



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国文化会展市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国文化会展市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/250966.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 文化会展行业概述 18

1.1 文化会展业相关介绍 18

1.1.1 文化会展业的定义 18

1.1.2 现代文化会展业的特征 18

1.1.3 文化会展业的作用 19

1.1.4 文化会展业的产业内涵和特征 19

1.1.5 城市文化会展业发展的因素分析 20

1.2 文化会展的经济功能 25

1.2.1 联系和交易功能 25

1.2.2 整合营销功能 27

1.2.3 调节供需功能 29

1.2.4 技术扩散功能 30

1.2.5 产业联动功能 32

1.2.6 经济一体化功能 35

第二章 2014年世界文化会展业发展状况分析 37

2.1 2014年世界文化会展业发展综合情况分析 37

2.1.1 世界文化会展业发展格局解析 37

2.1.2 世界文化会展业发展态势分析 37

2.1.3 世界主要文化会展国家和文化会展城市 37

2.1.4 国际文化会展业发展的主要特点 40

2.1.5 世界文化会展业发展的经验和启示 41

2.2 德国 43

2.2.1 德国文化会展业发展的成就 43

2.2.2 德国文化会展业发展的动力 48

2.2.3 德国文化会展业办展特点解析 51

2.2.4 经济危机下德国文化会展经济提振旅游业 58

2.2.5 未来德国文化会展业发展的趋势 58

2.3 美国 60

2.3.1 美国文化会展业发展概述 60

2.3.2 美国政府对文化会展业间接支持分析 61

2.3.3	美国顶级文化会展业排名情况	62
2.3.4	美国拉斯维加斯文化会展产业发展迅速	62
2.4	新加坡	69
2.4.1	新加坡文化会展业发展概述	69
2.4.2	新加坡政府文化会展业管理状况	70
2.4.3	新加坡文化会展业发展优势分析	72
2.5	韩国	75
2.5.1	文化会展业成韩国经济新增长动力	75
2.5.2	韩国会议产业发展迅速	77
2.5.3	韩国文化会展业亟待解决的问题	78
2.5.4	韩国政府敲定2015年文化会展业发展规划	79
2.6	其他国家	80
2.6.1	英国文化会展业发展现状	80
2.6.2	法国文化会展业独有特色和发展趋势	81
2.6.3	俄罗斯文化会展业发展近况分析	82
2.6.4	利比亚文化会展业发展基本情况	88
2.6.5	叙利亚文化会展业发展现况分析	95
2.6.6	阿联酋文化会展业发展概况	105
第三章	2014年中国文化会展行业发展综合形势分析	107
3.1	2014年中国文化会展业发展整体状况分析	107
3.1.1	中国文化会展业30年发展回顾	107
3.1.2	中国文化会展业机构设置与管理模式	113
3.1.3	国内文化会展业发展的特点分析	114
3.1.4	我国各地文化会展业发展的补贴政策盘点	115
3.1.5	我国文化会展业迈入电子商务时代	117
3.2	2014年中国文化会展业SWOT分析	118
3.2.1	S-strength (优势)	118
3.2.2	W-weakness (劣势)	119
3.2.3	O-opportunity (机会)	120
3.2.4	T-threat (威胁)	121
3.3	2014年外资在中国文化会展业的发展分析	121
3.3.1	外资在我国文化会展市场的发展回顾	121

