

# 2024上海家电展AWE|中国家电及消费电子博览会介绍

产品名称	2024上海家电展AWE 中国家电及消费电子博览会介绍
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

### 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\*\*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,AWE2023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

## AWE赋予中小企业的真正价值是什么?

距离2020年已经进入倒计时,AWE2020的招展工作也进入了\*后的收尾阶段。岁末年关,我们有必要静下心来思考和总结。AWE在成为越来越多\*\*\*每年的必选展会之外,也得到越来越多中小企业的青睐。究其原因,除了久负盛名的国际影响力,AWE吸引的越来越多的人群造成的\*\*效应,来自上海本地的消费者、产业链上下游的专业人士、投资人、设计师、房地产项目采购团、海外观众等带来的不同需求,以及AWE服务中小企业的质量越来越高,都是AWE在中小企业心中份量越来越重的原因。

## 不断增长的规模,对中小企业产生虹吸效应

近几年,AWE的参展企业数量逐年\*\*,既有海尔、美的、海信、TCL、创维、康佳、长虹、格力、奥克斯、方太、老板、华帝等本土家电巨头,又有博世家电、西门子家电、AEG、松下、索尼、夏普、三星、LG、A.O.史密斯、惠而浦、Smeg、飞利浦、怡口、3M等国际一线家电及消费电子品牌,也有华为、京东、奇虎360、科大讯飞等IT和互联网巨擘,还有LGD、华星光电、GMCC&Welling、加西贝拉、恩布拉科、海立、黄石东贝等产业链配套企业。这些闪着光环的行业巨头对中小企业产生了巨大的虹吸效应。在这样的平台上,中小企业的品牌价值也被不断放大。特别是AWE2020,中小企业数量实现了井喷式增长。

让中小参展企业兴奋并纷至沓来的原因,除了越来越大的展示面积、全球\*\*品牌的汇聚,连年攀升的观众数量和质量也是这些中小参展企业的为之前往的重要动力。据主办方统计,2019年AWE共接待海内外观众人次达34万人次,同比增长15.8%,企业高管、专业观众、消费者以及海外观众人数均创新高。随着AWE的影响力日渐扩大,主办方预计2020年观展观众将达到38万人次。

## 专业的观众,驱动中小企业商务拓展

AWE深耕家电及电子消费领域多年,累积了大量行业内专业观众。其中,专业观众三成为贸易观众,而贸易观众中有近一半为家电经销商、代理商或零售商;电子商务渠道、3C数码等经销渠道的贸易观众则位列第二、三位;同时,家电连锁卖场、大型商超百货等渠道也有相当数量的观众抵达现场参观。据统计,总观众中有近三成人士带有采购或合作意向。因此,AWE不但是行业发展趋势的风向标,更是商机无数的行业盛宴。

家电及消费电子产业链上下游的业内人士,同样是AWE专业观众的核心构成。他们大都是深谙产品内核的技术大拿、采购负责人,对中小企业来说,和他们的交流,将获得更多资讯,促进企业的技术创新、产品升级。特别是对于一些上游的中小参展企业来说,将可以获得丰厚的潜在订单需求。

一年一度的房地产精装修高峰论坛带来的采购团真的可以用空前盛大来形容。这些采购团中很多都是重要房地产项目的负责人，他们的采购都是批量的，他们抛出的“橄榄枝”带给中小企业的价值无疑是巨大的。

与房地产精装修采购团相携而来的，还有家装类设计师。他们眼光敏锐，头脑前卫，中小企业的差异化产品也许正是他们家装设计中迫切需要的。不仅如此，他们的设计需求也可以让中小企业掌握下一步的研发方向。

从历年的观众统计情况来看，证券分析师、行业分析师也正在形成一股力量，为AWE注入活力。在证券分析师眼里，AWE是业内\*\*展会，每年一定参加，他们来这里看行业新产品、新战略的布局，对未来的消费趋势和投资进行辅助性判断。

除了专业观众，越来越多的消费者、国际观众也向AWE涌来。从消费者的构成来看，时尚和消费达人、网红、意见\*\*占据绝大多数，他们大都是经济实力强、消费水平高的人群，乐于追求创新产品、黑科技，他们的意见将对消费市场产生巨大的影响力。随着大众消费者每年以200%的增长数量递增，这股影响力将持续扩大。中小企业也将随着这股影响力乘风破浪。

从国际观众来看，他们对于AWE的关注超乎想象。据主办方统计，AWE2019共有来自40多个国家和地区的超过2万人次国际观众前来参观。其中，超过80%的海外观众来自亚洲和欧美地区，这些为中小企业拓展海外客户创造了有利的条件。

完善的服务，促进中小企业有效的沟通

AWE对于中小企业的价值，还有其他因素，那就是政策和服务。

事实上，从AWE2019开始，主办方就为专业观众开通了“商务对接服务”，中小企业可以从官网查到目标企业的参展位置，更快更便捷地推动企业间的商务洽谈。接下来，主办方在服务企业的商务配对能力将更进一步。据介绍，AWE2020会推出商业配对互洽服务，只要参展企业提出采购意向，主办方可以帮助给目标人群发送信息，助力达成商务合作。值得一提的是，AWE2020将为参展商提供免费的洽谈间，有意向企业可以申请使用时段，进行现场约谈。

除此之外，AWE2020今年观众门票实行收费制度。这将进一步\*\*观众的质量，这为中小企业达成更有效的合作创造条件。