

# 2024第97届东京国际礼品及消费品展览会|GIFT SHOW 2024

产品名称	2024第97届东京国际礼品及消费品展览会 GIFT SHOW 2024
公司名称	江苏京硕展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	展会名称:2024第97届东京国际礼品及消费品展览 展会时间:2024年2月06-08日 展会地址:日本东京都有明国际展览中心
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	16730229091 13816793095

## 产品详情

### 2023日用品零售行业前景调研与投资趋势预测

目前，洗涤用品行业异常激烈的市场竞争导致企业的引力能力下降。国际上，上世纪80年代初发达国家就已经开始推进洗涤剂浓缩化和液洗化的进程。随着用户习惯的养成及新零售模式的创新，未来增长潜力巨大，预计2022年整个日用品零售市场规模有望突破18000亿元。

第97届东京国际礼品及消费品展览会GIFT SHOW 2024

秋季时间：2023年9月06-08日

春季时间：2024年2月06-08日

展会地点：日本东京都有明国际展览中心

主办机构：日本贸易振兴会 日本百货商场协会 日本日用品进口商协会

展会简介

东京国际礼品博览会创办于1976年，每年分春秋两季举行，是目前日本国内大、重要的礼品

及生活用品博览会，该展由日本商业指导公司（Business Guide-Sha, Inc.）主办，得到了许多国家驻日本大使馆商务处及日本许多行业协会的大力支持。由于日本是一个非常重视交换及赠送礼品的国家，每年都会会有许多人选择在圣诞节、母亲节、情人节及生日时向自己的亲朋好友赠送礼物，因此日本礼品市场拥有非常广阔的前景，目前市场容量大约为1200亿美元。许多国外企将参加东京礼品展视为其进入日本礼品市场的一条捷径。2023年2月举行的第95届东京国际礼品博览会展出面积达到86410平方米（包括了整个东馆1-8个展厅），参展商数量达到了2400家，4200个摊位，共有来自全球的200000名观众到场参观。由展览会提供的资料显示，80%以上的观众把东京礼品展看作是能够成功交易和搜集有价值市场信息的值得参观的贸易展览会。其中，90%多的观众是负责公司采购或是对公司决策有重大影响的人物。为使参展企业与买家之间更加白便捷的进行贸易洽谈与合作TIGS把整个展览馆划分为青年时尚&儿童&原材料、纸制品、创新发明、手工艺等27个展区。其中在东馆3号“进口礼品”展厅集中了很多来自世界各地（美国/欧洲/太平洋地区&亚洲/非洲/中南美洲等）大型国际展团，展出各种传统的、现代的、时尚的、日本本土及外国的进口礼品、服饰和家庭用品等。大多数中国参展企业表示展出效果良好并将继续参展。

## 展出内容

礼品类：节庆礼品用品、婚庆用品、蜡烛、香薰、美容化妆用品、时尚钟表、流行首饰、手工艺品、箱包和皮革制品、纪念品、商业赠品、消费电子产品（手机、移动硬盘）、文具、文具套装、时尚背包

消费品类：餐具、厨具、厨房用品、厨用家电、卫浴电器、日用陶瓷、玻璃器皿、餐具、家居生活用品、小电子类用品、一次性清洁用品、清洁用品、

家居用品：玻璃制品、陶瓷制品、家具、室内装饰品、室内灯具、卧室纺织品、餐厨纺织品、浴室纺织品、室内装饰面料、桌上用品、餐桌装饰品、塑料制品、搪瓷器皿

庭院装饰用品：手工具、花园工具、人造草坪、花卉、干花、人造花、庭院灯饰、美术陶瓷、户外家具

促销、赠品用品类：环保包装袋类、纪念品、商业赠品、雨具、时装、鞋、帽、服装配饰、儿童用品、文具、体育用品、首饰等

## 我司组展优势：

- 1、多年来专注日本展会，可为客户解决突发及疑难问题。
- 2、良好的摊位位置和价格优势。
- 3、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！
- 4、常年操作日本展经验和熟悉当地国家情况的带团人员。
- 5、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！
- 6、在日本设有公司办事处和仓库，可提供展会服务以外的其它相关服务。（如：租车，样品寄存，个人定制旅游等）

## 参展联系

上海贸升展览服务有限公司

地址：江苏省昆山市绿地大道杰座大厦8号楼405-406

近十年，我国居民人均消费水平日益提高，我国已经成为全球第二大商品消费市场，超大规模市场优势更加明显。无论是社会消费品零售总额还是服务性消费规模，都实现明显增长。

终消费支出由27.5万亿元提升到56.1万亿元，终消费支出占GDP的比重由51.1%提升到54.7%。作为与民生息息相关的日化品产业，以“清洁类”及“化妆品类”为主的日化品在人们生活中扮演着不可或缺的角色。随着人民生活水平日益提高，升级类需求持续释放。2021年，限额以上单位化妆品类商品零售额比2020年增长14%，两年平均增长11.7%，增速明显高于商品零售平均水平。