

MALAYSIAN INTERNATIONAL FURNITURE FAIR 2019

马来西亚国际家具展

08-11 MARCH

KUALA LUMPUR MALAYSIA

UFI

专访

马来西亚国际家具展 (MIFF) 主席兼创办人拿督陈振发

报道：黄利杰、李欣怡
摄影：许鸣祥



马来西亚国际家具展 (MIFF) 主席兼创办人拿督陈振发呼吁，大马家具业者不可自满，应趁尽快转型升级，方能在瞬息万变的国际市场屹立不倒。同时，强调创意设计和品牌价值，重点开发东盟市场，才是朝向未来的主要策略。

陈振发：强调创意品牌价值

家具业加速转型免失优势



陈振发建议大马家具业者瞄准东盟市场。

陈振发表示，虽然大马家具业在本区域的历史悠久，也是世界十大家具出口国之一，但中国、越南等其他国家正奋起直追，尤其在设计水平与制造品牌方面表现卓越，大马家具业者必须加快进步速度，以避免失去现有的优势。

“参展者不能像以前一样，纯粹把沙发摆在摊位，希望访客看到外观漂亮就下订单。我们还要告诉访客沙发背后的设计理念，包括施工的严谨、内部构造的巧妙等等。”

进军国外须了解市场操作

因此，马来西亚国际家具展去年和今年都以“创意彰显，匠心互联” (Design Connects People) 为主题，就是为了鼓励厂商加强产品设计内涵，以此作为和买家及同业沟通连接的桥梁，也间接提高产品的价值。

陈振发亦指出，从事家具业者欲进军欧美，或计划到外国参展，必须先了解这些地方的市场操作，否则可能白跑一趟或得不偿失。

他举例道：“欧洲某些国家的家具业，传统上是在公会旗帜下集体行动，大马家具厂商到这些地方参展，即使有顾客喜欢你的产品，也不能擅自跟你下单，除非你的产品被列入公会的采购名单中。”

另外，美国基于自我保护主义，其税务与定价政策对来自亚太的家具品牌也很不友善。反观东盟自由贸易区 (AFTA)，在成员国之间享有免税优势，是更易开拓的市场，而且拥有6亿5000万人口的强大购买力。

他提出关键的建议，“与其走向全世界，不如把全世界带到自己的面前来，这就是马来西亚国际家具展提供给大马家具业者的优势。”

25 银禧，与您同在

今年在马来西亚国际家具展的宣传资料上，增添了一个显眼的周年纪念图案，下面的标语为“共庆25银禧，与您同在！”一语道出展会和大马家具业共生共荣的关系，以及25年来一起成长的步伐。

马来西亚国际家具展从当年的8000平方米到现在的10万平方米展出面积，访客来源从40个增至140个国家地区，近两届的销售额皆高



共庆25银禧，与您同在！

达约40亿令吉，占大马年度家具出口额的30至40%，已跻身全球十大家具展行列。

它于1995年创办时仅限大马厂商参展，面积仅8000平方米。后于1999年开放予东盟厂商，2002年开放给亚洲，以及2004年开放给全世界，至今展出面积已扩大至10万平方米，参展商超过600家。而来自亚洲包括东南亚的访客占40%，再次显示东盟市场的重要性。

陈振发自豪地说：“我每年都见到来自中美洲小国的商人，乘搭40多小时飞机来大马，就是为了参观展会采购家具。这证明我们的展会具有巨大的影响力。”

创意彰显 匠心互联 特设强打设计师元素专区

本届主题为“创意彰显，匠心互联”。因此在18个展馆之中，特设多个强打设计师元素的专区，包括着重美学与设计的 DesignRena 展馆，展示国内知名厂商的时尚家具精品；以及栽培年轻设计师的 Millennials@Design 专区 (MAD)。

魏素诗介绍道：“MAD 呈

献的年轻设计师，包括来自 FDC IN Action、Pattern Banyak、Tanggam、STDC 等各项的设计师。集合他们在 MAD，是为了更集中地让大马业者知道本地有如此杰出的人才！”

MIFF 家具设计竞赛 (FDC) 比赛的19位优胜作品也将在马来西亚国际贸易及展

览中心展出！”

她表示，有两个以产品类型为主题的展馆也值得推荐，第一个为木材原料专区，木材原料供应商和采购商搭建合作桥梁；第二个为办公家具专区，因为大马以办公家具举世闻名，也是本区域唯一在家具展内设有办公家具展馆的国家。

