



中国家电博览会—上海 2015

REPORT 展会报告



第十四届中国家电博览会—上海 2015(Appliance&electronics World Expo, 简称 AWE)于 2015 年 3 月 11-14 日在上海新国际博览中心完美收官。已稳居全球三大家电展之一的 AWE 再度证明了不可小觑的硬实力。

本届 AWE2015, 展示面积达到了 7 万余平米, 共有 550 余家国内外知名品牌参展, 在 4 天的展期里, 现场参观人次达到了 11.09 万, 比 AWE2014 增长了 35.24%, 其中专业观众 7 万人次, 海外专业观众占比 8.07%。

七大领域 20000 余件新品的集中亮相让整个家电行业的产品阵容尽收眼底。智能、环保的概念已经普及到家电产品各个领域, 使得整个博览会成为了超大的智慧谷。

AWE2015 的精彩还在于各种活动的异彩纷呈。不管是主办方极具引领性的行业最高水准高峰论坛, 还是企业借势举办的各种发布活动, 亦或是企业在现场造势的各种明星互动体验活动全都极具人气, 场场爆满, 把展会气氛烘托成一个盛大的节日。来参与活动的各界名流既包括方洪波、杨东文、丁威、蓝烨等家电大佬, 也包括甄子丹、窦文涛、春妮、傅琰东、宁泽涛等演艺界大腕, 智慧与文化的强烈碰撞让观众在此过足了瘾。

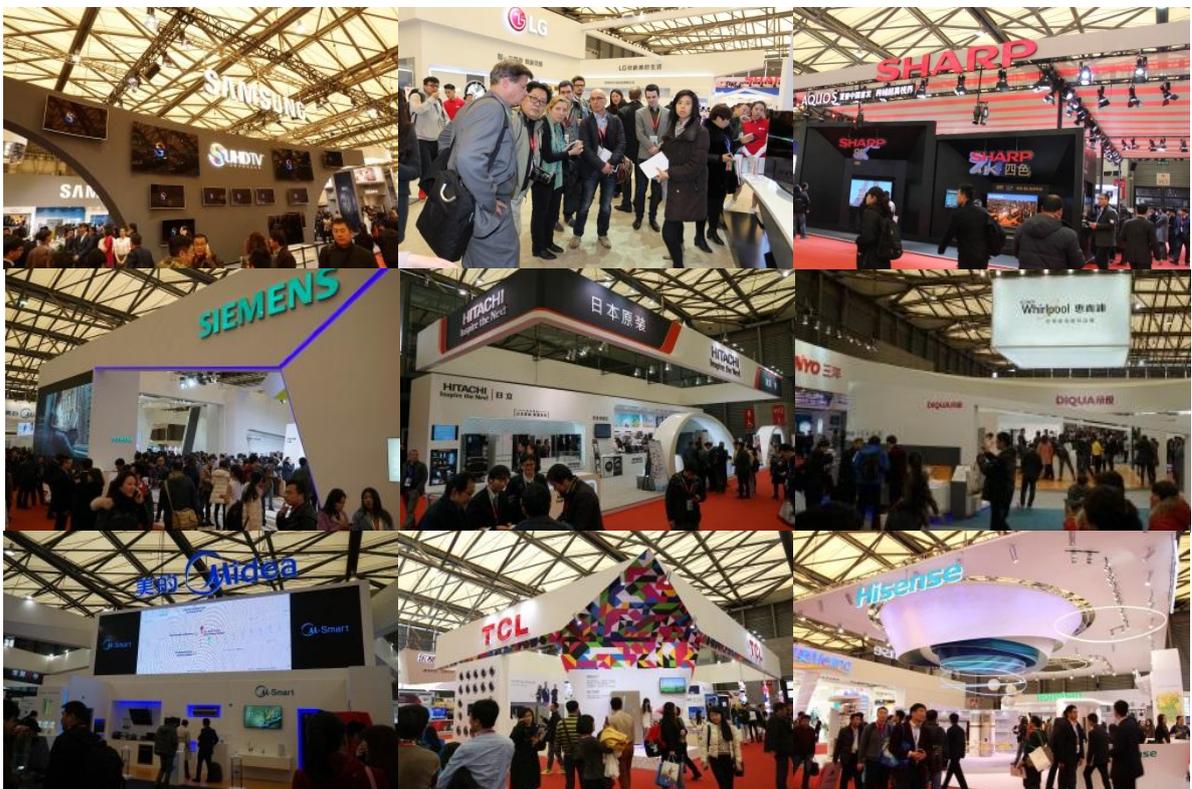
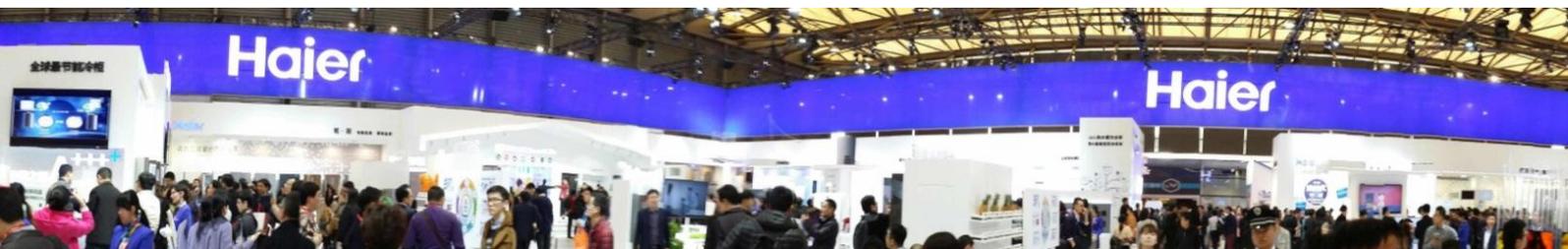
在加强了海外企业、海外观众和海外媒体邀请力度之后, 今年的 AWE 的国际化氛围最为浓烈的一年, 随处可见国际企业的展台以及海外观众的身影, 或展示或咨询或采访或洽谈……极具人气的 AWE2015 已经拓宽了中国家电的国际化之路。



