



中国建博会(上海)
CBD-IBCTF(Shanghai)

2022.3.22-24
上海虹桥·国家会展中心

2022 中国建博会(上海) 全屋高端定制平台

18万+平方米 | 800+品牌 | 12万+专业观众

CBD

IBCTF



中国建博会(上海)
CBD-IBCTF(Shanghai)

三城六展, 连锁展会平台布局全链



联系方式

中国对外贸易广州展览有限公司\上海中贸美凯龙经贸发展有限公司

联系电话: 020-82101928、13710529556



展会概况

01



时间

2022年3月22-24日

02



地点

上海虹桥·国家会展中心

03



主承办单位

中国对外贸易广州展览有限公司
上海环球展览有限公司
红星美凯龙家居集团股份有限公司
上海中贸美凯龙经贸发展有限公司

04



支持单位

中国建筑装饰协会
中国林产工业协会
全国工商联家具装饰业商会

05



展会规模

18万+平方米

06



参展品牌

800+家

07



预计到会专业观众

12万+名

08



展会定位

全屋高端定制平台

09

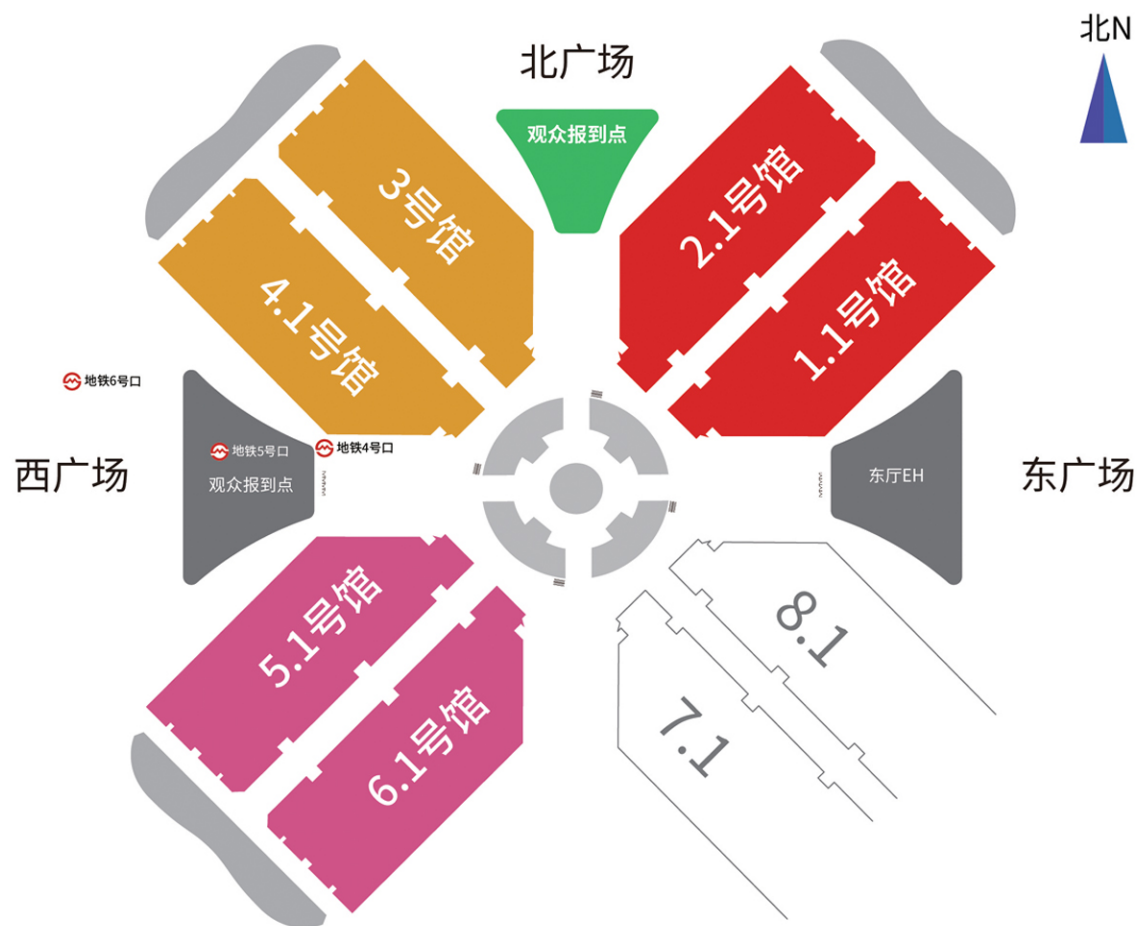


差异化优势

- 1.中贸展与红星美凯龙展店联盟，强强联合。
- 2.全品类高端品牌齐聚，打造国内顶级的高端主材、系统门窗、全屋定制主题馆。
- 3.建博生态圈汇聚万名设计大咖、百家房企百家装企、百家家居建装设计媒体等全产业链上下游商贸资源高效对接。
- 4.华东地区经济基础雄厚，是国内主要的家居建材生产基地及国内最大消费市场，作为华东地区唯一的全屋高端定制平台，中国建博会（上海）位于上海虹桥，依托于经济韧性拔群的长三角及华东地区，有着得天独厚的地域优势。



展会布局



中国建博会(上海)
CBD-IBCTF (Shanghai)

2022年3月22-24日
上海虹桥·国家会展中心

- **1&2号馆高端主材馆:**
进口瓷砖/卫浴/岩板、瓷砖、卫浴、岩板、地板、涂料、软装、供应链
- **3&4号馆系统门窗馆:**
系统门窗、铝合金门窗、铝木门窗、入户门(智能安防)、阳台空间、阳光房
- **5&6号馆全屋定制馆:**
高端定制、潮流定制、进口橱柜、进口电器、系统电器、木门顶墙

