

2026 年展会排期

3月 北京

第53届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会
2026年3月26-28日 北京·中国国际展览中心(朝阳馆)

4月 深圳

第34届中国(深圳)国际礼品·工艺品·钟表及家庭用品展览会
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

第17届深圳国际移动电子展
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

第12届深圳礼品、消费品包装及印刷展
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

2026GGE跨境出海博览会暨第11届OEM/ODM源头工厂展
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

2026深圳国际银发经济博览会
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

深圳IP授权及衍生品展览会
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

2026深圳宠物用品博览会暨定制/跨境选品节
2026年4月25-28日 深圳国际会展中心(宝安)

5月 义乌

2026年义乌礼品、时尚用品及家庭用品展览会
2026年5月16-18日 义乌国际博览中心

6月 成都

第18届中国(成都)礼品及家居用品展览会暨文创旅游商品展
2026年6月25-27日 成都世纪城新国际会展中心

7月 上海

第8届上海国际礼品博览会
2026年7月16-18日 上海新国际博览中心

8月 北京

第54届中国·北京国际礼品、赠品及家庭用品展览会
2026年8月13-15日 北京·中国国际展览中心(朝阳馆)

9月 印尼·雅加达

第3届励展华博亚洲国际礼品展 - 印度尼西亚
2026年9月3-5日 雅加达国际展览中心

10月 深圳

第34届中国(深圳)国际礼品及家居用品展览会
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

第18届深圳国际移动电子展
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

第13届深圳礼品、消费品包装及印刷展
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

2026GGE跨境出海博览会暨第12届OEM/ODM源头工厂展
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

2026深圳国际银发经济博览会
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

深圳IP授权及衍生品展览会
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

2026深圳宠物用品博览会暨定制/跨境选品节
2026年10月20-23日 深圳国际会展中心(宝安)

12月 越南·胡志明

2026励展华博亚洲国际礼品展览会 - 越南
2026年12月11-13日 胡志明市SKYEXPO会展中心

12月 韩国·首尔

2026励展华博亚洲国际礼品展览会 - 韩国
2026年12月17-20日 首尔市COEX会展中心

联系我们

励展华博展览(深圳)有限公司
地址: 深圳市福田区福华三路深圳国际商会中心 1801、1802、1805 室 (518048)
电话: 131 6879 0627

第34届 中国(深圳)

国际礼品 及家居用品展览会

2026年10月20-23日
深圳国际会展中心(宝安)



招展函



Built by
RX Huabo
励展华博展览(深圳)有限公司



展会荣誉

2023-25 年

被评为“Best+全球影响力展会”

2022 年

通过 ISO 权威标准认证

2020 年

荣获“2020 深圳会展业抗疫首展”杰出贡献奖称号

2019 年

荣获“深圳市品牌展览会”称号

2017 年

荣获“粤港澳大湾区全球最具竞争力展览会”称号

2012 年

荣获深圳会展年度十佳品牌展称号

2008 年

荣获“深圳特区成立三十周年”杰出品牌展称号

2010 年

获得改革开放 30 年——推动深圳产业发展杰出贡献奖

2007 年

荣获中国行业品牌展金手指奖 TOP1 奖项

2005 年

通过全球展览业协会 (UFI) 理事

2026 韧性向上 共创价值

尊敬的贵宾：

第34届中国（深圳）国际礼品及家居用品展览会将于2026年10月20-23日在深圳国际会展中心举办。展会设14大主题展馆，规模近30万平米，4500家海内外展商及30万人次全球买家齐聚鹏城。在此，我们诚挚邀请贵司参加本次展会，共赴2026年底采购季，共创行业价值！

作为“中国礼品行业旗舰展”，本届展会汇聚全球知名品牌企业与源头供应链资源，集中呈现文创文化、IP授权及周边、智能家电、消费电子、AI科技、品质家居、健康食品、美妆个护、户外休闲、包装印刷等30余个热门品类，精准适配商务礼赠、员工福利、企业定制及文旅消费等多元营销场景。此外，深圳礼品展也是行业风向标，AI智能、场景体验、数字采购、绿色环保等主题也将成为本次展会的亮点。

立足新消费需求，本届展会七展联动，同期举办“GGE跨境出海博览会”、“深圳国际移动电子展”、“深圳礼品、消费品包装及印刷展”、“深圳IP授权及衍生品展览会”、“深圳宠物用品博览会暨定制/跨境选品节”、“深圳国际银发经济博览会”。依托科学展馆布局与特色展区规划，为供需双方搭建更高效的商贸对接平台。同时举办逾20场行业论坛、发布权威行业报告，以协同之力彰显行业韧性、赋能产业升级。

