

消费日报

2023年9月15日
星期五
总第8535期
第5594期
本刊第619期

中国家居

A

国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

强势回归 共促发展

CIHS 2023 打造五金高质量发展综合平台



□ 本报记者 陆俊

9月19日—21日,行业共同期待的业界盛事——第20届中国国际五金展(CIHS)将于上海新国际博览中心强势回归。本届展会面对当前国内经济的复苏,国际市场的新变化、新挑战和新机遇,综合考虑了整体形势和企业的现状,按照新形势新需求,推出了一系列优化资源配置、打通产业链和供应链、更好地服务行业的新举措,致力于把CIHS升级为内涵丰富、服务精准、便捷高效、更具价值的全球五金行业知名展会,为推动企业开发国内国际两个市场,构建双循环发展格局,实现高质量发展贡献力量。

据悉,本届CIHS规模为12万平方米,2600余家中外企业参展,主办方和参展企业共同邀约到展会现场和线上参观采购、对接洽谈的专业观众将达到50000人以上。作为五金行业内的核心专业展会,CIHS一直坚持市场导向和技术导向的定位,致力于帮助企业展示推广名优特新产品和新技术、新场景、新业态,促进行业的贸易、交流与合作,提升品牌影响力和市场竞争力。20余年来,CIHS持续为促进参展企业的交流、交友、交易发挥积极作用,为行业的发展壮大作出卓越贡献。

内外融合的国际化平台

作为亚洲第一、全球第二的国际化专业五金展,CIHS一直把贸易采购对接作为头等大事,采取了多种措施,取得了优异的成绩。在高成效的吸引下,今年的CIHS已经吸引了业内大批知名企业和国际重点采购商的到来。国际及港澳台地区展商如BIC Tools (Japan)、Infar International (China Taiwan)、JONARD tools (USA)、NAREX ROLL s.r.o. (Czech Republic)、Stand Tools (China Taiwan)、Truper (Mexico)、M·Z Trading Co. Ltd (Japan)、Regal Ideas (China Taiwan)、Unitacker (China Taiwan)、US & Canadian Hospitality Group Inc. (Canada)、Veer Bros. (India)、QJT VIET NAM INTERNATIONAL AL (Vietnam)、Yu Ching (China Tai-

wan)等都已报名。

国内方面,主办方继续邀请国内重点五金产地的地方商协会组团参观采购,同时还组织了来自上海、浙江、江苏、山东等省市的近百家国内专业市场、机构赴展会参观。此外,主办方还与多家商业平台合作,组织贸易公司现场参观采购。工业级专业采购平台京东工业品、亚马逊中国等机构也与CIHS建立合作,将在展会现场开展相关对接活动。

锁具的烟台三环、广东名门、凯迪仕、德施曼、鹿客科技、汇泰龙、雅洁五金、浙江中立、琨山通用、威欧希、广东樱花、坚士锁业、梅花锁业、飞锁视界、飞利浦、金磊锁业、逸家安防、吴氏锁业、雷力仕锁业、温州金钥匙、美科、望通、长浩锁业、盾牌保险箱、北斗锁业、格里维尔、粤丰智能、温州科力、欧德门控、基信锁芯、公牛集团、万嘉集团、钟锁业、杨格锁业、金点原子……

建筑五金的攻德、凌云剑、龙泉剑、华尖金属、可耐信、浙江天开、河北天丰、河北摩图、通达电器、开创电气、永康稳可、广东欣会、浙江东亚等。

各地产业集群也均鼎力助阵CIHS 2023。中国五金之都(永康)、中国工具五金(旋具)产业基地(建德)、中国工具产业基地(金华)、中国工具五金生产基地(临安)、中国五金制品产业基地(小榄)、中国丝网之都(安平)、中国玛钢产业基地(太谷)、中国挂锁产业基地(浦江)、中国五金制钉产业基地(隆尧)以及山东五金衡器、丹阳超硬材料、丹北五金工具等多地的五金行业产业集群及地方行业协会都已先后报名参加,必将为展会增添亮色。

