

中国家电及消费电子博览会官方出版物

AWE NEWS

- 1> AWE 2017: 跨界生态圈刷新未来
- 2> AWE2017打造价值展会, 挖掘消费需求
- 4> 未来已来: 站在智能的风口顺势而为
- 6> 踩准升级浪尖, 逐步站在高点的中国彩电市场
- 8> 海尔: 做物联网时代引领者
- 9> 智启未来, 美的亮相AWE2017
- 10> LG用创新产品提升消费者的生活品质
- 11> 三星全系新品登陆AWE2017
- 12> A.O.史密斯携全系列产品亮相AWE
- 13> 博西家电AWE演示智能生活
- 14> AWE2017重要活动
- 16> AWE2017场馆展位图

CONTENTS

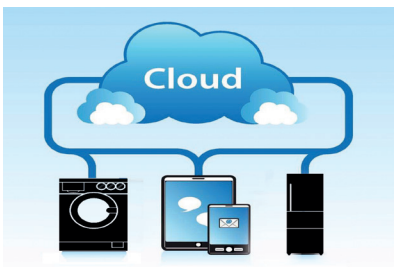


中国家电及消费电子博览会
Appliance&electronics World Expo



中国家用电器协会副理事长徐东生专访

从中国家电博览会到中国家电及消费电子博览会, AWE一直在成长, 在改变, 在创新, 与时代同行, 与产业共振, 与行业并肩。



未来已来: 站在智能的风口顺势而为

每届AWE都是智能新品的乐土, 无数高科技亮相。无论传统白电领域, 还是消费电子领域, 众多厂商争相展示产品的智能化。



AWE2017展位图



获取 AWE2017 更多信息请扫二维码

3月9~11日, AWE2017在上海新国际博览中心召开。这个全球三大家电及消费电子展之一的行业盛会, 以700多家展商的创纪录参展规模、跨界创新的生态布局和精彩纷呈的现场活动, 吸引了全世界的目光。

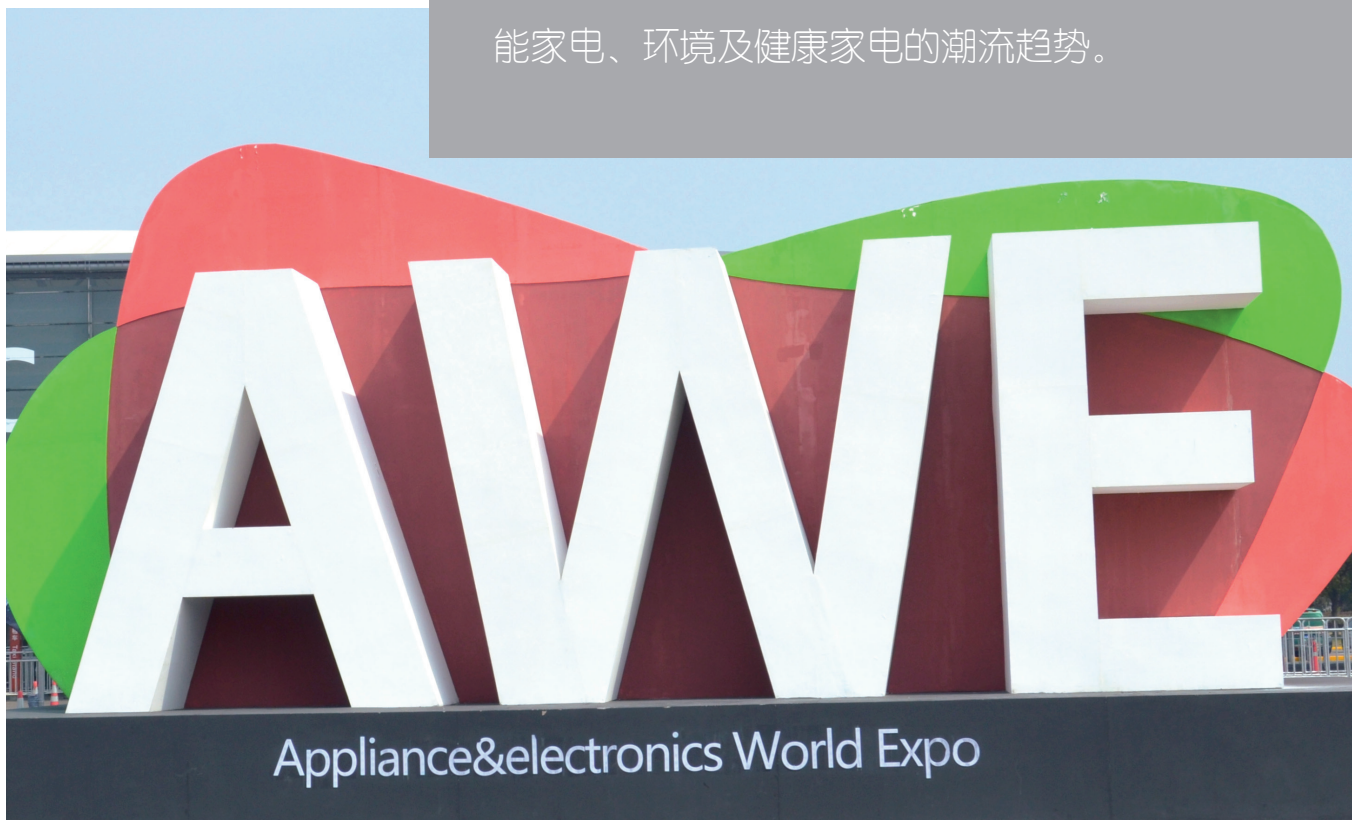
在此前连续几年创记录之后, AWE2017的展示规模再次大幅度提升。据了解, 2017年的AWE, 将通过创纪录的八大展馆、11万平方米, 展示传统家电、消费电子、厨卫及小家电的最新产品阵容; 呈现智能家居、智能家电、环境及健康家电的潮流趋势。值得一提的是, AWE2017第一次开辟的科技公园, 通过智慧出行、人工智能、智慧娱乐、智能生活、运

动健康等新形式, 让观众现场观赏机器人对战、体验AR/VR游戏, 感受未来智慧生活。

打通家电、消费电子及智能产业生态圈、联动产业链上下游的AWE, 正在用创纪录的规模和最前沿的新品为全世界带来了最高水平的展示。中国家用电器协会理事长姜风表示: “经

过多年的发展, AWE的展出层次、展示规模以及行业和社会影响力迅速提升, 已经成为全方位展现家电、消费电子、智能产品、互联网等多个领域全球前沿发展趋势和创新产品的盛会, 成为中国家电企业展示转型升级、供给侧结构性改革及‘三品’战略成果的舞台。”

2017年的AWE, 将通过创纪录的八大展馆、11万平方米, 展示传统家电、消费电子、厨卫及小家电的最新产品阵容; 呈现智能家居、智能家电、环境及健康家电的潮流趋势。





徐东生

中国家用电器协会副理事长

服务产业发展，契合时代潮流

AWE2017 创造价值展会

从中国家电博览会到中国家电及消费电子博览会，AWE一直在成长，在改变，在创新，与时代同行，与产业共振，与行业并肩。展示领域从最初的家电，拓展到消费电子，再到智能领域，AWE一直在努力。中国家用电器协会副理事长徐东生表示，AWE一直贴合家电行业发展，服务产业，坚持做到市场化运作，强调展会价值。

经过多年的快速发展，如今的中国家电及消费电子博览会（以下简称AWE）已经实现当年的“豪言”，与美国CES、德国IFA并驾齐驱。由此，全球家电及消费电子展会形成由美洲—CES、欧洲—IFA、亚太—AWE构成的新格局。值得一提的是，中国家用电器协会仅用十数年积累就实现CES和IFA数十年取得的成就，是名副其实的“中国速度”。

从中国家电博览会到中国家电及消费电子博览会，AWE一直在成长，在改变，在创新，与时代同行，与产业共振，与行业并肩。展示领域从最初的家电，拓展到消费电子，再到智能领域，AWE一直在努力。中国家用电器协会副理事长徐东生

表示，AWE一直贴合家电行业发展，服务产业，坚持做到市场化运作，强调展会价值。

与产业共生

近两年，虽然中国家电整体市场规模增速放缓，但行业较好地把握了消费升级的趋势，盈利能力稳步提升，整个产业保持较好的发展态势。“特别是在供给侧改革、‘三品’战略的推动下，中国家电企业加速转型升级，在创新和品控方面不断提升。中国家电市场的未来发展值得期待。”徐东生说。

行业的稳健发展，为AWE近年来的快速成长奠定了基础。在徐东生看来，AWE能够在短短几年内

实现规模快速增长，成长为展示面积超过10万平方米的国际性展会，有着自己的“天时地利人和”。“家电行业的整体发展形势对AWE是有利的，这造就了今天的AWE。同时，在产业转型、消费升级的背景下，AWE也为行业提供了展示平台，家电企业可以同台竞技，而优秀企业的示范则有效带动了行业的创新和升级。”他说。

AWE的国际影响力也在大幅提升。2016年，海尔、美的的国际收购震动了全球产业。中国是全球家电和消费电子产业制造大国和消费大国，亚太地区则是当前全球创新和消费最活跃的地区。AWE正在受到全球业界的高度关注和积极参与，

其将推动全球特别是亚太地区本产业的发展，加强贸易和技术交流。“AWE将在区域方面不断外延，进一步扩大影响力。”徐东生说。

秉承坚持稳步发展、效果第一的发展理念，2017年，AWE更上一层楼，展出规模再创新高，展会服务工作持续完善。据了解，AWE2017的展出面积超过11万平方米，占据上海新国际展览中心8个展馆，参展企业数量超过700家，参观人次将突破20万。海尔、美的、海信、创维、TCL、格力等中国家电企业将再次齐聚，共同展示中国家电力量。三星、LG、松下、夏普、博西家电、惠而浦等全球顶尖家电企业也将把全年最重量级的新品首发安排在AWE2017现场。此外，Vitamix、Tiger、Omega、My Juicer、Laurastar、Westinghouse、Vidal Sassoon等国际高端家电品牌也将集体亮相，奉上全球最炫酷的创新产品。值得一提的是，海尔在AWE2017布置的全球面积最大的展示，势必写入家电行业大事记。

面对展会面积逐年增加，社会影响力持续扩大，徐东生显得格外冷静。他告诉《电器》记者：“展会规模并不是我们的第一追求，我们更看重的是展商、观众、媒体的实际体验和反馈效果。服务产业发展这一设立AWE的初衷从未改变。更重要的是，展会规模需要与行业

