

智慧生活 全球平台
HOME FOR NEXT

2017 中国家电及消费电子博览会

展会报告

AWE2017 REPORT



随着中国家电及消费电子业转型升级的成果不断涌现，智能创新技术与生态建设布局处于国际领先地位。中国，已经跃升为全球家电、消费电子、智能领域的创新前沿阵地。中国“十三五”的第二年，供给侧结构性改革深入推进，移动互联网时代跨界共生，一年一度的全球家电及消费电子盛会 AWE，展现了中国家电及消费电子企业把想象化为现实的创新实力。

AWE (Appliance & Electronics World Expo)，即中国家电及消费电子博览会，坚持与时代同步、与产业共生、与需求更近，正成为全球聚焦的舞台和中国家电及消费电子业在全球的名片。值得关注的是，AWE 在促进家电，消费电子，物联网、智能家居、移动通信、房地产、汽车电子、虚拟现实、人工智能等领域的渗透延伸与融合发展，形成了优势互补、资源整合的全新产业生态圈。

展会概要

2017年3月11日,为期3天的AWE 2017(中国家电及消费电子博览会)在上海新国际博览中心完美落幕。8大展馆、11万平方米展示面积迎接了来自国内外的22万名观众到场,700余家参展企业则合力为观众奉上一场以智慧引领未来生活的全球盛宴。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。



在此前连续几年创记录之后,AWE 2017的展示规模再次大幅度提升——通过创纪录的8大展馆、11万平米,展示传统家电、消费电子、厨卫及小家电的最新产品阵容;呈现智能家居、智能家电、环境及健康家电的潮流趋势。值得一提的是,本届AWE第一次开辟的科技公园,通过智慧出行、人工智能、智慧娱乐、智能生活、运动健康等新形式,观众现场观赏机器人现场对战、体验AR/VR游戏,感受未来智能生活。在AWE 2017上,参展企业各显其能,新奇有趣的智能产品,精彩纷呈的活动展示、现场感十足的直播体验、线上线下的游戏互动,吸引观众驻足、咨询、体验、洽谈。林志玲、高圆圆、黄晓明、欧阳娜娜等人气明星的到场,更将AWE 2017的现场气氛推向高潮。

