



THE 6TH INDONESIA HOMELIFE EXPO

第六届HOMELIFE 印尼 国际家居礼品展

展后报告

2024.03.13-03.16

主办单位：米奥兰特国际会展

支持单位：印尼工商会 印度尼西亚中华总商会 印尼工商会中国委员会 印尼首席执行官商业论坛



Suncha 双枪

3 LARGE MANUFACTURING BASES
22 YEARS' EXPERIENCE IN THIS LINE
49 PERSONS IN DESIGN TEAM AND R&D TEAM
20,000 SUPERMARKETS COOPERATE WITH SUNCHA

HOMELIFE

中国制造点亮全球家居生活 产业出海高效商贸对接平台

HomeLife Expo 凭借米奥兰特14年来积淀的全球优质买家资源和丰富海外市场运营经验，独创性的以数据驱动为核心的数字化办展参展观展模式，依托中国强大的供应链及卓越的产品设计创新及生产能力，打造专业的高品质HOMELIFE国际家居礼品全球系列展，助力超过20万中国企业出海全球。

第六届HOMELIFE印尼国际家居礼品展圆满落幕

现场热情高涨，展会收获颇丰

2024年3月16日，第六届HOMELIFE印尼国际家居礼品展在雅加达国际会展中心圆满落幕，展会历时4天，来自广东、浙江、江苏、四川、江西等**372**家优秀展商齐聚印尼，与印尼政府、行业协会、实力采购商交流接洽，共探商机！

本次展会是中印两国家居礼品商贸交流合作的重要盛会之一，也是中国企业在东南亚寻求发展的重要一站！



12682 m²
展览面积



372家
家居礼品优秀企业参展



492个
家居礼品摊位



27509+
到展专业买家人次



12.17+亿
意向成交额



100%
商洽覆盖率





01

印尼市场展望

Indonesia Market Outlook

印尼市场展望·市场概述

印尼是东南亚地区最大的经济体之一，同时也是东盟和G20集团的成员国，与我国的经贸关系非常亲密。2022年印尼GDP总量为1.32万亿美元，人均GDP4783.9美元，生产总值位居亚洲核心地位。经济长期保持5%的增速。

01 “万岛之国印尼”——商机无限

中国对印出口家居礼品额遥遥领先，根据中国海关出口数据统计，2022年中国对印外贸出口1771亿元，其中家居礼品相关产品出口额排名前三。1-5月，该品类实现超4.9亿美元的出口额，接近2018年全年的水平。

02 消费群体庞大、消费需求增长空间巨大

印尼是世界第四人口大国，总人口2.78亿。印尼拥有7000万中产阶级消费者，家居礼品市场前景可观，商品销量持续增长。随着中国家庭用品在产品的设计、技术、创新、质量、品牌的不断进步和提升，加上颇具竞争力的价格，中国家庭用品在印尼的市场份额逐步提高。

03 印尼首都迁移重建，产生巨大家居需求

印尼首都将从雅加达迁至东加里曼丹省，首期建设投资就至少需要340亿美元，其中80%需要国际投资。中国将成为印尼迁都最大的合作伙伴，家居产品将成为急需产品，此时正是入驻印尼家居礼品市场的好时机！

04 “一带一路”沿线国家，进出口增速高

印尼为我国“一带一路”第四大贸易伙伴。2023年我国对“一带一路”沿线国家进出口增长9.8%，高出整体增速7.7个百分点，占34.3%，同比提升2.4个百分点；对RCEP其他成员进出口增长1.5%。

印尼市场展望·细分市场分析

家居日用品

印尼作为拥有2亿多人口的庞大经济体，家居日用品市场容量巨大，消费需求旺盛。随着生活水平提高及消费观念变革，当地市场正经历着前所未有的扩容与发展机遇，预计2027年印尼家居用品市场规模有望攀升至109亿美元。印尼的迁都计划预计最快2024年开始搬迁，投资超320亿美元，带来的巨大家居日用品市场需求及区域发展新格局，有望带动家居日用品业在新首都及其周边地区的布局与发展。

