



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

2026 「AWE焕新消费节」 活动方案



2025年12月

1、活动名称及Logo

「AWE焕新消费节」



[点击此处下载logo](#)



2、2026 “AWE焕新消费节” 口号

“春天第一场家电家居3C数码新品购物节”

时间：2026年3月10日-16日（拟）

主办方：AWE组委会

联合主办： 京东  TMALL天猫  抖音商城  苏宁易购

合作方： 小红书  快手电商  京东MALL  居然之家  红星·美凯龙

参与方：AWE各参展企业

3、战略升级背景：从“家电家居”到“大消费电子”

✓ 展会格局升级：一展双区，生态融合

AWE2026 里程碑式升级，“**一展双区**”全新格局：
上海新国际博览中心展区+上海东方枢纽国际商务合作区展区。

智能家电家居展区：持续深化AWE在家电、家居一体化解决方案领域的领先优势。

先进技术展区：新增重磅板块，聚焦上游核心技术与前沿消费电子产品，全面展示芯片、传感器、人工智能、人机交互、智能出行、XR设备、智能穿戴等创新成果。

强化AWE作为**全球性消费电子展**的行业印象，构建从上游技术到下游整机、从单一产品到场景化生态的完整价值链展示平台。

✓ 消费市场趋势：品类融合，边界拓宽

当前，消费电子（3C数码）与家电、家居产品的融合趋势日益显著。

智能家居的控制中心、娱乐中心的载体，早已超越传统家电范畴，向手机、PC、平板、VR/AR设备等3C数码产品延伸。

因此“消费节”必须反映这一趋势，拥抱更广阔的消费市场。

4、“AWE焕新消费节”口号解读

关于“口号”的核心意图：

- ✓ **精准定位，拓宽外延：**将“家电家居”升级为“家电家居3C数码”，明确将智能手机、电脑、数码影音、智能穿戴、VR/AR等热门消费电子品类纳入消费节的核心范畴，与新增的“先进技术展区”形成强力呼应，为参展商提供更精准的流量和曝光。
- ✓ **强化“新品”心智，引领春季消费：**我们持续强调“春天第一场”与“新品购物节”的核心定位。此举旨在与“618年中大促”、“双11年终大促”形成鲜明区隔。我们主张的不是单纯的折扣清仓，而是**春季新品首秀、趋势首发、技术首发的战略窗口**，旨在激发消费者的“焕新”欲望，抢占全年消费心智的制高点。
- ✓ **凝聚品牌资产，持续打造IP：**保留“AWE焕新消费节”的主名称，旨在持续积累这一IP的品牌价值。每一次迭代都是在其核心基础上的强化与扩展，确保品牌认知的连贯性与累积效应。

5、“AWE焕新消费节”活动的相关支持

主办方支持

1. 活动整体组织
2. 活动LOGO
3. 海报设计
4. 购物节宣传视频
5. AWE主场活动 & 直播之夜
6. 宣传海报投放（商超/高铁/地铁/电梯广告）

联合主办及合作方支持

1. 制定“本平台”活动方案
2. 线上推流，线下推广，扩大活动影响力

参与方(AWE展商)支持

1. 积极参与AWE相关活动
2. 积极与各平台合作
3. 提供新品
4. 配合宣传

THANKS

AWE
2025.12