 185

三、珠三角会展经济带分析 186

四、东北部会展经济带分析 187

五、中西部会展经济带分析 187

第二节 中国会展重点区域市场分析 188

一、华北地区会展市场分析 188

（一）北京市会展行业发展情况 188

（二）天津市会展行业发展情况 188

（三）河北省会展行业发展情况 190

（四）山西省会展行业发展情况 191

二、东北地区会展市场分析 192

（一）辽宁省会展行业发展情况 192

（二）吉林省会展行业发展情况 193

（三）黑龙江省会展行业发展情况 194

三、华东地区会展市场分析 196

（一）上海市会展行业发展情况 196

（二）江苏省会展行业发展情况 197

（三）浙江省会展行业发展情况 198

（四）安徽省会展行业发展情况 198

（五）福建省会展行业发展情况 199

（六）江西省会展行业发展情况 201

（七）山东省会展行业发展情况 202

四、华中地区会展市场分析 204

（一）湖北省会展行业发展情况 204

（二）湖南省会展行业发展情况 207

（三）河南省会展行业发展情况 208

五、华南地区会展市场分析 211

（一）广东省会展行业发展情况 211

- (二) 广西区会展行业发展情况 213
- (三) 海南省会展行业发展情况 214
- 六、西南地区会展市场分析 214
 - (一) 四川省会展行业发展情况 214
 - (二) 重庆市会展行业发展情况 216
 - (三) 贵州省会展行业发展情况 216
 - (四) 云南省会展行业发展情况 217
- 七、西北地区会展市场分析 218
 - (一) 陕西省会展行业发展情况 218
 - (二) 新疆会展行业发展情况 220

第十一章 会展行业领先企业经营形势 223

第一节 上海东浩兰生国际服务贸易(集团)有限公司 223

- 一、企业基本情况分析 223
- 二、企业组织架构分析 223
- 三、企业会展业务分析 224
- 四、企业最新发展动向分析 225

第二节 上海科技会展有限公司 226

- 一、企业基本情况分析 226
- 二、企业组织架构分析 226
- 三、企业会展业务分析 227
- 四、企业最新发展动向分析 228

第三节 宁波国际展览有限公司 228

- 一、企业基本情况分析 228
- 二、企业会展业务分析 229
- 三、企业竞争优势分析 230
- 四、企业组织架构分析 230

第四节 大连北方国际展览股份有限公司 230

- 一、企业基本情况分析 230
- 二、企业会展业务分析 231
- 三、企业经营情况分析 232
- 四、企业竞争优势分析 233

五、企业最新动态分析	233
第五节 中国国际展览中心集团公司	233
一、企业基本情况分析	233
二、企业组织架构分析	234
三、企业会展业务分析	234
四、企业展会情况分析	236
五、企业展馆情况介绍	237
第六节 上海新国际博览中心有限公司	238
一、企业基本情况分析	238
二、企业会展业务分析	239
三、企业展会情况分析	239
四、企业竞争优势分析	240
第七节 上海市国际展览有限公司	240
一、企业基本情况分析	240
二、企业组织架构分析	241
三、企业会展业务分析	241
四、企业经营情况分析	242
五、企业展会情况分析	242
六、企业最新动态分析	243
第八节 广州益武国际展览有限公司	243
一、企业基本情况分析	243
二、企业品牌展览分析	244
三、企业竞争优势分析	244
四、企业未来发展分析	244
第九节 厦门会展集团股份有限公司	245
一、企业基本情况分析	245
二、企业会展业务分析	246
三、企业组织架构分析	247
第十节 京慕国际展览有限公司	247
一、企业基本情况分析	247
二、公司组织架构分析	248
三、企业会展业务分析	249

