

<<中国展览年鉴2008>>

图书基本信息

书名：<<中国展览年鉴2008>>

13位ISBN编号：9787800699030

10位ISBN编号：780069903X

出版时间：2008-12

出版时间：中国国际贸易促进委员会宣传出版中心 中国民族摄影艺术出版社 (2008-12出版)

作者：中国国际贸易促进委员会宣传出版中心 编

页数：475

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

《中国展览年鉴》的编辑工作将更切实地体现服务展览业，全面、系统、准确地记述中国会展界的发展状况，准确、全面地刊登各类相关信息，为展览业提供丰富的理论知识，推进品牌化战略工程发展。

同时，为促进中外展览业界的交流，重点信息将配发英文。

为了更好地完成《中国展览年鉴》的编辑工作及开拓其他相关服务，《中国展览年鉴》继续向展览业界各专业公司及专业服务商征集理事单位。

理事单位遴选范围是由《中国展览年鉴》编委会专家推荐的，在展览业界享有良好声誉、并具有一定代表意义的公司。

书籍目录

第一章 中国展览业概况罗豪才副主席在第四届中国会展经济国际合作论坛(CEFC02008)上的致辞成立全国展览业协会刻不容缓年中国展览业发展态势与前景展望“CEPA四”直插内地展览业软肋资质评审：展览工程公司的企业素质与责任参展商对展会总体满意度下降调查中国贸促会行业分会与改革开放同步发展专业化品牌化国际化——中国会展经济的必由之路从专业到品牌与行业风雨同行提升专业水平细化服务品质与国际展览公司合作寻求做大做强专业展览行业分会促进中外交流煤炭引领世界能源潮流办展应把促进行业发展放在首要位置培育品牌展会关注行业趋势专业展示促进行业发展的助推器搭建专业平台服务行业发展会展成为冶金分会服务行业的主要形式第二章 业界论坛第一部分 理论研究专业展会加速生产要素合理流动会展业呼唤统一高效的管理体制我国会展业的发展与竞争力培育中国展览会品牌建设的核心和途径中外合作提升中国会展业水平会展教育如何匹配市场需求中国高等会展教育现状与前景中型城市会展业：想说爱你不容易关注北京奥运会后的商务会展旅游热点谨防国际会议市场出现“虚热实事求是描述我国展览业现状西部会展经济如何发挥地方特色第二部分 专题概述走进CEMI中部6省会城市：会展经济何时崛起会议产业要走中国特色发展之路国际会议目的国：中国成新宠我企业应加强审核避免展会知识产权纠纷专业展会有效推动区域经济发展2010世博会与长三角合作论坛关注“合作共赢”2010世博会：中国馆将成最大遗产“后世博效应”如何延续上海世博会：再造一个中国梦节庆赞助市场掘金2008节庆经济：城市行销的全新名片北京国展新馆开馆并投入使用国展新馆提升中国会展业国际地位国展新馆凸显“中国元素北京新国展创新管理模式广交会变中求新广交会即将实施全面改革外资展览公司中国市场变迁：面对危机与挑战家博会：见证中国家电业发展历程信息化：做好展会的“必修课”博览会助推中国——东盟旅游合作服装展会该借鉴什么继德国之后，中国可能成新的“世界货架出国参展：中国企业为何屡遭“搜查门我国企业出国参展遭调查一览拿什么提高你——投洽会的国际化水平粤港澳新规相继出台珠三角会展市场或将重新洗牌会展行业积极行动捐助灾区地方促进展览业发展的政策积极推进成立展览会统计资料审核机构今后3年北京将处于奥运遗产推动效益井喷期奥运后北京会展业更具吸引力第三章 地方展览业北京会展业扎实推进上海会展业2007年发展情况统计分析“煤都”发展会展业之痛唐山市会展经济发展的战略思考品牌展会提升城市影响力辽宁会展业出展魅力大连市展会凸显规模效应大连推动会议展览比翼双飞长白山旅游节成功拉动城市经济引擎长春会展业规模和品质逐步提升哈尔滨会展业：规范与扶持是当务之急搭建会展平台促进服务业发展济南会展业：亟需政府扶持站在新起点赢得新成绩杭州会展业前景看好宁波加快打造国际会展之都步伐中国会展经济发展的“义乌模式”2006~2010年福建省会展业发展规划一个国际会展和一座现代新城“会展脸谱”越来越多彩武汉加快打造中部会展中心步伐应对东部产业转移的思考郑州市跻身全国会展热点城市行列2008年广东省会展业工作意见2007年广州I会展经济统计深圳规范展装市场确保展览水平如何进一步做好东莞的会展业海南会展经济到底有多热以海南产业为依托加快发展海南会展经济2008南宁会展业期待什么震后成都会展业带动服务业复苏西安：全力构建区域性国际会展中心香港2007年度会展业调查报告营造会展大环境助澳门经济腾飞第四章 重点展会介绍第一部分 国内重点展会精选展会精选中国贸促会支持的地方重大经贸活动第二部分 境内重点展会第六届中国国际装备制造业博览会暨航空航天配套零件展览会杭州电子信息博览会彰显高科技魅力夏季达沃斯聚焦中国经济中博会：显示中小企业后发优势山西借助国际展览推动能源产业升级第12届北京国际航空展览会中外品牌演绎精品百货盛典烟台果蔬展成农业品牌推介会第102届广交会取得五方面成效苏州举办中国IT第一展东亚旅游盛会创造广阔商机义博会：细节引起共鸣第16届中国国际通信设备技术展览会中国——哥斯达黎加经贸合作论坛十月礼品展再现金秋童话中国——东盟“两会”成果丰硕第13届中国国际纺织面料及辅料四博览会文博会高调闭幕：让世人见证创意的力量第三届北京国际金融博览会旅洽会：全方位对接资源与资本首届中国专利周拉美及中东欧国家商品展览会国际展览巨头科隆牵手中国体育展中国(上海)国际门窗幕墙博览会2008全国贸促工作会议在北京召开CEFCO聚“大家”智慧助行业腾飞裘皮展在创新中保持青春活力第六届园博会连创多项纪录第18届华交会改革发展呈现新面貌汽车后市场前景广阔中国木工机械业加快追赶世界同行的脚步国际礼品展“民族、保健、奥运”各占三分天下节能环保成为建博主旋律纺织新技术展览会推动创新技术产业化2008Intertextile春夏面料展CHIC2008擎起产业崛起大旗第12届西洽会内外兼修台交会：两岸金桥全球瞩目第19届国际制

冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会第103届广交会规模历届最大满园春色关不住遍地科技引凤来第二届中国企业跨国投资研讨会第十届北京国际汽车展览会第16届中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会国际动漫节：拉动杭州产业链第11届科博会招商引资成果丰硕体博会国际品牌占三成后奥运资源受青睐2008冶金铸造展和中国国际铸件博览会四新展见证国内广告制作行业发展第11届中国国际智能卡博览会旅博会实质性推进区域合作青岛电博会：新品同台竞靓纺机展显现：行业需求不振市场低迷奥博会展现奥林匹克竞技与文化让文化展示活动为奥运成功举办增光添彩北京奥运会的29个之最中国为奥运树立了一个新标杆第四届中国国际铝工业展览会中国(北京)国际商务及会奖旅游展览会第18届中国国际电了生产设备暨微电子工业展第三部分 名展回顾投洽会新十年：再创新气象重迈新征程中针会品牌花开分外香品牌家居品质生活家纺展时尚旗帜猎猎飘扬第五章 行业简况及展会1. 轻工行业2. 石化行业3. 纺织行业4. 建设行业5. 服务行业6. 医疗行业7. 农林牧渔业8. 能源行业9. 环保行业10. 印刷、包装行业11. 机电行业12. 体育产业13. 休闲产业14. 文化、艺术、传媒业15. 教育业16. 其他第六章 我国出国展览中国纺织品服装贸易展首次亮相巴黎追寻产业升级提供多元选择俄罗斯车展中国厂商抢尽风头中国企业在国际知名展会话语权明显增强日本中国纺织成衣展厚积薄发第七届澳大利亚中国纺织服装展览会亚欧食品加工技术洽谈会在意大利帕尔马成功举力中国对日纺织服装供应链向多元化发展云南企业参加“2008年越南国际贸易博览会取得实效”伊朗中国工业展览会”往届展览会概况西班牙萨拉戈萨世博会——中国馆展示人与水的和谐第九届中国纺织品服装贸易展第七章 政策法规大型群众性活动安全管理条例2008年奥运会期间及前后在北京地区举办全国性、国际性展览会的有关规定北京市展会知识产权保护办法2010年上海世博会知识产权保护纲要上海世博会一般规章上海世博会特殊规章第1号：有关世博会主题的定义以及组织者和参展者深化主题的指南上海世博会特殊规章第2号：有关参加世博会的条件上海世博会特殊规章第3号：有关展区总代表联席会议指导委员会的运作上海世博会特殊规章第4号：有关建筑、安装、劳动安全、防火及环保上海世博会特殊规章第5号：有关各类机器设备的安装、操作和运行上海世博会特殊规章第6号：有关官方参展者所属人员的住宿上海世博会特殊规章第7号：有关货物的通关、运输和处理上海世博会特殊规章第8号：有关保险上海世博会特殊规章第9号：有关官方参展者的商业活动上海世博会特殊规章第10号：有关公共服务货物出口许可管理办法关于第104届和今后一个时期广交会改革方案中国进出口商品交易会出口展一般性展位数量安排办法中国进出口商品交易会出口展品牌展位数量安排力、法中国进出口商品交易会出口展展位位置安排力、法中国进出口商品交易会展位使用管理办法第八章 展览实务展览设计方面的相关规定和注意事项展会项目策划的四个原则参加国际展中国企业要善于维权到拉斯维加斯参展你准备好了吗?谁不反击，谁从开始就输如何在德国及欧盟保持外观设计当问题来临别回避别小觑注册外观设计的价值企业应运用“有力证据”争取主动权第九章 大事记第十章 业界动态第十一章 机构·企业介绍第十二章 展览业名录第一部分主办机构第二部分展览场馆第三部分专业展览及服务公司第四部分展览协会第五部分国外展览公司第十三章 国际展览业资讯第一部分重点展会第二部分展览业简介第三部分行业简讯

