

# 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](http://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>