



设计独特的木质橱柜，为家居摆设带来另一种意境。



黄友欢（左起）、阿布巴卡尤索夫和陈振发，一同为 MIFF 开幕礼主持剪彩仪式。

扫描看视频



外贸局：疫期出口创新高

拓展海外家具业冲劲大

(吉隆坡 6 日讯) 马来西亚对外贸易发展局指出，本地家具业今年首 5 个月出口年增 3.2%，全球市场规模从 2021 到 2028 年的年均复增料达 5.5%，为我国家具业提供进步与进军新市场的潜力。

该局副总执行长（出口商发展）阿布巴卡尤索夫，今日出席时隔 2 年后重启的马来西亚国际家具展 (MIFF) 的开幕式上说，尽管环境严峻，大马家具业仍很好地熬过挑战，并展示了韧性。

5 个月贡献逾 61 亿

“可贵的是，过去两年大马家具出口还录得纪录新高。”

他透露，大马在去年共出口 125.8 亿令吉家具，而 2020 年则出口 128.6 亿令吉，主要出口市场是美国、新加坡、日本、澳洲和英国。

另外，在今年首 5 个月，家具业贡献价值 61.4 亿令吉，胜过去年同期的 59.6 亿令吉。

他补充：“(北欧) 斯堪的纳维亚国家、欧洲中



今年以实体展会回归，便已吸引逾 5000 名来自约 110 个国家及地区的买家预先登记参观。

部、南美、韩国及南亚，是我们 (家具) 业者可探索的新崛起出口市场。”

营收年均增 5.5%

同时，尤索夫引述《财富商业洞察》报告，全球家具市场营收规模，估计会从去年 4936 亿美元 (约 2 兆 1836 亿令吉)，增至 2028 年的 7202 亿美元 (约 3 兆 1861 亿令吉)，相等于年均复增 5.5%。

“我有信心，家具业能迎接挑战，并实现这个目标，以更创新和符合潮流产品，如安全、环境友

善及智能家具领域，来扩大其在全球家具市场的市占率。”

由于外贸发展局总执

行长莫哈末慕斯达法阿都阿兹，陪同首相拜访土耳其，故不克出席今日活动，并由尤索夫作为代表，为强势回归的 MIFF 主持开幕典礼。

今日一同出席开幕仪式的，还有麻坡家具同业商会 (MFA) 会长黄友欢。

明年竞赛主题公布

开幕礼上也颁发 2020 及 2021 年 MIFF 家具设计竞赛予优胜者，同时宣布 2023 年 MIFF 家具设计竞赛主题为“疫情后的工作空间” (Post Pandemic Workspace)。

马来西亚国际家具展即起开展至 7 月 9 日，早上 9 时半至傍晚 6 时，展会最后一天开放至傍晚 5 时。



参展商耐心地为买家示范产品及讲解。

陈振发：需求驱动买气

MIFF 创办人兼主席拿督陈振发说：“我估计早前被抑制的需求目前能驱动买气，因为在这个时期，会出席活动的都是认真的买家，否则就不会出现在这边。”

尽管此次展会一反往年，在 3 月份举办，且宣传与筹备时间不长，但

展会仍取得良好反应，陈振发指出，此次共录得 5000 位来自全球买家及 200 位参展商。

同时采线上参展

“同样重要的，是参展商可面对买家，并为明年 3 月首 4 天的年度展会做好 (热身) 准备。”

另外，他说，此次展会还采用了线上方式，让所有因种种原因而无法到场的买家和参展商，都可与展会连接。

“俗话说，每一次危机都蕴藏着机遇。就让我们在接下来的数天内，充分利用机会来加强我们的贸易与业务增长。”

科技增产减少依赖外劳

疫情爆发已颠覆许多领域，并改变了传统供需格局，尤索夫指许多公司正重新探讨供应链策略及多元化供应来源，以预防未来供应中断再现。

“这对大马家具公司是个增长机会，借此找寻新进口商和出口地点。”

同时，随着出国参展的成本大幅提升，这是因为停靠港口的耽误、缺乏卡车和司机等因素，导致物流费用飙升，所以他呼吁本地业者好好珍惜。

“有 MIFF 这等享誉全球的大型活动在我国举办，大马公司就应该善用疫情后国际买家流量 (恢复) 优势，从中找寻新出口市场和商业伙伴。”

另外，尤索夫呼吁家具行业需更加利用科技来提升生产，以减轻对劳力的依赖。

“劳力问题一直是各行各业目前所遇上的主要问题。”

