

# AWE2018: 品质消费引领家电行业升级

本报记者 郭有智

3月8日—11日,2018年中国家电及消费电子博览会(简称AWE2018)在上海新国际博览中心召开,这场一年一度、举世瞩目的全球科技盛宴,吸引了超过800家国内外知名家电、消费电子以及跨行业企业参展,全方位展现家用电器、消费电子、智能硬件、人工智能、互联网等多个领域全球前沿发展趋势和创新产品,为全球消费者勾勒出未来智慧生活场景和美好生活蓝图。值得一提的是,本届展会可谓“星光灿烂”,众多演艺界明星“空降”AWE现场,与现场观众分享他们的生活心得,一时间“AWE上的明星们”也成为了网络上的热门搜索词汇。

每年AWE除了有一大批家电新品发布之外,也会向外界传递出整个家电行业未来一段时间的发展趋势。本届AWE,记者也受邀参加了多场行业、品牌、技术发布会,并参观了多个展馆,如果用一句话来概括本届展会,便是“品质消费已成行业主旋律”。本届展会上各大家电厂商,无论从产品设计还是功能引入上都遵循了“以品质为导向”的原则,众多突破性创新产品涌现,促进行业转型升级。



## 做大细分市场 需求就在身边

相比10年前,可能现今家电行业最大的不同之处就是各大厂商对于细分市场的挖掘,比如“母婴”、“90后”、“女性”、“老人”等。未来伴随着细分市场不断增多,越来越多家电厂商将会明白,谁能做大做好细分市场,谁就将在未来激烈的市场竞争中占得先机。

这其中,“母婴”可谓是如今家电厂商都在紧抓的一个细分市场。体现在产品层面上,例如各类“分区洗衣机”,这些产品包括卡萨帝双子云裳洗衣机、比佛利“Master”洗衣机等。研发“分区洗衣机”的目的是为了分类洗涤,而分类洗涤的最大益处就是可以将大人和孩子的衣服分开清洗,因为孩子皮肤较为敏感且身体免疫力较差,大人经常出入各种人群较多的场所,难免衣物上沾染细菌和病毒,衣物混洗对于孩子来说增加了更多感染疾病的可能,“分区洗衣机”便是抓住了这一细分市场,且“分区洗衣机”的潜在消费者并不在少数,但由于目前行业内这类“分区洗衣机”的售价普遍偏高,所以市场占有率还比较有限,未来随着更多品牌进入这一领域且价格进一步下探,这一细分市场有望迎来爆发。

除了人群划分上的细分市场,产品层面的细分市场也不得不提。本届展会上,各类空调产品可谓百花齐放,各大家电厂商纷纷展出了自家最新的空调产品,这些产品主打的细分市场都不尽相同。比如奥克斯发布了“自清洁”空调新品,据悉对比以往自清洁产品,奥克斯新品空调将以模块化的形式简化拆装过程,力求解决空调在清洗过程中无法触达到“死角”的痛点;卡萨帝则发布了中央空调新品——云玺,据悉该产品经过三年时间研发生产,在产品方面融合了中央空调健康、智慧、节能等核心技术,致力于为高端人群提供健康舒适的空气解决方案;美的则带来了一种空调产品新思路,发布了全球首台“空气机”,据悉其搭载了微气候可视化系统,该系统能够利用多个高精度传感器,对看不见的室内空气环境实施全面的、精确的、实时监测,方便用户智能调温。

## “幼稚”阶段已过 无缝融入才是智能

在两三年前,如果谈起“智能家电是怎样一种形态”时,相信大部分厂商给的解决方案是用手机App查询、控制家电产品以达到“智能操控”。但随着技术的不断进步,如今这样的智能操控方式看起来已经相当落伍,今年AWE给记者的印象是,家电行业已度过了“用手机强撑智能”的“幼稚”阶段,开始向高阶的智能家电形态迈进。