值此10月黄金采购季，我们诚挚邀请您莅临本次展会，与全球行业同仁携手拓展市场机遇，共创礼品行业发展新价值！

蒋承文 董事长
励展华博展览（深圳）有限公司

好生意 新增长

中国礼品行业
极具规模和影响力的
贸易型展览会



行业大展
最佳平台

34年积累，UFI权威认证，行业标杆展会，被誉为“中国礼品家居旗舰展”。

30万人次
买家到场

来自全球的礼品服务商、礼品渠道商、跨境电商、私域电商、连锁商超等买家到场参观。

供需双方
精准匹配

主办方特邀全球专业采购商莅临，携海量订单，实现现场精准直采与商贸配对。

深入挖掘
福利订单

特邀央企相关负责人到场，高效对接，员工全年福利采购。

一站对接
全国渠道商

汇聚全国礼品渠道商，现场深度对接，共筑2026增长新曲线。

近30万平米旗舰规模全新布局

礼品展同期系列展会

3号馆

SCPE

2026深圳宠物用品博览会
暨定制/跨境选品节

9号馆

IP CONNECT FAIR

深圳IP授权及衍生品展览会

13号馆

GIFTS & HOME

深圳礼品、消费品包装及印刷展

15号馆

Go Global Expo

GGE深圳跨境出海博览会
暨第12届OEM/ODM源头工厂展

14/16号馆

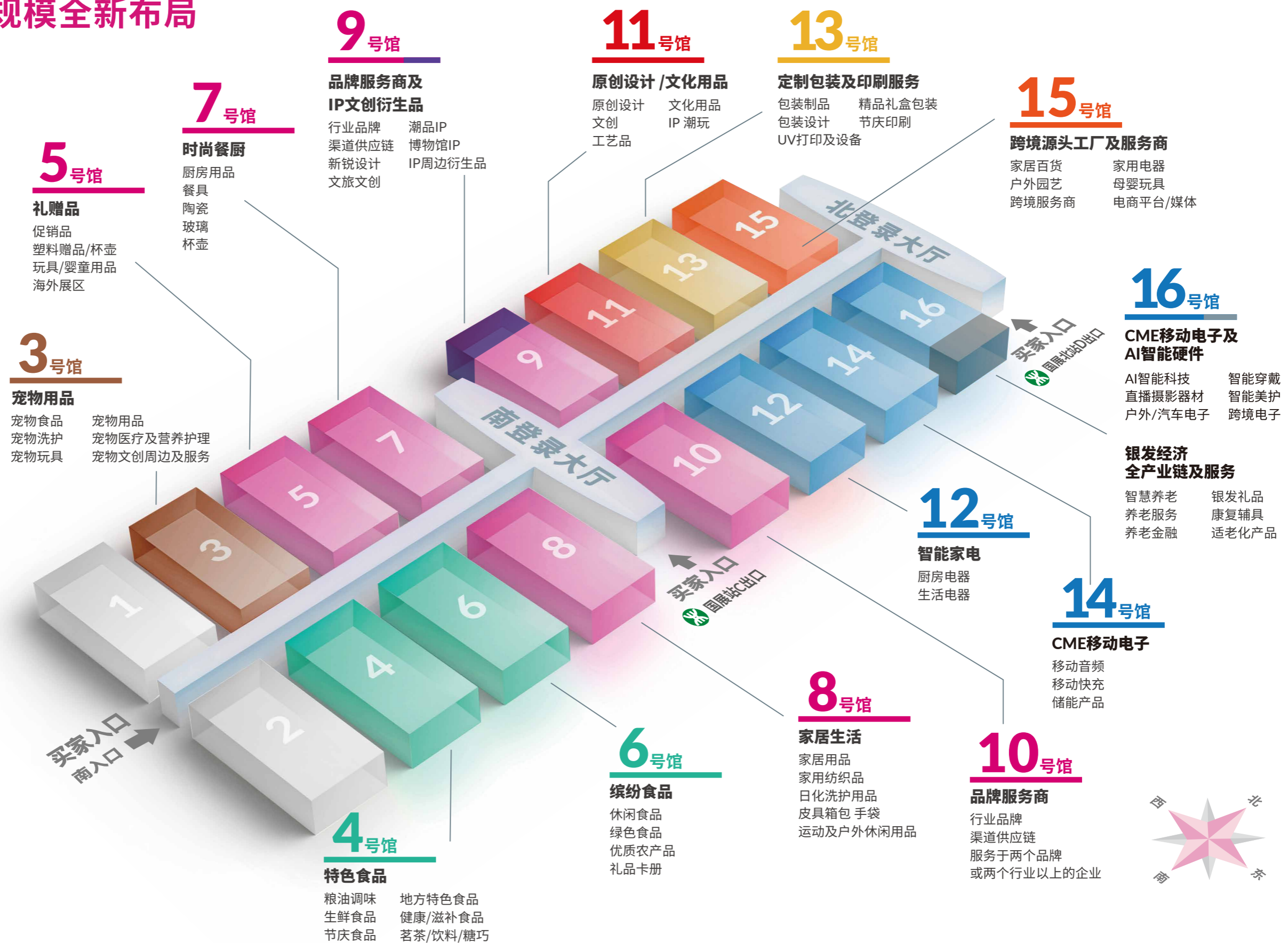
CHINA MOBILE ELECTRONIC

深圳国际移动电子展

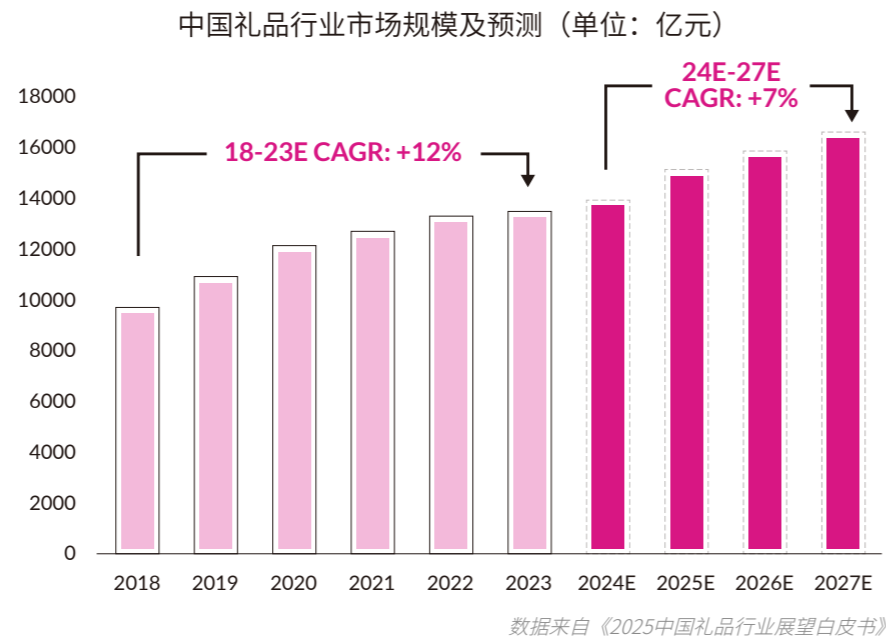
16号馆

SISE

2026深圳国际银发经济博览会



2026中国礼品市场规模韧性增长



礼品行业主要服务场景

员工福利

提供多元化、可定制的礼品方案,并具备覆盖全国、高效敏捷的“一件代发”履约能力,保障员工体验。

办公集采

提供阳光透明、高效便捷的企业采购解决方案,确保产品质量优良、价格合理,助力采购管理标准化。

市场营销

提供多场景营销物料解决方案及效果评估模型,支持与营销活动深度绑定。

文创旅游

专注于文化IP融合、沉浸式体验设计,为文旅、景区、非遗、老字号等行业提供定制服务。

美好生活

面向婚庆、高端酒店等注重仪式感的服务业,提供定制化礼品。为重要时刻赋予情感烙印,实现价值升华与记忆永续。

虚拟业务

从传统的实体卡券向数字化权益拓展,满足市场对即时兑现、灵活便捷的礼品需求,代表行业数字化升级趋势。

*以上内容来自《2026中国礼品行业展望白皮书》

6大行业热点

文创&非遗

国家统计局数据,2025年上半年,全国规模以上文化及相关产业企业营业收入约7.13万亿元。文创、非遗项目大热,是礼品渠道采购的热点品类。



环保可持续

《2025-2026年中国绿色消费行为白皮书》显示,93.3%的受访青年会优先选购绿色环保产品;超九成消费者认识到“绿色消费”的重要性。

