

Where business feels at home!

## इंडियन होम बिजनेस उम्मीद से बढ़कर !

एचजीएच इंडिया २०२१, होम टेक्सटाइल, होम डेकोर, हाउसवेयर और गिफ्ट्स के लिए भारत के सबसे बड़े ट्रेड शो के १०वें एनुअल एडिशन का एक नए वेन्चू, इंडिया एक्सपो सेंटर, ग्रेटर नोएडा (दिल्ली-एनसीआर) में ३० नवंबर से ३ दिसंबर, २०२१ के बीच सफलतापूर्वक आयोजन किया गया।

इस शो के पहले ही दिन, जब भारत के सभी कैटेगरी के अव्वल दर्जे के रिटेलर्स एवं डिस्ट्रीब्यूटर्स ने पूरे जोश और उत्साह के साथ अपने प्रोडक्ट्स का एग्जिबिशन शुरू किया, तब आयोजन की तारीखों को जुलाई से दिसंबर किए जाने तथा वेन्चू को मुंबई से दिल्ली शिफ्ट किए जाने के बारे में सभी के मन में उठ रहे सवाल और आशंकाओं पर विराम लग गया। चौथे दिन के अंत तक, बायर्स एवं सेलर्स के तौर पर शो में शामिल होने वाले ९०% से ज्यादा एक्जीबिटर्स एवं विजिटर्स ने कारोबार के नतीजों को शानदार बताया।



श्री यू. पी. सिंह  
टेक्सटाइल सेक्रेटरी  
भारत सरकार

कार्यक्रम के मुख्य अतिथि, श्री यू. पी. सिंह, सचिव, कपड़ा मंत्रालय, भारत सरकार, ने एचजीएच इंडिया २०२१ का उद्घाटन करते हुए कहा, "मैं ट्रेड शो को पहले की तरह फिर से शुरू करने के लिए एचजीएच इंडिया को बधाई देता हूँ। एचजीएच इंडिया को देखकर मुझे लगता है कि ग्राहकों की सुविधा, सस्टेनेबिलिटी और एनवायरनमेंट को ध्यान में रखते हुए होम प्रोडक्ट्स के क्षेत्र में प्रगति हो रही है तथा नए इनोवेशन किए जा रहे हैं। मुझे इस बारे में कोई शक नहीं है कि भारत के होम टेक्सटाइल इंडस्ट्री में अपने एक्सपोर्ट के साथ-साथ घरेलू बाजार को बढ़ाने की असीम संभावनाएं मौजूद हैं।" श्री नरेंद्र भूषण, सीईओ, ग्रेटर नोएडा औद्योगिक विकास प्राधिकरण, उत्तर प्रदेश सरकार, भी उद्घाटन इस कार्यक्रम में विशिष्ट अतिथि के रूप में शामिल हुए।

एचजीएच इंडिया २०२१ में इनोवेशन, सस्टेनेबिलिटी, बिजनेस को फिर से पटरी पर लाने तथा न्यू नॉर्मल के बीच विकास जैसे महत्वपूर्ण बिंदुओं पर चर्चा की गई। चार दिनों तक चलने वाला यह शो होम टेक्सटाइल, होम डेकोर, हाउसवेयर और गिफ्ट सेगमेंट पर केंद्रित था, जिसमें वर्ल्ड ऑफ स्लीप, स्मॉल फर्नीचर, स्मार्ट कुकिंग तथा स्वच्छ भारत पर विशेष ध्यान दिया गया।

शो में भाग लेने वाले एक्जीबिटर्स ने अपने होम प्रोडक्ट्स की नई रेंज का प्रदर्शन किया, जिसमें फर्निशिंग फैब्रिक्स, कर्टन्स, बेड शीट एंड टॉवेल्स, मैट्रेसेज, ब्लाइंड्स, कार्पेट्स एंड फ्लोर कवरिंग्स, डेकोरेटिव मेड-अप्स, वॉलपेपर, हैंडीक्राफ्ट्स, फ्रेगरेन्स एंड स्पा प्रोडक्ट्स, आर्टिफिशियल फ्लावर्स एवं ग्रास, डेकोरेटिव एक्सेसरीज, क्रॉकरी, टेबलवेयर, स्टोरेज,



प्लास्टिक, किचनवेयर, किचन अप्लायंसेज, कुकवेयर, होम अप्लायंसेज, गिफ्ट्स, जनरल हाउसवेयर, ट्रेवल गुड्स, क्लीनिंग एंड मेंटेनेंस प्रोडक्ट्स, बेबीज एंड किड्स प्रोडक्ट्स के साथ-साथ होम डेकोर, होम टेक्सटाइल्स और हाउसवेयर प्रोडक्ट्स की एक बड़ी रेंज शामिल है। एचजीएच इंडिया २०२१ में सोर्सिंग के लिए भारत के रिटेलर्स, होलसेलर एवं डिस्ट्रीब्यूटर्स की ओर से शानदार रिस्पॉन्स ने आखिरकार यह साबित कर दिखाया कि, भारत में पेंडेमिक के बाद बाजार के मौजूदा हालात के बावजूद कंज्यूमर्स के बीच होम प्रोडक्ट्स की मांग लगातार बढ़ रही है। निश्चित तौर पर पेंडेमिक के दौरान हम सभी के लिए अपना घर सुरक्षित तरीके से रहने, काम-काज करने और खर्च करने के लिए सबसे अहम जगह बन गया है। एक्जीबिटर्स तथा विजिटर्स के अनुसार, साल २०२२ के दौरान होम बिजनेस ट्रेंड के और मजबूत होने की संभावना है।



