

# 场景化、套系化、绿色创新成风向标 2023 AWE 描绘未来智慧生活图景

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

日前,为期四天的2023年中国家电及消费电子博览会(以下简称“AWE”)在上海新国际博览中心闭幕。本届AWE以“智科技、创未来”为主题,汇集了千余家国内外企业参展,展示全球家电及消费电子领域前沿创新成果,为全球消费者全景化呈现未来智慧生活的美好图景。

## 各类新品吸睛

套系化、场景化正成为家电企业的转型新风向。

本届AWE的各类新品颇为吸睛。

记者在现场注意到,老板电器、惠而浦中国等诸多知名家电品牌均推出了嵌入式或平嵌式家电。其中容声就推出了无边界系列WILL605冰箱和双净506冰箱。

除了嵌入式家电外,全场景也是本届AWE的一个大趋势。记者从长虹美菱方面获悉,深耕白电领域的长虹美菱在本届AWE上带来了全新套系的冰箱、空调、洗衣机等产品。据了解,长虹美菱新发布的M鲜生旗舰产品搭载了水分子激活保鲜技术、MNC+长效净味杀菌技术、空间集成技术等行业领先

## 瞄准年轻化客群

家电企业正与Z世代共创新生活方式。

同时,年轻群体也成为家电企业在本届AWE上的目标群体。海尔就借助其面向Z世代的品牌Leader对用户和品牌的品牌关系进行了重构。有关资料显示,Leader的卡曼灰套系冰箱做到了去繁从简,拥有支持自由拓展的全变温空间;iCase小仙女美妆冰箱则纤薄小巧,能养护、收纳护肤品,体积和灵活性方面都表现优异。

近日,以“新生活请回答”为主题的2023Leader品牌焕新大会在上海1862时尚艺术中心举行。Leader正式启动品牌焕新升级,以“生活养成伙伴”的角色与Z世代

## 绿色创新风向标

通过叠加功能提升产品竞争力也正成为家电行业寻求增长途径的一种常见方式。

目前家电行业也正朝着更节能、更创新的方向前进。

记者在现场注意到,以集成灶起家的火星人、浙江美大、亿田智能等集成灶企业已开始逐步进军洗碗机市场。除了集成灶企业外,传统厨电企业也在跨界进军。记者在了解到,传统厨电企业老板电器,除了深耕原有的燃气灶业务外,也在进军蒸烤一体机、集成灶、自动洗碗机等新品类。

据老板电器方面介绍,老板电器的蒸烤一体机产品都配备了老板电器研发的加汽旋转烤技术,该技术能够使食材全方位均匀受热,提高30%的烹饪速度。同时,自主研发的蒸汽冷凝技术,能够通过内置蒸汽冷凝装置,冷却蒸制过程中产生的外排蒸汽,外排蒸汽减少53.9%，“能达到无明显外排蒸汽的效果,可以保持厨房的干爽环境以及保护橱柜不变

果,为全球消费者全景化呈现未来智慧生活的美好图景。

《中国经营报》记者在现场注意到,本届AWE智能化、新兴消费市场正成为引领未来家电行业发展的新动向。其中嵌入式家电、套系化家电、低碳家电等赚足了消费者的眼球。

中国家用电器协会执行理事长

技术,能够为用户带来全场景保鲜生活解决方案。这仅仅是长虹美菱40周年战略的一部分。

集成灶企业则是家电套系化的先锋。记者在现场了解到,火星人在本届AWE上带来了NEXT料理集成灶、蒸烤一体集成灶Q6、水洗新品D70S集成灶洗碗机等集成多种功能的产品。

中国家用电器研究院在《2022年中国家电行业年度报告》中分析认为,在单品性能提升的基础上,家电单一品类之间的壁垒正在被打破,套系化、场景化在企业的竭力推动和消费者的欢迎与认可之下加速发展。

共兴、共创、共成长,致力于成为Z世代首选家电品牌。这也预示着Leader进入了全新的发展阶段,将应时代、应世代而变,展现新形象、布局新模式、与Z世代共创新生活方式。