情绪疗愈

情绪疗愈驱动消费新趋势,年轻群体愿意为“感觉更好”买单,陪伴治愈、个性表达、身心舒缓等类型产品广受欢迎。



药食同源

截至2025年,我国药食同源全产业链估值超过2万亿元,市场呈爆发式增长。休闲零食、新式茶饮、烘焙等多元领域“跨界”融合,送礼送健康的概念与之呼应。



AI科技+

AI眼镜、AI玩具、智能穿戴设备.....AI科技+消费的各种产品,在礼品市场将掀起科技礼品热潮。



轻量化产品

年轻人群更青睐轻量化产品,这类体积更便携、功能更集成、使用更简便,甚至极简包装。



综合消费品大牌抢先进驻



注:以上为上届部分参展品牌,排名不分先后

展商感言

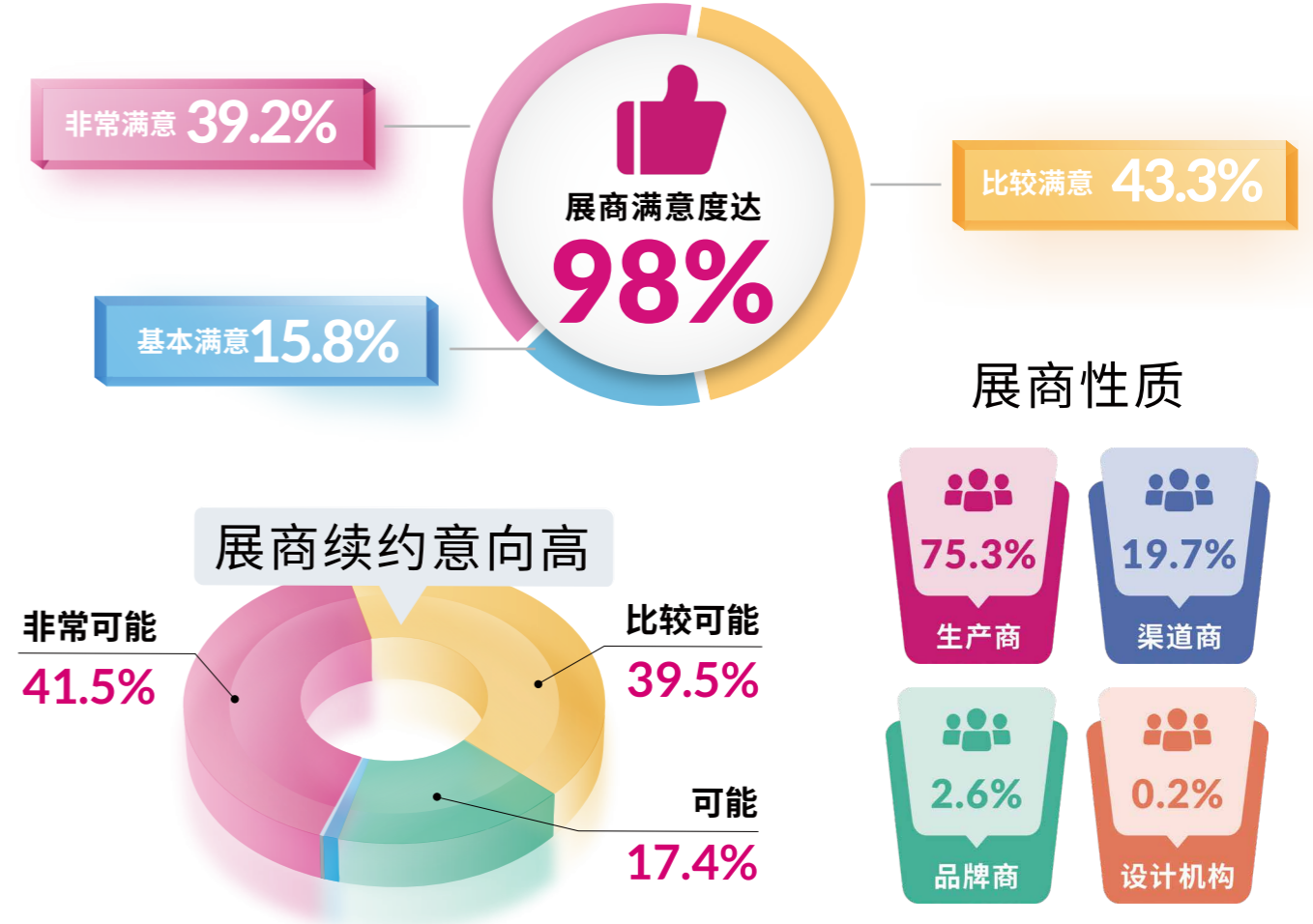
今年我们是第二次参展了,主要带来了派克品牌系列的一些新品。这次展会现场有接触到各种需求和类型的客户,我们也希望能够继续接洽到更多的礼品公司及终端客户。展会各方面服务都很完善,整体我们是很满意的。

薛先生
纽威日用品(上海)有限公司-全国线下礼品批发经理

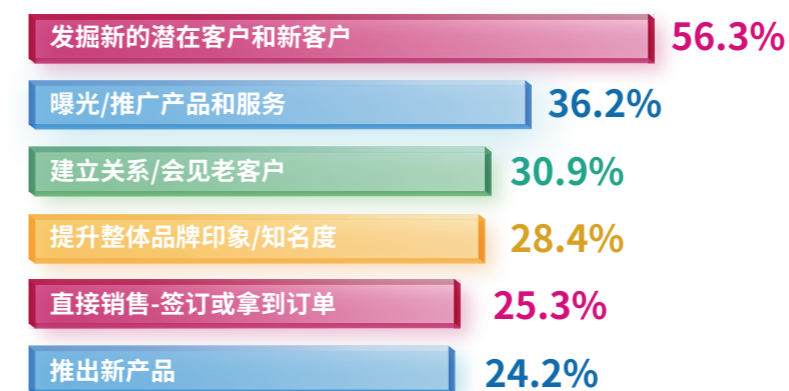
我们主营金属礼品摆件,提供定制生产一体化服务,这次参展带来了自有IP的马年系列摆件、挂坠等新品。我们希望开拓更多博物馆、景区市场,这次参展体验依旧很好,客户流量大,专业程度很高。在现场也达成了多项合作。

李先生
江门市汇杰实业有限公司-运营经理

聚焦参展实效获展商好评



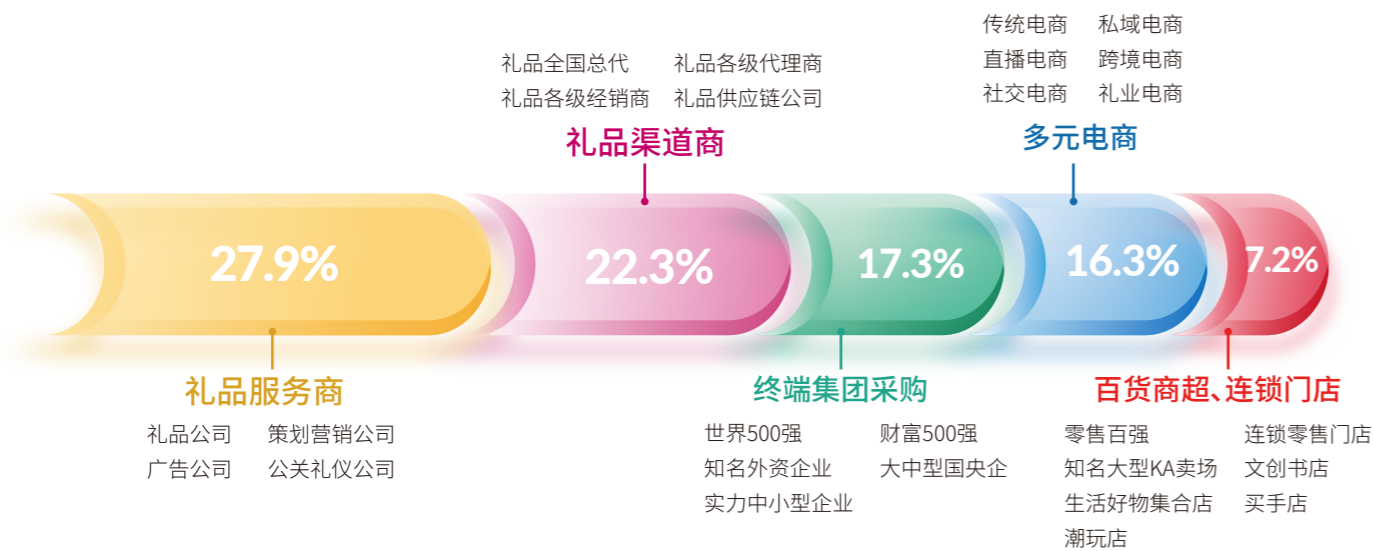
主要参展目的



展商地域分布



主要买家类型



买家主要服务行业



买家采购热门品类



结构多元 买家网络覆盖全球



知名终端采购商共襄盛会

金融 保险	招商银行	交通银行	浦发银行	ICBC 中国工商银行	CICC 中金公司	NCI 新华保险	中国平安 PINGAN
能源 烟酒	中国石化	中国电建	国家电网	中国海油	贵州茅台集团	泸州老窖	TSINGTAO 青岛啤酒
互联 通讯	字节跳动	百度	美团	滴滴	字节跳动	中国移动	中国联通
汽车 医药	东风汽车	HONDA	小鹏汽车	比亚迪	吉利汽车	修正药业	万通药业
航空 铁路	深圳航空	中国南方航空	东海航空	海南航空	SF AIRLINES 顺丰航空	瑞丽航空	广铁集团
日化 食品	P&G	Unilever	L'ORÉAL 欧莱雅	Jahwa 上海家化	pepsi	NESCAFÉ	达利食品集团
商超 零售	永辉超市	Walmart 中国	DL 胖东来	Member's Mark	PUPU 朴朴	乐乐玩具	杂物种
文创 文旅	中国国家博物馆	敦煌文旅	成都博物馆	山东博物馆	故宫博物院	上海博物馆	欢乐谷