作为全球第四大人口国和东南亚的主要经济体，印尼的餐厨用品市场受益于其庞大的消费人群和年轻化的人口结构。仅今年1月，中国对印尼出口前20大商品中，餐具排在第16位，金额达5700万美元。据BMI分析预测，2023-2027年，印尼餐具和器皿的平均年增长率约为9.6%，成为表现最优异的家居用品类别。

餐厨用品

美容个护用品

印尼是东南亚地区美妆护肤市场规模最大的国家，市场规模约为70亿多美元。印尼的美妆个护市场规模在2023年将达到105.1万亿印尼盾（约合70亿美元）。印尼的化妆品市场规模在2018年就已经达到了70.3万亿印尼盾，其中增长最快的是护肤行业，以9.6%的年复合率持续增长，被评为亚洲增长最快的美妆市场。

印尼是新兴亚洲人口最多的国家之一，随着人口数增加和城市化程度提升，消费市场呈现出人口众多、人口年轻，印尼的普通消费者比多数新兴亚洲国家年轻，随着居民健康意识的提升和户外活动的普及，户外运动产业将迎来黄金时代，年轻人倾向于通过户外运动或健身作为休闲活动预计印尼户外休闲及运动市场将继续保持增长态势。

户外休闲及运动用品

礼品及办公用品

印尼作为东盟最大经济体，其人口、经济总量和陆地面积均占东盟总量近40%，随着印尼经济的持续增长，对高品质礼品和办公用品的需求也在增加。特别是对个性化和有设计感的礼品及办公用品的需求日益增长。在数字化和电子商务的推动下印尼礼品及办公用品市场将继续保持增长态势，市场将有更多的创新和变革。



02

展会回顾

Exhibition Review

第六届印尼国际家居礼品展由杭州市人民政府主办，宁波市商务局、余姚市商务局联合主办，广东省商务局作为指导单位，米奥兰特国际会展承办，印尼工商会、印尼工商会中国委员会、印尼首席执行官商业论坛、印度尼西亚中华总商会等作为海外支持单位，共同携手参与本次盛会。



中印双方领导出席开幕式



乐天玛特团队拜访展商



广东省商务厅副厅长为展会致辞



展会现场人气爆棚

扫码观看展会盛况



HOMELIFE中印商贸盛宴

本届展会以专业展形式展出，展示面积达 **12682 m²**，集中展示家居日用品、餐厨用品、美容个护用品、礼品及办公用品、户外休闲及运动用品、宠物用品等数万件中国优质展品，再现中国产品及品牌实力。



专业化

大规模

高品质





03

展商分析

Exhibitor Analysis

上百家知名品牌 强势入驻

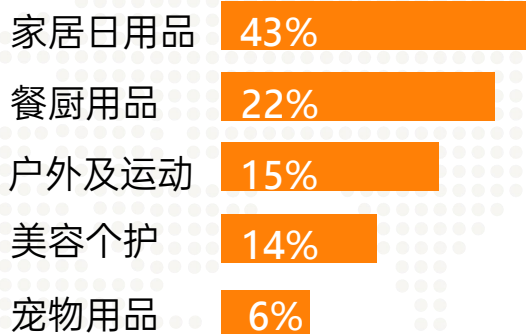
本届展会迎来了广东、浙江、江苏、四川、江西等 **10个** 省份 **28个** 城市的 **372家** 优质展商。

包括深圳市明星盛包装集团有限公司、广东聆点模具有限公司、浙江铭弘家居有限公司、宁波雷河博国际贸易有限公司等行业优质龙头企业，展览范围覆盖家居礼品全产业链，展示了中国前沿产品和技术解决方案。

