



项目总结报告

展会概述

01

数据统计

02-05

立体宣传

06-07

展区展团

07-09

展会活动

09-11

展会预告

11

联系方式

12





01 展会概述

展出时间：2014年3月13日-16日

展出地点：中国国际展览中心（北京）

展览面积：50000平方米



参展单位：**1003** 家

展位数量：**2052** 个

参观人次：**60083** 人次

“第29届北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会”于2014年3月13日-16日在北京中国国际展览中心（老国展）举办。

北京礼品展经过15年的积淀，以细致入微的专业服务，向行业市场展示最新鲜最全面的行业动态，为礼赠品企业提供纵深市场的整合营销平台，为展商制造市场商机，为观众带来一场集“新”“齐”“独”“特”为一身的礼品盛宴。

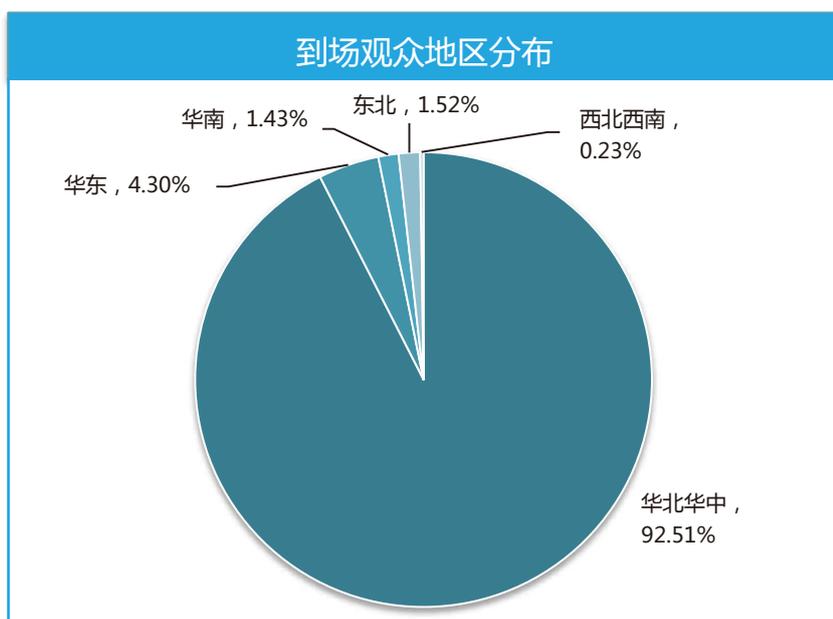
展会汇聚了高档商务礼品、家居装饰产品、品牌电子产品、家庭日用品、工艺品、玩具及婴幼儿用品、旅游及户外用品等，展品种类丰富，设计新颖，满足您商务馈赠、企业福利、品牌宣传促销等全方位礼品采购需求。

作为北方礼品第一展，北京礼品展凭借励展博览集团、励展华博展览有限公司及北京群学展览有限公司三方无可匹敌的行业资源优势，肩负搭建贸易平台的责任，在引领行业趋势、产品潮流方面有着风向标作用。凭借强大的实力和行业地位，展会毋庸置疑的在中国北方地区礼品展会中一枝独秀，被业内誉为“中国北方第一礼品展”。

