|  |
| --- |
| [中国会展行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）](https://www.20087.com/A/66/HuiZhanShiChangDiaoChaBaoGao.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国会展行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）](https://www.20087.com/A/66/HuiZhanShiChangDiaoChaBaoGao.html) |
| 报告编号： | 1A3566A　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9500 元　　纸介＋电子版：9800 元 |
| 优惠价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/A/66/HuiZhanShiChangDiaoChaBaoGao.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　会展业作为商务交流和文化传播的重要平台，近年来借助数字化转型，实现了线上线下融合的新模式。虚拟会展、混合会展等形式的出现，打破了地理限制，提高了参与度和覆盖面。同时，会展活动的策划和执行更加注重用户体验，通过数据分析和个性化服务提升参展商和观众的满意度。  
　　会展行业未来将更加依赖于技术的深度融合。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）和人工智能（AI）的应用将创造出更加沉浸式和互动性强的参会体验。绿色会展和可持续性原则将成为行业标准，推动会展组织者采取环保措施，减少碳足迹。此外，会展将更加注重内容的创新和专业性，吸引垂直领域的深度参与者，促进知识分享和产业合作。  
  
第1章 中国会展行业发展背景  
　　1.1 会展行业发展综述  
　　　　1.1.1 会展与会展经济  
　　　　（1）会展的定义  
　　　　（2）会展经济的定义  
　　　　1.1.2 会展经济对城市发展的影响  
　　　　（1）会展业对交通、通讯业的带动效应  
　　　　（2）会展业对旅游业的带动效应  
　　　　（3）会展业对零售业的带动效应  
　　　　（4）会展业对酒店业的带动效应  
　　　　1.1.3 会展行业在国民经济中的地位  
　　1.2 会展行业发展环境分析  
　　　　1.2.1 宏观经济环境分析  
　　　　（1）国际宏观经济走势分析  
　　　　（2）国内宏观经济走势分析  
　　　　1.2.2 监管体制和主要法律法规  
　　　　（1）行业监管体制  
　　　　（2）行业主要法律法规  
　　　　（3）行业政策规制的特征和趋势  
  
第2章 世界会展行业发展分析  
　　2.1 世界会展行业发展概况  
　　　　2.1.1 世界会展行业的诞生  
　　　　2.1.2 世界会展行业的发展状况  
　　　　2.1.3 世界会展行业的发展趋势  
　　2.2 世界会展经济发展分析  
　　　　2.2.1 世界会展经济发展概况  
　　　　2.2.2 世界会展经济发展模式  
　　　　（1）政府推动型  
　　　　（2）市场主导型  
　　　　（3）协会推动型  
　　　　（4）政府市场结合型  
　　　　2.2.3 世界会展经济发展趋势  
　　2.3 主要国家会展行业发展分析  
　　　　2.3.1 德国会展行业发展分析  
　　　　（1）德国会展行业发展概况  
　　　　（2）德国会展行业发展动力  
　　　　（3）德国会展行业经验借鉴  
　　　　2.3.2 美国会展行业发展分析  
　　　　2.3.3 法国会展行业发展分析  
　　　　2.3.4 加拿大会展行业发展分析  
　　2.4 世界最佳会展中心特色分析  
　　　　2.4.1 荷兰阿姆斯特丹rai展览中心  
　　　　2.4.2 韩国汉城会展中心  
　　　　2.4.3 澳大利亚墨尔本展览会议中心  
　　　　2.4.4 巴黎会议中心  
　　　　2.4.5 英国格拉斯哥展览会议中心  
　　　　2.4.6 新加坡国际会展中心  
　　　　2.4.7 澳大利亚悉尼会展中心  
　　　　2.4.8 加拿大温哥华会展中心  
　　　　2.4.9 澳大利亚凯恩斯会议中心  
  
第3章 中国会展行业发展分析  
　　3.1 中国会展行业发展状况  
　　　　3.1.1 会展行业规模分析  
　　　　（1）展览场馆规模  
　　　　（2）展会数量规模  
　　　　3.1.2 展会分布情况  
　　　　（1）展会时间分布  
　　　　（2）展会行业分布  
　　　　（3）展期特征分布  
　　　　3.1.3 流动展会分析  
　　3.2 中国会展行业竞争分析  
　　　　3.2.1 世界会展巨头在华竞争分析  
　　　　（1）英国励展博览集团  
　　　　（2）亚洲博闻有限公司  
　　　　（3）德国法兰克福展览公司  
　　　　（4）德国科隆展览公司  
　　　　（5）德国汉诺威展览公司  
