展后回顾

CBD FAIR
GUANGZHOU

中国建博会(广州)
CBD Fair (Guangzhou)

关注我们

公众号　视频号　小红书　抖　音

搜索关注@CBDGuangzhou

www.cbdfair-gz.com

2026

07.08–11

广州·广交会展馆

01

展会概况





由中国对外贸易中心集团有限公司、中国建筑装饰协会主办，中国对外贸易广州展览有限公司承办，中国林产工业协会、全联家具装饰业商会、中国五矿化工进出口商会支持的第28届中国建博会（广州）于7月11日顺利落下帷幕。第4届广州国际卫浴博览会同期闭幕。

立足“冠军企业首秀平台”核心定位，本届展会充分发挥资源优势，围绕新发展、新势能、新趋势三大维度全面升级，进一步完善全年度、全链路、全渠道行业赋能服务体系。

参展企业

1,991

专业观众

144,370

海外观众

11,473

海外观众增幅

33.4% 同比增长

观众来源

147 国家地区

02

专业观众构成

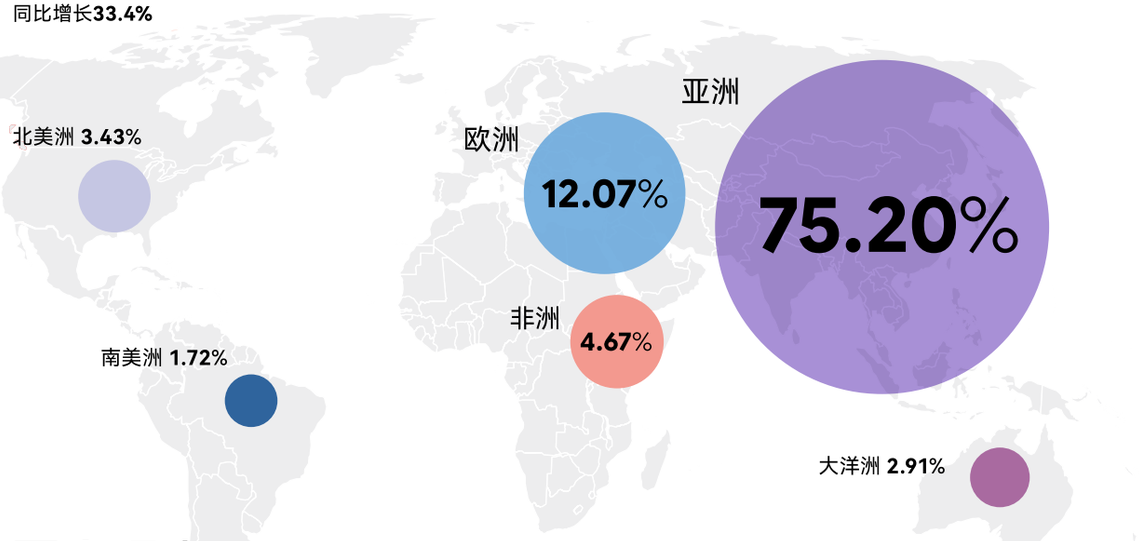


本届中国建博会（广州）共有来自147个国家和地区的**144,370**名有商业价值的高质量专业观众到会，其中海外观众**11,473**人，同比增长**33.4%**，专业观众主要由经销商/代理商、家装渠道买家和制造商买家、设计工作室/设计师、公装公司及采购商等组成。

