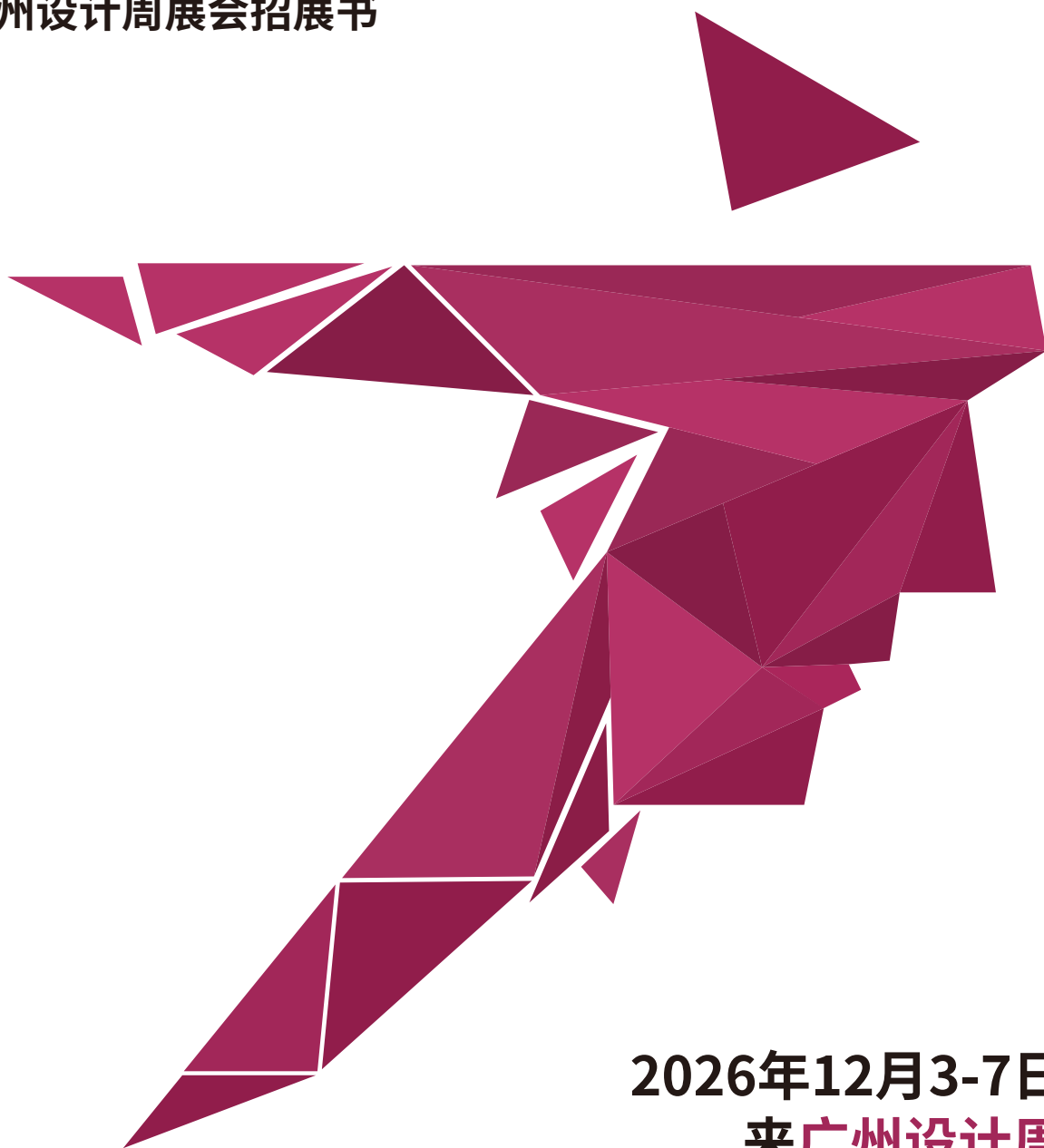


**Guangzhou  
Designweek**  
THE B2B DESIGN & BRANDS EXPO

广州设计周展会招展书



**2026年12月3-7日,  
来广州设计周,  
共襄45万+设计产业人盛会的  
无限商机!**

### 2026广州设计周展会信息

展览时间：2026年12月3-7日

展览地点：广州保利世贸博览馆+广州国际采购中心+海珠国际会展中心

展览方向：当代人居生活美学新业态的设计+选材

参观观众：预计到场观展专业观众逾45万人次

展会咨询：138 1746 0388 夏敬力



参展联系人



官方公众号

# 品牌最强

经过十几年的迭代生长，如今广州设计周每年有来自全球20+国家逾1000家适于当代人居生活美学新业态的设计/文创/艺术/潮流/智能/软装/材料/高定等领域的品牌企业和机构联合展出，已然成为了国内外泛家居领域超级大牌面向设计产业链上下游资源群体发布新产品、新材料、新技术的首秀平台。

