

- 1> 2017中国家电发展高峰论坛
沪上论道智慧生活
- 3> 首个智能家电互联互通团体标准正式发布
- 4> 从需求出发，2016年冰箱市场发展之路
- 6> 2016年中国洗衣机市场扫描
- 8> 2016年空调市场总结分析及预测
- 10> 携手代言人黄晓明，
华帝与未来厨房同在AWE
- 12> 老板电器打造“穿越时空”之旅
- 14> 将关爱融入产品，方太持续关注智能

CONTENTS



中国家电及消费电子博览会
Appliance&electronics World Expo

2017 中国家电发展高峰论坛 沪上论道智慧生活

China Household Electrical Appliance
Development Summit 2017 Focus on Smart Life



中国家电发展高峰论坛论道智慧生活

通过观点和思想的碰撞，推动制造业智能化转型不断迈向新境界。



首个智能家电互联互通团体标准发布

针对各个家电企业间的智能体系呈孤岛状态且无法互联互通的问题，中国家用电器协会于2015年牵头成立“智能家电互联互通项目工作组”。



从需求出发，2016年冰箱市场发展之路

伴随更新需求不断释放，冰箱市场将逐渐回暖，而差异化产品也将有更大的舞台。

2017年3月9日，作为中国家电及消费电子博览会——AWE2017期间的顶级盛会，由中国家用电器协会主办，并与中央电视台等权威媒体联合组织推广的第七届“中国家电发展高峰论坛”在上海隆重举行。海尔集团董事局副主席、执行总裁梁海山，

博西家用电器集团董事会主席兼首席执行官欧腾博博士，京东集团副总裁、家电事业部总裁闫小兵，宁波方太集团董事长兼总裁茅忠群，华为终端首席战略官邵洋等行业大咖以及产业上下游企业代表、国内外知名学者、从业人员、主流媒体齐聚一堂，共同梳

理行业发展脉络和消费趋势，进一步探讨智慧生活的发展方向。通过观点和思想的碰撞，推动制造业智能化转型不断迈向新境界。

首个智能家电互联互通团体标准发布

为了避免市场上现有的智能家电品牌各自为政，不同品牌家电产品之间难以实现互联互通，不能打造真正意义上的智能家居，中国家用电器协会携手海尔、美的、博西家电、

中国家电产品正在从普及型消费向结构型消费升级转变，消费者也从拥有、使用家电产品，向追求更好的品质生活转变。



获取 AWE2017 更多信息请扫二维码

TCL、长虹、海信、创维 7 家企业打造了首个智能家电互联互通团体标准，该标准在本次高峰论坛的发布得到了极大的关注。详细情况见 P.3。

中国家用电器协会理事长姜风表示，自 2014 年以来，中国智能家电市场发展迅速，智能产品品类增多，产品不断迭代更新。随着各种智能家电与互联网、物联网相连接，同一家庭中存在着多个厂家的设备和多种人机交互操作软件，然而彼此之间无法互联互通的“孤岛”状态导致用户体验受到严重的影响。为了解决不同品牌智能家电之间的互联互通问题，中国家用电器协会于 2015 年牵头成立了智能家电互联互通项目工作组，成员包括海尔、美的、博西家电、TCL、长虹、海信、创维，项目组成员对互联互通的讨论，最终于 2016 年中期达成共识。大家一致认为，由于各主要家电企业都已经建立自身的智能家电云平台，根据当前的实际情况不同品牌智能家电之间的互联互通应基于各企业云平台之间的对接来实现。在协会牵头组织下，项目组成员共同制订了云云互联协同标准，标准涵盖用户接入、设备接入、服务接口、设备功能模型、信息安全等多项要求。通过统一的转换协议，各企业开放云端接口，实现不同品牌智能家电的互联互通。她进一步强调，今后中国家电电器协会将继续深化智能家电互联互通相关标准工作，逐步扩大互联品牌，逐步向第三方平台开放标准，本着解放思想、合作共赢，切实解决消费者痛点和行业瓶颈的目标，推动智能家电互联互通不断走向新的高度。

海尔家电产业集团 CTO、副总裁赵峰，美的智慧家居科技有限公司总经理李强，博西家用电器投资（中国）有限公司总裁首席数字战略官徐成茂博士，以及来自 TCL、长虹、海信、创维的代表一同见证了智能家电互联互通团体标准的发布。

智慧生活雏形初现

目前，中国家电产品正在从普及型消费向结构型消费升级转变，消费者也从拥有、使用家电产品，向追求更好的品质生活转变。但是，家电智能化是一项系统工程，智能技术的应用落地和物联网平台的建设只是其中一个方面，联网后所涉及的安全性、互联互通兼容性等衍生问题也亟待解决。

“智能家电不同品牌之间无法互联互通，造成企业提供的智能产品是孤立的智能化和方案碎片化，无法为消费者提供良好的体验，这在一定程度上阻碍了智能家电的进一步发展。”中国家用电器协会理事长姜风在致辞中说。

作为国内智慧家电、智慧家居的领导者，海尔集团董事局副主席、执行总裁梁海山发表了“诚信生态共享平台”的主题演讲。他表示，作为国内传统家电企业的领军企业，在物联网时代，海尔将创建智慧家庭平台作为公司实现转型升级的重要战略。对于目前智能家电存在的问题，梁海山认为，真正的智慧家庭是要让用户喜欢的。也就是说，以前家电企业卖功能性的家电产品，现在必须卖产品，用户花钱买的是他需要的场景。这个场景的背后则需要各种家电实现互联互通，家电企业要有和各个生态资源、服务的

连结能力、整合能力，更重要的背后要有很强的技术平台支持，让用户能够感觉到是真正好的体验。

博西家用电器集团董事会主席兼首席执行官欧腾博博士带来的“家居互联——开启智能家电时代”的主题演讲解答了什么是真正的智能家居。欧腾博博士表示，在打造整个智慧家庭平台时，博西家电关注的更多是怎么给消费者带来利益。博西家电开发的 Home connect（家居互联），是建立在既封闭又开放的理念之下，在家庭环境下，不同品牌、不同家电产品都可以在安全的环境下实现互联互通。在这样的理念的带领下，目前博西智能家居取得很大的进展。欧腾博博士进一步介绍说：“2016 年，博西家电不断拓展智能家电阵容，将家居互联应用到中国所有产品类别中。博西家电的家居互联目前已经在 24 个国家上市，不仅是单一的销售，还要在这些国家建立数据库，了解当地消费者的需求，从而更好地为消费者服务。到 2017 年，90% 在中国的家互联产品将在中国制造。”

