

THE 16TH UNITED ARAB EMIRATES HOMELIFE EXPO

第十六届HOMELIFE 阿联酋 国际家居礼品展

展后报告

2024.06.12-06.14

主办单位：米奥兰特国际会展

支持单位：迪拜商会、迪拜纺织品商人协会、沙迦政府



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15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。

第十六届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展圆满收官 聚势常新，助推中东商贸合作新势能！

2024年6月14日，第十六届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展在迪拜世贸中心圆满落幕，展会历时3天。HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展作为中东地区商人采购中国家居礼品最大、最重要的展览平台，已连续举办十六届。本届展会规模与影响力再攀高峰，展览面积达15,000平方米，吸引来自浙江、江苏、广东、山东等15个省市近500家中国品牌企业参展，参展企业数量同比增长45%。



15000 m²
展览面积



500家
家居礼品优秀企业参展



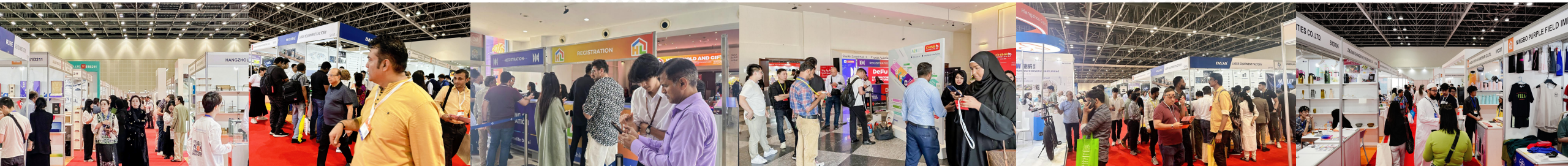
30000+
到展专业买家人次



7.31+亿
意向成交额



100%
商洽覆盖率



01

市场展望

Market Outlook

阿联酋市场展望·市场概述



阿联酋是中东地区最大的经济体之一，同时也是我国在阿拉伯国家中最大的出口市场和第二大贸易伙伴，2023年中阿双边贸易额949.8亿美元。迪拜作为全球第三大转口贸易中心，其家居礼品市场正经历着显著扩张，以每年7%的复合增长率蓬勃增长，预计2027年将达到200亿美元。

01 中国是阿联酋家居礼品的第一进口来源国

阿联酋在中国进口品类逐年递增。家居品类占比64.3%，包括烟花、爆竹、木刻、羽毛、电子皮带秤等；日化品类占比14.3%，包括老鸛草油（香叶油）和其他薄荷油。家居品类、花卉园艺品类、体育用品各占比7.1%。

02 超强的消费能力和消费意愿

随着阿联酋地区人口的持续增长，居民追求高品质生活，同时阿联酋居民拥有较高的人均收入水平，这使得他们具备强大的消费能力和消费意愿，对于家居日用品、餐厨用具等产品的需求日益增长，这种消费趋势为家居礼品制造商和供应商提供了巨大的市场机遇。

03 “一带一路”的重要支点

中国多年稳居阿拉伯国家第一大贸易伙伴国地位，根据我国海关统计数据，2024年1-4月，我国与阿联酋外贸进出口总额2366亿元人民币（下同），同比增长14.5%。同时，中国“一带一路”倡议与中东国家的长期发展战略不谋而合，存在相向而行的巨大动力。

04 家居日用品等需求量巨大

在细分市场中，家居日用品及餐厨用具是最大的细分市场，占据了阿联酋家居行业的30.9%以上的市场份额，其次是美容个护及家庭清洁用品、礼品及办公用品。在过去的五年中，阿联酋家居行业的细分市场增长率平均为7%。

阿联酋市场展望·细分市场分析

家居日用品

由于阿联酋居民对创新和奢华生活的追求，对智能家居技术的需求正在激增。预计2024年至2028年间，阿联酋智能家居市场将以每年10.49%的速度增长，智能家居的渗透率将从2024年的15.7%增长至22.9%，市场收入将从7640万美元增至1.138 亿美元。

