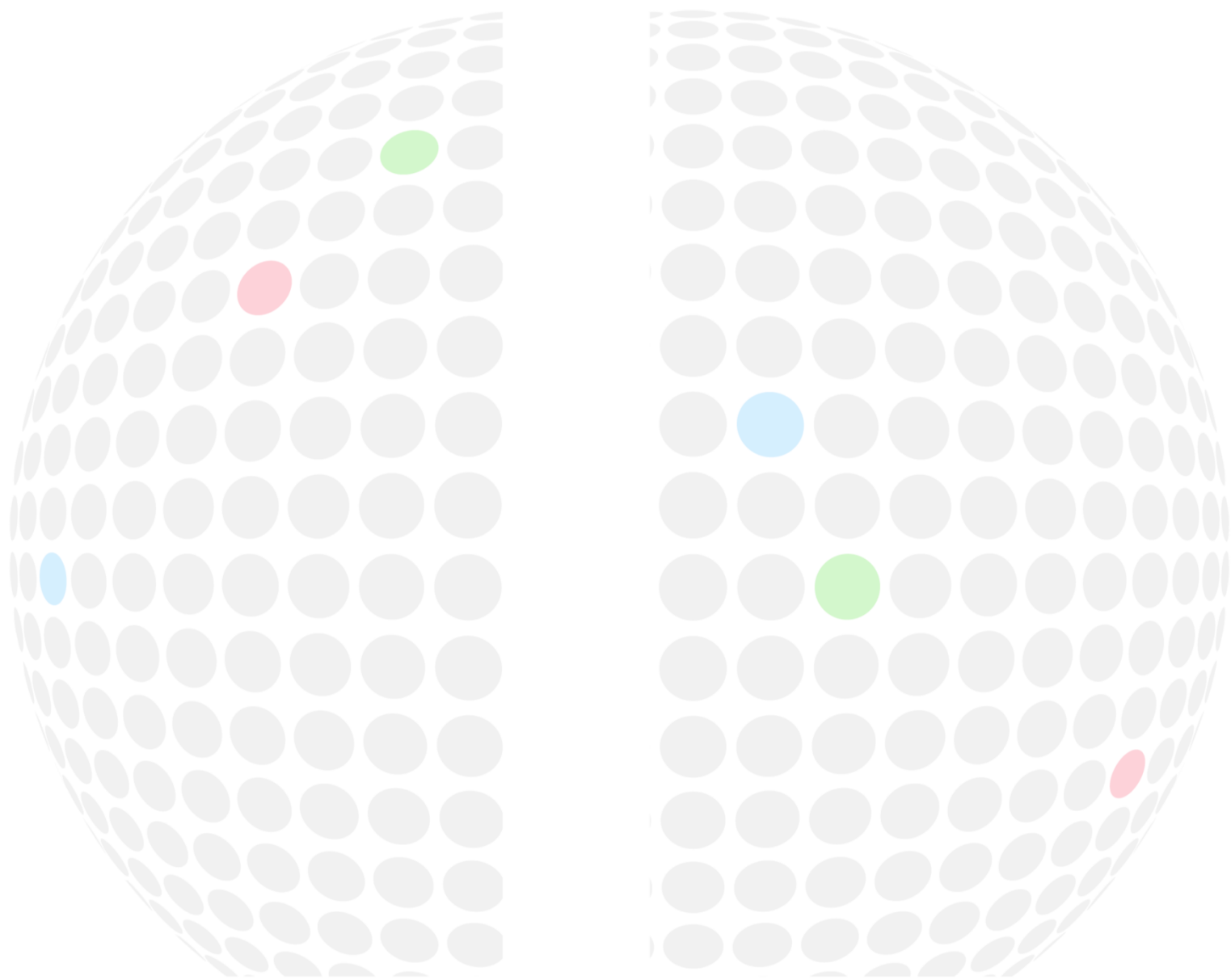




中国家电博览会——上海2014

展会报告

REPORT



第十三届中国家电博览会—上海 2014 (Appliance World Expo-Shanghai 2014, 简称 AWE2014) 于 2014 年 3 月 18-21 日在上海新国际博览中心完美收官。