参展收获



01 品牌发布：

专业媒体全流域推广

（行业媒体精准曝光，新品发布宣传，活动落地推广）



02 渠道维护

经销商、制造商、设计师等全渠道维护

（TOP1000经销商榜单甄选优质经销商，中国建筑装饰协会、DDS

当代家居潮流观念展、中国设计联盟网等诸多设计师资源）



03 精准选商

线上线下齐发力精准选商

（线上官方小程序在线精准对接，线下全国路演精准配对需求，展会现场商贸配对精准匹配）



04 行业交流

全国大家居建装从业者年度盛宴

（系列品建会促进行业交流，TOP100品牌榜单甄选优质品牌，开幕招待会品牌齐聚一堂，论坛活动深度参与互动……）



05 跨界资源

引入开发商、装饰公司等跨界资源，纵享跨界合作及流量

（在中国房地产发展高峰论坛暨中国地产荣誉榜颁奖典礼、中国房地产联采创新峰会对接房企开发商资源，中国建筑装饰协会、中国木门技术联盟、家装下午茶等引入装企资源，品源文华引入博物馆IP资源）

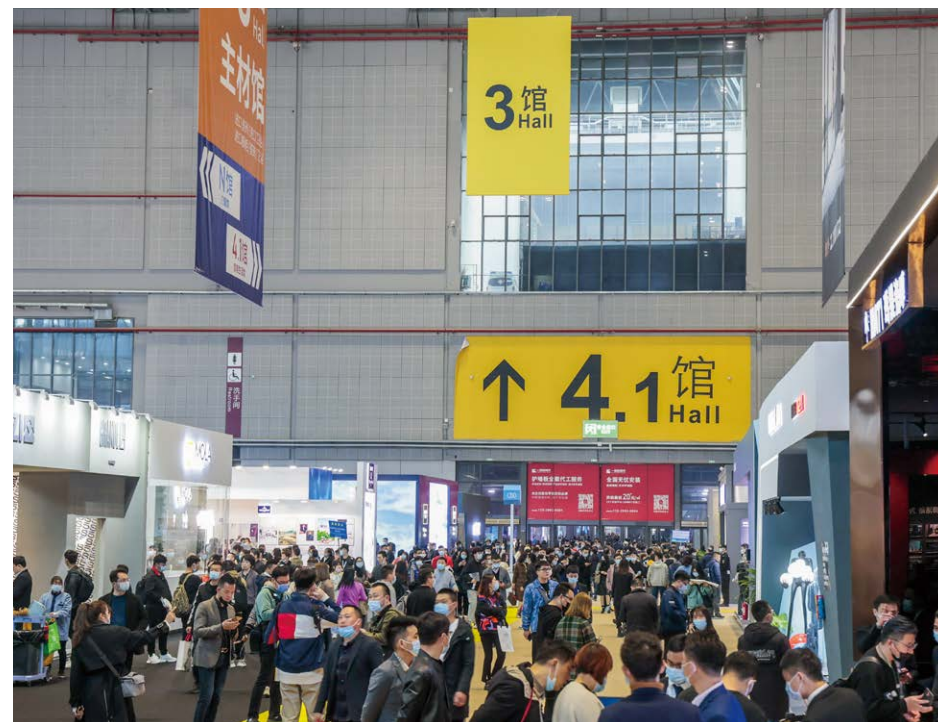


参展亮点

高端主材馆



高端主材馆设置地板、生活美学、卫浴、岩板/瓷砖展区，涵盖进口瓷砖/卫浴/岩板、瓷砖、卫浴、岩板、地板、涂料、软装、供应链等品牌，充分展示主材新产品、新趋势，打造实至名归的中国“主材第一展”。



其中，地板展区将展示国风地板、高端设计地板、地热地板、潮流地板、弹性地板；生活美学展区将引入国内外高端涂装材料、软装及美学灯饰，打造集视觉体验、色彩美学为一体的情景体验空间；卫浴展区将展示进口卫浴和国产卫浴行业领航产品，定制多元化卫浴产品；岩板/瓷砖展区将展示进口、国产岩板/瓷砖新材料、新工艺、新花色，彰显个性化、自然化、智能化趋势。

高端主材馆



系统门窗馆

系统门窗馆囊括系统门窗、铝合金门窗、铝木门窗、入户门(智能安防)、阳台空间、阳光房等题材,集中展示新产品、新系统解决方案。

系统门窗馆使用国家会展中心(上海)核心3号、4.1号馆,贯通北厅和西侧地铁口两大展会主要观众登陆口,展出规模达6万平方米较上届增加100%,整装扩容、整体亮相、百花齐放。

新增入户门及阳台空间专区,汇集包括防盗门、铜门、装甲门、车库门、智能安防等入户门及晾衣架、阳台柜、智能锁、智能晾衣系统、智能保险柜、智能开关、智能控制系统等阳台空间产品,联合已有的核心产品,精心打造门窗行业上下游系统解决方案。

系统门窗馆



全屋定制馆

全屋定制馆囊括高端定制、潮流定制、进口橱柜、进口电器、系统电器、木门、顶墙等题材,集中展示新产品新技术。

在高端定制和全屋定制的基础上,全面整合更高端的美国、德国、意大利、韩国等进口橱柜、进口电器,以及国内潮牌系统电器进驻全屋定制馆,集中展现最前沿、最精尖的定制新品,发布开年布局的新战略,打造更高端、更引领时尚、更科技领先的全屋定制新体验。



此外，中国建博会（上海）还将通过调整灯光与地毯，营造100%氛围感，统一限高、调整展馆布局与展位设计，明确参观动线等措施，让所有参与者拥有全新的沉浸式体验，打造名副其实且专业的中国“高定第一展”！



中国建博会(上海)
CBD-IBCTF (Shanghai)



部分签约品牌



Imola签约中国建博会(上海)



Roca签约中国建博会(上海)



OEZER签约中国建博会(上海)



HAIER签约中国建博会(上海)



温州定制家居商会签约中国建博会(上海)



艾族签约中国建博会(上海)



安雅达签约中国建博会(上海)



奥普签约中国建博会(上海)



帝奥斯签约中国建博会(上海)



顶固签约中国建博会(上海)



ESTE签约中国建博会(上海)



福戈米兰签约中国建博会(上海)



福庆家居签约中国建博会(上海)



福庆木业签约中国建博会(上海)



顾家木门签约中国建博会(上海)



皇派签约中国建博会(上海)



恒洁签约中国建博会(上海)



惠达签约中国建博会(上海)



金丝玉玛签约中国建博会(上海)



九牧签约中国建博会(上海)



金米龙签约中国建博会(上海)



