

新闻稿 +++ 中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会
国家会展中心（上海），中国，2025年8月20至22日

intertextile
SHANGHAI home textiles

国际参与度再创新高，Intertextile 上海秋冬家纺展稳居全球商贸平台领军地位

上海，2025年9月11日。2025中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会（以下简称 Intertextile 上海秋冬家纺展）在国家会展中心（上海）圆满闭幕，本届展会的国际参与度持续攀升，海外买家采购意向强劲，共同彰显行业复苏新动能。在三天展期内，来自 20 个国家及地区的近 900 家参展商，与来自 116 个国家及地区的超过 35,000 名观众进行了深度商贸对接，进一步巩固了展会作为全球商贸平台的核心地位。参展商普遍收获超预期的订单咨询和新合作意向，既反映出行业信心，也印证了展会高效链接全球需求与家用及商用纺织品产业前沿创新的平台价值。除商业成果外，本届展会还聚焦未来趋势，大量融合趋势美学、功能创新与可持续理念的产品重磅亮相。同期活动亦全面升级，为与会者提供了沉浸式的采购体验与高效的行业社交机遇。



与 2024 年 Intertextile 上海秋冬家纺展相比，本届展会海外与会者人数和覆盖的国家和地区数量均实现增长。（图片：法兰克福展览）

在展会闭幕之时，法兰克福展览（香港）有限公司总经理余诗慧女士对今年的展会展现出的非凡活力与丰硕成果表示满意：“值此盛会圆满落幕之际，我们很欣喜地看到，该展会已经巩固了其作为核心平台的领先地位，为那些希望在中国及更广阔亚洲市场保持竞争力的各方参与者提供了重要支持。现场展品所呈现的多元品类与优质品质，加之对设计美学与创新理念的深度聚焦，生动诠释了家纺产业蓬勃的创造力及对消费趋势演变的精准把

握。随着国际参与程度再创新高，我们欣喜地见证了大量富有成效的商贸对接，正切实转化为展商与采购商双向共赢的商业新机遇。”

参展商创新产品引爆商业新机遇

本届展会汇聚 20 个国家及地区的参展商，其中保加利亚、埃及、芬兰、印度尼西亚、伊朗、马来西亚、荷兰及越南的八个国家的企业是首度参展，提供更丰富的全球产品资源供买家采购。众多其他首次参展的参展商亦收获超预期商业回报。

法帛家居品牌主理人王亚女士表示：“Intertextile 上海家纺展所呈现的国际级专业水准较高，这也正是我们首次参展的原因，因为我们希望拓展海外市场。本次我们携沙发、窗帘、墙布、地毯及床品系列产品亮相，希望让全球买家零距离感知我们的产品品质与设计哲学。在展位上，现场客流很多，让我们很满意，另外感到自豪的是，我们的产品足够吸引人，配色和纹路大胆且富有国际风格，备受买家青睐。相较于过去我们参加以深圳为主的展会，本届展会为我们带来了不同的客户群，创造了对接东南亚、印度、法国及北美客群的多元渠道，帮助我们成功构建了国际化客户矩阵。”

展会上呈现的多元化产品清晰地揭示出行业新动向。制造商们正将可持续理念、功能性创新与前瞻性设计语言深度融合，以此抢占海内外市场新机遇。多家企业推出突破性新品：英国品牌 Prestigious Textiles 推出的奢华雪尼尔面料以云端触感重塑极致舒适体验；西班牙 Rioma SL 推出的 TerraLoom 系列面料，通过粗麻质地与户外级耐用性，展现与自然的深度连接；香港品牌 Fu-Tex 推出的防尘窗帘运用抗静电技术来防止灰尘吸附。

日本老牌参展商蔭山株式会社则展示了兼具抗病毒、抗菌及湿度管理功能的高端面料。该公司营业本部营业部副部长兼贸易 Sec.，薛小辉先生表示：“本届展会迎来爆发式人流增长，吸引了大量来自亚洲及中东地区的专业采购商。市场对棉、天丝等天然材料的需求显著，我们已成功开拓多条新合作通道。”

观众采购意愿强烈

Culp Fabrics、H&M、宜家、京东、宜得利家居、拼多多、沃尔玛、小米等众多国际消费品品牌均现身展会进行采购，寻找兼具现代设计、卓越品质与未来科技感的综合解决方案。

国际参与度的提升，进一步证明了这股采购热潮：海外买家数量增至近 5,000 人，覆盖国家和地区的数量达 116 个，较上届显著增长。此外，由近 2,000 买家组成的近 30 个买家团的合共规模比去年同比激增 73%，他们来自包括保加利亚、哥伦比亚、萨尔瓦多、日本、马来西亚、缅甸、泰国和越南等 23 个国家和地区。

