

CONNECT CREATE  
链·新

第59届中国(广州)国际家具博览会  
THE 59th  
CHINA INTERNATIONAL  
FURNITURE FAIR(GUANGZHOU)



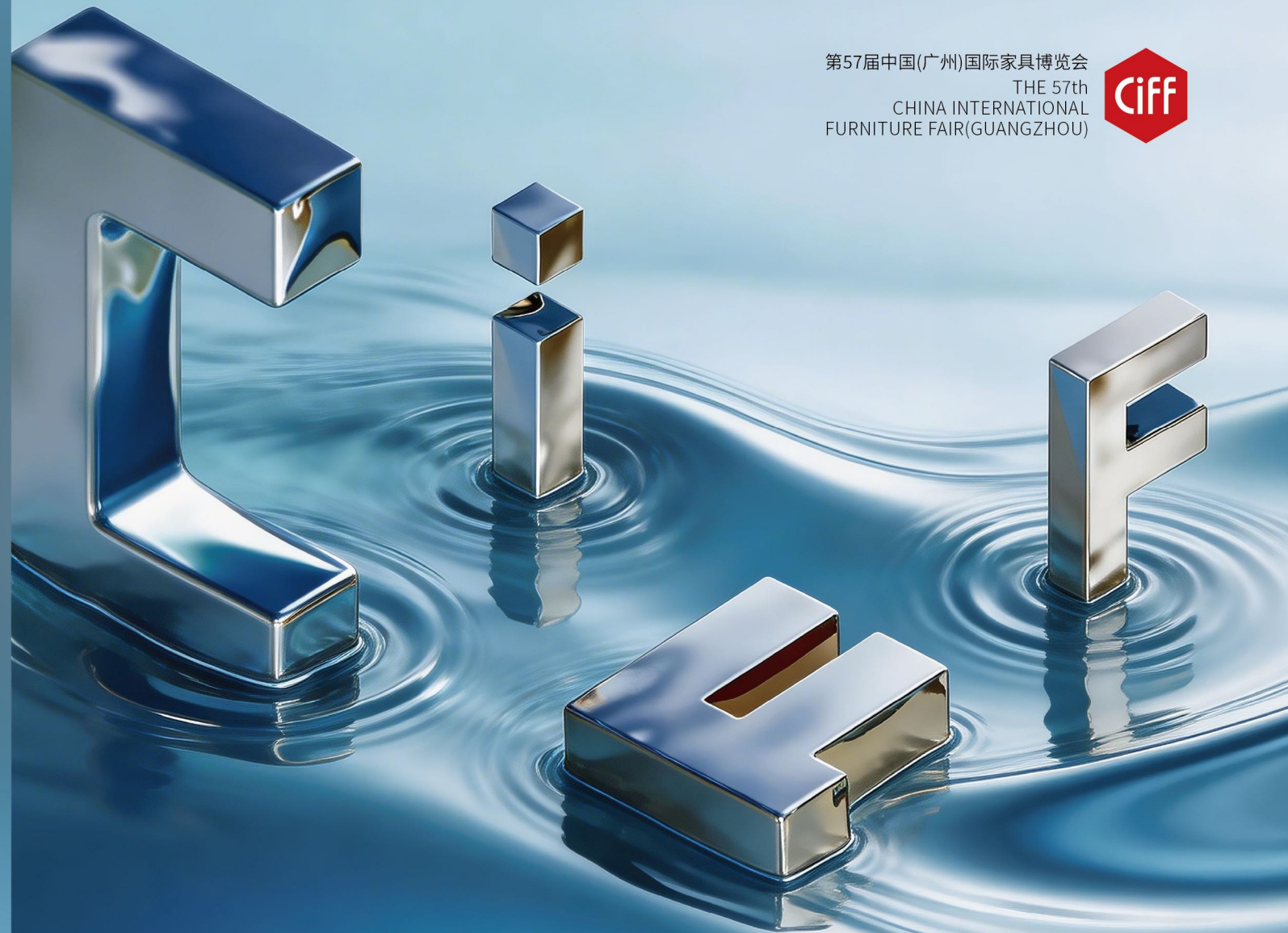
广州·琶洲  
GUANGZHOU

民用家具展  
Home Furniture  
2027.03.18-21

办公商用展&设备配料展  
Office and Commercial Space  
CIFM/interzum guangzhou  
2027.03.28-31



第57届中国(广州)国际家具博览会  
THE 57th  
CHINA INTERNATIONAL  
FURNITURE FAIR(GUANGZHOU)



展后报告  
POST SHOW REPORT

民用家具展  
Home Furniture  
2026.03.18-21

办公商用展&设备配料展  
Office and Commercial Space  
CIFM/interzum guangzhou  
2026.03.28-31

广州·琶洲  
GUANGZHOU



**民用家具展**  
民用家具、饰品家纺、户外家居

2026年3月18-21日  
琶洲·广交会展馆 保利世贸博览馆



**办公环境及商用空间展**

2026年3月28-31日  
琶洲·广交会展馆



**2026中国广州国际家具生产设备及配料展览会**

2026年3月28-31日  
琶洲·广交会展馆

**850,000**

展览面积(m<sup>2</sup>)

**353,106**

专业观众(人)

**185**

观众来源国家和地区

**5,100+**

展商数量(家)

**200+**

同比2025年增长  
创历史新高

**64,291**

海外观众(人)

**13.2%**

同比2025年增长  
创历史新高

## 第57届中国家博会(广州)成功举办

2026年3月31日,由中国对外贸易中心集团有限公司、中国家具协会、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的第57届中国家博会(广州)顺利落下帷幕。本届展会聚焦“设计引领、内外循环、全链协同”的展会定位,紧扣“链新”主题,以“破圈锻新”产业链、“设计焕新”价值链、“内外拓新”生态链,积极推动从“传统展览平台”向“行业赋能平台”转型,以展会的高质量发展赋能家居产业高质量发展。





## 民用家具展 —— 设计焕新·灵感启航

民用家具展以“领航”为主题，展览规模43万平方米，以六大题材为支点深度链接全球设计、产业与消费趋势。首设健康养老、按摩椅/功能沙发、宠物家居、新零售四大专区，多元展品与行业解决方案交汇于此，以跨界破圈之力，为行业打开全新的机遇版图。



## 软体家居

\*排名不分先后

顾家、敏华、联邦、华达利、Ashley、Micheal Amini、M&D、Chateau d'Ax、Relaxstudio、Gallery、Domicil、CAMPO DE'FIORI、斯帝罗兰、恒林、永艺、中源、华诺、戎马、思凯林、名博、爱米高、ASIADES、高峰创建、利亚斯、爱依瑞斯、林氏家居、库斯、瓦洛瑞、米亚百莱、斯高、明天、富丹尼斯、格斯威、A家、艾力斯特、奥佳华、盟迪奥、奥睿.....

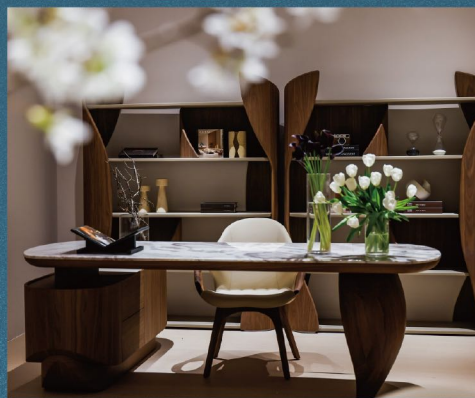
喜临门、金斯当、朗乐福、斯林百兰、宜奥、晚安、Sleepone、SINOMAX、MPE、HEKA、梦神、爱舒、麒盛、八益、大自然、码组、HILADUO、首秀、零分贝、顾乐仕、漫波深睡、全思、蓝天、眠花糖、北亚、战盾、柯芙特、高尔顿、永华环球、铨力、明哲希、多普达、大鹏、穗龙、美梦思、金龙恒、甜秘密、科韵、Asleep、中深爱的、欧西亚、大方、力彦、嘉尼曼.....



