

中国家电博览会——上海2014

观众报告 REPORT

一、展会基本情况

展会时间：2014年3月18-21日

展会地点：上海新国际博览中心

二、本届展会总体情况

2014AWE已经圆满落幕，在为期4天的展览上云集了500余家知名品牌参展，共吸引8.2万人次观众前来参观，比2013AWE增长近37%。其中专业观众6.1万人次，约占75%。

观众来源分布广泛，海外观众持续增长。本届展会共有46.57%来自于主办地，另有45.63%来自于非主办地，海外观众约占总人数的5.8%。



本届观众级别较高。在公司处于部门管理职位的占42.95%，拥有决策批准和推荐权利的观众分别占22.46%和33.16%，可见展会对企业的中高层人员有强大吸引力。

展会现场展商与专业观众交流频繁，越来越多的专业观众更注重展品的科技性能、实用性能、市场前景等，更有为数不少的采购商、渠道商是带着寻找合作伙伴、采购代理新品牌新产品的目的参观展会的。不论是高端白电的科技智能，还是家用厨电的贴心实用，又或者是流光溢彩的黑电产品，都吸引了大批专业观众的目光。

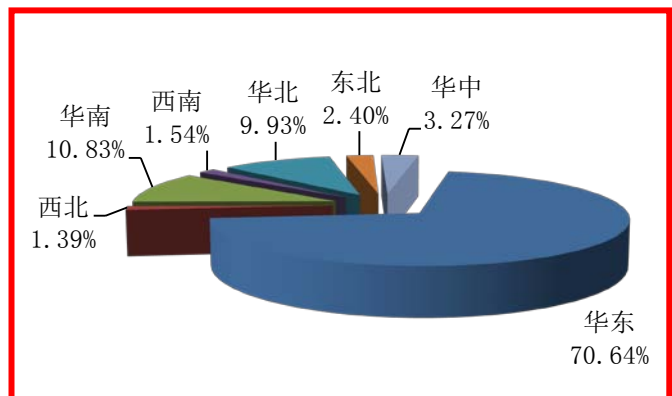
另外，近万名消费者的到场体验也让展会现场热闹非凡。众多展商与观众的多方面互动使现场人气几度爆棚，既有林志玲的代言亮相，又有劲舞组合的热辣舞蹈，更有抽奖送礼新品体验等等。家电展已经走出单纯的产品展示阶段，逐渐走入展示与体验交融的时代。让观众零距离体验产品，感受新技术带来的生活便利，接受家电产品可以使我们的生活更加美好的理念。现场的美食大赛、视听体验室、高科技电子产品等都给消费者们留下了深刻印象。



三、观众来源分析

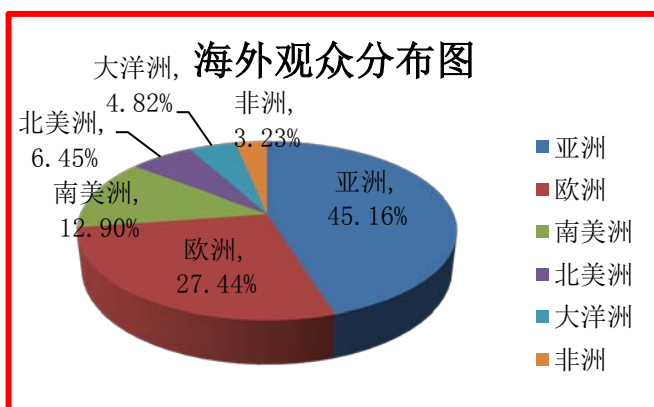
1、国内观众行政区域分布

按照行政区域分析，来自华东地区的观众占了相对比例 72.76%，其他区域分别为 华南 10.83%，华北 9.93%，东北 2.40%，华中 3.27%，西南 1.54%，西北 1.39%。



