

intertextile

SHANGHAI home textiles

2011
回顾

第17届中国国际家用
纺织品及辅料博览会



中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会

展会概况

从布艺到床品、从展示到交易、从专业到时尚，作为中国纺织工业系列品牌展会之一的中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会经过17年不断的积累、发展，已成为亚太地区首屈一指、独具一格的知名专业平台，成为推动产业转型升级的加速器。

不同的风格、相同的目标。来自中国、西班牙、德国、英国、美国、葡萄牙、意大利、土耳其、希腊、巴基斯坦、印度、中国台湾、中国香港、日本、韩国等27家国家和地区的1159家家用纺织品参展商（其中国内880家，海外企业279家），会聚在126500平方米的展会上（与2010年相比曾加11500平方米），通过床上用品、巾被类制品、功能枕、毯类、厨卫用纺织品、羽绒制品、窗帘、沙发装饰布艺、遮阳用品、壁纸壁布、流苏花边、窗杆、窗饰、室内饰品等产品的展示更好地诠释了居室整体软装饰的时尚理念，并共同演绎了现代家用纺织品的时尚与文化新潮流。



品牌展会 行业巡礼

在为期三天的展示过程中，来自**107**个国家和地区的**41018**名专业观众（海外观众**6144**，国内观众**34874**）莅临展会采购、参观，近**6**万家纺行业精英人士再次共同谱写中国家纺行业辉煌。

在产品展示和商贸洽谈进行的同时，中国家用纺织品发展论坛、**2012/2013**家纺流行趋势发布、张謇·杯**2011**中国国际家用纺织产品设计大赛、**2011**中国国际家用纺织品创意设计大赛、新世纪中国家纺行业的前进与发展图片展、商务配对等展会期间的相关系列活动，引领了中国家用纺织品产业的发展和市场的导向。

规模化程度实现新的超越， 再创历史新高

在中国的家纺行业，参加展会寻求商机是众多供应商的共识，其中大多数企业，都把参加中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会作为开拓国外市场的首选；在全球的家纺行业，越来越多的工商贸易界人士把中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会作为寻找中国优质产品和企业的聚集地。随着展会知名度和影响力的不断提升，展会规模逐年扩大。

本届展会实现了历史性超越，规模堪称历届展会之最，十一个展馆、126500万平方米的展览面积，吸引了来自27个国家和地区的1159家企业共同参与。余杭、海宁、南通、绍兴、桐乡、浦江、建德、高阳、洲泉等产业集群整体亮相呈现一次内容丰富的行业巡礼，共同展示中国家纺集群的雄厚实力与独特魅力。知名企业汇集，本届博览会的规模及展商数量达到历届之最。富安娜、罗莱、梦兰、维科、雅芳婷、水星、博洋、愉悦、金太阳等知名床品企业；华尔泰、特耐、源志诚、新洪业、昌华、众华、达利丝绸、裕隆等知名布艺企业外；赛诺、会德宝等功能枕；依丽雅斯、欧美、楠木等墙纸、饰品企业强力打造家居品牌的新境界。



国际化水平实现新的突破

作为全球顶级家纺产品展会，中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会汇集全球家纺行业领先品牌，倾力打造全球贸易盛会。

与去年相比，无论是海外参展企业数还是海外参展国家数都已实现了历史性的突破，展会国际化程度进一步提升。西班牙、意大利、希腊、土耳其、台湾、韩国、巴基斯坦等国家展团集体亮相，国际知名床品Nicha、Kuan's Living、American Noyoke、Peter Reed、兰精等海外展商同时悉数参展。这些代表着当今家纺行业科技含量最

高产品的集体亮相，能让观众充分领略到全球顶尖家纺产品的魅力。本届展会真正体现国际化、专业化的展览目标，成为我国的家纺行业拓宽市场、经贸合作、技术交流、文化沟通的有力平台。



创意元素无限，再闪五大亮点

中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会作为一个大步迈向国际化的专业品牌展会，越来越注重凸现其特有的核心内涵和文化特色，因此，本届家纺展不仅向人们展示了最先进的技术和最靓丽的产品，还通过精彩纷呈的文化活动向广大观众展示全新的绿色家纺理念和健康的生活方式，并通过各种丰富多彩的创意和展示活动来增强文化与产业的结合力。

