

2024上海小家电展|美健电器展|清洁电器展|上海家电博览会

产品名称	2024上海小家电展 美健电器展 清洁电器展 上海家电博览会
公司名称	暄日策划
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区海坤路1号1幢（住所）
联系电话	17867946664 13917986994

产品详情

家电家居一体化，势不可挡

今年AWE官方对外发布的“行业发展十大趋势”报告也提到，中国家电及消费电子产业发展至今，单独卖产品的时代已经过去。在消费新时代，多种多样的家电不再仅仅将功能堆叠和呈现，而是要将满足不同生活场景下的新需求当作目标。对各大企业而言，营销也不再是卖单品、卖套系，而是主动去满足不同场景下的多元化、一体化、个性化、定制化需求。另外，此前人民网财经研究院发布的《“家场景”消费趋势观察报告》也指出，随着数字技术的不断发展，家电家居消费呈现全渠道融合的趋势。同时，消费者需求变得更加多元，消费行为也呈现出场景化、一站式、一体化的趋势。

顺应此趋势，为促进家电家居产业高质量健康发展，政策端已经提出了新的倡导。如工信部等四部门联合发布的《推进家居产业高质量发展行动方案》便明确提出，要强化优质企业示范引领，“鼓励跨行业强强联合，加强产品设计、技术研发、营销服务、资源对接等方面合作互补，引领家居产业融合发展和消费升级。”

落地到具体家电家居行业，事实上搭建一体化生态格局，早已不是行业秘辛，从海尔早年间提出“场景替代产品，生态代替行业”的口号，到其三翼鸟场景的落地、升级，再到近几年如美的、海信、博西家电、TCL、老板、华帝、华为、小米等家电及消费电子品牌，箭牌、恒洁、欧派、慕思、金牌、红星美凯龙等家居建材品牌，以及京东、阿里等零售渠道平台都纷纷扩展产业链触角，向家电家居一体化生态进发。

“众人拾柴”新生态，重塑家居生活品质

要想真正实现家居家电的一体化，难度不言而喻，最直观的，家电标准化程度较高，而家居产品标准化程度低，这就要求企业重新整合两者的供应链。

不少家电企业已经作出了行业表率。就像前文所提，海尔旗下三翼鸟品牌，将交易、资源、数字系统整合进一个平台，融入包括家装、家居、家生活等各领域上千家本地生态伙伴，围绕用户衣、食、住、娱需求打造领先的智慧生活体验，使得生态链接得以无限延展。

越来越多的消费者追求家电家居一体化，以达到释放家居空间、提升整屋颜值的目的。为满足这些不断升级的消费需求，不只是海尔，更多的家电家居企业已经开始从设计、技术创新角度出发，从内而外打造符合用户需求且具备更高审美和实用性的产品。以AWE2023上企业展出的趋势产品为例，如箭牌、恒洁类家居卫浴品牌，通过智能坐便器、卫生陶瓷、龙头五金、浴室家具、浴缸浴房、瓷砖等系列产品的

场景化组合联动，让未来智能家居的样貌清晰可见，由此引发行业对于卫浴空间数字化、场景化、智能化、系统化、更具交互性产品的设计研发与推广，让家居卫浴空间成为一个可听、可视、可感的重要休闲场所。值得一提的是，首次亮相的箭牌家居更借助AWE平台和央视财经直播对头，讲述箭牌“智能生活新提案”的同时，实现了品牌声量与产品销量的大爆发。

除此之外，在AWE2023上，无论是卡萨帝平嵌冰箱完全嵌入橱柜，正面0凸出、侧面0闪缝设计；还是三星、创维的艺术电视在待机模式下呈现一幅幅画作；亦或是方太、老板、博西家电等品牌推出的吸油烟机超薄贴墙设计，拢烟口位置下移，美化整体造型的同时快速吸排烟。又比如在华为展区，全屋智能以及鸿蒙生态打造出逐步扩大的生态综合场景。海信、TCL、格力、方太等品牌也凭借丰富的产品线，通过自有的物联体系和云数据，展现出多样的智慧家庭使用场景……可以看出，各品牌都正使出浑身解数，致力于满足新消费时代用户愈发旺盛且严苛的一体化家电家装需求。

以终局视角看，毫无疑问，真正让人信服的家居家电一体化，一定是站在用户的角度，以场景为导向，介入消费者设计、装修、选家具、通水电等“打造家”的全链条中，尤其是将硬装、软装、购置家电的环节统一包揽。以此角度而言，无论家电企业还是家居家装企业，依然走在相向而行有待进一步深度融合的路上。

目前，AWE2024已经启动，中国家用电器协会副理事长徐东生说，AWE2024将聚焦家庭生活场景，根据技术创新、消费趋势和市场需求，打造更多细分生活场景，提供更好的场景化体验，推进跨界发展和产业融合。当下，这场盛会已经汇聚了海尔、京东、AMK德国现代厨房行业协会、央视、人民网、新华网、奥维云网、森博营销、智东西、网易、住小帮、百度营销、微博、知乎等企业及合作平台，以及永达传媒、新潮传媒、视窗传媒、高和传媒等数字化传媒平台的参与和支持。“朋友圈”的不断扩容，无疑让AWE的边界不断被拓宽，其“行业风向标”的价值和定位得以不断被肯定、强化。我们期待，或许在这场全产业精心打造的盛会上，看到更多家电与家居深度融合的趋势应用案例。同时，我们也希望无论是家电企业，还是各类家居企业，包括卫浴、建材、家具、五金等品类企业，都保持着面向用户积极创造的心态，以多样性的可能去尝试探索，并不断优化调整自身的一体化设计、经营体系建设，从而真正为消费者提供一方灵与肉的休憩之所。