

TradeCHINA

3

2023
第3届



印尼家居展

HOMEEXPO INDONESIA

 HOMEEXPO
INDONESIA

家居展全球系列展会

印度 · 土耳其 · 南非 · 波兰 · 德国
迪拜 · 墨西哥 · 巴西 · 美国 · 越南

雅加达国际展览中心

2023年3月16日-18日
2023年5月24日-26日
2023年11月23日-25日

2023印尼家居展

家居行业重要贸易平台

2023印尼家居展，为来自全球的礼品公司、批发商、零售商等提供观摩样品、洽谈合作的高效贸易平台。展品范围包括礼品、工艺品、家居用品、宠物用品、健身器材等众多品类。家居礼品市场蕴含着巨大的商机和不可限量的发展前景，家居礼品展为中国企业与海外买家搭建了贸易的桥梁。

展品范围：

家居用品：清洁用品、家居装饰、桌面摆件、玻璃制品、塑料制品、陶瓷制品、金属制品、浴室用品、洗脸巾、包装用品、头饰、雨伞、购物袋、空气清新剂等；

厨具、餐具类：烤盘、炊具、茶具、酒具、餐厨用品、烘焙用具、套装餐具、散装餐具（刀、叉等）、玻璃器具、厨房工具及配件、餐具、柜系列等；

礼品赠品：眼镜、工艺品、奖章、牌、纪念品、徽章定制、礼品钥匙扣、相框、旅游纪念品、相框、钟表、贺卡等。

运动休闲品：休闲体育用具、水上娱乐运动用具及设备、沙滩休闲系列、野营用具、太阳镜、帐篷、吊床、箱包、健身器材、桑拿设备、康体设备等、马具、马术运动装备及服装等。



印尼家居预注册买家

53.63%

国际专业观众

46.37%

印尼本土观众

13%

制造商

27%

批发商、经销商、贸易商

15%

代理商

30%

零售商

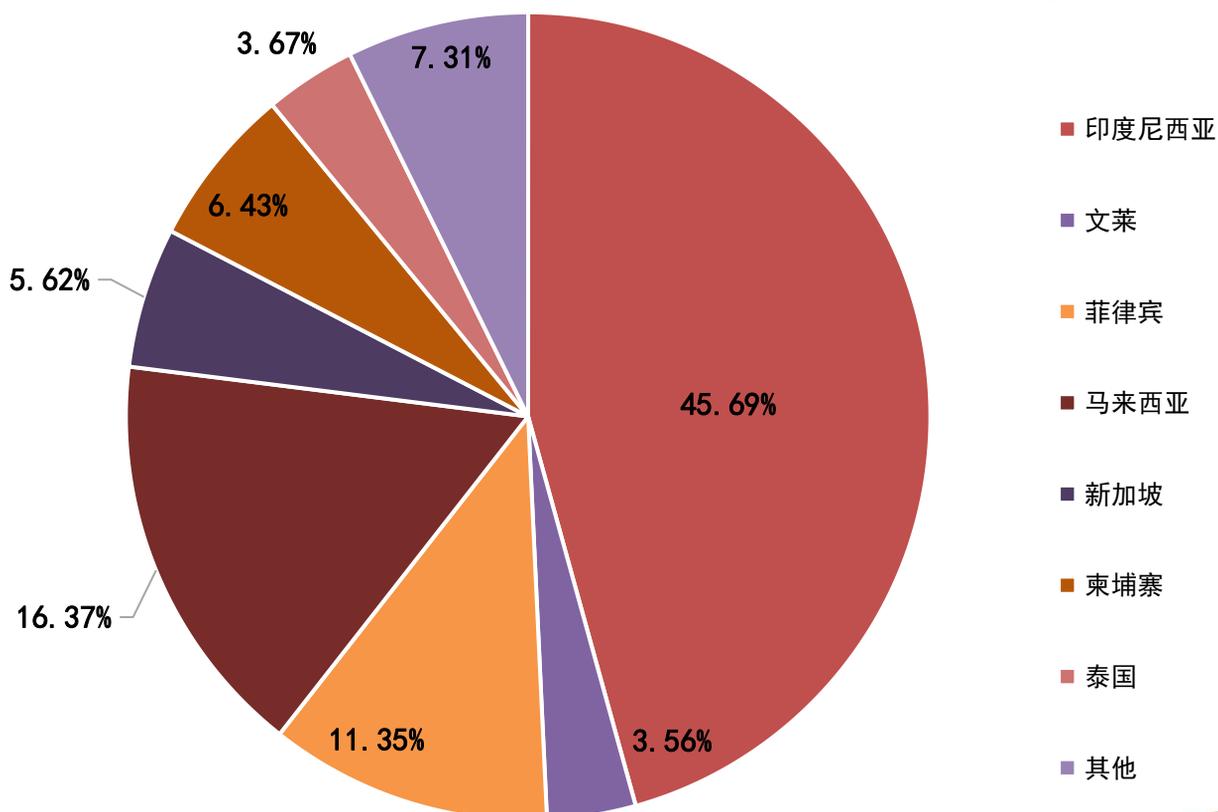
8%

政府机构、教育培训

7%

其他

买家来源国占比



2023印尼 家居市场新风向

01/RCEP签订，中国与印尼家居贸易前景良好

11月15日，15国RCEP正式签订，未来10-35年关税将削减到零关税，中国家居产品将加快向东南亚地区转移，与印尼间的家居礼品贸易前景良好。

03/印尼儿童玩具市场市场体量庞大，内需强劲

目前，印尼人口超过2.7亿，当中逾7200万人是不足14岁的儿童，人口结构年轻化，而每年更有约500万名新生儿。庞大的儿童人口、不断增加的中产阶级、高收入阶层消费力旺盛，对品牌玩具产品复购率呈上升趋势。

05/印尼，东南亚地区最大的电商市场

在过去三年里，印尼的电子商务每年都以两倍的速度增长。印尼银行2020年8月的数据显示，在疫情期间，印度尼西亚电子商务交易量增长了26%，消费者数量增长了51%。印尼消费者平均每个月在电商平台购物3到5次，在电商平台上的支出大概占其月收入的15%。清洁用品、个人洗护用品和家居装饰品是消费者购买最多的商品。

02/厨房用具市场稳健增长

过去几年，印尼厨房用具的销量一直大幅增长。年轻的印尼人更喜欢拥有创新设计、不同风格和特点的厨房用具。随着中国厨具用品在产品的设计、技术、创新、质量、品牌的不断进步和提升，加上有竞争力的价格，中国厨具用品在印尼的市场份额将逐步提高。

04/疫情催生出印尼家居市场更多的需求

疫情导致在家时间变多，越来越多的人把摆弄花草当做闲暇时的一大乐趣。根据Lazada的数据显示，“户外和花园”类别的产品销量增长了38%。在疫情宅家期间，许多消费者正在利用这个机会给家里营造一种新的氛围。



高效安全参展模式

网展贸META双线双展

独创31天超长服务模式，通过展前预商洽，展中热交流、展后二次运营三个周期，将商机潜力最大限度激发，帮助展商获得更多采购意向相匹配的买家客户。

