

# AWE2024中国家电及配件展|上海家电博览会AWE

产品名称	AWE2024中国家电及配件展 上海家电博览会AWE
公司名称	展会招商部
价格	.00/件
规格参数	展会时间:2024.3.14-17日 展会规模:14个展馆, 16万平米 展商数量:1000+家
公司地址	参展咨询, 展位预定
联系电话	18019712639 13512119684

## 产品详情

2024年中国家电及消费电子博览会

2024中国家电展,上海家电展,上海AWE,2024AWE

中国家电及消费电子博览会

——智慧生活·全球平台

时间: 2024年3月 14-17日

地点: 上海新国际博览中心

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

展位咨询: 张丽 135-1211-9684

中国家电及消费电子博览会AWE从1992年创办至今已有21年历史,自移师上海以来也历经了11届之多; AWE从专注于家电产品的类展会逐步外延,形成以家电及消费电子技术及产品为核心的智慧家庭场景化展示,并延伸至智慧娱乐/出行/医疗/教育等智慧生活全景化的综合性大展。

AWE近年来的国际化发展有目共睹,受到越来越多国际家电及消费电子巨头及跨国机构的重视和青睐,国际观众的人数和占比也在稳步提升。作为全球三大家电及消费电子展之一,AWE在全球家电及消费电子领域有哪些价值?

## 01.

中国市场持续复苏AWE开启全球企业共同角逐的疫情“下半场”首先，谈及AWE的价值就肯定离不开其背靠的中国家电及消费电子市场在全球舞台的突出作用。中国是全球大的家电及消费电子市场之一，拥有庞大的消费人口和快速增长的中产阶级。对于外资品牌而言，中国作为大的一块蛋糕，是全球布局中重要战场之一，能否玩转中国市场将很大程度上决定着品牌的成与败；对于志在打开国际市场的中国品牌来说，开拓全球品牌版图与深化优势同样重要，本土市场的强势表现是中国制造远销海外的根基与底牌。而AWE则是中国市场这一金字招牌上的一颗明珠，是中国家电及消费电子产业一年一度的汇报演出，既展示了外资品牌的本土化创新水平，又向全球呈现了中国企业的科技创新能力，形成全球企业间的良性竞争。同时，AWE也在不断吸纳国际化的前沿产品及方案，为中国市场引荐更多的范式。中国家用电器协会的统计数据显示，今年1-7月，家电行业营业收入接近1.1万亿元，同比增长7.67%；利润为832亿元，同比增长22.56%。对比去年同期，家电行业增长快速，利润提升明显。随着国民经济逐步复苏，国家稳经济、扩内需、促消费政策措施效果持续显现，承压三年的中国市场势必将持续增长。在已经过去的AWE2023，全球企业对于疫情“下半场”的角逐已经开始；在即将到来的AWE2024，这样的竞争只会愈演愈烈。

## 02.

创新增速AWE成全球家电及消费电子科技竞技场从AWE2023“智科技，创未来”到AWE2024“智能科技，创享生活”，AWE将持续打造科技型、创新型、数字化大展，在技术创新展示上引领全球。AWE对于深耕科技型展会的信心和底气源自于中国持续提升的创新水平。2022年，我国研发投入突破3万亿元，投入强度达到2.55%；授权发明专利79.8万件，有效量位居一。具体到AWE重点展商披露的数据来看，2022年海尔研发投入超过100亿元，同比增长22.43%，2023年上半年海尔研发费用同比上涨9.36%，保持了稳定的增长；在2022年“全球智慧家庭发明专利排行榜”中，海尔智家以5691件公开的专利申请再次排名bang shou，连续8次排名全球。在去年强势回归AWE的华为一直是研发大户，华为2023年前三季度研发费用为1149.91亿元，同比增加44.10亿元，占前三季度收入的25.4%；2022年的研发投入更是位列全球第四。在AWE2023上，各家企业纷纷发力智慧场景解决方案、AI应用、芯片等未来智慧生活的核心科技。海尔智慧家庭领域的核心技术平台—智家大脑、华为的全屋智能空间3.0纷纷亮相；同时，由中国家电协会牵头的中国智能家居领域部专门关于“互联互通”的白皮书—《中国智能家居互联互通白皮书（2023年）》也与AWE2023展会同期发布，旨在为去中心化的智能家居本地互联生态提供标准化解决方案，填补家电行业相关标准空白。在明年到来的AWE2024上，这些智慧生活解决方案的4.0/5.0版本会给全球消费者带来更多惊喜。值得一提的是，早加入AWE的外资品牌之一的博西家电也将创新视为进一步夯实在华业务的战略核心，2020年在南京正式启用的博西家电中国新研发中心是博西家电全球大的综合性研发中心。博西家电不断地持续加大在中国的投资，目的在于加强本土研发实力，也是对中国创新实力和创新环境的认可。中国家用电器协会执行理事长姜风认为，“AWE已经达到水平的展会标准，对品牌的产品、形象起到很大的影响作用，同时AWE也是一个科技竞技场，在这个竞技场上，企业的创新成果到底水平如何，摆到这个综合性的展会上面，大家都一目了然。”可以看到的是，中国家电正在超速完成中国家用电器协会提出的“成为全球家电科技创新的引领者”的“十四五”规划目标。可以肯定的是，中国正在逐步成为全球家电及消费电子的科创中心，AWE就是秀肌肉好的舞台。

## 03.

满足多样化消费需求AWE是智慧生活的集大成者中国市场涵盖了各种各样的市场需求，从大城市到小乡镇，从一线城市到三四线城市，各个地区的消费者对于家电及消费电子产品的需求存在一定的差异。注重智能与核心技术的高端产品和更加看重设计与功能性的定制产品都能在AWE上适得其所，日式生活的小而美与欧式生活高端优雅也能同时在AWE舞台上绽放，它们共同组成了AWE智慧生活的全貌。在个性化消费盛行的当下，AWE也展示和引导用户形成不同的消费偏好。有成套系购买高端产品的性消费，有青睐大屏影音的爱好性消费，有追求人、车、家全场景智慧体验的科技型消费；不同消费者都能在AWE

上得其所好，全球企业也能在AWE找到属于自己的定位。除了地域性消费偏差和个性化消费需求外，AWE也在吸引着不同圈层的人群，逐步形成各类性产品的生态圈。在过去的AWE2023上，不少企业都重点展出了针对电竞、露营、萌宠等不同圈层推出的产品；种草几个趁手游戏外设、购置几台户外生活电器、给自己家“毛孩子”挑选上它们喜欢的宠物家电，成为了AWE的新风潮。另外，老年群体与母婴群体等特殊消费人群也是AWE重点关注的领域。在AWE2023上，松下、海尔、箭牌等企业展出了专门为老人设计的适老卫生间；海尔、海信、博西、格力、方太等企业推出了搭载母婴功能的大家电产品及针对母婴群体推出的净水机、辅食料理机等产品，满足了不同人群的多样化消费需求。“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。”中国家用电器协会副理事长徐东生在AWE2024启动会上阐述了展会持续发力智慧生活领域的发展目标。AWE依托于中国市场，辐射和影响着全球产业。AWE充分发挥中国家电与消费电子市场庞大的市场份额和制造能力优势，助力中国技术创新和中国方案在国际竞争中逐步向前，并通过和外资企业及机构的广泛合作与深入交流，推动全球家电及消费电子产业的发展。“智能科技，创享生活”，AWE2024值得期待并且不能错过！