



打造全球家电与消费电子大生态圈

中国家电及消费电子博览会

上海 2016

REPORT

展会报告

前言

随着中国家电与消费电子产业转型升级的成果初步显现，智能技术应用及生态建设速度领先全球，中国，已经毫无疑问地成为世界家电与消费电子领域最前沿的市场阵地。在“十三五”开局的 2016 年，供给侧改革的浪潮方兴未艾，互联网时代的融合发展如火如荼，一年一度的全球家电与消费电子行业盛会 AWE 将这一切打造得绚丽多姿。



第十五届中国家电及消费电子博览会—上海 2016(Appliance&electronics World Expo, 简称 AWE)在历经四天(2016年3月9-12日)的精彩绽放后于上海新国际博览中心完美落幕。伴随着中国家电与消费电子产业在全球竞争力的巨大提升，AWE 如今已发展成为一年一度在全球范围内备受关注的三大家电与消费电子展会之一。社会各界对于 AWE 在产业创新引领、行业聚焦、办展水平等方面给予了高度评价和关注，参展商和观众对于展示效果也表示十分满意。

在此前连续几年创下规模记录之后，AWE2016 的展示规模再次大幅提升——展馆数量增加至 7 个，展示面积近 10 万平方米，迎来国内外 600 多家参展企业，产品覆盖白色家电、消费电子、智能应用、厨卫电器、生活电器、环境及健康家电、零部件七大领域。引人关注的是，正在经受市场转型期考验的家电与消费电子企业，几乎步伐一致地选择将最高科技水准、最新创新理念的产品带到 AWE 的大舞台上。郑恺、高圆圆等人气明星的到场，更将 AWE2016 的现场气氛推向高潮。

一、 打造魅力盛会 塑造价值典范

AWE 的惊人的增长速度与影响力取决于展会自身的价值，这也是企业积极参与的核心因素。企业参展的目的无非是宣传企业形象、收集行业信息、推动商务合作、促进市场销售，而这一点通过 AWE 皆能完美实现。除了企业形象的宣传和展示是最直观的价值体现外，展会期间的各种峰会、研讨会、企业发布会都是业内人士获取行业前沿资讯的绝佳平台；展会期间由主办方、国内外行业协会、地方政府、企业、媒体、院校等组织的采购军团、经销商、零售商等专业观众不计其数，这也是 AWE 的核心资源之一；与京东、国美、打造的线上线下的展销会、购物节为企业进行市场开发、销售进行了良性补充。



二、 展商空前投入 品类极大丰富

AWE2016 横跨上海新国际博览中心 W1-W5 以及 E1、E2 七大展馆，其中 W1 馆为综合品类及零部件馆，海尔令人震撼的 5000 平米全品类展品展厅坐落于此，另外其他展示产品还包括关键零部件、新材料及配套服务等；W2 为综合品类及消费电子馆，展示产品包括白色家电、智能电视、3C 数码；W3 馆为综合品类及消费电子馆，展示产品包括智能电视、3C 数码、白色家电、多媒体家电、娱乐家电、家用音响等；W4 馆为生活电器馆，展示产品包括小家电、清洁电器、个人护理、保健电器、取暖电器等；W5 馆为环境及健康家电馆，展示产品包括空调、空气净化器、饮水电器等；E1 馆为厨卫电器馆，展示产品包括厨房电器、卫浴电器等；E2 馆为智能家居馆，展示产品包括智能硬件、智能平台、智能家居系统、智能综合应用、可穿戴设备、物联网应用等。



2016 的 AWE，海尔，美的、海信、松下、三星、LG、博世、西门子、日立、惠而浦、大宇、TCL、格力、创维、奥克斯、美菱、格兰仕、澳柯玛、新飞、金鱼、奥马等国内外知名的传统家电品牌也都不同程度的加大了在 AWE 上的投入，企业在展示水平、形象宣传、展示面积、新品比例、展示方式和效果等方面均较以往有明显突破。



在正式由“中国家电博览会”更名为“中国家电及消费电子博览会”后，传统国产黑电企业TCL、海信、创维、长虹的全阵容与知名电子企业三星、LG、松下、华为、小米等的明星阵容交相辉映；双面、曲面、透视、量子点等概念的在暗自较量；手机、VR、电脑、打印机、家庭影院、人工智能机器人、蓝牙设备、音响设备、数码相机、微生物检测仪、复印机、竞技游戏设备、体感互动产品、可穿戴产品等比比皆是；展会在消费电子领域丰富多样的产品类别为专业观众提供了最有价值的信息。