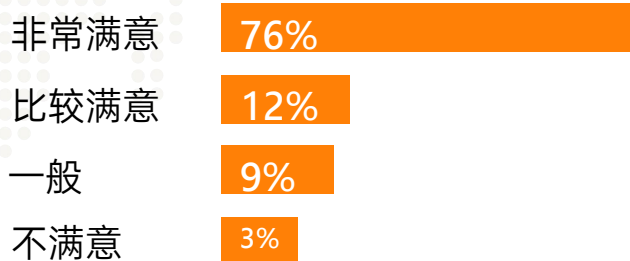


展商分析

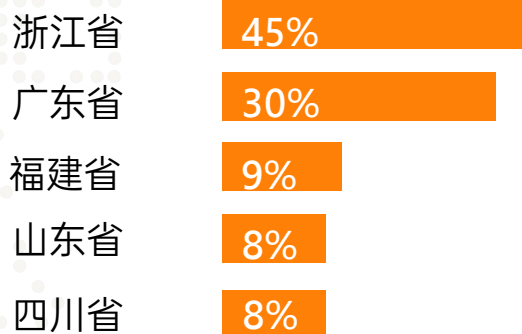
◆ TOP5展品分布



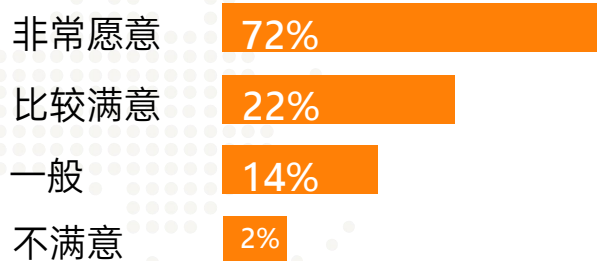
◆ 对本次展会的满意度



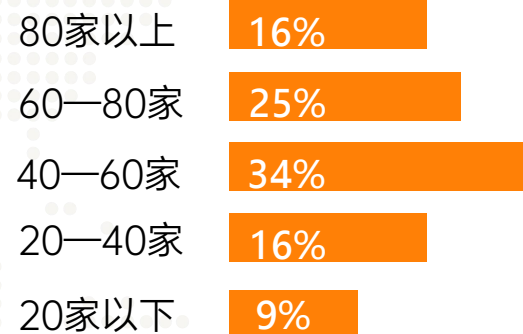
◆ TOP5展商分布区域



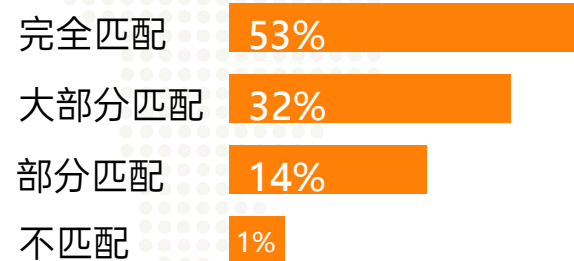
◆ 参加下届展会的意愿



◆ 展期对接买家数量



◆ 接待买家采购需求匹配率



听展商说

■ 广东聆点模具有限公司

第四次参加HOMELIFE展，第二次来印尼，非常看好印尼市场，上次来效果很好，这次扩大了展位面积，现场就有下订单的客户，首日发完1000张名片，服务非常贴心，11月印尼再见！



■ 深圳市明星盛包装集团有限公司

首次参展效果超预期，收获满满！展会第二天早上，1500张名片就已发完，现场对接持续成单，会持续与米奥兰特合作参展！



■ 宁波雷河博国际贸易有限公司

印尼市场非常好，对我们产品的需求量很大，展会完全超出预期效果，客户络绎不绝，成效很好，客人非常喜欢我们的产品，名片两天就全部发完了，接待的买家数不清！6月再见，对印尼市场更加有信心了！





