|  |
| --- |
| [2024-2030年中国会展业市场现状调研及前景趋势预测报告](https://www.20087.com/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.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： | [2024-2030年中国会展业市场现状调研及前景趋势预测报告](https://www.20087.com/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.html) |
| 报告编号： | 3220191　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 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/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.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

　　会展业是连接买家与卖家、企业与消费者的重要平台，对于促进贸易、推动产业发展和提升城市形象具有重要作用。近年来，会展业经历了数字化转型，线上展会和混合模式成为新常态，尤其是COVID-19疫情之后，虚拟会展技术得到了广泛应用。同时，会展业也面临着激烈的竞争和快速变化的市场需求，促使主办方不断创新，提升参展体验和服务质量。
　　未来，会展业将更加数字化和国际化。随着5G、VR/AR和人工智能等技术的成熟，线上会展将提供更加沉浸式和交互式的体验，打破地理限制，吸引全球参与者。同时，会展业将更加注重可持续性和社会责任，推动绿色办展和社区参与，提高行业形象和社会价值。此外，随着全球经济一体化和区域合作的深化，国际会展将成为促进跨国交流和贸易的重要桥梁，会展业的专业化和国际化水平将得到进一步提升。
　　[2024-2030年中国会展业市场现状调研及前景趋势预测报告](https://www.20087.com/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.html)全面剖析了会展业行业的市场规模、需求及价格动态。报告通过对会展业产业链的深入挖掘，详细分析了行业现状，并对会展业市场前景及发展趋势进行了科学预测。会展业报告还深入探索了各细分市场的特点，突出关注会展业重点企业的经营状况，全面揭示了会展业行业竞争格局、品牌影响力和市场集中度。会展业报告以客观权威的数据为基础，为投资者、企业决策者及信贷部门提供了宝贵的市场情报和决策支持，是行业内不可或缺的参考资料。

第一章 会展行业概述
　　1.1 会展业相关介绍
　　　　1.1.1 会展业的定义
　　　　1.1.2 现代会展业的特征
　　　　1.1.3 会展业的应用价值
　　　　1.1.4 会展业的产业内涵和特征
　　　　1.1.5 城市会展业发展的因素分析
　　1.2 会展产业链分析
　　　　1.2.1 会展产业上下游环节
　　　　1.2.2 会展产业链效应分析
　　1.3 会展的经济功能
　　　　1.3.1 联系和交易功能
　　　　1.3.2 整合营销功能
　　　　1.3.3 调节供需功能
　　　　1.3.4 技术扩散功能
　　　　1.3.5 产业联动功能
　　　　1.3.6 经济一体化功能
　　1.4 会展经济的重要作用
　　　　1.4.1 对城市发展的作用
　　　　1.4.2 对促进经济增长的作用
　　　　1.4.3 对经济结构的影响

第二章 2019-2024年世界会展业发展状况
　　2.1 世界会展业发展情况分析
　　　　2.1.1 国际会展业发展特点
　　　　2.1.2 全球会展业区域格局
　　　　2.1.3 世界会展业城市实力
　　　　2.1.4 全球组展商竞争格局
　　　　2.1.5 全球会展业发展特色
　　　　2.1.6 全球会展业发展模式
　　　　2.1.7 全球展览馆存量格局
　　　　2.1.8 世界会展业发展经验
　　2.2 发达国家会展业智慧化发展模式分析
　　　　2.2.1 市场自发模式
　　　　2.2.2 开放借力模式
　　　　2.2.3 政府助推模式
　　　　2.2.4 发展模式对比
　　2.3 国际会展业典型运作模式分析
　　　　2.3.1 政府推动型
　　　　2.3.2 企业推动型
　　　　2.3.3 市场主导型
　　　　2.3.4 政府主导型
　　2.4 德国
　　2.5 美国
　　2.6 新加坡
　　2.7 港澳台地区
　　2.8 其他国家
　　　　2.8.1 法国会展业发展方向
　　　　2.8.2 瑞士会展业知名会展
　　　　2.8.3 日本展览业发展综况
　　　　2.8.4 韩国会展业发展路径
　　　　2.8.5 泰国会展业发展方向
　　　　2.8.6 巴西会展业发展潜力