02 数据统计

通过对北京礼品展 1003 家展商及 60083 人次观众的预留信息分析，得出下列数据：

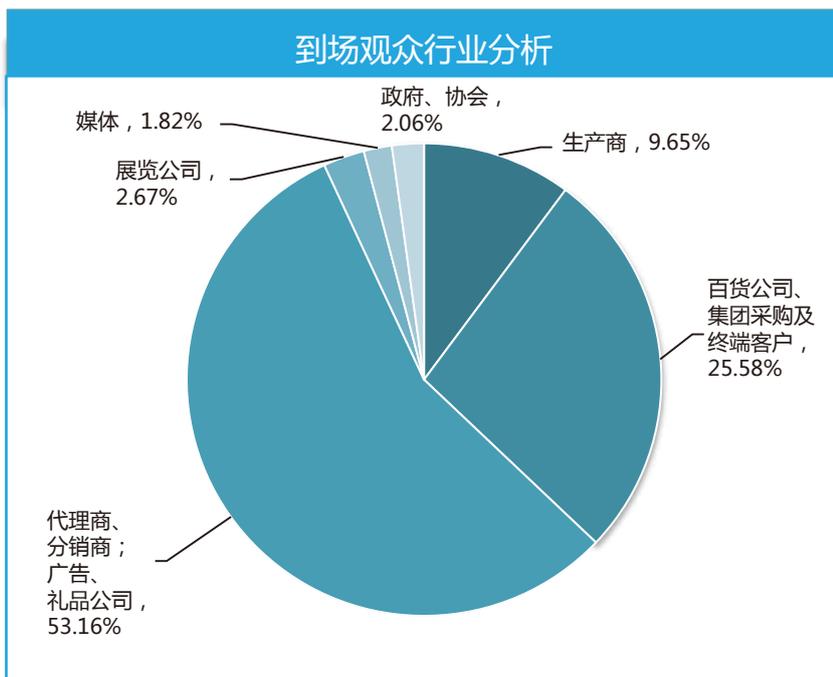
观众数据分析



排名前三的观众来源城市

及比例：

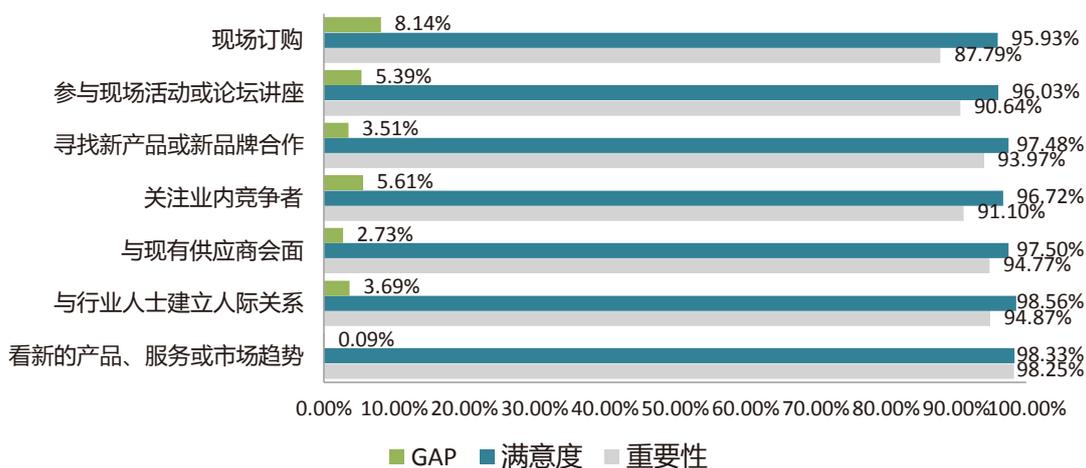
1. 华北华中，**92.51%**
2. 华东，**4.30%**
3. 东北，**1.52%**



排名前三的观众行业及比例：

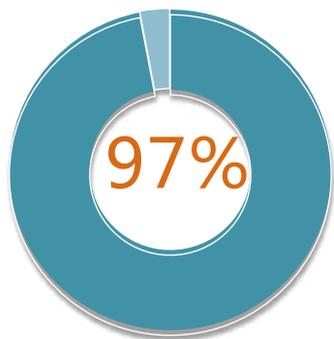
1. 代理商、分销商、广告公司礼品公司，**53.16%**
2. 百货公司、集团采购及终端客户，**25.58%**
3. 生产商，**9.65%**

