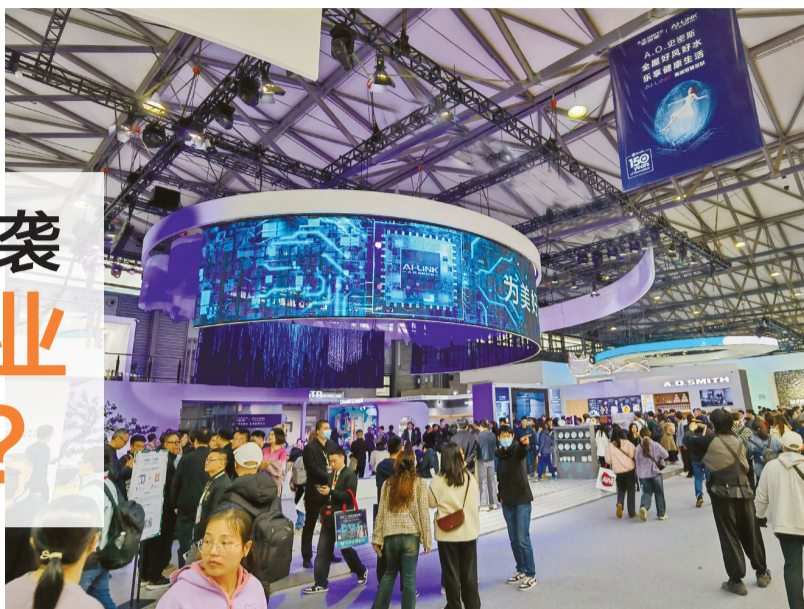


# 深度智能化来袭 宁波家电业 如何应对?



2024AWE展会现场。

3月14日,2024中国家电及消费电子博览会(AWE)在上海拉开大幕。本届展会以“智能科技,创享生活”为主题,在面积约15万平方米的13个展馆内汇聚了近千家海内外企业。作为全国家电产业三大集群之一,众多宁波家电企业携新品参展。



奥克斯空调展区。

## 1 智能家电掀“新品浪潮”

与德国IFA、美国CES并列全球三大顶级家电展的AWE,从来都是国内家电领域的风向标。而在智能化深度席卷行业的当下,今年的AWE也成为“智能科技”主战场。

记者在展会现场看到,小到空气炸锅、吹风机,大到彩电、空调、冰箱,“智能”已经成为覆盖全品类的关键元素。

在海尔展区,几款与众不同的冰箱引起记者注意——硕大的液晶屏幕上,除了显示各分区的温度外,还能展示不同果蔬、食材的数量、存入天数。

工作人员告诉记者,通过AI识别,这几款冰箱可以了解“入库”食材或物品的类别、数量。同时,根据入库时间,结合后台大数据,告知使用者各种食材的保质期以及新鲜度提示。其中一款还可以通过关联用户手机,在线下单需要“补货”的生鲜。

在华展展区,除了有全系的电子产品、新能源车出展外,通过儿童房、老人房、智能客厅等多个家居场景的搭建,还原了华为“智能生态”。

以老年房为例,通过安装在不同区域的感应器与中控大屏的链接,整个房间被24小时“看护”,如果老人在房内发生意外,感应器会将情况第一时间通过中控输送至家属的终端设

备。

此外,华为还将和宁波东钱湖有关方面合作,开发全国首个水上智能空间项目,通过全屋智能化设备,打造出水上智能生活、商务场景。

当然,除了点亮更多产品的“智能树”外,在展会上,各家头部企业也通过提升产品性能抢占甚至改变市场格局和走向。在多个品牌的彩电展示区域,110吋、115吋超大液晶电视以及壁画艺术电视成为亮点。不管是超薄纯平背板的外观设计还是MiniLED技术的使用,都将液晶电视产品的画质带入一个更高的层级。

以卡萨帝的壁画电视为例,5000级分区的精准控光,可以让受众看到的画面非常逼真立体,搭载的4核A73CPU也是行业顶配配置。

此外,相比往年,记者明显感受到,今年很多品牌的产品链更加齐全。比如,以彩电闻名的长虹,如今已经有完整的冰洗产品系列;以热水器出名的A·O史密斯,则在现场推出蒸烤一体机的互动体验;借助原有的芯片自研和成像技术,海信开始针对B端推出数字门店VR解决方案,帮助线下门店实现数字化转型……跨界产品、多端发力等趋势,在一众中高端品牌上体现得尤为明显。

## 2 宁波家电品牌有自己的“打法”

国家统计局数据显示,2023年,中国家电行业主营业务收入达1.84万亿元,同比增长7%;利润1565亿元,同比增长12.1%。

随着经济逐步复苏,2024年,家电行业可预见的营销规模将更可观。

那么,在家电深度智能化时代,宁波家电产业、家电品牌又将如何应对?

