



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国会展市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国会展市场发展现状及战略咨询报告》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/282170.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

会展是指会议、展览（Exhibition，Trade Show，Exposition，Trade Fair 或Trade Events等）、大型活动等集体性的商业或非商业活动的简称。其概念内涵是指在一定地域空间，许多人聚集在一起形成的、定期或不定期、制度或非制度的传递和交流信息的群众性社会活动，其概念的外延包括各种类型的博览会、展销活动、大中小型会议、文化活动、节庆活动等。特定主题的会展是指围绕特定主题集合多人在特定时空的集聚交流活动。狭义的会展仅指展览会和会议；广义的会展是会议、展览会、节事活动和各类产业/行业相关展览的统称。会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等都是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动，目前国内会展产业链已经相当完善。

2014年，我国会展业继续保持良好的发展势头，产业规模不断扩大，经济效益明显好转，会展业对经济的带动作用不断增强。2014年会展经济直接产值达到3796亿元人民币，较2013年增长5.8%；约占全国国内生产总值的0.67%，与2013年基本持平；占全国第三产业增加值的1.45%，与2013年基本持平；拉动效应3.4万亿人民币，比2013年增长6.3%。2010-2014年中国会展业直接产值及增速

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 会展行业概述 19

1.1 会展业相关介绍 19

1.1.1 会展业的定义 19

1.1.2 现代会展业的特征 24

1.1.3 会展业的作用 26

1.1.4 会展业的分类特征 27

1.1.5 城市会展业发展的因素分析 27

1.2 会展的经济功能 28

1.2.1 会展的联系和交易功能 28

- 1.2.2 会展的整合营销作用 30
- 1.2.3 会展的调节供需功能 31
- 1.2.4 会展的技术扩散作用 32
- 1.2.5 会展的产业联动作用 33
- 1.2.6 会展促进经济一体化 37
- 1.3 会展行业产业链分析 38
 - 1.3.1 会展产业链概念内涵和外延 38
 - 1.3.2 会展产业链性质和特征 40
 - 1、会展产业链性质 40
 - 2、会展产业链特征 40
 - 1.3.3 会展产业链的结构分析 41
 - 1、上游环节 41
 - 2、中游环节 42
 - 3、下游环节 42
 - 1.3.4 会展产业链的延展效应分析 43
 - 1、会展产业链的"产内"延展效应 44
 - (1) 会展为旅游注入活力 44
 - (2) 会展增加宾馆与餐饮的收益 44
 - (3) 会展带动交通与通信业的发展 44
 - (4) 会展刺激了消费需求 45
 - (5) 会展导致了物流频繁 45
 - (6) 会展使保险业获利丰厚 45
 - (7) 会展促进广告与印刷业的发展 45
 - 2、会展产业链的"产外"延展效应 46
 - (1) 对其他产业提出新的需求 46
 - (2) 对其他产业提出新的供给要求 46
 - (3) 对其他产业提出新的投资要求 46
 - (4) 对产出品提供了实现价值的可能 47

第二章 2012-2014年世界会展业发展状况 47

2.1 2012-2014年世界会展业发展综合情况 47

2.1.1 世界会展业发展回顾 47

- 2.1.2 国际会展业发展的基本格局 48
- 2.1.3 国际会展城市会展业发展特征 50
- 2.1.4 会展业发展的国际环境 51
 - 1、全球展馆规模分析 51
 - 2、全球展会规模分析 54
- 2.1.5 国际会展业发展的主要特点 57
- 2.1.6 世界会展业发展的经验和启示 58
 - 1、加强政府宏观调控 58
 - 2、科学规划及合理布局 59
 - 3、加强会展人才的培训 59
 - 4、加大政府支持力度 60
 - 5、制定品牌战略 60
- 2.2 德国 61
 - 2.2.1 德国会展业发展回顾 61
 - 2.2.2 德国会展业发展状况 61
 - 2.2.3 德国会展业发展特征 63
 - 2.2.4 德国会展业办展特点解析 65
 - 2.2.5 德国会展业发展经验借鉴 66
- 2.3 美国 67
 - 2.3.1 美国政府对会展业间接支持分析 67
 - 2.3.2 美国会展业现状概述 72
 - 2.3.3 美国知名展馆介绍 72
 - 2.3.4 美国拉斯维加斯会展产业发展迅速 73
- 2.4 新加坡 78
 - 2.4.1 新加坡会展业发展概述 78
 - 2.4.2 新加坡政府会展业管理状况 79
 - 2.4.3 新加坡会展业发展优势分析 80
 - 2.4.4 新加坡政府主导型会展业发展经验探析 83
- 2.5 韩国 85
 - 2.5.1 会展业成韩国经济新增长动力 85
 - 2.5.2 韩国会展业快速发展的原因分析 86
 - 2.5.3 韩国会展业亟待解决的问题 88

