

IFA Innovation
For All

The future is now.

Berlin becomes the stage for what's next.
See it all at IFA 2026.



International Press Briefing

Shanghai, 13th March 2026



IFA Innovation
For All

走进IFA
畅想未来

Leif Lindner

莱夫·林德纳

CEO

IFA Management GmbH



Signing Ceremony

签约仪式

- IFA Management GmbH
- Asia Data Group



Press Material



创新无界

- 创新不止于新闻稿中的文字描述。
- IFA将创新转化为现实体验与商业实践。

IFA搭建连接桥梁

- IFA是全球品牌、零售商、创作者和消费者汇聚的平台，创新在此转化为真实的体验。
- 我们贯通B2C需求与B2B成果：实现产品发布、技术发现、价值分发。
- 国际媒体活动聚焦三大目标：传递清晰信息、呈现视觉冲击、讲述媒体可快速传播的故事。

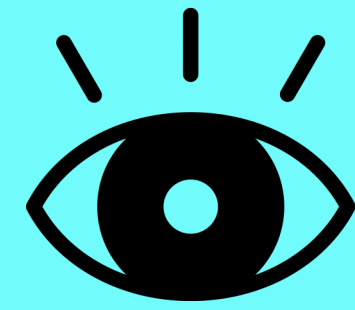
“贸易展会仍在营销战略中占据核心地位，99.5%的受访者表示将继续参展作为公司战略组成部分。三分之二的企业预计，未来几年贸易展会的重要性将保持稳定甚至进一步提升。”（AUMA参展商展望）