智能制造之外，新零售的提出也为家电业提供了一个新的发展契机。近年来，家电企业不断探索运营模式创新。努力实现销售渠道的多元化，线上业务快速增长、线下推进 O2O 转型，线上线下融合、微店等新渠道方式不断涌现。京东集团是家电电商渠道商的典型代表，副总裁、家电事业部总裁闫小兵在“零售没有‘新’与‘旧’”中表示，家电的零售渠道从百货到连锁，再到电商，无论哪种模式，都要考虑成本、效率和体验。其中，体验至关重要。现在，所有行业都在关注大数据、云计算、人工智能，简单来说就是要更加了解消费者，只有了解了消费者，才能提供更准确的服务、更精准的商品。因此，家电渠道变革的入口就是满足消费者需求。

作为一家专业的厨房电器企业，方太集团总裁茅忠群认为，智能浪潮下，消费者觉得在家烹饪只是迈向健康生活的第一步，烹饪不只是消费者因为饿了要进行的一个行为，更是一种表达自我的方式，很多人在用新的科技寻找新的烹饪灵感。

在科技的帮助下，人们对更好的烹饪体验的需求被进一步唤醒。基于这些认识，方太构架了自己的物联网系统——大厨管家。这个管家可以管理厨房网络，对厨电设备使用情况的追踪和控制，监测厨房里的烟雾、动作、空气和水的质量等，而且与其他区域（客厅、餐厅）实现联动。

华为终端首席战略官邵洋用“给我一个智能的家”形象地介绍了华为为智慧家居提供的服务。他说：“华为 HiLink 从 2015 年 12 月战略启动，到 2016 年成立联盟，到今天我在这展示他的应用场景。HiLink 可以用一部手机连接用户，一台路由器连接设备，一个 APP 聚合服务，四大渠道方便购买，从而实现用户、设备、服务和渠道的有机整合。”



2017 中

国家电发展高峰论坛通过观点和思想的碰撞，推动制造业智能化转型不断迈向新境界。



首个智能家电互联互通团体标准正式发布

First Group Standard on Connectivity among Smart Home Appliances unveiled

3月9日，AWE2017盛大开幕的当天，首个智能家电互联互通团体标准在2017年中国家电发展高峰论坛上正式发布。更令人振奋的是，依托此标准，由中国家用电器协会牵头，海尔、美的、博西家电、海信、长虹、TCL、创维7家项目组成员在AWE2017现场（W2展馆）合力为观众展示了智能家电互联互通的美好未来。

随着各种智能家电与互联网、物联网相连接，同一家庭中存在多个厂家的设备和多种人机交互操作软件，然而彼此间不兼容导致用户体验严重受损。针对各个家电企业间的智能体系呈孤岛状态且无法互联互通的问题，中国家用电器协会于2015年牵头成立“智能家电互联互通项目工作组”。项目组成员包括海尔、美的、博西家电、海信、长虹、创维和TCL 7家著名企业。项目组成员在公平、有效的基础上，共同制定了云云互联互通工作方案和规范标准，即以各企业云为依托，制定“云云互联”团体标准，通过统一的转换协议，各企业开放云端接口，实现不同品牌间的互联互通。该项目的实施将为智能家电的普及和发展奠定坚实的基础。

据介绍，在“云云互联”标准中，主要内容包括用户接入、设备接入、服务接口、设备功能模型、信息安全等多项要求，并同时多个品类智能家电的应用类型进行了定义。此外，标准规范也对互联互通整体方案的安全性进行规定，对设备和用户的接入安全认证、交互功能的权限控制以及个人数据传输的保密性等方面进行了详细的定义。

在此基础上，经过协商一致，项目组成员均推出了基于“云云互联”团体标准的多个智能家电，并在AWE2017上进行了现场展示。记者发现，在W2馆内特设的智能家电互联互通展示区内，参加展示的家电品类非常丰富，包括冰箱、洗衣机、空调、空气净化器、热水器、吸油烟机、咖啡机、洗碗机、电烤箱、电视机等。观众可任意选用7家企业各自云平台的智能应用程序，通过操作界面，添加和控制不同品牌、不同品类的智能家电设备，现场体验智能家电的互联互通。展示涉及到7家项目组成员的云平台分别为海尔U+智慧生活平台、美的M-Smart智慧生活平台、博西家电Home Connect家居互联、海信聚好连、长虹UP、TCL大智和创维



V+。

据了解，中国家用电器协会智能家电互联互通项目组将继续深化智能家电互联互通的相关标准发展，逐步扩大互联品牌和平台的范围，本着解放思想、开放合作、切实解决消费者痛点和行业瓶颈的目标，推动智能家电互联互通不断走向新的高度。AWE



3月9日，

AWE2017盛大开幕的当天，首个智能家电互联互通团体标准在2017年中国家电发展高峰论坛上正式发布。

库尔兹展台

W3/4B01

www.kurz.com.cn

KURZ

**smart.
surface.
design.**

A Quantum Leap in Plastic Decoration

智能·表面·设计

塑料装饰的重大突破

从需求出发，2016 年冰箱市场发展之路

Market Analysis of China's Refrigerator Industry in 2016

作为行业发展的风向标，AWE 总是能将家电趋势展示的淋漓尽致。2016 年，冰箱市场几多亮点，虽不像 2015 年那样爆点频频，但几大动向都牵动着业内人士的心。在激烈的市场竞争中，冰箱企业进一步探索产品智能化，同时结构升级明显。

智能之路，道阻且长

伴随智能家居大热，智能家电受到市场更广泛的关注，冰箱作为厨房经济中重要的一环，被寄予厚望。AWE2016 上曾展出众多智能冰箱，并在这一年中不断面市，但市场反馈相对平淡。奥维云网(AVC)线下监测数据显示，2016 年，智能冰箱零售额渗透率仅为 10.8%。虽身负厚望，但智能冰箱也仅在促销节点时有所突破，整体来看智能渗透率并没有飞跃式的上扬。

2016 年，冰箱行业悄然生变，节能、保鲜、保湿、静音、智能、全景式等差异化产品层出不穷，并逐渐为市场所接受。伴随家电下乡的更新需求不断释放，市场将逐渐回暖，而差异化产品也将有更大的舞台。AWE2017 上，许多集合了智慧和闪光点的产品展出，就可见此趋势。

结构升级之路持续

面对市场上产品同质化过于严重的问题，冰箱企业将更多心思放

在产品研发上。传统门类虽然在结构中不断受到挤压，但产品不断优化的趋势还是相当明显。

随着西门子进军十字 4 门冰箱市场，冰箱行业主流品牌均已到齐。目前，十字 4 门冰箱市场的品牌格局和产品结构都较为稳定。西门子此时入局，缓解了其为了保证市场份额而带给对开门冰箱的压力，也让其他主流企业有所顾忌。目前，多数企业在销售平台的投入上并无明显变化，主销容积段维持原状。

在 2016 年对开门市场价格战愈演愈烈时，冰箱企业纷纷采取增容减配置的措施，力求压低价格而争夺市场份额。在激烈的价格竞争中，对开门冰箱变频渗透率仅维持在 67% 的水平，仍有较大发展空间。从连续月度数据来看，对开门冰箱价格同比降幅不断回升，市场逐渐回归良性竞争。

