

# 2023福州跨境电商展/2023福州国际跨境电商展/2023福州外贸商品展

产品名称	2023福州跨境电商展/2023福州国际跨境电商展/2023福州外贸商品展
公司名称	盛励
价格	12000.00/个
规格参数	
公司地址	上海
联系电话	18321375052 18321375052

## 产品详情

2023中国跨境电商交易会|春季福州跨境电商展

2023 China Cross-Border E-Commerce Trade Fair ( 2023 Spring Fair KWA )

展会情况：

展会时间：2023年3月18-20日（3天）

展会地点：福州海峡国际会展中心

展会规模：7.2万平方米

参展商：81.5%供货商展区展商/18.5%平台及服务商展区展商

观众：预计超10万人次

采购商构成：跨境电商卖家（平台卖家+独立站）、平台直采、品牌代理商等

主办单位：商务部外贸发展事务局、福建省进出口商会、福建荟源国际展览有限公司

承办单位：福建荟源国际展览有限公司、福建米多多网络科技有限公司

## 2、展会概述：

中国跨境电商交易会是为链接中国制造与全球消费，整合飞速发展的跨境电商生态资源而举办的跨境电

商6P创动力交易会。每年春秋两届举办，3月福州举办春季展，8月广州举办秋季展。

2023春季中国跨交会延用福州海峡国际会展中心展厅，总面积规模预计超10万平方米。

春季中国跨交会将优化已有优质供货商、跨境电商卖家采购商及平台资源，加入更广泛的跨境电商供货产业带厂家，优化供货产品及跨境卖家采购商邀约，升级高端论坛与活动，打造中国跨境电商行业的盛会。

3、采购商来源：跨境电商卖家（平台卖家+独立站）、平台直采、品牌代理商等，本届预计到会采购商达15万。

跨境电商品牌展会 外贸展览主办方国家队 行业展会中面积遥遥

5000+供货商，全国60+优势产业带 从官方到业界全认可的行业准入交易会

2021年中国跨境电商交易会（春季）现场盛况

首届中国跨境电商交易会于2021年3月18-20日在福州举办，展会规模7.2万平方米，共吸引2000+供货企业，33大跨境电商主流平台、200+跨境电商服务商参展，全国跨境电商客商13万人次到会采购。得到政府、外贸、跨境、会展等各界的一致认可。

展品和展区

1.供货商展区：

?家居日用消费品类：餐厨用品、竹木制品、玻璃器皿、陶瓷制品、杯壶茶具、一次性餐厨用品、不锈钢制品、清洁用品、雨伞雨具、衣架、收纳用品、垃圾桶、垃圾袋、手电筒、电池、抹布、扫把、拖把、蚊香、纸巾棉签、置物架、空气清新剂、消毒液、洗衣洗涤用品等

?3C电子数码家电类：家用小电器、数码娱乐、手机及配套、音响、电源产品、电子安防等

?礼品赠品文具美妆类：节日用品、油画及画框、DIY产品、礼品文具、美容美发品、彩妆香水、化妆用具、口腔护理品、洗涤用品、养生保健、香薰精油、美体塑形、抗衰老、美甲美睫等

?鞋服纺织箱包体育用品类：男女装、童装、内衣、泳衣、运动装、时装鞋、运动鞋、童鞋、凉鞋、拖鞋、功能鞋、各类箱包、布艺、家纺、饰品、眼镜、时尚配饰、运动健身器材、健身装备、健身产品球类、网球、羽毛球、搏击、户外运动、瑜伽、游乐器材、帐篷、露营用品、家用泳池等

?母婴玩具宠物用品综合食品类：充气玩具、益智玩具、电子玩具、毛绒玩具、机械玩具、骑坐玩具、婴儿床摇篮、婴儿床上用品、推车背带、婴儿礼品、纸尿裤、孕妇和婴儿护理产品、宠物服饰、食品、玩具、食具、牵引绳、洗护美容用品、窝垫宠舍、训导用品、综合食品等

