励展华博2027展会排期

3月 北京
第55届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会
2027年3月25-27日 北京·中国国际展览中心(朝阳馆)

4月 深圳
第35届中国(深圳)国际礼品·工艺品·钟表及家庭用品展览会
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)
第19届深圳国际消费电子展
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)
第14届深圳礼品、消费品包装及印刷展
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)
2027 GGE深圳跨境出海博览会暨第13届OEM/ODM源头工厂展
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)
深圳文创及IP展
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)
2027深圳国际银发经济展览会
2027年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

5月 义乌
2027年义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会
2027年5月16-18日 义乌国际博览中心

6月 成都
第19届成都礼品及家居用品展览会暨文创旅游商品展
2027年6月17-19日 成都世纪城新国际会展中心

7月 上海
第9届上海国际礼业博览会
2027年7月15-17日 上海新国际博览中心

8月 北京
第56届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会
2027年8月12-14日 北京·中国国际展览中心(朝阳馆)

9月 印度尼西亚
第4届励展华博亚洲国际礼品及家居用品展览会-印度尼西亚
2027年9月 雅加达国际展览中心

10月 深圳
第35届中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
第20届深圳国际移动电子展
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
第15届深圳礼品、消费品包装及印刷展
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
2027 GGE深圳跨境出海博览会暨第14届OEM/ODM源头工厂展
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
深圳文创及IP展
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
2027深圳国际银发经济展览会
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)
2027深圳宠物用品博览会暨定制/跨境选品节
2027年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

12月 越南
2027励展华博亚洲国际礼品及家居用品展览会-越南
2027年12月 胡志明市SKYEXPO会展中心

12月 韩国
2027励展华博亚洲国际礼品及家居用品展览会-韩国
2027年12月 首尔市COEX会展中心

Built by RX Huabo 励展华博展览(深圳)有限公司
Built by RX Huaqun 北京励展华群展览有限公司

联系我们

励展华博展览(深圳)有限公司

深圳:深圳市宝安区新安街道海旺社区兴华路(延伸段)19号中兴酒店(前海HOP国际)2401(前海合作区)
北京:北京市朝阳区新源南路1-3平安国际金融中心A座15层
上海:上海市裕通路100号宝矿洲际商务中心4201单元
参展/参观咨询:131 6879 0627

第55届
中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会

2027
3月25-27日
北京·中国国际展览中心
(朝阳馆)