AWE2014 作为家电行业最为关注的年度盛事,以空前的规模聚集了 500 多家国内外家电主流厂商,共吸引 500 多人次媒体记者、8.2 万人次观众到现场参观。AWE2014 以尖端科技产品和智能生活理念展现消费升级的需求;以新品荟萃的企业发布会和精彩纷呈的配套活动体现行业转型升级的最新成果;以多位明星的现场亲临和中央及地方卫视媒体的关注报道证实了家电智能化在新一波工业浪潮中不容忽视的影响力;以爆棚的论坛人气及现场穿梭的人流印证着 AWE 的超高人气!AWE 已跻身与 CES、IFA 并肩的国际三大家电展。

一、完成既定目标 跻身全球家电展三甲

由中国家用电器协会主办的中国家电博览会,在发展之初就制定出宏远的发展目标,要将 AWE 办成国际一流的家电展,成为与 IFA、CES 并驾齐驱的全球三大家电展会,经过 AWE2014 的成功举办,无论从展会规模、展出水平上,都初步达成了这一目标。

AWE2014 展示面积 6 万平方米,较上届增加 30%,参展企业数量超过 500 家,较上届增长 20%。国内外知名品牌悉数到场,共同见证这场家电产业革命中的里程碑式的展会。

AWE2014 共分为四个展馆：“消费电子及高端综合类展馆”展示了包括智能电视、多媒体家电、娱乐电器、高端家电、国际名品家电等；“白电及零配件展馆”展示了包括白色家电、核心零配件、新材料及配套设备等；“厨房电器及小家电展馆”展示了厨房电器、卫浴电器、太阳能电器、生活电器、取暖电器、个人护理电器、工业设计等；“环境及健康家电展馆”展示了家用空调、空气净化器、净水电器、清洁电器、保健电器等产品。

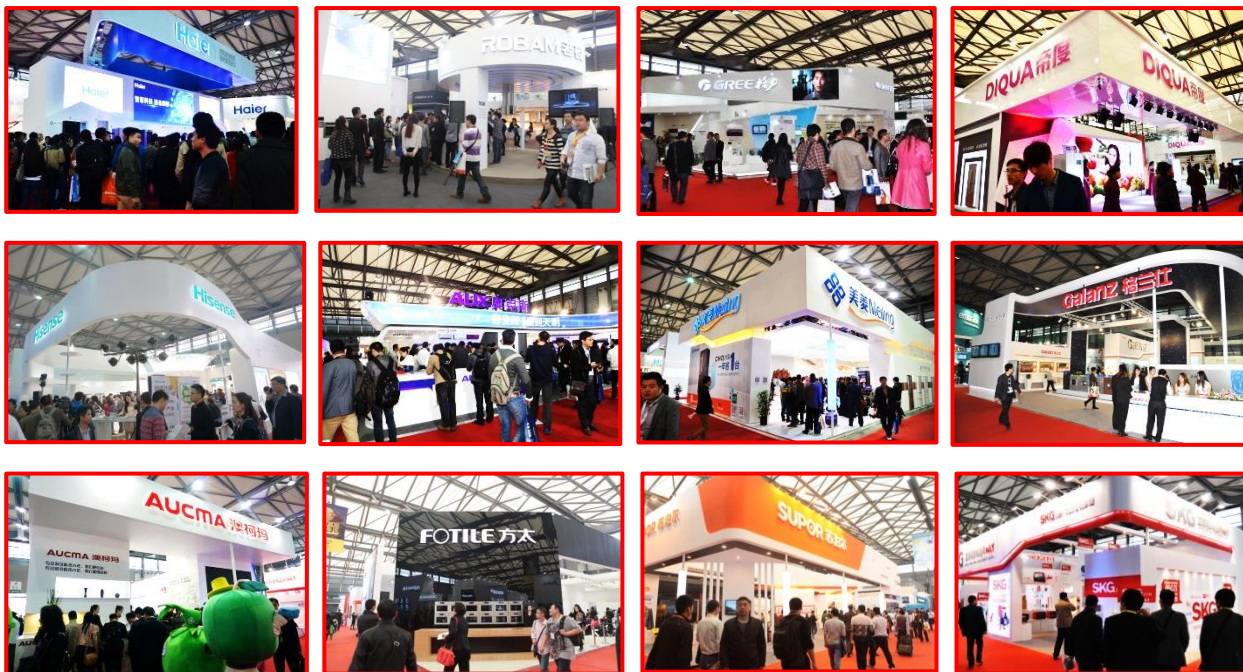


2014 年是 AWE 开启国际化的元年，AWE 的品牌集聚程度、全球化程度、企业重视程度都达到了一个新的高度，三星、LG、夏普、博世、西门子、松下、日立、惠而浦、大宇、A.O.史密斯、阿里斯顿、3M、凯驰、iRobot、JURA、SONIQ、Nilfisk、Vorwerk、Austin、Omega、Solis、沃拿多、SONGSAN、LAURASTA、韩国酷晨、EGO 等众多全球品牌亮相 AWE2014，其中三星、LG 的展位面积都超过了 700 平方米——国际著名展会中，标志性的大面积展场体验区也已出现在 AWE2014 上。