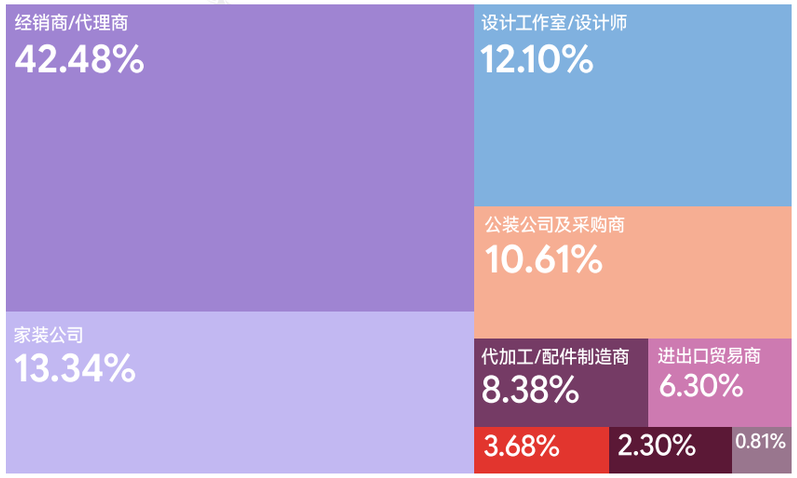
海外观众

2026海外观众**11,473**人
相比2025年的**8,602**人
同比增长**33.4%**

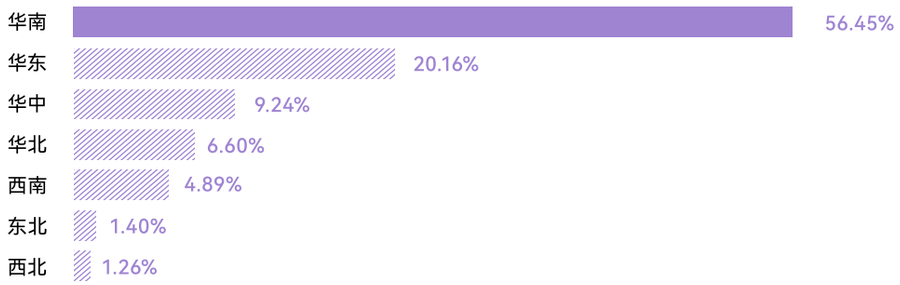




国内观众



- 经销商/代理商
- 家装公司
- 设计工作室/设计师
- 公装公司及采购商
- 代加工/配件制造商
- 进出口贸易商
- 建材连锁超市/家居卖场/互联网渠道
- 媒体
- 行业协会/政府官员



03

三大场域

顺应行业全新发展态势，中国建博会（广州）重塑既有细分题材和相关新兴题材，整合升级为室内空间、门窗户外、材艺智造三大场域，彼此赋能、相互支撑，积极推动跨界融合发展。









室内空间场域

欧派、索菲亚、志邦、金牌、百得胜、玛格、南洋迪克、科凡、SENGCUCINE圣吉尼、海尔、海信、腾讯云、Lifesmart云起、榜威、华宝新能、乐橙、樱花、声博士、箭牌卫浴、天丽建龙、采明、澳舒健、诺奥、桃空间、拓迅、中财管道、宏宇、华艺、埃飞灵、老顽固、摩尔舒、尚雷仕、爵仕、理想、粤华、蒙娜丽莎、京鹭、思为可、万磊、甄图艺墅家、蒙太奇、宏燕、日洋、卡伊莲、家帮帮、菲玛、鹰牌新材、蜂仔翻新、便捷蜂……









