

全球展会全攻略 GLOBAL EXHIBITIONS



引言

阅读，越精彩

You are what you read

要学会向竞争者学习，自己才会进步。

Learn from your competitors and you will progress.

— 沃尔玛创始人山姆 · 沃尔顿

世界上第一个样品展会是 1890 年在德国莱比锡举办的莱比锡样品展览会。随着社会的发展和科技的进步，会展业各个方面都在不断进行调整和变化，已成为国民经济新的增长点。面对面的磋商方式被越来越多的企业青睐，传统展会形成的独特资源优势也逐渐与 B2B 结合，为外贸企业寻求新的贸易突破口。

正如山姆 · 沃尔顿所言，“要学会向竞争者学习，自己才会进步”，越来越多的企业正加入会展的大潮中，迎接挑战、把握潮流，为创新发展寻求新的机遇。中国制造网在每年深入各大行业、百余场顶级展会进行品牌推广的同时，也积累了丰富的展会经验。我们把各大展会实况直接地呈现给供应商们，为您筛选自己心仪的行业展会贡献一份力量。

中国制造网第二版全球展会全攻略 - 轻工日用专册，根据不同地区的商业习惯、展会信息以及市场动态，提出各类优质展会的参展建议。本册精选众多全球轻工日用行业顶级大展，相信一定能够帮您找到最合适的展会。

直接面对行业大咖，了解行业资讯，高效展会匹配，
今年，您准备好去哪儿了吗？

目录

欧洲 Europe

- 区域经济文化
- 6 深入欧洲市场
- 展会
- 8 俄罗斯莫斯科国际消费品及礼品展
- 10 俄罗斯国际轻工纺织博览会
- 12 纽伦堡玩具展
- 14 德国科隆国际体育用品、露营设备及园林生活博览会
- 展馆
- 16 俄罗斯莫斯科国际展览中心
- 17 全俄展览中心
- 18 纽伦堡国际展览中心
- 19 德国科隆国际展览中心

美洲 America

- 区域经济文化
- 24 进军南美市场
- 26 抓住北美优势
- 展会
- 28 美国纽约国际玩具博览会
- 30 美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会
- 32 巴西圣保罗国际家庭用品及礼品博览会
- 展馆
- 34 纽约贾维茨展览中心
- 35 拉斯维加斯会展中心
- 36 圣保罗北方展览中心
- 37 芝加哥麦考密克展览中心

亚洲 Asia

- 区域经济文化
- 42 进军亚洲市场
- 43 “亚洲双骄” — 日本
- 44 “亚洲双骄” — 韩国
- 46 “亚洲之星” — 香港
- 展会
- 48 东京国际礼品展
- 50 韩国国际消费品、礼品及家居用品展览会
- 52 韩国美容展
- 54 韩国珠宝展
- 56 香港国际玩具及礼品展暨亚洲赠品及家居用品展览会
- 展馆
- 58 日本东京有明国际展览中心
- 59 韩国国际会展中心
- 60 香港会议展览中心

中国 China

- 展会
- 64 广州国际美博会
- 66 华东进出口商品交易会
- 68 中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会
- 70 中国日用百货商品交易会
- 72 中国义乌国际小商品博览会
- 74 中国国际玩具及教育设备展览会
- 展馆
- 76 中国进出口商品交易会展馆
- 77 上海新国际博览中心
- 78 深圳会展中心
- 79 义乌国际博览中心



欧洲

Europe

俄罗斯国际轻工纺织博览会

└ 俄罗斯展会联盟成员中纺织轻工的代表展会

纽伦堡玩具展

└ 世界玩具领域影响力最广的三大玩具展之一

德国科隆国际体育用品、露营设备及园林生活博览会

└ 休闲用品市场最重要的定货会之一



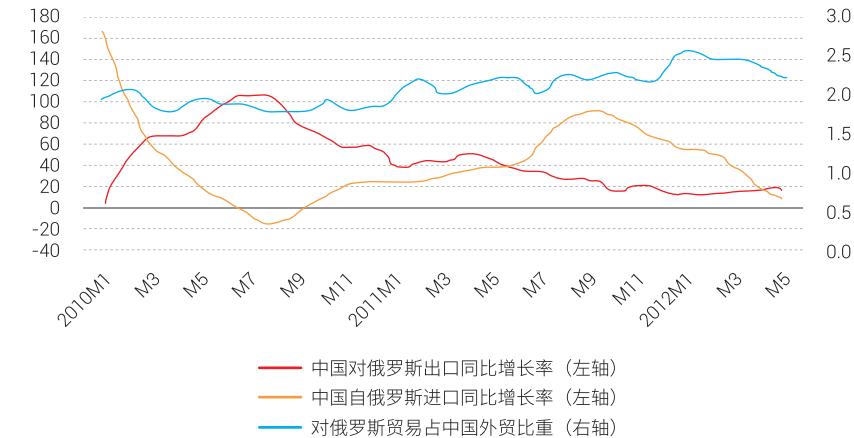
深入欧洲市场

欧洲市场包括西欧市场，地中海市场，东欧市场和北欧市场。欧洲逐渐向全面经济一体化迈进。虽然英国的脱欧事件对欧洲格局产生了一定的影响，但是也提醒了欧洲所有国家不应只局限于欧洲内部的自给自足，同时也要发展外来供应，从而更加稳固本国的供销渠道，对于中国供应商来说，这无疑也是一次新的商机。

赢在俄罗斯

随着中俄关系不断发展，两国已达成全面战略协作伙伴关系，经贸活动也日趋活跃。俄罗斯重点发展重工业和国防工业，而轻工业处于欠发达阶段，因此轻工日用产品大量依赖进口。例如纺织棉花的进口高达 90%，化纤和纱线本国提供比例不超过 45%。由于地区发展不平衡，收入不均，大部分人还是属于工薪阶层，对中低档商品的需求殷切，中国商品以其质量和价格优势在俄罗斯市场颇具竞争力。

中国与俄罗斯 2015 年进出口增减数据



会展业

俄罗斯会展业是一个有较大发展空间的产业。强大的进口购买力刺激了俄罗斯会展业的发展，而现今的俄政府政策主要是将莫斯科、圣彼得堡地区打造成东欧地区的会展中心，因此助力了俄罗斯的会展行业发展。

商业文化

俄罗斯人比较注重交际礼仪，熟人见面时若是不打招呼则有可能被误会无礼。通常由男士主动向女士打招呼，晚辈向长辈致礼，如果带帽，请记得脱帽致以问候。俄罗斯人对纪念品较为热爱，在商谈结束后赠与对方纪念品或是样品有可能会为你带来意想不到的收获。俄罗斯商人十分注重建立长期关系，尤其是私人关系，在酒桌上，这种关系最容易建立。

关于语言

俄语是俄罗斯的官方语言，英语在俄罗斯并不十分普及，故参加展会或商务会谈，还是应聘请专业翻译。

CONSUMEXPO

俄罗斯莫斯科国际消费品及礼品展

东欧最权威的消费品及礼品展

- ★ 展会时间：1月，一年一届 展出面积：3万平方米
- ★ 举办地点：莫斯科国际会展中心 展商数量：600家
- ★ 展会官网：www.consum-expo.com 观众数量：25,000人

展品范围

餐具、不锈钢刀叉、置物架、家居装饰用品、香氛、假花、陶瓷瓶、行李箱、书包、背包、项链、耳环、小挂件等。

展会硬实力

俄罗斯莫斯科国际消费品及礼品博览会创办于1987年，现已成为东欧最大、最权威的消费品及礼品展。随着中俄双边贸易的不断深入，越来越多的中国企业开始发掘俄罗斯市场，展会借此逐年快速发展。俄罗斯民众的审美观相对保守，对本国流派的产品十分钟爱，所以现场无论是家具还是日常生活用品都打上了浓浓的俄罗斯风。

现场直击

俄罗斯轻工业不发达，很多俄罗斯企业选择进口中国制造，然后再对它们进行包装和品牌塑造。许多俄罗斯的客户倾向于来到展会现场，直接接触外国供应商及其产品，建立合作意向。展会同样吸引了众多海外知名企业前来参展，它们大多选择特装展示，有的还举办多样现场活动，吸引观众驻足。

中国展商掠影

展会上，中国供应商占整体参展商的三分之一，主要来自浙江和江苏，是数量最多的海外展商。多数中国企业是第一次参加该展会，大多抱着考察当地市场的心态，所以展位布置比较简单，以简洁实用为主。也有部分中国企业每年都来莫斯科参加展会，主要前来拜访老客户，并向他们展示公司的新产品，希望扩宽合作产品线。



TEXTILEXPO

俄罗斯国际轻工纺织博览会

俄罗斯展会联盟成员中纺织轻工的代表展会

★ 展会时间：2月和9月，一年两届

展出面积：7万平方米

★ 举办地点：全俄展览中心

展商数量：2,400家

★ 展会官网：www.textilexpo.ru

观众数量：100,000人



展品范围

皮革服装、休闲装、晚装、风衣、床单、被套、靠垫、窗帘、毛衣、针织衫、箱包、纺车、织机、针织袜类生产设备等。

展会硬实力

俄罗斯国际轻工纺织博览会是东欧地区最具规模和影响力的专业轻纺展会，以展商数量庞大闻名业内。该展是俄罗斯展会联盟成员，已经通过UFI(国际展览联盟)认证，在世界上享有良好的声誉。俄罗斯大部分轻工业产品都依赖进口，所以不少中国供应商把目标锁定于该展会，想要依靠该展会挖掘市场需求。



现场直击

展会共设有4个展馆，其中轻工业综合馆的参展商最多，主要展品包括内衣、针织、童装、箱包等。该展会的专业性很强，买家对于面料的材质、花纹等要求较为苛刻，但这样的买家一般订单都比较大，很多供应商都选择来年继续参展。展会期间，主办方举办多场轻工纺织业的相关座谈会、研讨会及各类商品展示会、新款时装发布会等。展会现场可观的成交量吸引了众多的俄罗斯及国外优秀企业的参与，在世界上取得了很好的声誉。



中国展商掠影

该展中国参展商约占20%，主要集中在面料家纺和综合轻工业展馆，大多来自江浙地区。由于中国供应商展台混合在俄罗斯展商中间，所以格外引人注意，宣传效果较好。俄罗斯地处寒带，独特的地理因素创造了巨大的冬装需求，中国参展商的产品专注于此。中国参展商的产品通过中俄铁路运输到莫斯科，运费比其他国家参展商低很多，大大节省物力成本，提高了产品竞争力。





SPIELWARENMESSE

纽伦堡玩具展

世界玩具领域影响力最广的三大玩具展之一

- ★ 展会时间：2月，一年一届
- 展出面积：15 万平方米
- ★ 举办地点：纽伦堡国际展览中心
- 展商数量：2,600 家
- ★ 展会官网：www.spielwarenmesse-eg.de
- 观众数量：79,000 人