- 3.3.2 外资展会巨头积极抢滩中国文化会展业 127
- 3.3.3 外资进军我国文化会展业的趋向及影响 131
- 3.3.4 面对外资竞争中国文化会展业的发展出路 131
- 3.4 2014年中国文化会展业存在问题分析 135
 - 3.4.1 我国文化会展业发展面临的主要问题 135
 - 3.4.2 中国文化会展业与发达国家的差距 135
 - 3.4.3 中国文化会展业发展中存在的不足 136
 - 3.4.4 国内文化会展业专业化水平亟待提高 136
- 3.5 2014年中国文化会展业发展对策建议分析 137
 - 3.5.1 我国文化会展业发展的应对策略 137
 - 3.5.2 国内文化会展业发展的四大建议 140
 - 3.5.3 我国文化会展经济发展思路 141
 - 3.5.4 合理定位政府在文化会展业发展中的角色 146
- 第四章 2014年中国文化会展经济与城市发展分析 149
 - 4.1 文化会展经济概述 149
 - 4.1.1 文化会展经济的界定及其效应 149
 - 4.1.2 文化会展经济在中国快速崛起 151
 - 4.1.3 中国文化会展业与区域经济的互动发展 153
 - 4.1.4 我国文化会展经济发展回顾 154
 - 4.1.5 中部文化会展经济发展综述 159
 - 4.2 文化会展拉动城市经济发展分析 161
 - 4.2.1 文化会展与城市互动发展分析 161
 - 4.2.2 文化会展业在城市经济发展中的地位 162
 - 4.2.3 文化会展业对城市相关行业的带动效应 163
 - 4.2.4 文化会展业成城市经济发展催化剂 164
 - 4.3 中小城市文化会展业的发展 166
 - 4.3.1 中小城市文化会展业发展概述 166
 - 4.3.2 中等城市文化会展业发展现状及对策 170
 - 4.3.3 我国二级城市文化会展业发展思路 172
 - 4.3.4 国内中小城市文化会展业发展潜力解析 175
 - 4.4 文化会展与旅游业的对接 177
 - 4.4.1 文化会展业与旅游业关联度解析 177

- 4.4.2 文化会展业和旅游业对接简述 179
- 4.4.3 我国文化会展旅游发展优化模式构建分析 182
- 4.4.4 城市文化会展业和旅游业整合发展剖析 193
- 4.5 文化会展经济与城市发展的对策 202
 - 4.5.1 中国城市文化会展业非均衡性问题探讨及建议 202
 - 4.5.2 我国应积极推进文化会展经济与产业集群对接发展 206
 - 4.5.3 文化会展经济发展应加强城市间合作 207
 - 4.5.4 以科学发展观指导文化会展业带动城市经济发展 208
- 第五章 2014年珠三角地区文化会展业发展分析 211
 - 5.1 2014年泛珠三角区域文化会展业发展分析 211
 - 5.1.1 泛珠三角区域文化会展业发展环境 211
 - 5.1.2 泛珠三角区域文化会展业合作趋势增强 211
 - 5.1.3 泛珠三角区域文化会展业发展建议 212
 - 5.1.4 泛珠三角文化会展业发展思路分析 212
 - 5.1.5 泛珠三角区域文化会展业发展前景分析 213
 - 5.1.6 体育盛会给珠三角文化会展业带来良机 214
 - 5.2 广州文化会展业 215
 - 5.2.1 广州文化会展展馆概况 215
 - 5.2.2 广州文化会展经济发展概况 215
 - 5.2.3 广州出台促进文化会展业发展新政 216
 - 5.2.4 广州海珠区文化会展业渐入佳境 217
 - 5.2.5 广州市民营文化会展业发展现状分析 218
 - 5.2.6 广州文化会展业发展对策 219
 - 5.3 深圳文化会展业 221
 - 5.3.1 深圳文化会展业发展强劲 221
 - 5.3.2 深圳品牌文化会展成长迅速 223
 - 5.3.3 联合办展方式开辟深圳文化会展业新天地 224
 - 5.3.4 政策东风利好深圳文化会展业发展 225
 - 5.3.5 深圳文化会展业刮起时尚风潮 225
 - 5.3.6 促进深圳文化会展业进一步发展的对策 227
 - 5.4 东莞文化会展业 228
 - 5.4.1 文化会展业成东莞新经济增长点 228