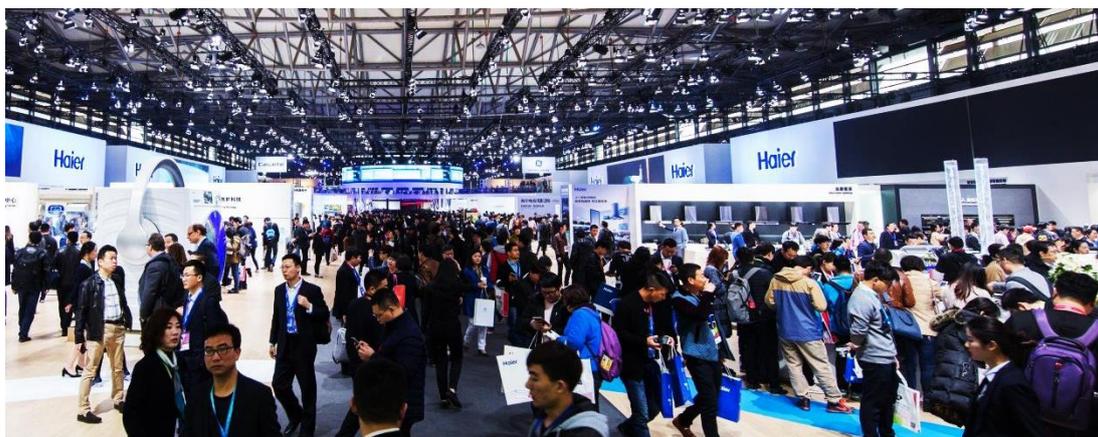


展示规模

AWE 2017 此次占据的 8 个展馆为上海新国际博览中心 W1-W5 馆、E1-E2 馆及 N1 馆。



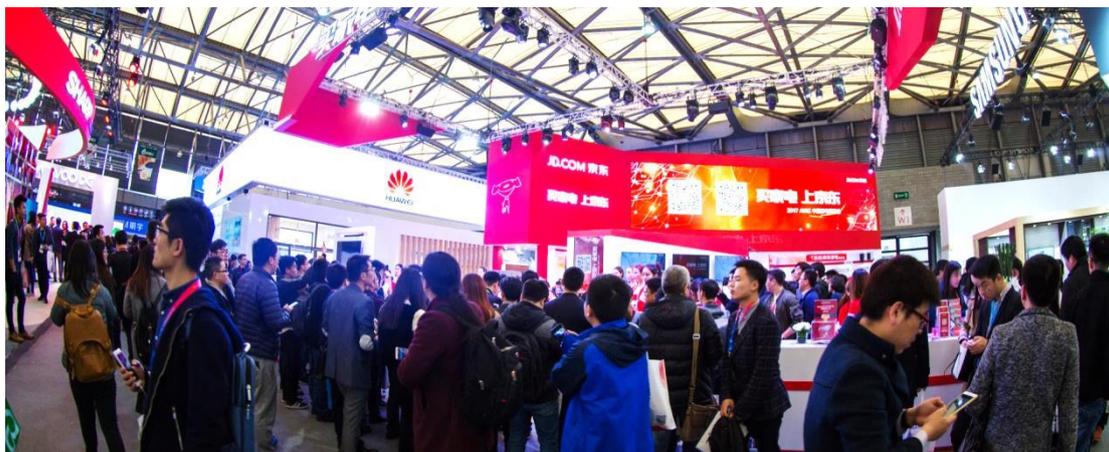
【N1】海尔体验馆——展示了海尔集团旗下 6 大品牌及 8 大系列产品



【W1】综合品类 消费电子——展示范围不仅涵盖品类繁多的白色家电，还包括智能电视、3C 数码等消费电子类产品



【W2】综合品类 消费电子——来自韩国、日本等国际知名电视品牌，与国内互联网电视新锐品牌汇聚一堂，另有本届 AWE 特别推出的智能家电互联互通展示体验区。



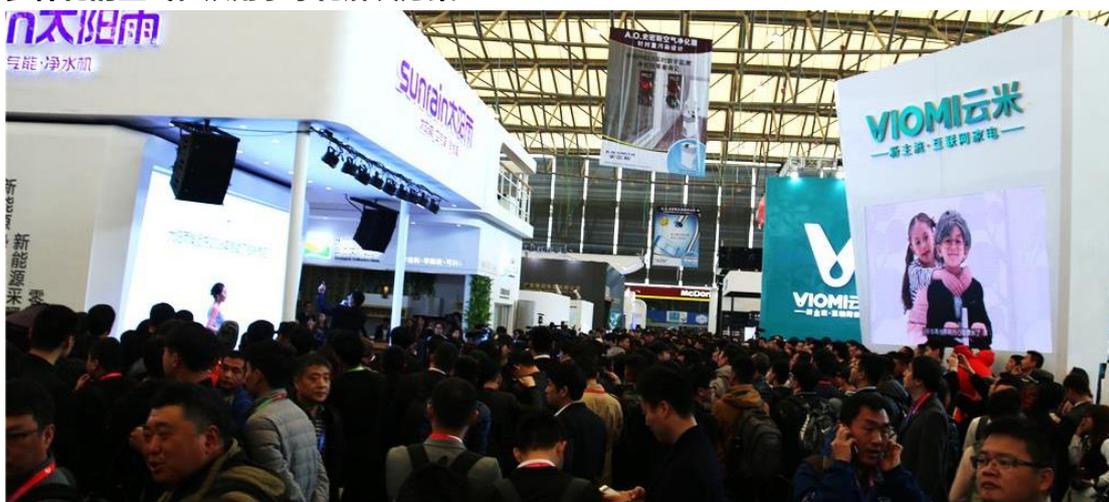
【W3】综合品类 消费电子——展示国际知名的白色家电大牌及零部件



【W4】生活电器——展示范围涵盖小家电、清洁电器、个人护理、保健电器、取暖电器等。众多国内外品牌汇集于此，呈现生活品质的至臻之选



【W5】环境及健康家电——展示近年来备受关注的环境家电和健康家电，着力为观众呈现多样化的空气和饮用水净化解决方案



【E1】厨卫电器——这里是厨房电器、卫浴电器企业比拼实力的主战场，集中体现厨卫电器行业发展的最高水平



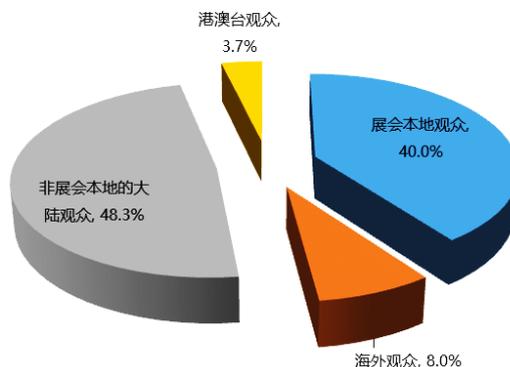
【E2】智能家居 科技公园——这里有 AWE 与极果合作的全球首个 6000 平方米科技公园，有大疆举办全球最重要的机器人赛事——RoboMasters，以及科技巨头、智能创客带来的最潮的科技新品和最特别的科技体验。



