

打造全省首个VR云展会 特色展区各放异彩 第四届晋江家博会 意向交易额 66.18亿元

4月1日至3日,由中国国际商会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国陶瓷工业协会联合主办,福建省陶瓷行业协会、福建省进出口商会、南安市陶瓷工业协会协办,晋江市建材陶瓷行业协会、福建荟源国际展览有限公司承办的第四届中国(晋江)国际家装建材博览会在晋江国际会展中心成功举办。

记者从家博会组委会获悉,本届展会共吸引国内33个省份(地区)的专业采购团体及10个国家驻华采购代表到场观展、采购。展会期间共计客流量57132人次,较2019年展会增长23.7%;达成意向交易额66.18亿元,较2019年增长25.3%。

本报记者_王云霏 吴晓艳
董严军 张晋福 文图



▲4月1日上午,第四届晋江家博会隆重开幕。

品牌汇聚 共创高端贸易平台

记者走访展会发现,除宝达陶瓷、黄金石代、彩霸、万利、美胜、国星、华泰、祥达、宏华、铭盛、朗科、腾达、豪山、德顺、丹豪、联兴、华鸿、碧圣及老牌装备代表敏捷机械等企业继续参展之外,今年展会还吸引蒙娜丽莎集团旗下高端岩板品牌美尔奇,以及近年来凭借超耐磨火出圈的大角鹿,还有上游色釉料代表伯陶墨水、小米生态链企业大白科技等一批国内一线及潮流代表性企业参展。

值得关注的是,过去的一年是岩板元年,引爆了整个大家居圈。本届家博会首次增设岩板专区,为福建产区的转型升级按下了“加速键”。

国星推出900mm×1800mm岩板,腾达陶瓷用近半的展位来展示推广岩板产品,建华陶瓷首次展示以3mm为主的1000×3000mm等规格的肌理岩板……不仅本土品牌,此次,美尔奇也携多种规格产品亮相家博会,并全面展示了中国陶瓷从薄板到石板再到岩板的进化史。据了解,这也是美尔奇品牌首次在行业专业展会上亮相。

除岩板外,美胜陶瓷携屋面瓦、木纹砖、地铺石、外墙砖等四大系列产品亮相;华泰集团继续展出其优势产品——陶板,观展商对华泰在色彩、纹理、规格等方面更为创新的陶板产品表示赞叹;彩霸通体地铺石、宏华仿古砖等均有新品展现。



在“采购”的大主题下,本届家博会汇聚了“全球展商”。展会期间还举行了福建省陶瓷行业协会年会暨晋江市建材陶瓷行业协会年会、2021年第二届中国陶瓷建材营销论坛暨优秀经销商颁奖典礼和“潮流家·新星造”福建城际设计师快闪思享会等丰富多彩的配套活动。

提质升级 打造“永不落幕”的展会

在疫情防控常态化下,本届家博会展览面积2万平方米,共设置1007个国际标准展位,规划岩板展区、潮流家设计展区、个性化定制展区、机械及新材料展区、“磁灶窑”陶瓷文化长廊、安溪工艺家居馆、德化陶瓷馆、综合服务贸易馆等特色展区。

在前三届成功举办特别是去年线上举办的经验基础上,本届家博会与时俱进,不断探索“双线会展”模式,全面创新线上办展形式,升级线上VR展会,以VR虚拟现实、移动互联网、云服务、大数据等先进技术为依托,自本届开始,将其打造成福建第一个完整的VR线上专业展会,首次线上线下同步办展,实现真正“永不落幕”。

值得一提的是,展会搭建“阿博说砖”专区,借助抖音、微信朋友圈等平台扩大展会宣传度,仅展会期间通过VR线上展、新浪乐居直播、阿博说砖、直播石都、微信朋友圈推广等线上新媒体渠道,共取得曝光量263万人次。

本届家博会组织了福建、广东、江西、山东等各大产区的建陶产品,以及定制家居、新材料、机械等建材产业链代表性产品参展,整个展会呈现出的依然是以黑白灰为主色调的现代、轻奢、简约风格,范围涵盖抛釉砖、岩板、大板、地铺石、条形木纹砖、素色砖、大理石瓷砖、仿古砖、柔光砖、小地砖、花砖、西瓦、外墙砖、智能厨卫产品、定制家具等,共计146家企业参展。中国建筑卫生陶瓷协会会长缪斌表示,此次展会展品涵盖了家装建材的全要素,对于拉动整个产业的提升、打通产业链有非常重要的作用。

值得一提的是,本届家博会的公共布展可谓全方位立体化地融入展览题材产品,其中展会8米高的主门楼采用了近千斤的美胜琉璃瓦和勇牌老城砖,500米长的观众排队等候通道更是结合了美胜木纹砖、国星园林砂岩石、华鸿地铺石、乾顺质感仿古砖、丹豪质感大板、悦科拓瓷景观观用材等产品铺就而成,让观众未入场就能在第一时间感受家博会展品的实际铺贴应用效果。

在参加过四届晋江家博会的佛山市陶瓷行业协会秘书长、华南理工大学教授尹虹看来,启用了新展馆的本次展会较之前有明显很大进步:“一般来讲,展会都有至少四年的培育期,相信下一届展会将有更大进步。”

“我们希望借助展会更好地服务国内外家装建材产业及配套行业,串联产业上下链条,对接前沿科研成果,展示家装建材产业在高质量发展赶超浪潮中的活力、潜力乃至信心。”晋江市建材陶瓷行业协会会长吴声团表示。



▲观展商欣赏陶板产品。



▲展会现场人气颇高。



▲国际采购商在现场。

多元创新 规划缤纷特色展区

本届家博会上,特色展区是优势之一,引得业内人士纷纷“点赞”。

这其中,“磁灶窑”陶瓷文化长廊展区通过青瓦、窗花、古建筑配件、手工文化砖等特色陶瓷产品的展示,多维度全方位地展现了晋江磁灶陶瓷1700多年的历史,展示了晋江陶瓷产业的传承与发展;安溪工艺家居馆以岩板小家具结合软装的形式展出,藤铁园艺家具、室内家具、家居设计摆件等产品令人眼前一亮;德化陶瓷馆集结了40家德化陶瓷企业组团参展,日用餐具、个性化茶具、车载摆件等琳琅满目……

来自南安、首次参加家博会的宝达集团联合了同样首次参展的安溪新唐信家具和厦门大白卫浴共同进驻潮流家设计展区。据介绍,它们的展位场馆设计以“山”为灵感,寓意登高望远,馆内则通过沉浸式的场景体验设计,将三家企业的产品融合到一起,展示原创设计产品和“潮流家”设计理念。

“用设计串联产品。”宝达集团执行总裁张刚表示,这次具有相同价值观的三家企业联手,旨在打造一个未来年轻人想要的生活或居住的空间。对此,尹虹表示,这是一个“创新”先例,实质上是瓷砖建材营销向扩张或称作“多品类集成”在展会的具体表现。



▲潮流家设计展区



▲本届家博会打造了福建第一个完整的VR线上专业展会,首次线上线下同步办展。



▲“磁灶窑”陶瓷文化长廊展区