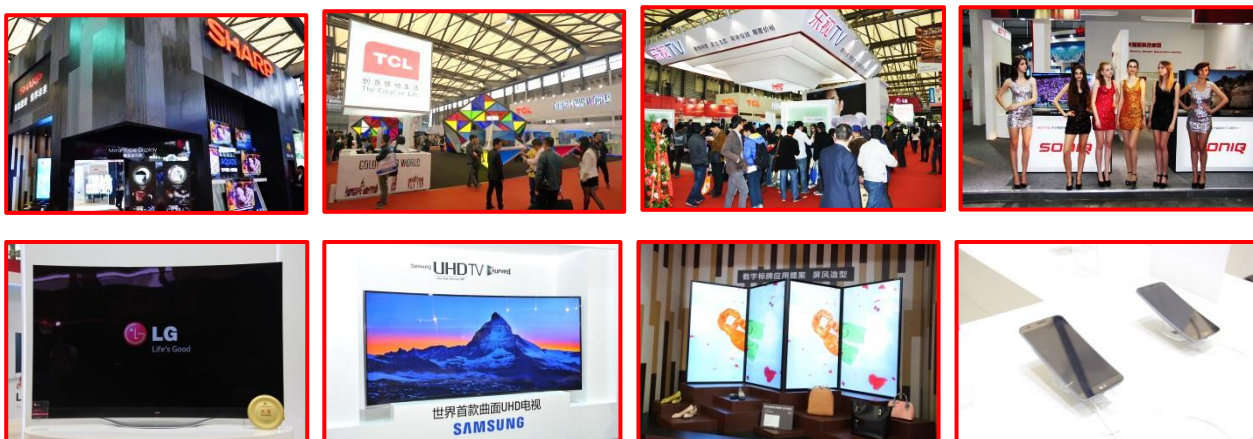


在外资品牌十分抢眼的同时，海尔、美的、格力、TCL、乐视、合肥三洋、海信、奥克斯、美菱、格兰仕、澳柯玛、新飞、奥马、SKG 等综合家电品牌，方太、老板、万和、万家乐、苏

泊尔、九阳、能率、斯宝亚创、太阳雨、力诺瑞特、搜狐家居、格美淇、美大、奥荻莎、阿诗丹顿、美依、简氏依立等小家电品牌，以及恩布拉科、加西贝拉、EGO、GMCC 美芝等核心零配件品牌悉数到场，用更大更完美的体验区来展示家电为消费者生活带来的新体验。



AWE2014 展出了当前家电行业最前沿的技术新品，以曲面电视、大屏幕、超高清等为代表的国际顶尖消费电子产品均是首次在国内亮相。特别是全球消费电子领军企业三星与 LG 以 UHD 展开的擂台赛成为一大亮点，加之 TCL、夏普、乐视、澳洲 SONIQ 等众多黑电企业的参展，打破了 AWE 白电当家的惯例，充分证明 AWE 已经成为国际电子企业认可的展示平台。



以空气净化器、净水电器为代表的健康及环境类家电因关注民生、紧贴市场引发行业广泛关注，成为企业参与积极性最高的品类，品牌数量与展示面积较去年增长了 4 倍，成为 AWE2014 最受关注的热点之一。环境改善类家电首次以 15000 平米展示区域独立成馆，A.O.史密斯、美的、格力、三星、LG、沁园、安吉尔、开能、艾波特、三菱丽阳、滨特尔、莱克、Austin、凯芙隆、世保康、沁尔康、艾波特、浩泽、CADO、力诺瑞特、伊美特、水立方、伊美特、Purerrains、

Luftmed、清润、恒智等众多专业环境电器及综合家电品牌携其年度新品亮相展场。环境保护部环境保护对外合作中心和中国家用电器协会在展会同期举办“环保低碳空调展”，重点突出行业的环保低碳理念，展示产品全部为采用环境友好的天然制冷剂房间空调器和压缩机产品。



