

2011-2015年中国会展行业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国会展行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qtzzh1104/O528532QVJ.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-04-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国会展行业深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了会展行业相关概述、中国会展产业运行环境等，接着分析了中国会展行业的现状，然后介绍了中国会展行业竞争格局。随后，报告对中国会展行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国会展产业发展前景与投资预测。您若想对会展产业有个系统的了解或者想投资会展行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前，中国会展业正处在一个强劲的发展时期，这不仅是中国会展界的机遇，也是全球会展界的机遇。2010年上海世博会的成功举办，向全世界展示了一个更加开放、更加自信的中国形象，在促进中外经济文化合作和技术交流的同时，带动了中国会展经济的全面提升。

中国已有152个地级及以上城市建有会展场馆并每年举办会展活动；会展项目数量增长率达到24%；会展面积增长率为23%。这些都为未来一个时期中国会展业再上新台阶奠定了良好基础。

目录

第一章 会展业相关概述 1

第一节 会展业简述 1

一、现代会展业的特征 1

二、会展业的作用 1

三、城市会展业发展的因素分析 2

第二节 会展的经济功能 8

一、联系和交易功能 8

二、整合营销功能 10

三、调节供需功能 11

四、技术扩散功能 12

五、产业联动功能 14

六、经济一体化功能 18

第三节 会展业的产业链结构分析 19

第二章 2010年全球会展业重点区域运行分析 23

第一节 欧洲会展业发展状况 23

- 一、欧洲会展业竞争激烈 23
- 二、德国会展业世界领先 23
- 三、法国会展业别具一格 26
- 四、英国会展业市场化程度高 28
- 五、俄罗斯会展业租金经济发展 31

第二节 亚洲会展业发展状况 32

- 一、新加坡会展业发展概况 32
- 二、马来西亚会展业发展前途广阔 34
- 三、台湾会展业走国际化道路 39
- 四、香港会展业发展面面观 42
- 五、澳门会展业发展分析 43

第三节 美洲会展业发展状况 44

- 一、美洲各国会展业发展状况 44
- 二、美国会展业发展特征 45
- 三、加拿大会展业发展值得关注 47

第三章 2010年中国会展业运行环境分析 53

第一节 2010年中国宏观经济环境及影响分析 53

- 一、中国GDP分析 53
- 二、固定资产投资情况 53
- 三、居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 57
- 四、城镇人员就业状况 58
- 五、存贷款利率变化 59
- 六、财政收支状况 62
- 七、人民币汇率变化 64
- 八、经济现状对中国会展业的影响分析 66

