展会预告

4月　深圳

第二十五届中国（深圳）国际礼品、工艺品、钟表及家庭用品展览会

2017年4月25-28日　深圳会展中心

6月　成都

第九届中国（成都）礼品及家居用品展览会

2017年6月23-25日　成都世纪城新国际会展中心

8月　上海

2017上海国际尚品家居及室内装饰展览会

2017年8月3-5日　上海新国际博览中心

10月　深圳

第二十五届中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会

2017年10月20-23日　深圳会展中心

报名热线：励展华博展览(深圳)有限公司
地址；上海市裕通路100号宝矿洲际商务中心42楼
联系人：冯冬明（先生）　　电　话：021-54995547　　传　真：021-54993541
手　机：13122552507　　Q Q号：874428866　　邮箱：fengdongming@163.com

招展函

ufi Approved Event

GIFTS & HOME 礼品|家居·中国

Reed Huabo Exhibitions
励展华博展览(深圳)有限公司

蒋承文 董事长

励展华博展览(深圳)有限公司

我非常荣幸地邀请贵公司参加励展华博展览（深圳）有限公司将于2016年10月20-23日在深圳会展中心举办的第二十四届中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会。

深圳礼品家居展多年来汇聚行业精英，引领时尚风潮，不断上演采购盛事，2,500家参展商，5,100个展位，15万人次专业观众，现已成为国内历史悠久、规模宏伟、参观人数众多、成交量高的礼品及家居用品展览会 。

2016年10月，中国礼品家居展再次精彩起航，9大展馆全部开放，云集礼品家居业翘楚及原创新星，展会更多亮点呈现，为买家提供更加丰富的选择。预计将吸引十五万代理商、分销商、批发商、礼品公司、百货商场、集团采购及终端用户前来采购各种商务礼赠品及时尚消费品，再度引领中国礼品家居的潮流趋势。

励展华博将通过新闻广告宣传、专业市场推广、对口买家邀请、社交媒体等多种推广方式齐头并进，涵盖全国重点区域的纸媒、网站、电视、电台等渠道，在海内外的专业市场及展会进行推广，呼叫中心一对一邀请参观，全方位锁定对口买家。此外，励展华博还凭借完整、周密的展览组织策划、富有创新精神的年轻队伍、高素质的资深人才，致力提供专业而卓越的服务，并且不断改进，顺应产业的发展和时代的变化打造“365天不落幕的展会平台” 采取了以官网为主，结合微博、微信、App、短信等方式，使得网站全年新品展示不断，行业新闻与企业亮点随时宣传，没有展会的时间段供需双方也能达成高效的信息互动，为提升行业运转效率作出了有益尝试。

作为亚太地区规模宏伟的专业展之一，深圳礼品家居展已成为以贸易、技术交流、市场开拓为轴心的高速中转站，联通海内外。金秋十月，深圳会展中心将再次见证中国礼品家居业的繁荣。我们期待您由此开辟一方礼品世界里精彩而崭新的商业天地！

请参阅后页资料了解更多详情，或访问展会官方网站：www.reedhuabo.com了解最新资讯。

顺颂商祺！

※国际展览联盟认证展会资质信心保证

励展华博展览（深圳）有限公司旗下在深圳举办的“礼品/家居•中国”系列展会以其宏伟的规模、深远的影响力在2005年度获得了国际展览联盟（UFI）的认证。截止到2016年，全球仅有684个企业或者展馆通过了国际展览联盟（UFI）的认证，而其中就有深圳礼品家居展览会的两个席位，这表示励展华博展会的国际性和专业性都将是参展商和买家的信心保证。

※重视知识产权保护 政府律师共同护航

励展华博礼品展荣膺广东省会展知识产权保护示范单位，展览会知识产权的保护工作档案已纳入《全省知识产权十点示范工作会议材料汇编》，与广交会、高交会等知名展会一起作为广东省会展知识保护示范单位，展会现场更设有“保护知识产权办公室”，现场十多位专业律师共同为展商服务，在会展业树立起知识产权保护的旗帜。

※市场促进行业扩张 礼品家居共同发展

励展华博礼品展自2000年来展品范围不断扩张，家居产品类发展势如破竹，其中家庭用品、家纺、家居装饰、餐桌用品、厨房用品电器等队伍不断壮大，新品牌发布会上，励展华博正式宣布礼品家居共同发展的重要方向。励展华博将与礼品家居行业展商一起拓展中国国内巨大市场，打造共赢采购平台。

※国内国外观众参与 集团政府加入采购

每年两次的行业盛会吸引国内及海外观众超过15万人次出席参观，行业买家包括代理分销公司、礼品及广告公关公司、百货连锁商场、礼品批发商、大型集团及政府终端采购等。

- 每年4月和10月的黄金采购季，励展华博在深圳奉献中国最大的礼品及家居用品展览会
- 24年的悠久历史，时间积累与沉淀，造就无可匹敌的行业人脉与底蕴
- 极具竞争力的价格、品种繁多的优质产品、创新的原创设计为买家提供丰富选择
- 每年此时，全国礼品家居行业的专业买手、最具实力的行业领头人汇聚深圳，缔结合作并引导市场趋势
- 通过全球展业协会UFI权威认证，标志为高品质的专业展会
- 被业界买手誉为必到展会，以卓越产品展示及服务为买家采购新产品及联络供应商提供绝佳环境

WHY JOIN US?

为什么参展?

* 展商及买家评语

邓灿/品牌经理

昂驰动画设计有限公司

我们和实体的产品有些不同，我们属于京基旗下一家做动画的子公司，做电影周边的产品，17年1月有个大电影要上，先期把周边的产品做出来，跟着大电影的推广宣传，一起发出去。主办方跟我们深度地配合这次展会，我们也接触到很多的合作商，包括商务合作或者是工厂代理商，感觉聊得也挺不错的，以后也会有更深度的合作机会。买家比较多元化，产品分得比较细，可能大到生活家居，小到文具都会有，买家来自全国各地，远到青海、东北，所以说主办方在邀请买家这方面力度还是蛮大的，在深圳礼品展有更多的商业机会，也是对自己品牌的一个宣传，主办方在前期的沟通、搭建、施工，后期的这些推广宣传方面，都做得不错，期待有更多的合作。