## 当代设计展

\*排名不分先后

HC28maison、前进、汉格、锐驰、DAaZ、康耐登、米洛、南洋迪克、寐宸、阅梨、希可、DOMO、巴博罗、可木、美萃、艾伦斯特、迪信、Recasa、卡缤、KBH、各色、慕尚威登、约瑟、拾刻、凝具、静谧、A2Stone、百诚、达希、巴夏、丹豆、香榭丽映、后作、屋斗、诗歌、匠度、极简、摩代、玛润奇、米梵、诺华、亚赏、长实、健威、诺丁山、力高、赖氏家具、永铿、科凡、林氏家居、源氏木语、原始原素、珠江琴韵家居、木陌、沃高、安德利亚、阿图比、名美轩、出乎、DAWOOD LIFE.....

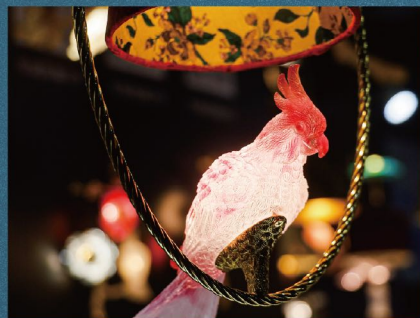


## 餐客厅家具

\*排名不分先后

星威、森川、晨曦、百世、优美家、华展、杰希、都市家园、MorningSun、自由空间、魔极、科形、崇雅、点尚、雅时、圆彩然、2平米、吉徕福、阳光世纪、穗兴、永生、宏丰、纽莱克、标典、富和、伟誉、扬志、伊纳福、福尔曼、标向、中龙、欧曼迪里、竞卓、莫克、福田、东荣、圆山、联鸿、迪美、大健云仓、亚马逊、Ebay、Wayfair、Shopee、速卖通.....

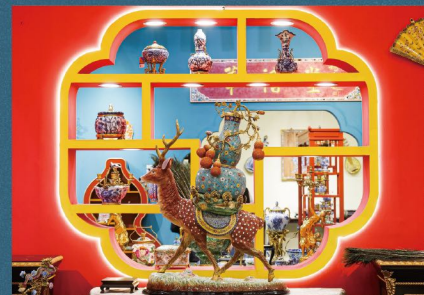




### 饰品家纺展区

\*排名不分先后

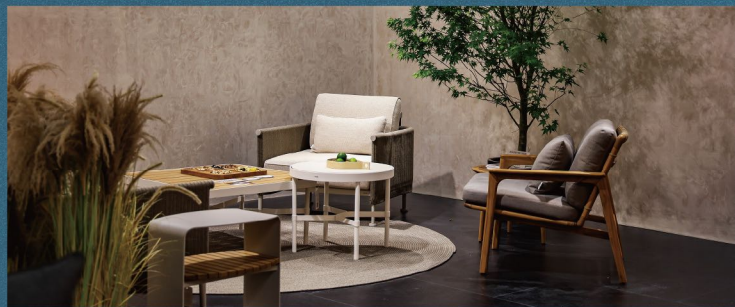
凤凰美居、佛洛伦克、d.sky home、八加全品、KERRY HOME、思联、宏大精品、PORCH VIEW HOME、EVERGREEN DECOR、花丝雨、露曼施、加鼎地毯、优立地毯、苏必丽、艾布之家、安华、雨秋、铭创艺术、雅斯荟、太阳姊妹、寓石林、浩普地毯、美国世纪、元熙壹品、OTE、众望、伊丝顿、名锦、纳布、伊诺、居莱、恒立、金佰利、玛雅、恒业时代、DAVIS、柯力达、欧美来、安利皮革、致远皮革.....



### 户外家居展区

\*排名不分先后

悍高、澳美发、德锐、梵美思、酷设、艺庭、铭度、亚帝、帝加花园、唯尼可、曝微、迪花欧、拓曼司、晟玮、永强、中艺、基伟、维格、勤达.....



### 办公商用展 —— 向绿而行·引领潮流

办公商用展以“可持续”为主题，规模超24万平米，将绿色理念融入全展策划，以办公环境、办公坐具、公共商用三大展区，展示最前沿的办公商用解决方案。从绿色单品到可持续空间，展会系统呈现全场景可持续办公样本，为产业绿色转型持续赋能。



### 办公环境展区

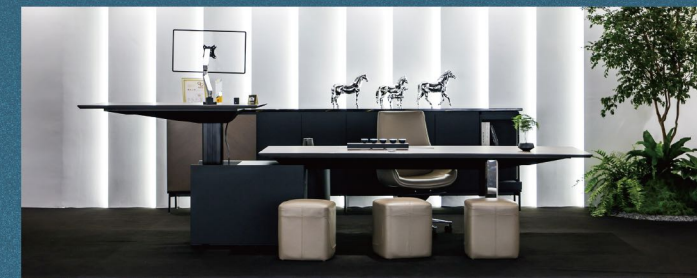
\*排名不分先后

圣奥、长江、天坛、百利、冠美、兆生、中泰、华盛、迪欧、科尔卡诺、精一、黎明、海太欧林、韩国福喜世FURSYS、鸿业、熊一、荣正、健威、科劲、百特、新达高梵、北特、广立、朴美、芬伦、玛祖铭立、欧美斯、优否、优思佩、莱特斯、谷腾、艾柯尼、国申、FINEST、美格利生、昂生、博生、奥彬、赛福德、康爱、国之景、普康、德昌、杭州中泰、瑞信、意大利COFEMO、金虎、远大、OKIN、捷昌、乐歌、凯迪、豪江、澳柯、久正、维兹.....

### 办公坐具展区

\*排名不分先后

宜家、国誉KOKUYO、美时Lamex、永艺、恒林、森纳、富凯、玛拉蒂、摩方MUSEPoD、柯泓、高田、enova、富和、超亚、沃时、博耐、马来西亚Merryfair、Benithem、台湾国靖、韩国Bestuhl、Dawon.....



### 公共商用展区

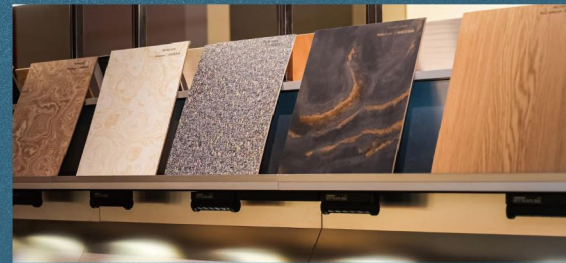
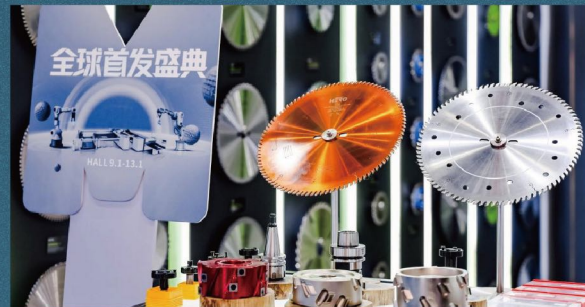
\*排名不分先后

丽江科创、鸿基、惠美、恒丰、筑丰巢、三朗、森川、新世纪、绅徕仕、殿堂、雅格美天、育才、富美、育佳、亚奇、弘时、澳舒健、荣华、聚宝.....



