

缅甸仰光消费品及家居用品展览会MICG HS

展会信息

举办时间：2020-12-05 至 2020-12-07
举办周期：一年一届
国家地区：亚洲—缅甸—仰光
展馆名称：缅甸仰光会展中心Myanmar Convention Centre
主办单位：CREATION STAENGTH CO.,LTD
展馆面积：5000平方 客商流量：2000人 展商数量：300家

展会介绍

缅甸国际消费品及家居用品展览会MYANMAR INTERNATIONAL CONSUMER GOODS HOMEWARES SHOW同期将举办浙江出口商品（缅甸）交易会，将由CREATION STAENGTH CO.,LTD主办。总参展面积将达到5000平方米。参展企业数量300家。展会将邀请到缅甸各大商场和超市的采购部门，以及中小采购商前来洽谈，预计专业采购商将达到2000人次，观众将超过上万人次。此次展会将成为中国小商品进入缅甸最为专业的商贸平台。缅甸经济：据缅方统计，2016财年缅甸的GDP总计为674.3亿美元，世界银行预测缅甸2020年前年均经济增长率将达7.1%。缅甸人均GDP约为1,307美元。缅甸主要贸易伙伴依次为中国、新加坡、泰国、日本和印度。缅甸商务部消息，本财年截至1月26日（2017年4月1日至2018年1月26日），缅甸对外贸易进口额达151亿美元，较上财年同期增长20亿美元，增幅达15%。初级工业品是缅甸最大的进口产品，进口额达60.7亿美元，较上财年同期增长14.1亿美元。生产资料和个人消费品是缅甸另外两大进口产品，进口额分别为54亿美元和36.5亿美元。除上述三大进口产品外，缅甸还进口化工产品、化肥、橡胶原料、工业用纸、水泥、火车机车及辅助设备、汽车、轮船、农用拖拉机、手机及其他通讯设备、电脑及其他电子设备和施工工具等。中国已成为缅甸最大交易国。其间日子日用品进口额别离占了近24%，在缅甸来自我国的日用消费品、家庭用品和小家电价廉物美，在缅甸十分受欢迎，像city mart, super one, national mart, capital super mart, GMP, Ruby mart, Sein gay har. Living square, 等超市商场每年都从我国进口各种小产品和日用品。在缅甸，中国的产品十分受当地大众欢迎，缅甸商场里都看到了来自我国的消费品和礼品，特别小家电更是当地大众抢购的明星产品。经济增速快

在世界银行公布的2017年世界经济增速的前十大国家中，缅甸排名第九，增速达到6.9%。国内外市场庞大 缅甸地理位置优越，与多国边境接壤，南邻孟加拉湾，现有仰光港，皎漂港两大港口，可以充分接壤国际市场。国内市场方面，据世界银行统计，缅甸国内消费总额占GDP的24.6%，可提升空间较大。政治环境稳定

2011年大选后，军政双方通力合作，为缅甸提供了一个稳定及开明的社会环境。足够开放的经济政策 2016年10月颁布新的《缅甸投资法》，更加鼓励外资来缅投资，同时推行5年经济发展规划，为缅甸未来的经济发展提供了方向。据统计，2017-2018财年4月-12月期间缅甸自中国进口额达136亿美金，比上年度同期增长17%。中国已然成为缅甸第一大贸易伙伴，第一大进口来源地和第一大出口市场，中国已成为缅甸最大贸易国。其中生活日用品进口额分别占了近24%，在缅甸来自中国的日用消费品、家庭用品和小家电价廉物美，在缅甸非常受欢迎，像city mart, super one, national mart, capital super mart, GMP, Ruby mart, Sein gay har. Living square, 等超市商场每年都从中国进口各种小商品和日用品。在缅甸，中国的商品非常受当地群众欢迎，缅甸商场里都看到了来自中国的消费品和礼品，特别小家电更是当地群众抢购的明星商品。

展品范围

玩具及礼品:玩具及游戏产品，圣诞及节日用品，婴儿及育婴用品，礼品及赠品，礼品包装及包装制品，时尚配饰

日用品:各类超市日用品，家庭用品，家居装饰，厨房及餐桌用品，寝室及卫浴用品，家用纺织成品，户外用品，办公用品

消费电子产品:家用小电器，资讯科技电子产品，移动装置及配件，电脑配件及周边产品，智能手机配件及周边产品，电子保健及安防产品

纺织服装配饰:各类服装配饰，鞋类，皮带，箱包等

上届回顾

缅甸仰光消费品及家居用品展览会MICG HS是由CREATION STAENGTH CO.,LTD举办，展览会一年一届，该展会也是企业打开缅甸市场非常重要的一个平台，缅甸仰光消费品及家居用品展览会MICG

HS上届吸引来自300家参展企业，客商数量达到2000人，展会是缅甸仰光会展中心Myanmar Convention Centre在举办，展会面积达到5000平方。

展会图片