一、 稳定高速发展 名品跨界精彩融合

AWE2015 在上海新国际博览中心 W1-W5 馆举行，其中，W1 馆为大白电及配件馆，展示产品包括高端家电、白色家电、关键零部件、新材料及配套服务；W2 馆为综合品类及消费电子馆，展示产品包括智能电视、多媒体家电、娱乐电器、国际品牌等；W3 馆为未来@家馆、厨房电器，展品包括智能家居、智能样板间、智能单品及控制器、厨卫电器；W4 馆为生活电器馆，展品包括生活电器、太阳能电器、取暖电器、家庭清洁电器、个人护理电器、保健电器等；W5 馆为环境及健康家电馆，展示包括空气调节器、空气净化器、饮水电器等在内的最新产品。

除海尔以 2000 的平米的超大展区再次刷新展位面积榜之外，三星、LG、夏普、博世、西门子、松下、日立、惠而浦、大宇、美的、格力、TCL、三菱重工、合肥三洋、海信、奥克斯、美菱、格兰仕、澳柯玛、新飞、新科、金鱼、奥马大家电品牌已经成为 AWE 不可撼动的中流砥柱。

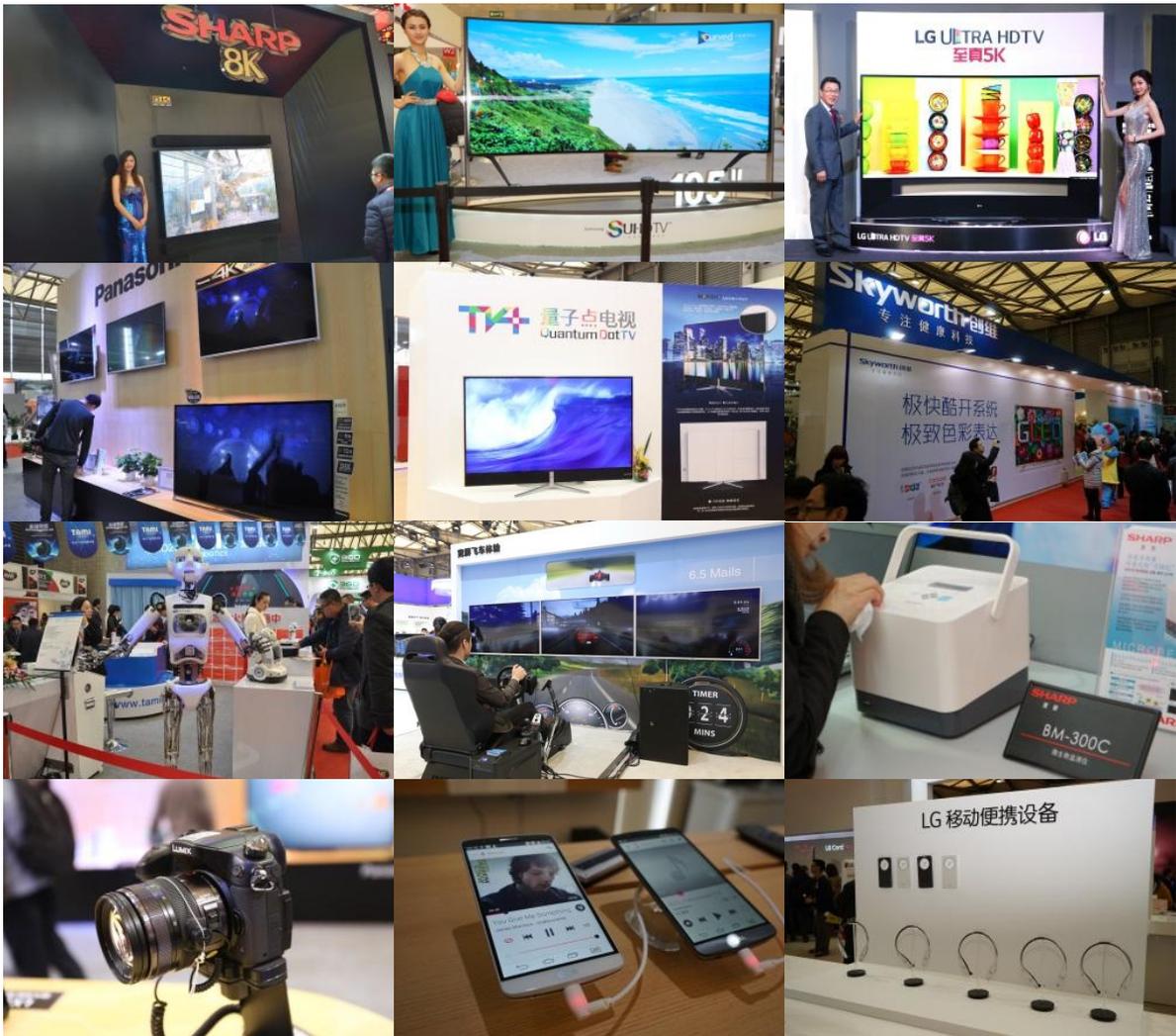


智能是展会的核心词汇，智能的技术也已经普及到家电产品的各个领域。如今在以家庭为基本环境元素的构成中，越来越多关于智慧家庭的说法也悄然兴起，成为展会又一大热点概念。国

内首度推出超过 6000 平方米的“智慧@家智慧家庭概念馆”（FUTURE@HOME），把这一概念的呈现推向极致。在该展区，芯片、传感器、集成电路等智能系统上游企业及移动互联、大数据、云计算等下游企业将共同参与，奇虎 360、遥控 E 族、物联、机智云、Broadlink 等智能领域企业与海尔、美的等家电厂商共同将智能家庭的趋势勾勒出来，京东更是开辟全方位的智能样板间，完美的将智慧家庭的概念和现实进行了有机的融合，立体而鲜活的勾勒出未来家庭的全景，让参观者亲身体会未来智能家居生活。