第二节 2010年中国会展业政策环境分析 67

- 一、会展业亟需政策扶持 67
- 二、会展业：政策要解决四个关系 69
- 三、会展业发展规划 71

四、会展业地方促进政策解析 73

1、宁波 73

2、北京 82

五、政策法规对中国会展业的影响分析 83

第三节2010年中国会展业社会环境分析 86

一、人口规模分析 86

二、年龄结构分析 88

三、学历结构分析 89

第四章2010年中国会展业运行新形势透析 90

第一节 2010年中国会展业运行总况 90

一、中国会展业发展特色 90

二、中国会展业市场规模 91

三、中国会展业服务配套情况 91

四、会展业展馆建设发展情况 92

五、会展人才供需与培训状况 93

第二节 2010年中国会展业产业结构分析 94

一、会展业与产业结构的关系 94

二、会展业使产业结构合理化 95

三、会展业推动六行业发展 97

四、展会市场结构 97

1、呈现较强的季节性 98

2、展会类型分布 99

第三节 2010年中国会展场馆营运管理研究 100

一、场馆设施设备管理一般性分析 100

二、场馆服务分析 100

三、场馆自办展培育分析 102

四、场馆经营模式分析 102

五、场馆的市场化分析 105

第四节 2010年国内主要会展旅游城市动态分析 105

一、北京绿色奥运构筑旅游经济五大支柱 105

二、上海借助世博会翘楚头把旅游经济交椅 106

- 三、广东依据“珠三角”统领华南“半边天” 106
- 四、大连和青岛“明争暗斗”觊觎渤海湾“老大” 107
- 五、成都和昆明盆地高原盛开旅游经济两朵奇葩 107
- 第五节 2010年中国会展业发展存在的问题及其对策 107
 - 一、中国会展发展需注重品牌建设 107
 - 二、中国会展业存在的基本问题 108
 - 三、中国会展业与发达国家会展业的差异 109
 - 四、中国会展业发展呼唤诚信 110
 - 五、中国会展业受国外会展的冲击 111
 - 六、中国会展业发展的对策 112

第五章2010年国内会展市场运行态势分析 113

第一节 2010年国内会展市场运行现状 113

- 一、会展市场亮点聚焦 113
- 二、市场需求及增长状况 113

第二节 近向年国内知名会展透析 114

- 一、广交会 114
- 二、高交会 116
- 三、中国花卉博览会 117
- 四、科博会 117
- 五、博鳌亚洲论坛 118
- 六、世博会 119

第六章2010年国内会展市场竞争新格局透析 123

第一节 2010年中国会展业竞争总况 123

- 一、中国会展业竞争加剧 123
- 二、中国会展寻求竞争平衡点 123
- 三、中国会展城市竞争力排行榜 125
- 四、中国会展市场竞争主体三足鼎立 125

第二节 2010年中国会展业主办机构竞争状况 127

- 一、国内会展主办权分布状况 127
- 二、政府主导展会的弊端及其发展方向 127

第三节 中国会展业竞争优势及提高竞争力策略 130

第七章 2010年中国会展业重点区域市场运行分析 133

第一节 华南-珠三角地区（含广州、东莞、中山+海口、厦门等11个城市） 133

- 一、华南-珠三角会展业结构情况 133
- 二、华南-珠三角主要城市会展规模比较 133
- 三、华南-珠三角主要城市展馆设施比较 135
- 四、华南-珠三角各主要城市会展业发展优势与挑战比较 136
- 五、华南-珠三角各主要城市会展业未来规划比较 138
- 六、华南-珠三角各主要城市会展业未来发展策略 139

第二节 长三角地区（含上海、杭州、宁波、南京、义乌、苏州等14个城市） 140

- 一、长三角会展业结构情况 140
- 二、长三角主要城市会展规模比较 141
- 三、长三角主要城市展馆设施比较 142
- 四、长三角各主要城市会展业发展优劣势比较 143
- 五、长三角各主要城市会展业未来规划比较 145
- 六、长三角各主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略 146

第三节 环渤海地区（含北京、天津、青岛、济南、石家庄、烟台、威海、廊坊等11个城市） 148

- 一、环渤海会展业结构情况 148
- 二、环渤海主要城市会展规模比较 148
- 三、环渤海主要城市展馆设施比较 150
- 四、环渤海各主要城市会展业发展优劣势比较 152
- 五、环渤海各主要城市会展业未来规划比较 161
- 六、环渤海各主要城市会展业未来发展策略 162

第四节 中部地区（含武汉、长沙、南昌、合肥、郑州、太原+西安） 170

- 一、中部地区会展业结构情况 170
- 二、中部地区主要城市会展规模比较 171
- 三、中部地区主要城市展馆设施比较 172
- 四、中部地区各主要城市会展业发展优劣势比较 174
- 五、中部地区各主要城市会展业未来规划比较 179
- 六、中部地区各主要城市会展业未来竞争策略 181