石坚/总经理

茶蜜智能茶杯

茶蜜是在全球范围首发的一款智能茶杯，我们把中国500年的功夫茶的泡法放在小小的芯片里面，这个茶杯非常的聪明，让中国茶的泡法在年轻人身上得到充分的使用，买家情况非常好，挺出乎我们意料，我们想针对年轻人，没想到吸引了很多资深茶客，我们对这次展会非常有信心，谈了很多合作，希望今后会在市场方面，通过这次展会的首发取得比较好的成绩。买家来自很多地方，全国各地，新疆、四川、成都、西北、东北、我们以前定义的北上广深的城市人群，没想到偏远地区很多人也喝茶，也很接受我们的方式，展会令我们更加确认了对市场的观察和理解，也有很多海外买家过来，最感兴趣的有新加坡人、台湾人、韩国人，所以下一步会做出口这个市场。作为一家设计公司，我们做的都是为客户订制，大概2年以前开始做自己的品牌，通过和展会来的同行互动和切磋，希望我们以后找到更多的合作伙伴，深圳礼品展是在礼品行业非常高规格的一个展会，从展会管理、保安、服务都是非常完美的。

陈峰/高级能源管理师

广州众恒光电科技有限公司

来展会主要是寻找在商超里面销售、跟我们公司相匹配的一些供应商，看了有好几家，有些也是我们的合作伙伴，在台灯这块也是做了2、3年了，过来找寻些新的款式，更换旧的款式，再看下有无新、好的、有创意的东西，想找寻一些新的供应商参与进来，丰富我们的产品线，像有音响功能的台灯、带Wi-Fi功能的，这些都是一些比较智能化的东西，调光调色，也是目前比较流行的一些元素。第二次来参观展会，产品种类非常丰富，可以说是琳琅满目，各种生活用品、家用电器、生活用品、茶具这些东西都非常齐全，这是一个很好的平台，每年春秋季都会过来看展。

Thin You Goh/总监

R.G.Sport Sdn. Bhd

第一次从马来西亚过来，代表马来西亚礼品协会来参观，主要是采购衣服、电子类产品，比如说电子行车记录仪，现场找到很多满意的展商，展会规模大，产品多，提供很多选择，主办方提供的买家专场配对服务我很满意，可以提前预约对口商家，十月份还会过来看。

合作媒体

礼多多	中国供应商	中国工艺品信息网	全球加盟网	深圳会展网	勤加缘	中国家纺网
时尚饰界	中国商务礼品网	中国家居网	全球钟表网	中国行业会展网	全球资源网	中国厨房用品网
中国制造网	中华陶瓷网	中国饰品网	全球纺织网	中国酒店采购网	西部酒店用品网	华衣网
中国礼品网	中国陶瓷餐具网	中国毛巾网	工礼网	瓷库中国	E展网	南方通讯
中国杯壶网	中国钟表网	中国佛教用品网	蒸汽巴士	中国户外用品网	中国汽车用品网	大蒸汽家
蒸汽多	威普网	蒸汽部落				

部分终端企业买家

深圳航空公司	上海浦发银行	长沙广和百货	华为软件技术有限公司
中国移动	招商银行	华侨城集团	加多宝（中国）饮料有限公司
中国电信	中国建设银行	中航地产	壳牌统一石化
中国百胜餐饮	中国人寿	深业地产集团	沃尔玛中国投资有限公司
中国燃气集团	中国平安保险	深圳万科集团	TCL集团
圣庭苑酒店	南昌百货大楼	上海特力集团	腾讯科技
深圳东方银座美爵酒店	深圳茂业百货	李锦记健康产品集团	佳能（中国）有限公司
喜来登酒店	辽宁兴隆百货集团	修正药业	中兴通讯股份有限公司

支持单位

中华全国工商联合会礼品业商会
广州文具行业协会
广州万菱广场
广州德进小商品批发城
广州德宝交易广场
广州金晋精品广场
广州谊园文具玩具精品批发中心
广州沙溪国际酒店用品城
广州白云世界皮具贸易中心
广州八达通国际商品贸易港
广州五湖四海文具交易中心
惠州义乌小商品批发城
中国贸促会惠州市支会
中国国际商会惠州商会
广东高科技商会采购团
深圳笋岗文具玩具批发专业市场
深圳市玩具行业协会
深圳工艺美术行业协会
深圳满京华艺展中心家居饰品综合市场
深圳世纪工艺品文化广场
深圳水贝珠宝城
深圳黄贝岭古玩城
深圳市狮子会贵宾团
发现资源—礼品工艺品杂志
深圳龙岗义乌小商品批发城
深圳航城艺都民族工艺精品综合市场

深圳市电子烟协会
深圳市电子烟行业协会
电子烟行业协会
深圳三联水晶玉石文化村
沈阳礼品商会
中国国际商会东莞玩具行业商会
东莞市玩具协会
东莞市茶叶行业协会
东莞市东城鼎好广场
东莞市国际茶叶展览贸易中心
东莞和生文具批发市场
东莞市东玩玩具礼品行业服务中心
东莞悦和义乌小商品市场
东莞千煜发义乌小商品市场
东莞艺展中心
佛山广东南国小商品城
佛山中国陶瓷城
佛山市顺德区家电行业协会
浙江省平阳县商务礼品协会
中国国际商会中山商会
中国贸促会中山市支会
中山市台商投资企业协会
珠海玩具礼品行业观摩参访团
广东省潮州市陶瓷行业协会
广东省汕头市澄海玩具协会
天津玩具礼品行业观摩参访团

山西省礼品行业贵宾参观团
昆明礼品行业协会
武汉市工艺礼品行业协会
武汉市温州商会礼品分会
福建省商务礼品协会
杭州礼品城
贵州玩具礼品行业观摩参访团
辽宁玩具礼品行业观摩参访团
河南玩具礼品行业观摩参访团
苏南地区玩具礼品行业观摩参访团
黑龙江省礼品行业贵宾参观团
湖南省礼品行业贵宾参观团
江西省礼品行业贵宾参观团
广西省礼品行业贵宾参观团
山东省礼品行业贵宾参观团
广西省礼品行业贵宾参观团
甘肃省礼品行业贵宾参观团
安徽省礼品行业贵宾参观团
河北省礼品行业贵宾参观团
陕西省礼品行业贵宾参观团
四川省礼品行业贵宾参观团
湖北省礼品行业贵宾参观团
重庆市礼品行业贵宾参观团
安徽省礼品行业贵宾参观团
徐州礼品商会
揭阳市塑胶行业协会