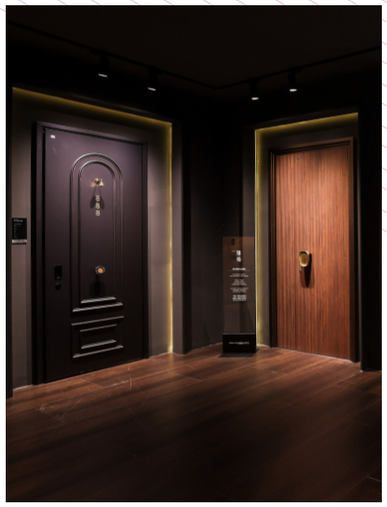




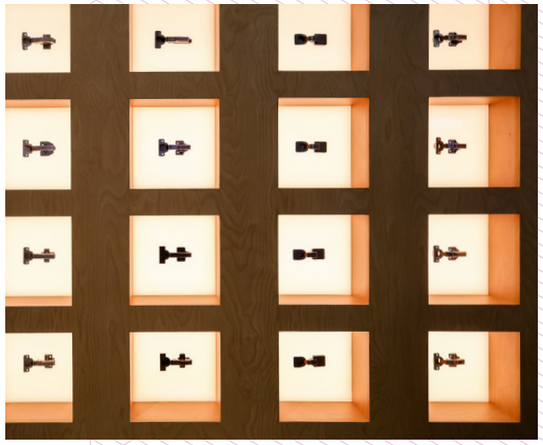


门窗户外场域

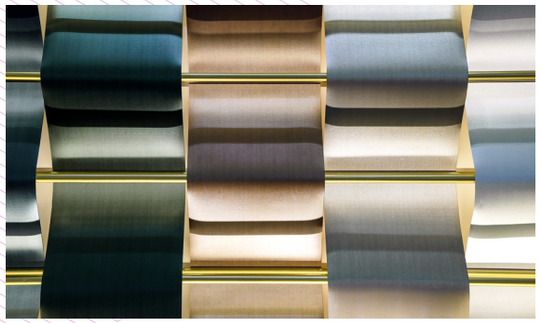
皇派、派雅、新豪轩、轩尼斯、富轩、旭格、罗兰西尼、沃伦、极景、科饶恩、帕豪、帝奥斯、维为、南南康帕斯、岳州蓝光、艺和、AK天窗、青木、卫朗、SLEEK、泰诺风、HOPPE、Honeywell、欧派克、新河、好博窗控、兴三星、派阁、斯坦福、融海、中辉绿建、蚁力、三力、会港、长鸿胶枪、雅致楼梯、艾奎斯、博美艺术楼梯 .....





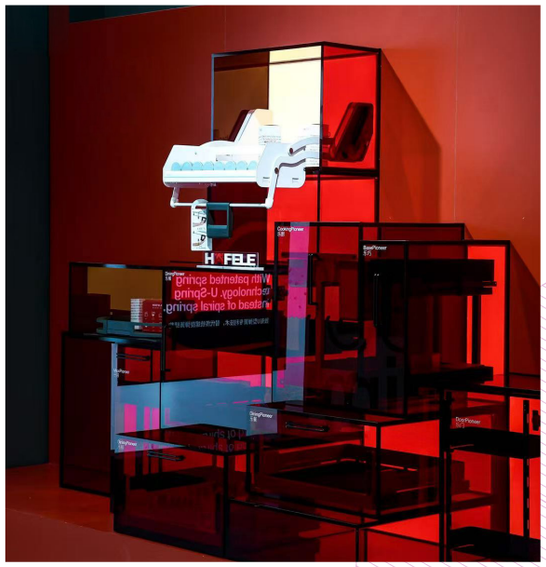


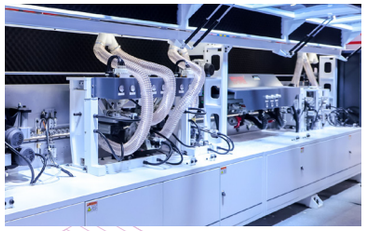




材艺智造场域

百隆、海福乐、萨郦奇、悍高、东泰、欧派克、格拉斯、世嘉智尼、FGV、杜邦、艾森曼、新骏五金、费斯托、欧琳、亚当斯、柏犀步、美澳、思造、乐斯特弗、小博士、依时达、腾徽、豪宝、宝俪、拉拉乐、天剑、华氏、格麦、三棵树、欧德雅、航美、三威、非常面子、兔宝宝、元丰、中材、鸿朝&福人、香翰、晶奕美、中佑、兴华优品、亦木良品、平安树、艺涂、励泰、玉辉、米纳威、SCM、星辉、普瑞特、品脉、京雕、菲达、迈捷时通、诚诺、优禾优品、万佳、千川 .....