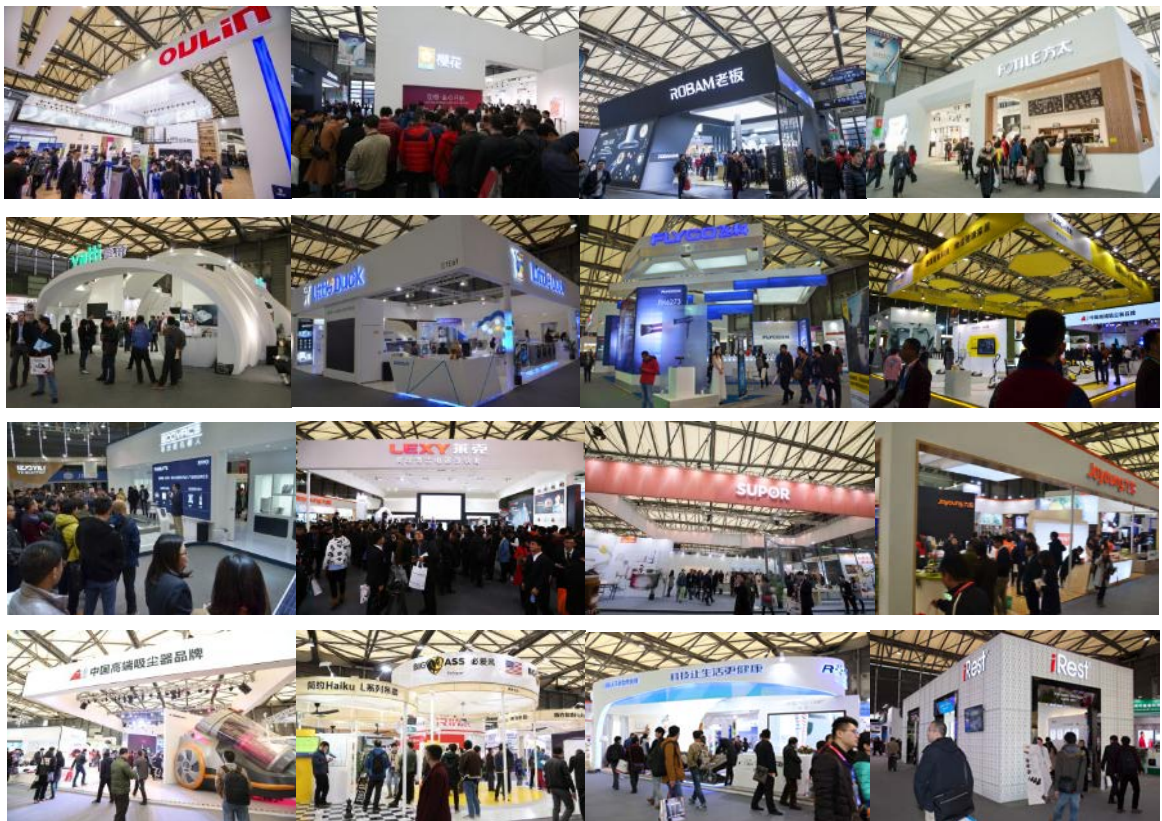




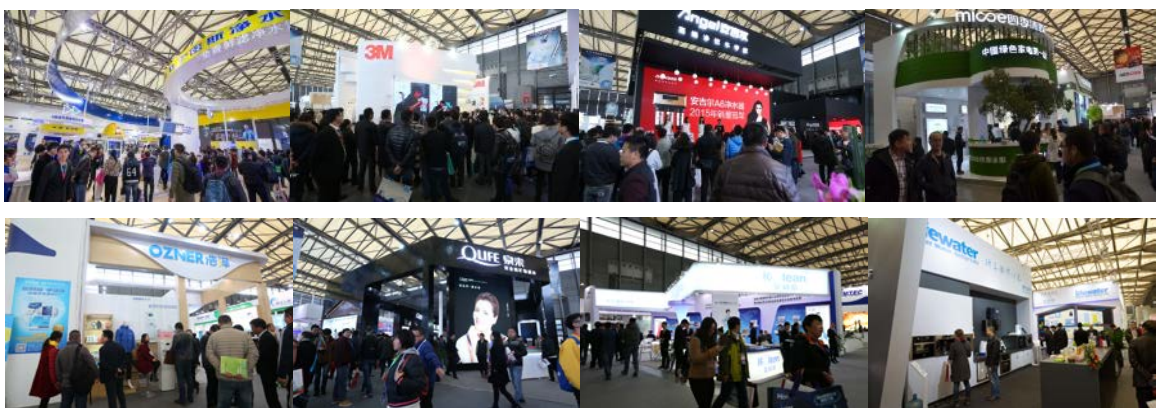
随着移动互联网技术相关各个领域在中国的高速发展,新概念的产品、新玩法的展示、新界面的操作、新生活方式的传播等,令展会的精彩程度陡然升级,也令参展企业的展示变得丰富多彩。更重要的是,智能大生态圈的建设,让多品类集成的智慧家庭概念备受瞩目。在2015年首次尝试智能家居体验馆表现不俗且在以智能为核心的产品呈爆发式增长后,独辟的“未来@家”智慧家庭展区从6000平米扩充一倍,晋升为智慧家庭馆,该馆囊括了国内外一流的智能家居、消费电子、可穿戴设备、家庭娱乐、生活科技、互联网智能应用等产品和品牌。互联网+战略无疑加速了智能家电由梦想跨进现实的脚步,智能企业与家电及消费电子企业的合作比比皆是。制造与智造的合作蔚然成风,这也是众多品牌纷纷扩大展示面积的重要原因。