展会信息

展览名称：第二十四届中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会

展览日期：2016年10月20-23日

展览地点：深圳会展中心1、2、3、4、5、6、7、8、9号馆

主办机构：励展华博展览（深圳）有限公司

规　　模：101,500平方米

展 位 数：5,100个

开放对象：贸易展会，限业内人士参观，谢绝十八岁以下人士入场

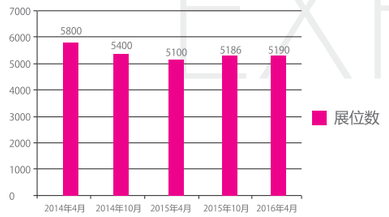
产品类别

- 小家电及数码产品
- 家庭日用品
- 陶瓷
- 文具及文化用品
- 促销广告类
- 水晶及玻璃制品
- 箱包皮具
- 运动休闲旅游用品
- 家居装饰品
- 珠宝及时尚饰品
- 收藏品
- 食品类
- 烟具
- 包装及纸制品
- 美容保健产品
- 赠品类、五金用品
- 智能产品
- 工艺礼品
- 钟表
- 家纺用品

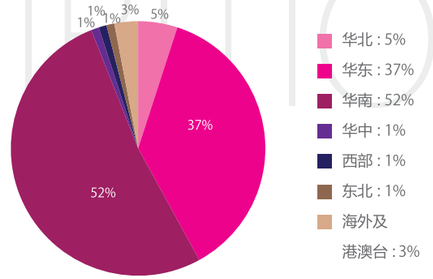
INTERNATIONAL GIFT & HOME PRODUCTS EXHIBITION

* 展商及买家数据

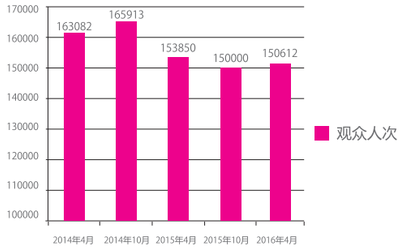
历届展位数



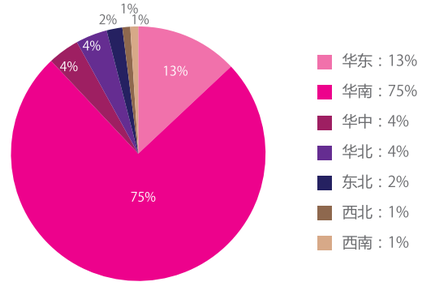
上届参展商地区分布



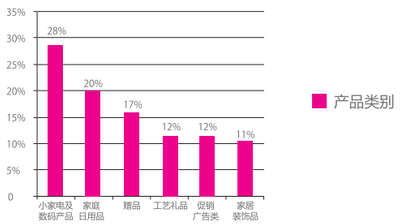
历届观众人次



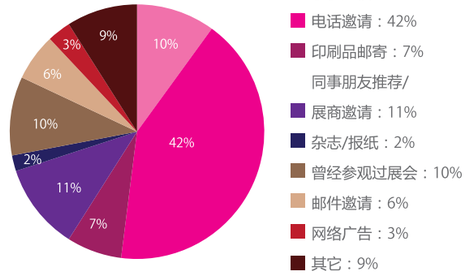
上届国内买家地区分布



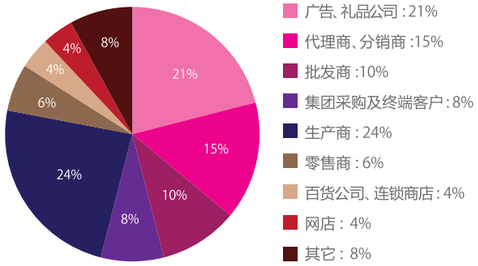
上届买家感兴趣采购的产品类型前列



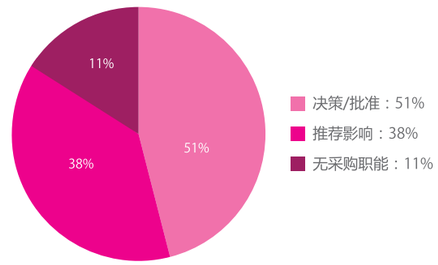
上届国内买家了解展会渠道



上届观众来源分析



上届观众采购职能分析



*以上数据均来源于励展华博展览（深圳）有限公司及澳龙科技信息（上海）有限公司

联系励展华博
报名热线/业务投诉

↓

提交参展申请表
填妥参展申请表

↓

励展华博专人跟进
营销人员了解客户的需求

↓

安排展位
双方详细沟通，客户选择满意的展位

↓

付款
选定展位号
励展华博发出付款通知书
客户付款到指定账户

↓

发出确认书
励展华博确认收到款项后
发出《参展确认书》，客户凭确认书到展会现场报到

参展申请表

参展流程：①传真申请表及营业执照 ②挑选展位 ③付款 ④主办发出“参展确认书”确认参展资格。

参展联系：励展华博展览（深圳）有限公司

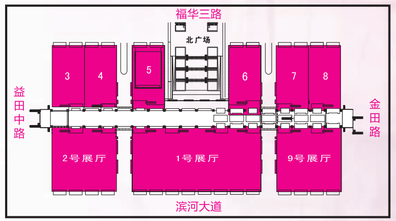
Part1 第一部分	公司信息				
以下内容将被刊登在展位楣板，展览会会刊及展前宣传资料上，请以正楷认真填写。					
公司性质	□生产商	□代理、经销商	业务类型	□内销	□出口
公司名称（中文） （英文）					
地　址（中文） （英文）				邮编_____	
电话				传 真	
电子邮箱				公司主页	
请填写贵司的具体负责人联系方式					
负责人姓名（中文）		负责人姓名(英文)		手机	
直线电话		传 真		电邮	
请填写贵司负责本次参展事宜的联系人					
联系人姓名（中文）		联系人(英文)		手机	
直线电话		传 真		电邮	
Part2 第二部分	参展产品类别（最多只能选择3类主要产品）请打“√”				
□工艺礼品	□箱包皮具	□家居装饰品	□收藏品	□赠品类	□烟具
□促销广告类	□运动休闲旅游用品	□珠宝及时尚饰品	□食品类	□五金工具	□其它类
□陶瓷	□家庭日用品	□钟表	□包装及纸制品	□文具及文化用品	
□水晶及玻璃制品	□家纺用品	□小家电及数码产品	□美容保健产品	□智能产品	
展品简介（中文简介不超过20字）	（中文）				
	（英文）				
Part3 第三部分	展位选择(主办单位填写)				
展位配置说明 每个大方铝展位标准配置包括：桌子1张、椅子2把、射灯2盏、纸篓、电源插座1个、地毯、楣板。					
展位选择　展馆：_____ 展位号：_____					
	单开口 ￥_____元×_____个		￥_____元×_____个		
	双开口 ￥_____元×_____个		￥_____元×_____个		
	光　地 ￥_____元×_____㎡		￥_____元×_____㎡		
	(凡搭建2层高的特装展位，需另交50%的展位费用。)				
价格合计 ￥_____元					
Part4 第四部分	展商须知(励展华博公司保留最终解释权)				
• 展期内禁止零售，以保证展览秩序及维持贸易展会的专业性。 • 严禁私拼、转让展位，一经发现将永久取消其展位申请资格，并拒绝其参加励展华博公司在各地举办的展览会。 • 对于展会现场摆放的产品类别与申请表上所填内容不相符的企业，励展华博公司将保留追究其责任的权利。 • 对于违反以上参展须知的企业，励展华博公司有权请其离开及查封其展位。					
Part5 第五部分	选择以下推广套餐，请打“√”				
□ A钻石推广套餐	□ B金牌推广套餐	□ C银牌推广套餐			
Part6 第六部分	确认签名盖章				
本公司已阅读并同意遵守主办机构励展华博展览（深圳）有限公司制定的参展细则及条款。					
	签名及盖章		日期		

