

# 2024上海家电展AWE|2024中国家电及消费电子博览会

产品名称	2024上海家电展AWE 2024中国家电及消费电子博览会
公司名称	展会招商部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	参展咨询，展位预定
联系电话	18019712639 13512119684

## 产品详情

### 前言

在全球经济面临增长放缓、家电消费需求受到一定抑制的背景下，消费信心亟待恢复。AWE是家电行业交流和企业发布战略、新品的重要舞台，从中可以观察到行业的未来风向。

GfK中国携手中国家电协会、中国家电网深度参与AWE，与行业共同见证中国家电市场的蜕变和成长，并藉此推出AWE产业洞察系列文章，分享GfK专家们在展会期间对家电行业的新洞察，透视市场未来趋势，助力企业厘清增长逻辑，实现可持续发展。本期聚焦AWE 2023的两大主题创新与智慧，作者为GfK中国家电事业部总监蔡凌。

2023年中国家电及消费电子博览会（简称AWE2023）于4月27日起强势回归线下主场——上海新国际博览中心，展馆规模扩大至13个，1000多家国内外家电和消费电子品牌参与，整个展会人潮涌动。AWE的盛大开幕，表明家电业对发展中国市场有充分的信心，也预示着中国家电及消费电子行业发展将开启新的篇章。

### 1 创新&智慧成为AWE 2023两大主题

AWE今年的高峰论坛主题包括“创新无界、向实而生”“未来家2035”，AWE重要配套活动之一2023中国家电创新零售峰会的主题是“数字突破·坚定增长”，而艾普兰奖今年的主题是“智科技、创未来”，可见创新和智慧已成为AWE的两大主题，同时更是整个家电业发展突破、坚定未来增长的主题。

注：由AWE组委会主办的艾普兰奖自创于2011年，是当今家电与消费电子领域具影响力和公信力的产品评选表彰活动之一。

创新是激活消费潜力、树立竞争壁垒的法门，这一点对小家电企业尤为重要。以清洁电器企业为例，据

GfK观察，以科沃斯、石头科技、追觅为代表的中国品牌在持续推动清洁电器产品的迭代和创新，使得我国智能清洁电器在全球市场占据主导地位，成为继智能手机之后，中国品牌全球化的又一强势品类。

## 2 全屋智能再升级，家和艺术结合成为新落脚点

在家电智能化的大潮中，海尔、TCL、海信等头部综合家电企业借助其丰富的产品线，纷纷在此次展会上展出了不同场景下的全屋智能集成解决方案；松下基于“家是育人的场所”的理念，围绕人，打造和谐的全屋智慧生活。

同时，家电和家居融合趋势进一步加强，超薄全嵌、跨品类的拼接在展会上随处可见；此外，顺应近年来“颜值即正义”的消费观念，家电的艺术化成为三星、创维、海信等品牌产品进化的重要方向，借助前沿显示技术实现家电产品和艺术的完美融合，使产品不仅能够提供生活便利，更能美化生活。

## 3 巨大市场体量吸引更多主力加码投资中国家电市场

GfK注意到，许多国际性代表品牌在今年AWE上发布了大量新产品，创新速度显著加快。以博西家用电器集团为例，此次展会上围绕“厨居一体、美嵌生活”的主题，呈现极具欧系特色的嵌入式（Built-in）家电产品，例如嵌饮机产品；集团旗下品牌博世还推出了新概念产品智控净植机，体现了博西对绿色、健康和可持续的一贯追求。

德国美诺Miele作为国际性高端家电厂商，今年展台规模进一步扩大，以质感精良的高端产品为消费者提供了更多品质选择。

GfK预计2023年，中国技术消费类电子产品市场规模将超过21,000亿元人民币，预计将占全球市场24%的份额，中国市场强大的消费潜力吸引了更多的海外品牌入局，今年AEG、Elica、TEKA等众多\*\*\*\*的展位也异彩纷呈，各具特色。

## 4 如何深度理解年轻一代消费群体的需求并在产品端落地，依然是家电厂商需要面对的挑战

如何把脉年轻一代消费群体的消费需求本质、推出创新产品并将之打造成“爆品”，藉此创造增量市场，对于的家电厂商来说是个难题。众多网红科技产品推出之后，往往火爆不久就引起跟风踩踏。如果产品力不足，仅靠个性化定制、简化设计，也未必能吸引足够多的年轻消费者买单。

今年的AWE有许多新兴品牌加入，但对比以往，也有不少中小品牌没落甚至消失。换一个角度思考，或许这正是中国市场的魅力之一：我们的市场足够庞大，能够容纳众多品牌不断创新和尝试。GfK希望未来能够看到更多原创性的、基于消费者深度洞察的创新。