

Where business feels at home!

भारताची गृह आणि जीवनशैलीची बाजारपेठ

व्याप्ती, विस्तार आणि वाढत्या मागणीमुळे प्रगतीपथावर

भारताच्या गृहसजावट बाजाराचे मूल्य 2025 मध्ये 26.88 अब्ज अमेरिकन डॉलर्स इतके होते; हा बाजार आता एका महत्त्वपूर्ण नव्या टप्प्यात प्रवेश करत असून, 2034 पर्यंत त्याचे मूल्य 42.36 अब्ज अमेरिकन डॉलर्सपर्यंत पोहोचण्याचा अंदाज आहे. जरी व्याप्ती ही याची एक प्रमुख ताकद राहिली असली, तरी 2026 मधील अधिक रंजक कहाणी ही मागणीची गुणवत्ता आणि तिचे वितरण यांविषयीची आहे.

जागतिक आर्थिक मंचाच्या फेब्रुवारी 2026 मधील आकडेवारीनुसार, भारतातील ग्राहक वाढीचा 93% हिस्सा हा प्रमुख महानगरांच्या बाहेर—सुमारे 500 उदयोन्मुख ग्राहक शहरांमध्ये—आढळून येतो. बाजाराचे स्वरूप आता केवळ महानगरांमधील उपभोगामुळेच घडत नाही; तर यातील सर्वात महत्त्वपूर्ण संरचनात्मक बदल म्हणजे 'टियर-2' आणि 'टियर-3' (दुय्यम व तृतीय श्रेणीतील) बाजारांना प्राप्त होत असलेले वाढते महत्त्व. ही बाजारपेठ आता केवळ दुय्यम किंवा परिघावरील घटक म्हणून उदयास येत नाहीये; तर वितरण, उत्पादनांची श्रेणी आणि विस्तार यांविषयी उद्योग ज्या प्रकारे विचार करतो, त्यामध्ये या बाजारपेठा अधिकाधिक मध्यवर्ती स्थान व्यापत आहेत. प्रादेशिक किरकोळ व्यापार बळकट होत आहे. संपूर्ण भारतात वाढत्या प्रमाणात, अधिक व्यापक भौगोलिक विस्तार, श्रेणीविषयीची अधिक प्रबळ जागरूकता, किरकोळ विक्री केंद्रांपर्यंतची सुधारित पोहोच आणि अधिक महत्त्वाकांक्षी खरेदी वर्तणूक या घटकांमुळे आर्थिक वाढला चालना मिळत आहे. ग्राहक आता अधिक जगाभिमुख, अधिक जागरूक आणि आपल्या राहणीमानाचा दर्जा, सजावट, भेटवस्तूची निवड, आतिथ्य व विश्रांती या बाबींमध्ये जाणीवपूर्वक गुंतवणूक करण्यास अधिक उत्सुक आहेत.

घराकडे आता केवळ एक उपयुक्त जागा म्हणून न पाहता, ते व्यक्तीची ओळख, आराम आणि जीवनशैलीचे एक प्रतीक म्हणून पाहिले जात आहे. किंमत आणि त्यातून मिळणारे मूल्य हे घटक आजही महत्त्वाचे असले, तरी डिझाइन, उपयुक्तता आणि गुणवत्तेची जाणीव या बाबींचा प्रभाव मात्र वाढत चालला आहे.

घरांशी संबंधित सर्वच क्षेत्रांमध्ये खर्चात वाढ होणे सुरूच आहे. प्रीमियमीकरण आता दैनंदिन वापराच्या श्रेणींमध्ये प्रवेश करत आहेत. सजावटीच्या वस्तू, फर्निचर आणि घरगुती वापराच्या वस्तू बदलण्याची प्रक्रिया अधिक सक्रिय होत आहे. डिजिटल शोधामुळे लोकांच्या आवडीनिवडींवर प्रभाव पडत आहे आणि विविध श्रेणींचा विस्तार वेगाने होत आहे. आतिथ्य, संस्थात्मक आणि स्थावर मालमत्ता क्षेत्रातील मागणी व्यापक बाजारपेठेच्या गतीला सातत्याने पाठिंबा देत आहे. आणि सणासुदीच्या काळातील उपभोग हे व्यापारी उलाढालीच्या सर्वात शक्तिशाली चालकांपैकी एक म्हणून कायम आहे.

