

# 2025-2031年中国会展业市场深度评估与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国会展业市场深度评估与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202503/481114.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

会展业是现代科学技术与经济晴雨表，它反映了一个国家、地区乃至全球科学技术和经济发展的历程。从20世纪90年代开始，中国大踏步迈上了世界会展大国的旅程。会展业在我国取得了长足的发展。

世界经济形势复杂多变，国际经贸规则出现深刻调整，但综合研判世界发展大势，经济全球化仍是不可逆转的时代潮流，会展业作为现代服务业的重要支柱之一，其全球市场规模正在逐步扩大。

中国经济在困难重重的国内外形势下继续保持中高速增长，展览行业政策环境不断优化，制度规范更加完善，以“一带一路”建设为重点的开放型经济发展深入推进，首届中国国际进口博览会创造了多项国际博览会纪录，新业态、新模式不断涌现。中国展览业也取得了靓丽的成绩，各级政府对展览工作更加重视，企业参与积极性不断提高，行业国内外交流更趋频繁，展览业已经成为构建现代市场体系和开放型经济体系的重要平台。

2024年是“十四五”规划的开局之年，也是在经历疫情后中国展览经济重回发展正轨的关键之年，得益于新冠肺炎疫情的有效防控，全国各地逐渐恢复线下展览活动，展览数量和展览面积均实现较快增长。2024年全年共举办经贸类展览2949个，同比增长48.6%；展览总面积9299万平方米，同比增长27.2%。

2024年7月9日，《“十四五”商务发展规划》正式印发。《规划》提出要促进形成强大国内市场，升级消费平台，建立健全促消费常态化机制，支持中国国际消费品博览会打造全球消费精品展示交易平台。2024年9月1日，财政部等部门发布《关于中国国际服务贸易交易会展期内销售的进口展品税收政策的通知》，通知称，对服贸会每个展商在展期内销售的进口展品，按附件规定的数量或金额上限，免征进口关税、进口环节增值税和消费税

。2024年1月12日，国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，提出加快推动文化教育、医疗健康、会展旅游、体育健身等领域公共服务资源数字化供给和网络化服务，促进优质资源共享复用。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国会展业市场深度评估与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了会展业的定义、特征及经济功能等，接着分析了国内外会展业发展的总体概况以及会展经济与城市发展，然后分别介绍了珠三角、长三角、环渤海、东北、中西部五大经济产业带会展业的发展状况。随后，报告对会展业做了营销分析和重点企业分析，最后科学预测了会展业的发展前景及未来趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国国际贸易促进委员会、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国展览馆协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威

、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对会展产业有个系统深入的了解、或者想投资会展行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 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

### 1.5 会展业在双循环格局中的发展

#### 1.5.1 双循环发展格局

#### 1.5.2 推进会展业复业复苏

#### 1.5.3 增强产业链供应链运转

#### 1.5.4 创新会展业服务模式

## 第二章 2020-2024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 国际会展业发展热点

#### 2.1.2 全球会展业收入分析

#### 2.1.3 全球会展业展能规模

#### 2.1.4 全球会展业区域格局

#### 2.1.5 世界会展业城市实力

#### 2.1.6 全球会展业发展动态

#### 2.1.7 全球会展业发展模式

#### 2.1.8 国际贸易数字展览发展

#### 2.1.9 全球商展的发展格局

#### 2.1.10 全球展览日经济属性

#### 2.1.11 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

#### 2.4.1 德国展览业市场运行

#### 2.4.2 德国展览业规模排名

#### 2.4.3 德国商展的发展状况

#### 2.4.4 德国展览业发展特点

#### 2.4.5 德国展览业财政支持

#### 2.4.6 德国展览业行业组织

#### 2.4.7 德国会展业经验借鉴

### 2.5 美国

- 2.5.1 美国会展业发展情况
- 2.5.2 美国会展业主要特点
- 2.5.3 美国知名展馆介绍
- 2.5.4 美国会展中心动态
- 2.5.5 美国会展业发展经验
- 2.5.6 美国会展业疫情影响
- 2.6 新加坡
  - 2.6.1 新加坡会展业发展优势分析
  - 2.6.2 新加坡会展业主要展馆动态
  - 2.6.3 新加坡政府会展业管理状况
  - 2.6.4 新加坡会展业发展经验借鉴
  - 2.6.5 新加坡会展业疫情影响分析
- 2.7 港澳台地区
  - 2.7.1 台湾会展业发展状况
  - 2.7.2 香港会展业发展概况
  - 2.7.3 澳门会展业发展状况
- 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 巴西会展业发展动态

