

1 民用家具展

🕒 2023 / 03.18 ▶ 21

2 办公环境及商用空间展

🕒 2023 / 03.28 ▶ 31

3 设备配料展

🕒 2023 / 03.28 ▶ 31

设计引领·内外循环·全链协同
🌐 www.ciff-gz.com

2023年见! 



广州·琶洲
🏠 广交会展馆 / 保利世贸博览馆

设计引领 内外循环 全链协同

POST SHOW Report

展后报告

◎民用家具展 ◎办公商用展 ◎设备配料展

2022
7.17-20 / 7.26-29 广州·琶洲



民用家具展

民用家具、饰品家纺、户外家居

2022年7月17-20日
琶洲·广交会展馆



办公环境及商用空间展

2022年7月26-29日
琶洲·广交会展馆



2022中国广州国际家具生产设备及配料展览会

2022年7月26-29日
琶洲·广交会展馆

展览面积(m²)

510,000

展商数量(家)

2,593

专业观众(人)

139,574



第49届 中国家博会(广州) 成功举办

畅产业、扩内需、稳外贸、促消费

2022年7月17-20日、26-29日，由中国家具协会、中国对外贸易中心集团有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、广东省家具协会、香港家私装饰厂商总会有限公司共同主办，中国对外贸易广州展览有限公司承办的第49届中国国家博览会（广州）圆满落下帷幕。

本届家博会以“共筑美好家，服务新格局”为主题，设民用家具、饰品家纺、户外家居、办公环境及商用空间、设备配料五大题材，展览面积51万平方米，共有来自23个国家和地区、国内24个省市自治区的2500多家品牌企业参展，到会有商业价值的高质量专业观众139574人，同时首次线上线下同期开展，斩获高达5019万访问量。家博会以辐射全球的超大规模家居展览平台，在畅产业、扩内需、稳外贸、促消费四个方面积极推动行业高质量发展，着力促进国内国际双循环，更好服务人民美好生活需要。





豪华阵容 多维展示

第49届中国国家博会(广州), 不仅在品类层面上荟聚家具产业上下游全题材, 联通品质大秀。品牌层面更是集结国内外顶尖大牌同场竞技, 打造最强品牌矩阵。

1 民用家具展

— 全展设计, 创新引领, 一站式选品采购平台

民用家具展区囊括高端设计、套房家具、全屋定制、软体家具等题材, 饰品家纺涵盖整体空间展示、灯饰、装饰画、仿真花等软装品类, 户外家居题材集中展示休闲桌椅、园艺装饰、遮阳设备等户外家居产品, 为设计师、经销商、工程师等专业观众打造一站式选品采购平台。

联邦、健威、康耐登、斯帝罗兰、米洛、美盈、索菲尼、希可、可至、阅梨、朗宋、达希、敏华、顾家、华达利、M&D、左右、来思达、永艺、恒林、喜临门、梦百合、永华、派立特、新诺贝、阿尔特、明清、诺丁山、centro casa 尚潮家、奢都、C/M(CASA MITHRIDATE)、臻美空间、帕瓦丽、帝标、意宝仕、亚赏、MINBO、雅兰、丝涟、德国朗乐福、斯林百兰、舒达、金可儿、美国席梦思、Sinomax、金斯当、Emma、sleep one、美的、绘睡、翼眠、森川、都市家园、联丰、利华乐寓、KUNDESIGN、悍高、亚帝、藤话故事、晟玮、临亚、格莱特、佛洛伦克、迪斯科、A&B home、景昌、思联画饰、圣马可、钻石星、梵尼诗、澜品、优立(排名不分先后)

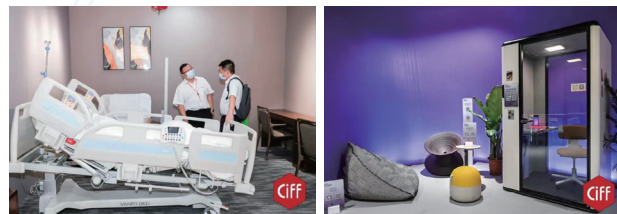


2

办公环境及商用空间展

— 全球顶尖、亚洲最强，行业风向标杆

作为全球顶尖、亚洲最强的行业标杆，办公环境及商用空间展国际化水平高、品牌集中度高、科技含量高，为行业呈现一场设计升级、品质升级、智造升级的盛会，有力推动办公商用行业朝着更高质量、更有效率、更可持续的方向发展。



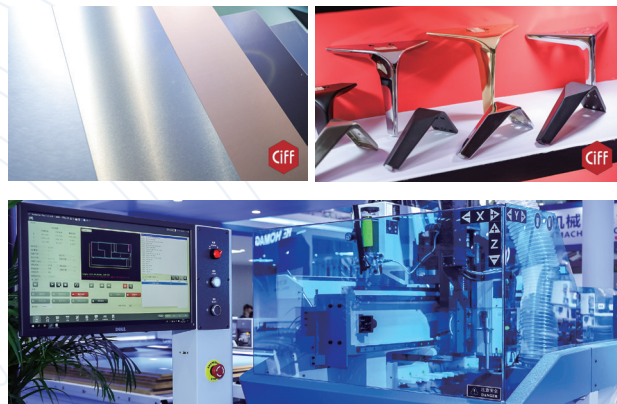
圣奥、百利、冠美、兆生、中泰、熊一、华盛、迪欧、科尔卡诺、黎明、京泰、鸿业、欧曼、科劲、开林、优派、公牛、东港、健威、摩伽、新达高梵、朴美、雅风、国景、和砚、永艺、恒林、优森纳、博一、精一、坐感科技、富凯、高田、明森达、奥彬、世纪星、搏牌、预见 Sitstar、西昊、亿派、K+N、KI、力纳克、Flokk、OKIN、OMT、思度、欧美斯、科派、恒丰、得力普乐士、HAG、RH、BMA ERGONOMICS、Giroflex、OFFECCT、RBM、Malmstolen、郦江科创、鸿基、鸿盛、筑丰巢、恒发宇珉、育才、聚知宝、恒弘、建晟、海基伦、澜林、三朗、惠美、育佳、黎明、京泰、众格、德品、卫域、美杨、韵之辰、捷昌、乐歌、凯迪、力纳克、OMT、9am.....(排名不分先后)