观众分析

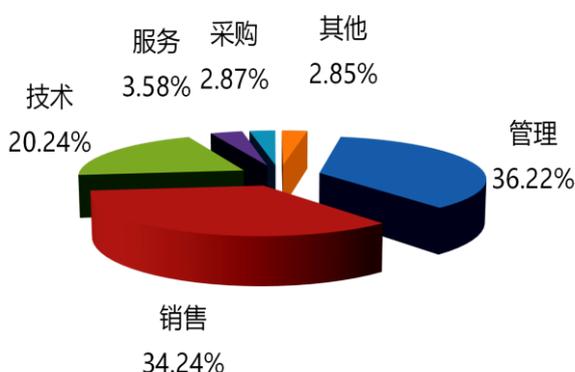
观众来源地区

本届 AWE2017，展示面积超过 11 万平米，共有 700 余家国内外知名品牌参展，在 3 天的展期里，现场参观人次达到了 22 万，对比 AWE2016 增长了 22%。其中海外专业观众人数占比超过 8%。



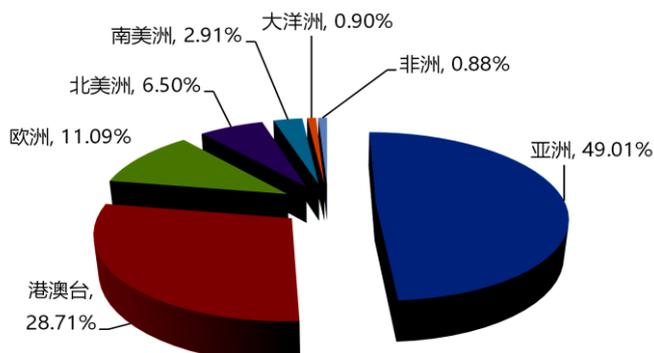
观众职位类型分析

通过收集到的观众信息，我们对专业观众所在的部门及职位进行了分析，在管理部门的专业观众最多，占全部专业观众的 36.22%；销售部门其次，占比 34.24%；技术部门占比 20.24%；其余分别为服务、采购和其他部门。

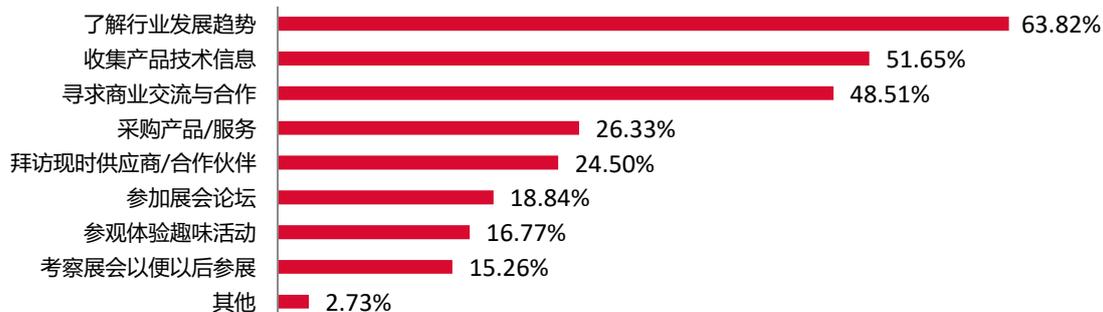


海外观众来源地区

AWE2017 到场参观的海外观众来自于 6 大洲 62 个国家和地区。海外观众中除 28.71% 的港澳台观众，亚洲观众占比最高，为 49.01%；其次为占比 11.09% 的欧洲观众。



观众参观展会的目的



品牌及产品

本届展会共汇聚含海尔、美的、三星、LG、博西家电、惠而浦、松下、夏普等在内的国内外 700 余个参展品牌，阵容横扫整个家电及消费电子产业。产品展示范围涵盖家电、视听、数码、通讯、智能家居、人工智能等消费电子和智能应用产品领域。展示范围的扩大，让现场观众可以在 AWE 2017 上享受到一场智慧生活的年度盛宴。特别是随着移动互联网、大数据、云计算、人工智能等为标志的新一代信息技术的突破和应用，家电和消费电子进入了智能化时代。数百个品牌在 AWE 2017 展期召开发布会，发布新产品、新技术、新战略。





活动

AWE 2017 展会期间，行业论坛、明星互动、观众参与等活动密集，精彩纷呈。专家大咖，轮番登场，群英荟萃，智慧激荡。

专业活动

序号	活动名称	主办方
1	中国家电发展高峰论坛（第七届）	中国家用电器协会、AWE、CCTV、京东
2	AWE 艾普兰颁奖典礼	中国家用电器协会、AWE
3	2017 全球(智慧)科技创新峰会	AWE、智东西、极果、GfK、腾讯科技
4	2017 中国房地产精装修前沿论坛	中国家用电器协会、AWE、中国房地产业协会
5	2017 中国电视产业领袖峰会	中国家用电器协会、AWE、奥维云网
6	2017 中国环境及健康家电高峰论坛	中国家用电器协会、AWE、直饮水时代
7	2017 中国家电产业链年度大会	中国家用电器协会、《电器》



备受瞩目的第七届中国家电发展高峰论坛，主题名为“智慧生活——从地平线到云端”，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家电行业领军者将展开一场智慧激荡的风云际会。



