

316,342观展人次（较2025年增长4.5%）：2026年米兰国际家具展（Salone del Mobile. Milano）稳固全球影响力，全速迈向未来

在地缘政治动荡、市场需求持续变动的大环境下，米兰国际家具展通过持续开拓新兴市场、创新商业模式和设计形态，充分印证家居行业坚守阵地、逆势前行的韧性。

2026年米兰国际家具展共吸引来自167个国家的316,342名参观者，进一步巩固其全球行业标杆的地位。本年度市场环境持续波动，国际形势日趋复杂，而展会凭借雄厚产业实力、卓越设计水准、丰富文化内容和全新商业机遇，成功经受当下市场考验。此次的国际访客占比达68%，和2025年持平。这一数据的意义远不止体现客流规模之庞大，更印证展会是助力行业国际化发展、搭建人脉网络、拓展商业版图的核心载体。

在为期6天的展会期间，各企业、采购商、投资方、零售商、工程承包商、设计师和全球媒体齐聚于这一高价值的交流和内容枢纽中心。本届展会汇聚32个国家的1900个品牌，呈现灵活应变、高竞争力的产业生态。国际卫浴展、欧洲厨房家居展暨厨房科技展融合精工品质、前沿技术和全新生活方式，共同夯实两大核心领域在当代人居发展中的战略价值。

按观众到访量排序的海外前二十国家榜单，直观反映了全球需求格局的地域变迁。从客流总量来看，中国依旧稳居首位。欧洲市场韧性十足，多国观众显著增长：德国为榜单第二位，人数较2025年增长5.1%；西班牙为第三位，增幅8.7%；奥地利位列第十三，较去年激增15.7%；来自比利时的观众数量提升7.3%；波兰位居第五，增长2.1%；法国稳居第六。非欧市场方面，美国表现亮眼，较去年增长8.8%；英国增幅达10.4%；未进入榜单的加拿大、墨西哥访客数量大幅上涨，增幅分别为28%、15%。与此同时，南方共同市场、韩国等潜力新兴区域活力增强：巴西位列第四，增长1.3%；韩国排名第十五，增长4.5%。

从2025年大阪世博会、和巴塞尔艺术展迈阿密海滩站及香港站达成的三年合作计划，到前往印度、美国、加拿大和中国开展的商贸对接行程，从米兰国际家具展首次落地沙特阿拉伯的衍生展会，再到巴黎、伦敦、柏林、马德里等欧洲核心城市举办的系列推广活动，正是这些全年持续推进的多项举措，促成了亮眼的增长数据。在第64届米兰国际家具展开幕式当日，意大利副总理兼外交与国际合作部长安东尼奥·塔亚尼宣布米兰国际家具展成为“意大利设计全球大使”，令展会的长期国际影响力再获认可。

此次授予称号是意大利外交部经济与文化外交政策的重要举措，亦标志着米兰国际家具展和意大利外交与国际合作部（MAECI）的合作进入全新阶段，后者通过和意大利木业和家具工业联合会（FederlegnoArredo）签署框架协议，正式确立合作关系。此番合作旨在依托政府机构、驻外使馆及意

大利文化中心的一体化协作网络，巩固意大利设计在全球重点市场的影响力。与此同时，在意大利对外贸易委员会（ITA）的支持下，今年共有来自51个国家的200余名商业空间定制领域专业人士参与，进一步壮大了专业参展阵容。

除了年度及双年系列展会，2026年米兰国际家具展进一步强化其催化新机遇的核心作用，将内容和愿景转化为解读市场和设计的实用工具。本届展会推出家具孤品珍藏展（Salone Raritas），汇集来自12个国家的28家艺术画廊，围绕设计的文化价值展开广泛对话，将独特性、研究和实验置于核心位置。

由大都会建筑事务所（OMA）的雷姆·库哈斯、大卫·贾诺顿设计的2027商业空间展（Salone Contract）整体规划方案则打破单一产品思维，聚焦复杂系统设计领域，针对规模达680亿欧元的全球市场展开探索。

本届展会迎来超过6,039名媒体从业者到访，其中2,828名来自海外媒体，进一步扩大展会的国际传播覆盖面，充分彰显其在设计、工业及生活方式演变领域的全球话语权。新生代参与度亦显著提升：国际沙龙卫星展（SaloneSatellite）吸引18,057名意大利本土学生、6,361名国际学生和来自39个国家的700名35岁以下青年设计师参与，充分证明展会已成为衔接教育、研究和工业领域的重要桥梁。设计爱好者观展人数也实现增长，本年度达到了37,431人次。展会还特别为设计爱好者打造了24条主题观展路线，助力其发掘全新产品和前沿设计趋势。