无霜产品受好评，风冷普及迅速

从中国冰箱百户拥有量来看，冰箱已经基本实现普及，这其中家电下乡政策功不可没。距离家电下乡政策已过去 8 年，冰箱行业进行了一系列的技术变革，尤其是在制冷方式上，风冷式制冷凭借其无霜的特点，迅速走向市场，广受消费者好评。奥维云网(AVC)线下监测数据显示，2016 年，冰箱市场风

冷零售额渗透率高达 80.0%，同比增长 13.5%。在十字 4 门冰箱、对开门冰箱等门类市场中，风冷冰箱更成为绝对主流。

在传统的两门、三门市场中，风冷冰箱的发展速度也超乎预期。风冷冰箱在两门冰箱市场呈阶段式推进，大容积冰箱基本完成风冷的渗透，中小容积冰箱风冷的发展势头正盛。奥维云网(AVC)线下监测数据显示，两门风冷冰箱零售额渗透率为 47.1%，同比增长 16.5 个百分点。不可忽视的是，两门风冷产品均价也在不断下调，助力市场推广。其中，两门风冷冰箱均价同比下降 12.7%。三门冰箱市场虽然份额受到严重挤压，但风冷和大容积双向发展两不误。

变频渗透持续

在风冷解决了箱体内部结霜的问题后，消费者又对冰箱提出了低耗电和低噪声的需求。根据目前冰箱行业技术发展的进程来看，压缩机成为节能和降噪的重中之重。采用变频压缩机，一方面为消费者带来了更好的使用体验，价格方面也不容忽视。同时，2016 年 10 月，冰箱新能效标准实施，也促使各个企业在产品技术上不断创新。这在一定程度上带动了变频产品的渗透。迫于新能效标准对综合耗电量的要求，产品若达到新能效 1 级，变频

压缩机不可或缺。目前，新能效 1 级市场中变频产品零售额渗透率接近 90%，而新能效 2 级市场变频产品零售额接近 60%。奥维云网(AVC)线下监测数据显示，2016 年，冰箱变频产品渗透率为 53.9%，同比增长 8.3%。伴随新能效标准的推进，冰箱市场的变频产品渗透率也将进一步提升。

截至目前，新能效标准实施近半年，多数企业都在积极完善自身产品的新能效等级标识，部分企业已经基本完成主销产品的标识更新，并以新能效 1 级产品作为其主推产品。据奥维云网(AVC)统计，参考能效标识网的机型更新备案情况，目前已经更新能效标识的产品零售额占比为 59.7%，可见企业在新标准的执行上相当积极，部分企业品牌内部的新能效匹配度超过七成，而作为冰箱行业的领导品牌海尔，超过九成的零售产品都以完成能效等级的更新，主流合资品牌也相当迅速。

AVC 奥维云网 裴东敏

» “国际铜业协会(The International Copper Association(ICA))成立于 1989 年，总部位于美国纽约，于 1995 年进入中国，并在北京和上海设立办事机构，是一家致力于研究并推广铜的社会价值和有效使用，利用技术创新和战略解决方案来支持社会可持续发展并提高人类生活品质的非赢利性国际组织。”

» 2015 年，国际铜业协会(中国)和中国消费者协会，在连续多年市场调研和产品(服务)跟踪的基础上，组织开展了一系列家电材质与品质消费系列公益活动，得到了有关专业技术机构的大力支持和社会各界的广泛关注。





三星品道家宴冰箱

额定频率: 50Hz

总容积: 654 L

尺寸: 908mm × 733mm × 1825mm

能效等级: 1级

三星品道家宴冰箱采用品式无霜三循环, 高保湿、不串味、制冷速度快; 两项匀冷科技, 时间空间精致保鲜; 采用三星原装进口压缩机, 优秀性能品质保障; 蝶门设计, 新鲜美味触手可及; 智能互联, 畅想智能新乐趣。



博世对开门冰箱

博世对开门冰箱 KAN93S8ATI, 采用主动保湿抽屉设计, 全新玻璃门外观, 隐藏式把手以及门中门设计, 为用户使用带来便捷。该产品为全风冷设计, 免除除霜烦恼; 采用多温度传感器, 由电脑控制, 可精确控温。冰箱材料回收率符合国家队冰箱材料回收的要求。

容积: 608L

综合耗电量: 1.45kWh/24h

能动力: 12kg/24h

能效等级: 2级



海信冰箱

海信冰箱 BCD-553WTDGVBPI 采用 Hi-Smart 智能 4.0 系统, 使维修更方便、购物更加优惠、智能远程控制更实用。该产品采用双变频技术, 变频压缩机驱动控制器控制永磁同步电机, 自动感知冰箱内外温度的变化, 调整压缩机的运行状态; 离心风机替代轴流风机可以提高效率, 增加冰箱容量。

能效等级: 1级

耗电量: 0.87kW/h

冷冻能力: 12kg

冷冻室容积: 99L

变温室: 99L



卡萨帝风冷无霜母婴冰吧

总容积: 176L

输入功率: 130W

噪声: 35dB (A)

耗电量: 0.9kW.h/24h

卡萨帝风冷无霜母婴冰吧 LC-176WBPU1 是针对母婴保鲜冰吧市场, 集成母婴专区、水果养鲜等功能性的创新产品, 在精准温控、干湿分类保鲜功能性能上形成独特的技术领先优势, 充分满足目标客户的功能需求。



LG SIGNATURE玺印冰箱



尺寸: 912mm × 1790mm × 758mm

容积: 674L

综合耗电量: 1.13kWh/24h

冷冻能力: 10kg/24h

制冷剂: R600a

能效等级: 1级

LG SIGNATURE 玺印冰箱 GR-Q23FGNGM 预装了 webOS 操作系统, 并整合了亚马逊的 Alexa 语音助手, 配有 29 英寸触摸式液晶显示屏, 敲击屏幕就会瞬间变成透明, 不需要打开冰箱门就可以直接看到冰箱内部。该产品采用自动开门设计, 站在冰箱前, 冰箱底部内置传感器可自动识别脚部, 冰箱门自动打开。

中场逆袭，全年规模终上扬

——2016 年中国洗衣机市场扫描

China's Washer Industry Witnessed an Increased Scale in 2016

回顾 2016 年，洗衣机市场表现颇佳，整体行业量额规模均实现明显增长。2016 年，中国洗衣机市场零售量为 3428 万台，同比增长 2.2%；零售额为 615 亿元，同比增长 1.2%。虽然全年表现无可指摘，但过程一波三折。第一、第二季度表现较差，市场处于明显的负增长区间；但是进入下半年后，随着洗衣机市场销售旺季的到来，全年的促销大战也进入白热化状态，第三、第四季度市场表现越来越好，一扫上半年颓势，将全年销售拉成正增长状态。在全年规模增长的大形势下，洗衣机市场的结构性调整和竞争持续进行。