3

设备配料展

— 高精尖！智造产业新势能

作为业内公认的全球顶尖、亚洲设备配料行业中规模最大、最全面的专业旗舰展会，设备配料展集中展示设备配料新产品、新技术、新概念，涵盖机械设备、五金配件和家具辅料等上游题材，国内外顶尖品牌悉数亮相，为智能制造和材质创新两方面提供众多新灵感，以实力铸就顶级盛会。



BACCI、BIESSE、Cefla、德魁、Freud、大族激光、HOMAG 豪迈中国、桦梓、豪德、华剑、恒昌、恒业、IMA、爱科、建诚伟业、弘亚、科华、联柔、Leitz、崎林、威特、牧野、新马、南兴、耐锢、品脉、普瑞特、千川、博硕、先达、新群力、拓雕、WEINIG、星辉、跃通、源田、意达、AHEC、ARPICO、ALVIC、安然、安利、爱博、爱德福、伟宏、Boyteks、Coolist、DewertOkin、帝龙、领梦、福人、Global Textile、Henkel、华立、华旺、华彩、Hyundai L & C、impress、Interprint、jowat、Kastamonu、康强、Kronospan、佳饰家、金世缘、坚利、凯美、凯杰、力王、靚时、LamiGraf、Lien A、LINAK、L&S、联宏、LX HAUSYS、摩泰、帛飞特、铨力、齐峰、REHAU、Schattdecor、Sugatsune、SURTECO、SUSPA、SABA、欧德雅、申得美、泰强、华美、耀东华、粤山、永威、益晖、兆钢、中鸿、卓凯、志华、中润华源、奥斯特、栢丽雅、东泰、格瑞斯、宜琳、Italiana Ferramenata、FGV、炬森、火车头、美顿、King Slide、库博、乐斯特弗、图特、明希、诺米、诺威尔、欧派克、欧诺斯、星徽、泰明、Titus、祥兴 (排名不分先后)

重磅特展 洞见未来

本届家博会围绕趋势发布、设计展示、互动交流等方面，重磅打造2030+国际未来办公方式展、CMF趋势LAB、DDS当代家居潮流观念展、D2M设计样、“年轻人日与夜”设计潮玩展、萤火虫博物馆儿童空间展、智能睡眠主题展、办公环境主题馆等主题特展，凝聚数百位设计师、艺术家和策展人的才华与智慧，前瞻创新的设计趋势展览，赋能家居产业洞见未来潮流趋势。

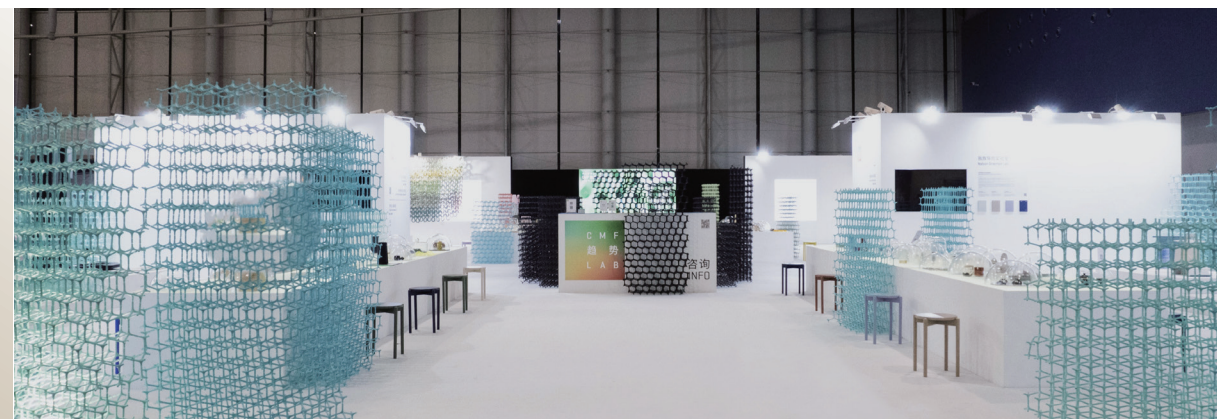


2030+ 国际未来 办公方式展

超越时空界限,拔高思维高度
二十余家办公龙头品牌组成的
超凡阵容容量当下、演算
未来的超维体验
虚拟与现实交织的超能空间
一展即可看透!