从技术角度讲,用手机App来操控家电是一种低成本且成熟的方式,但无疑这种操控方式用户体验较差,且实际意义有限。未来智能家电产品交互方式是更趋于“自主”,而非目前的手机操控所带来的“低阶智能”。本届AWE展会,记者看到诸多厂商已经开始普及“语音操控”智能交互方式,并且一些“轻交互”的家电产品上(例如油烟机、空气净化器)正在尝试“无感知交互智能”方式,比如方太智能升降油烟机,它能够自行感知油烟量大小,使得吸油烟托盘能够自主升降甚至关闭;LIFAair空气净化器设置了光线感知功能,夜晚指示灯能够根据光线自动降低亮度或自然关闭,且能够全天实时监测屋内空气质量,空气质量转好可自行降低风量甚至自行关闭;另外,互联网家电厂商云米也发布了11个品类、20多款新品智能家电新品,展现了以IoT产品矩阵实现全屋互联的智能场景体验,未来智能家电产品将呈矩阵化发展。

从行业推进角度来讲,未来智能家电无论是以何种交互方式操控,必将走向各品类互联互通,但可以想象的是未来用户家庭中使用的家电产品必然不是同一品牌产品,如何将不同品牌产品的智能互联互通,这是行业需要牵头做的事。本届AWE展会期间,中国家用电器协会协同10余家国内外知名家电及云平台企业正式对外发布了智能家电云云互联互通项目(以下简称云云互联)工作组的最新工作成果——云云互联标识及云云互联互通SDK正式对外发布,据悉,2015年中国家用电器协会牵头成立了智能家电云云互联互通项目工作组,2017年11月《智能家电云云互联互通标准》于11月正式发布并实施。它采用了开放的标准规范,并提出了一套

可使不同家电厂商智能系统间实现互联互通的可行性方案。本届AWE展会正式发布并启动的智能家电云云互联互通SDK,将能够节省云云互联互通标准协议在各企业云服务上的开发资源,并显著提高云云互联互通的对接效率,让更多企业的智能产品便捷地实现跨品牌的互联互通,真正解决智能家电阶段的消费痛点,加速打破智能家电“孤岛化”局面。

## 集体拥抱高端 好产品才是硬道理

本届展会除了“自带流量”的演艺界明星们,最吸引现场观众眼球的便是现场设计感十足、性能出众的高端家电产品了。本届AWE展会,各大家电品牌在自家展区都分别开辟出了专属位置来展示其高端家电新品。德国高端家电品牌AEG正式进入中国市场,本届AWE,AEG集中展出了“大师”系列高端产品,包括搭载真空低温烹饪、食物传感器等技术的烤箱系列产品;海尔则是设置了GE Appliances的专属展示空间,展出了专业的美式成套嵌入式厨电,并邀请米其林大厨与用户现场交互体验;美的则是展出了最新发布的比佛利“未来”套系旗下的α系列净水器、相变储能热水器两款“黑科技”产品,此外去年发布的比佛利“大师”洗衣机也出现在了展示区域。

不难发现,无论是传统家电品牌还是新兴品牌,高端市场已经成为了一块兵家必争之地,但高端产品并不是以营销理念来为其定位的。“好产品才是硬道理”,高端产品之所以称为高端,是因为它们在工业设计、功能交互、性能表现等方面都是行业内的佼佼者,“互联网+”时代的到来以及新型社交媒体的增多,让“曝光吸睛”成为了佐证高端的一项指标,但家电行业向来是以“产品力”论高低的。未来,家电行业冲击高端的浪潮仍将持续,家电品牌应该在不断攀登高端的路上始终高举“产品为王”的大旗,以赢得消费者的信任。

## 拥抱新形态

### “两净”为行业注入活力

健康家电领域最主要的两条产品线就是空气净化器与净水机(以下简称“两净”)。本届AWE展会除了有众多“两净”厂商参展,记者还看到了有不少新风系统、无管道新风机厂商参展,未来“中国家庭空气环境该交给谁”的争论,从本届AWE展会上已初现端倪。年前,由工业和信息化部赛迪研究院、中国电子报社主办的第十届中国家电网购高峰论坛发布的《2017年家电网购分析报告》(以下简称《报告》)中指出,2017年空气净化器市场可谓“高开低走”,2017全年空气净化器市场整体增速放缓,线上空气净化器零售量为412万台,同比增长骤降至24.4%,零售额为83亿元,同比增长为34.6%。业内专业人士预测,2018年空气净化器量、额增速将继续放缓,空气净化器市场扑朔迷离。