波轮：强调差异化

洗衣机市场价格竞争激烈，波轮洗衣机分价格段走势出现明显左移趋势。奥维云网（AVC）线下监测数据显示，从重点容量分价格段来看，2016 年，1500 元以下低端产品市场份额增长比较明显。1500 元以下价格段是波轮洗衣机市场不可轻言放弃的部分，零售额份额已高达 40.5%，零售量份额高达 62.3%。

与 1500 元以下的低端低配截然相反，2000 元以上波轮洗衣机则走高端高配的品质化路线。产品的各项配置均处于较高水平。其中，产品容量集中在 7.5kg、8.0kg 和 8.5kg 等较大容量，变频产品零售额渗透率超过 70%，智能产品零售额渗透率也超过 20%，还兼具品牌特有的差异化功能亮点。差异化产品立足点为中高端市场，其中双动力系列的市场定位相对较低，水魔方次之，泡沫净和免清洗定位相对高端。具体到价格段上来看，4 个系列产品均主要布局在 1700 元以上段位，但具体分布区别较大。

滚筒：洗涤容量持续提升

与波轮洗衣机市场一致的是，滚筒洗衣机各价格段占比也有明显

的走低趋势，但分布尚算均匀，没有明显的集中趋势。滚筒洗衣机在重点容量上表现出极高的区分度，主力容量为 8.0kg、9.0kg 日趋成熟，10.0kg 有望成为未来趋势。

8.0kg 是滚筒洗衣机市场的绝对主力，2016 年零售额份额为 43.9%，份额增幅更高达 10.4 个百分点。8.0kg 市场竞争已经相当充分，主力品牌均有参与，TOP10 品牌的集中程度更是惊人，零售额已高达 96.0%。虽然品牌格局已经十分稳定，但阵营内部格局仍有一定变数，品牌间排位仍有变动。由于市场已经高度成熟，机型数量和迭代都处于良好的状态，TOP10 机型全部为 2015 年以后上市的机型。

9.0kg 在 2016 年初时只是初露锋芒，是滚筒洗衣机市场的趋势容量。经过一年的发展，如今 9.0kg 产品已经逐渐成熟，市场零售额份额为 20.4%，同比增长 9.2 个百分点，无论市场占比还是增幅都仅次于 8.0kg 产品。

10.0kg 在滚筒洗衣机市场零售额份额为 7.1%，份额增长 5.5%。在洗衣机市场大容量不断发展的趋势之下，10.0kg 产品无疑是未来的趋势容量。

变频产品比重持续增加

2016 年，变频洗衣机处于持续推进的状态。奥维云网（AVC）线下监测数据显示，变频产品零售额渗透率由 62.6% 增至 72.7%，增幅超过 10 个百分点。分洗涤类型来看，波轮洗衣机的增幅有限，仅增长了 2.9%，零售额份额为 37.0%；滚筒洗衣机增幅较大，增长了 9.4 个百分点，零售额渗透率为 92.0%，市场已经高度成熟。与波轮洗衣机市场不同的是，滚筒洗衣机本身均价较高，各价格段上变频渗透率已达到较高水平。2000 元以上各价格段，变频产品零售额渗透率均为 90% 左

右；低价格段渗透率相对低一些，但 2000 元以下价格段变频渗透率也在 60% 以上。

Wi-Fi 控制成智能发展亮点

随着智能家居市场的不断发展，智能洗衣机市场也在不断升温。奥维云网（AVC）线下监测数据显示，2016 年智能洗衣机零售额渗透率为 26.2%，同比增长 11.0%。其中，发展最为迅速的当属 Wi-Fi 智能控制功能，Wi-Fi 智能控制零售额份额为 45.7%，增幅高达 21.2%；Wi-Fi 智能控制以及智能添加份额为 35.1%，同比增长 3.2%；纯智能添加产品受到强烈的挤压，份额下降了 24.5 个百分点，零售额占比仅为 19.2%。各品牌对纯智能添加新品的投入也在逐渐减少，纯智能添加产品将会逐步退出市场。

2017 年市场形势向好

2017 年，中国经济将保持稳定提升，虽无直接的政策影响，但家电下乡等刺激政策期间销售的产品步入更新换代期。未来的洗衣机市场将保持稳定的增长趋势，预计 2017 年零售量将达到 3499 万台，同比增长 2.1%，零售额将达到 621 亿元，同比增长 1.0%。其中，线上市场在整体洗衣机市场的零售量占比将达到 37.3%，零售额占比有望达到 30.5%。大容量趋势自不必多说，仍将向更大容量转移。价格会受原材料上涨影响较大，2017 年，线上线下产品价格段可能都会出现明显的右移趋势。

综上所述，2016 年洗衣机市场虽有波折，但整体表现尚佳，市场前景走势明确，趋势渗透情况良好。已经开始的 2017 年，在整体市场环境保持有利的背景之下，洗衣机市场将保持稳定增长的态势。

AVC 奥维云网 董鑫鑫



松下 XQB80-U8359

水位选择（段）：10

洗涤容量：8.0kg

能效等级：1级

松下爱捷净系列XQB80-U8359波轮洗衣机应用3位1体捷控系统，投入口宽度增加21mm，充分提升取放衣物时的操作空间，更舒适的面板倾斜角度，视线清晰明了，从桶底距地面高度整体加高72.8mm，拿取衣物更加轻松。



博世WAU287500W

- 洗涤容量: 9kg
- 最高脱水转速: 1400转/分钟
- 电机: BLDC无刷直流电机
- 能效等级: 1级

博世WAU287500W专为中国用户设计的全新时尚外观,更加人性化的操作方式,作为一款专业的除菌洗衣机,它能有效解决用户在洗涤过程中遇到的除菌问题。



LG WDRH657A0PW

- 洗涤容量: 12+kg
- 能耗等级: 1级
- LG SIGNATURE玺印洗衣机同时拥有上滚筒下波轮,大小件衣物可同时分类洗涤,高效又洁净。一推即开式机门,采用人体工学设计,方便开启。



三星Flex Wash洗衣机

- 洗涤容量: 3.5kg (上) + 21kg (下)
- 烘干容量: 12kg
- 能效等级: 1级

三星Flex Wash洗衣机颠覆性地采用波轮+滚筒多系统于一体的设计,上部波轮洗衣机处理小件衣物,下部滚筒洗衣机洗涤大件衣物,同时还能对衣物进行烘干。



美的 MD120-1617WIDQCG

- 能效等级: 1级
- 洗净比: 1.05
- 洗涤容量: 12kg
- 烘干容量: 8kg

美的滚筒洗衣机整机采用510mm大直径内筒设计,实现与传统洗衣机体积一致,但洗涤容量明显提升,采用航空科技活塞泵专利技术,可以实现不同洗涤剂品牌在不同环境下全能 ± 1 ml的精准投放效果。



