

IFA Press Conference 2025 Welcome!

China (Beijing)

Leif Lindner

莱夫·林德纳

CEO

IFA Management GmbH



Press Material

发布会材料





IFA Innovation
For All

走进IFA
畅想未来

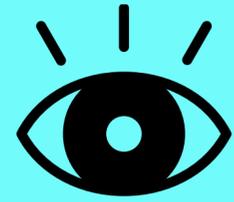
创新无界



我们的核心价值观



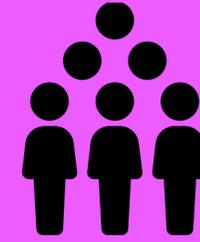
启发：体悟启迪



好奇：拥抱未知



信任：传承可靠



社区：共赴征程

全新时代 已然开启



打造领先 科技枢纽



本届概况

观众

220000位

(同比增长5%)

来自140个国家

受夏日花园音乐会带动，Z世代及Alpha世代观众人数上升

新闻、媒体与创作者

4400+位

因审批流程更为严格，媒体整体质量得以提高

展商

1900家

(同比增长5%)

来自49个国家

媒体传播

3010亿次

其中46%为德国媒体报道，54%为国际媒体报道

零售力量

67%

(同比增长10%)
国际零售商

展览的迭代升级

- IFA是一场经精心规划的前沿产品及品牌展览。
- 家用电器与消费电子展出占比相对平衡，分别为42%和58%。
- 增长主要聚焦于以下领域：计算与游戏、内容创作、数字健康与美妆科技、智能家居。
- IFA Next展区吸引了来自28个国家的260家展商。

参展国家前五强

中国
韩国
英国
美国
荷兰

*不含德国



展览特色与推广活动

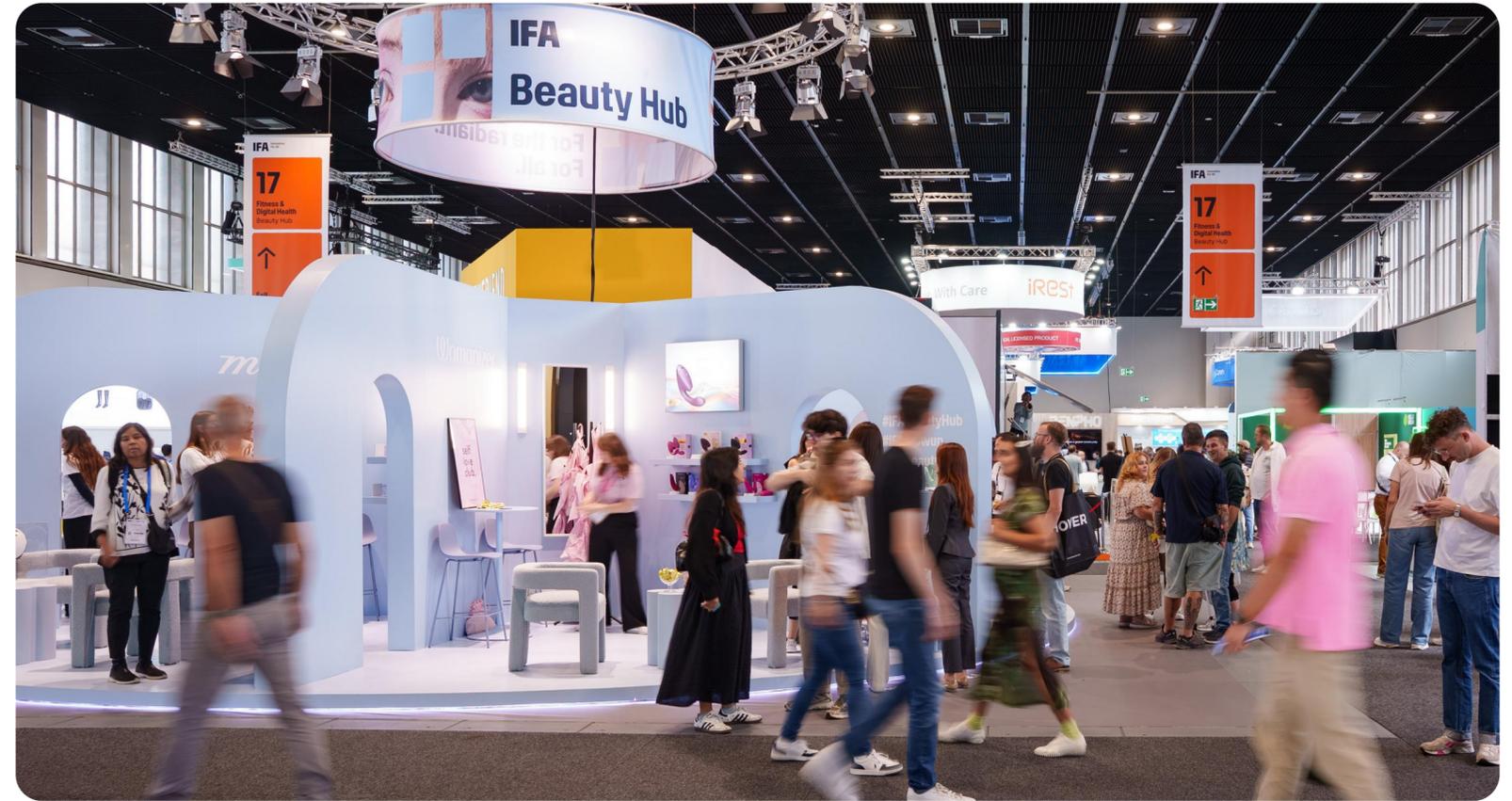
IFA零售领袖峰会

全新特色

- 创作者中心
- 移动出行体验区
- 美妆主题中心
- 户外园艺与烹饪体验区
- 与Games Ground携手打造的独立游戏展示专区

数字覆盖范围拓展

ebay TikTok Shop webedia/.