第十一节 长城国际展览有限责任公司 250

一、企业基本情况分析 250

二、企业会展业务分析 251

三、企业销售网络分析 255

第十二节 励展博览集团 255

一、企业基本情况分析 255

二、企业组织架构 256

三、企业会展业务分析 256

四、企业最新发展动向分析 256

第十三节 天津国展中心股份有限公司 257

一、企业基本情况分析 257

二、企业会展业务分析 258

三、企业展会情况分析 258

四、企业竞争优势分析 259

第十四节 辽宁北方工商业展览服务有限责任公司 259

一、企业基本情况分析 259

二、企业会展业务分析 260

三、企业展会情况分析 260

四、企业展馆情况分析 261

第十五节 湖北中科会展有限责任公司 262

一、企业基本情况分析 262

二、企业会展业务分析 262

三、企业展会情况分析 263

四、企业发展战略分析 263

第十六节 北方国际展览有限公司 263

一、企业基本情况分析 263

二、企业会展业务分析 264

三、企业展会情况分析 264

四、企业发展战略分析 266

五、企业最新动态分析 266

第十七节 四川新中联展览服务有限公司 267

一、企业基本情况分析 267

- 二、企业会展业务分析 267
- 三、企业展会情况分析 267
- 四、企业竞争优势分析 268
- 五、企业发展战略分析 268
- 第十八节 雅森国际展览有限公司 269
 - 一、企业基本情况分析 269
 - 二、企业会展业务分析 269
 - 三、企业会展情况分析 269
 - 四、企业竞争优势分析 270
- 第十九节 武汉尚格会展股份有限公司 271
 - 一、企业基本情况分析 271
 - 二、企业会展业务分析 271
 - 三、企业会展情况分析 271
 - 四、企业竞争优势分析 273
- 第二十节 上海博华国际展览有限公司 273
 - 一、企业基本情况分析 273
 - 二、企业会展业务分析 274
 - 三、企业经营情况分析 274
- 第二十一节 中国对外贸易广州展览总公司 275
 - 一、企业基本情况分析 275
 - 二、企业组织架构分析 275
 - 三、企业会展业务分析 276
 - 四、企业竞争优势分析 279
- 第二十二节 海口九愚会展有限公司 279
 - 一、企业基本情况分析 279
 - 二、企业会展业务分析 280
 - 三、企业会展情况分析 280
 - 四、企业未来发展分析 281
- 第二十三节 南京亚东展览服务有限公司 281
 - 一、企业基本情况分析 281
 - 二、企业展会信息分析 281
 - 三、企业历届展会分析 284

第二十四节 德纳展览集团 284

一、企业基本情况分析 284

二、企业组织架构分析 285

三、企业主要品牌展览会 285

第二十五节 青岛海名国际会展有限公司 286

一、企业基本情况分析 286

二、企业会展业务分析 287

三、企业经营情况分析 288

第二十六节 青岛金诺国际会展有限公司 289

一、企业基本情况分析 289

二、企业组织架构分析 289

三、企业会展服务品牌 289

四、企业展会信息分析 290

第二十七节 合肥国源展览展示有限公司 291

一、企业基本情况分析 291

二、企业组织架构分析 292

三、企业业务范围分析 293

四、企业工程案例分析 293

第二十八节 太原博翰展览有限公司 296

一、企业基本情况分析 296

二、企业精品案例分析 297

三、企业服务项目分析 298

四、企业竞争优势分析 298

第二十九节 湖南长沙兰德展览广告有限公司 299

一、企业基本情况分析 299

二、企业业务范围分析 300

三、企业案例展示分析 300

四、企业主要展会分析 302

第三十节 郑州龙原展览展示有限公司 302

一、企业基本情况分析 302

二、企业会展业务分析 303

三、企业成功案例展示 303

第十二章 2016-2022年会展行业前景及趋势预测 305

第一节 2016-2022年会展市场发展前景 305

- 一、2016-2022年中国会展发展前景广阔 305
- 二、2016-2022年中国会展项目发展前景 306
- 三、2016-2022年中国会展展馆发展前景 306
- 四、2016-2022年中国会展服务发展前景 307

第二节 2016-2022年会展市场发展预测 307

- 一、2016-2022年会展组织者收入规模预测 307
- 二、2016-2022年中国会展产业规模预测 308
- 三、2016-2022年中国会展数量规模预测 308
- 四、2016-2022年中国会展面积规模预测 309

第三节 2016-2022年会展市场发展趋势预测 309

- 一、全球化 309
- 二、品牌化 310
- 三、资本化 310
- 四、产业化 310
- 五、集群化 311
- 六、市场化 311
- 七、专业化 311
- 八、智能化 312

第四节 2016-2022年中国会展行业供需预测 312

- 一、2016-2022年中国会展行业供给预测 312
- 二、2016-2022年中国会展行业需求预测 312
- 三、2016-2022年中国会展行业供需平衡预测 313

