

2024上海国际家居用品展|2024中国国际家居用品展

产品名称	2024上海国际家居用品展 2024中国国际家居用品展
公司名称	盛励
价格	12800.00/个
规格参数	
公司地址	上海
联系电话	18321375052 18321375052

产品详情

2024上海国际礼品及家居用品展览会

拓展华东礼品市场—中国华东地区的礼品及家居用品展

展会时间：2024年5月6-8日

展会地点：上海新国际博览中心

参展联络：余经理(手机号看联系栏)

全新展示布局升级，打造华东地区优选礼品一站式采购平台！

随着近几年人们生活水平的提高，中国礼品行业销售收入将呈现快速增长趋势。随着各消费主体对礼品消费观念及关注点的转变，以企业和个体为代表的礼品采购主体对礼品的需求逐渐向品牌化、个性化需求为主。

2024上海礼品及家居用品展览会（简称华礼展）作为华东地区礼品及家居用品展贸平台之一，华礼展将汇聚各类品牌礼品、家居用品、健康睡眠、日用品、餐厨用品、福利礼品、商务礼赠品、环保购物袋、数码电器、国潮文创、网红选品等众多品类的供应商及制造商，为来自华东多个省份的近60000名来自礼品公司、批发商、零售商的观众和买家提供观摩样品、洽谈合作的高效平台。

展会为江浙沪及周边地区的礼品渠道批发商、经销商、传统零售商、网络分销商及企业客户提供来自全国乃至海外、且经过市场选择的产品及品牌，有效协助买家捕捉潮流趋势，汲取灵感，规划品线，寻找品牌、创意设计、实力工厂及优质供应商，建立联系、发展合作和定制采购。

【为什么参加CGHE 华礼展】

1、华东地区的型礼品家居盛会

数万平方米展出面积、50,000人次买家，至今已成功举办20届，为广大礼品家居产业客户提供一站式采购贸易平台。

2、注重原创设计，从源头引领礼品潮流

汇聚品牌产品、突出新颖创意、保护原创设计。

引入礼品家居中国元素，打造高端家居礼品采购平台。

领略潮流品牌独特设计魅力，创意无限，呈现丰富多彩的艺术设计及产品理念。

3、庞大的买家邀请网络

、庞大的买家数据库,为您带来宽广、高效的市场营销渠道。长三角地区行业组团、免费班车接送优质经销商、代理商、礼品公司参观展会。特别邀请百余家跨国公司、大型国企采购负责人现场参观、洽谈。与礼品采购决策者面对面，发掘潜在客户。免费参加大买家采购专场及高端论坛，为展商寻找配对买家。

4、VIP核心买家针对性邀请，实现贸易配对

VIP特邀贵宾计划是为前500家具有高影响力和采购力的礼品家居买家建立的高端商贸交流平台，众多具有采购需求和决策权的展会VIP 核心观众买家将与展商进行个性化客户约见，实现贸易配对。

5、我们提供您的不只是一个展位，更有优质的配套服务

作为华东地区较早的礼品产业会展机构之一，拥有多年积累的活动策划组织和管理经验，经验丰富的团队，化的服务，努力为展商提供高质量、的买家数据提升展会质量。

【往届回顾】

CGHE 2021上海礼品展（春夏展）于6月22日在上海新国际博览中心圆满落幕，展会全面覆盖礼品全产业链模式，集聚行业精品，满足新消费理念下客商的采购需求，为行业上下游产业人士带来商贸机遇及参展、参观体验。同期举办各类论坛活动，网络评选、直播电商分享会、趋势发布、直播带货等活动邀助力企业拓展更多渠道，CGHE 2021为礼品家居行业人士奉上了一场精彩盛会！上届展会总体展出3万平方米，参展商850家，共吸引来自全国各地20,168人次观众前来参观。

