

2024 中国会展业行业市场运行现状及投资 规划建议报告

一、行业概述

1.1 行业发展背景

(1)随着我国经济的快速发展和对外开放的不断深化，会展业作为现代服务业的重要组成部分，近年来得到了迅速发展。在市场经济体制的推动下，我国会展业已经形成了以综合性展会为主，专业性、国际性展会为辅的发展格局。同时，随着全球经济一体化的推进，我国会展业与国际市场的融合日益紧密，吸引了越来越多的国际会展机构和品牌入驻。

(2)从行业发展历程来看，我国会展业经历了从无到有、从小到大、从弱到强的过程。在改革开放初期，我国会展业主要局限于地方性、行业性展会，规模较小，影响力有限。随着市场经济体制的逐步完善，我国会展业开始向规模化、专业化、国际化方向发展，展会数量和质量不断提升，行业竞争力逐渐增强。此外，我国政府高度重视会展业的发展，出台了一系列政策措施，为会展业创造了良好的发展环境。

(3) 当前，我国会展业正处于转型升级的关键时期。一方面，传统会展模式面临着转型升级的压力，需要通过创新驱动、产业融合等手段提升展会质量和效益；另一方面，新兴会展业态不断涌现，如线上展会、移动展会等，为会展业带来了新的发展机遇。在这一背景下，我国会展业需要进一步深化改革，加强与国际市场的合作与交流，推动行业持续健康发展。

1.2 行业发展现状

(1) 目前，我国会展业整体规模不断扩大，已成为全球会展市场的重要力量。据统计，我国每年举办的各类展会数量超过 1 万个，展览面积超过 1 亿平方米，参展商和观众数量逐年攀升。其中，北京、上海、广州、深圳等一线城市已成为国际知名会展城市，吸引了众多国际知名品牌和机构参展。

(2) 在市场结构方面，我国会展业呈现出多元化发展的态势。一方面，传统展览领域如工业制造、消费品等仍占据较大市场份额；另一方面，新兴展览领域如互联网、大数据、人工智能等逐渐成为行业热点。此外，会议业和活动策划与管理等细分领域也呈现出快速增长的趋势，为会展业提供了新的增长点。

(3) 随着我国会展业的快速发展，行业服务水平不断提升。展会组织、展台设计、专业服务等环节的专业化程度不断提高，为参展商和观众提供了更加优质的服务体验。同时，

我国会展业在国际化方面也取得了显著成果，国际展会数量逐年增加，国际影响力不断提升，为我国会展业在国际舞台上树立了良好形象。

1.3 行业发展趋势

(1) 未来，我国会展业的发展趋势将呈现以下几个特点：一是行业规模将进一步扩大，预计展会数量和展览面积将持续增长，成为全球最大的会展市场之一；二是专业化程度将不断提升，展会将更加注重内容质量和专业度，满足不同行业 and 领域的专业需求；三是数字化转型将成为重要趋势，线上展会、虚拟现实等技术将被广泛应用，提升会展效率和用户体验。

(2) 在国际化方面，我国会展业将继续扩大国际影响力，加强与海外市场的合作。通过引进国际知名展会、举办国际性展会以及与国际会展机构的深度合作，我国会展业将更好地融入全球会展产业链，提升国际竞争力。同时，国内会展企业也将积极“走出去”，拓展海外市场，实现国际化发展。

(3) 此外，会展业将与相关产业深度融合，形成产业链上下游协同发展的格局。例如，与旅游、文化、体育等产业的结合，将推动会展业向多元化、综合性方向发展。同时，绿色环保理念将在会展业中得到进一步推广，节能减排、循环利用等可持续发展理念将成为会展行业的重要发展方向。

二、市场运行现状

2.1 市场规模及增长情况

(1)近年来，我国会展市场规模持续扩大，已成为全球增长最快的会展市场之一。据统计，我国会展业市场规模已超过千亿元人民币，年增长率保持在10%以上。其中，展览业市场规模最大，占据了整个市场的半壁江山。随着经济全球化和区域一体化进程的加快，我国会展业的市场需求不断增长，为行业发展提供了强大动力。

(2)在市场规模增长方面，我国会展业呈现出以下特点：首先，一线城市如北京、上海、广州、深圳等地的展会规模和影响力持续扩大，成为推动行业增长的重要引擎；其次，中西部地区和二三线城市展会数量和规模逐年增加，为行业市场提供了新的增长点；最后，随着互联网、大数据等新技术的应用，线上展会和虚拟展览等新兴业态逐渐崛起，为市场增长注入新活力。

(3)从增长情况来看，我国会展业市场增长主要受益于以下几个方面：一是政策支持，国家及地方政府出台了一系列政策措施，支持会展业发展；二是市场需求，随着我国经济的快速发展，企业对展示、推广、交流的需求日益增长；三是行业创新，新技术、新模式的引入提升了展会质量和效率，吸引了更多参展商和观众。未来，预计我国会展市场规模将继续保持稳定增长态势。