?花园五金汽摩配件类：园艺设备，园艺器具、五金工具、汽摩易耗零部件、汽车美容养护产品、车载电子产品、内饰配件、汽车维修工具、遮阳器材、锄草设备、灌溉设备、烧烤设备、园艺建筑材料、小型机械、管道设备等

?大健康医疗护理类：按摩椅、按摩床、足浴用品、眼部按摩仪、眼罩、护目镜、护眼仪、血压、血糖检测仪、口罩、电子体温表、家用心电图、健康检测仪、计步器等各种家用检测仪等

?家具建材装饰类：室内家具、户外家具、办公家具、儿童家具、餐桌餐椅、睡眠寝具、门窗卫浴、灯饰五金、锁具晾衣、定制家装、窗帘涂料、智能家居等

?跨境电商进口商品：进口美妆、日化产品、母婴用品、食品饮料、环保智能健康产品等

## 2、跨境电商综合服务展区：

跨境电商平台 信息咨询 物流仓储 运营管理系统 支付平台  
数字营销 保险财税

金融投资 人才培养 跨境机构 跨境电商产业园区 跨境电商综试区 工业设计

### 参加理由：

对供应商（一站式销售）由国际贸易展会国家队倾力打造的行业准入交易会，海量采购商齐聚开年展集中采购，爆款频出的旺季

对平台（一站式招商）对象：跨境电商供应链入门企业或意愿企业占参展商80%以上，而且全部是经过主办方筛选的有实力有潜力的企业

对采购商（一站式采购）货源真实：来自全国的跨境电商出口产业带的供应链集合联展，深度接触制造业源头，没有中间商赚差价

对服务商（一站式服务）需求丰富：现场买家卖家发展不一，转型提升愿望迫切，创造了多环节多样化的服务需求

### 高度论坛及行业活动齐聚：

中国跨境电商金融资本高峰论坛

跨境电商趋势报告发布与解读

中国跨境电商科技大会

跨境电商人才培养高峰论坛

跨境电商产业带推广系列活动

平台大卖运营经验分享

更多行业活动不断添加中.....

2023福州跨境电商展会招商火热进行中，如有意参展，还望您尽快联系我们。

疫情发生以来，全球经济增长进入一个较为明显的放缓时期，多个国际组织发布的报告预警，全球经济

复苏正大大放缓，甚至重新陷入衰退。疫情反复、国内外市场环境变化多端促使中国跨境电商企业开始思变、求新，品牌化成为主旋律。

经济收入影响下，消费者们对于预算的把控愈加严格，普通“把货卖出去”的思维方式已经不再适用于当下，反而是原本就已做好产品质量、具备一批忠实拥趸的品牌，在“消费寒冬”中得以逆势增长。2021年，安克创新营收达125.74亿元，达到创纪录的高度，与上年同期相比增长34.45%。而这都建立在海外运力紧张、原材料价格和营销成本持续上涨的诸多挑战之上，甚至早已成为红海市场的北美，仍为安克创新贡献了50%以上的营收。另外，有媒体报道，SHEIN在2021年全年GMV较前一年翻倍。随着海外主要市场互联网红利的逐渐消退，广告投放竞争愈加激烈，使得流量的购买成本不断攀升。有卖家表示，海外主要营销渠道Facebook、谷歌的流量费用较去年至少增加了40%。砸广告、拉人头已经成为过去式，精细化运营、通过品牌效应建立私域流量池成为当务之急。DTC的概念并不新鲜，但它却成为了公认的私域流量“转化池”。具体来看，独立站不仅可以帮助企业创造私域流量，提升客户黏性与品牌力，还能够提升数字化运营能力，进而降低运营风险、增加利润率。独立品牌的价值不仅受到跨境电商企业的关注，还受到了资本青睐。仅在2022年6月，就有多家新兴出海品牌获得融资——短途出行品牌Onemile获数千万元Pre-B轮融资、智能家居品牌诺初美创完成数千万元天使轮融资、RENOGY如果新能源获得数亿元E轮融资……此外，在品牌出海成为主旋律的当下，越来越多的企业开始专注于打造海外用户心仪的产品，注重客户服务和品牌声誉的长线价值，以“长期主义”坚守品牌生命线，成为了中国品牌全球化的机会点。