श्री शांतमनु  
डेवलपमेंट कमिश्नर  
हैंडीक्राफ्ट,  
कपड़ा मंत्रालय  
भारत सरकार

कार्यक्रम में विशिष्ट अतिथि के रूप में शामिल, श्री शांतमनु, विकास आयुक्त, हस्तशिल्प, कपड़ा मंत्रालय, भारत सरकार, ने कहा, "एचजीएच इंडिया में वापस आकर सही मायने में मुझे बड़ा अच्छा महसूस हुआ, क्योंकि एक ब्रांड के रूप में इसकी अपनी ताकत है जो लोकेशन और ट्रेड शो दोनों की अहमियत बढ़ा देती है। स्थान और व्यापार शो। अक्सर हमें लगता है कि एडवांस्ड प्रोडक्ट्स तो सिर्फ विदेशी खरीदारों के लिए हैं, लेकिन समय के साथ इस सोच में बदलाव

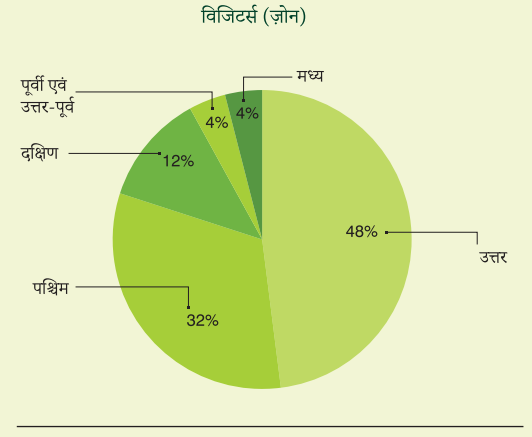
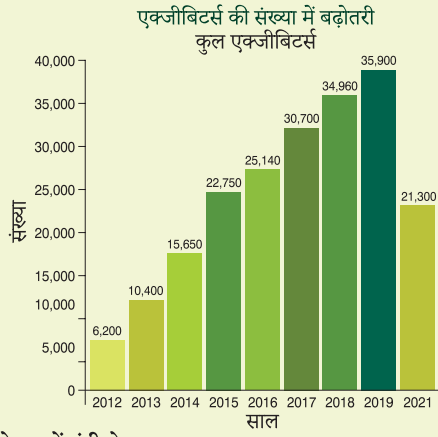
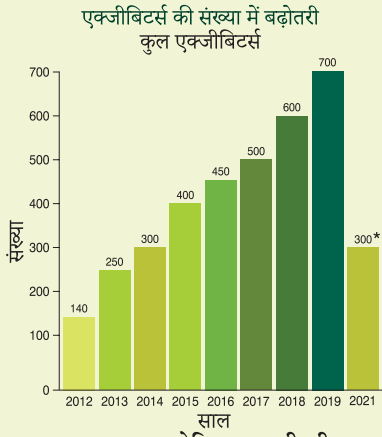
आया है। घरेलू बाजार में भी बेहतरीन क्वालिटी वाले, इनोवेटिव प्रोडक्ट्स की मांग काफी अधिक है। एचजीएच इंडिया में बेड एवं बाथ, फर्निशिंग, होम डेकोर, किचनवेयर, हाउसवेयर, गार्डन वेयर, गिफ्ट्स और इस तरह के अन्य सभी होम सेगमेंट शामिल हैं, जिसकी वजह से सभी प्रकार के बायर्स को अपनी तरफ आकर्षित करने वाले इस शो को बड़ी कामयाबी मिली है।"

कई बड़े ब्रांड्स तथा मैनुफैक्चरर्स के साथ-साथ रिटेलर्स ने भी एक नई जगह और नई तारीखों पर एचजीएच इंडिया २०२१ के आयोजन के बारे में ऑर्गेनाइजर्स के फैसले की भरपूर तारीफ की। उन्होंने शो से पहले एचजीएच इंडिया के रिसर्च के नतीजों को स्वीकार किया कि, दिसंबर का महीना होम प्रोडक्ट्स के क्षेत्र में स्पिंग/ समर की मांग को पूरा करने के लिए दूसरे सोर्सिंग सीजन के रूप में उभर रहा है। होम प्रोडक्ट्स की सभी कैटेगरी में कारोबार में काफी बढ़ोतरी हुई है, जिसे देखते हुए रिटेलर्स एवं डिस्ट्रीब्यूटर्स को अपनी सोर्सिंग को दो सीजन में बांटने की बात पसंद आई है, क्योंकि इस तरह वे अपनी दुकानों में एकदम लेटेस्ट सामानों को ले जा सकेंगे और नहीं बिकने वाले स्टॉक के जोखिम को कम कर सकेंगे।

कई देशों द्वारा विदेश यात्रा एवं वीजा पर लगाए गए प्रतिबंधों के साथ-साथ जारी की गई ट्रेवल एडवाइजरी की वजह से एचजीएच इंडिया में इंटरनेशनल एक्जीबिटर्स की मौजूदगी पर काफी बुरा असर पड़ा, हालांकि यहाँ आकर एग्जिबिशन करने में उनकी काफी दिलचस्पी थी। फिर भी, कुछ देशों ने कम संख्या में अपने रिप्रेजेंटेटिव्स को भेजने की व्यवस्था की और इस शो में भाग लिया। इटालियन ट्रेड एजेंसी

पूरे भारत के ४६० शहरों और कस्बों से कारोबार में रुचि रखने वाले २१,३०० ट्रेड विजिटर्स

# सही मायने में देश भर के विजिटर्स एवं एकजीबिटर्स की मौजूदगी

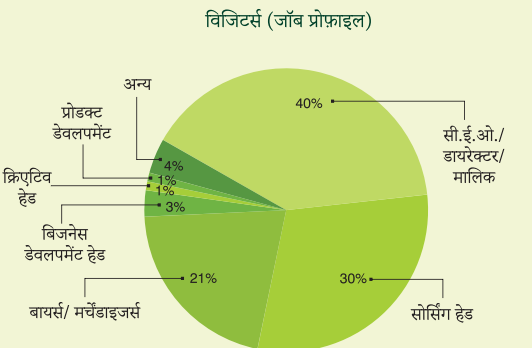
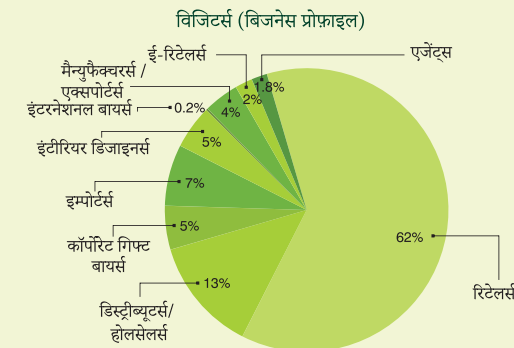