* 展位分布

- A区
- B区
- C区

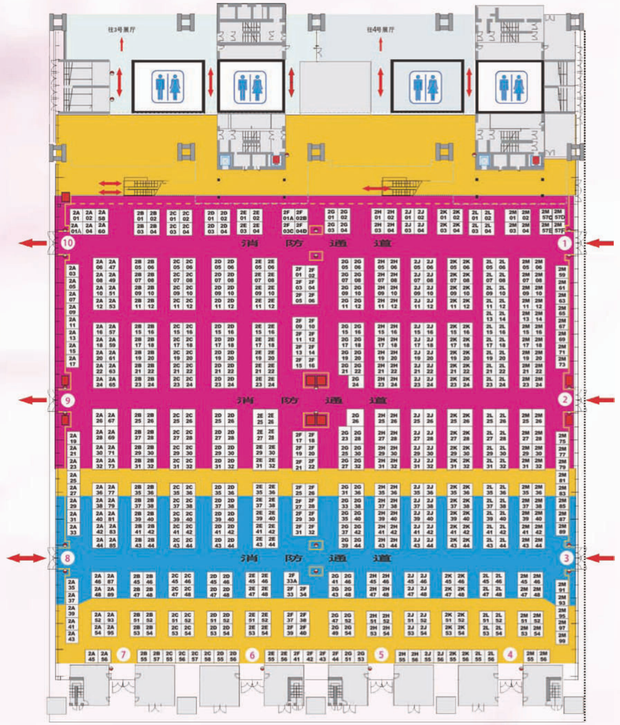
北门广场

展会用馆分布图示



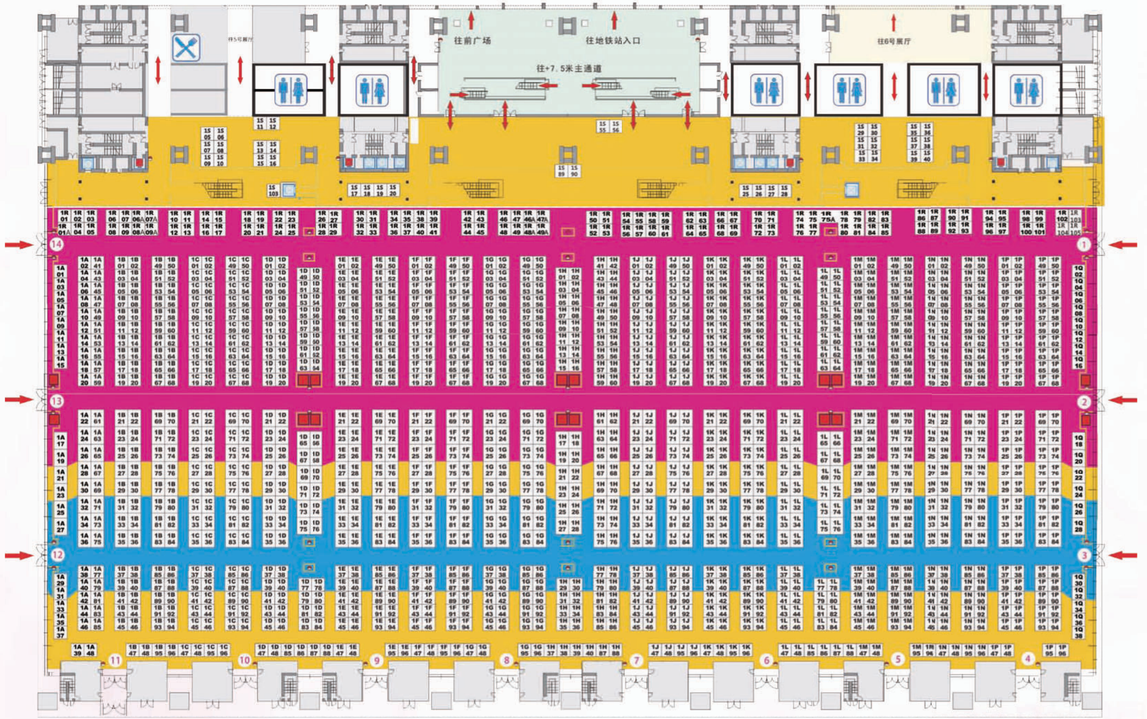
2号展厅 Hall2

- 陶瓷、玻璃、塑料、政府组团



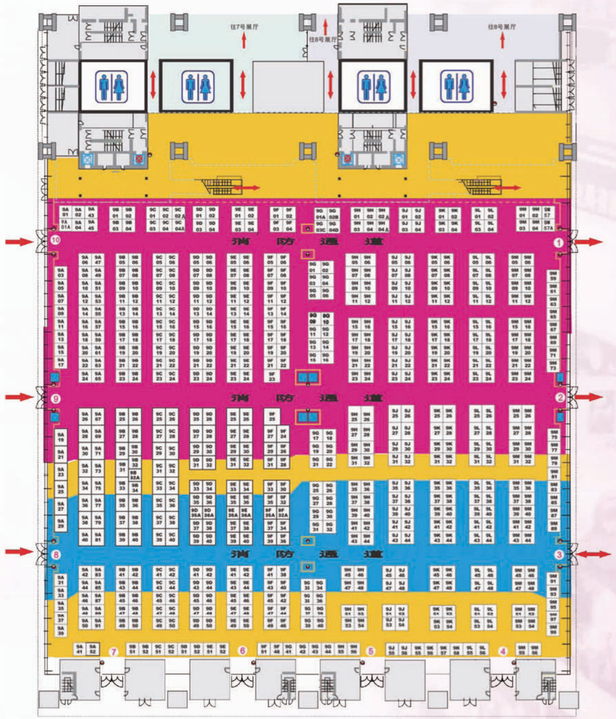
1号展厅 Hall1

- 工艺品、电子电器馆



9号展厅 Hall9

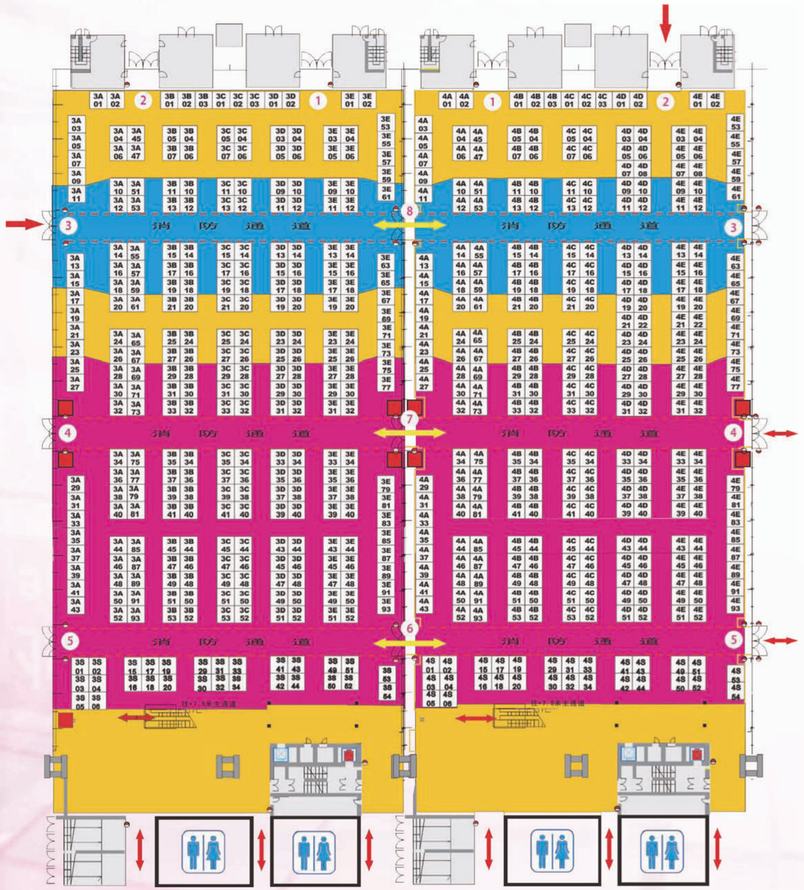
- 厨房用品、家纺、杯壶、佛禅茶香



* 展位分布

3号展厅 Hall3

- 电子烟　　参展联系人：陈小姐
  电话：15218746134

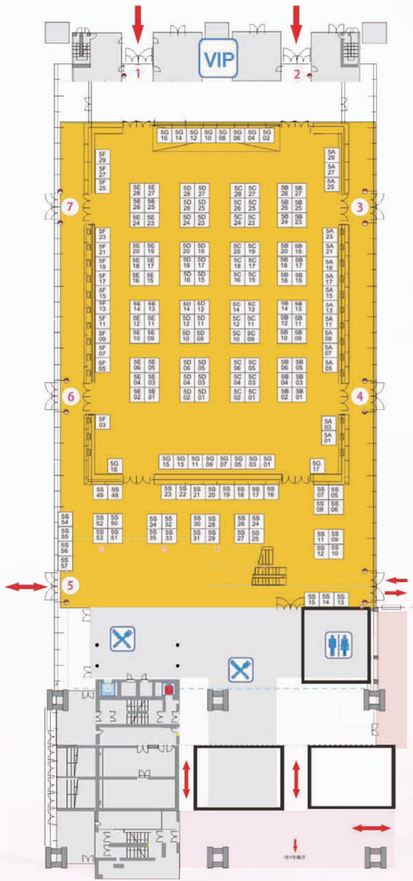


4号展厅 Hall4

- 原创设计馆

5号展厅 Hall5

- 国际馆

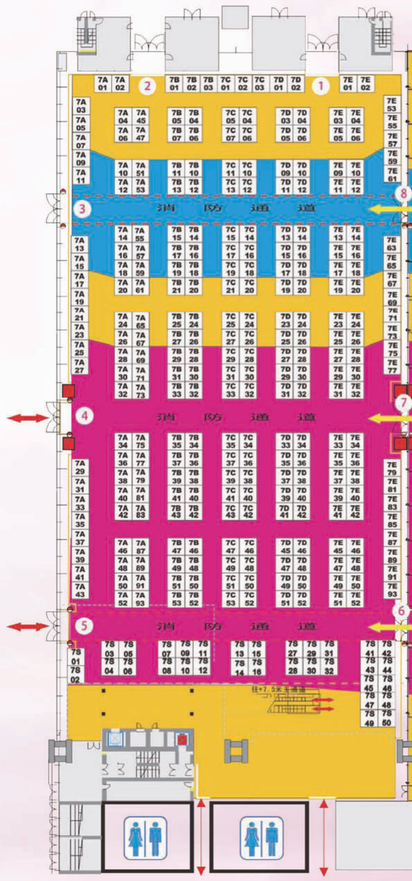


6号展厅 Hall6

- 文具、制笔、文化用品馆

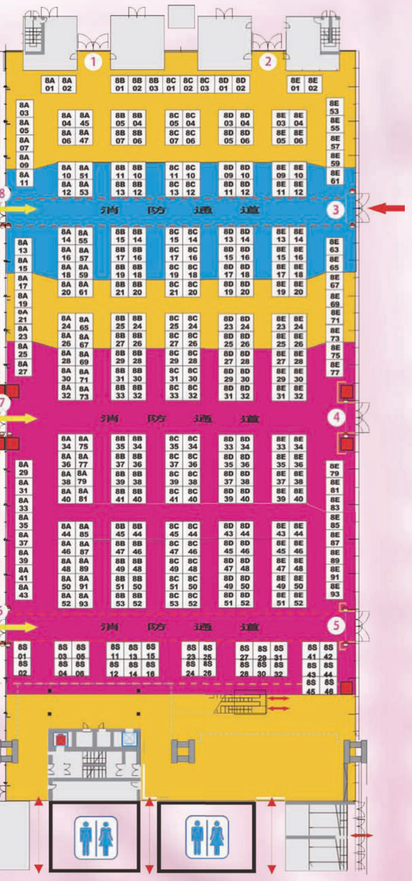
7号展厅 Hall7

- 毛巾、箱包皮具、户外休闲旅游用品



8号展厅 Hall8

- 电子电器、3C数码、智能家居



2016年10月展览会展位价格表

展　馆		展位面积（平方米）	展位类型	单价（元/个）	光地价格（元/平方米）
1号馆	A区	9	单开口	￥16,500	￥1,750 双开口加￥1,100/个
			双开口	￥17,700	
		12	单开口	￥21,900	
			双开口	￥22,700	
	B区	9	单开口	￥15,700	￥1,690 双开口加￥1,100/个
			双开口	￥16,900	
		12	单开口	￥21,000	
			双开口	￥21,900	
	C区	9	单开口	￥15,200	￥1,630 双开口加￥1,100/个
			双开口	￥16,400	