往届合作品牌

上久楷、飞利浦、乐普医疗、贝发集团、恒源祥、圣罗兰、前通、霍科、沃荷、翔中新、佳邨、萨浦、狼博旺、雅丹、宏晟、邦喆、好励、利琪、绿帝、华昊、慧楚、臻荷、沃川、恒盛兆业、九程实业、鸿时、唐荷、宇宽、韩鑫秀、摩礼、联青、鑫进、蓝铂、腾飞、爱沃德、朔翔、乐之宝、万丽达、工正集团、晨森、广百思、荣森茂、联博文具、繁勤、善创、鼎纯纸业、易可、金龙鱼、阳澄湖、奥特隆、陌凜、秋山、小亿、康吉、雷鳗、和正、宛岩、金久、香薰时代、立鼎、百迪、诚翔、梵吉尼、新华、汉旅、晟申、玫瑰纸业、寝卫纺、嘉博、心量、超劲、天浩、时进、春辰、嘉泰、奇辉、雄奥、双猴、蒲公英、鹿得、爱德福、艾丰、粤优、朋宸、家尔沃、倍轻松、医趣、奥极、深奥、港腾、黑骏马、沃尔居、新特丽、品音.....

部分优质买家

阿里巴巴、小米优品、迪士尼、网易优品、沃尔玛、家乐福、国美、华润万家、大润发、华联、利群商业、新世界百货、农工商超市、家家乐、礼享家、超市发、旺达百货、百安居、永旺、亚马逊、速卖通、Ebay、天猫、京东、名创优品、京喜、网易严选、小红书、唯品会、礼吧商城、中国平安、魔雀国际、包玉刚学校、云集、上海综礼、巨量引擎、大众汽车、快手、E学教育、申活馆、百荣市场、博众优选、本来生活、全球蛙、上海电信、锦江旅游、中国农业银行 途约国际、G&L、日中经济协会、大觉寺、上汽集团、东京丸惣、丫丫家居馆、上汽大众 美克美家、有赞、盟创国际、爱姆吉斯、当当网、美乐家、上海银行、佰和优活、华夏银行、光大银行、礼尚优品、爱她百货、千食、中粮优品……

展品范围

商、综合展区

家居用品展区

各类家居用品如家纺、毛巾、收纳用品、塑料制品、清洁用品、餐具、厨具、装饰品等

福利礼品展区

各类福利食品及可兑换礼品卡类产品等。

网红选品展区

各类创意礼品、日用品、家居用品、IP潮流玩具、直播设施及可通过网红直播带货的产品。

商务礼赠品、促销品展区

赠品类、促销广告类、定制促销品、文具及文化用品、节庆用品、广告印刷品、箱包、皮具、钟表、陶瓷、水晶及玻璃制品、珠宝及时尚饰品、吊牌/徽章等

礼品包装展区

购物袋、包装袋、无纺布袋、礼品包装、包装制品等

数码电器展区

各类可穿戴智能设备、小家电及厨房电器、医疗保健电子产品、个人护理电器、汽车电子产品、数码配件等。

国潮文创展区

各类文具/文旅/博物馆文创等IP品牌及其衍生品、手工创意、时尚艺术和创意陶瓷用品及文创设计机构等。

文化创意内容是文化创意家居产品区别于普通家居用品的主要标志，由文化创意内容所带来的产品高附加值是文化创意家居用品和产业的核心价值。

从产品终形态来看，创意家居用品相应包含两个部分：文化创意内容与家居用品实物载体。创意家居用品的设计和诞生离不开设计师的心血和灵感，在具备家居用品实务载体所承担的实用性功能之外，还要在外观、功能、材质等各方面体现出文化创意内容方面的创新点、闪光点，暗藏了文化因子或艺术元素。

从产品价值属性来看，创意家居用品包含相互依存的两个部分：一是文化创意价值属性，指文化创意产品所表达的人类精神活动内涵及其影响；二是经济价值属性，指文化创意产品通过定价和售卖转化为有形的货币价值，并由此产生直接和间接经济增长、就业增长等经济效益的总和。

从产品销售价格来看，创意家居用品的价格也由两个部分价格组成：一部分是家居用品实物载体的生产成本；另一部分是文化创意内容的神与情感价值，即文化创意附加值在产品价格上的真正体现。