



INFORME
DE FERIA

2020



Design China Beijing

Pekín

23-26 de septiembre de 2020

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Pekín

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

23 de diciembre de 2020
Pekín

Este estudio ha sido realizado por
Sara Yan Zhou

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Pekín

<http://china.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-024-0



Índice

1. Perfil de la feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	6
1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la OFECOMES	6
1.4. Organización y expositores	7
2. Descripción y evolución de la feria	8
2.1. Desarrollo de la feria	8
2.2. Datos estadísticos de la participación y visitantes	9
3. Tendencias y novedades presentadas	10
4. Valoración	12
4.1. Del evento en su conjunto	12
4.2. De la participación española y principales países competidores	12
4.3. Recomendaciones	14
5. Anexos	16
5.1. Dirección del recinto ferial	16
5.2. Fotografías de la feria	16
5.3. Información complementaria	19



1. Perfil de la feria

1.1. Ficha técnica

DESIGN CHINA BEIJING

Fechas: 23-26 de septiembre de 2020

Fechas de la próxima edición: 24-27 de septiembre de 2021

Frecuencia: Anual

Lugar de celebración: National Agricultural Exhibition Center. No. 16 Dongsanhuan North Rd, Chaoyang District, Beijing, China.

Horario de la feria:

	DÍA	HORARIO
Sesión para profesionales	23 de septiembre	10:00-21:00
	24 de septiembre	10:00-17:30
Sesión abierta al público	25 de septiembre	10:00-17:30
	26 de septiembre	10:00-17:30

Organizador:

Clarion Events Ltd.

Directores y coordinadores:

Zhuo Tan zhuo.tan@clarionevents.cn (director de eventos)

Raymond Wang raymond.wang@clarionevents.cn (director de ventas)

Jennifer Qiu jennifer.qiu@clarionevents.cn (sales manager)

Lay See Chan laysee.chan@clarionevents.cn (director de *trade marketing*)



Vivian Zheng vivian.zheng@clarionevents.cn (directora de operaciones)

Patrocinadores:

- Colaboradores del evento: Beijing Design Week, Kohler Exquisite, Today Art Museum, Create Cures, DNA Design & Art, Beijing Contemporary, WGSN, Tmall Home Decoration Season, Calmthink.
- Otras entidades que apoyan el evento: RIBA, Aoyama Design Forum, Institute of Interior Design (The Architectural Society of China).
- Colaboradores del sector hotelero y de la alimentación: 三生 ONEWOOD, Carmen Spanish Tapas Bar & Restaurant.

Medios de comunicación:

IDEAT, AD, Decoration, Wallpaper, Dezeen, IFDM, Interior Design, Interni, Arts Thread, Architonic, QingHouse, A+Designer, Art Trade Journal, JUN, PopOffices, Shejidedao.cn, Home & Lifestyle, IdN, inhome HZ, ARTCM, d+a Design and Architecture, INTERIORS, Arthui.com, Sina Property, Jiemian, darc magazine, PC House, zai-art.com, Infurma, Netease Design (home.163.com), Shejipi.com, Bang! Beijing, Belong New York, Desall, ddn, The Artling, STIRworld, Sina Furniture, Top Decoration World, Target, LEJU, Yizhuyishi, izxxz.com, Japan Design Station, Interior Architecture of China, Shejiben.com, Hantang Culture, Yidianzixun, G&G Magazine, China - Designer.com, Design Pataki, Linjoy, ilikevents, Gongheshe, Press Loft, Haohaozhu, Shejijia, artfairmag.

Precios de entrada:

	Early Bird (reserva antes del 22 de sept.)	Ventanilla
Un solo día	80 RMB	100 RMB
Dos días	120 RMB	150 RMB
VIP invitados	Entrada válida para los cuatro días.	
Entradas para grupos y consultas relativas	Contactar a través de bookings@designchinabeijing.com o llamar al teléfono +86 21 64079697	

Todas las entradas permiten acceso ilimitado durante los días contratados.

Precios del espacio:

- **Precio estándar:** 3.700 RMB por m².
Con este precio se incluye la construcción de tres paredes anexas y moqueta.
- **Precio por espacio físico:** 3.000 RMB por m².



En este caso solo se incluye el suelo y son los expositores los que tienen que construirse el stand y añadir el resto de los materiales.

Categoría de los productos ofertados:

Productos para el hábitat.