04

买家分析

Buyer Analysis

观众数量远超预期 网展贸VIP商务对接1V1对话大买家

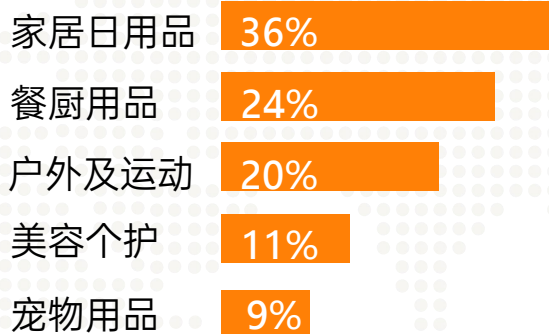


本届展会共吸引 **18000+** 名专业买家到场参观洽谈，买家携具体采购需求而来，到场提单买家占比近 **40%**，现场高效对接洽谈，收获颇丰。

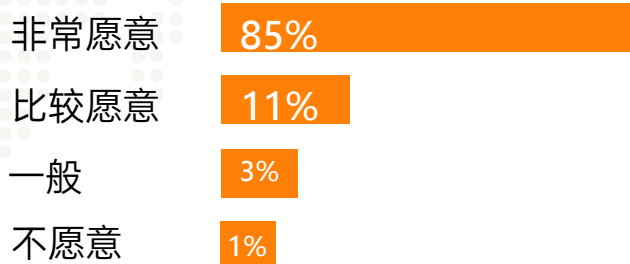
自选自提买家与O2O展商对接大获成功，一对一对接率达到 **97%** 以上。

买家分析

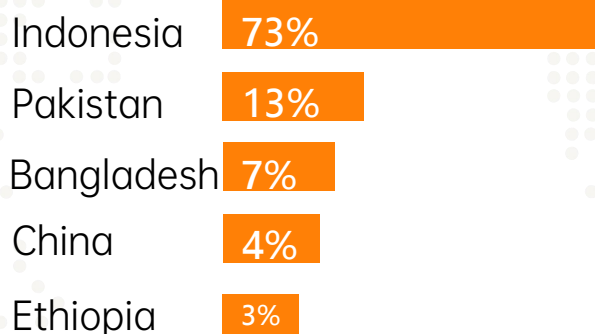
◆ TOP5感兴趣的产品



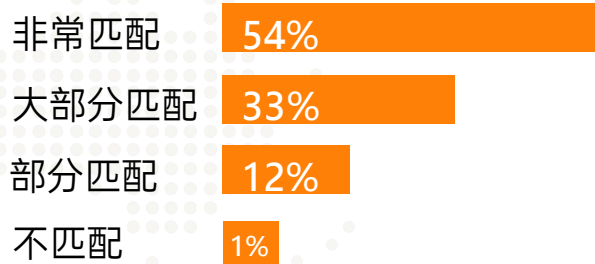
◆ 参加下届展会意愿



◆ TOP5买家分布区域



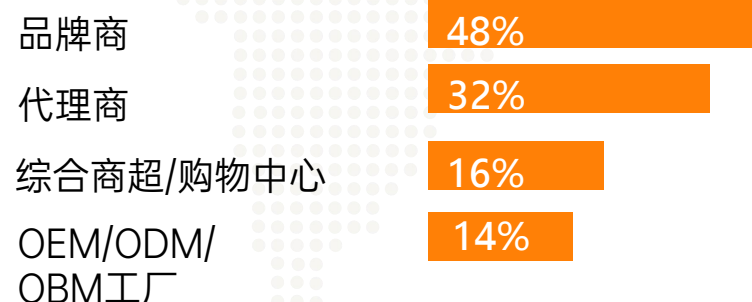
◆ 对接展商采购需求匹配率



◆ 参展目的



◆ 买家类型



特邀大买家 VIP BUYER



印尼乐天玛特采购团队，本次主要采购，家居礼品，餐厨用品，家居日用品，室外家具，Baby婴童用品等。



印尼零售巨头，ACE Hardware集团内部30多个进口采购类别部门的40位采购负责人及团队至本届印尼展现场。



这是第三次来印尼HOMELIFE展，这次展会上与5-6家做家居日用品、美妆产品的中国供应商进行了交流，中国的产品确实非常丰富，并且品质较好，性价比也较高，在印尼市场非常有竞争力。另外他还表示，HOMELIFE EXPO这样的专业展会非常好，对于他们来说是了解新技术，接触优质供应商的很好的平台。