展品范围

木制玩具、益智玩具、机动玩具、运动玩具、轨道火车、汽车、火车模型、书籍和棋类、户外运动用品、电脑游戏软件和高科技玩具等。

展会硬实力

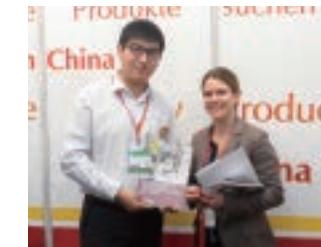
德国纽伦堡玩具展自 1949 年始办以来，一直吸引着世界各地的玩具企业参展，是世界玩具领域知名度高、影响力最广、参展人数最多的世界三大玩具展之一。该展国际参展商约占 70%，高度的国际性也表明其为世界玩具行业的导向展会。该展为保证专业性，仅对专业贸易观众开放，参展观众多为玩具批发商、采购商等。

现场直击

近年来，展会对于玩具生产材料、涂料和包装素材都提出了更高的要求，体现了资源可持续利用和绿色环保的最新主题。展会现场气氛火爆，12 个展馆全部开放仍难以容纳慕名前来的观众。展会上，各家展商纷纷带来自己最新产品和技术，期望借助展会现场的展示推广，招揽更多商机。现场活动相当丰富，展商通过 Cosplay 表演、魔术、彩弹射击等与现场观众互动吸引眼球。

中国展商掠影

近些年，中国已迈入世界最大玩具出口国行列。展会上，共有两百多家中国企业参展，成为继德国本土企业外第二大規模的参展企业。10 多个展馆内，中国企业的展位大多不是非常理想，究其原因，现场中国展商的产品与欧美大牌的精美展品仍有一定差距。随着欧美不断提高玩具安全标准及国内生产成本的攀升，只有走品牌和技术道路，中国玩具企业才能突出重围。



SPOGA+GAFA

德国科隆国际体育用品、露营设备及园林生活博览会

休闲用品市场最重要的定货会之一

- ★ 展会时间：9月，一年一届
- ★ 展出面积：25万平米
- ★ 举办地点：科隆国际博览中心
- ★ 展商数量：1,800家
- ★ 观众数量：36,800人

展品范围

草坪工具及维护设备、割草机、剪枝机、电锯等各类园林、园艺工具、设备及用品、生化用品、园艺建筑件、园艺装饰品等。

展会硬实力

德国科隆国际体育用品、露营设备及园林生活博览会是世界休闲用品市场最重要的定货会之一。该展会自1960年起开始举办，集行业采购论坛、信息平台和媒体盛会于一体，是以“户外、休闲、花园、绿色”为主题的国际重要展事之一。该展国际化程度极高，83%的参展商来自海外，展品几乎涵盖世界各地，从低端至高端所有产品。

现场直击

展会为期三天，专业观众和买家的数量每日激增，很多客户在展位上直接下单，可见买家的质量之高。展会几乎所有展馆都是国际馆，并且秉持以往的风格，由主办方在展馆走道中间设置展示岛，展出参展商的精良展品，再通过号码指引观众参观、拜访相应展商，这不仅为观众缩小了搜索范围，也方便了观众对供应商的定位采购。

中国展商掠影

参展的中国供应商数量非常庞大，大多采用自家的产品进行展台搭建，具有非



常好的宣传效果。现场不少中国供应商反馈，来访的买家中超过一半都是老客户，当地客户一旦对某一供应商产品产生信赖后，便会长久地进行生意往来。一些经营欧洲市场多年的企业表示，想要让欧洲买家了解并认可自身品牌，参加该展会不失为一种很好的途径。

千万众享

中国制造网内设“精品会员展中展”、“缤纷样品汇”、“企业短片”以及“海外贸易直通车”四大功能区。多家高级会员报名参加了“精品会员展中展”活动，中国制造网根据每家会员产品的特性，为其度身定制了个性化展示形式。精美大气的展台搭配客户的优质产品，获得现场买家的青睐。临海市毫升工艺有限公司专做户外家具，往年均通过标摊形式参展，收获不多。现通过中国制造网协同参展，依靠中国制造网展台的高人气收获了大量询盘，对千万众享的互动形式给予了极大的认可。



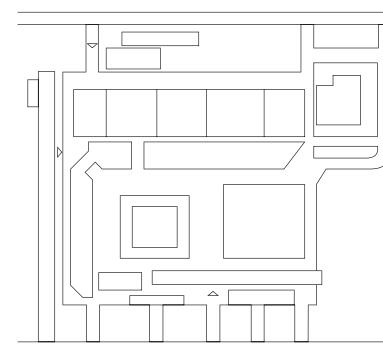
- 参展 Tips**
- ① 展馆距离科隆市中心非常近，周边有不少酒店以及中餐馆。
 - ② 参加科隆展会的中国展商较多，所以购物、订酒店等要尽早安排。
 - ③ 德国英语普及率低，商务沟通最好聘请翻译，当地中国留学生很多，大部分为研究生，可聘请作为展台接待或拜访人员。



EXPOCENTRE FAIRGROUNDS

★ 俄罗斯莫斯科国际展览中心

地点：俄罗斯·莫斯科
建于：1959 年
地址：Moscow Krasnopresnenskaya nab, 14,
Zao Expocentr Russia
网址：www.expocentr.ru



★ 展馆介绍

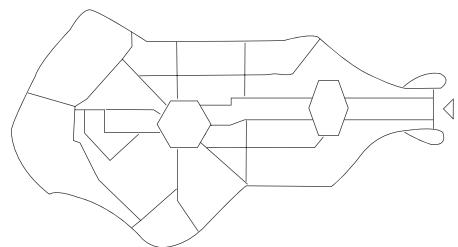
莫斯科国际展览中心是俄罗斯最大的国际展览场所，也是前苏联规模最大、设施最先进的展览场所。它设备齐全，可以提供举办国际性大型工贸展览会的全套服务，是俄罗斯最现代化且位于市区的大型专业展览中心之一。



ALL-RUSSIAN EXHIBITION CENTRE

★ 全俄展览中心

地点：俄罗斯·莫斯科
建于：1939 年
地址：GAO VVC , Estate 119 , Mir Prospect ,
Moscow , Russia
网址：www.vdnh.ru



★ 展馆介绍

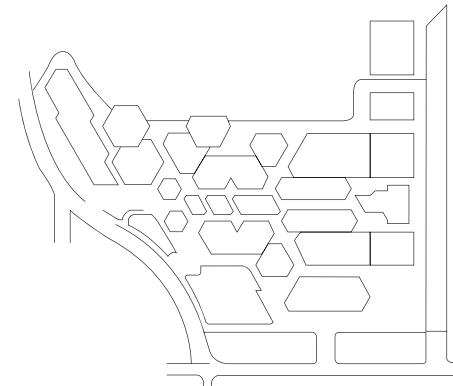
全俄展览中心 1939 年建成开幕，前身是苏联国民经济成果展览馆。它有 68 个展馆，展览面积为 13.7 万平方米，可以容纳 100 万人参观。展馆内有 250 多个雄伟秀丽的各式建筑，还有宜人的公园、别致的喷泉及池塘。展馆附近交通便捷，汽车、地铁等均可到达。



NÜRNBERG MESSE

★ 纽伦堡国际展览中心

地点：德国·纽伦堡
建于：1974 年
地址：NürnbergMesse GmbH , Messezentrum ,
90471 Nürnberg , Germany
网址：www.nuernbergmesse.de



★ 展馆介绍

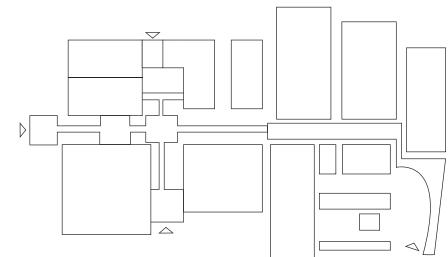
纽伦堡国际展览中心总展览面积为 16 万平方米，是全球最大的 15 家展览中心之一，每年举办展览活动和会议约 70 场。该展馆位于市中心的东南部，交通十分便捷，与纽伦堡机场之间设有直达巴士。



KOELNMESSE

★ 德国科隆国际展览中心

地点：德国·科隆
建于：1922 年
地址：Koelnmesse GmbH, Messeplatz 1, 50679
Köln, Deutschland, Germany
网址：www.koelnmesse.com



★ 展馆介绍

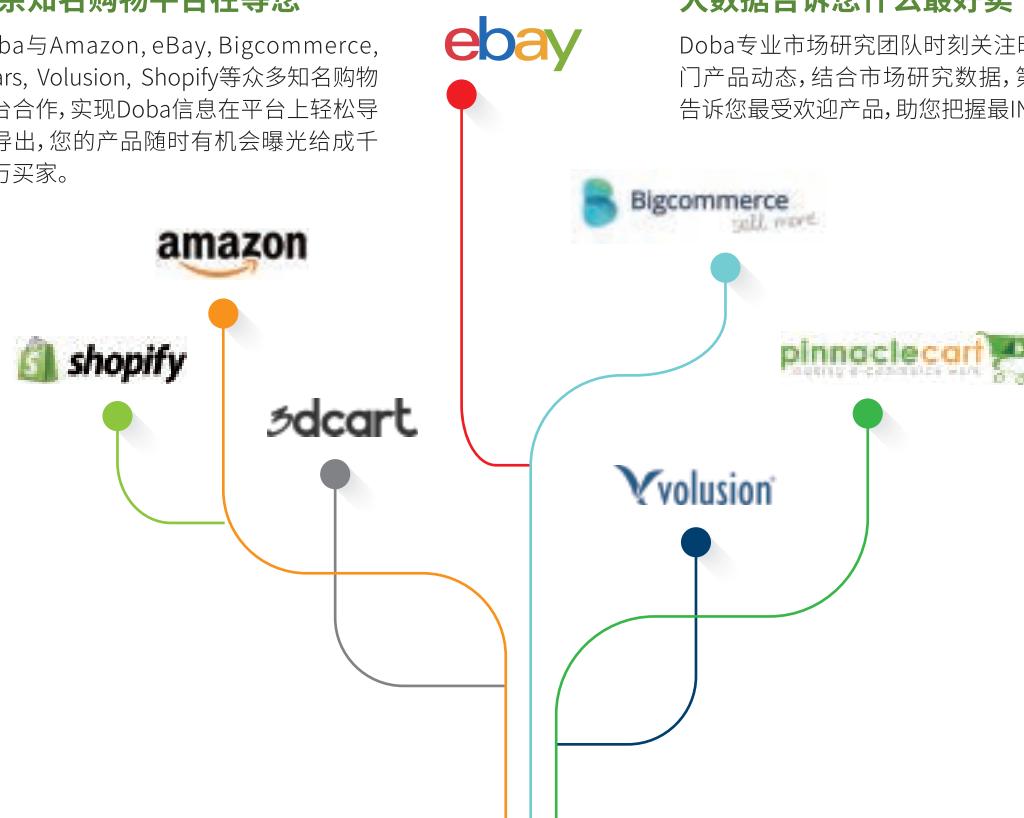
科隆国际展览中心是世界上第四大展览中心，其先进的技术设备和一流的服务可以完全满足如今会展产业的所有要求。展览中心的展馆总面积高达 28.4 万平方米，室外面积约 10 万平方米，应有尽有的空间可以配合实现不同的参展计划。展览中心的地理位置优越，与科隆市区和大教堂近在咫尺，各种交通方式都可以轻松方便的到达展馆。