\*कोविड महामारी की वजह से कारोबार में मंदी के बावजूद

(आई.टी.ए.) की ओर से छह मशहूर इटालियन फर्नीचर और डेकोरेटिव एक्सेसरीज कंपनियों द्वारा एक कैटलॉग शो दिखाया गया, जिसने लोगों में काफी दिलचस्पी पैदा की। इसी तरह, मलेशिया के लकड़ी, टिंबर और फर्नीचर इंडस्ट्री का प्रतिनिधित्व करने वाली मलेशियन टिंबर कार्पोरेशन (एम.टी.सी.) से बड़ी संख्या में भारतीय इम्पोर्टर्स ने मलेशियन फर्नीचर के बारे में जानकारी प्राप्त की। इसके अलावा, जर्मनी, स्पेन, तुर्की, अमेरिका, जापान, चीन, यू.के., कोरिया, ताइवान और कई अन्य देशों की कंपनियों ने भारत में मौजूद अपने डिस्ट्रीब्यूशन पार्टनर्स के जरिए अपने प्रोडक्ट्स को प्रस्तुत किया।

## अवल दर्जे के विजिटर्स की मौजूदगी

१९ देशों के ४० इंटरनेशनल विजिटर्स के साथ-साथ देश भर के ४६० शहरों एवं कस्बों से कारोबार में गहरी दिलचस्पी रखने वाले २१,३०० विजिटर्स ने सोर्सिंग, मौजूदा ट्रेड के बारे में जानकारी, मार्केट अपडेट तथा अपने बिजनेस पार्टनर्स से निजी तौर पर मिलने के लिए एचजीएच इंडिया २०२१ में भाग लिया। इनमें होम सेंटर, होम टाउन, बिग बाजार, रिलायंस, मोर, वेस्टसाइड, स्टार बाजार, डी-मार्ट, होम स्टॉप, होम बॉक्स, स्पार, मेट्रो जैसे बड़े फॉर्मेट वाले होम स्टोर्स; एमेज़ॉन, फ्लिपकार्ट, फैबफर्निश, पेपरफ्राइड, अर्बन लैंडर, मित्रा, नायका, स्नैपडील जैसे ऑनलाइन रिटेलर्स; होम टेक्सटाइल, होम डेकोर के स्पेशलिटी स्टोर्स, जैसे कि जगदीश स्टोर्स, भारत फर्निशिंग्स, सरप्राइज, नवीन भारत, दर्पण फर्निशिंग्स; हाउसवेयर, कुकवेयर, किचन अप्लायंसेज एवं गिफ्ट्स के स्टोर्स, जैसे कि वन स्टॉप, महावीर स्टोर्स,



महाराष्ट्र स्टोर्स के साथ-साथ मौजूदा एवं संभावित फ्रेंचाइजी शामिल थे। सभी विजिटर्स अपने सप्लायर्स से मिलने और लगभग २ साल के लंबे अंतराल के बाद होम कैटेगरी में नए इन्वेंशन की एक बड़ी रेंज को अपनी नजरों से देखने के लिए उत्साहित थे। एकजीबिटर्स ने महानगरों एवं ए-कैटेगरी के शहरों के साथ-साथ टियर-२ और टियर-३ श्रेणी के शहरों में भी अपने डिस्ट्रीब्यूशन और रिटेल नेटवर्क को नए सिरे से तैयार करने तथा इसका दायरा बढ़ाने के लिए एचजीएच इंडिया २०२१ का भरपूर फायदा उठाया। उम्मीद की जा रही थी कि ग्रेटर नोएडा में एचजीएच इंडिया में केवल उत्तर भारत से बड़ी संख्या में विजिटर्स आएंगे, लेकिन इसके विपरीत सिर्फ ४८% विजिटर्स उत्तर भारत से आए थे, जबकि पश्चिम भारत से ३२%, दक्षिण भारत से १२%, पूर्व और उत्तर-पूर्व से ४% तथा मध्य भारत से

४% विजिटर्स यहाँ आए थे, और इसी वजह से एचजीएच इंडिया २०२१ पूरे देश में अपनी पहुंच के साथ अधिकतम संभावनाओं वाला ट्रेड शो बन गया। एकजीबिटर्स के लिए बिजनेस में बेहतर नतीजे भारत, इटली, बेल्जियम, जर्मनी, अमेरिका, चीन, तुर्की, मलेशिया, कोरिया, ताइवान, बांग्लादेश, श्रीलंका तथा दूसरे कई देशों के ३०० से ज्यादा ब्रांड्स एवं मैनुफैक्चरर्स ने या तो सीधे तौर पर या भारत में मौजूद अपने मार्केटिंग पार्टनर्स के जरिए अपने प्रोडक्ट्स को प्रदर्शित किया। कारोबार के बेहतर नतीजों से उत्साहित होकर, ९०% से ज्यादा एकजीबिटर्स ने एचजीएच इंडिया २०२२ में वापस आने और ज्यादा बड़े स्पेस में अपने प्रोडक्ट्स दिखाने का वादा किया, जो इस बात को साबित करता है कि उन्हें बिजनेस में बेहतर नतीजे हासिल हुए। एचजीएच इंडिया ने सही मायने में उन्हें कारोबारी और पेशेवर माहौल में अपने ग्राहकों के साथ फिर से जुड़ने में मदद की, जो कोविड महामारी की वजह से लंबे अंतराल के बाद बेहद जरूरी था।

## इंडियन हेरिटेज

इंडियन हेरिटेज प्रोग्राम के तहत हैंडीक्राफ्ट, हाथ से बने कार्पेट्स, हैंडलूम, जूट, कॉपर, खादी, केन एवं बैम्बू जैसे अलग-अलग सेक्टर्स को एक छत के नीचे लाने से इन सभी को हेरिटेज प्रोडक्ट्स के रूप में अपनी खास पहचान बनाने को में मदद मिल रही है, साथ ही उनकी अहमियत भी काफी बढ़ी है।