2.2 市场结构分析

(1)我国会展市场结构呈现出多元化的特点，主要包括展览业、会议业和活动策划与管理三个主要部分。展览业占据市场主导地位，涵盖了工业制造、消费品、高科技、文化产业等多个领域。会议业则包括各类专业会议、论坛、研讨会等，其中企业年会、行业年会等规模较大。活动策划与管理涉及庆典活动、节庆活动、体育赛事等领域，近年来随着市场需求的增加，其市场规模也在不断扩大。

(2)在市场结构中，不同类型展会的发展不平衡。传统展会在我国市场仍占据重要地位，如家电、电子、建材、家居等行业展会规模较大，具有较高的知名度和影响力。与此同时，新兴领域展会如新能源、信息技术、绿色环保等，正逐渐成为市场热点，吸引了大量参展商和观众。此外，专业展会和综合性展会并存，综合性展会以覆盖广泛、参与度高为特点，而专业展会则更注重行业细分和专业化服务。

(3)从地域分布来看，我国会展市场结构呈现出区域差异。一线城市如北京、上海、广州、深圳等地的展会数量和质量较高，具有较强的市场竞争力。中西部地区和二三线城市虽然展会数量较少，但近年来发展迅速，市场潜力巨大。同时，随着“一带一路”等国家战略的推进，我国会展业在国内外市场的布局更加合理，区域间的交流与合作日益频繁，为市场结构优化提供了有利条件。

2.3 地域分布特点

(1)我国会展业的地域分布特点显著，呈现出明显的东

密西疏、沿海发达地区集中、内陆地区分散的格局。东部沿海地区，特别是北京、上海、广州、深圳等一线城市，凭借其经济发达、产业集中、国际化程度高、交通便利等优势，吸引了大量国际性、专业性展会，成为我国会展业的中心区域。

(2) 中西部地区和二三线城市虽然展会数量相对较少，但近年来发展势头迅猛。这些地区依托地方特色资源，举办了一批具有地方特色的展会，如农产品展、旅游文化节等，有效推动了地方经济发展。同时，随着国家西部大开发、东北振兴等战略的实施，中西部地区会展业发展环境不断优化，市场潜力逐渐显现。

(3) 在我国会展业地域分布中，区域合作与交流日益加强。一方面，一线城市与二三线城市在展会策划、运营、管理等方面展开合作，实现资源共享、优势互补；另一方面，国内会展业与国际市场的联系日益紧密，通过引进国际知名展会、举办海外展会等形式，拓展了我国会展业的国际影响力。这种地域分布特点有利于推动我国会展业实现均衡发展，提升整体竞争力。

三、主要市场细分领域分析

3.1 展览业

(1) 展览业作为我国会展业的重要组成部分，近年来发展迅速，已成为推动产业升级和经济增长的重要力量。展览业涵盖了工业制造、消费品、高科技、文化娱乐等多个领域，其中工业制造和消费品展览占据较大市场份额。这些展览不仅为参展商提供了展示最新产品和技术、拓展市场的平台，也为观众提供了了解行业动态、寻找合作伙伴的机会。

(2)在展览业发展过程中，我国已形成了一批具有国际影响力的展会品牌，如中国进出口商品交易会（广交会）、上海国际汽车展览会（上海车展）、深圳国际电子展（CeBIT）等。这些展会不仅在国内具有较高知名度，在国际上也享有盛誉，成为展示我国产业发展水平和对外开放成果的重要窗口。

(3)随着我国会展业的不断发展和完善，展览业呈现出以下特点：一是专业化程度提高，越来越多的展会聚焦于特定行业和领域，提供精准、专业的服务；二是国际化水平提升，国际参展商和观众数量逐年增加，展会国际化程度不断提高；三是线上线下融合发展，线上展会、虚拟展览等新兴业态逐渐兴起，为展览业发展注入新活力。未来，我国展览业将继续保持稳健发展态势，为推动产业升级和经济繁荣做出更大贡献。

3.2 会议业

(1)会议业是我国会展业的重要分支，近年来随着经济社会的快速发展，会议业市场规模不断扩大，已成为展示企业实力、促进交流合作的重要平台。会议业涵盖了企业年会、行业论坛、学术研讨会等多种形式，其中企业年会和行业论坛在市场上占据较大份额。

(2)我国会议业发展呈现出以下特点：一是会议数量持续增长，各类会议活动日益丰富，满足不同行业和领域的需求；二是会议质量不断提升，专业化、国际化水平不断提高，

吸引了众多国内外知名企业和专家学者参与；三是会议产业链逐步完善，从会议策划、组织、执行到后期服务，形成了一个完整的产业链条。

(3)在会议业发展过程中，我国会议业呈现出以下趋势：一是线上会议逐渐兴起，利用互联网技术降低成本、提高效率，满足远程参与的需求；二是绿色会议理念深入人心，注重环保、节能减排，推动会议业可持续发展；三是会议与旅游、文化等产业的融合发展，为会议业注入新的活力，拓宽了市场空间。未来，我国会议业将继续保持稳健发展，为经济社会发展贡献力量。