- 2.5.4 韩国会展业的发展趋势分析 88
- 2.6 港澳台地区 89
 - 2.6.1 港澳台地区会展业发展比较分析 89
 - 2.6.2 台湾会展业发展综述 97
 - 2.6.3 香港会展业现状 97
 - 2.6.4 澳门会展业现状简析 98
- 2.7 其他国家 101
 - 2.7.1 英国会展业的发展 101
 - 2.7.2 法国会展业独有特色和发展趋势 102
 - 2.7.3 泰国会展业发展概况 103
 - 2.7.4 利比亚会展业发展基本情况 105
 - 2.7.5 拉美与非洲会展概况 107

第三章 2012-2016年中国会展行业发展综合分析 108

- 3.1 中国会展业发展整体状况 108
 - 3.1.1 我国会展行业发展阶段 108
 - 3.1.2 我国会展行业发展总体概况 108
 - 3.1.3 我国会展行业发展特点分析 109
 - 3.1.4 我国会展行业商业模式分析 110
- 3.2 2012-2016年中国会展业现状分析 114
 - 3.2.1 2013年我国会展业的特征 114
 - 3.2.2 2016年中国会展业十大新闻 118
 - 3.2.3 我国会展业发展趋势 122
 - 1、国际化进程加快 122
 - 2、各级政府更加重视，政策支持力度不断加大 122
 - 3、会展综合体建设兴起，展馆竞争加剧 123
 - 4、信息化技术广泛应用 124
 - 5、行业融合共赢发展 124
 - 6、专业化程度不断推进 124
- 3.3 中国会展业存在问题分析 125
 - 3.3.1 行业发展缺乏总体规划 125
 - 3.3.2 市场秩序有待规范 125

- 3.3.3 行业结构亟待优化，行业国际竞争力不强 125
- 3.3.4 行业发展环境有待优化 126
- 3.4 会展业发展对策建议分析 126
 - 3.4.1 加强政府对展会的引导支持 126
 - 3.4.2 积极培育骨干企业，扶持品牌展会 127
 - 3.4.3 引进国际先进经验 127
 - 3.4.4 夯实行业发展基础 127
 - 3.4.5 推动加强行业自律 127

第四章 2012-2016年中国会展经济与城市发展 128

- 4.1 2012-2016年会展经济概述 128
 - 4.1.1 会展经济的内涵厘定 128
 - 4.1.2 会展经济的功能特点 129
 - 4.1.3 会展经济在中国快速崛起 132

随着会展业办展数量和办展面积的快速增长，相应会展经济产值也实现大幅增长。根据商务部等机构的统计数据，2009年会展经济直接产值仅为1817亿元，到2014年增加到4190亿元，年复合增长率达18.18%，约占全国国内生产总值63.61万亿元的0.68%，占全国第三产业增加值30.67万亿的1.4%。2009-2014年我国会展业直接经济产值

- 4.1.4 我国会展经济特征突显 133
- 4.1.5 我国会展经济发展环境进一步优化 134
- 4.1.6 中国会展业与经济的互动发展 135
- 4.2 会展拉动城市经济发展分析 135
 - 4.2.1 会展与城市互动发展分析 135
 - 4.2.2 会展经济对城市发展的贡献 136
 - 4.2.3 影响城市会展经济定位的因素 137
 - 4.2.4 如何为城市会展经济定位 137
- 4.3 会展经济与城市品牌联动效应剖析 138
 - 4.3.1 会展经济与城市品牌的概念及定位 138
 - 4.3.2 会展经济对城市品牌的联动效应 140
 - 4.3.3 会展经济造就城市品牌的途径 141
 - 4.3.4 结语 143