通过 3 年时间的积累，AWE 已经成为可以笑傲各类消费电子展的翘楚。展示的门类也从单一的黑电产品扩展到手机、电脑、打印机、家庭影院、人工智能机器人、蓝牙设备、音响设备、数码相机、微生物检测仪、复印机等办公家电、竞技游戏设备、体感互动产品、可穿戴产品等，以三星、LG、夏普、TCL、松下、乐视、创维等呈现出国内外知名企业的最强阵容。汇集了大屏幕、智能、量子点、8K、曲面、OLED、3D 等前沿概念产品的 AWE 已经成为消费电子企业最为关注的平台、众多消费者最为期待的平台。在 AWE2015 上展出的产品很多新品都极具价值，如夏普的 8K 液晶电视、LG 的 21:9 超大曲面电视、三星 SUHD 电视、TCL 量子点电视等消费电子新品展出。



已经颇具规模的生活电器于 2015 年独立成馆，以苏泊尔、九阳、酷晨、伊莱特、爱仕达、万事达、西摩等厨电小家电企业为观众呈上各种特色美食；德国凯驰、iRobot、莱克、科沃斯、利而浦、瑞卡富等清洁电器以及松下、飞科、超人、索利斯、桑乐金等个人护理电器通过现场的实物演示让观众感受到生活的洁净和便捷；以泰昌、荣泰、艾力斯特、马德保康等为首的保健电器都成为观众最为喜欢和推崇的驻足点，在逛展之余亦可享受舒适的按摩服务……总之这些展会的常客利用多年来积累的观众体验及互动经验招揽了大量的人群，并且能够使得人群持久驻留。



环境及健康家电展区由 2014 年的 1.5 万平米已经扩至 2 万平米。A.O.史密斯、美国怡口、3M、滨特尔、开能、三菱丽阳、Alikes、太阳雨、浩泽、沁尔康、Airgle、三菱重工、CADO、爱仕达、贝昂、Dream Maker、Westing house、Lightair、裕盛环宇、乐瑞等众多专业环境电器及综合家电品牌越发的体会到展会资源的丰富和权威。环境电器的大热带来的终端产品的“超级竞争”在 AWE2015 上体现得淋漓尽致。



