

2010-2015年中国会展行业 运营走势与投资前景调研报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国会展行业运营走势与投资前景调研报告》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.cction.com/report/201005/40422.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 会展行业基本概述

第一节 会展业相关概述

- 一、会展业的概念
- 二、现代会展业的特征
- 三、会展业的作用
- 四、会展业的产业内涵和特征
- 五、城市会展业发展的因素分析

第二节 会展的经济功能

- 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

第二章 2009-2010年世界会展业发展状况分析

第一节 2009-2010年世界会展业发展综合情况

- 一、世界会展业发展的经验和启示
- 二、国际会展业发展的主要特点
- 三、欧洲会展业竞争激烈
- 四、世界国际会议数目排名情况

第二节 德国

- 一、德国会展业发展概况
- 二、德国会展业发展的动力
- 三、德国会展业发展的成就
- 四、德国会展业办展特点解析
- 五、未来德国会展业发展的趋势

第三节 美国

- 一、美国会展业发展概述
- 二、美国政府对会展业间接支持分析

三、美国顶级会展业排名情况

四、美国拉斯维加斯会展产业发展迅速

第四节 法国

一、法国会展业发展概况

二、法国会展业发展的条件

三、法国会展业独有特色和发展趋势

第五节 新加坡

一、新加坡会展业发展概述

二、新加坡政府会展业管理状况

三、新加坡会展业发展优势分析

第六节 韩国

一、会展业成韩国经济新增长动力

二、韩国会议产业发展迅速

三、韩国会展业亟待解决的问题

四、韩国会展业发展计划与措施

第七节 其他国家

一、英国会展业发展现状

二、马来西亚会展业发展概况

三、巴西会展业发展浅析

第三章 2009-2010年中国会展产业运行环境分析

第一节 2009-2010年中国会展产业政策分析

一、会展业亟需政策扶持

二、会展业：政策要解决四个关系

三、会展业发展规划

四、会展业地方促进政策解析

五、政策法规对中国会展业的影响分析

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第三节 2009-2010年中国会展产业社会环境分析

第四章 2009-2010年中国会展行业发展综合分析

第一节 2009-2010年中国会展业发展整体状况

- 一、中国会展业30年发展回顾
- 二、中国会展业发展成就
- 三、中国会展业区域分布状况
- 四、中国会展业机构设置与管理模式
- 五、国内会展业发展的特点分析
- 六、我国加速成长为全球会展大国

第二节 2009-2010年经济危机环境下中国会展业发展探析

- 一、经济危机对中国会展业发展影响浅析
- 二、金融危机环境下我国会展业发展的机遇与挑战
- 三、经济危机环境下我国会展业发展对策
- 四、经济危机影响下我国会展业发展的趋势
- 五、新经济形势下我国发展会展业拉动内需展望