加入Doba
52万+零售商不请自来

作为美国知名Drop Shipping服务平台, Doba拥有52万+零售商资源。潜在零售商组建成您的海外销售团队, 随时随地都在销售您的产品, 达成订单后, 由您直接给买家发货。

加入Doba
十余知名购物平台在等您

Doba与Amazon, eBay, Bigcommerce, Sears, Volusion, Shopify等众多知名购物平台合作, 实现Doba信息在平台上轻松导入导出, 您的产品随时有机会曝光给成千上万买家。



加入 Doba
让海外网店零售商都卖你的货

Made-in-China.com | doba

400-665-0758

usasupport@made-in-china.com

www.doba.com

海外中间商的商品批发中心

中国供应商的跨境分销平台

CROV B2B 模式
直达!
海外中小型中间商

CROV 开锣

开锣(Crov.com)是中国制造网运营商焦点科技于2017年推出的专业跨境B2B在线交易平台。

作为中国供应商的跨境分销平台, 开锣面向海外各类经销商、零售商、承包商、销售公司、电商卖家等中小型中间商, 帮助中国供应商以批发销售的方式进入海外B类市场, 提升企业跨境销售额, 实现利润最大化。

入驻 CROV 开锣 抢占跨境批发蓝海

CROV 开锣 中国区 400-677-7600 zhaoshang@crov.com www.crov.com



美洲 America

美国纽约国际玩具博览会

└ 世界三大玩具博览会之一

美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会

└ 全球最具导向的消费品行业展会之一

巴西圣保罗国际家庭用品及礼品博览会

└ 中南美州最大、世界第五大的家居用品及礼品展

走进巴西

巴西国土面积、人口和国内生产总值均居南美首位，是世界第八大经济体，同时巴西是金砖五国（巴西、俄罗斯、印度、中国和南非）之一，被认为是世界上发展最为迅速的市场。巴西轻工业分布在东南沿海，依托丰富的农产品原料和广大市场使得巴西的轻工业转向了原料指向型。巴西主要生产纺织工业级农产品加工，而对于消费型礼品轻工则大部分依赖进口。

2016年1~6月巴西自中国进口主要商品构成 金额单位：百万美元

海关分类类	HS编码章	商品类别	2016年1-3月总值	上年同期	同比%	占比%
第 16 类	84-85	机电产品	5,085	7,796	-34.8	45.4
第 6 类	28-38	化工产品	1,536	1,587	-3.2	13.7
第 11 类	50-63	纺织品及原料	1,028	1,869	-45	9.2
第 17 类	86-89	运输设备	997	1,033	-3.5	8.9
第 15 类	72-83	贱金属及制品	632	1,524	-58.5	5.6

会展业

巴西政府一直着力于发展本国会展业，鼓励各家企业前来参展，近几年已逐渐将巴西发展成为南美地区重要的会展国。巴西的展览业与国家经济支柱的行业相辅相成，无论进口还是出口，主流的经济支柱行业在展览中均有涉及。

商业文化

巴西人初次见面时行握手礼。巴西人很守时，与他们约见时，需要有很强的时间观念。在巴西，最难的是与客户建立联系，潜在的买主不会对直接的、临时的访问有什么好的反应，所以当地的联系者是必需的。可以参加贸易展览或者参加贸易会议来获取买家资源，当地的商会、贸易协会、政府中介、银行也是挖掘客户的一个很好的途径。

关于语言

巴西官方语言是葡萄牙语，周边国家通用语言是西班牙语或葡萄牙语，而英语普及程度不高，如果想要开拓巴西市场，最好携带翻译同行。



进军南美市场

南美洲市场潜力巨大，发展速度迅猛，特别是在日用消费品、机电产品及轻纺服装产品等领域。南美洲国家的商人大多喜欢现汇交易，且由于该地区社会治安及商业习俗的影响，当地商人更愿意选择面对面进行商务交流。因此要扩大贸易，最好最直接的办法就是去往当地、有条件的还可以在当地设立办事机构或寻求一家可靠的代理商。



抓住北美优势

北美市场容量大，消费能力强，需求范围广，潜力巨大。美国是世界上头号经济大国，加拿大则是全球七大工业国之一，墨西哥也是未来世界十大潜在消费市场。强大的制造业和消费力，基本上使任何商品在北美地区都能找到相应的市场。



走进美国

美国是世界上最为开放的市场之一，每年的商品贸易进口总额超过 11000 亿美元。但是美国本土轻工用品制造比例较低，更多依赖进口，而中国是美国第二大贸易伙伴和第一大进口来源地。

2015 年中国轻工业产品对外出口情况

序号	国际/地区	出口额 (千美元)	同比
	总计	562,069.80	31.60%
1	日本	53,308.83	15%
2	美国	51,778.38	34.60%
3	香港	50,392.71	8.10%
4	台湾	28,023.41	11.30%
5	马来西亚	28,014.47	53.80%

美国会展业

美国的会展经济十分发达，美国有很多的会展名城，比如奥兰多、亚特兰大、纽约、洛杉矶、拉斯维加斯等。政府部门很少通过行政手段来直接管理会展业，在牵涉相关的制度和条目的时候政府的审批程序也十分简便，从而促进了会展业的发展。

商业文化

与美国人做生意，“是”和“否”必须保持清楚，并且讲究高效率直接进入话题，不要拐弯抹角。和美国人谈判前要有具体的项目，资料准备工作越细越好，重视合同的合法性，严格按照合同规定条款执行。在与美国人的商务活动中，如果你有十分能力，就要表现出十分来，千万不要遮掩、谦虚，否则很可能被看作是能力不够的表现。

关于语言

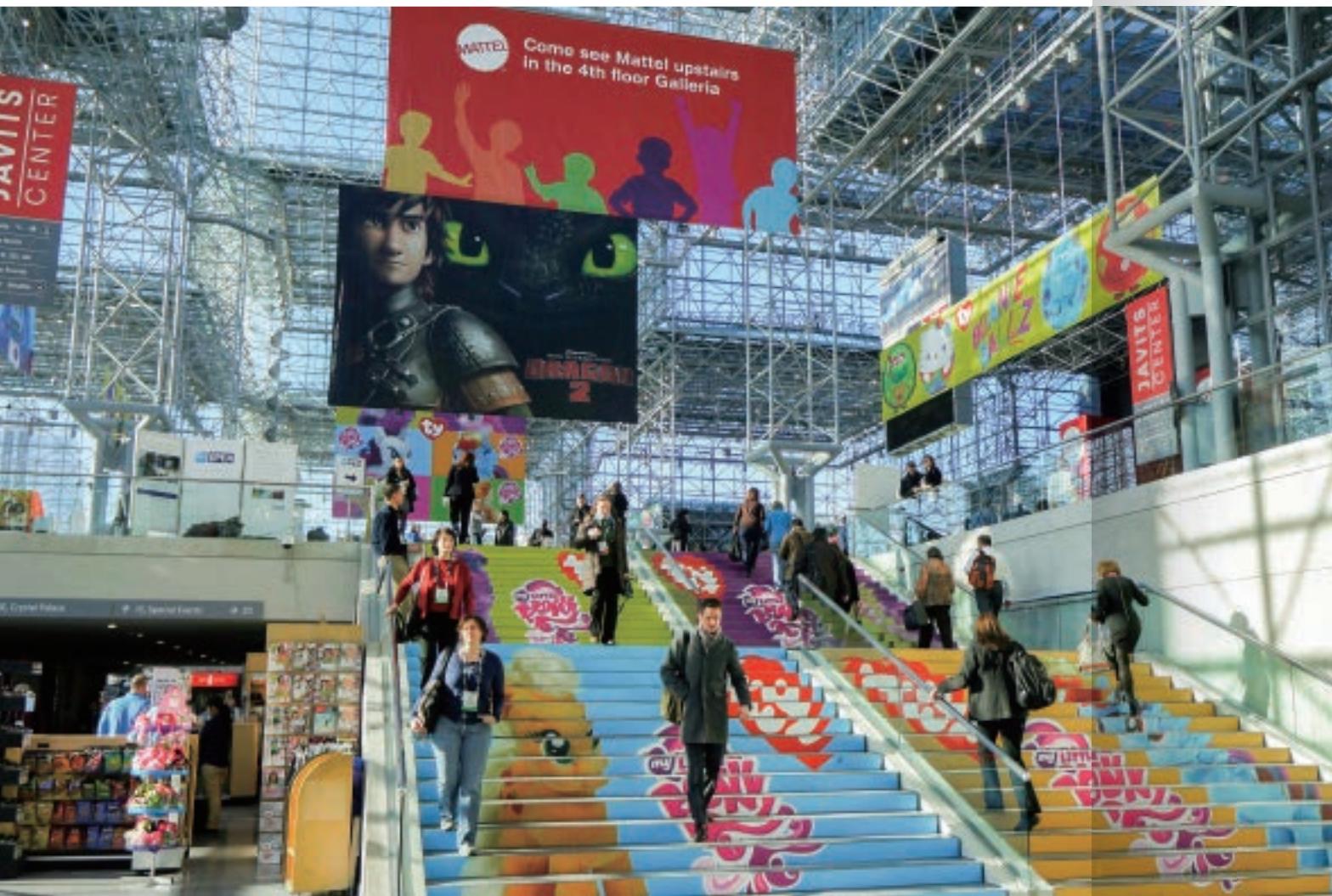
美国的官方语言是英语，有 3 个州承认其他语言与英语有平行地位：路易斯安那州的法语，夏威夷州的夏威夷语和新墨西哥州的西班牙语。

AMERICAN INTERNATIONAL TOY FAIR 美国纽约国际玩具博览会

世界三大玩具博览会之一

- ★ 展会时间：2月，一年一届
- ★ 举办地点：纽约贾维茨会展中心
- ★ 展会官网：www.toyfairny.com

- 展出面积：4 万平方米
- 展商数量：1,100 家
- 观众数量：25,000 人



展品范围

娃娃、毛绒玩具、布绒玩具、木制玩具、积木、木制智力玩具、木制游戏玩具、木制工艺品、机械玩具、电子玩具、声控玩具、塑胶玩具、节日玩具、户外玩具等。

展会硬实力

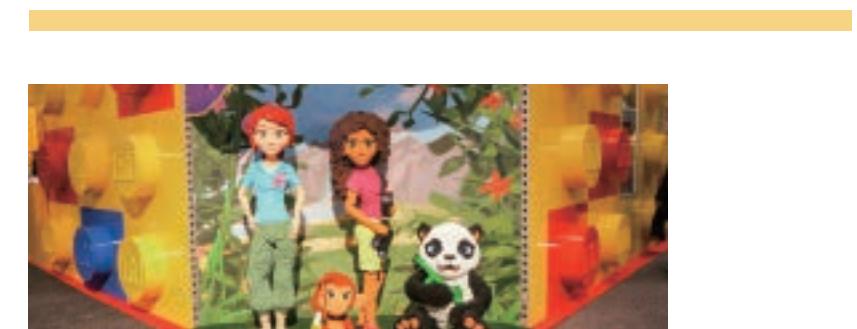
美国纽约国际玩具博览会初创于 1903 年，至今已成功举办了一百余届。该展由美国玩具工业协会主办，是世界三大玩具博览会之一。美国是世界最大的玩具市场，也是一个非常成熟、稳定的专业市场，它善于将最新的创意与科技发明应用于玩具业，不断推出影响全球玩具市场的新产品。作为该行业展会的风向标，展中新颖的产品层出不穷、创意不断。

