

转型升级全球布局 2024尼日利亚国际家庭用品礼品展览会

产品名称	转型升级全球布局 2024尼日利亚国际家庭用品礼品展览会
公司名称	中国国际会展集团-展览部
价格	.00/件
规格参数	名称:国外主题展 主办:上海新盟会展服务有限公司 亚洲:中国区域联合承办
公司地址	中国泰和经济发展区
联系电话	13764444238 13764444238

产品详情

融合23年线下线上办展、“O2O展览平台MatchupExpo.com”等资源，推出“O2O展”参展模式的超值权益，赋能参展商共享：实体展所有注册买家、“M平台”私域买家、引流买家等多重买家资源。

“O2O展”实现实体展前10天、展中及展后5天线上、线下买家配对、洽谈！

联动一 实体展会 联动二 数字展会 联动三 线上贸易

展会地址：拉各斯TBS

展览中心 展会平台：Matchup Expo

O2O展览平台 贸易平台：Match Market

B2B在线贸易平台

展会时间：2024年11月7-10日 展会时间：2024年10月28-11月10日 + 实体展后5天 贸易时间：报名参展

--实体展后5天

尼日利亚国际家庭用品礼品展览会（Home Show Nigeria）”始办于2017年，得到尼日利亚众多家用礼品进口商协会、拉各斯工商会、拉各斯州政府、尼联邦政府的大力支持，已发展为西非规模大的国际、家用礼品展览会。

2019 Home Show Nigeria净展出面积1000平，参展企业近100家，到会观众1万人，现场举办B2B配对336场次，大量展商现场签单，展贸效果很好。拉各斯州长、拉各斯工商会主席、中国驻拉各斯领馆参赞均莅

临开幕式并剪彩，规格之高在拉各斯罕见。主办方同期举办系列、主题演讲，提供大量开发当地市场的务实信息。

为保障展贸效果，Home Show在当地主流媒体、电台投放大量广告和报道，包括：《The Nation》、《The Punch》、《Market Business Highlights》、《Vanguard》、《The Guardian》、《Daily Sun》等；特邀尼国家电视台NTA、尼大私营电视台SilverBird及尼具影响力的网络平台Connect Nigeria等对展会全方位报道宣传；邀请拉各斯工商会及尼家用礼品行业协会如：HOCAN，AHWAD，Int'l Market Association of Electronics，Gifts And Promotional Items Dealers，Retail Council of Nigeria，COEASDAO N等协助展会宣传推广。另通过增值的定向宣传、点对点买家邀请、展商预登记网络配对、现场B2B配对等形式，提供更多商机。

同期举办的“拉各斯国际贸易展览会（Lagos International Trade Fair，简称LITF）”始于1981年，2023年为第37届，展期10天，是目前西非规模大的国际展。LITF展商来自非洲、欧美、亚洲等20多个国家，展出面积5万平，观众主要来自西共体国家。Home Show共享LITF买家、宣传等一切资源。

2020-2023 Home Show Nigeria借助自主研发的“Matchup Expo”全品类线上展览平台、B2B贸易平台，引入视频会议、3D、大数据、AI、直播等应用场景，“采用5天视频洽谈+365天网上展览”的模式，举办超过48场系列线上展览。

餐厨家用：厨房用品、餐桌用品、卫生清洁、收纳用具、浴室用品、家具与配件、母婴用品、日用消费品等

家庭装饰：灯具照明、人造花果、油画相框、装饰蜡烛、墙纸、软装饰品、工艺礼品、镜子挂钟、时尚创意、家居改进、五金工具等

家纺产品：床品床垫、蚊帐、厨卫纺织、沙发布、窗帘布、装饰布、靠垫地垫等

礼品办公：礼品工艺品、办公用品、箱包、旅游用品、薰香制品、贺卡、玩具、促销用品、珠宝首饰、个人用品等

节日派对：圣诞用品、节日派对饰品礼品、宗教饰品、饰品包装、焰火等

消费电子：大小家电、数码产品、视频音频、多媒体产品、家用/个人电子产品、电脑周边、平板显示、通讯产品、手机周边、移动终端等

花园园艺：草坪用品、露营用品、野炊烧烤、园林机械、花园用品、园艺工具等

美容运动：美容美发美甲、洗漱清洁、运动器械、运动用品、户外用品等

保健康复：按摩保健、矫正设备、康复用品、医用耗材、消毒用品、小型治疗仪器、残疾人辅助用品、美容美发等

市场巨大：尼是非洲大经济体和人口大国，人口超过1.98亿，中产阶级超过3800万，2019年GDP \$ 4745.17亿，近10年GDP年均增长6.8%。政局相对稳定，商业氛围宽松，对华人友好，具有低、中、高不同档次的消费群。

购买力强：OPEC成员国，石油储产量非洲，全球五大液化天然气出口国之一，支付能力很强。日益增长的人口和经济实力保证了尼购买力、消费能力。

辐射力强：拉各斯人口2千多万，海运贸易占西非70%，是西非主要商品集散地和重要的商品中转港，

对周边国家辐射力强，是中国通往西非的门户。

工业薄弱：制造业基础薄、刚开始工业化进程，90%的商品依赖进口，属于典型的消费市场。

双边贸易：2019年中尼双边贸易额\$192.8亿，同比增长26.2%。尼是我国在非洲第二大出口市场、第三大贸易伙伴。尼对中国的家居礼品；消费电子、家电产品及小型电子设备；假发、美容化妆品；肥皂和清洁剂；纸尿裤、婴儿护肤霜及洗漱用品等消费品需求巨大，中国商品供不应求。

转型升级全球布局 2024尼日利亚国际家庭用品礼品展览会