1.2. Sectores y productos representados

La feria *Design China Beijing* se ha convertido en un evento en el que no sólo se exhiben productos de diseño locales, sino también de marcas icónicas de diseño internacional. Entre los participantes se encuentran:

- Empresas internacionales
- Marcas de diseño doméstico
- Galerías de diseño
- Arquitectos influyentes
- Diseñadores de interiores

En cuanto al perfil del público que visita el evento:

- Compradores minoristas
- Agentes y distribuidores
- Prensa y profesionales del diseño
- Promotores inmobiliarios
- Grupos hoteleros

Productos representados:

- Muebles de diseño, muebles de cocina, baño, aparatos electrodomésticos, de iluminación, textiles, accesorios de decoración y de oficina, materiales e instalaciones conceptuales de más de 200 empresas, marcas y galerías nacionales e internacionales.

1.3. Actividades de promoción de la feria por parte de la OFECOMES

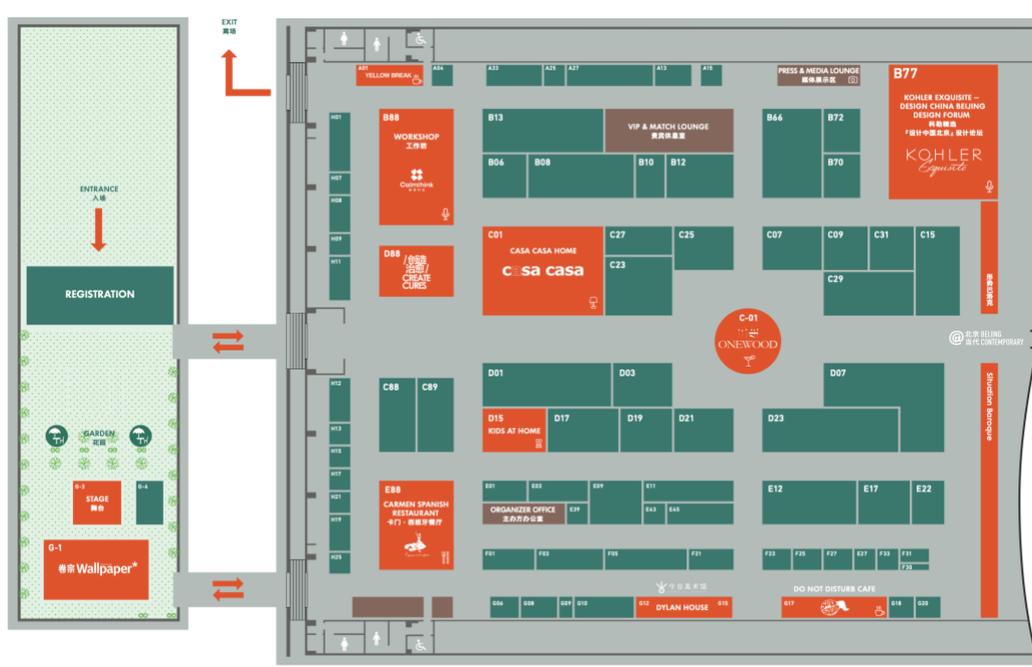
Aunque no hubo representación española en forma de pabellón, el día 23 de septiembre, personal de la OFECOMES de Pekín visitó la feria para recoger información y contactos, con el objetivo de poder mejorar los servicios que ofrece en cuanto a asesoramiento personalizado, agenda de reuniones, consultas y elaboración de estudios de mercado en este sector.

1.4. Organización y expositores

En esta edición, el organizador de la feria ha sido la empresa Clarion Events, empresa líder en exhibiciones privadas, que organiza varias ferias de alto nivel que cubren múltiples sectores e industrias. En 2019, Clarion Events ha completado la adquisición de los proyectos “Design Shanghai” y “Design China Beijing” que pertenecían a la empresa de medios de comunicación y de eventos Media 10 Limited, que fue quien organizó las anteriores ediciones.

La presente edición de Design China Beijing según los organizadores se ha centrado en el diseño sostenible y ha buscado redefinir la conexión entre el “diseño” y la “sostenibilidad”, por el bien de nuestra salud y del medioambiente. También ha presentado diseños que buscaban innovar e inspirados en la nueva normalidad post-COVID 19.