सर्व पैलूंचा समावेश करत, एचजीएच इंडिया हे अद्वितीयरीत्या प्रासंगिक ठरत आले आहे. हा शो केवळ उद्योगाची व्याप्तीच नव्हे, तर त्याची विविधताही दर्शवतो. यात अशा श्रेणी एकत्र आणल्या आहेत, ज्या भारतात प्रत्यक्ष खरेदी-विक्री होणाऱ्या घर आणि जीवनशैलीच्या विश्वाला अधिकाधिक परिभाषित करत आहेत — गृहवस्ते, सजावटीचे फर्निचर, पलंग आणि स्नानगृहाच्या वस्तूंपासून ते गाद्या, उशा आणि झोपेच्या वाढत्या जगापर्यंत; गृहसजावट, सजावटीच्या वस्तू आणि भेटवस्तूंपासून ते घरातील फर्निचरपर्यंत; आणि स्वयंपाकाची भांडी, स्वयंपाकघरातील उपकरणे आणि स्वयंपाकघरातील उपकरणांपासून ते जेवणाची भांडी, साठवणुकीच्या वस्तू, प्लॅस्टिक आणि सामान्य घरगुती वस्तूंपर्यंत.

श्रेणीची खोली महत्त्वाची असते; कारण आजचे खरेदीदार आता केवळ उत्पादनांचाच शोध घेत नाहीत. ते अधिक व्यापक जीवनशैलीच्या कथा, अधिक सुस्पष्ट श्रेणी-संलग्नता आणि अधिक परिपूर्ण व्यापारीकरण उपाय विकसित करत आहेत ■



फॅब्रेक्स बाय एक्सेल



होम टच



गेल्या काही वर्षांत...

गेल्या जवळपास दोन दशकांपासून, गृहवस्ते, गृहसजावट, घरगुती फर्निचर, घरगुती वस्तू आणि भेटवस्तू या क्षेत्रातील भारतातील अग्रगण्य व्यापारी प्रदर्शन असलेल्या 'एचजीएच इंडिया' ने, भारताच्या गृह आणि जीवनशैली उद्योगासाठी अशा एका व्यासपीठाचे कार्य केले आहे, जिथे नवनवीन कल उदयास येतात आणि विविध श्रेणींचा विकास होतो. एचजीएच इंडिया ने आता अशा एका मंचाचे स्वरूप धारण केले आहे, जिथे व्यवसाय केवळ उत्पादनांची खरेदी करण्यासाठीच नव्हे, तर डिझाइन आणि उत्पादनांमधील नवीन कल जाणून घेण्यासाठी, बाजारातील कल समजून घेण्यासाठी, सध्या काय बदल घडत आहेत हे जाणून घेण्यासाठी आणि व्यवसायाच्या नवीन संधी व भागीदारी शोधण्यासाठी येतात. हे अभ्यागतांना आणि प्रदर्शकांना पुढे काय येणार आहे, याची तयारी करण्यास मदत करते. वर्षानुवर्षे, या व्यापारी प्रदर्शनाने देशभरातील किरकोळ विक्रेते, ब्रँड्स, वितरक, आयातदार, डिझाइनर्स आणि संस्थात्मक खरेदीदारांच्या बदलत्या प्राधान्यांचे प्रतिबिंब उमटवले आहे.