GZDW



## 中国最早

广州设计周是中国第一个设计周，2006年在政府主导下诞生，18年来一直，保持中国目前规模最大、参与人数最多、影响力最广的设计+选材博览会。



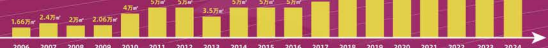
## 影响力最广

广州设计周作为亚洲首屈一指的设计产业盛会，备受行业媒体关注，每年展会期间汇聚超400家来自不同领域的媒体，累计曝光超1000万次，央视、伊志等媒体的报道超3000万+，影响设计产业链关联领域的专业人士过亿。



## 规模最大

从2006年创办的1.66万㎡展览面积到2024年达到18万㎡，广州设计周以肉眼可见的速度成长为了亚洲首屈一指的设计产业盛会，并被业界公认为最具影响力的设计产业资源聚合运营平台。



## 活动最丰富

每年的广州设计周都是一场设计产业的思维盛宴，每年展会期间举办逾100场“新商业、文创、地产、设计、艺术、时尚、品牌升级、人工智能、生活美学”等领域活动超150场，成为指引行业发展的风向标。



## 人数最多

展会数量从2006年首届展会的13700人次到2024年的45.9万人次，广州设计周已中国设计产业界每年度最佳“幸运”的群体，也是全国参展人数最多的展会。预计2025年广州设计周的参展人数将突破45万人次。



## 大咖最齐

“大半个中国设计产业的大咖每年都出席广州设计周。”这几乎是行业每年对广州设计周嘉宾阵容最多的评价。每年广州设计周现场邀请了来自新商业、文创、地产、设计、艺术、时尚、品牌升级、人工智能、生活美学等领域的领导、行业领袖、以及跨界领域的嘉宾达4000位，联动打造一场激发设计灵感、创意互动、艺文交流、学术碰撞、科技创新的设计思维盛会。





广州设计周始于2006年,作为行业“设计+选材”(D+B,Design+Brands) 为策展主题的大型B2B展,专注于设计师渠道价值开发及推动设计师与品牌商的对接合作,是中国目前规模极大、参与人数极多、影响力极广、国际化程度极高的“设计+选材”博览会。

旨在通过组织、汇聚国内外设计产业链上、中、下游优质资源,为产业关联的投资商、发展商、设计师、供应商、分销商等专业群体构建了精准、有效的市场营销、趋势发布等需求互动的交易促进平台。

经过二十年的迭代生长,如今每年有来自全球20+国家逾1000家适于当代人居生活美学新业态的设计/文创/艺术/潮流/智能/软装/材料/高定等领域的品牌企业和机构联合展出,发布新产品、新技术、新趋势;同时,广州设计周联合诸多超级策展人会围绕“设计+材料美学”、“设计+空间美学”、“设计+艺术美学”、“设计+潮流美学”、“设计+生活美学”五个美学领域举行数十个主题内容策展,以及广州设计周旗下涵盖“新商业/文创/地产/设计/艺术/时尚/潮玩/人工智能/生活美学”等领域逾百场精彩活动亦将同期举办,参展品牌专业度、展品品类丰富度,策展内容精彩度、活动题材多元度均已领先亚洲,被誉为亚洲设计产业第一规模大展。

## 展览方向：当代人居生活美学新业态的设计+选材,全案选材全链品类全在广州设计周

时间:2026年12月3-7日      地点:广州保利世贸博览馆+广州国际采购中心+海珠国际会展中心

### ■ 展区规划及展品范围：

#### 高定+材料美学看保利馆

广州保利世贸博览馆(保利馆)集中展出适于私宅与新商业空间的:高定系统家居、高定系统门窗、厨房和卫浴、智装风水系统涵盖的空调/新风/供暖/除尘/水处理/热水太阳能/空气能等以及隐蔽工程涉及的给排水工程管材/阀门、电器管线、地板/护墙板/门窗套板/吊顶基层材料和技术服务等;和全屋整装相关产品、技术与服务,包括各类集成定制品、墙体装饰、涂装、门、窗、遮阳、五金、设备与解决方案等;以及建筑室内外装饰工程中适用的相关天花、地面、墙面、声学、光影、电工的各类新型装饰与装修材料及产品。

#### 软装+生活美学看国采馆

广州国际采购中心(国采馆)则集结适于私宅与新商业空间的:智能光影系统涵盖的智能家居、智能影音、智能家电、智能窗饰、智能安防、智能灯光及各类智慧型装饰灯具、功能灯具、照明设备、开关电气等;以引导生活方式为核心主张的各类家具、家居生活器皿用品、窗帘、布艺、地毯、花艺、植物、墙饰、编织品、空间装饰艺术品等;以及适用于“城市更新”和“乡村振兴”文商旅项目的各类材料/产品供应链,包括但不限于:城市公共艺术、城市公共家具设施、游乐设施、可移动建筑、房车游艇及地方IP特色产业供应链等;文创礼品范畴的美学家居用品、生活器物、手工艺作、玩具文具、电子消费品、餐厨用品、香薰、服饰和茶文化、饮食文化、国潮IP等;以及潮玩、动漫、电竞游艺、新媒体艺术、美陈设计/道具、AR/VR等;以及当代人居生活美学业态相关的空间/艺术/产品/灯光/品牌及潮流设计。

