

第117届

中国文化用品商品交易会

The 117th China Stationery Fair

《展后报告》

POST SHOW REPORT

2023年5月30日-6月1日

上海新国际博览中心-W1、E1-E5

浦东龙阳路2345号

www.chinastationeryfair.com

主办单位: **COMEXPOSIUM**
CHINA STATIONERY FAIR
高百赢展览(上海)有限公司

支持单位:  中国百货商业协会



微信



微博



抖音



小红书

展会概况

展览面积:

63,400 m²

展商数量:

27 省 (自治区、直辖市) 和新疆

生产建设兵团 **909** 家行业企业



现场观众:

33 省 (自治区、直辖市) 和新疆生产建设兵团以及全球 **43** 个国家 **53,959** 人次现场观众

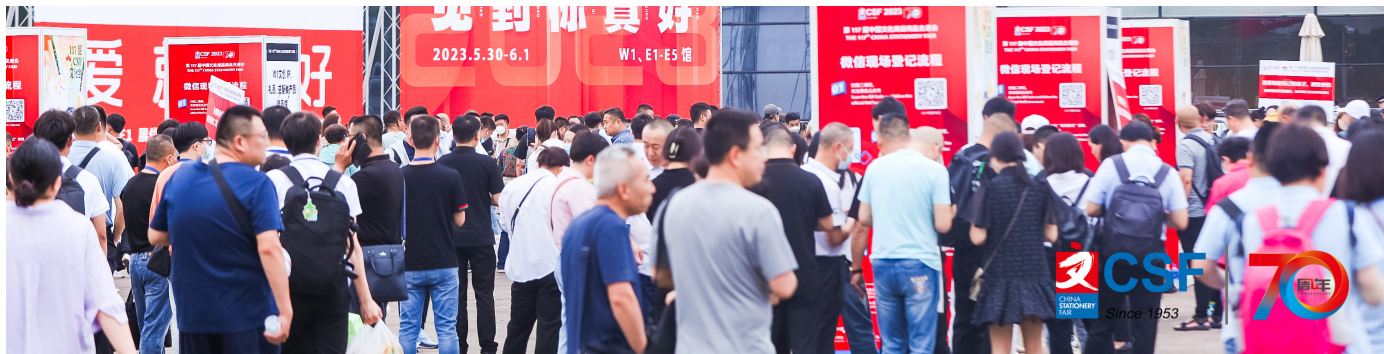
场观众



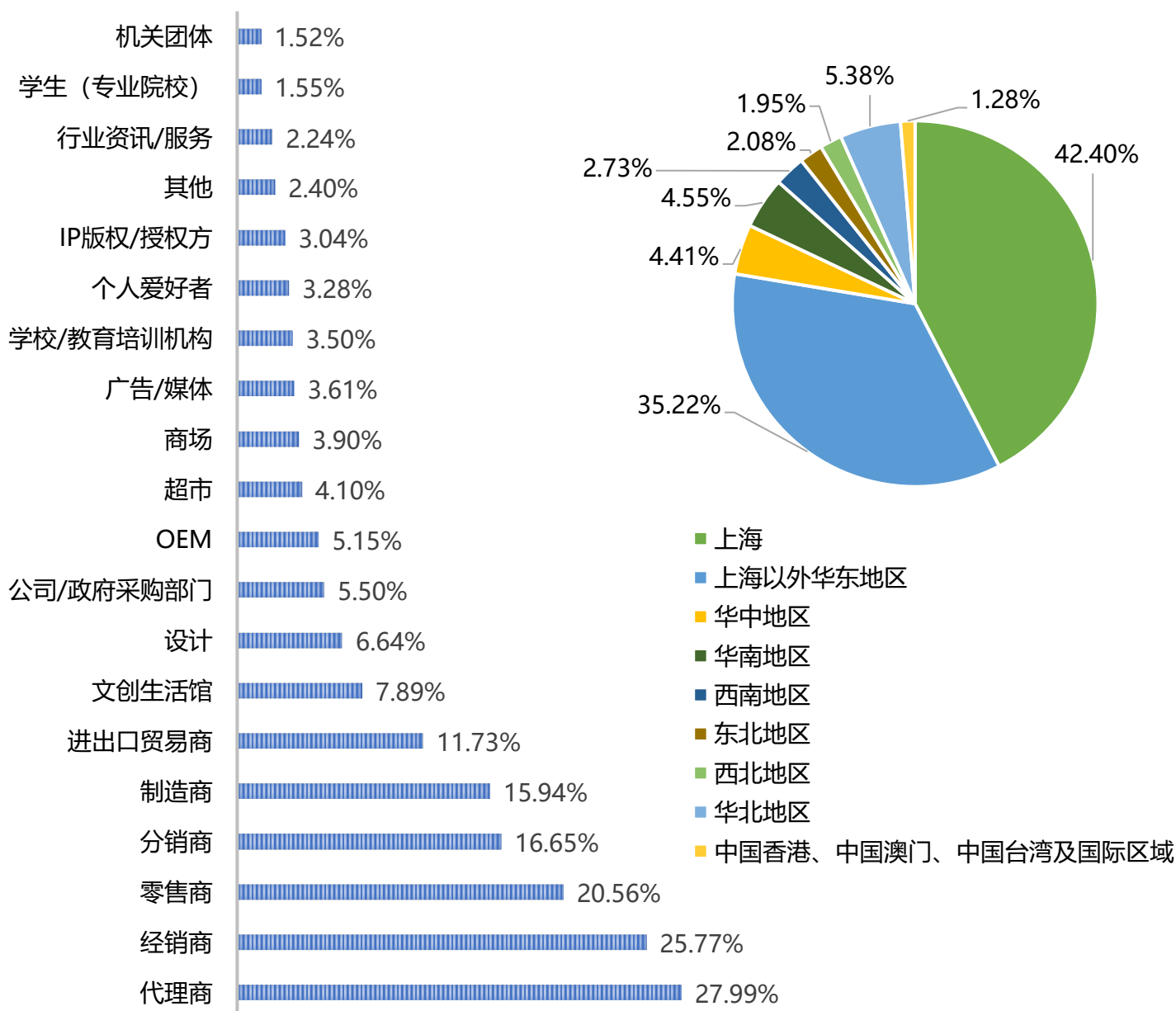
现场特邀买家:

2,028 人, 覆盖学生用品、办公用品、美术画材垂直渠道, 以及全国书店、生活馆、专业院校学生以及新加坡、马来西亚等, 共计17个国家和地区38家合作团队。

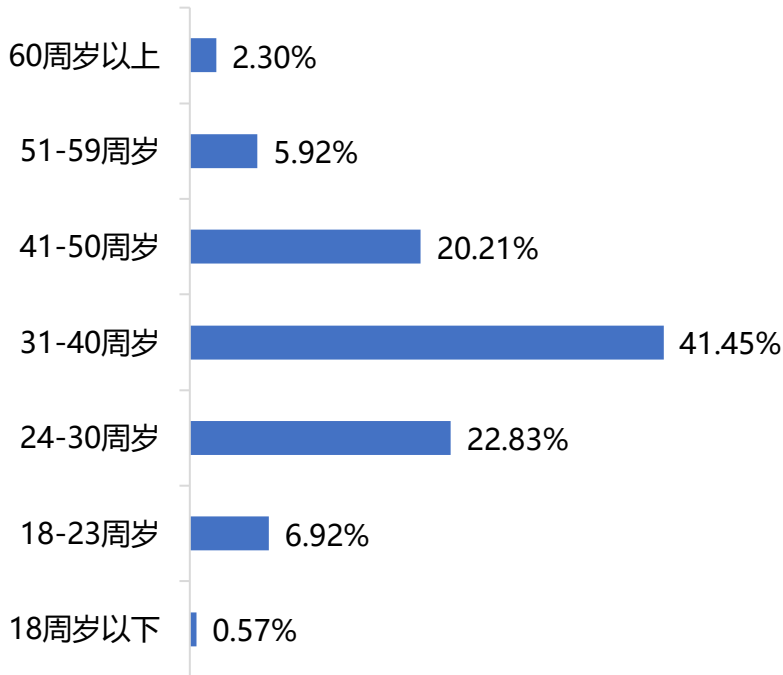
观众数据统计



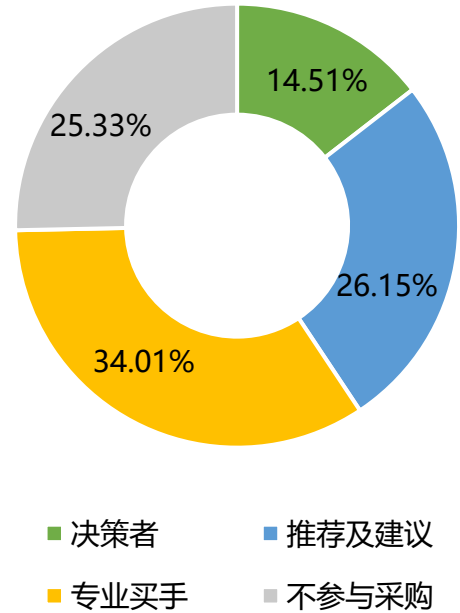
观众所在企业类别 (多选, 故百分比总和超100%) • 观众区域分布



• 观众年龄分布



• 观众在采购中的角色



• 观众意见反馈

98.95% 观众对本届展会表示满意

98.14% 观众的观众表示通过CSF文化会了解到了业发展动态
91.64% 观众采购到了心仪的产品

90.37% 观众寻找到了潜在厂家或生意合作伙伴

99.10% 观众将向朋友/同事推荐CSF文化会

展商数据统计

• 展商意见反馈

- 97.21% 展商对本届展会表示满意
- 96.01% 展商认为CSF文化会是个了解行业信息的绝好机会
- 95.21% 展商认为CSF文化会能帮助公司增加销售
- 95.23% 展商认为CSF文化会能很好地实现品牌推广
- 94.42% 展商认为CSF文化会是一个有活力、有创意、与时俱进的平台
- 92.63% 展商认为CSF文化会是公司每年不可或缺的宣传渠道之一，是公司发展的好伙伴