新春启航 礼遇全年



Built by RX Huabo 励展华博展览(深圳)有限公司
Built by RX Huaqun 北京励展华群展览有限公司

招展函

年度新品采购与
全年营销布局核心平台

40,000m²
展会规模

900+
展商数量

40,338人次
专业买家

01 企业年度营销物料

02 开年福利

03 38女神节

04 劳动节

05 端午节

06 毕业季文创



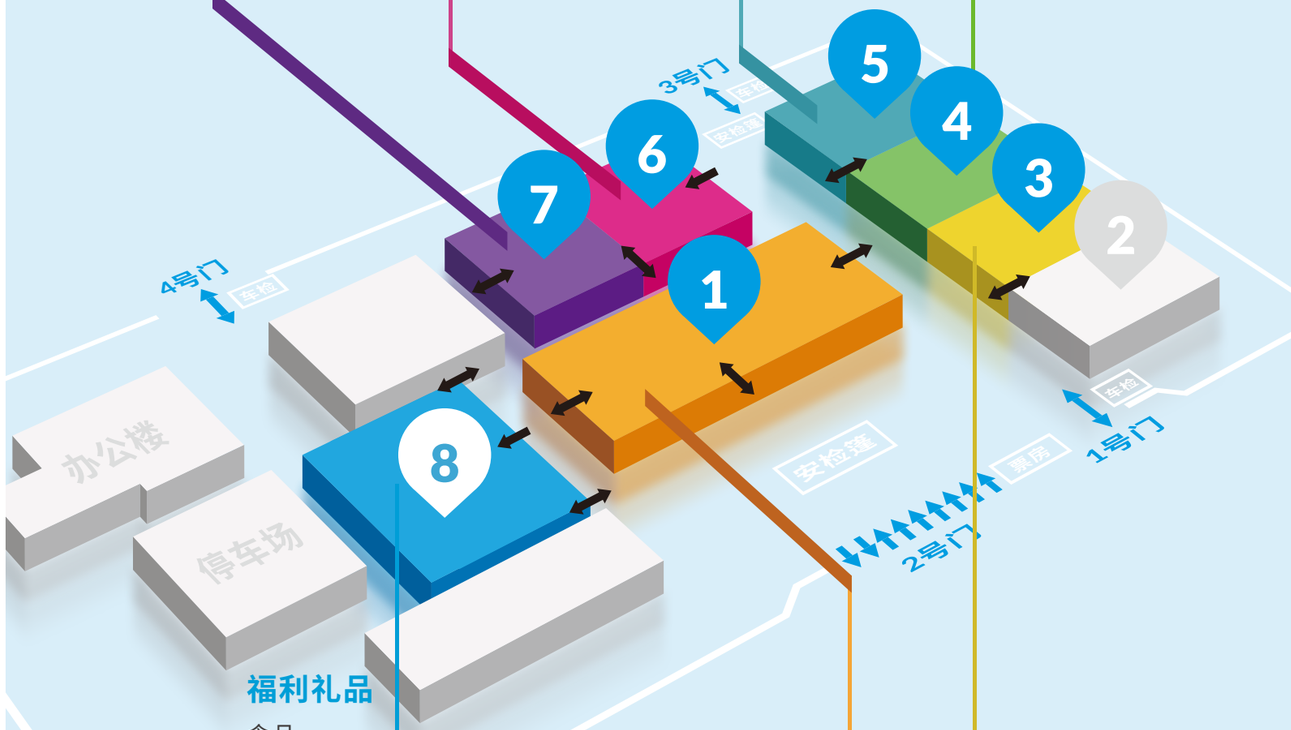
展馆分布图

7号馆
原创设计 文化用品
城市文旅
办公文具
轻奢
文创
包装

6号馆
工艺礼品 收藏品
装饰字画
金银币/纪念钞票
邮票
工艺礼品

5号馆
新国潮 新文创
非遗
博物馆文创
IP衍生品
潮玩

4号馆
营销物料
促销品
定制礼盒
包装、设计
节庆用品
服饰



福利礼品
食品
小家电
家清日化
美容个护
户外用品
箱包皮具
家居家纺
消费电子

8号馆

品牌服务商馆
服务于三个品牌
和三个行业以上
的企业
食品

1号馆

日用家居百货
日用百货
家庭装饰
智能家居
厨房用品
茶具杯壶

3号馆

核心优势 精准对接北方市场核心买家

买家数据

买家企业类型

礼品公司 20.85%

代理商、批发商 15.49%

生产商 15.98%

终端企业、企事业单位 15.92%

广告策划、文化传播、创意公司、公关公司 12.36%

电商、跨境电商、直播电商、私域团购 8.55%

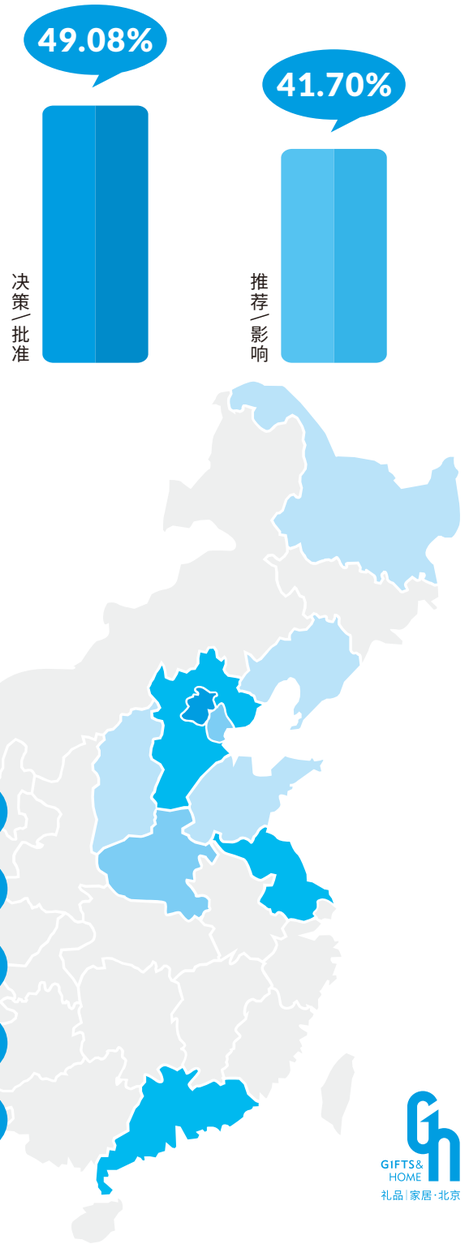
政府、商协会、媒体 3.76%

零售商（百货商场、超市、门店等） 3.84%

其他 3.23%

终端企业和广告文化创意买家持续上升，产业结构不断优化

买家采购决策权



买家地域分布前十

01 北京 Beijing
02 河北 Heibei
03 天津 Tianjin
04 山东 Shandong
05 山西 Shanxi
06 辽宁 Liaoning
07 河南 Henan
08 广东 Guangdong
09 江苏 Jiangsu
10 黑龙江 Heilongjiang

GIFTS& HOME 礼品|家居·北京

部分到场大买家名单

终端集团

中国石油
国家大剧院
华铁传媒集团
博洛尼
人民文创
工商银行
中国船舶报社
中国铁建
国美控股
以岭药业
联想集团
华硕电脑
中文在线
金牌橱柜
中石化
中国银行
国家游泳中心内
内蒙古伊利实业集团
东方雨虹防水
中国工艺集团
中国邮政北京市朝阳区分公司
国家电网信通产业集团
中航工业集团
北京市农林科学院
三星电子中国总部
北京张裕爱菲堡国际酒庄
京东方科技集团
北京百得利汽车
北京神舟航天文化
国网承德供电公司
中国人民保险集团

博物馆

中国国家博物馆
中国科技馆
中国钱币博物馆
中国铁道博物馆
北京警察博物馆
衡水民俗博物馆
山东博物馆
首都博物馆
中国航天博物馆
津沽记忆博物馆
北京艺术博物馆
中国园林博物馆
中国民族博物馆
北京鲁迅博物馆
北京故宫博物院
北京大运河博物馆
保定宴饮食博物馆
中国人民抗日战争纪念馆
北京工艺美术博物馆
北京汽车博博物馆
北京中国紫檀博物馆
北京古代建筑博物馆
北京华夏珍宝博物馆
孔庙和国子监博物馆
中国邮政文史中心邮票博物馆
北京航天博物馆有限责任公司
北京百年世界老电话博物馆
广灵剪纸艺术博物馆
中国农业博物馆
盐山县千童博物馆

医药

慈铭健康体检
北京汉典制药
北京斯利安药业
中国医药保健品
国药肽谷
国药大健康
北京博恩特药业
军科正源（北京）
高济医药
石药集团
甘李药业
葵花药业
通化万通药业
上海复星医药
湖北红珊瑚医药
浙江海正药业
同方药业集团
亚宝药业集团
新时代健康产业集团
康泰医学系统（秦皇岛）
北京华纳牛顿医药
北京同仁堂健康药业
山东力诺医药包装
北京中证万融医药投资集团
中国医药保健品进出口商会
北京科园信海医药
山东海王银河医药
国信医药科技（北京）
青岛百洋医药
华润医药商业集团
九州通医药集团
宏济堂扁鹊中药房（山东）
北京康蒂尼药业
北京本草方源药业
斯丹姆（北京）医药技术集团
北京金城泰尔制药

互联网

字节跳动
新浪
爱奇艺
携程
滴滴出行
百度网易有道
网易严选
美团
去哪儿旅行
中视电视购物
搜狐
车之家
奇虎三六零
BOSS直聘
浪潮集团

文旅景区

颐和园
八达岭文旅
雍和宫
泰山文旅集团
北京动物园
新东方文旅
阿那亚国际文化
北京环球度假区
华雪文旅
中传文旅
中国美术馆
北京鑫元文旅
朝阳文旅集团
华影文旅集团
北京毛毛镇文旅
融合文旅集团（海南）
北京中创文旅集团
青岛鹏州千程文旅
山东文旅传媒集团
北京南石洋大峡谷景区
山西文旅资产管理集团
唐山文旅电商直播基地
承德避暑山庄企业集团
山海关区第一关旅游

集采平台

史泰博
领先未来
得力集团
大汉三通
晨光
云中鹤
阳采集团
京东慧采
本来生活
瑞祥集团
福禄福喜
欧菲斯
全程速达
齐心集团
苏宁易购
资和信
工福（北京）科技
鑫方盛数智科技
怡亚通供应链
北京明苑风华
北京京东世纪
上海东福网络
北京中奥通宇
德致商成集团

书店连锁

新华书店
西西弗书店
中信书店
钟书客
北京图书大厦
中国国际图书贸易集团
中国书店
建投书店
王府井书店

高校

清华大学
北京大学
中国人民大学
河北大学
中国农业大学
天津大学
北京中医药大学
北京协和医学院
北京邮电大学
北京航空航天大学
北京工业大学耿丹学院
东北师范大学
北京交通大学
北京化工大学
沈阳化工大学
山西农业大学
首都经济贸易大学

教育机构

北京新东方教育
神墨教育
北京中公教育
北大青鸟
吉的堡教育
河北省体育局
北京布局未来教育
高途教育科技集团
北京联创开元教育
网易有道信息技术（北京）
作业帮教育科技（北京）
北京伊顿国际幼儿园

餐饮

瑞幸咖啡
丽都饭店
星巴克
中国全聚德（集团）
北京便宜坊烤鸭集团
眉州东坡供应链
高恩餐饮
河北玉兰香保定会馆
北京璟澜餐饮
北京央厨餐饮
北京甄品汇餐饮
北京彩虹之约餐饮
畅食屋餐饮
北京千喜鹤餐饮
北京世纪佳明餐饮
北京和禾祥记餐饮
北京金谱怡生餐饮
北京礼信年年餐饮
北京京朝轩餐饮
北京华联（SKP）餐饮
北京市紫光园餐饮

商超百货

山姆超市
盒巴
沃尔玛
大润发
天津华润万家
利群百货
北京永辉彩食鲜供应链
北京京客隆
河北惠友集团
银座集团
山西美特好连锁超市
河北惠友商业连锁
河北保百集团购物广场
唐山百货大楼集团
北京赛尔奥特莱斯
物美超市
秦皇岛兴龙广缘
北京华联超市
北京居然之家
王府井百货大楼
邢台北国商城