会，挖掘消费需求

发展相匹配、相契合。”

《电器》记者注意到，徐东生在谈及 AWE 时总会不自觉得联系到整个产业的发展情况。在他看来，AWE 取得今天的成就源自三大“法宝”——行业聚焦、技术创新和消费引领。“首先，AWE 立足家电行业，从最初贯穿产业链上下游，到如今关注的跨界融合新动能。其次，AWE 长期立足于呈现在技术创新、工匠精神方面有卓越表现的企业、品牌以及产品和服务。第三，我们希望构建企业与消费者的桥梁，一年一度的 AWE，不仅是一次展会，更是一座城市的节日，让参与其中的消费者享受科技的魅力和便利。”

与时代同步

每年的 AWE，都在见证中国家电转型升级的阶段性成果及未来趋势。随着语音控制、图像识别、AI 等创新技术的兴起，智能大潮给各行业带来的改变有目共睹。AWE2017 以“智慧生活，全球平台”为主题，正是看准了泛智能行业的发展前景，以及坚信中国将引领全球家电智能化革新。

在云计算、大数据、物联网等技术推广后，家电制造向智能领域的转型升级愈演愈烈。家电企业纷纷围绕消费升级需求，通过提升品质、细分品类，丰富和改善家电供给，为行业带来新的增长动力，创造真正有价值的服务链。“AWE2017 就

是要把家电企业对产品智能化的探索以及全新的智能家电生态呈现给世界。譬如，谈了很久的智能家居，究竟谁来主导，如何解决互联互通等问题，在 AWE2017 都会有成果展示。”徐东生说。

首次亮相的 AWE 与极果联合主办的全球第一个科技公园，占地面积达到 6000 平方米，将呈现最有趣、最有参与感的全民科技体验嘉年华，包含智慧出行、智慧娱乐、智慧家居、智能健康、智能建筑、全球首发等板块。科技公园将呈现世界最大规模的机器人现场对战、酷爽燃爆的 VR 游戏、不可思议的未来智能生活现实版、震撼的全球黑科技现场首发、酷炫的人工智能及户外潮品、自动驾驶飞行背包。……

如今，AWE 逐渐形成了开放、跨界、包容的生态圈和辐射海内外的独特影响力，被视为全球市场竞争最活跃、最具创新意识的前沿阵地之一。从发展势头上看，AWE 的确站在了千载难逢的战略机遇期。AWE2017 开启了新一轮的与时俱进。徐东生说：“随着 AWE 承载的内容不断丰富，我们与与时俱进地搭建了以智能为基础、以消费者为中心的智能家居生态圈，顺应互联网时代趋势，打通上下游产业链，增强跨界融合发展，吸纳了更多资源对接和整合。”

据介绍，在 AWE2017 展会现场，不仅有明星参与、战略发布、

美食荟萃、幸运好礼等百余场精彩活动，还举办了一系列涉及行业趋势、创新科技、产品渠道、传播营销等高端论坛活动。其中，第七届中国家电发展高峰论坛备受关注，家电行业领军者将展开一场智慧激荡的风云际会；AWE 艾普兰奖颁奖典礼，将为年度创新和表现突出的新品，颁发至高荣誉；GTIC 全球（智慧）科技创新大会，将呈现全球科技创新者布局智慧产业发展的高规格峰会。此外，中国环境及健康家电高峰论坛、中国家电产业链大会、中国电视产业领袖峰会、中国房地产精装修前沿论坛等也将同期举办。

与需求更近

自 2015 年开始，作为主办方的中国家用电器协会，对 AWE 进行了重新定位，从原来的“重点服务行业、面向专业人士”，逐步转向兼顾行业与普通消费者的方向发展，打造消费引导型展会。徐东生说：“专业展会是以产业为核心，具有服务制造商和产业链的重要作用。但是，家电是直接面向大众的消费品，所以我们希望 AWE 能够吸引更多的消费者参与其中。家电厂商重视众多经销商无可厚非，但产品最终还是要卖给消费者的。”据他介绍，2017 年，AWE 更加关注对于终端用户的引领，加大了针对普通消费者的宣传投入和活动安排。“机场、火车站、地铁、公交站，甚至在上海的街头，都有 AWE2017 的广告。同时，我们还通过微信、微博等主流社交媒体，以及各大门户网站，扩大 AWE 的覆盖面，提升 AWE 对于消费者

的影响力。”徐东生说。

为了吸引消费者参与，AWE2017 专门针对消费者策划和举办了多项活动，例如 AWE 幸运抢不停、超级购物节等。消费者只需来到 AWE 现场，并关注 AWE 微信公众号，就有机会将高端家电带回家。徐东生告诉《电器》记者，随着科技快速发展，家电品类日益增加，AWE 上的产品可谓丰富多彩、琳琅满目。“对于没有购买经验或者不是很了解的新产品，消费者可以在 AWE 上尽情体验和感受。规模超过 11 万平方米的展会是普通卖场无法比拟的，而且众多家电企业带来的都是最新的产品。”同时，为了回馈和吸引消费者，厂商也将举行诸多消遣娱乐活动，如邀请明星代言人、聘请米其林大厨现场烹饪等，现场可谓热闹非凡。

从过往来看，AWE 对于行业的影响还不止于此。在经济看好时，AWE 会承担回归理性、回归本质的角色；在经济低迷时，AWE 又肩负传递信心，传递趋势的责任。这也使得 AWE 不同于其他展会，在家电业内、媒体界、社会其他领域甚至在国际上，都有着良好口碑与示范效应。“我们希望，AWE 不仅见证中国家电及消费电子行业发展的卓越成就，更将通过不断放大的 AWE+ 生态圈，推动家电行业与智能等更多新兴领域跨界融合、互利共生！AWE 将与全球伙伴携手合作，加快培育行业转型升级新动能，共同打造跨地域发展新愿景，迎接充满活力的新未来！”徐东生说。



展会规模并不是我们的第一追求，我们更看重的是展商、观众、媒体的实际体验和反馈效果。服务产业发展这一设立 AWE 的初衷从未改变。更重要的是，展会规模需要与行业发展相匹配、相契合。

未来已来： 站在智能的风口顺势而为

2016年，中国家电行业整体发展环境压力非常大——经济持续减速，消费者对市场预期不乐观，内需整体拉动不足，出口形势亦非常严峻。然而，在市场发展压力大的情况下，家电业结构性的增长点显得弥足珍贵。目前，国内家电市场最大的机会增长点是什么？答案肯定是智能。随着互联网和物联网技术的迅猛发展，4G高速无线上网的应用，智能可穿戴设备的兴起，各家电品牌的高度参与，以及用户接受度的逐渐提高，家电智能时代已经到来。放眼整体家电市场，智能化已经成为不可逆转的发展趋势。根据奥维云网（AVC）统计，2016年，中国市场智能电视普及率已达到83%，销量约为4201万台。与此同时，近几年来，白电领域出现智能产品层出不穷的现象，推动了行业内智能家电呈现出“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”的局面。每年的AWE都是智能新品的乐土，有无数新科技亮相。无论传统白电领域，还是消费电子领域，众多厂商都在争相展示产品的智能化。

2015年是冰箱市场智能化实现跨越式发展的一年。奥维云网（AVC）线下监测数据显示，2015年全年线下智能冰箱零售额渗透率达到3.5%，特别是进入2015年下半年智能冰箱渗透加速，“双11”当周智能冰箱零售额11.7%的渗透率达到2015年高点。不过进入2016年以来，智能冰箱市场发展则逐渐趋于稳定，没有再给市场带来惊喜。奥维云网（AVC）推总数据显示，2016年，中国智能冰箱市场的规模已达到135万台，62亿元。笔者认为，现有智能冰箱虽然增加了APP控制模块，部分机型还采用了10英寸以上的大屏，但是总体而言，智能交互功能不强，智能生态尚不完善，导致智能冰箱虽然处于商业模式创新的“风口”上，但是一直没有取得突破性进展。

从产品生命周期来看，智能冰箱已然度过导入期，进入成长期。随着智能冰箱的普及加速，智能冰箱生态也日趋完善，生态运营逐渐成为冰箱企业下一个竞争热点，同时厨房经济将在今后几年逐步显现。到2020年，智能冰箱市场的规模将达到370万台，150亿元人民币。

智能洗衣机是家电中智能化发展最为迅速的品类之一。回首这几年智能洗衣机的发展，按时间可以分成3个阶段。第一个阶段是2014年以前，智能洗衣机在市场上逐渐培育并初露头角，奥维云网（AVC）线下监测数据显示，2014年智能洗衣机零售额渗透率大约为6.1%；第二个阶段是2015年，是智能洗衣机全面爆发的一年，渗透率迅速攀升到14.2%；第三个阶段则是2016年及未来几年，智能洗衣机将会快速增长，并逐渐走向普及化。奥维云网（AVC）推总数据显示，2016年，中国智能洗衣机市场的规模已达到340万台，90亿元。预计到2020年，智能洗衣机市场的规模将达到700万台，200亿元。

智能化是2016年空调行业的一大亮点。2016年智能空调占比达到20.1%。线上销售产品中，智能化渗透比重较大，并向线下产品蔓延。随着更新改善型需求比重的不断加大，消费者对品质生活、品质家电的需求不断增加，奥维云网（AVC）预测，在2017年空调零售产品中，智能产品占比会突破30%，智能化已经不再是简单的Wi-Fi连接、远程控制，而是更加深化，自清洁、舒适送风、交互控制将逐渐成为智能空调的标配。

放眼国内家电市场，智能化已经成为不可逆的发展趋势。然而，虽然智能家电已经充分渗透到各个品类领域，且主流家电企业均已搭建自己的智能家居系统平台，但当前的智能家电网络化程度还是不够，

智能家电想得到更长足的发展仍需要克服以下2个问题。首先，产品普遍趋于同质化，空调的设计不是出于对用户需求的真正考虑，更多是对现有产品的拼凑，或者说是一种被动的智能升级。其次，行业缺乏统一标准，不同企业和品类间的产品互联互通难。各家电企业分别发布各自的智能家电产品策略和部署，皆属单兵作战，相互孤立，各企业都希望能够沿着自身产品路线发展，最终导致彼此系统封闭，数据互不相通。未来的智能家电网络化需要实现更为通畅的互通互联，不仅可以由消费者远程控制，还要让不同的家电之间，尤其是不同品牌的家电之间，都实现互通互联和远程操作，否则，智能家电和智能家居就丧失了存在的意义。