注：以上为上届部分到场买家代表，排名不分先后

买家感言

多次参观，深圳礼品展非常符合礼业人的一个理念：“文礼融合”，很有高度、有品质。这次参观对于非遗类、国潮类、以及人工智能类产品高度关注，已经现场对接多家订货意向。

王先生 深圳京美实业集团有限公司-采购招标处

第三次参加展会，对于展会比较满意，这次主要对接食品以及日用品类的供应商，目前跟二十多家对口供应商都进行了深入沟通，而且产品都很适配我们的各种礼赠场景。之后将持续参观。

陈女士 欧菲斯集团股份有限公司-采购副总

百强私域团长、头部达人主播 现场开麦对接



跨境买家、头部跨境大卖现场选品



百团齐采 超百个采购团到场洽谈

全国**100+**行业协会、专业市场
采购团到场参观
超**3000**个团体采购商现场商贸对接。



文创头部采购商到场 无缝对接供应商

- | | | |
|-----------------|-------------------|------------------|
| 新疆西域文旅投资发展有限公司 | 淮安市周恩来纪念馆文化旅游服务公司 | 番茄口袋 |
| 泰州市文旅文化产业发展有限公司 | 华侨城集团 | 四川广汉三星堆博物馆 |
| 深圳世界之窗有限公司 | 华强方特(深圳)文化产品有限公司 | 泰州市文旅文化产业发展有限公司 |
| 深圳博物馆 | 河南老子文化旅游发展有限公司 | 灵石县文化旅游投资发展有限公司 |
| 烟台张裕酒文化博物馆 | 海南芒果文旅策划管理有限公司 | 贵州茅台酒厂文化旅游有限责任公司 |
| 山西晋之源壁画艺术博物馆 | 广州长隆集团有限公司 | 欢乐谷文化旅游发展有限公司 |
| 山东文旅集团有限公司 | 广东中山文旅集团有限公司 | 佳兆业文商旅集团 |
| 曲阜市三孔文化旅游服务有限公司 | 成都博物馆 | 温州市鹿城区文旅传媒集团有限公司 |
| 青鸟文旅产业集团有限公司 | 四川五粮液文化旅游开发有限公司 | |
| 宁波文旅集团 | 九木杂物社 | |

注:排名不分先后

全媒体矩阵·多频次·高曝光

百度

小红书

抖音

朋友圈

公众号

视频号

新闻媒体

户外广告

第33届深圳礼品展焕新升级 2025下半年礼品好生意即将开启

第33届深圳礼品展10月开幕 文创赋能引领礼品行业新浪潮

2025年10月20-23日 深圳国际礼品及家居用品展览会

2025.10.20-23 免费领票

2025包装新趋势 你跟上没?