● 深度跨界合作。一揽壁纸精髓，攀登饰品巅峰，打造整体家居产品的一站式采购平台，与国内外壁纸、壁布、饰品企业跨界合作，通过一体化的营销渠道和统一的室内装饰风格等举措实现信息资源的共享，重塑家居、家饰新概念。

● 优化产业布局。本届展会继续引导企业丰富产品门类，协调区域家纺产业配套发展，构建产业协同体系，形成产业互补升级。在本届展会上，床品区域进一步扩展，芯被类、功能枕、毯类、羽绒制品展区彰显专业，窗帘布艺依旧大规模展出。



● 再造时尚文化。本届展会深入家纺文化建设，丰富品牌文化内涵，提升品牌文化价值—倡导原创。海内外设计师沙龙、家纺设计大奖赛、流行趋势发布、中国家用纺织品论坛、国际拼布展示区等齐登场，重新定义家纺时尚内容。

● 发掘、提炼中国文化元素。抓住中国文化的根和魂，非物质文化遗产展示让我们感受到中国纺织技艺悠久的历史文化，为中国家纺行业多年来倡导的家纺产品原创找到了新的方向。

● 依托展会，引领渠道产品创新。更多好的品牌在展会上不单进行新产品展示，更重要的是将其在渠道方面的创新，以及对渠道商的有力支持通过展会展示出来，引导行业新方向。

细化服务，增进商企对话

为了更好的收集和了解参展企业 and 专业买家的需求信息，帮助参展企业 and 专业买家在展会期间更快速有效的寻找到对方并洽谈业务，增进参展企业与采购商的交流及合作。在今天的博览会中，我们特邀请了来自国内外的优质买家与知名企业进行现场互动。

● 海外高端渠道买家见面会

邀请英国、日本BALS Corporation, Laura Ashley & Sears Holdings高管现场参观、采购。

● 海外特邀买家配对

英国Laura Ashley, 美国Sears商务配对会，法国Fran Fran商务配对会。

● 国内特邀买家邀请

早在展会开始之前2个月，主办单位就与中国百货业协会合作，在石家庄、青岛两个城市进行家纺展的路演，向当地商场进行宣传，使商场更多的认识家纺展中的产品和企业。展会期间，与中国百货商业协会





合作邀请来自华东、华南、东北等地知名百货采购经理近百人现场参观、采购。充分发挥特邀买家采购资源，为重点展商开辟配对服务。实地了解展会中的产品，考察参展企业。同时推荐优秀的参展企业，组织他们进行拜访。进一步增加名牌企业在商家心目中的地位，为参展企业之后的发展提供更多的机会。

个性化服务提升展会素质

对于展会而言“服务无小事”，随着展会的不断成熟，对于服务的自我要求也越来越高。我们从细节入手，在扩大规模的同时不断提高展会的品质、服务质量和管理水平，千方百计为展商和观众提供各种“贴心服务”，在吃、住、行上安排到位，增加餐饮点，进一步提高餐饮、交通等方面的服务质量，展前通过各种方法让观众更好的了解展会，更便利的参观展会。

引领产业未来

除了侧重家纺产品的功能性、系列性，环保低碳也是本届家纺展的关键词。无论是家纺产品，还是参展布展，家纺展都在倡导低碳经济和环保风潮。家纺行业所倡导的绿色、环保、健康的生活方式与国家提倡的低碳经济理念十分吻合；低碳经济亦将成为中国家纺行业新的发展机遇。



回顾

主办单位继续隆重推出

第二届中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会

intertextile

SHANGHAI home textiles

中国国际家用纺织品及辅料(春夏)博览会

China International Trade Fair for Home Textiles and Accessories – Spring Edition

29.2 – 2.3.2012

中国 上海浦东
上海世博展览馆

Shanghai World Expo Exhibition and
Convention Center
Pudong, Shanghai, China

2011
回顾

第17届中国国际家用
纺织品及辅料博览会



messe frankfurt



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国家用纺织品行业协会
法兰克福展览（香港）有限公司
www.intertextile-home.com.cn