04

六大渠道

针对行业需求和痛点，中国建博会（广州）围绕经销商、外贸、设计师、装企、商业公装、新媒体六大专业观众人群，持续打造“三链三联”六大渠道IP，精准邀请，增强参展企业和观众的获得感，丰富平台价值。

经销商渠道

持续深化“经赢链路”IP运营，推动构建“展会平台+品牌企业+经销商”新型供应链体系，精准渠道下沉，重点深耕全国30个核心城市，联动36家主流卖场协同宣传，超6万名经销商到会，经销商质量与精准度进一步提升。



▲ 2026大家居建装行业卖场·联盟流量暨AI数智论坛



▲ 第七届中国家装职业技能大赛全国总决赛



▲ 大商采购团



▲ 大商对接



▲ 卖场合作

外销渠道

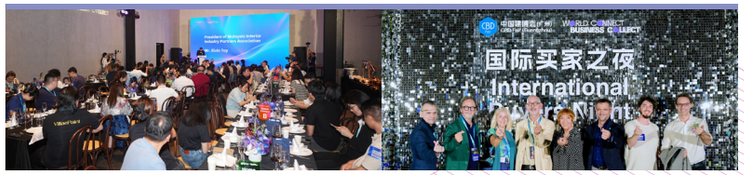
CBD World-Connect“全球链接”计划是专为全球各国家与地区跨国采购集团、国际贸易商、跨境电商、境外零售商、境外经销商、境外设计师、境外终端用户等海外买家群体链接全球优质大家居建装企业，打造的全球大家居建装商业价值转化平台。



▲ “全球链接”供采配对



▲ 全球设计趋势与市场洞察论坛



▲ 国际买家之夜



▲ 全球设计趋势与市场洞察论坛



▲ 采购商逛展



▲ 2026亚洲设计趋势论坛

设计师渠道

持续深耕“星设联”IP，推动构建“展会平台+品牌企业+设计师”的新型供应链生态系统，打造资源富集、配套完善、开放共享的高端赋能平台，进一步促进设计价值的商业转化，深化品牌与设计师的价值共生。


▲「THE PLACE 栖居之界」第二季开幕礼



▲ 美好栖居的多元构建：建筑与城市规划沙龙



▲ 2026「城市筑梦家·设计合伙人计划」趋势大会


▲ 2026「城市筑梦家·设计合伙人计划」筑梦合伙人盛典



▲ 2026「城市筑梦家·设计合伙人计划」筑梦选材之旅



▲ 第十二届建筑装饰设计艺术作品展活动发布会



▲ 第十六届金堂奖全球颁奖盛典


▲ 设产融合 链接共生——设计全链生态实践专题论坛



▲ 水域空间设计展 开幕仪式

装企渠道

以“赋能装企增长，链接供需共赢”为使命，打造“家装联”IP，搭建“展会平台+品牌企业+装企”供应链协同体系，实现全年深度运营。通过“装企城市行、工厂行”链接全国装企，依托展会开展供需对接、集采招商等专场活动，破除上下游信息壁垒，赋能品牌渠道下沉、装企供应链升级，构建B2B2C价值共生生态。



▲789家装节启动仪式


▲ 789家装节-装企招商大会


▲ 789家装节-直播街区

商业公装渠道

打造“公装联”IP，构建品牌企业+公装设计+商业业主+工程总包的商业公装生态圈，持续优化“公装设计行、鲁班节、供需合作论坛”等三大核心活动，全面助力参展企业进军公装增量市场。