CMF 趋势LAB

洞察趋势逻辑,演绎设计动向
与竞争力
捕捉家居设计中的颜色灵感
探究家居设计中的材料哲学
感知家居设计中的表面处理
趋势



DDS当代家居潮流观念展

玩出不一样、超越你想象
预知新未来、绽放年青力
浪潮新声场、探求新可能
承载艺术的无穷构想
一切尽在「DDS当代家居潮流观念展」



D2M 设计样

6场高能论坛
50个设计师/机构
100款材质研究
以设计为切入口·实现设计升级
助力大家居行业新蜕变

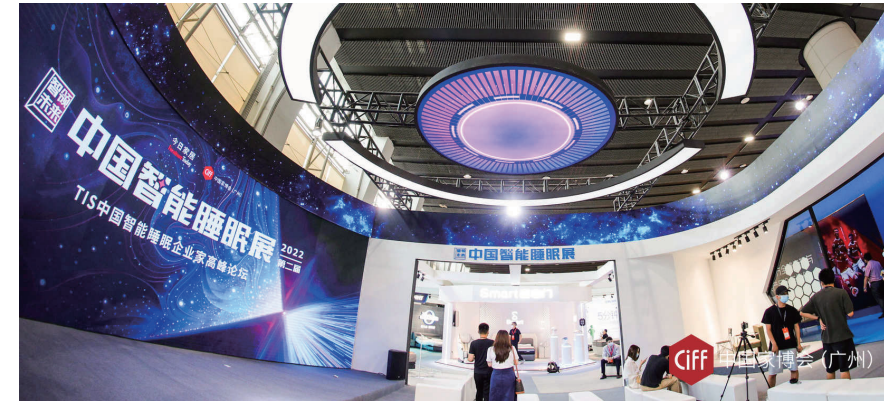


年轻人日与夜设计潮玩展

日,是城市的鲜活度;
夜,是家里的烟火气。
年轻人日与夜,诠释着城与家的当下与未来。
「年轻人日与夜」设计潮玩展
和「年轻人」玩在一起

萤火虫博物馆 儿童空间展

水泥丛林的现代城市中
儿童也是主人
以他们的视角
让思维触及城市的儿童空间
探索「小小孩的心宇宙」



中国智能睡眠展

打造睡眠产业首发首秀首展平台
产业协同发展平台
思想交流平台
联手行业抢占睡眠新机
「智领未来」开创睡眠新未来

睡眠生态主题展

由睡眠环境向睡眠空间
从睡眠理念到睡眠产品
自睡眠科技至睡眠服务
打通产业链的全行业覆盖式展览
洞见睡眠产业新未来



办公环境主题馆

探索办公空间的发展方向
展示未来办公的独立思考
以设计重构办公空间
为办公空间注入新活力



专题论坛 趋势赋能

第49届中国家具博览会（广州）不仅是企业展示的平台，更是行业趋势发布和思想交流的舞台。本届展会举办超130场会议论坛，专家大咖共话市场现状，共论大家居产业发展，思维碰撞火花，锚定未来新风向，赋能大家居行业高质量发展。



2022全球家具行业趋势发布会



中国睡眠产业广州峰会



《2022年轻人的生活图鉴》趋势发布会



整案软装产业IP论坛

「设」交声量场

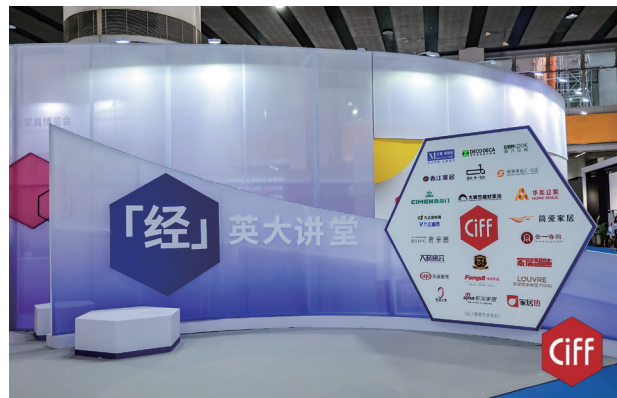
CIFF「设」交圈呼应“全展设计”理念，汇聚近400位来自全国各地的设计师特别打造“设交声量场”，现场举办14场高峰论坛。从设计哲学到风格探讨，从材料研究到趋势发布，思潮交汇、创意迸发，放大设计创意声量。



设计有光 —— 设计共生中国城市设计力量互访计划颁奖盛典



设计千人计划2022-2023榜单大会暨“设计发展力”城市论坛



「经」英大讲堂

以“大商论道”为主题，重点围绕行业趋势、市场动态、营销策略等热点赋能中国家博会的经销商群体。方便经销商一站倾听各类趋势分享，现场还能与行业大咖近距离互动交流，解惑行业难点痛点。



为hé而来 2022中国家居产业内循环高质量发展论坛



第49届国家博览会（广州）经销商大会



2022中国家居经销商大会



2022家居行业数字化营销升级论坛



大家居跨境高峰论坛



家居行业跨境电商品牌出海论坛

跨境电商系列论坛

本届展会特别举办7场跨境电商家居论坛，邀请亚马逊、Ebay、Wayfair、Shopee等多家跨境平台，亿邦动力、亿恩网、跨境屋等行业机构与众多跨境电商大卖到会，聚力同行，为跨境电商带来一场空前的趋势发布、培训提升盛宴。



