

深圳睡眠展2024年6月28-30日与您相约宝安馆

产品名称	深圳睡眠展2024年6月28-30日与您相约宝安馆
公司名称	FCE展览
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国
联系电话	15989233176

产品详情

2024深圳国际健康睡眠展览会

时间：2024年6月28-30日

地点：深圳国际会展中心(宝安馆)

参展联络：徐妍（手机号看联系栏）

主办单位

中国医药教育协会

广东省保健协会

深圳市营养师协会

深圳市丽腾会展传播有限公司

支持单位

南方都市报

广东省关爱老人事业发展促进会

广东中医药发展基金会

河南省健康产业协会

广东省养生文化协会

安徽省养生文化研究会

深圳市中医药健康服务协会

深圳市生命科学行业协会

合肥市营养学会

深圳市智能制造商会

中国商业联合会采购分会

协办单位

哈尔滨工业大学

珠海市保健协会

绍兴市健康产业协会

广州养老服务产业协会

广州市长青康养产业研究院

泰州市营养保健协会

东莞市医药行业协会

中国药文化研究会大健康产业分会

中国保健协会减肥分会

组织单位

广州一流展览服务有限公司

展会介绍

睡眠市场是一个尚未被完全开发、格局也未划定的蓝海市场！随着消费者对于提升高质量的睡眠诉求越来越清晰，传统家具、家纺的睡眠化升级，睡眠医学及智能技术的跨界融合，睡眠产业即将驶向属于自己的“风口”，放眼中国，由于受睡眠困扰的人口基数大，睡眠市场逐步形成了一块“大蛋糕”，为好梦一掷千金的人群爆发式增长，人们越来越愿意为自己的睡眠买单。有数据显示，2015年以来我国涉及改善睡眠产品行业细分市场为2114亿，预计到2025年，整体睡眠市场的产业规模将达到8000多亿，“睡眠经济”成为了中国健康消费领域新的经济增长点。

为促进健康睡眠产业高质量健康发展，2024深圳国际健康睡眠展览会将于2024年6月28-30日在深圳国际会展中心(宝安馆)隆重举行。展会隶属于第十三届深圳国际营养与健康产业博览会专题展之一，专注于为健康睡眠企业品牌推广、产品展示、交流合作提供一站式解决方案平台，助力企业实现全产业链的交流和互通。同期计划举办多场论坛活动，展现健康睡眠行业新产品科技和发展趋势，为健康睡眠产业品牌与全球优质买家构建全方位一站式的商贸平台。集中展示健康睡眠领域新产品、新技术，为全球健康睡眠产业提供更多的合作机会，有力推动中国健康睡眠产品全面进入全球体系，与健康睡眠产业协调合作

