

# LIFESTYLE WEEK2024日本礼品杂货展一年三届

产品名称	LIFESTYLE WEEK2024日本礼品杂货展一年三届
公司名称	上海贸升展览服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区青村镇奉柘公路2799号1990室
联系电话	13341608178 13341608178

## 产品详情

2024日本国际礼品杂货及日用百货展览会

LIFESTYLE WEEK

展会时间：2024年7月03-05日 展馆名称：日本东京有明展览馆

展会时间：2024年9月25-27日 展馆名称：日本大阪INTEX展览馆

展会时间：2025年1月15-17日 展馆名称：日本东京有明展览馆

主办单位：Reed Exhibitions Japan Ltd（日本励展）

组织单位：上海贸升展览服务有限公司—日本展服务商

推荐指数：-----日本大的杂货百货展，开拓日本市场佳选择

## 展会介绍：

东京杂货展欢迎来自五湖四海的买家，2021年东京国际礼品展由6个展会组成，分别是：东京国际礼品杂货展、东京家居用品展、东京时尚服装饰品展、东京餐桌装饰与餐具展、东京厨具用品展，东京婴童用品展，上届展览会共有2000家参展商，有80000多名买家及观众到场参观，企业普遍反映参展情况良好。另外同期举办的还有日本/亚太文具&办公用品产业的世界的文具商品交易会（ISOT）及日本大的优质和新奇产品展会。

## 市场分析：

日本是的礼品市场，拥有38,797家礼品店，9,638家室内装潢设计商店，3,096家百货商场。礼品市场拥有大批买家，其市场规模还在随着购买力的不断增长而扩大。特别是进口礼品和室内装潢设计类礼品方面，需求量很大。不仅仅是日本，追求时尚的热潮在亚洲各国广泛蔓延。东京国际礼品展是把握良机开拓日本及亚洲礼品市场的机会。

## 参展范围：

礼品类：节庆礼品用品、婚庆用品、蜡烛、香熏、美容化妆用品、纪念品、工艺品、装饰品、商业赠品、消费电子品、文具套装、钥匙盒、手机挂绳、新奇产品等

日用百货类：陶瓷及玻璃制品、家用塑料制品、杯壶、竹木制品、清洁用品、浴室用品、储藏、收纳、摆件、量具、小电器、玩具、一次性用品、一般家庭用品。

餐具厨具类：餐桌器皿、玻璃器皿、刀具、台布、餐桌装饰品、厨具、家用电器、餐厨纺织品，桌上用品、及餐厨用品类、

庭院用品：人造草坪、花卉、干花、人造花、花瓶、花篮、园艺用品、工具

家居用品类：室内装饰品、室内灯具、卧室纺织品、浴室纺织品、室内装饰面料、窗帘布艺、金属制品、塑料制品、洗浴用品、护理用具、婴童用品。

促销、赠品用品类：雨具、时装、鞋、箱包、皮带、钟表、手表、帽、服装配饰、儿童用品、文具、体育用品、旅行装备等。

## 观众来源：

经销商、批发商、贸易商、代理商、礼品商店、百货商场、品店、精品店、文具店、大型零售商、网上商城、时尚用品店、文具店、书店、日用杂货店、超级市场、零售商等

## 我司组展优势：

- 1、良好的摊位位置和价格优势。
- 2、境外行程和酒店食宿等安排一向优惠合理便捷，得到广大参展商和商务考察企业单位的yizhihaoping！
- 3、常年操作外展经验和熟悉当地国家情况的带团人员。

4、从摊位确认到展台搭建及展览品运输和商务签证培训与补贴办理，公司一条龙的服务理念，打造展览服务行业品牌！

## 日本电商市场用户分析

日本站的流量：亚马逊全球站中排名第二

亚马逊日本站是2000年继英国、德国、法国又一开通的海外站点，目前日本站点的流量在亚马逊全球站点中排名第二，占市场总额的10%。电商平台中利用人数（去除pc端和手机端重复部分）高的数据中，利用人数多的也是Amazon。

乐天、亚马逊japan以及雅虎shopping作为三大巨头，平台的会员人数以及登录店铺都是业界巨头般存在。

亚马逊日本站与其他站点并无二致，与PayPay Mall和乐天市场“本土化”形成鲜明对比，相较于PayPay Mall和乐天市场，入驻亚马逊日本站的门槛相对较低，往往是国际卖家进入日本市场的。

### NO.2

用户定位：精致、追求细节、环保

日本的消费者的三大关键词为：精致、追求细节、环保。如果想要深入日本市场，产品的外层包装、说明书、文案、产品细节都需要非常精致，只有精致、环保的产品才能在日本市场中站稳脚跟。

与此同时日本的消费者非常注重隐私，日本电商平台也会刻意保护客户的个人信息，这就要求卖家在物流方面尽可能采用日本本土运营商，否则就会让客户产生不信任感，从而降低店铺整体利润。

受地域文化影响，日本消费者的忠诚度是非常高的，一旦客户认定了一家店铺或一家品牌，通常他们不会经常更换，故产品的复购率很高。

这就要求做日本市场的电商运营尽可能掌握日本客户的消费习惯，尽可能提高售后服务的满意度，尽可能让日本消费者与品牌建立联系，这样就能提高顾客对产品的认可度及忠诚度。

### NO.3

支付方式：Visa、Mastercard、Paypal

在日本Visa在类型支付市场的占比高，为42.3%。其次是Mastercard，市场占比36.6%；日本本土组织JCB在本国的市场占比为18.8%。

支付和便利店支付是日本电商用户在支付时支付方式，占比分别为79.7%和34.4%；选择第三方支付的比例为16.4%，选择Paypal支付的比例为9.8%。

#### NO.4

选品方向：节气、上班族、居家生活

日本与美国在促销节点上颇为相近，例如元旦、情人节、万圣节、圣诞都是日本一年中较为重要的节日，除此之外日本传统节日也比较多，在选品上尽可能根据当地节日习俗进行选择。

日本上班族的服饰趋于统一，作为日常生活的刚需用品销量比较稳定，新手卖家可以考虑作为选品方向之一。

日本消费者通过电商消费的产品top3依次是：服饰、生活小家电、杂货家居用品，日本的消费者会更倾向选择清新、简约风格的产品。