

2021日本东京养老展（老博会）/2021日本养老康护博览会

产品名称	2021日本东京养老展（老博会）/2021日本养老康护博览会
公司名称	上海捷盼会展服务中心
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市松江区九亭镇龙高路1号-3
联系电话	18616981016

产品详情

日本养老展市场分析：日本是世界人口第十大国，同时也是世界上人口老化最严重的国家之一，所以人口老化成为日本人口领域中最突出的问题，使老年人口社会保障、劳动力需求等问题成为令人十分关注的问题。日本是继美国之后的世界第二大医疗市场，医院病床的数量逐年增加。日本身为亚洲经济的龙头，拥有雄厚的经济实力与强大的购买力。近年来日本医疗器材进出口市场增长势头强劲，这对致力于开拓日本市场的国内企业来说是不可多得的良机。2021年日本东京养老展2021年日本养老用品展览会展会时间：2021年03月17-19日主办单位：BTIX

株式会社（BOUTIQUES,INC）展会地点：日本·东京主办单位：BTIX 株式会社协办单位：关西银发服务协会，老年人住宅经营者联络协商会，银发服务振兴会，全国介护养老院协会，日本活跃社区协会，日本卫生材料工业协会，日本营养学家协会，日本介护协会，日本介护支援专家协会，日本介护食品协会，日本护理管理学会，日本职业治疗师协会，日本残疾人康复基金会，日本福祉用品供给协会，日本养老院助理协会，日本物理治疗师协会，福利住房环境协调员协会联系方式：Care TEX 中国组展组团单位——上海福贸展览服务有限公司联系人：谢小姐电话：021-61200958手机：18616981016（同微信）E-mail：1054348312@qq.comQQ：1054348312参展收益：1. 开拓养老产品和设施销售渠道未来预计不断增长的养老产业需求，为养老产品、设施、服务提供企业拓展业务提供了强有力的市场空间。CareTEX展会上，将有众多养老设施需求方到场，非常适合开拓销售渠道。2. 获得全新客户和订单众多以“养老商品及设备的采购和批发”为目的的业界顶尖人士会到场，让您在既有客户之外，还能吸引全新客户并可现场接到订单、报价，商讨交货日期与oem业务等，是进行具体商务洽谈的绝佳机会。3. 快人一步，产品进军新领域近年来，养老产业以其独有的高融合度，吸引了越来越多的不同产业企业加入，比如流通业和服务业。在CareTEX

现场您可以快人一步，接触并与这些新加入的产业企业人士商谈，有效开发新的销售渠道并开拓客源。4. 直面采购决策者，结交顶级专业人士众多养老行业知名社长，采购负责人会莅临本次CareTEX日本东京养老展。可通过展会直接结识平常很难联络到的行业大咖和企业决策者，是扩大公司业务、进行专业高端人士推广的绝佳场所。展会亮点：1. 帮展商“预约客户”对于展商无法直接联系到客户，由主办方直接联系，并预约至展商展位商谈。让展商与客户直接面对面沟通，进行产品销售和企业推广。2. 只限专业观众，一般消费者、学生、未满十八岁谢绝入场专业观众包括：护理、养老机构（收费养老院，特别养护老人院，老人保健机构，家庭式养老院等）居家养老业务（日间照料中心，短期居留护理，上门护理，上门沐浴，居家养老护理服务商，介护出租车，上门看护等）医院、康复机构（医院，诊疗所，康复机构，大学附属医院，老人医疗机构等）护理流通相关企业（护理用品销售店，租赁用品业主，护理

用品批发，租赁批发等）各种物流相关企业（百货店，超市，药局，家居店，量贩店，邮购公司等）设计、施工公司（设计事务所，施工公司，建筑公司等）其他专家3.中国展商独有“日本养老”定制根据中国展商需求定制“日本养老考察行程”，包含：日本养老项目考察、养老机构参观、重量级专家学者和政府官员拜访交流、养老行业协会等组织交流、标杆项目打造培训学习、日本文化体验等。展商服务：1.为展商提供培训：展会开始之前3个月，为企业管理人员和销售人员，就“如何利用展会接到订单进行商务洽谈”、给出完整的方案。传授“如何在展会上进行商务会谈”等具体操作诀窍、提高展商洽谈的成功率。2.免费为展商进行宣传：在入场券和展会官网，免费刊登展商的商品信息。另外，展会结束之后，也将对展商进行持续报道，全年支持展商的营销活动。3.提供【参展商品介绍】的说明会场：在展会县城，将为展商的新品发表会议提供场地支持。展商可以一次性针对多数来场者仔细地进行新产品说明，与展位联动、有效的开展商务会谈。让展商的产品被更多的媒体及观众看到。4.提前发布参展商品指南书：为了提高参展效率和针对性，提前一个月将参展商品指南书送到观众和展商手中，为高效、深层次的商务洽谈做准备。买家邀约：1.百万入场券：搜集全国养老设施、养老事业者，各种流通关系业者与新社区总体营造企业、团体等关键人物，发送约150万枚的入场券。2.最高管理层优待：确保业界的决策人物到场，为董事长、ceo、部长等设置专门的休息室和其他多种VIP优待，3.电多种形式邀约：通过种渠道和方式邀请介护设施、养老业从业者、主打护理和保健用品的各类中介企业、养老社区投资公司和开发商、计划建设康养项目、特色小镇、养老社区的政府机构管理人员、社会团体等来场对象，做到确保来场客源。4.媒体推广：在行业杂志、网站等刊登广告的同时，做定期的公开宣传活动，发表及拓展CareTEX信息，利用媒体传播吸引更多观众到场。5.专业学习分享会，吸引高层次观众：邀请业界精英做讲师，举办专门学习分享会，吸引更多专业人士及决策性人物参展。6.通过官网邀请：开展前的约三个月开始，开设专用官方网站，网站也将罗列参展商品的信息，吸引采购负责人关注，促进有刚需观众到场。部分知名企业包括：燕达金色年华、大爱城、安徽静安集团、九如城、都好养老、绿城养老、朗诗常青藤、远洋、浙江随园、中国人寿、光大汇晨、太平养老、固安来康郡、声望听力、中国建筑研究院集团、中国建筑技术集团、德国Bock、大韩贸易投资振兴公社、上海邦邦、管家帮、乐老汇、中科西北星、友松国际、杭州淑洁、松本护理、大王南通、德国杜斯曼、拜斯倍斯、萧氏地毯、华龄安康、华康健康、青岛护适通、广州柏颐、永泰红礪、鄂东医养、幸福颐养（排名不分先后）