AVC 奥维云网 ALL VIEW CLOUD 赵梅梅



每届AWE
都是智能新品的乐土，无数新科技亮相。无论传统白电领域，还是消费电子领域，众多厂商都在争相展示产品的智能化。



A.O.史密斯电热水器EWH-

配备免更换镁棒技术

采用隐藏式全触控面板

人机互动更简单



LG智能衣物护理机

衣料塑性

裤线管理

蒸汽除菌



日立滚筒式洗衣烘干机 BD-FS9600C

多方位感知衣物的质和量

智能控制滚筒转速

万家乐Mate3智联饪烹饪系统

基于烹饪情景而设计的远程遥控

操控锅手柄可无线控制吸油烟机

手机终端控制整个系统



美的方智能烤箱

高清耐温摄像头

UI的设计变得简洁实用

海量菜单

美的冰箱BCD-646WGPZVA

智能保鲜

短缺食品提醒

线上购物

自动报修



科沃斯自动擦窗机器人窗宝

四重清洁系统

智能缓冲防撞技术

自动识别障碍物



踩准升级浪尖，逐步站在高点的中国彩电市场

2016年中国彩电市场规模突破5000万台，2017年有望达到5300万台

彩电行业，从电视机发明到CRT技术的研发用了半个世纪，从CRT到液晶电视则不到20年。在接下来的时间里，ULED、HDR、量子点、8K、OLED、激光等新技术进入大规模的应用爆发期。奥维云网(AVC)数据显示，中国彩电零售量规模为5089万台，同比增长7.8%；零售额为1560亿元，同比下降1.8%。2016年，全球彩电出货量为2.3亿台，同比增长0.75%。其中，中国彩电消费市场份额占据全球比重的26%。中国彩电市场从最初的跟随者，逐渐成为产品和技术迭代的引领者。这主要体现在五个方面。

显示新技术百花齐放

2016年，在互联网电视品牌和传统电视品牌共同耕耘下，彩电显示技术百花齐放。在AWE2016上，各厂商携带的新品引领着行业的发展。OLED显示技术拥有众多优势，但是大尺寸OLED面板目前的制作工艺复杂导致良率偏低，成为OLED电视面板成本较高的主要因素。2016年，OLED国产化迈出重要一步，大陆面板厂BOE与创维共同推出98英寸8K OLED，标志OLED电视面板供应阵营中在LG之后终于迎来第二位成员。而在2017年，LG将释放8.5代线的OLED产能，有望大幅提高OLED TV面

板的供应能力。整体来看，OLED电视面板的供应规模增长可期，OLED电视价格将随之更加亲民，加速OLED显示技术普及。

激光电视是2016年另一备受关注的显示技术，相对于LCD显示在超大尺寸上的生产能力匮乏和成本奇高，激光电视在满足普通家庭对超大尺寸的需求上具有非常明显的优势。奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2016年，中国市场85英寸以上的电视机销量中，激光电视的份额达到40%。而随着LCD大尺寸化加速对消费者心理的影响，大尺寸化的需求将在2017年继续发酵，激光电视将在中国迎来更多机会。

工业设计的主要试验场

电视机已经成为中国家庭完整家居的一部分。就客厅场景而言，电视机的家居属性和科技属性不断放大。未来，为适应家居形态的不断变化，电视机的外观形态将更加颠覆和多样化，不再以固定的形式存在。2016年，超轻薄电视市场占比为2.4%；曲面电视以极具科技感的外形，正在被越来越多的消费者认可，市场占比为5.4%；无边框的设计使观者的注意力更容易集中在捕捉屏幕的内容上，市场占比为1.8%。其他差异化的工业设计，比

如金色机身，个性化底座和金属边框也越来越受到市场关注。

高画质产品备受青睐

高画质作为彩电行业发展的推动力之一，是产品升级的主要途径，也是科技对于显示无限接近真实的追求。消费者经过长时间的市场教育，对高清晰度，色域等画面品质相关参数有了一定认知。奥维云网(AVC)全渠道推总数据显示，2016年UHD电视占到48.3%，HDR电视市场占比为14.3%，HCG电视市场占比为14.1%。2017年，三大类产品占比将继续增长，UHD电视市场占比将达到55.6%，HDR电视市场占比将达到18.9%，HCG产品市场占比预计达到17.0%

中国大尺寸化领先全球

尺寸越买越大成为当今电视机市场的发展趋势。从面积上来看，2016年，彩电市场的销售面积为3153万平方米，同比增长17.5%；从尺寸上来看，彩电市场的明星尺寸为55英寸，市场份额为23.9%，较2015年增长8.4个百分点，成为2016年彩电市场增幅最大的尺寸，同时也成为电视机大屏的分界线；预计2017年55英寸电视的市场份额将继续增加，达到27.8%。

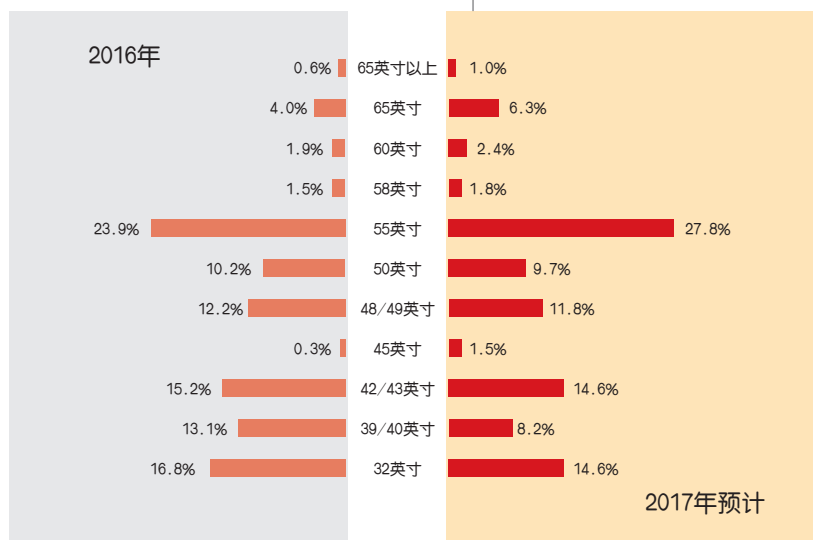
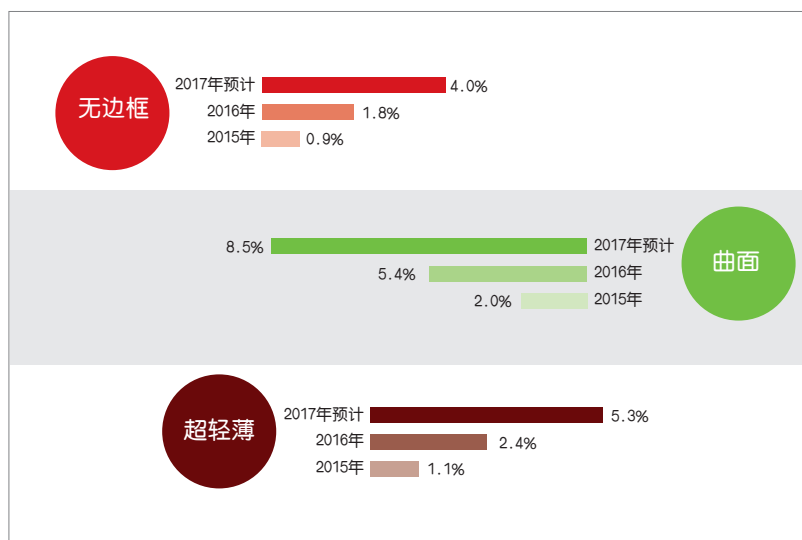
家庭互联网正在建立

随着4G网络的快速发展和手机智能化的加速，人类逐渐从PC互联网时代进入到移动互联网时代。2016年，智能电视的渗透率达到83%，中国智能化的速度走在全球前列，丰富的内容将用户重新拉回客厅。奥维云网(AVC)数据显示，截止到2016年12月，智能电视日均开机总时长达到6.01小时，超出传统电视近2个小时。而且随着智能电视的持续升级，电视机的价值正在从单纯的硬件向内容扩展，多元化应用场景的转移使得客厅经济有更广阔的发展空间。

在中国市场，彩电更新换代的速度仍在加快。奥维云网(AVC)预测数据显示，2017年全年，中国彩电市场零售量将达到5301万台，同比增长4.2%；零售额将达到1640亿元，同比上升5.1%。随着规模的扩大，中国彩电市场在全球的地位也将更加凸显，从而吸纳更多的力量来推动整个产业的创新发展，最终形成有质有量的中国力量。

AVC 奥维云网 卞铮

左图：2015~2017年不同外观形态彩电市场占比
右图：2016~2017年各尺寸段彩电市场占比



三星QLED量子点电视Q8C



尺寸：65英寸

分辨率：3840 x 2160

亮度峰值：1500nit

音箱功率：60W

三星 QLED TV Q8C 采用全新无镉金属量子点材料，不仅能够准确地呈现 DCI-P3 的色彩空间，还是全球首台对 100% 色量进行还原，亮度峰值可达 1500nit。外观设计从纯粹理念出发，现代感与美感十足，大幅提高了空间价值。

LG OLED 4K电视 W7



尺寸：77英寸

分辨率：3840 x 2160

操作系统：webOS3.5电视操作系统

重量：30.6 lbs

音箱功率：60W

LG W7 是引领未来趋势的革命性电视机，完美的设计美学与令人难以置信的图像质量，都带来震撼的视觉效果，让消费者体验身临其境的细节表现和惊人的色彩享受。

海信激光电视 LT100K7900UA 采用激光成像原理，光线柔和，可以真实还原自然界色彩和细节，具有更好的观看临场感。同时，它采用独创远心结构光路设计拓展出更宽广的光线传输通道，亮度表现更为出色。

海信激光电视LT100K7900UA



尺寸：100英寸

分辨率：3840 x 2160

操作系统：VIDAA3.5

屏幕亮度：3000流明

色域覆盖：116%

创维OLED有机电视S9D

尺寸：55英寸

分辨率：3840 x 2160

操作系统：酷开系统5.5

重量：16kg

可视角度：178°

创维 OLED 有机电视 S9D 不仅有“OLED+4色HDR”带来的卓越画质，也是全球首款AR电视，给用户带来全新的交互体验。另外，该产品的外观设计令人惊艳，机身薄至4.7mm，配备JBL原装音响，采用全新升级的酷开系统5.5，以及免费赠送的两年腾讯视频VIP特权。