　　　　3.2.2 中国会展行业竞争分析  
　　　　（1）会展行业竞争现状分析  
　　　　（2）会展行业swot分析  
　　　　（3）会展行业资源整合趋势  
　　3.3 中国会展行业回顾与展望  
　　　　3.3.1 2024年会展行业发展特征  
　　　　3.3.2 2024年会展行业市场运行特征  
　　　　3.3.3 2024年会展行业发展前景展望  
　　　　3.3.4 会展行业发展趋势  
  
第4章 中国会展经济带发展分析  
　　4.1 中国会展经济带发展概况  
　　　　4.1.1 会展经济带的形成  
　　　　4.1.2 会展经济带的合作  
　　　　（1）区域合作的理念与措施  
　　　　（2）区域合作的形式  
　　4.2 环渤海会展经济带发展分析  
　　　　4.2.1 环渤海会展经济带发展分析  
　　　　（1）环渤海会展经济带基本状况  
　　　　（2）环渤海会展经济带优势分析  
　　　　4.2.2 北京会展行业发展分析  
　　　　（1）北京会展行业设施规模  
　　　　（2）北京会展行业会展项目及结构  
　　　　（3）北京会展行业市场主体结构  
　　　　（4）北京会展行业收入规模  
　　　　（5）北京展览市场满意度调查  
　　　　（6）北京会展行业存在问题及对策  
　　　　（7）北京会展行业相关政策及规划  
　　　　4.2.3 天津会展行业发展分析  
　　　　（1）天津会展行业设施规模  
　　　　（2）天津会展行业会展项目  
　　　　（3）天津会展行业收入规模  
　　　　（4）天津会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）天津会展行业相关政策及规划  
　　　　4.2.4 青岛会展行业发展分析  
　　　　（1）青岛会展行业设施规模  
　　　　（2）青岛会展行业会展项目  
　　　　（3）青岛会展行业收入规模  
　　　　（4）青岛会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）青岛会展行业相关政策及规划  
　　4.3 长三角会展经济带发展分析  
　　　　4.3.1 长三角会展经济带发展分析  
　　　　（1）长三角会展经济带基本状况  
　　　　（2）长三角会展经济带呈梯度格局  
　　　　（3）世博会对长三角会展经济带的影响  
　　　　4.3.2 上海会展行业发展分析  
　　　　（1）上海会展行业设施规模  
　　　　（2）上海会展行业会展项目  
　　　　（3）上海会展行业收入规模  
　　　　（4）上海展览市场满意度调查  
　　　　（5）上海会展行业存在问题及对策  
　　　　（6）上海会展行业相关政策及规划  
　　　　4.3.3 南京会展行业发展分析  
　　　　（1）南京会展行业设施规模  
　　　　（2）南京会展行业会展项目  
　　　　（3）南京会展行业收入规模  
　　　　（4）南京会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）南京会展行业相关政策及规划  
　　　　4.3.4 杭州会展行业发展分析  
　　　　（1）杭州会展行业设施规模  
　　　　（2）杭州会展行业会展项目  
　　　　（3）杭州会展行业收入规模  
　　　　（4）杭州会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）杭州会展行业相关政策及规划  
　　4.4 珠三角会展经济带发展分析  
　　　　4.4.1 珠三角会展经济带发展分析  
　　　　（1）珠三角会展经济带基本状况  
　　　　（2）珠三角会展经济带竞争分析  
　　　　（3）珠三角会展经济带合作分析  
　　　　4.4.2 广州会展行业发展分析  
　　　　（1）广州会展行业设施规模  
　　　　（2）广州会展行业会展项目  
　　　　（3）广州会展行业收入规模  
　　　　（4）广州展览市场满意度调查  
　　　　（5）广州会展行业存在问题及对策  
　　　　（6）广州会展行业相关政策及规划  
　　　　4.4.3 深圳会展行业发展分析  
　　　　（1）深圳会展行业设施规模  
　　　　（2）深圳会展行业会展项目  
　　　　（3）深圳会展行业收入规模  
　　　　（4）深圳会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）深圳会展行业相关政策及规划  
　　　　4.4.4 中国香港会展行业发展分析  
　　　　（1）中国香港会展行业发展优势  
　　　　（2）中国香港会展行业设施规模  
　　　　（3）中国香港会展行业会展项目  
　　　　（4）中国香港会展行业收入规模  
　　　　（5）中国香港会展行业借鉴经验  
　　　　4.4.5 中国澳门会展行业发展分析  
　　　　（1）中国澳门会展行业发展概况  
　　　　（2）中国澳门会展行业设施规模  
　　　　（3）中国澳门会展行业会展项目  
　　　　（4）中国澳门会展行业收入规模  
　　　　（5）中国澳门会展行业借鉴经验  
　　4.5 东北会展经济带发展分析  
　　　　4.5.1 东北会展经济带发展分析  