## 设备配料展 —— 以智提质·链动全球

设备配料展以“链动全球”为主题，规模超17万平米，以数智化创新为核心引擎，汇聚全球顶尖生产设备、五金配件、家具辅料企业，联动全球供应链资源和前沿成果，打造贯穿上下游的全链生态，推动家居产业从“传统制造”向“数智质造”革新升级。



\*排名不分先后

HOMAG、Cefla、WEINIG、IMA Schelling、Wemhoener、FREUD、LEUCO、LEITZ、PAOLINO BACCI、Schattdecor、LamiGraf、Interprint、IMPRESS、REHAU、RENOLIT、HUECK、Pfleiderer、Swiss Krono、Printech、AHEC、American Softwood、Aydin Tekstil、HENKEL、BOSTIK、KLEIBERIT、H.B. FULLER、SIMALFA、JOWAT、Akkim、LINAK、OKIN、CyberLock、OVVO、NewsTech、L&S Lighting、Ferrari、Limoss、上工集团、南兴、极东、豪德、桦桦、先达、普瑞特、跃通、永强福泰、捷菲亚、青滨永强、品脉、青城、建诚伟业、星辉、威特、联柔、源田、科华、华剑、恒业、牧野、松谷、意达、酷作、捷泰克、东泰、悍高、星徽、巴斯蒂姆、泰明、图特、炬森、欧派克、顶固、诺米、库博、欧诺斯、天斯、拓臣、耐斯克、乐思富、祥兴、美顿、明希、格瑞斯、齐峰、华旺、帝龙、华立、盛龙、靓时、福人、天坛、露水河、耀东华、志华、粤山、怡黄、天元汇邦、华美、中润华源、佳饰家、华彩、南洋、艾米、爱博、华霖、摩泰、维意、盛达、亚格、中鸿、康强、兄奕、欧德雅、积葭、瑞礼、锐迈、田野、美信、帛飞特、凯杰、卓涛、华盛、铨力、磐钢、卓凯……

## 全域设计展 —— 跨界链新·趋势前瞻

十五大主题设计特展亮相家博会，全域联动知名设计师、先锋策展人、资深媒体人，跨领域打造出一场涵盖科技美学、环保理念、国潮元素与时尚设计的家具盛会，以丰富饱满的内容层次，打通圈层壁垒，营造互动交流、多维赋能的灵感能量场。

### CMF趋势 LAB

自2021年创立以来持续深耕材料与色彩创新应用，致力于构建全球领先的CMF专业推广平台。本届现场呈现四个趋势主题实验室：降噪、物尽其用、声声慢、算法自然，以海量的创新材料和设计作品完成趋势首发，结合丰富的设计主题演讲和多元沉浸式体验工作坊，展示CMF领域最新动态。



本届邀请国际头部品牌加入策展内容，以沉浸式体验帮助品牌跨越认知鸿沟，为理解全球设计的多样性提供了一套根源性的解释框架。展览与现场的本土品牌共同构建出一个多元并存的场域，让观众在行走与体验中，自然触达东西方品牌之间最真实的对话。

### 设计力场



### 设计扬帆

本届汇聚15组品牌，聚焦制造企业x设计IP出海，让企业与设计师能够以最低成本的方式建立信任与合作。在守住真实的文化内核的前提下，搭建“设计与用户、产业的深度互动”，让展览成为对话与对接的桥梁，推动设计从展品真正走向生活和市场。





**意思设计展**

本届意思设计展以“氛围里的设计”为主题，带来30余个品牌与设计师的家居设计作品展示，构建了一个新的生活方式氛围场。好设计就是好生意是意思展不变的宗旨，用“好设计”构建有意思的生活方式，从而带来“好生意”。

**非遗技艺美学展**

多位国家级非遗传承人、中国工艺美术大师、大国工匠们都拿出各自的代表作，传递中华传统家具技艺的非凡魅力。



**设计点心**

以“实践中的设计：因项目而生的产品”为主题，汇聚12个国际设计品牌，将设计从成品展示重新带回真实发生现场，探讨产品如何在建筑、室内、酒店、住宅等项目中被生成、修正、验证，最终沉淀为可重复使用的能力。



**「不如趣野」主题特展**

本届特展以“生长”为主题，呈现两大亮点：一是以不同户外场景为灵感，呈现国内外户外家具新品的设计、材料、工艺等多元应用，通过引入装置、现场手工演示等形式，强化特展的互动性、艺术性与趣味性；二是特邀商业空间设计师、跨界艺术家等跨领域大咖参与分享交流，聚焦国际潮流户外生活方式、户外家具的设计趋势等多维话题。



不如趣野·生长在喧嚣中宁静



**伴宠生活家 - 宠物家居及用品特展**

以“人宠共居”为核心，呈现人宠家居、智能用品等全产业链展品，通过场景化布置，强化特展的体验感、时尚感与人文关怀。本届特邀专业策展人及行业嘉宾参与分享，聚焦宠物家居设计趋势、人宠生活方式等话题，助力把握宠物经济升级机遇。



**安溪花园、茶空间主题展**

联合安溪产业基地及众多花园企业，聚焦花园生活，汇集花园家具、园艺装饰、铁皮动物装置等，打造美好生活后花园。

**设艺文化**

融汇全球设计视野，联动国际品牌、建筑思潮、家具美学与艺术资源，以深度交融激发跨界创新，为展会注入国际视野与灵感，共塑未来办公家具行业新范式。





linking  
设计星

聚焦设计驱动，汇聚全球智慧。以多元、开放、包容的国际化平台，联结国内外顶尖设计力量，引领行业趋势，推动设计价值向产业深处渗透，驱动中国办公生态向高品质、可持续的未来进化。

广州办公  
环境主题馆

CIFF2026广州办公环境主题馆以“有筑·无界·可持续”为内核，通过现代可持续材料与传统席编工艺交织的灵动飘带，诠释认知架构、无界设计、永续循环三大未来办公命题，构建空间重构的生态原型，与行业共链创新，启幕价值新篇。



CMF趋势  
国际材料  
长廊2026

打破目前的材料展陈设计形态，邀请策展人与国际顶级材料商合作，将4个趋势主题具象化为一个个独立的沉浸式体验装置，激发观众对材料、图案和色彩应用的灵感。本次特展将冰冷的材料转化为充满生命力的艺术剧场，带来充满设计感的户外结构和色彩空间，献上一场革新认知的材料艺术盛宴。



展示区以“植树治沙”为视觉符号，诠释“材料源于自然、产品归于环保”的理念。展览通过“绿色基材→表面工艺→环保涂装→成品家具→生态公益”全链路，呈现从源头认证、废料新生到“油改水”纯净变革，最终以“0苯0甲醛”家具与公益闭环，完成一场从自然到生活、再回归自然的可持续探索。

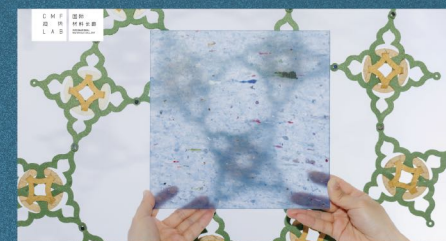
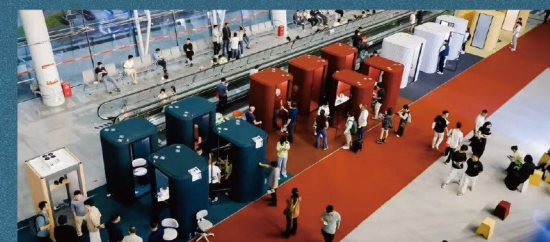
《大家居创新  
趋势研究报告》  
成果展示区