另外，由米兰国际家具展观察机构主办的“共同档案——设计不眠夜”（Common Archive - The White Night of Design）活动门票全数售罄。本次活动中，包含多家知名公立和私人档案馆在内的19家机构对外开放，开展逾50场导览活动和免费讲座，展示150余件历史建筑和设计藏品，将这些属于米兰的城市文化遗产面向齐聚当地的全球访客开放。

米兰国际家具展主席玛利亚·波罗表示：“2026年展会共迎来167个国家的316,342人次到场，再度印证了这一行业体系的韧性——即便所处的时期极具挑战，我们依然选择稳步前行。这不仅是展会本身的成功，更是整个产业的胜利，正是团队的协作、共有的愿景，还有在此实现有机融合的不同领域开展的交流对话，造就了辉煌的成绩。米兰国际家具展不仅汇聚了全球的设计力量，更推动行业持续向前。在这里，观众变为合作人脉，内容转化为机遇，复杂环境中出现清晰的发展方向。国际化格局、海外市场增长，以及全年持续推进的各项工作，充分证明展会是推进行业国际化发展进程的战略基础设施。‘意大利设计全球大使’这一称号，彰显着我们的担当，即代表一套具备竞争力、勇于创新、不断开拓新兴市场的产业体系。家具孤品珍藏展（SaloneRaritas）、由大都会建筑事务所（OMA）的雷姆·库哈斯、大卫·贾诺顿设计的2027商业空间展（Salone Contract）整体规划方案、文化项目，以及新生代群体的踊跃参与，均表明行业未来不止依靠数据规模，更取决于我们大胆实验、调整团队，以及敢于创新的魄力。正如雷姆·库哈斯在演讲中所言，设计意味着跳出舒适区。本届展会也正秉承这一理念，致力于为整个行业创造良好环境，持续孕育全新可能。在各方共同努力下，本届展会进一步提升国际化水准，为本国经济赋能，也为供应链指明方向：兼顾产业稳定延续和创新突破，依托根植本土、难以复制且在当今国际市场仍具竞争力的发展模式，稳步前行。”

意大利木业和家具工业联合会主席克劳迪奥·费尔特林补充道：“首先，2026年米兰国际家具展为整个行业注入了切实的信心。在复杂的国际大环境下，各项数据清晰显示成果远超预期。这场挑战圆满完成，让我们能够以审慎的乐观心态展望未来数月，但更重要的是，我们得以明确，米兰国际家具展再度肩负起向意大利传递复苏信号和信心的使命，且不负众望。过去几天的氛围整体积极向好，行业专业人士观展量显著提升，充分反映市场走势，进一步确立了米兰家具展作为我们的企业业务战略核心平台的重要地位。欧洲市场强势回暖，其参展规模充分体现欧洲大陆正在全新增长轨迹的塑造过程中发挥核心作用。与此同时，欧洲以外的市场同样呈现喜人态势，首先是涨幅达8.8%的**美国市场**，即便受关税政策影响，依旧展现出强劲的合作意愿和投资实力。依托当前良好态势，**2027年商业空间展**项目已全面启动，致力于吸纳更多国际企业和采购商，持续巩固展会作为全球头部平台的优势。衷心感谢所有莅临参观的机构。多年来，正是各方的积极参与和支持助力展会取得各项成果，进一步彰显

米兰国际家具展的行业战略平台价值。”

米兰国际家具展现已开启**第65届展会的筹备工作**，下届展会将于**2027年6月13日至18日**举办。

数据统计截止时间：2026年4月26日中午12点30分

米兰国际家具展国际新闻办事处

如需了解更多信息或者采访请求，请联系新闻办公室。

带有标题和版权信息的图片和预览图片可在Press和Media Area查看。

Marilena Sobacchi

全球新闻办公室主管

marilena.sobacchi@salonemilano.it

Vlatka Zanoletti

国际新闻和文化活动高级支持

vlatka.zanoletti@salonemilano.it

Stephanie Grassi

全球新闻办公室执行

Stephanie.grassi@salonemilano.it

Paola Cavaggioni

市场营销与传讯总监

Susanna Legrenzi

新闻与传播战略顾问

Andrea Brega

新闻办公室协调负责人

Martina Colombo

全球新闻办公室初级专员

Patrizia Malfatti

新闻办公室资深专家

Patrizia Ventura

国际新闻及媒体采购经理

Massimo Poggipollini

秘书处

Attila & Co. Shanghai 意知（上海）品牌策划有限公司

米兰国际家具展 中国公关团队

Coco Lu

coco.lu@attilaco.cn

Viola Fan

viola.fan@attilaco.cn

Yvonne Wu

yvonne.wu@attilaco.cn