*以上为部分到场买家，排名不分先后



50+专业观众组织与市场联动

50+协会及市场组团核心覆盖

重点区域
河北、天津、山东、东三省、山西、安徽、河南等。

行业覆盖
河北礼品商会、山东礼品商会、中国食品行业经销商联盟鲁西南分会、天津吴桥商会、石家庄南三条小商品批发市场等50+优质礼品商协会、专业市场等。

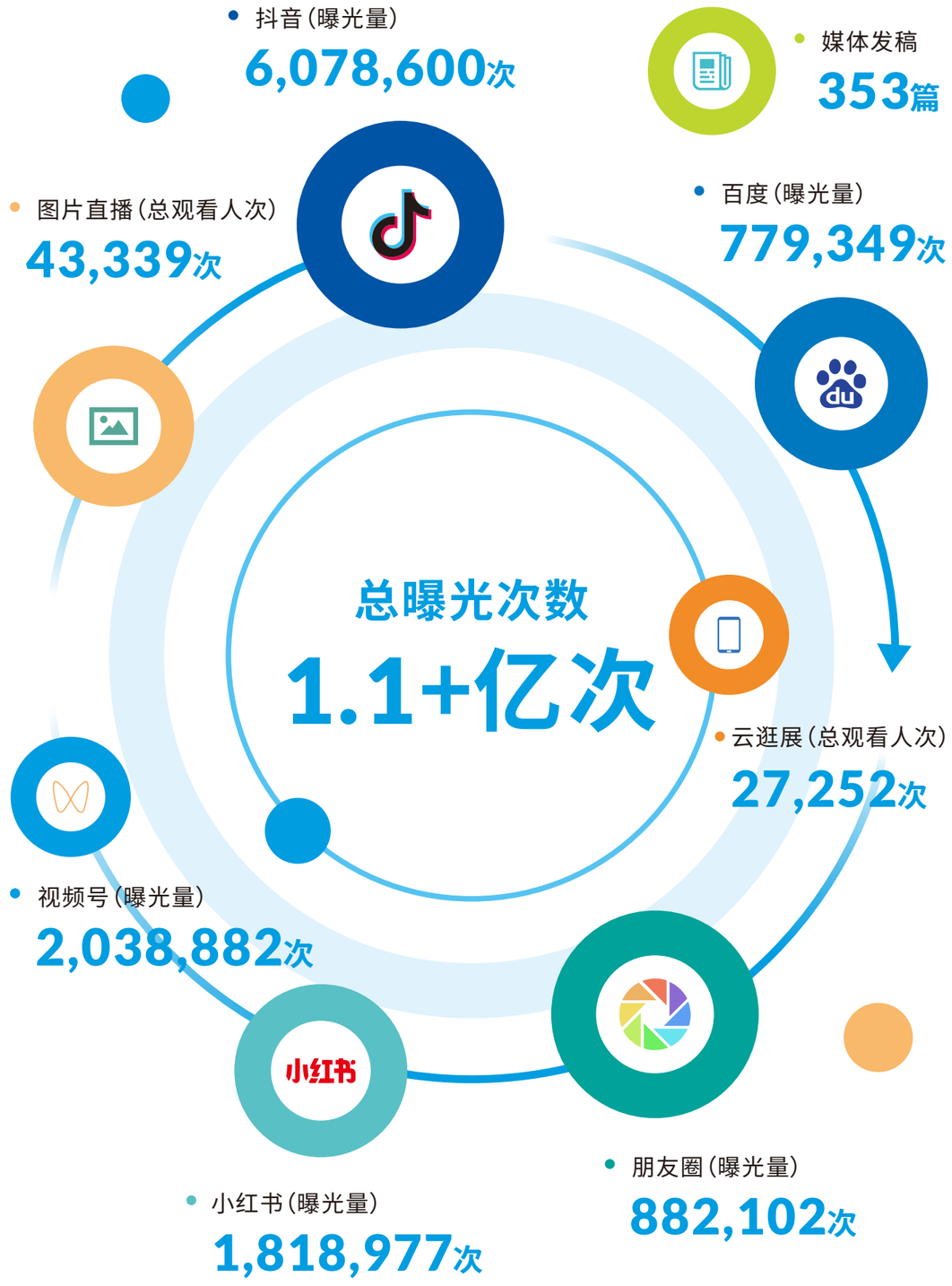
行业覆盖
礼品、食品、小商品、家电厨卫、酒店用品等多领域渠道资源。







全媒体营销推广 海量曝光

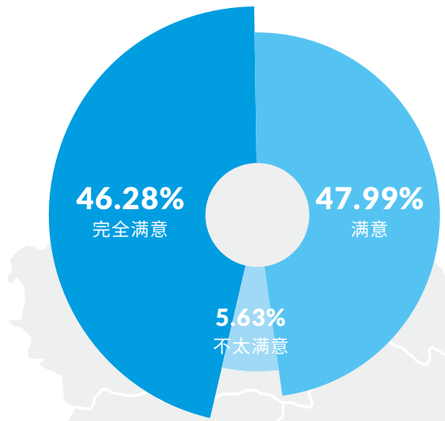


展商数据

展品品类（排名前10）

1 食品
2 家居家纺/家饰
3 小家电
4 工艺礼品收藏品
5 IP/文创文化用品
6 个护/美容健康用品
7 促销品
8 杯壶茶具
9 包装印刷
10 运动及户外用品

展商满意度

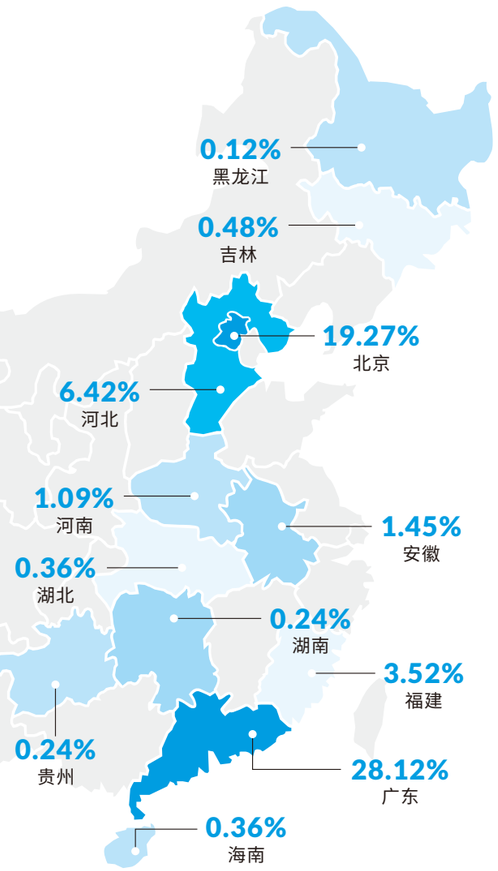


94% 以上参展商对参展效果表示满意

展商类型

- 42.50% 生产商
- 23.91% 广告、礼品公司
- 18.62% 代理商/分销商
- 8.93% 品牌商
- 5.51% 设计公司

展商地域分布



汇聚全国各地优质展商
与北方地区采购商高效对接

部分知名展出品牌

食品

中粮 COFCO · 首农 SUNLON · 燕之坊 · 三只松鼠 · 恒都 · 暖心驿站 · 旺旺 · 卓牧 JMILK · 贝蒂斯 · 益海嘉里 · 百草味 · 丰田阳光

小家电

美的 Midea · SUPOR 苏泊尔 · 艾美特 · Bear 小熊 · 志高厨电 · Joyoung 九阳 · DAEWOO · morphy richards · LIVEN 利仁

办公文具

KACO · 毕加索 · 博世恒 · MONT BLANC · PARKER · Bettfair Group

皮具箱包

SWIMADE · SUISSEWIN · Picano · 北京聚雷科技有限公司 BeiJing JuLei Technology co. LTD · GEAR

毛巾

洁丽雅 grace · 初爱 · UCHINO Bath Designs · jeyu 洁玉 · sunvim 孚日家纺

IP授权

DISNEY · SNOOPY · POKÉMON · Coca-Cola

数码电子

SKG · KONKA 康佳 · LG · 小米 xiaomi.com · McKinsey 麦肯锡 · Mijia 米技 · ECOVACS · logitech 罗技 · FUJIFILM | instax · aigo 爱国者

杯壶

TIGER 虎牌 · THERMOS 膳魔师 · BWT · 富光 · BRAUN 博朗 · DILLER · Electrolux 伊莱克斯 · contigo · 英麦斯 2° 杯 · TOMIC 特美刻 · GERM 格沵