“新”潮涌动 —— 首发领跑·“智”“绿”融合

新品首发、新趋势发布……本届家博会成为家具行业创新力量的集中秀场，首次亮相品牌高达1582家，发布新品的企业达93.8%，首创“全球首发盛典”，首发9项趋势报告，为家居行业注入前瞻动能。



本届展会成为绿色可持续与智能技术融合应用的成果秀场，2730家品牌呈现绿色产品、2216家品牌使用绿色搭建、1558家品牌带来智能解决方案。从材料到工艺、从展位到展品，绿色与智能正通过CIFF平台成为家居产业的共识底色。



## 论坛活动 —— 全球智慧·行业风向

本届展会联合诸多专业策展人、著名设计师、资深媒体人、行业专家学者等，聚焦设计潮流、乐龄生活、人宠共居、材料创新、智造发展、社会福祉等重点领域和热点话题举办111场会议论坛，并联合权威机构发布多项趋势研究报告，为发展家居新质生产力开拓新思路、启迪新思潮。

## 2026中国家博会（广州）华钻之星荣誉盛典

本届家博会升级打造“华钻之星”设计活动，倡导高质量生产标准，赋能行业转型提质。经由权威专家专业评审，共评选出178件荣誉作品，这些佳作同时代表了行业前沿设计趋势，为家居行业树立新的标杆。



## 2026中国家博会（广州）华钻之星 —— “至尊之星”企业



### 客厅家具类

- / CAMERICH锐驰-BALLERINA 舞
- / 东莞市寐宸家居科技有限公司-赤岩椅
- / 顾家家居股份有限公司-Malachite-蓝湾
- / 都汇空间科技（北京）有限公司-PATH弯流
- / 东莞市欧极家具有限公司-Robert罗伯特沙发
- / 斯蒂罗兰(广东)智能科技有限公司-孟菲斯椅 Memphis
- / 佛山市富莱斯家具有限公司-诺亚沙发

### 餐厅家具类

- / 极简概念-棱筑餐桌

### 卧室家具类

- / 深圳市朗乐福睡眠科技有限公司-整卧睡眠空间-云帆空间

### 智能家居类

- / 浙江豪中豪健康产品有限公司-鹅卵石智能按摩沙发椅

### 家用纺织类

- / 北京优立美佳地毯有限责任公司-祥云瑞彩

### 软装美学类

- / 中山市埃加得照明电器有限公司-悬浮晶山

### 户外家居类

- / 江门市炜骏家具有限公司-AURA
- / 佛山市若藤居家具有限公司-绿洲Oasis

### 办公商用类

- / 上海玛铭铝立家具（集团）有限公司-boxwork
- / 佛山市健兴家具科技有限公司-LOOP桌腿
- / 广东郗江科创实业有限公司-LS-420课桌椅

### 办公商用环境设计（空间类）

- / 为来科技（杭州）有限公司瞬息剧场-LINK设计星空间

### 功能创新类

- / 广东炬森精密科技股份有限公司-厨房拉篮月影系列
- / 广东顶固集创家居股份有限公司-顶固三维可调暗铰链

### 智能制造类

- / 青岛建诚伟业机械制造有限公司-电磁琴键砂光机

### 材料创新类

- / 无锡华美板业有限公司-风蚀锈岩
- / 亚格新材料（江苏）有限公司-楠木波浪纹

系列论坛活动



家居产业生态矩阵发展论坛



2026中国设计趋势论坛



光影与浪潮·两岸设计赋能银发未来论坛



宠物家居趋势发布活动



家具产业ESG价值重构：CIFF魅力之路主题论坛



2026ODC 办公空间设计创想大会

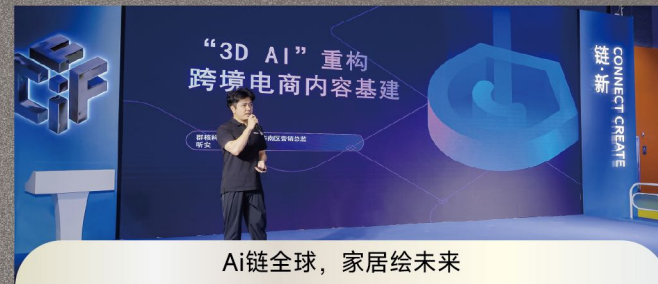
国际引力场&跨境英雄汇



建筑语言下的家具与内装论坛



2026家博会国际跨境论坛



AI链全球，家居绘未来



国际精英领袖沙龙

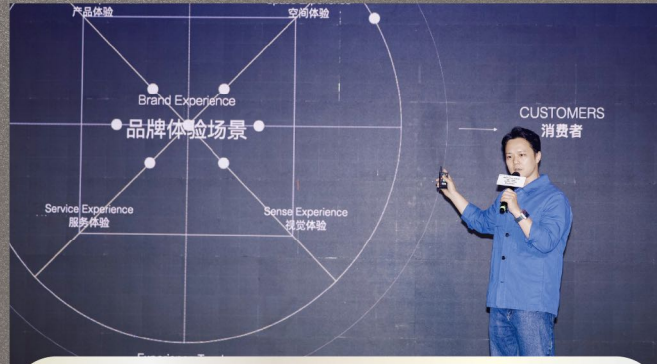


中东区域家具大商论坛

设交声量场



CIFF设交圈沙龙



「创新力·全球观」国际化设计思维创新论坛



设计共生 | 2026中国设计力城市交流论坛



「中哈设计新丝路」设计游学破冰会



「全案新生态·选品新未来」  
2026中国软装产业高质量发展论坛



2026年度 设计1000计划·城际设计论坛

经英论道场



经销商大会



整装新协同-装企调研对话



整装新共创-装企溯源对话



大家居产业升级论坛

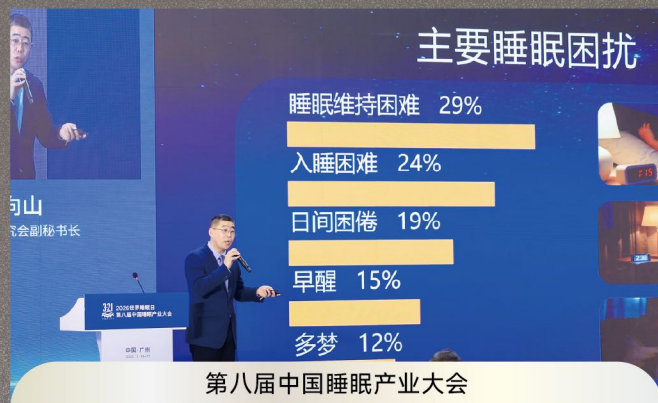
## 产业系列论坛



两业融合·银发经济高质量发展论坛



2026大家居创新趋势研讨会



第八届中国睡眠产业大会



银发经济产业链接者大会



TIS智慧软体趋势论坛2026

## “展”现实效 —— 全链商贸成果丰硕

本届展会不仅是一场展览,更是一个推动供需精准对接、助力品牌与市场双向奔赴的资源交汇场。国内外贸易商、采购商、设计师、经销商、装企负责人、办公行政负责人、医养机构、电商买手、地产商等多元群体齐聚于此,无数合作在此萌芽。