——PT.KAWAGUCHI KIMIA

这次在HOMELIFE展上遇到了非常合适的供应商，给我们提供了心仪的样品，我们已经交付定金，准备进行大批量采购。对展览很满意，希望展会能带来更多的供应商和制造商！

——INDOFOOD



数据驱动数字化专业展，精准客商匹配



OVUS





05

媒体报道

Media Reports

各大主流媒体争相报道，反响热烈！

本次展会引起印尼当地多家主流媒体高度关注、竞相报道，印尼日报、国际日报、新华社、CHINA DAILY、印尼主流电视台 ANTV、印尼最大的在线媒体平台之一Viva等国内外主流媒体纷纷对本届展会进行了深入报道，收到良好的舆论反响。



JAKARTA, March 13 (Xinhua) -- The sixth China Homelife Exhibition began here on Wednesday, attracting more than 30,000 buyers at home and abroad.



印尼是世界第四大人口国，七大经济体，其人口、经济总量和潜在市场总量近10亿，作为“21世纪经济日报”

间3月13日，2024年第六届中国（印尼）贸易博览会（以下简称“第六届中国（印尼）贸易博览会”）在雅加达国际会议中心开幕。图为参展商和参观者交谈。





06

展会优势

Exhibition Advantages

数据驱动的数字专业展

数字化办展：面对强大的买家数据库，米奥专业的数据运营团队，通过专业的数据分析，结合四大推广团队全年、全渠道精细化市场宣传，为您精准匹配买家商贸资源，以数据驱动展会举办，提升您的参展投资回报率（ROI）！