孙京岩
海尔集团公司副总裁



此次AWE现场，海尔将展出3个方面的创新产品和科技：智慧生态圈和原创爆品、六大品牌全球协同创新成果、智能制造相关成果。

海尔：做物联网时代引领者

AWE2017, 海尔将围绕“物联网时代引领者”的大主题展开，通过8000平方米的展位及两场发布会展示海尔在智慧家庭、智能制造、全球化品牌等多方面的互联网探索成果。海尔将主题定位“物联网时代引领者”，是内外部发展的共同要求。

3月9日，AWE2017正式拉开帷幕。以“物联网时代引领者”为参展主题的海尔展示面积为8000平方米，以层次丰富的产品以及智慧家庭、智能制造以及全球化品牌等发面的成果的展示，使与会观众近距离感受到海尔在物联网时代的布局。海尔集团公司副总裁孙京岩在接受记者采访时表示：“通过电器变网器，围绕智慧生活构建用户社群，海尔家电将以物联网时代引领者的新身份继续领跑。”

记者：在AWE2017上，海尔的展示将围绕哪些主题展开？

孙京岩：此次AWE，海尔将围绕“物联网时代引领者”的大主题展开，通过8000平方米的展位及两场发布会展示海尔在智慧家庭、智能制造、全球化品牌等多方面的互联网探索成果。将主题定位“物联网时代引领者”，是内外部发展的共同要求。

从外部环境来看，国际上较为流行的观点认为，物联网将会在2019年大爆发，这对海尔等企业而言只剩两年左右的时间。物联网在家电领域就是智慧家庭，海尔是最早布局该领域的企业之一，此次AWE上将展出海尔成套可市场化的智能家电。

从内部环境来看，经过10年多的持续探索和布局，海尔已经实现从企业层面、品牌层面到员工层面的三大变革：从传统的制造企业变身互联网企业，从过去的家电品牌变成创新创客孵化器，从雇佣员工打工变成了创业合伙人，最终率先在企业真正实现“共创共赢”理念的落地。通过电器变网器，围绕智慧生活构建用户社群，海尔家电将以物联网时代引领者

的新身份继续领跑。

记者：海尔将带来哪些创新产品和科技？

孙京岩：在创新方面，海尔追求的是“原创性创新”，在此次AWE现场，海尔展出了3个方面的创新产品和科技：一是以具体场景展示智慧美食、空气等生态圈，以及冰洗空等各产业的原创爆品；二是展示了FPA、GE家电、卡萨帝、海尔、统帅等六大品牌全球协同创新成果；三是围绕智能制造，将海尔互联工厂的模型搬到现场，用一个生产示范线模型展示众创定制成果。

原创产品包括海尔馨厨互联网冰箱、海尔有风无声空调、“几乎不用水”的洗衣机以及卡萨帝无压缩机酒柜。此外，还有天尊空调、卡萨帝双子洗衣机、卡萨帝气调储鲜冰箱等原创产品展出。

记者：近几年，智能一直是AWE的热点之一。在AWE2017上，海尔是否会聚焦“智能”？

孙京岩：答案是肯定的，海尔是最早布局智能领域的家电企业之一，AWE2017上，海尔也会发布多项智慧成果，包括U+平台核心成果（海尔U+智慧生活3.0战略）、智慧家庭整套智能家电（海尔智慧家庭1.0）、互联网工厂核心成果等。

记者：请您评价一下AWE近几年的发展。

孙京岩：在“互联网+”思潮的催化下，AWE已非简单意义上的家电业内的一大展会，而是全方位立体融合、展示家电及互联网、IT、

智能家居、消费电子等多个领域全球前沿发展趋势和成果的盛会。

AWE预演了每一年家电行业的发展方向。同时，在历届AWE上，国内外用户可以充分领略智能家居、智能家电、可穿戴设备、娱乐家电等新兴家电的风采。

依托全球最大的家电制造基地和不断升级的家电消费市场，AWE的展示规模、行业及社会影响力逐年提升，如今已经成长为与美国CES和德国IFA齐名的全球三大家电与消费电子展之一。AWE正成为中国家电业与世界对话的窗口，成为向全球展示中国家电业创新实力的舞台。

记者：参加AWE，对海尔有哪些帮助？您希望，未来AWE能够在哪些方面继续加强？

孙京岩：海尔作为家电业的代表，在AWE上，一方面可以收集全球用户的需求信息，为产品和服务创新提供准确方向；另一方面可以与世界各方保持产品、技术等方面的交流，为海尔的全球协同创新助力；此外，AWE也是海尔向世界展示自身原创技术和原创产品的平台，有助于拓展品牌在全球的用户社群。同样的，海尔也为AWE带来了原创产品和技术，带来了用户社群的关注，以及全球协同创新的资源，与AWE共创共赢。

对于AWE的发展，一是希望未来有更多类似于“中国（国际）智能家电创新论坛”、“中国家电艾普兰奖”等配套活动，帮助企业更好地洞悉行业发展趋势，为企业的决策者提供决策参考，同时也让全球家电与消费电子行业拥有更多交流与合作的平台和机会；二是希望AWE进一步开放，与更多企业的优势资源链接起来，形成一个资源、信息流通、对接的大平台，这既能让参展企业收获更多资源，也能让AWE在全球的知名度和影响力更上一层楼，实现共赢。（李曾婷）

围绕三大主题，美的为观众带来了全系列智能产品，供观众在场景中真切体验智能生活。

智启未来，美的亮相 AWE2017 更智能地为大众提供便捷式服务

已经过去的2016年，美的集团的表现分外抢眼，不仅在国内市场继续保持领军地位，还成功完成了一系列举足轻重的全球并购，包括日本东芝家电业务、意大利中央空调企业 CLIVET、美国著名吸尘器企业 EUREKA 以及世界领先的机器人制造商德国 KUKA 集团，完成了全球布局脱胎换骨式的发展。

3月9日，脱胎换骨后的美的集团重装亮相 AWE2017，以面积超过3000平方米的超大型展位，全方位展示美的的转型成果。

更美的智慧未来

在 AWE2017 上，美的为观众开启了一个更美的智慧未来。据美的集团副总裁王金亮介绍，美的在本届 AWE 上的展示将围绕三大主题展开。一是让观众亲身体验感受家电和未来智慧家居系统的融合；二是从具有强大云处理的健康云平台入手，感受美的为消费者提供的从饮食到体测的一体化解决方案；三是结合人工智能大数据生活，展示和体验美的跨足多项机器人领域，体现物联网为用户创造和体验新价值的服务。

围绕上述三大主题，美的为观众带来了全系列智能产品，供观众在场景中真切体验智能生活。

在空气智能方面，美的智能空调为用户提供了体验更好的交互方式——语音识别，让用户在家中可以自由遥控空调启动和关闭。同时，美的还为空调配备了投影触控技术，观众可以通过投影的屏显，简单自如的遥控产品。此外，美的智能空调还有采用超高清红外成像技术和图像识别功能，可以实现避人送风，为用户提供更加舒适的使用体验。

美的展位在厨卫智能方面也看

点十足。多点穿透变频加热技术、高温蒸汽、360度热风无死角技术、智能防干烧技术，以及全球首创的全干燥系统洗碗机技术，都汇聚 AWE2017，集中展示美的在这一领域的技术创新成果。同时，在美的展位上，观众可以近距离感受美的厨房里可以实现联网食材营养测算的智能测算仪、可以精准自动食材调整的智能调料分配器、可以一键自动注水烹饪的 all in one 电饭煲等智能神器。

同时，美的还为观众带来最新的冰箱和洗衣机等智能生活体验。例如，美的冰箱区域的 i+ 3.0 分项功能体验区，产品可以测量观众的身高、体重，并给出适宜的推荐菜谱。观众还可以通过语音进行操控，与产品进行互动；还可以在冰箱上连接智能商城，实现一键购买；甚至还能提供娱乐游戏。在洗衣机体验区，观众可以通过健康除菌显微镜对比，水雷达检测系统则让观众亲身体会洁净的洗衣技术。

“我们希望美的的家电可以更加智能地为大众提供便捷式服务，在不断追求技术突破的基础上，通过智能化产品、智能交互设备、云平台生活，给大家带来更舒适和健康的生活环境。”王金亮告诉记者。

集行业之大成

作为老展商，美的见证了 AWE 的成长。“从3个馆到今年的8个馆，AWE 的发展变迁不只是规模的不断扩大与升级，其核心是 AWE 在全球家电及消费电子行业平台影响力的日益凸显。这也是 AWE 能够与 CES、IFA 并驾齐驱的重要所在。”王金亮不无感慨地表示，从2015年开始聚焦行业智能化发展，到2016年的“互联网+你的家”，再到今年

的“智慧生活 尽在 AWE”，每一届 AWE 都精准锁定了行业发展的风向，以集行业之大成的平台力量推动和引领行业发展。

与此同时，AWE 也为包括美的在内的中国家电企业提供了交流、展示的平台，转型后的 AWE 更是获得了广大展商的认可。“很显然，AWE 已经从一个单纯的行业展会转变为一个直面终端消费用户的，融合并展示家电、互联网、IT、智能家居、消费电子等多个领域趋势和成果的立体综合化展览。”王金亮坦言，“在加强行业沟通交流，展示企业实力的基础上，美的更看重的是把每一个重大战略、新技术的突破、新产品的发布，通过 AWE 逐步传达给我们的终端用户，持续确立和深化品牌和产品的消费认知。AWE 每一届的组织和服务都让我们看到惊喜和变化，今后希望 AWE 能够在吸引终端用户的宣传推广上进一步扩大投入力度。”（于璇）



王金亮
美的集团副总裁



美的将围绕三大主题进行展示：让观众体验感受家电和未来智慧家居系统的融合、为消费者提供的从饮食到体测的一体化解决方案、展示和体验美的跨足多项机器人领域。



穆刚

LG 电子（中国）首席兼中国总经理



作为家电

“黑科技”代表，

LG 一直突破思维局限，用创新产品推动提升消费者的生活品质，带来舒适的用户体验。

与 AWE 携手并进

LG 用创新产品提升消费者生活品质

在 AWE2017 上，LG 电子给广大消费者带来了最新的产品，希望通过产品创新推动消费生活品质升级。

科技的进步让智能家电生活逐渐实现。越来越多的“黑科技”也点缀着异彩纷呈的新生活。在传统家电电子领域，最新的科技不胜枚举。“在 AWE2017 上，LG 电子给广大消费者带来了最新的产品，希望通过产品创新推动消费生活品质升级。”LG 电子（中国）首席兼中国总经理穆刚说。

