

ufi Approved International Event JINHAN FAIR Home & Gifts

第51届广州(锦汉)家居用品及礼品展览会

展后报告



新买家“质”“量”双突破

欧美买家到会占比45%

买家结构更多元

特色展区再升级

数字化进程加快

数据总览

1,018家
展商

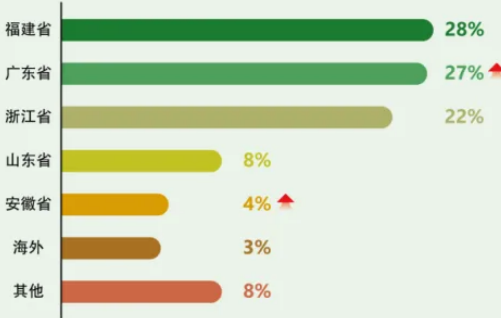
40,110人次
买家到访

85,000m²
展览面积

主要产品构成



展商地域分布



本届JINHAN FAIR花艺廊与灯饰展区持续扩容，展出各类精巧逼真、色彩鲜艳的仿真花与人造植物，以及风格多样的家居与季节灯饰，凭借设计新颖与沉浸式场景展示吸引众多买家驻足选品。



人造花
Hall 5, Gallery 2, Gallery 3



家居灯饰
Hall 2

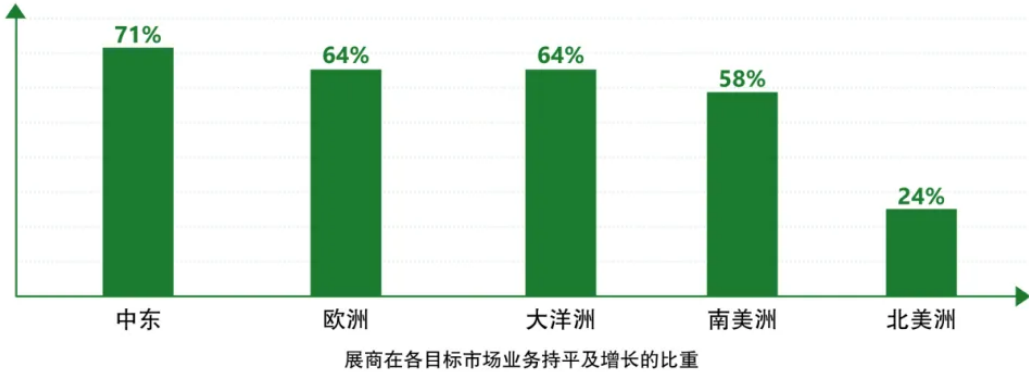


季节灯饰
M2夹层

展商调研分析

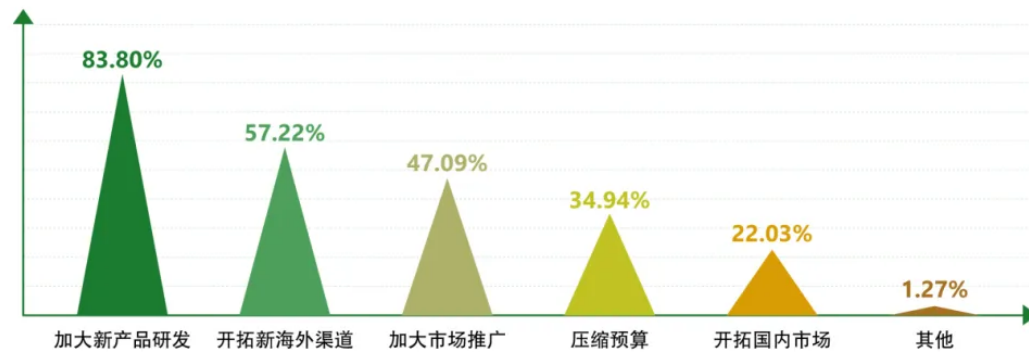
展商目标市场变化：新兴市场稳中有进，多区域展现拓展潜力

调研显示，展商在中东、大洋洲、南美等新兴市场反馈较为积极，整体走势稳定，拓展意愿明显。传统市场如欧洲也保持相对平稳态势，多区域并进成为展商未来的重要策略方向。



展商应对市场变化：以研发创新与市场多元化为主

展商调研显示，多数展商选择加大研发和拓展新市场作为主要应对策略，展现出积极进取姿态。选择压缩预算者较少，企业倾向主动创新而非被动收缩。



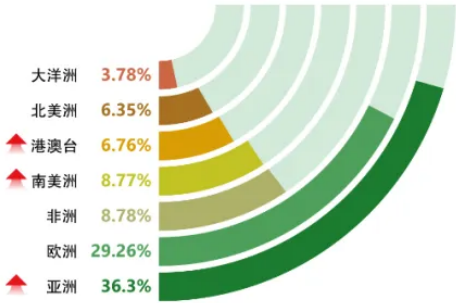
*数据来自第51届JINHAN FAIR展商调研

买家结构多元，零售商持续活跃

TOP20
到访买家的国家及地区



买家地域分布



买家性质构成



部分到访优质买家



*以上排名不分先后

买家调研分析

买家应对关税变化：

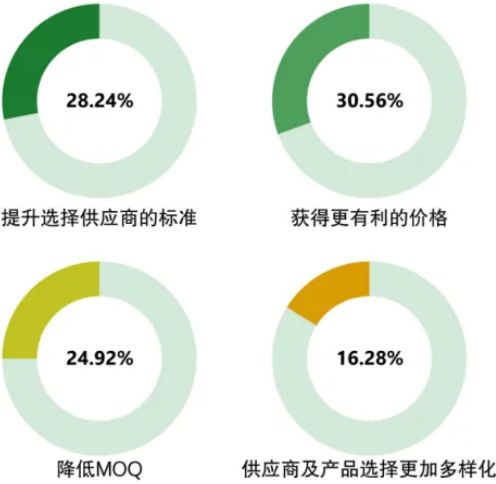
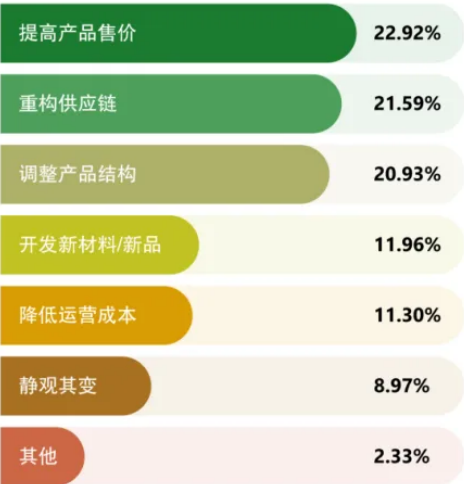
产品与供应链双重调整

受关税影响，不少买家采取结构性调整举措。在产品端，更倾向开发高附加值、小体积或价格更具竞争力的产品；在供应链端，则通过优化供应商结构、调整产地布局及加强评估标准等方式，提升应变能力与整体灵活性。

关税带来结构优化机遇：

议价空间与资源整合增强

尽管关税构成挑战，不少买家也将其视为推动结构优化的契机。一方面通过重新谈判获取更具优势的价格，另一方面促使更多优质供应商进入本地市场，同时推动最小起订量调整与产品组合的丰富，有助于提升采购效率与合作质量。