阿联酋作为中东地区的交通枢纽，吸引了来自世界各地的人口，带来了多元化的饮食文化和对餐具的需求。餐饮服务市场的规模在2024年达到199.8亿美元，预计在2024至2029年间以17.10%的复合年增长率增长。疫情期间一次性餐具市场也因外卖服务的兴起而受益，阿联酋和沙特的同比增长分别为135%和110%，成为中国一次性餐具出口增速最快的市场。

餐厨用品

美容个护用品

沙特和阿联酋女性是全球化妆品和护肤品消费最高的国家，每年花费约700至900美元。2023 年阿联酋美容和个人护理市场的净收入预计将达到 11.4 亿美元，未来五年的收益复合年增长率为 6.2%，迪拜也始终处于美容和个人护理品类销售的领先地位，以其强大的地域辐射能力为很多美妆独立品牌提供了广阔的市场空间。

阿联酋地处南北回归线之间，拥有独特的海岸线和沙漠自然环境，80%以晴天为主的天气为户外活动提供了理想的条件，户外休闲运动占据了平均60%的时间。迪拜作为全球旅游胜地，以其独特的地理环境和超前的生活方式，户外市场需求呈现多元化趋势，不同类型的户外休闲及运动用品拥有超多的消费者群体。

户外休闲 及运动用品

礼品及 办公用品

礼品行业在阿联酋国家约占23亿美元，中东已有超过14亿的消费者数量，并每年以3800万的数量增长，成为了全球增速最快的地区。同时中东旅游也成为推动市场发展的主要力量，80%的游客表示购物是他们最爱的消遣方式，庞大的旅客量和购物意向，无疑使这一地区的礼品市场得到广阔的发展空间。

02

展会回顾

Exhibition Review

群贤毕至，共襄家居礼品盛宴

第十六届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展由广东省商务厅指导，杭州市人民政府主办，杭州市商务局、米奥兰特国际会展承办，宁波市商务局、余姚市商务局、嘉兴市商务局、嘉善县商务局联合主办。迪拜商会、迪拜纺织品商人协会、沙迦政府、中国贸促会驻海湾代表处、中国贸促会展览管理部、中国商务部国际贸易经济合作研究院、中国会展经济研究会等中国及阿联酋政府机构代表、商协会、媒体、商贸人士共同出席开幕式，见证并推动中阿商贸桥梁的再次升级！



扫码观看展会盛况



展会规模升级 中阿合作迈向新高度

本届展会的规模大幅扩张、展会复购率创历史新高、VIP大买家及专业观众数量提质增效，参展品类也更加丰富多样！展示面积达 **15000 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

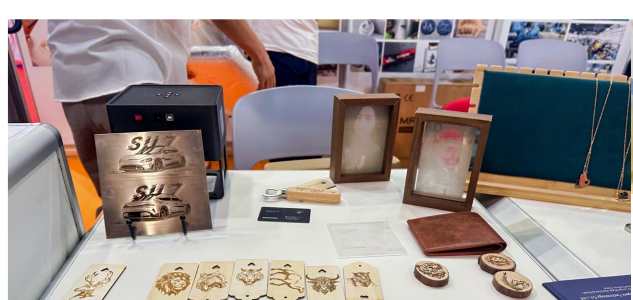
展期现场人流如织





商贸洽谈火热朝天

新潮爆品 引层层围观



03

展商分析

Exhibitor Analysis

各大品牌聚首 中企领军实力出圈

本届展会吸引浙江、江苏、广东、山东等 **15个** 省份 **近**

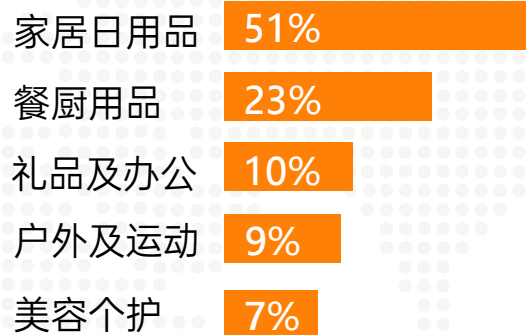
500家 中国品牌企业参展。

众多行业巨擘与新兴力量同台： 竞技宁波帝威国际贸易、杭州健博运动、广州特冠实业、广州淮晟包装、广东捷威家居、浙江炊大王、浙江品瑶科技、宁波尚勇、佛山浩威包装制品、浙江尚厨家居、泰云琚家居、鸿天力酒店、浙江兰芽科技、浙江力玄运动科技、新一贸易、江小北厨房、杭州欧诚进出口、苏州润梵家居饰品、广东广海大实业、宁波祥树包装、浙江创鑫日用、浙江非非猫日用品等标杆企业齐聚迪拜，共同绘制了一幅家居礼品行业繁荣发展的壮丽画卷。

