

2006年中国展览（会展）业市场研究报告

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《2006年中国展览（会展）业市场研究报告》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/xiantiyongpin/2993029930.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

目录第一章 国际展览业发展分析第一节 英国展览业发展分析一、英国展览业概况二、英国的主要展览场馆三、英国的主要展会四、英国展会的特点五、英国展览业的发展趋势六、英国主要的展览公司及在华业务情况七、英国政府对参加海外贸易展和研讨会的财政补贴第二节 法国展览业市场分析一、法国展览业概况二、法国展览业协会情况三、法国展览公司、展览服务公司四、法国展览场馆五、法国展览会项目六、法国政府对中小企业参加展览活动实施财政补贴政策七、法国展览业的特点及发展趋势第三节 德国展览业的分析一、德国展览业的特点二、德国展览业的成功经验三、从德国慕尼黑看展览会的品牌效应第四节 美国展览场馆的三种管理模式分析一、政府管理模式二、委员会管理模式三、私人管理模式第五节 澳大利亚展览市场分析一、澳大利亚展览业概况二、澳大利亚展览业协会情况三、澳大利亚展览公司、展览服务公司四、澳大利亚展览场馆五、澳大利亚展览会项目六、政府对经济界举办出展活动实施财政补贴和给予政策支持情况第六节 瑞士的会展经济分析一、机构和管理二、瑞士的一些著名会展第七节 国外品牌展览会的移植策略分析一、对品牌展览会的界定二、国外品牌展览会移植的制约因素分析第八节 国外会展公司营销活动发展趋势分析第九节 外国展览业的整合促销分析第二章 中国展览业发展分析第一节 贸促机构在中国展览业的发展中应充当角色分析一、特殊的展览组织者二、展览同业商协会的“领头羊”三、展览行业管理的参与者第二节 中国展览业的基本现状与发展趋势分析一、起步晚，发展快二、多元化，专业化三、新世纪，新契机第三节 近年来我国展览业快速发展一、展览会已成为促进国内贸易和扩大出口的重要手段与交流平台二、近年来中国展览业的快速发展具有显著的数量扩张特征三、展览业与区域经济发展程度密切相关，展览经济产业带基本成型第四节 从“十五”期间中国展览业的基本数据看中国展览业的主要特点第五节 入世后我国展览业的发展趋势分析一、入世将带动中国展览业更快发展二、入世将加剧中国展览业竞争三、入世将推进中国展览业的整合四、入世将促进我国展馆设施水平更快提高五、入世将促使政府办展活动逐步减少六、入世加快展览审批管理制度的改革七、入世将加速我国展览市场中外价格并轨八、入世将推动中国展览业实现行业自律第三章 我国会展经济的发展分析第一节 会展经济的内涵及发展的背景分析第二节 会展经济的功能及其作用分析一、会展经济能产生可观的直接经济效益二、会展经济有较高的产业带动作用三、会展经济能起到传播信息、知识、观念的作用四、展览会能起到促进经济贸易合作的作用五、会展经济可提高主办城市的知名度，带动地方经济的发展第三节 我国会展经济的发展现状及对策一、我国形成5大会展经济带二、我国会展业总体发展平稳三、我国会展业年均增长20%四、中国会展业步入合作发展新阶段五、会展经济潜力巨大六、会展对经济发展的巨大推动作用七、我国会展经济发展中存在的主要问题八、促进我国会展经济发展的对策建议第四节 发展中国会展经济应该着重解决的问题分析一、重视会展的拉动作用，发挥会展经济的整体效益二、明确会展本

身在自由商品经济环境中的地位三、构架国家制度保障体系四、关注人才的培养与人才合理的流动性五、加入WTO后中国会展业六大趋势六、建议与对策第五节

规范发展我国会展经济的政策建议分析第四章 会展与旅游业发展分析第一节

政府在发展会展旅游中的定位分析第二节 中国会展旅游的现状与发展趋势分析一、我国会展旅游业发展现状二、我国会展旅游业的主要问题三、我国会展旅游业的发展趋势第三节

会展业与会展旅游市场开发分析一、国内外会展业发展趋势二、会展与旅游的关系三、会展旅游市场开发第四节 会展旅游发展实例分析第五节 会展旅游成为旅游业新的增长点第六节 大力促进会展与旅游的对接第五章 会展与城市互动发展分析第一节