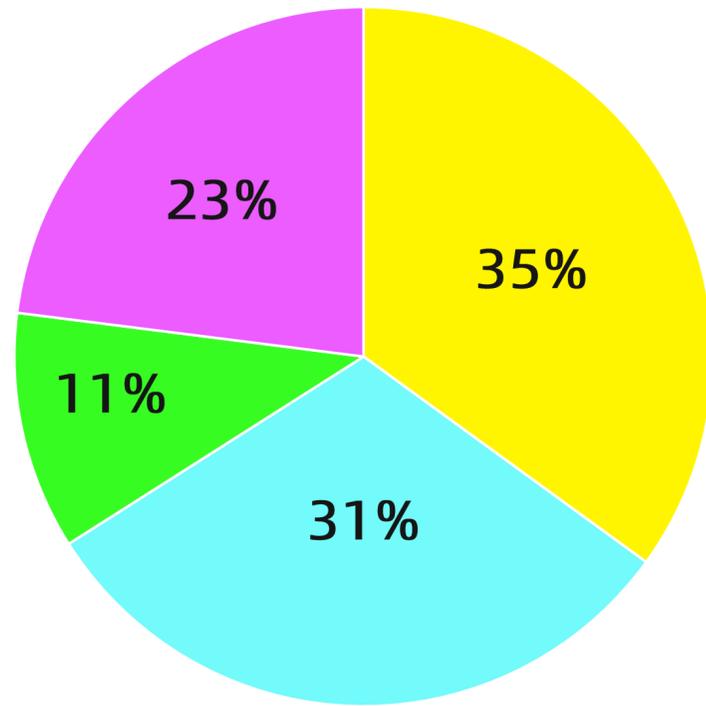


获行业领袖信赖



零售领袖峰会

零售领袖峰会参会人员职级构成



- C 高管
- M 总经理
- H 品类负责人
- Di 采购、技术、工程、营销总监



汇聚全球 零售商



IFA创新大奖

首年赛事共收到500余份参赛作品，涵盖13个类别。参赛品牌包括三星、LG、海信、安克、美诺等众多知名品牌。

获奖情况

IFA最佳奖

LG Signature OLED T

最佳科技创新奖

三星 The Premiere 5

最佳品牌奖

美诺

领先品牌

ANKER



LG

SAMSUNG

Hisense

Miele



全球市场

B2B及贸易专业人士

10925位

来自15个国家的展商

550家

主要产品类别

家用电器
智能生活产品
移动电子产品
音响设备
视频、能源与电力相关产品

主要细分领域

消费电子
家用电器
制造业解决方案
新兴品牌

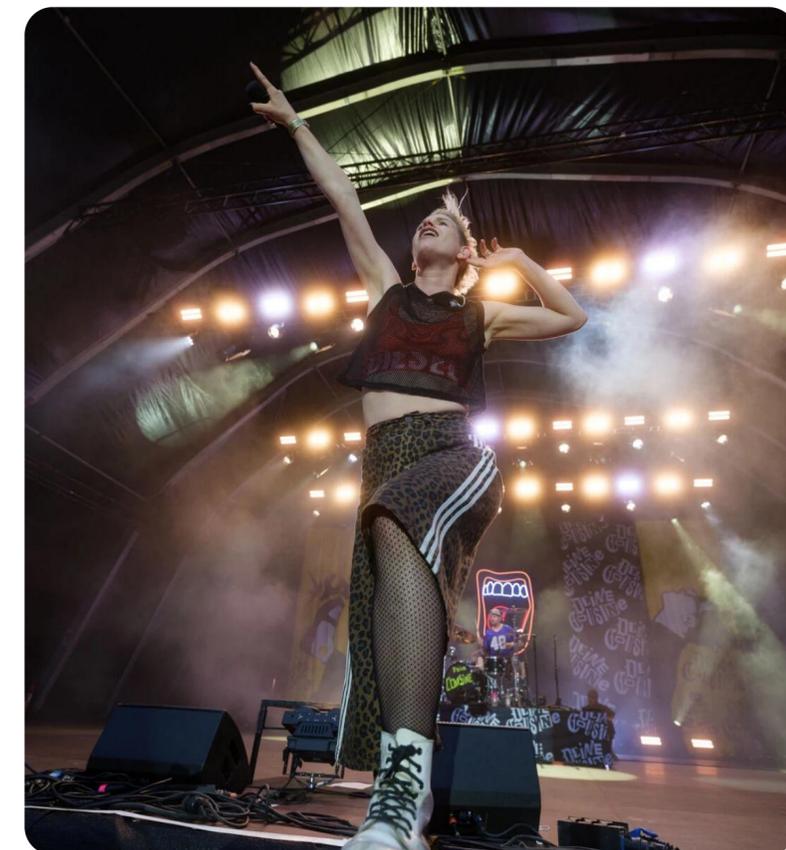
IFA2026年展会

地点：柏林展览中心26号馆

时间：2026年9月5-7日



夏日花园音乐会： 传递IFA的声韵



IFA精彩回顾

114个IFA精彩瞬间

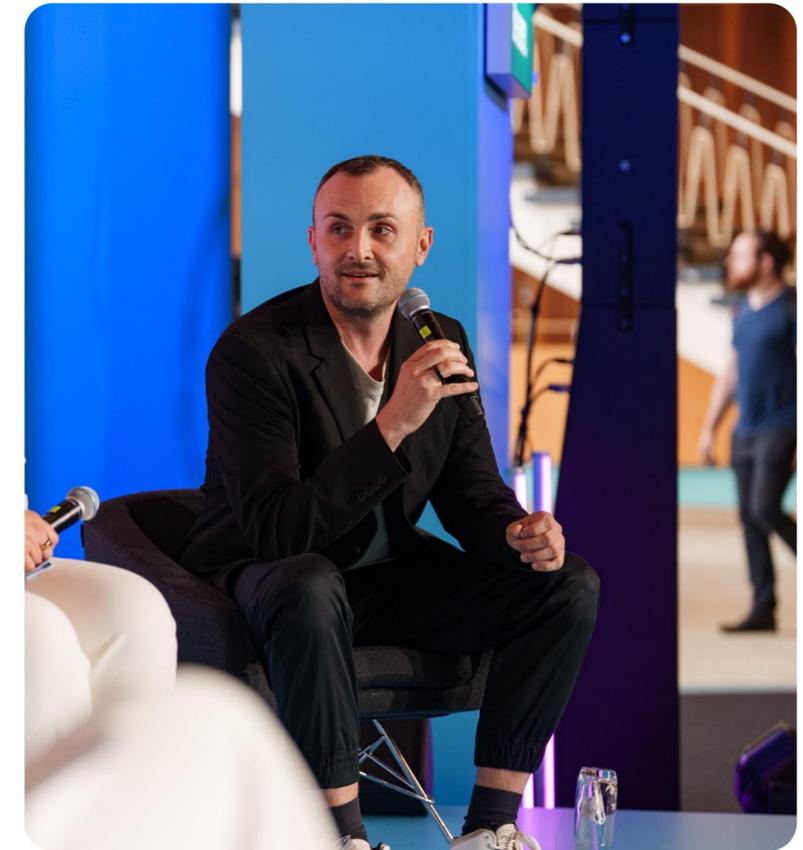
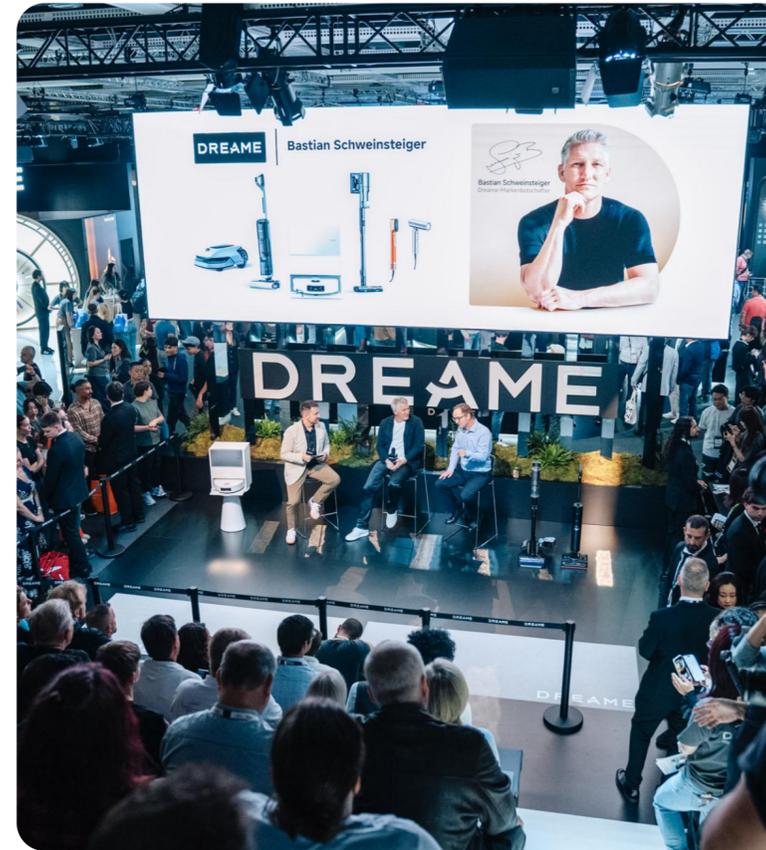
17家品牌合作伙伴