2017年 AWE 艾普兰奖颁奖典礼在展会压轴举行。经过严格筛选，海尔电冰箱、美的机器人智慧电饭煲、西门子全自动咖啡机、A.O.史密斯针对重污染设计的空气净化器、三星 QLED 量子点电视、GE 法式对开门烤箱、LG SIGNATURE 玺印洗衣机、Panasonic 松下手持式吸尘器等 8 款产品最终捧得行业年度最高荣誉——AWE 艾普兰金奖。其他各类奖项也依次颁出。



万物不断形成互联，一切变得高度智能。人工智能的再次进化，大数据的爆炸式增长，推动智慧产业——继计算机、互联网与移动互联网之后，成为新一轮科技创新浪潮。因为智慧的高速进化，未来已然在被刷新。GTIC 2017 全球（智慧）科技创新峰会，聚集国内外人工智能的产业力量，以行业从业者的视角，探讨这一轮科技浪潮的机遇与挑战。在这里，与创新者踏浪而行。



回首 2016，中国房地产市场大潮涌动，百强房企入门槛一度提高，集中化趋势愈发明显，房企竞争力从重“产品力”向“产品力+服务”过渡，服务标准和品质成为房企项目增值关键手段和必争高地，精装房市场成为竞争高地。随着各省市全装修政策和实施规范的逐步落地，毛坯房时代即将终结，新阶段对于房地产行业 and 家电部品行业都提出新的要求。在 AWE 同期，由中国家用电器协会、中国房地产业协会主办的中国房地产精装修前沿论坛，于 2017 年 3 月 10 日(周五)下午在上海卓美亚喜玛拉雅酒店举行。



在产业增长放缓、互联网颠覆传统盈利模式背景下，国内各大彩电企业近年来也争相加大转型步伐，寻求突围之道。在技术创新、产品升级及品牌竞争方面亮点迭出。智能化成为彩电企业发力点，智能电视作为家庭互联网重要的入口，在智慧家庭生态系统建设中尤为重要，成为企业战略布局的必争之地。传统彩电行业巨头频频出招，开启智能化转型升级之路；拥有“互联网基因”的企业跨界入局；一场客厅用户争夺战势势不可免。中国电视产业领袖峰会旨在搭建彩电产业发展交流平台，深度剖析彩电产业的发展现状，预测未来发展趋势；集结政府主管部门、行业精英共聚一堂，汇聚行业的力量，凝聚精英的智慧，探索中国彩电产业的发展之路。



近年来伴随着中国经济飞速发展，环境污染给人民生活带来的危害不断出现，快速发展的经济和日益糟糕的环境之间矛盾也越来越凸显，与此同时，国民对于保护环境、拒绝污染的呼声越来越高。本次活动以“绿色新主张 净享新生活”为主题，邀请国家主管部门领导、行业专家以及空气行业、净水产业链上下游企业代表共同参与，对于如何更好地改善我们生存的环境、如何面对市场环境带来的机遇与挑战进行深入探讨，希望各位能够为净水和空净产业的健康成长共同出谋划策，同时通过在场的各大媒体，向社会和公众传播正确和积极向上的声音！