文创收藏

韵泓 YUNHONG · 国鼎圣 · RONGCHAO 荣朝

户外休闲

YESOUL · zippo · 菠萝君 · MARU 马鲁 · 德山户外

家纺家饰

DISNEY · 恒源祥 · SUNVIM 孚日集团 · LOUIS.KELLOG · LUOLAI · 宋朝香氛 Song Chao

家居日用品

THREE SEVEN · LOCK LOCK · TAYOHYA 多样屋 · MEGOES · UYIKU

*以上为上届展会部分展商名单，排名不分先后

展商寄语

中山金时悦食品有限公司 总经理 宁玉芬

我们是第三次来参加北京礼品展，因为一直中意首都，想要借此开拓一下北方市场的客户，增加一些业务订单。我们是品牌方，主要是做时令水果，我们就把当季水果带到现场给大家展示，昨天加了两百多个客户，主要接待了礼品公司、还有一些抖快平台等新渠道带货平台。

西岗区舒香门第沉香文化生活馆 产品总监 张女士

北京礼品展对于礼品行业是非常重要的展会，对于开拓北京市场具有极大的帮助，这是我们第四次参展，目的是为了提升品牌影响力，寻找新的合作契机。这次参展带来了“一鹿香伴”中秋礼、【居易】系列树脂画梅兰竹菊等新品。这次展会意向客户较之前多一些，多为中秋礼品的采购，接待了礼品公司和集采客户比较多。本次增加了新品发布会，是非常好的点；文创性展商和品牌展商较少，希望可以增加这部分展商的推介。