到场观众观展意图及满意度对比调查分析（抽样调查）

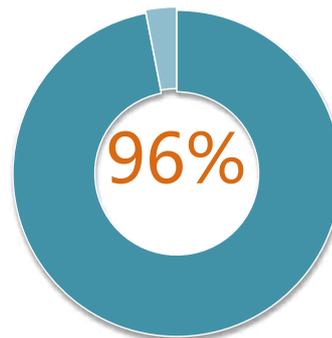


注：因现场填写调查问卷的不完整性，所以调查的基数不同，因此可能会造成调查的不准确性。

97%的观众对本届展会表示满意

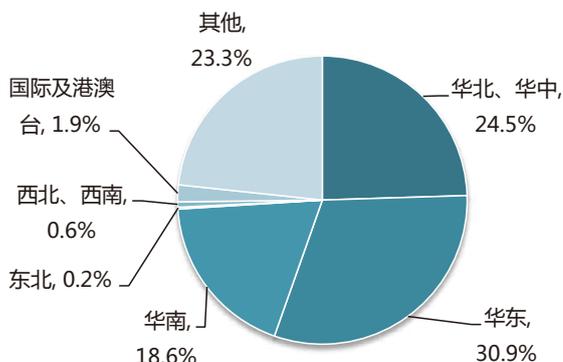


96%的观众表示会继续参加下届展会，并推荐本展会给朋友



展商数据

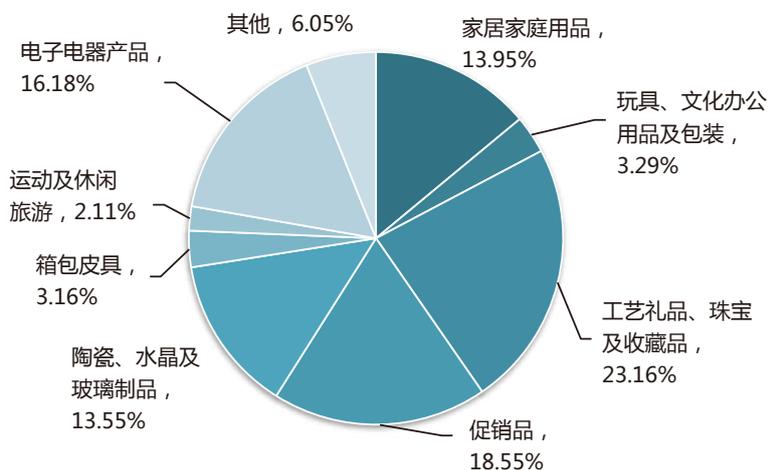
参展展商地区分布



排名前三的展商来源地区及比例：

1. 华东地区 30.9%
2. 华北、华中地区，比例 24.5%
3. 华南地区，18.6%

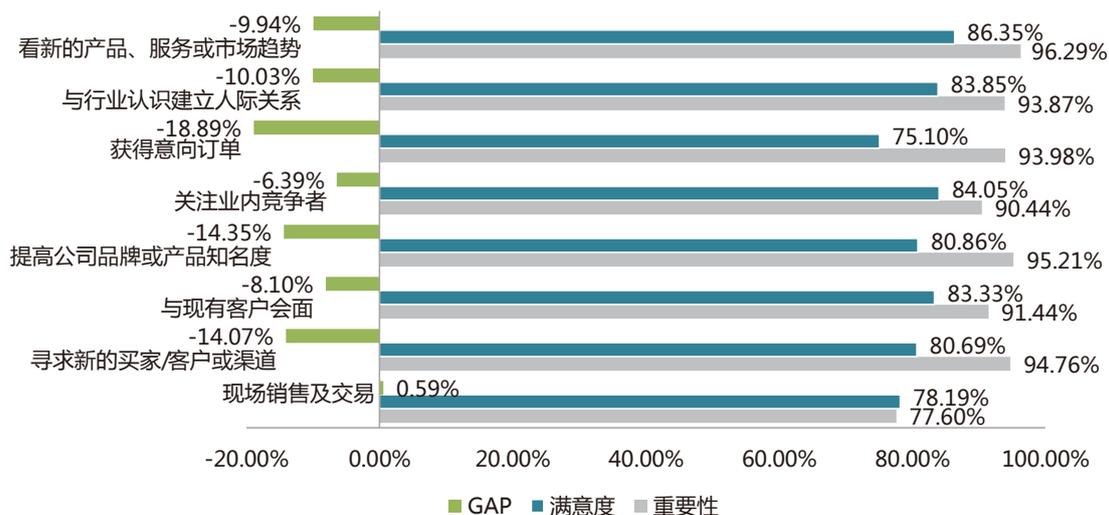
参展展品种类分布



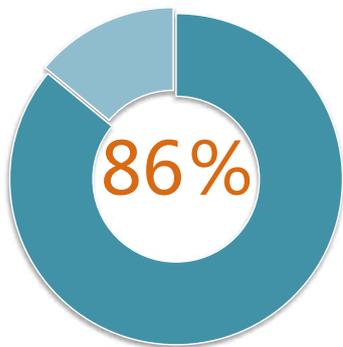
排名前三的展品种类：

1. 工艺礼品、珠宝及收藏品，**23.16%**
2. 促销品，**18.55%**
3. 家居家庭用品，**13.95%**

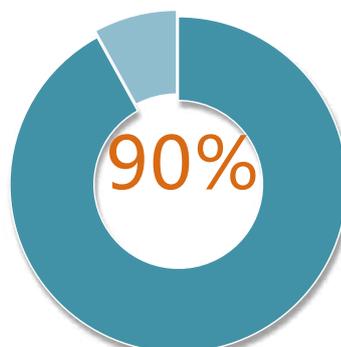