记者：LG 在 AWE2017 上将围绕哪些主题进行展示？

穆刚：AWE2017，LG 将向同行、媒体以及普通消费者全面展示 LG 家电科技领域全球第一的品牌实力。作为家电“黑科技”代表，LG 一直突破思维局限，用创新产品推动提升消费者的生活品质，带来舒适的用户体验。

面对“健康与智能”流行趋势，本次展会设立“LG 健康家”展区汇集 LG OLED 电视、门中门冰箱、双擎同步分类洗衣机，以及空气净化器与扫地机器人等产品。LG 用领先智能科技切实为中国消费者倾力打造健康便捷体验，从此让家庭生活轻松多彩。

记者：AWE2017 上，LG 为消费者带来哪些创新产品和科技？

穆刚：AWE2017 上，LG 带来了全明星产品阵容。这些产品代表着 LG 在产品创新领域最为领先科技，引领着行业发展趋势。

其中，包括获得 2016 2017 年度红顶奖的 LG TWINWash 双擎同步分类洗衣机；凝聚 LG 目前最尖端技术与设计理念的超高端家电 LG SIGNATURE 玺印品牌：包括电视机、冰箱、洗衣机和空气净化器 4 款

产品。它们都有着无与伦比的精妙设计和高端技术。

厚度仅为 2.57mm 的“壁纸电视”OLED W7 绝对是 AWE2017 的亮点。LG OLED 电视 W7 厚度仅为 2.57mm，相当于四张信用卡厚度。另外，LG 纳米屏电视，采用最先进的 NanoCell Display 显示技术，能高度还原准确色彩，有更宽广视角，带有杜比视界的主动式 HDR，将液晶电视的显示提升到了全新高度。

LG TWINWash 双擎同步分类洗衣机，重新定义洗涤方式，衣物同步分类洗，颠覆性创新，掀起洗衣革命。LG SIGNATURE 玺印冰箱采用 InstaView“敲立见”门中门设计，轻敲两次门板即亮，不必开门，门中门内物品一目了然；自动开门功能，将脚放在冰箱底部传感器前，冰箱门便可自动打开。LG PuriCare 空气净化器采用 360° 出风设计，上下出风为业内唯一，净化家庭矮空间，完美解决了孩子的呼吸健康问题。

在 IT 产品上，LG 带来全球首款最大尺寸 21:9 曲面超宽屏显示器等新品。LG 一直致力于用不断的产品断创新的方式处于世界领先地位，从而为消费者带来更优质的生活体验。

记者：AWE 近几年持续关注智能。在 AWE2017 上，LG 在“智能”方面给大家带来哪些惊喜？

穆刚：2017 年被称为智能家居发展元年，家电智能化应不仅仅局限于单品，更多是通过生态系统建立，实现硬件、用户之间的互联互通。需要互联网、物联网，更多的是一些通讯领域的技术的多方整合。

LG 在这方面有着先天优势。以

电视机为例，LG 智能电视采用了最新 WebOS 电视系统，凭借简单切换、简单发现、简单连接三大特性，让智能电视回归简单。LG SIGNATURE 玺印冰箱则具有自动开门、自动开启式抽屉等智能应用。

未来，LG 将把机器学习技术引入家电，自动理解主人的生活习惯和方式，提供更加舒适用户体验。LG 将会率先在真空吸尘器、冰箱、空调和洗衣机等家电中使用，打造家庭完整的智能生态圈。

记者：作为 AWE 的老朋友，您如何看待 AWE 近三年的发展？您认为，AWE 在家电行业发展中扮演着怎样的角色？

穆刚：得益于中国家电与消费电子产业转型升级，AWE 近年发展迅速，除了关注传统家电厂商的智能生态，已延伸到对于智能家居、出行、健康、娱乐以及人工智能等家庭智慧生活领域的展望。

AWE 为家电企业提供展示、交流、合作、共进的舞台。在 AWE 上，消费电子领域丰富多样的产品类别，为专业观众提供了最有价值的信息。LG 十分信任 AWE 平台，通过中国家用电器协会权威专家与媒体记者也让更多行业人士和消费者了解 LG 领先的智能科技产品。

AWE 作为与德国的 IFA、美国的 CES 齐名，并称为全球三大家电与消费电子展，是行业风向标。LG 借助 AWE 平台的影响力展示尖端新品、分享战略，将全球领先的产品技术与健康的生活理念传递给更多的消费者，引领家电消费趋势浪潮。

我们希望，AWE 可以持续打造健康家电生态圈。LG 也将与 AWE 携手，为消费者带来最前沿的智能家电，让现场观众体验“最 IN”的科技潮品，将产品展会打造成行业的盛典，实现展览、体验、营销三位一体，体现 AWE 的平台价值。（尚海龙）

三星全系新品登陆 AWE2017

Reaching Higher, 为消费者提供品质生活体验

“Reaching Higher”，这是三星 AWE2017 的展示主题。顾名思义，“Higher”包含了“更高端的产品，更品质的生活，更智能的体验”等多重含义。在 AWE2017 上，三星展出多款创新产品，力求通过技术创新为消费者提供高品质生活体验。为了更好地了解三星在 AWE2017 的彩电和生活家电的展示情况，本报特意采访了三星电子大中华区彩电营销副总裁刘峻光 and 三星电子大中华区生活家电营销副总裁谢辉。

记者：在 AWE2017 上，三星电视为中国消费者带来了哪些新品？

刘峻光：在 AWE2017 上，三星电视 2017 年新品首次在中国市场与消费者见面，我们期待代表行业最高量子点技术水平的全新 QLED TV 为中国消费者带来的极致视觉盛宴。三星全新 QLED TV——Q8C、Q9F 和 Q7 的画质革新实现了面向未来的一次巨大飞跃。同时，在设计 and 易用性等方面进行显著提升，成功解决了观看体验与消费者痛点之间的矛盾。

记者：三星 QLED TV 系列新品的创新性体现在哪些方面？

刘峻光：三星 QLED TV 系列新品采用全新的无镉金属量子点技术，极大提升了电视机的画质水平，不仅能够呈现更多的颜色，还能够表现出足够的细节。在色彩表现上，不仅能够准确地呈现 DCI-P3 的色彩空间，而且还是世界上首台对 100% 显色体积进行还原的电视机。这意味着其可以在任何亮度水平下还原所有的颜色。

三星 QLED TV 还在设计和易用性上都进行了创新，为消费者带来舒适的观看体验。通过一条几乎隐形的线缆，将外围设备有序整合到 One Connect 集线器中与电视机相连，使机身从任何角度看起来，甚至是背部，都十分清爽整洁。此外，360° 无死角完美设计，在前、后、底座都使用真正的金属材料，彰显高端品位。四面无边框设计彻底消除了妨碍视听体验的因素，呈现极致的视听沉浸感。同时，还提供了画架式支架（Studio Stand）和雕塑底座（Gravity Stand）等全新支架，让电视机成为一件美轮美奂的家居



刘峻光
三星电子
大中华区彩电营销副总裁

装饰品。

记者：三星电视新品在智能化方面有那些突破？

刘峻光：智能家居是近几年家电主流发展趋势之一，三星电视专注于继续改善 Smart TV 中那些备受赞誉的智能化功能，为消费者提供统一而便捷的用户体验。三星 One Remote 高效解决方案使用户能够仅用一个遥控器来控制电视机和连接的多个设备，新增针对内容的语音搜索功能，可帮助用户快速找到想要观看的内容。在内容方面，三星电视将同时搭载芒果 TV 及爱奇艺两大平台的优质内容，使内容选择更加丰富，将更好地满足观众不同的观看需求。此外，三星针对中老年观众推出的家和悦目系列也已升级到 Family TV 2.0 版本，使消费者可尽情享受与家人随时随地沟通互联的乐趣。



谢辉
三星电子
大中华区生活家电营销副总裁

间和时间上使得冰箱内部温度恒定，减少温差波动；其次，新品冰箱采用品式无霜三循环技术，使冷藏室、冷冻室和宽带变温室各自独立循环，不仅制冷速度快，还能保持间室相互独立不串味；冰箱的保温层使用了 VIP 真空隔热材料，隔热性能显著提高，还使冰箱的储存空间变大。智能方面，用户通过手机里的三星 Smart Home APP 可以随时随地查看冰箱内部状况，方便远程进行食品管理，还可以创建智能购物清单，让日常食品采购更加便捷。值得一提的是，新品冰箱专门针对中国消费者推出了多种颜色，配合不锈钢材质面板，更加贴合现代中国的都市生活。

记者：您认为，智能化将给家电行业 and 消费者带来哪些影响？

谢辉：智能化是家电行业近几年发展的主要方向之一，也是 AWE 上不可缺少的元素。对三星来说，人性智能也一直与技术创新、匠心独具一起并列为三星生活家电三大核心价值。真正的智能家居，应该是围绕着消费者需求展开的，能够融入人们的生活方式，所有的智能设备无缝衔接、彼此协作，帮助人们的生活更加健康舒适。三星不会让消费者去适应一个与其生活方式不符的新功能，而要去帮助消费者，使其原来的生活方式变得更便利。举一个简单的例子，通过三星生活家电的智能功能，手机与家庭电器连接，消费者躺在床上就能查看冰箱里的食物状况，然后直接在网上下单购买；洗衣时，消费者也不必守在洗衣机旁边进行操作，用手机就能操控洗衣的全过程，衣服洗好烘干之后就可以直接穿在身上。（于璇）

记者：三星生活家电在 AWE2017 上展示了哪些创新产品？

谢辉：三星在 AWE2017 上将展示多款生活家电新品，包括品道智宴冰箱、品道家宴新品冰箱、Flex-wash 洗衣机以及新品干衣机等。这些都是三星精益求精之作，不仅承载了最前沿的创新科技，带来更具品质的生活，而且在产品上进一步丰富，满足消费者更多样化的需求，为现代生活提供更多的便利。

记者：三星品道家宴冰箱曾在往届 AWE 上大放异彩，可否简要介绍新品有哪些突破？

谢辉：三星生活家电将推出品道家宴新品冰箱，不仅在保鲜、设计方面做出了重大提升，更加入了一系列贴心的智能化体验，这些都是三星强大产品实力的体现。保鲜方面，新品冰箱采用了两项冷却技术——金属匀冷和 QR 匀冷，从空

