



“艾普兰”奖 获奖名单上午揭晓

2013年3月21日, 2013中国家电博览会特别设立的大奖——“艾普兰”奖今日上午正式公布获奖名单, 并举行隆重的颁奖典礼。作为家电产品设计的风向标, “艾普兰”奖的颁发成为展会的最高潮。

“艾普兰”引自英文 Appliance (家用电器) 的音译。旨在针对家电行业中具有引领作用并对行业技术趋势、产品技术创新等各方面都具有突出贡献和影响力的典型产品进行表彰和宣传。

据了解, “艾普兰”奖专业评审奖项共有 6

个, 分别为“艾普兰大奖”、“艾普兰低碳环保奖”、“艾普兰科技创新奖”、“艾普兰时尚设计奖”、“艾普兰产品奖”及“艾普兰核芯奖”。此外, 艾普兰奖还设立了 1 个大众奖, 由线上及展会观众投票得出。

“艾普兰”奖评审组提供的数据显示, 本届“艾普兰”奖共有 130 件产品从近千件参评产品中脱颖而出, 入围“艾普兰”奖专业评审奖项初选。最终获奖结果于 2013 年 3 月 21 日 10:00 公布。

INTRODUCTION



中国高端家电发展论坛召开

本届高端家电论坛旨在清晰高端家电定义, 从全球高端家电产业发展、高端家电通路、国内高端家电发展预测等方面, 为家电企业提供标准、方向和参照, 为高端家电产业提供交流平台, 同时也为他们的进一步发展给予引导。(见 P.3)



首届中国家电产业渠道商大会召开

随着中国经济结构转型和中国家电产业日臻成熟, 国内家电渠道面临着新一轮结构调整。为了深入了解、探讨国内家电渠道业态变革的方向和特点, “首届中国家电产业年度渠道商大会”于 2013 年 3 月 20 日在中国家电博览会同期隆重举行。(见 P.5)



消费者沟通平台“乐享家电”正式启动

2013 年 3 月 20 日, 在中国家用电器协会主办的中国家电博览会—上海 2013 现场, 中国家用电器协会宣布其搭建的消费者沟通平台“乐享家电”正式启动。(见 P.4)



微信二维码
拍我有精彩!



 欢迎关注国家电网官方微博

业界资讯 消费指南
家电世界 由此精彩



地址：北京 东城区 广渠门内大街80号通正国际大厦六层
电话：010-67183151 传真：010-67185232

引领趋优消费， 探讨替代升级

——中国高端家电发展论坛召开



2013年3月20日，在2013中国家电博览会召开期间，由中国家用电器协会和市场研究机构捷孚凯（GfK 中国）共同主办的中国高端家电发展论坛吸引了众多关注。中国家用电器协会副理事长王雷、GfK 全球白电产品总经理 Friedemann Stoeckle、中国家用电器协会信息咨询部部长胡晓红、De Dietrich 中国区总裁徐伟达、三星电子 CE Division 副总经理胡强、GfK 中国区营销总监周群、西摩电器董事长董越君、方太集团技术副总裁诸永定、凯驰电器大中华区副总经理桂馨、国家电网主编吕盛华出席了2013中国高端家电发展论坛。

随着经济发展和居民可支配收入不断增加，高端家电市场显现出不断增长的态势。王雷指出，对于今天的消费者来说，家电需求更多地不是要解决有没有的问题，而是要在更新时实现升级换代。消费升级客观上要求家电企业转变思维模式，调整产品结构，把消费者对产品和服务的价值需求放在新的高度认真加以研究。此外，消费升级与产业升级有着密不可分的内在关系。产业结构升级将成为未来支撑家电行业增长的主要动力，2013年高端家电产品势必成为值得期待的热点。

本届高端家电论坛旨在清晰高端家电定

义，从全球高端家电产业发展、高端家电通路、国内高端家电发展预测等方面，为家电企业提供标准、方向和参照，为高端家电产业提供交流平台，同时也为他们的进一步发展给予引导。

据 Friedemann Stoeckle 介绍，在发达国家，高端家电市场具有受宏观经济波动影响小、市场与价格稳定的共同特点。省心省力、自动智能、低

能耗、健康环保是高端家电发展的主流方向。同时，他指出，中国家电高端市场在过去一年整体市场不景气的环境下表现出色，并且会在未来保持这一状态。

整体来看，家电行业从政策刺激的消费增长模式逐渐向消费升级模式转变，这个转变在大城市尤为突出，趋优消费理念引导着消费者选择高端化和大容量的家电产品。在节能惠民政策的引导下，更多的消费者开始关注节能、变频、智能化产品，促使家电市场中的节能产品和变频产品得到迅猛发展。

“材料考究、零部件质量上乘、工艺精良、设计独到是高端家电的共有特性。”胡晓红说。法国厨电品牌 De Dietrich 和三星电子作为企业代表也在论坛上分享了各自产品的特点以及在高端家电市场的发展经验。

最后，在本届论坛上，周群、董越君、诸永定、桂馨、吕盛华就中国家电市场的发展趋势进行了讨论。周群表示，企业目前发展高端市场面临的不少难题，本土企业存在怎样对抗国外高端品牌的问题，而外资品牌则需要为实现高端家电本土化煞费苦心。董越君认为，无论是本土企业还是国外企业，做好高端市场都需要有真正符合消费者需求的产品，以帮助消费者解决问题为出发点和立足点。（秦丽）

CONTENTS 目录

- 1 “艾普兰” 获奖名单上午揭晓
- 3 中国高端家电发展论坛召开
- 4 “乐享家电” 正式启动
- 5 中国家电产业渠道商大会召开
- 6 展会现场嘉宾专访
- 8 卡萨帝“ARTi创艺科技体系”平台亮相2013中国家电博览会
- 9 海尔全球首套智能云家电发布
- 10 容声冰箱30周年庆典 海信冰箱成家博会新亮点
- 11 LG发布中国专供“观韵” 3D智能电视
- 12 莱克开启空气净化新时代 老板剑指2013厨电高端市场
- 13 三星白电借家博会巩固行业地位 九阳IH技术产品系列化
- 14 新品展示


中国家电博览会 上海 2013
Appliance World Expo-Shanghai 2013

展览报

主办单位 Sponsor:  中国家用电器协会
China Household Electrical Appliance Association (CHEAA)

支持单位 Support Unit: 日本电机工业会
Japan Electrical Manufacturers' Association
美国家用电器制造商协会
Association of Home Appliance Manufacturers
欧盟家用电器制造商委员会
European Committee of Domestic Equipment Manufacturers
台北市电器商业同业公会
Taipei Electrical Commercial Association