第十三章 2016-2022年会展行业投资机会与风险分析 314

第一节 会展行业融资渠道建议 314

- 一、促进品牌会展发展 314
- 二、内部融资与外部融资 314
- 三、外资并购 315

第二节 2016-2022年会展行业投资机会 316

- 一、会展项目组织承办的投资机会 316
- 二、会展场馆建设和运营投资机会 316
- 三、会展相关产品和服务投资机会 316
- 第三节 2016-2022年会展行业投资风险分析 317
- 一、宏观经济风险 317
- 二、市场竞争风险 317
- 三、政策监管风险 317
- 四、经营管理风险 317
- 五、人才风险分析 318

第十四章 会展行业商业模式构建与创新策略 319

第一节 会展行业商业模式构建分析 319

- 一、商业定位分析 319
- 二、客户价值挖掘 320
- 三、业务系统建立 320
- 四、盈利模式设计 321
- 五、资源能力整合 322
- 六、财务结构设计 322
- 七、商业价值实现 323

第二节 会展行业商业模式创新路径分析 323

- 一、企业重新定位 324
- 二、挖掘企业潜能 325
- 三、重整产业链条 326
- 四、重建价值网络 326
- 五、创新盈利模式 326
- 六、提升学习能力 327

第三节 会展行业商业模式创新战略分析 328

- 一、价值链创新战略分析 328
- 二、供应链体系创新战略 328

第十五章 会展行业投资战略研究 330 (ZY CW)

第一节 会展行业发展战略研究 330

- 一、战略综合规划 330
- 二、技术开发战略 330
- 三、区域战略规划 331
- 四、产业战略规划 331
- 五、营销品牌战略 331
- 六、竞争战略规划 332
- 第二节 对我国会展品牌的战略思考 333
 - 一、会展品牌的重要性 333
 - 二、会展实施品牌战略的意义 334
 - 三、会展企业品牌的现状分析 336
 - 四、企业品牌阶段战略分析 336
 - (一) 品牌创立战略 336
 - (二) 品牌扩张战略 336
 - (三) 品牌维护战略 337
 - (四) 品牌辅助战略 337
- 第三节 会展经营策略分析 338
 - 一、会展市场细分策略 338
 - 二、会展营销创新策略 339
 - 三、会展差异化战略 340

图表目录：

- 图表 1 会展产业链流程示意图 32
- 图表 2 2015年世界展商前20排名榜单情况 36
- 图表 3 2015年世界商展100大国家分布 38
- 图表 4 2008-2015年世界展商100大国家分布变化趋势 39
- 图表 5 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 62
- 图表 6 2014-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 62
- 图表 7 2014-2015年中国规模以上工业增加值月度增长速度 63
- 图表 8 2010-2015年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图 64
- 图表 9 2010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 66
- 图表 10 2010-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 67
- 图表 11 2014-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 68

- 图表 12 2010-2015年中国货物进出口总额变化趋势图 69
- 图表 13 2010-2015年中国人口总量增长趋势图 69
- 图表 14 2015年全国人口数及其构成 70
- 图表 15 2010-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数情况统计 71
- 图表 16 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 72
- 图表 17 2010-2015年全国会展业产值规模情况分析 85
- 图表 18 2010-2015年全国会展业组织者收入统计情况分析 85
- 图表 19 2010-2015年全国会展展览数量情况统计分析 86
- 图表 20 2010-2015年全国会展展览面积情况统计分析 86
- 图表 21 2010-2015年全国出国会展项目数量情况统计 87
- 图表 22 2010-2015年全国出国会展展出面积情况统计 87
- 图表 23 2010-2015年全国出国会展参展人数情况统计 87
- 图表 24 2015年中国展览会标准展位平均价格分布 89
- 图表 25 2015年全国主要城市展览价格一览表 90
- 图表 26 中国国际展览中心新馆展厅设施情况 115
- 图表 27 中国国际展览中心新馆会议设施 116
- 图表 28 广交会具体概况分析 120
- 图表 29 历届广交会采购商到会统计 121
- 图表 30 历届广交会成交额统计 121
- 图表 31 历届高交会参展商到会统计 124
- 图表 32 历届高交会投资商到会统计 125
- 图表 33 历届高交会参展项目到会统计 126
- 图表 34 华交会具体概况分析 128
- 图表 35 历届华交会参展商数量统计 129
- 图表 36 历届华交会成交额统计 130
- 图表 37 历届华交会海外客商数量统计 131
- 图表 38 历届西博会参与人数统计 134
- 图表 39 历届西博会成交项目数量 135
- 图表 40 历届西博会成交项目金额 136
- 图表 41 2013-2015年轻工业展览会发展规模情况分析 139
- 图表 42 全国轻工业十大品牌展会情况分析 139
- 图表 43 2013-2015年食品饮料烟酒行业展览会发展规模情况分析 140