二、 引领大互联趋势 挖掘智能消费需求

如今家电行业正面临着全新的跨界竞争，互联网与智能控制的不断结合，日益影响着家电业的发展。身处互联网时代，“大互联”已经成为家电行业特点和探索方向，这一新趋势在 AWE2014 上得到了充分的展现和印证，传统家电制造业拥抱互联网的脚步，第一时间全部展现在行业和市场面前。

AWE2014 展出新品超 2 万件，均前所未有的呈现出拥抱智能的大潮，智能电视、智能空调、智能冰箱、智能洗衣机等产品一应俱全，甚至连电水壶、空气净化器、吸尘器都可以通过智能控制，手机移动端、互联网云端、电器产品端等高度互通的画卷在 AWE2014 充分展开，各企业更注重如何打造整体的智能化生活方式，构建智能产业生态圈，拉开了智能家电蓬勃发展的大幕。

借助 AWE2014 的平台，众多企业推出智能化战略和产品：三星展出可以用 WIFI 控制的滚筒洗衣机，开启“智能洗衣时代”；LG 搭载 webOS 系统的电视产品，能够实现与其他设备的连接，并可以远程遥控；海尔集团发布其智能化发展战略——U+智慧生活操作系统，可以实现所有智能家居终



端的互联互通；帝度全球设计论坛则聚焦大互联时代家电产业工业设计的发展趋势；美的集团开启全品类产品智能化进程，用户家里的各类电器都可以基于智能平台互联互通；美菱在 AWE2014 期间发布移动互联终端控制的智能冰箱；TCL 集团发布了以用户为中心的“双+”转型战略，从经营产品为中心转向以经营用户为中心，以互联网思维规划智能产品和服务。

不仅大家电智能互联动作频繁，AWE2014 展出的小家电也是智能成风。西摩电器的小智电水壶不仅实现了手机对产品的遥控，还将用户对水壶的不同需求灵活组合，提供 18 种烧水模式；艾美特 APP 直流变频风扇，可以通过手机蓝牙直接遥控，或利用智能手机的 APP 设置私人专属凉风；科沃斯擦窗机器人“窗宝”是全球第一款自动擦窗机器人，可感应窗户尺寸从而自动制定清洁路线。



甚至零部件企业产品也实现了智能化，压缩机企业恩布拉科推出的新一代制冷解决方案 Wisemotion 智驱，是全球首个家用线性无油压缩机。

三、全方位服务行业 精彩活动汲取行业智慧

大互联时代对制造业带来的变革，不仅是智能家电的出现，更是对家电产业生态模式的颠覆，在转型升级的关键时期，如何用大互联的思维对企业创新再造，是 AWE2014 的多个配套活动极为关注的焦点。

AWE2014 期间举行了一系列配套活动，包括第四届“中国家电发展高峰论坛”，首届“中国环境及健康家电发展高峰论坛”、“2014 年中国家电产业渠道商大会暨‘艾普兰奖’颁奖典礼”以及“2014 年中国智能家电创新论坛”。

3-1-1. 第四届“中国家电发展高峰论坛”

当前移动互联、大数据、云计算这些互联网技术的快速发展，已影响到了社会经济生活的各个层面。第四届中国家电发展高峰论坛顺应行业发展趋势，确定了“拥抱变化，剑指大互联”的主题。

本次论坛上，中央电视台特约评论员杨禹针对刚刚落下帷幕的“两会”最新政策对家电行业的影响进行了剖析。京东集团 CMO 蓝烨带来了以“互联网思维重构企业价值链”的主题演讲，深入剖析了互联网思维在企业发展中的作用。TCL 多媒体 CEO 郝义分享了他心目中的中国家电转型之道——NU 变革。LG 电子大中华区副总裁李相龙则在主题演讲中分析了国际品牌如何定位于创新互联时代下的中国市场。



到场的家电企业高管还围绕智能家电以及互联网时代的品牌营销展开了两场激烈的“论战”。夏普商贸（中国）有限公司副总裁穆刚、乐视 TV 高级副总裁彭钢、美的智慧家居研究院院长李强、澳洲 SONIQ 声光智能科技集团海外市场总裁 Dominic Neo、北京奥维市场咨询有限公司总裁喻亮星围绕智能家电展开讨论；在围绕互联网时代品牌营销展开的讨论中，三星白电营销总经理谢辉、博世西门子家用电器（中国）有限公司副总裁王伟庆、海尔集团白电副总裁孙京岩、合肥荣事达三洋电器股份有限公司副总裁章荣中、杭州老板电器股份有限公司副总裁赵继宏成为座上宾，互联网大潮下的思维碰撞值得业内深思。