- 4.4 2012-2016年中小城市会展业的发展 144
 - 4.4.1 中小城市会展业发展概述 144
 - 4.4.2 中等城市会展业发展现状及对策 146
 - 4.4.3 国内中小城市会展业发展潜力解析 148
- 4.5 会展与旅游业的对接 152
 - 4.5.1 会展业与旅游业关联度解析 152
 - 4.5.2 会展业和旅游业对接简述 153
 - 4.5.3 我国会展旅游发展优化模式构建分析 155
 - 4.5.4 城市会展业和旅游业整合发展剖析 163
- 4.6 会展经济与城市发展的对策 169
 - 4.6.1 会展经济与城市发展的对策 169
 - 4.6.2 发展会展经济应采取的对策 170

第五章 2012-2016年珠三角地区会展业发展分析 172

- 5.1 泛珠三角区域会展业发展分析 172
 - 5.1.1 泛珠三角区域会展业发展环境 172
 - 5.1.2 泛珠三角区域会展业合作趋势增强 177
 - 5.1.3 泛珠三角会展业发展思路分析 178
 - 5.1.4 泛珠三角区域会展业发展前景分析 179
- 5.2 广州会展业 179
 - 5.2.1 广州会展展馆概况 179
 - 5.2.3 广州会展业发展状况 180
 - 5.2.4 广州会展业补贴政策出台 182
 - 5.2.5 广州会展业的不足与对策分析 184
 - 5.2.6 2013年广州会展业发展简况 188
- 5.3 深圳会展业 189
 - 5.3.1 政府扶持成深圳会展业发展强力后盾 189
 - 5.3.2 深圳加快发展会展业的环境 190
 - 5.3.3 深圳发展会展业的作用 191
 - 5.3.4 深圳会展业的现状和面临的问题 192
 - 5.3.6 2014年深圳会展业发展现状解析 193
 - 5.3.7 促进深圳会展业进一步发展的对策 194

- 5.4 东莞会展业 197
 - 5.4.1 东莞会展业大步迈向品牌时代 197
 - 5.4.2 东莞会展业实力逐步壮大 199
 - 5.4.3 东莞会展业迎来新政扶持 202
 - 5.4.4 东莞拟打造成为"华南工业展览之都" 205
 - 5.4.5 东莞市促进会会展业发展工作方案 206
 - 5.4.6 东莞市会展业发展的思路及目标 212
- 5.5 厦门会展业 213
 - 5.5.1 厦门鼓励会展业发展 单项最高奖励200万元 213
 - 5.5.2 厦门旅游会展业冲刺"千亿产业链" 214
 - 5.5.3 最大美国商会来厦"安家" 将推动世界五百强企业来厦投资 215
 - 5.5.4 2013年厦门会展业状况 217
 - 5.5.5 厦门会展业发展的问题及对策 218
 - 1、厦门市会展市场发展特点 218
 - 2、厦门市会展业的发展困境 219
 - 3、对于厦门市会展业的发展建议 220
 - 5.5.7 "十二五"厦门会展业的机遇及规划 221
- 5.6 海口会展业 222
 - 5.6.1 海口会展业发展环境 222
 - 5.6.2 海口会展业发展概况 223
 - 5.6.3 海口市会展业态势喜人 224
 - 5.6.4 海口市出台管理办法规范会展业 225
 - 5.6.5 海口会展业的问题及建议 225
 - 5.6.6 海口计划建成国际知名商务会展城市 228
- 第六章 2012-2016年长三角地区会展业发展分析 231
 - 6.1 长三角会展业综合分析 231
 - 6.1.1 长三角区域会展业SWOT分析 231
 - 6.1.2 长三角地区组建会展业环境 236
 - 6.1.3 提升长三角会展业的关键因素与策略 238
 - 6.2 上海会展业 243
 - 6.2.1 上海会展业发展历程回顾 243