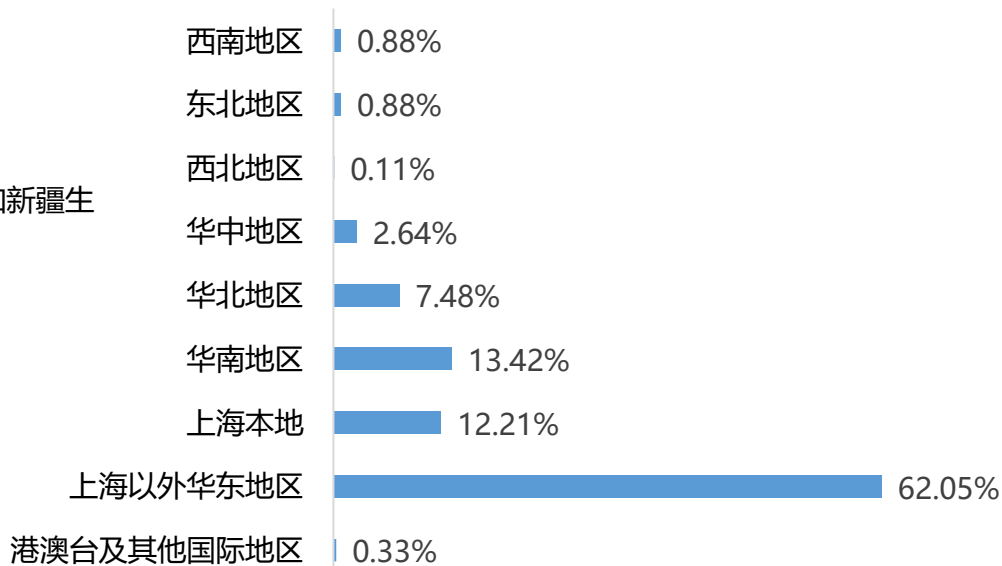
展商区域分布

27 省（自治区、直辖市）和新疆生

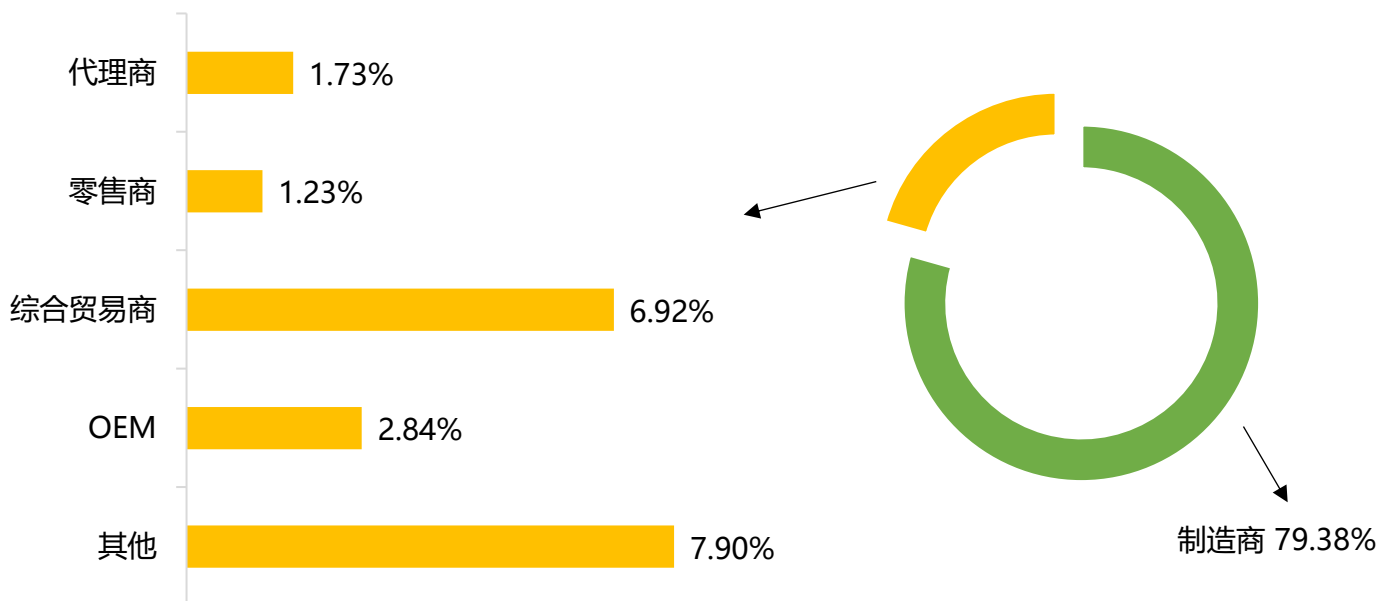
产建设兵团

展商数量：