A.O. 史密斯携全系列产品亮相 AWE



丁威

A.O. 史密斯集团高级副总裁、
中国公司总裁

AWE2017如约而至。A.O. 史密斯携全系列产品参展，采用场景式体验方式打造一场品牌盛宴。

3月9日，AWE2017如约而至。作为家居行业的领军品牌的A.O. 史密斯，已连续多年参展。今年恰逢A.O. 史密斯进入中国的第20个年头，A.O. 史密斯携全系列产品参展，既带来了热水器和净水机两大优势品类新品，还展示了处于快速增长期的空气净化器、壁挂炉、洗脸机等品类，并采用场景式体验方式打造一场品牌盛宴。

一个是AWE，一个是A.O. 史密斯，“双A”组合的融合碰撞，给消费者带来健康舒适的家居产品展示，让现代家庭真正尽享智能科技为生活带来的舒适和便利。

贴近中国消费者需求

在AWE2017上，A.O. 史密斯集中展示了在华发展20年的成果。在A.O. 史密斯集团高级副总裁、中国公司总裁丁威看来，制造企业的根本只有一个，那就是产品。只有做出让消费者安心满意的好产品，品牌才能持续做强。热水器、净水机、空气净化器、壁挂炉、洗脸机，虽然产品品类阵容不断扩充，但是A.O. 史密斯始终坚持着贴近中国消费者需求的原则，为中国家庭打造高品质健康生活。

以此次A.O. 史密斯展示的免更换镁棒薄型金圭内胆电热水器为例，该产品采用双胆设计，产品厚度仅为28cm，小身材大容量；VIP真空隔热层，质量轻厚度小，保温效果不打折扣。电热水器的用户诟病更换镁棒的痛苦，A.O. 史密斯的免更换镁棒热水器直击消费者这一痛点。

这样的产品在A.O. 史密斯的AWE展台上还有很多。“这些都是A.O. 史密斯聚焦行业共性难题而创新研发的产品。”丁威谈起产品

如数家珍。例如，A.O. 史密斯专利MAX3.0 Plus长效即滤型反渗透净水机，创新研发专利技术MAXPlus反渗透系统，3年长效寿命同时净水产出率高达75%。A.O. 史密斯空气净化器KJ1200F，具有PM2.5实时数字监测功能，洁净空气量高达1200m³/h；美国商用等级HEPA高效主滤芯，即便重污染的状况下寿命长达1年。A.O. 史密斯智能变速金圭内胆空气能热水器采用自主研发的“智能变速”热泵系统，可实时监测环境温度和水箱内水温的变化状态，并根据环温及水温匹配出最合适的工作状态，实时反馈指令，使热泵系统的直流风机、热泵专用压缩机在“最合适转速”运转，在节能模式下可省电82%。


持续创新，把握消费升级趋势

自1998年进入中国以来，A.O. 史密斯就确立了高端化、专业化的路线。事实也证明，在当前消费升级的时代，高端化的定位为A.O. 史密斯增添了逆势增长的新动力。

“我们的研发不惜代价。”丁威的这句话，正好道出了A.O. 史密斯20年持续发展的重要原因。在A.O. 史密斯看来，围绕着消费需求的研发、围绕着解决消费痛点的研发无论怎样的资源投入，都是值得的。

据介绍，作为一家跨国公司，A.O. 史密斯把中国市场当作本土市场在悉心经营，一直不断强化在华的研发和制造能力。早在2005年，A.O. 史密斯全球研发中心就在南京落成启用。这是A.O. 史密斯公司在全球范围内设立的三大研发中心之一，其核心功能是为提供更多的技术资源用以支持面向中国消费者及全

球消费者的产品研发、技术应用以及工程技术服务，协同美国研发人员24小时不间断对产品进行测试及分析。这也成为A.O. 史密斯非常重要的竞争优势，为客户提供更快速、更高效的反应。2013年，A.O. 史密斯全球超级产/研基地在南京落成；2016年，A.O. 史密斯正式投建环境电器产/研基地。截至目前，A.O. 史密斯在中国总投资已超过3亿美元。

(一丁) 



制造企业的

的根本只有一个，
那就是产品。只有
做出让消费者安心
满意的好产品，品
牌才能持续做强。

博西家电 AWE 演示智能生活

“家居互联”全品类亮相，缔造健康生活

继两年前“家居互联” (Home Connect) 在中国首秀后，AWE已成为博西家电在中国展示“智能家居”成果的最佳秀场。

继两年前“家居互联” (Home Connect) 在中国首秀后，AWE已成为博西家电在中国展示“智能家居”成果的最佳秀场。3月9日，博西家电携采用“家居互联”平台的全品类家电以及众多新品亮相 AWE2017，以期通过互联互通，为用户提供更实用、健康的消费体验。

以互联互通和健康生活为主题

致力于智能家电解决方案的博西家电，以互联互通和健康生活为 AWE2017 展示主题，为用户开启健康生活时代。博西家用电器投资 (中国) 有限公司副总裁兼首席数字战略官徐成茂博士谈及选定该主题原因时表示：“一方面，互联网、物联网高速发展，家庭生活对于智能家电解决方案的需求越来越高，我们希望以开放、互联、安全的智能家电平台为出发点，不断推动智能家庭生态系统的发展；另一方面，博西家电致力于通过优质产品和可靠服务不断提升人们的生活品质。因此，我们将着力宣传健康生活的理念。”

事实上，博西家电已在智能家电解决方面深耕多年，从2007年即开始研发“家居互联”平台，是全球最早开始智能家居研发的企业之一，也是业内领先者。据介绍，博西家电“家居互联”采用开放平台策略，用户可以通过极简的操作界面，随时随地通过智能手机或平板电脑访问与操控所有支持“家居互联”的家用电器的各种功能。

为给中国家庭带来更精准的智能服务，博西家电于2016年设立了中国本地的家居互联技术研发中心，在分析和理解消费者需求及习惯的基础上，研发更多符合中国消费者需求

的智能家电。除了家居互联产品的研发，博西家电还将继续深化家居互联生态圈完善。徐成茂博士表示：“在实现开放、互联的基础上，数据安全依然是博西家电的重中之重，我们始终将消费者的数据安全放在第一位，这是家居互联对你们的承诺。”

令人关注的是，在 AWE2017 上，博西家电将携手其他6家参与的中国家用电器协会“智能家电互联互通项目”的家电企业现场展示成果——通过不同厂商云平台端的互联和管控，实现不同品牌智能家电之间的互联互通，为消费者提供更好的用户体验。

据徐成茂博士介绍，在 AWE2017 上，博西家电将展示采用“家居互联”平台的全品类家电，包括冰箱、洗衣机、干衣机、洗碗机、电烤箱、吸油烟机、燃气灶具、咖啡机等。

众多新品亮相，本土研发为亮点

AWE2017 上，博西家电带来众多新品，其中本土研发产品表现抢眼。

据介绍，西门子家电展示的零度 Plus 对开门冰箱，是升级的零度生物保鲜技术与对开门冰箱的首次结合。根据中国消费者的使用习惯，该产品将高频使用的零度室作为第三门，拥有西门子冰箱史上最大的 135L 零度空间，让各类食材都能实现长久新鲜。

全新家居互联吸油烟机和电磁灶亮相博世家电和西门子家电展位，进一步完善厨房的智能烹饪体验。“这比我们在 IFA 上的‘connected kitchen’的战略又迈进了一步。”徐成茂博士说。


在此次展会上，博西家电展示了由本土研发的家居互联冰箱、洗

衣机、吸油烟机等产品。“这些本土产品更符合中国消费者的使用习惯。以西门子 iq500 系列洗衣机为例，消费者可以使用家居互联 APP 下载拓展程序与功能，享受额外的智能除渍选择。”目前，博西家电家居互联产品不仅覆盖了中高端消费人群，更覆盖到了更多地消费群体，让更多的中国家庭能体验到家居互联产品带来的便利。

把握技术走向最佳场所

作为 AWE 的老朋友，博西家电已连续多年参展。在 AWE 迅速发展的几年中，博西家电不仅是见证者，更是参与者。“近三年来，AWE 在展馆数量、展示面积、及参展企业数量上都不断创下新纪录，而且越来越代表行业的主流，对世界的影响也越来越大。除了最核心的展会环节，主办方还积极策划行业峰会、研讨会等，与经销商、零售商和各大电商一起举办展销会，形成从产品开发到市场销售整个价值链的资源整合和共享平台。”徐成茂博士谈及展会发展时说道，“AWE 被誉为亚太地区家电行业发展的‘风向标’，是把握行业技术走向的最佳场所。”

作为家电行业重要展示平台，AWE 已得到家电巨头的认可。徐成茂博士表示：“AWE 为博西家电提供了很好的展示平台，每年我们都借助 AWE 为消费者和业界同行带来最新的产品和技术，获得了同行、媒体和消费者的积极反馈。”

目前，AWE 已经在促进行业发展和各企业间的合作方面取得了卓越成就，未来博西家电希望通过 AWE 获得更多与消费者面对面交流、深度沟通的机会，帮助企业更好地了解消费者需求，从而推出更加创新和人性化的产品。(李曾婷) 