2016年,AWE再度迎来了厨电与生活电器品类历史上最强的黄金阵容。方太、老板、A.O.史密斯、华帝、樱花、万和、万家乐、德意、欧琳、Elica等厨电知名品牌整齐亮相,米其林大厨展期四天现场美食品鉴让观众流连忘返;苏泊尔、九阳、虎牌、爱仕达、伊莱特、等为首的厨电与小家电产品越来越贴合年轻人的需求,不少带WIFI智联功能的产品更是能让你动动手指就能吃上美味的食物;以德国凯驰、iRobot、莱克、小狗、奔腾、科沃斯、利而浦等为代表的清洁电器品牌成为该领域智能化的先行者,大有未来取代人工劳动的趋势,成为人们日常需求的新宠;以松下、飞科、超人、索利斯、雷瓦等个人护理、美容电器企业异军突起,完美的补充了人们日常生活的各种内外在形象需求,成为AWE的一大亮点;以泰昌、荣泰、艾力斯特、马德保康等为代表的保健电器产品也掀起了智能化的风潮,健康监测、智能控制、功能定制等特点无不体现出人性化的概念。



环境及健康家电领域自独立成馆后，已经成为 AWE 又一稳定乘数的中坚构成。在近年整体家电市场低迷的情况下，该领域的产品在经历了一场市场洗牌后，显现出稳健增长的势头，表现亮眼。在以 A.O.史密斯、安吉尔、3M、开能、四季沐歌、浩泽、沁尔康、九阳、泉来、耐沃特等为代表的产品中，生态环保、智能物联成为明显的发展趋势。通过近几年环境及健康家电展示品牌及产品的对比不难看出，环境及健康家电的品牌集中度将越来越高，部分中小品牌会在竞争过程当中逐步被淘汰出局，想要市场中“活下来”需要企业不断创新。



三、 活动精彩纷呈

中国虽然经济增速放缓，但互联网工业革命的速度冠绝全球，主流家电企业的竞争力快速提升，全球经济新趋势下，中国的新常态与互联网融合并进，家电制造领域的议题受到全球相关各界的高度关注。因此，AWE2016 在展会规模创下新高的同时，配套活动的数量和规格也创新高；与此同时越来越多的企业希望通过展会相关活动平台分享自己的主张、表达自己的感悟和意愿赢得跟广泛认同与关注，新品新战略的发布活动此起彼伏；明星活动无疑是最容易引起轰动和关注的热点，由此，明星已经成为了 AWE 的常客。

【行业活动篇】

1、中国家电发展高峰论坛（第六届）——倾听中国制造的声音

【时间】2016 年 3 月 9 日 13:30~17:00

【地点】上海卓美亚喜玛拉雅酒店 3 楼大宴会厅

【主办方】中国家用电器协会、CCTV、京东



2016 年是“十三五”的开局之年，在新一轮世界经济格局的调整中，中国制造的力量举足轻重，而中国家电业在中国制造中的地位更为特殊。由中国家用电器协会组织编制的《中国家用电器工业‘十三五’发展指导意见》明确提出了“到‘十三五’期末（即 2020 年）成为家电强国”的目标。中国家电行业未来发展既面临机遇也面临挑战，但是“到 2020 年，进入世界家电强国的行列”的总目标是不变的。2015 年，无论在制造领域的互联网工厂和自动化升级，还是在智能家电领域的市场化和系列化，中国家电制造业潜心蓄力、成果显著，准确把握了制造业转型和消费升级的脉络与机遇。海尔集团董事局副主席、轮值总裁梁海山、华为终端首席战略官邵洋、京东集团副总裁、家电事业部总裁闫小兵、A.O.史密斯集团高级副总裁兼中国公司总裁丁威、创维集团有限公司总裁杨东文、小米科技联合创始人王川等重量级嘉宾在论坛上作了重要的演讲。

2、中国房地产精装修前沿论坛

【时间】2016 年 3 月 10 日 下午 14:00~17:00

【地点】上海浦东嘉里大酒店三层 上海大宴会厅 1

【主办方】AWE、中国房地产采购平台

2016 年房地产市场发展将迎来前所未有的“新常态”，与之而来的互联网+渗透力正强势激发传统家电行业从迷茫与阵痛中苏醒。无疑，O2O 时代来临，聚合共赢寻求新契合点的平台崛起，将带来全新的共同需求。而解构共需格局，强化供应链整合，实现战略生态

价值链愈发凸显平台共赢模式的精髓。这在电子商务和实体连锁不可替代的竞争形势下，为家电行业跨界融合开创了一个多元联动共赢的新格局。



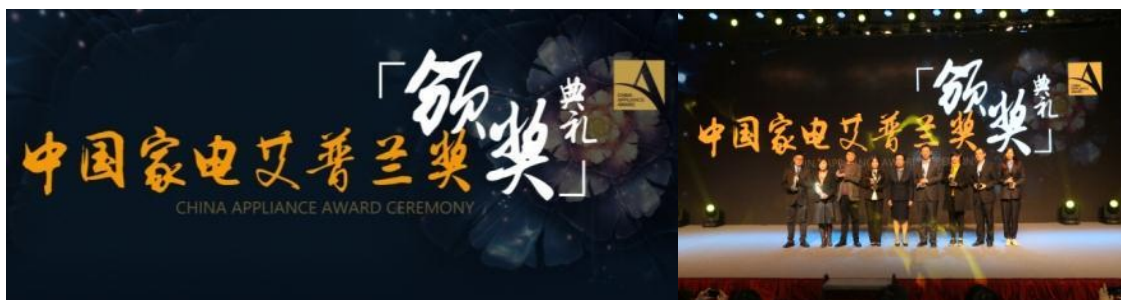
2016年，中国房地产精装修及家电采购前沿论坛由两大行业协会跨界合作，搭载国内最大的家电展会和房地产采购平台，并联合新浪地产、新浪乐居等地产和家居权威媒体共同支持，邀请全国TOP100里房地产企业采购高层参加，同期进行展台巡馆+高峰论坛+定向一对一采购环节。