Step1 数据圈选

结合参展商的品类，米奥专业数据分析师在米奥数据总库，基于买家的活跃度、历史提单情况、历史到展、现场订单情况、是否VIP等信息，锁定精准买家群体。

Step2 数据推广

基于买家数据分析，米奥的四大推广团队在全渠道、多维度进行精细化内容营销，吸引买家关注。

Step3 买家登记

买家注意到各渠道宣传广告，对展会产生兴趣，提前进行注册，获得入场证。

Step4 买家到场

米奥买家运营团队以及外呼团队对注册的买家进行一对一的邀约，确保买家到场。

我们如何基于数据，进行精细化数字化办展？



数据驱动的数字专业展

数字化办展—数据分析精准锁定目标买家群体

备注：(每周—上午更新)
 1. 数据基于有未读标签的买家 (汇总项仅有未读标签买家)
 2. 有效联系人筛选条件与买家属性一致

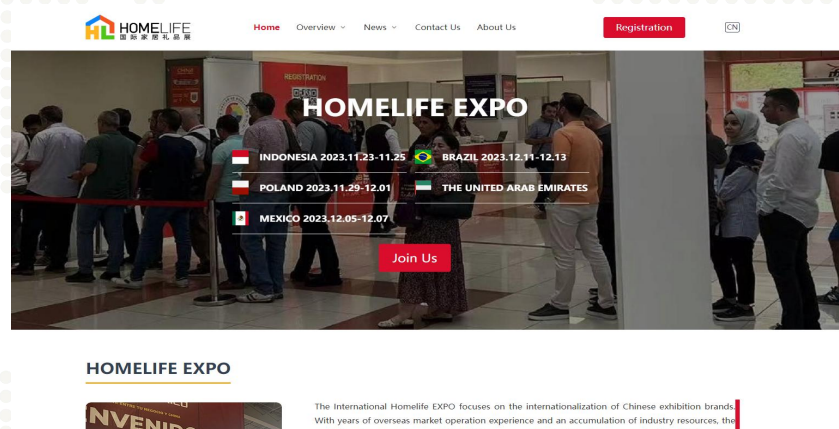
买家国家 无限制 行业 纺织服装 T1 无限制 T2 无限制 产品标签 无限制

国家+行业维度统计表 国家+T1维度统计表 国家+T2维度统计表 国家+标签维度统计表

买家国家	行业	T1_name	公司总量	有效公司量	联系人总量	有效联系人量	筛选有效的联系人量
土耳其	纺织服装	纺织服装	3,595	2,209	4,426	3,963	3,424
土耳其	纺织服装	服装	6,362	3,788	7,128	6,231	5,109
土耳其	纺织服装	其他纺织服装产品	1,566	1,424	2,970	2,514	1,718
土耳其	纺织服装	面料	9,540	6,661	10,857	9,999	8,632
土耳其	纺织服装	辅料	1,062	880	1,613	1,494	1,214
墨西哥	纺织服装	服装	21,947	20,266	46,821	42,387	32,292
墨西哥	纺织服装	纺织服装	8,482	7,619	20,538	18,642	14,832

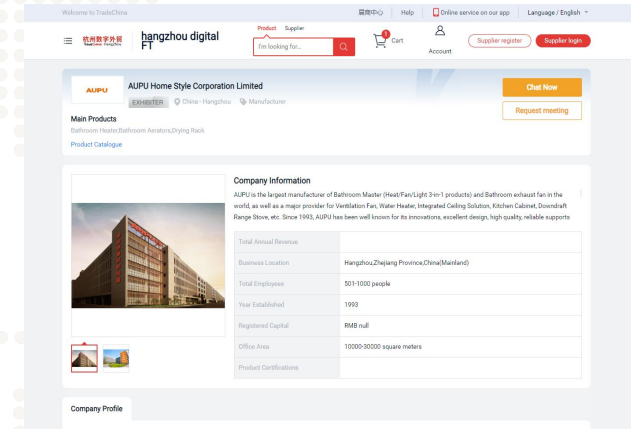
数据圈选--根据参展企业品类--匹配买家--定向激活买家

根据买家的国别、活跃度、企业规模、是否是专业买家、是否提单、是否是VIP客户、细分行业标签等字段圈选精准买家。



买家网站搭建--集齐全网专业买家；推荐匹配的展商，直达参展企业专属网站。

买家注册页。买家通过关键词搜索进入网站，获得展会入场凭证。



网页流量
UV 12W+/3个月
PV 15W+/3个月

参展企业网站搭建--增加品牌曝光，以及收获买家询盘

参展企业专题详情页同步搭建，展示企业介绍，产品等信息。企业可通过关键词增加品牌的曝光度，并收获买家关注，进而获得买家询盘。

数据驱动的数字专业展

数字化办展—线上线下一全渠道推广

基于数据专家团的买家数据分析，米奥的市场推广团队在全渠道，进行精细化内容营销，吸引买家关注、注册、成为印尼展的买家！

各渠道曝光总计
超过**1000W**

覆盖买家超过
650000位

本次印尼展市场推广费
高于同类规模展会**3-5**倍

境外全渠道
多维度推广



365天
线上+线下
全年在线



EDM群发
社交媒体
GOOGLE

META广告
新闻媒体
广播电台

电话邀约
合作资源
.....