我们的核心价值观



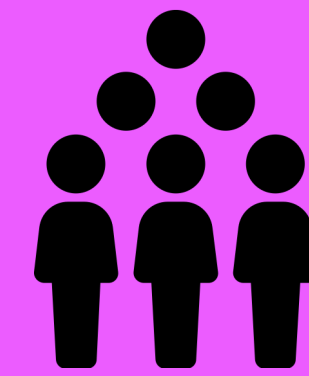
启发：体悟启迪



好奇：拥抱未知



信任：传承可靠



社区：共赴征程

领先的 科技枢纽

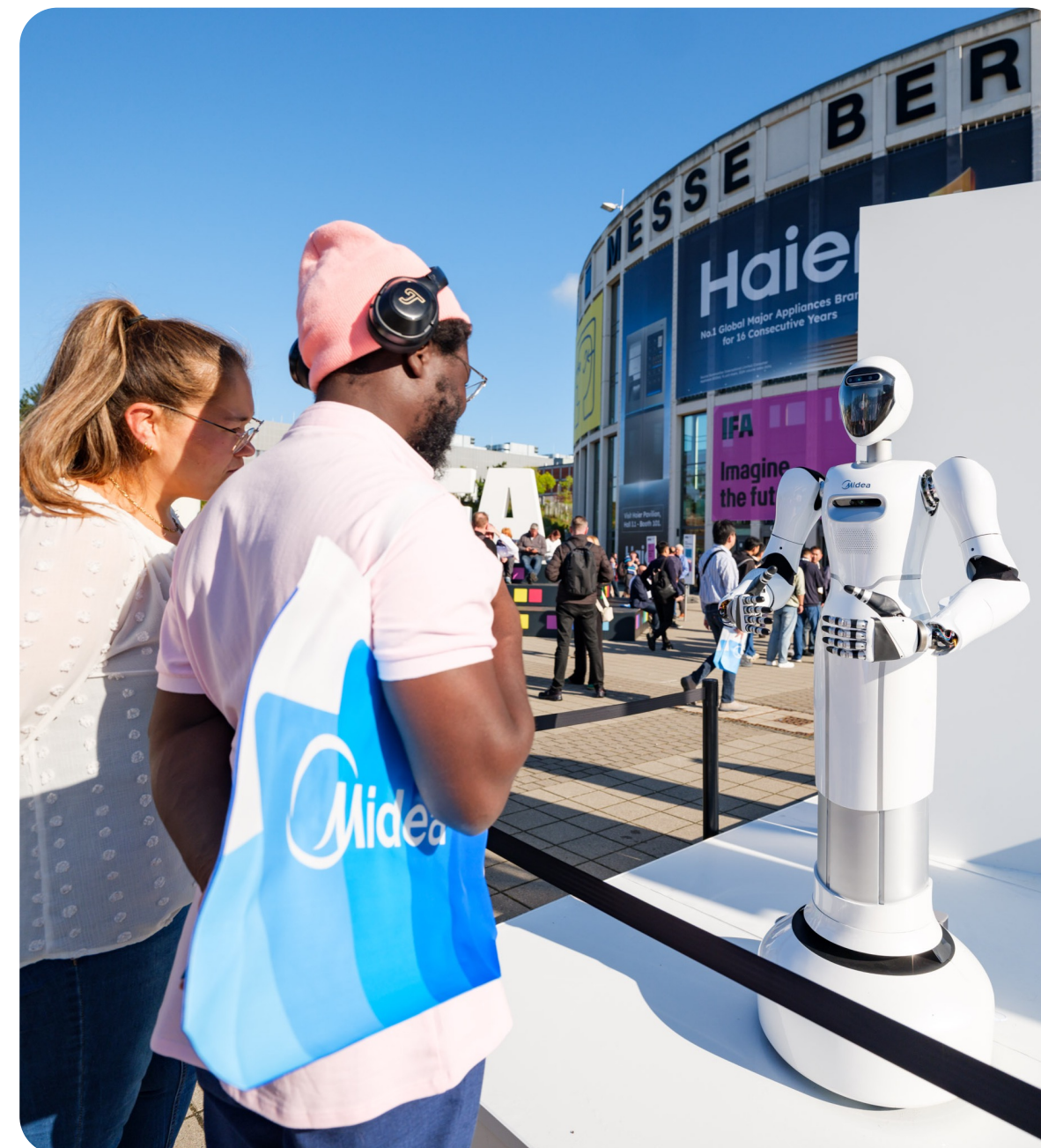
一场展会，双核驱动：
消费者热度 × 商业动能



IFA创新平台

四大核心支柱：