2、海外观众分布

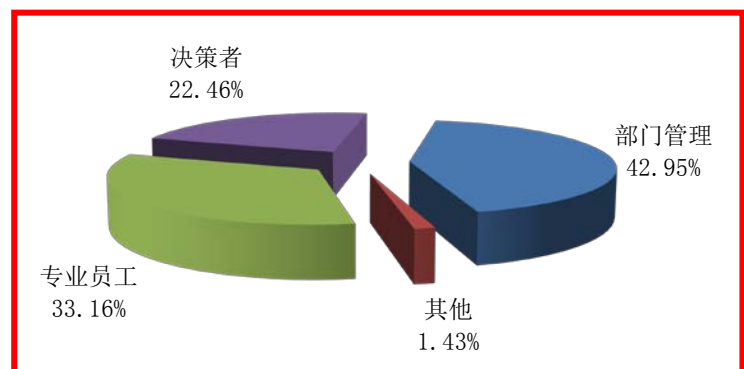
本届展会共吸引了近 4700 人次的海外观众，共来自 40 个国家和地区。



四、观众职位、部门统计

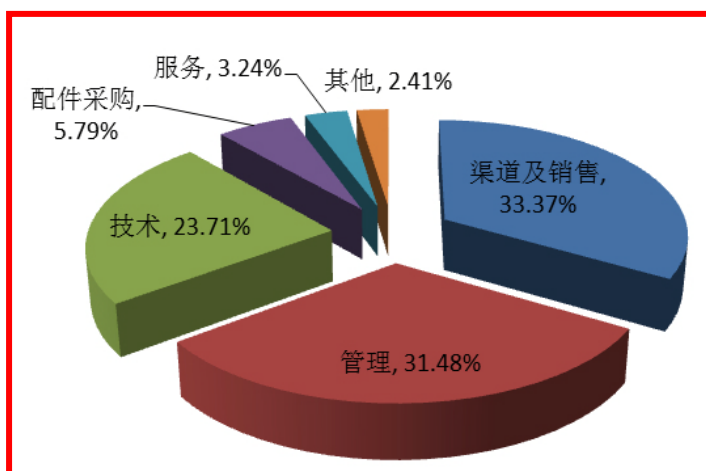
1、按照观众职位分类统计

本届展会观众中，管理部门占比最大，为 42.95%；其次为专业员工 33.16%、决策者 22.46%，其他 1.43%。管理部门和决策者比例的大幅提高，说明参观企业对展会的重视程度逐年提高，展会的价值被越来越多的高层人士认可。同时，多年来专业员工一直是观众的中坚力量，新品发布、技术交流、论坛会议等成为吸引他们的重要内容。



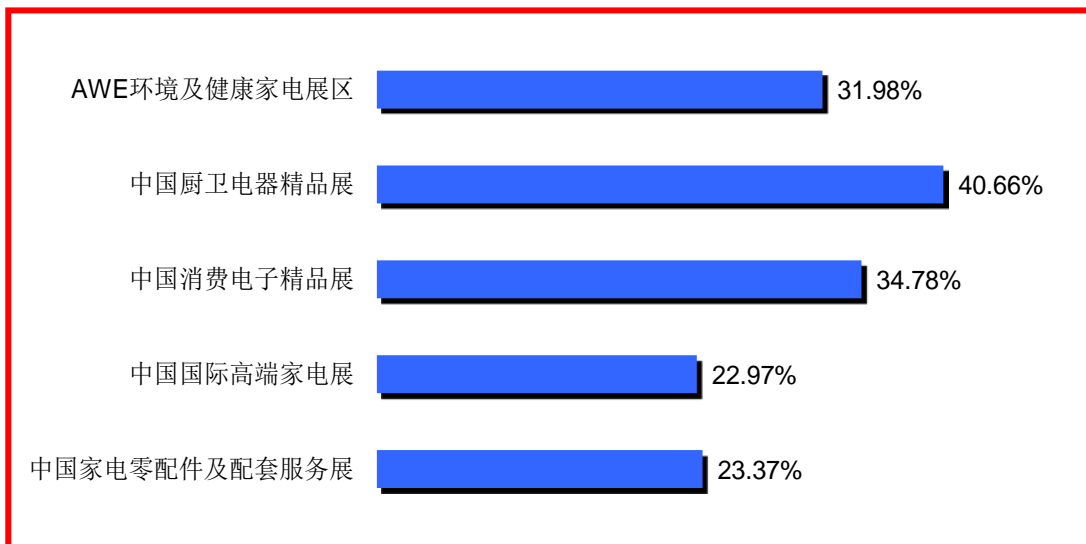
2、按照观众所在部门分类统计

本届观众中，来自于渠道及销售部门的占 33.37%，管理部门和技术部门分别占比 31.48%和 23.71%。另外，零配件采购观众占 5.79%，服务部门占 3.24%，其他为 2.41%。