　　　　（1）东北会展经济带基本状况  
　　　　（2）东北会展经济带发展战略  
　　　　4.5.2 大连会展行业发展分析  
　　　　（1）大连会展行业设施规模  
　　　　（2）大连会展行业会展项目  
　　　　（3）大连会展行业收入规模  
　　　　（4）大连会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）大连会展行业相关政策及规划  
　　　　4.5.3 沈阳会展行业发展分析  
　　　　（1）沈阳会展行业设施规模  
　　　　（2）沈阳会展行业会展项目  
　　　　（3）沈阳会展行业收入规模  
　　　　（4）沈阳会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）沈阳会展行业相关政策及规划  
　　　　4.5.4 长春会展行业发展分析  
　　　　（1）长春会展行业设施规模  
　　　　（2）长春会展行业会展项目  
　　　　（3）长春会展行业收入规模  
　　　　（4）长春会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）长春会展行业相关政策及规划  
　　4.6 中西部会展经济带发展分析  
　　　　4.6.1 中西部会展经济带基本状况  
　　　　4.6.2 成都会展行业发展分析  
　　　　（1）成都会展行业设施规模  
　　　　（2）成都会展行业会展项目  
　　　　（3）成都会展行业收入规模  
　　　　（4）成都会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）成都会展行业相关政策及规划  
　　　　4.6.3 重庆会展行业发展分析  
　　　　（1）重庆会展行业发展概况  
　　　　（2）重庆会展行业设施规模  
　　　　（3）重庆会展行业会展项目  
　　　　（4）重庆会展行业收入规模  
　　　　（5）重庆会展行业存在问题及对策  
　　　　（6）重庆会展行业相关政策及规划  
　　　　4.6.4 西安会展行业发展分析  
　　　　（1）西安会展行业设施规模  
　　　　（2）西安会展行业会展项目  
　　　　（3）西安会展行业收入规模  
　　　　（4）西安会展行业存在问题及对策  
　　　　（5）西安会展行业相关政策及规划  
　　　　4.6.5 郑州会展行业发展分析  
　　　　（1）郑州会展行业设施规模  
　　　　（2）郑州会展行业会展项目  
　　　　（3）郑州会展行业收入规模  
　　　　（4）郑州会展行业存在问题集对策  
　　　　（5）郑州会展行业相关政策及规划  
  
第5章 中国会展行业展馆运营分析  
　　5.1 体现循环经济理念的会展场馆盈利模式  
　　　　5.1.1 目前国内会展场馆的主要盈利模式  
　　　　（1）会展场馆租赁盈利模式  
　　　　（2）多元化产品和增值服务盈利模式  
　　　　（3）品牌化盈利模式  
　　　　（4）投资于相关产业盈利模式  
　　　　（5）房地产增值盈利模式  
　　　　（6）资本运作盈利模式  
　　　　5.1.2 阻碍会展场馆实现盈利的主要因素  
　　　　（1）会展场馆的建设缺乏有效的前期规划  
　　　　（2）大型会展活动场馆的后续开发问题突出  
　　　　5.1.3 基于循环经济思想的会展场馆盈利模式  
　　　　（1）注重规划建设的盈利模式  
　　　　（2）注重后续开发的盈利模式  
　　　　（3）会展企业集群的盈利模式  
　　5.2 大型会展场馆设备信息管理系统的建设与运行  
　　　　5.2.1 大型会展场馆设备管理信息化的必要性  
　　　　5.2.2 目标系统的功能框架结构设定  
　　　　5.2.3 系统的建设与运行的组织保障  
　　　　5.2.4 系统建设主要工作  
　　　　5.2.5 系统运行主要工作  
　　5.3 会展场馆经营模式发展趋势  
　　　　5.3.1 场馆建设投资市场化  
　　　　5.3.2 场馆经营管理市场化  
　　　　5.3.3 政府管理宏观化  
  
第6章 中国会展行业展会服务分析  
　　6.1 展会服务体系分析  
　　　　6.1.1 展会服务体系的基本构成  
　　　　（1）展前服务  
　　　　（2）展中服务  
　　　　（3）展后服务  
　　　　6.1.2 现阶段展会服务体系存在的问题  
　　　　6.1.3 建立健全展会服务体系的对策  
　　6.2 基于体验经济的会展服务策略  
　　　　6.2.1 体验经济的内涵及其与会展服务的相关性  
　　　　（1）体验经济的内涵  
　　　　（2）体验经济与会展服务的关系  
　　　　6.2.2 体验式会展服务特征分析  
　　　　（1）体验性  
　　　　（2）差异性  
　　　　（3）参与性  
　　　　6.2.3 基于体验经济的会展服务策略  
　　　　（1）全程服务  
　　　　（2）细节服务  
　　　　（3）食宿服务  
　　6.3 会展服务营销理论研究  
　　　　6.3.1 会展服务质量理论  
　　　　6.3.2 会展服务失败与服务补救  
　　　　6.3.3 会展顾客容忍区分析  
　　6.4 品牌展会打造  