एचजीएच इंडिया ने लगातार चौथे साल भी भारत के होनहार आर्टिज़न्स, हैंड-वीवर्स तथा क्राफ्ट्स-पर्सन को स्पॉन्सर करके और उनके लिए एक खास पवेलियन तैयार करके उनके लिए बाजार की संभावनाओं को बढ़ावा देना बरकरार रखा, ताकि उन्हें और उनके हुनर को भारत के सबसे बड़े रिटेलर्स के सामने प्रस्तुत किया जा सके। इंडियन हेरिटेज पवेलियन में नेशनल अवार्ड जीतने वाले कारीगरों द्वारा बुड कार्विंग, मेटल आर्ट, पॉटर, फुलकारी एंब्रॉयडरी जैसे बेजोड क्राफ्ट्स को विजिटर्स के सामने दिखाया गया, और उन्हें बेहतरीन रिस्पॉन्स मिला।

अवार्ड जीतने वाले इन कारीगरों द्वारा रिटेलर्स को कई तरह के डेकोरेटिव एक्सेसरीज, होम टेक्सटाइल, हाउसवेयर और गिफ्ट प्रोडक्ट्स की पेशकश की गई थी, और रिटेलर्स ने भी मौके पर



कुछ ट्रायल ऑर्डर देने के अलावा लंबे समय के लिए साझेदारी में गहरी दिलचस्पी दिखाई।

विकास आयुक्त, हस्तशिल्प, कपड़ा मंत्रालय, भारत सरकार के बड़े पैमाने पर सहयोग के साथ-साथ ई.पी.सी.एच., सी.ई.पी.सी., एन.ई.सी.टी.ए.आर., यू.पी.ई.ए., नेशनल जूट बोर्ड, कॉपर बोर्ड तथा कई राज्यों के बोर्डों एवं इंडस्ट्री डिपार्टमेंट जैसे जाने-माने संगठनों की सक्रिय भागीदारी ने इंडियन हेरिटेज को बेहद उपयोगी बना दिया है।

एचजीएच इंडिया २०२१ का आयोजन ४ हॉल में किया गया था, और प्रत्येक हॉल में अलग-अलग कैटेगरी के लिए एचजीबिशन की व्यवस्था की गई थी। इसमें हॉल ९ - हाउसवेयर एवं गिफ्ट्स, हॉल १० - होम डेकोर एवं गिफ्ट्स, हॉल १४ - होम टेक्सटाइल एवं मैट्रेस, तथा हॉल १५ - फर्निशिंग एवं डेकोरेटिव फैब्रिक्स की प्रदर्शनी लगाई गई थी। विजिटर्स ने एकजीबिटर्स की ओर से प्रोडक्ट्स के लिहाज से स्पष्ट विभाजन की खूब तारीफ की, क्योंकि इससे उन्हें अपनी सोर्सिंग जरूरतों के अनुरूप विशेष प्रोडक्ट्स पर फोकस करने में मदद मिली। एकजीबिटर्स के नजरिए से देखा जाए, तो इस तरह विभाजन से यहाँ मौजूद हर कैटेगरी के प्रोडक्ट की विजिबिलिटी बढ़ी और किसी भी जगह मौजूद होने के बावजूद इसने विजिटर्स का ध्यान आकर्षित किया।

सरकार की ओर से कई गणमान्य व्यक्तियों तथा दूसरे देशों के व्यापार प्रतिनिधियों ने भी इस शो में भाग लिया, तथा उन सभी ने कुल मिलाकर इस शो की इंटरनेशनल क्वालिटी, एकजीबिटर्स के प्रोडक्ट्स तथा उनके प्रेजेंटेशन की भरपूर तारीफ की। विकास आयुक्त हस्तशिल्प, कपड़ा मंत्रालय, एम.एस.एम.ई. मंत्रालय और उत्तर प्रदेश सरकार द्वारा उनकी विभिन्न बाजार प्रोत्साहन योजनाओं के माध्यम से

हैंडीक्राफ्ट तथा कार्पेट जैसे इंडियन हेरिटेज प्रोडक्ट्स की मांग काफी अधिक रही



## शो एचजीएच इंडिया २०२२: १२-१५ जुलाई, ग्रेटर नोएडा

शो के आयोजन के लिए नए वेन्यू, इंडिया एक्सपो सेंटर के बारे में एक्जीबिटर्स एवं विजिटर्स की ओर से पॉजिटिव रिस्पॉन्स मिला है, जबकि दूसरी ओर मुंबई के नेस्को में बॉम्बे एक्जिबिशन सेंटर में लोकल अर्थॉरिटी द्वारा कोविड फैसिलिटी बनाए जाने की वजह से इस एग्जिबिशन सेंटर की उपलब्धता के बारे में अनिश्चितता लगातार बरकरार है, लिहाजा इसके ११ वें एडिशन, यानी एचजीएच इंडिया २०२२ को इसी नए वेन्यू में जारी रखने का फैसला लिया गया है। इस प्रकार, एचजीएच इंडिया २०२२ के ४ दिनों तक चलने वाले शो का आयोजन इंडिया एक्सपो सेंटर, ग्रेटर नोएडा, दिल्ली-एनसीआर में १२ से १५ जुलाई, २०२२ के दौरान किया जाएगा। ज्यादा जानकारी और अपडेट के लिए कृपया [www.hghindia.com](http://www.hghindia.com) देखें।

एचजीएच इंडिया प्लस ... पिछले साल शुरू किए गए इस नए इनीशिएटिव के जरिए एक्जीबिटर्स पहले दिन, यानी १२ जुलाई को बड़ी संख्या में बायर्स के साथ बिजनेस पर चर्चा कर पाएंगे। इस दिन केवल एचजीएच इंडिया प्लस के मेंबर्स को ही एंट्री दी जाएगी। सामान्य तौर पर आने वाले सभी बायर्स एवं ट्रेड विजिटर्स को १३ से १५ जुलाई, २०२२ तक एचजीएच इंडिया २०२२ में विजिट करने का मौका मिलेगा।