活动案例

- 安克创新全球品牌升级发布会
- 追觅品牌大使巴斯蒂安·施魏因斯泰格现身IFA 2025
- 索尼世界摄影大赛决赛（街拍类）与托马斯·卡卡雷科

Goal目标

- 加强沟通，提升沟通效果
- 紧密围绕“IFA精彩瞬间”展开



IFA 2025 媒体国家分布

2025

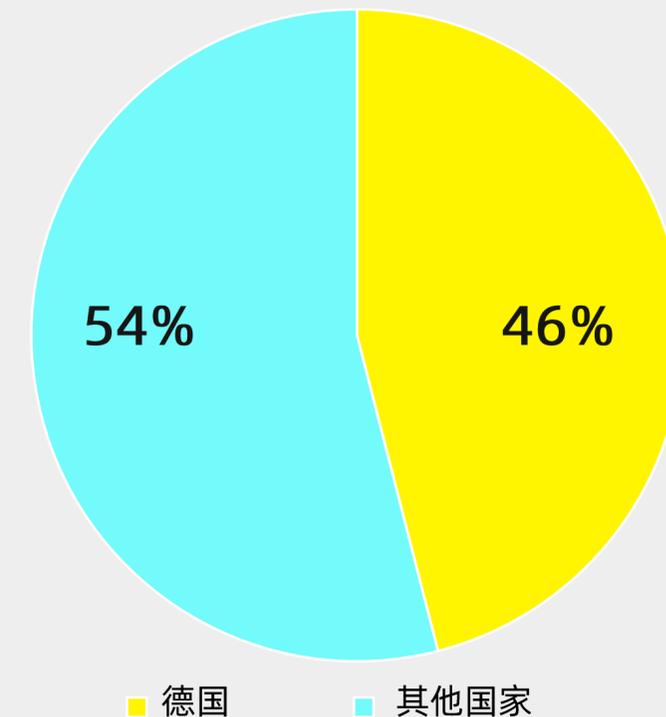
→品质策略：吸引更多 T1 媒体

3219家
注册媒体

80个
国家

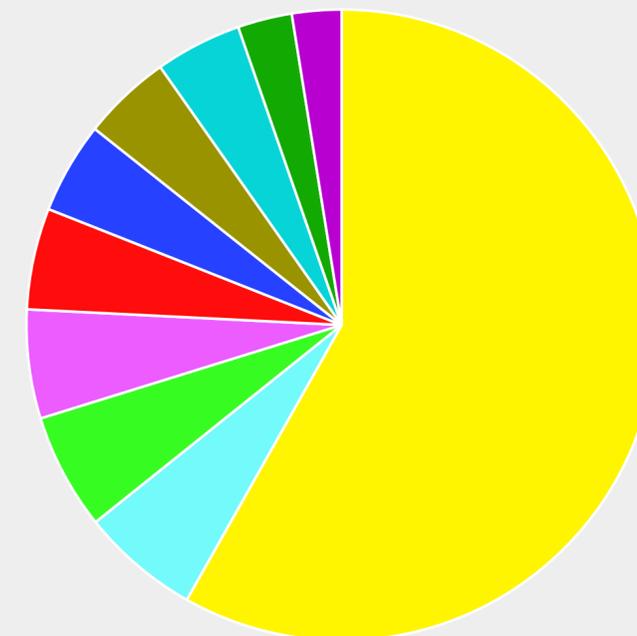
IFA Innovation For All

*&创作者数量：1200 +，总人数达4400 +



媒体数量排名前十的国家

德国	45,9%
英国	4,8%
意大利	4,7%
美国	4,4%
法国	4,1%
波兰	3,7%
西班牙	3,6%
中国	3,5%
荷兰	2,2%
韩国	2,0%



德国 英国 意大利 美国 法国
波兰 西班牙 中国 荷兰 韩国

展望2026及未来



我们的使命：
让创新融入生活



展区构成



家庭娱乐



家用电器



智能家居



通信与连接设备



音频产品



计算与游戏
设备



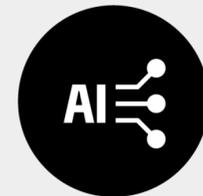
摄影、视频及
内容创作工具



健康与美容



出行产品



IFA Next

全球科技与耐用消费品

核心结论

全球科技与耐用消费品

- 2025年市场恢复增长态势；
- 当地货币表现良好，强势美元致使以美元计价的业绩受影响；
- 2025年第一至三季度，中国的国家补贴政策有力推动市场发展；
- 信息技术行业增长迅猛，源于新冠疫情后五年更新周期开启（微软于2025年10月结束对Windows10的支持）；
- 新兴市场成为增长主力军；
- 多数行业高端化趋势延续，创新产品市场需求旺盛