एचजीएच इंडिया न्यूज हा व्यापार क्षेत्राशी साधलेला एक निरंतर संवाद आहे—ज्यामध्ये प्रदर्शनाच्या दालनात काय घडणार आहे हे निश्चित करणाऱ्या विविध श्रेणी, कल आणि उपकरणांवर चर्चा केली जाते; तसेच, प्रदर्शनाच्या त्या चार दिवसांपलीकडेही या उपकरणांची व्याप्ती वाढवली जाते. आपल्या 19 व्या आवृत्तीसाठी, एचजीएच इंडिया न्यूजलेटर बाजारातील संकेत, श्रेणीविषयक सखोल माहिती, व्यापारी संधी, उदयास येणारे बदल, प्रदर्शकांची दृश्यमानता आणि उद्योगासाठी महत्त्वपूर्ण ठरणाऱ्या भविष्यवेधी कल्पनांना एकत्रितपणे सादर करेल.

एचजीएच इंडिया न्यूज ची ही पहिली आवृत्ती एका साध्या, तरीही अत्यंत प्रभावी कल्पनेने सुरू होते: ती म्हणजे, गृहसज्जा आणि जीवनशैली क्षेत्राचे भविष्य हे तीन परस्परसंबंधित दृष्टिकोनांतून समजून घेता येते — समकालीन, भविष्यवेधी आणि शाश्वत. एकत्रितपणे, आगामी वर्षांमध्ये उत्पादनांची रचना, स्थाननिश्चिती, स्रोत-निवड आणि खरेदी कशा प्रकारे केली जाईल, यासाठी ते एक व्यावहारिक चौकट प्रदान करतात.

एचजीएच इंडिया च्या 19 व्या आवृत्तीची आम्ही आतुरतेने वाट पाहत असताना—30 जून ते 3 जुलै 2026 या कालावधीत मुंबई येथील बॉम्बे एक्झिबिशन सेंटरमध्ये आयोजित करण्यात आली आहे—आम्हाला असे वाटते की, व्यापार प्रदर्शनांची भूमिका देखील आता विकसित होत आहे. केवळ उत्पादने एका छताखाली एकत्र आणणे आता पुरेसे नाही. एका खऱ्या अर्थाने समर्पक व्यापारी मंचाने बाजारपेठेविषयी माहिती निर्माण केली पाहिजे, विविध श्रेणींमधील संवादांना चालना दिली पाहिजे, निर्णय घेण्यासाठी संदर्भ तयार केला पाहिजे आणि उद्योगाला भविष्यात काय येणार आहे याचा अंदाज घेण्यास मदत केली पाहिजे.

आम्हाला आशा आहे की, या अंतर्दृष्टी तुम्हाला सध्याच्या बाजारातील बदलांचा सामना करण्यास मदत करतील. आमच्या वृत्तपत्र मालिकेमध्ये आम्ही या श्रेणींचा आणि विषयांचा आणखी सखोल वेध घेणार आहोत; तोपर्यंत आमच्याशी जोडलेले राहा. शो-फ्लोअरवर लवकरच भेटू!"

— टीम एचजीएच इंडिया

समकालीन ■ भविष्यवेधी ■ शाश्वत

2026 मधील गृह आणि जीवनशैली क्षेत्रातील व्यापाराचे आकलन करण्यासाठी एक उपयुक्त चौकट. भारतीय गृह बाजारपेठ अधिकाधिक बहुस्तरीय आणि प्रगत होत आहे. एकेकाळी अत्यंत विस्कळीत आणि केवळ कार्यक्षमतेवर आधारित असलेला हा व्यापार आता डिझाइन, जीवनशैलीविषयक आकांक्षा, वेल्नेस, नावीन्य आणि साहित्याबाबतची सजगता या घटकांचा वाढत्या प्रमाणात प्रभाव स्वीकारत आहे. खरेदीदार केवळ 'काय खपेल' याचाच शोध घेत नाहीत; तर त्यांना असे काही हवे असते जे त्यांना समर्पक, इतरांपेक्षा वेगळे आणि भविष्यासाठी सज्ज वाटेल.

एचजीएच इंडिया मध्ये, आम्ही याकडे एका व्यावहारिक दृष्टिकोनातून पाहतो—जो विविध श्रेणींमध्ये अधिकाधिक महत्त्वाचा ठरत आहे: समकालीन, भविष्यवेधी आणि शाश्वत.