- 5.4.2 东莞市政府扶持和促进文化会展业发展 229
- 5.4.3 东莞文化会展业的特色发展道路 230
- 5.4.4 东莞文化会展业实力逐步壮大 231
- 5.4.5 东莞文化会展业发展的问题与对策 232
- 5.4.6 东莞市文化会展业发展策略 233
- 5.5 厦门文化会展业 236
 - 5.5.1 厦门市文化会展业发展回顾 236
 - 5.5.2 两岸关系和缓为厦门文化会展业提供良机 236
 - 5.5.3 厦门市文化会展业的优势与不足 237
 - 5.5.4 厦门文化会展业未来发展目标和重点 239
 - 5.5.5 厦门文化会展业发展举措 240
- 5.6 海口文化会展业 244
 - 5.6.1 海口文化会展业发展势头强劲 244
 - 5.6.2 海口文化会展业面临的三大突出问题 245
 - 5.6.3 加快海口文化会展业发展的建议 247
 - 5.6.4 海口市发展文化会展业的意义、目标及原则 254
 - 5.6.5 海口文化会展业发展潜力巨大 256
- 第六章 2014年长三角地区文化会展业发展分析 258
 - 6.1 长三角文化会展业综合分析 258
 - 6.1.1 长三角区域文化会展业SWOT分析 258
 - 6.1.2 长三角地区组建文化会展业联盟 259
 - 6.1.3 世博会带给长三角文化会展业机遇和挑战 259
 - 6.1.4 长三角建设国际文化会展高地的前途与策略 261
 - 6.1.5 长三角文化会展业应广泛开展互动合作 265
 - 6.2 上海文化会展业 266
 - 6.2.1 上海文化会展场馆概况 266
 - 6.2.2 上海文化会展业发展历程回顾 266
 - 6.2.3 上海文化会展业国际化渐行渐近 268
 - 6.2.4 上海文化会展业监管存在的瓶颈及出路分析 268
 - 6.2.5 上海文化会展业实施品牌发展战略分析 273
 - 6.3 南京文化会展业 278
 - 6.3.1 南京国际文化会展中心简介 278

- 6.3.2 南京文化会展业成绩斐然 280
- 6.3.3 南京政府发展文化会展业的措施 282
- 6.4 义乌文化会展业 284
 - 6.4.1 义乌梅湖文化会展中心简介 284
 - 6.4.2 义乌创新文化会展业发展模式 285
 - 6.4.3 义乌市文化会展业形成多元化发展格局 285
 - 6.4.4 义乌市加快建设国际小商品文化会展中心的措施 286
 - 6.4.5 未来五年义乌市文化会展业发展的原则及目标 291
- 6.5 苏州文化会展业 292
 - 6.5.1 苏州市文化会展业场馆简介 292
 - 6.5.2 苏州文化会展场馆运营发展探析 293
 - 6.5.3 苏州发展文化会展业的优势 299
 - 6.5.4 苏州文化会展业存在的问题 300
 - 6.5.5 苏州发展文化会展业的措施建议 301
- 6.6 杭州文化会展业 303
 - 6.6.1 杭州文化会展场馆概况 303
 - 6.6.2 杭州文化会展业发展回顾 305
 - 6.6.3 杭州文化会展业发展势头日渐迅猛 307
 - 6.6.4 杭州市文化会展产业的SWOT解析 307
 - 6.6.5 杭州市文化会展业的发展措施建议 311
 - 6.6.6 杭州文化会展业的特色道路 313
 - 6.6.7 杭州文化会展业的定位分析 314
- 6.7 宁波文化会展业 317
 - 6.7.1 宁波文化会展业五大发展优势 317
 - 6.7.2 宁波市文化会展行业发展历程回顾 318
 - 6.7.3 文化会展产业对宁波市发展的促进意义 319
 - 6.7.4 宁波市文化会展业发展存在的不足 322
 - 6.7.5 宁波国际文化会展之都发展规划解析 324
- 第七章 2014年环渤海区文化会展业发展分析 326
 - 7.1 北京文化会展业 326
 - 7.1.1 北京市文化会展业发展独具优势 326
 - 7.1.2 北京市文化会展业呈"井喷式"发展 327

- 7.1.3 北京市文化会展业发展存在的主要问题 327
- 7.1.4 北京市文化会展业发展的措施建议 328
- 7.2 天津文化会展业 330
 - 7.2.1 文化会展业成天津经济增长亮点 330
 - 7.2.2 天津文化会展业尚有较大提升空间 331
 - 7.2.3 天津滨海新区文化会展业发展分析 332
 - 7.2.4 天津文化会展业发展的措施建议 334
 - 7.2.5 天津文化会展经济发展前景看好 335
- 7.3 青岛文化会展业 335
 - 7.3.1 青岛国际文化会展中心介绍 335
 - 7.3.2 青岛文化会展业发展优势明显 336
 - 7.3.3 文化会展业对青岛市经济拉动作用明显 338
 - 7.3.4 青岛市文化会展业发展的措施建议 338
- 7.4 济南文化会展业 339
 - 7.4.1 济南发展文化会展业的优势 339
 - 7.4.2 济南文化会展业品牌建设全面升级 341
 - 7.4.3 济南市文化会展业发展存在的主要问题 342
 - 7.4.4 2014年济南市文化会展业发展规划 344
- 7.5 烟台文化会展业 346
 - 7.5.1 烟台国际文化会展中心简介 346
 - 7.5.2 烟台市文化会展业的发展环境分析 346
 - 7.5.3 烟台市文化会展业强劲崛起 349
 - 7.5.4 烟台市文化会展业发展的策略建议 350
- 第八章 2014年东北区文化会展业发展分析 353
 - 8.1 大连文化会展业 353
 - 8.1.1 大连发展文化会展业的优势 353
 - 8.1.2 大连市文化会展行业发展取得的成就及经验回顾 354
 - 8.1.3 大连市文化会展业发展存在的主要问题 357
 - 8.1.4 大连市文化会展业发展的策略建议 358
 - 8.2 沈阳文化会展业 359
 - 8.2.1 文化会展业推动沈阳城市发展 359
 - 8.2.2 沈阳文化会展业市场化进程加快 360