3-1-2. 首届“中国环境及健康家电发展高峰论坛”

首届中国环境及健康家电高峰论坛由中国家用电器协会主办，中央电视台广告经营管理中心、《直饮水时代》、中国家电网共同协办。本届论坛以“智策环保、绿赢天下”为主题，汇集了来自行业内的多位企业家和专家。

A.O.史密斯中国区总裁丁威和夏普中国有限公司董事总经理酒井功等家电企业和电子商务渠道企业进行了主题演讲，从各自不同的视角分享了企业如何面对环境及健康家电这一新兴领域，



京东集团副总裁闫小兵从渠道变革角度为环境及健康家电的发展出谋划策。

沁园集团股份有限公司副总裁叶秀友、美的生活电器事业部国内营销公司总经理马刚、3M 中国有限公司总经理罗智明、深圳安吉尔饮水产业集团有限公司副总裁孔娜、广州市艾波特净水设备有限公司总裁曹刚、加多宝品牌策划人谢伟山、三星（中

国）投资有限公司营销总经理谢辉、LG 电子家电总经理王全文、奥维营销咨询公司总裁喻亮星、江苏恒智纳米科技有限公司董事长程幼章、北京亚都环保科技有限公司副总裁刘大勇分享了对于高端化、智能化的理解并探讨了这些变化为环境健康家电产业带来的机遇和挑战。

3-1-3. “2014 年中国家电产业渠道商大会暨‘艾普兰奖’颁奖典礼”

“2014 中国家电产业渠道商大会暨 ‘艾普兰奖’ 颁奖典礼” 由中国家用电器协会与咨询机构奥维咨询 (AVC) 共同举办, A.O.史密斯特别支持。



此次渠道商大会,邀请了来自政府机关、研究机构、行业协会、家电制造商以及传统大连锁、区域家电连锁、专业经销商、商超百货、电商等各类家电渠道商代表近 700 人。中国家用电器协会理事长姜风、著名经济学家王小广、A.O.史密斯 (中国) 公司总裁丁威、奥维咨询 (AVC) 董事长喻亮星、中国 O2O 大会秘书长韩梅、夏普商贸中国有限公司副总裁穆刚、江苏汇银电器董事长曹宽平、日日顺总经理李华刚、兴隆大家庭总经理王喜东、合肥荣事达三洋电器股份有限公司总裁章荣中、方太集团副总裁孙利明、重百集团总经理胡宏伟、银座电器总经理张欣、奥马电器副总裁姚友军、中国家电网主编吕盛华等嘉宾参与了主题演讲和对话环节,在线上与线下融合成为传统大连锁一致选择的大背景下,与会嘉宾以深入探讨了家电渠道业态在新的历史时期的转型方向与变革特点,并对消费需求的变化做了重点探讨与关注。

同时,具有“中国家电奥斯卡”之称的 2014 年度“中国家电艾普兰奖”评选结果揭晓。经过近四个月的申报、初选、复审等环节,共有 90 款产品从 250 余件申报产品中脱颖而出,获得本年度艾普兰奖项。

其中 LG OLED 电视 77EC9800、卡萨帝家用电冰箱 BCD-728WDCA、三星滚筒洗衣机



WW10H9610EW/SC、A.O.史密斯长效反渗透净水机 AR600-A1、凯驰蒸汽真空吸尘器 SV 1802、博世滚筒洗衣机 WAE242691W 共 6 款产品夺得最高产品奖项——“艾普兰大奖”。

3-1-4. 2014 年中国智能家电创新论坛



调查报告》。

同时，家电企业对于 AWE2014 的重视程度再次提升，期间，参展企业同期举行的品牌发布会数量再创新高，包括海尔、三星、LG、格力、海信、美的、A.O.史密斯、合肥三洋、方太、老板等品牌在内，仅借 AWE2014 这个平台召开的新品发布会就超过 30 场，其中更有海尔、三星、LG 等企业依照国际惯例在展前一天召开全年最重要的战略发布会。