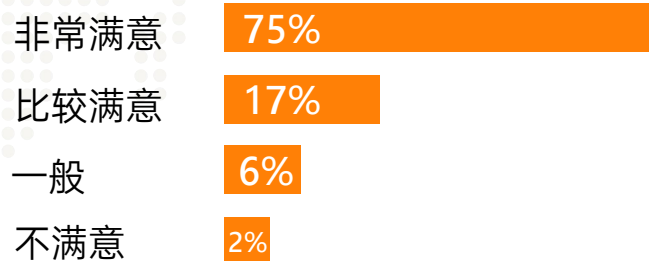


展商分析

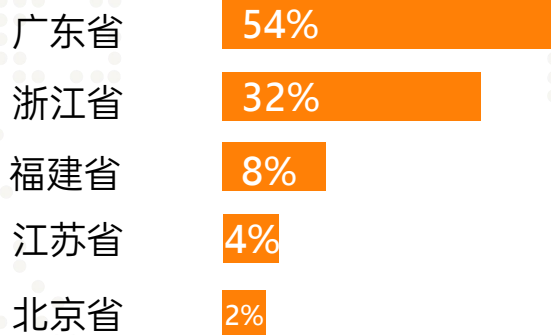
◆ TOP5展品分布



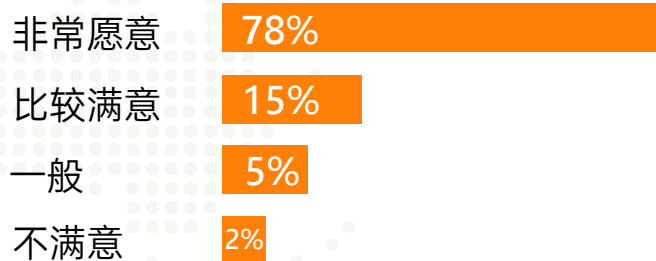
◆ 对本次展会的满意度



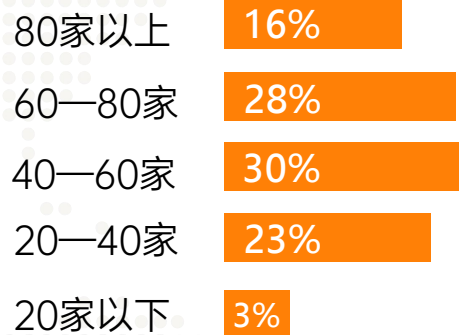
◆ TOP5展商分布区域



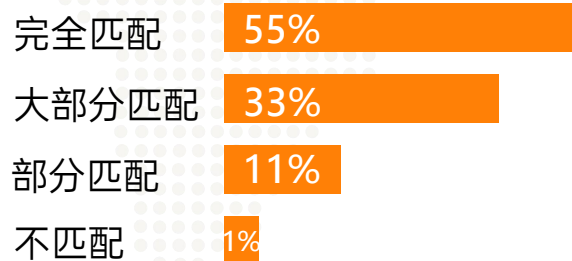
◆ 参加下届展会的意愿



◆ 展期对接买家数量



◆ 接待买家采购需求匹配率



好评如潮 见证展会硬实力

■ 东莞市创空间科技有限公司

现场太过火爆，忙到没时间吃饭！中东市场、买家活跃度很高，首次参展效果远超预期，拓宽了中东线下销售渠道，收货满满！



■ 惠州铮铭科技有限公司

这是我们第一次参加，感觉中东市场是一个非常崭新的市场，同时也是非常充满活力的市场，客户质量也非常高，展会现场人流量也很大。网展贸O2O很加分，与买家的邀约和建联非常有帮助！