对接供需的绝佳平台

为了帮助供需双方做好对接,进一步促进参展企业的订单交易,展会主办方从国际国内两个市场出发,积极引入优势采购商、贸易买家,并采取多种措施实现双方的有效衔接。

国际方面,展会主办方已经与众多海外机构达成合作,国际采购商如劳氏、翠丰集团、三菱重工、家得宝、百安居、欧倍德、博世、圣戈班集团、伍尔特、安达屋集团、吉博力、喜利得、家乐福全

球采购、固安捷、雷士等国际买办集团以及阿里巴巴国际站、Lazada、亚马逊等国际知名电商已经完成预登记,明确采购需求。来自美国、韩国、日本、加拿大、马来西亚、印度、文莱、斯里兰卡、墨西哥以及中国香港、中国台湾等国家和地区的商协会或重点客商已与主办方建立联络,确定将到现场采购并组织相关活动。

国内方面,主办方继续邀请国内重点五金产地的地方商协会组团参观采购,同时还组织了来自上海、浙江、江苏、山东等省市的近百家国内专业市场、机构赴展会参观。此外,主办方还与多家商业平台合作,组织贸易公司现场参观采购。工业级专业采购平台京东工业品、亚马逊中国等机构也与CIHS建立合作,将在展会现场开展相关对接活动。

主办方结合德国科隆国际五金博览会全球资源,引流观众关注并登录展会CIHS @home线上平台,宣传CIHS展会的同时促进观众与展商前期贸易洽谈,达成展前展商与观众在线双向对沟通。

信息共享的重要平台

据悉,今年展会主办方在行业贸易资源上进行充分扩充和保障,加强与海外媒体、各国家商会、海外驻华采购机构的战略合作不断强化和加深,目前已经与重点国家和地区的使馆、商务处沟通联络,与国内外大型零售集团、电商平台等保持合作,为展会提供其企业及观众资源,以及需求信息等内容。

据主办方透露,今年CIHS正在运

筹举办有关质量标准、设计生产、技术

创新、品牌建设、营销与流通等多个层

面的相关论坛,例如,中国五金制品协

会团体标准发布会,五金行业跨境电商发展论坛,工具、锁具等品类的产业发展论坛,与京东等知名电商共同举办的五金行业招商会,公安部检测中心系列宣贯活动,中国制造网专场论坛云优势,第十届切磨抛应用技术论坛,工具采购节,锁具采购节,产业集群推介会,展销对接活动等。今年展会还将重磅揭晓五金制品行业首次举办和发布的创新优品大奖——赛思奖。该奖旨在表彰和推广在业内最具引领性、创新性以及品质出色的年度卓越产品,从而为行业提供最前卫的产品信息,更好地促进和引导行业健康发展。展会期间,主办方还将在锁具展区举办“金勾奖”工业设计大赛评价活动,以及中国五金制品协会锁匠专委会主办的中国开锁擂台赛等,届时来自全球的锁匠将汇聚展会,开启技能大比拼,为锁具行业的发展赋能助威。鹿客科技、飞锁视界、雅洁、逸家等企业还将在现场举办一系列新品发布、代理商签约等活动。

今年主办方还进一步升级了宣传推广模式,将广泛利用抖音、快手、公众号、微博、小红书等火爆的自媒体和官方号陆续发布展会重点信息,最新进展、供需情况等,新的媒体矩阵将为参展企业和采购商的发布活动提供更广泛的服务。

另外,2023年正值中国国际五金展办展第二十届,主办方将举办“辉煌二十载颁奖典礼”等一系列活动,邀请新老参展企业、采购商面对面交流,共话发展。届时,主办方还将面向连续参加展会20年的44家中外企业,连续参加展会10年及以上的313家中外企业以及连续参加展会5年及以上的1529中外企业,给予感恩回馈,向CIHS忠实的老朋友致谢、致敬。