承办单位 Co-organizer: 北京盛世协联会展服务有限公司
BUES

展会报承办: 

Show Daily Operating Unit: China Appliance Magazine
主编 Editor-in-Chief: 黄敏 Huang Min
编辑部主任 Editorial Director: 于昊 Yu Hao
编辑 Editor: 赵明 Zhao Ming, 于璇 Yu Xuan
美术编辑 Art Director: 施力 Shi Li

消费者沟通平台 “乐享家电”正式启动



2013年3月20日,在中国家用电器协会主办的中国家电博览会—上海2013现场,中国家用电器协会宣布其搭建的消费者沟通平台“乐享家电”正式启动。

据中国家用电器协会秘书长徐东生介绍,该平台以手机移动终端的APP“乐享家电”为核心,搭建了包括微博、微信以及博客等与消费者沟通的渠道,旨在通过这个平台,能够把一些行业或企业希望消费者了解,而消费者也应该了解到的知识和信息推介给消费者。消费者对产品、企业的期望、建议和意见,也会通过这个平台传递给企业。“比如,前几年的‘家电下乡’政策,如果当时有这样一个平台,我们就可以把政策内容、消费者领取补贴的办法等告知消费者,方便消费者购买。除此之外,还有空气净化器、净水器这样新的家电品类,企业的新产品,以及一些传统家电的使用、购买窍门儿,维修指南,甚至一些刚刚进入到中国家庭厨房的西式厨房电器的菜谱,我们今后都会通过这个平台传播出去。”徐东生举例说。

徐东生认为,从行业角度来看,中国家电行业发展到今天,行业和企业积极主动地去与消费者沟通,了解消费者诉求,对消费者进行消费引导,这项工作已经越来越重要。“眼下的中国家电业,生产企业的产品线越来越长,产品越来越丰富,技术含量越来越高,产品越来越复杂,随着中国家电市场的日趋成熟,市场也越来越细分,每个产品型号对应的消费群体的划分也越来越精细。生产企业和经销商企业需要向消费者推介产品知识。另外,从市场来看,目前,中国的家电市场已经不是初期的‘家电普及’阶段,消费者也不再满足于家里有台冰箱、有台电视机就好。他们对产品的品牌、质量、功能等都有了更多要求,这就需要消费者首先对产品有一定的了解和判断,最终形成选择和购买。在这种情况下,消费者也需要了解这些知识。”徐东生表示,“中国家用电器协会的‘乐享家电’平台,就是一个生产企业和经销商企业向消费者推介产品知识的平台,更是一个让消费者对产品进行正确了解

和判断的平台。”

对于中国家用电器协会搭建“乐享家电”平台,在场的生产企业都表示出极大的肯定。海尔集团白电副总裁孙京岩表示,海尔这样的超大型家电生产企业,产品线长,产品品类众多,同时还进行多品牌运作,非常重视与消费者的沟通,中国家用电器协会搭建这样的平台,对企业与消费者沟通会有很大帮助。

合肥三洋副总裁兼营销总经理章荣中认为,中国家用电器协会搭建“乐享家电”平台,是行业发展的需要,是市场发展的需要。章荣中说:“中国家电业发展到今天,产品琳琅满目,技术路线各不相同,新品层出不穷。当消费者要选购一种家电产品时,他首先要面对的,是千头万绪的信息,消费者要从这些信息中厘清思路,最后才能确定购买的产品。当然,在使用和维修环节也有同样的问题。现在,家电行业有了这么一个由行业协会搭建的权威的第三方平台,消费者放心,企业也放心,为消费者和企业解决了很多问题。”

徐东生说:“以往,中国家用电器协会更多关注的是行业、企业的发展,产业链条的技术升级等行业内部事宜,与消费者的沟通工作虽然有一些,但没有系统涉及。通过搭建这个平台,可以让中国家用电器协会的工作,从产业链、生产制造、销售一直延伸到家电产品的最后一站——消费者层面,再将消费者层面的东西进行总结提炼,传递回产业链、生产制造以及销售环节,让中国家用电器协会的日常工作的日常工作形成一个闭环,从而更好地服务行业,促进行业的发展,也让消费者能够更充分地享受家电带给他们带来的生活品质的提升,达到‘乐享家电,乐享生活’的目的。这也正是我们将沟通平台命名为‘乐享家电’的原因。”(东木)

首届中国家电产业渠道商大会召开



随着中国经济结构转型和中国家电产业日臻成熟，国内家电渠道面临着新一轮结构调整。为了深入了解、探讨国内家电渠道业态变革的方向和特点，中国家用电器协会与奥维咨询（AVC）共同举办的“首届中国家电产业年度渠道商大会”（以下简称渠道商大会）于2013年3月20日在中国家电博览会同期隆重举行。

渠道商大会吸引了来自政府机关、研究机构、行业协会、家电制造商、传统大连锁、区域家电连锁、专业经销商、商超百货及电商等各类型的家电渠道商近400名代表参会。中国家用电器协会理事长姜凤、中国家用电器协会秘书长徐东生、国家发展和改革委员会宏观经济研究院教授常修泽、奥维咨询总经理喻亮星、天猫电器城总经理谭彪、创维集团中国区营销总部总经理刘耀平、海尔集团电商总经理杨励耕、易迅网副总裁梁红生、欧亚百货总经理姜雅琴、浙江百城电器董事长叶惠中、江西腾达电器董事长傅志杰、江西四平电器总经理张小平、湖南通程电器总经理刘伟、兴隆电器总经理王喜东、华生家电总经理何臻卉、腾达电器董事长傅志杰等嘉

宾出席了会议。据悉，本届渠道商大会旨在以中国家用电器博览会为契机，共同探讨家电渠道在新的历史时期的转型与变革，引导家电渠道向更具融合化、专业化、网络化的方向发展。

在渠道商大会上，常修泽分析并展望了2013年国家政策调控与消费内需，奥维咨询总经理喻亮星深入剖析了中国家电行业渠道变革趋势和今后的发展方向。喻亮星表示，20世纪90年代，中国家电行业依靠区域代理等传统渠道进行商品分销，“渠道为王”的商业理念深入人心。“谁的渠道布局好，谁就手握市场的‘制胜法宝’。”但是，仅仅过了几年，国美、苏宁等大家电连锁异军突起，一举改变了整个中国家电行业的零售格局。家电企业也因此一度深陷选择大连锁渠道还是传统渠道的纠结之中。如今电子商务崛起，令家电企业在渠道选择方面更加“纠结”。“新主流消费群体将在未来10年迅速成长，家电网购市场将进入高速增长通道。”喻亮星预计。