3-2-1. 海尔 U+ 智慧生活体验分享会

3 月 17 日，海尔在上海召开 U+ 智慧生活体验分享会，并发布 U+ 智慧生活操作系统，将洗衣机、热水器、净水器等涉水家电，冰箱、酒柜、烤箱等餐饮家电，电视机、路由器、“盒子”等娱乐家电，窗帘、背景音乐、中央空调等社区服务、空调、空气净化器、加湿器等环境电器，共同组成用水、饮食、娱乐、社区、空气五大智慧生态圈，可通过该操作系统统一控制，为家庭智慧生活提供解决方案。



3-2-2. 三星 2014 家电战略新品发布会

3 月 17 日，三星电子发布 2014 年家电战略新品，发布了包括 8 个尺寸 13 个系列 30 余款曲面电视阵容，“明眸 蓝水晶” WW9000 系列滚筒洗衣机，原装进口“爱婴煮洗”洗衣机，叠式对开门冰箱、等离子空气净化器系列及智能真空吸尘器等高端家电产品。



3-2-3. LG 全产品 2014 发布会

3 月 17 日，LG 在上海中国家电博览会期间发布 2014 年全系智能家电新品，77 英寸 4K 曲面 OLED 等多款凝聚全球尖端科技的家电产品悉数亮相，体现了 LG 电子全球领先的消费电子技术研发及产品创新能力，也显示出对中国市场的重视与承诺，其



形象代言人李敏镐亲临现场，将现场气氛推向高潮。

3-2-4. 帝度全球设计论坛及 2014 年度新品发布会

3 月 18 日，合肥荣事达三洋电器股份有限公司为旗下高端品牌帝度举办全球设计论坛，并发布 2014 年度新品。论坛以“生态 交互 体验”为主题，聚焦“大互联”时代家电产业工业设计发展趋势。其品牌代言人林志玲携帝度全新三大系列产品——极智冰箱，静界、静海洗衣机以及天净空气净化器在论坛上亮相。



3-2-5. 博世户外全能洗干一体机上市发布

3 月 18 日，博世家电在 AWE2014 发布了高端新品——户外全能系列洗干一体机。该产品集智能洗涤、烘干、清新三大功能于一身，根据不同洗涤程序解决包括冲锋衣、羽绒服及羊毛衫等清洗难度较高面料的洗涤问题，并采用无水空气冷凝烘干衣物，并可去除衣物纤维中的异味，针对性地解决衣物护理的细节问题。



3-2-6. 西门子绿色零度保鲜冰箱发布会

3 月 18 日，西门子家电在 AWE2014 发布两款高端冰箱新品——V5 绿色零度保鲜冰箱和无霜双门冰箱。这两款产品均专门针对中国消费者的冰箱使用需求、在西门子集团全球统一的创新技术平台上进行了本地化的研发和设计，符合中国市场。



3-2-7. 恩布拉科线性无油压缩机 Wisemotion 全球首发

恩布拉科在 AWE2014 期间发布全新一代制冷解决方案——Wisemotion 智驱线性无油变频压缩机，该产品采用全新结构设计，以直线电机技术减少摩擦点，再加之智能电子元件和新材料、新涂层技术机械部件的应用，使得压缩机不再需要润滑油，这是 20 年来制冷行业革命性的里程碑式产品，将带来家用制冷的革命，为冰箱从结构设计到智能控制提供了更多可能性。



3-2-8. 西摩电器“小智”系列智能电水壶发布

西摩电器在 AWE2014 发布国内市场首款具备移动互联智能控制技术的电水壶——西摩“小智”系列智能电水壶，可通过对应 APP 软件控制，提供包括泡茶、泡奶粉、冲米糊等 18 种烧水模式，以及完善的预约功能。



3-2-9. 艾美特 APP 直流变频风扇上市发布会

艾美特电器在 AWE2014 期间推出 APP 直流变频风扇，这款产品融入 APP 智能手机遥控技术，消费者可随心所欲通过手机控制和调节风扇，在自定义风设置下，使用者可编辑不同时间段各种变化的风，进行个性化定制并保存，从而打造属于自己的纳凉方案。



3-2-10. “老板吸油烟机 16 年销量遥遥领先” 新闻发布会

3 月 19 日，“大吸力有大智慧——贺老板吸油烟机 16 年销量遥遥领先”新闻发布会在“2014 中国家电博览会”老板电器蓝鲸城堡隆重举行。老板电器董事副总裁赵继宏回望了老板在过去一年取得的成绩，同时表示未来三年，老板电器将全面启动新一轮战略规划，以产品差异化、品牌高端化、渠道多元化，全面实现 3 个 30% 的企业战略。