现场直击

展会上，90% 的参展商来自美国本土，展会汇聚着各类设计新颖精致的布毛绒玩具、木制玩具、飞机模型、橡塑游戏用品等。绝大多数供应商均拥有 OEM 能力，但相比之下拥有品牌授权资质的供应商更受到买家的青睐。不论是想了解最潮玩具资讯的供应商，还是想与最新玩具产品激情碰撞的观众，在这里都可以实现愿望。

中国参展商掠影

展会约有 20 家中国企业参展，主要来自广东澄海、江苏、浙江等地。尽管中国企业数量不多，但仍明显感受到美国本土的参展商对中国产品浓厚的兴趣。有些美国本土企业明确表示，自己和中国的供应商有着优良的长期合作关系，而一些相对小型的美国参展商更是直接表达了对于物美价廉的中国制造的赞赏和肯定。



ASD

美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会

全球最具导向的消费品行业展会之一

- ★ 展会时间：3月和8月，一年两届
- 展出面积：7.5万平米
- ★ 举办地点：拉斯维加斯会议中心
- 展商数量：4,000家
- ★ 展会官网：www.asdonline.com
- 观众数量：65,000人

展品范围

日用消费品、卫浴用品、家居用品、厨房用品、装饰品、婴儿用品、化妆品、玩具、礼品、工艺品、包袋、床上用品等。

展会硬实力

美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会，至今已成功举办八十余届，历史悠久，已成为业内翘楚。该展与伯明翰的消费品展、法兰克福消费品展并称为全球最具指示性的三大著名消费品展会。展区多以展商国家划分，同时也区分了产品档次。在这里，参展商既能扩大销量，更能把握当今国际礼品的时尚潮流。

现场直击

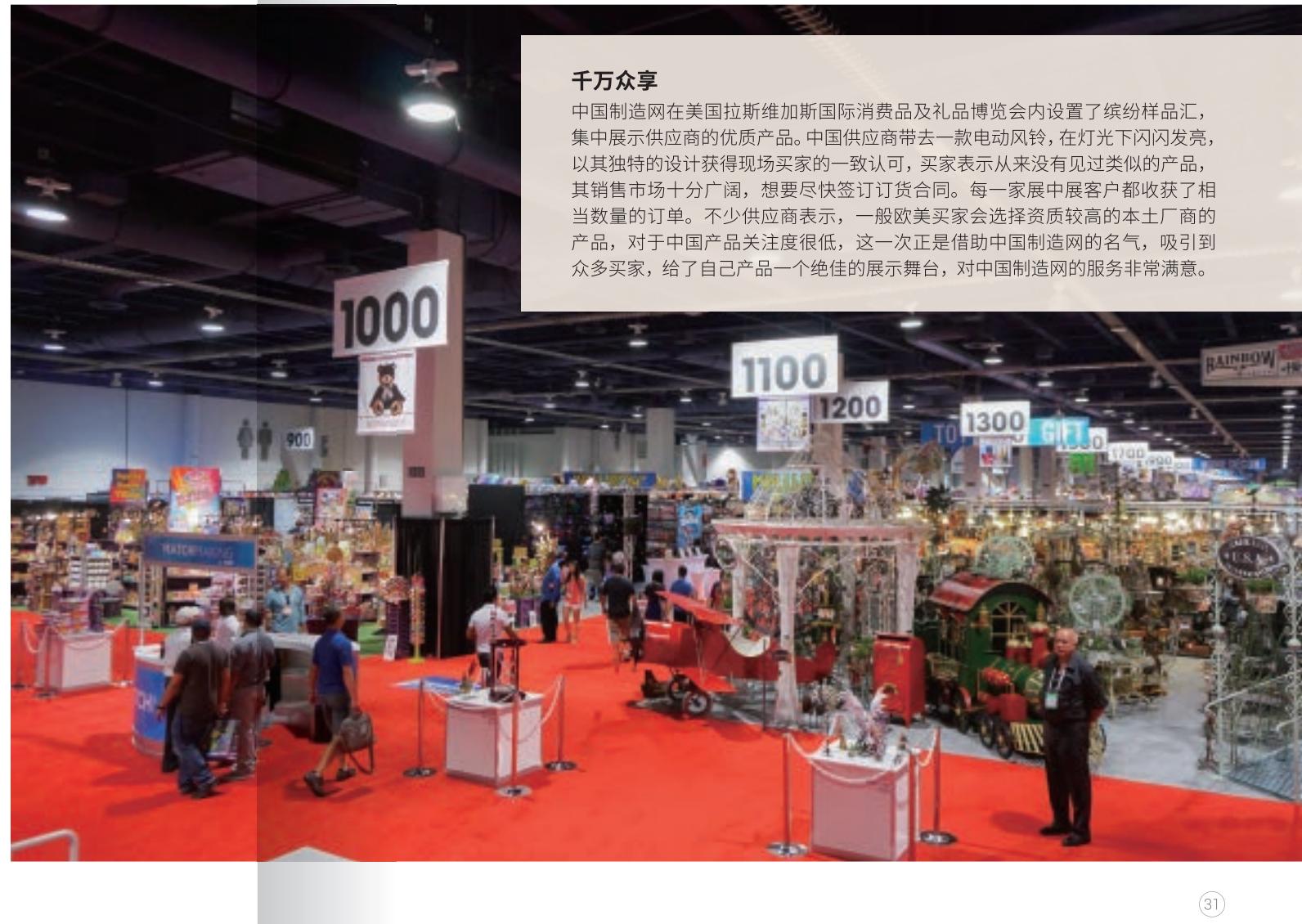
该展近年来快速发展，展品全球化的同时也兼具着美国特色，几乎包罗了所有日常消费品。展会共吸引来自美国和全球100多个国家的专业观众，其中不乏一批搜罗亚洲产品的专业买家。展会现场堆积了各式各样的装修品、礼品和儿童玩具，观众络绎不绝到处比价，寻找最佳的生产供应商，气氛非常火爆。

中国展商掠影

参展的中国企业数量较多，主要来自义乌、杭州、嘉兴、南京等地，产品以服装、鞋类及小五金产品为主。中国展商近两年注重品牌开发，现场特装搭建明显增多，吸引了更多买家关注。参加该展的中国供应商也会侧重携带一些美国特色或西方节日特色的礼品前往，受到当地买家欢迎。中国礼品出口市场近年来发展迅猛，但受制于美国大量的中国制造代理商，难以占据足够的市场份额，出口之路并不顺利。中国供应商正在改变思路，寻求新的出路，一些中国展商表示希望根据美国市场特点优化产品设计、重塑品牌形象。

参
展
Tips

- ① 拉斯维加斯的凯撒酒店购物街晚上11点关门，持续时间较长，有购物需求的可以选择这里。
- ② 拉斯维加斯的中国城内有不少的中国餐，口味较好，种类繁多。
- ③ 展馆与展馆之间会安排免费的接送巴士或者小车，可以快捷轻松的往返于各个展馆之间，方便贴心。



千万众享

中国制造网在美国拉斯维加斯国际消费品及礼品博览会内设置了缤纷样品汇，集中展示供应商的优质产品。中国供应商带去一款电动风铃，在灯光下闪闪发亮，以其独特的设计获得现场买家的一致认可，买家表示从来没有见过类似的产品，其销售市场十分广阔，想要尽快签订订货合同。每一家展中展客户都收获了相当数量的订单。不少供应商表示，一般欧美买家会选择资质较高的本土厂商的产品，对于中国产品关注度很低，这一次正是借助中国制造网的名气，吸引到众多买家，给了自己产品一个绝佳的展示舞台，对中国制造网的服务非常满意。

FAIR HOUSEWARES & GIFT FAIR SOUTH AMERICA

巴西圣保罗国际家庭用品及礼品博览会

美国通讯行业内规模最大的展会

- ★ 展会时间：8月，一年一届
- 展出面积：5.6 万平方米
- ★ 举办地点：圣保罗北方展览中心
- 展商数量：800 家
- ★ 展会官网：www.grafitefeiras.com.br
- 观众数量：30,000 人

展品范围

轻工制品、日用品、礼品、手工艺品、厨房用具、家用纺织品、家用器具、灯具及附属装置、办公用品、珠宝、家用电子产品、室内小家电、包装用品、商业设备等。

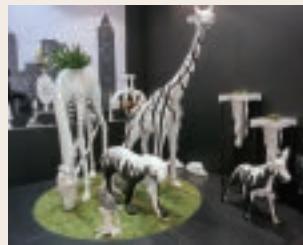
展会硬实力

巴西家庭用品及礼品展已成功举办了五十余届，被当地媒体誉为最有魅力的综合大展。其主办单位

Crafite 展览公司，不仅在展会举办前后透过各种渠道进行全方位的宣传推广，还建立起众多家庭用品的专业买家资料库，让该展会成为中南美州最大、世界第五大的家居用品、礼品展。巴西作为金砖五国之一，近年来进出口额持续增长，整个国家经济情势良好，其礼品、家庭用品等行业，更是有着巨大的市场潜力可挖掘，而该展则是进入该市场的可行途径。

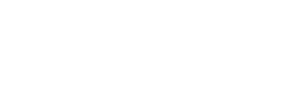
现场直击

展会分设为礼品展及家纺展，产品覆盖面广。展会买家专业度一般，多数为本地或南美地区批发商，在本地设有商铺或大型家具卖场，通过展会选择自己心仪的家具用品到店铺进行销售。受制于巴西经济危机，现场展品以家纺、小家电等低价产品为主，奢侈品牌较少。



中国展商掠影

参加该展的中国企业数量不多，分别来自于浙江、江苏、广东等地，集中在在中国馆区，摊位多为标摊。现场的中国供应商与观众主动交流、搜集市场信息，从本土观众的视野中了解自己的产品是否能被巴西市场接受，从而判断是否适合进军巴西。展会上，中国展商展出的产品主要涉及 LED 装饰灯、纺织品、玩具等。纵观中国展商的产品与表现，物美价廉的中国制造，的确吸引了部分当地的采购商前来采购。