- 6.2.3 上海会展业发展特点 244
- 6.2.4 上海会展业发展现状 245
- 6.2.5 上海会展业存在诸多"短板" 248
- 6.2.6 上海会展业动力 249
- 6.2.7 "十二五"上海会展业发展态势及对策 249
- 6.3 南京会展业 252
 - 6.3.1 南京会展业发展回顾 252
 - 6.3.2 南京会展业发展的SWOT分析 252
 - 6.3.3 2014年南京会展业发展现状 254
 - 6.3.4 对南京会展业提升发展的思考 and 对策 255
 - 6.3.5 "十二五"南京会展业面临发展机遇 256
 - 6.3.6 "十二五"南京会展业的规划概况 257
- 6.4 义乌会展业 261
 - 6.4.1 义乌创新会展业发展模式 261
 - 6.4.2 "十一五"义乌会展业发展综述 265
 - 6.4.3 义乌会展业发展机遇与挑战分析 267
 - 6.4.4 "十二五"义乌市会展业发展规划分析 269
- 6.5 苏州会展业 280
 - 6.5.1 2013年苏州会展业的发展 280
 - 6.5.2 苏州会展业存在的问题 285
 - 6.5.3 苏州发展会展业的措施建议 286
 - 6.5.4 2015年苏州会展业发展目标 287
- 6.6 杭州会展业 288
 - 6.6.1 杭州会展业发展回顾 288
 - 6.6.2 杭州会展业的优势分析 288
 - 6.6.3 "十一五"杭州会展业发展成就分析 290
 - 6.6.4 杭州会展业发展问题分析 292
 - 6.6.5 杭州市会展业发展的政策措施 293
 - 6.6.6 "十二五"杭州市会展业发展规划剖析 295
- 6.7 宁波会展业 306
 - 6.7.1 宁波会展业五大发展优势 306
 - 6.7.2 宁波会展业发展现状 307

- 6.7.3 宁波会展业存在的问题 308
- 6.7.4 宁波会展业发展的对策 309
- 6.7.5 宁波国际会展之都发展规划解析 310

第七章 2012-2016年环渤海区会展业发展分析 315

- 7.1 北京会展业 315
 - 7.1.1 2013年北京市会展业发展 315
 - 7.1.2 "十一五"北京会展业发展迅速 317
 - 7.1.3 北京会展业机遇与挑战发展 318
 - 7.1.4 北京市会展业发展的保障措施 320
 - 7.1.5 "十二五"北京会展业发展展望 321
- 7.2 天津会展业 328
 - 7.2.1 天津会展业发展特点 328
 - 7.2.2 天津市会展业目前面临的问题 330
 - 7.2.3 天津滨海新区会展业发展分析 333
 - 7.2.4 天津会展业发展的措施建议 336
- 7.3 青岛会展业 337
 - 7.3.1 青岛会展业发展优势日益显现 337
 - 7.3.2 青岛打造国际知名会议城市 338
 - 7.3.3 青岛会展业存在问题 341
 - 7.3.4 青岛会展业发展对策研究 343
 - 7.3.5 未来青岛会展业发展的基本思路 345
- 7.4 济南会展业 346
 - 7.4.1 济南发展会展业的优势 346
 - 7.4.2 济南市会展业发展回顾 347
 - 7.4.3 济南会展业发展特点 349
 - 7.4.4 济南市会展业发展存在的主要问题 350
 - 7.4.5 "十二五"济南市推动会展业发展的措施 351