全球增长预测：2025年小幅增长

因关税相关前置活动等临时因素影响

贸易政策的不确定性

- 暂缓加征关税缓解了短期压力，但不确定性仍高。
- 风险点包括关税反弹、地缘政治紧张及市场碎片化，可能扰乱供应链、抑制增长。

中国表现超预期

- 在出口与财政支持推动下，2025年中国增长预期上修至4.8%*。
- 2026年增长或放缓至4.2%，贸易前置效应消退，但关税降低与库存回升或可缓冲影响。

通胀呈现分化态势

- 全球整体通胀预计2025年降至4.2%，2026年降至3.6%，但地区差异显著。
- 美国通胀或因潜在关税上调、不确定性增加及美元走弱，持续高于目标水平。

全球增长放缓

- 受低实际关税、前置贸易与投资推动，全球增长预期2025年微升至3.0%，2026年升至3.1%*。
- 需注意：此增长缺乏持续动力，仍低于2024年水平。

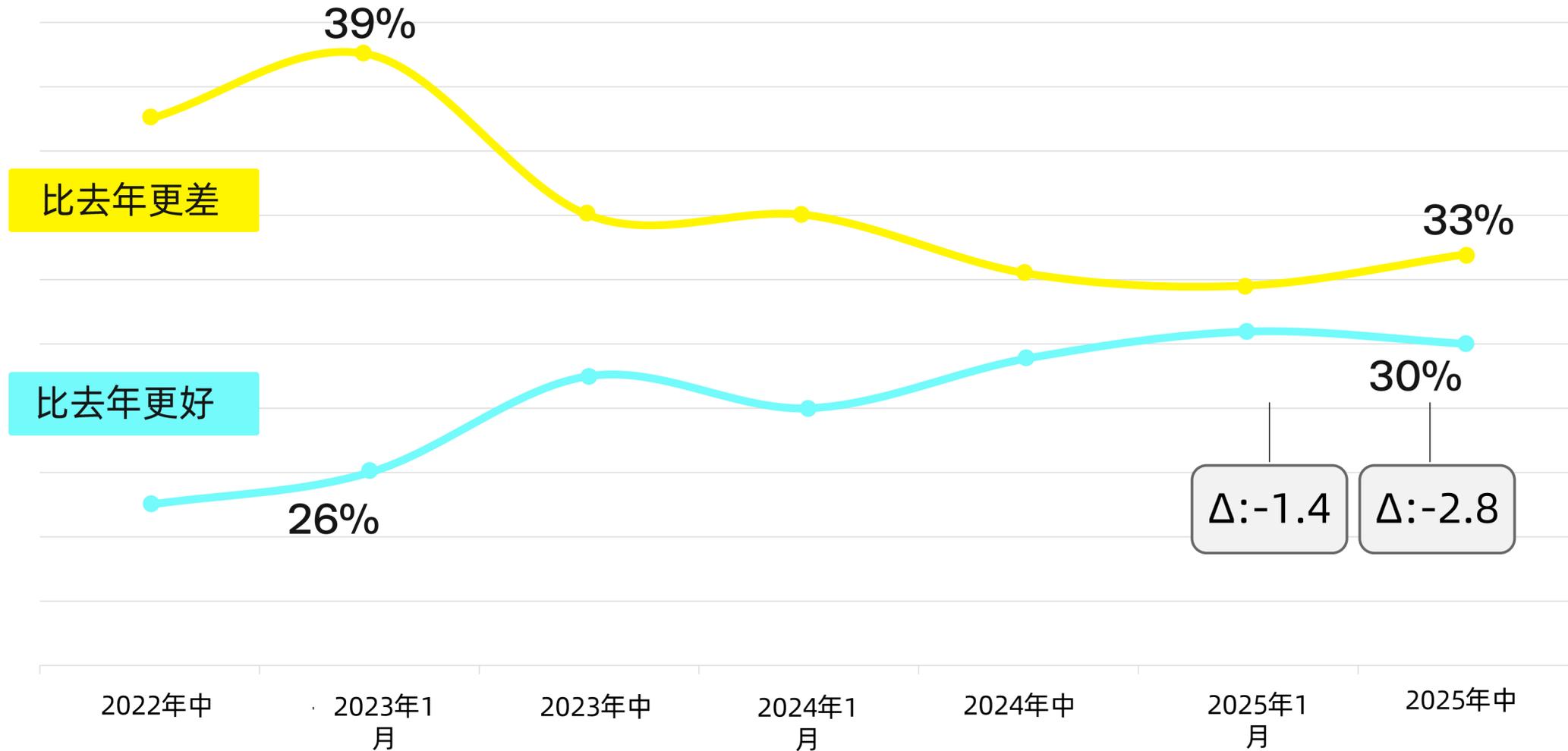


影响市场走向的主要因素

消费节省态势

最艰难阶段已过，但理性消费观念仍存

消费者财务状况
情绪年度变化（受访者占比%）



原因分析

73%
由于生活成本上升

39%
由于经济放缓

30%
由于工作不稳定/失业

科技与耐用消费品整体市场恢复增长，中国、信息技术及家电行业成为主要驱动力

受新冠疫情后五年更新周期以及中国等政治刺激计划影响，信息技术行业增长突出

全球科技与耐用消费品销售情况（不含北美和俄罗斯）

销售额（美元，净销售价格）

2025年1月-2025年8月同比增长率（%）

全球（不含北美）

不含中国的美元销售额 +1.2%
当地货币销售额 +7.2%

办公设备
-1.1%

信息技术
+10.8%

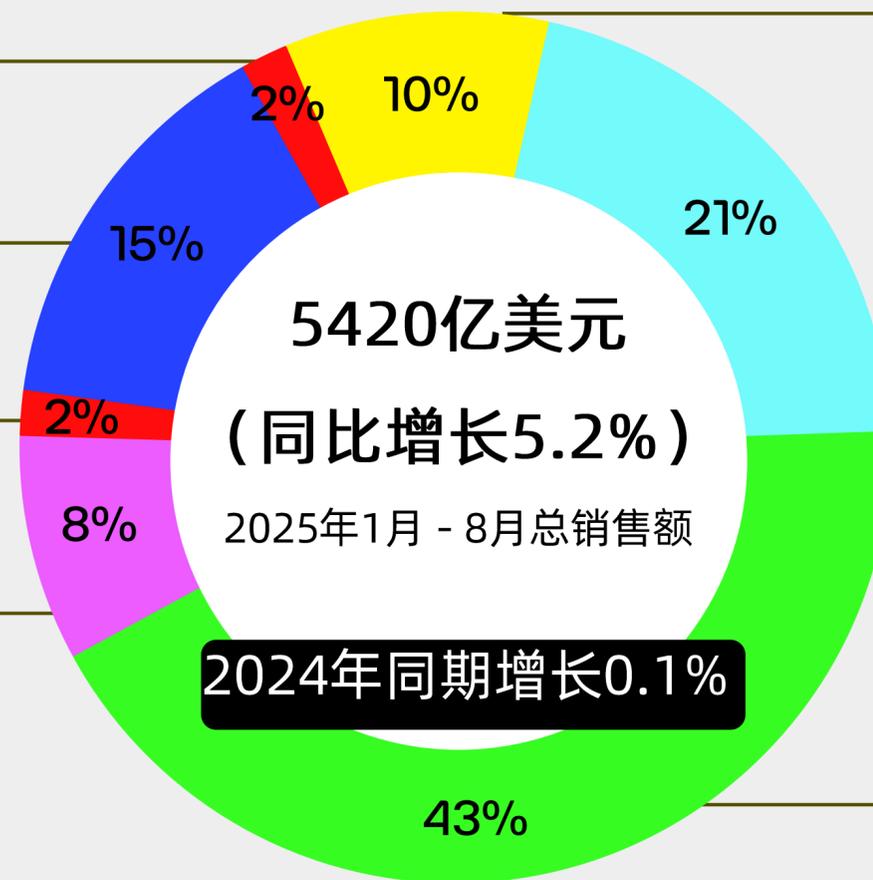
摄影设备
+9.7%

小型家电
+6.7%

消费电子产品
+0.5%

大家电（含空调）
+4.9%

通讯设备
+4.5%

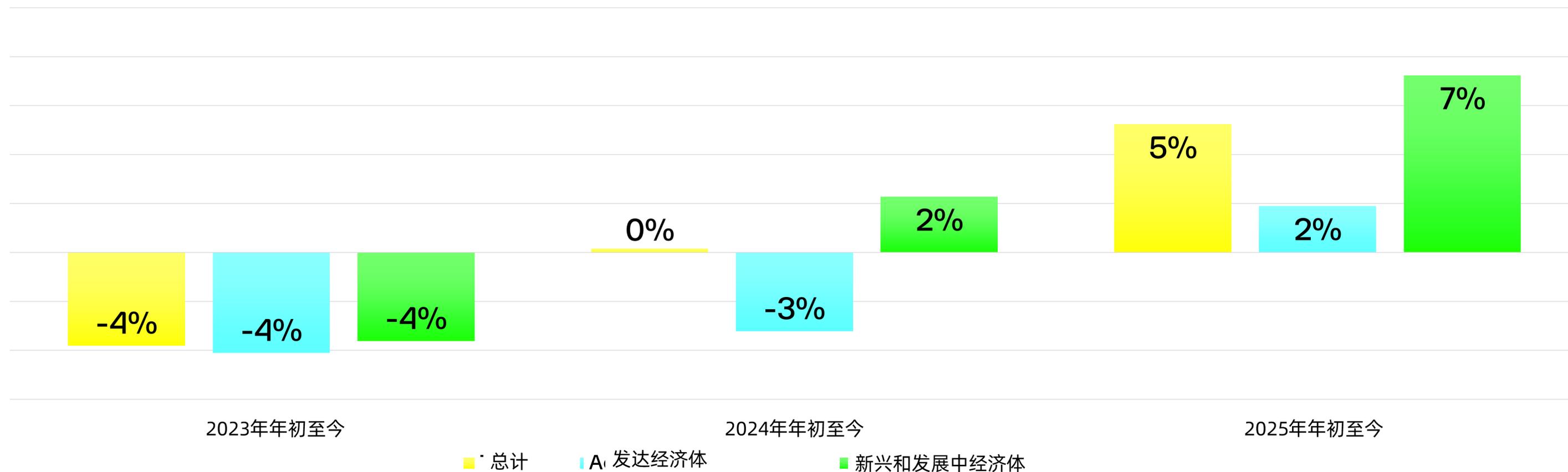


数据来源：GfK全球市场追踪数据（不含北美和俄罗斯），2025年与2024年销售收入增长情况对比。
消费电子产品包含多功能技术设备，小型家电包含个人诊断设备。
《全球科技及耐用消费品趋势报告》（2025年8月）：全球战略洞察。