#### 户外+奢品美学看海珠馆

海珠国际会展中心(海珠馆)精选国际进口、国内顶尖豪宅御用家居建材品牌和高奢生活美学相关的生活方式消费品牌汇集展览,发布展示适于豪门府邸空间的艺奢型家居、收藏级设计精品、豪宅全案管家系统等豪宅建造和生活享用会涉及的新产品、新技术和服务;以及花园庭院有关的景观材料、产品、技术和服务,包括各类户外家具、花园木材/石材/铁艺/栏杆、水景、泳池、雕塑景石、阳台定制、阳光房等;和适于当代豪宅业主生活方式的艺术雕塑、当代绘画、古董家具、高端文房四宝、珠宝设计、高端瓷器、非遗手工艺等高端艺术品和收藏品;私人管家服务、高端健康管理、定制旅行、名酒窖藏管理等奢华生活方式服务商;高尔夫球具定制、户外探险装备、私人游艇内饰设计等定制化游艺与户外装备。

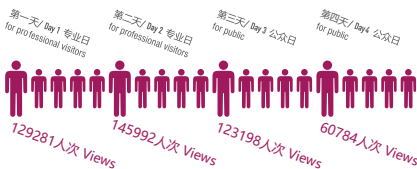


\*图为往届广州设计周展品、展位

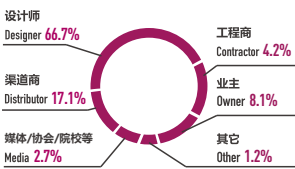
### ■ 专业观众:2026年预计逾45万人次

- **业主类:**私宅与新商业空间业主、投资商、地产商、酒店/会所/餐饮管理公司、商用建筑业主管理公司、政府及公共事业机关单位、工程总承包商等
- **设计类:**室内设计师、建筑师、工程师、设计买手等
- **渠道类:**经销商、代理商、专业买手等
- **媒体类:**广播电视、报刊杂志、网站、视频、新媒体等
- **文创类:**设计产业关联的文化、艺术、时尚、创意等文创领域人群