### 第三章 2020-2024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 行业标准化建设

- 3.2.3 会展国际标准
- 3.2.4 产业促进政策
- 3.2.5 境外参展政策
- 3.2.6 相关法律法规
- 3.2.7 疫情扶持政策
- 3.2.8 地方政策法规
- 3.2.9 绿色低碳政策
- 3.2.10 行业发展规划
- 3.3 2020-2024年中国会展业运行状况
  - 3.3.1 行业发展历程
  - 3.3.2 行业发展特点
  - 3.3.3 行业发展态势
  - 3.3.4 行业发展热点
  - 3.3.5 展览规模情况
  - 3.3.6 展览省份分布
  - 3.3.7 城市发展格局
  - 3.3.8 展览规模分布
  - 3.3.9 展览行业分布
  - 3.3.10 疫情发展影响
- 3.4 2020-2024年境外会展业运行状况
  - 3.4.1 境外办展规模
  - 3.4.2 自主办展情况
  - 3.4.3 办展机构情况
  - 3.4.4 自主办展类型
  - 3.4.5 办展项目情况
  - 3.4.6 “一带一路”项目
- 3.5 2020-2024年展览场馆建设分析
  - 3.5.1 场馆建设规模
  - 3.5.2 场馆省份分布
  - 3.5.3 场馆城市分布
  - 3.5.4 场馆规模分布
  - 3.5.5 场馆运营情况

- 3.5.6 场馆展览面积
- 3.6 2020-2024年中国典型展馆发展分析
  - 3.6.1 深圳国际会展中心
  - 3.6.2 郑州国际会展中心
  - 3.6.3 苏州国际博览中心
- 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 会展业品牌建设的要素
  - 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
  - 3.7.6 我国会展业品牌建设的趋势
- 3.8 中国会展业存在问题分析
  - 3.8.1 市场资源配置作用弱
  - 3.8.2 自由选择权未得到尊重
  - 3.8.3 政策引起不公平竞争
  - 3.8.4 知识产权保护问题突出
  - 3.8.5 国际化发展水平失衡
  - 3.8.6 会展业存在问题成因分析
- 3.9 中国会展业发展对策建议
  - 3.9.1 发挥市场资源配置作用
  - 3.9.2 切实措施减少形式主义
  - 3.9.3 政策保持中性维持公平
  - 3.9.4 优化展览业营商环境
  - 3.9.5 加强绿色环保标准建设

#### 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 会展业带动区域经济发展
- 4.1.6 会展经济发展的“危”与“机”
- 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 会展经济对城市经济的重要作用
  - 4.2.2 会展经济有效拉动城市发展
  - 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 会展经济品牌系统构建的必要性
  - 4.3.3 会展经济对城市品牌的联动效应
  - 4.3.4 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问题
  - 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+”产业协同发展分析
  - 4.6.1 “会展+”产业协同创新发展环境
  - 4.6.2 “会展+”产业协同发展制约因素
  - 4.6.3 “会展+”产业协同发展重点方向
  - 4.6.4 “会展+”产业协同创新发展路径
- 4.7 会展与旅游业的对接
  - 4.7.1 会展业与旅游业关联度解析

- 4.7.2 会展业和旅游业融合发展
- 4.7.3 会展旅游发展优化模式构建
- 4.7.4 旅游会展业提质增效路径探讨
- 4.7.5 会展业和旅游业整合发展策略
- 4.8 会展经济与城市发展的问題对策
- 4.8.1 城市会展业非均衡性问题探讨及建议
- 4.8.2 会展经济产业与城市发展方向
- 4.8.3 会展经济与区域经济发展思考
- 4.8.4 疫情下会展经济与城市发展建议