机密资料：版权所有 © 2024 Nielsen Consumer LLC

新兴市场与发展中经济体 持续引领科技与耐用消费品增长

全球科技与耐用消费品销售数据（不含北美和俄罗斯）
销售额（美元，净销售价格）
同比增长率（%）
地区定义依据IMF分类，年初至今（1月- 8月）



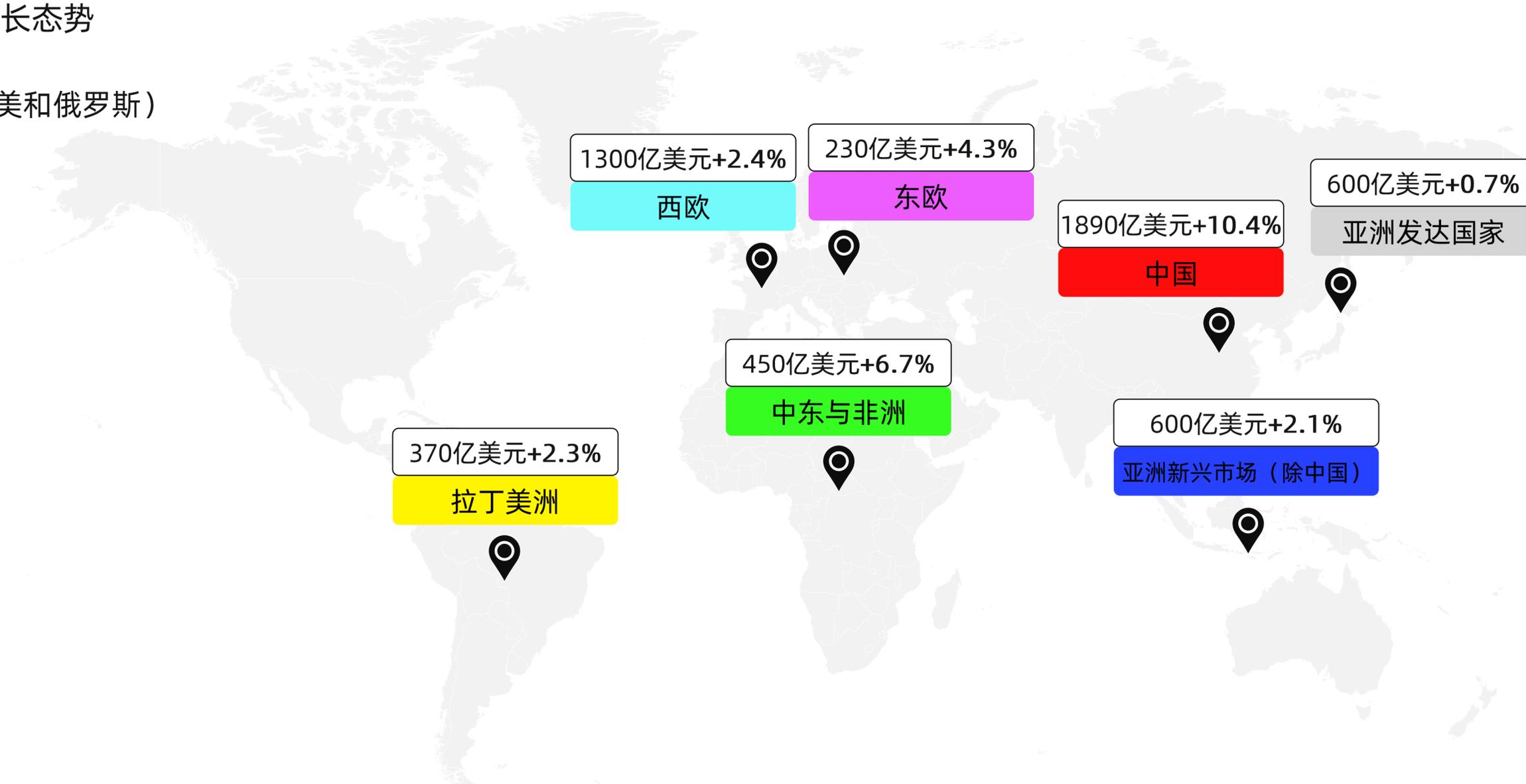
多数新兴地区成价值增长引擎

除亚洲发达国家外，多数地区已重拾增长态势

全球科技与耐用消费品销售概况（不含北美和俄罗斯）
销售额（美元，净销售价格）
2025年1月-8月同比增长率（%）

全球（不含北美）

营业额	5440亿美元
增长率	+5.2%



数据来源：NIQ全球市场追踪数据（不含北美和俄罗斯），2025年与2024年销售收入增长情况对比，渠道覆盖零售销售收入增长并与前一年对比。
《全球科技及耐用消费品趋势报告》（2025年8月）：全球战略洞察。

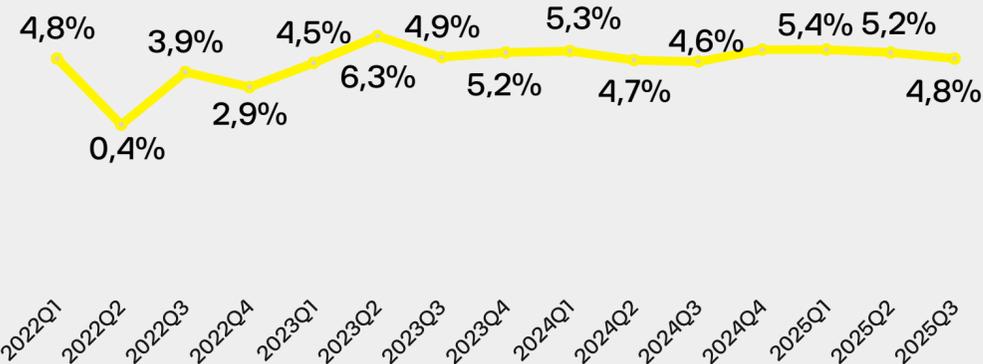
中国科技与耐用消费品情况

中国区域联系人：Nemo Li
(nemo.li@nielseniq.com)

2025年前三季度 中国经济增长与消费总体稳定

中国GDP增长率

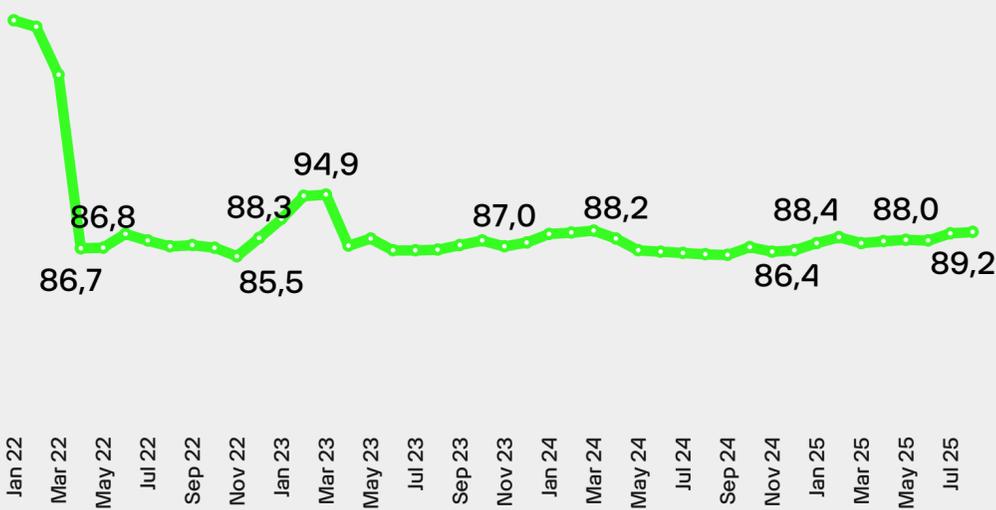
2020: 2.3% 2023: 5.2%
2021: 8.1% 2024: 5.0%
2022: 3.0% 25Q1-Q3: 5.2%