第八章 2012-2016年东北区会展业发展分析 355

- 8.1 大连会展业 355
 - 8.1.1 大连市会展行业发展取得的成就及经验回顾 355

- 8.1.2 "十一五"大连会展业发展综述 362
- 8.1.3 大连会展旅游发展优势分析 362
- 8.1.4 大连会展旅游发展对策选择 364
- 8.1.5 大连市会展业发展的问题及建议 366
- 8.1.6 "十二五"大连市会展业发展规划概述 368
- 8.2 沈阳会展业 369
 - 8.2.1 沈阳会展业发展现状分析 369
 - 8.2.2 沈阳会展业发展中存在问题及对策 370
 - 8.2.3 沈阳发展会展旅游业存在的问题及建议 373
- 8.3 长春会展业 374
 - 8.3.1 "十一五"长春会展业发展综述 374
 - 8.3.2 长春市会展业发展存在的问题 376
 - 8.3.3 长春会展业发展的机遇与挑战 377
 - 8.3.4 "十二五"长春会展业规划 379
 - 8.3.5 长春市会展业发展将全力实施品牌战略 385
- 8.4 哈尔滨会展业 385
 - 8.4.1 哈尔滨国际会展中心简介 385
 - 8.4.2 哈尔滨会展业成城市新的经济增长点 386
 - 8.4.3 哈尔滨会展业发展中存在的问题 386
 - 8.4.4 加快哈尔滨会展业发展的建议 387
 - 8.4.5 哈尔滨会展业现状 389
 - 8.4.6 未来哈尔滨会展业发展规划 389

第九章 2012-2016年中西部会展业发展分析 390

- 9.1 成都会展业 390
 - 9.1.1 "十一五"时期成都会展业发展概述 390
 - 9.1.2 2013年成都会展业的发展 392
 - 9.1.3 2014年成都会展业的发展 395
 - 9.1.4 提升成都会展业竞争力路径分析 397
 - 9.1.5 成都市会展业存在的问题及对策 401
 - 9.1.6 "十二五"成都会展业规划解析 403
- 9.2 武汉会展业 406

- 9.2.1 武汉发展会展业的优势 406
- 9.2.2 2014年武汉会展业分析 407
- 9.2.3 武汉会展业市场化转型 407
- 9.2.4 武汉出台新政加快会展业发展 408
- 9.2.5 武汉会展业存在的问题分析 413
- 9.2.6 武汉会展业的发展对策 413
- 9.3 长沙会展业 414
 - 9.3.1 长沙会展经济发展分析 414
 - 9.3.2 2014年长沙会展业发展 419
 - 9.3.3 长沙出台新政扶持会展业发展 423
 - 9.3.4 长沙会展业发展的问题及策略 425
- 9.4 昆明会展业 426
 - 9.4.1 昆明国际会展中心简介 426
 - 9.4.2 昆明市会展业发展回顾 430
 - 9.4.3 昆明市会展业发展的比较优势 432
 - 9.4.4 推进昆明会展业发展的主要保障措施 432
 - 9.4.5 昆明市会展业面临的机遇与挑战 436
 - 9.4.6 昆明市会展业的发展定位及目标 437
- 9.5 西安会展业 446
 - 9.5.1 西安会展经济发展特点分析 446
 - 9.5.2 "十一五"西安市会展业的发展 449
 - 9.5.3 "十二五"西安市会展业发展规划 452
 - 9.5.4 2015年西安加快发展"五个会展"工程建设 460
- 9.6 郑州会展业 461
 - 9.6.1 郑州发展会展业的SWOT分析 461
 - 9.6.2 "十一五"郑州会展业快速发展 465
 - 9.6.3 郑州会展经济的发展现状及其思考 465
 - 9.6.4 郑州巨额补贴扶持会展业发展 468
 - 9.6.5 郑州会展业未来发展规划 469

第十章 2012-2016年中国会展业的营销分析 469

- 10.1 会展营销概述 469

- 10.1.1 中国会展营销研讨 469
- 10.1.2 会展业城市营销建议 470
- 10.1.3 国外会展营销经验借鉴 473
- 10.1.4 会展业营销及传播策略浅析 477
- 10.2 中国会展业创新营销策略分析 482
 - 10.2.1 会展营销创新策略解析 482
 - 10.2.2 营销理念创新 482
 - 10.2.3 营销主体创新 483
 - 10.2.4 营销手段创新 483
 - 10.2.5 营销内容创新 484
- 10.3 中国会展业的整合营销分析 484
 - 10.3.1 会展业主题的选择 484
 - 10.3.2 展会机构的搭建 485
 - 10.3.3 展会卖点的策划 485
 - 10.3.4 展会的整合宣传 486
 - 10.3.5 展会的综合服务 487
- 10.4 展览会各个阶段的营销策略 488
 - 10.4.1 展览会四阶段概述 488
 - 10.4.2 培育期展览会的营销策略 489
 - 10.4.3 成长期展览的营销策略 490
 - 10.4.4 成熟期与衰退期展览的营销策略 491
- 10.5 会展中的4C营销分析 493
 - 10.5.1 4C营销概述 493
 - 10.5.2 4C营销案例分析 494
 - 10.5.3 4C营销经营建议 496