图表 44 国内重点食品加工展览会分析 140

图表 45 国内重点糖酒展览会分析 141

图表 46 2013-2015年眼镜珠宝钟表行业展览会发展规模情况分析 142

图表 47 2013-2015年建筑材料行业展览会发展规模情况分析 142

图表 48 国内重点建材展览会分析 143

图表 49 2013-2015年婚丧用品行业展览会发展规模情况分析 143

图表 50 2013-2015年家具木工机械行业展览会发展规模情况分析 144

图表 51 国内重点家具制造展览会分析 144

图表 52 2013-2015年礼品家庭用品行业展览会发展规模情况分析 144

图表 53 国内重点玩具礼品工艺品展览会分析 145

图表 54 2013-2015年广告摄影器材行业展览会发展规模情况分析 145

图表 55 2013-2015年纺织工业行业展览会发展规模情况分析 145

图表 56 国内重点纺织服装业展览会分析 146

图表 57 2013-2015年重工业展览会发展规模情况分析 146

图表 58 2013-2015年汽车产业展览会发展规模情况分析 147

图表 59 中国著名汽车展会 147

图表 60 2013-2015年电子与自动化行业展览会发展规模情况分析 149

图表 61 中国电子信息业主要展览会分析 149

图表 62 中国消费类电子主要展会分析 150

图表 63 中国电子生产设备主要展会分析 150

图表 64 2013-2015年工业设备维修行业展览会发展规模情况分析 151

图表 65 2013-2015年机床模具行业展览会发展规模情况分析 151

图表 66 中国机床设备展览会分析 151

图表 67 2013-2015年电气电力资源行业展览会发展规模情况分析 152

图表 68 2013-2015年石材采矿设备行业展览会发展规模情况分析 152

图表 69 2013-2015年建筑工程机械行业展览会发展规模情况分析 153

图表 70 中国主要建筑业展会 153

图表 71 中国机械制造业主要展览会分析 154

图表 72 2013-2015年铸造冶金焊接行业展览会发展规模情况分析 154

图表 73 2013-2015年石化产品行业展览会发展规模情况分析 155

图表 74 国内重点化工行业展览会分析 155

图表 75 2013-2015年IT及通讯行业展览会发展规模情况分析 155

图表 76 中国通信器材主要展会分析 156

图表 77 2013-2015年服务业展览会发展规模情况分析 156

图表 78 2013-2015年休闲时尚艺术行业展览会发展规模情况分析 157

图表 79 国内重点休闲展览会分析 157

图表 80 2013-2015年医药医疗保健行业展览会发展规模情况分析 157

图表 81 中国医疗行业著名展会 158

图表 82 中国主要保健展会 159

图表 83 2013-2015年金融保险房地产行业展览会发展规模情况分析 160

图表 84 中国著名金融展会 160

图表 85 2015年中国房地产主要展会分析 161

图表 86 2013-2015年运输交通物流行业展览会发展规模情况分析 162

图表 87 中国交通设备展览会分析 162

图表 88 中国著名物流展会 162

图表 89 2013-2015年公共安全防伪行业展览会发展规模情况分析 163

图表 90 2013-2015年酒店设备行业展览会发展规模情况分析 163

图表 91 中国著名酒店展会 163

图表 92 2013-2015年环境保护行业展览会发展规模情况分析 164

图表 93 2013-2015年教育培训招聘行业展览会发展规模情况分析 164

图表 94 2013-2015年特许经营行业展览会发展规模情况分析 164

图表 95 2013-2015年媒体出版发行行业展览会发展规模情况分析 165

图表 96 国内重点文化传媒展览会分析 165

图表 97 中国林业主要展会分析 168

图表 98 中国畜牧业主要展会分析 169

图表 99 中国农业主要展会分析 170

图表 100 中国渔业主要展会分析 171

图表 101 国内重点能源行业展览会分析 171

图表 102 国内重点传统能源展览会分析 172

图表 103 国内重点新能源展览会分析 173

图表 104 展会代理商主要服务内容表 176

图表 105 2012-2015年北京市举办会展规模情况 188

图表 106 2012-2015年北京市场馆举办会展规模情况 188

图表 107 2012-2015年天津市会展业展览数量规模统计 189

图表 108 2012-2015年河北省举办展览规模情况 190