东拉西扯

家居焕新 消费增长新引擎

□ 双木

近日,商务部办公厅印发《关于组织开展“家居焕新消费季”活动的通知》,将于2023年9—12月在全国范围内组织开展“家居焕新消费季”活动。这是进一步促进家居消费的重要措施,将成为消费增长新引擎。

家居消费被列为消费的“四大金刚”之一,涵盖家电、家具、家纺、家装等多个领域,涉及领域多,上下游链条长,体量规模大,是消费增长的重要源动力,是居民消费的重要组成部分,是人民对美好生活需要的直接体现,采取针对性措施加以提振,有利于消费增长和经济恢

复。今年以来,受多重因素影响,家居消费表现较为疲弱。家居焕新消费将提升家居消费供给质量,优化家居消费营商环境,打开家居消费潜在市场,进一步激发家居行业活力,进一步释放家居消费潜力,进一步促进消费经济增长。

目前,地方政府、行业协会、家居卖场、家居产品和家装企业、电商平台、金融机构、新闻媒体等各方积极响应参与家居焕新活动,形成线上线下联动、丰富家居消费场景、提升家居消费供给的浓厚消费氛围。

从北京、上海等地家居焕新消

费的措施看,针对消费者对家装、家

具、家电的焕新需求,提供家具、家

电上门维修和清洗服务、家居产品换新、家庭重装等服务,创新“线上线下”相结合的应用场景,汇集家居全品类、主流全品牌,通过丰富多彩的活动形式,为消费者提供优质

的家居消费服务体验,进一步增强居民消费意愿,为家居行业的消费回补和潜力释放注入新动力,助推家居消费迭代升级。

的确,随着居民需求不断升级,家居消费也呈现出提质升级的新趋势。围绕家居消费焕新,传播新的家居消费理念,能够推动市场形成新的消费增长点和消费热点,共同打造家居消费增长新引擎。

当前,家居消费面对线上线下

融合的新业态模式,呈现绿色、智能、健康、适老、定制等趋势,处于以旧换新、科技创新、消费提升的局面。家居焕新必将是家居新业态、新趋势、新消费的着力点。这也是各部门、各行业围绕促消费打出的“组合拳”后“落地开花生根”的切实有效的措施。我们坚信,经过4个月的家居焕新消费后,家居市场活力必将得到释放,消费数据必将吸引人眼球。我们更愿意看到,家居焕新消费将成为常态,引领家居行业创新发展,引导家居市场健康发展,成为消费经济红火发展的“助推器”,成为提振消费增长和促进经济发展的“强心剂”。



□ 双木

9月19日—21日,中国国际厨卫家居博览会(KIB)将于上海新国际博览中心举办,今年展会面对行业的新变化、新趋势重装上阵,将采取多项新措

施、新手段为广大参展商、采购商及观众服务,同时主办方还将举办一系列丰富的活动为促进行业间的交流、交友、交易做出贡献。

运筹三年,KIB2023积蓄了强劲的势能,并得到行业重点企业的大力支持

和积极参与。在主办方中国五金制品协会和众多业界同仁的共同努力下,KIB2023将以崭新的形象强势回归至行业面前,呈现出诸多亮点。

优势档期 大牌助阵

主办方透露,本届展会位于新国际博览中心的W1馆,面积约12000平方米,展品主要涵盖整体厨房、厨电产品、燃气用具、水处理设备、水槽及管件、厨房用品及配件、烹饪器皿、餐饮具、不锈钢制品、水龙头、花洒、浴缸、卫生洁具及配件、浴室柜等,并积极引入了绿色、健康及老年用品的元素,引发业界关注。档期定于9月中旬,此时恰逢金九银十,正是市场销售旺季,也是市场大促的备货期,该时段办展能带来更好的参展效率和参展效果。而且,本届展会正式回归上海新国际博览中心,展馆位置优越、交通便捷,展商和观众的参展、参观也更加方便省心。

