

# 聚力创新 更“聪明”的大家居吸睛全球采购商

由LED灯珠组成可投放任意画面的“飞天屏”、搭载智能温控系统八角钛炒锅……10月23日,广交会第二期开幕,期间将举行近160场新品发布活动,众多创新产品吸引了天南地北的全球采购商进场“扫货”。记者走访发现,从技术内核到材料革新,从功能升级到美学表达,“中国制造”以智能、创新重新定义全球消费者品质生活,尤其在家居领域,多款兼具实用性与设计感的新品成为全球采购商关注焦点。据广交会公布的数据,截至10月23日,境外采购商到会人数已超19万人。

■统筹:新快报记者 陆妍思  
■采写:新快报记者 金瑜 程羽  
陆妍思 刘奕娴 涂波  
■图片:新快报记者 郭思杰



码上看广交会

◀第138届广交会第二期开幕。

▼宁波卡特马克推出的“唱片机切菜板”。

金瑜/摄



## 深度解析

### 聚焦本土研发与迭代 中国家具从“产品出海” “产能出海”到“品牌出海”

“中国家具行业出海近30年,经历了‘产品出海’‘产能出海’到‘品牌出海’的三重模式演变。”在第138届广交会第二期《大家居行业内外贸布局与运营创新》行业趋势研讨活动上,上海邓白氏商业信息咨询有限公司解决方案总监沙漩指出,中国家具行业出海每个阶段的策略调整均与外部环境变化及企业能力成长紧密相关,而目前的“品牌出海”升级尤其注重本土化研发与迭代。

沙漩提炼出“试点—规模—生态”三步走策略,即试点阶段选择1-2个目标市场,小规模验证产品适配性与商业模式可行性;在试点成功基础上逐步扩大市场份额,同步优化供应链效率;随后再构建本地化生态,实现可持续增长。这一路径既降低了出海试错成本,也为企业全球化布局提供了可复制的参考框架。

面对外部环境不确定性,过往专注外贸的大家居企业,如何发力内需市场?“中国大家居行业正经历从‘地产绑定’到‘消费驱动’的关键转型。”艾瑞咨询报告制作团队负责人孙特从国内市场切入,指出过去20余年,行业增长高度依赖新房市场与地产周期,但2024年后,随着新房成交量见顶、存量房改造需求爆发,以及消费者代际更迭,增长主引擎已转向“改善型/改造型住房”和“存量市场”。

孙特认为,未来行业核心竞争力将集中于三方面:一是与房地产“脱钩”的消费需求洞察,精准把握个性化、品质化需求;二是“新媒体+全渠道”的融合运营能力,通过内容电商引流,结合线下体验服务促成转化;三是AI与智能化的前瞻布局,从单品智能向全屋智能演进。

## 节日用品创新 “飞天屏”解锁场景新可能

广交会第二期首日,主打节日用品的多个展区热闹非凡,精致可爱的玩偶、闪耀华丽的灯饰等节日产品格外吸睛,来自世界各地的采购商步履不停,穿梭于各个展位,询价下单订货。

LED灯珠串成圣诞树、雪花、彩球,并随着灯光明暗如烟霞般璀璨绽放……在主打节日用品的展区,嘉亿灯饰制品有限公司的展位吸引了多位采购商驻足。

“这届广交会外商明显多了,上午接待

顾客忙到连喝水的时间都没有。”该公司销售经理钟玉萍向记者介绍,嘉亿灯饰来自江西省赣州市上犹县,是一家从事LED铜线灯串、SMD贴片及LED照明产品的研发、生产及销售的生产厂家,产品出口到欧美、中东等国家和地区。本届广交会,该公司带来了多款圣诞节系列、复活节系列以及万圣节系列的LED装饰,其中问询最多的是一款“智能飞天屏”,该款产品由多颗LED组成如毛毯般的柔软平面,可通过手机

APP或电脑投影照片及视频,并支持定制尺寸,具有应用场景多、便捷易安装、成本低等特点。“上届展会一位泰国采购商定制了一块2000多平方米的巨无霸‘飞天屏’,安装在建筑外墙用于播放商业广告。”钟玉萍说。

“Any scene anywhere(任何场景、任何地方),这个产品真的太酷了,中国制造真棒!”一位正在意向洽谈的马来西亚采购商赞叹,他准备大量进货,用于当地商业载体文旅宣传用途。

## 家居用品创新 一器多用,既是桌椅又是花盆

在家居用品展区,一款名为“MUG”的多功能家居产品吸引了不少采购商驻足。该产品的核心亮点在于“一器多用”的创新设计,它既是一把承重达200公斤的凳子,可堆叠摆放节省空间;搭配塑料桌面还能成为户外餐桌,适合BBQ、露营等场景;翻转后可变身花盆;若放入冰块,就是大容量冰桶,

满足冰镇酒水的需求,真正实现“一份投入,多份收获”。

“我们的产品设计始终走在前沿。”该公司负责人介绍,MUG的材质选择十分灵活,可采用回收废弃家电外壳或海洋旧绳索、渔具生产,能满足欧洲等对碳排放标准要求较高地区客户的需求。

据了解,该公司参加广交会已有20

余年,海外出口在销售中占比达60%,主要覆盖欧洲、澳洲、亚洲市场,今年南美和日本等新兴市场销量呈上升趋势。“本届广交会客户质量明显提升,不少采购商咨询后都会坐下来深入洽谈,而非仅询问价格就离开。”借助广交会平台,该公司还成功拓展了格鲁吉亚、约旦等新市场。

## 餐厨用品创新 “唱片刀具”切菜时像“演奏”

“这款‘唱片刀具’不仅颜值高,还自带磨刀石功能,切菜时像在‘演奏’一样!”宁波卡特马克智能厨具股份有限公司经理吴玉萍向记者介绍了该公司此次荣获CF奖的新品之一。

记者在该公司展位上看到,多款厨具将艺术与实用完美融合:形似留声机碟片的“唱片机切菜板”;以钢琴为设计灵感的“钢琴菜板”;锅盖与餐盘二合一的“一人

食”系列产品……

智能是卡特马克新品的另一大亮点,一款智能八角锅配备定时报警功能,可设定10-30分钟提醒,锅内缺水干烧会自动报警,可通过USB接口充电。

“我们聚焦25-40岁有生活品味的中高端人群,产品虽定价较高,如刀具单价700多元、砂锅300多元,但凭借差异化设计和品质,仍保持良好销量。”吴

玉萍表示,卡特马克的海外市场以欧美为主,在德国等国家其产品认可度较高,今年上半年海外销售额同比增长了20%-30%,同时正通过跨境电商拓展东南亚市场。

上届广交会后,该公司新增了越南、印度尼西亚、泰国等国客户,“采购商认可我们的规模和产品差异化,不少洽谈后都达成了合作意向。”



■众多创新产品吸引了全球采购商进场“扫货”。



■嘉亿灯饰制品展位吸引了多位采购商驻足。