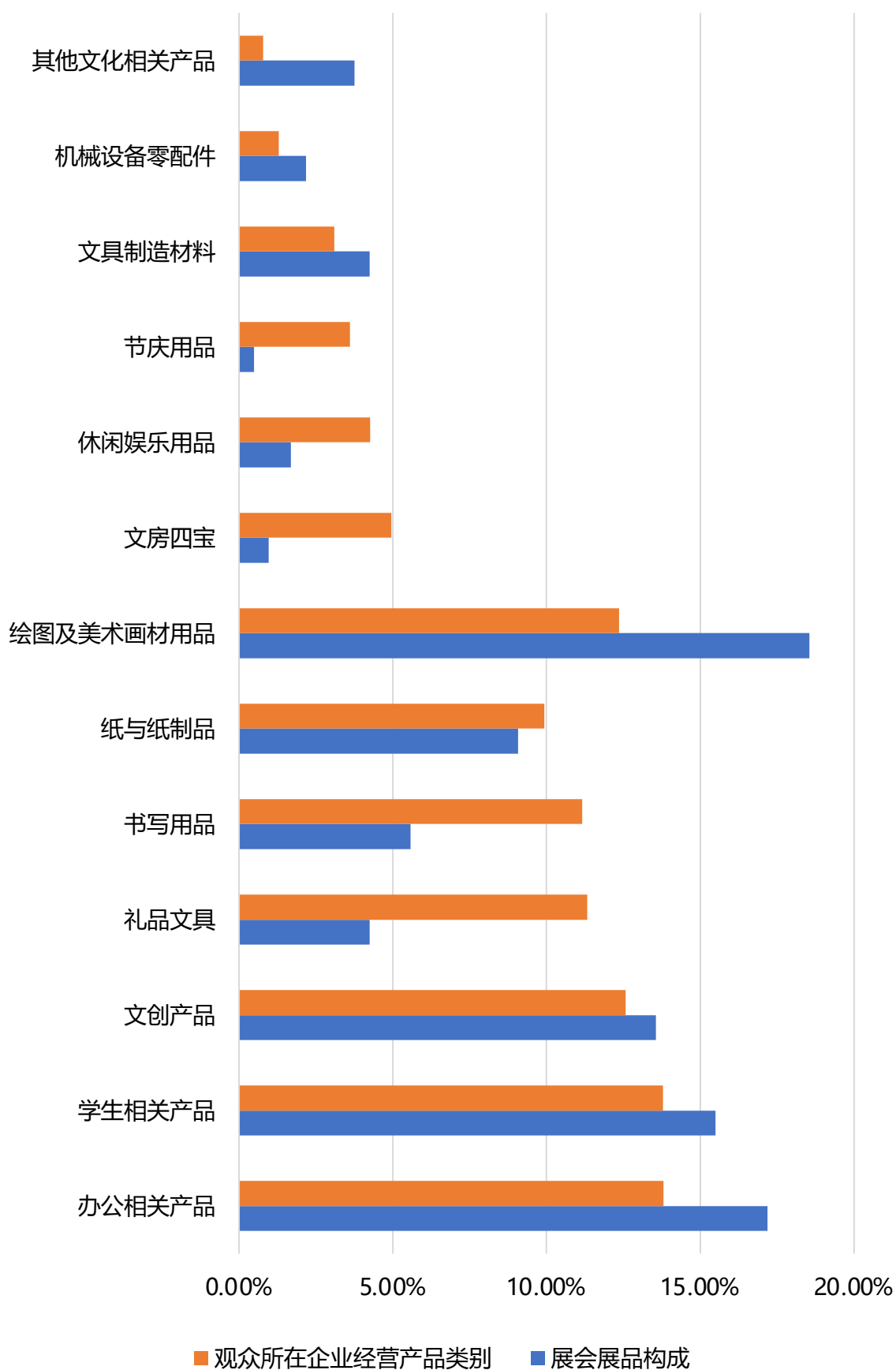
909 家



展商所属类别



• 展商展品构成 vs 观众所在企业经营类别



• 117届CSF文化会钻石、金银牌展商颁奖

钻石参展商:



义乌可奇文化创意有限公司



得力集团有限公司

金牌参展商:



杭州青壹坊文化创意设计有限公司



杭州芯陌文化艺术有限公司



暮光(杭州)文创科技有限公司



上海英雄(集团)有限公司



宁波听雨轩文具有限公司

银牌参展商:



温州市爱好笔业有限公司



上海奥文画材有限公司



苏州福斯特百货文具有限公司

• 117届CSF文化会部分参展品牌 (排名不分先后)



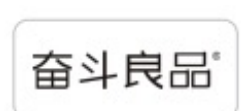
金牌参展企业

Gold Exhibitors



银牌参展企业

Silver Exhibitors



YOKA GAMES

游卡桌游

游卡

游卡始终坚持以创造和分享快乐为使命，希望为不同的地区、不同年龄的用户带来更多的快乐。今年是游卡参加的第七届CSF文化会，希望能够借助文化会这个平台，让更多的用户熟悉我们的品牌，认识我们的产品。作为疫情放开后参与的第一个展会，感受到了行业市场在逐渐恢复活力，也结识了许多志同道合的合作伙伴。

——杭州游卡文化创意有限公司 销售副总监 刘俊

COMIX® 齐心

齐心集团今年带来了国家宝藏、吾皇万睡、孔子爷爷等中国知名IP文创产品。作为和CSF文化会结缘多年的老朋友，感受到今年文化会在除传统办公用品外的创新方面有很大的突破，例如W1的文创馆很精准的匹配了企业的需求。既使产品得到了很好地展示，也使来到现场的参观者和嘉宾精准的了解企业及品牌。

——深圳齐心集团股份有限公司 品牌市场部总经理 杨俊

齐心集团

Joytop 悦木

悦木

悦木从2014年开始参展CSF文化会，一直以来文化会都是文具行业的鼎盛峰会，具有专业性，我们的品牌和产品也通过文化会这个平台得到了很好的宣传。今年感觉文化会越来越全面化、多元化，除各样的文化展商外，还有市集、论坛、直播等渠道的展示机会。

——杭州悦木文具礼品有限公司 市场主管 钱丁姣

Foldermate™ 富美高®
live work play foldermate.com.cn

我们公司是从2012年开始参展，到今年为止一共是十一届。每次来文化会都能了解到行业最新、最前沿的资讯和信息，同时也是和同行、业内老朋友们大型聚会的一个集结地。今年的展会我们带来了凸显品牌特性的生活收纳类的新产品，也能够通过文化会得到更好的宣传。

——东莞富美高文具制品有限公司 销售经理 李多民

富美高

Ninge® 宁巨

宁巨文化

从第一次参展文化会至今已经有九年了，对CSF最深刻的印象就是每年在这里都能看到我们中国文化产业的最潮流、最前沿的产品，也能感受到我们中国产品的无限发展可能和创新。今年的人流量和参与企业数量较往年多了很多，也是竞争力最强的一届。疫情过后业内有很多好的创新产品面世，收获甚多。每次参会也使我自己成长和进步。

——义乌市宁巨文化用品有限公司 销售经理 梁城玮

• 亮点1 - 首次组织海外买家团

117届CSF文化会在70周年之际，首次邀请到由马来西亚文具进出口商总会、马来西亚文具书业联合总会、新加坡书业文具商工会所组织的近百人海外买家团，共45家海外采购企业，聚焦海外跨境商机，为文化用品行业高效赋能。海外买家团的到来使企业商贸机遇不再受地域限制，更加多元化。推动供需双方的对接，搭建产业上下游沟通的桥梁，也让寻求外贸商机的参展企业能够在短时间内，更有针对性的找到目标客户群。



@海外买家团:

此次商业对接环节可以更精准的匹配到企业，了解国内文具行业动向。也希望可以通过这次CSF文化会之旅将国内的新兴产品带进马来西亚。

• 亮点2 - 首次推出「绿色健康学习装备和用具主题专区」

2023年，在CSF文化会七十周年庆典之际，于E3馆重磅推出「绿色健康学习装备和用具主题专区」，顺应市场绿色健康学生用品发展趋势，为企业及产品提供更聚焦的商业机会和展示平台。