天猫电器城总经理谭彪做了主题为“电子商务的二元视角”的发言，天猫作为专业化的市场，已经形成前台与后端服务完

整的体系。谭彪提出，天猫共有三个转变：首先，年销售额从2010年50亿元发展到2012年502亿元；品牌商快速成长，其中海尔排名第一，销售额增长557%，主流家电消费日趋高端；第二是三次“双11”单日交易额大幅增长，2010年销售额为1亿元，2011年为4亿元，2012年“双11”销售额达到28亿元。第三是年度过亿元品牌数量变化较大，从2010年仅有1个发展到2012年的28个。

谭彪分析了传统零售商目前的困局，提出3个关键因素，分别是全流程信息化、综合成本降低和产品策略灵活性。同时，谭彪还分享了未来电子商务的发展趋势，即逆向供应链管理C2B；品牌厂商变强大，从渠道为王向品牌为王转型；二元视角。

除精彩纷呈的演讲外，来自天猫商城、海尔集团、创维集团等10家企业郑重做出承诺：将心注入，决胜服务，我们在行动。大会现场还以“企业如何应对正在到来的渠道变革”为话题展开高层对话，天猫电器城、三洋集团、飞利浦（中国）、帅康集团、多方达电器及华生交电集团等企业的负责人积极参与讨论。（赵秋玥）



海信科龙副总经理王瑞吉： 期待2013

谈到对今年中国家电博览会的感受，海信科龙（广东）空调有限公司副总经理王瑞吉坦言：“人多了，展出的产品新潮了，不再是进了展览馆像进了商场一样，而是可以看到很多亮点。”

据王瑞吉介绍，本届中国家电博览会

上，海信科龙特别带来了新技术和新产品。针对PM2.5的问题，海信科龙采用了高效静电集尘技术，该技术能让空调高效去除空气中的可吸入颗粒物。“除了带给用户舒适的温度和清洁的空气外，我认为空调还应该起到装饰和美观的作用，它需要在工业设计方面更加精致，并能够成为整个房间装饰布局当中的一部分。”王瑞吉表示。

据王瑞吉透露，海信科龙推出了一系列名为“苹果派”空调。“空调大革命，首选海信苹果派。”记者了解到，2013年3月苹果派系列产品在10个城市布上样机，样

机销售量已超过50台。

从整个行业来看，2013年第一季度即将过去，从大客户商家的销售情况来看，2013年至今，各大品牌空调销售额同比增长15%左右。凭借着苹果派系列的产品面市及宣传推广，海信空调销售额同比增幅达到了120%。对于2013年的情况，王瑞吉对记者说：“希望中国家用电器协会能够使中国家电企业抱团攻克技术难关，而不是仅仅在各自比较小的领域当中做一些松散的、小的突破，这样才能够使得我们这个产业革命的速度加快。”

新飞电器市场副总经理巩红忠： AWE2013上展示新飞新风



展会现场，河南新飞电器有限公司销售和市場副总经理巩红忠表示：“今年展会上企业展示的产品智能化、高端化的趋势非常明显。”他认为，未来的产品消费趋势是高端化、个性化和差异化。

据巩红忠介绍，在今年的展会上，新飞带来的冰箱产品最大的亮点在于外观设计。“莱铂锐”系列，是欧式风格设计，外观简约不简单，风格俊朗不失优雅，色彩清新更贴

近生活。“莱铂锐”系列的英文是“libra”，意味着平和、和谐、平稳。此外，“致竞”系列冰箱是无边框设计，有三门、多门等机型。

对于今年的市场判断，巩红忠认为：“在高端、个性化需求驱动下，一级市场表现稳定；在城镇化驱动下，二三级市场会有所增长；而由于家电下乡政策的退出，四级市场需求会下降。”

为了抓住市场需求，巩红忠表示，新飞除了在产品上将加大多门、对开门投入外，会注重节能产品的投入，因为目前在一二级市场，节能冰箱的份额较高，也是趋势。同时，新飞将更注重产品个性化特征，强调冰箱多功能化。

博西家电中国副总裁王伟庆： 我们将全球首发放放在AWE

“我们非常重视这个机会，每年3月，博世西门子把中国家电博览会作为向消费者、媒体展示我们新产品的良好平台。今年，西门子把多门冰箱的全球首放在家电博览会(AWE)上，同时博世又推出了一套精致旗舰套餐。这些产品都是基于中、德研发团队的合作，但中国研发团队在技术开发中发挥了更大作用，根据中国高端消费人群生活需求



推出的一款多门冰箱是目前市场上第一款多门多循环冰箱，通过技术创新，冰箱每一个制冷的空间都能给消费者提供不同的保鲜或冷冻需求。”展会现场，王伟庆介绍说。

对家电市场的未来，王伟庆认为：“家电产销量的增长取决于消费者的更新换代需求，中国家电未来5年都会保持平稳增长，尽管数量上实现进一步突破存在困难，但消费者的消费水平在不断提高，特别是二三线城市，消费者的生活品质越来越高，对家电产品的要求也在不断提高。对家电企业来说，创新是最重要的，然后是要知道自己要什么，你的消费群在哪里，你怎么满足消费者新的生活需求，实现从传统家电的量到质的变化。”



Askoll集团全球家电事业部总经理Vittorio： 用创新抓住节能环保发展机遇

专程从意大利赶来参加 2013 中国家电博览会的意大利 Askoll 控股集团全球家电事业部总经理 Vittorio 先生，时差还未倒过来，就到展馆参观并接受了记者的专访。

这是 Askoll 公司第二次参加中国家电博览会。谈到这次的感受，他说：“我们感到，家电行业的企业都越来越重视这个展会，所以我们对展会的投入也越来越大。”

2012 年的中国家电博览会，Askoll 以

创新理念设计的洗衣机电机荣获艾普兰核心奖。沿用去年同样的技术，Askoll 今年又带来了全新的干衣机电机，也申请了艾普兰奖。“我希望这个产品再次获奖，我们有这个信心。这个产品节能、高效、用材料少，在同行业中是首款。”

据 Vittorio 先生介绍，Askoll 是全球著名家电零部件企业，在南美、北美以及墨西哥、巴西、中国都工厂。2012 年，Askoll 全年销售额约 3.5 亿欧元，客户基本包括全球所有高端品牌。

今年是 Askoll 中国工厂 [阿斯科 (中国)

电机技术有限公司] 建厂 5 周年。对于这 5 年的成绩，Vittorio 先生说，它已经完成更名，成为 Askoll (中国)，实现了全球统一。另外，5 年来，公司的产品更加丰富，生产线也将完成切换，更加自动化；同时，人员素质也得到进一步提高，管理更加符合全球统一的规范。