■ 杭州旗奥实业有限公司

这次效果确定比之前好很多，因为之前带的产品比较杂，这次完全就是分为两大类，品类少而精，比较专业，更加贴合中东市场的需求，不管是个人买家还是B端客户问的人非常多。



04

买家分析

Buyer Analysis

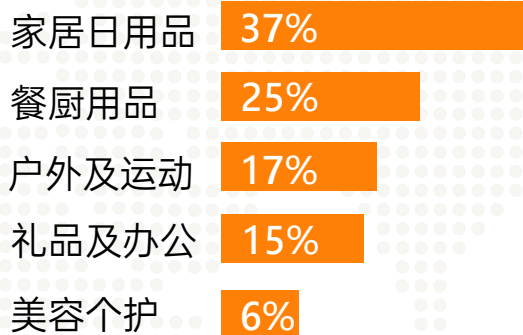
30000+ 人次到场观众 精准买家高效触达



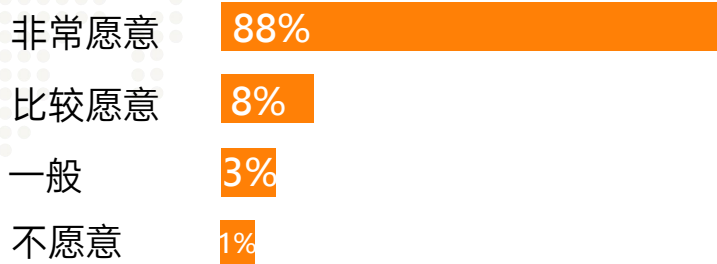
本届展会共吸引**30000+** 人次专业买家到场参观洽谈，买家携具体采购需求而来，金黄色带子的自选自提买家与O2O展商成功见面，O2O展商现场使用app扫码对接买家，扫码近**9000次**！

买家分析

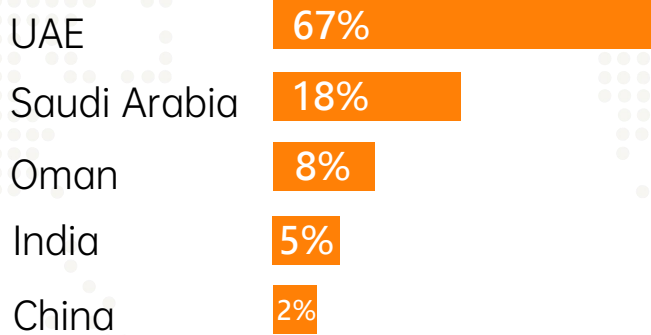
◆ TOP5感兴趣的产品



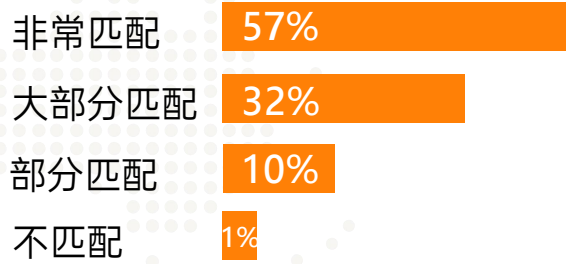
◆ 参加下届展会意愿



◆ TOP5买家分布区域



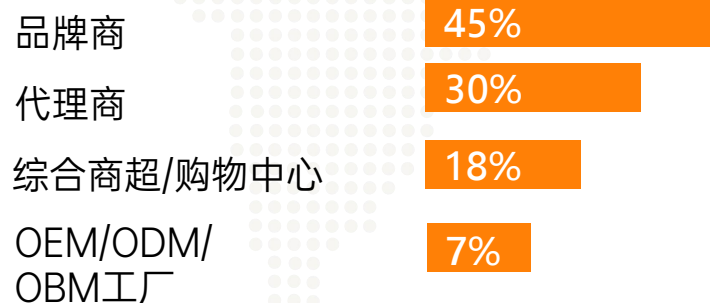
◆ 对接展商采购需求匹配率



◆ 参展目的



◆ 买家类型



中东“壕”气买家组团来袭 够精准、够专业、够对口

展会现场异常火热，商洽不断，来自阿曼、沙特的中东特别买家以及欧洲等全球各地区的采购商、贸易商及观展团，以饱满热情来现场，看趋势、找资源、选新品、拓渠道、谈合作！参展商拿着样品现场讲解，以对口的产品“引爆”精准的采购需求，真正实现“采”“购”双向奔赴，在前期的精准匹配下，采购方意向迅速传达，促进供需双方商贸合作。