第五节 西部地区（含成都、重庆、昆明、南宁等7个城市） 188

一、西部地区会展业结构情况 188

二、西部地区主要城市会展规模比较 190

三、西部地区主要城市展馆设施比较 191

四、西部地区主要城市会展业发展优劣势比较 193

五、西部地区主要城市会展业未来规划比较 195

六、西部地区主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略 197

第六节 东北地区（含大连、沈阳、长春、哈尔滨等6个城市） 201

一、东北地区会展业结构情况 201

二、东北地区主要城市会展规模比较 201

三、东北地区主要城市展馆设施比较 203

四、东北地区各主要城市会展业发展优劣势比较 205

五、东北地区各主要城市会展业未来规划比较 208

六、东北地区各主要城市会展业未来竞争趋势与发展策略 211

第八章 2010年主要会展企业在华市场运营浅析 218

第一节 励展博览集团 218

一、励展全球发展状况 218

二、励展中国市场发展状况 220

三、励展在华优势展会行业、品牌分布状况与发展预测 221

第二节 法兰克福展览公司 223

一、法兰克福全球发展状况 223

二、主要优势展会品牌 223

三、法兰克福中国市场发展状况 224

第三节 杜塞尔多夫展览集团 225

一、杜塞尔多夫全球发展状况 225

二、杜塞尔多夫中国市场发展状况 225

三、杜塞尔多夫展览（中国）有限公司业绩 226

第四节 汉诺威展览公司 228

一、汉诺威全球发展状况 228

二、汉诺威中国市场发展状况 229

第五节 爱博展览集团 230

- 一、爱博全球发展状况 230
- 二、爱博中国市场发展状况 231
- 第六节 科隆国际展览有限公司 231
 - 一、科隆展览全球发展状况 231
 - 二、科隆展览中国市场发展状况 234
- 第七节 慕尼黑国际博览集团 236
 - 一、慕尼黑集团全球发展状况 236
 - 二、慕尼黑集团中国业务发展状况 237
- 第八节 亚洲博闻有限公司 241
 - 一、亚洲博闻全球业务状况 241
 - 二、亚洲博闻中国业务现状 245
- 第九节 中展集团公司 247
- 第十节 广东现代会展管理公司 250

第九章 2010年中国会展业的营销策略分析 252

- 第一节 会展营销概述 252
 - 一、会展营销的功能 252
 - 二、中国会展营销研讨 255
 - 三、会展业城市营销建议 257
 - 四、国外会展营销经验借鉴 260
- 第二节 中国会展业创新营销策略分析 262
 - 一、会展营销创新策略解释 262
 - 二、营销理念创新 262
 - 三、营销主体创新 263
 - 四、营销手段创新 264
 - 五、营销内容创新 264
- 第三节 中国会展业的整合营销分析 265
 - 一、会展业主题的选择 265
 - 二、展会机构的搭建 265
 - 三、展会卖点的策划 266
 - 四、展会的整合宣传 267
 - 五、展会的综合服务 268

第四节 展览会各个阶段的营销策略 270

一、展览会四阶段概述 270

二、培育期展览会的营销策略 270

三、成长期展览的营销策略 272

四、成熟期与衰退期展览的营销策略 273

第五节 会展中的4C营销分析 275

一、4C营销概述 275

二、4C营销案例分析 276

三、4C营销经营建议 278

第十章 2011-2015年国际会展业前景展望与趋势预测 281

第一节 2011-2015年中国会展业的发展前景透析 281

一、展览公司集团化的趋势 281

二、中国会展业发展潜力巨大 281

三、浅析电子会展前景广阔 283

四、展会日趋专业化国际化 285

第二节 2010-2013年相关产业发展前景趋势 286

一、会展旅游业的发展趋势 286

二、会展型酒店的未来展望 288

三、会展培训行业发展趋势 289

四、消费类展会呈现出旺盛的生命力 290

本报告共十章，其数据来源主要分为三个部分，一部分来源于国家统计局、海关总署、商务部、行业协会等权威机构，一部分为公司调研整理，一部分为对权威期刊，文献等公开资料的整理，再整合了大量的数据资料的前提下，由公司专业团队在业内权威人士的指导下组织撰写，报告数据翔实，分析准确，得到了企事业单位、投资机构的认可，由于目前有部分不良商家恶意抄袭我公司独家发表的报告目录，为保证质量，请消费者直接从博思数据研究中心购买，谨防上当受骗。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1104/O528532QVJ.html>