

新闻稿

2023年3月

睽违3年再启航，上海时尚家居生活展与您相逢在金秋9月

陈天楚小姐
电话: +86 21 6160 8557
merry.chen@china.messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com.cn
www.il-china.com
ILC23 PR1_SC

作为国内展示全品类生活方式产品的领军国际展会，中国（上海）时尚家居用品展览会（下称时尚家居生活展）确认于**2023年9月21至23日**在上海展览中心再度扬帆启航。所有的相遇都是久别重逢，而所有的重逢亦是新的遇见，蓄势3年的时尚家居生活展将全面升级，携海内外知名生活品牌为更多消费客群呈现生活美学盛宴。

随着近期国内外往来贸易的复苏以及国际航班的逐步复航，中国消费品市场正对外释放非常积极的信号。法兰克福展览（深圳）有限公司总经理车立超先生表示：“时尚家居生活展的国际展商比例高达半数，参与的观众也遍及海外及全国各地，政策的放开让我们可以有效预见各地展商和观众参与度的提升，这也是展会顺利召开的重要前提。时尚家居生活展蓄势3年，在展会规划与产品层次上有了更大提升，这次我们将打破以往以产品划分展区的桎梏，通过构建不同生活场景，让产品的呈现方式更为具象立体。我们也将积极拓展新兴零售渠道和终端消费群体，让更多消费者能触及美好生活，衷心期待与业界同仁再度相逢于上海展览中心，彼此面对面交流，享受久违的展会好时光。”

消费客群变迁拓宽生活方式边界，多元渠道赋能零售新玩法

随着我国人口变迁及消费潜力呈现M型特点，结构两端90后与银发族，成为扩大内需、牵引消费市场的未来新势力。而全面放开后，人们对生活方式的选择更为多元自由，两大消费主体热衷的强社交沉浸式消费和兴趣消费也将成为消费力的新增长点。

根据天眼查近日发布的《2023中国消费主题报告》¹表明，近年来，消费市场多样化、新颖化、个性化、健康化趋势明显，露营、宠物、剧本杀、围炉煮茶等场景化消费吸金力明显。报告显示，2022年中国宠物经济产业规模将达4936亿元，同比增长25.2%，预计2025年市场规模达8114亿元；艾媒咨询机构调研也再度印证了露营市场的火爆，2021年中国露营经济核心市场规模达到747.5亿元，同比增长62.5%；带动市场规模为3812.3亿元。预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达到14402.8亿元。²

这些新兴消费场景与需求的产生也离不开零售渠道的创新。随着零售渠道的日渐扁平化，B2B、B2C的界限正日趋模糊。越来越多品牌开启了全渠

¹ 齐鲁晚报-天眼查发布《2023中国消费主题报告》尽显经济澎湃活力，2023年2月27日发布，
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1758977875792008005&wfr=spider&for=pc>

² 艾媒咨询《2022-2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》，2022年9月7日发布，
<https://www.iimedia.cn/c400/88059.html>

道零售（Omnichannel Retail Strategy）商业模式，从初始的O2O生态，再到如今从社交媒体运营、线下沉浸体验、多平台多形式广告投放、线上传统电商、内容电商等各维度打造综合矩阵。零售渠道也逐渐发展为“工厂→人→顾客”模式，这里的人可以是专业分销商，也可以是社群团长、带货主播、意见领袖等，其本身也可作为消费者参与其中。对商家而言，新模式的落地不仅让消费者购买更为便捷，更易做决策，同时也有利于提升品牌认知度与公信力，优化数据信息的分发及收集分析。

全新场景导向展区规划，打造时髦有趣逛展空间

生活方式的创新、用户画像的变化以及零售渠道的新玩法正是本届时尚家居生活展需要关注并探讨的重要议题。为了反映时下趋势，本届时尚家居生活展将打破传统产品导向分区，针对不同目标用户呈现全新场景化分区，匹配不同逛展需求，与行业共同探索生活方式与零售玩法的新边界。



本届时尚家居生活展将分为“好礼商店”、“在路上”、“宅趣味”以及“品牌廊”4大场景区

“好礼商店”作为往年颇受欢迎的口碑专区再度回归，这是一家综合展示礼品、工艺品及各类设计师产品的奇妙礼品商店，带您领略时下新奇有趣的各类生活礼品小物件；“在路上”打造多个综合空间实景，能在咖啡馆小憩又可坐在克米特椅上体验露营的乐趣，移步换景间让心上路；“宅趣味”将凝聚所有居家好物，从家居、餐厨、居家办公用品、文具到小家电不一而足，为您呈现居家功能性解决方案；而“品牌廊”汇集了海内外具有代表性的生活方式品牌，其中不乏首次亮相国内的海外品牌。展会通过为品牌打造个性化场景区域，帮助品牌完善产品宣传矩阵，提升品牌认知。

全渠道获取更广泛客源，一手市场反馈尽在掌握

本届时尚家居生活展将定位年轻客群，从多个渠道获取更广泛客源。展会场景化构建将广纳时下年轻人热点主题，不仅为专业采购提供选品与零售陈列解决方案，丰富多元的沉浸逛展体验也为终端消费者与美学爱好者提供生活灵感，从传统的综合商业体、品牌分销商，到新兴的生活方式买手店、内容电商、餐饮咖啡酒店业者乃至内容创作者、生活方式爱好者以及意见领袖等，都能在这里选购体验心仪产品。而对参展商而言，买家群体的拓宽有利于接触到不同渠道买家从而丰富合作模式，也能通过终端消费

者的体验反馈获取一手市场资讯，让参展效果事半功倍。

在产品展示之余，时尚家居生活展还将针对年度主题展开一系列展示、对谈、互动等活动，体验生活方式产品带来的灵感碰撞。贯穿整年的快闪店活动、城市路演、线上线下商贸配对服务以及展会同期的城市巡礼活动也将依托于展会丰富的行业资源，为品牌持续造势，打造全年无休的展会。

是对生活的欢喜让我们在时尚家居生活展重逢与邂逅，期待您在这里遇见属于自己的美好生活。

中国（上海）国际时尚家居用品展览会是中国领军家居及生活方式产品展会，集结全球中高端品牌在此展示前沿优质产品，助其顺利打开中国市场。该展由法兰克福展览（深圳）有限公司主办。了解更多详情，敬请浏览展会官网：<https://interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn.html>。

-完-

更多新闻资料及图片：

<https://interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn/press.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之一，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球 28 个地区聘用约 2,200*名员工，业务版图遍及世界各地。2022 年营业额约 4.5*亿欧元，集团与众多行业领域建立了丰富的全球商贸网络并保持紧密联系，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。法兰克福展览集团核心优势在于遍布世界各地庞大、紧密的国际行销网络，覆盖全球约 180 个国家。多元化的服务呈现在活动现场及网络平台的各个环节，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。我们正在通过新的商业模式积极拓展数字化服务范畴，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。作为核心战略体系之一，集团积极实践可持续化经营理念，在生态、经济利益、社会责任和多样性之间达成有益的平衡。有关集团可持续发展进一步资料，请浏览网页

www.messefrankfurt.com/sustainability。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。

* 2022 年初步数字