

2024中国家电展AWE

产品名称	2024中国家电展AWE
公司名称	展会信息平台
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2024上海家电展|中国家电及消费电子博览会AWE

主办单位:中国家用电器协会(CHEAA)

承办单位:北京盛世协联会展服务有限公司 北京盛世新联会展服务有限公司

展览时间:2024年4月27—30日 展览地点:上海新国际博览中心

AWE2024硬核数据 : 13个展馆 160000平方米 1200+品牌 400000参观人次

中国家电及消费电子博览会

APPLIANCE & ELECTRONICS WORLD EXPO

关于AWE

AWE作为亚洲规模大、全球三甲的国际家电及消费电子展览会，汇聚了全球的产品体验场景、贸易商洽机会、技术战略交流环境、品牌传播声量、多维度用户人群、跨界交流平台、资本市场关注，提升产业社会关注度和影响力，为参展品牌和合作伙伴全面赋能。

因全球突发的疫情影响，在经历了2020骤停、2021延期、展馆更换等诸多波折后，以“新十年智竞未来”为主题的AWE2021在众望所归中盛大召开并完美收官。它也成为2021年全球线下举行的大家电与消费电子展，全方位展示了家电、消费电子、智能家居、智慧娱乐、物联网、人工智能、5G等诸多领域的创新成果。AWE2021的召开不仅对于提振家电与消费电子行业信心至关重要，更将引领后疫情时代家电与消费电子技术发展方向和市场消费趋势。

15万平米展示面积、1000+品牌参展、35万人次到场观众，空前的规模让AWE成功问鼎2021年全球家电与消费电子展之冠。本届AWE参展观众中，观众占比高达90%，公司决策层或高层管理者比例超过60%，渠道商、***比例持续提高；来自资本市场、家装、设计、时尚等领域的观众人数快速增长；媒体与高等院校观众人数再创新高。

作为智慧生活创新成果展示体验平台，AWE通过场景化智慧互联生活方式展示，引领家电与消费电子产业，以科技创新为全球消费者构建后疫情时代的智慧健康高品质生活，助力畅通国内大循环及国内国际双循环，推动中国家电及消费电子产业实现在“十四五”时期成为全球科技创新引领者的发展目标。

志合相知，一路相伴，AWE的成长离不开所有展商和合作伙伴一如既往的鼎力支持。放眼2022，AWE将携手全球合作伙伴，打造更加创新、更加开放、更加包容的科技型展会生态。

回溯AWE2021 新十年耀目启航

具有全球竞争力的科技型展会

目前AWE参展品牌和产品已呈现出全品类智能化趋势，成为全球智能科技展示中重要的中心舞台。

在AWE，产业的边界不断被打破。AWE已经形成横跨家电、消费电子、智能家居、智慧娱乐、物联网、人工智能、5G等诸多领域融合的科技型展会生态。

随着企业研发投入不断增加，原创技术在AWE上不断涌现。全行业已经实现创新驱动发展模式，自主创新能力进入全球前列。AWE已成为众多甚至品牌打开亚太市场的佳选择。

AWE已经逐步建立从亚太地区辐射全球的推广模式，成功吸引众多国际贸易组织和跨境电商以及国际媒体的关注。

聚焦场景化展示体验平台

在AWE，智能产品体验不再是空中楼阁，智能客厅、智能娱乐、智能厨房、智能卫浴、智能美健、智慧出行、智慧办公等场景落地式体验让展商更直观的诠释其产品之间的联动和便利，让观众

真实感受智慧生活的美好。

在场景化展示效果的驱动下，AWE引发不同圈层的资源关注，如美食圈、时尚圈、汽车圈、网红圈、**圈等，助力企业在更广泛的领域开展合作。

AWE2022品牌效应 强力释放

AWE2022企业聚合 智慧共振

AWE2022 展馆规划

不断崛起的热点领域

AWE多年对重点领域的激活、挖掘和推动，使黑电、厨电、环境及清洁电器等领域纷纷崛起，成为国内的展示集群。

AWE2022，拥有大众基础的智能娱乐、提高生活品质的智能卫浴等将成为下一个被聚焦推动的领域。受疫情催化的美健个护领域也将迎来新一轮高光时刻，新一届展会将为其倾力打造“魅力馆”并举办首届“美丽节”，来全面推动该领域的发展