多元赋能·引领行业新未来



行业评选

权威展示 × 品牌传播，助力优质企业提升行业影响力。



数字化生态大会

聚焦数字化转型，链接平台、技术与产业资源。



IP论坛

链接IP、品牌与产品，探索内容商业化新机会。



新电商

新电商、直播电商、社交电商，抖音、小红书官方教您平台算法，打开新生意经。



出海

出海跨境，大势所趋，亚马逊、TEMU、谷歌出海、希音、TIKTOK，到场解读。



主题展示区

从单品到方案，从设计到场景——中国礼物、包装设计大赛、个人礼品消费场景三大板块联动，打开个人礼品消费新场景。



大买家对接会

大买家对接会，1V1配对，精准对接高质量买家。



私域渠道对接会

直播 + 论坛 + 对接会，全方位解析私域渠道玩法。



博物馆

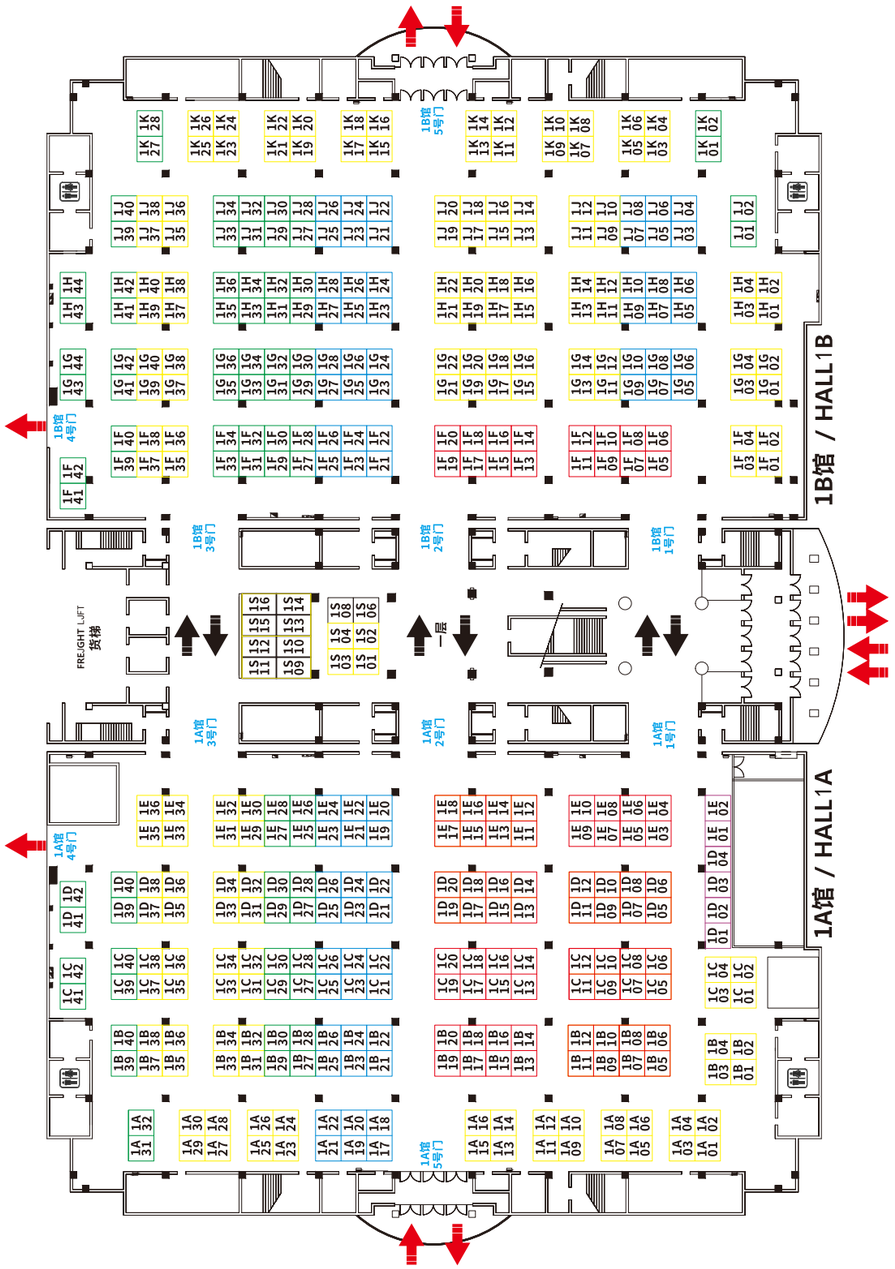
博物馆主题展区 + 文创文旅论坛，赋能文旅产业发展。



非遗

非遗手作展区 + 圆桌论坛，探索非遗 + 礼品商业化模式。

展位图分布（1号馆1A、1B）



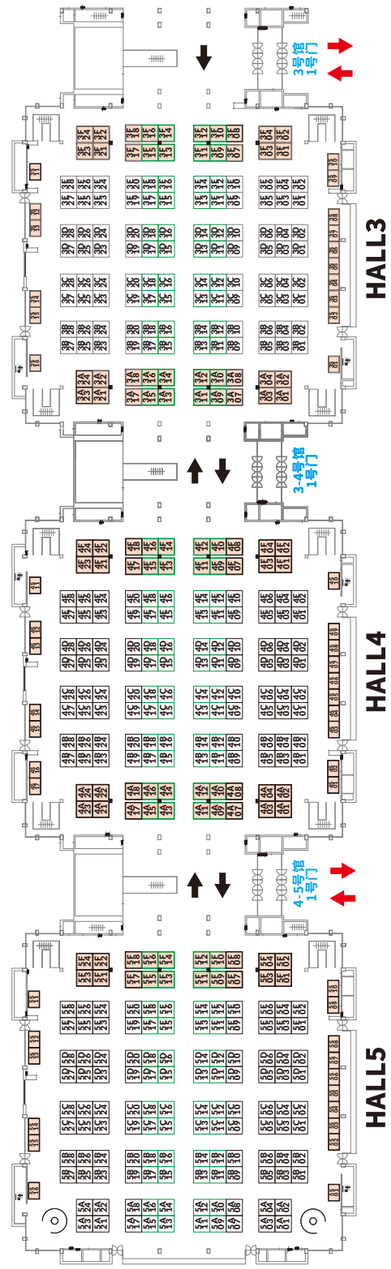
2个起租 3个起租 4个起租 6个起租 8个起租

（注：1号馆为品牌形象馆无标准展位，请按展位图进行销售）

光地：13400元/9平方米　标展：14700元/9平方米　双开口单个：500元/个

S区光地：12300元/9平方米　S区标展：13600元/9平方米　特装限高3.8米

展位图分布（3号馆、4号馆、5号馆）



2个起租

9平方米 光地：9500元/9平方米　标展（限高）：10200元/9平方米　标展：11100元/9平方米　双开口单个：500元/个

6平方米 光地：7600元/6平方米　标展（限高）：7600元/6平方米

粉色展位仅可按标准展位或特装搭建，限高2.5米；其它展位限高4米　■ 馆内柱子：54*58cm

展位图分布（6号馆、7号馆）



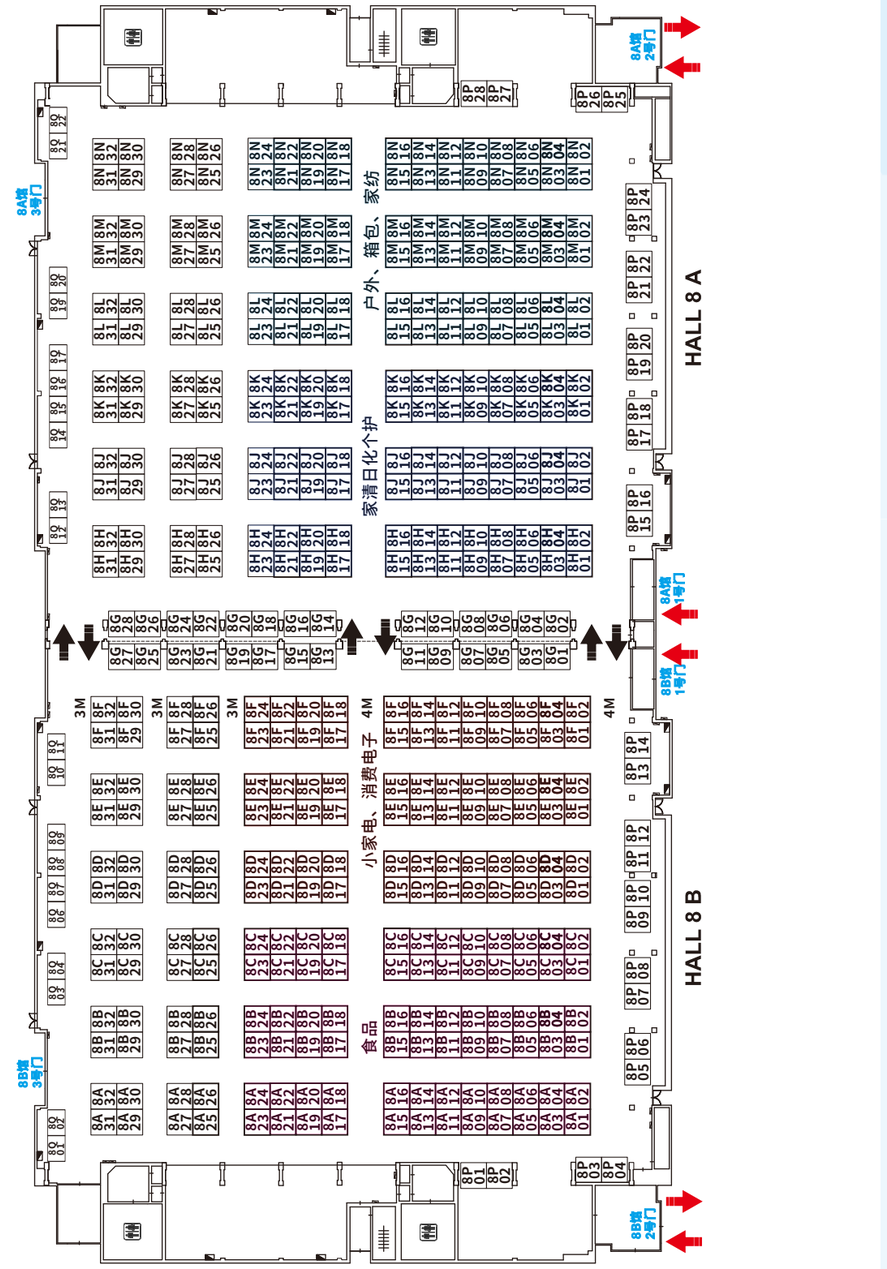
2个起租　4个起租　6个起租

9平方米 光地：10500元/9平方米　标展：12100元/9平方米　双开口单个：500元/个

6平方米 光地：8300元/6平方米　标展：9200元/6平方米

注：特装限高4米　■ 馆内柱子：50*100cm

展位图分布（8号馆）



9平方米 光地：11100元/9平方米　标展：12700元/9平方米　双开口单个：500元/个

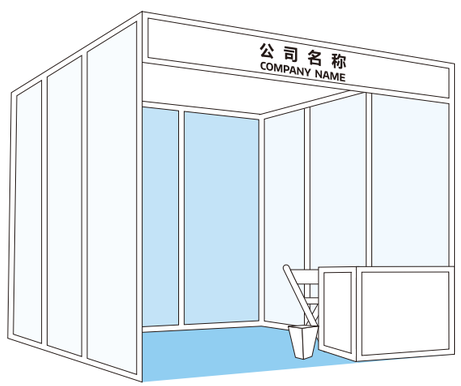
6平方米 光地：8600元/6平方米　标展：9500元/个

注：特装限高4米，8P03-8P26限高3.5米，8P01-02/8P27-28限高2.5米

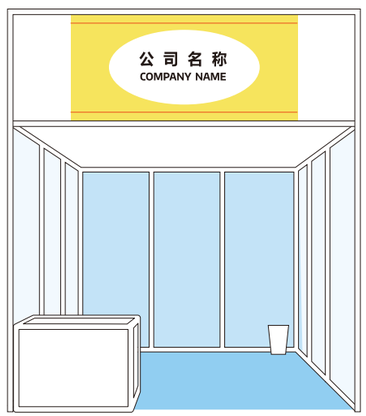
展位价格

展馆	展位面积（平方米）	展位类型	单价（含税取整）
1号馆	A、B区（9平方米）	标展	14700
		光地	13400
	S区（9平方米）	标展	13600
		光地	12300
3-5号馆	9平方米	标展（限高）	10200
		标展	11100
		光地	9500
	6平方米	标展（限高）	7600
		光地	7600
6-7号馆	9平方米	标展	12100
		光地	10500
	6平方米	标展	9200
		光地	8300
8号馆	9平方米	标展	12700
		光地	11100
	6平方米	标展	9500
		光地	8600

双开口另外加收：500元/个（含税）
所有非光地展位统一升级豪标搭建，限高2.5米区域附除外



标准展位（限高）



标准展位

参展商申请表

Part 1 第一部分 **公司信息**（以下内容将被用于出具合同、刊登展位楣板、展会会刊及宣传资料上，请以正楷逐项认真填写）

公司性质	□ 生产商 □ 代理、经销商 □ 其它	业务类型	□ 内销 □ 出口
参展协议公司名称			
公司地址			
电　　话		传　真	
电子邮箱		公司网址/公众号	
请填写贵司的具体负责人联系方式			
负责人姓名		手　机	
电　　话		邮　箱	
请填写贵司负责本次参展事宜的联系人			
联系人姓名		手　机	
电　　话		邮　箱	

Part 2 第二部分 **参展产品类别（最多只能选择3类主要产品）请打“√”**

□ 电子数码	□ 办公用品	□ 杯壶茶具	□ 定制促销	□ 包装
□ 小家电	□ 箱包皮具	□ 食品	□ 节庆用品	□ 珠宝及时尚饰品
□ 家庭日用品	□ 五金工具	□ 工艺礼品	□ 母婴、幼教、玩具	□ 钟表烟具
□ 家纺家饰	□ 汽车户外	□ 收藏品	□ 美容保健产品	□ 其他，请注明