- 8.2.3 沈阳文化会展业发展中存在问题及对策 360
- 8.2.4 沈阳发展文化会展旅游业存在的问题及建议 361
- 8.3 长春文化会展业 363
 - 8.3.1 长春文化会展业发展三阶段 363
 - 8.3.2 长春文化会展业在经济舞台重要性凸显 363
 - 8.3.3 长春打造特色文化会展名城 365
 - 8.3.4 长春文化会展业商务旅游的新机遇 366
- 8.4 哈尔滨文化会展业 368
 - 8.4.1 哈尔滨国际文化会展中心简介 368
 - 8.4.2 哈尔滨文化会展业发展中存在的问题 369
 - 8.4.3 关于哈尔滨文化会展业发展的对策和思路 370
 - 8.4.4 哈尔滨文化会展业市场化势在必行 371
 - 8.4.5 未来几年哈尔滨文化会展业发展规划 375
- 第九章 2014年中西部文化会展业发展分析 377
 - 9.1 成都文化会展业 377
 - 9.1.1 成都世纪城新国际文化会展中心介绍 377
 - 9.1.2 成都文化会展业的发展壮大 377
 - 9.1.3 成都文化会展业运行状况分析 378
 - 9.1.4 提升成都文化会展业竞争力路径分析 379
 - 9.1.5 成都市文化会展业存在的问题 382
 - 9.1.6 成都市发展文化会展业的对策 383
 - 9.2 武汉文化会展业 385
 - 9.2.1 武汉国际文化会展中心简介 385
 - 9.2.2 武汉发展文化会展业的优势 385
 - 9.2.3 武汉文化会展业运行状况分析 386
 - 9.2.4 武汉文化会展业面临升级 388
 - 9.2.5 武汉文化会展业存在的问题分析 389
 - 9.2.6 武汉文化会展业的发展对策 390
 - 9.3 长沙文化会展业 392
 - 9.3.1 长沙红星国际文化会展中心简介 392
 - 9.3.2 长沙文化会展业拉动巨额消费 392
 - 9.3.3 长沙文化会展业发展面临变局 393

- 9.3.4 长沙文化会展业发展的策略 394
- 9.4 昆明文化会展业 395
 - 9.4.1 昆明国际文化会展中心简介 395
 - 9.4.2 昆明市文化会展业发展综况 397
 - 9.4.3 昆明市文化会展业发展的比较优势 400
 - 9.4.4 昆明市文化会展业面临的机遇与挑战 400
 - 9.4.5 昆明市文化会展业的发展定位及目标 402
 - 9.4.6 推进昆明文化会展业发展的主要保障措施 406
- 9.5 西安文化会展业 411
 - 9.5.1 西安文化会展业发展优势 411
 - 9.5.2 西安文化会展业发展回顾 412
 - 9.5.3 西安文化会展经济发展现状 412
 - 9.5.4 西安文化会展业发展阻碍因素分析 413
 - 9.5.5 未来五年西安文化会展业初步发展规划 413
- 9.6 郑州文化会展业 418
 - 9.6.1 郑州文化会展业发展历程 418
 - 9.6.2 郑州文化会展业运行状况分析 419
 - 9.6.3 郑州巨额补贴扶持文化会展业发展 421
 - 9.6.4 郑州文化会展业未来发展规划 423
- 第十章 2014年中国文化会展业的营销分析 425
 - 10.1 文化会展营销概述 425
 - 10.1.1 中国文化会展营销研讨 425
 - 10.1.2 文化会展业城市营销建议 425
 - 10.1.3 国外文化会展营销经验借鉴 427
 - 10.1.4 文化会展业营销及传播策略浅析 431
 - 10.2 2014年中国文化会展业创新营销策略分析 438
 - 10.2.1 文化会展营销创新策略解析 438
 - 10.2.2 营销理念创新 439
 - 10.2.3 营销主体创新 439
 - 10.2.4 营销手段创新 440
 - 10.2.5 营销内容创新 440
 - 10.3 2014年中国文化会展业的整合营销分析 441

