**2023印尼国际消费类电子及家用电器博览会**

**【IEAE•Indonesia】**

**一、展会概况**

**展 会 名 称 ：**2023印尼国际消费类电子及家用电器博览会【IEAE•Indonesia】

**主 办 单 位 ：**潮域展览【CHAOYU EXPO】

**承办单位：**PERAGA EXPO

**协办单位：**印尼电子行业协会、印尼安防及系统安全协会、印尼照明行业协会、

印尼进口商协会、印尼进口商联盟、马来西亚批发商总会、

中国电子商会、广东电子商会、广东电脑商会、广东省连接器协会、

深圳市电子商会、东莞市电子行业协会、东莞市高新技术产业协会

东莞电子行业协会、江门市家用电器进出口商会

**支持单位：**印尼对外贸易部、印尼工业部、中国驻印尼大使馆、印尼中华总商会

印中商务理事会、印尼工商会、印尼中国商业委员会

**时 间：**2023 年8月24-26日

**地 点：**印尼雅加达国际展览中心B馆【JIEXPO】

**二、展会规模**

**展会面积 展商数量 展位数量 观众数量**

10,000㎡+ 280+ 400+ 8,000+

**三、展品范围**

* **消费类电子：**数码相机、耳机、音箱、智能手表、智能穿戴、平衡车、代步车、

无人机、智能插座、家庭影音系统、个人视听、AR/VR/MR 等

* **移动电子及手机周边：**智能手机、耳机、自拍杆、手机壳、手机套、保护膜、

数据线、 移动电源、无线充、电源、适配器等

* **电脑及游戏周边：**个人电脑、平板电脑、鼠标、键盘、电脑包、保护壳、U 盘、

电脑线材、路由器、电源、适配器等

* **智能穿戴：**智能手表、智能手环
* **智能家电：**咖啡机、电饭煲、电水壶、器皿、榨汁机、电风扇、CCTV、报警器、

 门禁系统、可视对讲、DVR 等等

* **电子设备及零件：**电池电源类等

**四、参展费用：**

* **标准展位：**人民币 36,800 / 9 平米
* **光地展位：**人民币 3,680 / 平米
* **角位费用：**免收角位费用，先到先得
* **标准展位配置：**9 米层板、3 个射灯、楣板、地毯、1 张桌子、3 张椅子、

