

W1 文创IP礼品 和智产品馆



2023
5.30 - 6.1



Since 1953

第117届中国文化用品
商品交易会 ➤➤➤➤➤
The 117th China Stationery Fair

主办单位:
COMEXPOSIUM
高百嘉展览（上海）有限公司

支持单位:
中国百货商业协会

展馆概况

中国文化用品商品交易会(以下简称“CSF文化会”)自1953年创办至今,已成功举办116届,深耕文化及办公用品行业,除汇聚学生/办公类文具、美术画材等品类优秀企业外,近些年火爆市场的文创文具、礼品文具以及益智类产品也是CSF文化会强势品类,吸引众多行业知名名牌参展,如若态、青壹坊、罗弗、麦和、KACO、故宫文创、游卡、愿马、萌趣、纸先生等。

为更好地迎合文创IP、礼品、益智类产品企业的客户属性以及品牌调性,117届CSF文化会将进一步打造W1文创IP、礼品、益智类产品精品馆,聚合品牌、定制宣传及观众邀约,全面实现品牌B2B2C、线上线下全渠道营销诉求。

主题活动/特色专区

● 创新互动体验区

进口品、独立设计、初创品牌集中展示区,集合产品展示、体验、商务合作及限量零售功能;除CSF优势B端客户外,更侧重邀约C端市场消费者、书店、生活馆、创客教育渠道观众互动、交流、采购。



● “金榜题名”主题活动

116届CSF文化会结合升学/高考这一人生热点,在中国传统文化风潮再度升温之际,首次以“金榜题名”为主题,聚焦毕业季礼品市场,推动毕业季采购潮,探索全新蓝海。作为今年展会的重磅企划——“金榜题名”主题活动及活动配套的“寻礼市集”,每个环节都格外吸睛,吸引了众多观众参与互动与打卡。

拍照打卡

展期三天吸引近3000名观众在拍照打卡处完成朋友圈打卡,并获得了活版工房特别定制的明信片礼品。「CSF文化会金榜题名」也借此机会进行了私域引流,让更多专业观众和终端消费者看到了这一主题活动。



打卡集福

打卡集福活动通过指定路线为参加活动的企业带去了观众,不同位置的企业都获得了相当可观的人流量。观众在这个过程中接触到了企业各式各样的产品,体验使用效果,同时也增加了展商的品牌与产品曝光,并为其进行私域引流。

展期2000本打卡集福手册全部发放完毕,共1400余名观众完成所有报名企业的展台打卡活动,报名企业赞助的限量礼品每天早早就发放完毕,而礼品领取处的观众更是排起了长队。



沉浸式互动体验区

为了更好互动“Z世代”年轻消费群体,“金榜题名”主题活动设置了沉浸式互动体验区,创新互动小游戏模仿了古代科举考试的“号舍”,让观众可以身临其境地体验古时学子科考的独特视角与感受。让零售端端消费者在展会中更有玩、有的逛、有所得。

在展会期间共举行了15场“科举考试”,“状元”们不仅获得了精美的礼品,还体验了汉服换装,并拍照留念。

互动体验区还设置有留言板,观众们纷纷在此留下自己美好的祝愿和青春的期许。



● 金榜题名-寻礼市集

116届CSF文化会还在“金榜题名”活动区创新开辟了“金榜题名-寻礼”市集,以“毕业”为主题,网罗所有适合毕业季馈赠的好物礼品,直击消费者痛点,开拓毕业季消费市场,将万千优质礼品在这里一网打尽。

在展期中市集摊主能够与消费者直接沟通,获取到消费者最新鲜的诉求和反馈,观众们在逛完会展后还可以意犹未尽地来到市集选购心仪的礼品。