不过,从记者的采访情况来看,参展本届AWE的众多空气净化器厂商对于未来“雾霾天减少会影响空气净化器销量”的言论持中立态度。诚然,“雾霾天”的减少势必将影响空气净化器的初期销量,因为空气净化器市场被引入中国市场是由雾霾引起的,但这一情况并不会持续太长时间,因为空气净化器经过几年的市场洗礼,已经从原先单一的“除霾神器”进化成了家庭的“空气管家”,且家庭环境中的空气质量问题有很多,比如颗粒污染物、PM2.5、重金属离子、病毒、细菌、装修污染、二手烟、过敏原等,雾霾只是其中一个问题,中国的空气质量问题会一直存在,空气净化器也将持续拥有市场。对比欧美国家现状,能够片面预测出未来中国市场的情况,即“雾霾天”虽然减少,但空气净化器未来承担的任务也将更多。

净水机正在走“全屋化”路线,包括A.O.史密斯、海尔、美的等在内的诸多专业净水机厂商都给出了适用整套家居的净水解决方案。《报告》还指出,2017年净水设备市场仍处于消费增长上升期,全年市场情况整体向好,保持了较高增幅。2017全年,线上净水设备零售量达到602万台,同比增长26.2%,零售额达到62亿元,同比增长48.9%。未来,预计中国家庭将迎来对家中净水设备的改造大潮,包括前置过滤器、中央净水器、中央软水机、直饮水机等在内的诸多产品将会逐渐普及,这些产品也将落地到家庭生活中的洗脸、洗澡、喝水、洗菜、洗衣等场景,进一步提升人民生活用水品质,未来净水机产品的发展方向将是全屋化、专业化。

## 空调“新物种”亮相 奥克斯加速“智变”

本报讯 3月8日,奥克斯空调在AWE2018上为行业、媒体和消费者奉上一场96小时的穿越之旅。此次AWE奥克斯主打“智见未来”主题,在整体外观搭建上融入多重科技元素,让人耳目一新,如置身未来科幻世界一般。同时,奥克斯也在现场跨界牵手中国著名财经学者吴晓波、先锋时尚设计师张弛共同发布了一场“奥克斯新品空调全球概念首发发布会”,通过多维度、多角度呈现奥克斯的智能制造、智能科技和智能新品,更是向行业释放加速“智变”的信号。

2017年10月27日,奥克斯空调智能工厂在宁波举行了落成仪式,斥资23.9亿元的智能工厂从2016年10月拿地,到次年12月投产,仅用时15个月就投入使用,向行业展现“奥克斯速度”的风采。无论是智能工厂的3D全景式呈现,邀业界人士和媒体、消费者共同见证“空调的诞生”,还是全新空调带来的清洗理念变革,都是奥克斯智能制造能力的极致体现。同时,奥克斯也将会通过更丰富、更年轻的跨界营销活动,传递鲜明的品牌态度,回馈消费者长久以来的关注和支持,为2018AWE带来全新的活力和色彩。(文 编)

## “新食器”赋能品质生活 老板电器创造中国新厨房

本报讯 3月7日,老板电器“新食器时代”超级发布会在上海举行。本次发布会,老板电器推出了多款新品,其中包括新品类专业级农残净化水槽D102、全新升级的第四代大吸力2倍风压油烟机8231S、三核智能蒸箱S228等,同时在行业内首次发布了集合专业级农残净化水槽、洗碗机、净水器于一体的专业厨房洗净系统,为中国厨房提供了厨房洗净整体解决方案。此外,本次发布会邀请到老板电器首席体验官舒淇、著名美食评论家董克平、得到App专栏作家熊太行等多位嘉宾分享自己对饮食文化与烹饪生活的思考。

本次发布会是老板电器2018年首次新品发布会,由老板电器与深圳卫视合作举办。老板电器在高端厨电研发方面坚持以用户为中心,对中国烹饪文化进行了深度思考。老板电器积极布局未来中国的厨房生态,致力于使烹饪过程真正智能化,使厨电与食材购买、烹饪指导等环节打通,把油烟机调控、火候掌握等麻烦的事情交给老板智能厨电,把烹饪的乐趣留给用户。在未来,老板电器作为厨电行业引领者、开创者,还将持续前行,让自信中国味永远焕发生命力。(文 编)

## 美的厨电玩转厨房智能 “新四大发明”亮相AWE

本报讯 3月8日,美的厨电在AWE2018上匠心打造厨语Lab,以最强“新四大发明”构筑了特色鲜明的四大主题体验馆,营造出高端生活方式的未来厨房,吸引了众多现场观众的驻足观赏。作为中国厨电科技创新领先品牌的美的厨电,此次带领旗下最新产品参与展会,为展会增添了更多看点。