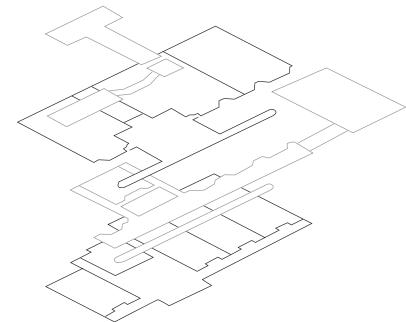




JAVITS CONVENTION CENTER

★ 纽约贾维茨展览中心

地点：美国·纽约
 建于：1986 年
 地址：655 West 34th Street New York , NY 10001 , USA
 网址：www.javitscenter.com



★ 展馆介绍

纽约贾维茨会展中心位于纽约市曼哈顿西侧，由著名建筑师贝聿铭设计。该展馆已成功举办过上千场贸易展览、会议和特别活动。整座建筑就像是一座巨大的水晶宫，展出面积约 7.6 万平方米，

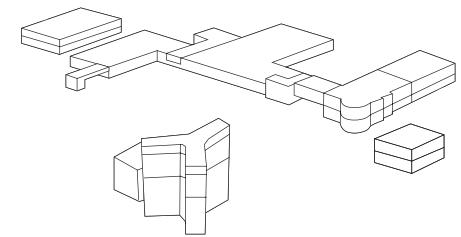
四层共有 9 个展馆，40 个会议室，能够适应任何大型的展会和活动。展馆交通便利，通过地铁、公交等交通方式均达直达。



LAS VEGAS CONVENTION CENTER

★ 拉斯维加斯会展中心

地点：美国·拉斯维加斯
 建于：1959 年
 地址：3150 Paradise Road , Las Vegas , NV 89109 , USA
 网址：www.lvcva.com



★ 展馆介绍

拉斯维加斯会展中心是目前世界上最繁忙、最先进的展馆之一，如今该中心总占地面积 320 平方英尺，提供全方位的服务。中心以其多功能性闻名于国际，超过 200 万平方英尺的展览面积，

144 个会议厅，可容纳 20 — 2500 人。会议中心紧邻拉斯维加斯轻轨，交通便捷，可方便通向拉斯维加斯的旅馆和旅游景点。



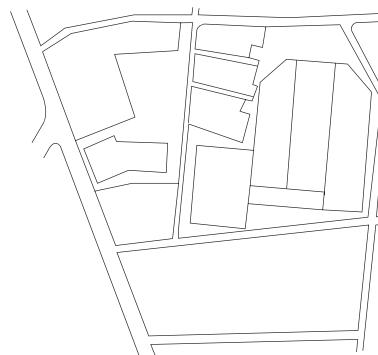
EXPO CENTER NORTE

★ 圣保罗北方展览中心

地点：巴西·圣保罗
 建于：1993 年
 地址：Av. Otton Bougatt s/n Vila Maria São Paulo - SP , Brazil
 网址：www.exponorte.com.br

★ 展馆介绍

圣保罗北方展览中心是圣保罗最大的展览和会议中心，共有 5 个展馆，建筑面积 98 万平方米，展览面积 7.6 万平方米。每一个展馆都有独立的



入口和 10 个设备装卸通道。展厅里全部配备了电子系统，可移动的分割间将展厅配置成各种大小，以适应不同的展会需求。



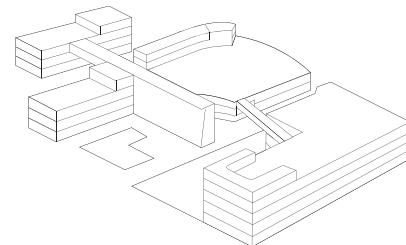
McCOMICK PLACE CHICAGO

★ 芝加哥麦考密克展览中心

地点：美国·芝加哥
 建于：1960 年
 地址：2301 S. Lake Shore Drive, Chicago, Illinois 60616, USA
 网址：www.mccormickplace.com

★ 展馆介绍

芝加哥麦考密克会展中心每年吸引四百多万商家和参观者前来洽商参观，由三个拥有最先进公共设施的展馆构成，分别是南馆、北馆和湖畔中心（以前被称为东馆）。展馆总展览面积达 21 万平方米，



共有 112 间会议厅，8,000 个停车位。从机场出发，可乘坐 CTA 到达展览中心。同时也可以选乘 No.3 Kings Drive Bus 和地铁抵达展馆。

赊销订单不敢接?
出口信用险
为您保驾护航

保费免预缴 不占用企业资金



最高90%赔付
大额风险保障



风险实时预警 提前防范与规避



出口信用险是中国出口信用保险公司（简称“中国信保”）为买家拒收货物、拒付或拖欠货款提供风险担保的保险服务，中国制造网和中国信保强强联合，帮您代理投保，降低收汇风险，承接有付款帐期的赊销订单。

案例

2015 年，A 公司自行投保信用险，预缴一年保费 3.5 万美金，费用较高，还占用企业流动资金。2016 年，中国制造网为该公司提供了集报关、收汇、信保于一体的一揽子解决方案，将其年保费降低至 2.5 万美金，而且还免除其预缴额，让企业更好地利用中国信保这个工具开拓国际市场。



g.made-in-china.com



400-665-0758



fie@made-in-china.com



inQbrands® 国际品牌计划



inQbrands，您创建国际品牌、产品直销美国的最佳伙伴。

inQbrands Inc. 是焦点科技股份有限公司（股票代码：002315）在美国设立的全资子公司



400-665-0758(中国) | 1-(909)390-7788(美国)



china@inQbrands.com



亚洲 Asia

东京国际礼品展

└ 发展迅速的消费品展会

韩国国际消费品、礼品及家居用品展览会

└ 专注设计和工艺的轻工类展会

香港国际玩具及礼品展暨亚洲赠品及家居用品展览会

└ 亚太区域举足轻重的大型贸易展会



进军亚洲市场

亚洲是七大洲中面积最大、人口最多的一个洲，蕴藏着无限的商机和市场。除日本、韩国、新加坡为发达国家外，其余都是发展中国家。许多国家发挥其特有的自然条件及优势，使经济由单一朝多元化方向发展。经济发展的多元化使得亚洲的农业、交通运输业以及轻工业在世界经济中都占有举足轻重的地位。

“亚洲双骄”——日本

简介

日本经济高度发达，国内生产总值长期位居世界前三，其服务业、制造业的发展在世界上名列前茅，但由于资源的匮乏，原材料和轻工日用品不得不依赖于从中国、美国等资源大国进口。日本从中国进口的轻工产品对于品质要求较高，甚至刻意选择与产品价格较高的贸易商合作，来保证产品质量。

2016年1~3月日本自中国进口主要商品构成 金额单位：百万美元

海关分类类	HS编码章	商品类别	2016年1-3月	上年同期	同比%	占比%
第 16 类	84-85	机电产品	17,668	18,458	-4.3	45.7
第 11 类	50-63	纺织品及原料	5,289	5,559	-4.9	13.7
第 20 类	94-96	家具、玩具、杂项制品	2,251	2,235	0.7	5.8
第 15 类	72-83	贱金属及制品	1,991	2,303	-13.5	5.2
第 6 类	28-38	化工产品	1,862	1,917	-2.9	4.8
第 7 类	39-40	塑料、橡胶	1,349	1,365	-1.2	3.5
第 18 类	90-92	光学、钟表、医疗设备	1,323	1,385	-4.5	3.4
第 17 类	86-89	运输设备	1,086	1,062	2.3	2.8
第 4 类	16-24	食品、饮料、烟草	1,072	1,208	-11.3	2.8
第 12 类	64-67	鞋靴、伞等轻工产品	1,061	1,115	-4.9	2.8
第 8 类	41-43	皮革制品、箱包	676	706	-4.3	1.8

会展业

日本的会展业由政府、行业协会和企业组成，无论是展馆的设施、经营管理还是展会的规模、影响力都非常好，居世界第七，亚洲第二。

商业文化

日本是一个十分注重礼仪的国家，见面多以鞠躬为礼，对于地位较高或年事较长的人，鞠躬时要等对方抬头后方可抬头。日本人很注重守时，与他们会面时一定要注意按时赴约。第一次与日本人合作，往往需要多次磋商，与他们谈判时，要有自信和耐心，只有长时间的交往，才可能赢得对方的信任。日本人也很注重信誉，如果他们愿意与你签订合约，几乎不用担心爽约，并且合作往往是长期的。

关于语言

日本的官方语言是日语，英语在日本的应用并不广泛，商务洽谈最好携带翻译同行。

“亚洲双骄” — 韩国

简介

被称为“亚洲四小龙”之一的韩国是世界上经济发展速度最快的国家之一。上个世纪末，韩国也曾经通过代加工轻工用品快速发展。迈入21世纪，通过产业升级转型，目前韩国的轻工行业更致力于进口原材料进行再加工。韩国是世界第七大进出口国，据韩国海关统计，2016年1-3月韩国与中国双边贸易额为487.6亿美元，其中韩国自中国进口202.1亿美元。

2016年1~3月韩国自中国进口主要商品构成							金额单位：百万美元
海关分类	HS编码	商品类别	2016年1-3月	上年同期	同比%	占比%	
类	章	总值	20,214	22,351	-9.6	100	
第16类	84-85	机电产品	9,446	10,374	-9	46.7	
第15类	72-83	贱金属及制品	2,633	3,402	-22.6	13	
第6类	28-38	化工产品	1,601	1,734	-7.6	7.9	
第11类	50-63	纺织品及原料	1,303	1,373	-5.2	6.5	
第18类	90-92	光学、钟表、医疗设备	918	1,079	-15	4.5	
第20类	94-96	家具、玩具、杂项制品	742	690	7.4	3.7	
第13类	68-70	陶瓷、玻璃	592	586	1.1	2.9	
第7类	39-40	塑料、塑胶	578	585	-1.2	2.9	
第17类	86-89	运输设备	498	540	-7.8	2.5	
第12类	64-67	鞋靴、伞等轻工产品	347	361	-4	1.7	
第4类	16-24	食品、饮料、烟草	322	304	5.8	1.6	

会展业

韩国的会展业是一个年轻的行业，1988年汉城奥运会的举办提高了韩国的国际声誉也改善了国内的基础设施，为会展业的发展奠定了基础。如今，韩国已成为国际会展行业中一支不可忽视的力量。

商业文化

韩国人在社交场合与客人见面时，习惯行鞠躬礼并握手。韩国人特别讲究身份及辈分，与上司或长辈握手时，要用左手轻置对方右手之上。如果到韩国人家里作客，最好带一束鲜花或其他小礼品，并双手递给主人。韩国人馈赠礼品时，出于礼貌，最好不要当面拆开礼物。

关于语言

韩国的官方语言是韩语，英语在韩国并不通用，因此在韩国的商务会谈，最好有韩语翻译同行。





“亚洲之星” — 香港

简介

香港是继纽约、伦敦后的世界第三大金融中心，齐称为“纽伦港”，在世界享有极高声誉，是国际和亚太地区重要的航运枢纽和最具竞争力的城市之一。香港绝佳的地理位置以及自由的贸易政策，给转口贸易的发展提供了良好的环境。香港最大的转口贸易伙伴是中国大陆，很多内地企业想要出口礼品等轻工日用品到欧美地区，都是委托香港的进出口公司代理，这种外贸方式极大地节省了税务成本，扩大了外贸渠道。香港和大陆的贸易往来十分频繁，据中国香港政府统计处统计，2016年1-3月，香港自内地进口520.2亿美元，占香港进口总额的43.8%。