参展企业参展因素及满意度调查分析（抽样调查）



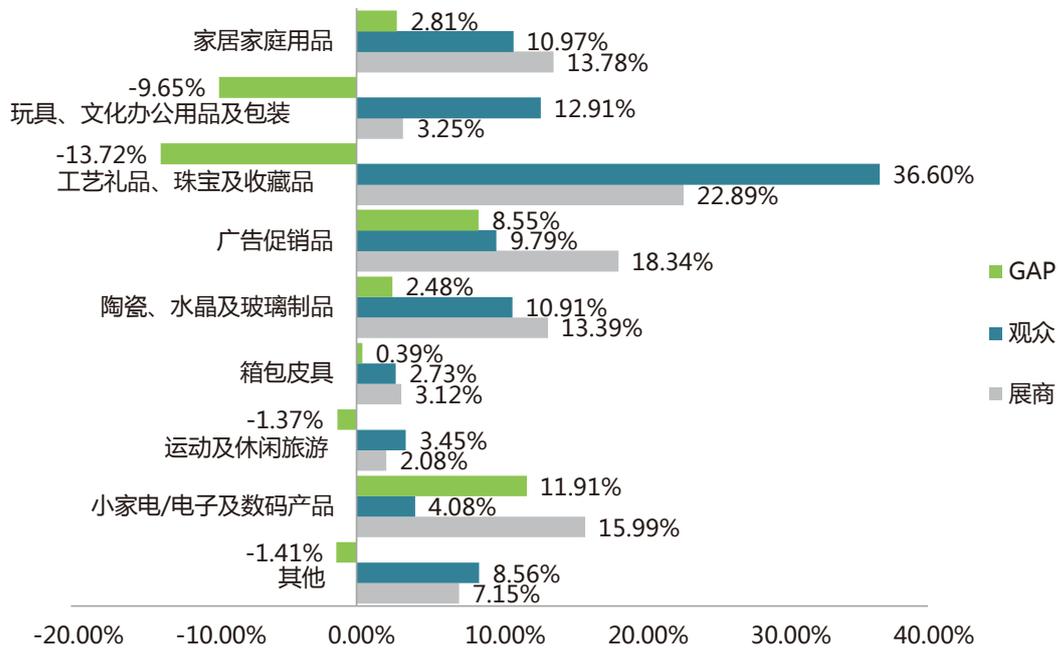
86%的展商表示对本届展会表示满意



90%的展商表示会继续参加下届展会



本届展会展品种类与观众期望展品对比分析



目前展会中 **未达到** 观众期望寻找的展品种类有：1、工艺品、收藏品；玩具、2、文化办公用品及包装；3、运动及休闲旅游品

知名展商

采购&渠道商



北京元隆雅图文化传播有限公司
北京红辉行商贸有限公司
欧迪办公(中国)北京分公司
北京时尚元素文化发展有限公司
北京紫瑞阳光文化发展有限公司
北京法诗丹纳文化发展有限公司
北京侨亚共兴商贸有限公司
北京中奥通宇科贸有限公司

北京礼邦兴业科技发展有限公司
沈阳温馨礼品百货商行
青岛商之桥经贸发展有限公司
太原市莱瑞商贸有限公司
武汉翠园礼品有限公司
山东君发礼品有限公司
南京新金洋礼品世界
苏州市怡生缘百货商行

03 立体宣传

本届展会举办正值励展华群成立 15 周年，无论是对展会本身还是对展商的宣传规模都是空前的。在结合了平媒、网媒及会员营销等常规手段的同时，我们也积极拓展“微”营销和跨界的合作渠道，部署周密的宣传推广方案，对展会进行了全方位的深入宣传。