'समकालीन' ही संज्ञा अशा उत्पादनांचा आणि संग्रहांचा निर्देश करते, जे आजच्या ग्राहकांची मानसिकता प्रतिबिंबित करतात — अधिक सुबक रचना, उत्कृष्ट फिनिशिंग, जीवनशैलीशी अधिक दृढ सुसंगतता आणि दैनंदिन जगण्याचा अधिक उन्नत अनुभव. गृहवस्तोद्योगात, हे एकावर एक रचलेल्या चादरी, एकरंगी रंगसंगती आणि सुसंगत खोलीच्या मांडणीमध्ये दिसून येते. गृहसजावटीमध्ये, आताचा कल अशा अॅक्सेसरीजकडे आहे, ज्या अनावश्यकता न आणता व्यक्तिमत्त्व जोडतात — म्हणजेच विचारपूर्वक निवडलेल्या सजावटीच्या वस्तू, संतुलित मांडणी आणि बदलत्या अंतर्गत सजावटीच्या जाणिवांना पूरक ठरणाऱ्या कलावस्तू, फर्निचरच्या बाबतीत, ते आटोपशीर, शहरी आणि बहुउद्देशीय स्वरूपात दिसून येते. स्वयंपाकाच्या भांड्यांमध्ये, हे 'कुक अँड सर्व्ह' पर्यायांमध्ये आणि इंडकशन-रेडी किचन सोल्यूशन्समध्ये दिसून येऊ शकते. मुळात, घरगुती आणि जीवनशैलीच्या बाजारपेठेची सद्यस्थिती इथेच सर्वात स्पष्टपणे परिभाषित होते.

भविष्यविभूषण हे येत्या काही वर्षांत लोक कसे जगतील, वापरतील आणि खरेदी करतील यामोवती श्रेणींची पुनर्कल्पना करण्याच्या पद्धतीत अधिकाधिक दिसून येत आहे. तंत्रज्ञान, सोय, आरोग्य आणि मॉड्यूलरिटी उत्पादनांच्या पुढील लाटेला आकार देत आहेत. गृहवस्तोद्योगात, हे अधिक चांगली सुरक्षा, उच्च-कार्यक्षम कापड, सहज देखभाल करता येणारे साहित्य आणि आरोग्याला प्राधान्य देणाऱ्या बेडिंगच्या माध्यमातून उदयास येत आहे. फर्निचरच्या क्षेत्रात, हे तरुण भारतीयांच्या बदलत्या जीवनशैलीसाठी तयार केलेल्या घडी घालता येण्याजोग्या, जुळवून घेता येण्याजोग्या आणि जागा वाचवणाऱ्या उपायांमधून व्यक्त होते. स्वयंपाकघर आणि घरगुती वस्तूंच्या क्षेत्रात, हे स्मार्ट उपकरणे आणि ऊर्जा-कार्यक्षम सोयीस्कर उपायांमध्ये दिसून येते. केवळ महानगरांमध्येच नव्हे, तर पुणे, अहमदाबाद आणि कोईम्बतूरसारख्या शहरांमध्येही अशा खरेदीदारांकडून खरी मागणी आहे, ज्यांच्यासाठी स्मार्ट कार्यक्षमता हे एक अतिरिक्त प्रीमियम वैशिष्ट्य नसून, उत्पादनाचे एक अपेक्षित वैशिष्ट्य आहे.