2016 年 1~3 月中国香港自内地进口主要商品构成 金额单位：百万美元

海关分类 类	HS编码 章	商品类别	2016年1-3月	上年同期	同比%	占比%
第 16 类	84-85	机电产品	37,349	40,618	-8.1	71.8
第 11 类	50-63	纺织品及原料	3,080	3,446	-10.6	5.9
第 18 类	90-92	光学、钟表、医疗设备	2,425	2,535	-4.4	4.7
第 14 类	71	贵金属及制品	1,368	1,938	-29.4	2.6
第 20 类	94-96	家具、玩具、杂项制品	1,194	1,494	-20.1	2.3
第 15 类	72-83	贱金属及制品	905	1,108	-18.4	1.7
第 7 类	39-40	塑料、橡胶	840	979	-14.2	1.6
第 5 类	25-27	矿产品	801	1,036	-22.7	1.5
第 4 类	16-24	食品、饮料、烟草	594	598	-0.7	1.1
第 12 类	64-67	鞋靴、伞等轻工产品	574	754	-23.9	1.1

会展业

香港早在 1970 年就开始举办展会，曾一度被誉为“亚洲展览之都”。香港的会展业因定位准确、政府支持、地势优越，而发展顺利。香港的消费品行业出口转口全球第一，在此环境下香港发展了一系列消费品类展会，如香港文具展、香港礼品展、MEGA SHOW 等。

商业文化

香港人的很多习惯与国人相似。在社交场合与客人相见时，一般是以握手为礼，此时最好准备好名片，互相交换。香港人比较矜持和拘礼，与他们聊天时，最好不要谈论私人话题。

关于语言

香港的官方语言是中文和英文，香港本地人主要使用粤语，而外来人口则多以英语交流。因此在沟通上不会存在太大的障碍。

GIFTEX 东京国际礼品展

发展迅速的消费品展会

- ★ 展会时间：2月和7月，一年两届
- 展出面积：10万平方米
- ★ 举办地点：东京有明国际展览中心
- 展商数量：1,400家
- ★ 展会官网：
- 观众数量：80,000人

展品范围

礼品、消费品、家居用品、家具、室内装饰品、室内灯具、卧室纺织品、环保包袋、纪念品、时装、鞋、帽、首饰等。

展会硬实力

东京国际礼品展创办于1976年，是日本最大的礼品、日用品和装饰物的贸易展览会，由日本贸易振兴会、日本百货商场协会等共同主办，展会规模保持年均20%的增长速度。该展主办者鼓励外国企业参展，对各国参展商品的档次、质量有很高的要求，尤其钟爱设计感十足的小商品。参展商普遍认为该展是外贸企业进入日本的最好途径。

现场直击

在全球经济缩水的环境下，日本的礼品行业仍展现强劲的上升势头。展会现场人流量非常大，世界各地的进口商、批发商、零售商云集现场进行洽谈、采购。现场样品具有明显的日式风格，主要分为极简和可爱两种派别，其中手工制品比例大大高于同类展会。无论何种风格的产品，共同点就是注重细节，处处可以感受到设计师的用心。礼品业的发达同样带动了包装、胶带的市场，该类产品在展会上同样占据着重要的位置。

中国展商掠影

大多数日本企业都会从国外进口产品到国内销售，以工艺品和文具类产品为主。中国轻工日用品在日本覆盖面广，有稳定的行业基础，具有良好的发展前景。展会期间约有几十家中国展商参展，产品主要以简单的轻工商品为主。展商普遍表示，与日本客户交往必须保持足够的耐心，达成几次贸易后，方可获得对方信任，大笔订单也就随之而来。



FTA 韩国国际消费品、礼品及家居用品展览会

专注设计和工艺的轻工类展会

- ★ 展会时间：3月，一年一届
- 展出面积：2万平方米
- ★ 举办地点：COEX 国际展览中心
- 展商数量：500家
- ★ 展会官网：www.ftamegaexpo.com
- 观众数量：26,000人



展品范围

礼品、小型家用电器、手包、洗浴用品、美容用品、厨房用品、包装材料、壁纸、家装设计、艺术画、家用消费品等。

展会硬实力

韩国国际消费品、礼品及家居用品展览会创办于1988年，是韩国最具专业性的、规模最大的消费品、礼品展。该展会的核心理念为“设计”，注重设计与实用性兼备的产品。外型精美的产品极易吸引买家，故各地批发商对此展颇为赞许。该展也是韩国甚至东亚地区最为创新和最吸引买家眼球的专业展会。

现场直击

展会网罗了几乎所有日常生活中接触的礼品、生活用品及消费品，展品范围十分广泛。展会国际化程度高，吸引周边日本、新加坡、马来西亚等亚洲国家的供应商组团参展。展会设立了“特别设计馆”，为设计精良的产品提供一个集中展示的平台，获得现场观众一致好评。

中国展商掠影

在展会现场几乎没有看到中国参展商的身影，和中国许多其他的产业一样，中国的消费品和礼品大部分集中在中低端市场，开发设计、知识产权保护和品牌营销都是亟须改善的软肋。因此，面对世界各大厂商精工细作的产品，参加该展的中国展商收获并不丰厚。现场的中国展商表示在今后的发展中，他们将更多讲究产品的新颖性、潮流性，以设计为重要导向。

COSMOBEAUTY

COSMOBEAUTY SEOUL 韩国美容展

韩国规模最大的美容展之一

- ★ 展会时间：4月，一年一届
- 展出面积：3万平方米
- ★ 举办地点：COEX 国际展览中心
- 展商数量：600 家
- ★ 展会官网：www.cosmobeautyseoul.com
- 观众数量：52,000 人

展品范围

化妆品、美甲展品、美发产品、美容颜料、美容器械、温泉理疗、SPA 保健、时尚配件、饮食及营养、专业出版物等。

展会硬实力

韩国美容展是韩国最著名的美容美发用品展览会之一，该展已经成为韩国乃至亚洲美容行业专家和精英们聚集交流的专业平台。韩国是世界第三大化妆品代工国家，其产品研发制造能力在业内具有极强影响力。引领着趋势与未来。参加该展为中国化妆品企业提供了交流学习的机会，也利于宣传和提升自我品牌知名度。

现场直击

韩国美容展为期三天，展商以韩国本地企业为主。现场展商携带各自独具竞争优势的产品，通过较好的产品包装和展台吸引观众眼球。现场结合行业论坛、展品秀、产品试用等一系列活动吸引人气，观众人流量较为可观，行业氛围浓厚。现场参展商除了寻找合适的国内买家外，出口意愿同样较为强烈，希望凭借此展为自己打开国际市场。

中国展商掠影

该行业内，韩国企业对中国产品的需求多数集中于美容产品的原材料，如指甲油胶等，该类产品的关注度不高，利润也较低，直接造成了参加该展的中国企业数量较低。由于国际市场上不少中国制造的产品相比于制造强国日本、德国等稍有逊色，中国供应商在参与竞争时，主要以价格优势吸引买家，在产品质量上尚存差距。



JEWELRY FAIR KOREA

韩国珠宝展

蓬勃发展的珠宝展会

- ★ 展会时间：7月，一年一届
- ★ 举办地点：COEX 国际展览中心
- ★ 展会官网：www.jewelfair.com

展出面积：1.5 万平方米
展商数量：300 家
观众数量：19,000 人



展品范围

宝石、珠宝饰品、钟表、钻石、服饰及配件等。

展会硬实力

韩国珠宝展每年都会云集一批珠宝制造商、批发商、零售商，交流行业最新动态、建立合作并采购产品。展会上，韩国本土的珠宝零售商居多，也有很多海外设计师带着自己的精美作品来到展会进行现场展示，提升个人知名度。参展的观众相比于同行业其他展会数量较少，该展仍是一个处于发展期的珠宝展。



现场直击

韩国珠宝展为期四天，现场举办了珠宝发布会，发布各大珠宝商的年度新款以及获奖产品，还邀请珠宝企业带头人和设计师现场颁奖，鼓励展商大胆设计更多的新颖款式。现场参展商表示，韩国珠宝商都非常重视中国市场，对中国市场的出口需求很旺盛。受制于关税等原因，目前出口产品到中国困难重重，但一旦政策放宽，双边贸易发展潜力无穷。

中国展商掠影

展会上，中国参展商数量较少，主要因为韩国企业对中国产品的需求多数集中在附加值较低的原材料上，如玉石、水晶等。想要走出国门，精良的设计必不可少。中国产品应主动迎合国际趋势，减少仿制，加快技术及设计创新，从而占据更大的市场，拉动销售的增长。



MEGA SHOW

香港国际玩具及礼品展暨亚洲赠品及家居用品展览会

亚太区域举足轻重的大型贸易展会

- ★ 展会时间：10月，一年两届
- ★ 展出面积：4万平方米
- ★ 举办地点：香港会议展览中心
- ★ 展商数量：3,000家
- ★ 展会官网：www mega-show com
- 观众数量：52,000人

展品范围

礼品及赠品、礼品包装及包装制品、圣诞及节日用品、家居装饰、厨房及餐桌用品、时尚玻璃产品等。

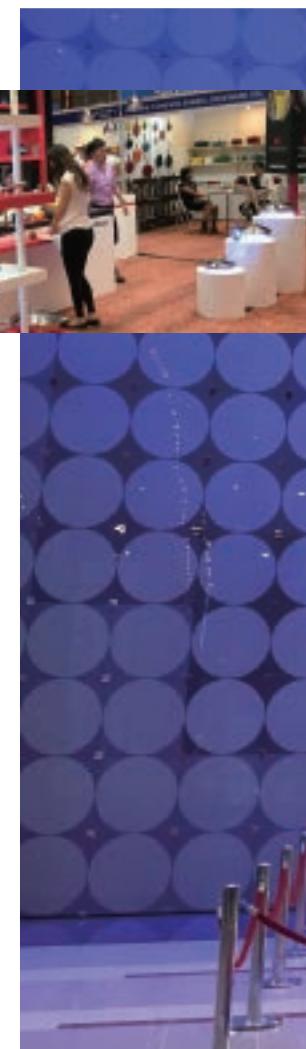
展会硬实力

MEGA SHOW 创办于1992年，一年两届。一、二期分别在广交会前后开展，吸引了大量广交会买家前来参观。一期作为亚洲最具导向的消费品行业展会之一，其市场容量巨大，是东亚、东南亚服装箱包、鞋、轻纺制品客商的必争之地。该展会主要针对专业人士开放，同时也会吸引大量零售商前往，是亚洲地区地位极高且极具市场引导力的实力展会之一。二期则作为盛会的延续，更为侧重家居、家纺类产品。