KLF CASA签约中国建博会(上海)



卡利亚签约中国建博会(上海)



朗墅签约中国建博会(上海)



朗斯签约中国建博会(上海)



聆聆签约中国建博会(上海)



M77签约中国建博会(上海)



OOD签约中国建博会(上海)



美罗堡签约中国建博会(上海)



美沃签约中国建博会(上海)



诺贝尔岩板签约中国建博会(上海)



OOMOO签约中国建博会(上海)



帕莱德签约中国建博会(上海)



派雅签约中国建博会(上海)



全度签约中国建博会(上海)



三只喜鹊签约中国建博会(上海)



芬庭涂料签约中国建博会(上海)



奢悦签约中国建博会(上海)



实爱签约中国建博会(上海)



世豹签约中国建博会(上海)



斯洛曼签约中国建博会(上海)



瓦瑟签约中国建博会(上海)



万耀签约中国建博会(上海)



威盾签约中国建博会(上海)

部分签约品牌



维朗签约中国建博会（上海）



沃伦签约中国建博会（上海）



小森签约中国建博会（上海）



欣畅签约中国建博会（上海）



欣格签约中国建博会（上海）



亚度签约中国建博会（上海）



衍和签约中国建博会（上海）



一米阳光签约中国建博会（上海）



伊恋签约中国建博会（上海）



易高签约中国建博会（上海）



致尚签约中国建博会（上海）



众冉签约中国建博会（上海）



左尚明舍签约中国建博会（上海）

以上数据截止2021年4月底

3月26日，2021中国建博会（上海）圆满落幕，艾族、安雅达、奥普、帝奥斯、顶固、ESTE、德技优品、福戈米兰、顾家木门、海尔、恒洁、皇派、惠达、金米龙、金丝玉玛、九牧、卡利亚、KLF CASA、朗墅、朗斯、乐家、聆鲤、M77、美罗堡、美沃、诺贝尔、诺的、OOD、OOMOO、欧哲、帕莱德、派雅、普诺斯特、全度、三只喜鹊、莎庭涂料、奢悦、实爱、世豹、斯洛曼、瓦瑟、万骊、威盾、维朗、温州定制家居商会、沃伦、小森、欣畅、欣格、亚度、衍和、一米阳光、伊恋、伊莫拉、易高、致尚、众冉、左尚明舍（按品牌名拼音首字母顺序排列）等近60家建装品牌纷纷签约2022中国建博会（上海），携手共创盛会，共同助力行业前行。

品建会

助力品牌提前抢占赛道，深度赋能行业发展，中国建博会（上海）全力打造“品建会”系列IP推广活动，深入剖析行业动态，解析细分领域新风向，把握行业新趋势。截至2021年3月，“品建会”系列活动已成功举办6场。

01.门窗



主题	时间
开门见山 品味建博	12月7日
直播播放量	地点
120.9万	佛山
与会品牌数量	
31家	

02.高定



时间	主题
12月23日	高建远识 品味建博
地点	直播播放量
上海	60.9万
	与会品牌数量
	30家



03.定制



主题	时间
高屋建瓴 品味建博	12月30日
直播播放量	地点
137.5万	广州
与会品牌数量	
41家	



04. 涂料软装



时间	主题
1月11日	大展宏涂 整装待发
地点	直播播放量
上海	34.8万
	与会品牌数量
	30家



05. 媒体



主题	时间
喜上媒梢 品味建博	1月21日
直播播放量	地点
45.9万	上海
与会媒体数量	
25家	



06.展前动员

中国建博会(上海)
2021年3月24-26日
上海虹桥 国家会展中心

2021中国建博会(上海)展前总动员“品建会”

开年打赢第一枪 虹桥建博更响亮

时间 2021年3月10日(周三)
上午09:30 — 12:00

地点 上海虹桥国家会展中心
B座3层B001会议室
(上海市青浦区崧港路181号)

时间 3月10日
主题 开年打赢第一枪
虹桥建博更响亮

地点 上海
直播播放量 30万+
与会品牌数量 30家及20+媒体

参与权益一览：

- **宣传物料露出:** 专属嘉宾海报、现场视频采访、60+w粉丝官方账号宣传报道露出
- **品牌采访视频:** 品牌专属采访视频片段
- **行业深度交流机会:** 行业大咖、顶流品牌齐聚一堂，深度交流
- **与行业大咖面对面:** 与中贸展、红星美凯龙领导面对面，零距离沟通
- **参与方式:** 品牌可与中国建博会(上海)官方取得联系，参与品牌对应题材品建会(联系方式详见封底)