3-2-11. 莱克碧云泉品牌暨智能净水系列产品正式发布

3 月 18 日，莱克电气携其最新高端净水器品牌——碧云泉发布了智能净水系列产品。这是继洁旋风吸尘器、空气净化器后，莱克专注开发洁净领域的又一力作。此次发布会现场也为莱克吸尘器产品正式颁发了欧盟新能源标识指令（ERP）认证证书，标志着莱克始终与全球最先进国际标准和先进技术水平同步，以欧洲最高标准不断为全球消费者带来高品质、高技术的家电产品。



四、延伸 O2O 模式 深化立体办展思路

进入 2014 年，O2O 从一个还不被熟知的概念以大潮之势席卷各大传统行业。AWE 也结合自身办展特点深化办展思路。

2013 年 AWE 首次尝试实现线下展会实体与线上电子商务经营的结合，参观观众通过扫描产品二维码，即可登录京东商城现场下单购买，并享受相应优惠。

2014 年 AWE 再次与国内领军电子商务企业京东合作，在“大互联时代”深化双方合作力度，使 AWE 从单一的展馆展示变为立体展示，联合京东推出 AWE2014“线上中国家电博览会”。线上博览会于 3 月 15 日在京东（www.jd.com）上线，不仅提升了 AWE2014 在大众消费者中的影响力，也是家电行业 O2O 应用的重要实践。线上博览会由展会介绍、活动报名、观众报名、参展企业部分代表新品几部分组成，成为 AWE2014 线下展出部分的有效补充。



此外，家电产品年度大奖“中国家电艾普兰奖”在评选过程中也同期登陆“线上博览会”，京东线上博览会作为“艾普兰奖”大众评审环节唯一投票入口，票选出了 15 款最受消费者喜爱的家电产品。

五、荟萃营销策略 吸引媒体持续关注

众多全球首发的新品、健康安全改善类家电产品、众多产品的智能应用；30 余场企业发布会、消费电子体感体验、现场美食烹饪；超人气“女神”林志玲、韩国偶像男神“李敏镐”、“森碟妈妈”叶一茜、大型女子偶像团体 SNH48.....等等，令 AWE2014 毫无疑问地成为了一场媒体聚焦的盛宴。

AWE2014 采用多角度、多方面的立体化传播方式，从开展之初便抛出各类话题吸引媒体，在整个展会周期都得到了媒体的持续关注，在开展期间更是达到顶峰。众多媒体的聚焦使得中国家电博览会在开展期间成为行业最受关注的年度事件，也使得参展企业的品牌得以有效传播，得到了企业的一致认可。



AWE 官网在百度搜索始终排名首位，展前 10 个月百度搜索“中国家电博览会”相关稿件达到 35000 余篇，转载及收录量达 550 余万条；结合当前传播特点与自媒体合作，运用微博、微信等传播手段对展会进行全面报道，吸引了众多社会媒体自发关注，项目期间，AWE 官方微博发布消息 500 多条，新浪微博搜索相关话题近 27 万条，官方微信发布消息近 100 条。

展会期间，现场新闻中心共接待媒体人数高达 500 人次，发布相关新闻稿件 5000 多篇，百度收录中国家电博览会相关新闻超 30 余万条。

中央电视台经济频道、中央电视台新闻频道、凤凰卫视、北京卫视、东方卫视、浙江卫视、江苏卫视、山东卫视、辽宁卫视、广西卫视、山西卫视、上海电视台、浦东电视台、广州电视台、浙江电视台共 14 家电视台以新闻形式对 AWE2014 进行了报道，累计播出时长 40 分钟。