特邀大买家 VIP BUYER



Home Box成立于2013年，是Landmark Group的概念店之一。它以经济实惠的价格提供适合日常生活的家具、家居陈设和家居装饰，目前在7个国家共开设有42家门店。



Safari Hypermarket成立于2005年，现已成为卡塔尔最重要的综合零售商之一，开设了7个分店。作为一家优质的日用消费品供应商，为超过50个知名品牌提供零售和授权分销服务。



LULU 核心业务中覆盖范围最大的是零售业务，即LuLu Hypermarket。在中东共有24家购物中心和245家零售店面，总零售面积达110万平方米以上，年营业额达80亿美元，其线上商城也是阿联酋最大的在线购物商店。



Choithrams便利门店和无与伦比的分销网络使其成为了个家喻户晓的品牌，具有强大仓储和配送能力，能为其运营的90%以上的国家的店铺提供服务。在GCC地区，目前拥有超过85家超级市场，每天约接待10万人。



阿联酋知名买家陆续到展采购



专业买家发声，热赞展会！

■ 阿曼政府买家

If you looking for future , looking into China ! 专业超大买家来自阿曼的政府买家Abdulrahman Al-rahbi先生一早抵达展馆，他表示：“我们为阿曼政府工作采购、我们驱车4小时来这个展会，认为非常值得!”



■ DAY TO DAY

我们是阿联酋最大的折扣中心，我们几乎什么都买，我们商店有各种各样的需求，我们每个月从中国购买15-20个集装箱40英尺，希望能和更多匹配的中国展商有合作的机会！

■ VOTEX

我们是电子商务平台，阿联酋折扣中心，我们销售各种品类的产品。我们从中国进口家居日用、礼品及办公用品等产品，按月大概购买20英尺的集装箱，这里的展会非常好，可以让我看到中国优秀的产品！



05

媒体报道

M e d i a R e p o r t s

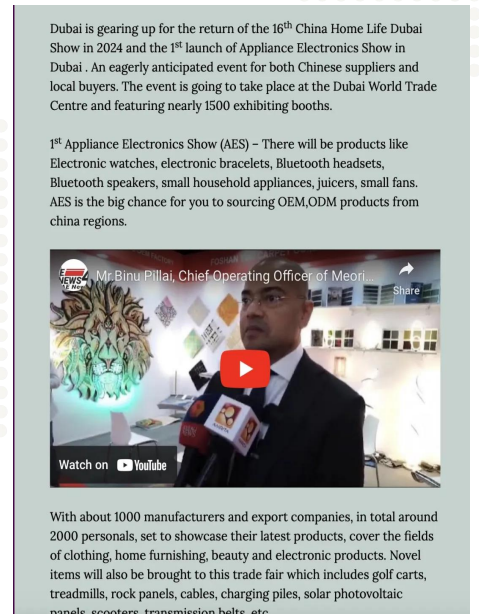
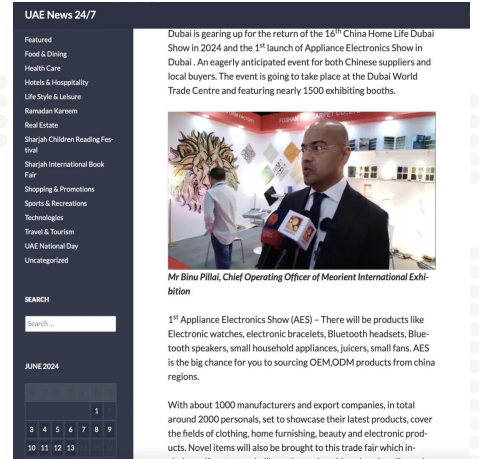
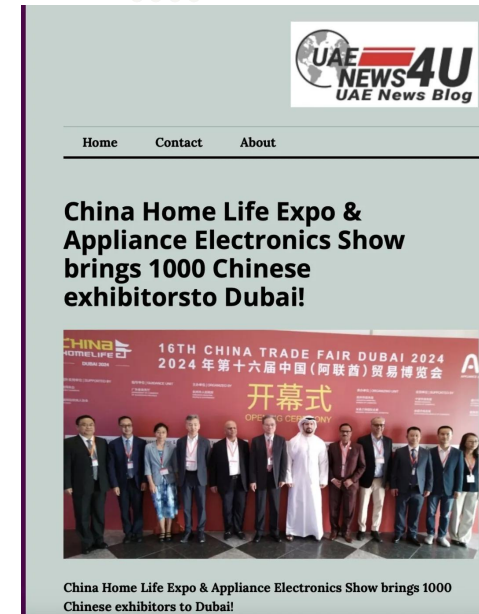
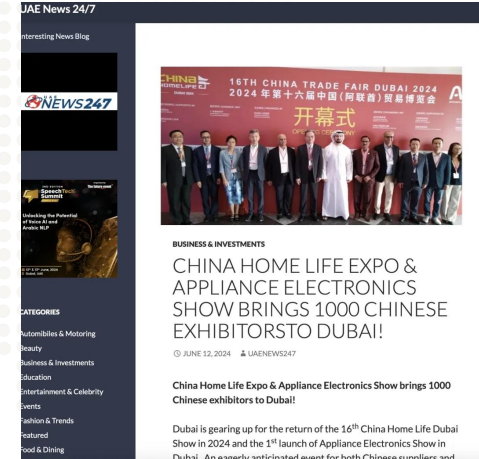
海外报道精彩出圈 展会宣传再上新台阶