家居行业跨境电商品牌出海论坛



跨境家居类目高峰论坛



万商齐聚 内外循环

第49届中国家博会（广州）针对设计师、经销商、贸易商、采购商等主要观众群体开展重点邀约。展前前往21个城市举行130场招商推介，与全国各地49个设计机构及16个大型卖场建立合作，深化“CIFF设交圈”、“CIFF经英圈”及“全球合作伙伴计划”、“跨境电商邀约计划”等两圈两计划的邀约功能。同时围绕供采对接，举办选品对接会、采购考察团、展位对接、论坛交流等多种形式活动，助力专业观众和参展企业更高效进行洽谈，畅通内外循环渠道。

线下供采对接活动

举办设计类、房产类、民宿类、医疗类、养老类等多维度精准对接活动，让供采双方面对面高效联结、拓展渠道。



第二届乡村民宿产业发展大会



设计选品对接会



地产采购对接会



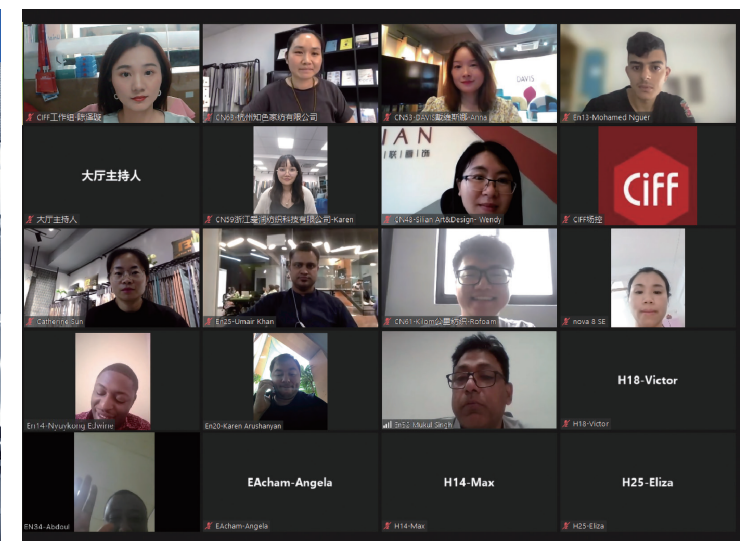
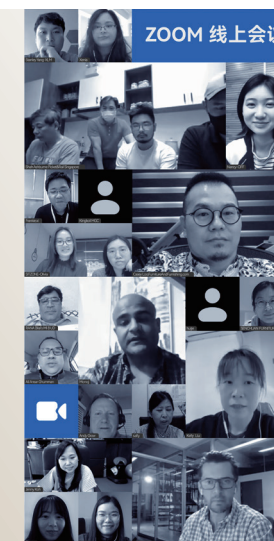
居家养老健康论坛暨对接交流会



医疗养老机构参观

线上海外商贸配对会

举办289场线上海外商贸配对会，云集来自全球家居行业全产业链高质量买家，为展商和观众搭建优质、专业、匹配的贸易平台，获得交口赞誉。



双线融通 大展身手

第49届中国国家博览会（广州）积极拥抱数字化发展潮流，推动线上线下深度融合，首次线上线下同期开展，便斩获高达5019万访问量。同时，紧紧围绕“717及726看广州”，通过“遇荐大牌”“对话大牌”“大牌直播节”“大牌最强音”“大牌提前看”等五大行动赋能产业，以强大的全媒体矩阵打造国内家居界“8+365”线上线下融合办展新业态，在后疫情时代，助力行业数字化转型升级。

渠道融合，火力全开



扫码关注
中国国家博览会CIFF
订阅号



扫码添加
中国国家博览会CIFF
官方客服号



扫码关注
CIFF设交圈
服务号



扫码关注
CIFF办公商用及
设备配料展订阅号



搜索关注
中国国家博览会CIFF视频号



TWITTER搜索关注
ciff_furniture



FACEBOOK 搜索关注
CIFFexhibitions



搜索关注
中国国家博览会CIFF抖音号



INSTAGRAM搜索关注
ciff_furniture



LINKEDIN搜索关注
china-international-
furniture-fair

线上多平台访问量
5019万

大牌上新，大咖发声



人民日报 ——《第49届中国国家博览会在广州开幕》

“本届家博会从畅产业、扩内需、稳外贸、促消费四个方面积极推动高质量发展，尤其是展会上呈现出来的供给侧改革之风，正有力‘吹动’着家居消费端的升级。”

南方都市报 ——《如何打造低碳可持续的办公场景？这两天去家博会找答案》

“未来办公方式是什么样的？疫情后的中国未来办公家具和空间发展要素又有哪些？7月26日，第49届中国国家博览会（广州）办公商用展及设备配料展开幕。这些话题也将成为现场业内以及设计师们关注的内容。”

知了Home ——《知了·度
在多维时空中与家的未来相遇》

“既要着力畅产业、扩内需、稳外贸、促消费，又要高效统筹疫情防控，对于广州这座城市和展会主承办方来说，是挑战更是担当。生逢其时，责任在肩。积极而坚定的态度、掌握分寸的尺度与包容的格局与气度，成为CIFF广州引领行业在特殊时期高质量发展的三重维度。”