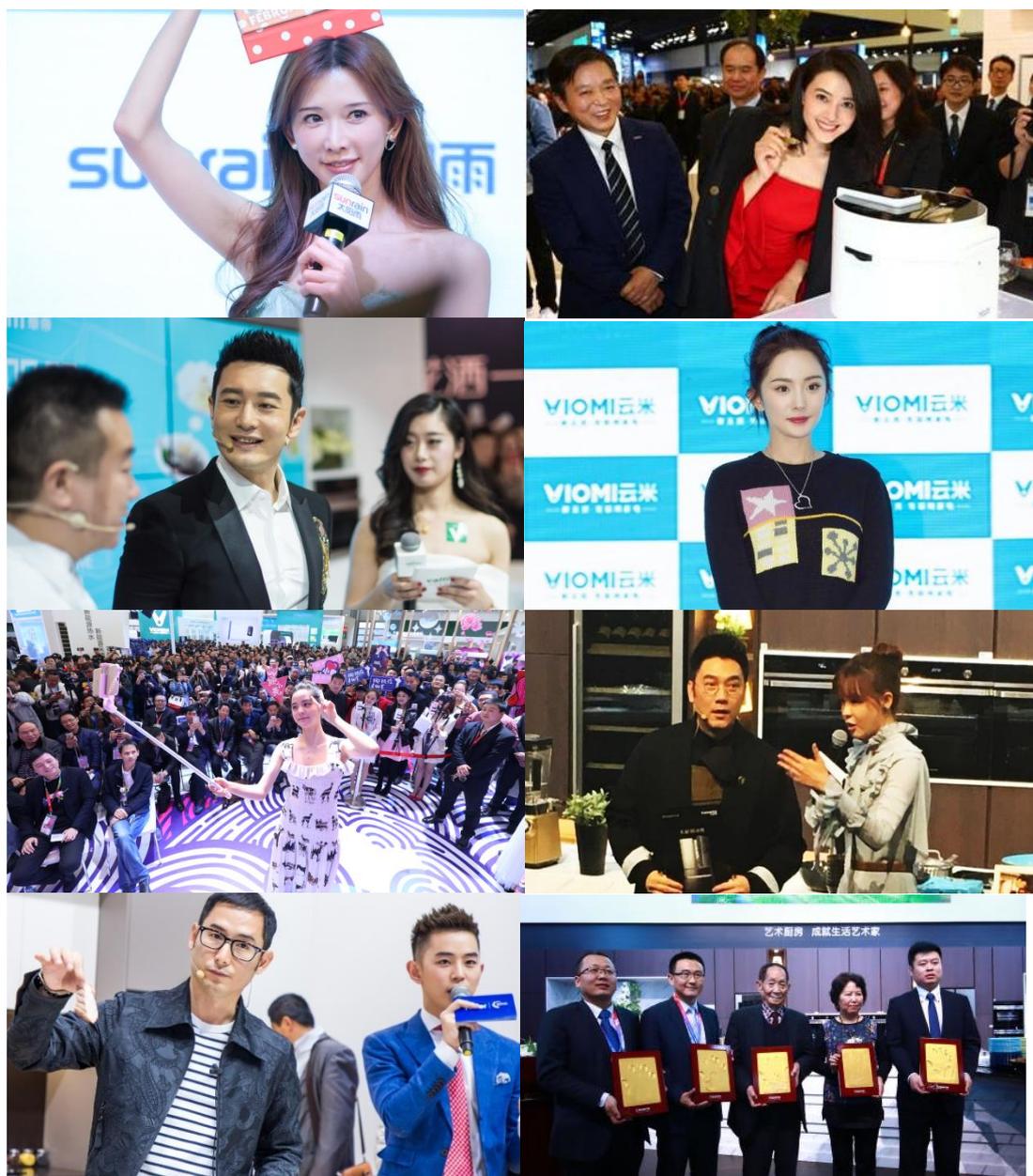


为了打通家电产业链上下游，搭建整机厂与零部件配套生产企业增进了解、开阔思路、共谋发展的平台，2017年3月10日，中国家电及消费电子博览会(AWE2017)第二天，由中国家用电器协会主办、《电器》杂志承办的2017中国家电产业链大会(以下简称大会)在上海卓美亚喜马拉雅酒店三层欢1厅召开。本届大会吸引了众多优秀整机制造商及众多上游配件商的关注。整机制造环节，来自博西家电、海尔、美的、海信、TCL等著名家电生产企业采购、销售、技术研发部门相关负责人参会，家电上游配套企业中，华意、加西贝拉、GMCC&Welling、万朗磁塑、恩布拉科、黄石东贝、森萨塔、老虎粉末涂料等优秀供货商也派出代表参会，还请来了几家为智能家电提供“大脑”输入“智慧”的解决方案提供商，为整机企业实现产品创新提供新的思路。借助产业链大会良好平台，产业链上下游企业高层、

业内专家齐聚一堂，共同探讨产业面临的机遇，分析产业发展趋势，共话产业升级路径。上下游企业通力协作，找准供给侧改革着力点，携手共同推动整个家电产业的转型升级。

明星活动

AWE 开展首日，在 N1 海尔体验馆，杂交水稻之父袁隆平，跨界明星林依轮、李艾、童蕾，台湾名厨刘一帆均到场体验智慧生活。在美的占据半壁江山的 W1 馆，秦凯、何姿、林跃等中国泳协运动员纷纷到场助阵，奥运冠军引导“智启未来”。其中，W5 馆迎来了两位明星，分别是：重返 AWE 的林志玲，代表太阳雨分享健康的生活方式；欧阳娜娜则作为奥克斯的首席产品艺术官，吹来一阵与众不同的清新之风。展会第二天，E1 馆迎来了人气明星黄晓明，携手华帝为现场的观众展示智能厨卫的新趋势。而另一位高颜值明星高圆圆重返 AWE，在 W3 馆松下展台畅谈“轻厨房”的场景令人难忘。



观众活动

幸运抽奖，线上线下，互动热烈，观众点赞。AWE 现场除了多个展台全球美食免费品尝、精彩互动游戏，还有令人激动的抽奖环节哟!为期 3 天的 AWE “欢乐送” 抽奖活动，观众通过关注 AWE 官方微信公众号，点击“玩赚 AWE”，进入“欢乐送”，即可参与抽奖。三天内，接连送出了由海尔、美的、三星、微鲸、樱花、艾泊斯、沙宣、锐吉电子、cado、小狗电器等品牌提供的累计近千万元的家电豪礼。



媒体

AWE 2017 得到了海内外媒体空前的关注。AWE2017 由主办方邀请和接待了 130 家媒体的 150 位记者。其中电视台 8 家、平面媒体 41 家、电台 1 家、网络媒体 55 家、智能媒体及自媒体 22 家，新增视频媒体 3 家。而且，实际的媒体和记者数量以及到新闻中心报道的数量要远超这个数字。