本次展会的宣传推广力度空前，吸引了多家海外知名媒体的广泛报道，精彩出圈，将展会的影响力推向了新的高度，让更多国际目光聚焦于此，展现了中国家居礼品品牌的国际魅力。

Dubai Chambers
1天 · 3

إليك أبرز المقتطفات من افتتاح فعاليات معرض الصين العالمي للتجارة العامة، أكبر معرض للمنتجين الصينيين في دبي، وذلك بحضور سعادة محمد علي راشد لوتاه، مدير عام غرف دبي، في مركز دبي التجاري العالمي.

ويضم المعرض حوالي 1,200 مورد صيني معتمد، وأكثر من 1000 منتج عالمي.



06

展会优势

Exhibition Advantages

“AI+数据驱动”的数字化专业展

HOMELIFE EXPO依托米奥兰特多年积累的1,000万+公司级全球买家数据和行业采购信息的大数据平台,通过AI大模型智能营销算法、独有专利的“网展贸O2O” 商贸服务平台,实现了“AI+数据驱动”的数字化专业展,达成展前、展中、展后全链路商机促成目标。

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？



“AI+数据驱动”的数字化专业展

数字化办展—数据分析精准锁定目标买家群体

备注：（每周一上午更新）

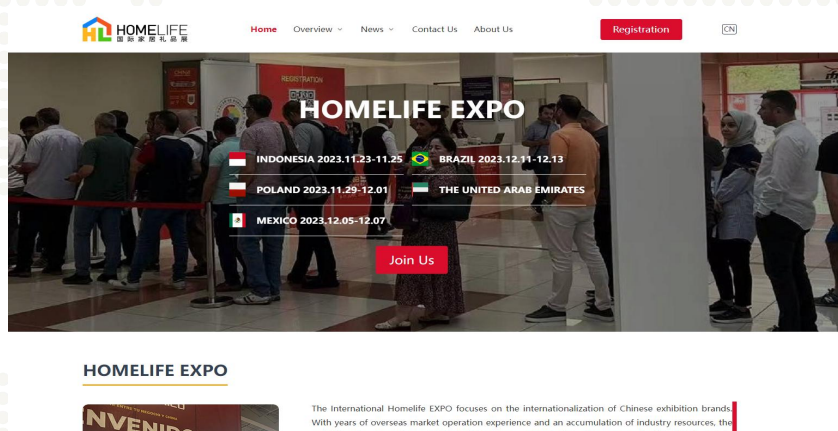
1. 数据基于有未认证的买家（汇总项仅有关键标签买家）

2. 有效联系人指在专区号与商家属性一致

3. 数据以最新数据为准（注：data、update、update_time

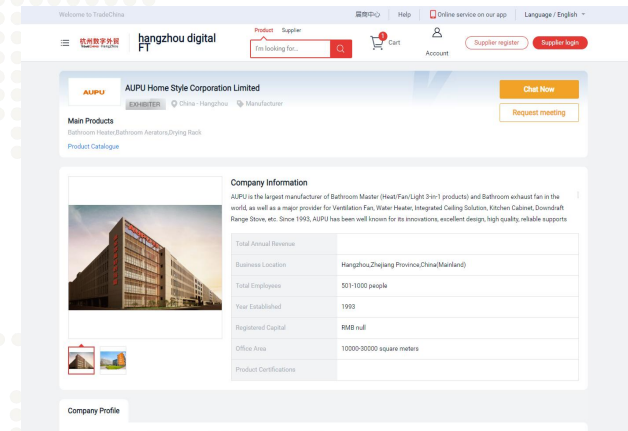
数据圈选--根据参展企业品类--匹配买家--定向激活买家

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。



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。

“AI + 数据驱动”的数字化专业展

数字化办展—线上线下一体化全渠道推广

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！

“AI + 数据驱动”的数字化专业展

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

