



**本届米兰国际家具展（Salone del Mobile.Milano）作为现场展会回归，参展人数超出预期：成功归因于对品质、承诺、凝聚力和重新团结起来的强烈愿望。**

**第 60 届米兰国际家具展参展人数超过 262.000，到场人数超出所有预期，在国际上振兴了城市和整个家具行业，因此证实了展会的催化作用。**

**米兰国际家具展（Salone del Mobile.Milano）以传统形式回归，并收到了来自意大利总统 Sergio Mattarella 的欢迎辞，展会以取得积极成果而圆满落幕，证明了展会巨大的吸引力和广泛的全球影响力。**

**本届展会参展品牌 2,175 个，其中 27%来自国外，新增 600 位新锐设计师。在参观人数方面，6 天时间里，来自 173 国家的观众人数超过 262.608。其中超过一半是本行业的运营商与买家（61%来自国外）。在 2019 年的参观人数超过 42,000 人次后，中国和俄罗斯游客几乎完全缺席。此外，超过 3,500 名来自世界各地的记者参加了展会。**

**米兰国际家具展主席 Maria Porro 评论道：“我们怀着极大的满足感和深切的心情结束了第 60 届米兰国际家具展，因为我们已经达到并超过了我们自己设定的目标。观众的出席，是我们努力工作的杰出成果。本届展会是真正的最高品质、国际化并为设计界服务。同过去几个月一样，与意大利对外贸易委员会（ICE）的合作在支持开拓新市场方面是非常宝贵的，其提供的数字服务使我们能够与那些对我们知之甚少且很少派人来参展的国家取得联系，同时又兼顾那些因故无法亲临展会现场的人。在此，我要对所有人做出的贡献表示感谢，其中包括：重返展会的参展公司、组织者、装配工和设计师，他们都对展会充满信心。展会取得的成果证实了米兰国际家具展的健康状态、价值内容和品质，并展示了整个行业的团队合作及其创造性和生产性结构，如何产生卓越的效果，即使在国际上最复杂的时刻也能取得积极的结果。我们投资于品质，表明了我们的愿望，即永远做得更好、生产创新、讲述我们公司及产品的故事。我们是振兴这座与我们一直保持着非常密切关系的城市的动力。我们希望本届展会能给家具行业和米兰带来新的动力，但最重要的是，让每个人都能感受到我们的热情，我们渴望提供一种全球性体验，而这其中最重要的则是思想和文化交流。”**

**自上一届展会三年之后，本届展会再次表明，米兰国际家具展是高品质家具最重要的全球展示平台，能够吸引人才、展示创意和产品，并作为一个特殊的场所聚集在一起，分享和交流关于工作和业务的想法。**

**今年，展会在组织和管理层面上关注可持续发展，并在研究中提出有价值 and 具体可行的解决方案——由 Design with Nature、卫星展（SaloneSatellite）和众多参展商共同呈**



现，使米兰国际家具展成为一个国际舞台，展示能够保护环境、改善住房和确保最有效地利用资源的商业理念和技术解决方案，符合联合国的可持续发展目标。

“我们再次亲眼目睹了客户和行业专业人士聚首的盛况，自上届米兰国际家具展闭幕以来已经阔别三年零两个月了。大家都非常渴望再次亲临现场，也希望再次在展示我们卓越的技术的同时广泛开展业务，观众才是真正的主角，正如企业家本人所表示的那样，他们非常满意，这一周的成果远超预期。订单增加，开拓新市场，巩固传统市场。米兰国际家具展已被确认是这一领域不容忽视的制胜法宝。”**意大利木业和家具工业联合会（FederlegnoArredo）主席 Claudio Feltrin**，代表一条拥有 70,000 家公司、294,000 名员工、营业额接近 500 亿欧元的生产链发言。“智能家居、材料更新、传统与创新的结合，都以可持续发展为目标，同时也日益被视为一种竞争杠杆，这些都是企业在这些年持续参与的实际证明，尽管如此困难，但从未停止对展会的关注，也对未来保持乐观。正如 FederlegnoArredo 的调查结果所示，市场趋势仍然非常活跃和健康，尽管由于国际形势存在未知数，这迫使我们保持谨慎，尤其是在展望明年秋季时。能源成本问题、原材料采购困难（正成为经济复苏的致命弱点）以及购买力下降可能会减缓仍然活跃的市场需求，这些都令人担忧。木制家具行业正在应对疾病大流行加速的社会变革进程，促使人们重新发现家的价值，意识到我们可以以更舒适、现代和健康的方式生活，并使用让我们的生活更美好的优质产品这不是一种暂时的趋势，而是一种结构性的转变。结果是对我们公司的努力的回报，这些公司代表意大利制造，他们渴望成为全球绿色经济的领导者，同时也重新设计生活的未来。”