TCL免污式滚筒洗衣机

- 洗涤容量: 8.5kg
- 电机类型: 交流变频
- 脱水转速: 1400转/分钟
- 能耗等级: 1级

TCL免污式滚筒洗衣机采用水封舱免污结构,同时采用平底设计,光滑圆润无死角,洗涤残留、污渍无处可藏,在洗衣过程中水流冲刷及时将洗涤残留、污渍排除。



2016 年空调市场总结分析及预测

Market Analysis and Forecast of China's Air Conditioner Industry in 2016

在几届 AWE 上，空调行业向智能进阶、产品迭代的趋势分外明显。2016 年，背负库存重压的空调行业，在夏季流火般的天气帮助下，得以完成市场逆袭。奥维云网（AVC）数据显示，2016 年，空调销量为 4779 万台，同比增长 9.1%；销售额为 1606 亿元，同比增长 9.7%。从结构调整方面看，空调产品持续升级，“两能一差”（智能、节能、差异化）继续深化。

产品结构持续优化

2016 年，随着消费升级的深化、国家政策的引导，消费者对高能效比、变频产品更加推崇，厂商顺势加大能效 1 级产品布局，升级自身产品结构。其中，能效 1 级产品占比达到 20.7%，而这一数字在 2015 年仅为 8.1%。

从企业端来看，格力越过能效 2 级，直接加大能效 1 级产品布局，随后空调市场第二梯队的品牌也快速跟进。奥维云网（AVC）预测，2017 年，空调市场将继续延续这一

趋势，产品结构将呈哑铃式布局。一方面，企业将继续扩大能效 1 级产品占比，抢占一二线城市更新需求的市场；另一方面，能效 3 级产品在三四级市场将继续冲量。

销售渠道深度变革

从销售均价来看，2016 年，家用空调零售均价较 2015 年未出现明显提升，但线上和线下均价都有一定幅度的上涨。导致这一现象的原因，是线上空调销售占比进一步提升，而线上与线下销售价格存在一定的价差。2016 年，家用空调线上零售量占比达到 19.3%，零售额占比达到 14.8%。

值得注意的是，这一比例在 2017 年将进一步提升。奥维云网（AVC）预测，2017 年，家用空调线上零售额占比将突破 20%，零售量占比将突破 25%。随着互联网，尤其是移动电商的快速发展，线上消费群体快速扩大，淘宝、京东、苏宁易购不断加大农村电商的布局，村淘、京东帮、易购服务站覆盖区

域不断加大，空调电商市场销售占比将进一步扩大。

市场洗牌加快汰换

自 2015 年以来，家用空调市场竞争持续加剧，逐渐进入抢占存量市场份额的“白刃战”，市场增量需求乏力，品牌间形成“此消彼长”的竞争态势。格力、美的的市场份额逐年增加，2016 年，这两大空调品牌的市场占比已经合计达到 67.3%。线上渠道则形成奥克斯、格力、美的三足鼎立的局面，这三个品牌的线上市场占比合计达到 56%。由于线上市场规模持续提升，给品牌竞争提供了新的战场，甚至可能影响 2017 年空调品牌销售规模的位次排名。

消费结构发生质变

增量市场向存量市场转化的最大特征，就是更新需求占比逐渐成为空调市场主流需求，一二线城市购买力逐渐回暖。当消费者再次购买空调时，对产品的舒适性、能效

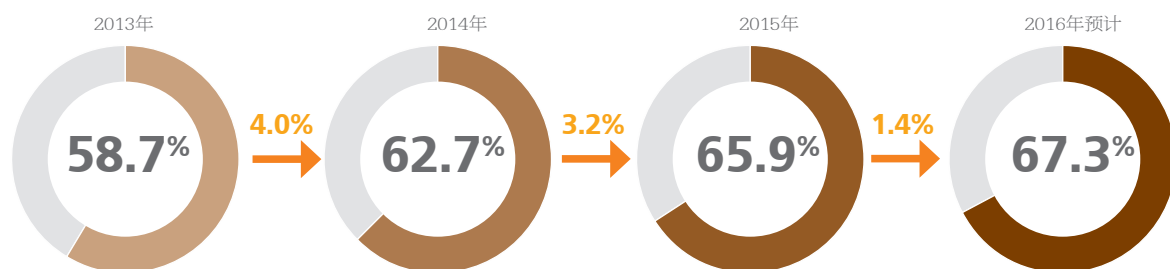
及外观上的诉求也明显增加，而价格因素的影响正在逐渐减弱。

市场需求带动产品升级，供给侧的调整又不断拉升消费者的品质追求，市场从简单的拼成本、拼价格向讲品质、追价值转化，价值战取代价格战成为 2016 年被提及最多的热词。激烈竞争后，产品及服务品质将成为空调企业持续发展的原动力。

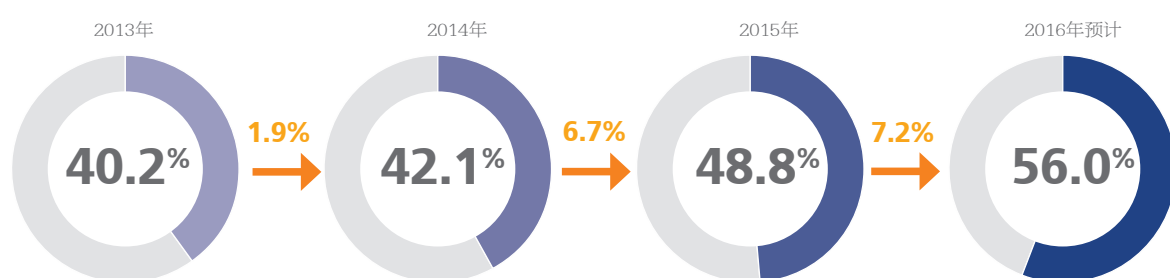
2017 年空调市场旺季开盘表现虽然比较抢眼，但这并不能说明什么问题，毕竟处于空调市场销售的淡季。奥维云网（AVC）预计，2017 年，空调市场将相对平稳，零售量为 4722 万台。随着高能效产品比重加大及原材料、人工成本上涨等因素影响，空调的销售均价还将进一步提升。此外，空调电商销售规模占比平缓加大，电商渠道下沉及 O2O 模式的推广将为电商带来新一轮的流量导入，渠道格局将继续变化。