- 10.3.1 文化会展业主题的选择 441
- 10.3.2 展会机构的搭建 442
- 10.3.3 展会卖点的策划 443
- 10.3.4 展会的整合宣传 444
- 10.3.5 展会的综合服务 444
- 10.4 2014年中国展览会各个阶段的营销策略分析 445
 - 10.4.1 展览会四阶段概述 445
 - 10.4.2 培育期展览会的营销策略 446
 - 10.4.3 成长期展览的营销策略 447
 - 10.4.4 成熟期与衰退期展览的营销策略 449
- 10.5 2014年中国文化会展中的4C营销分析 452
 - 10.5.1 4C营销概述 452
 - 10.5.2 4C营销案例分析 452
 - 10.5.3 4C营销经营建议 455
- 第十一章 2014年中国文化会展业企业经营状况分析 458
 - 11.1 励展博览集团 458
 - 11.1.1 励展博览集团简介 458
 - 11.1.2 励展优势展会行业 459
 - 11.1.3 励展在中国市场发展状况 460
 - 11.2 亚洲博闻 461
 - 11.2.1 亚洲博闻简介 461
 - 11.2.2 亚洲博闻优势展会行业 461
 - 11.2.3 亚洲博闻扩展中国市场 461
 - 11.2.4 亚洲博闻通过合资进军广告展市场 463
 - 11.3 法兰克福展览公司 464
 - 11.3.1 法兰克福展览公司简介 464
 - 11.3.2 法兰克福展览公司中国市场扩张概况 464
 - 11.3.3 法兰克福展览公司拟开发我国户外用品市场 465
 - 11.4 科隆展览公司 466
 - 11.4.1 科隆展览公司简介 466
 - 11.4.2 科隆展览在中国的发展状况 466
 - 11.4.3 科隆展览会发展状况 466

11.4.4	科隆展览公司经营面临的问题	467
第十二章	2015-2020年中国文化会展业发展前景趋势分析	468
12.1	2015-2020年中国文化会展业的发展前景展望	468
12.1.1	我国文化会展业发展前景看好	468
12.1.2	中国文化会展业发展潜力巨大	470
12.1.3	港澳台地区文化会展业发展前景光明	472
12.1.4	2015-2020年中国文化会展业预测分析	474
12.2	2015-2020年中国文化会展业的发展趋势前瞻	475
12.2.1	世界文化会展业未来发展态势	475
12.2.2	未来中国文化会展业发展的八大趋势	479
12.2.3	未来国内文化会展业发展方向	481
12.2.4	网上文化会展成未来发展趋势	483
图表目录:		
图表 1	全美顶级会展排名前11位的城市	62
图表 2	利比亚2004年以来已经和即将举办的重要国际展览活动	89
图表 3	利比亚部分国民经济指标一览表	91
图表 4	叙利亚历年展会举办情况表	96
图表 5	叙利亚部分展会调研情况表 单位：平方米 家人/天	97
图表 6	2013年叙利亚机场路展览中心举办展会目录	100
图表 7	近年来外资进军中国会展市场主要大事一览表	123
图表 8	会展旅游发展模式内涵示意图	183
图表 9	国内会展旅游发展的外推关系模式	184
图表 10	上海市主要会展场馆统计表	187
图表 11	城市会展旅游发展潜力综合评价指标体系	191
图表 12	城市会展旅游的圈层布局示意图	192
图表 13	文化会展业和旅游业的产业构成关系	196
图表 14	旅游业与文化会展业整合发展战略模式	196
图表 15	苏博场馆数据	294
图表 16	苏州国际博览中心和香港会展中心的比较	297
图表 17	郑州专业会展场馆情况一览表	420
图表 18	2005-2014年郑州举办展会年数量及年办展面积	420
图表 19	2015-2020年中国文化会展业预测分析	47

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250966.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。