医养家居创新对接会



国际采购商团



地产对接会



台湾地产及养老产业逛展团



“中哈设计新丝路”设计游学对接



美国观众团



新题材专区对接



装企探展团



银发选品对接会



线上代采购



高校采购对接



行政人员逛展对接团

## 第57届中国国家博会（广州）观众规模



专业观众(人)  
**353,106**



观众来源国家和地区  
**185**

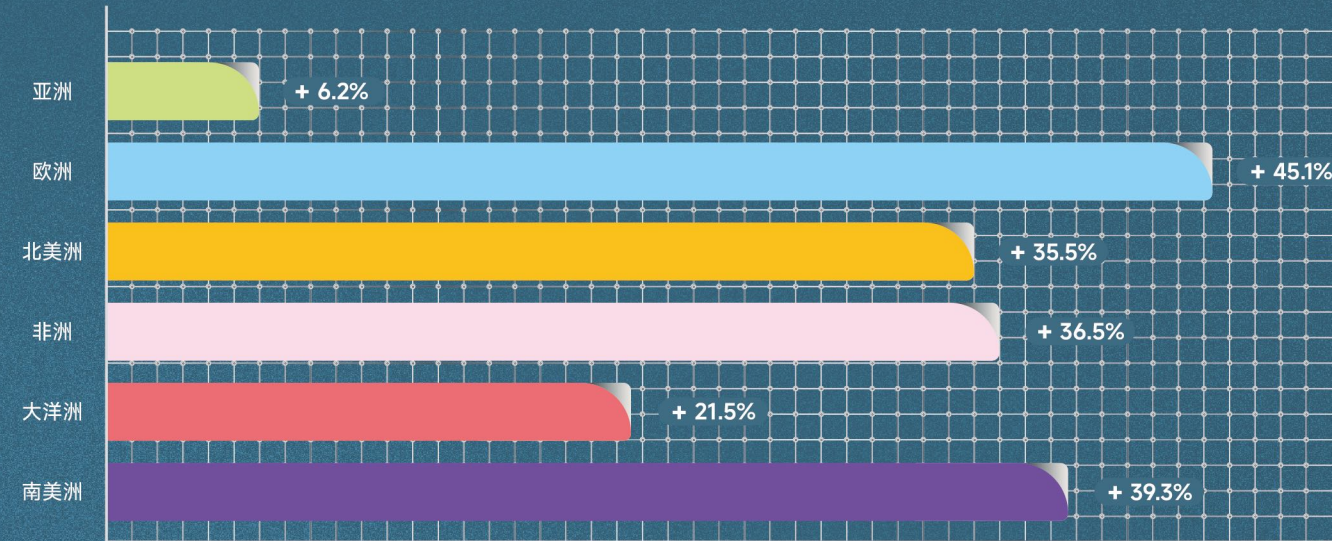


海外观众(人)  
**64,291**

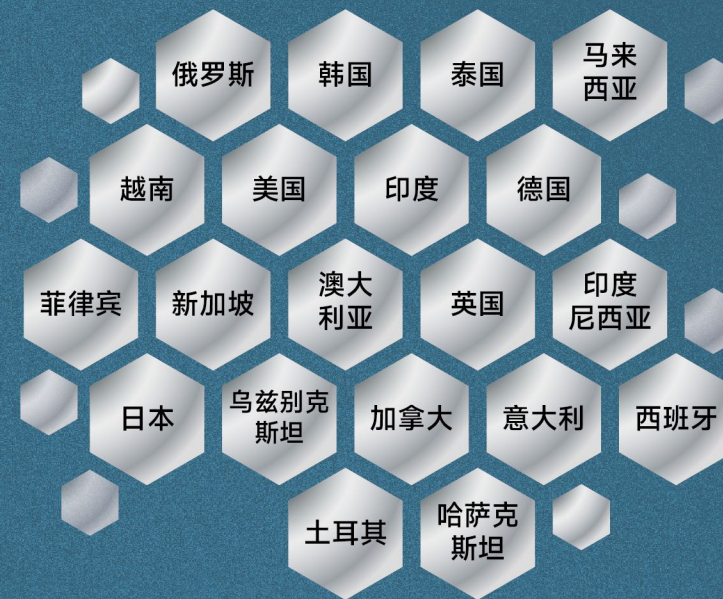
同比2025年增长  
**13.2%**  
创历史新高



## 海外观众各大洲同比情况



## 海外观众前二十来源国



## “声”量破圈——全球热度持续攀升

全球目光聚焦琶洲，两期共策划8条媒体探展路线，海内外超1100家媒体矩阵联动，行业KOL深度参与，趋势报道、品牌专访、现场直播、专题解读多点开花。社交平台话题热度持续攀升，攫取超1.3亿线上流量曝光，中国家居的创新故事，正在被世界看见。



新华网视频报道



海外媒体记者团



KOL逛展

### CIFF Guangzhou 2026 Highlights Emerging Trends in Home Living

Furniture World News Desk on 1/27/2026



GUANGZHOU, China — The 57th edition of CIFF Guangzhou will take place in March 2026, presenting the Home Furniture exhibition as a forward-looking ecosystem for the global home furnishings industry. The event aims to explore new ways design, innovation, and business intersect amid changing consumer expectations and lifestyle patterns.

As the market evolves toward more experience-

Rekordzahlen trotz globaler Herausforderungen



### 第57届广州家博会绘就“两业融合”新图景



三月的广州，春意盎然，琶洲广交会展馆内人潮涌动。3月18日至31日，第57届中国家博会（广州）...

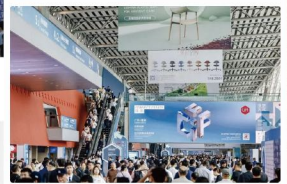


展会以“链新”为主题，吸引全球观众参展

### 广州家博会二期开展，多维发力培育新质生产力

羊城晚报·羊城派 黄士 3月29日 12:15

3月28日，第57届CIFF中国家居博览会（广州）二期办公商用及设备配料展在广交会展馆正式开幕。羊城晚报记者从主办方了解到，这场为期4天的行业盛会，以“链新”为主题，聚焦培育壮大新质生产力，通过绿色转型、数智升级、创新赋能三大路径，展现家居产业从传统制造向现代化产业体系迈进的最新成果。作为贯通家居产业上下游的旗舰平台，本次二期展览规模达41万平方米，吸引全球众多头部品牌携前沿成果集中亮相。



展会以“链新”为主题，吸引全球观众参展



央视新闻报道



KOL逛展



全球主流媒体深度报道

## 媒体说

央视《新闻天下》  
第57届中国家博会规模创历史新高，新设四大专区，拓展国际商贸对接，助力家居企业开拓内外贸市场。

## 新华社

以“链新”之名，中国家博会（广州）锚定中国家居产业新坐标！  
本届展会将围绕阵容升级、赛道升级、场域升级，持续完善全产业链布局。展会火爆的背后，是中国家居产业从“规模扩张”向“质量跃升”的向内转型，是东方美学从“单向出口”到“全球扎根”的向外突围，更是展会从“交易场”到“赋能体”的向深进化。

## 人民网

一张牦牛皮走到家博会，“广货”如何链动全球？  
从若尔盖草原的祝福，到琶洲展馆的全球订单，中国家博会（广州）携手参展商勾勒出“广货”链动全球的脉络：它根植于大湾区独一无二、高度协同的产业链生态，蜕变于企业从代工出口到品牌创造的持续升级，借助家博会等国际展会平台的聚合与辐射功能，赢得全球客商的信任。

## 广州日报

全国家具展遍地开花，为何独选广州？  
在这里，你可以看见家居产业的过去、现在与未来；在这里，你可以遇见志同道合的伙伴，捕捉下一个风口；在这里，你可以感受生活的温度，见证创新的变革。