首次莅临的 VIP 买家、埃及 Oriental Weavers 区域销售经理 Mohamed Salah 先生表示：“我们是全球最大的地毯、挂毯及相关原料生产商之一，也进行贸易业务。本届展会的宏大规格与国际参展阵容令我印象深刻。我们不仅成功对接了能为埃及展厅提供配套窗帘的供应商，更发掘了中国本土优质的地毯批发渠道。中国市场体量巨大，我们现已开展业务并希望进一步加速布局。值得一提的是，本届展会的国际化程度尤为突出，设计师展区的设置更构筑了其他展会难以复制的差异化价值。”

同期活动深度聚焦行业创意互联、科技创新与绿色转型

本届展会通过精心策划的同期活动，为观众构建了多维度的行业洞察图景，所有活动围绕四大板块展开：科技新生力、设计新势力、产业融合力与绿色循环力。隶属“科技新生力”板块的“未来与纺织专区”首次亮相便引发强烈关注，它作为一个创新枢纽，展示了

新型室内纺织品与人工智能技术的融合，并引发了关于智能生活空间可能性的热烈讨论。该展区重点陈列了 20 多种纺织样品，集中展示了可持续材料、再生材料、生物工程材料及循环材料的最新成果。展区同时呈现了人工智能设计创新者的成果：不仅能快速生成室内纺织品可视化方案，更可实时将织物微观纹理通过人工智能技术转化为完整的室内设计方案。系列会议通过科技赋能与社会责任的深度融合，启迪行业参与者重新构想商业模式，精准响应正在重塑全球家纺产业的新价值范式。

策展人、SPOTT trends & business 首席执行官 Anja Bisgaard Gaede 女士在研讨会及未来与纺织专区导览考察中指出：“Intertextile 上海家纺展在推进行业技术交流与促成商贸对接方面具有不可替代的价值。随着可持续发展理念日益深化，我们看到越来越多参展商积极采用环保实践并争取相关认证。人工智能技术的加入正在重塑设计流程，在激发创新潜能的同时，可显著提升设计可视化效率并大幅削减样品开发成本。”

丹麦室内设计师、Camilla Rudnicki Home & Interior 创办人 Camilla Rudnicki 女士带来的专题会议同样广受好评。她通过研讨会和导览考察，带领观众深入探索纺织品应用与产品遴选的专业精髓，以其强调温暖质感与生活愉悦感的设计方案为观众带来诸多灵感。

此外，来自哥伦比亚、乌兹别克斯坦和越南的行业专家，还带来了强化纺织业市场定位的战略路径，他们提供的实操性解决方案，为全球与会者制定增长战略注入了关键性的地域洞察与前瞻思维。他们关于新兴市场的讨论，更揭示了企业在全局扩张中能够把握的新机遇。通过这些多元化的信息分享，本届展会不仅跃升为驱动行业进化的思想策源地，更成为引爆未来商业增量的加速器。

参展商反馈

“我们从 2016 年起就开始参加 Intertextile 上海家纺展，今年我们非常自豪能在这里推出我们的自修复巴里纱面料。我们始终将自然与可持续的基因深植于产品内核，譬如在窗帘中创新采用再生纱线等环保材料。今年，我们继续选择于该平台参展，不仅因为主办方的专业办展水准，更因其卓越的品牌号召力能为我们带来优质的客户资源。本届展会期间，我们接触的买家约 60% 来自中国大陆，其余 40% 则广泛覆盖中国台湾、泰国、菲律宾、越南、阿根廷、厄瓜多尔、墨西哥及巴西等国家和地区。”

土耳其 Bona Home 销售经理 Suleyman Altioek 先生

“这是我们第一次参展，体验超出了我的预期。我们看到了开拓新商机的潜力，在现场与来自中东、中国及其他地区的感兴趣访客建立了联系，并围绕波斯地毯进行了有意义的讨论。这些地毯以其质量、品种、图案、设计和使用天然原材料而闻名。展会为我们提供了一个重要的平台，展示手工地毯与机械制造地毯之间的差异，让客户亲身体验我们的高质量手工产品。此外，同期活动对我们紧贴行业趋势也至关重要。”

伊朗 Tavana Carpet 市场经理 Abed Hashemi 先生

“此次，我代表芬兰的纳维亚半岛最大的图案设计服务商参展，展示了十位芬兰设计师的原创作品。当前，我们的展位盛况空前，目标客群络绎不绝，精准的商务洽谈贯穿全程。对我们而言，该展会是不可多得的优质平台，既能深度链接客户、收集服务反馈，又能精准评估市场定价水平。我们的设计聚焦三大核心理念：经典永续、温馨可爱与天马行空。这些风格迥异的创作既紧跟全球家纺潮流趋势，又致力于打造历久弥新的经典图案。”