数据分析：

2021中国建博会(上海)数据回顾



参展品牌数量 550+品牌



展览面积:16万+平方米

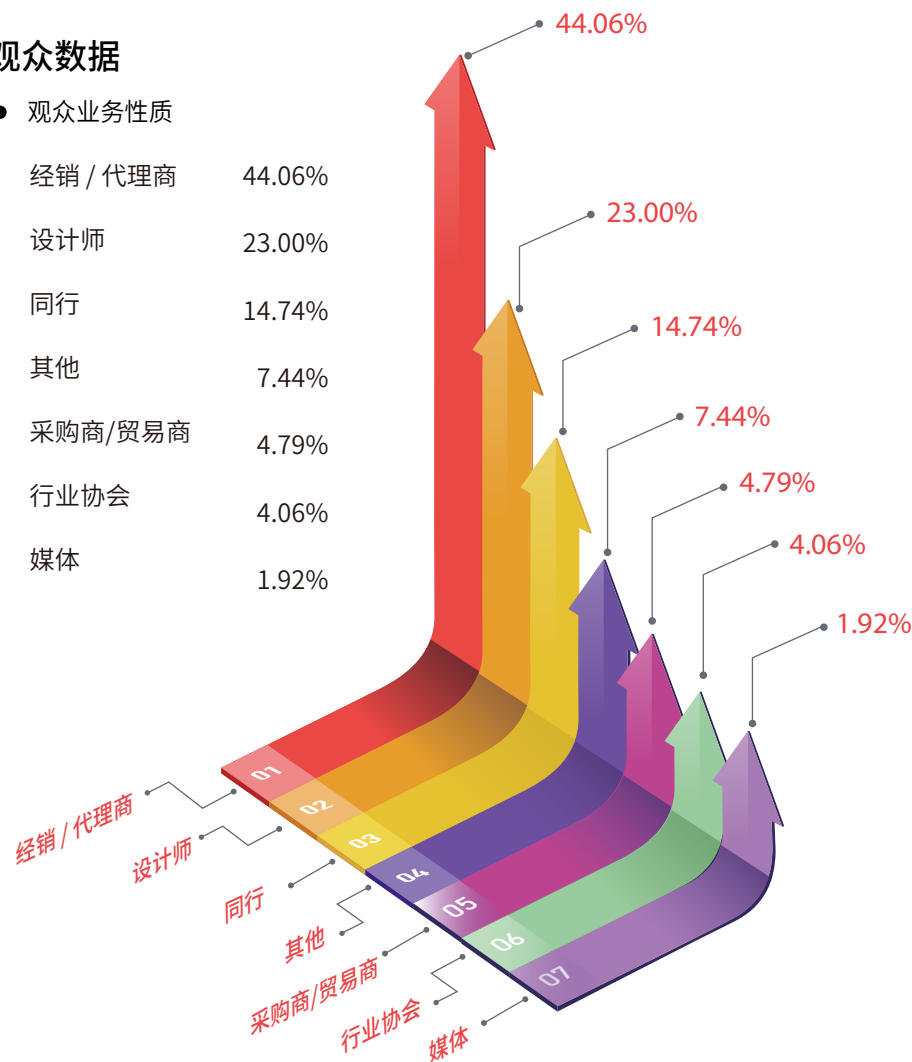


专业观众入场人数:106047人

观众数据

● 观众业务性质

经销 / 代理商	44.06%
设计师	23.00%
同行	14.74%
其他	7.44%
采购商/贸易商	4.79%
行业协会	4.06%
媒体	1.92%



参观目的

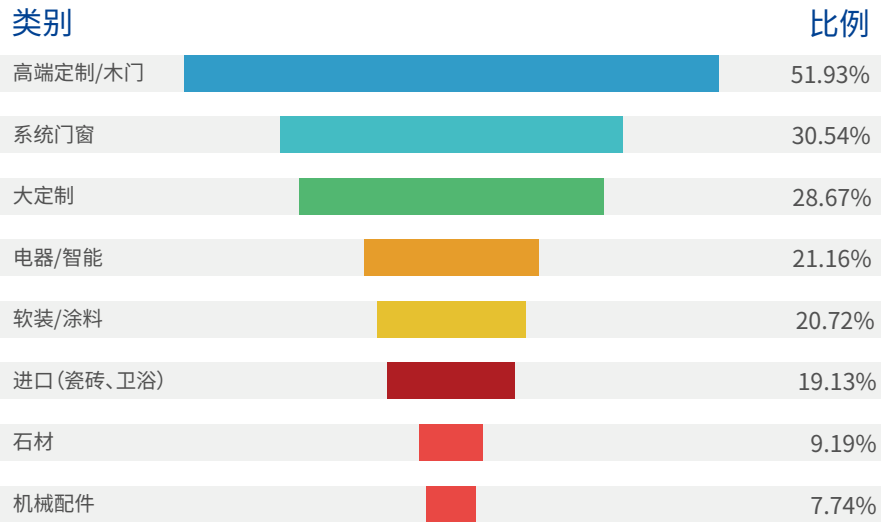
● 观众目的多为了解市场动向和发展趋势



● 此项调查数据为多选数据

观众意向题材占比

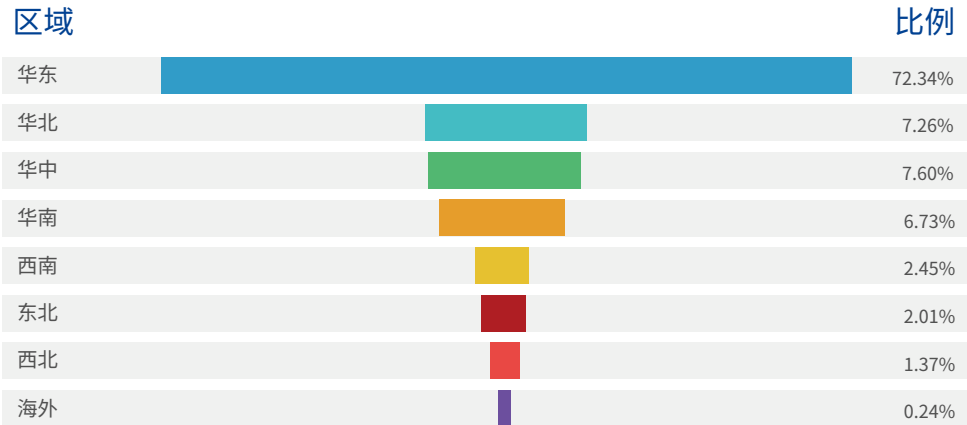
● 高定题材受到最多关注



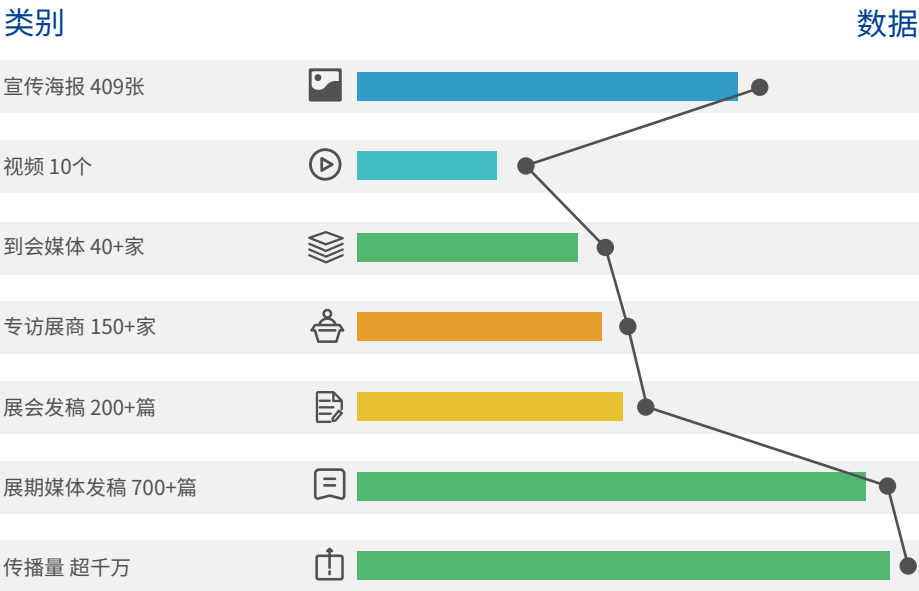
● 此项调查数据为多选数据

地区分布

● 以华东地区为主, 遍布全球。



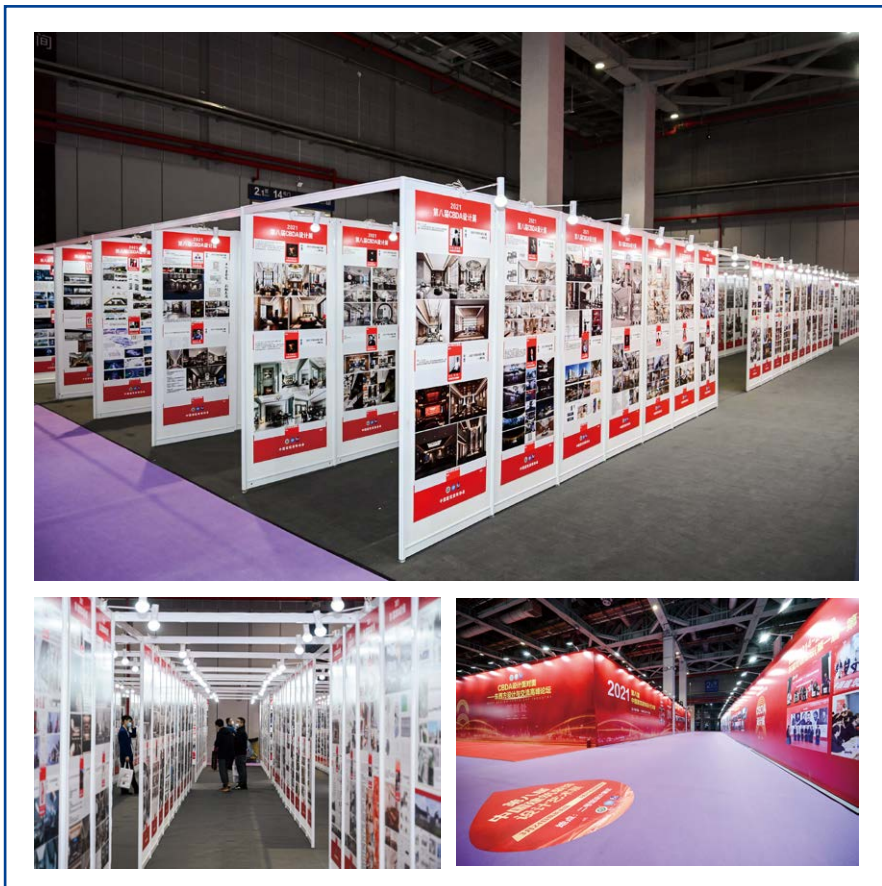
宣传数据





重点活动回顾

·CBDA建筑装饰设计艺术精选作品展



中国建筑装饰设计艺术展是中国建筑设计行业的获奖成果和荣誉的殿堂，是行业发展的最具专业性、权威性、广泛性的全行业产业链的设计展示平台。

以最严格的评选标准，最严苛的发展视角，最具创新的理念，挖掘国内优秀设计师、优秀设计团队、优秀设计作品和优选品牌方，并授予国家级荣誉。是国内外优秀设计单位、设计师和优选品牌的舞台。

·Design Dream Show当代家居潮流观念展



Design Dream Show当代家居潮流观念展由红星美凯龙与创新设计联盟主办，如今已举办八届。2016年至今，Design Dream Show当代家居潮流观念展共吸引超100家国内一线家居品牌以及知名设计&艺术机构参展，累计互动线上线下观众超8000多万，让海内外都见证了中国原创设计力量的茁壮成长。