第三节 2009-2010年中国会展业存在问题分析

- 一、我国会展业发展面临的主要问题
- 二、中国会展业与发达国家的差距
- 三、中国会展业发展中存在的不足
- 四、国内会展业专业化水平亟待提高

第四节 2009-2010年中国会展业发展对策建议分析

- 一、我国会展业发展的应对策略
- 二、国内会展业发展的四大建议
- 三、我国会展经济发展思路
- 四、合理定位政府在会展业发展中的角色

第五章 2009-2010年中国会展经济与城市发展分析

第一节 2009-2010年中国会展经济概述

- 一、会展经济的界定及其效应
- 二、国外会展经济发展经验浅析

三、会展经济在中国快速崛起

四、国内会展经济发展探讨

五、中部会展经济发展综述

第二节 2009-2010年中国会展拉动城市经济发展分析

一、会展与城市互动发展分析

二、会展业在城市经济发展中的地位

三、会展业对城市相关行业的带动效应

四、会展业成城市经济发展催化剂

第三节 2009-2010年中小城市会展业的发展分析

一、我国二级城市会展业发展思路

二、中等城市会展业发展现状及对策

三、中小城市会展业发展概述

四、国内中小城市会展业发展潜力解析

五、从“长尾理论”探索中小城市会展经济发展之道

第四节 2009-2010年中国会展与旅游业的对接分析

一、会展业与旅游业关联度解释

二、会展业和旅游业对接简述

三、我国会展旅游发展优化模式构建分析

四、城市会展业和旅游业整合发展剖析

第五节 2009-2010年中国会展经济与城市发展的问题对策

一、中国城市会展业非均衡性问题探讨及建议

二、我国应积极推进会展经济与产业集群对接发展

三、会展经济发展应加强城市间合作

四、以科学发展观指导会展业带动城市经济发展

第六章 2009-2010年中国珠三角地区会展业发展形势分析

第一节 2009-2010年泛珠三角区域会展业发展分析

一、泛珠三角区域会展业发展环境

二、泛珠三角区域会展业合作趋势增强

三、泛珠三角区域会展业发展建议

四、泛珠三角区域会展业发展前景分析

五、泛珠三角会展业展望

第二节 广州会展业

- 一、广州会展展馆概况
- 二、广州发展会展业的优势
- 三、2009年广州会展业面临诸多考验
- 四、广州多举措建设国际商务会展中心
- 五、广州会展业发展对策

第三节 深圳会展业

- 一、深圳会展中心简介
- 二、深圳会展业发展强劲
- 三、深圳会展业向文化要市场
- 四、深圳品牌会展成长迅速
- 五、深圳开创会展品牌新思路
- 六、联合办展方式开辟深圳会展业新天地
- 七、深圳会展业前景明朗

第四节 东莞会展业

- 一、会展业成东莞新经济增长点
- 二、东莞市政府扶持和促进会展业发展
- 三、东莞会展业的特色发展道路
- 四、东莞市重新定位会展业目标
- 五、东莞会展业统筹发展
- 六、东莞市会展业发展策略

第五节 厦门会展业

- 一、厦门市会展业发展现状
- 二、会展业带动厦门整体经济发展
- 三、两岸关系和缓为厦门会展业提供良机
- 四、厦门向国际领先会展城市迈进
- 五、厦门市会展业的优势与不足
- 六、厦门会展业未来发展目标和重点
- 七、厦门会展业发展举措

第七章 2009-2010年长三角地区会展业发展分析

第一节 2009-2010年长三角会展业综合分析

- 一、长三角区域会展业SWOT分析
- 二、长三角地区组建会展业联盟
- 三、世博会带给长三角会展业机遇和挑战
- 四、长三角建设国际会展高地的前途与策略
- 五、长三角会展业应广泛开展互动合作

第二节 上海会展业

- 一、上海会展场馆概况
- 二、上海会展行业发展回顾
- 三、上海会展业区域布局
- 四、上海会展业国际化渐行渐近
- 五、上海会展业国际竞争力及其提升分析
- 六、上海会展业实施品牌发展战略分析

第三节 南京会展业

- 一、南京国际会展中心简介
- 二、南京会展业成绩斐然
- 三、会展业成南京战略性产业
- 四、2009年南京会展业发展形势向好
- 五、南京会展业发展分析
- 六、南京政府发展会展业的措施

第四节 义乌会展业

- 一、义乌梅湖会展中心简介
- 二、会展业对义乌发展的作用
- 三、义博会与文博会引领义乌会展业发展方向
- 四、义乌创新会展业发展模式
- 五、义乌会展业与市场相互促进
- 六、义乌市加快建设国际小商品会展中心的措施

第五节 苏州会展业

- 一、苏州市会展业场馆简介
- 二、苏州会展场馆运营发展探析
- 三、苏州发展会展业发展优势
- 四、苏州会展业存在的问题
- 五、苏州发展会展业的措施建议

第六节 杭州会展业

- 一、杭州会展场馆概况
- 二、杭州会展业历史及现状
- 三、杭州会展业的特色道路
- 四、杭州会展业的定位分析
- 五、杭州会展业接轨上海的可行性分析

第七节 宁波会展业

- 一、宁波会展业五大发展优势
- 二、宁波会展产业逆势上扬推动消费市场趋暖
- 三、宁波会展业的创新之路分析
- 四、宁波国际会展之都发展规划解析
- 五、宁波市加快推进国际会展之都建设的政策