Tradepoint 总经理 Huynh Uyen Tram

借机寻觅家具产品

MIFF 汇聚各国的家具厂商，超出我们的预期，非常适合想要寻觅家具产品的我们。

今年是第一次参观 MIFF，基于之前都是通过电邮联系，加上疫情关系，因此今年决定前来与我们的供应商见面。



这是使用再循环棉花打造而成的“椅子”，借此呈现出绿化家具是每一个人都能做到的。

B&L Revenues 私人有限公司代表卢汶财

了解最新市场走势

到访 MIFF 主要是想要获取最新的市场走势及厂商推出的新产品。

此外，本身亦有从事出口，疫情前，每一届我都会参观，今年回归也想要来看看是不是如往年一般吸引外国买家前来。



Millennials@Design-xOrdinary 专展 设计师拥平台展现作品

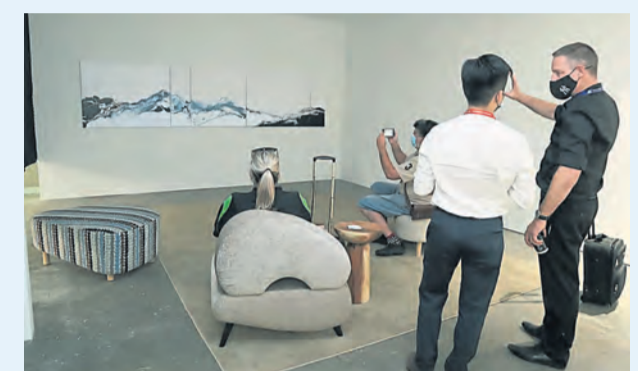
因疫情影响而阔别两年的马来西亚国际家具展 (MIFF) 强势回归，并带来丰富的设计元素，包括 Millennials@Design-xOrdinary 专展。

该专展赋予本地设计师、艺术家一个展示自身作品及品牌的平台。

Millennials@Design-xOrdinary 专展涵盖 6 个本地品牌、汇聚 10 个艺术家所创作的生活用品，如包包、时尚配件、香薰蜡烛等，助力设计师及艺术家能够商业化本身的艺术作品，提升曝光率。

专展是 MIFF 特别策划的展区，呈献国内家具年轻设计师们的创意及才华，更以多样性的创意手法展示一系列以生活为主题的家居体验，让访客“凡走过必留下深刻回忆”，让设计师与访客能相互联系。

此专展位于马来西亚国际贸易展览中心 (MITEC) 第 2 展区。



“新可见地平线”是一个通过嗅觉、视觉及听觉来缓解人们压力的艺术装置，创新概念获得不少参观者前来体验及了解。

Millennials@Design-xOrdinary 专展 兼“新可见地平线”发起人林柏强

为设计师访客搭桥

Millennials@Design-xOrdinary 专展旨在结合本地设计师及艺术家，让彼此相互借力推动大马艺术及家具领域，同时为前来的参观者透过精心布置的摆设享有一种舒适的体验，让设计师与访客能直接联系。

此外，单靠一己之力无法强大，唯有结合众人力量才能壮大领域。因此，展区内的摆设是结合部分设计师的作品搭配，以便将作品的最完美状态呈现出来。

而“新可见地平线” (The New Visible Horizon) 则是一项结合嗅觉、视觉及听觉的感官艺术装置体验馆，旨在助人解压。灵感源自于一篇“纽约如何协助疫情下的前线医护人员减压”的文章。家具展内不少访客也是因为“新建地平线”的香味而踏入体验馆，进而更深入地了解内容。



买家们可在展会上一一体验，以找到最适合本身消费者需求的产品。

TAKEAWAY 床褥私人有限公司 董事经理甘育映

床褥装箱送交顾客

TAKEAWAY 是一个将床褥装入箱子送达客户手中的品牌，采用的是经过特别研制的记忆棉，因此能够承受高强度的挤压及适合出口，当床褥从箱子取出并剪开包装便会在 24 至 48 小时内恢复其原型及软硬度。

这里提供 4 种不同款式的床褥，只要了解到顾客的需求便能准确无误地为顾客提供适合的床褥。

LSG 家具私人有限公司总经理潘友兴

打开南美南非市场

疫情期间作为厂商及买家的我们被动地获取资讯，因此很期待马来西亚国际家具展阔别两年再度举办的实体展会，它让我们能与顾客面对面交流，获取更为实际的消费需求，同时与老顾客会面。我们计划开拓新市场，打开南美洲及南非市场。

Isella Sofa Design 私人有限公司 董事经理余良辉

趁中国未开放受益

今年的马来西亚国际家具展举办的正合宜，不仅是让我们在疫情期间所研发及生产的新产品终于有个展示平台，也因为中国尚未开放，进而让我们受益。

也有顾客反映不惜机票昂贵且长途跋涉飞来大马参与 MIFF 家具展，因此必须采购，以赚取盈利。

