

2022广州建博会|2022中国建博会|智能锁展

产品名称	2022广州建博会 2022中国建博会 智能锁展
公司名称	聚星会展服务-专注展会咨询
价格	.00/个
规格参数	举办时间:7月8-11日 举办地点:琶洲展馆 主办单位:中国对外贸易广州展览
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	15000962264

产品详情

中国建博会（广州）一直坚持以思想创新引领行业发展，通过打造“行业·咖说”系列活动，展会携手行业商会、协会、主流媒体、设计机构等各方组织，聚集、企业家等大咖，全年度不间断地推出系列高端会议论坛及活动，为大家居建装行业的高质量发展建言献策。

2022广州建博会|2022中国建博会|智能锁展

第二十四届中国（广州）国际建筑装饰博览会

展览日期：2022年7月8-11日 (2022广州建博会)

展览地点：广州琶洲·中国进出口商品交易会展馆保利世贸博览馆

主办单位：中国对外贸易中心（集团）、中国建筑装饰协会

承办单位：中国对外贸易广州展览有限公司

开放时间

2022年7月8日-10日 9：30-16：30

2022年7月11日 9：30-15：30

展览地点

广州·中国进出口商品交易会展馆（广州阅江中路380号）

保利世贸博览馆（广州新港东路1000号）南丰汇展馆

上届展会概况：

第23届中国建博会（广州）于7月23日落下帷幕，共计吸引了172783名专业观众前来观展。2021年第23届中国建博会（广州）以“建装理想家，服务新格局”为主题，展览面积近40万平方米，规模在同年有计划举办的全国乃至全球同类展会中稳居首位；展会吸引了来自全国24个省(市)的近2000家企业参展，在规模、品质、和全产业链参与度三个方面依然保持行业领先；展会期间推出99场高端会议论坛等展期活动。到会专业观众达172783人。

2022年，展会展览面积将超40万平方米，继续夯实“企业首秀平台”“行业招商平台”“创新思想平台”，继续深化打造行业“设计生态圈”，助力大家居建装行业实现高质量发展。

2022中国建博会（广州）将呈现出三个“稳中有进”的鲜明特点：一是展会品质稳中有进；二是设计引领稳中有进；三是多渠道赋能稳中有进。中国建博会（广州）始终坚持创新驱动，实现建装理想家，服务新格局。对此，行业与市场都充满期待。

展品范围

中国建博会（广州）根据行业趋势和市场需求，按“智能、定制、系统、设计”四大主题设置展区：智能：智能家居、智能锁、家居五金、整体厨房、集成定制、晾衣系统等。定制：定制家居、定制家居+软装、木门、集成定制+快装、定制卫浴、定制家居材料及配件、机械等。系统：系统门窗、铝合金门窗、入户门、门窗配件、快装墙板等。设计：高端定制与整装、整木家装、墅装定制、高端墙体涂料等。

展位费用：

标准展位 RMB 1500元/平方米

1.标准展位：每个规格为3米×3米；

基本配置包括：1条中英文楣板，3面围板，2张折椅，1张洽谈桌，2支光管，1个220伏特插座（限750瓦非照明用电）

2.空地：36平方米起租；不提供任何配置；空地价格已含施工管理费。

基于大家居建装行业处于滞涨期的现状，展会策划“远见·智库”系列活动，以深度调研的方式沉淀行业数据，以行家观点、大咖智见、设计风潮为内容输出，由此拨开迷雾，重组生产要素，寻找影响行业方式的重要变量和公式。

2022年，中国建博会（广州）将以“企业首秀平台”的平台优势，夯实“行业招商平台”的渠道势能，聚焦“创新思想平台”的引领作用，持续深化打造“设计生态圈”，为大家居建装行业转型升级赋能，推动行业高质量发展。

据了解，2022中国建博会（广州）对四大主题展区进行了焕新升级，着重提升定制、智能、系统、设计四大主题展区。其中，定制主题展区将使用广交&会展馆A、B、D区共计25万平方米的展出面积，全新推出定制“三新一高”差异化布局——A区聚焦整装新趋势、B区聚焦潮流新美学、D区聚焦以设计品质新生活；智能主题展区将使用广&交会展馆A区一楼8个展馆，总体规模达7.5万平方米，打造大家居建装行业同类型展会中规模大的智能主题展区。

系统主题展区启用广&交会展馆C区11个展厅近8万平方米，以“大门窗”全产业链为展出内容，聚焦呈现行业交互融合、跨界转型、设计提升的三大趋势；设计主题展将继续沿用D区保利世贸博览馆，展出规模近7万平方米，展区囊括行业内高定品牌，展出品类覆盖高定上下游全产业链。

值得注意的是，展会将重磅策划“定制两极”工程——“ ”智能整装馆与“ ”定制美学馆，分别位于广&交会展馆A区1.2馆和B区11.2馆。在大家居定制行业不断扩张的趋势下，木门企业基于其自身产品特点与技术优势，正在从单品向多品类发展，探索出门墙柜一体化的发展趋势。本届展会，12.2号馆、13.2号馆将从木门馆升级为门墙柜定制馆，帮助企业探索破局之路的同时扩大消费群体，增加中高端消费群体所占比例。