最后一天 第33届深圳礼品家居展 在线发放579张门票

免费领票入口

趋势预见未来 时尚原创设计打造行业爆款

圆桌对话 重新出发 向新而行

中国特渠创新大会

内容消费 反哺产品创新

2026 中国礼品行业展望白皮书

**曝光量
超2亿次**

**抖音曝光量
90,185,257**

**朋友圈曝光量
73,876,214**

**视频号曝光量
20,647,874**

**小红书曝光量
11,654,218**

**公众号阅读量
1,456,245**

**直播场观
508,154**

权威颁奖·重磅论坛·白皮书发布

1份全行业权威白皮书

20+场热点主题论坛

100位行业大咖

颁奖典礼

企业文化创新论坛

文创赋能新思路 撬动品牌价值市场

趋势预见未来 时尚原创设计打造行业爆款

圆桌对话 重新出发 向新而行

中国特渠创新大会

内容消费 反哺产品创新

2026 中国礼品行业展望白皮书

2024跨境电子专场采购对接会

2024 Cross border Electronic Procurement Matchmaking Conference

2024.10.22 深圳国际会展中心

CME CHINA MOBILE ELECTRONIC

第17届深圳国际移动电子展

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心14/16号馆

展览规模 40000平方米 | 展商数量 1000家

展品范围 14号馆 移动音频、移动快充、储能产品、跨境电子

16号馆 3C电子、智能个护、户外电子、汽车电子、AI科技



AI智能科技



3C数码



移动快充



移动音频



娱乐设备



智能穿戴

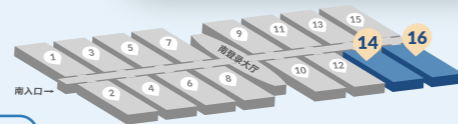


智能个护



健康监测

消费电子全品类
抢占行业资源先机



知名参展品牌



GPD GIFTS PACKAGING & PRINTING

第13届深圳礼品、消费品包装及印刷展

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心13号馆

展览规模 20000平方米 | 展商数量 500家

展品类别

精品礼盒包装
定制礼盒、奢侈品包装、珠宝礼盒包装、工艺品包装

快消品包装
食品包装、茶/酒饮包装、电子产品包装

包装制品
纸质/塑料/金属/木质/皮质/布料等包装制品

包装材料
包装装饰、包装纸、胶带、标签、包装印刷耗材

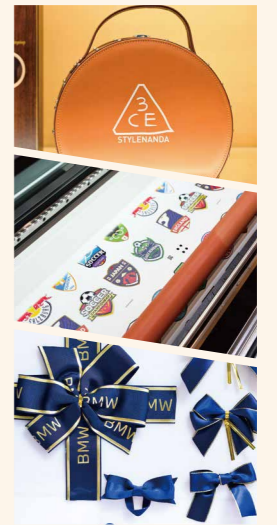
纸塑/绿色包装
环保材料包装、可持续包装

电商/跨境包装
纸箱、防震材料、气泡袋、泡沫填充物

陈列展示及广告标识
产品展示架、展示盒、亚克力等

激光/UV打印等设备
UV打印机、丝网印刷设备、数码印刷设备、其他包装印刷设备

专注礼品、消费品包装及印刷



GGE深圳跨境出海博览会暨第12届OEM/ODM源头工厂展

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心15号馆

展览规模 60000平方米 | 展商数量 1000家



数领跨境 智贸全球



展品类别

出海源头工厂区

家居生活	日用百货	美妆个护
消费电子	服装饰品	家用电器
箱包鞋帽	户外体育	庭院园艺
潮玩宠物	五金工具	汽摩配件
节庆文创	建材家饰	

服务商业态集结区

供应链	物流仓储	营销投放
跨境支付	软件/ERP	出海营销
VAT/合规	代运营服务	海外注册



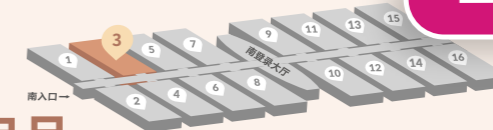
2026深圳宠物用品博览会暨定制/跨境选品节

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心3号馆

展览规模 20000平方米 | 展商数量 600家



一站式宠物用品生活馆



展品类别

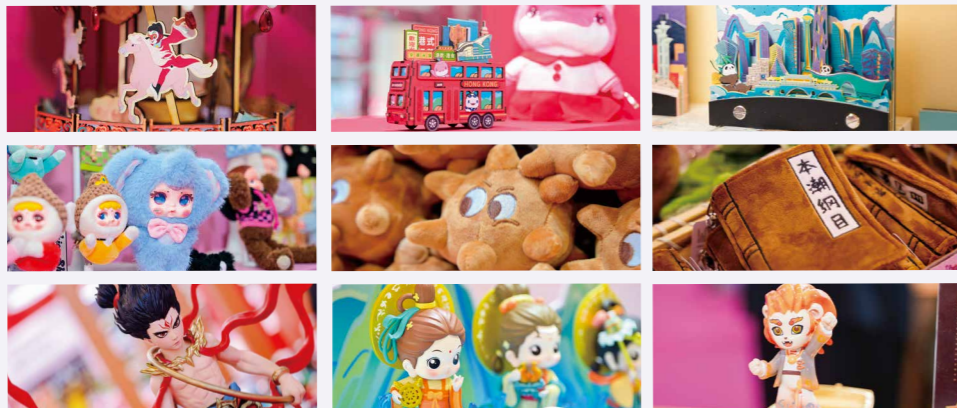
- 宠物食品**
宠物主粮、宠物零食、宠物功能性食品、处方粮
- 宠物洗护**
洗浴用品、梳剪、美容台、烘干机、吹水机、清洁湿巾、洁耳粉、香水
- 宠物玩具**
益智迷宫、舒缓咬胶、仿真动物、绳结玩具、水上漂、自动投球、智能机器人
- 宠物用品**
宠物服饰、文明带、颈圈、航空箱、窝垫、围挡、牵引用品、食器、除味产品
- 宠物医疗及营养护理**
宠物医疗用品、钙片、维生素、被毛护理、脚垫护理、营养膏、补血、卵磷脂
- 宠物周边**
宠物文创(书籍、手办、周边)、宠物电商、宠物APP、宠物服务、宠物俱乐部、宠物媒体、宠物教育机构



深圳IP授权及衍生品展览会

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心9号馆

展览规模 5000平方米 | 展商数量 100家



IP全链路 礼业新动能



展品类别

- 动漫与形象IP
- 影视作品IP
- 游戏IP
- 文学与网络文学IP
- 文创IP与衍生品
- 博物馆IP
- 文旅与国潮IP
- IP授权代理

SISE

2026深圳国际银发经济博览会

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心16号馆

展览规模 20000平方米 | 展商数量 500+家

银发消费 融合共生



展品类别

- 智能健康监测礼品**
智能健康监测设备、高端助听器、智能血压计、血糖仪
- 适老礼品**
适老化家具、卫浴产品、防滑产品、适老照明设备
- 康复辅具礼品**
助行移动辅具、个人生活自理和防护辅具、沟通和信息辅具、护理床、理疗仪

- 健康养生与滋补礼品**
健康食品及营养保健品、特殊医学用途配方食品、药食同源产品、有机食品、中医药滋补品
- 文化娱乐与老年教育礼品**
老年文娱产品及服务、兴趣学习平台、老年大学课程、文化旅游服务、大字版手机、老年棋牌
- 旅居养老与体验礼品**
康养旅游、旅居养老基地、森林康养、温泉疗养服务、体验式礼品套餐、健康管理服务套餐



礼贸通

深圳礼品展官方线上礼业平台

100w+ 行业买家

30w+ 认证买家

日均 1,000+ 条 买家需求

商家案例

某头部品牌入驻即爆单
获取营销线索: 2000+条
成交额: 100W元+



扫码添加客服了解详情

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心（宝安）

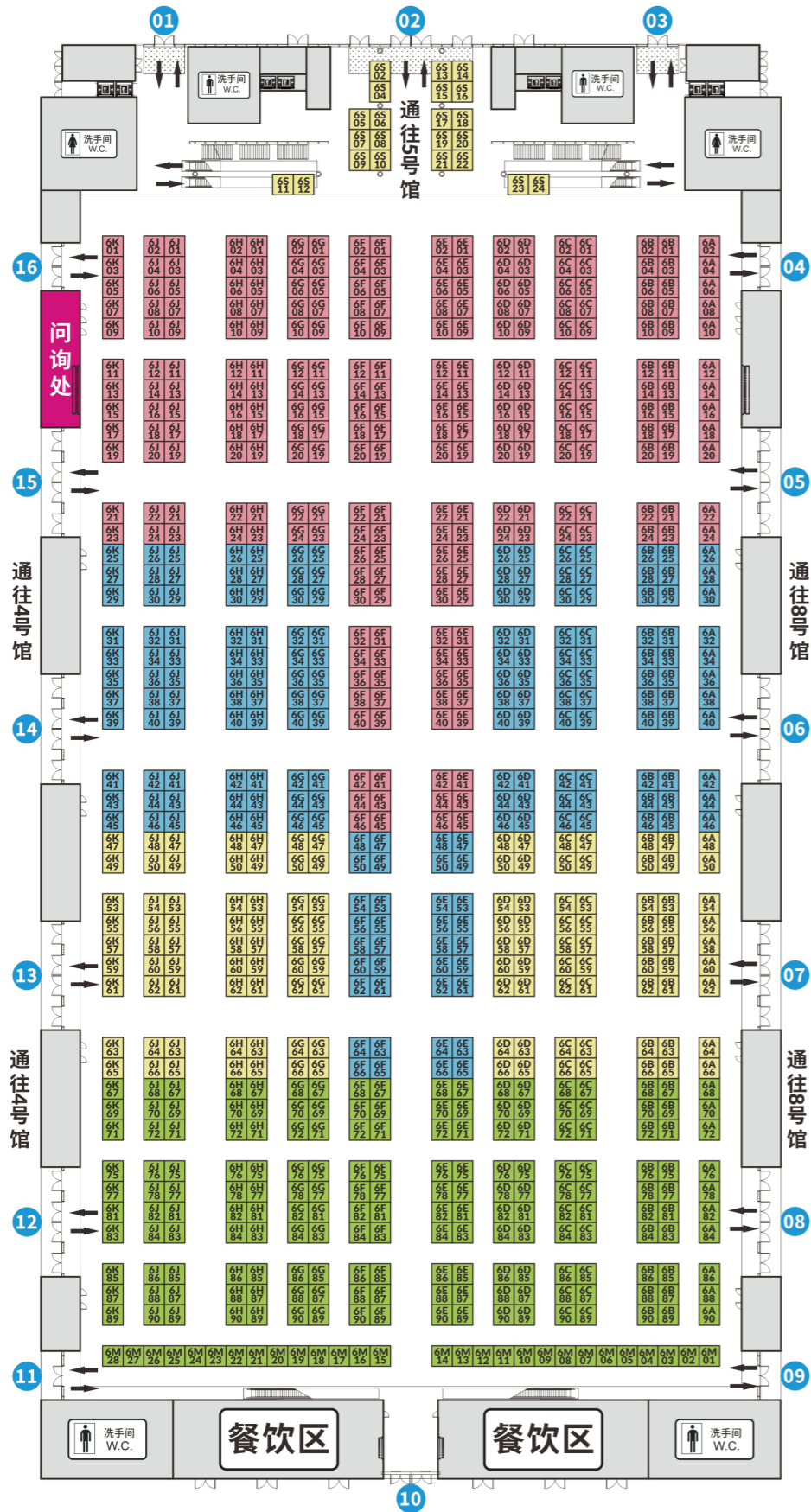
Part 1 第一部分 公司信息 (以下内容将刊登在楣板, 会刊及展前宣传资料上, 请以正楷认真填写, 画*的为必填)			
*公司性质: <input type="checkbox"/> 生产商 <input type="checkbox"/> 代理经销商 <input type="checkbox"/> 跨境电商 <input type="checkbox"/> 其他		业务类型: <input type="checkbox"/> 内销 <input type="checkbox"/> 出口	
*公司名称(中文):	品牌名		
(英文):	*备注: <input type="checkbox"/> 现场直播 <input type="checkbox"/> 现场有音响		
*地址(中文):			
(英文):			
*网址(中文):	(英文):		
*联系人姓名/职务:		*负责人姓名/职务:	
*手机:	*手机:		
*固定电话:	*固定电话:		
*电子邮箱:	*电子邮箱:		
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“√”			
<input type="checkbox"/> 智能家电 <input type="checkbox"/> 家庭日用品 <input type="checkbox"/> 广告促销品 <input type="checkbox"/> 文具&办公用品 <input type="checkbox"/> 钟表、珠宝及 <input type="checkbox"/> 收藏品 <input type="checkbox"/> 消费电子 <input type="checkbox"/> 运动及户外、 <input type="checkbox"/> 美容&个护 <input type="checkbox"/> 健康用品 <input type="checkbox"/> 时尚饰品 <input type="checkbox"/> 包装 <input type="checkbox"/> 餐厨用品 <input type="checkbox"/> 体育用品 <input type="checkbox"/> 箱包皮具 <input type="checkbox"/> 家用纺织品 <input type="checkbox"/> 宠物用品 <input type="checkbox"/> 其他(请注明) <input type="checkbox"/> 文创&文化用品 <input type="checkbox"/> 食品类 <input type="checkbox"/> 家居装饰 <input type="checkbox"/> 母婴用品&玩具 <input type="checkbox"/> 工艺礼品			
*展品简介 (中文)			
(限20个字) (英文)			
Part 3 第三部分 展位选择 (主办单位填写)			
标准展位配备说明: 每个展位配置包括: 桌子1张、椅子2把、射灯4盏、纸篓、电源插座1个、地毯、楣板。			
展位号			
价格合计: ¥_____元 <input type="checkbox"/> 标准展位 <input type="checkbox"/> 光地展位 36平方米做特装可选择光地			
Part 4 第四部分 参展须知 (励展华博公司保留最终解释权)			
<ul style="list-style-type: none"> • 请提供准确、完整的信息, 否则导致的一切后果, 由企业自行承担, 励展华博公司不承担任何责任。所提供的信息将用于本次展会和其他励展华博公司认为合适的其他用途。 • 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。 			
Part 5 第五部分 确认签名盖章			
参展流程: ①提交申请表及营业执照(食品需提交安全许可证)——②安排展位——③签订参展合同并付款——④回传合同并开发票, 确认参展资格			
Part 6 第六部分 隐私政策 *我确认我已经阅读并同意隐私政策和参观证扫描隐私。			
励展隐私政策链接: https://privacy.rxglobal.com/zh-zh.html			
参观证扫描隐私说明链接: https://www.reedexpo.com.cn/zh-cn/badge-scanning-privacy.html			
*本公司已阅读并同意遵守主办机构制定的参展细则及条款。		签名和盖章: _____ 日期: _____	
励展华博展览(深圳)有限公司		主办联系人: _____	