媒体合作



合作行业及大众媒体共 **268** 家

发布新闻稿 **857** 次

banner 推广 **51** 个

展会及展商专题报道 **19** 次

4 大报纸发起“报花换礼”活动

E 推广 (EDM/微信、微博)

展前发送礼品展专题 EDM，从展会特色展品到优秀展商推荐，再到展会现场特色活动预告，总计发送 **6** 次，影响近 **20** 万用户，提高展会观众提前预登记并成功到场率达 **46%**。



EDM



微信

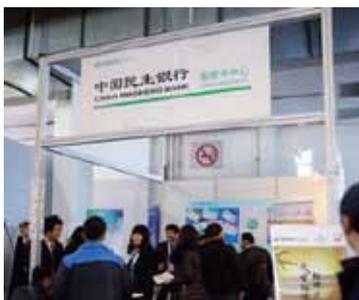


微博

序号	类目	发送日期	频次	预计时	主题/内容
1	EDM	1月13日	周一	展前8周	莅临北京，结识1500家礼品供应商！
2		1月23日	周一	展前7周	年度TOP5，2013最受员工喜爱的福利礼品！
3		2月17日	周五	展前4周	新春特礼品抢先登记可获展会门票
4		2月28日	周五	展前3周	展会原创品牌介绍
5		3月4日	周五	展前2周	介绍可互动及礼品美化和玻璃互动活动
6		3月11日	周五	展前1周	介绍展会现场户外产品
7		3月18日	周五	展前1周	介绍展会现场户外产品
1	微信	1月14日	周二	展前8周	公司新闻(平安)、行业新闻
2		1月17日	周五	展前8周	中华礼物一真谈、行业新闻
3		1月24日	周五	展前7周	年会推荐、行业新闻、中华礼物一真谈
4		1月26日	周二	展前6周	春节祝福、2013励展华群事件罗列(嘉宾支持)
5		2月13日	周四	展前4周	闹元宵、新气象、展前一个月倒计时、特色展商名单
6		2月18日	周二	展前3周	微信预登记送好礼(礼品待定)
7		2月21日	周五	展前3周	展会论坛主题嘉宾预告
8		2月25日	周二	展前2周	展会论坛主题确定及预告、2014优先报名
9		2月28日	周五	展前2周	行业新闻、其他预告
10		3月7日	周五	展前1周	微信预登记送好礼提醒、行业新闻
11		3月12日	周三	展前0周	开幕倒计时提醒、展会产品分类、论坛活动及邀请提醒、天气提醒
12		3月13日	周四	开幕	展会当日图片分享、明日活动预告
13		3月14日	周五	开幕	展会当日图片分享、明日活动预告
14		3月15日	周六	开幕	展会当日图片分享、明日活动预告
15		3月16日	周日	开幕	展会感谢
16		3月20日	周四	展后1周	展会回顾 优秀产品展示
17		3月25日	周二	展后2周	展会供应两信息展示、行业新闻
18		3月26日	周三	展后2周	行业新闻

“微信”与“微博”同步实时发布并更新展会及行业最新信息，并在微信端口加载观众预登记入口和展会互动专区，并开展“关注励展华群礼品展，赢好礼”活动。服务于近 **4万** 移动终端用户，真正做到服务“零距离”。

跨界新合作（民生银行、京东商城）



特邀请民生银行高质量贵宾客户 **30000 余人** 参观此次展会，同时，民生银行现场为有意向的展商和观众办理大额信用卡，并解答和办理短期、小额、无抵押和担保的贷款。为展会现场带来潜在买家共 **158 人**。



跨界联合京东商城线上平台，开启首届京东O2O礼品展线下体验会，京东 **10 家** 电商企业组团参加了本届展会。京东也借力本届展会进行招商，现场达成意向客户 **36 家**。

04 展区展团

中华礼物馆

本届展会特为经营中华传统特色产品的 **204 家** 展商设立中华礼物馆：**40 家** 来自宜兴产业基地的紫砂企业，**19 家** 唐山日用瓷企业，及江西省工艺美术研究会的参展企业 **21 家**，和来自景德镇陶瓷协会的 **16 家** 陶瓷展商，与其他 **108 家** 经营中华特色礼赠品的企业入驻，为推广中华民族传统特色品牌助力。



国际风情团

为促进礼赠品行业国际合作，本届展会联合各国大使馆，为来自**韩国**、**日本**、**泰国**的展商开辟**500平米**的国际精品展区，各国知名品牌携带各自特色产品参展。