展品简介（限20字）（中文）

Part 3 第三部分 **展位选择**

标准展位配置：桌子1张、椅子2把、射灯2盏、垃圾筒、电源插座1个、地毯、楣板。

展位选择：展位号（付款后及时提交产品PPT或产品图片）

展位尺寸：长：_____米 × 宽：_____米　　总计：_____平米　　价格合计￥_____元

标展 □　豪标 □　光地 □　　展位是否双开口：是 □　否 □　　展位是否有柱子：是 □　否 □

Part 4 第四部分 **确认签名盖章**

本公司已阅读并同意遵守背面主办机构制定的参展细则及条款。

签名或盖章：　　日期：

1号馆：一层限高3.8m；二层限高3.4m；
8号馆：限高4m，A、B馆入口前厅及檐下限高2.8m，馆内通风管道下方限高4m；
参展流程：
①提交申请表和营业执照 ➪ ②安排展位 ➪ ③签订参展合同并付款 ➪ ④回传合同并开发票
励展华博展览（深圳）有限公司
展馆地址：北京市朝阳区北三环东路6号 中国国际展览中心（朝阳馆）

主办联系人：　　电话：　　Email：　　www.giftbeijing.com

参展规则

1、展览会指于2027年3月25-27日在北京·中国国际展览中心（朝阳馆）举办的第55届中国北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会，主办单位为北京励展华群展览有限公司（以下简称组织方），承办单位励展华博展览（深圳）有限公司及其授权代表（以下简称管理方）。

2、参展许可及增值服务许可

在支付完账单规定的全部合同金额后，客户将取得有条件并可撤销的参展许可或取得与展览会相关的增值服务（“增值服务”）许可（“增值服务许可”）；组织方和/或管理方将为客户分配展览空间（“展览空间”）或发布增值服务内容（“增值服务内容”）的位置（“增值服务位置”）。展览空间及增值服务位置合称“展位”。本协议不是且不得视为租赁协议或同意租赁。

3、展位分配

展位完全按照组织方和/或管理方的决定进行分配。组织方和/或管理方有权更改展位的平面图或客户陈设的展品（“展品”）或在展览会中发布的增值服务内容。组织方和/或管理方有关展位分配的决定对客户具有约束力。即使客户最终未使用整个展位，也必须支付全额的合同金额。如情况允许，展位将根据客户的选择次序进行分配。如已无可用展位，组织方和/或管理方仅须退还其收到的费用而无需承担其他责任。

4、网站

经组织方和/或管理方同意，客户还可购买在由组织方组织、并由管理方代表组织方管理的展览会的官方网站上的增值服务位置，发布增值服务内容。

5、材料

本规则下所指的“材料”系指任何文本、图像、图表、图例、设计、信息、陈述、略图、地图、商标、商业名称、商品名称、标识、标志、软件、人名、声音、动态或静态图像。

6、支付条款

客户需于账单规定的付款日期前为其展位支付全额的合同金额，除非本协议另有规定，此款项不可退还。如客户到期未能全额支付合同金额，客户已交付的所有金额将作为违约金不予退还，组织方和/或管理方同时有权收回原先分配给该客户的展位进行重新分配，违约的客户无权就由此产生的索赔、损失、要求、损害赔偿、负债、控告、以及诉讼和支出等提出任何要求。

7、客户

展品或增值服务内容仅限于与本展览会登记的内容相关的材料、产品或者服务。组织方和/或管理方保留决定材料、产品、服务是否符合展示或增值服务之宣传条件的权利。 组织方和/或管理方有权根据其判断要求客户出示其展出项目及推广材料的知识产权权利证明等文件。组织方和/或管理方可限制每个摊位的客户代表人数。组织方和/或管理方可决定展位的用途或建议用途根据本协议是否是允许的，且该决定是最终的。

8、增值服务内容审核

除双方另有约定外，客户应在本协议约定的发布日期前三十日将准备发布的增值服务内容的材料提交组织方和/或管理方审核，经组织方和/或管理方审核认可后，方可由组织方和/或管理方发布。在任何时候，组织方和管理方有权单方面（无需提供任何理由）取消或终止本协议与增值服务内容发布有关的任何部分，和/或有权取消、终止、撤销任何预留增值服务位置。

9、保证声明

客户陈述、保证并承诺其为参展及发布增值服务内容的当事人，并非中介或第三方，并且保证展品或增值服务内容不侵犯，也不会侵犯他人的专利权、商标权、版权和其他知识产权。一旦其违反本协议下的陈述、保证和承诺，组织方和/或管理方有权依据本协议终止客户的参展许可或增值服务许可（组织方和/或管理方无需承担任何损失或索赔，也不影响组织方和/或管理方的其他权益和救济权）。客户应保证不使组织方和/或管理方承担由此造成的任何费用、索赔、要求、损失、负债、控告和诉讼和支出。

10、知识产权

客户承诺，在其得知由于客户的知识产权侵权行为而直接或间接导致的或与之相关的任何索赔、要求、控告以及诉讼时，客户将及时通知组织方和/或管理方。并且，客户声明、保证并承诺，其将对所有针对其作出的或者由知识产权所有人发起的任何行政、司法、刑事或者其他诉讼和索赔完全负责，与组织方和/或管理方无关。客户承诺，就因此产生的所有成本、索赔、要求、损失、负债、控告、诉讼及支出向组织方和/或管理方赔偿，并且对因客户、其代理人或员工的任何知识产权侵权行为直接或间接导致的或与之相关的，而由组织方和/或管理方产生的所有和解费用、成本（包括律师费和调查机构费用）、索赔（包括第三方的索赔）、损失、要求、损害赔偿、负债、控告、诉讼和支出等，客户将向组织方和/或管理方以及其各自的合作人作出赔偿并保证其不受损害。

11、展览会入场

展品或增值服务内容将向全部展览会登记观众开放。一般情况下，组织方和/或管理方可以象征性地收取登记费。组织方和/或管理方保留其认为在必要时拒绝或者限制任何人进入会场的权利。

12、布展服务

客户需自行承担全部的展位的布置费用。对于标准展台的展位而言，须由组织方和/或管理方指定的展位搭建承包商（“指定展位搭建承包商”）施工。对于其他展位而言，展位搭建可由指定展位搭建承包商施工，也可由客户所指定的并经组织方和/或管理方批准的承包商施工，但此承包商须向组织方和/或管理方交纳由组织方和/或管理方另行规定的保证金（或银行担保）。客户需支付所有布置展位相关的费用，不论是否与标准展台相关。

13、接电及供电

如《参展手册》所示，展馆将提供照明、照明线缆、电插座、动力电线缆及电机。如客户需要向其展位接电，须按《参展手册》规定由组织方和/或管理方指定的电力工程承包商施工（“指定电力工程承包商”）。客户需全额承担此类电力工程施工的费用以及参展期间其展位的用电费。客户在组织方和/或管理方书面要求时立即向组织方和/或管理方支付（或根据组织方和/或管理方的要求支付）组织方和/或管理方认为就上述施工和用电所需的足额费用。

14、摄影

组织方和/或管理方保留全部的摄影权利。展览会期间的所有摄影工作须由组织方和/或管理方指定的摄影师进行，并按《参展手册》所列标准收费。

15、宣传

组织方和/或管理方有权以任何理由禁止发放任何广告或增值服务宣传品。

1）参展商特此授权组织方在展览会网站、展览会官方名录和/或涉及展览或相关行业的任何其他名录上，以电子形式、印刷品形式或通过任何其他媒体，公开发布参展商提供的任何名录信息。