AVC 奥维云网 刘大任

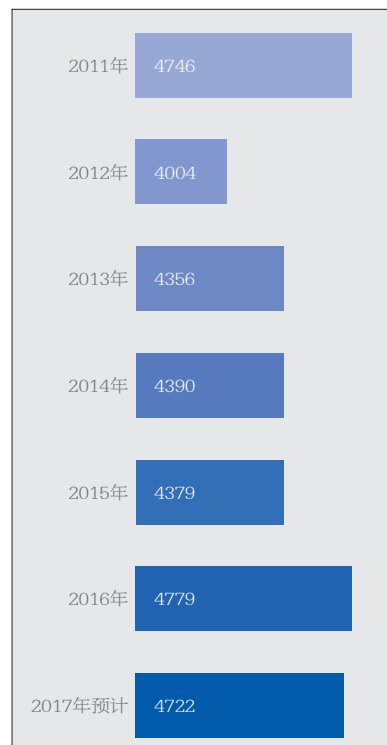
空调整体市场 TOP2 品牌销额份额历年情况



空调电商市场 TOP3 品牌销额份额历年情况



空调销量规模走势



能效：1级

类型：变频

制冷量：7200（900~8900）W

制热量：9600（900~11500）W



海尔空调SKFR-72LW/08FAA21AU1

该产品通过蝶翼导风板设计，在艺术化柜机上实现健康匀风；通过2个蝶翼导风板位置变化，实现匀风功能的开启与关闭；通过两侧的蝶翼导风板引流，提升风量及出风口温度。



美的智能王变频挂机空调

季节能效比（SEER）：5.48

APF：4.80

额定制冷功率：615W

额定制热功率：1290W

能效等级：1级

该产品颠覆家用空调传统造型，采用创新外观；通过红外传感器、温湿度传感器、光敏传感器等，检测环境、人体状况和使用场景（睡眠和非睡眠），以满足人体舒适度为目的，自动调节房间空气温度、风量、风向等参数。该产品具有远场语音控制、用户使用习惯学习，使用便利。



格力领御空调柜机

APF：4.0

能效等级：1级

额定制冷量：7210（1400~10000）W

额定制热量：9610（900~13400）W

格力领御空调柜机配有3个涡轮离心风机，上下双出风口设计，实现淋浴式制冷、地毯式制热，创造均衡温度场，提升舒适感；采用全新高效三缸双级变容压缩技术，低温制热量大幅提升，高温制冷提升效果明显，APF达4.0，1级高能效运行，舒适与节能完美配合。



奥克斯倾城空调

奥克斯倾城空调采用艺术化外观，以古典艺术卷轴为设计原点，运用广州塔（小蛮腰）设计比例，古典与现代完美融合；可视化PM2.5技术，安装日本进口夏普专业检测模块监控空气质量；采用极速冷热技术，实现30秒20℃冷风喷出，1分钟40℃暖风喷出。

APF能效比：3.89

制冷量：7200（950~8700）W

制热量：9500（950~11000）W

适用面积：33m²~48m²

在AWE2017上，华帝将围绕“智慧厨房 预见未来”的主题展开。

耕耘智能厨电，坚持高端战略

携手代言人黄晓明，华帝与未来厨房同在 AWE

Vatti Displays a Future Kitchen at AWE

“炫酷”“科技”“智能”……这些看似与厨房家电并不贴切的词，都能在华帝智能厨电上有所体现。据华帝股份董事长潘叶江介绍，华帝在AWE2017上为消费者带来最新最炫的科技新品，将未来厨房带到人们面前。在AWE2016时，代言人黄晓明曾为华帝振臂高呼。据透露，在AWE2017上，黄晓明会来到展位，亲身体验华帝的智慧厨房，并与到场观众进行亲密互动。

预见未来的智慧厨房

智能，是目前所有家电品类都在力图尽快攻克和迫不及待实现的一环。在厨电行业，企业围绕智能的布局并在少数。在AWE2017上，华帝更是将展位围绕“智慧厨房 预见未来”的主题展开。潘叶江说：“华帝会携新推出的行业最高端的几款智能厨电亮相，并以整体厨房的设计布局，让消费者实实在在体验智慧厨房所带来的非凡体验。”之所以选定该主题，在于这契合华帝定位高端智能厨电的战略布局，同时，智能化也是行业发展的一个大势。

AWE2017上，华帝携魔碟灶、魔镜V2烟机、魔箱蒸烤一体机三大重磅新品，以及消毒柜、热水器、净水器、整体橱柜等新品集体亮相。潘叶江提前透露了这些新品的亮点。从名字就可以看出，这些产品充满“魔性”，不同凡响。

据介绍，魔碟灶采用行业首创飞碟式翻转炉头，增程式悬浮上进风燃烧器，让火焰更稳更有效。“这款产品重新定义了灶台空间，让面板与橱柜台面融为一体，增加置物空间。”潘叶江说。“此外，该产品还具有全方位安全系统，可视高温安全提醒，警示图标随面板变色，贴心安全看得见；自动熄火保护装置，如遇意外熄火，会自动切断气源，提高点火安全性；五挡精控系统，精确对应不同烹饪方式，下厨更简单；全触摸智能控制，高清电子动态显示屏，便捷烹饪随心享受；双边独立定时，0-120分钟超长定时，左右炉头独立操作灵活分配烹饪时间，安全省心有保障等特点。”

记者发现，华帝最新的吸油烟机——魔镜V2将智能体现得淋漓尽致。魔镜V2具有智能厨房空气管理系统，集成智能中央处理器和高性能微电脑CPU，实现精确控制烟机和智能吸排油烟。值得一提的是，该产品的语音控制系统再次升级，识别人声更加准确，颠覆传统操作模式，从此解放双手，150°超广角声音采集，不会遗漏用户的每一个指令。此外，为了解决吸油烟机难以清洗的痛点，魔镜V2采用创新的易清洁设计，结合智能清洗监测，可以监测吸油烟机洁净状况，及时启动清洁提示，并自动进行蒸汽风轮进阶式清洗。从魔镜V2超大的液晶屏就能看出，这款产品的科技与众不同。据介绍，魔镜V2液晶屏可视角度高达160°，内置的蓝牙Hi-Fi音响，可以让厨电生活有声有色，即使下厨也能尽享视听盛宴。

在智能化应用方面，除了魔镜V2，华帝还为消费者带来魔箱蒸烤一体机。蒸烤一体机，顾名思义，该产品兼具蒸箱和烤箱的组合功能，可以满足不同烹饪需求，减少占用厨房空间。在蒸制方面，该产品智能一键蒸享，专利弹压式注水，无需开门直接加水，有效防止热量流失；在烧烤方面，多维度全能烘烤，3D立体烘焙，6D烘焙模式，中文模式显示尽享轻松，满足不同烘焙食物要求，一键式专业解冻，有效节省时间。

值得关注的是，曾经在某电视节目中担当评委团的智慧担当——机器人小V也将来到华帝展馆，为消费者展示华帝人工智能。记者清楚地记得，在那个节目中，华帝人工智能机器人小V不仅能通过声纹识别功能猜评蒙面唱将，还能像人一样与明星嘉宾进行互动交流，强大的语音识别及数据分析以及和明星猜评团的插科打诨都让全国观众甚是惊艳。