徐成茂

博西家用电器投资 (中国) 有限公司副总裁兼首席数字战略官



AWE为博

西家电提供了很好的展示平台，每年我们都借助 AWE 为消费者和业界同行带来最新的产品和技术，获得了同行、媒体和消费者的积极反馈。

AWE2017 重点活动及论坛

活动名称 Activity/Forum	时间 Date	地点 Location	主办方 Organizer
中国家电发展高峰论坛 (第七届) 7th China Household Electrical Appliance Development Summit	2017.3.9 14:00 9 Mar. 2017, 14:00	上海卓美亚喜马拉雅酒店 - 三层 欢厅 Ballroom, 3rd Floor, Jumeirah Himalayas Hotel Shanghai	中国家用电器协会、AWE、CCTV、 京东 CHEAA, AWE, CCTV, JD.COM
2017 中国环境及健康家电高峰论坛 2017 China Environment & Health Household Electrical Appliance Summit	2017.3.10 9:00 10 Mar. 2017, 9:00	上海浦东嘉里大酒店 - 三层 浦东大宴会厅 3rd Floor, Kerry Hotel Pudong Shanghai	中国家用电器协会、AWE、直饮水时代 CHEAA, AWE, "Direct Drinking Water Times"
2017 中国电视产业领袖峰会 2017 China TV Industry Leaders Summit	2017.3.10 9:00 10 Mar. 2017, 9:00	上海卓美亚喜马拉雅酒店 - 三层 欢厅 2 Ballroom 1, 3rd Floor, Jumeirah Himalayas Hotel Shanghai	中国家用电器协会、AWE、奥维云网 CHEAA, AWE, All View Cloud
2017 全球 (智慧) 科技创新峰会 2017 Global Technology Innovation Conference	2017.3.10 10 Mar. 2017	上海证大喜马拉雅艺术中心 - 三层 大观舞台 DaGuan Theater, 3rd Floor, Shanghai Himalayas Arts Center	AWE、智东西、极果、GfK、腾讯科技 AWE, zhidx.com, jiguo.com, GfK, tech.qq.com
2017 年中国家电产业链大会 2017 China Electrical Appliance Supply Chain Summit	2017.3.10 9:00 10 Mar. 2017, 9:00	上海卓美亚喜马拉雅酒店 - 三层 欢厅 1 Ballroom 2, 3rd Floor, Jumeirah Himalayas Hotel Shanghai	中国家用电器协会、《电器》 CHEAA, "China Appliance"
2017 中国房地产精装修前沿论坛 2017 China Real Estate Fine Decoration Forum	2017.3.10 14:00 10 Mar. 2017, 14:00	上海卓美亚喜马拉雅酒店 - 三层 欢厅 2 Ballroom 1, 3rd Floor, Jumeirah Himalayas Hotel Shanghai	中国家用电器协会、AWE、 中国房地产业协会 CHEAA, AWE, China Real Estate Association
AWE 艾普兰颁奖典礼 "AWE Award" Ceremony	2017.3.11 9:00 11 Mar. 2017, 9:00	上海卓美亚喜马拉雅酒店 - 三层 欢厅 2 Ballroom 1, 3rd Floor, Jumeirah Himalayas Hotel Shanghai	中国家用电器协会、AWE CHEAA, AWE



科技公园由全球三大消费电子展之一——AWE 与全球好物消费推荐平台——极果联合主办的全球首个 6000 科技公园，是最有趣、最有参与感的全民科技体验嘉年华包含智慧出行、智慧娱乐、智慧家居、智能健康、智能建筑、VR、AR、人工智能等更多领域产品。

在现场，你能看到世界最大规模的机器人现场对战、世界前沿的自动驾驶技术、暴爽到尿的 VR 游戏、不可思议的未来智能生活现实版、震撼的全球黑科技现场首发、酷炫的人工智能及户外潮品、来自未来的飞行背包...

大疆、英特尔、硬蛋、思必驰、云知声、极米、歌尔等科技巨头、智能创客、最潮的科技新品和最特别的科技体验，还有你关于科技的一些幻想都将在这里实现。

参与方式：

- 1、在 E3 馆科技公园参观逛展
- 2、根据场地指引在指定展台参与互动后收集印章
- 3、收集到所有印章后，到指定服务台抽奖领取奖

科技 公园

最酷炫智能潮品
最性感的黑科技
震撼的全球首发



RoboMasters 机器人对抗赛：
RoboMasters 是国内首个激战类机器人竞技比赛，双方机器人需在战场中实弹对抗，通过第一人称视角操作和震撼人心的竞技呈现手段，将工程技术与电子竞技元素有机结合，兼具竞技观赏性和技术挑战性。

VR 体验区：
汇聚国内外热门的 VR 体验设备，通过最新的 VR 头盔与手套感应器等设备进入亦真亦幻的 VR 世界。

全语音控制展厅：
去年不断爆料出的智能家居内语音控制视频，将语音控制带入了公众的视野，语音控制也将是交互方式改变的第一股洪流，不可抵挡。Broadlink 将在现场搭建全语音控制展厅，感受语音控制给生活带来的改变。

极米展位：
通过极米无屏电视，参与体验游戏（超级玛丽）通关、体验 3D 电影、现场 K 歌等活动，可获得精美纪念品。

一键轻启出色生活

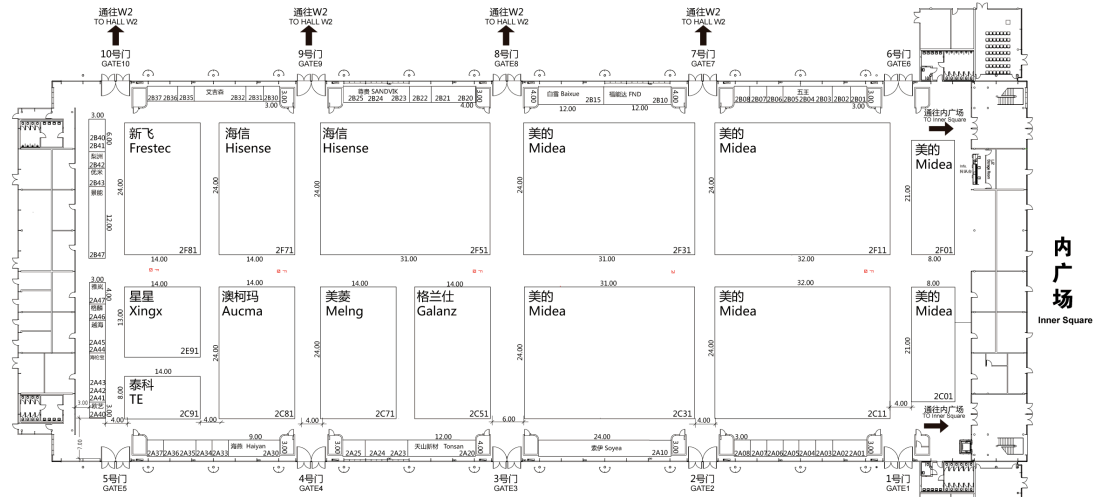
博世家电 家居互联

集成所有控制于一体的操控概念，博世家电家居互联让您随时随地操控家用电器

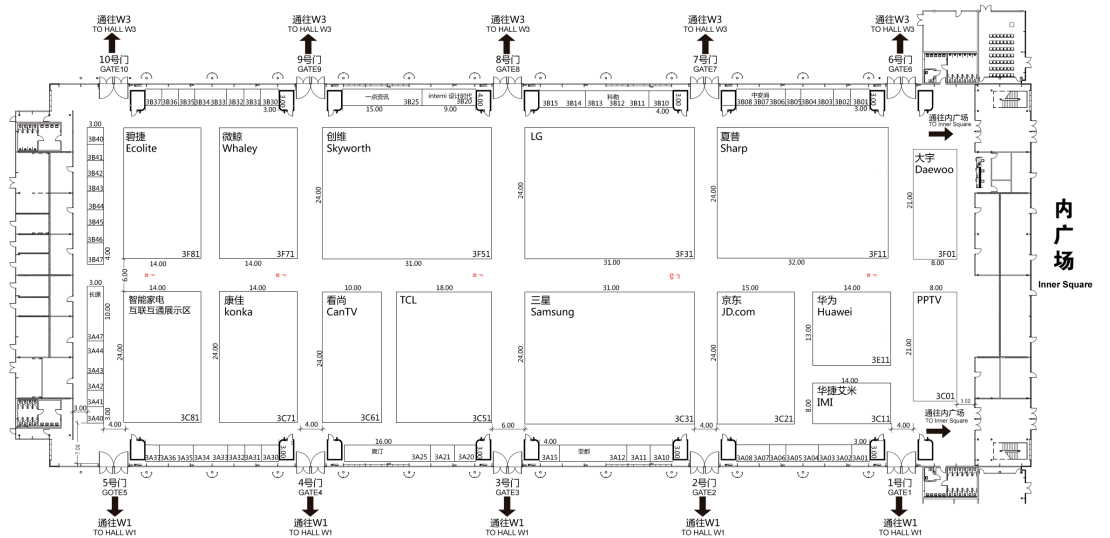




W1 综合品类 消费电子 Comprehensive Categories, Consumer Electronics



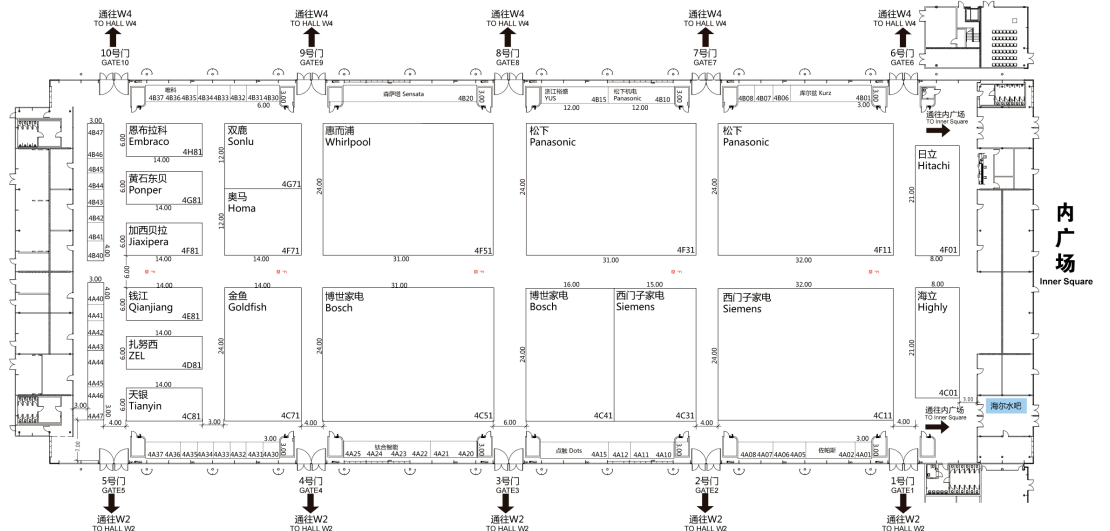
W2 综合品类 消费电子 Comprehensive Categories, Consumer Electronics