打造多维度全媒体矩阵

头部媒体对于AWE的关注和报道

CCTV1综合频道《新闻联播》快讯、《晚间新闻》专题报道，CCTV2财经频道《经济信息联播》连续两晚专题报道、CCTV4中文国际频道《中国新闻》及CCTV13新闻频道《新闻**间》等；央视新闻专题累计报道时长56分钟。

新华网派报道团队全程对AWE进行专题报道。人民日报、经济日报、环球时报、参考消息、央广网、中新网、中国经济网等国家重点新闻媒体以原创新闻稿件、报纸刊载、新媒体Vlog等形式对AWE2021进行报道。

海外媒体高度关注

亚太地区以日韩媒体为代表多次派记者采访报道AWE。疫

情当下美国、欧洲、印度等重点国际市场的媒体依然在关注AWE2021。

主流媒体及潮流自媒体爆发式增长

广东卫视、CGTN、中国教育电视台、上海电视台等多家电视媒体以及中关村在线、太平洋网络、天极网等网络媒体；北京青年报、广州日报、南方都市报、财经、21世纪经济报道、36氪、钛媒体、ZEALER、智东西等一线主流媒体以专题形式参与报道。国内主流媒体、网络媒体制作专题数量40余个。

顶流平台的合作矩阵

与“京东”、“淘宝”、“快手”、“**”等平台达成深度的战略合作，通过上线专题、线上**、大V逛展、话题讨论、短视频、户外投放等多种形式合力推动AWE传播，展会期间全网曝光量超过24亿。

AWE2022还将继续与“央视频”、“什么值得买”、“百度”、“知乎”、“高德”、“bilibili哔哩哔哩”、“小红书”等各大平台合作，联动为企业提供更加丰富的推广渠道。

AWE2024 科技赋能 智领全球

海尔、三翼鸟、GE、卡萨帝、斐雪派克、海信、ASKO、gorenje、tcl、华星光电、博世、西门子、嘉格纳、松下、京东、SONY、三星、华为、夏普、LGD、Miele、AEG、惠而浦、创维、格力、奥克斯、长虹、康佳、日立、方太、老板、华帝、恒洁、厨柜、米技、格兰仕、万和、万家乐、Elica、帅康、美大、苏泊尔、九阳、飞利浦、smeg、

虎牌、科沃斯、添可、3M、莱克、小熊、西屋、Laurastar、爱仕达、BRUNO、摩飞、shark、福维克、小狗、LAUPUNKT、OSIM、奥佳华、Hizero、360、科大讯飞、恒大智能、思必驰、云知声、慕思、涂鸦、拓邦、艾美特、VS、Babyliss、飞科、超人、素士、须眉、映趣、罗曼、blendtec

AWE2024品牌阵容

AWE2024展馆规划

W1 智能家电馆

W2 智能家电及配件馆

W3 消费电子、智能科技馆

W4 消费电子、智能科技馆

W5 消费电子、智能科技馆

N1 智能厨电、厨房小家电馆

N2 智能厨电馆

N3 智能厨卫馆

N4 馆

N5 海尔智家馆

E1 清洁电器、生活电器馆

E2 健康电器馆

E3 美健电器馆

E4 智慧生活馆

广泛投放 助力企业造势宣传

AWE在上海及周边的辐射区域进行高密度、多维度的广告

投放。观众可通过电视屏幕或者在黄浦江畔、楼宇电梯间、高端商圈、高铁站等人群密集的场所接收到AWE的信息，有效的提高了AWE的度，同时也为企业进行造势宣传。

殿堂级峰会云集 高段位思维集中输出

从“中国家电发展高峰论坛”到“AWE高峰论坛”的更名意味着这场行业高水准的峰会已经实现了跨界融合的新形态。AWE高峰论坛将会以更广博、更包容的视角继续解读行业政策、分析行业现象、突破行业困惑。吴晓波、秦朔、马光远、周云杰、梁海山、方洪波、欧腾博、高桥洋、闫小兵……一个个如雷贯耳的名字都曾在此高谈阔论。

**之夜超级IP 垂直实现消费引导

AWE2021首创全行业同时在线**模式，展会**就吸引百余家企业竞相参与，实现展会效益的大化。京东、淘宝、快手等电商或**平台均开辟了AWE专属的会场及**专题。

2022年，AWE**之夜的模式将进一步优化和加强，汲取各大企业线上营销的实战经验，强化对线上人群的覆盖，继续打造“AWE**之夜”超级IP。