		12	单开口	￥20,300	
			双开口	￥21,200	
2/9号馆	A区	9	单开口	￥15,000	￥1,620 双开口加￥1,100/个
			双开口	￥16,000	
		12	单开口	￥19,600	
			双开口	￥20,800	
		16	单开口	￥25,400	
			双开口	￥26,400	
	B区	9	单开口	￥14,400	￥1,550 双开口加￥1,000/个
			双开口	￥15,300	
		12	单开口	￥19,000	
			双开口	￥19,900	
	C区	9	单开口	￥13,800	￥1,500 双开口加￥1,000/个
			双开口	￥14,700	
		12	单开口	￥18,200	
			双开口	￥19,100	
3/4/6/7/8号馆	A区	9	单开口	￥11,400	￥1,200 双开口加￥800/个
			双开口	￥12,200	
	B区	9	单开口	￥11,000	￥1,170 双开口加￥800/个
			双开口	￥11,800	
	C区	9	单开口	￥10,600	￥1,140 双开口加￥800/个
			双开口	￥11,500	
5号馆（海外价）		9	单开口	￥13,220	￥1,390
			双开口	￥14,180	
礼贸通		/	/	￥800	/

注：1、每家展商需加收800元礼贸通推广费。　2、以上价格不含税，增值税点另外加6%。　3、光地最小起订面积为36平米。
4、5号馆价格已含税点及礼贸通费用。

拥有升级服务　获取最大参展效果

服务内容	说明	规格及内容
A 钻石推广套餐—16000元（限10个）		
参观指南广告	展会现场发放，发行量4万册。	内页1P
电子邮件宣传	电子邮件展前直接推送至20万专业买家邮件中。	325*200规格产品图片+公司名+展位号+产品简介
展前预览（印刷品）曝光	展前30天邮寄至专业买家，发行量6万册。	产品图+公司名+展位号+产品简介
礼贸通APP赠送更多产品展示	手机移动平台更多产品曝光机会。	产品图片+产品简介