为了通知和报名参加，米兰国际家具展的国际社交平台互动计划涵盖了所有方式：网站、时事通讯、应用程序、推送和社交网络（Instagram、Facebook、LinkedIn、Twitter、Pinterest、YouTube）。数字平台在活动期间取得的成果，来自于米兰国际家具展开展前几周开始的推广计划的支持，同时预定了内容的每日计划的支持，事实证明，效果是非常积极的。

在社交媒体方面，有 **1350 万个账号访问**，社区使用官方标签（#salonedelmobile2022 和 #salonedelmobile60th）生成了超过 **50,000 个内容**，**600,000 次视频观看**，**120,000 次内容互动**和 **2500 万次展示**。仅在上周，该网站的页面浏览量就达到了 **480 万次**，平均每天有 **10 万用户**（**69.2% 来自意大利**，**30.8% 来自国外**），在平台上注册的新用户增加了 **42%**。米兰国际家具展应用程序的下载量比 9 月发布时翻了一番，平均有 **40,000 次使用于配对服务的扫描**，用于直接连接在米兰国际展览中心的公司和专业人士。



最后，播客**循环播放设计之声 - Salone del Mobile** 在活动期间每天直播，在亚马逊音乐的艺术类别中**排名第三**，而第二季的深入分析计划将在接下来的几周内进行。

许多政府和机构当局的出席也表明米兰国际家具展作为国家经济驱动力的重要性。其中，外交部通过 **Simest** 和 **Agenzia ICE** 提供的具体支持，证实了米兰国际家具展的国际价值，而伦巴第大区的支持则证明了展会在我们生产链中的中心地位。同样重要的是与为展会的发展提供协助的米兰国际展览中心的密切合作。

**Design with Nature** 获得了巨大的成功，也得到了许多参观过它的设计师、建筑师和记者们的好评。他们欣赏其清晰而直接的描述，在不久的将来，我们必须能够在新一代材料和设计中结合知识、技能与技术。公众也以杰出的声音（包括建筑师、创新者和梦想家）赢得了类似喝彩，所有的讲座席位都被抢购一空。这表明，人们聚集在一起讨论设计的基本问题及其社会和环境价值的愿望要比以往任何时候都更加强烈。

**Identità Golose 美食广场** 也排起了长队，这里是享受意大利美食的好地方。此外，米兰国际家具展在米兰王宫上演的 **La Scatola Magica** 观众人数众多，这是一场深刻感人的多感官体验，呈现了品质、创新和创造力，而其中最重要的是展示了米兰展会的美。

**Hospitality Project** 强调了米兰国际家具展和米兰的国际作用，以及其对包容和热情的奉献精神，这是与米兰市政府、**Fondazione Fiera**、米兰市领先的设计学校 **Nuova Accademia**、**IED 欧洲设计学院** 和米兰理工大学/设计学院合作的成果。

另外，100 名年轻人分布在城市的主要位置，为来自世界各地的 5,400 多名观众提供了关于城市出行信息、展会信息、展会在城市中的活动以及在米兰举行的其他主要活动的信息。通过他们的调查，我们意识到观众采用绿色的方式抵达展会现场，比如火车和地铁。

我们期待于 2023 年 4 月 18 日至 23 日在米兰举行的下一届米兰国际家具展上与您再相会。

米兰，2022 年 6 月 12 日

**新闻信息：**

Marva Griffin – Patrizia Malfatti - [press@salonemilano.it](mailto:press@salonemilano.it)

Monica.Molinari - [monica.molinari@vnuexhibitions.com.cn](mailto:monica.molinari@vnuexhibitions.com.cn)