“今天海尔智家不仅仅是在做一个品牌,更是在探索新型的商业模式,希望Leader能与Z世代共同成长,从单向触达,到共同养成、共同陪伴。”海尔智家副总裁、中国区总经理徐萌萌高度概括了此次品牌焕新的实质意义。

此外,小熊电器也瞄准了年轻消费者。据了解,小熊电器瞄准精

致露营需求,推出卡式炉、电烤锅、户外电源等露营产品。“坚持精品战略,构建多品类、精细化的产品体系。在保持酸奶机、养生壶等小家电品类先发优势的基础上,加快在锅煲类、西式家电等刚需小家电市场的布局,不断丰富多元化的产品矩阵,收获Z世代年轻人喜爱。”小熊电器方面表示。

洞察到“一人食”成为年轻消费者的主要场景之一,小熊电器推出满足一人食场景的创意产品,并在AWE展会现场将产品融入厨房场景,通过达人分享健康轻食的美味来回应用户精致生活诉求。同时,

发布,进一步充实了长虹8K电视阵容,能够为用户提供更多选择。经济学家汤敏在日前举行的2023AWE高峰论坛上表示,中国的家电产业需要做到向实的创新,“首先要解决消费者不断变化的痛点;其次,要针对大部分消费者比较基础的需求进行创新;最后,据此创新的产品要能够有价值。”

事实上,家电企业们已开始行动。首次参展AWE的箭牌家居带来了其最新技术应用产品。记者注意到,箭牌家居此次参展的DOMINO组合式智能镜柜,除了具备自适应灯光、自动除雾等基础功能外,还“模块化”集成了美妆冰箱、皂液机、牙刷消毒器等,用户可按需自由搭配、定制组合。

据了解,箭牌家居已布局16个研发中心、1个国家级CNAS认证的中心实验室。“箭牌家居将持续深耕家居智能化技术,推动公

司从智能产品、全屋智能逐步发展到空间物联智能。”箭牌家居方面表示。除了技术创新外,绿色健康也是本届AWE中家电企业发力的另一方向。据老板电器方面介绍,通过融入纳米水离子科技,老板电器冰箱新品能够做到冷藏空间的动态除菌,除菌率高达99%,能够使食物保持最大限度的新鲜和健康。“同时,借助蓝光科技,更高效地促进果蔬光合作用,搭载的超声波雾化装置,能够保持90%的湿度,存放七天也能够保持新鲜。”老板电器方面表示。

奥维云网分析认为,我国家电市场中产品的功能属性升级从未止步。而通过叠加功能提升产品竞争力,甚至叠加其他品类的功能以跨越边界赢取规模,也正成为家电行业寻求增长途径的一种常见方式。

“已经签约的郑州空调压缩机

用户对家电场景套购的接受度不断提升,家场景的呈现方式对于消费者选购家电的助力程度也十分喜人。家电套系化及场景化家电是我国家电市场的重点趋势之一。此外,随着家电家装一体化大趋势的逐渐渗透,用户更加注重家电的整体及其与家装风格的适配性,嵌入式和平嵌式家电也备受欢迎。

奥维云网方面分析认为,随着



为期四天的2023年AWE以“智科技、创未来”为主题,为全球消费者全景化呈现未来智慧生活的美好图景。 本报资料室/图

随着精致露营成为了年轻人最潮流的游玩方式,小熊电器瞄准精致露营需求,推出卡式炉、电烤锅、户外电源等露营产品,现场不仅打造可以直接被复刻的精致露营场景,还邀请达人分享解锁户外露营的各种攻略,与年轻人探索多元玩法。

在此次AWE展上,小熊电器围绕年轻人的生活场景展开,探索核心场景精致生活解决方案,并邀请小熊食玩团、智囊团、专家团结合生活中遇到的痛点,提出精致生活诉求,而小熊也一一回应诉求,为年轻人提供一站式全场景的解决方案。