## 北青 newlook

琶洲的风，吹皱了珠江水，吹活了全球家居人的心气儿  
世间有变幻无常，远方有战火纷飞，身边是数以万计为了美好生活而赶来的人们，此刻除了感慨，就是感恩，感恩遇见、连接和创造。就像一位新加坡媒体同行所说：“从这里，我看到了光。”的确，盛放在每年春天的CIFF广州，不仅带动人们为生活之美而欢心鼓舞，为本土产业培育无限生机，更让全球家居业重拾信心。

## Wallpaper 中文版

设计，让协作成为网络  
今年CIFF广州不只是把不同品牌汇聚到同一空间，更重要的是让人意识到，中国家居设计真正需要的，已不再只是更多产品、更多风格或更多话题，而是更多有效的协作。展会的角色也因此发生变化——从一个展示成果的贸易平台，逐渐转向一个促成关系、放大连接、支持行业持续生长的公共界面。

## 今日家居 Furniture Today

从制造到“智造”，上游正在发生什么？在广州，CIFF给出了答案！  
上游强，则产业强。3月28日至31日，广州琶洲·广交会展馆。当全球家居人的目光聚焦于此，我们看见的不仅是一场展览，更是中国家居产业从制造规模优势转向创新价值引领的时代转型缩影。在这里，设备不再是冰冷的机器，而是新质生产力的引擎；材料不再是沉默的配角，而是空间美学的载体；五金也不再是隐形的配件，而是智能进化的关键。

## 展商说



米洛家居董事长、顺德家具协会会长 左建华

中国家居品牌出海的核心是坚持原创，唯有原创才能立足国际舞台。我们以“无界共生”为主题亮相展会，还融入广州老西关水漂、铁艺锻打等非遗工艺，以低调奢华的质感，展现品牌原创实力与核心竞争力。如何让世界看到中国家具，或者我们如何走向世界，我觉得CIFF家博会是一个很好的平台，很荣幸能参与其中，只有不断地创新，我们的品牌才能走向世界。

HC28 maison品牌总经理 庚雪琴

我们已是十余次参展的老展商，CIFF广州家博会这一国际平台帮我们链接全球客户与设计师，更收获海外友人认可，助力中国品牌走向世界。有趣的是，在今年展会的第二天我收到了格鲁吉亚客户远程带过来的小礼物，这让我们更加坚定与CIFF广州家博会携手与共，一齐为全球客商带去好的产品与服务，同时也收获他们的真心认可。展会现场人气高涨，市场反馈极佳。



前进觅美营销负责人 陈佩碧

中国家居企业提升国际竞争力，核心在于精湛工艺与独特设计。我们借本次CIFF广州家博会发力外贸市场，从产品设计、合作模式、经营模式三大维度推进国际化，推出适配海外的高品质实木家具，让品牌真正走向国门，彰显中国实木家居的实力。今年的CIFF广州家博会人流如织，这给我们家居企业很大的信心，坚信实木家具在未来拥有更广阔的发展前景。

卡缤美学家居品牌创始人 邓新

本次借助CIFF广州家博会，结合品牌十年历程，我认为提升国际竞争力要分三步走：十年深耕产品力，对标国际顶尖标准夯实根基；现阶段攻坚品牌影响力，依托全球用户与海外经销商扩大声量；未来打造品牌文化力，实现深度突围。全球化我们采用“农村包围城市”策略，先深耕东南亚、中东新兴市场，再进军欧美高端市场。CIFF是我们国际化的重要桥梁，高效链接全球客商，我们产品自带国际化基因，未来将稳步推进全球化，打造世界级中国家居品牌。



南洋迪克渠道中心总经理 张兆栓

我们是第一次参加CIFF广州家博会，品牌自2019年起从单品向全屋整装转型，七年深耕收获行业认可，未来将继续以整装为核心，兼顾极致单品与整装发展。近年来，我们在线上依托总部自媒体、小红书及经销商矩阵发力，CIFF则给品牌提供了精准的线下流量入口，链接全球买家与经销商。本届展会收获超出预期，明年我们将选择继续参展。

源氏木语品牌营销负责人 彭鑫

我们近年来主推“新实木主义”，将“新”视作为动态进化的过程，不断升级产品品质，风格从原木风延伸出诧寂、意式、美式等，其中融入了中式美学的人文理念。此外，品牌主打黑胡桃木，融合布艺、铁艺等材质，打造了可升降餐边柜、多功能书柜、原木大板桌等创新产品，契合“去客厅化”的家居趋势，传递“让家成为自然选择”的品牌理念。本届CIFF广州家博会人气远超预期，我们将内外销双线发力，力求让更多消费者用上适配的高品质实木家居。



KINGSDOWN中国运营总部董事总经理 杜杰

我们是美国奢华床具开创者，深耕床垫领域122年，也是CIFF广州家博会的多年老友。多年参展为我们带来优质客商资源，有力助推品牌宣传与招商拓店。面对AI浪潮，我们坚持务实研发，从真实场景出发打造解决睡眠痛点的智能产品。未来我看好AI在睡眠领域的普及，可借鉴智能汽车路径让技术服务生活。我们聚焦国内睡眠市场，迭代适老化产品与青少年专属系列。本届CIFF人气火爆，客商云集，我们有信心斩获远超往年的亮眼成果。

MPE AI 寐智能床垫主理人 石中宇

MPE深耕睡眠市场20余年，是国内智能床行业开创者，已连续20年参展CIFF广州家博会。这一平台见证了我们的成长，产品获全球认可，更助力拓展大量国内门店与合作伙伴。历经20年迭代，我们掌握12项专有技术，实现产品大数据联网与AI智能化。我们早与华为HiLink联合开发智能卧室系统。借CIFF人气与新质生产力风口，我们将继续以科技赋能健康睡眠，用产品解决失眠与居家养老问题，践行行业责任。



林氏家居大家居新零售事业部副总经理 黎洪亮

这是我们阔别两年后重返CIFF广州家博会，本次以“适居”为主题，坚持以人为本、围绕用户需求设计。品牌历经19年发展，在全国布局近300家千万方大店，投入超十亿打造产业集群，提升运营效率。我们引入AI技术实现定制设计5分钟出图，大幅提升服务效率。渠道上公域私域联动，线下大店打造体验秀场。本届展会流量远超预期，我们希望借此展示大店商业模式，坚持精选优质伙伴，不盲目追求数量，与合作伙伴共享大家居新零售红利。

码组家居总经理 阮建秀

我们与CIFF广州家博会携手超十年，本次携原创绿色产品亮相展会，成为环保家居亮点。我们主打可循环使用的码组系列，覆盖床垫、沙发等品类，零配件可单独更换，拉长产品生命周期，实现低碳循环。展位也采用可复用设计，全程践行可持续理念。CIFF助力我们传播绿色理念、对接全球资源。未来我们将坚守原创，融合中式美学与环保理念，以减法设计打磨产品，布局智能家居，持续打造友好型绿色家居，推动行业低碳转型。

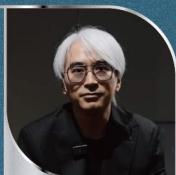


圣奥科技股份有限公司市场部总监 朱凤梅

作为CIFF广州家博会的老朋友，我们多年参展收获颇丰。CIFF让我们精准捕捉到客户对绿色、智能产品的需求，也为品牌全球化推广、拓展海内外客户提供了强大助力。家博会是行业趋势的重要传播枢纽，其绿色理念与圣奥高度契合。今年我们以“森林漫步”为主题，通过场景化布局传递绿色情绪价值。未来，我们将借助CIFF影响力，通过场景化展示深化绿色可持续理念传播，推动办公家具行业向低碳化、人性化转型。