**वर्ल्ड ऑफ स्लीप** यहाँ आने वाले सभी ट्रेड विजिटर्स को टेक्नोलॉजी पर आधारित इनोवेशन के बारे में जानकारी देना जारी रखेगा, तथा इसके जरिए सेहतमंद नींद से संबंधित प्रोडक्ट्स की खासियत उजागर की जाएगी, जिनमें मैट्रेस, पिलो, बेडशीट, कम्फर्टर, और सही मूड एवं माहौल बनाने के लिए स्लीपिंग गैजेट्स शामिल हैं। हमारी सेहत पर चैन की नींद सोने से होने वाले फायदों के बारे में ग्राहकों की जागरूकता बढ़ती जा रही है, जिससे इस सेक्टर में इनोवेशन को और बढ़ावा मिलेगा। 'वर्ल्ड ऑफ स्लीप' एचजीएच इंडिया और इंडियन स्लीप प्रोडक्ट्स फेडरेशन (आई.एस.पी.एफ.) द्वारा साथ मिलकर शुरू की गई एक पहल है।

पहली बार, **होम फर्नीचर** को दिखाने के लिए एक एक्सक्लूसिव हॉल की व्यवस्था की जा रही है जो होम डेकोर का एक अहम हिस्सा है। एचजीएच इंडिया की इस नई पहल के जरिए, देश-विदेश के होम फर्नीचर ब्रांड्स के साथ-साथ मॉडर्न, ट्रेडिशनल एवं एक्सेंट फर्नीचर जैसी अलग-अलग कैटेगरी के मैन्युफैक्चरर्स को बाजार में अच्छी पकड़ वाले होम एंड फर्नीचर रिटेलर्स तथा पूरे भारत के डिस्ट्रीब्यूटर्स से जुड़ने का मौका मिलेगा। बड़े फॉर्मेट वाले ज्यादातर होम स्टोर, होम डेकोर और सॉफ्ट फर्निशिंग रिटेलर्स इस कैटेगरी में अपने मर्चेन्डाइज के दायरे को बढ़ाना चाहते हैं।

एचजीएच इंडिया २०२२ में **स्मार्ट किचन** के जरिए कुकिंग को तेज, सेहतमंद, एनवायरनमेंट-फ्रेंडली और ज्यादा सुविधाजनक बनाने वाले मॉड्यूलर किचन, किचन अप्लायंसेज, कुकवेयर और किचनवेयर में इनोवेशन पर खास ध्यान दिया जाएगा। इसका मुख्य उद्देश्य कुकिंग के दौरान इंसानों के काम-काज को कम करना, उन्हें सुविधा प्रदान करना तथा साफ-सफाई को और बढ़ाना है। स्मार्ट कुकिंग ही आगे बढ़ने का रास्ता है। स्मार्ट किचन यहाँ आने वाले विजिटर्स को दुनिया भर के ब्रांड्स एवं मैन्युफैक्चरर्स द्वारा किए जा रहे इनोवेशन से अवगत कराएगा और उन्हें इस सेक्टर में आने वाले दिनों के ट्रेंड्स एवं प्रोडक्ट्स को समझने का अवसर देगा।

एचजीएच इंडिया २०२२ में **किड्स होम** दरअसल बेबीज एवं किड्स होम प्रोडक्ट्स के लिए खास तौर पर तैयार किया गया एक सेक्शन होगा, जिसमें बेडिंग, फर्नीचर, डेकोर, टॉयज, प्रैम्स, बाथरूम

एक्सेसरीज, हाउसवेयर, हेल्थ एंड हाइजीन आदि शामिल हैं। आजकल खरीदारी की आदतों में बदलाव आ रहा है, और कंज्यूमर्स अब अपनी सहूलियत तथा समय की बचत के लिए सामान्य तौर पर किए जाने वाले हाउसहोल्ड परचेज के साथ-साथ किड्स प्रोडक्ट्स को खरीदना पसंद करते हैं। स्पेशलाइज्ड किड्स स्टोर्स के अलावा, होम टेक्सटाइल, फर्नीचर, हाउसवेयर रिटेलर्स के साथ-साथ लार्ज फॉर्मेट वाले स्टोर्स भी अब अपने किड्स सेक्शन को बढ़ाना चाहते हैं, और इनमें से ज्यादातर एचजीएच इंडिया में विजिट करने के तौर पर जरूर शामिल होते हैं।

पैन्डेमिक की वजह से लोगों की लाइफस्टाइल पर काफी असर पड़ा है, जिसके चलते बच्चे अपना ज्यादातर समय घर पर ही बिता रहे हैं, लिहाजा कंज्यूमर्स अपने बच्चों के लिविंग स्पेस को अच्छी नींद, खेल-कूद, पढ़ाई-लिखाई, आराम और साफ-सफाई जैसी जरूरतों के अनुरूप बनाना चाहते हैं।

एचजीएच इंडिया २०२२ ने स्पेशल प्रमोशन के लिए **वॉल्स एंड विंडोज** को शामिल किया है, जो लोगों का ध्यान अपनी ओर खींचेगा। इस साल ऐसे प्रोडक्ट के मैन्युफैक्चरर्स, ब्रांड्स तथा इम्पोर्टर्स अपने प्रोडक्ट का एग्जिबिशन करके खास फायदा प्राप्त कर सकते हैं, क्योंकि इन प्रोडक्ट्स पर सभी लोगों का ध्यान जाएगा। भारत में वॉल्स एंड विंडोज डेकोरेशन की कैटेगरी का बड़ी तेजी से विकास हो रहा है, जिसमें वॉलपेपर, ब्लाइंड्स, कर्टन्स, फर्निशिंग, विंडो ऑटोमेशन, वॉल फिनिश, वॉल डेकोरेशन, विंडो डेकोरेशन, कर्टन रॉड्स जैसे प्रोडक्ट्स शामिल हैं। एचजीएच इंडिया २०२२, विजिटर्स का ध्यान इन सभी सेगमेंट में होने वाले नए इनोवेशन तथा देश-विदेश में हुई प्रगति की ओर आकर्षित करेगा।