3、2016 艾普兰颁奖典礼

【时间】2016年3月10日下午 13:30-15:00

【地点】上海卓美亚喜玛拉雅酒店-大宴会厅

【主办方】中国家用电器协会



2016年中国家电及消费电子博览会(AWE2016)召开的第二天，中国家电艾普兰奖获奖结果在“2016艾普兰颁奖典礼”上正式揭晓，共计8款家电精品问鼎家电行业年度最高荣誉——中国家电艾普兰大奖。

艾普兰奖自创办以来，得到了行业的高度认同。为了保证艾普兰奖的水平，主办方对奖项的数量进行了严格的控制，但国内外家电企业的申报热情始终有增无减，企业间对奖项的争夺越来越激烈。本届艾普兰共有185件产品入围，最后由相关专家通过文件、实物、现场复审等多种方式，评选出艾普兰大奖、创新奖、环保奖、设计奖、创意奖、产品奖与核心奖七个专业奖项，大众评审类奖项——最受大众欢迎产品奖则是由消费者通过网络投票的方式评选得出。

4、中国(国际)智能家居创新论坛

【时间】2016年3月10日下午 13:30-17:30

【地点】上海卓美亚喜玛拉雅酒店-大宴会厅

【主办方】中国家用电器协会、奥维云网



由中国家用电器协会、奥维云网 (AVC)联合主办的 2016 中国(国际)智能家居创新论坛作为中国家电及消费电子博览会 (AWE) 的重磅论坛, 吹响行业前进的号角, 权威解读智能家居市场发展态势; 与行业大咖分享智能家居战略落地实施策略和经验心得, 和多位行业专家代表共同探讨研判智能家居的市场发展方向未来行业趋势, 致力于打造智能家居产业的交流平台, 搭建企业沟通合作的桥梁, 探索智能家居产业在大数据时代的发展方向和模式。

5、 2016 中国环境及健康家电高峰论坛 (第三届)

【时间】2016 年 3 月 10 日上午 9:00~12:00

【地点】上海浦东嘉里大酒店

【主办方】中国家用电器协会、《直饮水时代》



在新时代背景的驱动下, 业内权威人士将就 2015 年环境健康电器发展状况、变革趋势进行深刻剖析和解读。主办方邀请来自国家环保部门的专家分析当前环境面临的问题, 同时亦有业内专家和第三方机构为环境及健康家电市场带来专业的分析, 还有国内外水家电、空气净化器、清洁电器领域的领军企业, 介绍他们的全新理念。

6、 中国彩电趋势发展论坛

【时间】2016 年 3 月 11 日上午 9:30-12:30

【地点】上海卓美亚喜玛拉雅酒店-大宴会厅

【主办方】中国家用电器协会、奥维云网



中国彩电发展趋势论坛作为中国家电及消费电子博览会首次召开的彩电行业会议，意在搭建全产业链交流平台，集合上游（面板、整机、芯片、原材料），终端（渠道、用户）和周边生态圈（智能硬件、软件应用、内容服务）等彩电产业上下游企业共同探讨中国彩电产业生存策略，研判未来市场发展趋势，同时权威的第三方行业大数据研究机构奥维云网（AVC）将通过数据进行权威解析行业发展状况。

7、服务机器人与智能生活高端论坛

【时间】2016年3月9日 全天 9:30~17:00

【地点】上海新国际博览中心-E2馆 M17 会议室

【主办方】AWE、千家网



在 2015 年创业热潮中，资本市场更是关注人工智能或机器人领域创新和创业。国内开始出现提供软件和后台的技术支持，运营方提供落地化的服务的软件开发的机器人企业开发团队。机器人应用软件前景十分广，开发的软件赢得主流市场认可。预计未来服务机器人的应用将在个人陪伴、家庭服务、智能家居、商用服务与互联网大数据、医养老疗康复与服务、智能无人机与特种作业装备等几个领域迎来巨大的增长，据分析报告，2017 年服务机器人领域市场规模将达 500 亿美元，成为当今最具有潜力的增长市场。

8、中国家电互联网发展战略论坛

【时间】2016年3月10日上午 9:30-12:30

【地点】上海浦东嘉里中心酒店 3 层大宴会厅

【主办方】中国家用电器协会、GfK、《电器》杂志



全球互联网和移动互联产业发展迅猛，特别是中国在世界互联网领域引领全球趋势。家电产业也面临着前所未有的变革机遇，如何适应消费者需求的变化，如何在电子商务中开辟新的市场并走向国际，同时，国际品牌在互联网的背景下如何在中国市场深入推广的课题。

9、2016 中国家电产业链大会

【时间】2016 年 3 月 10 日下午 14:00-17:30

【地点】上海浦东嘉里中心酒店

【主办方】中国家用电器协会、《电器》杂志



AWE 同期首次针对上游供应链举行的配套活动，从上游企业的视角回顾 2014 年家电市场动态、整合技术趋势，解决上游企业信息对接的问题。

【企业活动篇】

1、海尔系列发布会

1) AWE-2016 海尔智慧生态战略发布会

海尔今日在上海举办了一场以“真诚到永远”为主题的海尔品牌发布会，发布了全开放、全透明生态体系，而这个体系则是依托于海尔智慧生活平台，以优家 APP2.0 作为主要入口的智能家居生