第三章 2019-2024年中国会展行业发展综合分析
　　3.1 我国会展行业发展的影响因素
　　　　3.1.1 生产要素的状况
　　　　3.1.2 市场需求的条件
　　　　3.1.3 相关产业的支持
　　3.2 中国会展行业政策环境分析
　　　　3.2.1 行业监管部门
　　　　3.2.2 行业法律法规
　　　　3.2.3 产业促进政策
　　　　3.2.4 境外参展政策
　　　　3.2.5 地方政策法规
　　3.3 2019-2024年中国会展业运行状况
　　　　3.3.1 行业发展特点
　　　　3.3.2 市场发展规模
　　　　3.3.3 展览规模情况
　　　　3.3.4 市场竞争格局
　　　　3.3.5 区域发展格局
　　　　3.3.6 行业主体分析
　　　　3.3.7 企业上市情况
　　3.4 2019-2024年境外会展业运行状况
　　　　3.4.1 境外办展规模
　　　　3.4.2 办展机构情况
　　　　3.4.3 自主办展类型
　　　　3.4.4 办展项目情况
　　　　3.4.5 办展地域分布
　　3.5 2019-2024年展览场馆建设分析
　　　　3.5.1 场馆建设规模
　　　　3.5.2 场馆区域分布
　　　　3.5.3 主要场馆情况
　　　　3.5.4 场馆建设进展
　　　　3.5.5 场馆建设趋势
　　3.6 2019-2024年中国典型展馆发展分析
　　　　3.6.1 广州保利世贸博览馆
　　　　3.6.2 武汉国际博览中心
　　　　3.6.3 厦门国际会展中心
　　3.7 中国会展业品牌建设分析
　　　　3.7.1 会展行业品牌效应分析
　　　　3.7.2 品牌展会受到市场热捧
　　　　3.7.3 我国会展业亟待推进品牌化
　　　　3.7.4 我国会展业品牌建设的问题
　　　　3.7.5 我国会展业品牌建设的建议
　　3.8 中国会展业存在问题分析
　　　　3.8.1 展会活动影响力偏低
　　　　3.8.2 软硬件环境建设滞后
　　　　3.8.3 区域产业融合程度不深
　　　　3.8.4 城市整合服务能力薄弱
　　3.9 中国会展业发展对策建议
　　　　3.9.1 打造差异发展路线
　　　　3.9.2 夯实政府管理职能
　　　　3.9.3 整合资源激发动能
　　　　3.9.4 完善行业生态系统

第四章 中国会展经济与城市会展建设综况
　　4.1 会展经济概述
　　　　4.1.1 会展经济的内涵
　　　　4.1.2 会展经济的特点
　　　　4.1.3 会展经济发展客观条件
　　　　4.1.4 会展经济发展效应分析
　　　　4.1.5 会展经济在中国快速崛起
　　　　4.1.6 会展业带动区域经济发展
　　　　4.1.7 会展经济未来发展趋势
　　4.2 会展拉动城市经济发展分析
　　　　4.2.1 会展与城市互动发展分析
　　　　4.2.2 会展经济有效拉动中小城市发展
　　　　4.2.3 会展经济可以提升城市竞争力
　　　　4.2.4 会展业成城市经济发展催化剂
　　　　4.2.5 会展经济和城市经济的相互促进
　　4.3 会展经济与城市品牌联动效应剖析
　　　　4.3.1 会展经济与城市品牌的概念及定位
　　　　4.3.2 会展经济对城市品牌的联动效应
　　　　4.3.3 会展经济造就城市品牌的途径
　　4.4 城市会展品牌的构成及塑造路径分析
　　　　4.4.1 城市会展品牌构成要素
　　　　4.4.2 城市会展品牌体系构建
　　　　4.4.3 城市会展品牌综合评价
　　　　4.4.4 城市会展品牌塑造路径
　　4.5 中小城市会展业的发展
　　　　4.5.1 中小城市会展业发展概述
　　　　4.5.2 中等城市会展业发展现状
　　　　4.5.3 中小城市会展业发展对策
　　　　4.5.4 二级城市会展业发展思路
　　　　4.5.5 中小城市会展业发展潜力
　　4.6 会展与旅游业的对接
　　　　4.6.1 会展业与旅游业关联度解析
　　　　4.6.2 会展业和旅游业对接简述
　　　　4.6.3 会展旅游发展优化模式构建
　　　　4.6.4 城市会展业和旅游业整合发展剖析
　　4.7 会展经济与城市发展的问题对策
　　　　4.7.1 城市会展业非均衡性问题探讨及建议
　　　　4.7.2 推进会展经济与产业集群对接发展
　　　　4.7.3 会展经济发展应加强城市间合作
　　　　4.7.4 以科学发展观指导会展业带动城市经济发展