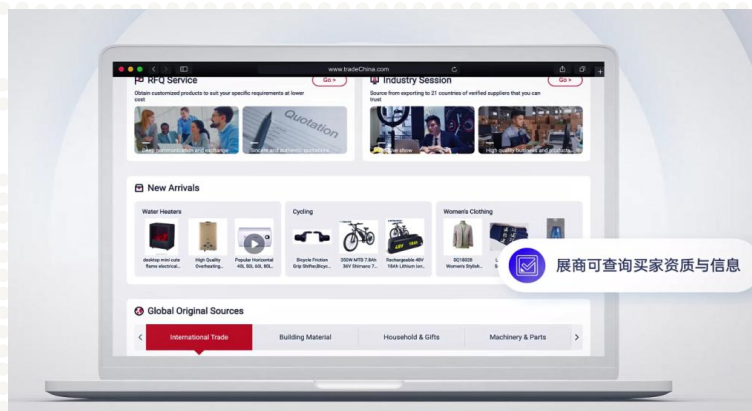


展中买家到达自动提醒
引导邀约买家到达展位
不错失每个客户



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

“AI+数据驱动”的数字化专业展



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。



2024年，HOMELIFE国际家居礼品展将持续发力，在9个国家与地区举办12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HOMELIFE印尼国际家居礼品展	雅加达国际展览中心	03.13-03.16
越南	2024HOMELIFE越南国际家居礼品展	胡志明市展览贸易中心	03.27-03.29
印尼	第七届HOMELIFE印尼国际家居礼品展	雅加达国际展览中心	06.04-06.07
阿联酋	第十六届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展	迪拜世贸中心	06.12-06.14
美国	2024HOMELIFE美国国际家居礼品展	洛杉矶会展中心	09.11-09.13
墨西哥	第九届HOMELIFE墨西哥国际家居礼品展	圣达菲博览中心	09.17-09.19
巴西	第十一届HOMELIFE巴西国际家居礼品展	圣保罗会展中心	09.17-09.19
南非	第八届HOMELIFE南非国际家居礼品展	约堡加拉格尔会展中心	09.24-09.26
波兰	第十四届HOMELIFE波兰国际家居礼品展	华沙PTAK展览中心	11.06-11.08
日本	2024HOMELIFE日本国际家居礼品展	东京 BIG SIGHT中心	11.27-11.29
印尼	第八届HOMELIFE印尼国际家居礼品展	雅加达国际展览中心	11.27-11.30
阿联酋	第十七届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展	迪拜世贸中心	12.17-12.19

把握2024阿联酋最后出海商机！

第十七届HOMELIFE阿联酋国际家居礼品展

🕒 2024.12.17-12.19 📍 迪拜世贸中心

采购需求发布
市场资源交流
最新行业咨询



>>> 添加出海小助手 <<<
获取更多

THANK YOU



【官方订阅号】
洞察市场趋势



【官方视频号】
把握最新商机



【订展咨询】
出海拓市场