· 艺术来源生活，艺术点亮生活·畅想博物馆艺术与家装应用



品源文华携手中国建博会（上海）分享博物馆艺术与家居建材行业的万千可能，现场的主题体验空间也给予品牌更多的直观感受。赋能行业与品牌更多的想象空间。

· 房地产行业精品专区



房地产行业精品专区，携手全国房地产商会联盟、全国32家房地产商会以及各大地产开放商呈现赋能地产、家具企业新方式，解锁绿色整装、拎包入住升级新理念，集中展示全国房地产精品项目和项目集采需求，致力于帮助参会企业打通家居上下游供应链。



行业盛典



·商聚虹桥，遇“建”未来 2020中国建博会（上海）开幕招待会

超300家品牌代表参与，这里是建筑装饰行业同仁的顶层盛会，集结优秀重点销售服务商，现场颁发TOP 100品牌，甄选出100家行业优秀品牌。



·绿色领跑，遇“建”美好

绿色领跑健康跑是红星持续了4年的跑步活动，每年上海作为首发站在虹桥会展中心通过跑步的形式向整个家居行业、消费者传递绿色环保概念。



·2021中国建博会（上海）TOP1000经销商颁奖盛典

TOP1000经销商颁奖盛典是中国建博会（上海）具有非凡行业意义的组成部分，旨在通过2021CBD TOP1000经销商评选，推举一批有成绩、有思想、有闯劲的经销商，作为行业表率，促进行业经销商服务水平的提升，为行业发展转型升级提供一个良好的契机。



·2021 红星美凯龙春季大会

2021红星美凯龙春季大会是由红星美凯龙举办的一场行业顶流思想交锋盛宴，深度挖掘家居行业各版块下的当下与未来，引领行业最新风向，启动增长新引擎、开市场新格局。



论坛峰会



设计类

·设计面对面·东西方设计与交流-资深院长论坛

聚焦行业发展现状及设计师集体关切的问题。



·“设计师的工业4.0时代”