东莞市兆生家具实业有限公司副总经理 关名威

开展首日收获近20单成交与四五十位意向客户，让我切实感受到CIFF广州家博会强大的商业赋能。这里打通上下游资源，让我既对接优质客户，也寻得助力产品升级的上游供应商，为产品研发迭代积累宝贵资源，在供应链整合与市场洞察能力上快速成长，更坚定了持续参展的决心。依托家博会的国际化舞台，我将助力企业对接国际环保标准，推动环保产品走向世界，实现个人与品牌可持续发展。



## 展商说

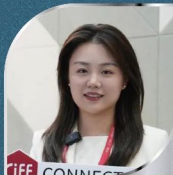


### 海太欧林集团董事长 叶永珍

自1997年起，我便带领企业参与CIFF广州家博会，是展会资深参与者。CIFF作为全球家具风向标，是品牌理念发布、新品展示的重要舞台，也为我聚合了全产业链资源，助力找到理念契合的合作伙伴，更以绿色理念引领企业发展。展会现场人气火爆，新品与绿色理念吸引海内外客商，拓展商机。CIFF的绿色办展理念与企业发展高度契合，其绿色展区与行业交流推动产业绿色升级。

### 科尔卡诺总裁 丁雪东

科尔卡诺已连续十几年参加CIFF广州家博会，品牌也正是从这里起步并发展壮大。即便国内市场竞争日趋激烈，本届家博会众多外商的参与也让我们整体的订单情况保持良好。CIFF作为中国最大且唯一的办公家具展示平台，对企业意义重大。它不仅是让品牌获得行业认可、提升知名度的核心渠道，更是我们积累客户、获取订单的关键依托，因此也成为科尔卡诺每年唯一的参展选择。



### 杭州荣正家具有限公司总经理 陈燕

CIFF广州家博会是品牌成长的重要平台，不仅提升知名度、拓展海内外渠道，更让我对接优质供应链伙伴，在思想碰撞中找到创新方向，推动企业从OEM向系统方案转型。我以竹材等环保材料践行ESG理念，实现空间多功能复用，同时打造人性化企业文化。作为“养成系 CEO”，我希望借助CIFF广州家博会展现企业生命力，让品牌成为年轻人成长路上值得停留的风景。

### 宜家设计部室内设计师 Trysun

首次参加CIFF广州家博会，我收获颇丰。展会首日收获众多企业、公寓类合作意向，达成参展预期。可持续发展是宜家的基因，本次参展的亲子客厅、小型办公、单身公寓三大空间，分别以环保材料、空间高效利用、一物多用设计，践行绿色理念。CIFF让我直观捕捉到办公行业最新趋势与多元需求，也让宜家得以通过实景样板间直观呈现品牌理念。



### 豪迈中国CEO 关敬韬

本届CIFF广州家博会我们收获了超预期的人流与订单，较去年有明显提升，也让我感受到不同客户的核心需求：国内客户聚焦降本增效，海外客户数量较去年显著增加，他们更看重高性价比，想探寻可落地本国的中国技术。我们希望借助家博会平台，一方面与国内客户、行业伙伴深度交流，共探行业未来发展方向；另一方面挖掘海外合作机会。此次CIFF的平台价值充分彰显，我对此深表感谢，也对2026年整体生意发展充满信心。

### 星徽股份董事长 蔡耿锡

作为CIFF广州家博会的“全勤生”，从第一届办展至今我们从未缺席。为什么每届必到？因为CIFF是全面展示企业形象与实力的顶级舞台。通过这个窗口，我们得以向外界硬核呈现自身的新质生产力，也就是扎实的制造实力和产品质量的绝对稳定性。可以说，这是目前国内各行业中办得最大、最好的展会。三十多年相伴，展会早已成为我们与老朋友重逢、与新资源对接的坚实桥梁。CIFF的持续赋能，不仅让合作伙伴对我们的实力知根知底，更助力星徽稳步拓展商贸版图。



## 观众说



### 新西兰Mobile Group 商用办公负责人 Adam

CIFF广州最大的便利，就是将全球优质的供应商汇聚一堂，让我们客商能一站式对接新旧供应商，大幅节省沟通和对接成本，展会结束后还能就近前往工厂实地考察，进一步了解产品生产情况，而且主办方提供的服务十分周到，全方位保障到会体验。

### 英国床垫代理商 Pomi

连续15年参加CIFF广州，它始终是我拓展业务的首选平台。每次到会，我都能建立新的合作，收获新的灵感。我看到行业正蓬勃拥抱AI，但我始终提醒自己：技术是工具，消费者的幸福感与舒适度才是核心。这些年，我在这里看到了远超预期的资源整合能力，CIFF不仅是交易场，更是人脉枢纽，它是我在中国市场立足的关键伙伴。



### 意大利NOP皮革CEO DeLeonardis

本届CIFF广州汇聚了全球顶尖产业资源，遍地都是合作商机。在设计展馆里，中国头部品牌大胆探索差异化造型，展现出了国际水准的设计能力，我看到了真正出色的造型设计。这次展会上，我看到中国客户对高端材料的需求明显增加，这与五年前的情况完全不同。CIFF广州家博会的组织已经非常完善，现在最重要的是继续支持那些在这里展出的企业，帮助他们走得更远。

### 法国采购商 Egzy

CIFF广州是展示这份“中国原创”的绝佳窗口。它让世界看到了中国设计的崛起，也让国内品牌能在此对标国际，提升自我。去年我们从展会现场带回了一款原创家具产品，受到法国当地的消费者广泛认可，今年我们将继续发掘更多“中国原创”。我认为CIFF广州是中国家居品牌提升国际话语权、把握全球机遇的必由之路。



### Wayfair专业购商业办公负责人 Kevin

对于我们外商而言，盈利是到会的核心动因之一，而CIFF广州的合作模式能完美实现买卖双方的共赢。不仅如此，这里搭建起了与全球顶尖制造商直接对接的优质桥梁，让我们客商能高效沟通业务、顺利达成合作，是名副其实的优质商贸对接平台，为全球家居商贸合作提供了强有力的支撑。

### Closet Training Institute Eric

第三次来到CIFF广州，中国家具行业展现出的创新能力让我深感惊叹。相比亚洲其他家具展，这里的产品更具独特性、创新性和现代化，将创意与功能性完美融合。我认为CIFF广州的一大核心便利在于展品品类的高度齐全，能让我们实现一站式采购。同时，CIFF的产品价格极具优势，能让买卖双方都实现盈利，是一个极具价值的全球贸易平台。



### The Kitchen Store CEO John Yabane Cordero

CIFF广州家博会与美国家具展有着显著差异，不仅展会规模更大，还融入了大量金属、科技、电子元素，技术感和创新感拉满。同时，AI是家具行业发展的必然趋势，就如同当年的互联网变革一般，只有主动适应才能不被行业淘汰。而中国家具在海外尤其是美国市场有着广阔的发展前景，兼具消费者实际需求和优质家居体验的产品，会更受海外市场青睐。



### 约旦采购商 Abdul

我已经连续20年参加CIFF广州，是家博会一路发展的见证者，这20年来，我亲眼看到展会的规模、品质每年都有大幅提升，如今CIFF已然成为全球品类最齐全的家具展，在这里能找到满足所有采购需求的产品，采购的便捷性远超其他国际展会。我高度认可中国制造商的产品质量和交货效率，小订单10天、大订单20天即可完成发货，效率远超同行。

