# 直播设备展-2024中国杭州国际直播设备展会

| | |
|---|---|
| 产品名称 | 直播设备展-2024中国杭州国际直播设备展会 |
| 公司名称 | 中国（耀瀚）展会信息 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 中国 |
| 联系电话 | 17810353883 17810353883 |

# 产品详情

2024中国杭州电商新渠道展会

电商直播设备展会

时间：2024年8月28-30日

地点：杭州国际博览中心

100000+观众 1500+优质品牌方 1800+电商新渠道商/服务商 50000平方

杭州电商新渠道展（集脉电商节） 是全国最具代表性的以聚焦电商发展与助力企业数字化营销的主题展会，也是立足于杭州特色产业发展的地标型盛会；汇聚全行业最前沿的电商体验场景 、 最有效的成交商洽机会、最有力的品牌传播声量、最有实力的操盘手与玩家、最具规模的跨界交流平台。为品牌商、渠道商、 服务商提供最具商业价值的对接合作场。

快抖头部主播选品会 X 全国TOP团长选品会 X 7+3对接晚宴

集脉是围绕企业实现好货全域营销、产业升级的新电商全渠道超级服务商。以 展会服务为切入点，组建百团联盟优质资源共同体：操盘手、玩家百团、服务 百团、品牌百团等，创新以“ 私董会 ”“ 产业带 ”“ 线上对接平台 ”为常态化
载体的全链路服务体系，为好品、好服务、好渠道打造精准对接生态服务阵地。

我们致力于成为电商人必打卡的biaogan展会，打造电商全渠道解决方案 和资源撮合平台。以极服务，助力商家寻找更多生意确定性！

参展范围：

1、主题展区：网红品、直播平台、网红直播基地、直播服务商、直播产业园区、直播短视频、直播扶贫

机构、MCN机构、短视频平台、场景应用、互联网企业形象展示网络支持、运营商形象展示、短视频制作产业链及AI技术、内容管理等；

2、直播设备：(直播灯光、直播车、直播音响、直播声卡、直播场影、直播机、直播、直播麦克风、直播手机、直播电脑、直播摄像头等)；

电商平台、直播电商平台、社交电商平台、社群/社区平台及供应链、微商等；

工厂及品商，OEM、ODM等；

3、绿色美食：食品及饮品、酒类(休闲零食、糖果、代餐、食品及营养品、 母婴食品、功能性食品、乳制品等)、电商食材、生鲜渔业、冻品、调味品、健康营养品等；家居、货、日用品、婴童产品、礼品赠品、一次性用品、消费品等；美妆、个人护理个人护理用品及电器等；

4、食品饮料展区：零食，绿色食品，方便产品，大健康产品，食品，坚果炒货，饼干，酒水，农副产品，调味品，食用油，大米，杂粮，果蔬...

5、母婴用品展区：童车，玩具，儿童读书，奶粉，纸尿裤，童装童鞋，产品....

6、美妆护肤展区：美妆产品，个人护理，仪器，口红唇膏，面膜护肤，假发.....

7、日用百货展区：家用产品，运动器材，家电产品，厨房产品，日常用品，玩具，工艺品，户外用品，家具装饰，卫生用品，宠物用品，

8、服装鞋包展区：时尚男女装，高内衣，潮品，运动装，鞋子，皮具，箱包，服装服饰、纺织品等；国潮商品，中华，非遗品，地方特产等手工制品，围巾....

9、直播技术设备及服务商展区：运营形象展示，短视频制作产业链及AI技术，剪辑制作技术，直播平台、网红直播基地、直播服务商、直播产业园区、直播短视 频、直播扶贫机构、MCN机构直播设备（直播灯光、直播车、直播音响、直播声卡、直播场影、直播机、直播、直播麦克风、直播手机、直播电脑、直播摄像头）邀请嘉宾

展会亮点

1、1800+行业渠道，集结国内头部电商力量，涵盖线上线下八大渠道矩阵全维度高效对接：

2、100+重量级政商大咖助阵现场，与100+大咖直面对话，共议新电商增长逻辑；

3、10+专业论坛与大赛，思路破圈，GET品销增长全攻略；

4、三大主题造节：红人直播节，私域团购节日，百咖渠道节；

5、特色服务街区匠心打造，特设渠道、品牌、服务矩阵（私域、种草、电商服务、直播）

01、短视频行业持续高速发展，用户规模不断增长

2022年2月25日，第49次《中国互联网络发展状况统计报告》发布，数据显示截至2021年12月，我国网民规模达10.32亿，较2020年12月增长4296万，互联网普及率达73.0%。截至2021年，当前中国短视频MCN机构数量已经达到34000家，相较2020年同比增长达到18.9%。

改变时刻在发生，当外界的关注热度从短视频向电商、直播赛道转移时，过去一年，依然坚持短视频内容的机构，用实际行动证明，短视频探索的空间和潜力巨大！

02、短视频产业链参与主体众多，为就业提供更多选择

我国短视频行业产业链逐渐形成，产业链参与主体众多，包括内容生产方、内容分发方、用户终端、基础支持方(如技术服务提供商、数据监测商等)、广告商和监管部门等。内容生产方主要分为PGC(生产内容)、PUGC(网红/明星生产内容)和UGC(用户生产内容)三大类;内容分发方包括短视频平台、新闻资讯平台、社交平台、传统视频平台等。

03、短视频行业促进灵活就业，数字文化产业吸引力强

我国《“十四五”数字经济发展规划》明确提出，鼓励个人利用社交软件、知识分享、音视频网站等新型平台就业创业，政策的支持和市场的日渐成熟，让更多年轻人开始灵活就业，凸显自我价值。

在疫情反复的，随着复商复市的加快推进，物流交通的全面恢复。可以预见，经由平台直播、品牌自播、店播、达人直播等营销场景所产生的网购销售将迎来爆发式增长。同时，历经规范发展的直播已不仅仅是单纯的售卖场，而是一个能输出品牌文化、加强消费者渗透的新战场。