章节摘录

版权页：插图：鉴于参展商对2007年展会满意度呈下降的态势，记者对10多家展会组委会进行了调查采访。

结果发现，有的展会结束后，组委会就自动解散了。

如由国家质检总局和山东省政府主办的中国名牌产品博览交易会，其组委会系临时抽调人员组成，展会闭幕后，组委会的人员均回到原来的工作岗位，记者很难再与相关负责人取得任何联系。

除此之外，其他组委会负责人也向记者道出了个中缘由，包括展会本身的品牌和知名度较低，难以吸引参展商和专业观众，以及2007年全球经济发展放缓等。

加强展会品牌影响力。

一位不愿意透露姓名的业界人士认为，2007年参展商对展览会满意度下降的原因，要是由于国内举办的展会不仅数量众多、内容重复，而且缺少特色。

许多展会虽然打着“国际”字样，实际上以国内中小企业为主力军，难觅国外企业和国内大企业的踪影，通常在举办一两届后便销声匿迹了。

因此，这些展会的品牌和知名度较低、影响力有限，难以吸引较多的专业观众。

如此恶性循环，参展商对展会满意度下降成为必然。

第九届北京国际工程机械展览与技术交流会（BICES）作为品牌展会，同样受到了参展商和专业观众的追捧。

其组委会的一位负责人向记者透露，参展商和观众对第九届BICES的最大的不满就是展馆硬件设施问题。

其中，BICES曾多次启用的全国农业展览馆与北京中国国际展览中心（新馆）相比，硬件设施明显落后，难以满足参展商的要求。

但随着2009年BICES移师新国展，这一难题将得到极大的改善。

专业观众不专业。

长城国际的姚晓辉告诉记者，2004年，因北京某媒刊登了水族用品展的消息导致那一届的展会吸引了大量的社会观众蜂拥而至，从而严重影响了参展商和专业观众的交流与洽谈。

因此，参展商再三要求尽量减少非专业观众的数量。

至于如何组织专业观众，各组委会可谓八仙过海、各显神通。

中国邮电器材集团公司的负责人告诉记者，国际通信展于2007年首次通过收取20元门票的方式有效地阻止了非专业观众进场，从而保证了专业观众的质量，获得了参展商们的一致认同。

中国玩具协会的负责人金晓辉则认为，大部分成功的展览项目往往离不开行业协会的全力介入。

举办展会，一定要依托行业协会来邀请专业买家。

另外，国内行业协会还应积极加入国际相关协会组织，与国外同行业之间开展多方面的交流与合作，扩大影响力和知名度，疏通产供销渠道。

尤其对于那些以出口为主的外向型行业来讲，行业协会更要经常组织会员企业参加国外展会，同时邀请国际大型采购团来国内观展，内引外联，吸引有实力的国际买家。

但是，有的组委会却一直秉承传统的做法。

如2007中国（北京）国际玻璃工业新技术产品及设备展览会，其承办单位北京世纪佳业展览有限公司的有关人员告诉记者，他们每年都是在国内外展览会、网站、报刊杂志等媒体上进行宣传，或通过邮局寄发请柬。

事实证明，这些毫无创新的做法难以收到良好效果。

国际经济疲软。

“目前国内的办展水准，不论硬件设施还是服务意识都显著提升，并逐步与国际接轨。

”在接受采访时，金晓辉如是说。

但追究2007年参展商对展会满意度下降的原因，他认为必须根植于国际经济大环境中来考虑。

对于诸如玩具行业这样依托出口的外向型产业而言，其中很大一部分专业买家均来自国际。

2007年，受全球经济不景气的影响，国际买家的购买力明显疲软，参展商的满意度下降亦在情理之中

<<中国展览年鉴2008>>

o

<<中国展览年鉴2008>>

编辑推荐

《中国展览年鉴2008》是由中国民族摄影艺术出版社出版的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>