MAPA GENERAL DEL PABELLÓN DE LA FERIA



Fuente: Organización.



2. Descripción y evolución de la feria

2.1. Desarrollo de la feria

El organizador de esta feria es la empresa Clarion Events Ltd. de Reino Unido, que ha adquirido los derechos del evento Design China Beijing, que anteriormente estaba organizado por Media 10 Limited. A pesar de ser 2020 un año lleno de desafíos para el sector ferial, se han logrado superar los obstáculos para llevar a cabo la celebración de la primera gran feria de diseño del año en Pekín, contando con el respaldo de instituciones como el Royal Institute of British Architects, la Architectural Society of China (Institute of Interior Design), el Aoyama Design Forum, y el apoyo de multitud de empresas de medios de comunicación.

Durante los cuatro días de exposición, se dieron cita más de 200 marcas de diseño nacionales e internacionales. El pabellón de exposición tuvo seis áreas de exposición especiales, y ocupó una superficie total de 12.000 m².

Áreas de exposición / secciones:

- *Contemporary Design Hall*: en la que se presentaron marcas líderes, arquitectos, y diseñadores de muebles e instalaciones de cocinas, baños y espacios de trabajo.
- *Classic and Luxury Design Hall*: donde se expusieron diseños y muebles decorativos de todo el mundo en los que la temática principal giró en torno al lujo, la artesanía y la creatividad.

También se dedicó espacio a los artículos de coleccionista (*Collectibles*), y a los accesorios y objetos para el hábitat (*Accessories & Objects*).

En cuanto a la **participación española**, este año se contó con la presencia de productos de dos empresas: **Faro Barcelona** y **Nomon**. En el caso de Faro Barcelona, la empresa española tuvo presencia en la feria a través de su distribuidor en China, que expuso sus productos de iluminación en su stand junto con otros productos. Por otro lado, Nomon contó con su stand propio donde pudieron mostrar sus relojes de diseño para interiores.

Aparte de los más de 60 eventos y foros de diseño que se celebraron en la zona de exposiciones, también se celebraron dos eventos satélites paralelos a la Design Beijing. Uno en colaboración con el hotel The Opposite House Beijing y otro con el complejo comercial Nali Patio, en el que se presentaron una serie de actividades culturales de diseño y arte para los visitantes locales e internacionales.

2.2. Datos estadísticos de la participación y visitantes

En esta tercera edición, al igual que en la segunda, la feria se ha celebrado en el recinto National Agricultural Exhibition Center, ocupando el mismo espacio que en su pasada edición.

En cuanto a la participación, este año la feria contó con más de 200 marcas y 10 instalaciones o exposiciones. El número de visitantes registrados durante los cuatro días fue de 22.384, algo menor en comparación con la cifra del año anterior (31.242 visitantes). De estos, el 82 % provenía de la municipalidad de Pekín.

Según datos publicados por la organización, entre los visitantes hubo tanto público profesional (arquitectos, diseñadores, empresas inmobiliarias, grupos hoteleros, medios de comunicación), como público general.



A continuación, se presentan algunos datos oficiales de la feria:

Marcas	+200
Espacio exposición e Instalaciones	+10
Periodistas	+383
Medios de comunicación	+60
Ponentes	+80



3. Tendencias y novedades presentadas

Este año, la Design Beijing China fue el primer gran evento de diseño del año en la zona. El tema clave de la feria era cómo renovar el mundo a través del diseño sostenible para hacer frente a la nueva normalidad posterior a la pandemia y redefinir la conexión entre el “diseño” y la “sostenibilidad”, por el bien de nuestra propia salud y del planeta en el que vivimos. Así, la presente edición reúne las ideas progresistas de los diseñadores, tanto nacionales como internacionales.

Uno de los aspectos más destacados fue la exhibición de nuevos materiales de diseño que son desarrollados con el fin de satisfacer las nuevas necesidades, brindando así valores y estilos de vida nuevos al público. Además, también caben destacar las marcas de diseño chinas que a pesar de mantener elementos tradicionales, combinaban perfectamente con diseños minimalistas actuales. Con ello se intentó reflejar la madurez de la industria china y cómo la que era la “fábrica del mundo” ha evolucionado para tener un papel importante en cuestiones de diseño.

Debido a circunstancias especiales del presente año, también destaca que todos los eventos y foros que se han celebrado se han puesto a disposición del público en canal directo online.