पॅनो

शाश्वतता ही या क्षेत्रातील सर्वात महत्त्वाच्या दीर्घकालीन निकषांपैकी एक बनत आहे. हा आता केवळ एखाद्या विशिष्ट क्षेत्रापुरता मर्यादित किंवा उच्चभू संवाद राहिलेला नाही. खरेदीदार आणि ब्रँड्स हे साहित्याची अस्सलता, टिकाऊपणा, पुनर्वापर, कचरा कपात, जबाबदार स्रोत निवड आणि उत्पादनाचे दीर्घायुष्य या बाबींकडे अधिकाधिक बारकाईने लक्ष देत आहेत. स्वयंपाकाच्या भांड्यांवरील अधिक सुरक्षित आवरण असो, वस्तोद्योगातील नैसर्गिक किंवा पुनर्चक्रीकृत धागे असोत, फर्निचरमधील जबाबदारीने मिळवलेले साहित्य असो, किंवा झोपेच्या गुणवत्तेत सुधारणा करण्यासाठी उत्पादनांमधील अधिक हवेशीर आणि टिकाऊ पर्याय असोत, शाश्वतता आता व्यावसायिक धोरण आणि ग्राहकांची धारणा या दोन्हीवर प्रभाव टाकू लागली आहे.

एकत्रितपणे पाहता, हे तीन दृष्टिकोन केवळ 'ट्रेंड'ची भाषा नव्हे, तर त्याहूनही अधिक काही देतात. घर आणि जीवनशैलीच्या बाजारपेठेत व्यावसायिकदृष्ट्या काय महत्त्वाचे ठरत आहे — आणि यशस्वी ब्रँड्सच्या पुढील पिढीला नक्की काय पुरवणे आवश्यक असेल — हे समजून घेण्याचा एक व्यावहारिक मार्ग ते उपलब्ध करून देतात ■



सैनिक

काय अपेक्षा करावी?

मुंबई येथील बॉम्बे एक्झिबिशन सेंटरमध्ये आयोजित 'एचजीएच इंडिया' ची 19 वी आवृत्ती, गृह आणि जीवनशैली क्षेत्रातील व्यापार-उद्योगाचा एक सशक्त आणि अत्यंत महत्त्वपूर्ण प्रतिनिधी वर्ग पुन्हा एकदा एकत्र आणेल.

या प्रदर्शनामध्ये जगभरातील 30 हून अधिक देशांमधील विविध ब्रँड्स आणि उत्पादक सहभागी होतील; तसेच, हे प्रदर्शन भारतातील 750 हून अधिक शहरे व नगरांमधील किरकोळ विक्रेते, घाऊक विक्रेते, वितरक, आयातदार, संस्थात्मक खरेदीदार, वास्तुविशारद आणि इंटरियर डिझाइनर्सना—ज्यामध्ये नॉन-मेट्रो बाजारपेठांमधील व्यावसायिकांच्या वाढत्या वर्गाचाही समावेश आहे—सातत्याने आकर्षित करत राहील. 30 विविध देशांमधील आंतरराष्ट्रीय अभ्यागतही या प्रदर्शनाला भेट देतील अशी अपेक्षा आहे. प्रदर्शकांसाठी, 'एचजीएच इंडिया' हे व्यावसायिक क्षेत्रातील गंभीर आणि इच्छुक प्रेक्षकांशी जोडले जाण्याची एक अत्यंत कार्यक्षम व नेमकेपणाने लक्ष्य साधणारी संधी म्हणून कायम आहे. खरेदीदारांसाठी, हे एक असे व्यासपीठ ठरते जिथे खरेदी-विक्रीचे आधीपासूनचे संबंध अधिक दृढ करता येतात, तसेच एकाच वातावरणात व्यवसायाच्या नवीन संधीही निर्माण करता येतात.