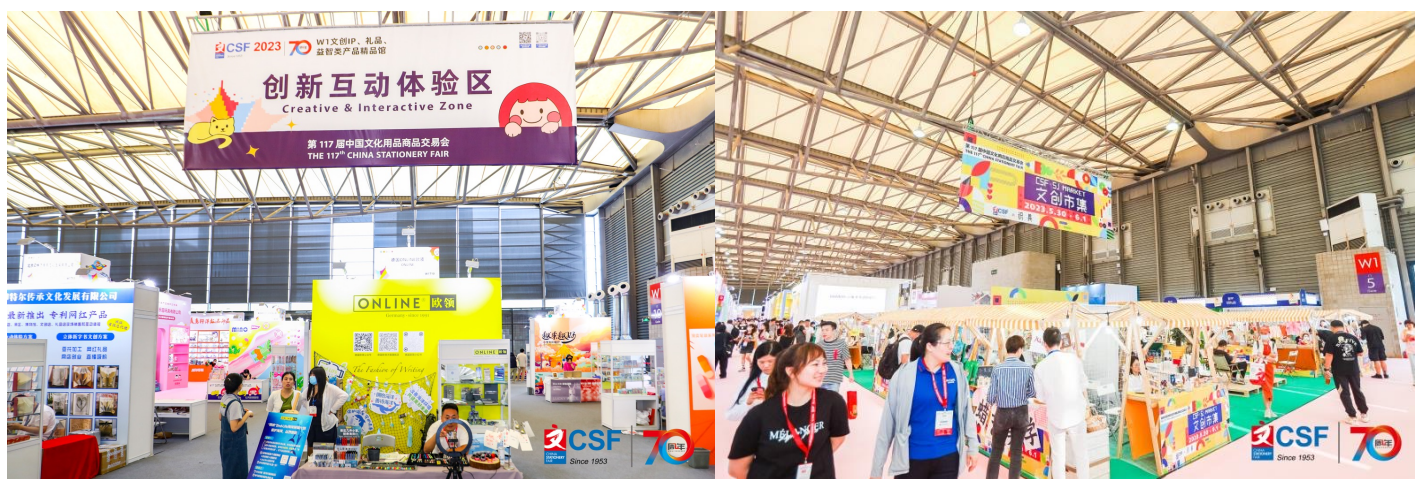
● 亮点3 - 首次启用并打造W1文创IP、礼品和益智类产品精品馆

2023年，CSF文化会基于行业发展的前瞻视角与深度观察，首次启用并打造**W1文创IP、礼品和益智类产品精品馆**，汇聚数百家行业先锋文创IP、礼品和益智类产品企业/品牌。本次展馆视觉效果全面升级，在保留优势B端观众的同时，加强针对以年轻Z世代、亲子（宝妈/宝爸）为主的C端观众吸引力，增强与BC双端观众的互动粘性，通过多维度的活动设置，打造沉浸式的主题观展体验。



@参与企业:

W1的文创馆很精准的匹配了企业的需求。使产品得到了很好地展示的同时，也使来到现场的参观者和嘉宾精准的了解企业及品牌。



• 亮点4 - E4美术画材精品馆

117届CSF文化会重点打造E4美术画材精品馆，汇聚国内外知名品牌，呈现更大规模、更强阵容的美术画材盛会。加强全球知名品牌与买家渠道邀约，并根据展馆特色策划DIY手工坊、主题海报设计大赛等活动；扩充吸引家庭端观众、美术艺考生、在校生、教师及培训机构、个人爱好者等观众类型，全面升级展商的参展效益，提升观众的观展体验，揭开美术画材行业全新篇章！

@参与企业:

美术画材馆的存在使来到现场的参观者和嘉宾能够精准的了解企业及品牌，更为精准的匹配到客户。



活动及宣传



微博

编辑发布**63篇**，总浏览量**39w**，
粉丝数**2020**，平均阅读**2870**，
单条流量最高**3.6w次**。



微信公众号

编辑发布**147篇**，总浏览量**15w**，
粉丝数**7.5w**，平均阅读**742**，
单条流量最高**5275次**。



视频号

编辑发布**24篇**，总浏览量**14w**，
粉丝数**745**，平均阅读**3889**，
单条流量最高**2w次**。



小红书

编辑发布**24篇**，总浏览量**3w**，
粉丝数**830**，平均阅读**5516**，
单条流量最高**5500次**。

• 2023各平台专栏数据概览

展商/产品推介

平均阅读：654

最高单条：1629

每周小报

平均阅读：427

最高单条：886

有料

平均阅读：353

最高单条：719

CSF文化之旅

平均阅读：1439

最高单条：2011



• 一起“嗨”直播 - 数据概览



8.3万

云相册

现场图片实时直播，细分为展会现场、展商风采、会议论坛、特色展区、现场活动5大板块，累计8.3万人次浏览。



50万

论坛直播

4大主题论坛，24场嘉宾演讲，4场圆桌会议。小程序、第一视频同步直播，线上线下共计50万余次人员观看。



1万

云逛展

观众足不出户收获逛展商机与乐趣，累计收获小程序及视频号平台1万人次观看。



31家

展商采访

展期完成31家优质展商采访，传递优质商业信息，并同步在小程序平台进行直播。



“金榜题名”主题系列活动

• 拍照打卡活动

展会三天有约**3000名**观众完成拍照打卡任务，获得了由**可奇家**独家赞助的定制矿泉水。



• 小文字“赶考记”