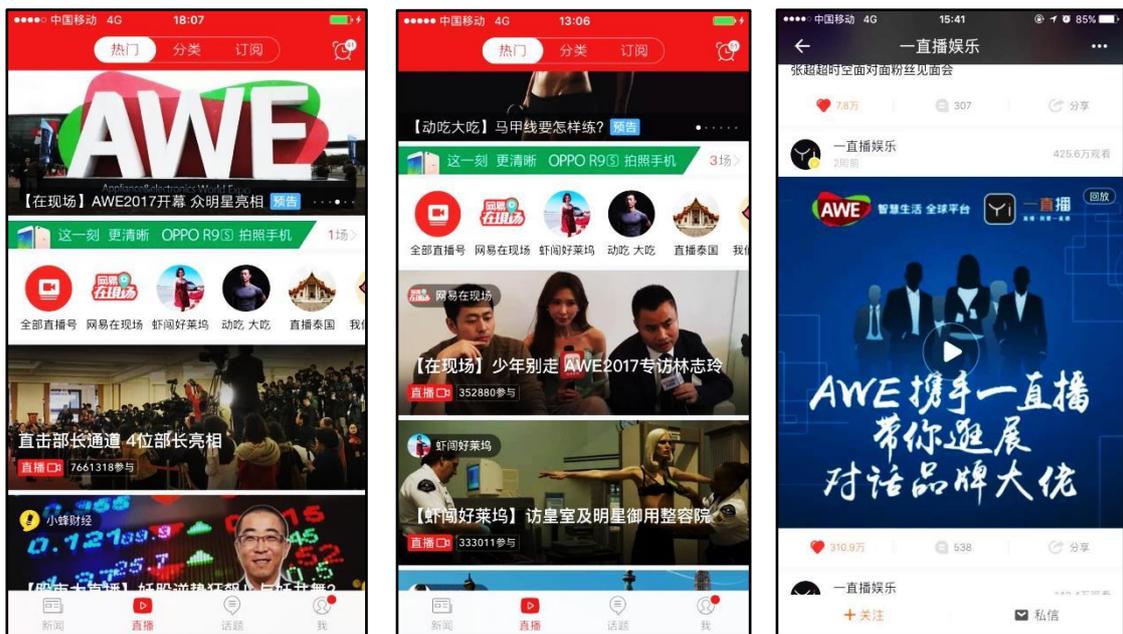
从媒体的报道属性来看，今年媒体类型更加丰富。

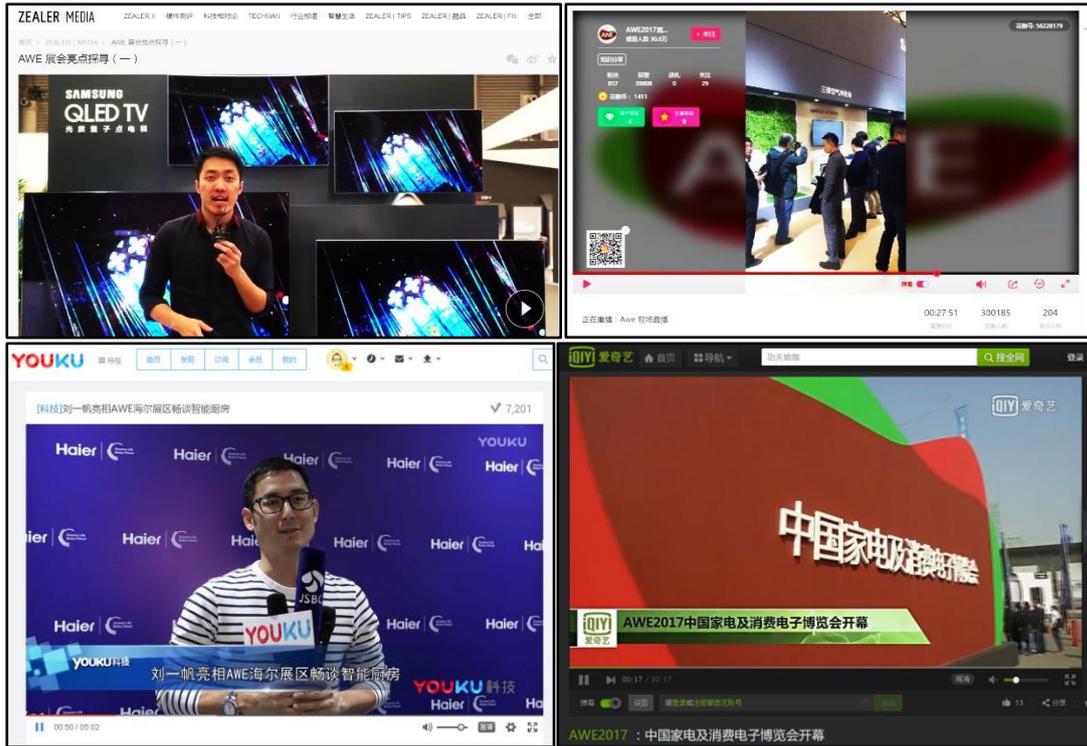
电视媒体方面，央视首次派报道团全程采访，《经济新闻联播》、《第一时间》、《央视财经评论》连续三天对展会进行报道；SMG 方面，东方卫视《看东方》、《东方新闻》、《财经新闻》栏目，以及上海电视台新闻综合频道《新闻报道》、《新闻热线》、《午间新闻》、《上海早晨》，生活时尚频道《新闻制高点》及看看新闻网，对 AWE 进行多角度报道；此外，浙江、江苏等电视台等均在第一时间进行了展会报道。