、互利共赢、共同发展进步。

展品范围

一、睡眠家居

床垫：席梦思、乳胶垫、全棕垫、玉石垫等特殊材料垫；磁疗垫、保健垫、理疗垫、医学垫、智能垫等功能垫。

床：按摩床、水床、音乐床、智能床、康复理疗床等。

家纺：床单、床罩、被褥、被面、被罩、毛毯、棉毯、毛巾被、睡衣、床围、蚊帐、窗帘等。

寝具：枕头、枕套、枕巾、枕芯、抱枕、靠枕、凉席等。

二、睡眠智能

智能睡眠单品：智能手环、智能头戴、智能耳塞等睡眠可穿戴产品；智能床套、智能床、音乐治疗枕、唤醒灯、节律灯、智能助眠灯、氛围灯、智能止鼾枕、助眠书、除螨仪等。

智能睡眠系统：手机端APP睡眠管理系统、睡眠环境设计与营造、睡眠屋睡眠系统集成等；新风机、空气净化器、加湿器等睡眠环境设备。

睡眠科技：睡眠监测、伴睡、唤醒、呼吸改善等睡眠科技类智能产品。

三、睡眠医疗/保健产品

睡眠器械：睡眠监测仪、呼吸机、睡眠仪、经颅脑电刺激仪、止鼾器、制氧机、睡眠传感器、失眠治疗仪等。

睡眠医药：各种助眠药品等。

睡眠服务：睡眠健康指导、睡眠治疗服务、心理咨询服务、催眠服务、睡眠医疗机构等。

睡眠保健：助眠胶囊、酵素、酸枣仁饮品、褪黑素片、助眠精油、助眠香薰等睡眠保健产品；

四、睡眠健康

助眠理疗：记忆棉枕、凝胶枕、水枕、音乐枕、按摩理疗仪、助眠仪、睡眠机、理疗器等。

助眠保健：助眠用品、助眠食品、助眠茶、助眠饮料、助眠喷雾、助眠胶囊、褪黑素、香薰、促眠精油等。

睡眠调理：亚健康调理机构、养生保健机构、中医睡眠养生、睡眠酒店、睡吧等。

五、睡眠科普

科研成果：医院、高校、研究所等机构睡眠研究成果展示。

睡眠科普：科普背板、睡眠科普宣传册、睡眠问卷、睡眠体验中心、催眠体验馆、助眠指导等。

观众类别

- 1、医药商业集团，健身馆、美容及连锁美容院、养生馆、疗养会所等；
- 2、药房、连锁药房、保健品专营店等；
- 3、线上线下购物平台、微商团队等；
- 4、各类型医疗机构、社康中心、体检中心、健康管理中心、养老服务平台等；
- 5、网络达人、带货平台等；
- 6、代理商、经销商、贸易商、制造商等；
- 7、深圳企业工会系统、科研机构、相关行业技术专家等；
- 8、集团采购人员与管理者、投融资机构、相关等。

区域优势

粤港澳大湾区经济中心

地华南核心辐射45万平方公里；

覆盖供应1.7亿人口，更多C端客户；

一小时生活圈“9+2”级城市群；

人均GDP16.19万国内大消费区；

媒体计划

1、线上广告

通过网站、公众号、DOUYIN号等发布参展企业信息及产品信息。

通过通过DOUYIN、TOUTIAO、百度、火山小视频、KUAISHOU手、朋友圈等信息流，发布展会信息。

2、内容输出

不同时间输出不同展会内容：包括：展会介绍、行业信息、参展企业内容、同期活动、产业资讯等多维度输出内容。

发布平台：搜狐、网易、凤凰、腾讯、人民网、新华网、百度、慧聪网、新浪、知乎、360、TOUTIAO、深圳新闻网、中华网等300多家媒体，超千条信息发布。

3、数据营销

短信及邮件：大会积累的50万条包括采购商、合作商、买家等数据以短信形式触达用户。

派发VIP门票：通过各大展会、全国市场等集中派发邀请函式门票，有效覆盖目标人群。

4、一对一邀请

与相关商协会合作：大会组委会将与各采购类商协会及媒体平台合作，组团邀请买家现场参观、交流与合作

一对一VIP邀请：核心买家进行一对一VIP邀请，以达到莅临展会、交流合作的目的。

5、硬版广告

社区广告：以深圳为核心辐射广州、珠海、中山等地，预计影响800-1000个社区，近500万人群。

地铁广告：深圳1、4、9等线路投放广告，投放期至少1个月。影响超500万人群。

公交站台广告。

线下实体店广告：以深圳为核心辐射广州、珠海、中山等地，预计影响800-1000个社区，近500万人群。

欢迎业界同仁踊跃报名参展TCMHE

2024，现正接受申请，请速与我们联系，索取参展合同及展位平面图，巩固您的市场地位！

知识科普：

展会通常吸引来自不同地区和不同行业的观众，这些观众具备一定的购买能力和决策权。参展商可以通过与观众的互动交流，了解他们的需求和意向，并与潜在客户建立联系，进一步拓展客户群体。通过与潜在客户的深入交流，参展商可以建立起可靠的业务关系，并将潜在客户转化为实际的合作伙伴。参展商通过展览会的平台，可以向观众和潜在客户展示其独特的产品和服务。他们利用展位设计、展示产品样本、演示技术和播放宣传视频等手段，吸引更多目标客户的关注。参展商需要在展会上充分展示产品的特点、优势和创新之处，以吸引潜在客户的眼球并引起他们的兴趣。