

2022中国建博会|2022上海建筑工程五金展

产品名称	2022中国建博会 2022上海建筑工程五金展
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:9月5日-8日 举办地点:虹桥-国家会展中心 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

近年来，在市场消费升级的推动下，人们对高品质、高性能、高标准的门窗需求增加，其产品自身价值被重新认识，门窗行业开启了一条新的黄金赛道，迎来巨大发展机遇！

“建”一面，听我说！展商风采一睹为快！2022中国建博会（上海）携手中国建材网深入探访一米阳光系统门窗，对其副总经理兼市场总监钱伟鹏进行专访！

2022CBD·中国|深圳建博会|广州建博会|上海建博会

中国建博会（深圳） 2022年-7月3-5日 地点：深圳国际会展中心

中国建博会（广州） 2022年-7月8-11日 地点：广州琶洲·保利世贸博览馆

中国建博会（上海） 2022年-9月5-8日 地点：虹桥-国家会展中心

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总公司

展会规模：42万平方米

趋势要点一·沉浸

昏暗的灯光、明确的动线、怡人的香氛，每一个氛围与细节都透露出独特的感.....5.1号馆打造出独特的沉浸式高定体验空间，让各个高定品牌的产品得以完美呈现。这一切要源于展区别出心裁的设计：高度

展区统一限高4.4米，不设置主灯光，整个展馆使用深黑色地毯，几束灯光散落于通道间，既是指引也是烘托，将所有目光聚集于品牌展位之中，沉浸而；统一的动线，一致的展位开口，让人流更为畅通，一逛到底、酣畅淋漓。

趋势要点二 · 极简

20世纪30年代建筑师路德维希·密斯·凡德罗曾说过“less is more”，极简主义在21世纪快节奏的当下，因其简洁清爽的风格受到了年轻一代的青睐，也是当下家居建材相关行业的重点发展趋势之一。

米兰科洛遵循着“意大利设计”美学，将精湛的工艺与巧妙而优雅的设计相融合，基于对简约的理解，把极简的格调提升到一个新的层次。对于家居的每一个特定空间，以简约的设计手法来装饰空间。

趋势要点三 · 妙笔

设计需要灵感，一些独特的细节往往能为整体设计添色不少。在产品和空间中加入鲜明的色彩和特定的主题，往往能为整体空间带来意想不到的呈现效果，用巧思满足消费者对寻觅安适的家居空间的需求，给人带来愉悦的心情。

图森以“预见·不凡”为主题，以大国品牌精神传达健康、治愈和自然，跳脱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。

趋势要点四 · 国潮

国潮风作为时下新兴趋势之一，即传递了人们对传统文化的自信，也见证了一大批国民品牌的成长。当国潮遇见家居，会碰撞出怎样的火花呢？既有中式传统，也结合了当下潮流之处，体现出传承与创新的融合之美。

展会上梦天木作公开亮相水漆木作2021年新品。新品秉承梦天木作一贯的木质美学，通过梦天2021全新色彩体系的演绎，突破传统设计风格的边界，将国潮木作新美学精彩绽放。

展览范围:

1.智能家居：智能家居系统、平台及硬件、智能锁和电子锁、智能开关和电工产品、智能中控系统和光电系统、家居智能监控设备、智能门控设备、家庭空气净化及新风设备、智能音响、家庭影音系统、门禁对讲系统、智能电器、净水设备。

2.五金：建筑五金、门锁及配件、门控五金及配件、自动门及其组件、窗系统五金、幕墙系统及配件、保险柜及相关产品、卫浴五金、玻璃五金、门禁电子系统及配件、隔断及配件、家具五金、五金工具、五金模具等。

3.定制家居·整体厨房：整体橱柜、集成厨房、智能厨房、集成灶;燃气灶、抽油烟机、烘烤设备、热水器、消毒保洁设备、垃圾处理器及各类厨房家电；厨配五金、拉篮、水槽、人造石、台面、门板、板材、照明、面漆及烹饪厨具；产品设计软件、工程软件等。