2）参展商须在展览网站上录入其名录信息。参展商保证，参展商在展览会网站或官方名录或其他名录上发布的名称、标识、艺术作品及其他内容均不侵犯任何第三方的知识产权，且不含有诽谤他人、色情、低俗、亵渎宗教或在任何方面非法的内容。对于因违反上述保证之情形而致使组织方遭受或发生的所有损害、利润损失、名誉损失、索赔、费用及开支，参展商同意对组织方给予全额赔偿。如果参展商未在展览网站上录入名录信息，组织方将有权基于参展商在与组织方的沟通中向组织方提供的信息或根据组织方的合理判断认为是参展商信息的任何信息，代表该参展商录入其名录信息，在此情形下，参展商的上述赔偿义务及参展商在第15（1）条下的授权依然有效。

3）在编辑展览网站、展览会官方名录或其他名录中，以电子形式、印刷品形式或通过任何其他媒体发布的参展商名录信息的过程中，如发生的任何遗漏、错误引用或其他错误，组织方概不负责。

16、迟延付款

本协议下所有延迟支付的款项均应按照每日千分之一的比例计算利息。

17、取消展位与违约

除非本协议另有明确规定，在任何情况下（包括客户中途决定不参展、不做增值服务），客户支付给组织方和/或管理方的任何款项均不得要求退还。组织方和/或管理方有权保留客户已支付的所有款项，并就根据本协议规定应支付的所有到期款项进行追偿。如果客户违反本协议规定（第6条有关违反合同金额支付约定的义务除外），包括但不限于客户减少或取消展位，违约或有过失的客户应向组织方和/或管理方支付全部合同金额作为违约赔偿金。

18、责任与风险

1）对由于客户或其董事、高级职员、代理商、雇工、被邀请人或独立承包商的任何行为、对本协议条款的违反、疏忽、举动或履约不能而导致的所有成本、索赔、要求、损失、负债、控告、诉讼和支出，均应由客户承担，且客户保证，组织方、管理方及其各自股东、展览举办场馆出租人，以及展览举办国的政府、法定管理机构及其各自的董事、高级职员、代理人和雇工免于承担上述所有或任何一项责任、成本、索赔、要求、损失、负债、控告、诉讼和支出，并对此向上述各方进行有效和全面的赔偿。客户的上述赔偿责任范围还包括由客户或其展品、增值服务内容或人员导致的，或者是由于有关人员在查验、观察、参观客户的展品、增值服务内容或经过客户的展位时导致的，或者是由于与展品、增值服务内容相关的展示活动或其他活动导致的所有人身伤害或财产损失。客户员工、代理商和其展品、增值服务内容的责任、损失风险和损害由客户自行承担。展品、增值服务内容的风险应由客户负责，组织方、管理方及其各自董事、高级职员以及代理人不承担任何展品、增值服务内容的盗窃、损害、丢失和损毁的责任。在任何情况下，组织方、管理方、任何政府机构、法定管理机构或者其各自的董事、官员和代理人均不对展品、增值服务内容的损害、偷盗、丢失或损毁承担责任，也不对客户放置、存放、带入或遗留在展览场馆的财产、货物、物品或其他承担责任。

2）在任何情况下，组织方和/或管理方无需对展位上的或任何有关的内容的错误、遗失、损失或遗漏负责。

19、保险单

根据组织方和/或管理方要求，客户应就参加本展览会与经组织方和/或管理方批准的保险公司签订保险合同并取得保险单，保险单的形式和金额和承保范围应符合《参展手册》的规定或组织方和/或管理方另行提出的要求。客户应及时支付该保险单的所有应付的保险费。如果客户未能按规定履行本条规定，组织方和/或管理方可以先行替客户投保并支付保险费，然后由客户按组织方和/或管理方要求向其偿还已付费用。客户不应做出或允许做出或被迫做出使组织方和/或管理方投保的保险单（如有）无效的任何行为，或者使保险费增加的行为。否则，客户应赔偿组织方和/或管理方遭受的所有损失，应向组织方和/或管理方偿还因保险费增加而支付的费用及所有因违反或不遵守本条规定而需要续签保单或签发其他保险单所支付的所有费用，且不影响组织方和/或管理方的任何其他权利。在组织方和/或管理方要求下，客户应要求保险公司或签发保险单的公司放弃其代位求偿权。

20、安全、消防、健康及其他法律

客户须严格遵守组织方和/或管理方、地方当局和机构以及展场出租方制定的所有有关安全、消防、健康及其他法律、法规及条例的规定。客户须确保充分、有效地施行与展品、增值服务内容和展位相关的安全措施并严格遵守。

21、违禁展品或增值服务内容

不可在展场展示现场军事设备，包括军火、飞行军备、小型军火和炸药、武器系统、战术导弹、火箭等。 组织方和/或管理方保留禁止其他类型展品的展览或增值服务内容发布的权利。在展览开幕前和整个展览期间，客户应全权负责为其展品、增值服务内容及其参加展览办理并获得所有政府及其他规定的批文并保持有效。

22、损失

组织方和/或管理方不对因任何原因造成的客户财产损坏、展品、增值服务内容在进场及出场的运输过程中发生的货物丢失、或货币成本负责。 任何情况下，客户均须按合同支付全部金额以及本协议约定的其他应付款项。

23、终止与推迟

1）如组织方和/或管理方根据其自行判断认为展览场地不适合使用，或者由于组织方和/或管理方不能控制的原因导致展览的举办或者组织方和/或管理方履行本协议任何条款的行为受到任何干扰，或者展览会可能受到任何影响，则本协议和/或展览（或其任何部分）可由组织方和/或管理方单方选择决定终止、取消、延迟或作出重新安排，此种情况下，组织方和/或管理方不承担客户的损失。一旦终止或取消，组织方和/或管理方除需向客户根据剩余展览会日数按比例返还合同金额外，不承担其他任何责任。在展览会延迟或重新安排的情况下，将不返还任何金额。

2）如果组织方和/或管理方认为客户不会或者不能履行和遵守其任何义务，其有权选择立即停止履行相应义务或立即终止本协议。

3）展览会更名并不意味着组织方取消展览会。

24、拒绝和驱逐权

组织方和/或管理方有权拒绝、驱逐或禁止部分或全部展品、增值服务内容和客户或其代表进入展览会，且可以说明或不说明理由。如果不说明理由，则组织方和管理方的责任（如有）仅限于将按驱逐时的剩余展览日数计算的合同金额返还给客户。如果展品、增值服务内容或客户被驱逐是由于违反本协议任何条款或者经说明的其他合理理由，则无须根据合同金额按比例返还。

25、占有权或质押权

为了确保客户履行本协议的责任，客户将位于客户展位的所有财产（包括展品及增值服务内容）移交组织方和/或管理方占有（但基于展示展品、发布增值服务内容的需要客户在展出期间仍需直接接触展品、增值服务内容，因此，在展出期间客户仍负有对该些财产的保管责任）。该占有权优先于其他任何人的占有权。组织方和/或管理方占有这些财产均被视为客户为履行本协议责任而向组织方和/或管理方做出的担保，组织方和或管理方有权在客户未支付本协议规定的任何款项的情况下，移动、出售或按其认为合适的条款和条件以其他方式处置这些财产。如果展览结束日客户在本协议下的义务均已完成，则组织方和/或管理方许可客户将这些财产搬移出展馆。如果该财产在《参展手册》所规定的时间内未撤出展场，则组织方和/或管理方亦有权自行搬移、出售或以其他方式处理该财产。组织方和/或管理方根据本条处理财产所取得的收益应首先用于补偿客户根据本协议应付的所有款项，以及处理这些财产的成本和支出，剩余部分将在客户要求时返还客户。客户承诺，在搬移、出售或处理过程中产生的任何成本和费用，以及任何第三方对出售或处理财产提出的索赔，均不应由组织方和/或管理方承担。各方在此明确：

