

2024青岛低碳建筑材料展会时间、地点、欢迎报名

产品名称	2024青岛低碳建筑材料展会时间、地点、欢迎报名
公司名称	FCE展览
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国
联系电话	15989233176

产品详情

2024青岛低碳建筑与新材料展览会

2024 Qingdao International Low-Carbon Building and New Materials Expo

时间：2024年7月30-8月1日

地点：红岛国际会议展览中心

参展联络：徐妍（手机号看联系栏）

组织单位

广州一流展览服务有限公司

展会介绍

随着节能建筑的广泛推广，节能、降耗、轻质、高强的低碳建筑是未来建筑的发展方向，“绿色”时代下，自然、环保、健康将成为建筑的新潮流。伴随中国城市化进入高质量发展新阶段，新型城镇化和乡村振兴计划进程不断深入，建筑产业迈向高品质时代新征程，在国家“碳达峰、碳中和”战略目标的大背景下，低碳绿色建筑材料是实现“碳中和”的关键举措，对低碳建筑与新材料提出了更高的要求、更高的性能和表现力以及相互的联动和配合，低碳建筑与新材料市场需求有望得以持续释放，未来前景可期。”高质量发展“成为低碳建筑与新材料行业的主旋律，工程建设标准提高和全产业链质量提升将推动低碳建筑与新材料市场高品质需求的井喷，更为统一开放的和以“一带一路”为引领的国际市场战略也将拓宽低碳建筑与新材料企业的市场空间，带来新的发展机遇。

基于新时代下低碳建筑与新材料未来的市场需求导向，为促进低碳建筑与新材料行业新产品、新技术、新材料、新工艺及新装备的推广应用与经贸交流，推动建筑产业升级，2024青岛低碳建筑与新材料展览会将于2024年7月30-8月1日在红岛国际会议展览中心隆重举办。展会隶属于青岛国际建筑装饰博览会专题

展之一，专注于整合低碳建筑与新材料行业创新产品、技术、解决方案及商业合作模式的发掘，为低碳建筑与新材料企业品牌推广、产品展示、交流合作提供一站式解决方案，助力企业实现全产业链的交流和互通。作为兼具规模和影响力的建筑产业品牌盛会，展会遵循市场发展趋势，给国内外低碳建筑与新材料企业创造提升品牌度和开拓市场的一个契机。充分发挥其传递市场信息与交流技术的窗口作用，把握行业发展方向。共享国际化大平台，共拓低碳建筑与新材料国际大市场，让我们携手同行，共创商机。

青岛建博会立足青岛，辐射全国，对接环渤海地区渠道及采购商，打造环渤海地区年度大展，国内外一线建材家居品牌强势登陆青岛，掀起家居设计美学新浪潮。积极整合全局资源，联动周边省市，全面布局环渤海地区，立足山东，辐射东三省、京津冀、晋鲁豫、苏皖浙，发散海外日韩市场，引进国际先进设计理念，将青岛展会打造成为环渤海地区与海外建材家居行业交流的平台。展会依托山东房地产大省和建材工业强省的雄厚基础，深挖内外部广阔市场潜力，充分发挥国际青岛国际区位，主打环渤海地区“家居建材新品招商平台”“设计风向潮流展示平台”和工装家装“融合发展生态圈”等价值功效，赋能行业转型升级。低碳建筑与新材料专区作为青岛建博会的重要组成部分，发挥青岛建博会在建筑装饰行业广泛的影响力，为低碳建筑与新材料企业提供高品质、国际化、综合性的展览体验平台。将更深度探寻低碳建筑与新材料行业低碳转型实施路径，更聚焦打造优化产业链供应链布局的交流合作，更直观展现低碳建筑与新材料行业智能科技与时尚元素交融带来的感官冲击，更着力构建以科技创新和融合创新为核心驱动的低碳建筑与新材料产业生态圈，勾画未来低碳建筑与新材料行业给人们生活带来的无限可能。

展出范围

低碳建筑：零碳建筑、超低能耗建筑、近零能耗建筑、零能耗建筑、装配式建筑产业基地及行业企业；零碳建筑建筑设计、混凝土结构体系、钢化结构体系、现代木结构体系，零碳建筑机械与生产设备；预制构件、零碳建筑市政工程、模块化房屋、集成房屋等。

