



intertextile
SHANGHAI home textiles

中国国际家用纺织品
及辅料(春夏)博览会

2017
SPRING



messe frankfurt

中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会

2017年3月15-17日

国家会展中心（上海） 4.2馆

床品 | 毛巾 | 成品窗帘 | 芯被 | 枕类

家居用品 | 相关专业设备

纺织产业链 五展联动
国际专业性 品质保证





○ 展出面积 ○

2.7万

平方米

○ 展商 ○

204家

来自
8个国家和地区

○ 观众 ○

18596人

来自
69个国家和地区

本届展会家纺展区情况

成品精品展示 品牌培育摇篮

CHIC

中国国际服装服饰博览会
(春夏)

intertextile
SHANGHAI home textiles

中国国际家用纺织品及辅料
(春夏) 博览会

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

中国国际纺织面料及辅料
(春夏) 博览会

yarnexpo

中国国际纺织纱线
(春夏) 展览会

PH
VALUE

中国国际针织
(春夏) 博览会

七大主题区域 “荟”聚知名品牌

功能性产品
个性化

智能化理念
定制化



毛巾品牌区

床品品牌区

海外兰精集团和美国棉花协会盛势登场，还有印度 Powerloom Development & Export Promotion Council (PDEXCIL) 率领其成员组团参加。国内品牌更是踊跃参加。

罗莱生活的“一瞬绽放”，水星家纺重点推出儿童系列产品，多品类的开发满足了不同消费群体的需求。三利毛巾以“森林之屋”为主题，传递出自然、健康、环保、雅致的品牌形象。南通大东则在多元化产品开发与功能性方面开拓创新。上海恒源祥在展会上正式对外发布旗下新品牌——恒好百年。

另外，国内床品品牌愉悦、悦达、红柳、际华三五四二、魏桥嘉嘉、明远、云婕、维美、蓝丝羽、紫罗兰、宝缦、金太阳、卓泰、凯盛、心愿、美罗等；毛巾品牌洁丽雅、孚日、亚光、无印良品等；成品窗帘品牌和心、金佰利、金蝉、金贝诺、民辉、布蝶轩、法老等；智能睡眠产品品牌金睡莲、栖汐等；羽绒产品品牌东隆、华兴、嘉丰等悉数亮相。



数万优质展品 打造家纺成品盛宴

八大展团 齐聚上海

中国国际家纺展在推动家纺产业集群的发展中，扮演了不可或缺的角色。既为企业拓展贸易机会，也提升了集群的影响力和知名度。



通州展团



海门展团



浦江展团



洲泉展团



湖州展团



震泽展团



沐阳展团



高阳展团

2017 春季家纺展吸引了海门展团、通州展团、浦江展团、震泽展团、沭阳展团、高阳展团、洲泉展团、湖州展团共八大展团齐聚上海，再现集群实力与风采。

倡导家纺品质生活 多场精彩活动



“新型/功能性面料研发与创新”论坛，邀请了12家与家纺行业相关的上下游企业、院校参与，共同探讨如何把新装备、新技术、新材料投入到家纺领域，使产业链上下游增强合作，共同研发更适于市场发展、满足消费需求的新产品。

“震泽蚕丝杯·2017年中国丝绸家用纺织品创意大赛启动仪式”、2017/18中国家纺流行趋势推广展暨《现代潮流家居生活指南》发布、南通家纺城微供市场媒体见面会在展会同期举行并取得了良好的效果。





首次与天猫家纺联手举办了以“梦为主题”——拾梦时光主体 SHOW，在展会现场开设春季家纺展天猫直播间（天猫家纺奇葩实验室）。



参与的 14 个商家店铺访客数平均增幅 189%，店铺成交金额环比增长 662%，支付买家数环比增长 459%。传播素材总送达人群众 1966 万，总阅读量 1203 万，微信、微博、网易新闻客户端、腾讯新闻客户端、今日头条等渠道矩阵式覆盖，包括网易家居、腾讯家居、新浪家居、搜狐家居、太平洋家居等 133 家主流媒体争相报道。

5大区域

单身区（一个人的生活也不将就） 婚庆区（我们结婚吧）

儿童区（我们都是好孩子） 青奢区（皇家寝室）

消费知识导购区（奇葩实验室）





以“桃花源记”为主题的纺织非物质文化遗产展区也是今年展会的一大亮点。今年选取了6种极具特色的少数民族非遗工艺，力求“传承文化、创造未来”。



结语：

2017 春季家纺展不仅仅为海内外家纺参展商提供了一个展示形象、交流合作、拓展产业的发展空间，也是为企业带来了更多的商机和机遇。携手产业链上下游，探索相互合作的共生渠道，2017 春季家纺展已经成为领航家纺产业全面发展的新动力。

展商

采访

上海悦达翔韵家纺有限公司
王成军 总经理

今年是第七年参加家纺展，从最早产品的琳琅满目风格迥异到现在的目标明确，产品主推品味生活、接近自然。我们希望借助上海家纺展这样一个平台，期待和大家有更多的机会合作，来提升悦达家纺的品牌知名度和曝光度。



愉悦家纺有限公司
邓赛君
业务七部 经理

这一届的展会感觉比以往的展会的人群量都要多，到我们展位的观众也很多，代表公司推广“悦麻”，从设计到研发到生产的产业链，给国内外客户一个全新的面貌。祝愿上海春季家纺展在大家共同的努力下，给国内外的客户带来更多的商机。

恒源祥（集团）有限公司
张君颖 品牌管理部经理

今年主要在上海春季家纺展上推广我们的新品牌“恒好百年”。感觉这次参展的整体情况还是不错的，整个展会期间，我们的展位人气都很旺。上海春季家纺展整体水平和规格都很高。祝上海春季家纺展越办越好，祝大家恒好百年。



湖南名品实业股份有限公司
张弢 总经理

上海春季家纺展能够有效地帮企业做价值和品牌的宣导，今年我们的收益非常大。我们参加此次展会，主要还是为了“栖先生”的品牌推广，也和同行业和客户有了更多的交流，同时希望上海春季家纺展越办越好。

TELA's DESIGN
Carlos Oliveira 董事长

展会期间一直很忙，对此我们感觉非常好，从早上到晚上客人一直没有间断，我甚至都没有时间吃中午饭。我们的目标是开拓中国市场并找到新的客户，同时展示我们为下一季最新设计的花型图案和一些变化。我认为整体的经济情况较好，并且我们的产品比较符合中国的市场，正是客户所需要的。



BALAVIGNA GROUP
M.Swaminathan 总经理
S.Krishnamoorthy 总监

昨天我们的表现不错，我们遇到了很多不错的观众，他们都是非常专业的观众，专门为生意而来。此次来，主要是为了开拓中国市场，相信我们的纯棉制品将会在中国市场有不错的表现。我认为中国市场对纯棉制品需求很大，我们在展会现场积极的寻找相关的买家和代理商。



www.intertextile-home.com.cn >



输入网址 即可报名



扫一扫 官方微信



扫一扫 在线报名