对于中国及亚太市场，Vittorio 先生非常有信心，他认为，节能、环保趋势及日益提高的人民生活水平为 Askoll 这样的创新型企业带来更多的发展机会。Askoll 还将加大对中国的投入，用更多的创新产品服务于中国家电企业。(黄敏)

德国米技总经理季残月： AWE 首秀



“每个展位都做得很大、很漂亮。”德国米技总经理季残月兴奋地说。据介绍，德国米技专业从事开发、生产跟销售高科技的环保智能的电灶具，电炉具产品引进德国专业的高科技的部件，针对中国市场的需要量身定做，

研发出非常符合中国家庭厨房烹饪需要的新型的环保的高科技的电灶具。

季残月介绍说：“米技公司进入中国已有 12 年历史，之前参加比较多的是高端的家居展，这次，我们想把品牌影响力进一步扩大，通过首次亮相中国家电博览会，我们希望能够接触到更多更广的客户群体，这是我们第一个参展目的。其次，希望通过这次专业的展会把我们高科技的电灶具展示给更多的消费者。”季残月表示，目前电炉行业还不是特别成熟，米技希望电灶在整个灶具行业当中占有一席之地。目前，米技市场占有率不到 1%，希望通过厂商的努力，将米技产品在灶具市场的销售份额提升到 5%。

艾波特总经理庞亚辉： 净水业有望开始爆发性增长

见到浙江艾波特环保科技有限公司总经理庞亚辉，他告诉记者：“今年展会的规模比去年大了很多，而且上规模企业的展区也扩张得很快，这是非常值得高兴的一件事情。”

谈及 2013 年净水行业的走势，庞亚辉说：“2012 年是净化产业向理性回归的一年，通过 2012 年的梳理，我相信 2013 年净水产业会有更好的爆发性增长。当然这意味着所有的企业都会获得很好的增长，但我认为优势企业会有较好的增长。这种增长取决于几个方面，一是水污染，随着水污染越来越严重，同时媒体对消费者的教育也越来越深入，随着信息的透明，必然会带来消费者认知度的极大提高；另外，从消费者生活理念的角度来看，随着经济快速发展，个人收入不断增加，人们生活品质有很大提高，净化产业能够迎合这种需求的变化，将有



良好的发展前景。”

产业的发展离不开产品优化这个基础，艾波特的产品创新，一直是在路上。据庞亚辉介绍：“艾波特每年都有一些新产品，创新角度在行业内是比较领先的。据了解，今年家电展期间，艾波特也会召开新品发布会，发布无压力桶净水机、集热式管线式饮水机新品。另外，展会期间，还将重点主推一款双膜双水净化机。“这台机器可以顶得上两台普通净化机，既可以实现单台超滤机的功能，又可以实现单台 RO 反渗透的功能，将借本届展会进行重点推介。”庞亚辉说。

卡萨帝“ARTi 创艺科技体系”平台亮相 2013 中国家电博览会



2013年3月19日，被称为家电行业消费趋势风向标的中国家电博览会在上海开幕。一家美国上市公司大中华区 CEO、法国人茹威先生在家博会现场为观众讲述了他和卡萨帝酒柜的真实故事。

从自己创业到出任国际公司负责人，茹威已经在中国生活了16年，目前和做家居设计师的中国太太一起居住在上海。作为典型法国人，茹威热爱美食和美酒，因为平时公务繁忙，一有空便会举办家宴，邀请朋友品尝自己和太太亲手烹饪的美食，享受家庭的温馨气氛。在这些时候，一瓶上好的葡萄酒是必不可少的。2年前，当他决定挑选一款酒柜来储藏自己热爱的美酒时，卡萨帝酒柜一下子锁定了他和太太的目光——其精确控制葡萄酒所需温度和环境的功能首先打动了自称“技术型”的茹威，让他能放心地储藏自己的美酒；而精巧的设计细节则击中了“风格”有独到见解的茹威太太：酒柜中的橡木架品质上乘，取酒时平稳无声，如

此完整美好的体验，让夫妇俩同时“一见倾心”。茹威高兴地说：“两年的‘共同生活’证实了，卡萨帝酒柜的确是我一直在寻找的那一款产品，让我可以随时随地挑选和自己所做菜肴相匹配的葡萄酒，尽情享受与家人、朋友在一起的快乐时光。而基于酒柜的完美体验，我更期待享受卡萨帝更多的产品。”

随着社会经济的发展、互联网时代的到来，消费者对满足其高端生活方式的产品和品牌提出了更进一步的要求，期望产品在品质、实用性和情感满足上都具备更高的附加值。在本届家博会上，卡萨帝协同战略伙伴、全球顶尖品牌咨询公司华通明略发布的《高端消费趋势报告》显示：“恰到好处的高端品牌”（justified premium）正在为更广泛的高端人群所青睐。这类品牌的价值在于始终前瞻消费趋势，提供以人为本、超出期待的品质生活解决方案。卡萨帝坚信：只有提供给用户完美的体验，才能带来真正的品牌信赖与用户口碑传播。

正因此，卡萨帝搭建了“ARTi 创艺科技体系”，旨在吸引更多的高端用户、专业专家贡献智慧，使得品牌和产品能够更加贴近用户需求，提供更加符合用户需求的完美家居生活解决方案。“ARTi 创艺科技体系”以艺术化、人性化、智能化、绿色环保四大领先理念打造卡萨帝家电精品；以产品为载体传递格调品味，创作打动生活的艺术；更是跨品牌、跨行业的智慧资源汇聚平台，而用户需求则是卡萨帝源源不断的科技创新动力与艺术灵感源泉。

本着“以用户为中心，从用户需求出发”的原则，卡萨帝本次家博会展示了嵌入式厨电、艺术厨电、物联网家电、家庭窖藏中心等核心产品的还原真实体验模块，以真实的家居场景互动体验为主要展示方式，为媒体、用户、客户、行业同仁提供最真实的体验。来自上海的全职太太赵女士在透明六门冰箱前停留许久，对卡萨帝冰箱 F-D 柔性双变频技术及其带来的全新节能、静音、保鲜体验兴奋不已。她表示，为了照顾好事业成功而忙碌的丈夫和刚刚上高中的儿子，自己每天压力很大，如果有卡萨帝冰箱这样“又周到又聪明”的帮手就省心多了。正是通过这种全新的真实家居场景的互动展示方式，更多用户体验到卡萨帝科技与艺术结合的真实魅力。