　　　　6.4.1 品牌展会概述  
　　　　（1）品牌展会的概念和评价标准  
　　　　（2）品牌展会的特征  
　　　　（3）打造品牌展会的意义  
　　　　6.4.2 品牌展会打造的关键步骤  
　　　　（1）科学的展会品牌定位  
　　　　（2）优秀的展会策划方案  
　　　　（3）成功的展会品牌营销  
　　　　6.4.3 品牌展会的门槛  
　　　　（1）权威协会和行业代表的大力支持  
　　　　（2）代表行业的发展方向  
　　　　（3）专业的展览服务  
　　　　（4）获得“ufi”的资格认可  
　　　　（5）长期规划，坚持品牌战略思维  
　　　　6.4.4 品牌展会抢滩布局二线城市  
  
第7章 中国重点会展项目发展分析  
　　7.1 广交会  
　　　　7.1.1 历届广交会举办规模  
　　　　7.1.2 历届广交会成交额  
　　　　7.1.3 历届广交会营业收入  
　　　　7.1.4 广交会经济效应分析  
　　7.2 高交会  
　　　　7.2.1 历届高交会举办规模  
　　　　7.2.2 历届高交会成交额  
　　　　7.2.3 历届高交会营业收入  
　　　　7.2.4 高交会经济效应分析  
　　7.3 华交会  
　　　　7.3.1 历届华交会举办规模  
　　　　7.3.2 历届华交会成交额  
　　　　7.3.3 历届华交会营业收入  
　　　　7.3.4 华交会经济效应分析  
　　7.4 西博会  
　　　　7.4.1 历届西博会举办规模  
　　　　7.4.2 历届西博会成交额  
　　　　7.4.3 历届西博会营业收入  
　　　　7.4.4 西博会经济效应分析  
　　7.5 世博会  
　　　　7.5.1 上海世博会举办规模  
　　　　7.5.2 上海世博会影响分析  
　　　　（1）世博会对中国地位的影响分析  
　　　　（2）世博会对中国经济的影响分析  
　　　　（3）世博会对中国文化的影响分析  
　　　　（4）世博会对中国会展行业的影响分析  
  
第8章 中国会展行业领先企业经营分析  
　　8.1 中国领先会展组织企业经营分析  
　　　　8.1.1 上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展规模分析  
　　　　（2）企业组织架构分析  
　　　　（3）企业会展业务分析  
　　　　（4）企业经营情况分析  
　　　　（5）企业最新发展动向分析  
　　　　8.1.2 上海科技会展有限公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展规模分析  
　　　　（2）企业组织架构分析  
　　　　（3）企业会展业务分析  
　　　　（4）企业经营情况分析  
　　　　（5）企业最新发展动向分析  
　　　　8.1.3 宁波国际展览有限公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展规模分析  
　　　　（2）企业会展业务分析  
　　　　（3）企业经营情况分析  
　　　　8.1.4 大连北方国际展览股份有限公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展规模分析  
　　　　（2）企业会展业务分析  
　　　　（3）企业经营情况分析  
　　　　（4）企业最新发展动向分析  
　　　　8.1.5 上海浦东国际展览公司经营情况分析  
　　　　（1）企业发展规模分析  
　　　　（2）企业会展业务分析  
　　　　（3）企业经营情况分析  
　　　　（4）企业最新发展动向分析  
　　　　……  
  
第9章 (中~智~林)中国会展行业专题研究  
　　9.1 会展旅游发展专题  
　　　　9.1.1 会展旅游的概念  
　　　　9.1.2 会展业与旅游业对接基础  
　　　　9.1.3 国内会展业与旅游业对接现状  
　　　　9.1.4 会展业与旅游业对接策略  
　　　　（1）角色定位  
　　　　（2）管理体制  
　　　　（3）整体营销+配套服务  
　　　　（4）客源预测  
　　　　（5）场馆后续利用  
　　　　9.1.5 会展业与旅游业融合发展前景展望  
　　9.2 会展人才培养专题  
　　　　9.2.1 中外会展业人才供求特点比较  
　　　　（1）国际会展业人才供求特点  
　　　　（2）中国会展业人才供求特点  
　　　　9.2.2 会展人才需求分析  
　　　　（1）会展人才需求单位分析  
　　　　（2）会展人才职业前景分析  
　　　　（3）会展人才缺口分析  
　　　　9.2.3 会展人才培养  
　　　　（1）会展人才培养的层次及重心  
　　　　（2）会展教育的现状分析  
　　　　（3）会展人才的培养路径  
　　9.3 会展知识产权专题  
　　　　9.3.1 国内展会组展商  
　　　　9.3.2 外国展会组织者  
　　　　9.3.3 会展项目交易者  
　　　　9.3.4 出国展览组展商  
　　　　9.3.5 国内展会参展商  
　　　　9.3.6 展台设计搭建商  
　　　　9.3.7 展具专利持有者  
　　　　9.3.8 国家主管部门  