态系统。并且海尔还在发布会上用 7 个不同类别的产品来展示这个全开放生态所带来的体验。

2) 海尔 U+智慧生活 2.0 战略发布会



3月8日上午，海尔 U+智慧生活 2.0 战略发布暨成果体验会在上海世博中心举行。本次发布会上，海尔 U+智慧生活平台推出 U+智慧生活大脑、升级海尔优家 APP2.0、发布场景商务模式。U+智慧生活 2.0 战略以 U+智慧生活大脑为基础，以人工智能自然交互、用户定制解决方案、生态圈场景商务模式为支撑点，打造用户最信任的智慧生态平台，发出智能家电行业最强音。发布会上，海尔集团还与微软正式签订战略合作，双方将在智能家居领域为用户提供更好的智慧家庭生活解决方案。

3) 海尔互联工厂发布 COSMO 平台



3月10日下午，海尔互联工厂以“智能互联、共创共赢”为主题在上海世博中心举行了一场发布会。会上海尔发布了具备自主知识产权、支持大规模定制的互联网架构软件平台 COSMO 和该平台下众创汇、海达源模块的升级版。

4) 百年承诺 为爱进取——2016 卡萨帝百年品牌战略暨新品发布会



3月8日，2016卡萨帝百年品牌战略暨新品发布会在上海召开。会上，全球高端家电领袖品牌卡萨帝发布了百年品牌计划，并响应了集团“真诚到永远”的主题对用户做出了“百年承诺为爱进取”的品质承诺。2015年卡萨帝坚持从0到1的原创精神，实现逆势增长30%，已成长为最年轻的全球高端家电品牌领导者。

2、美的系列发布会

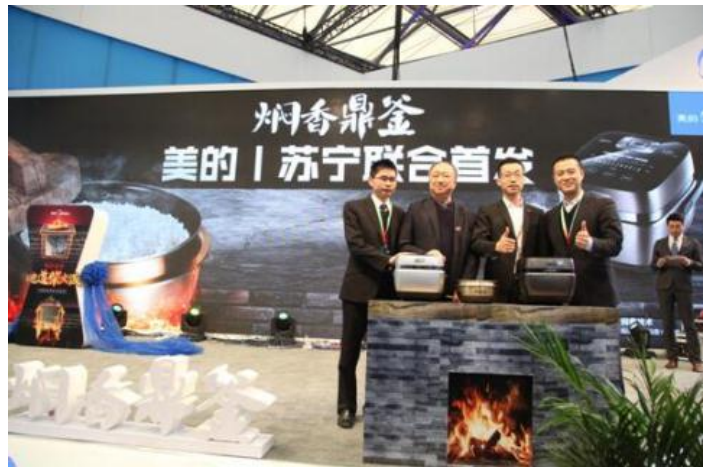
1) 美的 2025 看见未来” 智慧家居成果发布会



AWE2016 召开前一天美的在上海浦东嘉里中心酒店召开了智慧家居成果发布会，此次会议美的首席技术官胡自强以及首席架构师李强分别针对智能产品以及 M-Smart 智慧家居系统两个层面进行了详细的解读，同时展示了美的的七大智慧场景以及去中心化的美好愿景。通过此次发布会我们可以看到美的正在不遗余力的向这一方向发展，同时我们也亲眼目睹了美的带给广大用户的切身便利。

2) 美的焖香鼎釜 IH 智能电饭煲新品发布会

3月9日获得德国红点产品设计奖的美的焖香鼎釜IH电饭煲首发亮相 AWE2016,无疑成为现场最大亮点。并引起了嘉宾、媒体的极大关注。美的焖香鼎釜IH电饭煲搭载了全球电饭煲行业的顶尖技术之一,通过“大火煮开,余火焖香”保留米粒的本真香气。不仅如此,美的生活电器通过研发创新,推出了美的焖香鼎釜IH智能电饭煲 FZ4001,其采用专业的鼎釜内胆,并搭载了“四段立体加热”、“钛金羽鼎釜”、等先进科技与系统,使米饭形成720°双向翻滚,粒粒透芯、加倍香甜。



3) 美的空调烟机 AWE 首发



3月9日,作为国内家电行业领导者的美的集团也携带多款新品亮相,其中最引人关注的便是业内首推带制冷功能的抽油烟机——天境空调烟机。有评论人士认为,空调烟机作为跨界合作新产品或将带来一场厨电行业的新变革。

4) 美的水家电 AR 虚拟现实云发布会



3月10日上午举办AR虚拟现实云发布会,四大品类多个2016战略新品矩阵发布,全场瞩目。此次美的热水器事业部的发布会在形式上采用了充满科技感的AR技术,虚拟与现实的结合全面展现新品性能优势,同时与世界级专业合作伙伴GE签署合作协议,彰显企业实力与专业能力;并宣布多个跨界合作计划,集“专业、科技、时尚、娱乐”四大元素于一身,完美诠释了美的热水器事业部行业领创者姿态。