电视媒体 (部分呈现)



视频直播 (部分呈现)

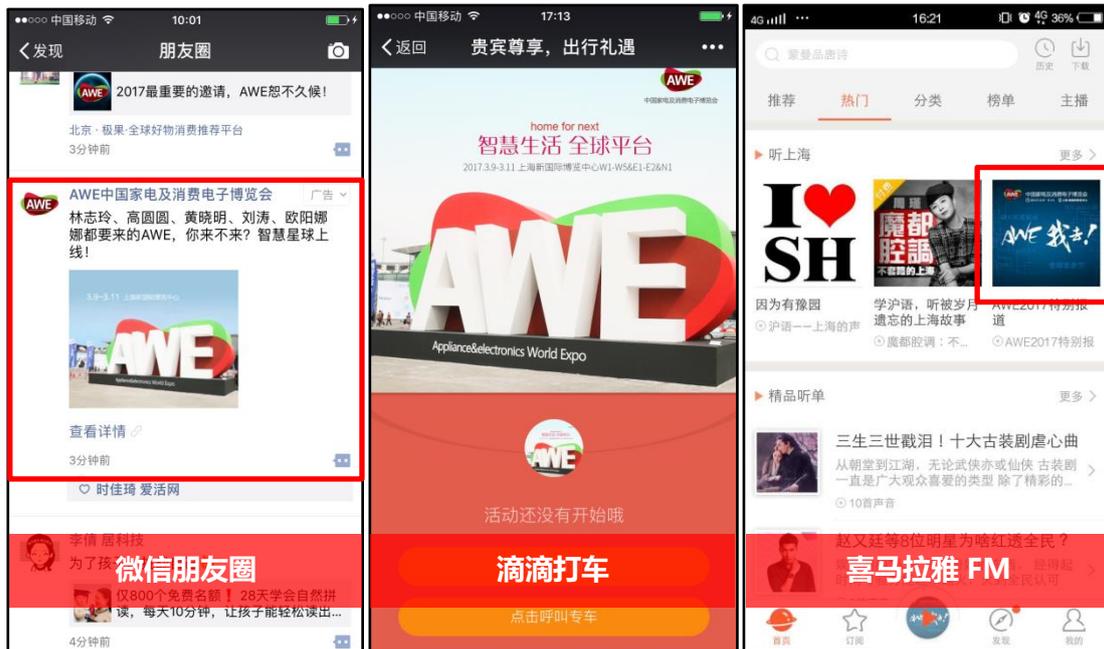




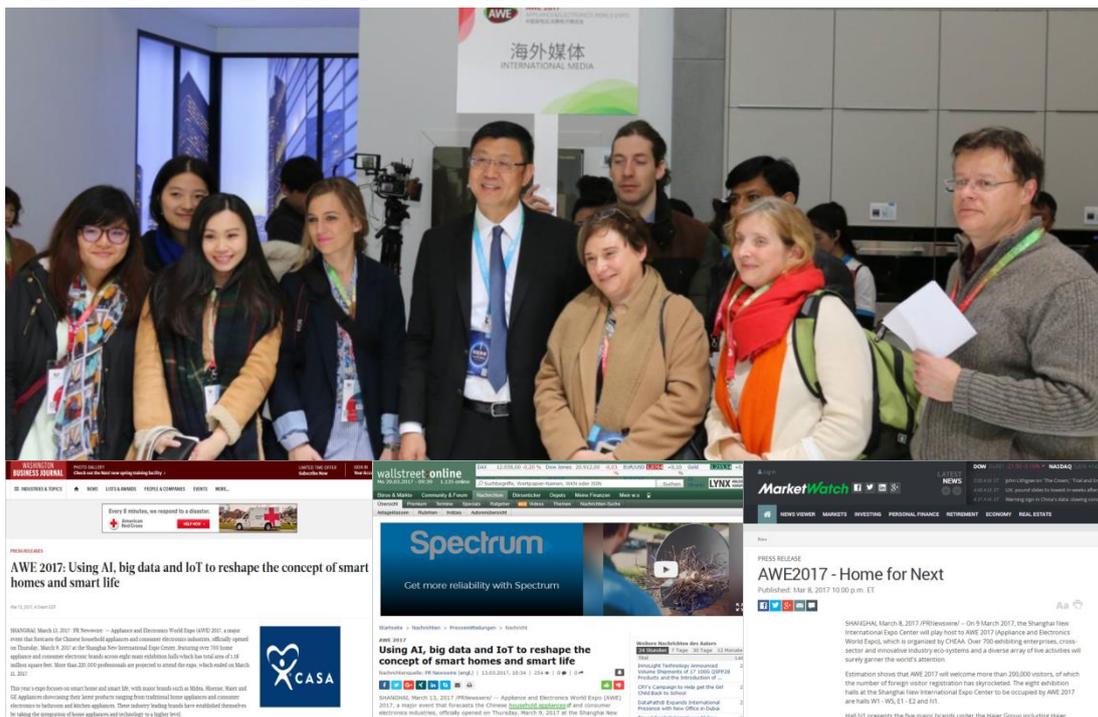
网络专题 (部分呈现)