二、行业活动深化转型企业借势发布新战略

中国经济环境、家电产业环境已经没有争议地进入新常态时期，在这一时期里，从消费理念的革新到渠道商结构的转型，从整机企业的产品力提升到产业链上游的工艺再造，覆盖整个家电产业的深刻变革在发生。

行业活动篇

1) 【第五届】中国家电发展高峰论坛



备受瞩目的中国家电发展高峰论坛以“迎接新常态撬动新时代”为主题。新常态引发的新变化，无疑已经勾起家电业界共同讨论的热情。借业界精英齐聚之机，集合行业力量寻找新常态下的‘新支点’，让家电企业成为撬动时代的‘新力量’。论坛旨在通过研讨如何在新常态下创造消费需求，精准的主题定位不仅吸引了美的集团董事长方洪波、创维集团 CEO 杨东文、京东集团 CMO 蓝烨、海尔家电产业集团副总裁孙京岩等行业大佬登台开讲，还汇聚了超过 500 位业内人士到场聆听，现场一度爆棚。

2) 【第三届】中国家电产业渠道商大会



作为 AWE 的重要组成部分，“中国家电产业渠道商大会”旨在通过家电产业主流渠道商的集会，揭示家电渠道业态在新时期的方向和特点，搭建政府主管部门、家电厂商、渠道商、家电产业链相关企业之间沟通的桥梁，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、专业化与网络化的方向发展。

会上，中国家用电器协会理事长姜风、奥维云网总裁喻亮星、A.O.史密斯集团公司副总裁兼中国区总裁丁威、北京大学新闻与传播学院教授博士生导师胡泳、海尔家电产业集团副总裁孙京岩、苏宁云商总裁侯恩龙、重庆百货大楼股份有限公司电器事业部副总经理周晓均、汇通达网络有限公司总裁徐秀贤等家电巨头分别以不同的视角深度解读了渠道变革带来的机遇与挑战，深入剖析与探讨了国内家电渠道业态变革的方向与特点，现场共计 1000 余名制造商代表、渠道商代表、业内专家、媒体代表出席会议

3) 【第五届】中国家电艾普兰奖颁奖典礼



3月12日，AWE 重要组成部分、家电行业年度大奖“艾普兰奖”颁奖典礼在上海卓美亚喜玛拉雅酒店隆重召开。艾普兰奖发起于 2012 年中国家电博览会，是国内最具影响力的家电产品评选活动，其中“艾普兰大奖”要求最为严格，竞争也最为激烈。艾普兰奖分为专业评审类奖项和大众评审类奖项，除了艾普兰大奖外，专业评审类奖项还设有创新奖、环保奖、设计奖、产品奖和针对零部件的“核芯奖”；大众评审类奖项“最受大众欢迎奖”由消费者通过京东等线上平台投票选出。

最终，卡萨帝双滚筒分洗洗衣机 C8 U12W3、夏普 8K 液晶电视、三星 SUHD 电视 UA65JS9800JXXZ、LG 冰箱 M23HWCHL、海尔冰箱 BCD-630WBGUU1、A.O.史密斯电热水器 EWH-E9W、美的 IH 电饭煲 MB-FZ4086、方太云魔方油烟机 CXW-200-EM01T 等 8 款年度新品历经多轮审核，在众多申报产品中脱颖而出，夺得“艾普兰大奖”。

4) 【首届】中国家电渠道商颁奖典礼



3月12日下午,作为中国家电产业渠道商大会的压轴环节,2015年度中国渠道商颁奖典礼如期举行,对2014年表现卓越的优秀渠道商进行了表彰。

颁奖典礼上共评选出中国家电渠道商贡献奖、卓越服务奖以及新锐奖三类大奖,其中,重庆百货大楼股份有限公司电器事业部、江西四平家电集团有限公司斩获渠道贡献奖;湖南步步高集团、山东银座电器有限责任公司、东南电器(福建)有限公司、深圳市顺电连锁股份有限公司、四川家福来实业集团有限公司、包头市同利家电有限责任公司、山东潍坊百货集团股份有限公司荣获渠道卓越服务奖;北国商城股份有限公司、安徽国生电器有限责任公司、青岛宇恒电器有限公司、国美电器控股有限公司、长春欧亚集团股份有限公司、汇通达网络有限公司、河南惠民城电器有限公司、京东商城、天猫商城、海尔巨商汇、百诚网络科技发展有限公司获得渠道新锐奖。

5) 【第二届】中国环境及健康家电论坛



近年来,持续大范围的雾霾天气和频发的居民饮用水安全问题,不仅唤起了人们对环保、绿色、健康的渴望,成为当下最时尚的生活理念,也带动了空气净化器、净水机等健康家电产品的热销。然而与环境与健康关联密切的“两净产品”,却被外界认为面临非长线品类的尴尬境地,一方面,空气污染与水污染等威胁人们生活安全问题的事件频发,让空气净化器、净水机等产品迅速热卖,但从长远看,如果污染问题解决,企业又如何设计“两净产品”的未来?