智慧家电 全网最低

AWE2017 展会现场，观众可在参与 AWE 超级购物节的厂商展位内，通过扫取 AWE 超级购物节专属二维码，进入厂商指定电商平台，购买厂商让利产品。

W3 综合品类 消费电子 Comprehensive Categories, Consumer Electronics

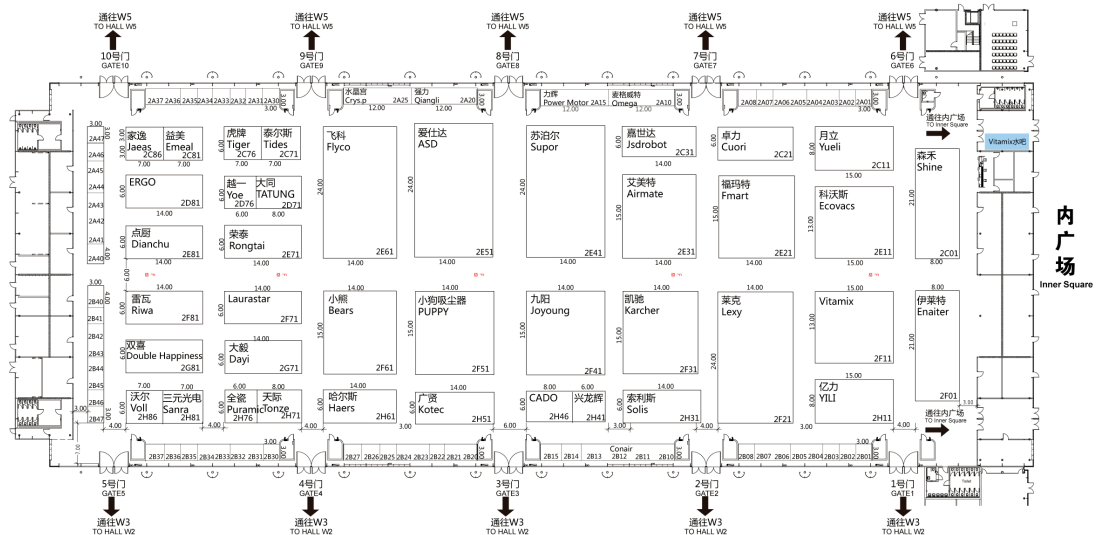


AWE2017 展期内，进入 AWE 官方微信平台欢乐送专属页面，翻取厂商 LOGO 牌参与抽奖，注册用户每人每天三次机会抽取奖品。

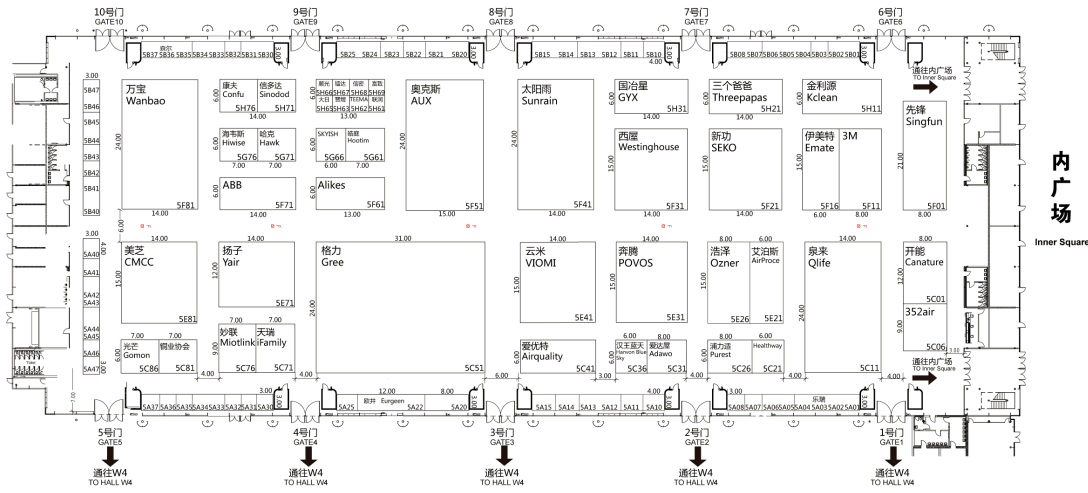


AWE 官方微信

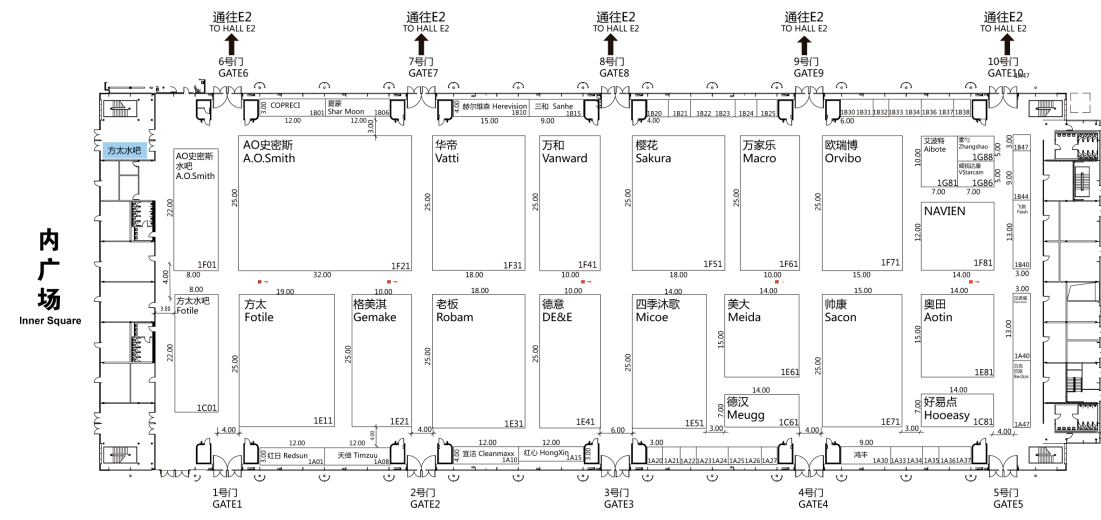
W4 生活电器 Lifestyle Appliances



环境及健康家电
Environment and Health Appliances **W5**



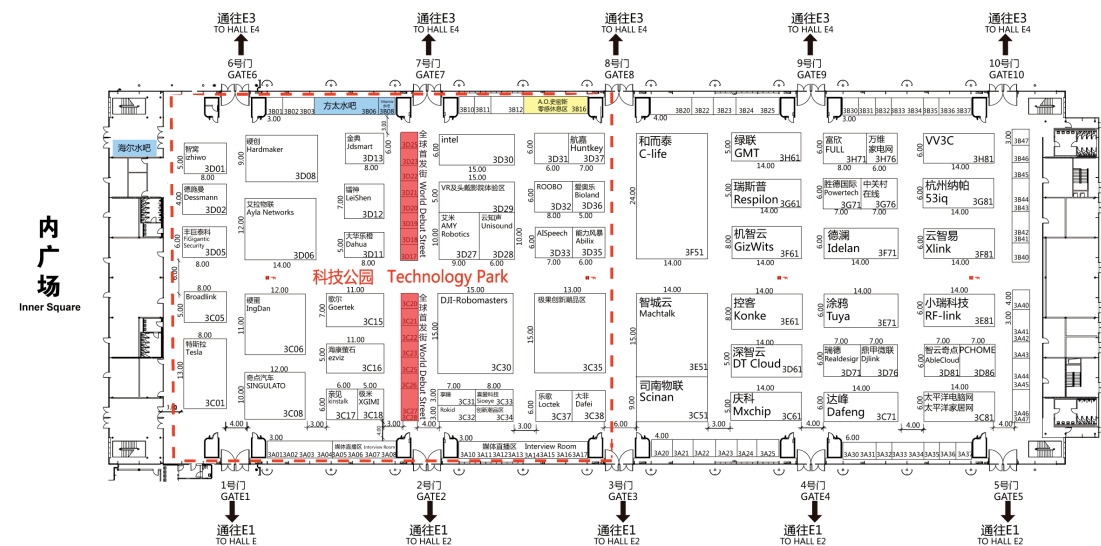
厨卫电器
Kitchen and Bathroom Appliances **E1**



地铁
SUBWAY

途经地铁：磁悬浮、地铁16号线、地铁2号线、地铁7号线，从龙阳路地铁站出站往东北方向走即可。其中，7号线也可以在花木路站下车从2号或5号出口离站。

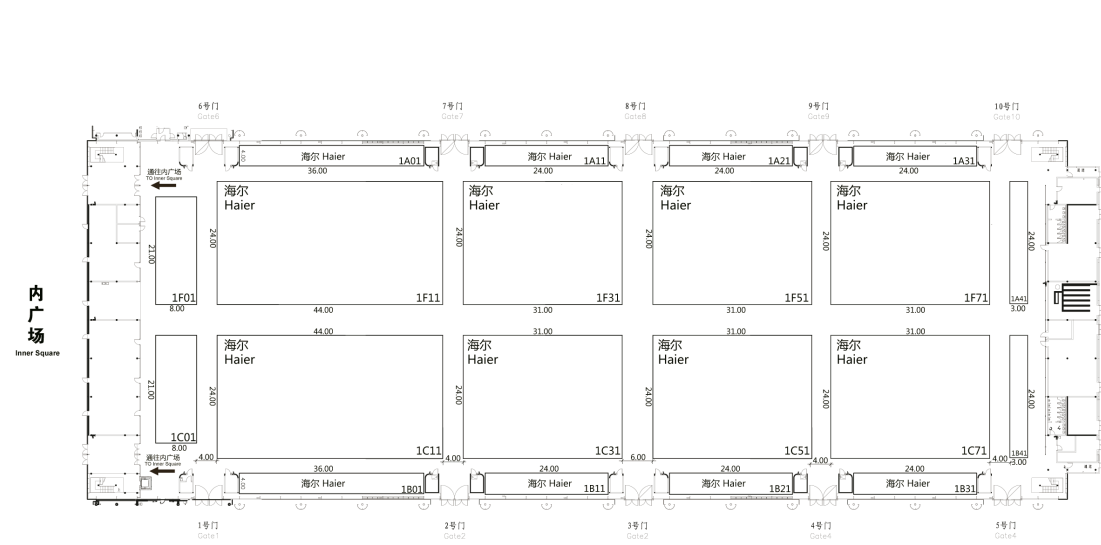
科技园 智能家居
Technology Park, Smart Home **E2**



公共汽车
BUS

途径新国际博览中心的线路有：申江线、方川专线、大桥六线、江南专线、浦东11路。另外，主办方提供免费穿梭巴士，凭组委会有关证件免费提供早晚往返浦东地铁龙阳路北站北面1号、2号出口处至新国际博览中心的循环班车。

海尔体验馆
Haier Experience Center **N1**



出租汽车
TAXI

参观上海新国际博览中心的W1~W5展区，可以让出租车停靠在芳甸路紫竹国际大厦，从博览中心的3号门进入即可。上海新国际博览中心1号门、5号门均设有出租车(TAXI)服务点。