社交媒体

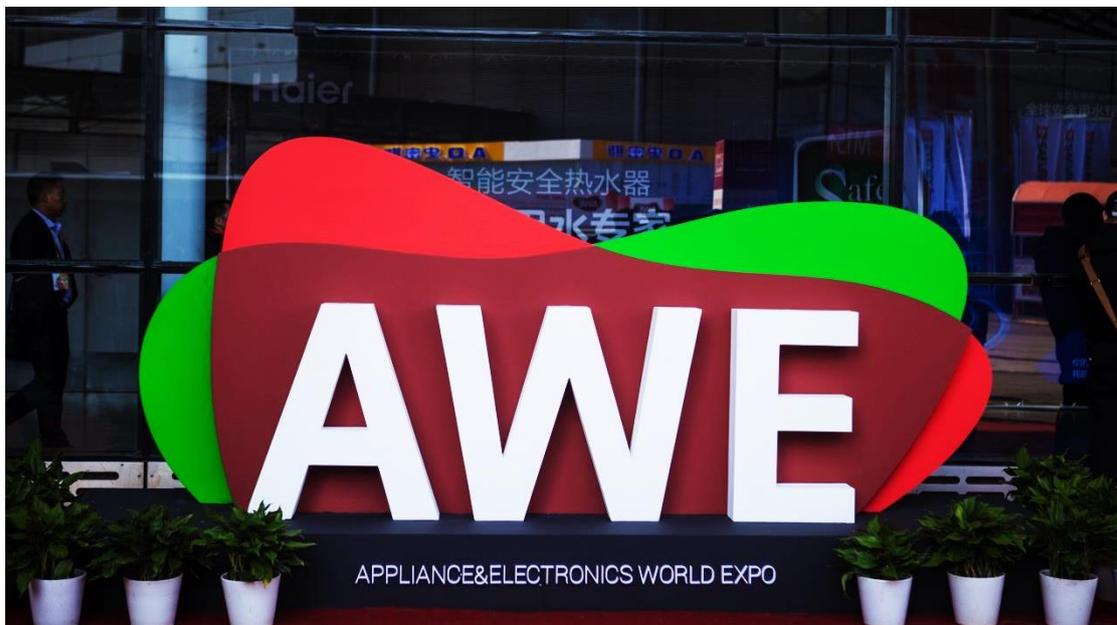


国际媒体方面，AWE 2017 还吸引了 BBC（英国广播公司）、Forbes（美国《福布斯》杂志）、ARD（德国广播）、Boersen-Zeitung（德国《证券报》）、CRI（中国国际广播电台）、日本株式会社 BCN（即日本计算机新闻社）、The Seoul Times（韩国《首尔时报》）、Le Figaro（法国《费加罗报》）、G-tai、Nihon KeizaiShimbun（日本经济新闻社）、CCTV 英文频道、Agencia EFE（埃菲通讯社西班牙）等来自英国、美国、法国、德国、西班牙、俄罗斯、新加坡、韩国、日本等近 20 个国家和地区的 30 余家海外媒体到现场进行报道，并在全球范围内对 AWE 进行传播。



总结

AWE2017 作为全球产业的盛会，向全球展示不断提升的中国家电行业创新实力和全新品牌形象。以往，中国家电企业远涉重洋向西方企业学习，如今这股风向正在发生逆转，越来越多的外资家电企业高管来到 AWE 洞察中国家电技术创新的端倪。今年，博西家用电器集团董事会主席兼首席执行官欧腾博博士与日本松下社长津贺一宏均来到 AWE 参观，这种现象的背后，是 AWE 全球影响力的提升，更是中国家电业卓越的创新实力带来的化学反应。从中可以窥见，AWE 是一个展示技术实力的平台，也是一个推动技术创新的平台，更是一个整合全球产业资源，实现互相交流、互相学习、共同促进、寻找合作商机的平台。对于中国家电行业来说，AWE 的意义在于从供给侧和需求侧两侧发力，推动中国家电业转型升级与中国家电市场消费升级，成为全球最具影响力的智慧生活展示体验平台。



兼收并蓄，与时俱进

AWE2018，我们依然在这里！