趋势专家、设计大咖、资深媒体人、产业精英围绕“设计师的工业4.0时代”主题对设计新趋势、人工智能与家居等议题的深入探讨，为设计师提供思维碰撞的平台。



高定类



·77°talk消费者面对面

论坛透过【消费者-设计师-企业】3方对话碰撞，探索高定消费者的需求原点、痛点、兴奋点，结合设计师的专业化建议，让高定企业能够为消费者提供更好的设计、产品、服务。



·“时代的追光者”中国定制产业经销商选品大会

中国定制产业经销商选品大会是由青木发起，与众多高定品牌联合主办，旨在帮助经销商根据自身的经营条件选择合适的项目进行健康发展，帮助厂家结合自身的产品及品牌特点找到相同经营理念的优质经销商。

门窗类

·“携手共赢 窗造未来”2021（首届）中国系统门窗大会

中国质量认证中心、红星美凯龙、中国建博会、优居研究院联合举办“2021中国系统门窗大会”，旨在联合各方力量、协作共赢，共同推动门窗行业的发展创新。



卫浴类

·定制卫浴大咖奇葩荟

定制卫浴，风起云涌。当2021经济复苏已成定局，定制这门高深的品牌经营“法则”，又将迎来哪些新变化？定制的机会点在哪里？中国建博会（上海）携手红星美凯龙主办的《定制卫浴—大咖奇葩荟》主题活动，赋能定制卫浴发展前行。



电器类

·智系整装品质行启动仪式

活动将联合发起机构将携手知名室内设计师、上下游产业链企业等，通过工厂实地走访、实验室检测、设计师沉浸对话、上下游渠道沟通、虚拟样板间打造.....全面走访及调查，历时10个月，通过从材料、制作、设计、施工呈现整条生产链，深入智系品类及整装企业，全面普查消费者指数，谋求全新发展契机。



·“设计+电，美好生活”M+电器榜单行业对接洽谈会

只有家装设计与家电设计相互融合，才能更好地打造更完整、更美好的家居生活空间，建立更稳定的情感联结。聚焦家电与生活设计美学，重新定义家电与家居生活空间，诚邀家居、家电行业精英人士共同赴约，开启“设计+电”新未来。



定制类



·中国整装发展论坛——设计主导权

本论坛是《中国整装发展论坛》系列之一，继续发扬光大《中国整装发展论坛》的主旨：引领中国整装发展。



·定制维新2021全屋定制董事长&总裁春季高峰论坛

一年之计在于春。泛家居圈联合中国建博会（上海）再次重磅推出“定制维新—2021全屋定制董事长&总裁春季高峰论坛”，汇聚定制家居行业全产业链核心圈层，全面探讨和分享行业后续2021年的品牌【新】战略。

木门类

·“一门心思·门当户对”：2021第十一届中国木门+品牌大会

本届会议以“一门心思·门当户对”为主题，旨在探讨木门行业关于品类战略、业务模式、品牌发展的问题，为木门企业指明方向。会议汇集数百名头部企业负责人、供应链企业负责人、引入房地产、家装、设计师等渠道资源，是木门行业极具影响力的品牌展示及发声平台。



跨界资源类

·中国建博会房地产高峰论坛暨全国房地产商会联盟年会

房地产行业高峰论坛、中国地产荣誉榜颁奖典礼。



·2021中国房地产联采创新峰会

诚邀全国各地优秀地产联采组织代表共聚上海，分享各自成功经验的同时，集思广益，探讨行业的发展新趋势，形成行业合力，共同推动中国房地产供应链的发展升级。



此外，展会现场还举办：

- “宜居宜业 美好生活”绿色健康建装产业创新应用高峰论坛、
- “聚能创赢·重塑增长”第五届中国建材行业高峰论坛暨【中楹榜】中国建材网优选品牌颁奖典礼
- 规范发展，标准先行——《抗菌木门》团体标准发布会
- 鲁班大学建博会专题公益课程《家居建材门店精细化运营新模式》
- 家居企业抖音短视频实战营销峰会
- 国际木结构建筑交流论坛
- “聚合力 炙天下”红星美凯龙华东地区攻略发布会等60余场论坛活动



展商反馈



·科凡全屋定制总裁 王巍

刚才转了一下我们定制行业的展厅，我最大的感受是，大家对于此次参加中国建博会（上海）的期许是很高的，从展厅的投入，参展人员的精气神，顾客对于参展产品的多样的视角和专注程度，以及他们提出问题的角度与思路，都是充满着期许，希望有所收获。



·广州好莱客创意家居股份有限公司营销中心副总监 林丽妮

本次参展最大的感受，就是今年展会的人气超过我预期的想象。我从各商家布展的过程中，看到有一些商家，有保持观望态度的，有积极用自己全新的产品去应对市场的变化的，那我们好莱客，是用品牌独特的设计理念，在尝试着设计潮牌，对于新生力量新消费群体的活力展现。相信在设计驱动下，今年会有更多的年轻消费者选择好莱客，喜欢好莱客。



·中国联塑集团市场与品牌管理中心总监 冼炳淳

在今年的中国建博会（上海）上，我们带来了一体化建材家居解决方案，实现了从提供装修全流程产品，到提供全流程服务、再到升级美好生活解决方案的迭代。展会现场可见，我们不仅拥有装修基础工程所需的管道、防水、密封胶、电线、照明、开关、石英石等家装产品解决方案，还拥有空间功能布局所需的整体厨房、衣柜、木门、酒柜全屋家居定制解决方案以及整体休闲卫浴、全屋净化系统解决方案等，从内而外为居者构筑美好生活。



·图森营销总监 黄李丽

在本次中国建博会（上海）中我们以“预见·不凡”为主题，并没有像往年那样以新品亮相展会，而是用我们最传统的混油产品，用新的工艺和色彩空，以“多彩生活，丰富人生”的理念呈现产品给大家。我们希望跳出冷冰冰设计理念的常规操作，将目光聚焦于“色彩”“混油”，以“再创新”“重生”发现未来新的可能。所以整个展厅会更侧重的呈现当下年轻人对空间生活方式的理解以及图森产品在空间中更多的可能性，全面展现图森对美学的追求。而且，深挖品牌的内在价值，通过比例的协调以及细节的处理，体现图森产品的不凡工艺能力，借此吸引全国各地优秀的经销商选择图森、认可图森。



