

2024第118届中国文化用品商品交易会|中国文具第一展

产品名称	2024第118届中国文化用品商品交易会 中国文具第一展
公司名称	展会信息平台
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2024上海文化展|上海文具展|上海文化会|中国文具展|上海世博会|办公用品展

2024第118届中国文化用品商品交易会

展会时间：2024年5月30日-6月1日

展会地点：上海新国际博览中心

主办单位：高百赢展览（上海）有限公司

支持单位：中国百货商业协会

展会介绍

CSF文化用品商品交易会(简称“CSF文化会”)自1953年创办至今，已成功举办117届展会，是亚太地区的文化和办公用品贸易平台。伴随行业变迁，CSF文化会不断嬗变与创新，每年6月在沪如期举办，被文化和办公用品行业公认为一年一度的行业盛会。

CSF文化会提供了文化和办公消费终端全产业链产品和服务，汇聚了制造商、经销商、批发商、零售商等群体，我们致力于将展会打造为企业品牌推广、新品发布、市场开拓、合作交流的平台。6月齐聚CSF文化会，了解行业前沿资讯、洞悉未来发展趋势。

2024年第118届CSF文化会将于5月30-6月1日在上海新国际博览中心|W1，E1-E6举办。展会由高百赢展览（上海）有限公司主办，中国百货商业协会支持。

创新战鼓擂动，2019年文化用品产业这几个关键词不得不提

盘点

文化用品产业关键词

Stationery

2019

”

时光荏苒，2019年已经在不知不觉中过去了二分之一，第113届中国文化用品商品交易会也已完美收官。回顾这半年，国内外经济环境虽复杂严峻，但科技创新发展迅速，可以说文化产业在“互联网+”时代下面临发展与变革的新格局与新挑战。

对此，CSF文化会提选出“5大关键词”，

总结2019文化用品产业发展特点，

探讨发展经验、面临问题、

应对策略与未来趋势，

以期促进中国文化用品产业可持续性健康发展。

01

资源整合

在经济持续下行压力下，行业公司呈现向头部公司聚拢整合，抱团取暖的趋势，通过高度整合行业资源，实现行业间跨界融合，由行业内头部资源组成链条，使全产业链形态基本完备，从而加强全产业链布局，在客观上推动了行业进一步发展。

作为全球文化用品企业进入的重要窗口，CSF文化会无疑汇聚着产业链资源，尤其值得一提的是，第113届展会丰富涵盖行业了16个品类，952家展商包含104家在会上亮相推广，覆盖文化消费终端全产业链产品和服务。伴随展会全面开启的线上商贸配对活动，更是可以在会前根据需求选定感兴趣的产品或品牌配对，一对一定制，高效便捷，助力资源整合。

02

原创内容

在内容为王的时代，随着技术商大举洄游，原创内容**成为实现文化产业链延伸的基础，文化产业通过打造新的内容产品和再造生产管理流程，实现“自我造血”。

以故宫博物院为首的大批原创品牌如雨后春笋般成长起来。kinbor、九口山、三年二班、初品等都追求原创，注重设计，以期打造精而美的文具，讲述温暖的品牌故事，传递生活中的小感动。

智能文创

在前沿文化产业领域中，科技融合与产业创新日益紧密，颇具未来感的“智能文创”将引领下一阶段的产业升级，即通过人工智能+来带动传统文具行业，深度结合促进发展。以互联网平台化和数据服务为主导的技术，基于大数据和***的综合服务平台技术，以用户画像、VR技术和人工智能为主导的互联网电商平台，第三方支付、数字资产及***等技术融合影响的交易模式，会逐渐扮演更重要的角色。

第113届CSF文化会邀请到坐拥巨额线上**的天猫出席备受瞩目的同期论坛。会上，天猫公司利用自身的大数据优势，从大环境、消费者与业务方向对文具行业进行了全面解析，并与参会人员共同探讨了C2M模式在文具行业的可能性。同时，本届展会以“金榜题名”为主题，联合天猫618活动，通过线上线下的联动推广推动学讯采购潮，打造涵盖学生文具、书包、杯壶、文具礼品、学生电子产品等文化用品范畴的一站式采购平台。

绿色环保

在经济快速增长的同时，资源浪费、环境污染等弊端也在不断暴露。随着对环保要求的**，绿色环保低碳的文具受到广大消费者的青睐。自我国颁布了《学生用品的安全通用要求》，其中对文具安全提出了标准，并陆续出台一些行业规范后，“绿色环保文具”也成了很多厂商的主打产品。

为了大限度地减少资源的消耗，越来越多的企业选择从设计到生产，均遵循极高的质量标准，大限度地延长产品的使用寿命，**资源的利用率。随着近期垃圾分类的实施，保证产品的使用寿命结束后可顺利回收也是选材时的关注重点。绿色环保已是大势所趋，“绿色设计”渐渐在文具领域浮出水面。

体验价值

现下沉浸式体验成为线下空间赋能的主要出路，搜索量**达到数十倍，各行业对沉浸式体验的营销达到新高度。近几年由于政府对于文化产业的支持补贴，复合式书店、创意生活馆等快速发展起来，给予消费者大化的场景营造，增加他们的体验感是变革的本质所在。

围绕消费体验打造独特的文创场景，通过模拟学习或办公环境，让消费者触摸、把玩、体验产品的真实性，给予他们的感受，同时让文具实现创意化增加其附加值。今年的第113届CSF文化会规模是空前巨制的，展出面积在2018年4.6万平方米的基础上扩至5万平方米，原因便是在去年5个展馆的基础上新增一个了OE10品牌馆，各受邀品牌均在场景打造上下足了功夫，观众进馆参观咨询时间明显增长。

新高度造就新挑战

2020年6月9日-11日

上海新国际博览中心 E1-E6馆

第114届中国文化用品商品交易会

邀您携手共赴更高！