产和销售,为各行业客户提供可靠的产品和高质量的解决方案,帮助其提高生产效率、降低成本。而在C端市场,飒特红外也已成立全资子公司盈孚睿泰,推出多款红外消费产品。

“这些产品的应用场景主要集中在户外探索、家用和健康监测场景,未来我们还将推出车载夜视、养老监控、大健康等领域的针对性产品。”飒特红外进一步表示,公司的消费品战略是一个长期的过程,每个阶段的重点不同,“公司愿意长期探索行业未来发展的可能性,也希望有合作伙伴能够一起推动行业的健康发展。”

睿创微纳方面则表示,目前国内红外热成像市场实际年需求与潜在需求存在较大的差异,“造成这种差异的主要原因为红外探测设备乃至红外热成像仪的成本和售价较高。未来,随着红外产品价格下降,性价比提升,市场普及率将进一步提升,尤其是对价格更为敏感的民用消费类领域。”

华泰证券研报也认为,海尔智家深化“一带一路”沿线国家的供应链布局,加强新产业布局打开新增长曲线并深化品牌高端转型,2023年一季度实现欧洲市场高端品牌营收同比增长42%。

无独有偶,华创证券研报也表示:“我们认为一方面得益于公司深化高端转型,欧洲高端品牌增长42%,推动当地营收规模实现高增,另一方面北美市场加强新产业布局亦贡献部分增量,预计在汇率利好加持下或有高个位数增长,在海外经济低迷背景下确定性优势凸显。”

“进入2023年以来,海尔智家在海外行业需求下滑背景下,仍跑赢行业。一季报显示,海尔智家海外营收同比增长11.3%。”海尔智家方面表示,其海外各区域通过高端创牌、搭建数字化终端网络体系、贴近本土用户的智慧家庭方案,实现各个区域逆势增长,提升品牌竞争力。

而在当地时间3月15日上午,海尔埃及生态园在斋月十日城举行了奠基仪式。海尔智家方面表示,“埃及造”的海尔家电在满足本土市场需求的基础上,“还将辐射非洲、中东、欧洲市场,助力海尔智家抓住‘一带一路’契机,实现新发

展、新增长”。

# 红外热成像仪市场规模破650亿元 民用热成像需求或将迎来黄金十年

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

红外热成像仪产业或许已达到了迈入家庭生活的里程碑。

“红外行业正朝着多样化、智能化和便捷化的方向发展,飒特红外基于32年技术积累和对市场的深刻洞察,决定推出红外消费产品,这或许是一次大胆尝试,但一定是行业里的一个正确决定。”飒特红外总经理陈振鹏在日前落幕的2023年中国家电及消费电子博览会(以下简称“AWE”)上如此表示。

华经产业研究院数据,截至2021年,我国红外热成像仪行业市场规模达到655.34亿元。“随着

## 飞人寻常百姓家

民用红外热成像仪的功能正随着技术进步逐步拓展。

华经产业研究院方面分析认为,在民用领域,红外热成像仪的应用不断发展。“目前在工业生产、食品安全检测、安保监控、预防检测、消防、交通监控、辅助驾驶、民用夜视等领域都得到了实际应用,未来随着红外热成像技术、‘互联网+’技术、小型化设计技术的进一步发展,红外热成像仪的功能将进一步扩展,在民用领域将得到更广阔的应用前景。”

在吴京京看来,目前红外产品的普及也已满足了其所需的条件。“国内自主掌握了全产业链技术。技术的提升,带动了价格的不断下降。价格的下降,推动了需求的提升,从而又对技术提出更高的要求,形成了产业的良性循环。”

吴京京进一步表示,红外是高端制造业里极少数可以在国内形成全产业链应用的行业。“从芯片,到探测器,再到整机,都不依靠国外进口,在国内完全实现自主全产业链开发。在市场认知上,拐点