3月11-14日，由A.O史密斯冠名的“中国环境及健康家电高峰论坛”（第二届）也同期召开。关于环境和健康家电产品的创新与未来，国家环保部门的专家、业内专家和第三方机构，以及国内外水家电、空气净化器、清洁电器领域的领军企业，渠道商代表、媒体代表等对产业未来的发展做了深入的探讨。

6) 【首届】中国家电产业链大会



作为AWE2015重要的配套活动，3月12日下午召开的首届中国家电产业链大会，承担了为中国家电产业上下游打造对接平台的重要职能。工信部、环保部等政府主管部门、协会领导、产业链上下游企业高层、业内专家在此次大会上共聚一堂，以“转型升级共创绿色未来”为主题，共同探讨产业发展机遇，分析产业发展趋势，共话产业升级路径。

会议围绕家电产业链新生态圈、工业4.0时代下的家电“智”造、白色家电创新体系与智能战略规划、核心部件推动家电产业升级等几个方面进行展开，分享了家电企业领先产业链管理经验，展示了家电供应商卓越创新科技，为家电制造产供双方搭建了一个真正交流沟通的平台。面向上游的产业链召开的产业链大会实现了AWE配套活动在家电产业的全覆盖，创造了中国家电产业史上第一个上游多领域配套商与整机制造商共话发展的对话平台。

7) 【第二届】中国智能家电创新论坛



3月13日，中国家用电器协会和奥维云网（AVC）联合主办的“中国智能家电创新论坛”在上海顺利召开。“中国智能家电创新论坛”是国内权威的跨平台、跨产业、跨地域的智能家电交流盛会。本次论坛以“聚智展新途·商道论天下”为主题，融聚行业力量，紧扣时代脉搏，与经济发展态势相呼应，与产业发展重点相结合，旨在推动智能家电产业健康快速发展。

本次会议汇聚了多位行业专家和企业代表，集业界精英的智慧，深刻剖析智能家电市场热点及发展趋势、探讨未来发展机遇，指引行业发展方向，共同携手推动智能家电快速发展，对智能家电行业发展具有非常重要的意义。

8) 【首届】中国家电互联网发展战略论坛



3月12日，中国家电互联网发展战略论坛在上海卓美亚喜马拉雅大酒店举办，本次论坛由 GfK 集团与中国家用电器协会共同主办，中国家用电器协会秘书长徐东升发表致辞，邀请到博西家用电器(中国)有限公司总裁兼 CEO 盖尔克、京东副总裁兼家电事业部总经理闫小兵、三星电子大中华区生活家电营销副总裁谢辉、美的集团副总裁顾炎民、1号店商品部副总裁黄晓强、科沃斯机器人董事长钱东奇、微信硬件平台商务负责人孙丹青等领军人物进行主题演讲，分享在互联网背景下的创新实践以及对热点话题的独到见解。

9) 房间空调器环保低碳标识发布会



3月13日，环境保护部环境保护对外合作中心、中国家用电器协会、联合国环境规划署、联合国工业发展组织和德国国际合作机构在上海联合发布了房间空调器和热泵热水器“环保低碳标识”。

“环保低碳标识”是为了配合我国房间空调器行业正在进行的环保制冷剂丙烷应用推广工作而设立，“环保低碳标识”适应了目前国内外环保政策趋势，选择的主要目标产品就是采用天然环保制冷剂的产品。选择具有“环保低碳标识”的产品，选择采用碳氢技术的房间空调器产品，等于用实际行动为我国和全球的环境保护贡献力量。

企业发布活动篇

1) 海尔预见未来发布会：智慧厨房+智慧浴室

3月12日下午，海尔集团在上海世博洲际酒店举办了以“COME FOR THE FUTURE/预见未来”为主题的厨卫产业发布会。会上，海尔向外界发布海尔智慧浴室和智慧厨房的整体战略规划和一系列的产品介绍，彰显出海尔持续引领的创新能力和海尔为用户提供的完美智慧生活体验。海尔智慧浴室系统，整合了近50多种智能技术，将舒适、健康、娱乐、美容、医疗浓缩到浴室中，彻底颠覆了传统的用水观念。最智慧的一点是海尔智慧浴室能够自主学习交互，它可以靠自身的学习功能来辨别控制对象和外界环境，并相应地改变自身特性以改善控制性能。