城市发展会展业的几个必要条件第二节 城市会展经济所面临的问题和挑战一、定位盲目的问题二、规划滞后问题三、政策乏力问题四、政府“错位”问题第三节 会展业与城市的互动发展分析一、会展经济与城市发展的关系二、会展经济对城市发展的贡献三、影响城市会展经济定位的因素四、如何为城市会展经济定位第四节 会展业对城市经济发展的拉动效应分析

第五节 二级城市展览业发展实证分析 第六节 中小城市会展业潜力分析及对策分析 第七节 部分城市会展业发展一、对接区域经济增长 上海展览业步入“牛市”二、浦东2010年将成为长三角会展核心集聚区三、北京会展业面临前所未有的发展机遇四、天津滨海新区打造北方会展中心五、天津会展经济渐成经济发展“助推器”六、武汉会展业发展现状及对策七、会展业成沈阳经济新支点八、济南会展业进入快速发展期九、会展成为长春经济新亮点第六章

会展与酒店业互动发展分析第一节 会展与酒店业互动关系分析一、会展与酒店间的良性互动关系二、会展与酒店间的规模效应关系三、会展与酒店间的资源交流关系四、会展与酒店间的环境互造关系第二节 会展与酒店业互动发展支撑体系分析一、市场支撑体系二、组织支撑体系三、基础支撑体系四、媒介支撑体系第三节 会展与酒店业互动发展模式分析一、一体化发展模式二、单体化发展模式三、国际化发展模式第四节 我国实现会展与酒店互动发展的对策分析一、建立完善的行业管理体制二、开发新型酒店会展旅游产品三、扩展网络信息化保障体系四、健全系统的服务保障体系五、充分整合区域内相关资源第七章

中外会展业发展比较分析第一节 国际会展业发展的特点和趋势分析一、主办机构专业化二、展览公司集团化三、会展品牌化四、会展国际化第二节 中外会展业发展比较分析一、管理体制上的差距二、展览场馆和设施上的差距三、服务水平的差距四、会展人才的差距第三节 大力发展我国会展业的对策分析一、加强政府宏观调控，完善相关法律、法规二、科学规划，合理布局三、加强会展人才的培训四、加大政府支持力度五、制定品牌战略图表目录

图表1 英国的主要展览场馆图表2 英国的主要展会图表3

英国贸易伙伴“核心展览项目”资助的海外主要展览会图表4

澳大利亚展览行业分类统计表（1）图表5 澳大利亚展览行业分类统计表（2）图表6

澳大利亚展览行业对澳大利亚经济贡献情况图表7

澳大利亚展览会参展对澳大利亚经济贡献情况（未包括展览会的直接花费）图表8

澳大利亚展览会观众对澳大利亚经济贡献情况（未包括展览会的直接花费）图表9

澳大利亚展览会观众对澳大利亚经济的平均贡献值统计图表10

澳大利亚展览会行业各部分对澳大利亚经济贡献分布比例图表11

2002年在澳大利亚主要展览一览表)图表12 瑞士展览中心图表13 瑞士会议中心图表14

EXPO REALCHINA的组织结构图表15 EXPO REAL, EXOP REAL

CHINA和CIHAF的价格比较图表16 2003年展览会地区分布情况图表17

2001-2003年我国展览业数据图表18 2001-2003年中国展览业主要经济指标图表19

根据九省市调查估算的2004\2005年中国展览业主要经济增长指标图表20

根据九省市调查估算的2004\2005年中国展览业主要经济指标图表21

“十五”期间全国展览项目总数一览表图表22

“十五”期间全国年均展览项目数与美、日、德、英、法的比较图表23

2004年全国已建成展览场馆总数量、总面积、平均出租率与主要展览大国的比较图表24

“十五”期间中国展览会项目主办单位分布结构图表25

2003年北京、上海、广东、浙江、江苏五省市占全国展览业主要指标比重情况图表26

2004年中国展览组织者收入及占当年GDP比重与美国、德国、英国的比较图表27

2003年中国展览会的主要参加对象与美国、德国、英国、法国的比较

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2993029930.html>