

2014-2019年中国会展市场 监测与未来发展策略咨询报告

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

《2014-2019年中国会展市场监测与未来发展策略咨询报告》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/201407/109971.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

我国会展业历经30余载的发展，产业规模不断扩大，产业链不断拓宽，带动性逐年增强，经济效益日益显著，正以20%的年均增长速度发展。据统计，2012年，我国会展业直接产值达到3543亿元。全球化方面，我国会展业要强化“走出去”战略，积极开拓国外市场，将中国会展公司、会展品牌植入国际市场。2013年，我国会展业要继续加强与国外会展企业的深度合作，在场馆建设、科技手段、会展流程、人才培养、管理水平等方面实现全方位的全球化。积极以各种形式对外投资，主动拓展其他国家的市场。

国内会展业不仅展会数量、规模持续增长，且市场结构也不断优化。2012年全国举办5000平方米以上展会7035场，与1997年相比，增长597%，展出总面积合计8738万平方米，同比增长7%；2012年底，全国会展场馆316个，室内展馆面积合计484万平方米，2012年会展业直接产值3543亿元人民币，同比增长17.5%，占国内生产总值0.68%，占全国第三产业产值1.53%。从国内会展业结构来看，中国现有展会大多为经济贸易类展会。据统计，2012年经贸类展会总面积约6500万平方米，占中国全国展会总面积的90%，全国10万平方米以上的大型展会已经超出90个，信息产业、文化产业、服务业等新兴展会增多。其中服务业展会总面积超过700万平方米，占全国展会总面积的10%，UFI认证的国际性专业展会58个，位居世界第四。

在展览分类上，专业展成为行业主流，在政府、行业协会及企业举办的展会中，企业型办展主体数量增多，但通常情况下规模有限；行业协会主办展多为专业展，经过多年市场沉淀，大多具有一定规模，并在行业具有较高影响力；政府举办的大型、综合性展会在配合国家经济外交政策、促进区域经济发展等方面发挥了重要作用。

会展经济能够带动第三产业的综合发展。具体来看，会展业不仅能带来场租费、搭建费等直接收入，而且还能拉动或间接带动数十个行业的发展，如商业购物、餐饮、住宿、娱乐、交通、通讯、广告、旅游、印刷、房地产等；不仅能积聚人气，而且能促进各大产业的发展，对一个城市或地区经济发展和社会进步产生重大影响和催化作用，一个好的会展对经济拉动效应能达到1：9。国家高度重视会展业发展，印发了《关于“十二五”期间促进会展业发展的指导意见》，全面指导会展业有序发展。同时，从整体上规范、整合和完善了重点国家级政府主导型展会的战略布局。据预测，“十二五”期间，国内会展业仍将以年均10%以上的速度快速增长。但与此同时，我国会展业还面临着人才紧缺、人才培养途径有待完善等问题。

本《2014-2019年中国会展市场监测与未来发展策略咨询报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家工商总局、国家税务总局、国家信息中心、国务院发展研究中心、国际展览业协会、中国展览馆协会、中国农业展览协

会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国会展及各子行业的发展状况、产业链发展状况、市场供需情况、区域市场规模、发展趋势等进行了分析，并重点分析了我国会展行业发展状况和特点，以及中国会展行业面临的问题、企业的发展策略等。报告还对全球的会展行业发展态势作了详细分析，并对会展行业进行了趋向研判，是会展经营、开发企业、服务、投资机构等单位准确了解目前会展业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

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 2014-2019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、2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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
第二十节 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
第二十一节 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
第二十二节 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
第二十三节 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
第二十四节 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 2014-2019年会展行业前景及趋势预测 408

第一节 2014-2019年会展市场发展前景 408

一、2014-2019年会展市场发展潜力 408

二、2014-2019年会展市场发展前景展望 409

三、2014-2019年会展细分行业发展前景分析 411

第二节 2014-2019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 2014-2019年中国会展行业供需预测 424

一、2014-2019年中国会展行业供给预测 424

二、2014-2019年中国会展行业需求预测 425

三、2014-2019年中国会展行业供需平衡预测 426

第十四章 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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、2014-2019年会展行业投资战略	584
二、2014-2019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：2011-2012年全国人口变化 51

图表：2011-2012年中国人口性别变化 52

图表：2011-2012年中国人口各年龄段变化 52

图表：2011-2012年中国人口城乡结构变化 53

图表：2011-2012年全国人户分离人口变化 53

图表：2011-2012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：2011-2012年中国农村人均收入变化 55

图表：2011-2012年中国城镇人均收入变化 55

图表：2011-2012年中国恩格尔系数变化情况 56

图表：2011-2012年全国参加城镇职工基本养老保险情况 57

图表：2011-2012年全国参加城镇基本医疗保险情况 57

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 58

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 58

图表：2011-2012年中国参加失业保险情况 59

图表：2011-2012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：2011-2012年全国各类型教育招生情况 61

图表：2011-2012年全国各类型教育在校生情况 61

图表：2011-2012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：2011-2012年全国工程研究实验室建设情况 63

图表：2011-2012年全国专利申请情况 64

图表：2011-2012年全国授予专利发明情况 64

图表：2011-2012年全国有效专利发明情况 65

图表：2011-2012年中国技术合同签订情况 65

图表：2011-2012年全国产品检测室情况 66

图表：2011-2012年全国产品认证情况 67

图表：2011-2012年全国计量情况 67

图表：2011-2012年全国制定国家标准情况 68

图表：2011-2012年全国艺术系统情况 69

图表：2011-2012年全国影视制作情况 69

图表：2011-2012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：2011-2012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：2011-2012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

图表：湖北中科会展有限责任公司组织架构 355

图表：北方国际展览有限公司组织架构 357

图表：四川新中联展览服务有限公司组织架构 360

图表：雅森国际展览有限公司组织架构 363

图表：雅森国际展览有限公司历届会展数据分析 365

图表：武汉尚格会展股份有限公司组织架构 367

图表：2013年武汉尚格会展股份有限公司战略布局 369

图表：上海博华国际展览有限公司组织架构 371

图表：中国对外贸易广州展览总公司组织架构 374

图表：海口九愚会展有限公司组织架构 376

图表：南京亚东展览服务有限公司组织架构 379

图表：浙江德纳展览有限公司组织架构 381

图表：青岛海名国际会展有限公司组织架构 384

图表：青岛金诺国际会展有限公司组织架构 386

图表：合肥国源展览展示有限公司组织架构 388

图表：太原博翰展览有限公司组织架构 390

图表：太原博翰展览有限公司服务项目 390

图表：湖南长沙兰德展览广告有限公司组织架构 392

图表：2009-2010年全国排名前十的展会举办的展会数量情况 397

图表：2014-2019年中国会展行业展会面积预测 424

图表：2014-2019年中国会展行业场馆数量预测 424

图表：2014-2019年中国会展行业展会项目数量预测 425

图表：2014-2019年中国会展行业展览业收入预测 425

图表：2011年固定资产投资增长状况 443

图表：2012年固定资产投资增长状况 443

图表：2014-2019年中国会展行业投资效益增长率预测 444

图表：2012-2013年上半年广交会成交额情况 547

图表：2012-2013年上半年广交会采购商人数情况 547

图表：2012-2013年上半年广交会参展国家个地区总数情况 548

图表：2012-2013年上半年华交会采购商人数情况 553

图表：2012-2013年上半年华交会成交额情况 554

图表：2013年上半年华交会参展商行业分布情况 554

图表：会展行业差异化战略 582

图表：客户跟踪的步骤 583

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109971.html>