优居研究院 ——《家居行业展会扎堆，第49届中国国家博览会（广州）为何“C位出圈”？》

“曾经，专属家居行业的展会屈指可数，且市场秩序混乱、无序竞争状况严重。如今，在中国家居行业展会的蓝海中，不仅有“国家队”这样的“巨轮”，也有众多区域性的展会竞相崛起，形成了百舸争流的全新态势。这其中，中国国家博览会（广州）绝对功不可没，而这艘驱动家居展会商业繁荣发展的领航战舰，还将带领我们去到更远更好的未来。”

媒体说

新华网 ——《第49届中国国家博览会（广州）顺利开幕
为提振全国会展经济注入强心剂》

“越是在关键时期，越要扭住‘稳’的关键点，找准‘进’的切入口。本次中国家博会（广州）的顺利开幕，提供了可借鉴经验，是统筹疫情防控和经济发展的样本，为全国会展经济的提振注入了强心剂。”

INTERNI设计时代 ——《智能、设计、教育……风口下的
办公家具品牌跨界创新之路》

“电竞题材、居家办公、智能办公、生态设计、适老设计、居家养老模式下的家具与智能医疗的结合、教育领域产品解决方案……这一切的当下热点议题，都可以在即将于7月26-29日举办的中国国家博览会（广州）办公环境及商用空间展上找到答案”

IDEAT理想家 ——《给五位设计师的问卷调查：如何用
一场设计策展，与世界重新沟通》

“后疫情时代，充满不确定性的外界环境让本应该在这个春天百花齐放的会展行业一度停滞不前。而就在本周（7月17-20日）第49届中国国家博览会（广州）民用家具展在广交会展馆成功举办，呈上了复展后全国首场家居行业的超大规模盛会，作为行业风向标率先为线下展会的复苏注上一针“强心剂”。”

新浪家居 ——《CIFF“经”英圈：超级家居大商养成平台》

有了大量的数据和对经销商需求的充分掌握，中国国家博览会（广州）绘制了一张名为“经”英圈的蓝图：一个以经销商为中心的平台，想经销商之所想、急经销商之所急、解经销商之所困。通过“经”英圈，经销商不但能找到心仪的合作对象、享受专业的观展服务，还能洞见行业最新趋势、掌握潮流信息、提升经营技能、打通上下游产业链、扩大交际圈。

展商说



李虹瑶 | 联邦家私集团 董事

联邦家私与中国国家博会（广州）合作多年，中国国家博会（广州）给予了联邦家私很多荣誉，也为联邦家私提供了产品展示的平台，把我们的新品，好的设计灵感展现在大家面前。本次展会联邦家私推出全案5D定制，为品质生活用户提供一站到家的生活美学全案交付服务，其本质是围绕消费者对美好生活的追求与向往，以生活方式为核心，打造出的未来理想商业形态。同时，本次参展也是团队的训练场，在展会中互相学习交流，各方面都得到提升。

王丽俊 | MILOM致生活 总经理

我们第一次参展中国国家博会（广州），接触到了有很多专业客户，包括设计师群体、采购商等，通过与客户交流，发现客户在从单体家具向整体家居的需求转变。虽然疫情带来很大的变化和影响，但我觉得整体家居的未来一定前景无限，企业还需提高品牌自身设计力、专业度和服务度，在未来才能有核心竞争力。



周金艳 | 深圳市舒是智能家居有限公司 创始人、董事长

开展第一天我们和中贸展、红星美凯龙和优居研究院一起发布了我们的Sleep one AI 新品。从昨天的发布情况来看，Sleep one AI 得到了很多B端及C端客户的认可。中国国家博会（广州）以前定位出口为主，本届展会有了很大的转变，我们发现内销的客户多了很多。在这里祝愿CIFF越办越好，对我们的企业赋能越来越多。

张春雷 | 斯帝罗兰家居 国内销售部 总经理

本次参展第49届中国国家博会（广州），斯帝罗兰特意带来了我们两大系列新品参展，感谢中国国家博会（广州）提供了我们与大众见面的机会和平台，受疫情影响，能与大家见上一面真的好难，更多地是通过网络进行沟通互动，现在终于有机会面对面地坐下来聊一聊我们的产品、我们的行业、我们的动向，感谢中国国家博会（广州），祝愿中国国家博会（广州）越办越好！



查文浩 | 华诺家具（深圳）有限公司 总经理

今年部分客户因为疫情的原因没能到达现场，但是现场接待的客户我觉得都非常精准，很多客户都能静下心来与我们详细的沟通，对我们的品牌深入的了解。华诺家具和中国国家博会（广州）已经合作十多年，每一届展会都会给我们带来更多的商机，我希望长期坚持这种服务，希望未来大家合作会越来越好，整个中国国家博会（广州）也会越来越好！

湛松强 | 华达利集团 中国区运营总监

中国国家博会（广州）是我们展示企业品牌和实力的重要平台，可以看到华达利的展位是其中最大规模的。这两天客户反馈整个展位的陈设设计很别致，推出的产品也令人惊叹，获得了大家的一致好评，华达利对于本次参展充满信心，祝愿中国国家博会（广州）越办越好，也希望华达利在今后的参展中能够为我们的客户、为我们的消费者带来更好的产品，更好的品牌，更好的服务。



王雪峰 | 深圳市左右家私有限公司 云商整装总经理

本次左右参加中国国家博会（广州），虽然整体客流受疫情影响，但精准度比较高，走进左右云整装展位的观众，对我们的整装模式和产品组合都非常认同，尤其是社区引流模式、小而美的建店模式，只要销售人员给客户一介绍，大家都能接受，开展首日就有几百个意向客户，后期继续跟进当中。希望在接下来的时间，能有更多观众走进左右云整装的展位，多多交流沟通，达成更多合作。