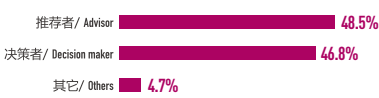
观众数量 / Visitor Analysis



观众类别 / Visitor Type



观众角色 / Visitor Positions



\* 以上数据分析来自2025广州设计周展会观众统计,总参观人数**459,255人次**。2026年预计参观人数**逾450,000人次**。

### ■ 展位费用：

#### 光地展位：

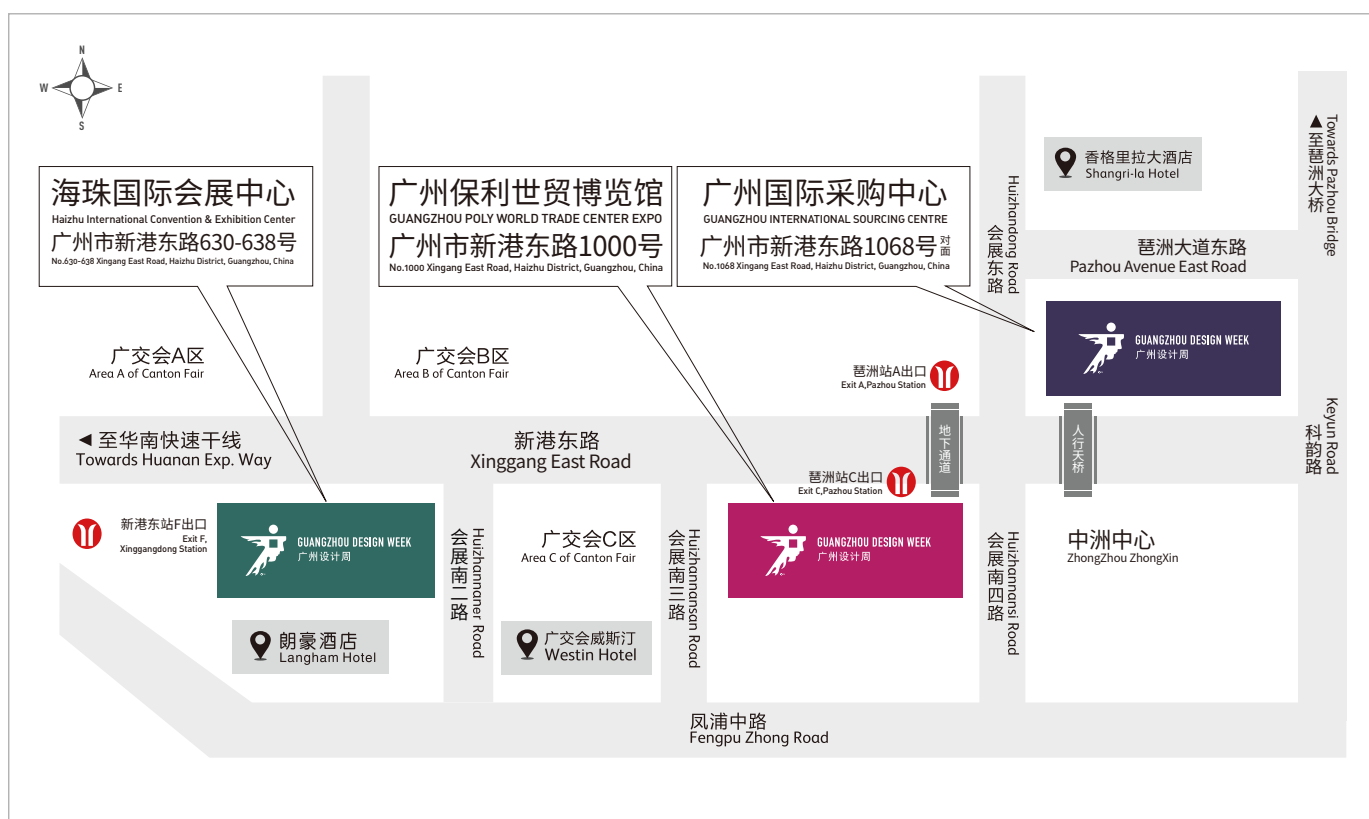
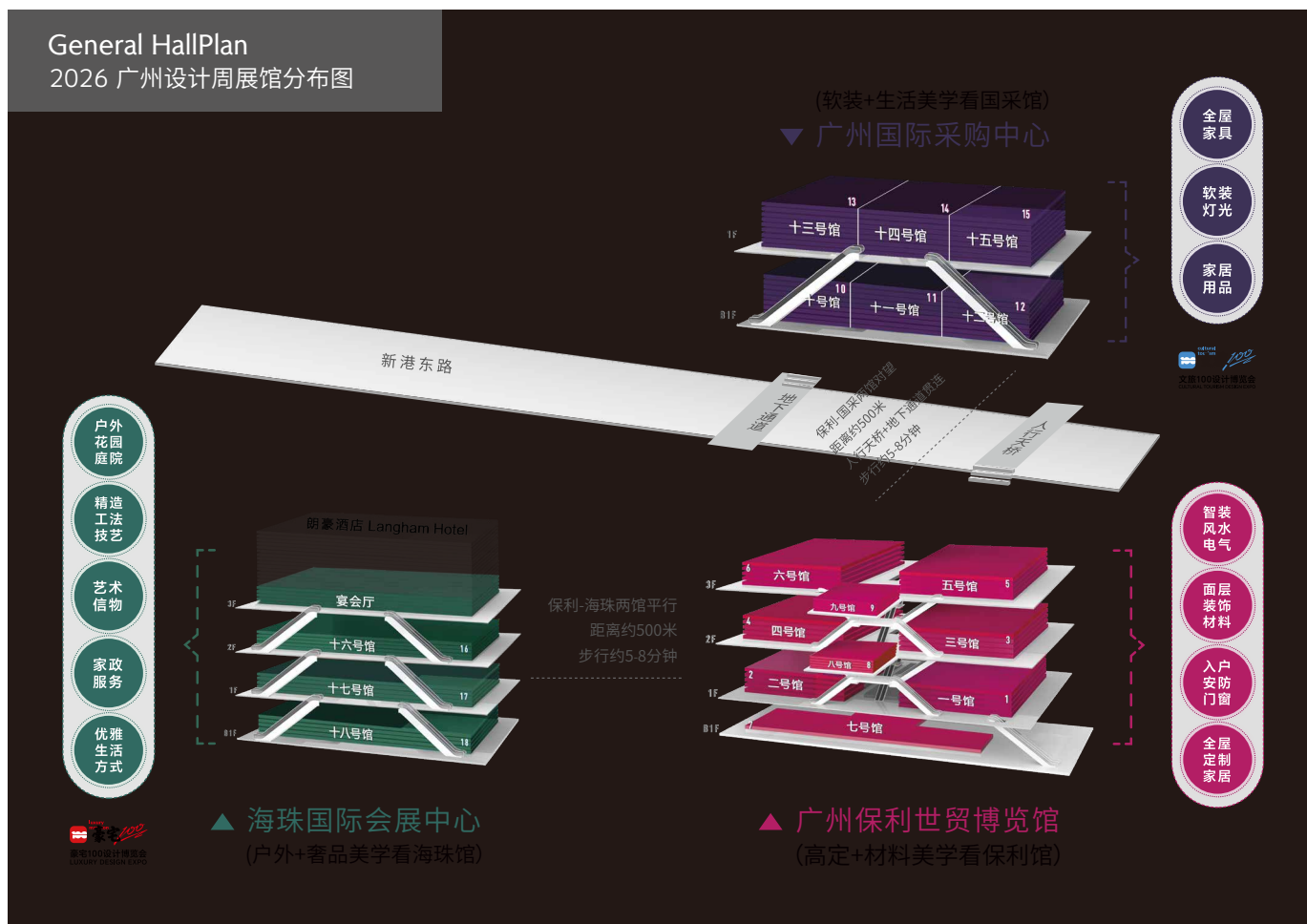
1800元/㎡起( 72㎡以上起租, 场地管理、用电等产生的费用另计; 海珠馆3600元/㎡起; 保利馆一楼2200元/㎡起、保利馆其它楼层2000元/㎡起 )

