

2010-2015年中国会展行业运营走势与投资前景调 研报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国会展行业运营走势与投资前景调研报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/8456084560.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

摘要

展是指会议、展览、大型活动等集体性活动的简称。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、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动等。会展是指围绕特定主题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、节事活动和奖励旅游的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等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://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/8456084560.html>