展商说



张连佳 | M&D milano&design 中国区招商总监

M&D 与中国国家博会（广州）是十几年合作的老朋友，我们今年一如既往地带来M&D 重磅产品，隆重推出全新的睡眠空间系列产品，希望通过中国国家博会（广州）的平台，把M&D 的产品、设计理念、服务宗旨与更广大的中国行业内的经销商、消费者及行业同仁进行交流，让更多的人通过中国国家博会（广州）的平台了解M&D，走进M&D，让更多的人一起去感受独特的艺术生活，让越来越好的生活方式得到更多推广。我们与很多老朋友有更深入的交流，也与更多新朋友建立起了联系，在本次展会上能够有很多的收获。

陈林佐 | 丝涟中国 全国运营总监

本次展会我们带来的是丝涟的自选系列产品，主要针对新一代年轻消费群体的喜好和对舒适睡眠的要求而开发。中国国家博会（广州）是丝涟今年疫情下参加的第一个展会，通过这个平台我们吸引到了很多经销商朋友加入到丝涟经销商团队中来，今天上午就有特别多朋友来到我们展位，也期待未来与各位客户达成合作。



何杰 | MENOIR米洛家居 国内营销中心副总经理

MENOIR米洛家居参加本次中国国家博会（广州），主打三个系列产品，分别是米洛库玛、米诺风尚和米诺世家。这次参展，中国国家博会（广州）主办方不遗余力地进行宣传以及为展商赋能，整体参展效果还是非常不错的，客户质量提升非常多，在目前疫情管控情况下能奔赴而来的，可以说都是“真爱”了。

潘翔 | 阅生活 品牌负责人

我们选择中国国家博会（广州）这个平台，是希望把阅生活以往研发的好产品、今年的新品在一个更大的舞台上与观众见面。受疫情影响，中国国家博会（广州）推迟到7月份开展，我们也是期待了很久，正如阅生活的麦子老师经常说的一句话——“如果你对自己有足够的信心，那就给这个时代，给这些品牌足够的耐心。”我们在这次展会上交到了很多设计师朋友，开展首日也有签单，也招到几十个意向的服务商伙伴。疫情当下，大家能来到展会现场就是对我们最大的鼓励与支持，而我们整个团队能与大家见面，把我们的产品信心满满地推出去，也是充分实现了这次参展的目的和价值。



余健 | 惠州市百诚家具有限公司 营销总监

经过中国国家博会（广州）这两天的开展，我发现整个家具行业对设计的认知越来越高，让我们坚持做原创品牌、做原创产品的企业，有了坚持下去的动力。这几天，我们接触到很多经销商，大家对百诚的产品认可度蛮高的。在开展前还比较忐忑，普遍担心受疫情影响，但从这两天参展情况来看，一切皆都在有序地进行，相信这次展会效果也会不错的。

阮靖琪 | 广州市思联现代画饰有限公司 品牌副总监

很开心看到中国国家博会（广州）顺利举办！本届展会与思联画饰的主题比较契合，能够把我们的设计理念展现出来，通过将设计与艺术融合为客户提供不一样的空间体验，现场也得到了到会客户的认可和支持。另外在我们展位对面就是《CMF趋势LAB》，汇集了许多设计师等不同领域的观众进行了很好的交流，同时也有利于和我们碰撞出火花，设计出更有创意的产品。



刘建新 | 深圳梵尼诗留声机有限公司 总经理

参加中国国家博会（广州）主要是想通过这个平台来推广梵尼诗每年的新品以及产品中融入的设计理念。本次展会，梵尼诗的主题围绕古典音乐、水彩封面艺术展开，通过音乐与空间视觉化的方式呈现，将音乐与现代艺术机构空间结合，向大家传递一种艺术生活方式。



展商说



朱亚东 | 广东藤话故事家居科技有限公司 董事长

参加第49届中国家博会（广州），我们带来了五大系列产品参展，其中最新的两款产品是利用传统的编织和布艺相结合进行的创新设计。向新老客户展示了自己的最新成果，并寻找一些新的合作机会。虽然疫情当前，但主办方也经过了非常大的努力让展会顺利进行，总体来讲我们收获蛮大，获得了不少精准客商，同时我们的品牌也得到了很好的诠释和宣传，所以我们也对整个行业的经济和未来抱着非常大的信心。在此非常感谢我们的主办方，希望中国家博会（广州）越办越好。

程泓羲 | 广州亚帝实业有限公司 董事长

第49届中国家博会（广州），亚帝以“重新定义家”的主题亮相，主要是想带领大家思考与探索家的定义。亚帝正是想要通过户外家具创造一个让人们放松、休闲的环境，让人能够摆脱焦虑和心理负担，重新恢复精力与能量，从而以更有活力的姿态面对生活的挑战。



何恩新 | 北京恺恩家具有限公司 总经理

在疫情期间，能够成功举办如此重大的展会，还是非常不容易的。在这里首先要非常感谢中国家博会（广州）提供这样的平台，在这两天的参展中我们接触到了不少优质的观众，潜在意向客户的转化率也比较高。我们是中国家博会（广州）的战略合作伙伴，以后每年我们都会继续参加。希望通过中国家博会（广州）扩大恺恩家具在整个市场的品牌影响力，也希望中国家博会（广州）办得越来越好。