参观证广告	展会现场出入证件。	5000个证件背面，93MM*72MM(宽*高)广告位置
VIP服务处宣传单页装袋	将宣传单页直接投递至少2000VIP买家袋	宣传单页装袋
B 金牌推广套餐—8000元		
参观指南（印刷品）广告	展会现场发放，发行量4万册。	内页1P
电子邮件（网络类）宣传	电子邮件展前直接推送至20万专业买家邮件中。	325*200产品图片+公司名+展位号+产品简介
展前预览（印刷品）曝光	展前30天邮寄至专业买家，发行量6万册。	产品图+公司名+展位号+产品简介
礼贸通APP 赠送更多产品展示	手机移动平台更多产品曝光机会。	产品图片+产品简介
C 银牌推广套餐—5000元		
参观指南（印刷品）广告	参观指南（印刷品）广告	内页1P
官网新品（网络类）展示	官网参观专区下设新品展示栏目；官网主页随机滚动推广。	产品图片+文字介绍+联系方式

参观证广告

电子邮件广告

展前预览广告

参观指南广告

主办服务

VIP服务区
钻石买家服务区
手机应用下载中心
知识产权中心
媒体采访报道
珠三角免费巴士报道
预先登记观众服务

展会整合营销推广

1、呼叫中心邀请专业买家到场
2、报纸/杂志新闻广告宣传
3、走访各地专业市场行业协会
4、全国行业及海内外门户网站高调推广
5、参加全国各地同类型展会
6、与部分银行合作邀请贵宾买家到场
7、全国十大重点城市巡展
8、微信推广

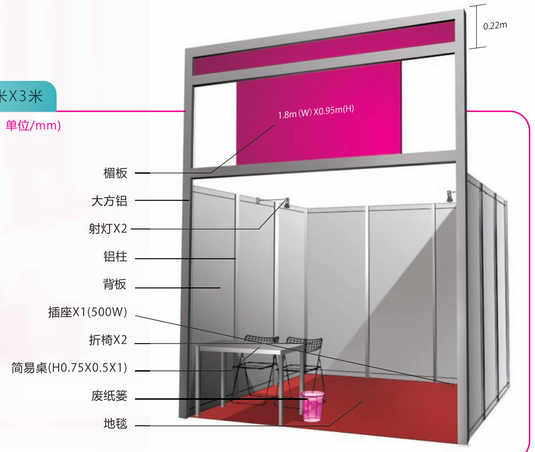
九大参展增值收益

1、会刊免费刊登公司信息及产品介绍
2、与礼品采购决策者面对面，发掘潜在客户
3、为展商寻找配对买家
4、免费邀请展商的现有及潜在买家参观展览会
5、免费参加大买家采购专场及高端论坛
6、展会官方网站及微信报道展商新品
7、免费发布新闻到励展华博官方微信
8、现场知识产权保驾护航，鼓励原创设计
9、提供参展准备及最大化参展投资回报的免费咨询和建议

* 展位配置

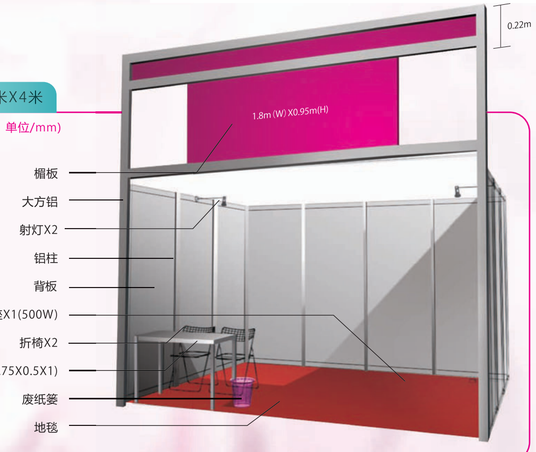
标准展台 3米X3米

(基本设施配备如下 单位/mm)