1. 创新展示
2. 商业与影响力交汇
3. 思想引领与新品发布
4. 体验与文化



01

IFA：全球展示

创新消费科技
顶尖品牌
互联生态系统



2025年概况

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%

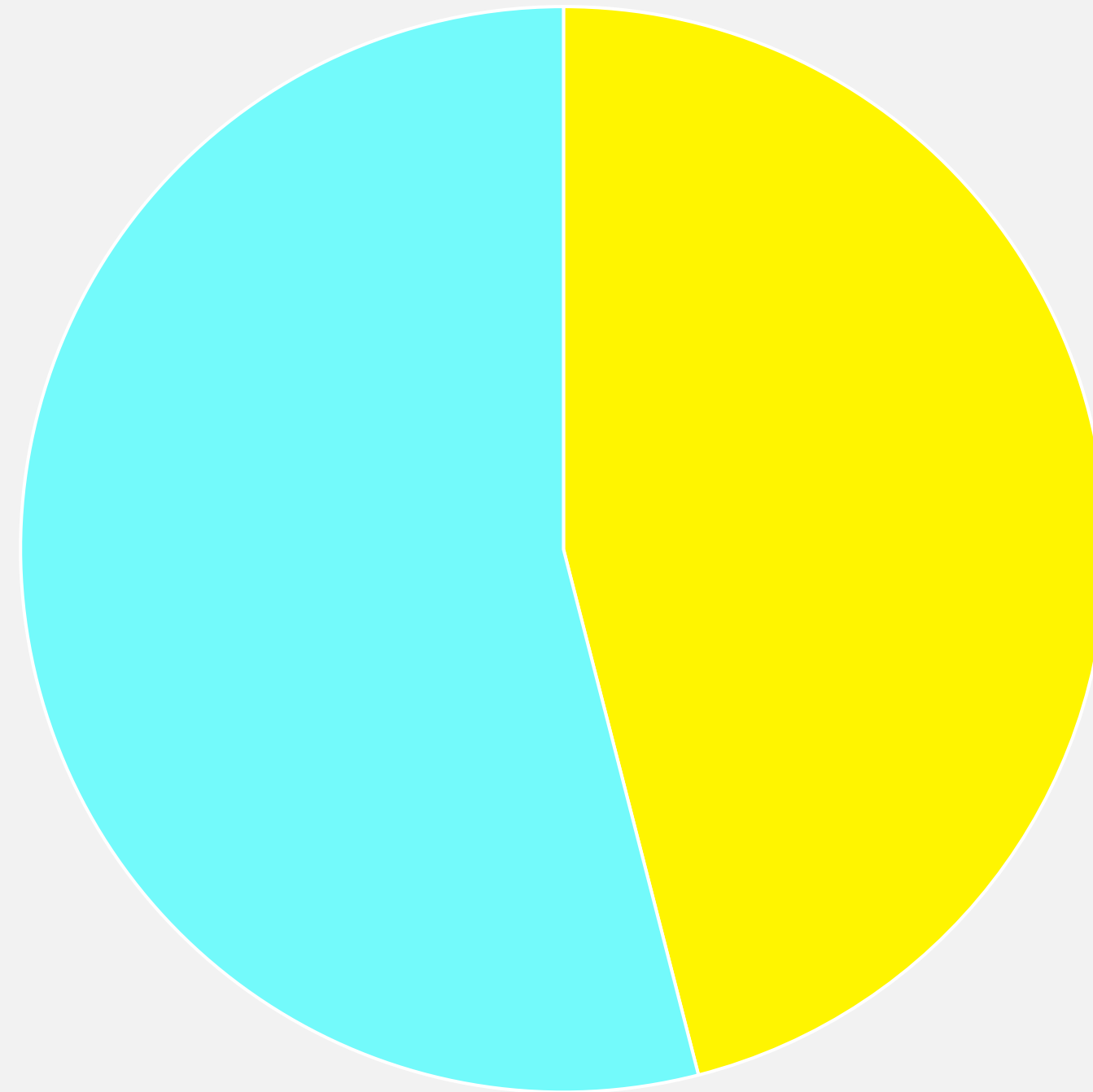
(同比增长10%)