第八章 2009-2010年中国环渤海区会展业发展格局分析

第一节 北京会展业

- 一、北京会展业发展的条件
- 二、北京会展业步入空前繁荣期
- 三、奥运会后的北京会展业发展分析
- 四、北京会展业发展存在的问题
- 五、北京会展业发展的策略

第二节 天津会展业

- 一、会展业成天津经济增长亮点
- 二、天津会展业尚有较大提升空间
- 三、天津滨海新区会展业发展分析
- 四、滨海会展业调整战略应对金融危机

第三节 青岛会展业

- 一、青岛国际会展中心介绍
- 二、青岛会展业发展优势明显
- 三、岛城会展业的差距及发展思路
- 四、青岛“国际知名会展城市”建设规划分析
- 五、青岛会展业的发展建议

第四节 济南会展业

- 一、济南发展会展业的优势
- 二、济南会展业品牌建设全面升级
- 三、济南会展业发展势头强劲
- 四、济南会展业发展存在的问题对策
- 五、济南市加快会展业发展的策略

第五节 烟台会展业

- 一、烟台国际会展中心简介
- 二、烟台会展业发展历程
- 三、烟台展会承办能力实现飞跃
- 四、烟台市会展业发展条件及策略分析

第九章 2009-2010年中国东北区会展业发展分析

第一节 大连会展业

- 一、大连发展会展业的优势
- 二、大连会展业的突破自我分析
- 三、大连会展业跨地区办展应对行业危机
- 四、发展大连会展业的策略措施

第二节 沈阳会展业

- 一、会展业推动沈阳城市发展
- 二、沈阳会展业市场化进程加快
- 三、沈阳发展品牌会展业
- 四、沈阳会展业繁荣发展
- 五、沈阳会展业与旅游业互动发展对策
- 六、沈阳会展业发展中存在问题及对策

第三节 长春会展业

- 一、长春会展业发展三阶段
- 二、长春会展业发展状况
- 三、长春会展业在经济舞台重要性凸显
- 四、长春打造特色会展名城
- 五、长春市进一步扩大会展业影响
- 六、长春会展业的商务旅游的新机遇

第四节 哈尔滨会展业

- 一、哈尔滨国际会展中心简介
- 二、哈尔滨市会展业发展状况分析
- 三、2009年哈尔滨会展业发展分析
- 四、哈尔滨会展业发展中存在的问题
- 五、关于哈尔滨会展业发展的对策和思路
- 六、哈尔滨会展业市场化势在必行
- 七、哈尔滨会展业发展趋势展望

第十章 2009-2010年中国中西部会展业发展分析

第一节 成都会展业

- 一、成都国际会展中心简介
- 二、成都会展业发展的有利条件
- 三、成都会展业历经风雨又见彩虹
- 四、提升成都会展业竞争力路径分析
- 五、成都市会展业存在的问题
- 六、成都市发展会展业的对策

第二节 武汉会展业

- 一、武汉国际会展中心简介
- 二、武汉发展会展业的优势
- 三、武汉打造新型会展城市
- 四、武汉会展业遭遇行业危机
- 五、武汉会展业的存在问题分析
- 六、武汉会展业的发展对策

第三节 长沙会展业

- 一、长沙红星国际会展中心简介
- 二、长沙会展业拉动巨额消费
- 三、2009年长沙会展收入过七亿
- 四、长沙成为会展十大品牌城市
- 五、长沙会展业发展的策略