1）上述财产所担保的主债权为客户应当支付的合同金额（具体数额见账单）以及根据本协议规定应当支付的其他款项；

2）客户履行债务的期限为账单规定的各款项的付款日期（见账单）；

3）质物为参展商的展品、增值服务内容和其他财产，具体名称、数量、质量和状况见参展商提供的保险单；

4）质物（以其价值为限）担保的范围为主债权的全部金额及其利息、违约金、损害赔偿金、质物保管费用和实现质权的所有费用；

5）质物移交的时间为质物被允许进入展览场馆的时间或质物实际进入展览场馆的时间（以较晚时间为准）。

26、参展许可及增值服务许可的分许可

此参展许可及增值服务许可仅限客户自身使用，不可转让。客户不可将其许可或分许可给任何第三方。客户不可转让或出租展位或其任何部分。

27、管理方作为代理人

管理方行使的所有权利、权力和裁量权，以及其所做出的所有许可或同意，均被视为以代理人的身份代表组织方履行的责任和义务。管理方无须向客户或其他第三方承担责任。

28、责任、免责及限制

1）组织方和/或管理方不应对因任何其不可控制的原因（不论直接或间接地，或者偶然或必然地）导致的展览的延迟，索赔、要求、损坏、损失、成本增加、控告、变更、诉讼及支出或其他不利条件承担责任。

2）本协议中组织方和/或管理方“不可控制的因素”应包括火灾、事故、洪水、疾病、传染病风险、流行病、地震，爆炸或意外事故、封锁、禁运、恶劣天气、政府禁令、民防或军事当局的限制或命令、公敌行为、暴乱、国民骚乱、恶意损坏、蓄意破坏、怠工、恐怖行动或其他类似行动、罢工、停工、抵制、其他劳动纠纷或动乱、组织方和/或管理方无法控制的足够劳工、技术人员或其他人员的保证、失去展览所需的场地以及交通设施的故障、损害或缺乏、不能获得、没收、征用或征募必要的补给和设备、地方或国家的立法、行政、司法及其他法律、法令、法规、命令、条例或规章（不论其为立法机关、行政机关或司法机关所公布的，亦不论其符合宪法与否），或者不可抗力事件，且该等“事件”包括“不可抗力的威胁或预期威胁”。

3）组织方及管理方的责任累计总额（如有），在任何情况下（无论是由于违约、侵权或其他原因而产生），均不应超过客户为了获得参展许可或增值服务许可而支付的合同总金额。由组织方和/或管理方指定的分包人员（包括展位搭建承包商以及电力工程承包商）是独立的承包商，并不是组织方和/或管理方的代理人。

29、法律适用和管辖

本协议及其解释适用组织方注册地所在国的法律。就与本协议相关的所有争议，双方同意无条件且不可撤销地接受组织方注册地法院之非专属管辖权的管辖。

30、撤销

本协议终止后，已给予的参展许可或增值服务许可立即无效，客户应当在组织方和/或管理方通知的合理期间内离开展场，并撤出全部展品或增值服务内容。

31、税费及其他费用

客户须全额支付适用法律规定其应当承担的与本协议相关的印花税和其他相关税项，包括利息和罚金。根据本协议规定的付款条件，客户将分期支付合同费用。在任何一期合同费用到期前，如相关政府部门开始征收增值税，则组织方和/或管理方就该期合同费用应支付的增值税应增加到该期合同费用中，且客户同意，在该期合同费用到期时，应向组织方和/或管理方额外支付上述增值税。

32、《参展手册》和展场平面图

展览会有关的其他规则和条例列在《参展手册》和组织方和/或管理方不定时提供的文件中。组织方和/或管理方可不时制定有关展览会各方面的更为详细的规章制度（立即生效）。这些规章制度将成为本协议的一部分，并且将对客户具有约束力。组织方和/或管理方有权不时更改展场平面图。

33、部分无效

本协议中的任何无效条款或无强制执行力的条款，均不影响本协议中的其他条款的有效性和强制执行性。

34、救济措施与默视放弃

组织方和/或管理方不行使或迟延行使本协议下的任何权利和救济措施不应视为对该权利或救济的放弃，单独或部分行使任何权利或救济也不得视为排除对该权利和救济的进一步行使或对其他权利的行使。本协议的权利和救济包括根据法律另行规定可以享有的权利和救济，且可以与其累积行使。

35、抵扣条款

双方同意，若存在客户到期未付应付款项的情况，组织方和/或管理方有权决定将客户到期未付的应付款项从组织方/或管理方到期应支付给客户的款项中扣减。

36、合规性条款

经组织方和/或管理方书面要求，客户应在组织方和/或管理方认为必要的情况下立即采取或停止任何行动以履行客户任何法定或约定义务，并即刻提供任何必要信息或者资料证明其遵守了相关义务。

37、修订条款

本协议仅可按组织方和/或管理方不时规定的形式予以修订。

38、转让条款

组织方和/或管理方可不经客户同意，将其在本协议下的权利及/或义务进行转让或转移。客户未经组织方及/或管理方同意不得将其在本协议下的权利或义务进行转让或转移。

39、第三方

本协议条款对任何非为本协议一方的第三方不具有约束力。

40、隐私政策

通过签署本协议，参展商特此同意组织方和/或管理方可以：

（a）在其数据库中储存所有参展商自愿提交以及组织方和/或管理方自行收集的参展商数据，公司及相关个人信息（合称“展商信息”）；（b）将展商信息提供给第三方（包括组织方和/或管理方在国内外的下属和/或关联企业、展会合作伙伴及服务商等），上述第三方及组织方和/或管理方可将展商信息用于存储、提供展会服务或相关业务拓展之目的，包括但不限于账务处理；识别参展商需求；在展览会网站和展览会官方名录和/或在涉及展览会或相关行业的任何其他媒体上，以电子形式或印刷品形式，公开发布参展商的详细信息；邀请参展商参加由组织方和/或管理方或组织方和/或管理方之集团组织的其他相关活动；向为展览会提供服务的国内外的服务商（包括但不限于展位安全登记、清洁和货运承包商、供应商和电工等）披露展商信息；分别向国内外的第三方披露和向组织方和/或管理方之全球集团成员披露和传送展商信息，以使第三方和集团能够进一步发展与参展商有关的业务或服务。组织方和/或管理方亦可向为展览会提供货物和服务的国内外的第三方披露展商信息。如果参展商不希望展商信息被用于上述任何方式，请在签署本协议或提供相关信息时书面告知组织方和/或管理方；（c）参展商理解并同意，展商信息的存储、传递及使用等将适用组织方和/或管理方或任何收到展商信息的第三方之营业地点（无论境内或境外）的相关法律和主办方隐私政策（https://privacy.reedexpo.com/zh-zh.html）规定；以及（d）组织方和/或管理方或任何收到展商信息的第三方可通过电话、传真、带有链接的电子邮件、短信、邮寄等方式联系参展商或参展商的任何雇员，和/或向其发送包含但不限于展会注册确认、推广宣传、会议活动、商务配对、调研、有奖活动、折扣优惠等信息。

41.礼贸通

若参展商选择使用组织方与武汉市驿宝通网络科技有限公司共同运营的“礼贸通”，包含礼贸通中国网站（所涉域名为limaotong.com.cn）、客户端以及相关的衍生产品时，应另行与“礼贸通”运营方签署有关“礼贸通”服务的相关法律文件和协议（包括但不限于协议、条款、政策、声明等），以明确使用“礼贸通”服务所产生的权利义务关系，并且适用“礼贸通”服务的相关条款、规则仅限于前述法律文书，不得作扩大解释。签署前述法律文件后，参展商理解并同意遵守“礼贸通”的规则与条款内容，但不涉及且不影响本协议项下甲乙双方的法律关系及权利义务。