卡萨帝品牌首席发言人弗兰西斯科（Francesco Albrizio）对此作出展望：“在探索高端家电发展新方向的过程中，卡萨帝将始终坚持以人为本、融聚全球智慧共同建设品牌，以完美融汇科技与艺术的家电家居生活解决方案，带来人们对于生活艺术的全新体验。”只有从用户的真实需求中来的设计才能打动人心，只有贴近用户需求的互动方式才能拉近品牌与他们的距离。（东禾）

海尔全球首套 智能云家电中国发布



2013 中国家电博览会于 3 月 19 日在上海盛大开幕，众多智能生活家电集中亮相，不仅让观众们大饱眼福，也让大家对未来智能生活充满憧憬和期待，家电智能化发展趋势在此次展会得到充分体现。全球大型家电知名品牌海尔以“全球灵感，智享生活”为主题，在中国发布全球首套智能云家电，再次成为行业发展风向标。

据了解，海尔推出的整套智能云家电

涵盖了冰箱、洗衣机、彩电、电脑等全套家电产品，以全新的云计算、大数据分析、在线服务等创新技术为消费者展示了一幅未来生活场景，引领全球家电产业进入未来智享新时代。

海尔推出的整套智能云家电颠覆了此前家电只能单向接收命令的局面，实现了人与家电的双向互动沟通。据了解，海尔整套智能云家电实现了白电、黑电等各种用电设

备的跨界融合，通过手机或 Pad 将所有智能家电系统连接成一个互联互通的双向网络，使系统从原来的单一网络控制改变为人机双向智慧互动，从人为被动的操作系统转变为系统主动感应环境为人服务的智慧生活，为用户创造一个安全、便捷、绿色、健康的全新生活方式。

“例如，燃气热水器检测空气中的有害气体超标后，可以自动切断电源，并通过手机短信提醒用户；冰箱内有食物过期也会及时提醒用户，既安全又方便。这套智能家电可以像人一样聪明。”来自北京的王先生一边体验一边兴奋地给记者演示，“手机已经不仅仅是一个通讯工具，还是‘家居控制器’，可以远程设置冰箱温度、调节空调模式、开启热水器、设置洗衣程序等，完全超出我的想象。”

值得关注的是，海尔整套智能云家电在绿色节能方面表现非常突出。网友在现场表示，空调能够根据天气预报提醒是否开机，这不只是一种智能使用体验，也最大程度实现了绿色节能。海尔有关负责人表示，海尔智能云家电集网络技术、交互技术、识别技术、节能技术于一体，通过家电的无缝连接，让所有家电设备运算智能化、连接智能化、人机交互智能化，真正实现了“行在外，家就在身边；居于家，世界就在眼前”的生活图景。

从人类社会的经济活动来看，互联网时代正带领全球产业从商品经济过渡到服务经济，如今新一轮的“体验经济”浪潮席卷市场。尤其是随着高科技越来越“民生化”，一场以数字技术与体验经济相结合的生活体验正成为全球范围内的主流趋势，用户对家电家居产品的需求也从传统简单、实用的功能，逐渐转向更加智能、便捷、舒适的体验需求。

要真正满足用户的生活体验，为用户体验一种新的生活方式，就必须拥有能够带给用户最佳体验的平台。在网络化战略的指导下，海尔搭建了一个用户全流程参与的开放式创新平台，并以全球五大研发中心为支撑，不仅为用户创造了一种全新的体验生活，也引领全球产业智能化的发展新趋势。（东禾）

容声冰箱 30 周年庆典， 做中国最专业的冰箱品牌

3月20日，海信科龙公司在上海召开容声30周年庆典暨新品发布会，并公布了“简单生活，畅享原生态”的品牌理念。容声冰箱全国400多家核心经销商代表及百余名新闻媒体共同见证了中国冰箱业王者归来的辉煌时刻。

容声冰箱总经理甘永和表示：“30年来，凭借对质量和技术的执着追求，容声冰箱一直保持良好的发展势头，成为家电业的传奇。今后，容声要将专业、品质的路线继续走下去，以‘技术、产品、质量’为核心竞争力，致力于成就‘中国最专业的冰箱品牌’。此次发布会上亮相的6款艾弗尔系列新品，就是容声核心技术与专业品质融合式发展的成果。”

据了解，艾弗尔全系列新品是容声成

功探底节能、保鲜技术极限，是对核心技术持续创新的又一次尝试。升级分立多循环系统，在冰箱冷藏、冷冻、变温室等间室采用独立的制冷和循环系统，实现了加倍保鲜、节能省电。纳米水雾养鲜技术可以恒久保持85%的最佳食物存储湿度，大幅延长食物保鲜时间。

同时，新品的外观设计也让这个具有30年发展历史的冰箱企业焕发出更多的时尚和活力——大幅采用简洁的无边框面板、更具整体性的暗藏式把手、简单易用的操控系统，这也契合了容声“简单生活”的

理念，体现了容声冰箱希望消费者通过最简单的方式，享受食物原生态般的新鲜，回归自然的生活状态。

据了解，目前容声艾弗尔系列冰箱已经覆盖从200L到600L各个容积段，系列化的产品布局让容声实现了新的高端拓展，使高端节能产品成为新的战略支柱。2012年容声市场占有率大幅增长，预示着其对品质的不懈追求获得了市场的认可，开始从市场领跑向行业领袖发展。（晓月）



智能新品迭出 海信冰箱成家博会新亮点

3月19日，海信在中国家电博览会—上海2013上正式推出面向国内市场的三门智能冰箱。这也是继2012年推出的首款对开门SMART冰箱之后，海信在智能领域深耕的又一硕果，这一产品的发布标志着海信智能产品布局进一步扩张。

记者在现场看到，海信三门智能冰箱格外引人注目，冰箱冷藏室门体上嵌入了平板电脑，借助云后台可以实现食品保鲜管理、物联网服务、健康管理等功能，同时可根据用户体质提供科学的营养搭配、食物禁忌等饮食建议，并利用智能变频技术智能化调节压缩机运行模式，更加节能省电。

海信冰箱有关负责人表示，随着家电产业智能升级的速度越来越快，冰箱也将不

断演变和革新。海信一方面将继续提升在冰箱领域的地位，另一方面，在手机、智能电视等新型互联网终端领域，海信也抢先布局、积极拓展，借助其在通信、多媒体、智能变频等方面的技术实力，为冰箱新品的开发提供更多基于互联网的功能和应用，力争成为全球智能冰箱领域的领导者。

在研发新品的同时，海信冰箱也不忘倡导健康的生活理念，并将这一理念植入高端产品。本次展出的海信博纳全系列14款产品，采用国际领先的360°矢量变频技术、“活水保鲜”系统，为食物量身定制鲜活频率，保持最新鲜状态，顺应现代生活对健康的关注和渴求。