国际零售商

IFA2025 媒体版图

3219家
注册媒体

覆盖
80个国家



德国媒体 其他国际媒体



02

IFA：全球舞台

商业力量 × 消费者热力



展会概览

清晰视角 · 简洁事实 · 强记忆点

平衡产品组合

家电 vs 消费电子：42% vs 58%

增长细分市场

计算与游戏 · 内容创作 · 数字健康与美容 · 智能家居

IFA Next

28国260家参展商

(初创企业与下一代创新企业)

参展国TOP5

中国	美国
韩国	荷兰
英国	

*不含德国



获行业领袖信赖

acer AMD ANKER Innovations (H) BOSCH

cecotec

dji

Dolby

DREAME

Electrolux Group

Haier

Hisense

Insta360
Think bold.

LG

LIEBHERR

Metz

Midea

Panasonic

PHILIPS

roborock

SAMSUNG

sbs

SHARP

SIEMENS

SONY

TCL

VESTEL

WHOOP

WITHINGS

驱动市场增长

- **商业增长引擎**

136000名专业观众，国际零售商占比67%，同比增长10%

- **零售领袖峰会**

汇聚150家全球顶级零售商

- **影响力与需求双驱动**

80000名消费者参与

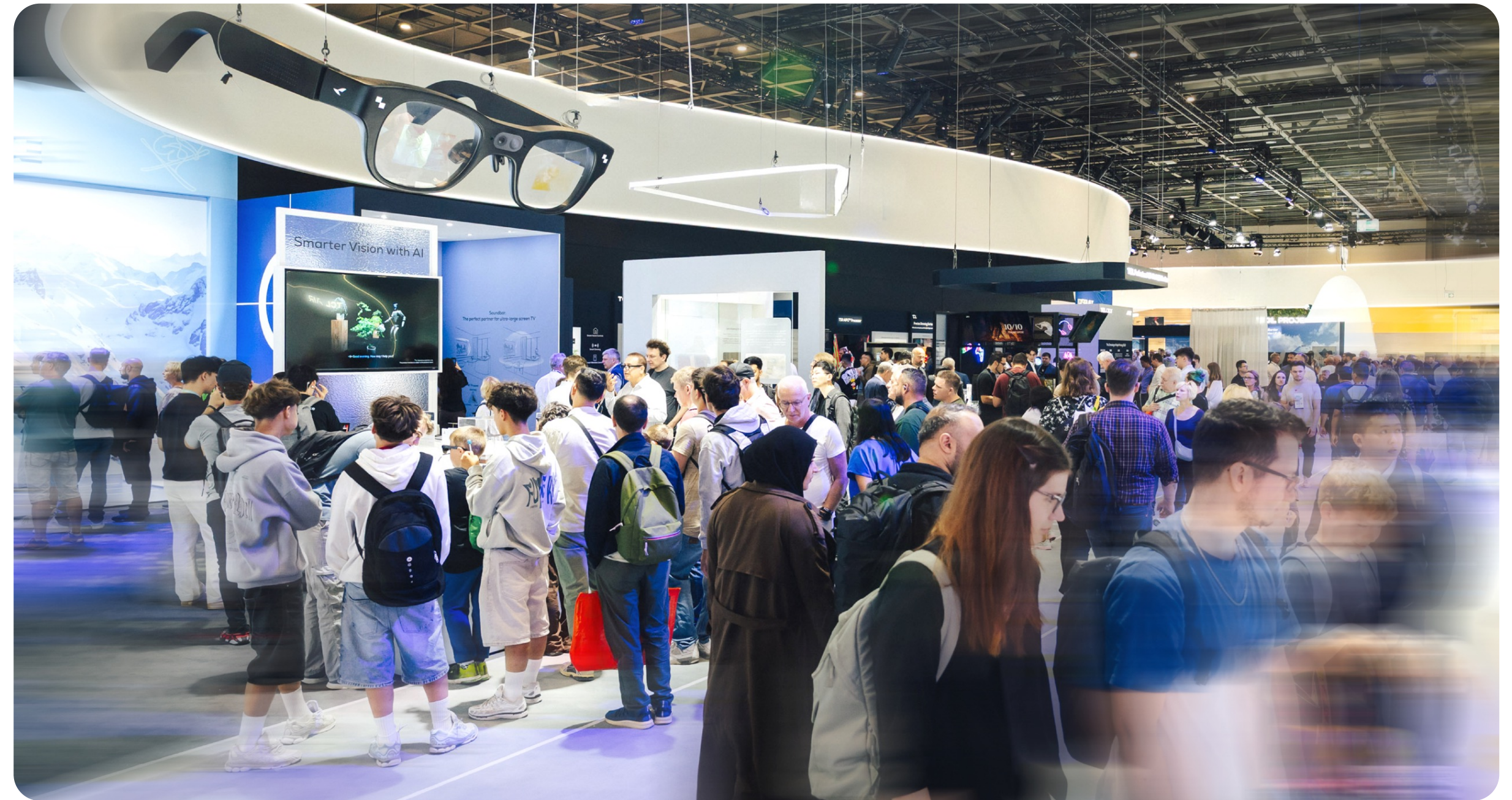
- **B2B与下一代**

60%专业观众+40%普通观众，48%的B2B访客年龄在40岁以下

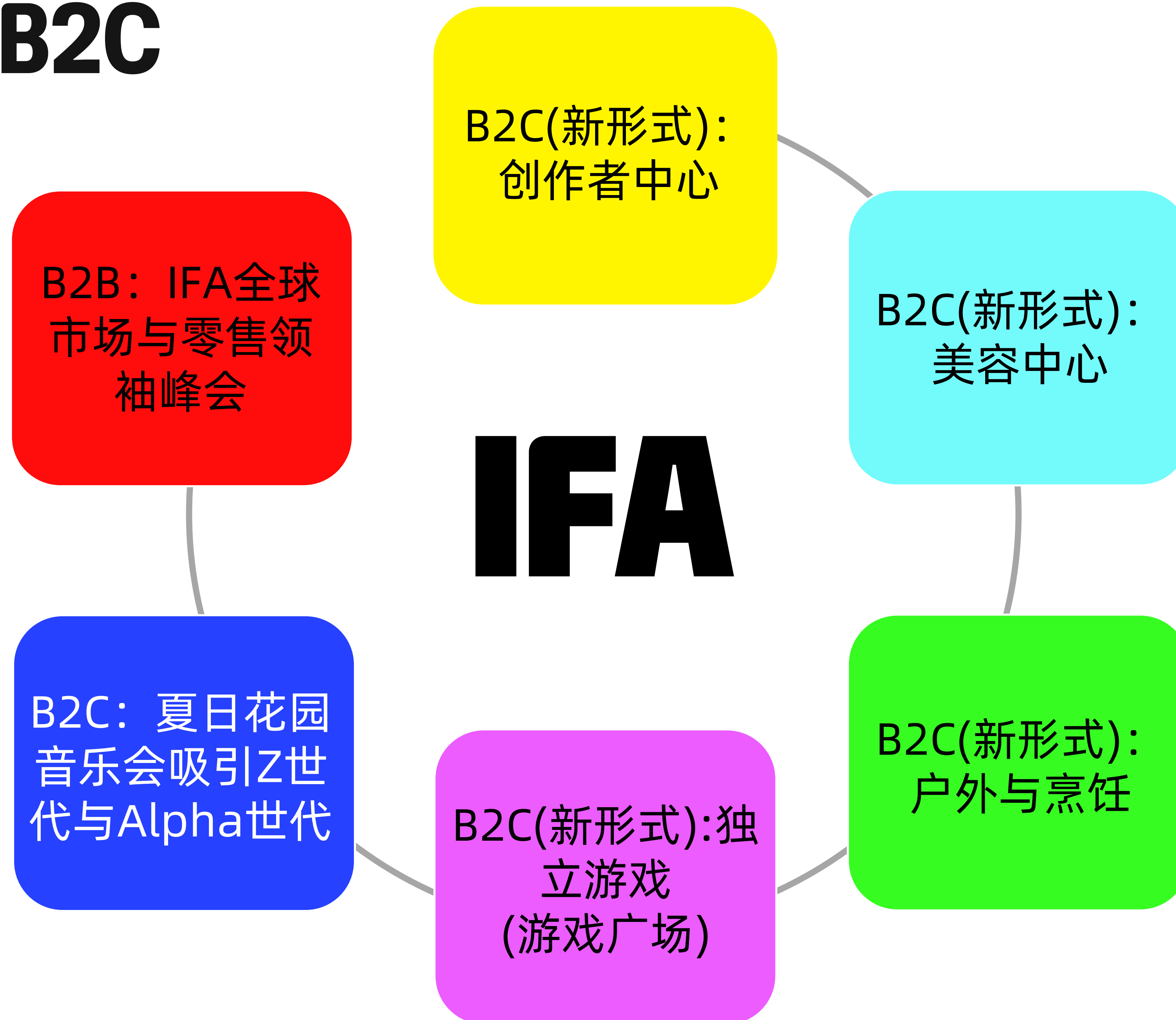
- **采购行为与国际化在变革市场**

AI支持的信息渠道（大语言模型）改变用户搜索行为

65%的B2B观众为国际零售商



B2B and B2C



全球零售商

按参与人数排出的全球零售商前10名

- ElectronicPartner
- Euronics
- Expert
- MediaMarktSaturn
- Telering
- 亚马逊
- EK Retail
- Power
- OTTO
- MEDIA EXPERT (Terg S.A.)
- 京东