　　　　9.3.9 会展行业协会  
　　9.4 会展企业发展战略专题  
　　　　9.4.1 影响会展行业战略选择因素分析  
　　　　（1）产业影响因素分析  
　　　　（2）市场影响因素分析  
　　　　（3）、软硬件设施影响因素分析  
　　　　9.4.2 不同发展阶段会展企业战略选择  
　　　　（1）创建期会展企业战略选择  
　　　　（2）成长期会展企业战略选择  
　　　　（3）成熟期会展企业战略选择  
　　　　（4）衰退期会展企业战略选择  
　　　　9.4.3 不同竞争位次会展企业战略选择  
　　　　（1）市场主导型企业战略选择  
　　　　（2）市场挑战型企业战略选择  
　　　　（3）市场跟随型企业战略选择  
　　　　（4）市场补缺型企业战略选择  
　　　　9.4.4 不同地域会展企业战略选择  
　　　　（1）环渤海会展经济带企业战略选择  
　　　　（2）长三角会展经济带企业战略选择  
　　　　（3）珠三角会展经济带企业战略选择  
　　　　（4）东北会展经济带企业战略选择  
　　　　（5）中西部会展经济带企业战略选择  
  
图表目录  
　　图表 1：2018-2023年美国失业率及产能利用率情况（单位：%）  
　　图表 2：2024-2030年美国经济数据预测（单位：%）  
　　图表 3：2023-2024年欧盟主要国家公共债务占gdp的比重（单位：%）  
　　图表 4：2018-2023年欧盟主要国家失业率情况（单位：%）  
　　图表 5：2024-2030年欧洲经济数据预测（单位：%）  
　　图表 6：2024年国内宏观经济大事一览  
　　图表 7：2024-2030年我国gdp同比增速走势及预测（单位：%）  
　　图表 8：2023-2024年我国gdp贡献率预测（单位：%）  
　　图表 9：2024-2030年我国cpi与ppi走势情况（单位：%）  
　　图表 10：2023-2024年我国cpi涨跌幅情况（单位：%）  
　　图表 11：2018-2023年我国cpi、ppi走势及预测（单位：%）  
　　图表 12：2023-2024年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）  
　　图表 13：2024年固定资产投资额累计增长情况（单位：%）  
　　图表 14：2023-2024年我国固定资产投资预测（单位：亿元，%）  
　　图表 15：2023-2024年我国进出口总值情况（单位：亿美元）  
　　图表 16：2018-2023年我国进出口增速情况（单位：%）  
　　图表 17：2018-2023年我国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）  
　　图表 18：2024年我国会展场馆区域分布情况（单位：个，平方米）  
　　图表 19：2018-2023年我国六大地域会展场馆建设情况（单位：个）  
　　图表 20：2024年我国各省市会展场馆排名前十位（单位：个，平方米）  
　　图表 21：2024年我国各地区展会数量分布（单位：个）  
　　图表 22：2024年展会数量月度分布（单位：个）  
　　图表 23：2024年展会行业数量分布情况（单位：个）  
　　图表 24：2024年展会按举办时长分类的数量分布（单位：个）  
　　图表 25：2024年展会按举办时长分布图（单位：%）  
　　图表 26：2024年部分流动展会数量分布（单位：个）  
　　图表 27：2024年北京市展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 28：2024年北京市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 29：2018-2023年北京市主要展览馆展览会分布（单位：个）  
　　图表 30：2018-2023年北京市主要展览馆展览会行业类型分布（前10位）（单位：个，%）  
　　图表 31：2018-2023年北京会展业直接收入情况（单位：亿元，%）  
　　图表 32：2024年北京展览市场参展商对展览会的评价（单位：%）  
　　图表 33：2024年北京展览市场参展商是否达到预期参展目标（单位：%）  
　　图表 34：2024年北京展览市场参展商继续参展的意向（单位：%）  
　　图表 35：2024年北京展览市场参展商参展后的业务预期（单位：%）  
　　图表 36：2024年北京展览市场参展商对展览会组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 37：2024年北京展览市场参展商对配套服务工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 38：2024年北京展览市场参展商对展览会其它相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 39：2024年北京展览市场专业观众对展览会的总体评价（单位：%）  
　　图表 40：2024年北京展览市场专业观众是否达到预期参观目标（单位：%）  