图表 109 2012-2015年山西省会展业展览数量规模统计 191

图表 110 2012-2015年辽宁省举办展览规模情况 192

图表 111 2012-2015年吉林省会展业展览数量规模统计 193

图表 112 吉林省成功举办重要展会情况 194

图表 113 吉林省重要会展场馆情况 194

图表 114 2012-2015年黑龙江省会展业展览数量规模统计 195

图表 115 2012-2015年上海市举办展览规模情况 197

图表 116 2012-2015年江苏省举办会展规模情况 197

图表 117 2012-2015年浙江省会展业情况 198

图表 118 2012-2015年安徽省会展业展览数量规模统计 199

图表 119 2012-2015年福建省会展业展览数量规模统计 199

图表 120 福建省成功举办重要展会情况 200

图表 121 福建省重要会展场馆情况 201

图表 122 2012-2015年江西省会展业展览数量规模统计 201

图表 123 江西省成功举办重要展会情况 201

图表 124 江西省重要会展场馆情况 202

图表 125 2012-2015年山东省举办展览规模情况 203

图表 126 山东省重要会展场馆情况 203

图表 127 2012-2015年湖北省会展业展览数量规模统计 204

图表 128 湖北省成功举办重要展会情况 205

图表 129 湖北省重要会展场馆情况 205

图表 130 2012-2015年湖南省会展业展览数量规模统计 207

图表 131 湖南省成功举办重要展会情况 208

图表 132 湖南省重要会展场馆情况 208

图表 133 2012-2015年河南省会展业展览数量规模统计 208

图表 134 河南省成功举办重要展会情况 209

图表 135 河南省重要会展场馆情况 210

图表 136 2012-2015年广东省举办展览规模情况 211

图表 137 广东主要展馆情况统计 212

图表 138 2012-2015年广西区会展业展览数量规模统计 213

图表 139 广西区成功举办重要展会情况 213

图表 140 广西区重要会展场馆情况 213

图表 141 2012-2015年海南省会展业展览数量规模统计 214

图表 142 海南省成功举办重要展会情况 214

图表 143 2012-2015年四川省会展业展览数量规模统计 215

图表 144 四川省成功举办重要展会情况 215

图表 145 2012-2015年重庆市举办会展规模情况 216

图表 146 2012-2015年贵州省会展业展览数量规模统计 216

图表 147 贵州省成功举办重要展会情况 217

图表 148 2012-2015年云南省会展业展览数量规模统计 217

图表 149 云南省成功举办重要展会情况 217

图表 150 2012-2015年陕西省会展业展览数量规模统计 219

图表 151 陕西省成功举办重要展会情况 220

图表 152 陕西省重要会展场馆情况 220

图表 153 2012-2015年新疆会展业展览数量规模统计 221

图表 154 新疆成功举办重要展会情况 222

图表 155 上海东浩兰生国际服务贸易(集团)有限公司基本情况 223

图表 156 上海东浩兰生国际服务贸易(集团)有限公司组织架构图 224

图表 157 上海科技会展有限公司基本情况 226

图表 158 上海科技会展有限公司组织架构 227

图表 159 上海科技会展有限公司重点展会 228

图表 160 宁波国际展览有限公司基本情况 229

图表 161 宁波国际展览有限公司主要会展 229

图表 162 大连北方国际展览股份有限公司基本情况 231

图表 163 2015年大连北方国际展览股份有限公司展览计划 231

图表 164 中国国际展览中心集团公司组织架构图 234

图表 165 2015年中国国际展览中心集团公司展览情况 236

图表 166 上海新国际博览中心有限公司基本情况 238

图表 167 上海新国际博览中心有限公司展览情况 239

图表 168 上海市国际展览有限公司基本情况 240

图表 169 上海市国际展览有限公司组织架构图 241

图表 170 上海市国际展览有限公司展览情况 242

图表 171 广州益武国际展览有限公司基本情况 243

图表 172 广州益武国际展览有限公司品牌展览情况 244

图表 173 厦门会展集团股份有限公司基本情况 245

图表 174 厦门会展集团股份有限公司组织架构 247

图表 175 京慕国际展览有限公司基本情况 248

图表 176 京慕国际展览有限公司架构 249