▲ 第五届鲁班建筑装饰节论坛


▲ 第五届鲁班建筑装饰节逛展团


▲ 公装设计行走访活动


▲ 公装设计行逛展团


▲ 第二十七届中国国际工程采购联盟供需合作论坛

新媒体渠道

打造“指尖链动”IP，以“展会+流量”的创新模式把握行业风口，利用抖音、小红书、微信视频号等重点平台组合营销，提升展会整体宣传，为渠道招商精准蓄客。

▼ 大V逛展


▲ 线下打卡活动





▲ 大V逛展



▲ 达人必逛品牌


▲ 心动补给



▲ 抖音、小红书 #CBD家的Crush瞬间 线上话题活动

05

“好房子+”专题



好房子+

中国建博会（广州）紧扣政策脉搏、锚定民生需求、洞察行业趋势，重磅推出“好房子+”系列专题，以政策解读、“五好”体系、存量更新、标杆案例四大维度构建完整内容矩阵，让行业看清方向、让企业找到路径、让消费者读懂美好。

权威政策解读


新华社客户端
主流价值 从新看见

好房子建设论坛举办 共探人居产业高质量发展新路径

2026-07-09 16:35:53 浏览量：75.6万
来源：新华社

新华网 查看详情 〉

新华网广州7月9日电（记者 高方圆）第28届中国建博会（广州）于7月8日-11日在广州广交会展馆亮相。本届展会推出“好房子+”系列论坛，汇聚政、产、学、研、媒五方力量，共探“十五五”时期安全舒适绿色智慧的“好房子”建设路径。

7月8日下午，“好房子建设论坛暨人居产业高质量发展大会”召开，论坛吸引了多位行业专家和龙头企业嘉宾，共同围绕“十五五·新赛道：从‘住有所居’到‘住有优居’”这一主题，共话人居产业高质量发展新蓝图，论坛现场还发布了《“好房子”高质量发展倡议》，共同助力“好房子”建设落地。

国家有序推动好房子建设

新华网客户端

聚力共建好房子 广州建博会联动多方赋能人居产业升级

新华网客户端 2026-05-29 16:43:51 59.5万

2026年政府工作报告明确提出，有序推动安全舒适绿色智慧的“好房子”建设，实施房屋品质提升工程和物业服务质量提升行动。作为大家居建装行业规模领先的展会平台，广州建博会始终紧扣政策脉搏、锚定民生需求、洞察行业趋势，重磅推出“好房子+”系列专题，以政策解读、“五好”体系、存量更新、标杆案例四大维度构建完整内容矩阵，让行业看清方向、让企业找到路径、让消费者读懂美好。