业内人士指出，中国智能家电市场将

迎来爆发式增长，智能终端之战掀起的不仅是一次消费电子产业的革命，更将推动人们生活方式的深刻变革。博纳智能冰箱在市场上的强势投放，将有效激活智能冰箱的市场潜力，提速智能产品的普及步伐，给用户带来更多、更丰富的使用体验。（晓月）



不同凡响，只为中国呈现 LG 发布 中国专供“观韵” 3D 智能电视



3月19日，LG电子在2013中国家电博览会上召开新品发布会，隆重推出2013年LG中国专供型号“观韵”系列3D智能电视新品(LA6800)。“此次推出的‘观韵’3D智能电视，是LG电子为中国消费者倾心打造的一份带有美好寓意的礼物。”LG电子全球黑电事业本部大中华区营销总裁郑宇成说。

LG电子“观韵”3D智能电视新品在外观设计上颇具匠心，将古典的东方美学和现代的简约风格融入整体造型中，摆脱电子产品一贯以来冰冷的技术感，拉近了智能化产品与中国消费者之间的情感距离。不仅在配色上参考中国传统文化，使用了对中国人有深远寓意的红色，更以带有“一帆风顺，顺风行船”美好寓意的“中国船”作为灵感，将船的流线型轮廓融入底座设计，与屏幕下方水滴状造型相配合，构成在中国传统文化

中象征汇聚财富的“聚水入盆”形状。据介绍，这款产品出色地结合了东方文化与现代技术，并因此获得国外设计师的高度认可，荣获2012年德国红点奖。“这款产品将成为2013中国家电博览会的亮点。”中国家用电器协会理事长姜凤说。除了外观造型独具一格，“观韵”3D智能电视还拥有LG电子引以为豪的Cinema无边硬屏以及不闪式3D技术，画质表现色域更广，色彩表现更精准，细节更丰富。1mm极窄包边的无边硬屏设计，将精彩画面与真实世界无缝连接，让用户获得浑然天成的视觉体验。

作为一款3D智能电视，“观韵”拥有LG电子打造的开放平台所带来的丰富APP应用支持以及强大的VOD点播功能，真正实现“真智能”。用户可以通过全新优化的简洁主界面直接进入应用程序商店，即可随心下载丰富有趣的应用程序，包括专门为中

国消费者开发的APP应用，在传统节假日为家庭增加欢乐的节日气氛；配合智能分享，更能轻松与其他多媒体设备进行资源共享。

“观韵”系列新品配备了红色动感遥控器，不仅让中国传统文化元素贯穿始终，还拥有三大功能：可同步控制机顶盒与电视机的万能操控功能，实现语音控制电视机的自然语功能以及包括轻松指点、滚轮滑动、手势识别以及语音识别等的四种操作模式，帮助消费者以创新性的操控方式和精准的识别技术轻松完成对电视机的操作控制。

郑宇成表示：“作为全球性的战略市场，LG电子一直十分重视中国市场以及中国消费者的需求。‘观韵’是我们通过访谈和入户调研，深入挖掘中国消费者需求而设计的产品。2013年机遇与挑战并存，LG电子将继续沿袭技术升级理念，提升产品品质，不断满足消费者需求。”(秋叶)

莱克，开启中国家庭空气净化新时代

城市雾霾、汽车尾气、工业尘埃、废气排放、病菌异味、装修污染，空气污染正严重危害着中国3亿家庭的健康。据家庭空气质量调查报告显示：中国91%的家庭均受到不同程度空气污染的威胁，尤其是家庭中的孕妇、老人和孩子因为空气质量问题而患病的比例大幅度增加。清新、绿色、健康的室内空气，已成为亿万中国家庭越来越迫

切的需求。

莱克一直以为中国家庭提供家居清洁方案，打造洁净清新健康生活为使命，1996年，莱克吸尘器产品便已畅销海内外，销量持续世界第一，以领先的创新技术，出众的清洁能力，广受国内外家庭的青睐。而在家庭空间饱受污染、家居空气亟待净化的今天，莱克再次引领潮流，推出系列高效空气净化器——“智

净星”全效空气净化器、“润净星”能加湿的空气净化器和“醛净星”空气净化器等多系列产品，其中，明星产品“智净星”系列尤为抢眼，PM2.5、病菌、甲醛、异味，四大空气污染一次解决，四重空气净化技术全面解决空气质量问题，污染净化效率均在99%以上（病菌99.5%，甲醛99%，异味99%，PM2.5达99.9%），是一款全效空气净化器。

在3月19日举办的2013中国家电博览会上，莱克品牌空气净化器系列新品全面亮相，受到参会记者及消费者的密切关注。莱克电气董事长倪祖根表示：“未来，莱克将继续秉承持续创新的理念，为中国亿万家庭打造清新的家居空气和健康的家居空间。”（一丁）

老板电器：畅销15年，“领袖·净界”剑指2013厨电高端市场

3月19日，老板电器“领袖·净界——贺老板吸油烟机15年销量遥遥领先暨净界A3全球首发”仪式在2013中国家电博览会上隆重举行。中国家用电器协会秘书长徐东生、国家统计局中国行业企业信息发布中心副主任赵莉，北京中怡康时代市场研究有限公司总裁连四清，以及老板电器董事副总裁赵继宏共同出席。会上，中怡康公布2012年家电行业相关数据，老板电器以15年销量领先的成绩稳居行业领导者地位，同时，老板新产品净界A3全球首发，打响了2013在中国高端厨电市场的第一枪。

厨房电器趋于高端化

近年来，厨电行业轰轰烈烈地拉开了高端转型的大幕，以吸油烟机为例，高端化趋势体现在机型、风量等诸多方面。中怡康监测数据显示，2012年，欧式机占据市场主导地位，零售量份额达到41.60%、零售额份额高达52.05%；在分排风量方面，17m³/min及以上的产品同比增幅最大，零售量、零售额分别上升26.25%、33.16%。

高端化已经成为厨电行业不可逆转的趋势。中怡康总裁连四清在会上说：“在这

场品牌高端化的角逐中，2012年老板电器以零售量13%、零售额19.7%的市场份额取得市场第一的成绩，这已经是老板第15次赢得销量桂冠，是厨电行业当之无愧的领导者。”

