

新闻稿

2019 年 7 月

新生购买群体力促 2019 上海时尚家居生活展需求提升

陈天楚小姐
电话: +86 21 6160 8557
merry.chen@china.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com.cn
www.il-china.com
ILC19 PR1_SC

身份象征的概念已植根中国消费者心中，大大驱动了多个市场的发展。设计师款服装和汽车等奢侈品渐已成为财富地位的外在表达和社交名片。然而，80后、90后正将目光收回到自己的家庭，通过对室内设计的不断丰富完善来表达自我主张，彰显个性生活方式。来自全球中高端领军家居生活品牌自然不会错过于2019年9月11至13日在上海举办的中国（上海）国际时尚家居用品展览会（简称上海时尚家居生活展），借此把握中国80后、90后人群的海量商机。



2018 上海时尚家居生活展上的年轻观众

是谁影响了中国室内设计消费决策？

家装翻新已成为中国时下社交媒体的又一热点话题，业主可在如一兜糖家居等知名生活方式 app 上同步分享自家翻新的成果进展，市场上诸多相关 app 的涌现为家居家装提供了优质便捷的交流商贸平台。

近期，一兜糖家居 APP 平台基于 2000 万用户大数据，并结合全网家居热搜数据、主流电商家居消费调查出品了 2019 家居生活及消费趋势报告。报告中指出“自下而上”形成的口碑品牌相较于传统品牌的影响力有着压倒性优势。越来越多消费决策建立在亲朋好友的推荐、社交媒体社群的使用反馈以及 KOL 网红的分享上，这便形成了消费者主导市场，KOL 们呈现的怡人生活方式正潜移默化地影响着消费者的家居设计选择。

法兰克福展览（上海）有限公司
中国上海浦东新区世纪大道 1229 号
世纪大都会 1 号楼 11 层
邮编：200122

中国室内设计市场的未来潜力在哪里？

根据 2019 家居生活及消费趋势报告，2018 年平均每位用户的装修预算在 20 万左右（约合 29,000 美元）每户，较上年提升 8 个百分点，并且仍在持续增长中。对中国的 80、90 后而言，室内设计无疑是表达自我身份和品位的外化方式。无论是亚洲风格、欧式、传统或现代，不同风格的融合搭配旨在为消费者提供“可承担的奢华”，在行使产品功能的同时传递家的温暖，而不是一味地铺张，这也是时下消费者广为追捧的设计理念。

除了产品的艺术美学外，能够传递消费者怡人生活方式的产品越来越受欢迎，智能家居产品的需求也在不断上升。随着功能性产品在各个设计领域的应用，家居产品也不再仅仅是点缀，而是成为生活方式强有力的支撑。

新岱（中国）有限公司将回归 2019 年上海时尚家居生活展，带来众多海外工艺品，其中尤以日本设计居多。公司商品部经理林杰先生分享了对市场的看法：“所有的传统工艺品为了继续传承都需要与市场接轨不断进行变化革新。因此，越来越多的品牌运用设计的力量去寻找新的突破口，延长产品的生命力。这类产品主要聚焦与日常息息相关的生活工具上，而非脱离现实的工艺美术品。”

中国家庭在如何改变？

一兜糖的报告还指出在现代家庭的翻新中，业主更倾向于开放式的多功能空间，能很好地兼顾不同的家庭活动和社交需求。

上海时尚家居生活展的参展企业为该趋势特别呈现了全新设计的产品和技术，在现场收获了诸多关注，亦收获了海量商机。意大利尚尼便是其中一家，它在现场展示了旗下独家研发的 IHC 智能恒温技术新系列。中国传统的烹饪艺术“镬气”也被成为“锅的呼吸”，是指将冷油与各类新鲜食材加热到极致在锅内翻炒产生的独特焦香韵味。如今中国厨房也渐渐融入社交空间中，意大利尚尼新系列在保留“镬气”的同时，有效抑制了烹饪油烟的副作用，烹饪美食的同时也能享受亲朋好友的欢聚时光。

意大利尚尼大中华区董事长廖哲先生分享了参展体会：“意大利尚尼拥有强大的研发团队，帮助我们更好贴合中国市场需求。我们还根据中国消费者的使用习惯设计了 7 款厨房工具。在中国获得成功的关键在于维持消费者的持续关注度，让他们感受西方厨具的魅力。参加上海时尚家居生活展在销售渠道大大提高了我们品牌曝光度，受益匪浅。”

上海时尚家居生活展独辟蹊径，助力展商进入中国市场

德国展商 Hailo 以其高品质享誉中国市场，公司 CEO Jörg Lindemann 先生对中国市场充满信心：“中国市场是世界上发展最快的市场之一，对于 Hailo 这样的国际品牌而言格外有吸引力。中国 80、90 后的生活习惯与生活方式日趋西化。随着这一代人消费力的上升，以及线上营销和社交平台的不断壮大，许多海外的明星产品如今在中国大陆也受到越来越多的关注。”

今年展会主题为“**It's My Lifestyle!**”理想生活，展会将甄选一系列代表理想生活兼具设计美感的中高端产品。如今随着社交媒体的铺开越来越多人开始在线上分享家居设计风格，今年的展会也将与中国线上生活方式博主合作，展示一系列可以反映个性、身份的家居尖货。

2019 中国（上海）国际时尚家居用品展览会
中国上海，2019 年 9 月 11 至 13 日

2018年，上海时尚家居生活展共吸引了来自27个国家及地区共437位展商，为众多海内外品牌打造了进入中国市场、拓宽亚洲业务版图的理想桥梁。共计有23,570为观众莅临上届展会。

2019中国（上海）国际时尚家居用品展览会由法兰克福展览（上海）有限公司主办。了解更多详情，敬请浏览展会官网：<http://interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com>。

-完-

下载新闻图片，请至：

<https://interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn/press/press-releases/2019/ILC19-PR1.html#download>

更多新闻资料及图片：

<https://interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn/press/photos.html>

关注我们！

Facebook: www.facebook.com/interiorlifestylechina

领英: <http://linkedin.com/company/interiorlifestylechina>

微博: www.weibo.com/ilchina

法兰克福展览集团简介

法兰克福展览集团是全球最大的拥有自主展览场地的展会主办机构，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球30个地区聘用逾2,500名员工，每年营业额约7.18亿欧元。集团与众多行业领域保持紧密联系，在展览活动、场地和服务业务领域，高效满足客户的商业利益和全方位需求。遍布世界各地的庞大国际行销网络，堪称集团独特的销售主张之一。多元化的服务呈现在活动现场及网路管道的各个环节，确保遍布世界各地的客户在策划、组织及进行活动时，能持续享受到高品质及灵活性；可提供的服务类型包括租用展览场地、展会搭建、市场推广、人力安排以及餐饮供应。集团总部位于德国法兰克福市，由该市和黑森州政府分别控股60%和40%。有关公司进一步资料，请浏览网页：www.messefrankfurt.com.cn