2026年10月20-23日 深圳国际会展中心（宝安）

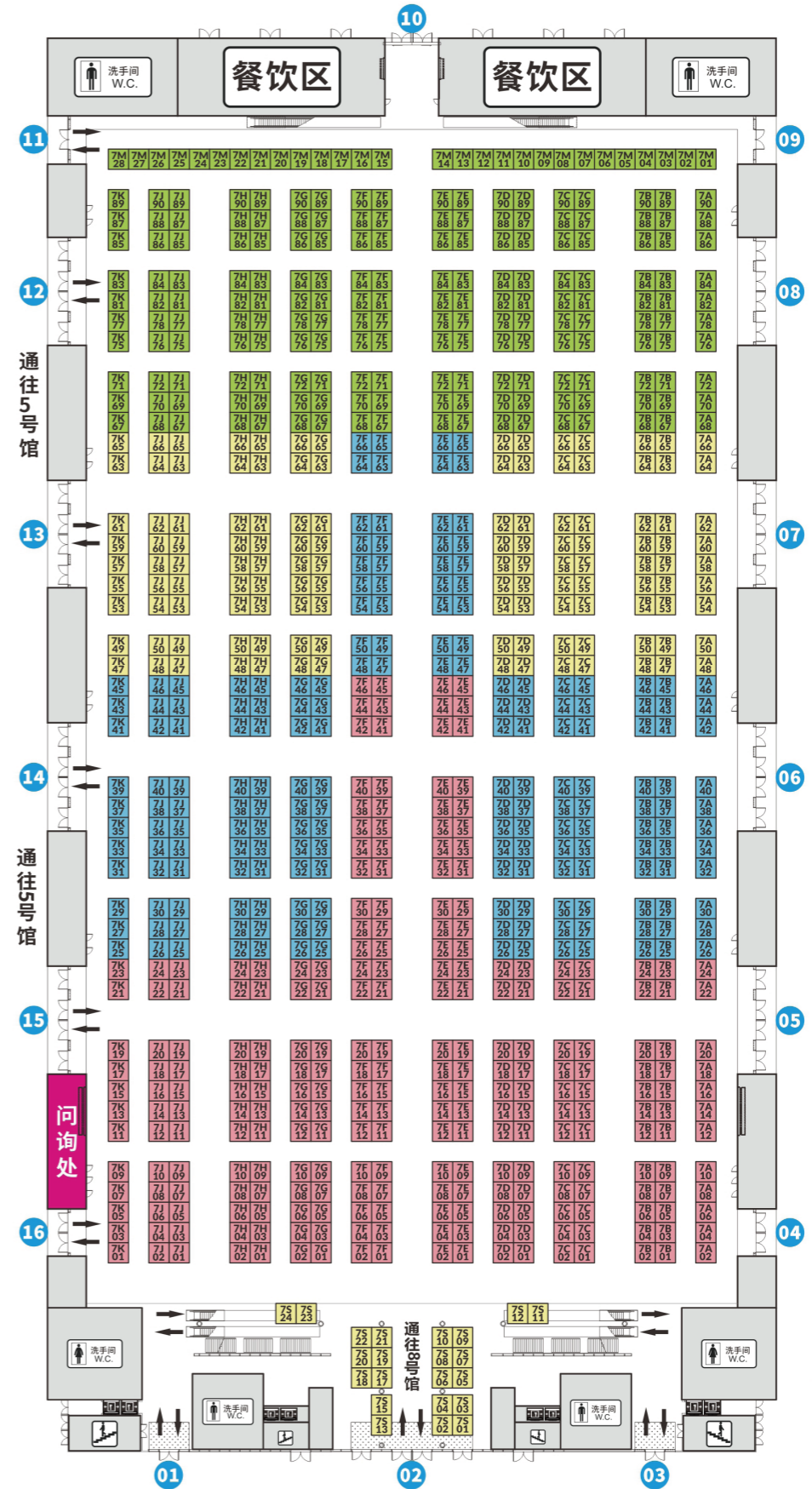
展馆	区域	标准展位	单价元/个(9平米)	光地展位	单价元/个(9平米)
9/10号馆	A区	单开口	¥19,000	单开口	¥18,000
		双开口	¥21,100	双开口	¥20,100
	B区	单开口	¥18,200	单开口	¥17,200
		双开口	¥20,300	双开口	¥19,300
	C区	单开口	¥17,600	单开口	¥16,600
		双开口	¥19,700	双开口	¥18,700
	D区	单开口	¥17,000	单开口	¥16,000
		双开口	¥18,200	双开口	¥17,200
7/8/11/12号馆	A区	单开口	¥17,500	单开口	¥16,500
		双开口	¥18,800	双开口	¥17,800
	B区	单开口	¥16,800	单开口	¥15,800
		双开口	¥18,100	双开口	¥17,100
	C区	单开口	¥16,100	单开口	¥15,100
		双开口	¥17,200	双开口	¥16,200
	D区	单开口	¥15,500	单开口	¥14,500
		双开口	¥16,600	双开口	¥15,600
4/5/6/14/16号馆	A区	单开口	¥13,700	单开口	¥12,700
		双开口	¥14,700	双开口	¥13,700
	B区	单开口	¥13,300	单开口	¥12,300
		双开口	¥14,300	双开口	¥13,300
	C区	单开口	¥12,900	单开口	¥11,900
		双开口	¥13,900	双开口	¥12,900
	D区	单开口	¥12,500	单开口	¥11,500
		双开口	¥13,500	双开口	¥12,500