#### 交钥匙展位：

40000元/个 ( 15㎡/个; 尺寸: 长6m \* 宽2.5m \* 高2.4m; 交钥匙展位为“木质结构”、“可钉、可粘、可挂”,是高规格的“0”成本参展模式,配备可装卸展品的展示墙、功能接待台、高档洽谈桌椅、WiFi等服务,其所在展区设置于展馆最中心区域,布局灵感源自著名的米兰伊曼纽尔二世长廊(Galleria Vittorio Emanuele II),由专业空间及照明设计师进行规划与设计,参观者将获得犹如“逛街”般全新观展体验,颠覆传统参展观展模式。PS.详细资料参见“交钥匙展位”方案)。

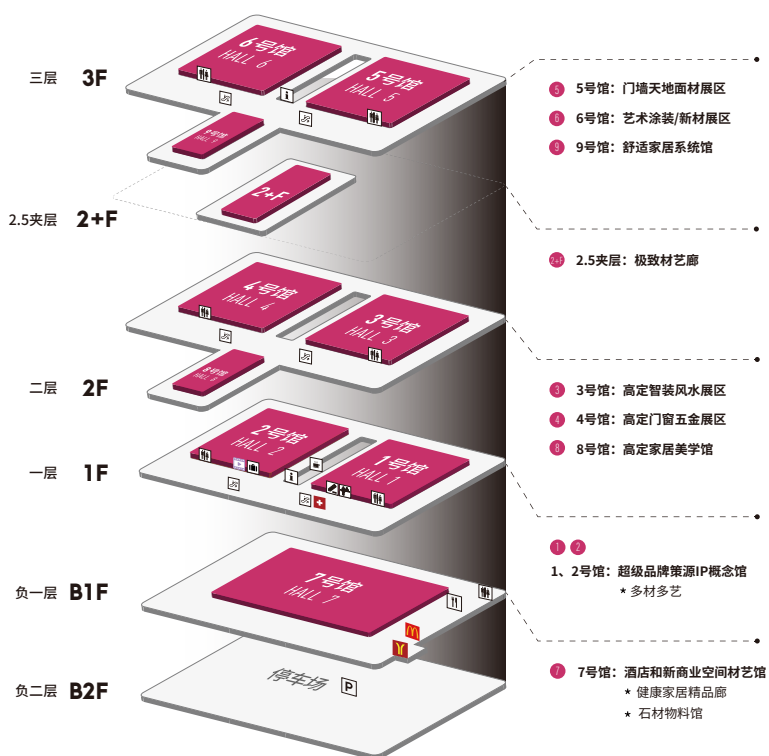
# 全案选材全链品类 全在广州设计周

General Hall Plan  
2026 广州设计周展馆分布图



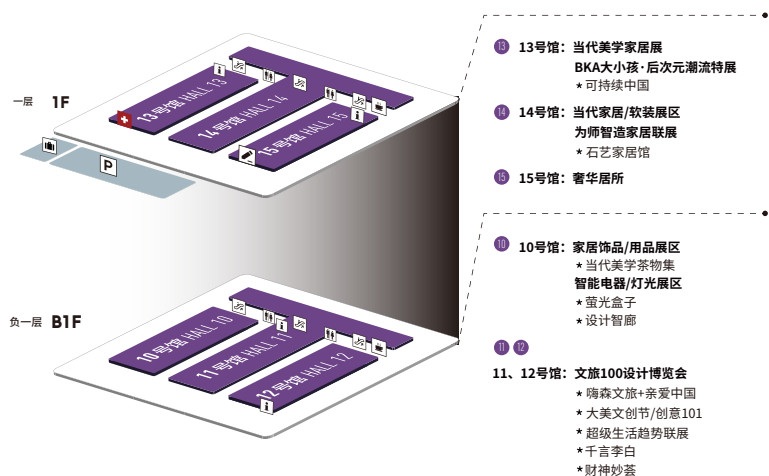
## 保利馆 展区分布

高定+材料美学看保利馆



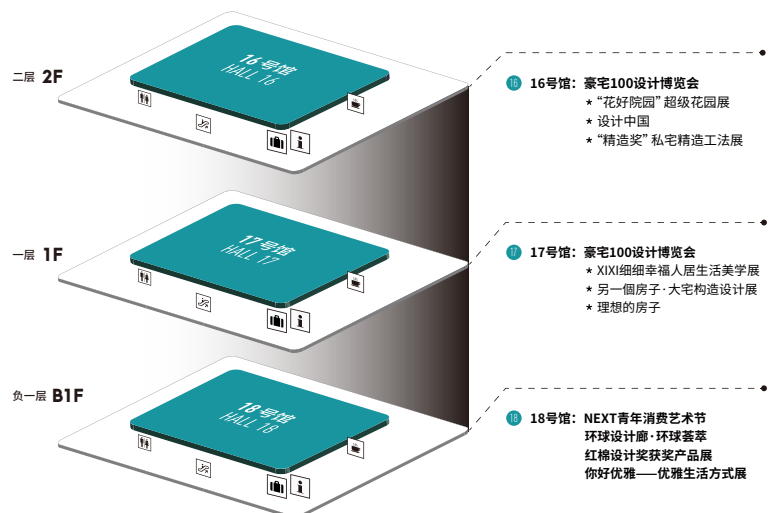
## 国采馆 展区分布

软装+生活美学看国采馆



## 海珠馆 展区分布

户外+奢品美学看海珠馆



主办单位办公室  
ORGANIZER OFFICE

咨询处  
INFORMATION

媒体接待处  
MEDIA RECEPTION

团体接待处  
GROUP RECEPTION

论坛区  
FORUM AREA

咖啡厅  
COFFEE

寄存处  
CHECKROOM

来宾尊享服务  
PROVIDED SERVICES

**寄存服务 CHECKROOM**  
大会提供寄存服务,请在1楼户外广场寄存处办理  
We Provide Storage Service, Please Ask At Any Enquires Center

**免费饮水服务**  
FREE BOTTLED WATER SERVICE  
大会提供免费饮用水,请在各馆咨询处领取  
We Provide Bottle Water, Please Ask At Any Enquires Center

**美食广场 FOOD COURT**  
美食广场位于展馆内  
Foodcourt are Located Inside The Exhibition Hall

**洗手间**  
BATHROOM LOCATION  
卫生间位于展馆内  
Wathroom are Located Inside The Exhibition Hall

