

AWE2024 集结超千家全球领先的家电家居和消费电子产业链企业同台竞技，海尔海信澳柯玛等企业加快拓展行业边界，推动中国家电业加速转换增长模式

拥抱人工智能，家电产业“卷”出智慧生活

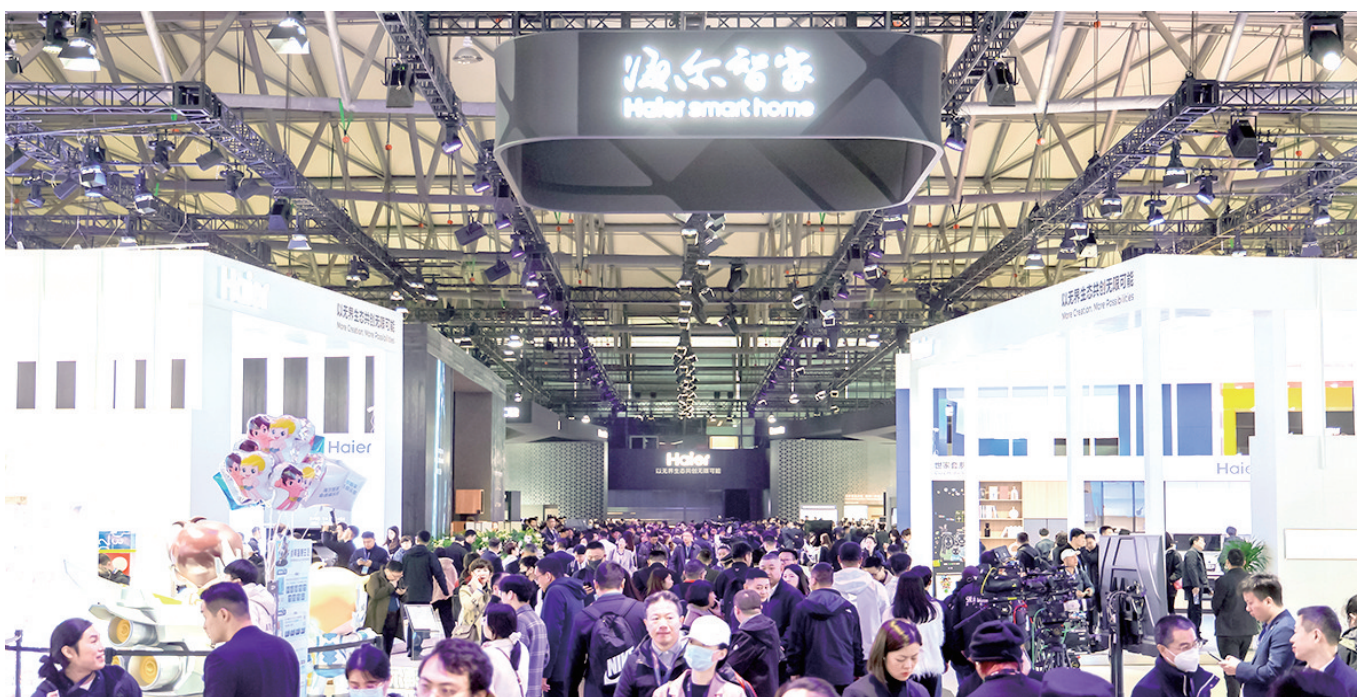
□青岛日报/观海新闻记者 杨光

每年春天，来自全球的头部家电企业都会如约奔赴上海新国际博览中心，以中国家电及消费电子博览会(AWE)为舞台，以令人目不暇接的创新成果描绘理想生活的蓝图。

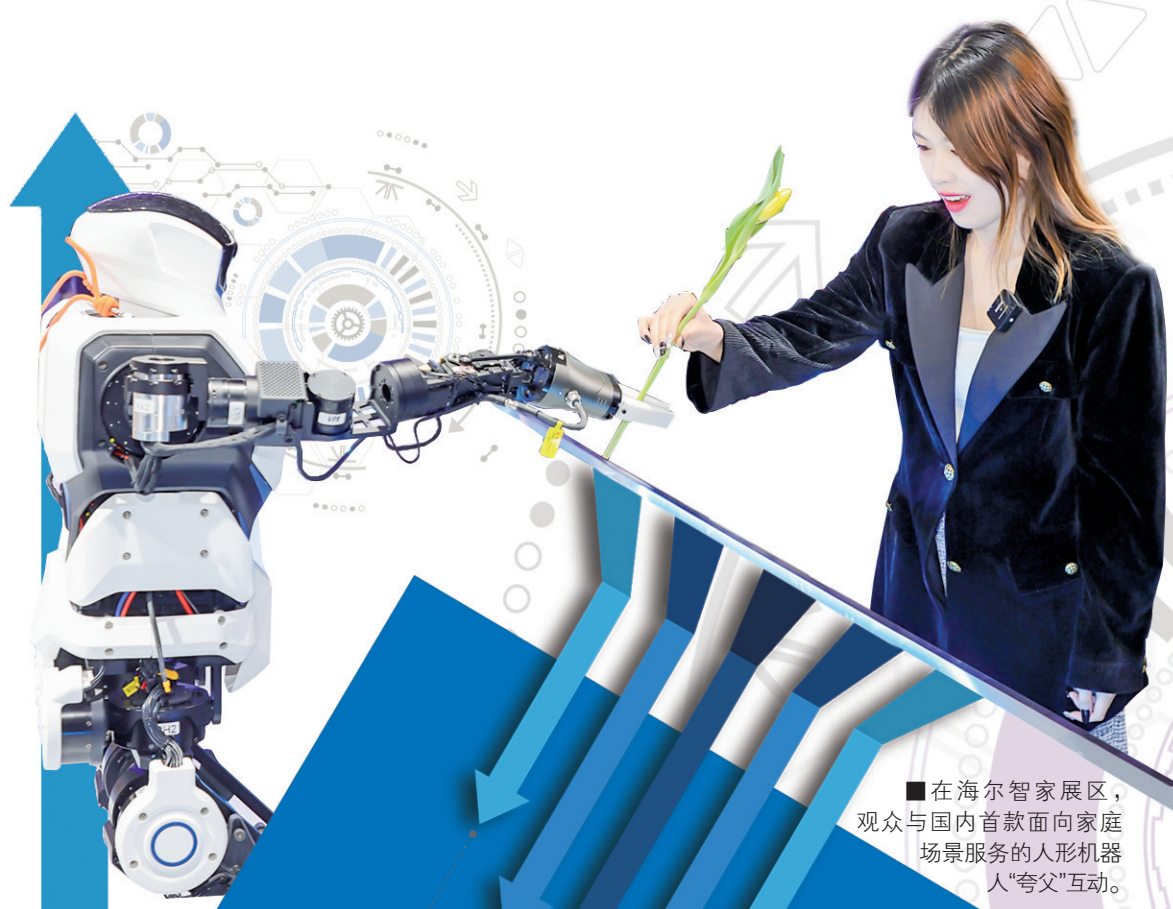
作为全球第三、国内第一的消费电子展，今年3月14日至17日，AWE2024再度集结了超千家全球领先的家电家居和消费电子产业链企业同台竞技。14个展馆、16万平方米的超大空间里，展示的不仅是琳琅满目的产品和解决方案，更是家电产业动力引擎的变革趋向。

AI技术的浪潮汹涌，国内市场存量化博弈加剧，品牌出海争相构筑差异化竞争力……时代的变化推动着中国家电业加速转换增长模式。

尽管“家电主场”依然是AWE最鲜明的核心标签，但智能的新引擎马力正在加大——更多的上游企业和渠道品牌强势入局、家电企业则在加速破圈，拓展着行业的边界，给了未来智慧生活更大的想象空间。



■AWE2024 现场人潮涌动。



■在海尔智家展区，观众与国内首款面向家庭场景服务的人形机器人“夸父”互动。

前不久，美国人形机器人领先企业Figure AI发布了一段机器人Figure 01的视频，展现了其在OpenAI强大的模型支持下开展的一系列流畅交互。在AWE2024现场，海尔智家所在的N5展区里，国内首款面向家庭场景服务的通用人形机器人KUAVO(中文名为“夸父”)也成为热门打卡点。在AI学习训练下，夸父不仅可以实现跳跃、快走等控制性能，还能够完成洗衣、浇花、插花、晾衣服等家庭服务的手部操作。

迅速进化的AI被视为今年市场的一大驱动力。与人们距离最近的家庭生活，理应成为让AI“触手可及”的应用场景。回溯互联网时代以来家电行业的发展，行业对智能的渴望之迫切日益凸显。AI的深度融合，让智能的家庭生活更加具象。

在本届AWE上，AI渗透下的科技力量无处不在。从过去的“智能家电”到如今的“AI家电”，从AI大模型、AI单品到AI场景，对于如何让家电更聪明，如何从被动的反馈式服务转变为无感化的主动智能，众多品牌企业极尽所能，试图突破智能消费体验的“阈值”。