2) LG推4K OLED电视新品

2015年3月10日，LG电子以“创新美好生活”为主题，在上海召开2015年全产品发布会。LG携包括LG OLED电视（4K分辨率）、LG 105吋5K巨幕电视、LG至真4K臻广色域系列电视、LG滚筒波轮二合一洗衣机、LG双门中门冰箱及LG Cord Zero等一系列凝聚LG尖端科技的最新家电产品亮相本次发布会，并将在3月11日开幕的中国家电博览会与消费者零距离接触。本次发布会，一贯以融汇尖端科技和创新设计著称的LG电子为我们带来了诸多令人惊艳的家电产品。



3) 巅峰技术称霸 夏普率先进入高画质时代

从2014年开始，电视正式进入大屏幕时代，而随着屏幕的逐渐增大，消费者和企业对于面板清晰度的要求也越来越高。在为期四天的AWE2015上，夏普将分辨率发挥到“极致”，8K电视的亮相彻底让已有的4K电视抬不起头来。2015年电视市场将正式进入大屏幕竞争时代。在本次AWE2015上，夏普除了为用户带来8K产品之外，还围绕4K电视做足了功课，特别是全新研发的搭载四色技术的4K电视更赢得了不少媒体的关注。与以往的

四色技术相比，全新研发的四色技术延续了原有的优势，并结合“次像素分割驱动引擎”进一步发展进化。



4) 博西全明星阵容产品集体发布

来自德国的著名家电品牌博西家电携旗下西门子家电、博世家电重磅亮相 AWE2015。

其中，博世家电重磅推出“博世·维他全无霜”系列冰箱，从双门、三门、多门到对开门等各款类冰箱全明星阵容精彩荟萃，带来无霜保鲜的优异制冷效果，将简约生活出色演绎。在众多的新品当中，博世保湿鲜生代对开门无霜冰箱 KAN92S80TI 成为了众人关注的焦点。



对于西门子家电而言，智能家居最让人苦恼的地方不是不够智能，而是电器与电器之间由于品牌不同无法正常交流，厂商们指望一个家庭只买一个品牌的电器只能说是一个很天真的想法，西门子家电这次想的很开，在 AWE2015 上拿出了一套 Home Connect 家居互联系统，其彪悍之处在于让多款不同品牌的电器与之匹配，形成统一的平台，让友商们也能愉快的玩耍。



5) A.O.史密斯 141 周年创新精品盛大亮相

正值 141 年华诞的美国水家电巨头 A.O.史密斯携六大品类产品亮相“2015 中国家电博览会”。拥有 141 年灿烂历史的 A.O.史密斯，凭借行业领先的研发技术、精益求精的卓越品质、对消费者需求的精准洞察，创造出了众多明星产品。A.O.史密斯在该展会期间发布了包括电热水器，燃气热水器，净水机，空气源热泵热水器，燃气采暖/热水两用炉等一系列创新精品，而其专门针对中国环境特点所推出的空气净化器，更获得了媒体与业界的一致瞩目。



6) 奥克斯空调续约南北极考察队

3 月 11 日，空调行业领军企业奥克斯续约南北极考察队，并高调举办年度旗舰机型雪龙空调发布会，中国南北极考察队再次与作为空调类产品合作伙伴和供应商奥克斯续约，成为其唯一指定的空调类合作伙伴。而此次“雪龙号”与奥克斯将原来一年一签的合作形式改为一次签约四年，尤为体现了南北极考察队对奥克斯空调品质的认可，更加验证了奥克斯空调的品牌实力。



7) 苏泊尔新品发布会：进军环境家电

3 月 11 日，苏泊尔携旗下三大品类召开新品发布会，战略布局环境家居电器品类。一向在厨房领域精耕细作的苏泊尔借助其控股法国赛博集团(Groupe SEB)的技术优势，进军环境家居电器领域，推出空气净化器、吸尘器、电熨斗、挂烫机四类产品。一直专注于厨房领域的苏泊尔，在与赛博集团(Groupe SEB)的深度融合中，布局新领域，致力于为中国消费者带来更多全球领先技术的高品质产品。



8) 方太发布 i 魔方厨电 6 件套

作为高端厨电的领导者，方太在此次 AWE2015 展会上推出了全新的智能新品“方太 i 魔方 6 件套”，以时尚白色作为全系色调，科技感十足。本次展会上发布的方太 i 魔方 6 件套智能厨电产品，包括了吸油烟机、燃气灶、消毒柜、蒸箱、烤箱、微波炉。方太 i 魔方几乎涵盖了目前行业可以实现的有意义的智能技术，实现了空气质量探测并动作、远程监控、自定义菜谱、烹饪分享等等智能运用。