एचजीएच इंडिया २०२२ में पहली बार एक नया **आउटडोर** हॉल पेश किया जाएगा, जिसमें गार्डन एंड आउटडोर डेकोर, आर्टिफिशियल ग्रास, आउटडोर फर्नीचर, बीच अंब्रेला, स्विंग्स, हैमक्स, स्पोर्ट्स बॉल्स, बैकपैक्स, स्लीपिंग बैग्स, आइस बॉक्स, बारबेक्यू, ग्रिल, टेंट, कैम्पिंग और ट्रेकिंग गियर जैसे प्रोडक्ट्स शामिल होंगे। आउटडोर लाइफस्टाइल की बढ़ती पसंद के साथ, लोग होम गार्डन, बालकनी, रूफ टॉप, स्विमिंग पूल, बीच, पिकनिक, पार्क, ट्रेकिंग, एडवेंचर आउटिंग और हॉलीडेज जैसे सेगमेंट पर ज्यादा पैसा एवं समय खर्च कर रहे हैं। इस तरह की तमाम गतिविधियों की वजह से भारत में आउटडोर मार्केट की संभावनाएं बढ़ रही हैं।

एचजीएच इंडिया २०२१ को सहयोग दिया गया।

विजिटर्स तथा एक्जीबिटर्स ने एचजीएच इंडिया २०२१ को खूबसूरती एवं डिजाइन, फिजिकल ट्रेड शो के लिए बेहतरीन इंफ्रास्ट्रक्चर, प्रोडक्ट इनोवेशन, मौजूदा ट्रेंड की जानकारी, विजिटर्स के लिए उपलब्ध सुविधाओं और इसके कारोबारी माहौल जैसे अलग-अलग पैमाने पर बेहतरीन रेटिंग दी है। इस प्रकार, एचजीएच इंडिया के एक्जीबिटर्स तथा विजिटर्स के लिए निष्कर्ष बहुत सकारात्मक थे। अब उन्हें बड़े पैमाने पर और विस्तृत परिप्रेक्ष्य में एचजीएच इंडिया के ११ वें एडिशन का इंतजार है।

**ट्रेंड्स २०२१-२२**

साल २०२१-२२ के ट्रेंड्स को **"ऑनवर्ड्स, रिसेट टुगेदर!"** की सेंट्रल थीम के तहत प्रस्तुत किया गया, जिन्हें चार उप-समूहों- **होम एंड रूट्स, गुड वाइब्स ऑन, ग्रीनप्लुएंसर और गोल्डन ऑवर्स** के तहत अच्छी तरह समझाया गया है।

इसमें कोविड के बाद के बाजार के हालात को देखते हुए सभी डिजाइनरों और ब्रांडों के लिए एक स्पष्ट संदेश मौजूद था - "एकजुट होकर साथ खड़े रहना और विपरीत हालातों का सामना करना आज हम सभी के लिए सबसे बड़ी चुनौती है! इन चुनौतियों के बावजूद, हमारे दिल में कुदरत की खूबसूरती और उसकी अहमियत के प्रति सम्मान के साथ-साथ अपने आसपास के लोगों से मेल-जोल और हमदर्दी जैसी नाजुक भावनाएँ भी विकसित हुई हैं। जब दुनिया, जैसा कि पहले हुआ करती थी, बिखरने लगी है, जब आपके जीवन में सब कुछ पूरी तरह बदलने लगा है, तो ऐसे हालात में चिंतित होने या डिप्रेशन का शिकार होने से कुछ हासिल नहीं होने वाला है। हर बदलाव से नए मौके सामने आते हैं और हमें चीजों को



देखने का एक नया नजरिया मिलता है। हम खुद के लिए और अपने बच्चों के लिए, आने वाले भविष्य की जिम्मेदारी अपने हाथों में लेकर, और इन परिस्थितियों में सामने आने वाले अवसर का लाभ उठाकर बदलाव ला सकते हैं!"

इस बार के ट्रेंड्स में सभी विजिटर्स तथा एक्जीबिटर्स के लिए एक स्पष्ट संदेश मौजूद है, जिसमें इंसान के जीवन में अपने घरों की अहमियत में हमेशा के लिए आए बदलाव पर ध्यान केंद्रित किया गया है और जीवन के हर पहलू में सकारात्मक सोच के साथ नए सिरे से शुरुआत करने की जरूरत पर बल दिया गया है।

हॉल १५ में ट्रेंड फोरम के जरिए अच्छी तरह से तैयार किए गए ट्रेंड चार्ट को प्रस्तुत किया गया और एक्जीबिटर्स के वास्तविक प्रोडक्ट्स के जरिए उनके बारे में विस्तार से जानकारी दी गई, और इस तरह ट्रेंड्स २०२१-२२ ने विजिटर्स को डिजाइनिंग, सोर्सिंग एवं प्रोडक्ट डेवलपमेंट के लिए सही राह पर आगे बढ़ने में मदद की।



## होम सेगमेंट के लिए साल में दो बार खरीदारी के सीजन का कॉन्सेप्ट और मजबूत हुआ



# ९०% एक्जीबिटर्स और विजिटर्स के लिए कारोबार के नतीजे शानदार रहे

## एक्जीबिटर्स के कमेंट्स



**अभिषेक जैन,**

एजीएम, एशियन पेंट्स

हमने पहली बार एचजीएच इंडिया में भाग लिया है। हमारे पास आने वाले ग्राहकों की संख्या और यहाँ हुए ट्रेड पार्टिसिपेशन के मामले में हमारा अनुभव शानदार रहा है। ग्राहकों को कंप्लीट होम सॉल्यूशन उपलब्ध कराने के लिए, एशियन पेंट्स ने फर्निशिंग फ्रैब्रिक, फर्निचर, डेकोरेटिव लाइट्स के क्षेत्र में कदम रखा है, जिनकी रिटेल बिक्री हमारे ब्यूटीफुल होम्स स्टोर्स या पार्टनर स्टोर्स से की जाती है।