已经为41.3万家庭实现生活定制的海尔智家场景品牌“三翼鸟”，在现场打造了一

座“超时空定制家”，还原了客厅、餐厅、卧室、浴室、厨房、阳台、玄关、衣帽间等8大空间，多达20个场景。在每个场景里呈现的都是系统化、专业化的解决方案，包括纯平嵌入的智慧厨房、主动营造睡前氛围的智慧卧室、可享受日光浴的智慧浴室等。这些智慧场景的落地，依托的是海尔智家新升级的智家大脑HomeGPT，其智慧家庭亿级知识图谱，让用户可以告别“唤醒词”，实现更加自如的任意交互和自然进化。

智能化正在成为中国家电行业增长的新动力。据Gartner(高德纳公司)报告，2024年，AI家电将会成为一个万亿美元级别的市场。IDC(国际数据公司)预计，2024年中国市场上搭载AI功能的终端设备将超70%。

“消费者通常不关心AI技术本身，但希望享受它所能提供的创新功能，比如洗衣机推荐了最佳洗涤程序，具有对话功能的虚拟烹饪助理将把烹饪从繁琐变得更加愉快。”GfK(消费品市场研究公司)全球战略首席顾问Norbert Herzog表示。“未来，AI技术还有更多潜力。而只有在家庭中存在支持AI的智能家电生态系统后，这些智能家电的真正价值才会显现出来。”

活氧版，搭载德国设计的真空1零度抑氧舱空间、零度维他保鲜技术、活氧净3重盾护及铂金净风技术，实现全域净化和更为精细的食材健康除菌保鲜。

设立新鲜果蔬独立的四季鲜储舱，澳柯玛深冷保鲜冰箱BCD-616WPGEVS通过对温度、湿度、红光等多维控制，打造春夏秋冬四个季节最适宜的应季储存环境，让果蔬进入“休眠”状态，长久保持新鲜。

在电视赛道上“卷”画质参数、在洗衣机赛道上“卷”洗烘效率、在空调赛道上“卷”风的舒适度……如何在存量市场上通过本体技术的创新拓展新的增长空间?海尔“深度研发”的科技原创逻辑或许可以作为参考。以“攻关鲜肉冷冻口感、营养不变的难题”的磁控鲜原科技为例，在破解这一难题的过程中，海尔智家研发人员依托“利用磁场、

和Haier双品牌在日本持续白电份额第一。

海尔智家生动诠释了当前中国制造品牌出海，已经不是比拼低价，而是在中高端自有品牌上发力崛起，并且将供应链、创新链实施全球化布局。

“我们在美国市场推出的COMBO洗烘一体机，售价达2899美元，上市时预期销量是3万台，去年全年卖了12万台，产品供不应求。”海尔智家董事长、总裁李华刚介绍，通过中、美、欧等地的海尔研发中心合力研发，该产品将行业普遍需要6个小时完成的洗烘时间缩短为两个小时，还可节能50%。

积极布局国际市场的不仅是冰洗、电视等传统赛道的行业龙头，在更多细分赛道

“AI竞技场”

这注定将是一场技术突破与应用创新的长跑。家电的智能化给上游产业链企业带来了不容错过的战略机遇，吸引了越来越多的领军企业涌入其中拓展版图。

华为主导“家电智能”迈入“空间智能”，在超1500平方米全场景智慧生活体验空间中，展现了鸿蒙加持下的“1+8+N”全场景解决方案。海思今年是首次参加AWE，集中展示了从单芯片向解决方案的转型，推出了“5+2”智能终端解决方案，包括鸿蒙媒体、朱雀显示、越影视觉、凌霄网络、巴龙无线五个平台，以及星闪、MCU两大生态平台。

从家电产业成长起来的龙头品牌正在加速破圈。海尔智慧楼宇、华为车家联动、海信车载全系大屏、创维光伏科技、澳柯玛商用冷链……展会现场，品牌企业在新能源、智能汽车等赛道上开疆拓土的新方案拉伸着行业的边界。

回归本质

抑制成核结晶保证细胞完整”的原理，以磁场的敏感性实现温度的均匀性，达到了“存储10天、新鲜如初”的效果。其“博观”系列冰箱产品，也由此成为爆款。

回归家电本质的深度研发带来的是科技成果的爆发。仅过去一年，海尔智家就有超过1000个原创技术产品上市，新增37项国际领先的科技成果。在本届AWE现场，海尔智家展示了平嵌、精华洗、水晶胆等101项首创科技。