9) 全新品类诞生 德意“穹顶”系列亮相

3月13日上午 这一新品类吸油烟机产品在中国家电博览会德意电器展厅内隆重发布。来自世界各地的行业人士、媒体单位一起，共同见证了这一品类的首款产品——德意“穹顶”系列吸油烟机的全新诞生这一品类兼具了 T 型机简洁外观和塔型机深大拢烟腔，以中式建筑黄金屋脊线为创意灵感，独创 140mm 的二阶深腔设计，同时拥有的最大风压可达 400Pa 的超强劲吸，重新定义了厨电行业非变频油烟机产品的大风压标准，成为厨电行业的又一明星品类。



10) 老板电器 ROKI 智能大吸力产品群预售发布会

作为高端厨电领导者，老板电器在现场搭建了一个现代化的智能厨房，通过 ROKI 智能烹饪系统，消费者不仅可以得到种类丰富的智能菜谱，同时未来还可实现食材的远程配送。同时，ROKI 搭载的智能安全系统实现手机 APP 智能推送功能，能够在用户忘记关火时推送关火提醒，也可以直接远程关火，安全更放心。



11) 创维智慧家庭战略落地发布会

3月11日，创维智慧家庭战略落地发布会盛大举行。此次创维智慧家庭战略发布会与其他企业同类发布会有所不同，自始至终强调“落地”二字。据杨东文总裁介绍，创维在智慧家庭战略布局已久，选择这个时机对外发声是做好了准备，胸有成竹地进入该领域



12) 塔米全球首款智慧眼五代扫地机器人上市

国内人工智能知名品牌塔米公司，3月12日上午，同期举行了“塔米·智能改变生活”的品牌上市暨全球首款智慧眼技术的第五代智慧型清洁机器人上市新闻发布会，揭开了全球首款拥有智慧眼核心技术的第五代清洁机器人产品的神秘面纱。TM510，全球独创的智慧眼技术，是一款真正会独立思考的机器人吸尘器。通过摄像、定位、成图和 ARM 中央处理器高速信息分析处理，最终完成成为科学化的运动路径规划，让清洁高效且无死角。



1. 明星活动篇

在去年林志玲李敏镐等演艺巨星引起的强烈反响后，在主办方的动员下，企业也愈发意识到明星效应给展示效果带来的巨大效益和促进，所以今年 AWE 又再次轮番上演巨星 SHOW，其阵容也足以让各界人士为之震撼。



【小结】多年的培育和经历，越来越多的品牌领会到借力 AWE 资源和人气，相继在展会上发布最新的产品和企业战略。从众多企业以及产品的亮相姿态表明，AWE 所代表的最新技术趋势同步于全球趋势，正在逐步成为全球家电的风向标。

三、全面开启 O2O 模式深度打造消费引导型展会



3月初,全新开辟的线上线下联合作战的O2O“抢鲜购”线上专区在京东上线,京东手机客户端也同步上线。从京东“抢鲜购”页面上可以看到,凝聚了全球前沿科技和炫酷元素的鲜产品品牌多,涉及种类广。家电全领域的炫酷鲜产品一应俱全;三星、美

的、A.O.史密斯、惠而浦、3M、iRobot、艾美特等全球知名家电品牌携其旗下发烧鲜品悉数到场。所有参展的产品均能加入该页面,便于消费者选择和购买,这将成为家电行业试水O2O的又一典型案例。

AWE2015“抢鲜购”打破了历届家电博览会只展不售的传统,AWE2015联合京东及各家电厂商在展会现场打造一场家电O2O的狂欢,即参展企业将在各自展台设立“抢鲜购”体验专区,为消费者提供最直接、最全面的体验环境,参展者则可以在展会现场感受、体验家电新品及热门产品,并能通过京东完成下单。



四、海内外邀请双管齐下 媒体详实报道纷至沓来

AWE2015的盛况得到了海内外媒体的高度关注,展会期间,共迎来100多家媒体的500多人次记者参观报道,展会新闻中心接待媒体340余人次,另有30多家海外媒体到场。在展前召开的国际媒体招待晚宴对应邀而来的国际媒体团就AWE的内容进行了预热和宣传,使得AWE首度设立的国际媒体日巨大的成功。



28家电视台,5台广播电台,44家报纸及杂志,58家网络及新媒体,31家海外媒体参与了对AWE2015的报道。从媒体的报道属性来看,媒体类型更加丰富,大媒体、社会类媒体、财经类媒体、新媒体、智能领域媒体、自媒体数量增加明显。

中央电视台经济频道、中央电视台新闻频道、东方卫视、浙江卫视、江苏卫视、山东卫视、上海电视台、浦东电视台、广州电视台、浙江电视台等共 14 家电视台以新闻形式对 AWE2015 进行了报道，累计播出时长 40 分钟。



新华社、中新社、《环球时报》、《China Daily》、《21 世纪经济报道》、《第一财经日报》、《中国证券报》、《证券日报》、《证券时报》、《每日经济新闻》、《上海证券报》、《南方日报》、《广州日报》、《南方都市报》、《经济日报》、《中国消费者报》、《消费日报》等 40 余家报纸，以及《电器》、《瑞丽家居》、《精品购物指南》、《家电科技》、《家用电器》、《现代家电》等杂志对 AWE2015 进行了深入报道。