芬兰 Patternsfrom Agency 创意总监 Kristina Tergujeff 女士

买家评论

“本届展会可以提供一个绝佳的机会帮我们的意大利及欧洲大客户发掘新系列产品用于提升他们所生产的家纺品质，产品范围涵盖靠垫、床罩、窗帘等。我们正在全球范围内积极寻找优质供应商，尤其关注来自中国、印度、巴基斯坦和土耳其的生产商，因为他们能提供高品质的产品。我们已经与一家新供应商达成了一项极具潜力的合作意向。可持续材料已成为我们的战略核心。随着市场对环保纺织品需求的指数级增长，我们正全力构建负责任的采购体系，确保所有材料均符合全球权威生态认证标准——这不仅是满足市场的要求，更是我们的品牌承诺。”

意大利 CIS SpA 及 F.Ili Carillo Trade srl 董事会成员 Pasquale Carillo 先生

“我们正在全面挑选各类纺织品、成品窗帘及软装家居产品，同时密切关注新颖的设计与创新技术。此次展会上，我们发现了很多第一次见到的创新材质。尤其值得关注的是，中国制造商展示了极其丰富的印花工艺与图案设计，其提供的卷装库存解决方案更为快速响应订单提供了强有力的供应链保障。本届展会为我们提供了发掘供应商的绝佳平台，我们目前已锁定多家具备合作潜力的优质企业。尽管三天会期需要涵盖很多内容，但展会兼具广度与深度。同期活动更带来超预期的附加价值，整体而言我们对观展体验非常满意，并期待来年再度参与。”

新西兰 Harvey Furnishings 采购与营销产品负责人 Margot Johnson 女士

演讲者评价

“本届论坛汇聚纺织领域权威专家，希望可以共同推动家纺产品社会责任意识的提升。通过聚焦经营管理、可持续发展与消费者研究等关键议题，论坛深入阐释了家纺产品不仅关乎材料选择，更承载着研发创新与可持续实践的多重维度。由此引发的思考也将直接影响消费行为，为行业注入持久发展动力。作为中国及亚洲地区的行业领先行业展会，本届盛会不仅提供前瞻性行业洞察，更持续赋能家纺产业的创新变革与高质量发展。”

中国香港 东华大学研究生导师和香港理工大学研究员苑国祥博士

中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会由法兰克福展览（香港）有限公司、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会及中国家用纺织品协会联合举办。

如需了解更多展会信息，请浏览 www.intertextilehome.com。

新闻信息:

<https://intertextile-shanghai-hometextiles-autumn.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn/press.html>

社交媒体及展会网站:

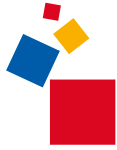
<https://www.facebook.com/intertextilehome>

<https://www.instagram.com/intertextilehome/>

<https://twitter.com/IntertextileH>

<https://www.linkedin.com/in/intertextilehome/>

<https://intertextile-shanghai-hometextiles-autumn.hk.messefrankfurt.com/shanghai/zh-cn.html>



媒体联系:

苏恺昕

电话: +852 2230 9235

peggy.sou@hongkong.messefrankfurt.com

法兰克福展览(香港)有限公司

香港湾仔港湾道 26 号

华润大厦 35 楼

www.messefrankfurt.com.cn

新闻中心



法兰克福展览集团简介

法兰克福展览集团是全球最大的拥有自主展览场地的展会主办机构，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球 29 个地区聘用约 2,500 名员工，业务版图遍及世界各地。2024 年营业额约 7.75 亿欧元，集团与众多行业领域建立了丰富的全球商贸网络并保持紧密联系，在展览活动、场地和服务业务领域，高效满足客户的商业利益和全方位需求。法兰克福展览集团核心优势在于遍布世界各地庞大、紧密的国际营销网络，覆盖全球约 180 个国家。多元化的服务呈现在活动现场及网络平台的各个环节，确保遍布世界各地的客户在策划、组织及进行活动时，能持续享受到高品质及灵活性。我们正在通过新的商业模式积极拓展数字化服务范畴，可提供的服务类型包括租用展览场地、展会搭建、市场推广、人力安排以及餐饮供应。作为核心战略体系之一，集团积极实践可持续化经营理念，在生态、经济利益、社会责任和多样性之间达成有益的平衡。有关集团可持续发展进一步资料，请浏览网页：www.messefrankfurt.com/sustainability。集团总部位于德国法兰克福市，由该市和黑森州政府分别控股 60% 和 40%。有关公司进一步资料，请浏览网页：

www.messefrankfurt.com.cn。