据了解,本届展会吸引了大批厨卫家居行业的优势品牌参与。目前,方太、老板、万和、海尔、万家乐、苏泊尔、华帝、迅达、美大、爱仕达、炊大王、前锋、埃美柯、荣星、卓杰奥等业内重点骨干企业以及以亿田、帅丰、森歌等十余家企业为代表的中国厨具之都(嵊州)、中国燃气具之都(顺德)、中国不锈钢制品生产基地(新会)、中国铸铁锅之都(都县)等重点产业集群都将组团参展。优秀品牌与地方集群的汇聚,将为广大采购商、专业观众打造出一场最新、最全的厨卫家居产业盛会,必将成为全行业瞩目的焦点。

推新推优 “凯博奖”全新亮相

KIB在发展过程中,最值得称道的就是对“新”的关注和推动。20余年来,KIB以展示高端名优特新产品和技术为基础,持续更新理念,创新服务,在坚持核心定位的同时,不断融入时尚、绿色、智能等元素,引导生产和消费趋势,让消费者更多了解现代厨卫家居生活的理念和文化,不断促进行业的创新发展。今年展会期间,主办方将继续鼓励推出一批反映行业最新技术和趋势的优秀企业和技术,将得到参展企业的积极响应。

特别值得关注的是,本届KIB首设厨卫家居“凯博奖”。组委会将对展会期间展出的优秀展品进行评优推强,引领行业发展新风尚。“凯博奖”评选范围与展品品类基本一致,主要包括整体厨房成套设施及产品、厨房电器及配套设备、炊具、厨具及配套用品、厨卫五金配件、龙头、阀门及水路连接件配套用品、卫浴及配件、供水和污水处理技术及装备、各类装饰材料等展会相关产品。作为组委会精心培育的一项国内厨卫家居行业的全新权威奖项,“凯博奖”得到了行业企业的大力支持,目前已收到大量参展企业的展品,相信该奖项将在未来持续发展壮大,在业内产生巨大影响力。

创新服务 活动升级

今年7月,商务部等13部门发布了《关于促进家居消费若干措施的通知》,明确提出将采取系列措施促进家居消费。《通知》特别强调将支持以市场化方式举办家居类专业展会,展示家居领域前沿技术及产品,扩大优质家居产品供给。

在政策的支持下,主办方依据国家政策导向、市场环境变化和行业发展需求及用户的期待对KIB2023进行了全方位优化,在使其更具精品视野和影响力的同时,加大数字化转型力度,运用线下线上多种方式为展商提供更加有效的展示、宣传、推广和贸易洽谈等精准对接。

线上方面,今年展会打破时空限制,引入全新专业合作伙伴,集中在展会期间邀请知名主播、网红、达人开展系列的直播推广活动,以展会本身的影响力为基础,叠加网红流量开启品牌推介、新品发布、精品推广等活动,主办方还将利用公众号、微博、抖音、快手等新媒体宣传造势,增加曝光率,为企业展示推广名优特新产品、新技术、新设计、新场景、新业态提供多空间、长时间的服务。

线下方面,主办方及合作伙伴将继续配合展会主题举办有关活动和论坛,邀请行业领导、企业大咖、权威专家,针对时下行业的痛点、难点、焦点问题,从产业政策、智能制造、市场分析等不同角度展开高峰论坛,如主题为“集智互融·洞见未来”的厨房2023中国集成厨房前沿大会、亚马逊企业购助力餐厨企业升级全球品牌活动等。海尔、华帝、梦享家电器等企业还将在现场举办新品发布、成果展示以及与采购商和观众的互动活动等。

八方来客 赋能行业发展

20余年来,KIB展出的产品品类不断扩大,产业链更加完善,服务更加精准到位。作为专业和高端的精品展,KIB得到了行业企业、商家、用户的广泛关注和积极参与。

主办方还表示,为了进一步提高参展效果,今年加大了招商力度,进一步开拓渠道,强化与国内五金建材经销、装饰装修工程与零售采购、设计师团队等组织单位之间的合作,积极挖掘市场采购需求,为精品厨卫家居等产品推新推优。面对当前的精装修、全装修、装配式装修趋势,展会将搭建平台架通产业链和服务链,进一步推动行业企业迎接市场变化精准对接需求。