4.定制家居·集成定制：集成吊顶、集成墙面、全屋顶、集成家居、顶墙一体、软膜天花、铝板/铅板/点式/单元/金属幕墙、幕墙配件、阳光板、石膏制品、加工机械等。

- 5.晾衣系统：智能晾衣系统及单品、电动晾衣机、手摇晾衣机、落地晾衣架、阳台电器及家居产品、家用梯、电机及电动解决方案、相关配件及软件产品等。
- 6.定制家居：整体衣柜、衣帽间、卧房系统；客厅系统；餐厅系统；移门、隔断门、移动隔间、滑动门；衣柜系统五金配件、板材、涂料及其它辅材；产品设计软件、工程软件等。
- 7.软装定制馆：整体美学空间、固装搭配系统、设计空间系统、空间场景定制系统、窗帘、艺术灯饰、家居饰品等；沙发布艺、画框、家纺布艺、墙布、软包、背景墙、涂料、硅藻泥、胶剂类、工具等。
- 8.定制家居·卫浴：整体浴室、淋浴房、浴室柜、浴缸类、座便器、台盆、浴室五金/配件类、卫浴室镜、热水器、取暖器；各类墙地砖、原辅材料及生产设备。
- 9.2020广州建博会装饰玻璃、石材/园艺：装饰玻璃：玻璃移门/门窗/卫浴品/家具/砖/马赛克/饰品/餐厨具；艺术玻璃：艺术玻璃背景墙、艺术玻璃电视背景墙、艺术玻璃隔断、艺术玻璃屏风、艺术玻璃装饰品、天然无水粉刷石膏；建筑玻璃：浮法玻璃、钢化玻璃、中空玻璃、夹层玻璃、功能玻璃、低辐射玻璃、热反射玻璃、真空玻璃、自洁净玻璃等；石材/园艺：花岗岩、板岩、砂岩、石灰岩、火山岩等；人造石；MCM石材；造园艺术等。

作为在行业扎根多年的“窗一代”，谈及门窗产品的定位，钱总认为：“门窗是建筑的眼睛，如何发挥好眼睛的作用，则需要外靠设计师之手！”例如：幕墙用在哪些场景、门窗怎么搭配装修风格、多大的尺寸匹配房屋面积、窗户要内开还是外开，要下旋还是内倒，这些都需要设计师根据当地消费者的生活习惯、所处地区气候特点等做出调整。而品牌作为设计师背后的中坚力量，则需要把牢品质关口，保证设计师“设计无忧”，为消费者提供适合的门窗应用方案。而一米阳光针对系统门窗的排水系统、隔音隔热系统、抗风系统等多个子系统都有的设计解决方案。正如钱总采访中所说：“各行各业都存在资本兼容，只要做好品牌分内事，为行业、为市场带来价值，就不用惧怕任何一股外部力量的加入。”一米阳光正是靠着产品的把控，品质的坚守，在行业中领跑16年。

16年发展，品牌发展背后，少不了实力经销团队的付出，在这其中，有70%以上的经销商已经跟随一米阳光8年之久。对此，钱总说道：“经销商也是生意人，他们愿意跟随一米阳光这么长的时间，无非两点，一是‘有钱赚’，二是‘合得来’。而面对当前“越来越多机构瓜分蛋糕”市场状态，如何让经销商活下去，且活得好，是企业的责任，也是品牌爆发增长的前提。”意识到此关键，一米阳光为全国经销商实行“保姆式”帮扶，以“五年保质、免费保修”的贴心承诺为经销商提供安心经营的保障；为门店导购、设计师、安装师、店长等授课辅助其快速成长；统一策划开业、节假日活动进行全国联动营销造势等等。

另一方面，针对市场和营商环境整体变化，一米阳光紧跟终端需求，在品牌营销、新品发布、营销赋能等方面开展动向调整，向线上营销拓展，全面铺开由点对点到面对面的终端对接服务。截止目前，一米阳光目前在国内已经开设六百多家经销门店。针对未来，钱总表示，在新时代营销的助推之下，一米阳光有信心在不久的将来完成超千家门店的市场目标。