其他展馆包括沙发与床垫专区，还有中国馆、台湾馆、麻坡馆、国际馆等地理性质的专区。

大会首次展出锤正川作品

本届展会首次别开生面举办“ink from the East 墨出东方”锤正川书画精品展，将展出国际知名大马艺术家锤正川的50幅作品，为展会增

添一丝文化气息。

配合展会，亦举办 MIFF 家具设计竞赛、卓越家具大奖及最佳展位呈现大奖，表扬优秀的设计师及家具业者。另外亦邀请来自6个国家的知名专家，主讲8场专业讲座。

展会定于3月8日上午9时30分，邀请原产业部长郭素沁主持正式开幕典礼。

访客来源	所占比率 (%)
东南亚	28.3
远东	21.0
南亚	13.6
欧洲	9.2
大洋洲	8.3
中东	7.1
北美	6.2
非洲	4.6
南美	1.7

年	参展商总数	年度销售额 (美元)
2015	508	8.65 亿
2016	500	9.08 亿
2017	550	9.40 亿
2018	625	9.84 亿

展会特色：1展2地18馆

迈入第25届的2019年马来西亚国际家具展定于3月8至11日举行，总经理魏素诗以“1展、2地、18馆”概括这项展会的特色。

“1展指的是 MIFF；2地是指展会将在吉隆坡世界贸易中心 (PWTC) 和马来西亚国际贸易及展览中心 (MITEC) 两地举行；18馆是指展会将设立18个不同主题的特别展区。”

两地展出面积合共10万平方米，其中纽西兰、葡萄牙、斯里兰卡与罗马尼亚为首次参展的国家。

北美东欧增幅达50%

她表示，今年预计能吸引来自140个国家及地区的约2万名访客参观采购。根据目前的网上报名注册显示，本届访客参观采购的客已比上届增加10%，其中北美洲的增幅达50%，东欧也一样增加50%。



魏素诗以1展、2地、18馆概括展会特色。



MIFF 管理层与受访展商合影。左起蔡国彬、蔡素妮、梁贵南、陈国辉、魏素诗、陈振发、叶志文、何津凤、曾耀仪及刘育铭。

参展商有话说

首创自动调节软硬床垫

Luxury Sleep (马) 私人有限公司生产总监·陈国辉



我们是床垫制造商，产品包括枕垫、地垫、床板等，产品主要出口至泰国、越南、韩国、日本、欧洲，这是我们首次参加马来西亚国际家具展，希望借此平台，可以开拓更大的市场。

我们将在展会上展示国内首创可自动调节软硬度的床垫，每个人对床垫的软硬度有不同要求，我们推出的这款床垫，可灵活地调节，以满足每个人不同需求。

主打高档欧洲款式沙发

Annex Sofa 私人有限公司高级销售员·刘育铭



我们主要生产高品质沙发，在这方面已有13年经验，业务包括国内和国外市场，这次是第10次参与马来西亚国际家具展。

去年展会扩大规模至马来西亚国际贸易及展览中心举办，带给国外买家全新的采购体验之余，展馆的设计亦更有质感。我们将在展会上主打高档的欧洲款式沙发，采用新原料提升产品颜色与质感，面向高端顾客，以产品价值取代数量。

保险柜借展会进军欧洲

Falcon Safe 行销私人有限公司品牌策略经理·蔡素妮



我们是大马数一数二的保险柜制造商，在业界已有三十多年历史，产品防火防盗，21世纪，保险柜亦被视作

室内设计的一部分，因此在设计上需不断创新，才能符合顾客需求。

保险柜最轻从15公斤至最重1000公斤，如今都已偏向智能，银行和不少知名快餐店都是我们的客户。我们的产品主要出口至东南亚，包括新加坡、柬埔寨、泰国等，希望借此展会进入欧洲。

大马也生产相思木家具

Samling Housing Products 私人有限公司业务拓展经理·何津凤

公司成立于1963年，总部设于砂朥越，我们专门生产高品质的家具，主要出口至美国、英国、日本及欧洲。

在这次的展会上，我们主打相思木 (Acacia) 家具，包括床、衣柜、餐桌、地垫、木门等，并使用相思木生产胶合板、橱柜等，让大家知道不止越南，大马也有生产相思木家具，而且具有本身的特色。同时，我们也经营森林资源管理及树木保育，致力保护环境。



水泥家具寻找合作伙伴

Pioneer Process 私人有限公司董事经理·叶志文

我们的团队由一群具有扎实背景的建筑和材料的企业家组成，我们精于制作美观的水泥家具，也就是将水泥做为粘合剂，与其他天然石材结合，生产出水泥家具。

我们亦特别研发出将水泥粘在三夹板、木头上的技术，从中可生产出更多不同功能和视觉效果的产品。我们希望通过展会，将水泥家具出口至全世界，亦从中寻找合作伙伴，进行技术转移。

