

# 2024印尼雅加达IGHE国际礼品及家庭用品展览会

产品名称	2024印尼雅加达IGHE国际礼品及家庭用品展览会
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。

礼品消费的物理属性和心理属性的分离在一定程度上导致购买者和使用者分离。相对而言，消费者对于产品的介入度要相对较低。礼品市场的消费心理，过程还是结果？礼品消费中的亲情礼品消费又具有一定的特殊性，虽然消费者未必具体去使用产品，但产品的质量和功能仍然是影响消费者购买的第一要素，其次才是品牌的zhiming度，礼品不应该托付传媒扩大送礼概念，导致消费者只看过程轻视结果，这是危险的信号。