## 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 泛珠三角会展业品牌展业介绍
- 5.1.5 泛珠三角会展业发展思路分析
- 5.1.6 泛珠三角区域会展业发展前景
- 5.2 广州会展业
- 5.2.1 广州会展业发展环境
- 5.2.2 广州会展业发展规模
- 5.2.3 广州会展业发展现状
- 5.2.4 广州会展业发展动态
- 5.2.5 广州会展业品牌展会
- 5.2.6 广州会展业企业性质
- 5.2.7 广州会展业发展机遇
- 5.2.8 广州会展业对策建议
- 5.2.9 广州会展业发展趋势
- 5.3 深圳会展业
- 5.3.1 深圳会展业发展演进
- 5.3.2 深圳会展业运行情况
- 5.3.3 深圳会展业品牌展会

- 5.3.4 深圳会展业发展优势
- 5.3.5 深圳会展业发展状况
- 5.3.6 深圳会展业发展问题
- 5.3.7 深圳会展业发展战略
- 5.3.8 深圳会展业发展机遇
- 5.3.9 深圳会展业国际化发展
- 5.4 厦门会展业
  - 5.4.1 厦门会展业经济作用
  - 5.4.2 厦门会展业发展规模
  - 5.4.3 厦门会展业发展成就
  - 5.4.4 厦门会展业发展基金
  - 5.4.5 厦门会展产业集聚区
  - 5.4.6 厦门会展业重点企业
  - 5.4.7 厦门会展业扶持政策
  - 5.4.8 厦门会展业发展目标
  - 5.4.9 厦门会展业发展前景
- 5.5 海南会展业
  - 5.5.1 海南会展业发展优势
  - 5.5.2 海南会展业发展现状
  - 5.5.3 海南会展业发展成果
  - 5.5.4 海南会展业区域发展
  - 5.5.5 海南会展业发展问题
  - 5.5.6 海南会展业扶持政策
  - 5.5.7 海南会展业发展目标
  - 5.5.8 海南会展业支持项目
  - 5.5.9 消博会助推行业发展
- 5.6 佛山会展业
  - 5.6.1 佛山会展业发展现状
  - 5.6.2 佛山会展业发展特点
  - 5.6.3 佛山会展业发展动态
  - 5.6.4 佛山会展业发展机遇
  - 5.6.5 佛山重点会展项目计划