中国展商掠影

展会现场几乎全部是海外买家，吸引着大量只从事外贸销售的中国企业前来参展。随着对创新的追求与重视，摒弃模仿正成为越来越多中国厂商亟待执行的任务。许多大陆供应商表示，在保持原有承接代工的业务基础上，也推出了自己的原创品牌和创新产品。展会现场有一半的展商来自香港和台湾。从现场买家的反馈来看，大陆展商的产品与香港、台湾地区的产品仍存在一定的差距，未来变革之路任重道远。

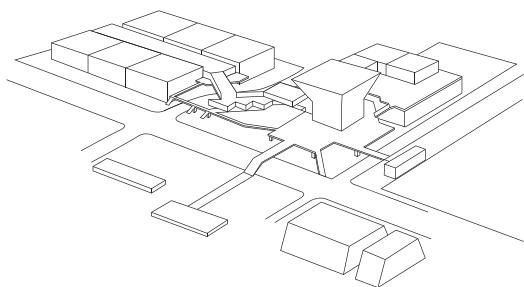




TOKYO BIG SIGHT

★ 日本东京有明国际展览中心

地点：日本·东京
 建于：1996 年
 地址：3-21-1 Ariake, Koto-ku, Tokyo 135-0063,
 Japan
 网址：www.bigsight.jp



★ 展馆介绍

东京有明国际展览中心是日本两大展览中心之一，位于东京东南部海滨。展览中心面积巨大，内部共有 10 个展览馆，东部有 6 个，西部有 4 个。该展览中心距东京市中心很近，如果换乘顺利，

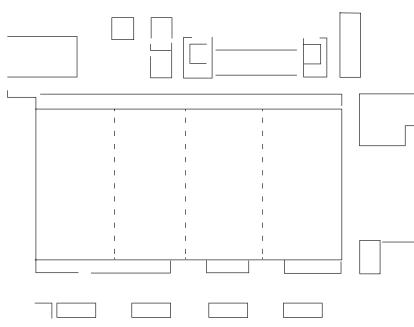
从东京站到国际展览中心只需要 20 分钟。此外，展馆周围还设有很多停车场，开车前往也很方便。



COEX CONVENTION AND EXHIBITION CENTER

★ 韩国国际会展中心

地点：韩国·首尔
 建于：1979 年
 地址：159 Samseong 1-dong, Gangnam-gu,
 Seoul, South Korea
 网址：www.coex.co.kr



★ 展馆介绍

韩国国际会展中心共有五层楼，占地总面积 4.6 万平方米，建筑总面积 3.6 万平方米，主要设施有 A, B, C, D 四个展馆。可同时容纳 7000 人

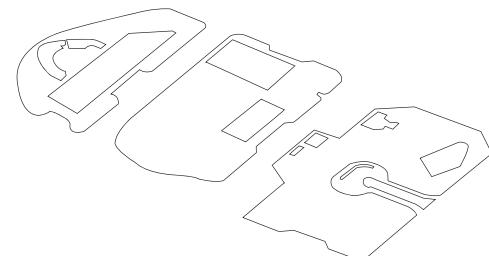
的大型会议厅、高端写字楼等各种顶级设施也是一应俱全。该展览中心不仅成为了韩国有名的旅游景点，同时也成为了亚洲 MICE 商务中心。



HONG KONG CONVENTION AND EXHIBITION CENTRE

★ 香港会议展览中心

地点：中国·香港
建于：1988 年
地址：中国香港特别行政区湾仔博览道 1 号
网址：www.hkcec.com



★ 展馆介绍

香港会议展览中心位于景致迷人、闻名中外的维多利亚港上，总面积达 30 万平方米，可租用总面积 9.2 万平方米。自正式启用以来，已有超过

4.4 万项活动在此举行，多年来共接待逾 9200 万人次。展馆周边交通十分的便捷，轮渡、地铁及的士均可到达。

Made-in-China.com
Connecting Buyers with Chinese Suppliers

SMART EXPO 千万众享

中国制造网



带你 线上线下
玩转展会

新花样

50 厘米

你与订单的距离,由你决定!

1/8秒

一物之隔

将产品陈列在虚拟展会会场

与全球展会买家随时互动

将工厂搬至世界展会现场

在家体验国际一流展会盛况



中国 China

广州国际美博会
└ 国内最大的美容行业展

华东进出口商品交易会
└ 中国最大的区域性经贸盛会

中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会
└ 中国礼品家居的行业盛宴

CIBE 广州国际美博会

国内最大的美容行业展

- ★ 展会时间：3月和9月，一年两届
- ★ 举办地点：中国进出口商品交易馆
- ★ 展会官网：www.chinainternationalbeauty.com

展出面积：6万平方米
展商数量：2,000家
观众数量：180,000人



展品范围

护肤品、美发品、天然保健品、美甲用品、彩绘纹绣用品、美容院发廊的仪器家具及配套品、日用洗涤品等。

展会硬实力

广州国际美博会创办于1989年，由广东省美容美发化妆品行业协会主办，迄今已成为美容行业内展览规模亚洲第一、世界第二的展会，仅次于意大利COSMOPROF美容展。该展是中国美容行业中最大、最权威的信息资讯交流平台。展会共设有13个专业展馆，全面涵盖美容行业的各个范畴，吸引很多国内外知名品牌的参展。

现场直击

展会展商主要来自香港、台湾、韩国等地区。他们多以特装展台的形式对自己的产品进行展示，规模化投入吸引了巨大的客流量。现场展商反馈，国内美容行业虽然年销量增幅很大，但低价劣质的恶性竞争仍频频发生。中国企业迫切需要进行技术创新并调整市场定位，以提高市场竞争力。



EAST CHINA FAIR

华东进出口商品交易会

中国最大的区域性经贸盛会

- ★ 展会时间：3月，一年一届
- ★ 举办地点：上海新国际博览中心
- ★ 展会官网：

- 展出面积：12 万平方米
- 展商数量：2,500 家
- 观众数量：35,000 人



展品范围

服装成衣、服装面料、床上用品、居室用纺织品、卫浴用纺织品、礼品、工艺品、家具类、陶瓷、各类箱包、各类灯具灯饰、钟表眼镜等。

展会硬实力

华东进出口商品交易会作为国家商务部支持和九省联合主办的权威展会，经过多年的发展已成为中国规模最大、发展最快的区域性经贸盛会。展商按地区展团的形式出现，展会按传统的四大主题（服装、家用纺织品、装饰礼品、日用消费品）进行展示，多年的顺利开展与优质口碑使得华交会成为进出口贸易开拓与发展的优质平台。

现场直击

近年来，展品设计水平明显提高，究其原因，许多供应商注重产品开发创新，把加工制造环节委托给了东南亚工厂。高新技术产品成为礼品行业的新宠，多家厂商运用物联网技术现场展示产品特性，吸引众多买家目光。展会上，几乎所有的展商以地区展团的形式出现，以地区特色的主题风格作为搭建元素，风格迥然不同。展会共吸引 120 余个国家和地区的买家前来洽谈、采购，华交会俨然成为他们发现贸易商机的重要途径。



GIFTS AND HOME FAIR 中国(深圳)国际礼品、工艺品、 钟表及家庭用品展览会

中国礼品家居的行业盛宴

- ★ 展会时间：4月和10月，一年两届
- ★ 举办地点：深圳会展中心
- ★ 展会官网：www.chinagiftsfair.com

- 展出面积：12万平方米
- 展商数量：2,500家
- 观众数量：160,000人

展品范围

家庭用品、家纺用品、小家电及数码产品、陶瓷、箱包皮具、珠宝及时尚饰品、钟表、工艺品、收藏品、五金工具、家居装饰品等。

展会硬实力

中国(深圳)国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展已成功举办二十多年，近几年的展会规模更是以每届20%的速度在增长。展会以“创新科技”为理念，吸引众多企业的加入，来自各行业的制造商以最具竞争力的价格、品种繁多的优质产品、创新的原创设计为买家提供丰富的选择。该展凭借一流的组织能力在展期内举办各类颁奖典礼，使得展会内容更加丰富，收获了较高的口碑。

现场直击

该展一贯保持中国礼品家居第一展的人气，展期四天人流量居高不下，现场氛围火爆。近年来参会的世界级品牌越来越多，除了迪斯尼、索尼等展会常客，新近亮相的施华洛世奇、罗技、华为等国内外大牌也玩转创意，在展会现场举办了多场创意新品发布会，赚足了观众的眼球。当下，中国正成为全球第二大经济体，作为多年来专注于国内市场的专业贸易展览，深圳礼品家居展也为海外供应商提供了进军中国市场的优良渠道。





CHINA DAILY USE ARTICLES TRADE FAIR

中国日用百货商品交易会

国内轻工日用行业的顶级展会

- ★ 展会时间：8月，一年一届
- ★ 举办地点：上海新国际博览中心
- ★ 展会官网：www.reedhuabai.com

- 展出面积：12万平方米
- 展商数量：1,700家
- 观众数量：70,000人

展品范围

餐桌用品、清洁用品、家用小电器、厨具、餐具、浴室用品、家饰、工艺品、一次性用品、户外用品、量具、储藏、收纳用品等。

展会硬实力

中国日用百货商品交易会是中华人民共和国商务部重点支持的品牌展会，源于1953年国家商务部召开的第一届全国百货供应会，发展至今已有六十余年历史。该展是中国家庭用品供应商拓展国内市场分销渠道的重要平台，每年都会吸引国内大中城市甚至三四级市县各经销代理、批发市场前来参展，是众多业内知名企业常年参展的选择。

现场直击

该展期人流量非常可观，不少采购商带着采购需求前来寻找供应商，也有不少供应商主动出击，寻找贸易机会。主办方按照行业类型细分了展馆，既重点突出了业内的优秀企业，又为参展观众提供了快捷、便利的参观绿色通道，使观众能够准确比对业内价格以及质量水准。该展参展商专业度较高，往往专注于一种产品，使用不同的材质将产品制成不同尺寸及花色，对于产品设计也是别出心裁，从中可以发现中国日用品行业正在不断地进步和发展。





YIWU FAIR

中国义乌国际小商品博览会

政府重点扶持的行业盛会

★ 展会时间：10月，一年一届

★ 举办地点：义乌国际博览中心

★ 展会官网：www.yiwufair.com

展出面积：24 万平方米

展商数量：1,500 家

观众数量：200,000 人



展品范围

五金机电、日用品、电子电器、针纺织品、饰品及饰品配件、工艺品、文体及户外休闲用品等。

展会硬实力

中国义乌国际小商品博览会创办于1995年，是经国务院批准的日用消费品类国际性展会，由商务部、浙江省人民政府等联合主办。展会拥有政府政策支持助力，对于满足要求的参展企业也有额外的补贴。该展坐落中国最大的消费品集散地——义乌，目前已成为国内颇具规模和影响力的日用消费品展会。

现场直击

中国义乌国际小商品博览会分设日用品、电子电器、针纺织品、工艺品等七大行业，还设有多个贸易服务专区。另外，展会方还邀请政府官员及行业专家开展峰会论坛，进行行业趋势的介绍讨论，论坛现场座无虚席。不仅如此，同期的梅湖展览中心也有机械展和医疗器械展正在开展，两个展馆互相带动人气，吸引了不少相关行业和有意向的观众前来洽谈咨询。