5) 美的发布中国首款全智能洗碗机

2016 AWE 上，美的洗碗机积蓄 16 年专业制造及美的智慧家居平台实力，发布了中国首款全智能洗碗机。该产品凭借一键智能洗，自动检测油污浑浊；手机远程操控并可 DIY 洗涤程序；内置强制风干系统，快速干燥零水渍等出众功能，受到广泛关注，成为行业标杆。



6) 美的智能电风扇发布会

美的电器在展览现场也发布智能风扇了多款新品。此次美的推出智能风扇，也是为了和其他美的产品一起打造智能家居的生态链。在功能上，美的智能风扇可以通过手环等穿戴设备获取用户的睡眠状态，根据用户的睡眠状态会自己调整吹出让用户舒适睡眠的风。



3、 LG 与经销商分享 2016 年战略，共创时代盛典

2016 年 3 月 9 日，藉由中国家电及消费电子博览会(简称 AWE)在上海的举办的机会，LG 电子隆重邀请旗下超过 200 名经销商、家电协会权威专家以及媒体记者亲临现场，与各方分享了 2016 年战略，表示将继续保持创新精神、不断突破技术，推出更多具有核心竞争力的新产品，引领行业发展的未来趋势；愿与经销商维持和加强合作双赢关系，一齐携手并进，共创时代盛典。



4、 2016 海信智能冰箱、洗衣机、电视发布会

在以智慧科技作为主题的转型大战中，海信冰箱在 2016 年春季新品发布会上，发布了一系列全新家电产品，打造智能家电 2.0 时代。国内首台应用 TFT 技术的智能冰箱，即海信第四代智能冰箱。“旋瀑洗”洗衣机不但凭借健康洗涤的新方式，得到了消费者一致肯定，在对孕妇和婴幼儿的健康保护方面，更是获得了中国妇幼保健协会的肯定和赞赏。海信面向全球发售的电视新品—MU7000 “世界观”系列 ULED 超画质电视，应用了海信最新研发的

ULED3.0 技术和 Hi-ViewPro 画质处理芯片—信芯，并实现全程 HDR，大幅提升了画面对比度并显著改善灰阶，可实现十亿级色彩表现。



5、松下 2016 年中国家电事业战略发布会

3月9日，AWE 2016 在上海举行，前沿科技与创新产品百花齐放。值此，松下召开了 2016 年松下中国家电事业战略发布会，发布多个应用领域的家电新品。会上，松下电器(中国)有限公司电化住宅设备机器社山内政直总经理发布了松下家电在 2016 年在华家电事业的战略布局等事业方针。松下将围绕以设计、革新、从单品到空间、与消费者的互动为中心，开展进一步的革新，陆续针对中国高端家电市场，加强大型家电产品群高附加价值的一体化，并以“健康”“余暇”“品位”为主题为未来空间提案。



6、2016 TCL 免污式洗衣机全球首发

3月7日，在充满艺术气息的上海 1933 老场坊内，见证着旧时光与新科技的碰撞。现场消费者带来曾使用过的洗衣机内筒、波轮、筒底的展示，那些隐藏在洗衣机内部的污垢令人触目惊心，TCL 免污式洗衣机的面世将其永远地变成了历史。在这里，真·净 2016TCL 免污式

洗衣机全球首发，颠覆洗衣机内部结构，创新研发内外筒全封结构、可清洗全钢波轮和全钢桶底，使用户从此真正告别污水洗衣时代。



7、米其林大厨坐镇 AWE 樱花发布会

3月9日，业界品牌随着上海的天气一般，风起云涌，纷纷展示着自家的“好菜”，而樱花这次新品发布会尤其惹人注目，此次发布会由 SAKURA 樱花总经理黄耀庆主持，中国家电协会秘书长朱军、国内主流媒体记者及百余名消费者共同见证了新品首发。SAKURA 樱花展示的卫厨概念产品和智能新品以“新”、“智”及“贴心”三大核心优势，代表卫厨行业发展新趋势，引起行业和媒体高度关注。



8、方太最全智能嵌入式厨电套系亮相

3月9日，高端厨电领导品牌方太于开展首日，隆重推出了堪称史上最强大阵容的智能嵌入式一体化厨电产品组合的智领套系厨电产品。方太智领套系厨电产品由智能云魔方吸油烟机 EM10T、极火直喷燃气灶产品 JA1G、全新一代高效净 U 消毒柜 WH1、水槽洗碗机、嵌入

式蒸箱、嵌入式烤箱、嵌入式微波炉共同组成，堪称目前行业内智能嵌入式一体化厨电的最强阵容。



9、登峰造极 郑领未来 奥克斯 AYA 空调 AWE 首发

2016年3月9日，作为空调行业的引领者，奥克斯空调携手跑男郑恺，在展会现场召开了一场以“登峰造极郑领未来”为活动主题的新品发布会，为这场国际家电盛宴增添了一道靓丽的风景线。活动现场，奥克斯空调国内营销总经理徐重还对奥克斯未来的发展目标做出了规划，力争今年空调销量进入行业前三甲，并于2018年成为业内一线核心品牌。