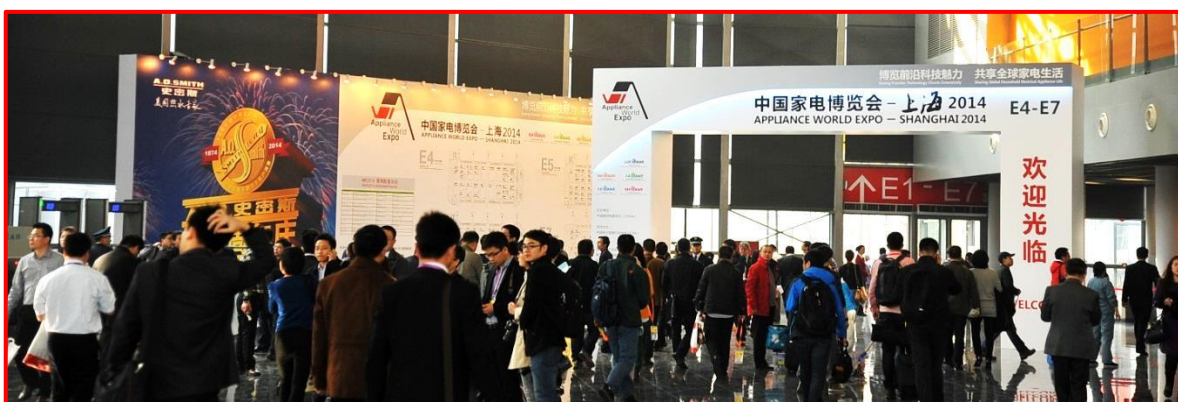
《环球时报》、《China Daily》、《中国证券报》、《第一财经日报》、《每日经济新闻》、《南方日报》、《广州日报》、《南方都市报》、《经济日报》、《经济参考报》、《科技日报》、《中国消费者报》、《消费日报》、《中国企业报》、《中国电子报》、《东方早报》、《新民晚报》、《青年报》、《上海商报》、《解放日报》、《四川日报》、《深圳特区报》等 30 余家报纸，以及《电器》、《精品购物指南》、《家电科技》、《家用电器》、《现代家电》、《贝太厨房》等杂志对 AWE2014 进行了深入报道。



腾讯、网易、搜狐、新浪、新华网、人民网、光明网、凤凰网、搜狐焦点等综合网站，及国家电网、中关村在线、太平洋电脑网、万维家电网等行业网站，共近 50 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。

六、质、量并举 观众指标创历史新高

最新的潮流新品、丰富的现场活动、媒体全方位的播出报道，使 AWE2014 的品牌知名度前所未有的提升，无论行业内部还是大众消费者层面，均吸引了众多观众现场参观。初步数据统计，AWE2014 共吸引约 8.2 万人次的观众到现场参观，同比增长近 37%，其中专业观众人数和质量比以往历届有大幅度提高，数量约为 6.1 万人次，占总人数的 75%。



观众来源分布广泛，海外观众持续增长。本届展会共有 46.57% 来自于主办地，另有 45.63% 来自于非主办地，海外观众较上届保持增长势头，约占总人数的 5.8%。

本届观众级别较高。在公司处于部门管理职位的占 42.95%，拥有决策批准和推荐权利的观众分别占 22.46% 和 33.16%，管理部门和决策者比例的大幅提高，说明参观企业对展会的重视程度逐年提高，展会的价值被越来越多的高层人士认可。同时，多年来专业员工一直是观众的中坚力量，新品发布、技术交流、论坛会议等成为吸引他们的重要内容。

展会现场展商与专业观众交流频繁，越来越多的专业观众更注重展品的科技性能、实用性能、市场前景等，更有为数不少的采购商、渠道商是带着寻



找合作伙伴、采购代理新品牌新产品的目的参观展会的。不论是高端白电的科技智能，还是家用厨电的贴心实用，又或者是流光溢彩的黑电产品，都吸引了大批专业观众的目光。



另外，近万名消费者的到场体验也让展会现场热闹非凡。众多展商与观众的多方面互动使现场人气几度爆棚，既有林志玲的代言亮相，又有劲舞组合的热辣舞蹈，更有抽奖送礼新品体验等等。家电展已经走出单纯的产品展示阶段，逐渐走入展示与体验交融的时代。让观众零距离体验产品，感受新技术带来的生活便利，接受家电产品可以使我们的生活更加美好的理念。现场的美食大赛、视听体验室、高科技电子产品等都给消费者们留下了深刻印象。

七、 结语

经过近一年的精心筹划，AWE2014 完美谢幕。中国家电博览会一直被称为家电行业的风向标，在这个展览平台上，可以清晰地看到整个中国乃至全球家电产业最新的变化和发展趋势。主办方以精良的全程策划、全面的展会服务、专业的工作团队将 AWE 推动得一届胜于一届。

与全球其他展会相比，虽然 AWE 规模上还有一些差距，但依托中国这一全球最大家电制造基地及全球最大消费市场，AWE 有信心成为国际型家电大展，成为中国家电制造业共享中国梦的广阔舞台！