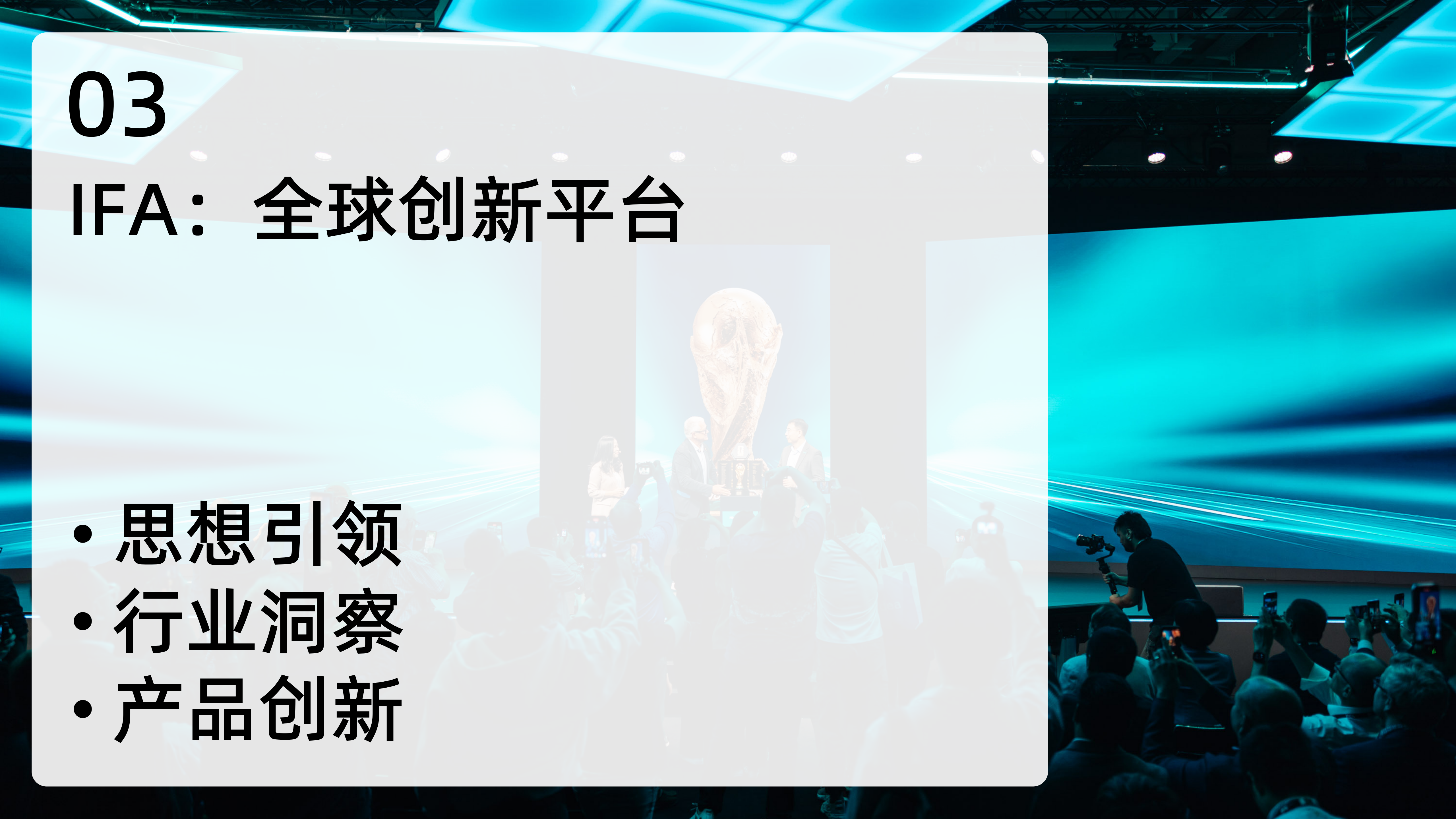
数据来源：IFA2025



03

IFA：全球创新平台

- 思想引领
- 行业洞察
- 产品创新



IFA: 全球创新平台

思想引领 · 行业洞察 · 产品创新

- 思想引领

270位嘉宾, 3个舞台, 125场专题会议
3份IFA权威文章

- 强势新品发布

产品与服务发布量同比提升32%

- IFA创新大奖

超500件作品
10个常规奖项类别
3个特别奖项



全新内容架构

五大核心板块，聚焦多元化与新观众群体

板块	人工智能世界与科技未来	零售与商业未来	营销与创意	文化与生活方式	智能与可持续生活
主题示例	<ul style="list-style-type: none">▪ 人类智能×人工智能▪ 机器人技术▪ 可穿戴设备▪ 量子计算▪ 空间计算▪ 前沿科技▪ 数据治理▪ 智能互联家居生态系统	<ul style="list-style-type: none">▪ 人工智能与智能零售▪ 客户行为▪ 数据与洞察▪ 全渠道▪ 社交电商▪ 线下/线上体验▪ 物流，交付与履约	<ul style="list-style-type: none">▪ 数字营销▪ 从创作到经济的创作者生态▪ 生成设计▪ 虚拟制作▪ 下一代品牌故事讲述	<ul style="list-style-type: none">▪ 娱乐▪ 游戏▪ 柏林文化▪ 多样性与包容性未来▪ 工作与生活平衡	<ul style="list-style-type: none">▪ 再生技术▪ 循环经济▪ 修复权▪ 可持续产品生态设计▪ 原材料▪ 供应链▪ 交付链
新目标观众群体	行业、零售、科技、工程、创新、研发	零售运营、营销、科技、物流、履约	创作者、品牌、网红、社交媒体领袖、应用程序、科技平台	媒体、创作者、博主、B2C、Z世代	科技、工程、创新、研发

