

32届上海华交会将于2024年3月1-4日举办

产品名称	32届上海华交会将于2024年3月1-4日举办
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:32届上海华交会将于2024年3月1-4 展会时间:2024年3月1-4日 展会地址:上海新国际博览中心
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	16730229091 13816793095

产品详情

随着人们对生活品质的要求不断提高，世界各地的消费者对于家居用品的品质要求也逐渐提高，不再是以前的旧模式，而是呈多样化趋势。

2024第32届中国华东进出口商品交易会（简称：华交会）

时间:2024年3月1日至4日

地址:上海新国际博览中心（上海市浦东新区龙阳路2345号）

主办单位：上海市商务委、江苏省商务厅、浙江省商务厅、安徽省商务厅、山东省商务厅、江西省商务厅、福建省对外贸易经济合作厅、南京市商务局、宁波市对外经济贸易合作局

支持单位：国家商务部

承办单位：东浩兰生集团上海外经贸商务展览有限公司

展会概况：

2024年3月1-4日，第32届中国华东进出口商品交易会(简称“华交会”)将在上海新国际博览中心如期举行。华交会是中国规模大、客商多、辐射面广、成交额高的区域性国际经贸盛会。由上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、南京市、宁波市9省市联合主办。

自1991年以来，华交会已成功举办了31届。第32届华交会在上海新国际博览中心举行，展览面积达12.5万平方米，设标准摊位5880个，分4个展区(服装服饰、家用纺织品、装饰礼品、日用消费品展区)，参展企业近4000家。境外展商145余家，分别来自日本、韩国、荷兰、澳大利亚、伊朗、马来西亚、柬埔寨、斯里兰卡、瑞士、法国、尼泊尔、哥伦比亚、中国香港、中国台湾等15个国家和地区。华交会展示的轻纺产品中，高新技术产品、名特产品占有较大的比例。

本届华交会还采用定向邀请的方式，重点引进高质量的欧美采购商。将华交会外贸交易市场，由原先日韩市场，扩大至欧美市场，帮助展商在展会上与其目标客户群众达成更多商业合作意向。

华交会分别在美、俄、日等重点市场召开专场推介会，并走访境外相关领域重要商协会等机构与主要贸易企业，向当地主要客商群体宣传推介华交会。对日、韩两个主要目标市场，继续在其媒体上进行广告

投放，包括《日本经济新闻》《纤研新闻》《韩国贸易周刊》等

华交会以进出口贸易为主，还安排加工贸易和合资、合作等多种贸易洽谈。华交会为了继续发挥华东地区很大的进出口平台作用，必然要求展区格局进一步贴近各领域的细分市场以及多层的销售渠道和买家。

展览范围

日用消费品展区（下设四个专区）：

一、家居用品专区：包含日用类（清洁用品护肤品、护理用具、洗浴用具、一般家庭用品）、陶瓷、家具类、灯具灯饰、器皿及餐厨用品、钟表眼镜等。

二、电子消费品专区：小家电、家用电器、电子及信息产品（商务自动化设备、通讯产品、电子电工产品）等；

三、孕婴童专区：婴童用品（哺育用品、清洁消毒产品、护肤品、其他食品）、童车、童床、床上用品、婴童家具、玩具、时尚童装、鞋帽及配饰等。

四、室内外家居装饰礼品展区：包含各类礼品、铁制品、园艺用品、宠物用品等。

消费品专区：包含各类体育用品、旅行用品、休闲用品、办公文具、汽车用品等

服装展区：各类服装成衣、服装面料、配饰、成衣配件等。

皮革制品：各类皮革裘皮服装、运动鞋、男女鞋、劳保鞋、童鞋、靴子、男女皮包、皮具、箱包、手袋、手套、拉杆箱、皮带、皮件饰品、毛皮床上用品、毛皮家居用品、毛皮地毯、靠垫、汽车饰品及皮革、合成革、人造革等；

家用纺织品展区：包含床上用品、居室用纺织品、卫浴用纺织品、餐厨用纺织品、其他纺织品、纺织原料面料、纱线、抽纱品等。

跨境电商展区：（主要汇集国内外物流供应商、金融服务商、数据服务商、平台支付商、跨境仓储等。同时包括营销指导、运营培训、商品培训、促销活动支持等平台运营服务；通关服务、海外仓储、国内仓储支持、国内物流等供应链整合服务。）

参展目的

- 1、以交易为目的。展商在展会上可以结识同行业采购商，寻求新客户，获取订单，为企业带来利益。
- 2、以搜集行业信息，分析市场变化为目的。由于展会聚集了同行业的各家企业。展商可高效率地了解到本行业的动向。所谓“知己知彼，百战不殆”。
- 3、以宣传企业形象，提升企业度为目的。

华交会摊位内由主办单位提供一套基本配置。其中包括：一张铝合金方型洽谈桌、三把折椅、一个220V/500W电源插座（不能作为自带照明灯具的照明电源，仅供华交会标准摊位使用）、两个射灯和一个带锁的咨询桌、配中英文楣板一条，华交会摊位内铺设地毯。

家居用品市场在国外的需求量将不断增加，未来市场前景广阔。技术含量越来越高、研发投入逐加大，这就需要企业具备一定的核心技术实力和相当的资金实力。其次，国际市场竞争激烈，需县企业在市场开拓、品牌建设等方面加大投入，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。