第五章 珠三角地区会展业发展分析
　　5.1 泛珠三角区域会展业发展分析
　　　　5.1.1 泛珠三角区域会展业发展环境
　　　　5.1.2 泛珠三角区域会展业发展现状
　　　　5.1.3 泛珠三角区域会展业发展建议
　　　　5.1.4 泛珠三角会展业发展思路分析
　　　　5.1.5 泛珠三角区域会展业发展前景
　　5.2 广州会展业
　　5.3 深圳会展业
　　5.4 厦门会展业
　　5.5 海南会展业
　　5.6 佛山会展业

第六章 长三角地区会展业发展分析
　　6.1 长三角会展业综合分析
　　　　6.1.1 长三角地区会展业SWOT分析
　　　　6.1.2 长三角地区组建会展业联盟
　　　　6.1.3 长三角一体化促进会展业的发展
　　　　6.1.4 长三角建设国际会展高地的策略
　　6.2 上海会展业
　　6.3 南京会展业
　　6.4 义乌会展业
　　6.5 苏州会展业
　　6.6 杭州会展业
　　6.7 宁波会展业

第七章 环渤海区会展业发展分析
　　7.1 北京会展业
　　7.2 天津会展业
　　7.3 山东会展业
　　7.4 河北会展业

第八章 东北区会展业发展分析
　　8.1 大连会展业
　　8.2 沈阳会展业
　　8.3 长春会展业
　　8.4 哈尔滨会展业

第九章 中西部会展业发展分析
　　9.1 成都会展业
　　9.2 武汉会展业
　　9.3 长沙会展业
　　9.4 昆明会展业
　　9.5 西安会展业
　　9.6 郑州会展业

第十章 中国会展业的营销分析
　　10.1 会展营销概述
　　　　10.1.1 会展营销概念及内涵
　　　　10.1.2 会展营销构成要素
　　　　10.1.3 企业会展营销方法
　　　　10.1.4 会展城市营销建议
　　　　10.1.5 会展业营销及传播策略
　　　　10.1.6 国外会展营销经验借鉴
　　10.2 中国会展业营销新模式分析
　　　　10.2.1 会展营销的大数据模式
　　　　10.2.2 会展业的微信营销模式
　　　　10.2.3 会展业的会议营销模式
　　　　10.2.4 会展业的微博营销模式
　　10.3 中国会展业创新营销策略分析
　　　　10.3.1 营销理念创新
　　　　10.3.2 营销主体创新
　　　　10.3.3 营销手段创新
　　　　10.3.4 营销内容创新
　　10.4 展览会不同阶段营销策略分析
　　　　10.4.1 培育期展览会营销策略
　　　　10.4.2 成长期展览会营销策略
　　　　10.4.3 成熟期与衰退期展览会营销策略
　　10.5 新媒体在会展营销中的应用分析
　　　　10.5.1 新媒体在会展营销运用优势
　　　　10.5.2 新媒体在会展营销中的影响
　　　　10.5.3 新媒体在会展营销中的运用实践
　　　　10.5.4 新媒体在会展营销中的应用建议
　　10.6 现代营销手段在会展业中的应用分析
　　　　10.6.1 现代营销手段概述
　　　　10.6.2 现代营销手段应用到会展营销中的意义
　　　　10.6.3 现代营销手段在会展营销中的应用实践

