

2024上海家电展|中国家电及消费电子博览会AWE介绍

产品名称	2024上海家电展 中国家电及消费电子博览会AWE介绍
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 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

展会介绍

中国家电及消费电子博览会 (Appliance&electronics World Expo, 简称AWE) 由中国家用电器协会主办。

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,汇聚了千家国内外品牌、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,是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的重要平台。

AWE全方位展示家电、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;呈现交互式、定制化的家居场景化解决方案;助推健康、安全、便捷、舒适的新兴品类发展;引领兼具空间美学

与多样功能的集成化、套系化的产品的新潮;让充满科技感的智慧生活解决方案惠及全球消费者。

近年来,国家重视家电消费在国民经济中的作用,要求加快释放绿色智能家电消费潜力,出台了一系列促进家电消费的政策,这凸显了家电消费的重要性。中国是推动全球家电及消费电子领域增长的主要引擎,作为承载行业创新成果展示与创新加速器功能的平台,ANE2023的召开将为行业未来发展注入活力,通过全球视野及影响力的平台优势,展示前沿科技在家电及消费电子领域落地的新成果,促进中国家电及消费电子产业更好地满足消费需求。

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,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。

展品范围

白色家电、消费电子、智能厨卫及厨房小家电、生活电器、美健(个护)电器、环境及健康家电、智能科技产品、家电配件及配套服务、电子电器回收处理技术与装备

展位费用

光地 100m²以下 1580元/ m²

100~200m² 1480元/ m²

200m²以上 1380元/ m²

标准展位可选 13800元/个(3mX3m) 配置:

三面围板、公司楣板、9平方米地毯、1个问询台、2把折椅、1个纸篓、3盏射灯、1个插座

精装展位 23800元/个(3mX4m) 配置:

三面围板、灯箱楣板、12平方米地毯、1个问询台、1把吧椅、1个洽谈桌、3把折椅、1个纸篓、5盏射灯、1个插座

2选1: 层板4个或高低台1个

家电高端产品占比持续提升。在消费升级和更新需求的驱动下,2009年全年变频空调、三门冰箱、滚筒洗衣机零售量占比为16%、16%、20%,零售额占比为22%、41%、39%,且连续3年呈快速提升趋势,12月占比创新高。在节能补贴政策的驱动下,定频1/2级空调已成市场主流。

2009年全年,液晶电视和空调整体均价同比下降了6%和31%,但冰箱和洗衣机整体均价同比增长4%、8%,且空调价格降幅也远低于成本降幅,家电企业毛利率提升明显。

几年前,“高端家电”在消费者眼中还只是社会少数群体能够享受到的品。其中原因自然是“高端”与“高价”基本等同。随着家电下乡并伴着“高端家电”商品的多样化、系列化,特别是消费者在收入增加的同时开始关注提高自己的生活质量与品位时,“高端家电”似乎也走下了“神坛”,进入越来越多的普通消费者的家中,更多的消费者成为了“高端家电”商品的消费群体,开始享受“高端家电”生活。

为了促进中国家电市场更好的发展，“中国家电市场研究小组”在国家信息中心信息资源开发部和[中国家电网](#)双方共同发起下应运而生，[中国家用电器协会](#)为小组业务支持单位，该小组的成立旨在整合双方在家电行业零售市场数据监测、市场调研、网络媒体、家电企业和零售渠道方面的强大资源优势，加强对家电行业发展状况、市场、企业、品牌、零售渠道等方面的研究，促进中国家电市场的高端发展，由“家电制造”到“家电创造”的华丽蜕变。

趋向

家用电器商家是越来越多，竞争也是相当激烈的，在未知的市场中，还有待发掘。

在店铺、个体户、厂家的热烈销售中，也是很萧条的。虽然人们消费很高，追求生活的质量在提高，但是成本也是很高的，挖掘新的市场是迫不及待的。

我们需去发掘新的市场，来刺激销售，逐渐扩大我们的市场。走网络化、和家电下乡也是一个不错的市场方向，列如开发家用电器一样的软件来教大家使用、或是下乡去指导他们使用，是一个新市场方向。

城市格局

2009年12月，家电城市格局基本稳定，在液晶电视市场上，国外品牌市场份额有所上升，国内品牌有所下降，但仍在高位。市场普遍预期2010年彩电行业竞争会趋于激烈，外资彩电品牌可能大举降价以抢占市场份额，同时国内彩电品牌之间由于面板供应和模组自制带来的竞争力差异将有所缩小。我们认为，国内品牌的整体份额将维持在比较平稳的水平上，高端市场或更多地被外资品牌所占领。国内品牌之间的竞争或趋于激烈，但更着重于特色营销而非简单的价格竞争。

外资品牌2010年的竞争策略基本确定，大部分仍趋于保守。虽然2009年第三季度外资品牌占有率逐月回升，但平均占有率仍低于30%。即使考虑到外资品牌应用更为激进的竞争战略，我们认为其2010年的占有率仍将稳定在30%左右，不会有大幅的提升。

从经济角度分析，外资品牌多为高端产品，其需求与盈利的价格弹性都比较强。虽然2009年下半年部分外资品牌推出中低端液晶电视产品，但其附加功能较少。考虑到品牌的高端形象，我们判断其主流产品降价幅度不会太大。外资品牌在高端产品如LED背光电视上的优势或促进其占有率提升。我们判断2010年后LED背光液晶电视有望降价20%左右，即使外资品牌份额提升，对整体份额也无太大影响。

以旧换新

截至2010年1月24日，全国以旧换新共回收旧家电572.1万台，累计销售五大类新家电520.3万台，销售额达205.6亿元。日均销量从1月上旬的6.1万台快速上升到1月中下旬的7.2万台，增长势头迅猛。以旧换新试点的政策效果和推广进度是2010年城市家电需求大弹性所在，我们将持续重点关注。

2010年1月份，家电行业指数累计下跌7.55%，上证综合指数累计下跌7.85%，整体来看，家电行业指数涨跌幅和大盘持平，由于投资者担心2010年房地产成交量下降对家电销售产生不利影响，在1月的周家电行业指数跑输上证综指3.49个百分点，个别股票下跌10%以上，投资者的担心一定程度上是合理的。从2010年来看，家电行业属于成长性较为确定的行业，市盈率将随着业绩的逐步提升而下降，我们继续维持家电行业“买入”投资评级。

放置环境

高温环境。

高温的环境会使家用电器的绝缘材料加速老化，而绝缘材料一旦损坏，即可引起漏电、短路，从而导致人身触电甚至引发火灾事故。

潮湿环境。

不应将洗衣机长时间放在卫生间内，也不要将家用电器放在花盆及鱼缸附近，还要注意不要在家用电器上放置装有液体的容器，更不得用湿布带电擦洗或用水冲洗电器设备。

腐蚀环境。

家电的外壳及绝缘材料受到化学物质的长期侵蚀，会缩短使用寿命。所以电冰箱、洗衣机等家用电器不宜放置在腐蚀性 & 污染性较严重的厨房内，以免受到煤气、[液化石油气](#)或油烟的侵蚀。

安全环境。

家用电器一般都应摆放在安全、平稳的地方，千万不要放在有振动、易撞击的过道处。若放置的地方不安全，一不小心使家用电器遭到剧烈的振动和猛烈的撞击，会使螺丝松动、焊点脱落、电气及机械等零部件移位。甚至会造成家电外壳凹陷开裂、零部件错位、导线断裂等损坏。