3.3 活动策划与管理

(1)活动策划与管理作为会展业的重要组成部分，近年来在我国得到了快速发展。活动策划与管理涵盖了各类庆典活动、节庆活动、体育赛事等，旨在通过精心策划和高效管理，为参与者提供难忘的体验。随着市场需求的增加，活动策划与管理行业在专业化、国际化方面取得了显著进步。

(2)在活动策划与管理方面，我国市场呈现出以下特点：一是活动类型多样化，从传统的庆典活动到现代的户外活动、体育赛事等，满足了不同客户的需求；二是专业团队日益成熟，活动策划与管理公司拥有一批经验丰富的策划师、执行团队和后勤保障人员，确保活动顺利进行；三是技术应用不断创新，数字技术、社交媒体等在活动策划与管理中的应用越来越广泛，提升了活动的互动性和传播力。

(3) 活动策划与管理行业的发展趋势主要包括：一是活动策划更加注重用户体验，强调参与感和互动性；二是活动内容更加多元化，结合文化、旅游、体育等多元素，打造特色活动；三是活动策划与管理公司向国际化发展，与国际同行合作，提升国际竞争力。未来，随着我国会展业的持续发展，活动策划与管理行业将继续发挥重要作用，为各类活动提供专业、高效的服务。

四、行业政策及法规环境

4.1 国家政策支持

(1) 近年来，我国政府高度重视会展业的发展，出台了一系列政策措施，为会展业提供了强有力的政策支持。国家层面，通过《关于促进会展业发展的若干意见》等文件，明确了会展业在国民经济中的地位和作用，提出了支持会展业发展的具体措施。地方政府也纷纷出台相关政策，鼓励和支持会展业的发展，如税收优惠、土地政策、资金扶持等。

(2) 在国家政策支持方面，主要表现在以下几个方面：一是优化营商环境，简化行政审批流程，提高政务服务效率，为会展企业提供便利；二是加大财政投入，设立专项资金，支持重点展会举办和品牌培育；三是推动会展业与其他产业的融合发展，如与旅游、文化、体育等产业的结合，拓展会展业的市场空间；四是加强国际交流与合作，推动会展业国际化发展。

(3) 此外，国家政策还注重行业规范和标准化建设，通过制定行业标准和规范，提升会展业整体服务水平。同时，加强对会展行业的监管，打击违法违规行为，保障参展商和观众的合法权益。这些政策措施的实施，为我国会展业的健康发展创造了良好的政策环境，推动了会展业的快速崛起。

4.2 地方政策实施

(1) 地方政策实施是我国会展业发展的重要保障，各地政府根据自身实际情况，制定了一系列地方性政策，以促进本地区会展业的繁荣。这些政策主要包括税收优惠、土地资源配置、资金扶持、基础设施建设等方面，旨在为会展业提供全方位的支持。

(2) 在地方政策实施方面，各地政府采取了以下措施：一是设立会展专项资金，用于支持重点展会举办、品牌培育和展会基础设施建设；二是提供税收减免政策，降低企业参展成本，鼓励企业参与展会活动；三是优化土地资源配置，为展会提供充足的场地保障；四是加强基础设施建设，提升展馆、酒店、交通等配套设施的服务水平。

(3) 此外，地方政策还注重提升会展业的服务质量和国际化水平。各地政府通过举办国际性展会、引进国际知名展会机构、推动展会国际化合作等方式，提升本地区会展业的国际影响力。同时，加强对会展人才的培养和引进，提高会展业整体素质。这些地方政策的实施，为我国会展业的区域性发展提供了有力支撑，推动了会展业的整体进步。

4.3 法规体系完善

(1) 法规体系的完善是我国会展业规范化发展的重要基础。近年来，我国政府高度重视会展业法规建设，逐步构建了一套较为完善的法规体系，为会展业的健康发展提供了法律保障。

(2) 在法规体系完善方面，我国主要采取了以下措施：一是制定了一系列会展业相关法律法规，如《中华人民共和国展览法》、《中华人民共和国合同法》等，明确了会展活动的法律地位和规范要求；二是加强行业自律，推动行业协会制定行业规范和标准，提高行业管理水平；三是强化执法监管，加大对违法违规行为的查处力度，维护市场秩序。

(3) 此外，我国还积极参与国际会展法规的制定和修订，推动国际会展法规的趋同化，提升我国会展业的国际竞争力。通过与国际会展组织的合作，我国会展业法规体系不断完善，为参展商、观众和展会组织者提供了更加明确、规范的法治环境。这些法规体系的完善，有助于提高我国会展业的整体水平，促进会展业的国际化发展。

五、行业竞争格局

5.1 企业竞争分析

(1) 我国会展企业竞争激烈，市场竞争格局呈现出多元化、多层次的特点。在市场竞争中，大型国有企业和民营企业成为主体，同时，外资企业也积极参与其中，形成了以国内企业为主导，国内外企业共同参与的市场竞争格局。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/387105165134010013>