1、每家展商需加收1600元礼贸通推广费。 2、以上价格不含税, 需另外加6%税点。 3、光地最小起订面积为36平方米。

4/6/8/14/16号馆平面图



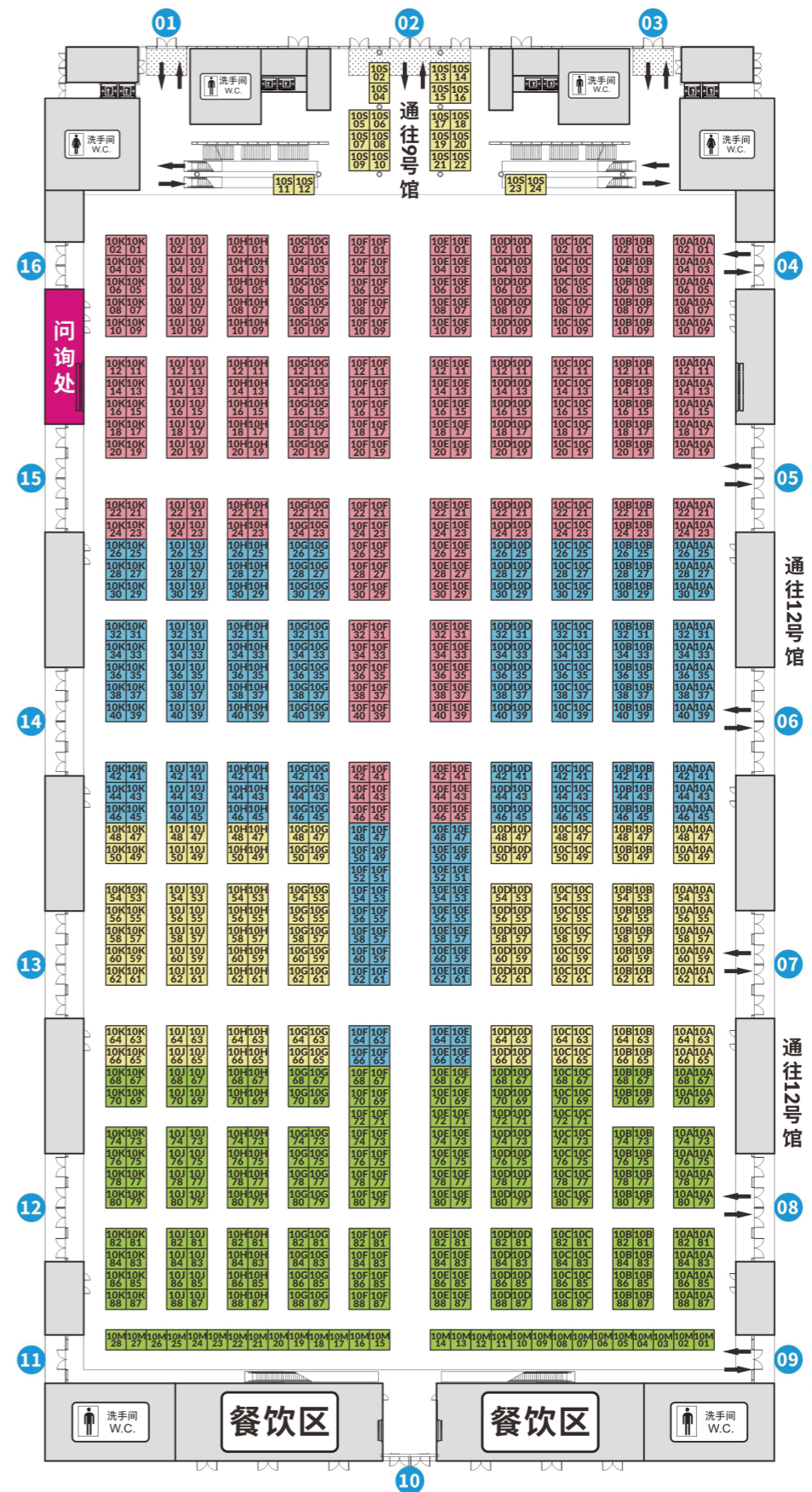
5/7/11/13号馆平面图



9号馆平面图



10/12号馆平面图



请“√”最多不能超过 15 种产品

智能家电

- 厨房电器
- 生活电器
- 大家电

消费电子

- 手机周边产品
- 电脑周边产品
- 蓝牙音箱
- 智能机器人
- AR/VR
- 可穿戴产品
- 汽车电子

餐厨用品

- 锅具
- 刀具
- 餐具
- 茶具
- 酒具
- 厨具
- 玻璃器皿
- 杯壶
- 咖啡器皿

文创&文化用品

- 独立文创品牌
- 勋章&徽章
- 旅游纪念品
- 节庆用品
- 禅意文化
- IP授权
- 台/挂历
- 奖杯/奖牌

家庭日用品

- 日化家清
- 保鲜用品
- 收纳
- 五金工具
- 卫浴用品
- 纸巾/湿纸巾

运动及户外、体育用品

- 防晒用品
- 运动用品
- 户外用品
- 旅行套件

食品类

- 茶叶
- 酒
- 粮油副食
- 地方特产
- 有机食品
- 生鲜
- 食品卡册
- 滋补品
- 休闲食品
- 乳饮冲调
- 节庆食品
- 预制菜

广告促销品

- 广告袋
- 广告伞
- 钥匙扣
- 磁贴
- 广告服饰
- 广告笔
- 广告杯
- 广告扇
- 打火机
- 扑克牌

美容&个护

- 美容工具
- 美容仪器
- 美容护肤
- 个人护理

箱包皮具

- 拉杆箱
- 皮具
- 背包
- 手袋

家居装饰

- 香氛香薰
- 家居摆件
- 装饰画
- 灯饰
- 园艺
- 地毯
- 相框

文具&办公用品

- 办公文具
- 学生文具
- 本册套装
- 教育用品/学习机/写字板

健康用品

- 保健按摩
- 保健品
- 保健治疗仪器
- 康复护理

家用纺织品

- 床上用品
- 毛巾
- 布艺
- 浴巾浴袍
- 靠枕坐垫

母婴用品&玩具

- 玩具
- 早教用品
- 婴童食品
- 母婴用品
- 洗护用品
- 童车

钟表、珠宝及时尚饰品

- 钟表
- 丝巾
- 宝石饰品
- 贵金属饰品
- 金属饰品

宠物用品

- 宠物食品
- 宠物用品
- 宠物洗护
- 宠物玩具
- 宠物医疗及营养护理
- 异宠相关产品
- 宠物服务

工艺礼品

- 琉璃工艺
- 金属工艺
- 树脂工艺
- 竹木工艺
- 玉石工艺
- 藤编工艺
- 仿古仿真工艺
- 书画工艺
- 水晶工艺
- 其他（雕刻工艺、刺绣工艺、民间工艺）