TOY EXPO 中国国际玩具及教育设备展览会

玩具、幼教行业龙头展会

- ★ 展会时间：10月，一年一届
- 展出面积：15万平米
- ★ 举办地点：上海新国际博览中心
- 展商数量：1,700家
- ★ 展会官网：www.china-toy-expo.com
- 观众数量：60,000人



展品范围

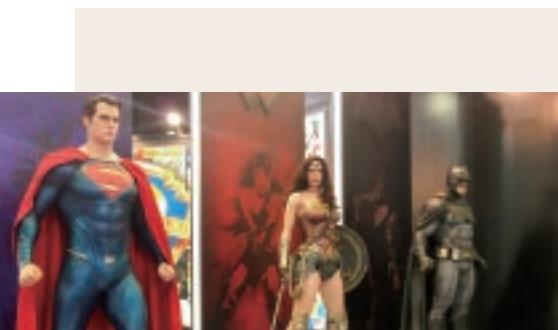
毛绒软体、教育益智、儿童骑乘、教学用具、图书读物、美劳用品、大型组合式游乐设备、飞机模型、汽车模型、仿真模型、压铸及金属玩具等。

展会硬实力

中国国际玩具及教育设备展览会作为玩具、幼教用品行业专业化商贸平台，是国际品牌拓展中国市场的重要通道。展会引入B2C模式，帮助建立供应商与买家之间的沟通贸易平台。展会致力于提高买家质量，每届展会均邀约各省市批发商前来采购产品。展会设立精品区，集中展示优质产品，提升国产品牌影响力，被誉为玩具行业的晴雨表。

现场直击

中国国际玩具及教育设备展览会在上海新国际博览中心开设了12个馆，吸引国内外众多企业前来参展，特装展位随处可见，其中不乏像乐高等知名玩具或儿童益智的展商。近年来，幼教已成为行业热门产业，展会切合时宜的推出幼教产品专区，为供应商和买家提供更为便捷高效的交互方式。

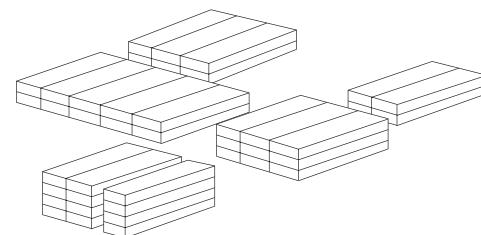




CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR COMPLEX

★ 中国进出口商品交易会展馆

地点：中国·广州
建于：2008 年
地址：广州市阅江中路 380 号
网址：www.ciefc.com



★ 展馆介绍

中国进出口商品交易会展馆是目前亚洲规模最大、设施最先进并且能满足大型国际性商品交易会、大型贸易展览会的国际展览中心。展馆交通便利，东、西、南、北向均有城市干道，已开通的地铁

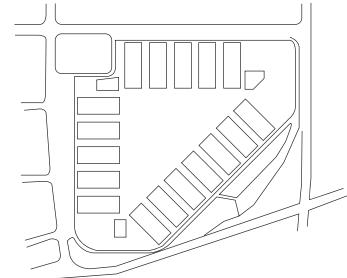
四号线和八号线将在附近交汇，未来地铁十一号线也将从附近经过。



SHANGHAI NEW INTERNATIONAL EXPO CENTRE

★ 上海新国际博览中心

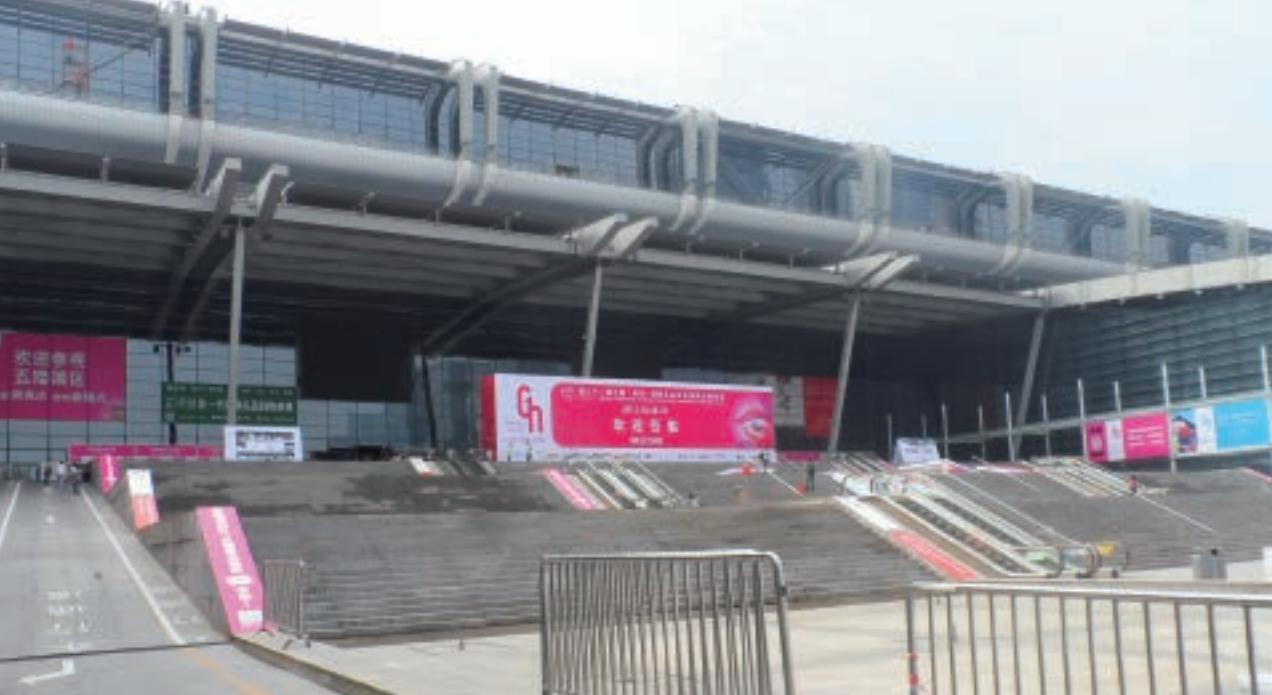
地点：中国·上海
建于：2001 年
地址：上海市浦东新区龙阳路 2345 号
网址：www.sniec.net



★ 展馆介绍

上海新国际博览中心拥有 17 个单层无柱式展厅，室内展览面积 20 万平方米，室外展览面积 10 万平方米。自 2001 年开业以来，SNIEC 每年举办约 100 余场知名展会，吸引了 400 余万名海内外客

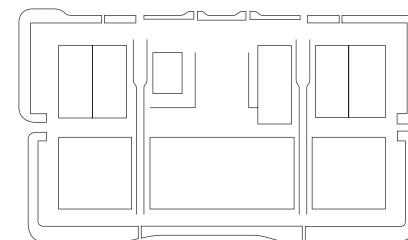
商。展馆坐落于上海浦东经济与工业核心发展区，地铁 2 号线、地铁 7 号线、磁浮列车、以及多条公交线路交汇于此，由龙阳路站步行 10 分钟即可抵达。



SHENZHEN CONVENTION & EXHIBITION CENTER

★ 深圳会展中心

地点：中国·深圳
 建于：2004 年
 地址：深圳市福田中心区福华三路
 网址：www.szcec.com



★ 展馆介绍

深圳会展中心自 2004 年开馆以来，已成功举办近 2000 场展览，1350 多场会议，共接待观众达 2,000 多万人次。会展中心交通快捷便利，驾车前往深圳火车站仅需 15 分钟、深圳机场仅需 30

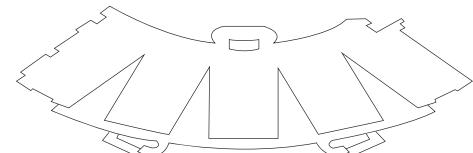
分钟。地铁 1 号、4 号线在会展中心站接驳，通过市政地下通道从馆内步行到地铁站仅 150 米，同时有多条公交线路直达会展中心。



YIWU INTERNATIONAL EXPO CENTRE

★ 义乌国际博览中心

地点：中国·义乌
 建于：2009 年
 地址：义乌市宗泽路与江东东路交叉口
 网址：www.cccec-expo.com



★ 展馆介绍

义乌国际博览中心由会展展馆与配套五星级酒店两个项目组成，总建筑面积 29.6 万平方米，总投资 18 亿元，可提供国际标准展位 5300 个。博览

中心位于义乌市文化中心区内，靠近南环快速道、国际商贸城和中央商务区，距义乌机场 10 公里，与新火车站相距 14 公里，交通十分便捷。



MEI Awards 中国制造之美年度评选活动



评委阵容(部分)



柳冠中

汤重熹

何晓佑

李凤朗

曾金

2011年由中国制造网率先发起,2017年起与中国贸促会贸推中心联合主办。由SGS、TÜV南德、BV三大国际知名认证机构作为合作单位,联合国内外知名工业设计泰斗、制造领域专家、跨国公司资深采购商等面向所有中国制造产品及企业,从设计研发、创新能力、制造工艺、品质管控、市场及社会价值角度进行公益性评选,并全力为优秀的中国制造企业打造集“线上展示”、“线下推广”、“设计对接”、“名企学习”、“交流峰会”为一体的全球推广及学习交流活动,旨在鼓励中国制造企业重视产品设计与创新,助力企业提高生产制造水平及产品设计能力,进而提升中国制造产品的品牌附加值与国际溢价权。

中国制造之美系列活动



中国制造之美组委会

电话: 025-86903696 邮箱: mei@meiawards.org
QQ: 3545963221 微博: @中国制造之美



敬请关注二维码,
更多精彩活动, 等您来参与!

来自全行业的真实记录者

机械

建筑建材·五金工具

消费电子·电气电子

轻工日用及礼品·体育用品

汽摩及配件·交通运输

服装饰件及纺织·箱包

农业食品·餐饮·健康药品

家具摆设·照明

化工·能源

Made-in-China.com

Connecting Buyers with Chinese Suppliers

中国制造网 (Made-in-China.com) 由焦点科技股份有限公司 (股票代码 : 002315) 开发及运营, 是国内领先的综合性第三方B2B电子商务平台。网站专注服务于全球贸易领域, 致力于为国内中小企业开展国际营销构建展示平台和交流渠道, 帮助供应商和海外采购商建立联系, 挖掘全球市场商业机会。



股票名称: 焦点科技 股票代码: 002315
总部地址: 南京市高新区星火路9号软件大厦A座
邮编: 210032
电话: (025) 6667 7777
传真: (025) 6667 0000
Email: ads@made-in-china.com

扫码关注微信公众号
焦点科技中国制造网

Version Number: Anjq-200101001 Copyright ©1998-2017 Focus Technology Co.,Ltd. All Rights Reserved.