李忠庆 | 圣奥科技 国内营销事业部 副总经理

圣奥参与中国家博会（广州）已经有20年时间了，这个展会见证了中国办公家具行业的飞速发展，圣奥一直与中国家博会（广州）共同成长。在疫情影响下，今年的展会依然大牌云集、人气爆棚，可见中国家博会（广州）在家居行业的影响力之大。作为品牌展商，我们感受到了中国家博会（广州）对原创设计的重视程度，特别是这次的办公环境展可以看到很多办公环境设计新趋势，这恰好与圣奥创新驱动的发展战略相契合，我们感到十分惊喜。相信在专业实力和设计引领的加持下，中国家博会（广州）一定会越办越好！



杨东明 | 百利集团 创新发展中心 总经理

本届中国家博会（广州）百利带来了职能空间和高端总裁空间系列产品，我们致力于在数字化时代下，打造一个“数字+设计”双驱动的整体解决方案。在疫情下，整体经济环境充满了挑战，但也充满了机遇，通过中国家博会（广州）这个平台我们可以进行宣传，使我们的空间产品与解决方案能够被更多的客户和渠道了解，提供更好的办公产品和解决方案。

赵博 | 冠美家具 营销总经理

本届中国家博会（广州）在开展前，我们还有些担心，但展会一开始，我们的顾虑就完全消除了。从冠美的展位情况来看，大家都很忙碌，来的客人很多，能够很好地推广我们的品牌，推广我们的产品，推广我们的设计，更重要的是推广冠美在医养方面的思想和理念。另外，借助中国家博会（广州）这次参展机会，大家能够聚在一起交流，沟通产品和行业趋势。祝中国家博会（广州）越办越好，越来越成功！



张栋梁 | 永艺家具股份有限公司 国内营销总监

中国家博会（广州）历来是大牌的首选平台，也是潮流风向标杆，影响力大。永艺家具通过参加中国家博会（广州），提升了在行业中的印象，同时也坚定了大力发展国内市场的信心。非常感谢中国家博会（广州）的大力支持，希望未来越办越好。



Peter Legner | 豪迈中国 CEO — **关敬韬** | 豪迈中国 解决方案部数字化总监

中国家博会（广州）对我们来说是在中国最重要的展览会，我们每届都会把最现代的设备带到这里来给客户看。今年的展会人气居高不下，已经卖了很多台机器。我们认为，展会的成果不仅在于现场签单多少，而且为客户提供了一个现场了解产品、体验产品的平台。大家还是很想通过展会这个大平台，获取更多资讯、把握行业趋势，找到积极面对市场的措施。以后我们也会继续参展，祝中国家博会（广州）越办越好、继续开来，开创新局面。

Luigi Tarini | BIESSE 比雅斯 中国区产品团队负责人

本届展会整体效果不错，非常多的新老客户来到我们展台，与我们进行交流沟通。主办方组织得很好，一切都井井有条，很好地平衡了防疫要求和我们的参展需求。我们非常愿意和中国家博会（广州）探讨更多方向上的合作，共同发展。



蔡建发 | 南兴装备 市场总监

中国家博会（广州）是南兴一直以来都非常重视、行业内都非常关注的一个专业性展会。从展会整体体现出来的状况来看，整个行业都在往减少人工、提升效率、提高品质方面去转变。南兴也围绕着自动化和数字化来进行展出，本次的产品也引起了许多客户和经销商的重视。本届展会人气爆棚，客户和经销商络绎不绝，展出的效果非常好，很好地满足了我们的期望，令人满意。

费友兵 | 大族激光智能装备 营销总监

参加中国家博会（广州），是想把我们的产品更多更好地推广给家具机械制造企业，让他们用上更精密、更科技的装备制造设备，这是我们参展的初衷。虽有疫情影响，但下游的生产商热情依然非常火爆，展会现场就像七月的天气如火如荼，相信本次参展能有非常好的收获。



曾元洪 | 德国瑞好 南方区销售总监

今年能够明显的感觉到，消费者和客户对于高品质、注重细节的家具的需求更高了，这是我们瑞好的一个机会。今年的观众都是有质量的客户，是有强烈意愿和明确目标的，我们的签约成功率很高。无论从哪一个方面来说，中国家博会（广州）都是全国范围内最专业的一个展览。感谢主办方在观众入场、组织等方面的努力。希望以后能够跟家博会有更多更深入的合作！

张杨 | 广东星微精密制造股份有限公司 销售总监

自星微成立以来，基本上每年都会参加中国家博会（广州），参加的收获主要有三个，第一是通过中国家博会（广州）平台推广公司形象，提高产品知名度，扩大品牌影响力；第二是借此机会，会见新老客户，增加与客户和行业间的交流；第三是展示推广我们的新品，让更多客户感受到我们的产品价值。希望中国家博会（广州）和我们参展商，一起开创未来，合作共赢，大家携手共进，创造更加辉煌的未来。



王宇 | 浙江帝龙新材料有限公司 市场总监

帝龙每年都会参加中国家博会（广州），与上下游产业链、终端消费者以及设计师群体进行交流合作。今天有很多观众来到了我帝龙新材料的展厅，获得很多观众的反馈，接下来，帝龙也会继续参加中国家博会（广州），通过这个平台倾听更多消费者的心声。