## 设计+材料美学类



## 超级品牌策源IP概念馆

广州设计周以致力于成为“当代人居生活美学策源地”为愿景，遵循最中国/最国际/最当代的策源主张，关注当代人居生活美学涉及的材料技艺/空间业态/生活方式的策源研究。基于此，广州设计周打造「超级品牌策源IP概念馆」特别展览单元，唯有泛家居和关联生活方式领域的行业领军和材艺杰出品牌才会被臻选入馆展出，他们不止于展示品牌和产品，将联合设计师、艺术家或生活美学家等当代人居生活美学相关领域的内容创作者们，以“设计+品牌”视角观察带来对当代人居生活美学策源性的研究实践成果的展示和发布，以“策展”生成内容，以内容加持品牌，引导行业，更驱动当代人居生活美学表达精彩向前。



## 多材多艺

“多材多艺”取自于“多才多艺”之谐音，广州设计周打造“多材多艺”主题策展，旨在溯源与探索艺术呈现与材料应用间最为本真的联系，我们不拘于展现材料的丰富多样、质地如何，更多是发掘材料本身关于艺术的无限可能。“多材多艺”希望通过设计师的思维牧野与天马行空，将“多材”之质量，融汇驰骋于“多艺”的土壤之上，让材料之丰富筑艺术之丰美。”



## 可持续中国

「可持续中国」，由本土创造创始人许刚领衔策展，旨在通过可持续城市、可持续品牌与可持续艺术三大核心板块，系统呈现材料美学与产业实践的可持续成果。展览聚焦可持续理念在设计领域的前沿探索，以多元内容启发未来生活方式的创新可能，传递可持续设计的现实价值与前瞻视野。



## 高定家居美学馆

经过多年的市场培育，消费需求逐渐释放，高定家居行业市场前景进一步拓宽，未来的市场容量还将继续扩大。广州设计周将「高定家居美学馆」设置为主题产业策展展览板块之一，通过汇集海内外高品质、高服务、高质价比的高定家居辅料配套供应链涉及的材料、产品、技术和服务体系品牌和机构集中展览，为高定家居产业链上下游提供一个更高效、精准的营商互动交流平台，推动高定家居产业在未来更好地发展。



## 舒适家居系统馆

看得见的美，看不见的功！打造推出「舒适家居系统馆」作为广州设计周主题产业策展展览之一，是当代中国人居高质量发展，尊崇健康、舒适、生态、节能的生活理念，全面提升家居舒适度，愈发成为人们对于美好人居环境向往的“刚需”和普遍共识，这样一个趋势背景下的应需而生、顺势而为。



## 酒店和新商业空间材艺馆

“颜值即正义，内容即价值”的新美学消费时代下，酒店与新商业空间业态呈现出更多样化、科技化和人性化的特征，“设计驱动，内容引领”已然成为了酒店与新商业业态不断创新的重要密钥。广州设计周策展打造“酒店和新商业空间材艺馆”，则是希冀透过更主题鲜明化的方式，聚合适用于酒店和新商业空间业态的“新材料、新工艺、新技术”领先品牌和服务商集中亮相展览，并策划举办主题系列活动，为新商业与酒店业主、设计师、工程商、品牌厂商等产业链上下游专业人士构建精准、有效的市场营销、趋势发布等需求互动的营商互动交流平台。



## 健康家居精品廊

健康家居精品廊，集中展示健康家居设计新产品、新技术、新成果、新趋势。致力推动健康家居的进一步提升，推动与设计师之间，与泛家居异业品牌之前的协同与合作。让更多好的产品能够精准传播，让价值产业链上的品牌商、设计师、甲方业主、经销商能够集中展示与了解趋势，通过整合带来无限商机。