## 未来或现黄金10年

红外行业的未来发展或许会迎来新增长格局。

Maxtech International数据,全球民用红外市场规模2023年将超过76亿美元,而近4年,红外行业都保持11%以上的增速。

“未来10年,将会成为红外发展的黄金10年,按照现在的增长速度,如果头部公司占市场份额20%以上,那么将在10年后诞生一家千亿美元的公司,有望迎来万亿亿美元规模。”吴京京表示,“可以断定2023年是红外消费品的一个全新的开始,它正在走向大消费时代。”

对此,飒特红外已在B端企业市场和C端消费市场进行了双向布局。“更好地服务不同类型客户,满足不同市场需求的同时,扩大公司的业务规模,获得更多的机会和发展空间,巩固在红外热成像仪行业的领先地位。”飒特红外方面表示。

具体来看,飒特红外在B端市场将继续专注B端产品的研制、生

# 一季度营收超650亿元归母净利润同比增长12.6% 海尔智家加速全球化转型

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在2022年实现业绩逆势上扬后,海尔智家近日披露的2023年一季度财报,进一步延续了营收利润高速增长态势。

4月27日,海尔智家发布2023年一季度业绩报告,数据显示,其在报告期内实现营业收入650.66亿元,同比增长8%,归母净利润39.71亿元,同比增长12.6%,而扣非归母净利润达37亿元,同比增长16%,利润增速持续超营收增速。

“国内市场占有率持续提升,海外业务加速增长。”信达证券研

报认为,分地区来看,2023年一季度,海尔智家国内家电业务收入增长超过8%。中怡康数据,海尔家电零售份额达到28.1%,同比增长1.4个百分点。

以高端品牌卡萨帝为例,海尔智家提供的信息显示,在今年一季度,卡萨帝高端市场持续稳居第一,其中,卡萨帝冰箱及洗衣机在中国万元以上市场的份额分别达到40%、86.3%,空调在中国15000元以上市场份额达到29.2%。

卡萨帝的成功无疑极具代表性,海尔集团高级副总裁、海尔智家股份有限公司董事长兼总裁李华刚在4月27日举行的2023AWE

高峰论坛上表示:“我们的实践证明,创立一个高端品牌,不是把名号取得有多高端,而是要有扎扎实实的研发、制造工艺以及协同发展的人力团队作为后盾。”

李华刚进一步强调称:“尤其是市场团队,高端品牌不只是把产品品质做好,还需要传递理念,传递好的生活方式。事实证明,我们的实践非常成功。2022年,卡萨帝的营收已经突破200亿元。”

不仅如此,海尔智家方面表示,其正在空调业务上加强核心供应链竞争力布局,提升在空调市场的综合竞争力。

生产基地,未来将生产行业最先进的变频压缩机,全部应用于代表世界最先进的海尔可变频流调产品上,加速海尔空调从‘好空调’向‘好空气’转型升级。”海尔智家方面如此表示。

除了空调业务外,海尔智家当下也在加速布局洗碗机、干衣机等新兴产业。相关数据显示,今年一季度,海尔智家国内洗碗机收入增幅17%,干衣机收入增幅37%,家庭机器人收入增长58%。

值得注意的是,在中国家电企业加速出海的大背景下,早已实现全球布局的海尔智家,正在加速推进“海外高端转型”。

生产,为各行业客户提供可靠的产品和高质量的解决方案,帮助其提高生产效率、降低成本。而在C端市场,飒特红外也已成立全资子公司盈孚睿泰,推出多款红外消费产品。

“这些产品的应用场景主要集中在户外探索、家用和健康监测场景,未来我们还将推出车载夜视、养老监控、大健康等领域的针对性产品。”飒特红外进一步表示,公司的消费品战略是一个长期的过程,每个阶段的重点不同,“公司愿意长期探索行业未来发展的可能性,也希望有合作伙伴能够一起推动行业的健康发展。”

睿创微纳方面则表示,目前国内红外热成像市场实际年需求与潜在需求存在较大的差异,“造成这种差异的主要原因为红外探测设备乃至红外热成像仪的成本和售价较高。未来,随着红外产品价格下降,性价比提升,市场普及率将进一步提升,尤其是对价格更为敏感的民用消费类领域。”