हमने ट्रेड और कंज्यूमर्स को इस बारे में जागरूक करने के इरादे से एचजीएच इंडिया में भाग लिया कि हम होम डेकोर की अलग-अलग कैटेगरी में कारोबार करते हैं। हमने अपने इस इरादे में कामयाबी हासिल की। एचजीएच इंडिया में हमें आगे कारोबार की संभावनाएं तलाशने के लिए कई ट्रेड पार्टनर्स तथा अपनी तरह के सोच वाले लोगों से जुड़ने का मौका मिला है।



**राकेश चहर,**

डायरेक्टर, स्लीपवेल

एचजीएच इंडिया २०२१ में आकर हमें बड़ा अच्छा महसूस हो रहा है। दो साल के लंबे अंतराल के बाद लोगों से मिलकर काफी अच्छा लगा। यहाँ हमने रिटेल का एक नया फॉर्मेट दिखाया, जो आने वाले दिनों में स्लीपवेल के रिटेल कारोबार का फॉर्मेट बनने वाला है। एचजीएच इंडिया सभी रिटेलर्स के सामने फ्यूचर रिटेल लुक को दिखाने का बिल्कुल सही मौका है। स्लीपवेल के कई डीलरों ने भी यहाँ विजिट किया और हमारे बूथ के अनुभव से वे बेहद खुश नजर आ रहे थे। हमने उन सभी के दिलों में अपने-अपने स्टोर को इस नए रिटेल फॉर्मेट में अपग्रेड करने की दिलचस्पी जगाने में कामयाबी पाई।



**किरुथिका विक्रम,**

प्रेसिडेंट, शारदा टेरी (माइक्रो कॉटन)

दुनिया के ३६ से ज्यादा देशों में माइक्रो कॉटन मौजूद है और इसमें हाल ही में भारतीय बाजार में कदम रखा है। हम भारत के बाजार में अपने प्रोडक्ट्स की मौजूदगी और इसके शानदार परफॉर्मेंस को लेकर काफी खुश हैं। हम एचजीएच इंडिया में दूसरी बार अपने प्रोडक्ट्स का एग्जीबिशन कर रहे हैं और यहाँ हमें अपने कस्टमर्स से मिलने, उनके साथ बातचीत करने और अपने नए कलेक्शन दिखाने का शानदार मौका मिल रहा है। सच कहूँ तो हमारा अनुभव बेहतरीन रहा है!



**राजर्षि रॉय चौधरी,**

जी.एम., कुचीना

एचजीएच इंडिया २०२१ में स्मार्ट कुकिंग पर विशेष ध्यान दिया गया था, इसलिए हमें लगा कि यह हमारे लिए अपने प्रोडक्ट्स के एग्जीबिशन का सुनहरा मौका होगा और यहाँ हमें बेहतरीन रिस्पॉन्स मिलने की उम्मीद थी।

सही मायने में हमें डीलरों, मॉडर्न ट्रेड तथा ओईएम बायर्स से काफी अच्छा रिस्पॉन्स मिला। कुल मिलाकर यह हमारे लिए बेहतरीन अनुभव था। कुचीना टेक्नोलॉजी को अपग्रेड करने में यकीन रखता है और हमें लगता है कि भारतीय उपमहाद्वीप (इंडियन सबकॉन्टिनेंट) में स्मार्ट कुकिंग बेहद जरूरी है।



**राजीव मर्चेट,**

प्रेसिडेंट रिटेल, इंडो काउंट (बुटीक लिविंग)

यहाँ आकर हमें बेहद सुखद अनुभव हुआ और हमने देखा कि यहाँ केवल खरीदारी में दिलचस्पी लेने वाले बायर्स ही आ रहे हैं। इंफ्रास्ट्रक्चर के लिहाज से यह जगह बेहतरीन है। यहाँ बड़ी संख्या में बायर्स आए हैं। मेरे रिटेल मित्र वर्चुअल मीटिंग से थक चुके थे और उन्हें आमने-सामने बैठकर की जाने वाली बातचीत बहुत याद आ रही थी। इस तरह, एचजीएच इंडिया २०२१ उन सभी से एक साथ मिलने और आपसी फायदे के लिए कारोबार की बेहतर संभावनाएं पैदा करने का सबसे शानदार प्लेटफॉर्म बन गया।



**ज्योति प्रधान,**

चीफ एजीक्यूटिव ऑफिसर, कर्ल-ऑन

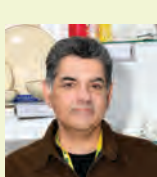
यह मेरा पहला एचजीएच इंडिया शो है और यहाँ आकर मैं काफी एक्साइटिड महसूस कर रही हूँ। हम तो पिछले १८ महीनों से इस शो का बेसब्री से इंतज़ार कर रहे थे। सचमुच यहाँ काफी संख्या में लोग आए हैं, साथ ही सभी लोग आर.टी.पी.सी.आर. टेस्ट कराने के लिए समय निकाल रहे हैं और कोविड प्रोटोकॉल का पूरी तरह से पालन कर रहे हैं। शो को ऑर्गेनाइज करने वाली टीम ने सभी भागीदारों की सेहत और सुरक्षा का पूरा ख्याल रखा है। लोग यहाँ कारोबार पर फोकस करने आ रहे हैं।



**अनुराग जैन,**

मैनेजिंग डायरेक्टर, जेपी प्लस एचजीएच

इंडिया में शामिल होने का अनुभव बेहतरीन है। मुझे इस बात की थोड़ी आशंका थी कि कोविड के डर की वजह से शायद ज्यादा लोग यहाँ नहीं आएं, और इसलिए भी कि २ साल के बाद इस शो का आयोजन किया गया था। लेकिन लोगों के शानदार रिस्पॉन्स से हमें हैरत के साथ-साथ बड़ी खुशी महसूस हुई। पूरे भारत से, खासकर दक्षिण भारत से डीलर्स यहाँ आए। दुबई और कुवैत से आने वाले विदेशी खरीदार भी हमारे पास आए।



**अजय कपूर,**

मैनेजिंग डायरेक्टर, हितकारी

इस शो में हमें काफी जबरदस्त रिस्पॉन्स मिला है। पूरे देश से बायर्स यहाँ आए थे, जो कोविड और दूसरी बातों को ध्यान में रखते हुए मैने जितना सोचा था, उससे कहीं बेहतर है। एचजीएच इंडिया शो का हिस्सा बनना मेरे लिए कमाल का अनुभव है और मेरा हौसला काफी बढ़ा है।



**एस.एस. कुंभू,**

हेड सेल्स, ईस्ट कोस्ट डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा. लि.