“红星奖”获奖作品展、沈祖尧可口可乐收藏展

“红星奖”旨在围绕建设创新型国家的战略目标，通过每年一届的评选，表彰中国企业的优秀设计产品——这也与展会的主旨不谋而合。一批优秀的“红星奖”获奖企业诸如“元隆雅图”“华为”“花色”等也加盟了本届展会，提升展会品质的同时为展会增添了与众不同的气息。



“可口可乐沈祖尧收藏展”以极强的可视性和趣味性在展会上大放异彩。沈祖尧先生携300余件，经20多年来于美、日、英等多个国家收集的可口可乐促销品出席本次展会。可口可乐的产品百年如一日，但其凭借丰富多彩的促销品在不同阶段为产品注入了全新的亮点，为提升产品附加值起到了不可忽视的作用，这也正是礼赠品行业快速发展的原因所在。

更多展区展团

除上述展示区，本届展会还吸引了“深圳电子商会”的 **8家** 企业，及中华海峡两岸文化观光产业发展协会的 **20家** 企业入驻展会。为东南沿海礼赠品企业在内地拓展业务平台，促进南北方市场互动提供平台。



05 展会活动

3 场论坛，**5** 场体验活动为展商传道行业最新商机，为其拓宽行业渠道提供机会。

华群讲堂——传统礼品企业如何进行商超拓展

第 **4** 届“华群讲堂”作为礼品展的特色会议活动，紧跟当前的行业发展趋势，以“传统礼品企业如何进行商超拓展”为主题，为到场展商传道：网络的迅速发展，经济形势的风云变幻给礼品业带来的全新契机。现场吸引了 **50 余** 家展商进行了热烈讨论。



京东 POP 开放平台礼品招商论坛会

为了使展商更深一步接触电商，主办方携手电商巨头京东商城举办“京东 POP 开放平台礼品招商论坛会”，活动现场吸引了 **150 余** 家展商与京东负责人进行了热烈的探讨。众展商纷纷表示此活动为他们零距离接触电商巨头，进军电商市场提供了机会，拓宽了业务渠道。未来，“店商+电商”或将成为大部分礼赠品企业的主要经营模式。



首届礼品经济（北京）高峰论坛

北京礼品流通协会联合主办方励展华群举办了“首届礼品经济（北京）高峰论坛”就“后十八大的经济环境为企业带来的机遇和挑战”为主题，为厂商在大经济环境下制定企业战略和发展规划提供了有力支持，在经济快速发展、风云变换的今天，管理、服务与流通等环节越是精简、就越能促进经济发展，企业的收益也才能最大化。



健康生活方式进家庭现场体验活动

人们对绿色健康生活的追求随着目前亚健康的人数越来越多而成为礼品行业新宠。本届展会通过5场体验活动，从睡眠、运动、饮食等方面为经营此类产品的展商提升新产品知名度提供服务。平均每场活动到场人数为 **50人**。礼品展为展商拓宽的是不仅是人脉和行业渠道，更能使其发现和抓住最新商机。



06 展会预告

第30届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会

展出时间：2014年8月14日-17日

展出地点：中国国际展览中心（北京）

展览面积：50000平方米

预计参观人数：60000人



2014上海国际礼品、促销品、家居用品创意展览会（秋季）

展出时间：2014年8月29日-31日

展出地点：上海世贸商城&上海国际展览中心

展览面积：20000平方米

预计参观人数：40000人



07 联系方式

参展咨询：

马小姐

Tel: +86 10 5933 9166

E-mail: Kleif.ma@reedhuaqun.com

参观咨询：

路小姐

Tel: +86 10 5763 1700

E-mail: carol.lu@reedexpo.com.cn

市场合作：

李小姐

Tel: +86 10 5933 9196

E-mail: xiaodan.li@reedhuaqun.com

展会网址：www.giftsbeijing.com

官方微信：



主办单位/Organiser

 Reed Huaqun Exhibitions

北京励展华群展览有限公司
励展华博展览(深圳)有限公司成员

北京市朝阳区新源南路1-3号平安国际金融中心A座15层

Unit 01-03,05, 15th Floor, Tower A, Ping An International Financial Center, No.1-3, Xinyuan

South Road, Chaoyang District, Beijing 100027,China