## 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 长三角会展业SWOT分析

#### 6.1.2 长三角会展业发展现状

#### 6.1.3 长三角地区成立会展联盟

#### 6.1.4 长三角会展业联动发展

#### 6.1.5 长三角会展业发展前景

### 6.2 上海会展业

#### 6.2.1 上海会展业发展历程

#### 6.2.2 上海会展业相关政策

#### 6.2.3 上海会展业发展成就

#### 6.2.4 上海市展览数量规模

#### 6.2.5 上海市展览面积规模

#### 6.2.6 上海市展览规模分布

#### 6.2.7 上海市场馆设施规模

#### 6.2.8 上海会展业发展动态

#### 6.2.9 上海会展业发展案例

#### 6.2.10 上海会展业发展前景

#### 6.2.11 上海会展业发展目标

### 6.3 南京会展业

#### 6.3.1 南京会展业发展环境

#### 6.3.2 南京会展业发展成就

#### 6.3.3 南京会展业发展格局

#### 6.3.4 南京会展专项资金管理

#### 6.3.5 南京会展业发展问题

#### 6.3.6 南京会展业重点领域

#### 6.3.7 南京会展业发展任务

#### 6.3.8 南京会展业发展前景

### 6.4 义乌会展业

#### 6.4.1 义乌会展业发展规模

#### 6.4.2 义乌会展业发展成就

- 6.4.3 义乌市会展发展形势
- 6.4.4 义乌市会展品牌项目
- 6.4.5 会展业重点企业概况
- 6.4.6 义乌会展业财政扶持
- 6.4.7 义乌会展的项目规划
- 6.4.8 义乌会展业发展问题
- 6.4.9 义乌会展业发展前景
- 6.4.10 义乌会展业发展趋势
- 6.5 苏州会展业
  - 6.5.1 苏州会展业发展优势
  - 6.5.2 苏州会展业发展规模
  - 6.5.3 苏州会展业发展特点
  - 6.5.4 苏州会展业转型发展
  - 6.5.5 苏州会展业发展动态
  - 6.5.6 苏州会展业发展思考
  - 6.5.7 苏州会展业存在问题
  - 6.5.8 苏州会展业发展建议
  - 6.5.9 苏州会展业发展前景
- 6.6 杭州会展业
  - 6.6.1 杭州会展业发展形势
  - 6.6.2 杭州会展业发展状况
  - 6.6.3 杭州会展产业园建设
  - 6.6.4 杭州会展业发展规划
  - 6.6.5 杭州会展业扶持资金
  - 6.6.6 杭州会展业合作交流
  - 6.6.7 杭州会展业发展任务
  - 6.6.8 杭州会展业发展机遇
- 6.7 宁波会展业
  - 6.7.1 宁波会展业发展形势
  - 6.7.2 宁波会展业发展现状
  - 6.7.3 宁波会展业发展动态
  - 6.7.4 宁波会展业发展重点

6.7.5 宁波会展业保障措施

6.7.6 宁波会展业发展规划

## 第七章 环渤海区会展业发展分析

### 7.1 北京会展业

7.1.1 北京市展览业发展历程

7.1.2 北京市会展业发展优势

7.1.3 北京市会展业发展现状

7.1.4 北京市展览馆建设情况

7.1.5 北京市商业会展业发展措施

7.1.6 北京会展业发展措施建议

7.1.7 首都会展集团成立

7.1.8 北京会展业发展前景

7.1.9 北京会展业发展规划

### 7.2 天津会展业

7.2.1 天津市会展业发展特点

7.2.2 天津市会展业发展规模

7.2.3 天津市会展业主要企业

7.2.4 天津国家会展项目建设

7.2.5 天津市会展业发展机遇

7.2.6 天津会展业发展制约因素

7.2.7 天津会展业发展意见建议

### 7.3 山东会展业

7.3.1 山东省会展业运行状况

7.3.2 山东省会展业扶持政策

7.3.3 山东会展业国际化进程

7.3.4 山东省会展业发展动态

7.3.5 山东省品牌展会认定办法

7.3.6 青岛市会展业发展成果

7.3.7 山东省会展业存在问题

7.3.8 山东省会展业发展机遇

7.3.9 山东省会展业发展路径

## 7.4 河北会展业

### 7.4.1 河北省会展业发展优势

### 7.4.2 河北省会展业运行状况

### 7.4.3 河北会展场馆发展规模

### 7.4.4 河北省会展业重要企业

### 7.4.5 河北省会展业发展成就

### 7.4.6 河北省会展业发展困境

### 7.4.7 河北省会展业发展建议

### 7.4.8 河北省会展发展机遇挑战

### 7.4.9 河北省会展业发展前景

## 第八章 东北区会展业发展分析

### 8.1 大连会展业

#### 8.1.1 大连会展业发展规模

#### 8.1.2 大连会展业专项资金

#### 8.1.3 大连会展业发展动态

#### 8.1.4 疫情对会展业的影响

#### 8.1.5 大连会展业发展机遇

#### 8.1.6 大连会展业发展挑战

#### 8.1.7 大连会展业发展建议

#### 8.1.8 大连会展业发展前景

### 8.2 沈阳会展业

#### 8.2.1 沈阳会展业发展现状

#### 8.2.2 沈阳会展业发展成就

#### 8.2.3 沈阳会展业资金扶持

#### 8.2.4 沈阳会展业发展问题

#### 8.2.5 沈阳会展业发展对策

#### 8.2.6 沈阳会展业疫情后回暖

#### 8.2.7 沈阳会展业发展前景

### 8.3 长春会展业

#### 8.3.1 长春会展业发展现状

#### 8.3.2 长春会展业发展成就

- 8.3.3 长春会展业发展热点
- 8.3.4 长春会展业发展动态
- 8.3.5 长春会展业发展问题
- 8.3.6 长春会展业发展措施
- 8.3.7 长春会展业发展目标
- 8.4 哈尔滨会展业
  - 8.4.1 哈尔滨会展业发展环境
  - 8.4.2 哈尔滨会展业发展现状
  - 8.4.3 哈尔滨会展业主要事件
  - 8.4.4 哈尔滨会展业发展动态
  - 8.4.5 哈尔滨会展业资金补贴
  - 8.4.6 哈尔滨会展业国际化
  - 8.4.7 哈尔滨会展业发展问题
  - 8.4.8 哈尔滨会展业发展建议
  - 8.4.9 哈尔滨会展业发展目标

