

2020年上海工艺礼品展览会

产品名称	2020年上海工艺礼品展览会
公司名称	上海弼辉展览有限公司
价格	1.00/个
规格参数	礼品展 赠品:上海礼品展 工艺品:国际礼品展 日用品:家居用品 展
公司地址	上海市浦东新区龙阳路2345号
联系电话	13671669582 15921412885

产品详情

2020上海礼品展将汇聚礼品、促销品、会议礼品、福利及商务礼品、积分礼品、工艺品、家居用品等众多品类的供应商及制造商，为来自华东多个省份的近60000名来自礼品公司、批发商、零售商的专业观众和买家提供观摩样品、洽谈合作的高效平台。展会为江浙沪及周边地区的礼品渠道批发商、经销商、传统零售商、网络分销商及企业客户提供来自全国乃至海外、且经过市场选择的产品及品牌，有效协助买家捕捉潮流趋势，汲取灵感，规划品线，寻找优秀品牌、创意设计、实力工厂及优质供应商，建立联系、发展合作和定制采购。

2020第18届上海国际礼品、赠品及家居用品展览会

规模：40000平方米 展位：2000个 参展商：1200家 观众：60000人

一年两届

上半年：

时间：2020年7月2-4日

地点：上海新国际博览中心 SNIEC

(上海市龙阳路2345号/地铁2号线龙阳路站7号线花木路站)

价值主张：锁定华东礼品市场，搭建优质商贸平台

上海礼品展，中国礼品促销品家居用品一站式采购平台

--员工福利/商务馈赠/积分兑换/节日礼品/个人礼物/新奇特礼品/赠品促销品

直邮邀请买家——总量超过20万份的买家邀请函及展会信息，将通过直邮的形式发送到数万名专业观众手中，紧随其后，专业呼叫中心团队的工作人员将一对一的通知、邀请并提醒每一位专业观众光临展会。电话邀请买家——呼叫中心的86名客服专员展前三个月全天候电话邀请买家到场参观。电邮发布展会快讯——20万封展会快讯电子邮件将分阶段发送给数据库中的目标观众。短信邀请、提醒买家到场——覆盖数据库中的20万条业内数据+30万条终端客户数据。

专业媒体--展览会联合东方卫视、上海新闻综合频道、娱乐频道、纪实频道、星尚频道、第一财经频道等上海地区热门电视台强强出击；与《新民晚报》、《新闻晨报》、《文汇报》、《每周网络电视报》、《地铁快线》等上海当地知名报业媒体强势联合；利用新浪、腾讯、百度等网站覆盖信息圈，新浪微博、微信、今日头条、腾讯、搜狐新闻、新浪新闻等APP全面配合现场播报，专业精准电话、短信、电子邮件邀请，户外、地铁媒体全覆盖，打造展会立体宣传，让展会信息畅通无阻。

强大的宣传攻势——通过地铁、电视、网络、平面、电台、户外广告、商务办公楼电梯广告等7大宣传渠道。中央电视台、上海电视台及100多家行业媒体、报刊、杂志等广泛宣传展会，形成由上海辐射全国的媒体宣传网络。官方网站宣传——在宣传展会的基础，我们将努力推广大会官方网站，丰富网站信息内容，及时提供行业资讯、展商动态、参与展商网络链接。同时在百度优化搜索引擎及关键词设置，便于参观者搜寻“上海礼品展”展会相关信息，并在官网预登记参观信息。

微信宣传推广----及时更新微信公众号信息，发布最新参展商展品及公司简介，丰富公众号信息内容，及时提供行业资讯、展商动态、参与展商新品推荐，组织微信参观预登记营销活动。

集团买家面对面拜访——覆盖上海各大商务区，重点外滩、浦东、长宁等CBD商业中心的10000家企业，面对面拜访邀请集团买家参加展会，同时邀请江浙沪专业礼品市场的5000家商户到会参观。江浙沪、安徽、山东、福建、河南地区10大专业礼品市场邀请观展，重点覆盖上海、杭州、苏州、南京、合肥、郑州、宁波、无锡、常州、义乌等地区省市，组织买家代表团参观展会。

长三角地区千人组团、免费班车接送优质经销商、代理商、礼品公司参观展会。通过主办、承办单位外展客户关系及其驻外机构，在华使领馆等重点邀请海外采购商3000余家。强强合作，联合银行、证券、保险、医疗、服装、房地产、汽车等行业协会大力邀请会员单位前来观展订货行业数据库，大程度的涵盖了礼品行业、相关采购行业、采购部门的联系人，具有完整的联络信息。

VIP核心买家计划，实现贸易配对

VIP特邀贵宾计划是为中国前1,000家具有高影响力和采购力的礼品家居买家建立的高端商贸交流平台，众多具有采购需求和决策权的展会独家VIP

核心观众买家将与展商进行个性化客户约见，实现贸易配对。

新品发布会、推介会，多场高端论坛、VIP峰会，汇聚礼品设计、制造终端等领域专业人士，全程分享礼品市场最新潮流和时尚话题，并藉此寻找行业发展新热点，见证礼品行业变革新力量。

礼品企业要做好定位策略，找到市场接受以及需要的促销方法和手段，寻找到比竞争对手更加有吸引力的手段或者寻找到对手的空档，这样能够更好展示自己的品牌优势。

首先，企业需要对市场消费群进行细分，按照地域、年龄、性别等进行区分，了解消费者更能被哪种促销手段吸引，根据消费者的不同需要推出附赠赠品、折价出售、抽奖活动等促销手段。其次，需要注意的是伴随消费者消费水平的上升，价格战的市场魅力已经直线下降。因此，礼品企业的促销活动及内容应根据自身的发展策略进行统一安排，在规划促销模式时应有相应的整体统筹，而不是简单地追求销售量，更不能单一地使用“价格战”进行促销。

随着礼品行业的发展，品牌之间的争夺战也日益激烈，礼品企业尝试各种各样的营销方式，来试图抢夺消费者的关注度，建立自己独有的核心竞争力。但企业加强自身实力并根据自身情况做好发展策略才是关键。

联系人：沈家霞13671669582（微信同号），葛先生15921412885（微信同号）在线QQ：1030719508，121880638邮箱：1030719508@qq.com,121880638@qq.com