10、老板电器 28 款智能新品隆重发布

2016年3月9日，老板电器在上海2016年中国家电及消费电子博览会上举行年度首个新品发布会——“发现·食空”，发布包括油烟机、灶具、蒸箱、烤箱、洗碗机、净水器、微波炉、消毒柜，8类厨房电器在内的28款新品，隆重推出堪称“油网的第三次革命”的复合式埃菲尔油网，同时智能化系统也在新产品上得到普及，推动厨电的智能化。



11、“智臻熨感，耀世而生”卓力新品发布会

2016年3月，CUORI 卓力将推出两款重磅熨烫新品，于上海举行新品上市发布会，展示卓力缔造熨烫新传奇的雄心。23年来，卓力产品的足迹走遍全球120个国家和地区，熨烫产品产销量雄踞全球榜首，书写了一代熨烫传奇。2016年，卓力重新踏上征程，依托多年积淀的实力，以全球化的视野，国际化的品牌理念，开始新的光荣与梦想。



12、2016年爱仕达生态家居战略发布会

3月10日，在上海家电博览会现场，爱仕达召开“国货‘仕’不可挡——2016爱仕达供给侧改革暨生态家居战略发展论坛”，浙江爱仕达电器股份有限公司董事长陈合林宣布，爱仕达正式进军生态家居，将贯穿产品研发设计端，生产端，渠道端，营销端，体验端，服务端，用户端，整合产业链上下游资源、国际



国内资源，构建家居生态圈。

13、和而泰 C-Life2.0 大数据平台战略发布会



2016年3月9日，和而泰举办了盛大的“C-Life2.0 大数据平台战略发布会”，首次对外推出智能生态的整体战略，包括智能模组一体化解决方案、面向厂商的 C-Life 开放服务平台、C-Life 家庭场景产品集群等，实现从智能家居互联网服务平台向大数据运营平台的二次延伸。

【明星活动篇】

明星效应带来的巨大回报已经在 AWE 上凸显出来。近两年，在 AWE 上行走的明星大咖屡见不鲜，除了新闻价值带来加倍的媒体传播效果外，通过大众粉丝自媒体进行传播的效果也很惊人。除此以外，更有很多企业在开展前利用明星视频通过网络传播造势，为自己代言的品牌助力。

 <p>【松下】气质美女高圆圆亲临现场</p>	 <p>【奥克斯】跑男当红小生郑恺亲临现场</p>
 <p>【卡萨帝】李宗盛出席发布活动</p>	 <p>【美的】叶诗文、焦刘洋等奥运冠军现场互动</p>
 <p>【爱仕达】孙丽出席发布活动</p>	 <p>【LG】李敏镐发送祝福视频造势</p>



四、借助战略合作平台 提升公众关注度，强化消费引导能力

AWE 的功能之一是进行合理健康的消费引导，通过数年来与京东的战略合作，这一功能得以完美的诠释。每年京东平台专设的“AWE-京东在线博览会”的专题都会向消费者及时传递当年的新品新趋势。随着展会规模的不断升级，AWE 的功能性也在逐步进化。在去年通过京东平台首次尝试“抢鲜购”线上线下同步销售后，2016 年升级后的“AWE-京东家电狂欢节”再次加强了 AWE 对消费端的影响力。此次“AWE-京东家电狂欢节”受到了海尔、美的、三星、LG、西门子、A.O.史密斯、欧琳、海信、惠而浦、3M、老板等全球知名家电品牌的强烈反响和积极参与。



AWE 首次与全渠道家电销售领导企业国美合作，国美作为 AWE 线下“指定体验渠道”，将 AWE 展示新品与国美卖场实现实时体验、互动并同步发售，打造“AWE 潮流家电体验周”，让 AWE 家电饕餮盛宴更接地气。

此外，奖品丰厚的“幸运大转盘”抽奖活动，“千件精品家电免费送”等活动将回馈给来到 AWE2016 众多的消费者。

五、国内外媒体热情爆棚 AWE 报道遍布全球

AWE2016 得到了海内外媒体空前的关注。本次 AWE 共邀请了 200 多家媒体到现场进行深入报道，其中电视台 13 家、平面媒体 67 家、网络媒体 124 家、电台 4 家。另外还有众多媒体自行前往展会现场进行报道，媒体总数超过 400 家，现场新闻中心共接待了近 650 位记者。

展会当日，AWE 首次入选黄金档新闻《中央电视台新闻联播》和《共同关注》，另外中央电视台经济频道、中央电视台新闻频道、东方卫视、浙江卫视、《第一财经》、江苏电视台、上海电视台等共十余家主流电视台也在展会期间以新闻形式对 AWE2016 进行了深入的报道。



新华社、中新社、《环球时报》、《China Daily》、《21 世纪经济报道》、《第一财经日报》、《中国证券报》、《证券日报》、《证券时报》、《每日经济新闻》、《上海证券报》、《南方日报》、《广州日报》、《南方都市报》、《经济日报》、《中国消费者报》、《消费日

报》等 60 余家报纸，以及《电器》、《瑞丽家居》、《家电科技》、《家用电器》、《现代家电》等 20 余家杂志对 AWE2016 进行了深入报道。



腾讯、网易、搜狐、新浪、新华网、人民网、光明网、凤凰网、新浪家居、搜狐焦点等综合网站，及中国家电网、中关村在线、太平洋电脑网、万维家电网、艾肯家电网、千家网、天极网、上海家电网、潮流家电网、驱动中国、花火网、亿智蘑菇、V 客家电网、电视之家网、极客基地、雷科技、数码世界、智能家电、极果网、威腾网、镁客网等共百余家网络媒体在展会现场进行了现场直播、专题报道和企业访谈。