04

IFA聚焦全球热点



内容与体验



IFA聚焦全球热点

提升网红与消费者活跃度

- **提升网红与消费者活跃度**

超1200名注册网红、品牌大使与重点合作伙伴

- **柏林文化融合活动**

展会前活跃度提升活动：重聚节 (Home Again Festival)、柏林骄傲 (Berlin Pride)、Fotografiska 影像艺术中心等

- **合作伙伴**

“从摇篮到摇篮” (Cradle to Cradle)、生活帮助 (Lebenshilfe)、NIQ、移动合作伙伴等

- **聚焦IFA精彩瞬间**

114个IFA精彩瞬间, 137万次曝光, 社交媒体覆盖同比增长1.140%

- **数字内容扩展与合作伙伴**

通过Webedia打造科技节目, 全平台观看量破百万

- **夏日花园音乐会**

*2025年吸引超20000名游客
音乐会全场售罄*

全球科技与耐用消费品

脆弱中的韧性

全球经济受人工智能预期驱动，同时暴露于多重风险之中。主要因素支撑市场增长，同时也带来了更多不确定性。

经济动力分化

- 全球增长保持韧性但呈现不均衡特征，2026年预计增长3.3%（较2025年10月预测上调0.2个百分点）。
- 通胀回归正常水平，速度因地区而异。

人工智能驱动的投资激增

- 人工智能相关投资激增，推动美/中GDP增长预期上修，但增长基础**狭窄脆弱**，需警惕人工智能生产力重估引发的投资回撤风险。



贸易政策与供应链风险

- 美中贸易休战及关税豁免等**缓解部分紧张局势**。
- 关税效应持续影响供应链。
- 地缘政治风险高位运行，重点关注中东、乌克兰及亚洲区域。

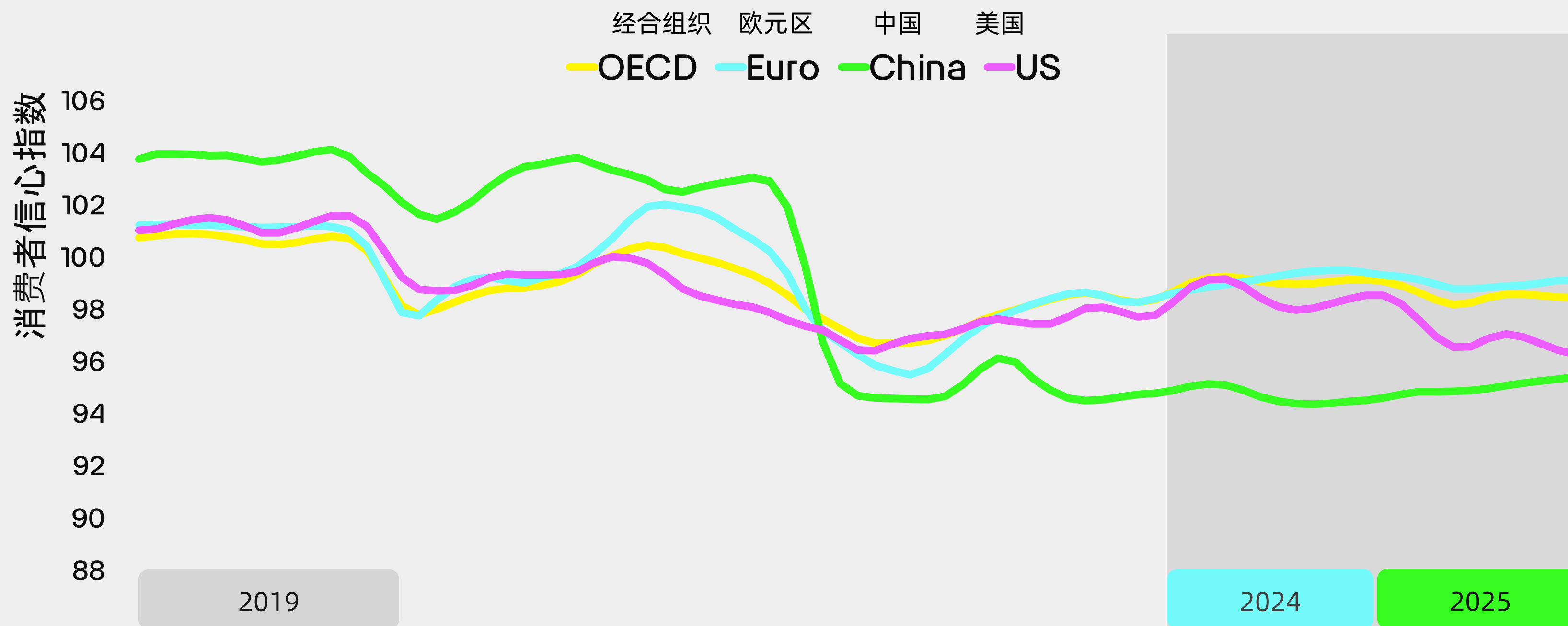
金融脆弱性升高

- 公共债务高增加流动性危机风险。
- 人工智能相关股票估值泡沫加剧金融脆弱性。
- 投资不足仍是系统性风险因素。

经合组织消费者信心指数

欧元区与中国消费者信心持续改善，美国2025年消费者信心降至新低

经合组织消费者信心指数：幅度调整* 2019年1月-2025年12月

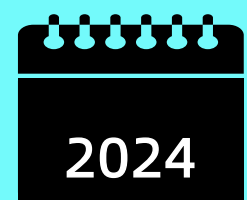


数据来源：2024经合组织消费者信心指数，访问日期2026年1月26日。*幅度调整：长期平均值=100，基于2015年12月至2025年12月数据。《全球科技及耐用消费品趋势报告》（2025年第四季度）：全球战略洞察。