腾讯、网易、搜狐、新浪、新华网、人民网、光明网、凤凰网、搜狐焦点等综合网站，及国家电网、中关村在线、太平洋电脑网、万维家电网等行业网站，共 58 家网络媒体在展会现场进行了现场直播、专题报道和企业访谈。

电台现场连线、视频媒体、新闻客户端、自媒体、新媒体对展会的关注和报道增加更多，多个企业自主制作 H5 宣传页面进行传播。其中搜狐、腾讯、网易除了 PC 端的网络专题外，在其新闻客户端都制作了专题或直播页面，网易新闻客户端的展会直播页面网友互动达 57000 多条留言。多家媒体报道推送到今日头条等新闻客户端得到转载。

另外，AWE2015 还吸引了来自美国、德国、英国、法国、西班牙、俄罗斯、新加坡、韩国、日本等国家的 33 家国际媒体记者来到展会与活动现场。包括“Le Figaro 法国费加罗报”、“Wirtschaftswoche 经济周刊（德国）”、“Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) 法兰克福汇报（德国）”、“Boersen-Zeitung 证券报（德国）”、“Agencia EFE 埃菲通讯社（西班牙）”、“Colpisa News Agency (Spain) 柯尔比撒通讯社（西班牙）”、“Gtai-投资（德国）”、“Nihon Keizai Shimbun 日本经济新闻”、“TV Tokyo 日本东京电视台”、“Channel News Asia 新加坡亚洲新闻台”、“The Seoul Times 韩国首尔时报”、“ChinaContact 中国之窗（德国）”、“CCTV-News 中国中央电视台英语新闻频道（ICS）”、“Beijing Information 北京周报（法文）”、

"Plastics News 美国塑料新闻"、" China Briefing (DEZAN SHIRA & ASSOCIATES LTD)" 、
"Kyodo News Agency 日本共同社"。

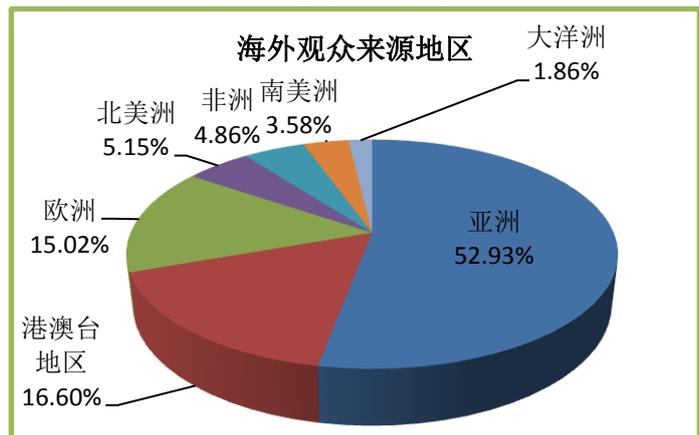
另外包括 The Korea Economic Daily、Lavanguardia、아주경제、YAHOO! JAPAN、OSEN、
이투데이、El Pais、Korea Joongang Daily、San Diego News、EL UNIVERSAL、bloomberg、
CNBC 等在内的百余家海外媒体对 AWE 进行了相关报道。



五、观众指标刷新纪录 观众服务再上新阶

虽然 AWE2015 面临着春节、两会、提前档期等种种不利因素影响，但现场人气依然火爆，现场参观人次达到了 11.09 万，比 AWE2014 增长了 35.24%，其中专业观众 7 万人次，海外专业观众占比 8.07%，与非展会本地的专业观众所占比例相对上届均有提高，说明 AWE 的影响力和影响范围还在不断扩大。各展馆内洽谈合作的场景不断出现，随处可见咨询、拍照、试用产品的观众。展会的火爆场景同样延续到了配套活动中，AWE2015 期间举行的一系列论坛活动吸引了行业内人士的关注，场场人气爆满，连走廊都站满观众。

AWE2015 同样吸引了来自国内外 400 多家媒体的到场，其中包括 30 多家海外媒体，扩大了 AWE 在海内外的知名度和影响力。



六、结语



可以说，AWE 已经成为家电行业的年度盛会，全方位的展示了国内外家电业最新的科技成果、最时尚潮流的产品、最低碳环保的技术，展示了家电企业在互联网时代、智能化时代的融合发展。AWE 的未来，是要成为全球家电及消费电子产业最具影响力的顶级盛会。

我们有目标且有完成目标的详实步骤，

我们有决心且有决心背后的强大实力

我们不是为了成为世界第一，而是为了让全球家电业都能看到中国。