与AWE共进同行

近几年，AWE如同攀登高峰一般，步步向上，华帝也见证了AWE的快速成长。潘叶江直言：“作为AWE的老朋友，我们看到了AWE这几年来影响力不断扩大。无论参与的企业，还是现场参观的观众都越来越多。历届AWE都能锁定行业发展方向，各一线品牌企业都在其中展示最新最高科技的产品和最前沿的生活理念，AWE可谓是中国家电行业的风向标。”

在AWE不断成长的同时，华帝也收获了不少。潘叶江，通过参加AWE，华帝增加了品牌的曝光率及与消费者的见面率。同时，AWE也是华帝了解行业新技术、新理念的一个窗口和交流平台。“我希望，未来AWE可以成为具有较大国际影响力的大平台，让世界各国众多的品牌在此同场竞技，让更多的消费者、商家关注和参与进来。”他说。（尚海龙）



潘叶江
华帝股份董事长



华帝在本

届AWE上为消费者展示了最新最炫的科技新品，将未来厨房带到人们面前。



让企业拥有物联网的力量!

云智易

THE IOT PLATFORM
物联网云平台

展位号: E2 3F81

超过1400家企业选择了云智易



GE
照明



KARCHER
makes a difference

OSRAM

仲利®地产

FOTILE 方太



CIMC 中集



上汽集团
SAIC MOTOR



www.xlink.cn
400-042-4009

天 更 蓝 水 更 清 人 更 爽

DONPER

国家 科学技术 进步 二等奖

迷你变频 技术引领



黄石东贝电器股份有限公司

地址: 湖北黄石经济技术开发区金山大道东六号 邮编: 435000 邮箱: mayp@donper.com
电话: 0714-5416688 传真: 0714-5415588 网址: www.donper.com

探索厨房乐趣，构建智能场景

老板电器打造“穿越食空”之旅

Robam Delivers a Culinary Philosophy through its Exhibition

AWE2017上，老板电器对品牌和内涵继续作延伸，围绕“穿越食空”为主题，展示“厨房是宇宙的中心”的理念。

犹记得在上一届 AWE 上，为了探索乐趣横生的厨房小宇宙，老板电器带领现场观众来了一场“发现食空”之旅。AWE2017 上，老板电器则对品牌和内涵继续作延伸，围绕“穿越食空”为主题，展示“厨房是宇宙的中心”的理念。这也是老板电器坚定对探索“厨房乐趣”“厨房爱的味道”等方面的一个体现。

打造“穿越食空”之旅

对现代人来说，厨房的存在已不仅是为了果脯，还蕴含着生活的温度。与盘碗杯碟的碰撞，与柴米油盐的接触，切削剥剥、煎炒烹炸则激发着食物能量。由食物出发管理身体健康，这一切都充满了无限的可能和乐趣。AWE2017 上，老板电器展开了一场“穿越食空”之旅，会上，老板电器发布了第四代大吸力吸油烟机，展示了采用 ROKI 的全系产品、老板电器智能生态圈和绿色生态圈，并带来了拥有全新服务的小 R 管家。

老板电器副总裁何亚东接受记者采访时说：“改变厨电冰冷的形象，通过情感联系、品牌文化塑造与消费者产生共鸣，跨越果腹的基本需求，朝着无限可能与乐趣迈进新的生活方式、升级生活态度与改善生活品质，这是我们想通过‘总有食空等你穿越’主题传递给消费者的厨房文化。为了传递这个理念，老板电器通过展示整体设计风格，搭建如食空一般穿越其中的场地，让到场的人体现到老板电器的主题，从发现到探索的过程。”

与“美食”的跨界合作，老板

电器已经非常深入。老板电器一直强调“美食”在厨房的重要性。“‘美食’是连系烹饪者与厨房的重要基础，从美食到情感诉求、从情感到消费诉求，通过层层维系增强老板电器的用户粘性。”何亚东说。

智能化进阶之路

AWE2017 上，老板围绕“第四代大吸力吸油烟机”“总有食空等你穿越”“美食”“智能厨房生态”等方面展开。其中，“第四代大吸力吸油烟机”的推出，是老板开年重头戏，该产品具备革新行业的“2 倍风压大吸力”。何亚东说：“从吸油烟机在厨房的地位来看，吸油烟机‘大吸力’无疑是提升厨电品质的重要指标，只有在不断升级和强化‘大吸力’的基础上，才能做好其他细节的创新。因此，第四代大吸力油烟机是我们产品升级、技术升级的体现，也是全行业领先的表现。”

从 ROKI 智能烹饪系统的推出，到智能制造的贯彻，智能化是老板电器研发的重要方向。而“智能”也是老板电器此次 AWE 展示的重要内容。老板电器智能化正走在进阶之路上。AWE2017 上，老板电器继续聚焦“智能”，但与往年不同的是，智能化成果更多的是以场景展示出来。

何亚东表示，老板电器“智能”产品系列不可或缺的是 ROKI 智能烹饪系统。ROKI 是以“以烹饪为入口”的智能化系统。“ROKI 不仅是老板厨电品类的智能中枢，我们要打造以 ROKI 为中心的智能化厨房，意味着这个系统是朝着更高层次的

研发与发展思路来做的，其他厨电品牌都能够加载这套系统，用这套系统打造更高质的智能化厨房。”在 AWE2017 上，老板电器展示出的 ROKI 智能系列产品，无论是烹饪导航、厨电管理、厨艺交流还是售后服务，均可通过 ROKI 智能烹饪 APP 实现，用最便捷的操作方式实现厨房智能化升级。

从智能制造、产品智能化到智能厨房生态的搭建，老板电器每一步都是扎实牢固的，这也是老板电器要自内而外的与同行拉开距离的发展部署。除了在研发与制造方面做出不错成绩，老板电器的品牌与市场也紧随而至。据何亚东介绍，2016 年，老板电器实现营业收入 58.49 亿元，同比增长 28.73%；实现营业利润 13.47 亿元，同比增长 41.36%。

AWE 不仅是风向标

AWE2017 是极具行业前瞻性的展会，从近年来规模发展来看，俨然已经成为全球关注的家电及消费电子领域的大展。AWE 近三年的主题也非常贴近厨电行业趋势，给予厨电行业发展指导性的帮助。何亚东说：“近年来，AWE 从‘节能高效’‘智能化’‘绿色家居’等方面着手，都踩在趋势的‘风口’上。因此，AWE 不仅仅是行业的风向，也标逐渐成为行业展示品牌、产品、市场价值等方面的‘竞技场’，‘风暴’席卷全球。”