## 第九章 中西部会展业发展分析

- 9.1 成都会展业
  - 9.1.1 成都会展业发展优势
  - 9.1.2 成都会展业现状分析
  - 9.1.3 成都会展业发展动态
  - 9.1.4 成都会展业发展对策
  - 9.1.5 成都会展业经验做法
  - 9.1.6 成都会展业发展计划
  - 9.1.7 成都会展业发展潜力
  - 9.1.8 成都会展业发展规划
  - 9.1.9 成都会展业未来发展
- 9.2 武汉会展业
  - 9.2.1 武汉会展业发展历程
  - 9.2.2 武汉会展业发展现状
  - 9.2.3 武汉会展业政策支持
  - 9.2.4 武汉会展业项目动态

- 9.2.5 武汉会展业发展布局
- 9.2.6 武汉国际会展集团成立
- 9.2.7 武汉会展业存在问题
- 9.2.8 武汉会展业发展对策
- 9.3 长沙会展业
  - 9.3.1 长沙会展业发展历程
  - 9.3.2 长沙会展业驱动因素
  - 9.3.3 长沙会展业发展现状
  - 9.3.4 长沙会展业项目发展
  - 9.3.5 长沙会展业发展对策
  - 9.3.6 长沙会展业发展前景
  - 9.3.7 长沙会展业相关政策
- 9.4 昆明会展业
  - 9.4.1 昆明会展业发展现状
  - 9.4.2 昆明会展业发展形势
  - 9.4.3 昆明会展业发展动态
  - 9.4.4 昆明会展业发展问题
  - 9.4.5 昆明会展业发展建议
  - 9.4.6 昆明会展业发展任务
  - 9.4.7 昆明会展业发展规划
- 9.5 西安会展业
  - 9.5.1 西安会展业发展优势
  - 9.5.2 西安会展业发展状况
  - 9.5.3 西安会展业发展成就
  - 9.5.4 西安智慧会展业发展
  - 9.5.5 西安会展业发展动态
  - 9.5.6 西安会展业发展对策
  - 9.5.7 西安会展业发展规划
- 9.6 郑州会展业
  - 9.6.1 郑州会展业发展历程
  - 9.6.2 郑州会展业发展优势
  - 9.6.3 郑州会展业运行状况

- 9.6.4 郑州会展业发展成果
- 9.6.5 郑州会展业协会发展
- 9.6.6 郑州会展业相关政策
- 9.6.7 郑州会展业发展问题
- 9.6.8 郑州会展业发展对策

## 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 会展营销面临困境
  - 10.1.5 会展营销新型策略
  - 10.1.6 会展营销发展趋势
- 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 现代营销手段应用意义
  - 10.6.3 现代营销手段应用实践

## 第十一章 2020-2024年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 经营效益分析
  - 11.1.3 业务经营分析
  - 11.1.4 财务状况分析
  - 11.1.5 核心竞争力分析
  - 11.1.6 公司发展战略
- 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 商业模式分析
  - 11.2.6 风险因素分析
- 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 核心竞争力分析
  - 11.3.7 风险因素分析
- 11.4 北京蓝色光标数据科技股份有限公司
  - 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 风险因素分析

## 第十二章 对2025-2031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 中国会展业发展潜力分析
  - 12.1.3 “互联网+会展”转型升级方向
  - 12.1.4 后疫情线上展会发展潜力
- 12.2 会展业发展趋势分析
  - 12.2.1 国际会展行业未来发展趋势
  - 12.2.2 我国会展行业总体发展趋势
  - 12.2.3 后疫情时代会展业发展走向
  - 12.2.4 专业化品牌展览将成为主流
  - 12.2.5 境外参办展与国际展览接轨
  - 12.2.6 会展业数字化转型发展趋势
  - 12.2.7 会展企业绿色低碳发展趋势
- 12.3 对2025-2031年中国会展业预测分析
  - 12.3.1 2025-2031年中国会展业影响因素分析
  - 12.3.2 2025-2031年中国会展业直接产值预测