展会发放了约**8000份**打卡手册，有**2650余**名观众前往领取礼品，共发放礼品**近3000份**。



• 沉浸式科考体验区

展会三天共举办**58场**互动竞答小游戏，总计**281人次**参与其中，由**齐心文创**赞助的**250份**互动礼品全部发放完毕。



@参与企业:

活动策划的非常用心，吸引了很多观众来展台参观，我们准备的小礼品很快就发光了。很感谢通过这个活动让很多观众认识到了我们的品牌和产品，已经开始期待明年了！

• 人偶巡游活动

展会期间共举行**5场**巡游，共**10名人偶及演职人员**参与其中，吸引众多观众拍照、互动以及合影。IP人偶之间的互动生动有趣，吸引了许多小朋友与年轻群体的目光。在馆内营造了活泼良好的氛围。



@参与企业:

很好地提升了IP形象的市场认知度，也吸引了很多观众来展台参观。

• DIY手工坊

展期共举办**4场**体验活动，每场活动进行了多轮体验，共有**140余人次**参与活动。DIY活动十分有趣，部分场次的线上预约都早早满额，现场吸引了许多观众参与其中，高峰期还出现了排队等待的情况，场面火爆，观众热情高涨。



@观众:

小朋友们能够通过手工坊体验增强他们的动手能力。展商的宣讲使我们对企业和产品有了更多的了解。

• #CSFxSJ Market 文创市集

市集是展会行业的新趋势，CSF文化会也紧跟趋势，引入文创市集，吸引C端观众。本次文创市集由《识具》和CSF文化会共同策划完成，以文具、文创、手帐等元素为主题，经过筛选共招揽**48家**相关摊主，通过展会三天均可零售的形式打开C端观众入口，获得观众和摊主的一致好评。

@观众:

逛展体验感很棒；市集形式很新颖；产品种类也很丰富。

@参与企业:

文化会越来越全面化、多元化，让企业有更多渠道的展示机会。



• Match-making 商贸配对

本次商贸配对分为：新加坡书业文具商公会和马来西亚文具进出口商总会2个专场，参与企业**34家**，共完成**58场**配对。今年，我们采用一对一的形式，使企业商业交流更高效，能够更精准的对接意向买家。

@参与企业:

很感谢文化会给企业和海外买家团之间搭建了沟通及合作的桥梁，让我们有机会面对面的交流，实现企业外贸新机遇。更精准的匹配企业，拓宽了商业渠道，让企业与品牌有更多的机会曝光。



• CSID第二届中国文化办公用品创新设计大赛



• “CSF文化会·美术画材馆”主题海报设计大赛



CSID第二届中国文化办公用品创新设计大赛自启动以来，得到了全国行业企业、设计院校、设计从业者的积极响应和大力支持。本届大赛共吸引**232所院校，122家企业及相关设计机构报名参赛，共收到2937件作品。**

大赛组委会以“公平、公正、客观、专业”为原则，邀请行业知名32位专家组建评审团，历经严格的初评、复评及终评审核，通过对参赛作品创新程度、功能性、适用性、设计品质、市场价值、新材料、新技术、社会责任、安全性等综合维度评定，最终评选出各大奖项。

本届“CSF文化会·美术画材馆”主题海报设计大赛累计触达**600余所高等院校，2300余位报名参赛者**。不仅实现了国内重点美术设计院校全覆盖，还吸引到众多海外院校与培训机构积极参与。在自有平台、合作媒体、竞赛网站、KOL/KOC博主合作等多渠道扩大宣传，获得了高校、行业及社会的一致好评。

大赛旨在为企业提供直接对话消费群体的机会，并借助展会的行业资源和评审团的专业能力，为年轻的学生群体及从业者们搭建一个从创意到机遇的平台，为中国设计及美术画材领域发掘和培养新鲜血液。

• 展期会议论坛

• 第四届中国文化办公用品设计论坛—产教新融合 蝶变齐共生 暨CSID第二届中国文化办公用品创新设计大赛颁奖典礼



2023年5月30日上午，以“产教新融合 蝶变齐共生”为主题的第四届中国文化办公用品设计论坛在117届CSF文化会现场揭开序幕。秉承“预见创新趋势，开创未来生活”理念的CSID大赛颁奖典礼也一同呈现，现场专业行业人士、学者云集，共同见证活动的成功举办。

论坛主办单位：中国工业设计协会文化办公用品产业分会 高百赢展览（上海）有限公司

论坛承办单位：上海漾世商务咨询有限公司 设中（上海）品牌管理有限公司

颁奖典礼主办单位：中国工业设计协会

**颁奖典礼承办单位：高百赢展览（上海）有限公司 中国工业设计协会文化用品产业分会
上海漾世商务咨询有限公司 设中（上海）品牌管理有限公司**

• 2023中国制笔文具行业高质量发展论坛——打造文具行业灯塔工厂



论坛以“打造文具行业灯塔工厂”为主题，为中国制笔文具行业各方提供交流平台。聚焦了如何对传统制造业和供应链进行数字化改造；讨论了如何以技术赋能产能，驱动产业升级；探索了如何实现从规模化发展向高质量发展的转变，打造行业灯塔工厂，引领行业可持续发展。