记者从采访中了解到，老板电器近几年的发展思路以及对趋势的判断与 AWE“神似”。从 AWE2014



何亚东

老板电器副总裁

提出“关爱环境、享受生活”，老板电器已经着手于“绿色厨房生态”的建设，从厨电产品到 CCS 中央净化系统，自内而外地贯彻“绿色生活”的理念。

谈起 AWE 在家电行业扮演角色的变化时，何亚东表示：“从‘行业聚焦’变为‘行业风向’，再到如今的‘行业平台’，实际上 AWE 的功能与影响力正在发生改变，向全球家电专业展的大平台转变。因此，所有家电及消费电子领域的企业都会向其靠拢，实现品牌价值。”

对于老板电器而言，AWE 已是老朋友了，是每年必参加的一个重要展会。何亚东认为，参加 AWE，对企业品牌建设、市场推广、行业交流等方面都有一定的帮助。“未来，希望能够通过 AWE 进一步拓展国内市场，渗透到海外消费中。同时，在展会中行业企业可以相互学习，促进行业更优良的商业氛围和合作共赢。”（李曾婷）

AWE

点触智能
Dots Intelligent Technology Co., Ltd

智能家电人机交互系统，简称智能家电HMI,是智能家电物联网连接人、设备、网络、服务等核芯部分，是指将家电通过触摸显示、语音交互、图形识别等方式，结合前端各种传感器输入和后台中心数据处理，为用户提供便捷式、开放式、个性化、网络化的物联网人机交互方式。



智能家电HMI解决方案提供商
Intelligent home appliances HMI solution provider

办公地址：南京市江宁经济开发区秣周东路9号中国无线谷A2栋
工厂地址：南京市江宁经济开发区燕湖路189号
邮编：211100
联系电话：86-2-52098110/52098022 传真：86-25-52098021
邮箱：sales@njdti.com 公司网址：WWW.njdti.com



GMCC
用芯创造未来



环保冷媒 绿色低碳
Environment-friendly refrigerant
Go low-carbon and green



全线产品 广域应用
Full range of products available
with wide applications



节能变频 精确控温
Energy-saving inverter and
precision temperature control



低振低噪 静享舒适
Low vibration and low noise - A
pleasant and soothing environ-
ment

为世界提供家电核芯解决方案

Home Appliances Core Solutions for the World

GMCC联动家电产业链条，为其提供环保、节能、高效的环境空气调节技术解决方案，让电器能效与环保两全其美，公众同享绿色之魅。



关注官方微信
制冷科技 一描直达

将关爱融入产品，方太持续关注智能

With More Care Put into Products,
Fotile Continues Commitment to Smartness

方太希望告诉消费者，方太的每一款产品，其实都是妈妈的时间机器，都充满了对家人的关爱。



孙利明

方太集团副总裁兼首席品牌官



方太以AWE为舞台诠释了对智能厨房和产品的最新理解，展示创造更美好生活的产品理念。

2017年3月9~11日，在上海新国际博览中心，方太以AWE为舞台诠释了对智能厨房和产品的最新理解，展示创造更美好生活的产品理念。方太集团副总裁兼首席品牌官孙利明给记者独家介绍了方太在AWE2017的展示情况以及与AWE的“不解之缘”。

记者：方太在AWE2017上将做怎样的展示？

孙利明：在AWE2017上，方太以“妈妈的时间机器”作为主题概念进行展示和传播。方太将阐释“唯有将关爱之心融入产品，方能真正创造更美好的生活”的理念，传递因爱伟大的品牌主张。方太希望告诉消费者，方太的每一款产品，其实都是妈妈的时间机器，都充满了对家人的关爱。选定“妈妈的时间机器”作为主题是因为它能够完美呈现方太新品。

记者：方太为AWE2017的现场观众和代理商带来哪些新产品、新技术？

孙利明：方太这次在AWE上会以“时间机器”的概念来展示发布一系列新品：Q5水槽洗碗机、御厨智能套系、灶具以及热水器。其中，Q5水槽洗碗机以及御厨智能套系将作为方太这次参展的主推产品。Q5水槽洗碗机能够节省清洗时间，为妈妈的梦想制造时间；御厨智能套系能够四面八方不跑烟，让下厨成为享受；电蒸箱能用30分钟的功夫，蒸出30年的功力，超越烹饪时间；热水器则具有时间的流速，能与舒适度成正比，新一代热水器给妈妈更多美丽生活时间。

记者：方太在智能产品层面有那些积累，2017年又有哪些动作？

孙利明：智能是时代潮流。方太努力实现在AWE上持续引领智能厨电潮流。AWE2017，方太的智能化产品继续沿袭实用为本的调性，并在技术上更进一步。例如，在御厨智能套系上，方太率先实现个性化的智能菜谱。除了各烹饪设备原有的智能菜谱，用户还可以编辑上传自己的智能菜谱（用于保存为个人菜谱，供家庭成员使用；或上传为达人菜谱，供所有使用方太智能产品的用户使用）。该功能可以理解为：用户购买的方太智能产品为一台活的产品，会有源源不断的智能菜谱被用户分享出来，供其他用户使用；当用户怀念家人做的菜的时候，也可以让家人录制菜谱，分享给其使用，随时随地烹饪出妈妈的菜的味道。

记者：您如何评价AWE？AWE在家电行业发展中扮演着怎样的角色？

孙利明：作为比肩IFA和CES的中国家电行业顶级盛会，AWE在业界的影响力越来越大，如今的AWE已经成为家电行业的风向标。AWE在家电行业发展中扮演着“前沿阵地”的角色，是中国家电及消费电子行业和世界巅峰对话的舞台。

凭借技术引领、产业创新、行业聚焦、展会规模、办展水平等方面的突出表现，AWE已成为全球市场竞争最活跃、最具创新意识的盛会。方太是AWE的常客，在这里我们展示独一无二的产品，检验技术创新的方向，并发现那些隐藏在深处的消费升级潮流。（尚海龙）

全球部署的 企业级物联网云平台



嵌入式代理



云服务



应用程序库

创造更好的智能生活体验

助力制造商发现新的价值



AWE



上海新国际博览中心E2展馆 D06



- ▶ 安徽万朗磁塑股份有限公司始建于1999年，历经多年的稳步发展，已成为国内规模、品质、产业链布局、研发实力领先的家电配套企业，业务范围涵盖高分子材料、磁性材料、门封、模具、设备、模块化组件等全产业链的研发与制造。
- ▶ 聚焦主业，适度多元。万朗准确把握家电主机厂配件业务模块化的行业机遇，在冰箱磁性门封业务基础上，积极拓展吸塑件、模块化组件及硬挤出件等业务模块，拓展企业的业务范围，进一步提升企业的经营规模和市场竞争力。



模块化
组件



节能门封
设计



改性环保
材料



微信扫一扫



国家级合肥经济技术开发区
民营科技二园 汤口路678号



+86 551 63829988



www.higa2025.com

家电行业一
能耗与成本问题专家



中国家电及消费电子博览会
APPLIANCE&ELECTRONICS
WORLD EXPO

**2018, WE ARE
STILL HERE**

2018年，我们依然在这里

上海新国际博览中心