·浙江卓木王红木家具有限公司总裁 杜长江

参加展会到现在，感受到了中国建博会（上海）的人气，尤其是我们的展览馆，得到了很多的关注，人山人海，可见中国建博会（上海）的影响力。我们希望未来建博会能够更加注重高定板块，能够让我们在高定板块领域得到更多的关注和宣传，能够给我们更多的聚焦，让我们本民族的高端品牌，能够尽快的崛起。



·浙江欧雅纳特木业有限公司总经理 陶健永

中国建博会（上海）开创了中国展览史上的一个先河，因为我们每次去意大利米兰展，我们看到的都是闭光的效果。中国建博会（上海）为了配合高定设计展，进行了闭光设计，只保留通道灯光，对于展方而言，也更愿意去倾听用户的实际需求。



展商反馈



·海尔三翼鸟培训总监 山丽丽

海尔智家在此次中国建博会(上海)上带来了全新品牌三翼鸟。作为海尔智家创立的场景品牌,三翼鸟颠覆了传统的零售,基于网器互联互通和主动服务,实现了体验引爆,不再是卖产品,而是卖解决方案,以场景重构家的“新居住”,服务更多的智慧家庭。



·能率董事长/总经理 森荣介

对于品牌来说,品牌打造是一个很重要的事情,以前我们可能不够重视这方面,想借助中国建博会(上海)这个平台将能率品牌推广出去,并将产品和技术都推广出去,让更多中国客户了解我们品牌,开拓中国市场占有率。



·威罗意大利进口涂料执行总裁CEO 邹本龙

威罗从进入中国市场以来,每年都参加中国建博会,今年已经连续参展18年了。今年感觉展会现场非常火爆,从参展商的数量来看,从观众的踊跃程度而言,人流量非常大,远远超过我们的预判。值得一提的是,本次展会也是中贸与红星美凯龙主办,我们也是红星美凯龙重要的合作伙伴,相信有红星美凯龙这个家居行业巨头参与配合,一定会让展会效果更好。



·汉斯格雅市场及零售副总裁 唐奕

当中国建博会(上海)邀约时,很高兴前来共襄盛举,参与这一盛会,这是我们第二次参与中国建博会(上海),希望中国建博会(上海)越办越好,成为家居类垂直行业当中领导性的展会平台,我们也期待能够在这样的平台上与参会者、受众分享更多关于汉斯格雅的新闻、新的举措,希望能够从中结识更多的朋友。红星美凯龙是我们多年来非常坚定的合作伙伴,一直为汉斯格雅在中国业务的发展保驾护航,再次感谢红星美凯龙,感谢中国建博会(上海)。



·贝斯特BTP总经理 彭真

参加中国建博会(上海),主要是希望借助这个平台把好的产品带给消费者,中国建博会(上海)专业性强,有针对性,都是我们建筑建材产品类的相关行业,过来参观或者洽谈业务的宾客都是精准客户。期待未来展会加大宣传力度,让全国各地有需求的客户都能到上海虹桥来。



·金丝玉码瓷砖市场部总监 黄妙丽

中国建博会(上海)名气大,客流量大,主办方提供给参展商的配套、服务十分周到,给我们参展商很好的资源,对接的客户多元化,比如说材料商、房地产商、代理商等,资源很丰富,中国建博会(上海)不仅给予我们品牌推广,还有招商的作用。

展商反馈



·皇派门窗董事长 朱福庆

今年皇派门窗参加中国建博会(上海)的主题是【四季谧境】，这次展馆的设计理念是：通过一门一境、一窗一界与艺术装置结合，打造一步一景的视觉效果，营造四季变迁的自然场景，令观者在空间游走时体验不同的诗性趣味，感受皇派门窗，见证四季的变迁。同时，作为门窗头部品牌，我们也推出了一揽子利好经销商政策，如大商扶持计划、数字化营销支持、店面成交系统升级以及品牌焕新升级，希望在中国建博会(上海)发现更多有潜力的经销商朋友，一起共享门窗亿万市场的发展红利。



·派雅门窗总经理 易绍光

参加中国建博会(上海)，让我们能够和来自全国各地的门窗企业一起参展，共同交流学习，探讨门窗行业未来的发展。通过中国建博会(上海)的平台，让来自全国各地的客商更加了解派雅的品牌、优势和卖点等，让派雅品牌在消费者心中建立起一定的知名度。今年展会人气相比往年都要好，我们希望能够做展会品牌，让门窗品牌得到更好地推广。



·罗兰西尼系统门窗总经理 熊茶垓

我觉得每一年的中国建博会(上海)，都有很大的提升，无论是人流量还是推广宣传上，每一年都有很大的变化。通过中国建博会(上海)，把我们的品牌、品质和理念更好地传达给用户、经销商、服务商。未来，罗兰西尼也会继续与中国建博会(上海)进行深度合作与发展。

观众反馈

经销商反馈

·陕西 门窗行业经销商

此次来中国建博会(上海)主要是关注门窗行业的新动向，在寻找一些有意代理的新品牌，比如说窄边门窗、无缝焊接R角门窗等，具体了解今年的潮流风格，企业推出了哪些系列新品，这些品牌是否在自己经营品牌所在城市拥有代理商等，所以中国建博会(上海)这一平台对我们经销商来说是最直接了解行业动向的平台，为此点赞！



·安徽 墙面涂料经销商

来自安徽的墙面涂料经销商说，特意来参加中国建博会(上海)，3月展会会有很多新品首发，参加本次中国建博会(上海)主要对艺术涂料感兴趣，想看看有没有设计独特，材料科技感强的新品，想加入到自己的经销品类中，丰富产品类别。



·北京 经销商

这次来中国建博会(上海)主要是看一下目前市场情况，包括同行参展的一些情况，这两天的进展，整体感觉不错，对于品牌的营销、招商都是大有益处的，我们的品牌也在考量，希望下一届能看到我们的展出。



设计师反馈



·台湾设计师 史南桥

来自中国台湾的设计师史南桥表示，来参加中国建博会（上海）主要关注展会上的设计相关活动，今天第一天开展，已经参加两场活动了，和与会设计师互相交流设计经验，还与各类展商碰撞沟通，希望能创造出“设计+”的更多可能性，希望中国建博会（上海）能增加更多设计相关活动，展商的产品设计也要更大胆些，不断创造“新世界”！