美的厨电将未来厨房生活典型的厨语搬到AWE现场。厨语作为美的未来厨房生活文化体验的重要平台,完美展示了其在厨房科技领域的前瞻性与领先水平,传递出轻松、充满浓厚家庭氛围的厨房生活文化。

此次展会上,美的厨电展示了中国厨电科技创新领先品牌的实力,展示中国家庭厨房的革新,也让观众感受到了未来厨房的魅力,赋予了厨房家庭幸福美好的期盼,为用户创造美好生活享受。未来,美的厨电将不忘初心,坚持用发明引领高端、新生态的道路,不断推陈出新,提供更多智能厨房解决方案,构建以用户为中心的智能厨房生态圈。(文 编)

## 见证健康黑科技 松下nanoeX新技术首发

本报讯 3月8日,松下nanoeX新技术发布会在中国家电及消费电子博览会(AWE)会场隆重举行。松下精心筹备了一场X科技盛会,展示了目前松下最具代表性的健康黑科技——nanoeX技术,并在家博会现场呈现了多款搭载有该技术的产品,带领现场数万观众体验了松下“为实现更美好生活”而作出的努力。

松下电器公布了其最新的纳米水离子技术nanoeX。这一新技术采用了和以往发生装置完全不同的设计,由之前的球装电晕式放电进化为4根针状的多重引针式放电,由于放电面积的大幅增大,由此产生的高化学活性成分物质OH自由基的生成量也达到过去技术的10倍,使这一全新的nanoeX技术在抑制细菌、花粉、去除异味等方面的效果更加显著。

在2018年中国家电市场可以预期,nanoeX松下全系列产品,将收获更多信任,为更多中国用户带去更美好的生活。(文 编)

## 行业声音

### 中国轻工业联合会会长张崇和:

当前中国家电行业在成本、质量、研发方面领先国际同行,优势明显,但也存在潜在风险。新一轮技术革命蓬勃发展的,对家电未来发展将产生深远影响,提出巨大挑战。中国家电延续优势难度加大,必须居安思危、突破自我、创新求变,以更大的产业竞争力在世界家电业潮头站稳脚跟。

### 中国家用电器协会理事长姜凤:

人们对美好生活的追求,激发出企业更大的创新动力,创新正在改变中国家电的形象,给行业带来新的增长动力和竞争优势。随着家电及消费电子产业与物联网、大数据、人工智能等技术的进一步深度融合,未来将有更多跨界创新产品出现,展现更加令人向往的美好生活场景。

京东集团高级副总裁兼电子文娱事业部群总裁闫小兵:

未来的家电产品将不拘泥于固有的形态,消费者购买的家电产品将不是单一的产品,而是“商品+服务+数据+内容”的组合,整个家电产业会深度融合,形成价值的“越境”。无界零售时代,家电行业的线上和线下、商品和服务、硬件和内容将完全实现数据贯通和场景联通,并最终带来价值互通,创造新的价值。

### 著名财经学者吴晓波:

在双创2.0时代,大型工厂和小型创业企业之间的生态关系在未来很可能会成为服装行业、饮料行业、家电行业新的一种创新路径,整个市场将被颠覆。未来“中国制造全球化”将不再是制造能力的体现,而是品牌能力和营销能力的比拼,全世界没有一个制造工厂的销售负责人会像中国这样会用互联网手法。

百度度秘事业部智能生态副总经理揭东辉:

一项新技术能够融入人们的生活中,并被大家喜爱,最后离不开它,除了好用、易用以外,它一定会有一个“杀手锏”能够解决生活痛点。交互一共有三个元素,就是听清、听懂和满足,听清就是对声音进行采集,听懂就是进行深度学习,最后的满足,则是需要一个足够方便、快捷的平台来承载以上内容。

海尔集团董事局副主席、集团执行总裁梁海山:

在物联网时代,智慧家庭应该怎么做?海尔的目标是为全球用户提供衣、食、住、娱等的最佳体验,这是海尔做智慧家庭的出发点,在物联网时代建立一个智慧家庭平台,实现我们在新时代的持续赢利。具体的战略布局,基于用户来讲,要从原来给用户提供家电产品,到现在给用户提供智慧家庭整体解决方案。

博西家用电器投资(中国)有限公司