## 图表目录

- 图表 会展产业链的结构模式

图表 会展产业链效应示意图

图表 世界各展览中心室内展能规模十强

图表 2020-2024年商展100大平均面积变化趋势

图表 2024年世界商展100大国家分布图

图表 2020-2024年世界商展100大国家分布

图表 德国展馆展能规模排名

图表 2024年世界商展100大德国展览城市分布图

图表 2020-2024年美国展览业总指数

图表 2024、2024年美国展览业指数比较

图表 台湾主要会展中心及其设施汇整

图表 会议、展览及奖励旅游过夜旅客数字（按国家及地区划分）

图表 访港过夜旅客

图表 香港酒店房租

图表 会展行业发展的影响因素分析

图表 中国会展业主管部门

图表 中国会展业主要产业政策

图表 中国鼓励境外参展的主要扶持政策

图表 疫情爆发以来针对展览活动出台的相关政策及意见

图表 碳中和指南与标准核心内容对比汇总

图表 2024年各区域展览数量占比情况

图表 2020-2024年各区域展览数量分布变化情况

图表 2024年各区域展览面积占比情况

图表 2020-2024年各区域展览面积分布变化情况

图表 2024年举办50个以上展览省（自治区/直辖市）列表

图表 2024年全国各省（自治区/直辖市）展览面积占比分布

图表 2024年举办100万平方米以上展览省（自治区/直辖市）汇总

图表 2020-2024年全国主要展览省（自治区/直辖市）展览面积变化情况

图表 2024年各城市展览数量占比分布

图表 2024年举办50个以上展览城市汇总

图表 2024年全国各城市展览面积占比分布

图表 2024年举办100万平方米以上展览城市汇总

图表 2024年全国展览不同规模数量情况

图表 2024年全国展览不同规模数量占比情况

图表 2024年全国展览不同规模总面积情况

图表 2024年全国展览不同规模面积占比情况

图表 2020-2024年全国各规模展览数量变化

图表 2020-2024年全国各规模展览面积变化

图表 2024年展览行业分布

图表 2020-2024年展览行业布局

图表 2024年十大轻工业细分行业类展览数量

图表 2024年十大轻工业细分行业展览面积

图表 2024年十大重工业细分行业展览数量

图表 2024年十大重工业细分行业展览面积

图表 2024年十大服务业细分行业展览数量

图表 2024年十大服务业细分行业展览面积

图表 2020-2024年中国境外参办展数量情况

图表 2020-2024年中国境外参办展规模情况

图表 2020-2024年中国主办方境外办展统计

图表 2024年中国境外办展机构情况（按数量排序）

图表 2024年中国出境自主办展展规模情况

图表 2024年中国出境自主办展组展机构的地域分布

图表 2020-2024年中国出境自主办展项目按地域分布情况

图表 2020-2024年中国出境自主办展展览总面积按地域分布情况

图表 2024年中国境外自主办展的类型

图表 2020-2024年中国境外自主办展分类的数量比较

图表 2024年中国境外自主办展项目主题构成

图表 2020-2024年中国境外自主办展项目主题比较

图表 2024年中国境外自主办展情况

图表 2024年中国境外自主办展海外移植情况

图表 2024年中国境外自主办展服务“一带一路”倡议项目统计

图表 2024年中国境外自主办展服务“金砖五国”倡议项目统计

图表 2020-2024年中国境外自主办展十大热门举办国

图表 2020-2024年中国内地展览馆数量面积变化图

图表 2024年全国展览馆数量省份比例

图表 2024年全国主要省份直辖市展览馆室内可租用面积比较图

图表 2024年展览馆室内可租用总面积30万平方米以上省、直辖市一览表

图表 2024年全国展览馆数量城市分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481114.html>