被动式低能耗绿色建筑技术和部品：被动式门窗与遮阳产品、屋面和外墙防水材料、保温材料、外墙保温系统、模塑聚苯板、石墨聚苯板、真空绝热板、岩棉、抹面粘浆和粘胶浆、新风装机组等。

建筑节能保温系统材料：岩棉制品、玻璃棉制品、模塑聚苯乙烯泡沫塑料(EPS)制品(含改性产品)、挤塑聚苯乙烯泡沫塑料(XPS)制品(含改性产品)、柔性泡沫橡塑制品、泡沫玻璃制品、发泡陶瓷制品、硬质聚氨酯泡沫塑料、一体化保温板、外墙保温(自保温)系统材料、保温切块等。

绿色新型建材：建筑管材管件、内外墙涂料、保温隔热涂料、预拌砂浆、建筑防水材料、LED照明、集成吊顶、水暖器材、陶瓷砖(板)、卫生洁具、建筑门窗、移门、结构胶及五金配件、装饰构件、钢筋混凝土用钢材、电缆、低压电气等雄安需求的绿色建材。

装配式全装修与内装工业化：整体卫生间、整体厨房、整体收纳柜、集成吊顶、厨卫电器、同层排水、全屋定制与内装工业化相关的集成技术和部品等。

室内采暖技术产品：散热器、室内采暖新技术、地源/水源/空气源热泵等。

石材及相关制品：建筑天然石材、天然石材复合板、石材保温一体化装饰板、人造石。

木结构建筑、景观木：景观木结构及用材，竹结构用材，木结构建筑地基及屋面系统等。

海绵城市与地下综合管廊建设：雨水收集与利用系统；雨水渗透排放一体化系统、透水砖；地下空间规划设计、综合管廊建设、智慧管网建设；各种材质的综合管廊管道管件、预制构件等其他有关配套产品等。

市政地理管材及泵阀：金属管材(铸铁管材、球磨铸铁管件)、塑料管材(PVC-

U管材、PE管材、PP管材等)、混凝土管材;泵、阀门、管道/馆接件等。

门窗幕墙及遮阳:门窗及幕墙、遮阳系统、结构胶系列及五金配件系列、建筑玻璃及光伏系列、阳光房。

固废生态综合利用:制砂设备、废弃矿山生态修复、尾矿处理、建筑垃圾、制砖机及解决方案、固体废弃物处置再生利用技术与设备等。

展会优势

济青联动,春季济南,秋季青岛,抢占全年招商新高地

深耕家居领域数十载,二十万条观众数据资源积累

组织数百辆直通车免费接送,观众更有巨额参观补贴海量发放

市场团队确保实效收益;全方位覆盖营销,线上线下立体曝光

线上线下整合营销,助您领跑行业新赛道

线上信息流广告直达百万观众

DOUYIN、TOUTIAO、KUAISHOU、Wechat、百度等社交媒体平台投放广告,大家居建装行业关键词大数据算法,全方位触达100万核心观众,挖掘潜在受众群体。

自媒体传播矩阵全域曝光

300+建材行业媒体,Wechat公众号、视频号、DOUYIN号、搜狐/TOUTIAO/网易/百家号等,以图文+视频的形式挖掘企业亮点,定制内容组合推广,助力企业营销传播。

800000+行业大数据深度推广

展会历经多届,已形成800000余条买家数据库,包括但不限于经销代理商、设计师、房地产商、建筑装饰施工单位等,涵盖公装家装全领域,搭建参展企业与目标客户“零距离”交流平台。

海名云展订单式获客实效成交

引入“海名云展”系统,数字化运营实现智能供需匹配,配置专属定制平台,直观获知匹配信息,建立沟通桥梁,“订单式”获客一键触达,实效成交。

观众邀约覆盖八省684个县市区

本届展会将扩大观众邀约范围,立足山东,辐射河北、山西、河南、安徽、江苏、浙江、天津七省,跨越八省684个县市区,全面覆盖县区、乡镇一级,实现长江以北地区观众邀约全覆盖。