या वर्षीची आवृत्ती भारतीय उत्पादक, ब्रँड्स, आयातदार, निर्यातदार, सोर्सिंग तज्ञ आणि उदयोन्मुख उत्पादन निर्मात्यांचा अधिक व्यापक व समृद्ध मेळ सादर करेल. हे बाजाराच्या वाढत्या परिपक्वतेचेही प्रतिबिंब उमटवत राहील; जिथे व्यवसाय हा प्रमाण, व्याप्ती, रचना, नावीन्य, गुणवत्ता आणि ग्राहकांच्या आकांक्षा यांच्यातील एका नाजूक समतोलद्वारे परिभाषित केला जातो. 2026 ची आवृत्ती चार दालनांमध्ये विस्तारलेली असेल, ज्यामध्ये गृहवस्ते, सजावटीचे सामान, शयनकक्ष व स्नानगृह साहित्य, मेज व स्वयंपाकघर लिनन, गालिचे व पायघड्या, तांत्रिक वस्ते (दालन 6); गृहसजावट—ज्यामध्ये मेजावरील वस्तू, भिंत व जमिनीची सजावट, हस्तकला, गृह-सुगंधी उत्पादने, कृत्रिम फुले, सजावटीचे दिवे, भेटवस्तू आणि बरेच काही समाविष्ट आहे—(दालन 2); गृह-फर्निचर (दालन 3); आणि घरगुती वस्तू व भेटवस्तू (दालन 4) या क्षेत्रांचे सशक्त प्रतिनिधित्व असेल.

अभ्यागत 'H-Circle Product Innovation Awards' ची सातत्यपूर्ण गती अनुभवण्याची अपेक्षा करू शकतात; या पुरस्कारांची ही आता पाचवी आवृत्ती असून, भारतीय बाजारपेठेसाठी उत्पादनांमधील नावीन्य आणि त्यांची प्रासंगिकता तपासण्याचे ते एक मौल्यवान मापदंड बनले आहेत. अभ्यागत 'H-Circle उत्पादन नवोपक्रम पुरस्कार' ची सातत्यपूर्ण गती अनुभवण्याची अपेक्षा करू शकतात; या पुरस्कारांची ही आता पाचवी आवृत्ती असून, भारतीय बाजारपेठेसाठी उत्पादनांमधील नावीन्य आणि त्यांची प्रासंगिकता तपासण्याचे ते एक मौल्यवान मापदंड बनले आहेत ■



सपना कार्पेट-मॅट्स



पॅसिफिक कॉटन्स



एसेन



गिफ्टी होम फॅशन



ऑरेंज आणि मस्टर्ड



आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शकांचे लक्ष भारतावर

19व्या एचजीएच इंडिया चा आणखी एक महत्वाचा पैलू म्हणजे आंतरराष्ट्रीय सहभागाची सातत्यपूर्ण भक्कमता.

भारताची 'गृह आणि जीवनशैली' बाजारपेठ जसजशी अधिक सखोल आणि अत्याधुनिक होत चालली आहे, तसतसे केवळ उत्पादनांचे एक गंतव्यस्थान म्हणून नव्हे, तर प्रादेशिक आणि जागतिक स्तरावर महत्त्व असलेली एक गंभीर व्यापारी बाजारपेठ म्हणूनही तिचे महत्त्व अधिकाधिक वाढत आहे. थेट किंवा भारतीय चॅनल भागीदारांमार्फत सादर होणारी आंतरराष्ट्रीय उत्पादने आणि ब्रँड्स, सोर्सिंग इकोसिस्टमला सातत्याने व्यापकता देत आहेत, तसेच भारतीय खरेदीदारांना व्यापक जागतिक बदलांच्या तुलनेत साहित्य, फिनिश, डिझाइन आणि श्रेणीच्या दिशेचे मूल्यांकन करण्यास मदत करत आहेत.

त्याच वेळी, एचजीएच इंडिया हे—भारतात वितरण व्यवस्था शोधणाऱ्या परदेशी ब्रँड्ससाठी, पुरवठ्याच्या नवीन संधींच्या शोधात असलेल्या भारतीय आयातदारांसाठी, आंतरराष्ट्रीय उत्पादनांच्या श्रेणीचे मूल्यमापन करणाऱ्या किरकोळ विक्रेत्यांसाठी आणि भारतीय बाजारपेठेत कशा प्रकारे बदल होत आहेत याचे निरीक्षण करणाऱ्या निर्यातदारांसाठी—एक उपयुक्त संधी बनली आहे. त्या अर्थाने, या मंचाचे महत्त्व आता केवळ राष्ट्रीय स्तरापुरते मर्यादित राहिलेले नाही. उलट, हे एक असे ठिकाण बनत चालले आहे, जिथे आंतरराष्ट्रीय व्यापारी संबंध, भारतातील मागणी आणि जागतिक पुरवठा यांचा अर्थपूर्ण संगम होतो.