标准展台 3米X4米

(基本设施配备如下 单位/mm)



* 参展产品类别 请“√”最多不能超过15种产品

文具及文化用品
- □ 办公文具
- □ 书写工具及配件
- □ 文件袋夹盒
- □ 儿童文具及学校用品
- □ 相框
- □ 各类卡片及纸制品
- □ 书籍及影像制品
- □ 台、挂历类
- □ 宗教用品
- □ 笔记本

小家电及数码产品
- □ 家用小电器
- □ 3C数码及周边产品
- □ 智能手机及苹果配件
- □ 电脑周边产品

家纺用品
- □ 床上用品
- □ 幕帘用品
- □ 房间卫浴系列

珠宝及时尚饰品
- □ 宝石饰品
- □ 贵金属饰品
- □ 珍珠饰品
- □ 半宝石饰品
- □ 人造类宝石

促销广告类
- □ 促销广告品
- □ 节庆产品
- □ 汽车周边产品
- □ 纺织服装鞋帽

食品类
- □ 茶叶
- □ 酒
- □ 油
- □ 土特产
- □ 有机食品
- □ 其他食品

陶瓷
- □ 餐具陶瓷
- □ 工艺陶瓷
- □ 家居陶瓷
- □ 茶具陶瓷
- □ 卫浴陶瓷

烟具
- □ 电子烟
- □ 打火机

工艺礼品
- □ 雕刻工艺
- □ 刺绣工艺
- □ 民间工艺
- □ 贝壳工艺
- □ 金属工艺
- □ 竹木工艺
- □ 石料工艺
- □ 植物编制工艺
- □ 仿古仿真工艺
- □ 塑料树脂工艺
- □ 书画工艺

赠品类
- □ 买送礼品
- □ 售前礼品
- □ 售后礼品
- □ 圆珠笔
- □ 挂绳
- □ 钥匙扣
- □ 音乐盒、首饰盒
- □ 磁贴、即时贴
- □ 奖杯
- □ 奖牌
- □ 纪念杯

水晶及玻璃制品
- □ 家用玻璃制品
- □ 家用水晶制品
- □ 琉璃制品
- □ 工艺玻璃制品
- □ 工艺水晶制品

家居装饰品
- □ 家居功能性摆设
- □ 无纺收纳
- □ 装饰画
- □ 家庭装饰灯
- □ 园艺类

收藏品
- □ 钱币
- □ 票证
- □ 邮票
- □ 仿古收藏品
- □ 现代收藏品
- □ 贵金属收藏品

五金工具
- □ 家庭五金工具套装
- □ 手电筒
- □ 节能灯

家庭日用品
- □ 家居类家庭清洁系列
- □ 酒具
- □ 杯壶类
- □ 茶具
- □ 餐桌艺术摆设
- □ 桌布
- □ 餐具
- □ 保鲜器具
- □ 厨房电器及电子设备
- □ 厨房用具及配件
- □ 厨房清洁用品

包装及纸制品
- □ 纸质包装
- □ 布艺包装品
- □ 塑料包装品
- □ 金属包装品
- □ 木制包装品
- □ 玻璃包装品
- □ 复合包装品
- □ 包装器械

运动及休闲旅游用品
- □ 运动用品
- □ 户外露营用品
- □ 休闲旅游用品
- □ 旅游纪念品

美容保健产品
- □ 美容工具
- □ 按摩系列
- □ 美容美体用品
- □ 保健品
- □ 保健治疗仪器
- □ 香熏

箱包皮具
- □ 箱包
- □ 手袋
- □ 皮具

钟表
- □ 钟表
- □ 腕表
- □ 怀表

智能产品
- □ 智能家居

□ 其它类

参 展 条 款

1. 条款说明

展览会指于2016年10月20-23日在深圳会展中心举办的第二十四届中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会，主办单位为励展华博展览（深圳）有限公司及其授权代表。参展商指：1）申请使用单位，在主办机构同意的情况下，接受本条款的公司或个人；2）所有参展单位员工，执行人员，展位装修人员，代表等，此条款均对其适用。参展商在签署本《参展条款》前，已充分阅读并清楚理解《参展条款》的内容并不持异议，自愿接受《参展条款》的各项条款。

2. 参展条件

仅主办机构有权决定，提交申请的参展商是否有资格参展。参展商限于家居、休闲用品、礼品行业的生产企业或提供相关服务的企业和个人。包括：珠宝、文具、时尚饰品、化妆品、保健产品、电子玩具及礼品、皮制品、表、运动产品等。申请参展需要提供其合法有效的《营业执照》或其他商业注册登记证照/个人身份证及拟参展商品或服务的详尽推介资料，主办机构有权自主决定是否接纳申请人有关拟参展商品或服务的申请。参展商实际参展的商品或服务与其申请不一致的，主办机构随时有权取消展位或限制其展出或要求其补交其相关费用后调整其展位。

3. 只有在主办机构指定代表签约的情况下，本条约才正式生效。

合约递交同时参展商需向主办机构支付参展费用。参展商在全额支付参展费用后方有权使用所分配之展位。

4. 展位分配

仅主办机构有权分配参展商展位。任何展位的分配不代表在将来的展会中也将有同样分配。在主办机构认为最有利于展会的情况下，主办机构有权在展会之前或展会过程中改变展位图或移动参展商的展位。参展商不能以这些改动提出赔偿。主办机构收到参展商要求终止合约的通知，将不向参展商退付任何费用，并有权将该参展商原申请的展位改作他用。因参展商要求终止合约给主办机构造成损失的（如清理现场的费用等），主办机构有权另行向参展商追索。

5. 参展商终止合约

参展商在任何时间终止合约，主办机构将不退还已交纳的参展费用。对于参展商缩小展位面积，主办机构将取消其原来申请展位并按重新购买新展位处理。

6. 主办机构终止合约

如果参展商不能按合约及时付款，主办机构将终止合约（及参展商参展的权利），并且不需要通知，对已经交纳的参展费用也将不予退还。参展商没有按时向主办机构交纳参展费用，主办机构有权拒绝参展商进场和搭建展位。在不豁免参展商任何责任的情况下，主办机构有权处置和转卖任何因此原因而空出及可利用的展位。参展商对本合约有任何违背行为，主办机构有权发出书面通知终止合约，主办机构无须退还任何已支付参展费用，同时参展商仍需对违约行为负责。如主办机构认为展品不适宜展览，有权取消或限制其展品的展出，无须对参展商退款。