·上海拙朴建筑设计 设计总监

在疫情情况下，非常有序的把大家汇聚到中国建博会（上海）这个大平台，进行碰撞交流，共同提高，我觉得非常好，在这里，预祝中国建博会（上海）越办越好！



·湖北 设计师

中国建博会（上海）不仅是一场规模巨大的家居建材show，更是家居建材行业的设计潮流风向标，作为设计师，能在这里寻找客户所需的装饰材料，比如刚在看的陶瓷大板正是我的业主所需要的。对于展会，希望越来越好，越来越多的建材品牌进入到这一平台。



·云南 施工方

来到中国建博会（上海）主要是为了了解建筑装饰材料的行情，逛展中，比较关注高端定制类的很多展商与产品，同时也与一些合作伙伴交流更新了关于装修施工工艺方面的信息，对我接下来的业务有很大的帮助。



·北京 建材供应商

中国建博会（上海）是家居建材行业的一大盛会，汇集全国各地的建材商、经销商以及消费者，这次来展会主要是与同行信息交流，了解建材行情。



·江西上饶 家具定制行业

参加中国建博会（上海）人数逐年增多，经历过疫情的沉淀，大家对家具业的热情只增不减。以前专业的人看的是技术和结构，非专业人士可能关注度在色彩和外形，今年发现不少非专业人员也对专业性的家具感兴趣，对家具的实用度、材质、性能等各方面认识到位。

各界反馈

媒体反馈



·腾讯家居&优居新媒体总编辑、优居研究院院长 张永志

中国建博会（上海）是一次非常成功的展会，创新点主要体现在三个方面：

1. 展会准确把握行业热点，增加了高定主题馆，并进一步加强门窗题材。
2. 深化中贸展与红星美凯龙打造的展店联动，助推企业的招商效果。
3. 展会组织运营保障体系做得非常到位，人气高依然井井有条。



·网易家居 全国总编辑 胡艳力

这一届的建博会（上海）有惊喜，除了较往年更加人气爆棚之外，展会在迭代和创新上亮点颇多，比如5.1馆打造的沉浸式高定体验空间，很具国际范，比如智能电器馆展现的生活黑科技，dds打造的潮玩聚集地...应该说这是一届多元业态、全方位呈现的展会！

期待未来建博会继续引领行业风尚，在精准人群锁定、空间体验升级、更多有限渠道链接、配套服务提升等方面持续创新和发力！



·新浪家居 全国主编 王晶

这届中国建博会（上海）的人流量比预料得多，展会现场也看到了，智能化、数字化、大家居有着非常广阔的市场，高端品牌的差异化竞争也越来越有特色。建博会更像是一个窗口，推进来是海纳百川，推出去是繁荣盛景，可以看出中国建材智造已是全球领先水平。

媒体反馈



·凤凰网 家居主编 常文博

这次建博会能够在疫情紧急的情况下如期正常举行实属不易，特别是本次展会整合了全国各地的家居、建筑、建材行业众多品牌，向全球同行展示了中国行业的发展成果和现状，展现了中国大国风范。同时，在展会的现场，我们看到了行业从原来的单一、零散、各自为战、蒙眼狂奔，到现在着眼于消费者、紧跟消费者和行业需求，向着品质化、整体化、个性化、智能化方向大步迈进，正在形成从需求到设计、从局部到整体的全方位上下游全整合的行业产业链，能力得到极大提升。对此，凤凰网家居祝愿建博会能够越办越好，让我们，让世界看到更好的中国家居及家居行业。



·搜狐焦点家居 华东区副主编 赵杭灵

今年建博会可以明显感受到家居品牌对“品质”的诠释，家居品牌对于产品的传达不光侧重于材质和外观，还侧重传达设计、文化、品牌，开始打造空间与氛围，倡导更宜居的家装，开始引导全新的生活方式。而建博会则以创新的沉浸式展出方式为他们打造了一个舞台，成为了世界看中国建材智造的窗口。

媒体反馈



·中国建材网 创始人&CEO 毛吉成

本届中国建博会(上海)在“十四五”开局之年具有重要意义,企业展馆和各大论坛精彩纷呈,这已经不是单纯的商业行为和展会,而且一个加强行业互动交流,推动行业发展与进步,探索如何实现共赢的大平台!



·居美科技·中华建材网CEO 朱云

今年“高端定制,设计主导”的2021中国建博会(上海)作为开年3月家居建材行业举办的大型盛典,现场参展品牌和人流量来看都超过预期。尤其是高定主题馆,各大品牌“争奇斗艳”,我看到了家居行业绽放的强大生命力。虹桥展会的全链条协同,为行业带来了众多资源机会,推动了行业的向前发展。在此也祝愿中国建博会(上海)越办越好!



·青木大讲堂 CEO 郭伟

本次中国建博会(上海)的参展效果远超想象,从参展品牌、人数规模、展馆设计、活动场次等等都达到了前所未有的高度。特别是5.1号高定馆,聚集了众多第一梯队的高定品牌,整体上拉高了展会的高度,高定馆统一限高4.4米,无主灯设计,用黑色地毯,把所有焦点集中在展位上,显得更高级。所有展位统一开口,人流动线设计很人性化。

媒体反馈



·77度全球家居先锋媒体 国际部总经理 魏扬帆

作为华东地区唯一的“全屋高端定制平台”,展会短短的三天时间吸引来自国内外家居品牌商、经销商、房企装企、商协会、媒体等逾10万名专业观众到会参观,现场人头汹涌、热闹非凡,切实感受到了行业复苏的春天,堪称“2021开年3月最强建装行业总动员”!



·中国木门技术联盟秘书长/搜门网CEO 石兴

今年的中国建博会(上海)让我真实地体验了一把什么叫“人山人海”,会场内外、活动展位皆是人潮攒动,光是进场排队就需要1个小时甚至更久,人流量大到超乎想象。展会前期到中期的宣传力度非常大,主办方充分调动了媒体、行业组织的力量,将效果做到最大化,是当之无愧的家居建材行业开年第一枪。