## 石材物料馆

这个是不是瓷砖？  
是不是岩板？  
像人造石？  
这这些年在展会听到太多业主、设计师看着天然大理石发出来的疑问，“石材物料馆”是基于这些疑问而诞生的展览项目，将集合百款大理石，用实体展示的方式，从纹理、质地、工艺向大众解答什么叫天然大理石。并通过邀请“优秀设计师+优选石材企业”联合策展形式，呈现石材设计应用的无限可能。



## 超级花园展

“超级花园展”作为花园资材商专业的展示平台，将集中呈现年度最新的庭院设计与花园产品，解决花园资材产品供应零散、供需双方缺乏交流等问题，满足业主、设计师对于花园设计和花园资材产品的更多诉求，提供更富潮流的产品、更符合未来花园的设计，构筑一站式解决花园设计与选材的展贸平台。



## 石艺家居馆

石艺家居馆，荟萃广泛应用于室内外环境的石雕、石艺和石材家具、饰品摆件、器物用品集中展出，展示国际石材经典种类、前卫的石材家居设计、精彩绝伦的石材工艺及加工技术，志在为私宅与文商旅业主、设计师和石艺爱好者们搭建一个“找石艺定制、选石艺新作”的精准高效展贸对接平台。



## 当代美学家居展

美的家居，家居的美。  
广州设计周推出「当代美学家居展」特别展览单元，俨然是希冀臻选出符合当代中国人居生活美学气质的国内外家居设计品牌荟萃展出，以期呈现最中国/最国际/最当代的家居之美，乃至生活之美。因此，只有那些承载着“中国原创”的设计驱动型家居品牌和“适合中国”的国际先锋设计品牌才会被优先选择入选参展，将作为当代美学家居代表面向国内外设计师、甲方业主、家居经销商和媒体等数十万之众的广州设计周展会专业观众，发布展示当代美学家居的精美绝伦，展开交流，并赢得商机。



## 为师智造家居联展

为师智造是什么  
Wei为师智造 = 懂设计师思维的品质型小众家居制造商联盟  
Wei为师智造 = 为设计师定制能力强的匠心家居制造商聚落  
“为师智造家居联展”作为广州设计周主题产业策展之一，严选具有设计思维、高颜值、追求原创和匠心制造的品质型家居产品企业参展，展出企业主要是在实木、金属、软体、石材、玻璃等领域具备极强工艺能力的中小型家具、灯具和小家居产品等厂商。



## WIDE影响世界的设计大展

WIDE影响世界的设计大展不仅仅会严选全球最具影响力的顶级家居设计品牌参展，更会深入业内积极探索、挖掘呈现鲜为人知的优质品牌及设计，并每年邀请全球各地知名设计师共同开展设计研究和趋势发布策展活动，让设计灵感在交流中碰撞出“新燃点”，为设计师和设计师相关产业带来积极影响。



## 坐座作设计展

“坐座作”一词来自于中国人热情待客会客时常用语谐音，“坐座作设计展”是一个可以实现“坐”的“座”具和“作”品的展览，即是可供“坐下来”的有“座位”功能的“设计作品”展。



## 萤光盒子

“萤光盒子”是由广州设计周联合照明行业各权威机构、团体共同发起的主题策展，意在表彰契合萤光理念的照明设计项目、照明产品、灯光装置。策展甄选照明行业高品质、新科技、精制造的光源/灯具，融合萤光设计的理念，以当代艺术的视觉，讲述人居生态的故事。



## 设计+生活美学类



## GBA大美文创节

GBA大美文创节,以“百匠百品”为主题,聚焦新文创、新消费、新国潮三大主线,旨在通过创新策展的有机生态,为文创发展精准赋能。立足大湾区的产业和地理优势,打通文创产业间的链接,促进文化创意行业的交流与发展,让文化创意与市场需求、非遗传统工艺、与制造业充分融合发展,带动新消费,建立一个走在时代前沿且充满活力的互动性文创平台。



## 创意101

“创意101”是一项青年创意者营商计划,由亚洲首屈一指的设计产业资源价值平台-广州设计周于2019年发起,旨在“让创意变成生意”,每年度面向中国境内人居生活相关领域的产品研发团队或个人公开招聘并甄选101位青年创意者,并组织入选创意者携年度产品创意亮相一年一度广州设计周展会,通过主题展览、孵化对接、创意沙龙等系列活动,直面来自全球数十万设计产业链资源人群展示推广和营商互动,助力青年创意先锋力量发展。



## 嗨森文旅

嗨森文旅聚焦各类文旅地产业态“O+EPC”开发运营模式所需的“内容业态供应链”和“工程建设供应链”资源,涵盖文旅业态项目建设和运营涉及的各类设计、材料、产品、运营、服务等优质设计+选材供应链品牌厂商、企业和机构,同时吸纳文旅策划运营品牌机构、城市特色产业和产品、茶产业相关机构,通过设计+文旅的策展形式,全方位展示旅游、文化、产业领域的特色内容,旨在为文旅投资方/项目开发及运营方与供应链/服务链资源方之间搭建新品展示、材料采购及营商互动的一站式采购参考及商务对接平台。