### 新加坡采购商 Larry

此次到会我现场就敲定了两款吸音板的订单，样品确认后下周即可安排发货，主办方和供应商对现场采购的支持力度极大，让采购流程高效又顺畅。在我看来，CIFF广州的核心竞争力在于超高的采购便捷性，这里不仅能实现家具相关产品的一站式采购，让我们不用走出亚洲，就能买到全球各地的优质家具产品，而且产品的交货周期更短，产品质量也与其他国际展会不相上下，性价比极高。



### 塞尔维亚采购商 Miroslav

这是我第一次参加CIFF广州家博会，相比土耳其、波兰的展会，CIFF广州家博会的包容性与整合能力独树一帜。目前我已下单了10多个货柜的椅子和20个货柜的床垫，我真心想推荐全球从业者前来，这里能精准匹配所有商务需求。极佳的参展体验让我决定每年都来，CIFF广州家博会已成为我深耕中国市场、寻求长期合作的首选战略平台。

### 大连未来家装饰集团总经理 王艳辉

我们每年都参加CIFF设备配料展，因为我们要不断更新材料。今年收获特别大，比如墙基纸、环保工艺方面，因为市场不好，厂家反而更接地气地去研发产品，而不是像以前那样营销占得多、落地占得少，今年更重视材料、环保、工艺，这是从“面子”到“里子”的转变。展会是选品最好的来源，以前选产品得去线下一个个公司考察，现在通过展会，两三天就能把所有产品筛选一遍。



### 海智装饰集团董事长 冯世君

我参加展会的目的，一方面是学习行业先进经验。行业里很多优秀的企业都聚集在这里，彼此之间的交流、分享、碰撞非常有价值。另一方面是我们能更直接地接触和掌握更好的产品，在CIFF广州看到很多优秀的企业带来的产品其实已经落地了，成熟了，可以真正被应用到装修场景里了。本次展会给我很大启发，未来计划把更智能、更健康、更环保的产品尽快引进我们的体系。

### 海南中宅装饰总裁 戚诗宇

我已连续五年参加CIFF广州家博会。在这里，我可以筛选更多新颖的、代表未来趋势的产品，再把它们整合到我们的设计和交付体系里，最终服务到C端客户。我们这次来就是要寻找有定制能力、材料能力和产品能力的供应链企业，例如五金类和智能类产品是我们重点关注的品类，希望后续可以有真正落地到自身体系里的机会。



### 墨西哥Zebra公司产品经理 Juan

这是我第二次来CIFF广州家博会，今年明显有更多的展商、更多的产品种类，展台质量也提升了很多，大家都在投入更多精力。我很关注床垫、床罩、智能系统的相关创新，这也是我再次来这里的原因。去年我看到很多新想法还停留在原型阶段，但今年这些产品已经打磨好了，真正可以推向市场，这非常令人兴奋，特别期待明年CIFF广州家博会将带来什么样的惊喜。

### 拉脱维亚SANDEXO公司代表 Viola

CIFF广州给我的感觉是更大、更丰富了，从展馆规模到产品种类，这里都超越了欧洲同类展会。我个人比较注重功能和舒适度的结合，在这方面，中国制造商的创新确实走在前列，产品的功能性和设计感融合得很巧妙。CIFF广州处处是商业趋势，比如我和同事都看好一款融入了AI技术的真皮沙发产品，它的极致性价比让我们开展第一天就当场下单，这是我在别的展会未尝有过的“冲动”。



### 广州昌颐养老产业发展有限公司副总经理 尹建峰

本次CIFF广州家博会，我代表广州昌颐养老到会。我观察到，国内养老家具企业十年间发展迅猛，已吸收日、美先进技术经验。本次我们重点对接家具企业，寻求适老化家具合作，目前洽谈中。我高度认可CIFF广州家博会，它风向前沿、商贸对接高效。同时，我认为养老产业跨界融合是大势，医疗、AI与养老融合加速，将推动行业升级。

### 仲量联行中国区项目与开发管理设计总监 李源 Leo Li

这是我第一次到CIFF广州家博会，没想到国内有这么多优秀办公空间营造商和家具品牌。这次ODC大会的主题“体验与联结”我特别认同，尤其是“联结”——它包含了人和人、人和企业、人和环境的联结，在现场就能真切感受到这种面对面的交流价值。希望未来办公产品不只是功能工具，而是能与科技结合、带给员工归属感的“价值产品”。这样才能真正回应未来的办公趋势，提升整体的办公效率。



### 深圳市极尚建设集团股份有限公司创始人 倪阳

作为商业展览，CIFF广州家博会近年来在策展层面投入了大量心力，邀请策展人参与，围绕主题、内涵与发展趋势进行深度策划。这种策展意识的提升，让展览不再只是产品的陈列，而成为一场关于生活方式的深度对话。在当前经济下行、国际形势动荡、产能过剩、全球贸易渠道受阻的大背景下，无论是家博会还是参展的品牌与企业，依然铆足劲头继续向前探索。这种在不确定环境中依然保持进取的姿态，让我看到了这个行业真正的底气。

### 香港知名设计师、JLa设计集团创始人、董事长、设计总监 梁曦文

我几乎每年都到会参观，CIFF广州是链接中国制造的一个非常好的平台——不仅呈现了我们在设计、家居、人居等领域的创新产品，更体现了整个行业对人居生活方方面面的关怀。对设计师而言，链接全产业链意味着不只是认识某一个品牌，而是深入了解每一个产品、每一个品牌背后的核心价值。对产业链的理解越深入，最终呈现的设计作品就越完整、越有力量。设计，从来都是创意与落地的双向奔赴。



### 华南师范大学美术学院副教授 朱铿桦

逛展中，可持续设计理念让我深受启发。众多品牌大量应用天然原生材料、回收废弃材料及可降解化学材料，环保趋势显著增强。CIFF广州不仅汇集全球设计资源，更直观展现了从研发、设计、生产到品牌营销与渠道落地的完整商业闭环，帮助年轻设计师跳出学院框架，看见产品从创意到货架的完整路径，理解市场如何为设计买单。这种“产学研用”一体化的平台价值，正是推动设计教育真正衔接产业、赋能行业未来的关键所在。

### 重庆宗灏装饰工程有限公司设计总监 刘增申

三个关键词总结本次逛CIFF广州的感受：潮流、温度和未来。本届亮点特别多，展馆设计精彩纷呈，各大品牌也格外用心，把品牌基因、空间和产品展示都融入了生活场景，打破了以往大家只关注设计单品的局限，刚好契合设计师和用户当下聚焦生活本身的需求。家博会能让设计师汲取所需能量、激发创造力，也为我们设计师和品牌方搭建了广阔的展示舞台，助力全国设计力量各展所长、实现创新突破，让设计能越走越远。感谢CIFF广州家博会！



### 光设计营造有限公司设计总监、澳门室内设计师协会监事长 余振堂

如果用三个关键词来总结我对CIFF广州家博会的感受，我会选择：文化深厚、活力充沛、视野开阔。CIFF广州家博会已经搭建起一个汇集设计师、品牌、材料商等多方角色的聚合平台，让我们在这个“圈子”里充分互动、对话。面向未来，我希望这种交流可以突破地域与形式的限制，借助数字化与网络化的手段，让更多前沿的思考与碰撞得以发生。

### 中国流行色协会家居色彩研究院副院长 沈晓莲

在这些年的观察与研究中，我深刻感受到：色彩的性质发生了根本性的改变，过去我们是用色彩去做装饰，它更多的是去表达审美的需求，但现在色彩更加承载了人的情感需求。CIFF广州家博会提供了一个既深耕行业又引领趋势的平台，让灵感在这里持续生发，让前沿趋势得以呈现、让行业共识得以凝聚。“专业、前瞻、灵感”，这是CIFF广州家博会给予设计师与企业最核心的价值。