买家运营团队针对注册的买家进行**1对1**精准邀约，确保到访买家专业且精准！

数据驱动的数字专业展

数字化参展：网展贸O2O数字化平台，助力买卖双方高效对接，展前展中展后全链路商机促成。

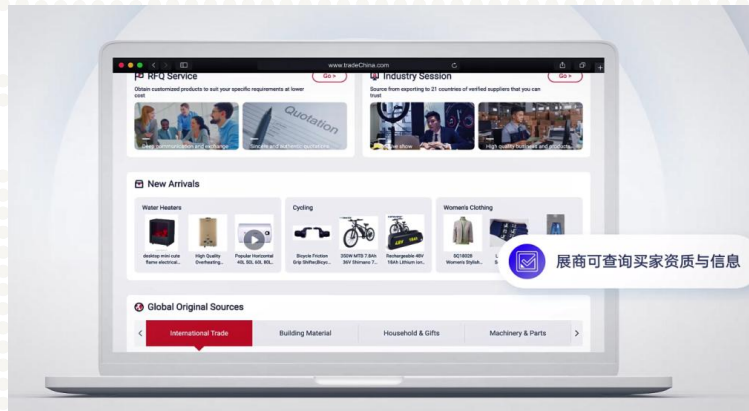


展前自提自选数据库意向买家
平台配合精准邀约
提前锁定商机

展中买家到达自动提醒
引导邀约买家到达展位
不错失每个客户

展后买家CRM管理及联系工具
结合可视化参展报告
轻松保障参展效果

数据驱动的数字专业展



数字化观展： 买卖双方强化互信，实力资质强力甄别，基于产品需求的双方认同，提前获取展品和资质等有效信息，帮助双方在线更快速锁定彼此，让展中商洽不再是开盲盒。



第六届HOMELIFE印尼国际家居礼品展

 2024.03.13-03.16  雅加达国际展览中心

第七届HOMELIFE印尼国际家居礼品展

 2024.06.04-0.07  雅加达国际展览中心

第八届HOMELIFE印尼国际家居礼品展

 2024.11.28-12.01  雅加达国际展览中心



2024年，HOMELIFE国际家居礼品展将持续发力，在10个国家与地区举办13届展会，为中国企业与海外买家搭建贸易的桥梁，助力中国家居礼品品牌企业持续开拓海外市场。

国家	展会名称	展会场馆	展会时间
印尼	第六届印尼国际家居礼品展 INDONESIA HOMELIFE EXPO	雅加达国际展览中心	03.13-03.16
越南	2024越南国际家居礼品展 VIETNAM HOMELIFE EXPO	胡志明市展览贸易中心	03.27-03.29
印尼	第七届印尼国际家居礼品展 INDONESIA HOMELIFE EXPO	雅加达国际展览中心	06.04-06.07
阿联酋	第十六届阿联酋国际家居礼品展 THE UNITED ARAB EMIRATES HOMELIFE EXPO	迪拜世贸中心	06.12-06.14
美国	2024美国国际家居礼品展 UNITED STATES HOMELIFE EXPO	洛杉矶会展中心	09.11-09.13
墨西哥	第九届墨西哥国际家居礼品展 MEXICO HOMELIFE EXPO	圣达菲博览中心	09.17-09.19
巴西	第十一届巴西国际家居礼品展 BRAZIL HOMELIFE EXPO	圣保罗会展中心	09.17-09.19
南非	第八届南非国际家居礼品展 SOUTH AFRICA HOMELIFE EXPO	约堡加拉格尔会展中心	09.24-09.26
波兰	第十四届波兰国际家居礼品展 POLAND HOMELIFE EXPO	华沙PTAK展览中心	11.06-11.08
德国	2024德国国际家居礼品展 GERMANY HOMELIFE EXPO	埃森展览中心	11.12-11.14
日本	2024日本国际家居礼品展 JAPAN HOMELIFE EXPO	东京 BIG SIGHT中心	11.27-11.29
印尼	第八届印尼国际家居礼品展 INDONESIA HOMELIFE EXPO	雅加达国际展览中心	11.28-12.01
阿联酋	第十七届阿联酋国际家居礼品展 THE UNITED ARAB EMIRATES HOMELIFE EXPO	迪拜世贸中心	12.04-12.06



官方公众号



展位咨询