参展收益：1.开拓养老产品和设施销售渠道未来预计不断增长的养老产业需求，为养老产品、设施、服务提供企业拓展业务提供了强有力的市场空间。CareTEX展会上，将有众多养老设施需求方到场，非常适合开拓销售渠道。2.获得全新客户和订单众多以“养老商品及设备的采购和批发”为目的的业界顶尖人士会到场，让您在既有客户之外，还能吸引全新客户并可现场接到订单、报价，商讨交货日期与oem业务等，是进行具体商务洽谈的绝佳机会。3.快人一步，产品进军新领域近年来，养老产业以其独有的高融合度，吸引了越来越多的不同产业企业加入，比如流通业和服务业。在CareTEX现场您可以快人一步，接触并与这些新加入的产业企业人士商谈，有效开发新的销售渠道并开拓客源。4.直面采购决策者，结交顶级专业人士众多养老行业知名社长，采购负责人会莅临本次CareTEX日本东京养老展。可通过展会直接结识平常很难联络到的行业大咖和企业决策者，是扩大公司业务、进行专业高端人士推广的绝佳场所。展会亮点：1.帮展商“预约客户”对于展商无法直接联系到客户，由主办方直接联系，并预约至展商展位商谈。让展商与客户直接面对面沟通，进行产品销售和企业推广。2.只限专业观众，一般消费者、学生、未满十八岁谢绝入场专业观众包括：护理、养老机构（收费养老院，特别养护老人院，老人保健机构，家庭式养老院等）居家养老业务（日间照料中心，短期居留护理，上门护理，上门沐浴，居家养老护理服务商，介护出租车，上门看护等）医院、康复机构（医院，诊疗所，康复机构，大学附属医院，老人医疗机构等）护理流通相关企业（护理用品销售店，租赁用品业主，护理用品批发，租赁批发等）各种物流相关企业（百货店，超市，药局，家居店，量贩店，邮购公司等）设计、施工公司（设计事务所，施工公司，建筑公司等）其他专家3.中国展商独有“日本养老”定制根据中国展商需求定制“日本养老考察行程”，包含：日本养老项目考察、养老机构参观、重量级专家学者和政府官员拜访交流、养老行业协会等组织交流、标杆项目打造培训学习、日本文化体验等。展商服务：1.为展商提供培训：展会开始之前3个月，为企业管理人员和销售人员，就“如何利用展会接到订单进行商务洽谈”、给出完整的方案。传授“如何在展会上进行商务会谈”等具体操作诀窍、提高展商洽谈的成功率。2.免费为展商进行宣传：在入场券和展会官网，免费刊登展商的商品信息。另外，展会结束之后，也将对展商进行持续报道，全年支持展商的营销活动。3.提供【参展商品介绍】的说明会场：在展会县城，将为展商的新品发表会议提供场地支持。展商可以一次性针对多数来场者仔细地进行新产品说明，与展位联动、有效的开展商务会谈。让展商的产品被更多的媒体及观众看到。4.提前发布参展商

品指南书：为了提高参展效率和针对性，提前一个月将参展商品指南书送到观众和展商手中，为高效、深层次的商务洽谈做准备。买家邀约：1.百万入场券：搜集全国养老设施、养老事业者，各种流通关系业者与新社区总体营造企业、团体等关键人物，发送约150万枚的入场券。2.最高管理层优待：确保业界的决策人物到场，为董事长、ceo、部长等设置专门的休息室和其他多种VIP优待，3.电多种形式邀约：通过种渠道和方式邀请介护设施、养老业从事者、主打护理和保健用品的各类中介企业、养老社区投资公司和开发商、计划建设康养项目、特色小镇、养老社区的政府机构管理人员、社会团体等来场对象，做到确保来场客源。4.媒体推广：在行业杂志、网站等刊登广告的同时，做定期的公开宣传活动，发表及拓展CareTEX信息，利用媒体传播吸引更多观众到场。5.专业学习分享会，吸引高层次观众：邀请业界精英做讲师，举办专门学习分享会，吸引更多专业人士及决策性人物参展。6.通过官网邀请：开展前的约三个月开始，开设专用官方网站，网站也将罗列参展商品的信息，吸引采购负责人关注，促进有刚需观众到场。