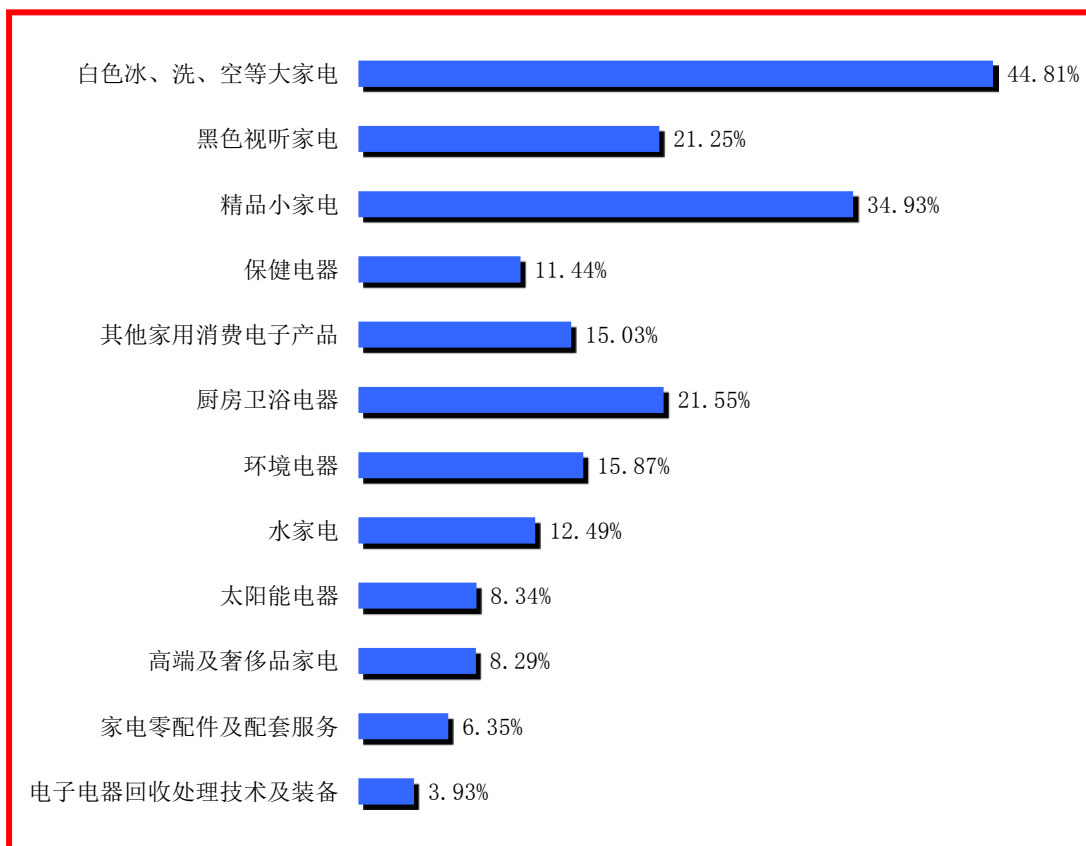


五、观众信息统计分析

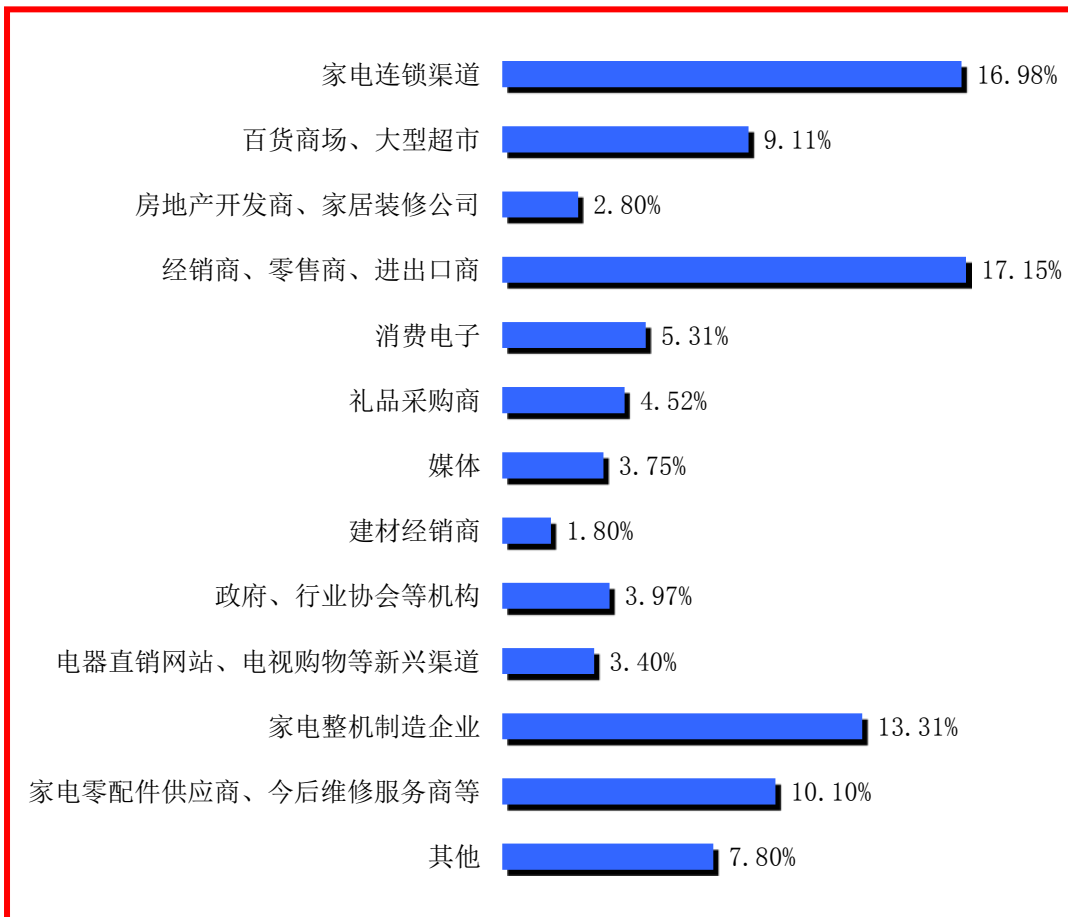