不出海，就出局

上，添可、追觅等新兴中国品牌的身影愈加清晰。在清洁赛道，添可品牌成立5年以来，以292%的复合增长率实现销售规模近100亿元，得益于其创立之初就建立的全球化战略。目前添可洗地机已经进入全球主要市场，在美国的市占率达到60%至70%，在法国、德国均超过70%，今年计划进入东南亚等新兴市场。

品牌家电企业赋能未来智慧生活

●从过去的“智能家电”到如今的“AI家电”，从AI大模型、AI单品到AI场景，对于如何让家电更聪明，如何从被动的反馈式服务转变为无感化的主动智能，众多品牌企业极尽所能，试图突破智能消费体验的“阈值”

●在电视赛道上“卷”画质参数、在洗衣机赛道上“卷”洗烘效率、在空调赛道上“卷”风的舒适度……品牌企业在存量市场上通过本体技术的创新拓展新的增长空间

●各大家电企业均在致力于高端转型，一方面持续挖掘高新技术、抢占技术“制高点”、树立自身技术优势的形象，另一方面打造新品牌、领跑细分赛道，精准满足细分圈层的需求

●从家电产业成长起来的龙头品牌正在加速“破圈”。海尔智慧楼宇、华为车家联动、海信车载全系大屏、创维光伏科技、澳柯玛商用冷链……展会现场，品牌企业在新能源、智能汽车等赛道上开疆拓土的新方案拉伸着行业的边界

■冰箱制冷科技的创新吸引着人们争相体验。



“焕新”就绪

备受瞩目的消费品新一轮的“焕新”，或将打开中国家电市场的“新消费”空间。

在AWE2024开幕的前一天，国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》正式对外公布，在实施消费品以旧换新行动方面提出3项任务，包括开展家电产品以旧换新和推动家装消费品换新等。

商务部最新数据显示，截至2023年，我国冰箱、洗衣机、空调等主要品类家电保有量超过30亿台，展示出巨大的更新换代需求和潜力。政策驱动下，AWE2024展示的高端化、体系化的产品转型趋向和智能消费、绿色消费的场景创新趋向，将向市场导入更多高质量的供给，传递出品牌“准备好了”的明确信号，有望进一步提振消费信心。

在规模触顶之后，高端化既是经济发展到一定阶段、消费升级的必然结果，也是中国家电市场多重维度的深化裂变之后体现出来的必然之路。家电企业们也早已洞察到这样的转变，在过去的几年中，各大家电企业均在致力于高端转型，一方面持续挖掘高新技术、抢占技术“制高点”、树立自身技术优势的形象，另一方面打造新品牌、领跑细分赛道，精准满足细分圈层的需求。

卡萨帝致境套系、惠而浦玉霜白套系、方

太玥影系列、澳柯玛玲珑套系……在定位高端的同时，以“套系”满足用户对家庭场景和空间美学的新需求也成为品牌加力布局的方向。AWE2024开幕前一天，2024中国家电创新零售峰会上发布的《2024中国家电零售与创新白皮书》，针对有购买家电需求的用户展开了调研，数据显示，有81.4%的用户知道通过套购方式购买家电，有47.4%的用户对于套购方式兴趣度相当高，有36.5%的消费者在体验家庭场景后购买了产品。

推动行业绿色转型也是此轮“焕新”行动的重要方向。展会现场，多家企业展示了包括绿色仓储、循环包装、废旧回收等在内的低碳供应链和回收体系，通过科技赋能实现环保与经济的双收益。

在循环材料层面，三星的太阳能遥控器消除了对一次性干电池的需求，采用的塑料有24%来自回收材料。这意味着每年生产1000万个太阳能遥控器可回收超过55吨废弃物，与使用传统材料生产相比，减少了约18%的碳排放量。在绿色供应链层面，海尔智家搭建了包含回收、拆解、再生的全链路绿色循环体系，拥有11家国家级绿色工厂、8个国家级绿色供应链及8座全球“灯塔工厂”，旗下52个整机工厂完成了碳盘查，在青岛莱西建立的行业首座再循环工厂年拆解量达到300万台。

从“产品展”到“科技秀场”“生活秀场”，AWE之所以备受瞩目，不仅因其呈现了技术的演进和家电产业的蝶变，更因为其承载着人们对未来美好生活的希望。带着新的动力引擎，中国家电品牌将以不断迭代的引领力持续激活产业跃迁和美好生活的无限可能。