

## 香港礼品及赠品展可选展区—贸发局礼品展

产品名称	香港礼品及赠品展可选展区—贸发局礼品展
公司名称	深圳斯沃琪国际展览有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	地点:香港湾仔区 展馆:香港会议展览中心 举办方:香港贸发局
公司地址	深圳市龙华区东环一路1号青创园·东环汇A座718室
联系电话	18811888195 18811888196

## 产品详情

香港礼品及赠品展可选展区—贸发局礼品展

展会名称：2019年香港贸发局香港礼品及赠品展览会（Hong Kong Gifts & Premium Fair）

展览日期：2019年4月27-30日

年届：第34届

展览地点：香港湾仔博览道1号香港会议展览中心(港湾道入口)

规模：全球最大礼品行业展览会

主办机构：香港贸易发展局

可选展区：

礼品及赠品:宣传礼品及赠品、婴儿礼品、公司礼品、时尚首饰及饰品、小型摆设及装饰品、综合礼品、绿色礼品

其他产品:智能手机、平板电脑配件、行李及旅游用品、高级礼品、包装产品、派对及节庆用品、新婚贺礼及用品、个人及健康礼品、画框及相架、文具及纸品、科技礼品、测检及认证服务、玩具及体育用品、商贸服务、雨伞及户外用品、钟表

于2016年踏入第31届的香港贸发局香港礼品及赠品展，历史悠久，往绩辉煌，是全球规模最大的业内展览盛会。2014年，大会吸引了超过47,000多名国际买家到场参观，并有来自35个国家及地区的4,100多家参展商，展示创新的礼品及赠品意念，以及物有所值的优质产品。此外，会上设有18个展馆，分别代表不

同的国家、地区以及协会

全球展会代理

联系人：yoki（许小姐）微信：Serice-E

电话：0755-8314 8314-8011

传真：0755-8324 8324

网址：www.SWQ-Expo.com 地址：深圳市龙华新区民治民康路秋瑞大厦七楼715室

展会概况：

由香港贸易发展局主办、香港出口商会协办的第33届香港贸发局香港礼品及赠品展，已于2018年4月27至30日举行，成绩卓越。香港礼品及赠品展 规模全球最大

香港礼品及赠品展网罗全球35个国家及地区，4,360家本地及海外参展商，继续成为全球规模最大的礼品展，是企业发布新产品的理想平台。焦点展区「卓越廊」汇聚超过130个知名礼品品牌，其中包括首次参与展会的意大利品牌Pininfarina，其创新专利无墨笔成功吸引各地买家注目。大会亦紧贴潮流趋势，首设「露营及户外用品展区」，汇聚超过90家来自世界各地的参展商。为进一步迎合业界需求，现场设有多个产品专区，包括「时尚饰品」、「授权礼品」、「旅游用品及雨伞」、「初创专区」，以及「科技礼品」等等，有效提升采购效率。来自南非Giftwrap Trading Pty Ltd的买家Benjamin Du Toit大赞新设立的「露营及户外用品展区」，他于该展区物色了多款新颖的宣传礼品，包括便携烧烤炉、户外雨伞、露营用品套装及沙滩席等等。他亦向现有四间供应商当场下了总值300万美元的订单，更于展会认识了20家新供应商，亦计划向其中一家中国内地参展商购买价值20万美元产品。

2018年展会现场继续设“小批量采购专区”，展出近400个专柜，合共近4,000件小批量产品。四天展期合共吸引超过23,000名买家人次参观，缔造了近40,000个贸易联系。

——热门展会项目

香港春灯展HKTDC（2019年4/6—9日）

香港礼品展HKTDC（2019年4/27—30日）

香港春季电子展HKTDC（2019年4/13—16日）

香港秋季电子展HKTDC（2019年10/13—16日）

德国慕尼黑国际电子元器件博览会（2020年11/10—13日）

美国拉斯维加斯消费电子展CES（2020年1/7—10日）

西班牙巴塞罗那移动通讯展MWC（2019年2/25—2/28日）

慕尼黑（印度）国际电子元器件展（2019年9/25—27日）

企业参展要先看几要素

1. 展会性质。每个展览会都有不同的性质，从展览目的可分为形象展和商业展；从行业设置可分为行业

展和综合展；按观众构成可分为公众展与专业展；按贸易方式可分为零售展与订货展；以展出者划分，又有综合展、贸易展、消费展....凡此种种，不一而足。在发达国家，不同性质的展览会界限分明。但是在发展中国家，由于受到经济环境和展览业水平的限制，往往难有准确的划分。参展商应结合自身需要，谨慎选择。

2. 知名度。现代展览业发展到今天，每个行业的展览都形成了自己的“龙头老大”，成为买家不可不去的地方，如芝加哥工具展、米兰时装展、汉诺威工业博览会、广州全国出口商品交易会等。通常来讲，展览会的知名度越高，吸引的参展商和买家就越多，成交的可能性也越大。如果参加的是一个新的展览会，则要看主办者是谁，在行业中的号召力如何。名气大的展览会往往收费较高，为节省费用，可与人合租展位，即使如此，效果也会好于参加那些不知名的小展览会。

3. 展览内容。现代展览业的一大特点是日趋专业化，同一主题的展览会可细分为许多小的专业展。例如，同样是有关啤酒的展览会，其具体的展出内容可能是麦芽和啤酒花，可能是酿造工艺，可能是生产设备，可能是包将材料工技术，也可能是一场品牌大战。参展商事先一定要了解清楚，以免“误入歧途”。

4. 时间。任何产品都具有自己的生命周期，即新生、发育、成熟、饱和、衰退五个阶段。展出效率与产品周期之间有一定的规律，对于普通产品而言，在新生和发育阶段，展会有事半功倍的效果；在成熟和饱和阶段，展出的效果可能事倍功半；到了衰退阶段，展出往往会劳而无功。

5. 地点。参加展览会的最终目的是为了向该地区推销产品，所以一定要研究展览会的主办地及周边辐射地区是否是自己的目标市场，是否有潜在买力，必要时可先进行一番市场调查。曾经有一个生产拖鞋的厂家，想当然地认为非洲天气热则非洲人一定会购买其产品。到了那边才发现，非洲天气热不假，但那里一些地区的老百姓平时根本就不穿鞋。