紧跟住建部“好房子”顶层设计，联
实地调研、案例挖掘及成果推广，
地，服务美好生活。展会期间，双
展。

以住建部提出的“五好”建设体系为
准、好设计、好材料、好建造、好

同时，专题聚焦城市更新、老旧小
道，打造局旧改主题展区及生态大

读懂2026广州建博会“好房子+”，就读懂了行业新周期

原木、月贝 家居新范式 2026年5月30日 12:00 广东

洞察产业新趋势
推动行业新范式

独家视角

中国大家居建装行业正站在新旧周期的分水岭。过去依靠新房实现规模扩张的增量时代渐行渐远，行业步入存量提质、品质为王的新阶段。市







好房子建设论坛
暨人居产业高质量发展大会





06

主题策展







「THE PLACE 栖居之界」第二季





789家装节·人生十二宅

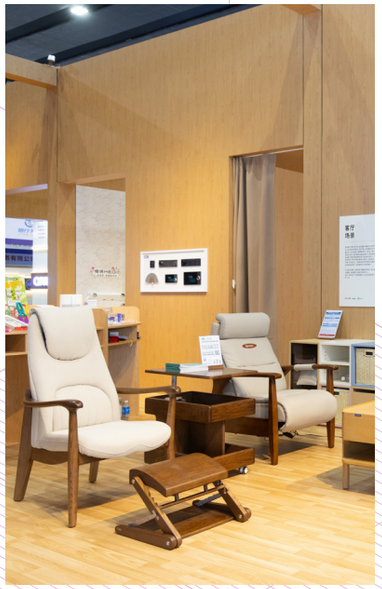


第二届局旧改主题展

「水生万物」当代城市
水域空间设计展









暖笠笠·智慧适老化生活馆

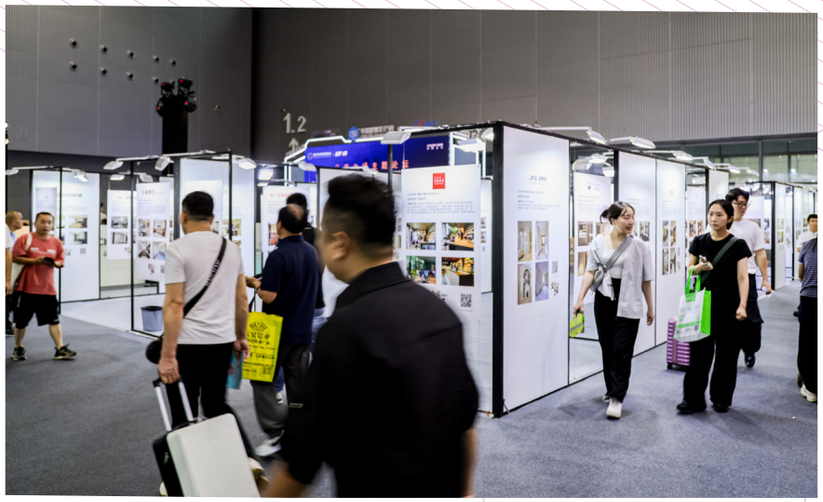


第五届鲁班建筑装饰节
「共筑新局·AI无界」





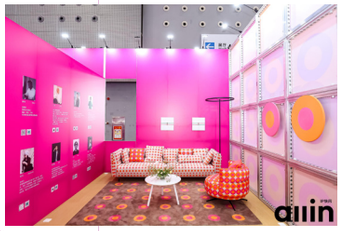
金属家居百家案例
金属家居的一百个客户案例





All In IP 快闪







灵感盒子





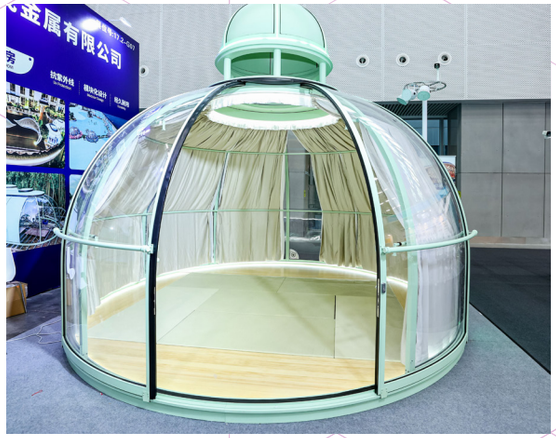
珍珠链——好房子旧改配套展

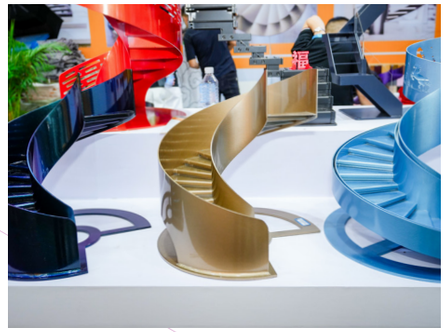




星火实验室

DWS+门窗遮阳与
艺术楼梯主题展

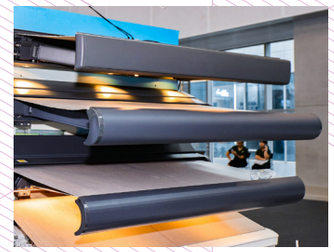




CPshow南部花园大会主题展







07

行业高度认可

媒体评价

新华网

大家居建装行业的竞争逻辑，正在从单一的市场争夺，转向全球资源配置能力的系统性较量。中国建博会（广州）以主动谋变，完成了从国内行业展会向全球商贸枢纽的角色跃迁。

人民网

从展会现场看，中国建博会（广州）贯通内需提振与对外开放双向赛道，以全年度、全链路、全渠道行业赋能服务体系，搭建起大家居建装行业链融通内外、协同创新、共赢发展的核心枢纽，为推动家居产业高质量发展、畅通国内国际双循环注入强劲会展动能。