第十一章 2012-2016年会展业企业状况分析 497

- 11.1 励展博览集团 497
 - 11.1.1 励展博览集团简介 497
 - (1) 企业会展业务分析 497
 - (2) 企业经营情况分析 498
 - 11.1.2 励展优势展会行业 498

- 11.1.3 励展博览集团大中华区组建新合资公司 501
- 11.1.4 励展博览集团携手RISI重磅打造"第二届RISI中国纸包装高峰论坛 (CPPS 2015)" 501
- 11.1.5 励展博览集团大中华区组建新合资公司 502
- 11.1.6 中国对外贸易中心 (集团) 与励展博览集团签订战略合作协议 503
- 11.2 亚洲博闻 503
 - 11.2.1 亚洲博闻简介 503
 - 11.2.2 亚洲博闻优势展会行业 504
 - 11.2.3 亚洲博闻借收购加快入华布局 504
 - 11.2.4 博闻与Interexpo联合主办马来西亚Beauty Expo 505
 - 11.2.5 博闻收购"上海国际印花展"进军数码印花市场 505
- 11.3 法兰克福展览公司 506
 - 11.3.1 法兰克福展览公司简介 506
 - 11.3.2 法兰克福展览公司中国市场扩张概况 508
 - 11.3.3 法兰克福中国公司发展状况 512
- 11.4 科隆展览公司 512
 - 11.4.1 科隆展览公司简介 512
 - 11.4.2 科隆展览在中国的发展状况 513
 - 11.4.3 科隆展览会发展状况 514
 - 11.4.4 科隆国际展览公司展会动态 514

第十二章 会展业发展前景趋势分析 515(AK WZY)

- 12.1 中国会展业的前景及预测 515
 - 12.1.1 我国会展业发展前景看好 515
 - 12.1.2 中国会展业发展潜力巨大 518
 - 12.1.3 2017-2022年中国会展细分行业预测分析 519
- 12.2 "十二五"中国会展业的发展形势及方向 523
 - 12.2.1 《国家"十二五"规划》更加重视会展业发展 523
 - 12.2.2 "十二五"中国会展业的发展任务 524
 - 12.2.3 "十二五"我国会展业发展方式将转变 525
- 12.3 会展业的发展趋势 526
 - 12.3.1 世界会展业未来发展态势 526
 - 12.3.2 未来中国会展业发展的八大趋势 527

12.3.3 中国会展城市的发展趋势 529

12.3.4 网上会展成未来发展趋势 533

附录： 543

附录一：国际展览会公约 543

附录二：中国商业联合会会展管理暂行办法 552

附录三：设立外商投资会议展览公司暂行规定 555

附录四：广州市会展业发展专项资金管理试行办法 557

附录五：深圳市会展业财政资助专项资金管理办法 561

附录六：厦门市关于扶持会议展览业发展的若干意见 565

部分图表目录：

图表：会展产业链流程示意图 42

图表：会展产业链内链和外链涉及的产业表 43

图表：会展产业链效应示意图 43

图表：港澳台三地已建成展览馆可使用展览面积及酒店客房数量的统计表 92

图表：国内会展业和旅游业的外推关系 153

图表：广州市会展业发展专项资金使用范围及具体标准 183

图表：长江三角洲部分城市会展业现状 237

图表：长江三角洲部分城市会展的发展定位 237

图表："十一五"时期义乌会展业发展情况一览表 265

图表："十一五"时期四大国家级展会发展情况表 266

图表：中国义乌国际森林产品博览会"十二五"规划目标 277

图表："十一五"时期成都会展业发展规模 391

图表：励展博览集团经营情况 498

图表：科隆展览中国有限公司经营情况 513

图表：2017-2022年我国会展行业行业投资规模预测 517

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282170.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提供投资咨询报告、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。