客服团队定向邀约

200+客服团队多轮电话一对一邀约、匹配筛选,并通过微信添加、短信发送等方式,使展会信息覆盖观众人群,全方位提高观众到场率,确保到会买家数量及质量。

现场“照片+视频”双向直播引流

展会开幕期间，将进行“照片+视频”双向直播，邀请DOUYIN网红到场直播,通过WeChat群、朋友圈、DOUYIN、KUAISHOU等渠道进行全面推广吸引目标观众到场参观采购。

观众范围

生产商、经销商、代理商、贸易商、采购商、渠道商，设计院、城市规划师、建筑规划师、建筑设计师、建筑工程师、室内设计师、空间结构设计师、景观设计工程公司、工程建设单位，房地产开发商及业主、物业管理公司、建筑装修公司，医院、学校、体育系统，工厂、仓储、物流、酒店、停车场，石材养护公司、市政建设、路桥建筑、项目咨询管理公司、家具电器、建筑部品生产及解决方案供应商，国家相关协会工作人员，建筑院校师生等。

欢迎业界同仁踊跃报名参展QDBD

2024，现正接受申请，请速与我们联系，索取参展合同及展位平面图，巩固您的市场地位！

知识科普：

展会上如何成功打开销售渠道？

展会对于很多中小企业，越来越成为“鸡肋”，没有勇气抛弃，又食之无味，每次都好象是花钱去凑热闹，既没有多少人来咨询，更没签定多少协议，苦不堪言。事实上，利用展会上成功地打开营销渠道、建立众多优质的经销商关系，并使自己在资金上获得较大的回笼是完全可能的，而这种可能的原因就是将自己的展会办的具有创意，吸引大家的眼球。

展会基本都能够聚集行业的精英，而且每一个企业都会非常认真地对待，甚至花大价钱请专业的广告策划公司进行谋划，也难怪很多业内人士戏称：如今的展示会，不仅仅是行业的盛会，也是策划人比拼的盛会。在对展会进行策划创意时，有一个基本的原则：就是实效。很多企业往往为了“花架子”，而忽视实际的效果。结果不是效果打折，就是导致成本的浪费。为确保创意的实效，一般说一次展会的成功，就创意部分可以依据以下顺序进行。

展会前创意：在展会开始前，就应该充分了解展会的形式和相关规定，以及主要参展企业，特别是自己展位周围的企业，以确保自己能够从参展众企业中凸现出来。了解展会的相关规定，是要确保创意不要与展会的规定相左，要不一切创意职能是白费。展前创意，在SHUREN的案例中可见一般规律，主要是围绕着如何聚集人的气、如何留住人流、如何进行充分展示展开。具体的创意，要根据展会特点、企业资源、展位位置具体制定。

现场创意：一个再周密的展会创意，毕竟是远离展会进行的，一旦到了展会现场，都难免有遗漏之处和突发事件的发生，在原有创意的基础上进行临时的补遗创意和对突发事件的合理处理，往往能够起到画龙点睛的作用。比如：在SHUREN昆明展示会中，我们专门用了一面墙做投影演示，到实际现场强投影幕布一挂，发现那面墙十分单调，3X3米的展会也显得死气沉沉。要重新添加易拉宝等宣传物，显然来不及了，我们向组委会借来一个盆栽做点缀，效果一下子就活了起来。

展会后创意：参加展会的目的，是要拓展市场，形成实际销售。而参展的经销商在展会中往往会接触很多企业和产品，展会结束后，经销商能否还记得住你的产品都很难说，更不好说能够主动来与你进行接洽。因此，展后的跟踪创意显得十分关键。很多企业在做会后的跟踪时，总是一个电话完事。如果，你能准备一个有创意的传真，又是什么效果呢？如果是企业老总亲自签名的一份回馈函，经销商的感受又会如何呢？还有一种情况是，展前创意有欠缺，而这种欠缺又不能在展会中得到弥补，展会后的弥补就显得格外的关键。

展会现场的宣传现在已经愈演愈烈，厂家都知道要在现场造势，一个比一个狠、一个比一个胆大。中小企业显然不应该去硬拼，我们要做的是特！内容特、形式特、组合特、媒介特、道具特。这需要针对性

地来做创意。创意是削弱对手宣传攻势并凸显自己的好办法。