7. 合约取消

若主办机构在超出其合理控制范围内取消展会（例如：自然灾害、暴乱、战争、政府的要求、罢工或展馆基础设施如供水、供电、照明等设备无法正常运作或出现断水、断电等特殊情况），主办机构将向参展商退还其已交纳的参展费用，不包括已经花费部分。主办机构有权取消展会，更改展会名称或转移展会地点及更改展会日期。主办机构更改展会名称，在同一城市内更改展会地点，或更改开展日期前后不超过既定日期21日，无须向参展商退还参展费用，主办机构会根据其原定位置，重新安排展位给参展商，无须承担由此而起的责任。

8. 附加条件

主办机构对既列条款及整个展会的入场参观政策及主办方式拥有绝对控制权。参展商应以正常礼节及行为标准进行商业活动。展位内的任何行为严格限制在商业活动范围内。除有权关闭展位及撤消合约外，对违反或没有遵守合约条款及相关规定的参展商，主办机构有权拒绝其参加之后的展览。任何对此合约的修改必须以书面形式并由主办机构授权代表签字。参展商不得修改此合约。参展商不得转租或允许他人使用其展位或部分展位。

9. 参展人员及展位使用

布展、使用及撤展的时间和日期由主办机构指定。如参展商没有在主办机构规定的时间和日期内搭建展位，或在展览期间使其展位处于无人看管状态，主办机构有权没收其展位并无须向参展商返还参展费用。参展商应自行与展馆方联系并自费解决其展位所需的供水、供电、通讯等设施的连通问题。所有参展物品必须开放作商业洽谈之用，参展商提供至少一名能够在展会期间全职向观众提供现场服务的人员。在主办机构结束展览之前，参展商无权撤掉其展品或离开展位。展会结束后，在主办机构规定的时间和日期内，所有参展商需离开并清理展位，完好无损并保持清洁，使其恢复为提供给参展商使用之前的状态归还主办机构。主办机构所规定的撤展时间之后的所有剩余物品将被出售或处置，由参展商承担费用主办机构代为处理。任何由于参展商没有按照合约相关条款而引起的罚款或其它展具费用由参展商承担。

10. 风险承担

参展商无局限性承担参展过程中一切危险，包括偷窃、丢失、破损、破坏及人身伤亡，财产和商业利益的损失，无论是否由于疏忽，故意行为，意外，不可抗力或其他因素。参展商对其参展的丢失、破损及任何损失（无论是否放置于允许的储存区域内）负责，包括任何保险公司所提出的索赔。主办机构和场馆不接受寄存，对参展商所接收或转交的物品均不承担责任。主办机构和场馆对本条中所提到的一切风险不承担责任。

11. 责任豁免

由于以下因素发生索赔、破坏责任等，参展商保证向主办机构作出赔偿并使主办机构和场馆法人豁免，不受损害及不被索赔。因素包括：参展商参加展会；参展商违反合约及其他合约；有关专利、版权、商标及所有权方面法律及当事人的侵害；参展商人身伤害（包括死亡）。

12. 责任范围

在任何情况下主办机构和场馆对参展商任何利益上的损失和破坏不承担责任。在任何情况下，主办机构的最大责任承担不超过此项合约中所规定应向主办机构支付的费用，主办机构不保证或暗示关于参观展会人员数量或其它相关事宜。

13. 展览器具的维护

损坏参展器具、相关设施等财物，参展商应立即作出赔偿。

14. 商品进口及出售

未经主办机构许可，参展商不得在场馆内转交货物。不得展出被禁止进口的产品。参展商有责任提前检查相关产品是否被禁止进口。另外，不得展出爆炸性物品及危险性物品（包括对健康产生危害的装饰用材料）。主办机构有权限制此类物品参展。展会期间商品零售需提前向主办机构及相关部门申请。

15. 税务及许可证

对于适用于参展商在展览期间的任何活动，包括展品进口所需的任何牌照、批文等，参展商自行负责获得依照中华人民共和国相关法律的相关许可证书，通行证及批文等。展会期间参展商对其活动所产生的税务、费用及罚款等，一概自行负责。

16. 展位及公共区域的使用

任何形式的样品和印刷品的派发必须严格控制在展位范围内。参展商只可展示其生产或代理的产品。所有参展展品的陈列必须在展位内。走廊及空间使用权全归主办机构，没有向主办机构提交书面申请，走廊上不得有任何标志，装饰，旗帜，广告产品或特殊展品。参展商的雇员，不得在其展位以外的地方进行推广活动。

17. 条款修改

主办机构有权决定所有展会相关事项及条款中未明确提及的事项。主办机构有权在对参展商合理通知的情况下，对条款进行增加、修改和删除。任何新增及更改的条款（无论是否包括在参展商手册或相关文件中）都构成合约中完整的一部分。参展商在被主办机构告知附加条款的同时应遵守和执行。此合约（包括参展商手册及主办机构随时增加的附加条款）包含参展双方所有协议内容。告知事项如发生在展会期间，主办机构在展馆的显要位置张贴告知事项的，视为给予了参展商合理的通知。

18. 参展商信息及促销材料的使用

在参展过程中，参展商授权主办机构在任何参展商目录（包括印刷品、电子刊物及其他媒体）名单以及主办机构宣传材料中使用其名称、商标及产品名称。在展会期间及展会开放前后，主办机构可以为参展商的展位、展品及个人拍照，并将照片作主办机构宣传之用。

19. 知识产权

参展商在展会上除非获得所有必要权利并支付所需版税，费用和其他款项，否则不得播送或允许播送任何音乐、影像或表演。参展商不得抄袭、调研及仿制他人展品。对涉嫌侵犯知识产权的参展商，主办机构有权请其离开或阻止其侵权行为。

20. 音响设备的使用

音响设备的使用需控制在合理范围内。禁止参展商使用产生噪声及对其他参展商构成干扰的音响设备。

21. 消防安全条例

参展商应严格遵照中国人民共和国相关法律条款。

22. 所遵守之法律

参展商应遵守中国人民共和国所有法律、规律及条例。

23. 管理法律

此合约受中华人民共和国法律管辖。参展商同意在中华人民共和国法院解决任何因此合约产生的争议和对此合约的违约行为。