环球网

中国建博会（广州）以“冠军企业首秀平台”为定位，立足当下产业变革大势，本届展会围绕新发展、新势能、新趋势三大维度全面升级，进一步完善全年度、全链路、全渠道行业赋能服务体系。

南方日报

面对家居行业不断变化的发展环境，建博会持续优化展会服务体系，不断完善全域服务能力，夯实“冠军企业首秀平台”品牌价值，为行业穿越周期、实现转型升级提供支撑。

家居新范式

风雨会停，周期会轮转，但人对好房子优居需求的渴望不会褪色。在家居新范式看来，广州建博会照见的不只是趋势，更是一群家居人穿越周期的底气。

展商评价

领尚

展期前两天就接待了100多批海外客户和700多批国内客户，WhatsApp好友持续增长。"今年来的客户基本都带着明确需求，不像以前漫无目的地逛。"其中12至15位外商已进入深度洽谈，已有外商预约前往工厂实地考察。作为历经70多场海外展会的品牌，中国建博会（广州）的设计师和经销商资源质量突出，工程类客户也有所增加。

乐橙

乐橙已连续三年参展建博会，智能锁业务板块取得阶段性突破。本届展会外商到访踊跃，到场观众精准度高。依托技术创新与产品设计双重竞争力，乐橙的全球化布局获得海外客户充分认可，有效助推业务增长。

中辉绿建

四天展期收获海量精准客商，参展成果极具参考价值。展期累计接待专业客商近4000人，其中国内采购商近3000人，海外采购商近1000人，涵盖东南亚、中亚（含俄罗斯）、欧洲、大洋洲、非洲、南美、中东等多个国家及地区。展期意向成交额超亿元，现场签单合同金额超千万元，众多外商现场发出实地探厂邀约，商贸热度贯穿始终。

悍高五金集团

1000㎡悍高·原创五金能量馆作为2026中国建博会（广州）最大展位磅礴启幕。CBD Fair稳居大家居建装行业全球第一展，坐拥行业顶级展示矩阵，可以用“规模霸主”“设计磁场”“跨界盛会”三个关键词来形容，蕴藏着诸多潜在机会。

皇派

携手设计大咖张灿老师，以“繁花静界”为主题惊艳亮相中国建博会（广州）。化身门窗馆内当之无愧的“美学地标”，全球客商、设计师及行业媒体争相打卡品鉴，现场人气持续高涨，品牌招商签约转化率远超预期，交出了一份亮眼成绩单。

欧德雅

从7月8日开展首日人潮涌动，到四天不间断的深度洽谈、产品品鉴、技术交流，欧德雅以「臻于品质，纹启未来」为核心，圆满完成本次行业盛会的全部展示，收获全国板材厂、定制家居、设计师、工程客商的一致认可。

专业观众评价

Sara Viarengo
ec&co. for Interior Designers of Canada
建筑师

中国建博会（广州）的各个展位的整体质感让我印象很深，没想到种类这么丰富，品质也十分不错，有个品牌推出了一款特殊饰面工艺，这种饰面可以包覆弧形造型，触感纹理接近布艺，特别有新意。我想我们会向全球室内设计师推广这场展会，尤其是加拿大的业内人士。

Pranati Yekula
Construction Week Middle East (ITP UAE) 记者

中国建博会（广州）带来的卫浴产品让我印象深刻，产品的工艺和外观线条都十分简约精致，尤其契合中东市场，我觉得在高端家装赛道会很受认可，得益于利落简约的产品设计，操作起来很简单，内嵌安装也很方便。