2025年第三季度GDP增长率较第二季度有所下滑

- 不确定关税政策冲击国内制造业投资信心
- 地方政府财政受限，基础设施投资受影响
- 房地产市场持续调整
- 经济发展尽管面临挑战，整体仍保持稳定

消费者信心指数

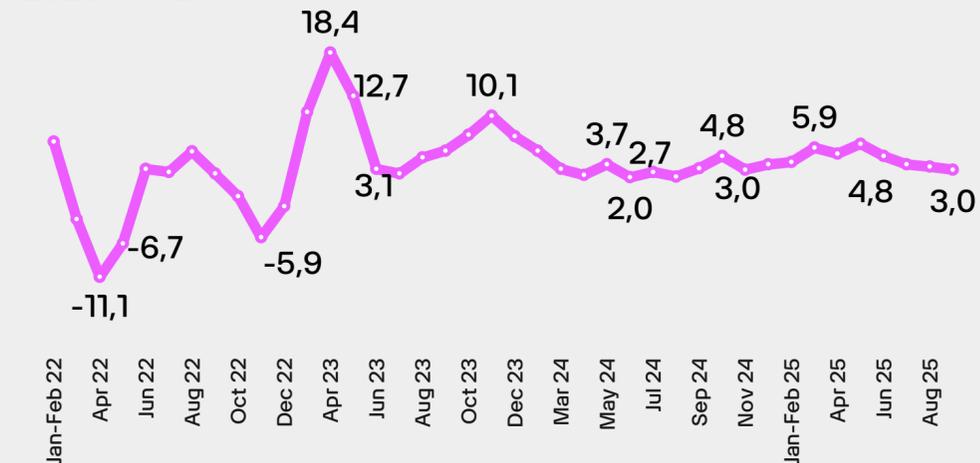


消费者信心指数维持稳定，不过仍处于低位

- 有政策激励时，消费者消费意愿增强
- 若缺乏政策支持，消费者支出更谨慎

社会消费品零售总额增长率

2021: 12.5% 2024: 3.5%
2022: -0.2% 2025 Jan-Sep: 4.5%
2023: 7.2%

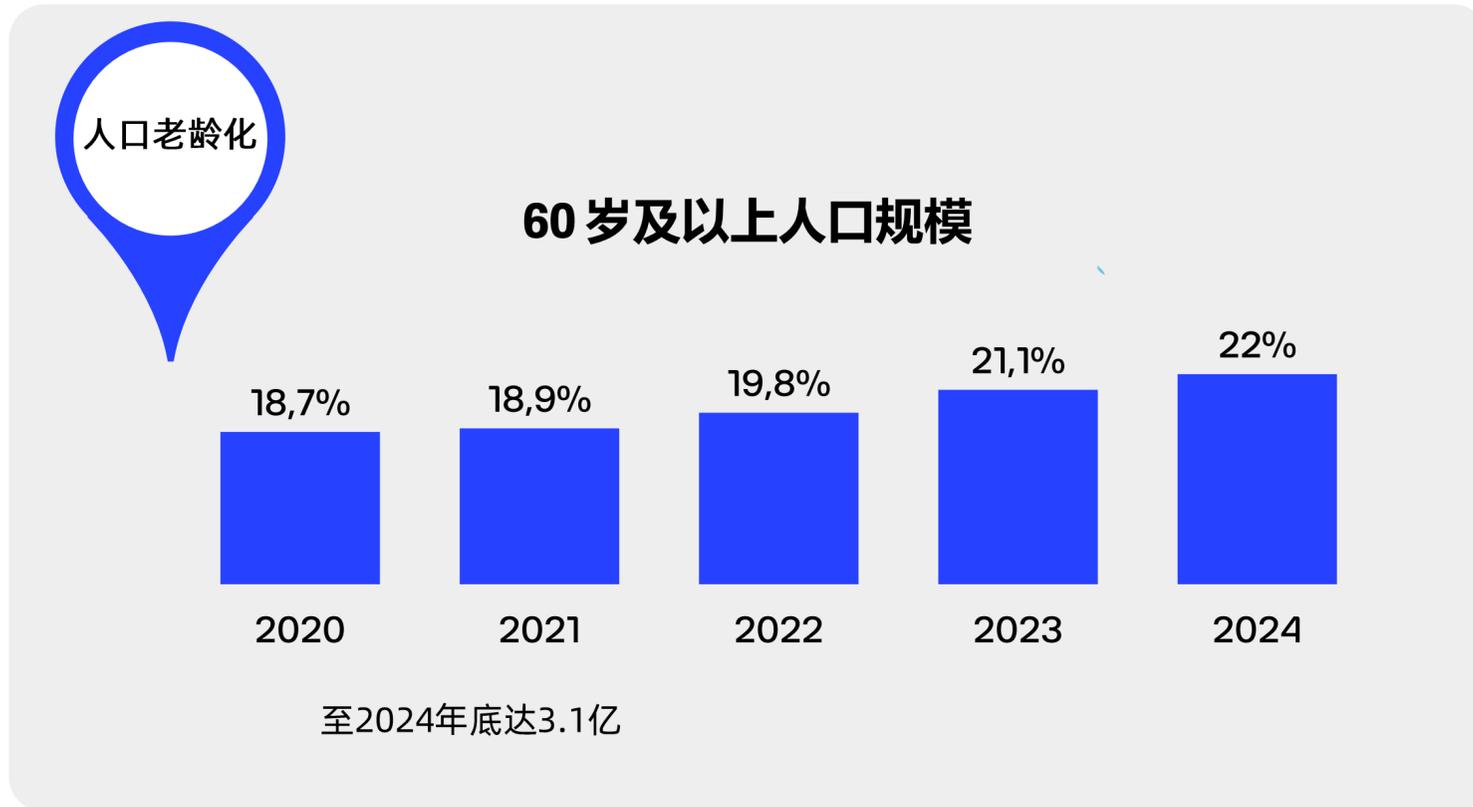


前三季度社会消费品零售总额稳定增长

- 以旧换新政策持续影响家具、家电、办公用品及通讯产品销售
- 健康与保健上扬趋势带动户外运动装备和健身产品需求增长

洞察消费者群体，紧跟人口结构变迁

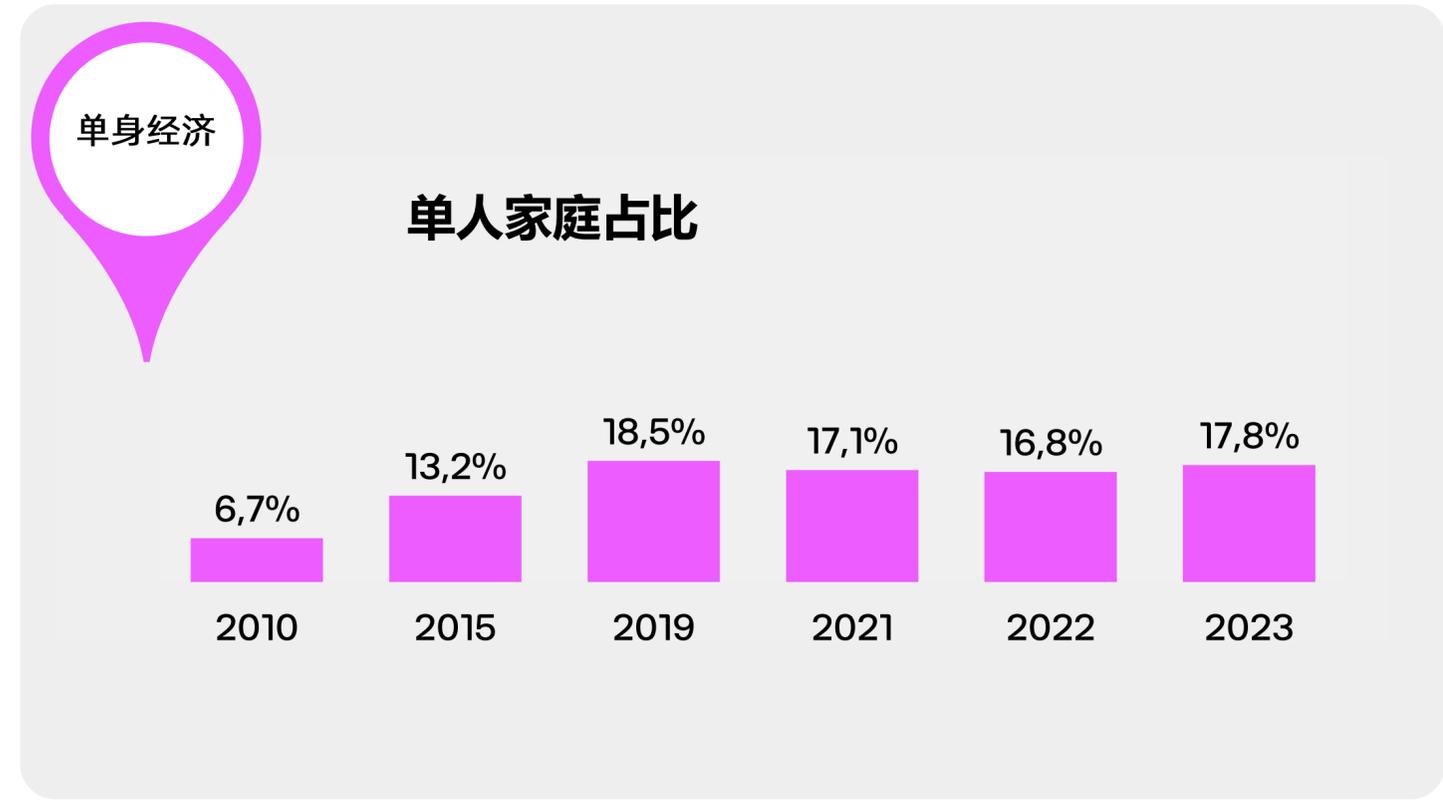
产品设计契合消费者需求



老龄化群体

- 收入水平提升
- 需求从生存型向文化休闲型转变
- 接纳线上购物方式
- 心态更年轻

便利性、安全性、健康保障



单身人群

- 众多人士主动选择单身生活
- 已婚或离异者享受短期独处空间
- 单身成为普遍社会现象，不再受偏见影响

