

2014商旗（成都）健康生活文化节

——主题：荟萃健康文化 聚焦现代生活

一、活动背景：

健康产业是一种有巨大市场潜力的新兴产业。涉及医药产品、保健用品、营养食品、医疗器械、保健器具、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个与人类健康紧密相关的生产和服务领域客观梳理。集体为新形势、新位势下的“中国式健康产业体系”进行了重新架构。最后界定为中国健康产业由六大基本产业群体构成：第一，以医疗服务，药品、器械以及其他耗材产销、应用为主体的医疗产业。第二，以健康理疗、康复调理、生殖护理、美容化妆为主体的非(跨)医疗产业。第三，以保健食品、功能性饮品、健康用品产销为主体的传统保健品产业。第四，以个性化健康检测评估、咨询顾问、体育休闲、中介服务、保障促进和养生文化机构等为主体的健康管理产业。第五，以消杀产品、环保防疫、健康家居、有机农业为主体的新型健康产业。第六，以医药健康产品终端化为核心驱动而崛起的中转流通、专业物流配送为主体的新型健康产业。健康越来越受到国人的关注和重视，健康产业也极具投资潜力，如今它已成为我国经济产业中一大“朝阳产业”。

随着社会发展和人们生活水平的普遍提高，以及人类生活方式的改变，健康产品的总需求急剧增加。以生物技术和生命科学为先导，涵盖医疗卫生、营养保健、健身休闲等健康服务功能的健康产业成为 21 世纪引导全球经济发展和社会进步的重要产业。在发达国家，健康产业已经成为带动整个国民经济增长的强大动力，健康行业增加值占 GDP 比重超过 15%，而在我国，健康产业仅占中国国民生产总值的 4%~5%，低于许多发展中国家。

《2014 商旗（成都）健康生活文化节》是成都市健康产业的首届专业性展览展示文化节，筹办此次活动，通过主办方线上、线下的广泛媒体宣传，以及相关机构的集群效应，

吸引大量有需求及关注健康的目标客户前来参加。同时结合品牌展示、现场交流、宣讲普及、广告宣传等方式，将相关机构和目标客户有效结合起来，让人们树立起关注健康、乐享生活的生活理念，将本次文化节打造成成都市内极具影响力的“健康生活文化”大平台。

二、活动目的：

- 1、汇聚产业明星单位，构建优秀行业平台
- 2、提高健康生活意识，增强健康生活理念

三、参加文化节的六大好处：

- 1、参加文化节是企业低成本、高回报的市场宣传最有效的手段
- 2、能够提高公司品牌知名度及认可度
- 3、直接面向针对性需求群体，不做无用功
- 4、展示企业优势、让客户能够更加直观的了解公司的现有技术及服务，有效增加客源
- 5、可以在短时间内做有效的市场调研，了解市场需求，拓展市场范围
- 6、借助中秋节、教师节的天时优势，推广健康体检礼品包

四、展示内容：

- 1、体检机构、健康管理中心：专业体检中心、公立医院体检中心、民营体检中心、疗养院体检中心、高端体检中心等。
- 2、养老服务机构，疗养中心，疗养院，养老中心；治疗及康复设备，护理辅具用品等。
- 3、母婴健康：健康产品四季待产包，孕妇洗发水，婴儿体温计，喂药器等；母婴护理机构，月嫂中心，保育中心机构。
- 4、家用健康分析仪器：家用电子计步器 脂肪测量器、胖瘦分析仪、血糖仪等。
- 5、养生堂，养生会所，养生用品；关于日常生活保健、中医保健、食疗养生、减肥瘦身、

心理健康、两性常识、亚健康预防与调节、各种疾病预防等的保健服务和保健器械。

五、主办单位：

成都德尼尔展览策划有限公司

六、时间、地点、规模

2014年8月30日-9月1日，成都市成华区二环路东二段29号“SM广场展览中心”，展会面积1000 m²

七、目标观众：

- 1、成都全市范围内，注重身体健康，或者正在遭受健康困扰等的个人。
- 2、处于孕、产期，有较高健康意识，对母婴产品和服务有需求的新妈妈和宝宝群体。
- 3、为员工提供体检福利，并寻求与体检机构合作的企事业单位。
- 4、离退休或赋闲，生活有保障，单独居住的老人。

八、观众规模：

累计吸引25000人以上观众、通知1000家以上企事业单位参观。

九、活动宣传：

- 1、在筹备的前、中、后期，通过《成都商报》、《华西都市报》、39健康网体检频道、中国健康管理服务网、瑞康网等媒体进行推广。
- 2、通过百度搜索、360搜索、设立组委会官方微博、微信账户等媒体推广，同时，接收客户咨询，收集市场信息。
- 3、通过信函和电话销售方式，邀请集团企业前来考察，了解寻求合作体检机构。

主办方联系方式

联系人:张乾冲 手机：15982259890

打造成成都普及健康生活最佳平台

电话 : 028-67707683 64443202 **传真** : 028-64443202

地址 : 成都二环路东五段万达广场 6 单元 605

网址 : www.cced-china.com