欧式吸油烟机引领消费趋势

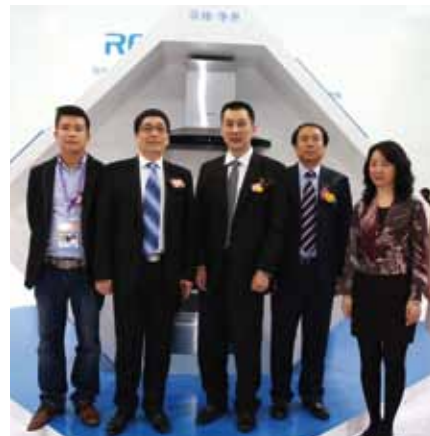
欧式吸油烟机多采用不锈钢和玻璃的外观材料，外形简洁轻薄，时尚且富于变化，不似中式吸油烟机那样“形象统一”。从造型上来看，欧式油烟机更适合与欧式风格的厨房相匹配，彰显品位，受到越来越多消费者的追捧。因此，各大品牌纷纷转战欧式吸油烟机市场。

中怡康数据显示，2012年，欧式吸油烟机市场竞争异常激烈，老板电器以零售量19.5%和零售额25.8%占有率取得欧式吸油烟机市场“双冠王”，方太、华帝紧随其后。中怡康预测，2013年，烟灶产品高端化、差异化趋势将继续明朗，其中，吸油烟机产品将继续以欧式机为主，同时17m³/min以上排风量吸油烟机销售占比逐年提升，成为趋势已成必然。据了解，老板在大风量吸油烟机市场销售占比零售量已达64%，零售

额达69%。

另据了解，在本次家电博览会上，老板电器2013年度新品——净界A3举行了全球首发仪式，这款汇集国际顶级专家团队，历时数年科研，拥有突破性创新五大科技的产品将重新树立中国厨房洁净五大行业标准，攻克厨房油烟难题。

中国家用电器协会秘书长徐东生表示，“随着中国经济的转型，家电行业也逐步走向高端化。此次，老板电器为高端厨电市场再添新品，‘极速洁净技术’引领厨房新标准，在满足消费者不断变化需求的同时，以技术创新引领着整个厨电行业的发展趋势。”（一丁）



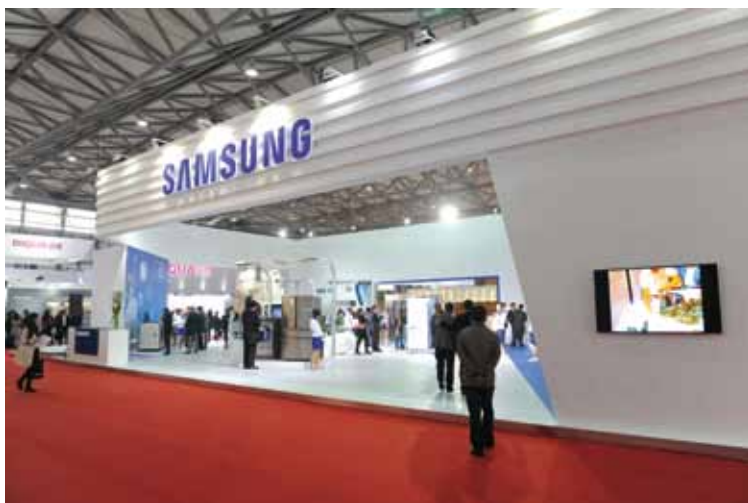
新品齐发 三星白电借家博会巩固行业地位

全球消费电子巨头三星作为家电行业领导者和高端家电的代表品牌，以强大的产品阵容亮相中国家电博览会，涵盖了冰箱、洗衣机、空调、空气净化器、吸尘器等多条产品线的明星产品。三星白电的革命性产品——Mouton 冰箱、Yukon 和 Baikal 洗衣机入围有“中国家电奥斯卡”之称的艾普兰奖。

在宽广的三星展厅内，由 T9000、S6000、AW4、Mouton、SuperStar II 冰箱和 Yukon、Helios、Arno、Volga、Baikal 洗衣机组成的代表团星光熠熠，成为家博会上的焦点。2012 年，家电行业进入寒冬，多数家电企业举步维艰，业内迎来萧条期，三星白电却在寒冬中逆市上扬。凭借着一系列高附加值冰洗产品，三星在冰箱领域取得了多门冰箱、对开门冰箱等高端细分市场的霸主地位，在最能代表品牌实力的 400L 以上大

容量市场也是独占鳌头；在洗衣机领域，三星 8 公斤以上大容量洗衣机的市场份额同比增长 10%，在洗衣机市场低迷的 2012 年，三星洗衣机逆势上扬，成为洗衣机市场中唯一取得两位数增长的品牌，成为家电销售黯淡时期的一抹亮色。

三星电子全球消费电子事业部总裁尹富根先生日前表示，三星希望 2015 年成为全球白电销量第一名。能否在中国市场取得成



功，将对三星白电实现全球第一的目标起到关键作用。目前，三星已经在中国建立了 5 个研发中心和 1 个生活方式研究中心，旨在提供更符合中国消费者需求的产品。

本次家博会上，三星白电推出了 900L 超大容量的 T9000 冰箱、艺术家电的代表作 S6000 冰箱、灵动新鲜的 AW4 冰箱和具有最大容量的 Yukon 洗衣机。三星白电“四大金刚”重装亮相，吸引了现场的数百家企业、媒体和上万名观众的目光。

掀起第三次厨房革命 九阳 IH 技术产品系列化

中国家电博览会—上海 2013 是各大家电品牌争相展示新技术新产品的平台。记者看到，不少著名的厨房小家电都开始打“IH”牌。据了解，IH 技术在日本等发达国家已经发展了很多年，在中国掌握自主知识产权 IH 的技术的小家电企业已开始逐渐向市场普及这项技术，IH 技术不仅仅是科技的创新，更是厨房的未来。

和其他品牌松散的展示自己的 IH 技术产品不同，九阳在此次家博会上推出了一个系列的 IH 产品，这就是“食尚+”系列。这一组产品包含：彻底改变豆浆机熬煮技术的全球第一台 IH 豆浆机、中国首创的 IH 电磁电压力煲、完全自主知识产权的 IH 电

饭煲，以及全球第一台采用 IH 技术的智能烹饪灶。这一组产品技术创新之大，在整个家博会上分外抢眼。而且，将 IH 创新的技术用于一整套产品，并进行主题化设计一起推向市场，在中国尚属首例。

九阳采用 IH 技术的豆浆机，拥有超大火力，不仅把制作豆浆的时间缩短到 15 分钟，还能制作更多还原五谷食材原有香甜味道的粥、汤、米糊等。九阳推出的这款 IH 豆浆机，也是世界上第一款采用 IH 技术的豆浆机。IH 豆浆机另外一个革命性的特点是，整个豆浆机杯体内部完全无绳无电线，这就是 IH 加热方式带来的颠覆性的改变，能量无线传输，也使豆浆机可以全身水洗，