Cabe destacar que en dicha edición se ha habido tres proyectos post-COVID 19 respaldados por CreateCure, Re:SET, y Royal Institute of British Architects.

反思疫情，探讨设计的变化与未来

Además, durante los cuatro días que duró la Design China Beijing, se celebraron conferencias, seminarios y foros de diferentes arquitectos y diseñadores. A continuación se mencionan algunos de los más destacados, tanto presenciales como presentaciones virtuales en vídeo:

23 de septiembre

Tom Dixon: Video Presentation – Design Re-set

Aidan Walker, Xu Wang: Video Presentation – Mindful Design to Survive and Thrive

Ross Lovegrove: Video Presentation – The search for Inmaculate Form

Simone Chen, Showang: Re-Formation

Jamy Yang: Design Revolution- or Evolution?

Yijay Xu, Andy Hall, Leo Liu: Kohler Section: Dimensions of Wellbeing



24 de septiembre

Frank Chou, Pino Wang, Dayong Sun, Jiayin Wu, Yongqi Liu: Dialogue, Sharing & Exchange from designers involved in create cures.

Min Chen, Junjie Zhang, Furong Chen, Benwu Studio, Qiu: Dialogue, Sharing & Exchange from designers involved in create cures.

Frank Chou, Min Chen, Bart Hofstede, Rocky Laing, Maurice: Advance in the Twists

Can Zhang, Alice Deng, Jeff Ning: Andrew Martin International Interior Design Awards Speakers: Designing Awakening.

25 de septiembre

Antonio Berton, David Zhou: Color and Design –Healing Power after COVID-19

Mianmian Zheng: Under the Pandemic: Lifestyle changes affecting future Strategies for home business

Petter Ippolito: There are many places. Some, you remember

Jingjie Cheng: The design Dtor. Of Wework Satellite offices in China discusses the future of work, and the nature of work itself in the post-Covid era

Marcel Wanders, Christie Wright: Video Presentation: Creative luxury and sof a so good- the meaning of the sofa

Ziyu Zhuang: From Chinese Form to Chinese narration

Nada Debs: Video presentation: From East to East

Lei Zhang: Rediscovering the Depth and richness of China's craft traditions



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

La Design China Beijing es la feria más importante en el sector de hábitat en el norte de China.

Este evento se ha convertido en un punto de encuentro en el que se dan cita no solo diseñadores y arquitectos famosos, sino promotores inmobiliarios, grupos hoteleros, compradores minoristas, prensa y público profesional. Por lo tanto, es una gran oportunidad para empresas e individuales que quieran mostrar su producto en el mercado chino o aquellas que tan solo quieran conocer las últimas tendencias y novedades.

Aunque esta haya sido tan solo la tercera edición de la Design China Beijing, ya puede considerarse como la feria de hábitat más importante de la región. Muchas empresas con presencia en Shanghái y en el sur del país han optado por exponer en esta feria para conseguir una mayor visibilidad de su marca en la capital del país y su zona de influencia.

Asimismo, destacaron las más de 60 conferencias en las que participaron unos 80 ponentes de renombre en total.

4.2. De la participación española y principales países competidores

Design China Beijing es una feria con presencia internacional, y cuenta con participación de empresas europeas y competidoras directas de España. Aunque en 2020, debido a las restricciones presentes por la COVID-19, muchas marcas de diseño participaron a través de sus distribuidores y agentes locales chinos.

Los principales competidores fueron Italia, Alemania y Dinamarca, con la participación de varias marcas como Kohler (espónsor de las conferencias) Listone Giordano, Cappellini, Erwin Sattler, Fredericia, Yohji Yamamoto by Soseki, etc.

En el caso de las empresas españolas, la marca Nomon de relojes de interior tuvo presencia con un stand propio en la que pudo exponer sus relojes de diseño, con el fin de darse a conocer y tener mayor presencia en el norte del mercado chino.

Faro Barcelona, expuso algunos de sus productos de iluminación junto a otra marca del mismo sector, dentro de un stand de su distribuidor en China.



4.3. Recomendaciones

Aunque es una feria reciente, se trata de un evento de prestigio para los profesionales del sector del hábitat y el diseño en la capital. Por ello, se recomienda asistir si lo que se quiere es conocer el mercado, tendencias nacionales y principales competidores, y también se puede considerar como una toma de contacto con arquitectos, diseñadores, distribuidores y medios de comunicación chinos del área de Pekín.