Francesco Scullica
Politecnico di Milano
米兰理工大学 教授

我觉得这场展会十分有意思，兼具行业价值与参考意义，涵盖实体构件、设备、原材料、饰面、零配件等产品，和整个建筑行业息息相关。

Sebastiano Cattiodoro
Vudafieri Saverino Partners
建筑师

我想找适用于酒店与住宅项目的新设计，在这里已经收获不少全新设计灵感。这里的展位设计也越来越有质感，吸引大家驻足细看展品，观感很不错。

Danilo Trevisan
.Aleatek Studio 建筑师

每次来中国建博会（广州）都能及时了解建筑行业的新品与各类配套系统，不少系统都有升级，比如各类门窗饰材。对比往年，能明显看出各方面的进步，连接件、滑轨以及整套系统的做工品质，如今都达到不错的水准。

Roberta Mutti
The Design Week Guide 主编

中国建博会（广州）现场氛围热烈，产品各有特色，参展厂商都积极开拓国际市场，站在西方从业者的角度，很有启发意义。

专业观众评价

大桥谕
ZHA建筑事务所中国区 总裁

这是我们第一次真正参加中国建博会（广州），我认为这是一个非常难得的机会，不仅能够认识不同的人，也能够真正把设计人才和行业力量汇聚在一起，同时连接不同类型的企业。大家在这里共同分享灵感以及各种可能性，这一切都与连接、创新和灵感有关。

廖 阳
湖北省室内装饰协会 秘书长

今年的中国建博会（广州），一方面是新品数量丰富，另一方面是参展产品均紧扣行业前沿趋势，智能化、适老化、旧局改造等方向的内容集中涌现，紧密贴合建筑装饰行业的整体发展大势。展会实现了精准赋能，让所有参展与参会人员都精准获取符合自身需求的行业资源与发展方向。期待展会与广大观众、参展商一道，在精准赋能层面给予更大的支持，进一步强化信息整合与资源对接能力，为全行业提供更深度的价值赋能。

孟建国
中国建筑设计研究院 总建筑师
中国建筑装饰协会设计分会 会长
北京筑邦建筑装饰工程有限公司 董事长

这一次来到中国建博会（广州）让我喜出望外。我觉得“星设联”这个IP很好，赋能年轻的设计师，而年轻的设计师就是设计的未来。我希望他们能在中国建博会（广州）的平台上，借助“星设联”为中国设计做出更大的贡献。

海 军
海天恒基装饰集团 董事长

本届中国建博会（广州），我明显感受到供应链更加多元化，为企业创新和用户多样化需求提供了更多选择。“家装联”每年都有突出新的内容和活动形式，我们这次还带来两位分公司负责人现场走动式直播，与客户、设计师实时互动，未来也计划让更多团队成员轮流参与。每年参加中国建博会（广州），我们都会接触到新的材料、新工艺，并与更多源头厂家建立联系，为产品研发迭代和供应链直采提供支持。

严 君
四川省建筑设计研究院有限公司
建筑装饰所 所长

我几乎每年都会来中国建博会（广州），今年的收获特别大，看到了很多建材产品都在迭代升级，大家的产品都在朝着人性化发展，全屋定制与全屋智能在融合发展，产品之间的壁垒也在不断重构融合。希望明年来中国建博会（广州）能看到更多产品实现科技与美学的迭代，真正服务于人、服务于好房子。

冯世军
新疆海智装饰集团 董事长

“我连续多年参与中国建博会（广州）及789家装节，最直观的感受是，平台对装企的赋能越来越深入。在直播和供应链对接上也已经看到了实际效果。希望“家装联”能够服务装企联动更多供应链企业深入新疆区域市场，在服务新疆消费者需求的同时，也可以探讨中亚外贸领域的合作空间。”