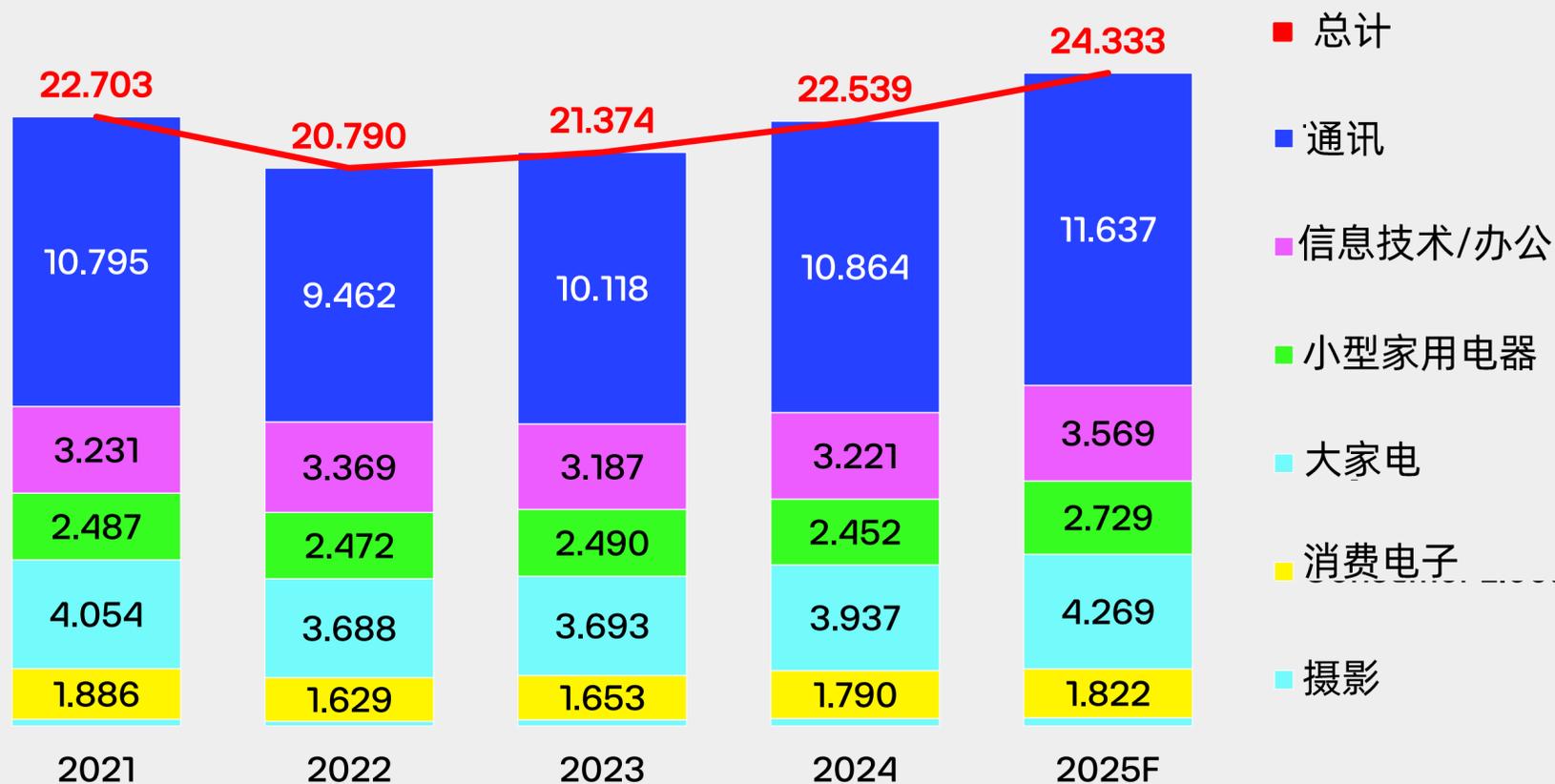
追求“足够”、智能、多功能及情感价值

中国科技与耐用消费品总市场规模展望： 2025年政策驱动增长

线上 + 线下

市场规模

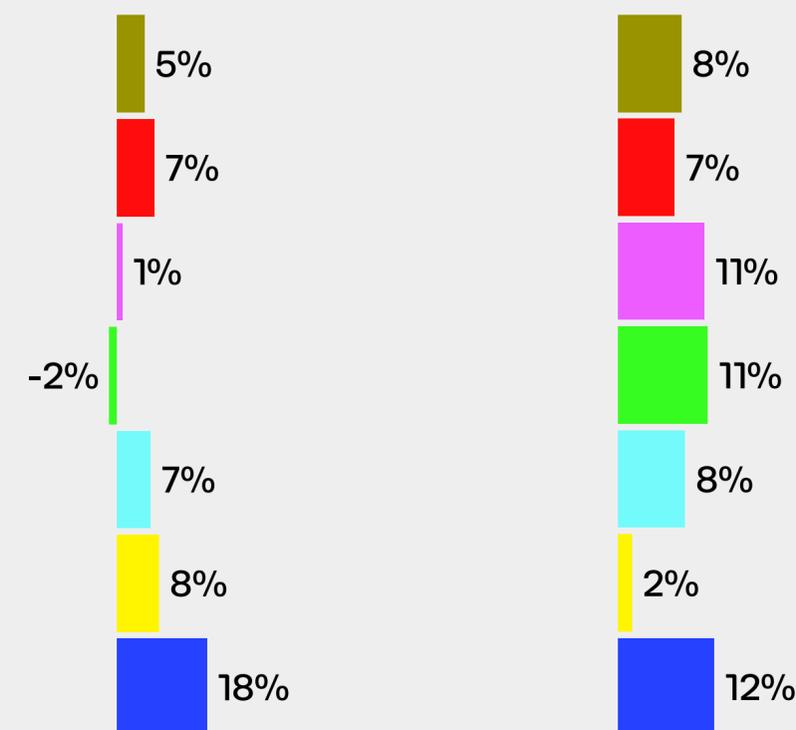
线上 + 线下 (单位: 百万元)



销售额同比增长率 (%)

2024 VS. 2023

2025F VS. 2024



2025年上半年国家补贴资金提前用完，促使第三季度政策调整

对第四季度市场预期较为消极

以旧换新政策覆盖品类（自2024年8月起）



冰箱



洗衣机



高级电视



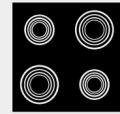
空调



个人电脑



油烟机



电磁炉



热水器

以旧换新政策覆盖品类（自2024年8月起）



微波炉



净水器



洗碗机



电饭煲



手机



平板电脑



智能手表

以旧换新政策关注要点



边际效用递减

2024年最后四个月首次推出以旧换新政策时，大量消费需求提前释放。2025年政策意外延续，进一步削弱了后续需求。



跨品类转移

- 2025年以旧换新政策新增诸多品类，比如手机、平板电脑等个人消费品。
- 消费者预算有限时，支出会向这些新增品类转移。

实施以旧换新政策效果