No obstante, no hay que olvidar que la Design China Beijing tiene una feria homóloga en Shanghái, que sigue siendo la feria de referencia, con mayor presencia internacional.

A continuación, se recogen las recomendaciones generales más importantes para tener en cuenta antes de asistir a una feria, jornada o evento de promoción:

- **Antes de acudir a la feria o evento conviene solicitar a la Oficina la información disponible del sector en forma de estudios de mercado o notas sectoriales.**
- **También se recomienda a aquellos exportadores que no hayan comenzado sus operaciones en China o a aquellos que quieran ampliar su cartera de clientes, la utilización de los servicios personalizados que las Oficinas Económicas y Comerciales ponen a disposición de las empresas españolas.** Se puede consultar la información en el siguiente [enlace](#).
- **Se recomienda realizar el siguiente trabajo previo, antes de acudir a la feria:** informar e invitar a los contactos previos, dar publicidad a la participación en la misma e intentar cerrar reuniones. Las ferias sirven para encontrar nuevos clientes potenciales y fortalecer las relaciones con los clientes existentes, y rara vez se cierran acuerdos. Después de la feria, es importante hacer un seguimiento de los contactos obtenidos, presentando la empresa y sus productos. Respuestas rápidas, un seguimiento continuo e incluso viajes son aspectos muy valorados por los clientes chinos. El “guanxi”, o “establecer relaciones” es un aspecto muy importante para hacer negocios en China; estas relaciones fomentan la lealtad y confianza entre las partes transmitiendo un respeto por los demás. Tener buen “guanxi” es cuestión de tiempo y paciencia. Debe recordarse que la presencia en el mercado chino requiere un seguimiento continuo y no puede limitarse a la asistencia a ferias.
- **Se recomienda la contratación de un intérprete chino, ya que muchos de los empresarios chinos no son capaces de comunicarse con fluidez en inglés.** Asimismo, la cultura de tarjetas de contacto está muy extendida en China, por lo que se recomienda acudir con un número elevado, a ser posible también traducidas a chino, y contar con una cuenta activa de Wechat para intercambiar los datos de contacto e información. Los catálogos y las presentaciones deberían estar también traducidos al chino.

- **Para abordar el mercado chino, se recomienda establecer una estrategia clara a medio y largo plazo y estar dispuesto a realizar importantes inversiones.** Existen grandes oportunidades, pero el salto cultural es grande y mostrar paciencia y apostar claramente por el mercado resultan básicos. Lo ideal sería contar con presencia física y con stock de producto para poder ofrecer una respuesta rápida a los posibles clientes. También es recomendable que la empresa registre las marcas en español y chino de los productos que se presenten en el mercado con antelación.

ICEX



5. Anexos

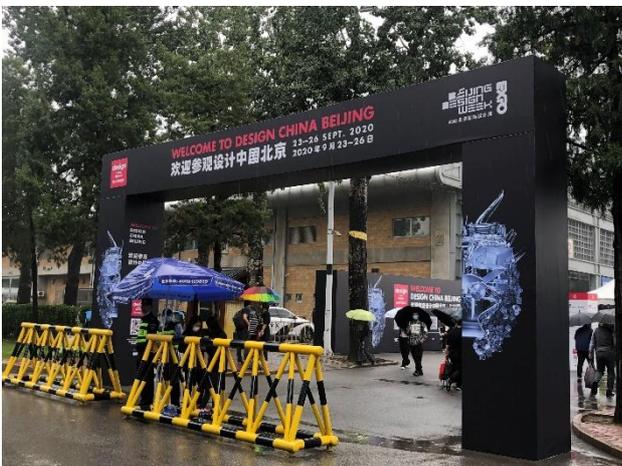
5.1. Dirección del recinto ferial

National Agricultural Exhibition Center (全国农业展览馆)

No. 16 Dongsanhuan North Rd, Chaoyang District, Beijing, China (北京市朝阳区东三环北路 16 号)



5.2. Fotografías de la feria









5.3. Información complementaria

Para más detalles sobre la feria, se puede consultar los documentos disponibles en el siguiente [enlace](#), publicados en la página oficial de la propia organización de la feria; o a través de la cuenta WeChat oficial del evento: DesignShowBeijing.



icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



icex España
Exportación
e Inversiones