不用出现任何安全问题。

九阳也是第一个把 IH 技术引入到电压力煲领域的生产企业，开创了中国第一台 IH 电磁加热电压力煲。这款 IH 电压力煲内胆自身发热，突破以往发热管加热方式，加热面积增大了 81%，食物更容易煮透入味。





优莎娜静电式空气净化器

优莎娜静电式空气净化器高效去除室内可吸入颗粒物 (PM2.5), 瞬间杀灭病毒、病菌, 去除甲醛、TVOC 等有害气体, 清新空气, 并采用 UV-LED 激发光触媒、去除异味。优莎娜静电式空气净化器, 可以吸附 0.1um 以上的颗粒物, 具备净化效率卓越, 不会衰减、免更换、运行成本低、能耗低, 噪声小等优点。此外, 空气净化器采用国内首创的全天 4 时段预约设定自动开、关机、情况提示功能, 非常贴心。优莎娜静电式空气净化器 CADR 值高于同类产品, 具有超高的性价比。以中速为例, 净化器每小时可输出 288m³ 的洁净空气, 功率仅为 27W。而且, 优莎娜空气净化器的静电集尘装置吸附颗粒物, 脏了时, 只需取出电场, 用水清洗, 晾干后装回即可, 可反复使用, 无需更换, 不耗材。

展位号: 6H23

CANDY 滚筒洗衣机

EVO4 1274LWS 是 CANDY 集团金羚电器有限公司最新研发的创新智能型滚筒洗衣机。该产品配备了全新的混合动力系统, 充分溶解洗衣粉, 产生高浓度的洗涤液, 并通过专用高效喷嘴把洗涤液直接喷射在筒内旋转的衣物上让洗涤液迅速渗透到衣物纤维内, 从而达到深度去污的效果。EVO4 1274LWS 独有创新程序——完美洗 20℃, 使用 20℃ 常温洗涤就可达到 40℃ 热水洗涤的洗衣效果, 在保证洗涤效果的前提下, 实现节能 60%。

展位号: 5A11



华扬 太阳能热水器

这款太阳能热水器采用承压式设计, 通过自来水压力顶水出水, 不受楼层限制, 水流强劲有力, 等压调温, 出水温度恒定。热水器完全按照电热水器工艺标准制造, 阴雨天、冬天阳光不足时, 启动智能模式, 光电两种能源科学互补, 实现 24 小时全天候热水供应。热水器的高效专利抗冻型换热系统, 高效集热器内配 U 型金属管, 换热面大大增加, 同时采用专利介质强劲换热, 零下 30℃ 不冻堵, 真正实现太阳能热水器冬天一样好用。

展位号: 6E01

东贝 A 系列 冰箱用压缩机

A 系列节材、节能电冰箱用压缩机具有体积小、重量轻, 结构新颖, 技术创新等特点。这个系列的压缩机与同行业、同档(制冷量、COP 相同)压缩机相比, 单机重量小于 5 公斤, 体积约减小 30%、重量约减轻 35%, 达到节约材料、低碳环保、节能减排的目的。A 系列压缩机采用两点支撑及新型轴止推轴承安装方式结构的汽缸座、小直径高强度曲轴、不对称分体连杆、小直径钢球止推轴承、直接吸气消音腔、与壳体无缝贴合的波纹管、高效大吸气口弧形吸气阀片与阀板、小槽形定子冲片节约漆包线用量的电机、减小体积与降低噪声的椭圆形壳体等专利集成技术。

展位号: 5G51



iRobot
吸尘机器人



Roomba56708 是美国 iRobot 公司在中国推出的第一款产品，外观设计简洁、更具人性化。只需一键启动，机器人就能自动清扫整个家居地面，在任务完成后或电量即将用完时会自动返回充电座充电。iAdapt 人工智能专利系统是 Roomba 的核心竞争力，能使 Roomba 适应真实的家居环境，有效收集地面信息，以每秒 60 次的速度计算周边环境，并根据计算结果采取不同的清扫方式。对地面环境的灵敏感知力令 Roomba 能适应复杂、多变的家居环境，根据每一个家庭的户型、家居摆设、地面环境作出最合理的清扫决定，并对每一处地面实现 3 遍以上的清扫。

展位号：7H03

艾美特迪士尼公主
电风扇



睡美人风扇 S30135R

白雪公主风扇 FD3035M

美人鱼风扇 FT51M

灰姑娘风扇 FB2554M

艾美特与迪士尼进行首次合作，推出了一系列迪士尼公主风格的产品：睡美人风扇 S30135R、白雪公主风扇 FD3035M、美人鱼风扇 FT51M、灰姑娘风扇 FB2554M 以及睡美人加湿机 UM363M 和美人鱼加湿机 UM262。新品的设计灵感来自于 4 位迪士尼公主，外观上巧妙的融合 4 位迪士尼公主裙摆的造型和艳丽的服装颜色，配以各有特色的装饰皇冠和铭牌圈等细节设计，神韵十足，高贵优美。

展位号：6E61



展位号：6E51

泰昌感悟着
养生足浴盆

泰昌感悟着养生足浴盆被设计为靴子型，全封闭护盖，可高位冲水，结合中国传统医学的针灸、经络、穴位以及人体工程学原理与现代科技的磁疗、红外线和超长波等高科技于一体，通过水的温热作用、机械按摩作用、化学作用并借助药物和药液熏洗的作用，起到疏通机理、散风降温、透达筋骨、理气和血的效果，从而大奥暖脚、活血、助睡等一系列保健养生功能。产品综合了其他按摩器材的特点，具有完善的足浴按摩功能。

三星 Yukon
洗干一体机



三星洗干一体机 Yukon 是当今洗衣机技术的集大成者，代表了目前洗衣机产品的最高水平。它拥有 17 公斤超大洗涤容量和 8.5 公斤烘干容量，独有 3D 泡泡净节能净洗科技在洗涤时可以产生丰富细腻的泡泡，迅速渗透衣物纤维瓦解污渍。同时，内筒还有两股强劲水流喷射到衣物表面，全方位、立体式的洗净衣物。同时，由于搭载了独有的智能变频电机和 VRT 减震技术，确保减震降噪，即使在夜间洗涤也可安心入睡。Yukon 还独有热风清新功能，利用强大的通风系统，通过内筒转动即可去除西装、羊绒衫、毛毯、被子上的细菌、灰尘和异味颗粒。

展位号：7D31



中国家电博览会
APPLIANCE WORLD EXPO

2014年3月

让我们继续相约上海新国际博览中心!

精彩邀您见证!

AWE中国家电博览会
——上海2014