एचजीएच इंडिया सचमुच बेहद खास प्लेटफॉर्म है। ३-४ दिनों में, हमें अपने मौजूदा और नए बायर्स दोनों को अपने ब्रांड के साथ-साथ पूरी नई रेंज दिखाने का मौका मिला है। लार्ज फॉर्मेट रिटेलर्स (एल.एफ.एस.) एक नजर में पूरी रेंज और प्राइस ब्रैकेट देख सकते हैं। एचजीएच इंडिया शो से विदा लेते हुए, हम बड़े फॉर्मेट वाले स्टोर्स, कॉर्पोरेट स्टोर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स तथा पारंपरिक रिटेलर्स के साथ मिलकर कारोबार को आगे बढ़ा सकते हैं।

## विजिटर्स के कमेंट्स



**अजय अंतिल,**

सीईओ, होम बॉक्स, दुबई

इस ट्रेड शो को उभरते हुए वेंडर्स के लिए तैयार किया गया है। हमारी तरह होम स्टोर चेन से जुड़े सभी बायर्स, नए वेंडर्स की तलाश में रहते हैं जो भारत में होम कैटेगरी के हर तरह के प्रोडक्ट्स बनाते हैं। इस लिहाज से एचजीएच इंडिया २०२१ बेहतरीन था। हम अपने लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए आगे बढ़ रहे थे। हमें कई वेंडर्स से जुड़ने का मौका मिला, और हमारे ख्याल से ऐसे वेंडर्स के साथ हम आगे विकास कर सकते हैं। कुल मिलाकर एचजीएच इंडिया का अनुभव बेमिसाल था।



**चिन्मय भट्ट,**

चीफ कैटेगरी- होमवेयर, होम टाउन

लंबे समय के बाद फिजिकल ट्रेड फेयर में वापस आकर, तथा पहले से परिचित एवं नए लोगों को देखकर बहुत अच्छा लग रहा है। मेरे विचार से, इस ट्रेड फेयर का साल में दो बार होना बहुत मायने रखता है। पूरी दुनिया में स्प्रिंग-समर और ऑटम-विंटर के लिए साल में दो बार इस तरह के फेयर के आयोजन का ट्रेंड है। भारत के घरेलू बाजार में भी यह कॉन्सेप्ट धीरे-धीरे मजबूत हो रहा है। साल में दो बार होने वाले ट्रेड फेयर में एक्जीबिटर्स को हर छह महीने में अपनी नई रेंज के साथ सामने आने का मौका मिलेगा, तो दूसरी ओर हम भी अपने कस्टमर्स को कुछ नया पेश कर पाएंगे।



**शालिनी टंडन,**

वीपी, ब्रांड मैनेजमेंट एंड सोर्सिंग, नायका

मैं शुरू से ही एचजीएच इंडिया में भाग लेती रही हूँ, और इस शो में एक बार फिर से भाग लेकर मैं काफी उत्साहित महसूस कर रही हूँ। उत्तर भारत में इस नए लोकेशन से मुझे काफी खुशी हो रही है। एचजीएच इंडिया में लॉन्च किए गए नए कॉन्सेप्ट मुझे बेहद पसंद आए। इससे विजिटर्स को नई-नई चीजों के बारे में और अधिक जानने में मदद मिली। हमेशा की तरह, इस बार भी यह शो कंज्यूमर्स को दिल से पसंद आया - फिर बात चाहे स्लीप टेक्नोलॉजी, स्मार्ट कुकिंग या अन्य क्षेत्रों की हो। हर चीज को बहुत अच्छी तरह से व्यूरेट किया गया था। इन सब चीजों के अलावा, मैं इंडस्ट्री में हो रही नई बातों के बारे में जानने, तथा अपने सभी पुराने साथियों एवं बिजनेस पार्टनर्स से मिलने और नए पार्टनर्स की तलाश करने के लिए यहाँ हर बार वापस आना चाहती हूँ।



**जयेश डेहिया,**

डायरेक्टर, वन स्टॉप

मेरे लिए तो एचजीएच इंडिया में आना बेहद जरूरी है, क्योंकि यह भारत के होम एवं किचन इंडस्ट्री के लिए होने वाला एकमात्र उपयोगी ट्रेड शो है। लंबे समय के बाद कई होमवेयर कंपनियों से मिलकर और अपने कनेक्शन को फिर से मजबूत बनाकर काफी अच्छा लगा। ढेर सारे नए-नए प्रोडक्ट्स और इनोवेशन को देखकर दिल को बड़ा सुकून मिला। कोविड के बाद से कुकवेयर और दूसरे होम सेगमेंट में कंज्यूमर्स की खरीदारी की आदतों में भारी बदलाव आया है। मुझे स्थल, मैक्सिमा, सेलो जैसी कंपनियों के पास विजिट करके बेहद खुशी हुई, जिनके पास प्रोडक्ट की बड़ी रेंज मौजूद थी। कोरेले भी एक नई रेंज के साथ मौजूद था। हमें होम टेक्सटाइल, खास तौर पर बेड एवं बाथ के लिए सप्लायर्स की तलाश थी, और यहाँ हमारी तलाश पूरी हुई!

## नए एक्जीबिटर्स ■ नए विजिटर्स ■ नई कैटेगरी