买家采购关注四要素：海外工厂、产品附加值、Ho-Re-Ca经验、环保标准



*数据来自第51届JINHAN FAIR买家调研

买家评价

阿联酋 Home Centre Sajeve Singh



JINHAN FAIR的大多数品牌展商已经是我们的合作伙伴，这里是我们最重要的采购场所，我们每届有几十人的团队前来采购，Home Centre中的大部分产品来自JINHAN FAIR，我们很乐意与这里的一切建立深度合作。

美国 C&F Enterprise Stephanie



我们不会停止来JINHAN FAIR采购，中国是我们的主要采购国家。越是在困难的时候我们越要与供应商面对面交谈，与他们并肩同行。同时我们也会继续寻找新的产品、新的灵感，保持企业活力。

英国 Mulberry Studios Ltd Adrian Boyle



我们高度依赖线下展会开拓业务，坚持线下采购模式，以确保客户能实地验货。受美国关税影响，我们正积极寻求供应链调整，并优先考虑在东南亚建厂的中国供应商，以规避贸易壁垒。同时，建议JINHAN FAIR增加多点品类，以增强采购吸引力。

展商评价

厦门汉嘉家居国际贸易有限公司 总经理 林桂阳

高关税壁垒之下，我们开始开拓欧洲、南美等新兴市场，也看到更多机遇。核心还是产品设计，家居装饰品属于非必需品，应该考虑经济相较富裕的市场去开拓。面对挑战，我认为首先要生存，其次是摆脱路径依赖。锦汉是我们专业的家居礼品出口平台，也祝愿大家能够团结应对市场风浪。



上海瑞铂自动化科技有限公司 业务总监 张丹红

想要开拓新兴市场，需要深入了解该市场及当地消费者的偏好，不能照搬以往欧美市场的产品风格，必须根据当地特点对产品进行深化改善。要坚持产品为王，专注于自己擅长的领域，不忘初心，坚持做好老本行，相信坚持就是胜利。对于本届锦汉展我还是比较满意的，锦汉一直坚持深耕家居礼品行业，做得很棒。



阿斯特利（中山）制造有限公司 总经理 Nick Thompson

我们始终积极的态度面对变化，从中寻找机遇。当一些国家出现负面影响时，我们会努力寻找其他突破点。我们之所以选择在中国开工厂，是因为这有助于我们开拓全球市场。而参加锦汉展是一个接触南美、中东、日韩等地区客户的绝佳机会。我们会将当前形势视为转型的契机，通过新产品、新风格多元化地开拓市场。



数字化应用渗透加速，云端贸易持续上升

展前，买家通过线上展厅和APP完成初步选品，有效提升现场采购效率；展中，买家利用“云逛展”功能进行线上对接、产品浏览及即时沟通，线上线下融合趋势愈加明显；展后，买家持续通过平台查看新品、提出采购需求，推动后续深度对接与商机转化。

