

Sẽ có nhiều cái mới trong triển lãm hàng đầu thế giới về hàng tiêu dùng, trang trí nội thất - Ambiente 2025

10:04 01/02/2025

Triển lãm hàng đầu thế giới về hàng tiêu dùng, thủ công mỹ nghệ, trang trí nội thất - Ambiente 2025 sẽ được diễn ra từ ngày 7-11/2/2025 tại Frankfurt, Cộng hòa Liên bang Đức.

Theo thông tin từ Ban Tổ chức, gần 5.000 nhà triển lãm từ hơn 100 quốc gia sẽ có mặt để giới thiệu những sáng tạo mới, những xu hướng mới và những ý tưởng mới trong lĩnh vực hàng tiêu dùng và trang trí nội thất. Triển lãm năm nay dự kiến có sự gia của trên 60 nhà triển lãm trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ đến từ Việt Nam.



Ambiente 2025 sẽ được diễn ra từ ngày 7-11/2/2025. Ảnh: Messe Frankfurt

Ambiente Frankfurt (Ambiente) là hội chợ thương mại hàng đầu thế giới về lĩnh vực hàng tiêu dùng được tổ chức 1 năm/lần vào tháng 2 tại thành phố Frankfurt, Đức.

Năm nay, Ambiente sẽ giới thiệu một loạt sản phẩm và sáng kiến trong lĩnh vực hàng tiêu dùng. Từ đồ dùng nhà bếp và đồ gia dụng đến thiết kế nội thất và quà tặng, sự kiện sẽ giới thiệu các xu hướng và nguồn cảm hứng tiên tiến cho lối sống hiện đại.

Hội chợ được chia thành bốn khu vực chính: Dining, Living, Giving và Working. Trong đó, Khu vực Dining tập trung vào xu hướng bếp và nhà bếp, đồ dùng gia đình và lưu trữ, thiết kế đương đại của bàn ăn, thương mại và trang trí. Khu vực Living trưng bày thiết kế nội thất, đồ trang trí và phụ kiện nội thất. Khu vực Giving có một loạt các sản phẩm liên quan đến quà tặng, làm đẹp, phụ kiện... Khu vực Working giới thiệu các giải pháp và sản phẩm mới về giấy, văn phòng phẩm và dụng cụ học tập.

Theo đó, một loạt các sản phẩm, cung cấp các giải pháp sáng tạo cho các không gian sống và phong cách thiết kế khác nhau sẽ được giới thiệu tại hội chợ.

Sự kiện này cũng sẽ giới thiệu các chủ đề mới nổi định hình tương lai, bao gồm: Tính bền vững, lối sống và thiết kế, việc làm mới, ngành bán lẻ trong tương lai và mở rộng marketing kết hợp công nghệ số - nhằm mang đến cho các doanh nghiệp những cơ hội đổi mới và duy trì tính cạnh tranh trên thị trường không ngừng phát triển.

Qua nhiều năm tham gia triển lãm, nhiều thương hiệu lớn của Việt Nam đã để lại dấu ấn tại hội chợ nói riêng cũng như tại thị trường Đức, EU nói chung như Công ty sứ Minh Long, gốm Mạnh Dân...

Đặc biệt, Ambiente cũng là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam nghiên cứu kỹ thị trường Đức nói riêng và thị trường châu Âu nói chung, tìm hiểu chi tiết về thị hiếu và nhu cầu tiêu dùng của thị trường nhiều tiềm năng này. Từ đó nghiên cứu cải thiện chất lượng, mẫu mã sản phẩm để phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

Đồng thời, qua hội chợ, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ tìm hiểu các cơ chế, cách thức tiếp cận các kênh, nhà phân phối hàng hóa, nhất là các kênh thương mại điện tử đang ngày càng trở nên phổ biến và trở thành xu hướng mua sắm của người tiêu dùng.

Minh Anh (t/h)