电台现场连线、视频媒体、新闻客户端、自媒体、新媒体对展会的关注和报道增加更多，多个企业自主制作 H5 宣传页面进行传播。其中搜狐、腾讯、网易除了 PC 端的网络专题外，在其新闻客户端都制作了专题或直播页面，网易新闻客户端的展会直播页面网友互动达 9000 多条留言。多家媒体报道推送至今日头



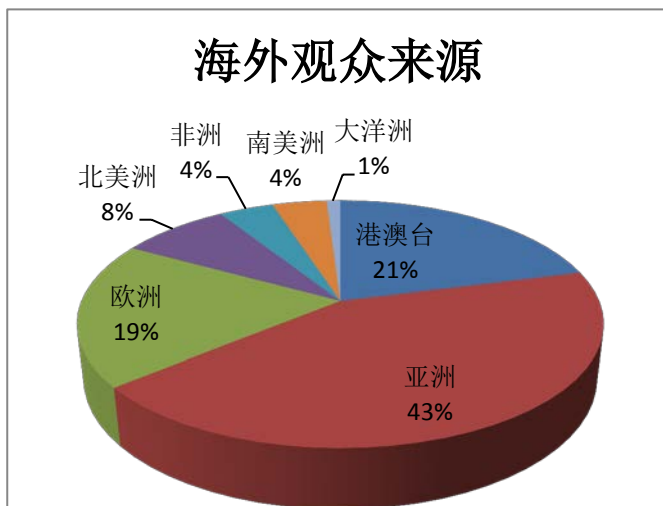
条等新闻客户端得到转载。

另外，AWE2016 还吸引了 ARD German Radio Shanghai office (德国广播-上海站)、Nihon KeizaiShimbun (日本经济新闻社)、Seoul Times (首尔时报)、Financial Times (金融时报)、China Radio International (English, German)、Le Figaro Shanghai Office、Bundesstelle für Außenhandelsinformation (BfAI)、Colpisa News Agency (西班牙柯尔比撒通讯社)、Agencia EFE(埃菲通讯社西班牙)、AP(美联社)、Bloomberg、Boersen-Zeitung、Gtai 等来自美国、德国、英国、法国、西班牙、俄罗斯、新加坡、韩国、日本等近 20 个国家和地区的 30 余家海外媒体到现场进行报道，并在全球范围内对 AWE 进行传播。



六、观众指标再创新高抽样调研满意度高

AWE2016 作为春节之后的开年展会，受到长假及两会的影响，布展期间的恶劣天气也造成了一定的麻烦。但现场人气依然火爆，连续 4 天馆内爆满。从展期现场情况看，通道内摩肩接踵



的观众，有的在认真参观、讨论各种展品，有的在与展商互动交流，还有的亲自体验各类新品。参展企业不但搭建了高大上的展示舞台，更采用多种营销手段聚集展台人气，新奇的互动体验、炫酷的产品演示，以及高圆圆、郑恺、国家跳水队、游泳队、击剑队等众多嘉宾的到场，聚集大批观众几乎造成通道堵塞。

本届 AWE2016，展示面积达到了 10 万平米，共有 600 余家国内外知名品牌参展，在 4 天的展期里，现场参观人次达到了 18 万，

比 AWE2015 增长了 40%，其中海外专业观众占比 10%。

在展期进行的千份观众及展商的抽样问卷调查中不难看出，展商及观众对本届展会中的展示效果、提供服务、活动安排、展会价值等方面均给予高度的评价。



七、结束语

传递这中国家电行业最新的技术与创新成果，以及行业与企业发展模式的改变的 AWE 已经成为一个无法替代的魔力舞台，因为这里有三大吸引力：平台、生态圈、影响力。

平台

家电产业发展到今天这样的水平是需要有平台来向经销商、供应商、媒体、投资人、消费者清晰、全面地展示企业发展成果。这包括产品与技术水平、创新成果、组织架构和模式的变化。特别是一些技术展示，这是在商场或者卖场的展架上是不看到的。

生态圈

过去我们在阐述家电行业的时候，常说构建上下游产业链，上是供应商下是经销商，但互联网时代我们要构建的是生态圈。生态圈跟产业链的不同就是既有纵向的衔接，又有横向的跨界合作，更重要的是，它强调共生性，它需要把更多相关企业、相关资源进行对接并共同成长。实际上 AWE 这个平台也在构建生态圈，不仅仅是为家电企业服务，也是在为整个生态圈服务。越来越多的跨界企业正在被 AWE 搭建的生态圈所吸引

影响力

影响力最好的印证就是参与展会的企业、媒体、嘉宾和观众。每年在 AWE，我们几乎能够看到整个家电行业最核心、最具知名度的企业，其中不乏国际一流的高端品牌；同时几乎整个家电行业的主流媒体报道团队也悉数到场；除了本行业大家耳熟能详的巨头外，各界名流大咖的伦



次到场也成了家常便饭；借助 AWE 的平台，家电及消费电子行业的发展趋势得到了公众、社会和政府的高度关注，同时，这样的影响正在不断向全球扩散。

博观约取，厚积薄发，AWE2017，我们依然在这里！