1、观众主要参观部分



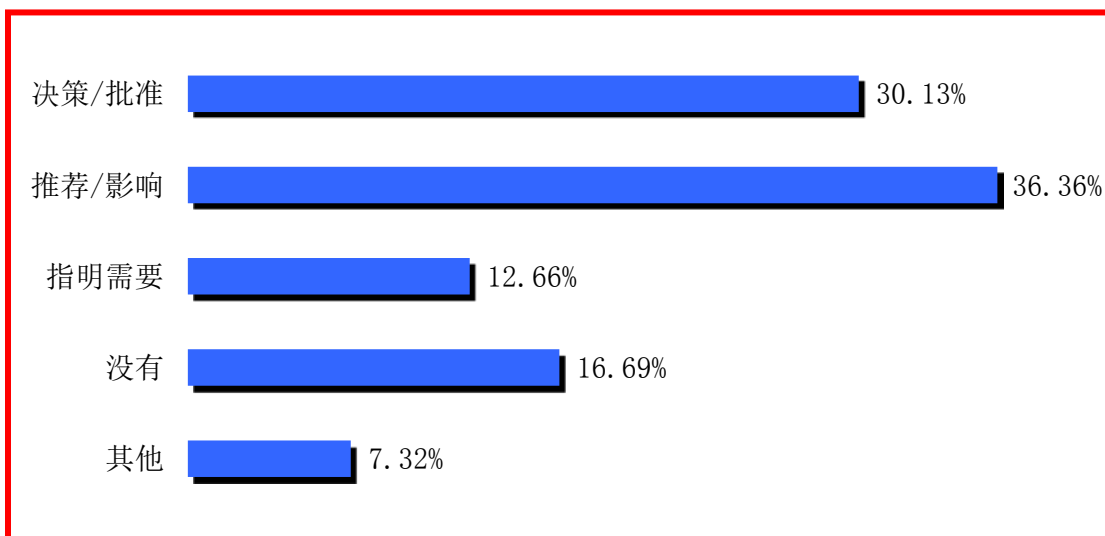
2、观众最感兴趣的家电产品



3、观众所属行业



4、在公司内的权利



5、参观展会的目的