展商说



观众说



晏俊杰 | AAN建筑设计事务所 创始人

我们所涉猎的设计行业范畴是比较宽的，在整体“衣、食、住、行”的大范畴里去做创新，而中国家博会（广州）刚好给我们提供了一个接触不同产品、不同材料、不同需求、不同设计资源的机会和平台，也能激发我们许多新的交流和碰撞。

赵毓玲 | 《中国室内设计年鉴》策划人、《ID+C》创办人

本次展会让我感受到，如今的年轻一代真的很了不起，能够将很多新的工艺、科技与文化的东西都融入到室内设计里，我认为设计的主流很快就会转入到年轻一代身上。今年的展会论坛的质量非常不错，人流也很多，这说明大家的求知欲望和对行业的关心度还是很高的，希望中国家博会（广州）圆满成功、再接再厉。



赵庆秋 | 宁波德克德家 董事长

本届中国家博会（广州）组织得有条不紊，疫情防控也做得很到位，对于经销商的服务也相当的系统。展会上接触到的设计品牌质量很不错，同时还参加了CMF趋势LAB的论坛，在未来科技、再生材料和绿色环保方面有延伸跨界。祝第49届中国家博会（广州）取得圆满成功，希望明年的展会与科技更多互动，也让更多的设计品类和设计师参与进来。



钟良胜 | 力高设计 创始人/设计总监

当前设计师和家居设计行业都处于转型阶段，而在这其中，中国家博会（广州）起到了一个很好的链接作用，给全国设计师一个相聚交流、相互学习的平台。对于设计师而言，参观展会有助于更好地了解行业及产品，从中汲取新材料以应用于设计项目的创作和落地中。希望中国家博会（广州）未来越办越好，越来越有创新性。



徐雯晔 | 云上设计师俱乐部 运营总监（左）**王璠** | 演意设计 创始人（右）

本次中国家博会（广州）我们去参观了许多的展馆，接触到了相当多平时比较难有机会接触到的品牌，在沟通与交流的过程中也链接了一些合作机会。让我们与全国的厂家、设计同行们有了更多合作的可能性，这是非常好的一点，也希望中国家博会（广州）以后提供更多这样的活动与机会。



胡小梅 | 广东省陈设艺术协会 会长

本届中国家博会（广州）沉着冷静应对疫情突然反弹对展会产生的影响，坚定信念、迎难而上，积极扩大了展会的影响力！



李佩玲 | 佛山时尚坊家居有限公司 董事

这么多年来，中国家博会（广州）对我们帮助很大，让我们能够便捷地找到供应商和对接项目，希望中国家博会（广州）可以越来越好，让我们能够快速地找到好的产品，让经销商可以给客户更多的选择。



观众说

韩超东 | 威法定制家居（深圳）有限公司 总经理

我来自深圳，经营高端定制13年。在本届中国家博会（广州）展会上，我比较关注软体家居与高端定制之间的链接和赋能。目前已经有一些意向品牌在洽谈中，希望能够达成合作。同时我也参加了中国家博会（广州）的经销商大会，能够让全国的经销商在这个平台上发表自己的声音，也能够通过交流沟通，真正地在当下的市场上找到新的经营方向，感谢中国家博会（广州）！



苏维滨 | 厦门 经销商

本届中国家博会（广州）展商的展品展示、品牌运营、展台规模和展位设计有了更好的呈现，很多产品细节更符合我们消费者的选择和需求。祝中国家博会（广州）越办越好、继往开来，开创新局面。



穆罕默德·阿里 | 也门 采购商

这次展会举办得出乎意料的好，非常多人参加。我们看到如灯具、沙发、定制等都有既新潮又赏心悦目的产品，同时还认识到不少新的展商，方便以后的采购和搭建自己的供应网络。



何宏才 | 卓美上品家居连锁机构 总经理

中国家博会（广州）是我20多年来每年必来的一个展会，集合了国内外很多知名的家居品牌，可以说是家居行业的一个风向标，每一届都能给我有一种新鲜感。这次来的主要目的是看一下整个家居行业的新变化，发现更多相关联的品牌展商，寻找合适的合作机会。第一天就已经看到了很多非常心仪的品牌，现在在初步接洽，希望接下来会有合作的机会。



Vicky Rao | GUANGZHOU TOPMAX ENTERPRISE LIMITED 产品总监

我们以前从事家具传统贸易，参加本届中国家博会（广州）主要是想了解家具跨境情况，把自己的产品通过跨境电商形式发展到国外，通过本届展会的平台接触学习到了很多跨境贸易内容，希望接下来能够与中国家博会（广州）继续合作。



希夫 | 印度 采购商

今年在中国家博会（广州）上发现了很多新奇有趣的设计，也发现了一些很适合亚洲市场的家具，了解到行业的新发展和新产品。这次的展会非常盛大，供应商、产品都很多很齐全，相信未来会有更多的人和更多的品牌来参加，中国家博会（广州）也会有更快的发展！



陈德胜 | 中国台湾 工业设计师

本届中国家博会（广州）上，展商越来越注重产品的搭配、设计美学和时尚感，感觉收获很多。疫情下，大家都非常辛苦，从首日开展情况来看，大家应该都收获了不错的参展效果，很多国内市场的人都来参展了，发展势头很好，相信本届中国家博会（广州）会取得不错的成绩！