在今年的AWE首日,方太以全新的高端全场景厨电系列重新诠释了厨房里的智能生活。其中,FOTILE ACS全景烹饪辅助系统尤为惊艳。

这套方太自研的系统,通过一个“智能大脑”,把多个厨电终端和掌勺人有机“串联”,从食材识别到烹饪过程监控,再到安全防护,为用户提供了一套全方位的自动烹饪解决方案。“它会告诉你燃气灶火候、排油烟机风力指标,它甚至可以告诉你什么时候放盐。”

而这样高度智能化的产品,来源于方太在研发端的不断投入。如今,方太坚持每年将不少于销售收入的5%投入研发,且对重大项目研发投入不设上限,远高于厨电行业2%至3%的平均研发投入水平。通过与高校、科研院所合作,方太还持续将基础科学发现转化为厨电创新的源动力。为测试产品而自建实验室,已成为方太的“习惯”。

在奥克斯空调展台上,全新的奥之音二代智能语音空调套系亮相,吸引不少业内人士关注。此次的新品,不仅在功能设计上全新突破,其主打的语音领域也升级得更为强大——不仅可以360°识别语音源,还可以通过四川、河南、安徽、东北话甚至宁波话等方言来声控操作。而这样的改变,均是基于深度了解使用者需求的结果。

“过去的几十年里,奥克斯一直保留着持续洞察消费需求的习惯。家电的具体使用场景和使用者的需求,应该是产品迭代最重要的根据。”奥克斯集团家电事业部用户及市场部总监杨小松告诉记者,“智能”已经成为家电标配,而通过解决消费者使用痛点不断进化产品,成为产品角逐市场的全新力量源。

不设上线的研发投入,基于用户需求迭代产品……这些就是宁波家电行业在家电智能浪潮下给出的“宁波”答案。

记者 黎莉 文/摄

## 宁波银行专栏

# 金融消保在身边,保障权益防风险 —— 宁波银行“五进入”开展“3·15”活动

3月15日,宁波银行将联合永赢金租、宁银理财、宁银消金等金融机构,在鄞州龙湖天街一楼中庭区开展以“金融消保在身边,保障权益防风险”为主题的宣传教育活动,现场有消保主题说唱、古筝演奏、歌曲演唱等节目表演,还有“钱包守护者密码探险”、“金融反诈知识闪电战”等趣味游戏。

这是宁波银行开展的“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动之一。3月11日至17日期间,宁波银行相继开展了进社区、进农村、进学校、进企业、进商圈“五进入”活动。

3月11日中午,宁波银行余姚中心区支行走进陆埠镇初级中学,向学生宣讲基

础金融知识,增强学生群体防范金融风险意识。

3月13日,宁波银行奉化支行走进制衣企业,设置金融知识宣传点,向员工讲解养老金融政策、防范网络诈骗知识,还走进企业车间、办公室,向企业员工发放消保宣传折页,普及金融知识。

3月13日,宁波银行宁海支行参加了在西子国际广场开展的“金融消费者权益日”活动,向附近商户宣传金融消费者八项基本权益及消费维权的途径,并设置现场投诉台,让金融消费者说出自己的意见,接受各类咨询。

3月13日,宁波银行科技支行在东方丽都社区开展了以“金融消保在身边,保障权

益防风险”为主题的“3·15”金融知识进社区活动。本次活动以消保集市进社区为活动载体,设置了普及消费者八大权益、聚焦理财投资、防范金融诈骗三个集市点,居民通过参与问答、互动游戏获取集市中的小奖品。在消保集市点,居民们参加了套圈圈、夹乒乓球等游戏,同时了解金融消费者八项基本权益,学习如何辨别投资陷阱、如何防范金融诈骗等金融知识。

本次“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动期间,宁波银行围绕“普及金融消费者八项基本权益,增强消费者维权意识”、“强化‘三适当’原则,引导消费者科学理性投资”、“宣传金融纠纷多元化解决机制,提升消费者依法维权能力”等活动

主题,线上线下相结合,聚焦各类群体的金融需求,全面开展形式多样、内容创新的宣教活动,让消费者在轻松愉快的氛围中增长知识,同时促进银行自身改进服务质量,优化业务流程,更好地服务于广大消费者。

宁波银行始终践行金融为民理念,今后将继续落实金融宣教主体责任,推动金融知识教育宣传常态化、长效化,引导消费者“学金融、懂金融、信金融、用金融”,助力新发展阶段金融教育宣传工作高质量发展。