1 个咨询台、1 个 220V 插座、1 个垃圾桶

**五、开拓快速发展的东盟最大经济体**

**印尼**

1. **市场概况**
* **地理位置优越**

印尼位于亚洲东南部，地跨赤道，与巴布亚新几内亚、东帝汶、马来西亚接壤，

与泰国、新加坡、菲律宾、澳大利亚等国隔海相望，扼守马六甲海峡，位于亚洲

和大洋洲、太平洋和印度洋的“十字路口”，辐射6亿人口的东盟市场，地理位

置极为重要

* **人口红利优势**

印度尼西亚人口为2.783亿，是全球排名第四的人口大国。年龄中位数只有29

岁，人口结构年轻。该国首都雅加达居民超过1000万，是印度尼西亚乃至东南

亚最大的城市，周围的城镇所组成的大雅加达地区，是世界第二大都市圈

* **GDP快速增长**

G20国家平均经济增长率超过5%，其中印尼增速排名第一。2022年三季度，

印尼预算收入增长49%，达1.2 亿美元；税收收入增长58%至7800万美元；

消费者信心指数提升至124.7点，银行信贷增长了10.7%。印尼连续28个月贸

易顺差，顺差额达到57亿美元

* **与中国贸易关系密切**

2021年，印尼与中国的双边贸易额突破1200亿美元，同比增长58.6%，中国

连续9年成为印尼最大贸易伙伴；同年，中国在印尼落实投资31.6亿美元，连

续多年保持印尼第三大投资来源国地位

* **电子商务发展迅速**

2021年1月，印尼就已经有2.026亿互联网用户，在2020年至2021年期间，

印尼的互联网用户数量增加了2700万（+16%）。2021年1月，印尼的互联

网普及率为77.3%。庞大的互联网用户为电商行业的快速发展奠定了坚实的基础

**（二）部分优质电子消费品大买家介绍**

* **印尼京东电商平台**

亚洲最大的在线商店之一（京东）的子公司，电子消费品是最大的产品类

* **Kawan Lama Group （长友集团）**

长友集团每年在全世界进口大概 1 万条集装箱货柜,其中 80%来自中国，旗

下有ACE，Informa，TOYS KINGDOM几大大型连锁卖场，销售各类产品

* **PT. ACE Hardware Indonesia, Tbk**

ACE 在印尼股票市场成功上市，企业市值 20 亿美金。共有 136 家门店，

每个月可完成 1 百多万单交易。销售各类产品如电子电器、五金建材、机械产

品、母婴用品、玩具等

* **BEST DENKI Co.,Ltd**

印尼最大最专业的电子电器零售商之一

* **ELECTRONIC-CITY**

印尼现代电子产品零售业先驱之一，在爪哇、巴厘岛、苏门答腊、加里曼丹

和苏拉威西等几大城市共有 53 家商店

* **Glodok Elektronik**

成立于 1980 年的零售店。销售数以万计的商品，包括电子产品、家用电器、

技术工具、厨房家具、炊具等

* **Electronic Solution**

印尼领先的电子消费品零售公司，主要销售家用电器、移动设备、视听设备、

消费类电子等

* **Erafone**

印尼长期开展业务以来的最大手机零售商，是多品牌的零售商，主要销售手

机和平板电脑及周边配件

* **Sanken**

印尼最大、最著名的家电品牌。遍布印尼 400 多个城市，且有 2000 多家

经销商

* **Lazada**

东南亚第一大 B2C 平台、最大跨境电商，被称东南亚版亚马逊平台。年经

营额已达十亿美元。日均访问量 400 万，超过 1.5 万的入驻商家，覆盖大

约 6 亿消费者

**六、超过13 种高效买家推广渠道，全方位覆盖邀约专业买家**

* **电子邮件：**筛选重点行业买家信息，定期发送展会宣传资料并随时更新展商名录和展品信息
* **传真及电话：**向潜在参观商传真展会参观邀请函，并定期电话跟踪以确保他们参与展会并用于市场调查
* **广播电台及电视广告：**在展会开展前期进行广播电台及电视广告的播放，及时提醒吸引买家前往参观采购
* **报纸及杂志广告：**在主流的报纸、杂志上投放平面广告，持续宣传展会
* **户外广告：**在重点商贸城、批发城以及展馆外围投放广告牌
* **专业批发市场买家直邀：**覆盖重点商贸城、批发城，派发邀请函邀约买家
* **商务邀请函直邮推广：**印制宣传彩页，直接寄送给重点买家，邀请其前来观展
* **行业协会推广：**与相关商协会联合，借助其会员资源宣传展览，并组团前来洽谈采购
* **电商平台推广：**在知名电商平台推广，推动电商买家参加展会
* **星级商务酒店推广：**在当地星级商务连锁酒店投放广告，推广展会品牌，让更多的商圈买家知道该展会
* **社交媒体及网络媒体推广：**全球三大主流社交媒体及当地主流网络媒体推广
* **新闻发布会推广：**展前一个星期，邀约三十多家当地主流媒体进行展会发布推广
* **手机短信推广：**发送邀约短信给到专业电子消费品买家

**2023印尼国际消费类电子及家用电器博览会**

**【IEAE•Indonesia】**

**（合同书）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 展览会名称 | 印尼国际消费类电子及家用电器博览会 | 申请光地 |  （平方米） |
| 申请标摊 | （个） |
| 展出日期 | 2023年8月24-26日 | 地点 | 印尼雅加达国际展览中心B馆 | 展位费 |  |
| 申请单位名称 | 中文 |  |
| 英文 |  |
| 申请单位地址 | 中文 |  |
| 英文 |  |
| 展品内容 （具体） | 中文 |  | 申请单位盖章 |  |
| 英文 |  |
| 备注： |
| 联系人 |  | 电话 |  |
| 邮 编 |  | 传真 |  |
| E-mail |  |
| 主页 |  |
| 参展费用和汇款账号:账户名称：广东潮域展览有限公司开户银行：中国银行广州广东经贸大厦支行人民币账号：735469741658 | 组委会确认盖章 |  |
| 说明: 1.本申请表（合同书）一式二份, 经双方盖章确认后即开始具有法律效力2.本申请表一经确认，请于5个工作日内将展位费以人民币一次汇入组展单位指定的银行账户，逾期组委会有权不予以保留预订展位3.参展单位申请经我方盖章确认后不得退展，否则参展单位要承担所发生的一切费用，主办方将扣除10%的展位费作为手续费。4.若主办方因故取消办展，只退回报名企业所交的参展费用，不承担其他任何责任5.主办方收到全额展位费后，将为参展单位开具参展发票6.凡实际出运展品或实际展品价值与贵单位申报不符造成的损失由参展单位负担7.遇人力不可抗拒，如战争、罢工、自然灾害等，给参展单位带来的损失由双方协商解决。 |