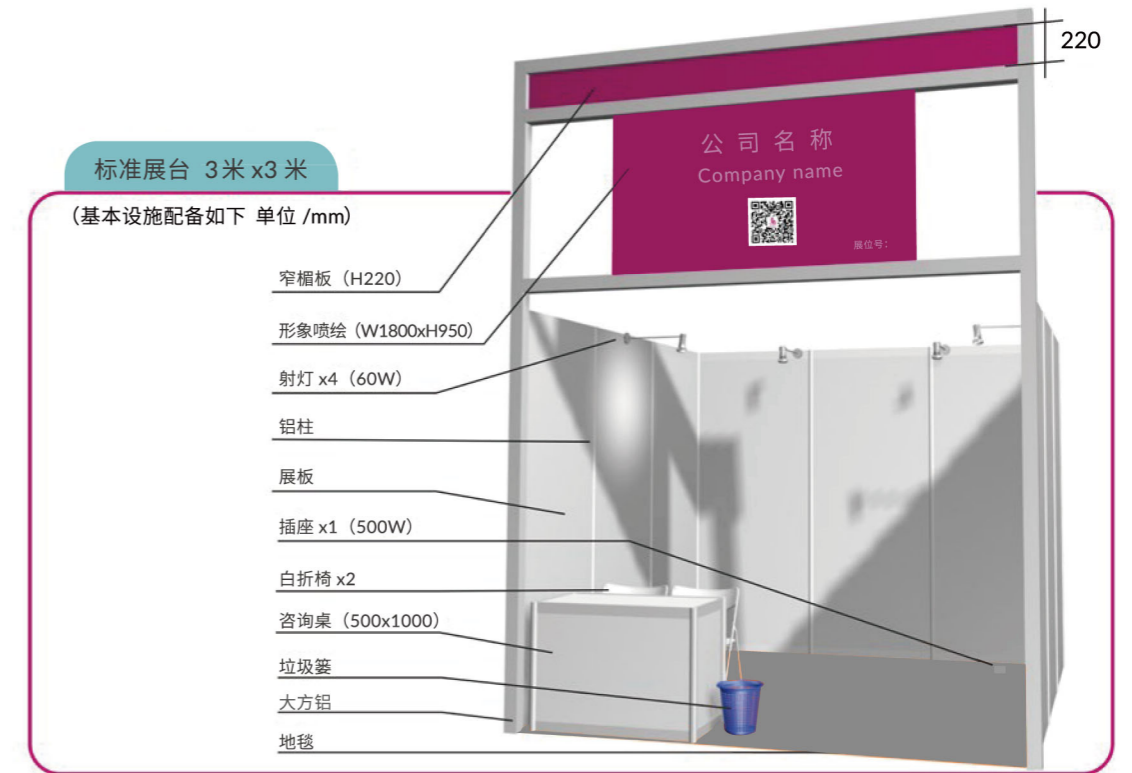
收藏品

- 钱币
- 票证
- 邮票
- 字画

包装

- 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
- 包装设计
- 包装材料
- 包装设备

其他(请注明)



参展流程



买家参观指南

10万份+印刷官方参观指南

观众逛展必备宝典含导览地图、名录、现场服务等
强势覆盖观众登录大厅/咨询台/论坛区等流量枢纽



*广告截稿时间为:2026年10月1日前

广告规格	整版广告 (210×100mm)	¥35,000元
	半版广告 (105×100mm)	¥20,000元
	品牌特殊标记 (尺寸随导览图比例确定)	¥5,000元/家

观众资料袋

移动广告体, 长效品牌资产

派发地点: 观众登录大厅、各观众咨询台、论坛会议区、现场活动区等核心人流枢纽

价格: ¥30,000元-3万个起 (不含制作费)



*广告截稿时间为:2026年10月1日前

展商证+挂绳独家广告

6万组参展商胸牌+挂绳

所有参展商展期4天人入必戴证件+挂绳, 精准渗透B端决策层

价格: ¥200,000元 (证件+挂绳)



*广告截稿时间为:2026年10月1日前

观众电子入馆证件

30万+人次观众电子胸牌广告

自预登记生成起至每日入馆扫码, 广告全流程可见, 实现品牌深度渗透

价格: ¥200,000元/展期 (包含展前+展中)



直播云逛展

官方主播直击展位, 带动线上互动与线下询盘同步转化。

广告位	推送时间	金额
展期新品线上直播	展期 (20分钟)	¥10,000元/次
直播逛展贴片广告	展期3天	¥30,000元/3天
直播逛展主持人手牌	展期3天	¥30,000元/3天



*广告截稿时间为:2026年10月1日前

彩信广告

彩信广告直达专业买家

针对深圳礼品展往届买家数据库的发送专属定制品牌新品彩信邀约短信。

数据量	发布渠道	金额
10,000条起订	图文彩信群发	¥5,000元



*此条短信内容需主办方审核

微信社群

300+行业买家社群, 覆盖15万+活跃行业买家。

发送企业产品宣传文案、图片、视频等专业买家采购顾问发布朋友圈9宫格广告

价格: ¥8000元/次



参展条款

1. 展览会指于 2026年10月20-23日在深圳国际会展中心举办的**第34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。

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

展位完全按照组织和/或管理方的决定进行分配。组织和/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文件。组织和/或管理方可限制每个摊位的客户代表人数。组织和/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和/或管理方审核，经组织和/或管理方审核认可后，方可由组织和/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（组织和/或管理方无需承担任何损失或索赔，也不影响组织和/或管理方的其他权益和救济权）。客户应保证不使组织和/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，客户将向组织和/或管理方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。组织和方/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和/或管理方批准的承包商施工，但此承包商须向组织和/或管理方交纳由组织和/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。客户在组织和/或管理方书面要求时立即向组织和/或管理方支付（或根据组织和/或管理方的要求支付）组织和/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/或涉及展览及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. 迟延履行款

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），客户支付给组织和/或管理方的任何款项均不得要求退还。组织和/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

根据组织和/或管理方要求，客户应就参加本展览会与经组织和/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，客户应赔偿组织和/或管理方遭受的所有损失，应向组织和/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，且不影响组织和/或管理方的任何其他权利。在组织和/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和方/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

组织和方/或管理方不对因任何原因造成的客户财产损失、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) 如组织和方/或管理方根据其自行判断认为展览场地不适合使用，或者由于组织和方/或管理方不能控制的原因导致展览的举办或者组织和方/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）可由组织和方/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，组织和方/或管理方不承担客户的损失。一旦终止或取消，组织和方/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) 如果组织和方/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

组织和方/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这些财产的保管责任）。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和/或管理方做出的担保，组织和/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。如果展览结束且客户在本协议下的义务均已完成，则组织和/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，则组织和/或管理方亦有权利自行搬移、出售或以其他方式处理该财产。组织和/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许可可给任何第三方。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) 组织和方/或管理方不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，客户应当在组织和方/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，应向组织和方/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/或管理方不时提供的文件中。组织和方/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

组织和方/或管理方不行使或迟延履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，组织和方/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

经组织和方/或管理方书面要求，客户应在组织和方/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

本协议仅可按组织和方/或管理方不时规定的形式予以修订。

38. 转让条款

组织和方/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

励展隐私政策链接：<https://privacy.rxglobal.com/zh-zh.html>

参观证扫描隐私说明链接

<https://www.reedexpo.com.cn/zh-cn/badge-scanning-privacy.html>

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之间的法律关系及权利义务。