2025年上半年

中央财政第一、二季度共拨款1620亿元支持以旧换新政策实施，补贴品类扩展进一步刺激了消费需求，但过度热情导致国家补贴资金提前透支。

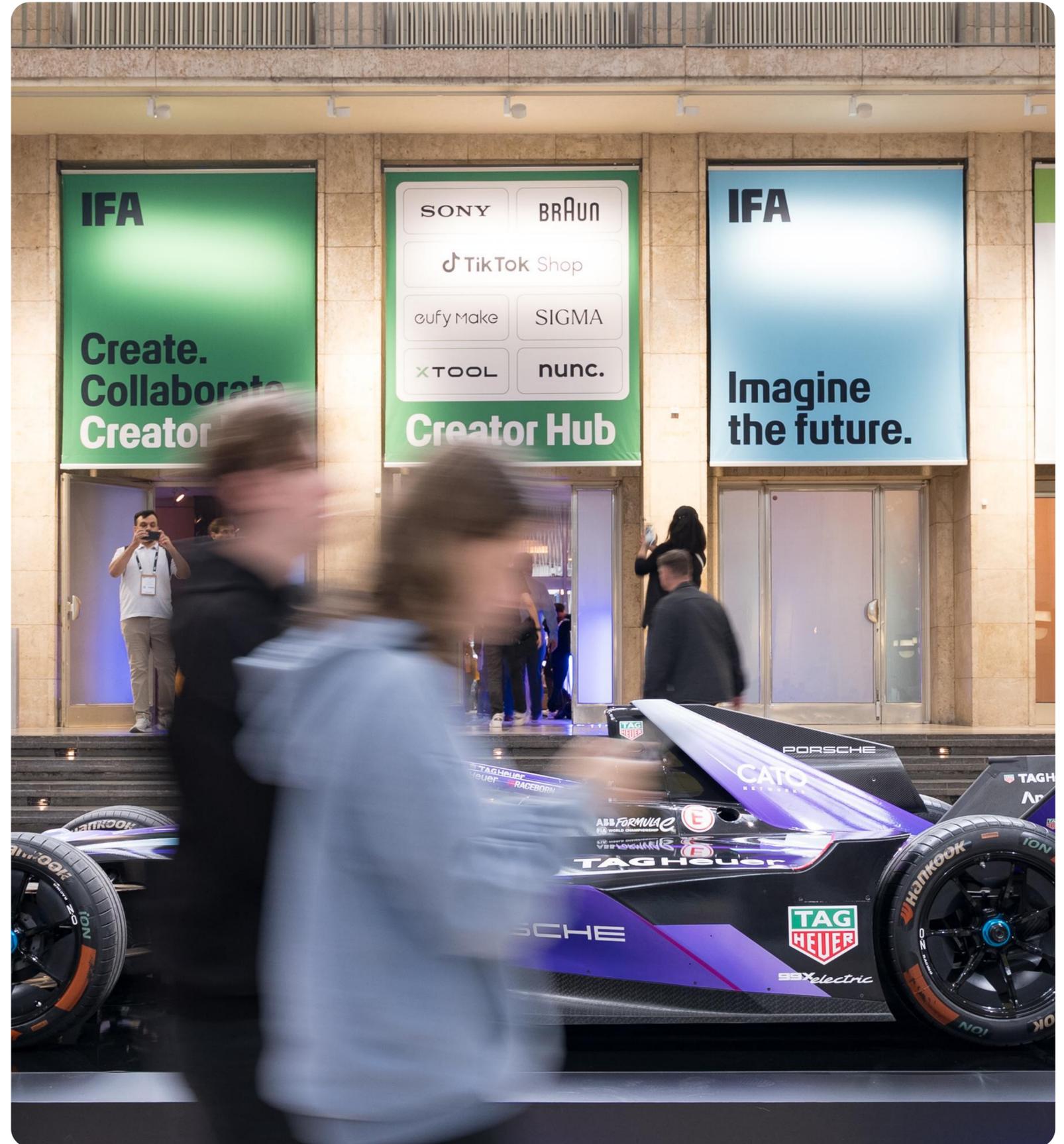
2025年第三季度

中央财政第一、二季度共拨款1620亿元支持以旧换新政策实施，补贴品类扩展进一步刺激了消费需求，但过度热情导致国家补贴资金提前透支。

2025年第四季度展望

- 基数效应较高。
- 各地区以旧换新政策波动与需求低迷，大家电市场前景不佳。

为何您选择我们？



Press Material

发布会材料



See you at IFA: 4-8 September 2026!

Leif Lindner
莱夫·林德纳
CEO
l.lindner@ifa-management.com



Q&A

媒体问答

Chat with IFA



王 阳

钛动科技副总裁
SparkFly创始人



苏 洋

联合创始人、首席AI架构师
灵心巧手（北京）科技有限公司



莱夫·林德纳

IFA首席执行官



王 谭

小鹏汽车造型中心总经理
小鹏汇天联合创始人、副总裁



王吉平

IDC全球及中国区副总裁



王庆伟

北京星动纪元科技有限公司
欧洲业务负责人



IFA Innovation
For All

走进IFA
畅想未来