　　图表 41：2024年北京展览市场专业观众继续参观的意向（单位：%）  
　　图表 42：2024年北京展览市场专业观众对组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 43：2024年北京展览市场专业观众对其它相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 44：2024年天津市展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 45：2024年天津市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 46：2024年天津市展览会行业类型分布（前8位）（单位：个）  
　　图表 47：2024年青岛市展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 48：2024年青岛市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 49：青岛市影响力较大的自主展会  
　　图表 50：2024年青岛市展览会行业类型分布（前9位）（单位：个）  
　　图表 51：2024年上海市展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 52：2024年上海市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 53：2024年上海市国际展览会项目情况（单位：平方米，万平方米，个，%）  
　　图表 54：2024年上海市主要展览馆展览会项目情况（单位：个，万平方米）  
　　图表 55：2018-2023年上海市主要展览馆展览会行业类型分布（前10位）（单位：个，%）  
　　图表 56：2024年上海展览市场参展商对展览会的总体评价（单位：%）  
　　图表 57：2024年上海展览市场参展商是否达到预期参展目标（单位：%）  
　　图表 58：2024年上海展览市场参展商继续参展的意向（单位：%）  
　　图表 59：2024年上海展览市场参展商参展后的业务预期（单位：%）  
　　图表 60：2024年上海展览市场参展商对展览会组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 61：2024年上海展览市场参展商对配套工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 62：2024年上海展览市场参展商对展览会其他相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 63：2024年上海展览市场专业观众对展览会的评价（单位：%）  
　　图表 64：2024年上海展览市场专业观众是否达到预期参观目标（单位：%）  
　　图表 65：2024年上海展览市场专业观众继续参观的意向（单位：%）  
　　图表 66：2024年上海展览市场专业观众对组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 67：2024年上海展览市场专业观众对其它相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 68：2024年南京市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 69：2024年杭州市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 70：2024年杭州市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 71：2024年广州市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 72：2024年广州市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 73：2024年广州市主要展览馆展览会分布（单位：个）  
　　图表 74：2018-2023年广州市主要展览馆展览会类型分布（前10位）（单位：个，%）  
　　图表 75：2024年广州展览市场参展商对展览会的评价（单位：%）  
　　图表 76：2024年广州展览市场参展商是否达到预期参展目标（单位：%）  
　　图表 77：2024年广州展览市场参展商参展后的业务变化预期（单位：%）  
　　图表 78：2024年广州展览市场参展商继续参展的意向（单位：%）  
　　图表 79：2024年广州展览市场参展商对展览会组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 80：2024年广州展览市场参展商对配套工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 81：2024年广州展览市场参展商对展览会其他相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 82：2024年广州展览市场专业观众对展览会的评价（单位：%）  
