

2024年印尼国际礼品、家庭用品展【IGHE】

产品名称	2024年印尼国际礼品、家庭用品展【IGHE】
公司名称	苏州京成展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	展会面积：10000平米:参展范围：礼品、家居用品
公司地址	苏州市花桥镇绿地杰作大厦9号楼1911室
联系电话	18913292209 18913292209

产品详情

2024印尼国际礼品及家庭用品展【IGHE】

——印尼最具规模和影响力的礼品及家庭用品B2B贸易展

展会名称：2024印尼国际礼品及家庭用品展【IGHE】

展会时间：2024年8月5-7日

展览面积：10000平米

展会地点：印尼雅加达国际展览中心【JIEXPO】D馆

支持单位：印尼对外贸易部、印尼工业部、印尼工商会、印尼中华总商会、印中商务理事会、中国驻印尼大使馆

一、市场概况：

印尼位于亚洲东南部，地跨赤道，与巴布亚新几内亚、东帝汶、马来西亚接壤，与泰国、新加坡、菲律宾、澳大利亚等国隔海相望，扼守马六甲海峡，位于亚洲和大洋洲、太平洋和印度洋的“十字路口”，辐射6亿人口的东盟市场，地理位置极为重要。印尼是东南亚的采购枢纽，也是进入东南亚市场的juejia门户。2023年1月RCEP正式对印尼生效，中国与印尼将相互实施RCEP协定税率。印尼作为RCEP的首倡国，现正充分利用其东盟轮值主席国的有利地位，积极地与RCEP其他成员国开展贸易和投资。印度尼西亚作为东盟最大的经济体，2022年GDP总量突破1.35万亿美元，经济长期保持5%的增速，拥有巨大的潜力和庞大的消费市场，在全球主要经济体中位列前茅。预计到2030年印尼的消费市场规模将达到5.5万亿美元。印尼拥有超过2.6亿人口，其中华人1,000多万，是世界上排名第四的人口大国。超过60%的人口年纪在20岁到65岁之间，人口结构年轻化，平均年龄为为28岁，得益于近年印尼经济快速成长，消费力激

增，新一代印尼人的购买力十分强劲。

印尼是全球第四大消费市场，而且是被B2C业内公认电商经济增长最快的国家之一，目前印尼已经有着：Lazada、BliBli、Shopee、JD.ID(印尼京东)、Tokopedia、Bukalapak等电商平台，加速了消费，促进消费市场不断快速扩大。

二、展品范围：

- 1、家居日用品：室内外家具、家居装饰品、花园装饰品及工具、五金卫浴及配件、储物及收纳用品、家用纺织品、智能家居产品、户外用品、清洁用品、美容产品、洗化个护用品等。
- 2、厨房用品：锅具、刀具、食物料理机、烹饪厨具、烤盘及炊具、烘焙用品、硅胶厨具、厨具配件等。
- 3、餐桌用品：不锈钢餐具、硅胶餐具、竹木餐具、陶瓷餐具、密胺餐具、塑料餐具、杯壶水具、一次性餐具、桌布、锅垫及杯垫等。
- 4、礼品及赠品：广告赠品、公司礼品、服装及时尚饰品、电子礼品、小型摆件及装饰品、旅游纪念品、工艺品、铭牌与徽章、奖杯与旗帜、相框与画框、钟表、钥匙扣、皮具、伞、礼品盒、礼品袋、丝带、包装纸等。
- 5、节庆用品：节庆装饰品、灯笼及灯饰、烟花、节日及派对用品、气球、花卉、蜡烛与香薰等。
- 6、箱包及手袋：拉杆箱、旅行箱、公文包、双肩包、斜挎包、晚装包、洗漱包、化妆包、运动包、帆布包、环保袋、无纺布袋等。

三、超过13种高效买家推广渠道，全方位覆盖邀约专业买家

电子邮件：筛选重点行业买家信息，定期发送展会宣传资料并随时更新展商名录和展品信息

传真及电话：向潜在参观商传真展会参观邀请函，并定期电话跟踪以确保他们参与展会并用于市场调查

广播电台及电视广告：在展会开展前期进行广播电台及电视广告的播放，及时提醒吸引买家前往参观采购

报纸及杂志广告：在主流的报纸、杂志上投放平面广告，持续宣传展会

户外广告：在重点商贸城、批发城以及展馆外围投放广告牌

专业批发市场买家直邀：覆盖重点商贸城、批发城，派发邀请函邀约买家

商务邀请函直邮推广：印制宣传彩页，直接寄送给重点买家，邀请其前来观展

行业协会推广：与相关商协会联合，借助其会员资源宣传展览，并组团前来洽谈采购

电商平台推广：在zhiming电商平台推广，推动电商买家参加展会

星级商务酒店推广：在当地星级商务连锁酒店投放广告，推广展会品牌，让更多的商圈买家知道该展会

社交媒体及网络媒体推广：全球三大主流社交媒体及当地主流网络媒体推广

新闻发布会推广：邀约当地主流媒体进行展会发布推广

手机短信推广：发送邀约短信给到专业礼品及家庭用品买家

1998年5月，执政长达32年的[苏哈托](#)

总统辞职，副总

统哈比比接任总统。1999年10月，

印尼人民协商会议（简称人协）选举[瓦希德](#)为总统，[梅加瓦蒂](#)

为副总统。2001年7月23日，人协特别会议以渎职罪罢免瓦希德总统职务，梅加瓦蒂接任总统，哈姆扎·哈兹任副总统。