

中国会展市场运营格局与发展商机研究报告（2014-2018）

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《中国会展市场运营格局与发展商机研究报告（2014-2018）》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/170866170866.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《中国会展市场运营格局与发展商机研究报告（2014-2018）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 会展业相关概述

第一节 会展业简述

- 一、现代会展业的特征
- 二、会展业的作用
- 三、城市会展业发展的因素分析

第二节 会展的经济功能

第三节 会展业的产业链结构分析

- （一）产业链的含义
- （二）会展产业链的结构分析

第二章 2012年全球会展业重点区域运行分析

第一节 欧洲会展业发展状况

第二节 亚洲会展业发展状况

第三节 美洲会展业发展状况

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

第三章 2012年中国会展业运行环境分析

第一节 2012年中国宏观经济环境及影响分析

第二节 2012年中国会展业政策环境分析

五、政策法规对中国会展业的影响分析

第三节 2012年中国会展业社会环境分析

一、人口规模分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

第四章2012年中国会展业运行新形势透析

第一节2012年中国会展业运行总况

第二节2012年中国会展业产业结构分析

第三节2012年中国会展场馆营运管理研究

第四节2012年国内主要会展旅游城市动态分析

第五节2012年中国会展业发展存在的问题及其对策

第五章2012年国内会展市场运行态势分析

第一节2012年国内会展市场运行现状

一、会展市场亮点聚焦

二、市场需求及增长状况

第二节 近向年国内知名会展透析

第六章2012年国内会展市场竞争新格局透析

第一节2012年中国会展业竞争总况

第二节2012年中国会展业主办机构竞争状况

一、国内会展主办权分布状况

二、政府主导展会的弊端及其发展方向

第三节 中国会展业竞争优势及提高竞争力策略

第七章2012年中国会展业重点区域市场运行分析

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）

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）

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）

第四节 中部地区（含武汉、长沙、南昌、合肥、郑州、太原+西安）

第五节 西部地区（含成都、重庆、昆明、南宁等7个城市）

第六节 东北地区（含大连、沈阳、长春、哈尔滨等6个城市）

第八章2012年主要会展企业在华市场运营浅析

第一节 励展博览集团

一、励展全球发展状况

二、励展中国市场发展状况

三、励展在华优势展会行业、品牌分布状况与发展预测

第二节 法兰克福展览公司

一、法兰克福全球发展状况

二、主要优势展会品牌

三、法兰克福中国市场发展状况

第三节 杜塞尔多夫展览集团

一、杜塞尔多夫全球发展状况

二、杜塞尔多夫中国市场发展状况

三、杜塞尔多夫展览（中国）有限公司业绩

第四节 汉诺威展览公司

一、汉诺威全球发展状况

二、汉诺威中国市场发展状况

第五节 爱博展览集团

一、爱博全球发展状况

二、爱博中国市场发展状况

第六节 科隆国际展览有限公司

一、科隆展览全球发展状况

二、科隆展览中国市场发展状况

第七节 慕尼黑国际博览集团

一、慕尼黑集团全球发展状况

二、慕尼黑集团中国业务发展状况

第八节 亚洲博闻有限公司

一、亚洲博闻全球业务状况

二、亚洲博闻中国业务现状

第九节 中展集团公司

第十节 广东现代会展管理公司

第九章2012年中国会展业的营销策略分析

第一节 会展营销概述

第二节 中国会展业创新营销策略分析

第三节 中国会展业的整合营销分析

第四节 展览会各个阶段的营销策略

第五节 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

第十章2014-2018年国际会展业前景展望与趋势预测

第一节2014-2018年中国会展业的发展前景透析

第二节2014-2018年相关产业发展前景趋势

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/170866170866.html>