第四节 昆明会展业

- 一、昆明国际会展中心简介
- 二、昆明会展业品牌现状分析

三、 “后世博”时代昆明会展经济的发展解析

四、昆明着力打造品牌会展

五、昆明打造东南亚会展之都

第五节 西安会展业

一、西安会展业领跑西部

二、西安会展业发展状况

三、西安会展业的优势与劣势

四、西安会展业发展阻碍因素分析

五、西安的会展经济效益分析

六、西安会展业发展对策分析

第六节 郑州

一、郑州会展业发展历程

二、2009年郑州会展业发展状况

三、郑州会展经济发展渐入佳境

四、郑州巨额补贴扶持会展业发展

第十一章 2009-2010年中国会展业的营销策略分析

第一节 2009-2010年中国会展营销概述

一、会展营销的功能

二、中国会展营销研讨

三、会展业城市营销建议

四、国外会展营销经验借鉴

第二节 2009-2010年中国会展业创新营销策略分析

一、会展营销创新策略解释

二、营销理念创新

三、营销主体创新

四、营销手段创新

五、营销内容创新

第三节 2009-2010年中国会展业的整合营销分析

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 2009-2010年中国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 2009-2010年中国会展中的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

第十二章 2009-2010年中国会展行业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国会展行业竞争现状分析

一、会展竞争力分析

二、会展竞争国际化

三、澳门会展竞争力大争

第二节 2009-2010年中国会展行业集中度分析

一、会展区域集中度分析

二、会展市场集中度分析

第三节 2009-2010年中国会展企业提升竞争力策略分析

第十三章 2010-2015年中国会展业发展前景趋势分析

第一节 2010-2015年中国会展业的发展前景

一、我国会展业发展前景看好

二、中国会展业发展潜力巨大

三、未来会展业前景预测

第二节 2010-2015年中国会展业的发展趋势分析

一、世界会展业未来发展态势

二、未来中国会展业发展的八大趋势

三、未来国内会展业发展方向

四、网上会展成未来发展趋势

第十四章 2009-2010年中国会展业企业状况分析

第一节 励展博览集团

- 一、励展博览集团简介
- 二、励展优势展会行业
- 三、励展在中国的市场状况
- 四、励展加强在华礼品展业务

第二节 亚洲博闻

- 一、亚洲博闻简介
- 二、亚洲博闻优势展会行业
- 三、亚洲博闻的展会特色
- 四、亚洲博闻扩展中国市场

第三节 法兰克福展览公司

- 一、法兰克福展览公司简介
- 二、2006年法兰克福展览公司业绩斐然
- 三、法兰克福展览公司中国市场扩张概况

第四节 科隆展览公司

- 一、科隆展览公司简介
- 二、科隆展览中心概况
- 三、科隆展览在中国的发展状况

第十五章 2010-2015年中国会展产业投资机遇指引分析

第一节 2010-2015年中国会展产业投资环境分析

- 一、宏观经济预测分析
- 二、金融危机影响分析

第二节 2010-2015年中国会展产业投资机会分析

第三节 2010-2015年中国会展产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策风险
- 三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：会展业概念的演化

图表：2004-2009年中国会展业主要发展数据情况统计

图表：2002-2009年中国会展数增长状况

图表：2002-2009年中国参展观众数增长状况

图表：2002-2009年中国展馆数增长状况

图表：2002-2009年中国会展业馆内展览面积增长状况

图表：展馆内机动展览面积10万平方米以上城市排名统计-2010年初

图表：中国与其他国家展馆平均出租率比较

图表：2009年中国会展经济区域结构及其主要城市分布情况

图表：我国展会各省市及大区分布情况

图表：2009年内地获UFI认证展览会地区分布状况

图表：2009年1-12月份展会数量变动情况

图表：2009年我国展会季节性结构情况

图表：2009-2010年度我国各类专业展会数量比较

图表：2009年我国各类展会市场份额比较

图表：2002-2009年中国会展业收入增长状况

图表：中外会展收入占GDP比重比较

图表：中外展会境外参展商比例对比

图表：中外展会境外观众比例对比

图表：中外展会专业观众比例对比

图表：中国展会主办权分布状况

图表：2002-2009年中国会展企业增长状况

图表：国际标准展会参展人员结构

图表：内地获UFI认证展览会一览

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201005/40422.html>