

AWE2023中国家电展将迎来更多国际高端品牌参展

产品名称	AWE2023中国家电展将迎来更多国际高端品牌参展
公司名称	博隆会展
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国展会服务平台
联系电话	18918926905 13641790595

产品详情

高端破局，齐聚AWE2022

AWE2022将于2022年3月17日-20日在上海新国际博览中心举办的消息正式发布以来，各项筹备工作正在有序推进中。值得关注的是，自AWE2021 GAGGENAU、Miele等亮相后，AWE2022将迎来更多国际高端品牌参展。

据AWE主办方透露，Miele、BOSCH、SIEMENS、GE、Fisher & Paykel、Kuppersbusch、Panasonic、AEG、伊莱克斯、ASKO、Gorenje、利勃海尔LIEBHERR、博塔桑尼BERTAZZONI、迅耐洗SCHULTHESS、BELLING、Casarte、Hitachi、PHILIPS、Elica、Vintec、Teka、VESTEL、SpeedQueen、法国家居酒柜品牌EUROCAVE、大宇、意大利Steel、FAGOR、Laurastar、美膳雅Cuisinart、LocknLock、Shark、摩飞、BRUNO、丽克特recolte、Blaupunkt、Hizer o、卡赫、Bissell必胜、VS、Babyliss、索利斯、米技等一众将在AWE2022集中参展亮相。

中国经济保持高位运行，巨大消费潜力成高端消费发展沃土

自去年初疫情发生以来，中国经济始终能维持增长态势，在全球主要经济体中独树一帜。国家统计局公布，初步核算，前三季度国内生产总值823131亿元，按可比价格计算，同比增长9.8%，两年平均增长5.2%。

得益于经济持续性高位运行，国人消费能力也得到进一步彰显。2021年前三季度，社会消费品零售总额318057亿元，同比增长16.4%。不仅消费总量进一步增长，随着国民可支配收入提升及中等收入群体的不断扩大，消费偏好正在发生明显变化，大家更愿意为高端消费品和更好的服务体验支付溢价。贝恩咨询数据显示，今年全球品市场将萎缩23%，但中国境内品消费将逆势上扬48%，达到3460亿元。

家电及消费电子产品作为社会消费品的主体之一同样呈现高端化趋势。在AWE上，这一变化体现的十分明显,无论是嘉格纳、Miele等外资高端品牌首度加盟AWE2021，还是卡萨帝、COLMO等本土高端品牌的不断扩张，众多高端产品和个性化、定制化智慧生活解决方案正在AWE上开花结果。

更值得一提的是，于2021年首登AWE的德国美诺Miele将继续参展AWE2022，并将展位面积扩大至1125m²，是上届的三倍之多。同时，以美诺Miele为代表的高端产品广获被誉为全球智慧生活领域“奥斯卡”的艾普兰奖也足以说明中国市场和消费者的充分肯定。

家电存量市场内卷加剧，高端领域成再增长的主要驱动力

直播带货的兴起让家电行业从消费触达向消费升级转型，从而加剧家电存量市场的内卷。近日曝出的李佳琦、薇娅直播间单日销售额超百亿震惊众多网友。随着直播热潮，京东、苏宁、国美等传统零售巨头及抖音、快手等新兴社交电商纷纷加码下沉市场，家电产品完成了三四线城市及乡村消费市场从无到有的消费触达后，产业整体向消费升级进发。

2021年是我国步入全面建成小康社会的年，随着生活水平的提升，人们对于家电消费需求从满足基本功能的“温饱型消费”向从外观到功能到品牌的“品质型消费”转变，性价比一词已经不是人们购买家电及消费电子产品时的要义。

随着“千禧一代”和95后“Z世代”成为社会消费的主体人群，价值型消费的偏好让高端市场成为家电头部企业破局存量市场内卷的新蛋糕，企业对于高端领域的用户洞察成为推动品牌再增长的主要驱动力。

AWE中国家电及消费电子博览会 展位预订联系：刘彩 经理