**主办单位：全国制笔工业信息中心 全国制笔标准化技术委员会
国家轻工业自来水笔圆珠笔质量监督检测中心**

承办单位：上海制笔技术服务有限公司 《中国制笔》杂志

支持单位：高百赢展览（上海）有限公司

• 展期会议论坛

• “疫情后时代，文化用品市场该如何布局” 流通专场论坛



论坛针对疫情后时代的电子商务发展趋势以及文化用品市场该如何布局，为行业解惑，助力行业发展。

主办单位：高百赢展览（上海）有限公司

支持单位：中国百货商业协会

承办单位：北京雪行文化传播有限公司

• “构筑品牌信任基石，提升品牌竞争硬实力” 知识产权专题论坛



论坛主要围绕版权资源挖掘和衍生发展，文化用品知识产权组合赋权及综合协同保护，企业对于知识产权保护保护的常态化及普及化，以及疫情后时代，企业如何通过知识产权为企业做增量。

主办单位：高百赢展览（上海）有限公司

联合主办：上海市知识产权保护中心(海外知识纠纷应对指导上海中心)

长三角知识产权发展联盟 上海市闵行区知识产权协会

支持单位：中国百货商业协会

媒体合作



自2022年11月起，累计发布**6轮**新闻稿，实现**348余家**权威媒体发布，覆盖综合/地方门户，地方权威，科教文创，财经商讯等传统媒体、APP及各新媒体平台。

24家国内外行业专业媒体合作，**展期20余家**重量级大众媒体报道，及上海本地宝等知名地方媒体报道；**8位**自媒体KOL合作博主，**百余名**自媒体KOC个人分享。

识具 SHIJU

文化与办公用品行业的专业媒体

期望用专业、深度、开放的视角，关注文化与办公用品行业的创新与变迁，洞察行业的趋势与未来。



• About 识具

识具是关注文化与办公用品行业的专业媒体平台。识具本意为见识，在此处，我们呼吁读者认识并关注到身边的所有“工具”——即文化与办公用品产业中涉及的方方面面，通过讲述这些“工具”的故事，启发年轻一代读者更新生活与创作的方式，并且推动业内人士探索行业的更多可能性。同时，识具也希望建立起文化、商业与社会平衡互通的可持续平台，成为新生代中极具影响力的媒体品牌。

• #探展与信息发布

CSF展期三天,《识具》共采访展商与观众**59家(位)**,报道**36家(位)**。

从展会前期宣传到展会后期回顾,《识具》共发布微信文章**13篇**,获得阅读量**15,391**,头条平均阅读量**1,300+**;小红书笔记**9篇**,共获得点赞量**859**,收藏量**870**,阅读量**128,030**。



• Let's stationery! #忙day彩蛋线下展

在今年CSF文化会期间,《识具》邀请了**5家**头部文创/文具品牌,分别是**AKI STORE、Maison Promenade、谢谢绘顾艺术商店、OUT OF COLOR和Fine Write**,与他们一同在CSF现场完成了本次活动。

活动期间,Let's stationery! #忙day彩蛋线下展共吸引观众**3,000多名**,**10家**官方媒体报道了本次活动,各平台累计收获**10,000多**粉丝,在以小红书为主体的各大社交媒体平台上获得了**10万以上**的浏览量。



媒体平台:

微信公众号: 识具
视频号: Shiju.Live
小红书: 识具
豆瓣: 识具
Podcast/小宇宙/喜马拉雅: 识字街头

联系我们:

投稿、商务、一起玩:
sharon.wu@comexposium.com
微信客服: SJ-shiju001

联系我们



微博



微信公众号



微信小程序



视频号



抖音



今日头条



哔哩哔哩



小红书



官方社群



百家号

参展咨询

400-006-7036

Stationery.fair@comexposium.com

参观咨询

010-8562 3661-106/109

021-6217 0505-113/123

Stationery.fair@comexposium.com

市场宣传、媒体及活动合作

国内市场：010-8562 3661-106

国际市场：021-6217 0505-113

Stationery.fair@comexposium.com

第118届中国文化用品商品交易会 THE 118th CHINA STATIONERY FAIR

相 约

2024

[SEE YOU]

6.13 - 6.15

上海新国际博览中心



中国文化用品
商品交易会抖音



CSF中国文化会
微信小程序

www.chinastationeryfair.com

主办单位: COMEXPOSIUM
CHINA STATIONERY FAIR
高百赢展览(上海)有限公司

支持单位:  中国百货商业协会