　　图表 83：2024年广州展览市场专业观众是否达到预期参观目标（单位：%）  
　　图表 84：2024年广州展览市场专业观众继续参观的意向（单位：%）  
　　图表 85：2024年广州展览市场专业观众对组织工作的总体评价（单位：%）  
　　图表 86：2024年广州展览市场专业观众对其它相关事项的评价（单位：%）  
　　图表 87：2024年深圳市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 88：2024年深圳市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 89：2024年深圳市主要展览馆展览会类型分布（前12位）（单位：个）  
　　图表 90：2024年中国香港主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 91：在中国香港举办的五个全球最大型贸易展（以2023年计）  
　　图表 92：在中国香港举办的七个亚洲最大型贸易展（以2023年计）  
　　图表 93：2018-2023年中国香港商贸展览及会议数目（单位：个）  
　　图表 94：2023-2024年中国香港展览业对中国香港的经济贡献（单位：亿港元，亿美元，万港元，万美元，%）  
　　图表 95：2018-2023年中国澳门会展业场所数量（单位：个）  
　　图表 96：中国澳门主要会展场馆简介  
　　图表 97：2024年中国澳门会展活动主要统计（单位：个）  
　　图表 98：2018-2023年中国澳门会展业总收益（单位：万中国澳门元，%）  
　　图表 99：2024年大连市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 100：2024年大连市规模展会分布情况（单位：平方米）  
　　图表 101：2024年大连市承接展会分布情况（单位：个，万平方米）  
　　图表 102：2024年大连市展会规模分布情况（单位：个，%）  
　　图表 103：2024年大连市展览会行业类型分布（单位：个）  
　　图表 104：2024年沈阳市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 105：2018-2023年沈阳会展业经济交易额（单位：亿元，%）  
　　图表 106：2024年长春市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 107：2018-2023年长春会展业直接收入及增速（单位：亿元，%）  
　　图表 108：2024年成都市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 109：2024年重庆市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 110：2024年重庆市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 111：2018-2023年重庆会展业直接收入及增速（单位：亿元，%）  
　　图表 112：2024年西安市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 113：2024年西安市室内展览面积分布情况（单位：个）  
　　图表 114：2024年郑州市主要展览馆情况（单位：万平方米）  
　　图表 115：2018-2023年郑州展会面积按规模分布图（单位：%）  
　　图表 116：郑州国际会展中心与广州、上海最大场馆比较情况（单位：万平方米，个，%）  
　　图表 117：系统的功能框架结构图  
　　图表 118：系统建设与运行的组织结构进程图  
　　图表 119：历届广交会成交额统计（单位：百万美元，%）  
　　图表 120：历届华交会规模分析（单位：m2，个，家，人）  
　　图表 121：历届华交会成交额分析（单位：亿美元，%）  
　　图表 122：历届西博会成交投资总额（单位：亿元）  
　　图表 123：上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司企业组织架构图  
　　图表 124：2024-2030年上海东浩国际服务贸易（集团）有限公司经营情况（单位：亿元）  
　　……另有65个图表。  
略……

了解《[中国会展行业市场现状研究与未来前景趋势报告（2024年）](https://www.20087.com/A/66/HuiZhanShiChangDiaoChaBaoGao.html)》，报告编号：1A3566A，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/A/66/HuiZhanShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！