图表 177 长城国际展览有限责任公司基本情况 250

图表 178 天津国展中心股份有限公司基本情况 257

图表 179 天津国展中心股份有限公司会展服务业务 258

图表 180 天津国展中心股份有限公司展览情况 258

图表 181 辽宁北方工商业展览服务有限责任公司基本情况 260

图表 182 2015年辽宁北方工商业展览服务有限责任公司展览情况 260

图表 183 湖北中科会展有限责任公司基本情况 262

图表 184 湖北中科会展有限责任公司展览情况 263

图表 185 北方国际展览有限公司基本情况 264

图表 186 北方国际展览有限公司会展业务情况 264

图表 187 2015年北方国际展览有限公司境外展览情况 265

图表 188 2015年北方国际展览有限公司防务展览情况 266

图表 189 四川新中联展览服务有限公司基本情况 267

图表 190 四川新中联展览服务有限公司展会情况 268

图表 191 雅森国际展览有限公司基本情况 269

图表 192 2015年雅森国际展览有限公司展览计划 270

图表 193 武汉尚格会展股份有限公司基本情况 271

图表 194 2015年武汉尚格会展股份有限公司全国连锁车展排期 272

图表 195 2015武汉尚格会展股份有限公司全国连锁家装展排期 272

图表 196 上海博华国际展览有限公司基本情况 273

图表 197 中国对外贸易广州展览总公司基本情况 275

图表 198 中国对外贸易广州展览总公司组织架构图 275

图表 199 中国对外贸易广州展览总公司会展业务范围 276

图表 200 中国对外贸易广州展览总公司会展业务分布图 278

图表 201 中国对外贸易广州展览总公司全国会展分布图 278

图表 202 中国对外贸易广州展览总公司国际会展分布图 279

图表 203 海口九愚会展有限公司基本情况 280

图表 204 海口九愚会展有限公司展会情况 280

图表 205 南京亚东展览服务有限公司基本情况 281

图表 206 南京亚东展览服务有限公司历届会展举办表 284

图表 207 浙江德纳展览有限公司基本情况 285

图表 208 浙江德纳展览服务有限公司组织架构图 285

图表 209 浙江德纳展览服务有限公司主要品牌展览会 286

图表 210 青岛海名国际会展有限公司基本情况 286

图表 211 2015年青岛海名国际会展有限公司主要展览 287

图表 212 青岛金诺国际会展有限公司组织架构图 289

图表 213 青岛金诺国际会展有限公司服务品牌 290

图表 214 2015年青岛金诺国际会展有限公司会展服务表 290

图表 215 合肥国源展览展示有限公司基本情况 292

图表 216 合肥国源展览展示有限公司组织结构图 292

图表 217 合肥国源展览展示有限公司业务结构图 293

图表 218 合肥国源展览展示有限公司房展案例 294

图表 219 合肥国源展览展示有限公司展厅展示 295

图表 220 合肥国源展览展示有限公司大型活动案列 296

图表 221 太原博翰展览有限公司基本情况 297

图表 222 太原博翰展览有限公司精品案列示意图 298

图表 223 太原博翰展览有限公司展览服务项目 298

图表 224 湖南长沙兰德展览广告有限公司基本情况 299

图表 225 湖南长沙兰德展览广告有限公司业务范围 300

图表 226 湖南长沙兰德展览广告有限公司展厅设计制作案列 301

图表 227 湖南长沙兰德展览广告有限公司活动策划案列 302

图表 228 湖南长沙兰德展览广告有限公司主要会展 302

图表 229 郑州龙原展览展示有限公司服务项目 303

图表 230 郑州龙原展览展示有限公司主要成功案例情况 303

图表 231 2016-2022年全国会展业组织者收入预测趋势图 308

图表 232 2016-2022年全国会展业产值规模预测趋势图 308

图表 233 2016-2022年全国会展业数量规模预测趋势图 309

图表 234 2016-2022年全国会展业面积规模预测趋势图 309

图表 235 商业模式构建--企业的盈利模式的设计 321

图表 236 商业模式创新主要路径 323

图表 237 商业模式创新路径--企业定位分析 325

图表 238 品牌的内涵一览图 334

图表 239 企业品牌化过程 335

图表 240 会展企业差异化营销战略的内容 341

图表 241 会展客户跟踪的大体步骤图示 341

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Y16189OUHE.html>