## 超级生活趋势联展

超级生活趋势联展由广州设计周联合一众当代中国新商业消费领域的青年设计师和新锐艺术家中的先锋分子和佼佼者们共同策略运营,每年票选邀请多位当红新锐设计师/艺术家联合新潮商业生活方式品牌参展,聚焦当代青年消费文化,带来新商业消费场景与趋势的展览呈现。



## 设计中国

设计中国新升级,以“中国智慧·世界语境·当代表达”为题,联合各城市先锋设计团体,深度挖掘所在城市特色产业(产品),寻找当地手工艺人工作室、匠人团体、特产供应商进行合作,用设计的手法将传统文化、特色产业多维度包装设计,站在年轻消费者的角度通过设计的力量传递市场价值和文化价值,从而提升当地特色产业的市场接受度。

## 设计+空间美学类



## XIXI细细幸福人居生活美学展

空间不是最后的结果,幸福才是!XIXI细细幸福人居展,由生长于中国台湾、毕业于台湾东海大学建筑系、硕士研习于英国伦敦建筑联盟AA学院的巨匠级设计“隐士”—洪苍蔚先生领衔细细设计策展打造,首度以场景体验的方式呈现洪苍蔚先生近三十年以“幸福”为旨,服务高端私宅府邸而研发建构的从装修建造—装饰陈列—艺术信物—器皿食物—生活美学的「幸福好宅全屋系统」。展览将展示家具、艺术品、古美术、生活美学及生活方式,涵盖香道、咖啡等内容,旨在通过精心设计和艺术陈设,呈现理想居住环境的多样可能性,让每一位参观者在体验中感受空间的温暖与幸福,共同探讨生活的美好。



## 绝对设计

iDesign绝对设计节将由设计公司结合自己的品牌传达、设计研究以特定面积的展位进行一次绝对纯粹的设计创研年度策展,届时设计公司将通过策展的落地,将多年研究出的设计理念直面广州设计周展会数十万甲方业主、设计师、品牌商、媒体等专业参观者,展开推广交流和营商互动。



## 奢华居所

“奢华居所”是聚焦高端居住生活方式的奢华家居设计展,2022年由广州设计周联合国际知名设计师覃思老师发起并组织运营,旨在为服务于当代中国新贵阶层的设计专业人士、地产业主及买手搭建与全球顶级奢华家居品牌商开展交流、营商互动的精准对接平台,希冀成为当代中国高端居住生活方式重要策源地之一。



## 红设计展

HOME红,专属于全国私宅设计师的理想国,以私宅设计为阵地,由广州设计周公益特使红姐、著名设计师戴昆、明星私宅御用设计师孟也作为策展召集人,集结一群70后、80后、90后的全国私宅设计领域当红全案设计师作为策展人参展,通过展览和论坛的双面形态,聚焦于私宅设计的探讨。



## 另一个房子·大宅构造设计展

「另一个房子·大宅构造设计展」由广州设计周联合近境制作于2024年首度发起,由台湾新生代设计界领军人物唐忠汉担纲策展召集人,旨在打造当代高端人居大宅全案设计体验展。该展览深入探讨现代与未来生活方式,延续居住者的情感脉络与精神体验,以生活为核心,以场景化呈现当代高端人居大宅全案设计。

## 设计+潮流美学类



## BKA大小孩·后次元潮流特展

BKA大小孩世代(BKA:Big Kids Age)是跨越多个世代的族群统称,由80(互联网原住民)、90(数据原住民)和00后(游戏动漫原住民)的新世代「成年人」组成。他们在成长过程中受到互联网、数据和游戏动漫的深刻影响,塑造了他们独特世代特质,在相继踏入社会的同时也在打造全新的生活方式。BKA大小孩·后次元潮流特展正是聚焦此新世代族群的“超级策展”。特展聚集了全国乃至全球具影响力、走在设计思潮前端的泛家居品牌、动漫潮玩品牌、潮流艺术家、优秀设计师,共同打造以展现「设计+新世代文化+新生活方式」的展会内核,开拓对话年轻消费世代的机会与更多可能性。

## 「产业设计周」系列专展



## 文旅100设计博览会

文旅100设计博览,聚焦各类文旅地产业态“O+EPC”开发运营模式所需的“内容业态供应链”和“工程建设供应链”资源精选汇集展览,涵盖文旅业态项目建设和运营涉及的各类设计、材料、产品、运营、服务等优质设计+选材供应链品牌厂商、企业和机构;为文旅投资方/项目开发及运营方与供应链/服务链资源方之间搭建新品展示、材料采购及营商互动的一站式采购参考及商务对接平台;是广州设计周根植服务于文旅产业B端打造的“产业设计周”系列专展之一。



## 豪宅100设计博览会

豪宅100设计博览,精选国际进口、国内顶尖豪宅御用家居建材品牌和高奢生活美学相关的生活方式消费品牌汇集展览,发布展示适于豪门府邸空间的艺奢型家居、收藏级设计精品、豪宅全案管家系统等豪宅建造和生活享用会涉及的新产品、新技术和服务,为豪宅全案设计师、豪宅业主与全球尖端家居和生活美学品牌之间搭建项目选材采购和新品展示交流的精准对接平台,为高净值人群提供当代品质豪宅典范的审美与生活方式参考。