अभ्यागतांना इटली, जर्मनी, बेल्जियम, अमेरिका, युके, युक्रेन, तुर्की, चीन, सिंगापूर, चिली आणि इतर अनेक देशांमधील, घराशी संबंधित विविध श्रेणींमधील उत्पादनांचे पर्याय येथे उपलब्ध होऊ शकतात. शिवाय, गेल्या अनेक वर्षांपासून जागतिक दर्जाची उत्पादने निर्माण करणारे अनेक प्रस्थापित भारतीय निर्यातदार—भारतीय देशांतर्गत बाजारातील प्रचंड आणि वाढत्या संधींची दखल घेत—एचजीएच इंडिया च्या या आवृत्तीत प्रथमच सहभागी होत आहेत ■



पुढे चालता...

एचजीएच इंडिया हे असेच एक ठिकाण राहिल, जिथे उत्पादनांचा शोध घेतला जातो आणि व्यवसाय व्यवहार केले जातात. आम्ही हे व्यासपीठ अधिक मजबूत करत राहू, जिथे व्यापारी विचार करू शकतील, विश्लेषण करू शकतील आणि भविष्याचा वेध घेऊ शकतील. एचजीएच इंडिया 2026 मध्ये भारतातील गृह व्यापाराच्या संपूर्ण व्याप्तीचा समावेश आहे, आणि या वृत्तपत्रिकेच्या सर्व अंकांमधून हीच कल्पना प्रतिबिंबित होईल की, हे विभाग एकमेकांपासून वेगळे चालत नाहीत. स्वयंपाकाची भांडी खरेदी करणारा विक्रेता घरासाठी लागणारे लिननचे कपडेही खरेदी करत असतो. साहित्य निश्चित करणारा वास्तुविशारद फर्निचर, सजावटीच्या वस्तू आणि मऊ सजावटीच्या वस्तूंच्या शोधात असतो. एका नव्या शहरात आपला विस्तार करणारा वितरक केवळ एखाद्या विशिष्ट कपाटाचा (शेल्फचा) नव्हे, तर संपूर्ण घराचाच सर्वकष विचार करत असतो.

'एचजीएच इंडिया' च्या 19 व्या आवृत्तीच्या तयारीच्या दिशेने आम्ही वाटचाल करत असताना, आगामी काही आठवड्यांमध्ये विविध उत्पाद श्रेणींवरील विशेष प्रकाशझोत, प्रदर्शकांची ओळख, बाजारातील निरीक्षणे आणि भविष्याभिमुख विषय आपल्यासमोर सादर केले जातील ■



अभ्यागत नोंदणी

आमच्याशी जोडलेले राहण्याचे, तुमचे विचार व अभिप्राय सामायिक करण्याचे आणि सर्वात महत्वाचे म्हणजे, ही तारीख राखून ठेवण्याचे आम्ही तुम्हाला निमंत्रण देतो:

19 वा एचजीएच इंडिया

30 जून - 3 जुलै 2026

बॉम्बे एक्झिबिशन सेंटर, मुंबई

व्यावसायिक अभ्यागतांना प्राधान्यक्रमित अद्यतने, प्रदर्शकांची पूर्वदृश्ये आणि प्रदर्शनाविषयीची माहिती मिळवण्यासाठी, आगाऊ नोंदणी लवकरात लवकर करण्याचे आवाहन करण्यात येत आहे.



मोफत नोंदणी करण्यासाठी आणि 20 जून 2026 पूर्वी नोंदणी शुल्काचे ₹1000 वाचवण्यासाठी, वरील QR कोड स्कॅन करा.

अद्ययावत माहिती आणि नोंदणीसाठी:
www.hghindia.com