第十一章 中国会展业企业经营状况分析
　　11.1 浙江米奥兰特商务会展股份有限公司
　　　　11.1.1 企业发展概况
　　　　11.1.2 业务经营分析
　　　　11.1.3 财务状况分析
　　　　11.1.4 核心竞争力分析
　　　　11.1.5 公司发展战略
　　　　11.1.6 未来前景展望
　　11.2 深圳市卡司通展览股份有限公司
　　　　11.2.1 企业发展概况
　　　　11.2.2 经营效益分析
　　　　11.2.3 业务经营分析
　　　　11.2.4 财务状况分析
　　　　11.2.5 核心竞争力分析
　　　　11.2.6 公司发展战略
　　11.3 天津振威展览股份有限公司
　　　　11.3.1 企业发展概况
　　　　11.3.2 经营效益分析
　　　　11.3.3 业务经营分析
　　　　11.3.4 财务状况分析
　　　　11.3.5 商业模式分析
　　　　11.3.6 公司发展战略
　　11.4 北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司
　　　　11.4.1 企业发展概况
　　　　11.4.2 经营效益分析
　　　　11.4.3 业务经营分析
　　　　11.4.4 财务状况分析
　　　　11.4.5 核心竞争力分析
　　　　11.4.6 公司发展战略
　　11.5 湖北视纪印象科技股份有限公司
　　　　11.5.1 企业发展概况
　　　　11.5.2 经营效益分析
　　　　11.5.3 业务经营分析
　　　　11.5.4 财务状况分析
　　　　11.5.5 商业模式分析
　　　　11.5.6 公司发展战略

第十二章 中智^林^2024-2030年中国会展业发展前景趋势分析
　　12.1 会展业发展前景分析
　　　　12.1.1 会展行业发展机遇分析
　　　　12.1.2 会展业继续保持稳定增长
　　　　12.1.3 中国会展业发展潜力分析
　　　　12.1.4 “互联网+会展”市场潜力大
　　12.2 会展业发展趋势分析
　　　　12.2.1 国际会展业发展趋势
　　　　12.2.2 未来中国会展业发展趋势
　　　　12.2.3 区域会展业发展格局走向
　　　　12.2.4 会展业将实现产业融合
　　　　12.2.5 中国会展城市的发展趋势
　　　　12.2.6 国内会展业未来发展思路
　　12.3 2024-2030年中国会展行业预测分析
　　　　12.3.1 2024-2030年中国会展行业影响因素分析
　　　　12.3.2 2024-2030年中国展会经济直接产值预测

附录：
　　附录一：《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》

图表目录
　　图表 会展业行业历程
　　图表 会展业行业生命周期
　　图表 会展业行业产业链分析
　　……
　　图表 2019-2024年会展业行业市场容量统计
　　图表 2019-2024年中国会展业行业市场规模及增长情况
　　……
　　图表 2019-2024年中国会展业行业销售收入分析 单位：亿元
　　图表 2019-2024年中国会展业行业盈利情况 单位：亿元
　　图表 2019-2024年中国会展业行业利润总额分析 单位：亿元
　　……
　　图表 2019-2024年中国会展业行业企业数量情况 单位：家
　　图表 2019-2024年中国会展业行业企业平均规模情况 单位：万元/家
　　图表 2019-2024年中国会展业行业竞争力分析
　　……
　　图表 2019-2024年中国会展业行业盈利能力分析
　　图表 2019-2024年中国会展业行业运营能力分析
　　图表 2019-2024年中国会展业行业偿债能力分析
　　图表 2019-2024年中国会展业行业发展能力分析
　　图表 2019-2024年中国会展业行业经营效益分析
　　……
　　图表 \*\*地区会展业市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区会展业行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区会展业市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区会展业行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区会展业市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区会展业行业市场需求情况
　　……
　　图表 会展业重点企业（一）基本信息
　　图表 会展业重点企业（一）经营情况分析
　　图表 会展业重点企业（一）盈利能力情况
　　图表 会展业重点企业（一）偿债能力情况
　　图表 会展业重点企业（一）运营能力情况
　　图表 会展业重点企业（一）成长能力情况
　　图表 会展业重点企业（二）基本信息
　　图表 会展业重点企业（二）经营情况分析
　　图表 会展业重点企业（二）盈利能力情况
　　图表 会展业重点企业（二）偿债能力情况
　　图表 会展业重点企业（二）运营能力情况
　　图表 会展业重点企业（二）成长能力情况
　　……
　　图表 2024-2030年中国会展业行业市场容量预测
　　图表 2024-2030年中国会展业行业市场规模预测
　　图表 2024-2030年中国会展业市场前景分析
　　图表 2024-2030年中国会展业行业发展趋势预测
略……

了解《[2024-2030年中国会展业市场现状调研及前景趋势预测报告](https://www.20087.com/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.html)》，报告编号：3220191，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/19/HuiZhanYeHangYeXianZhuangJiQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！