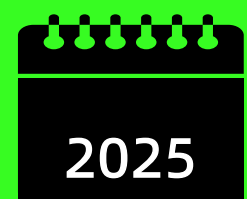
科技与耐用消费品的增长反弹

尽管销售量放缓，价值增长反弹至多年新高。消费者保持理性消费，中国以旧换新政策推动增长趋于平稳。

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）
2025年1月-2025年12月同比增长率（%）



2024
销售额 +2.2%
销量：2.6%



2025
销售额+4.8%
销量：0.5%

办公设备

-0.5%

信息技术

+8.4%

摄影设备

+9.6%

小型家电

+6.3%

消费电子产品

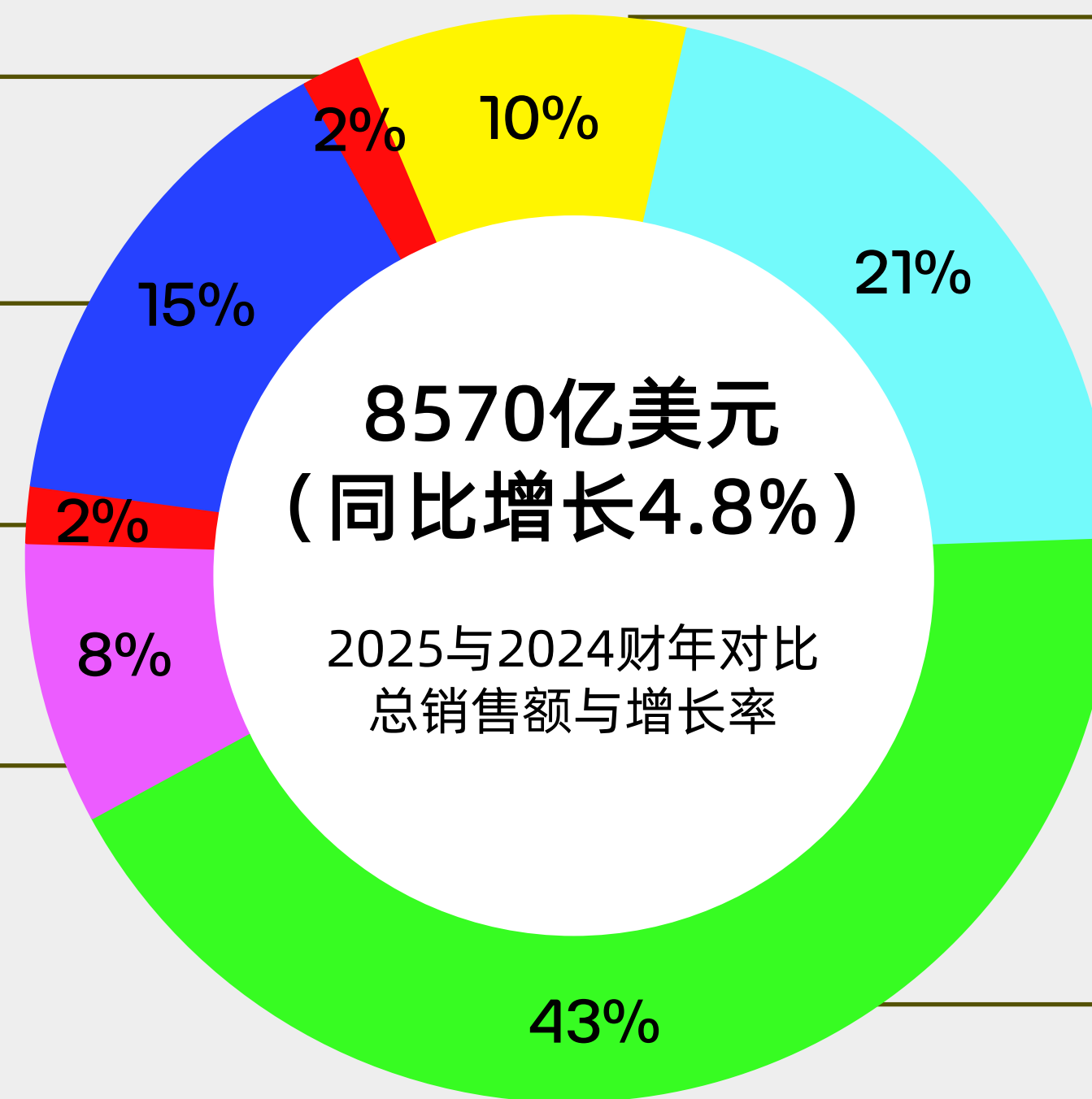
+0.2%

大家电（含空调）

+1.4%

通讯设备

+6.2%



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，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。

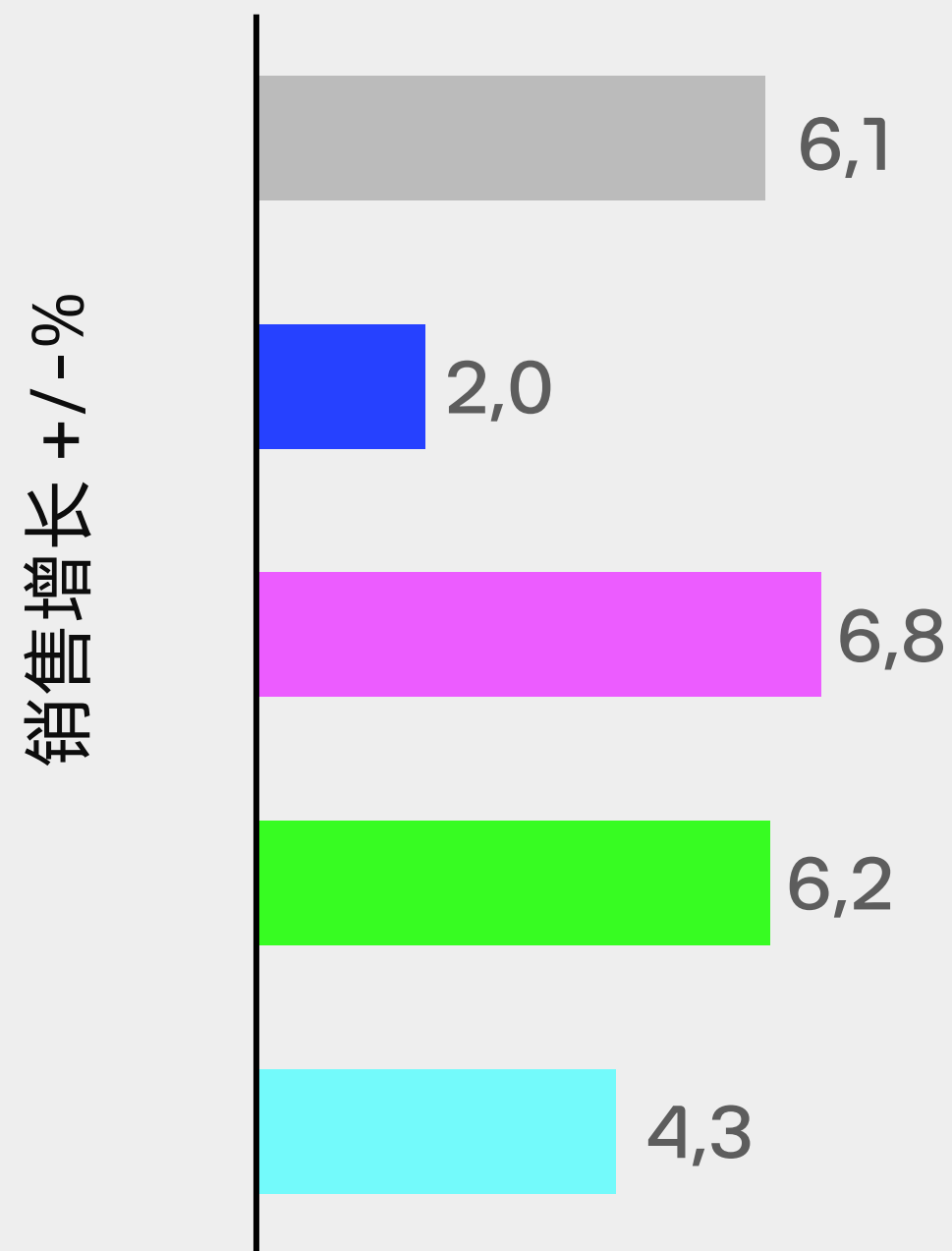
季度数据显示： 需求量增长放缓趋势明显

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）与销售量
2024至2025同比增长率（%）

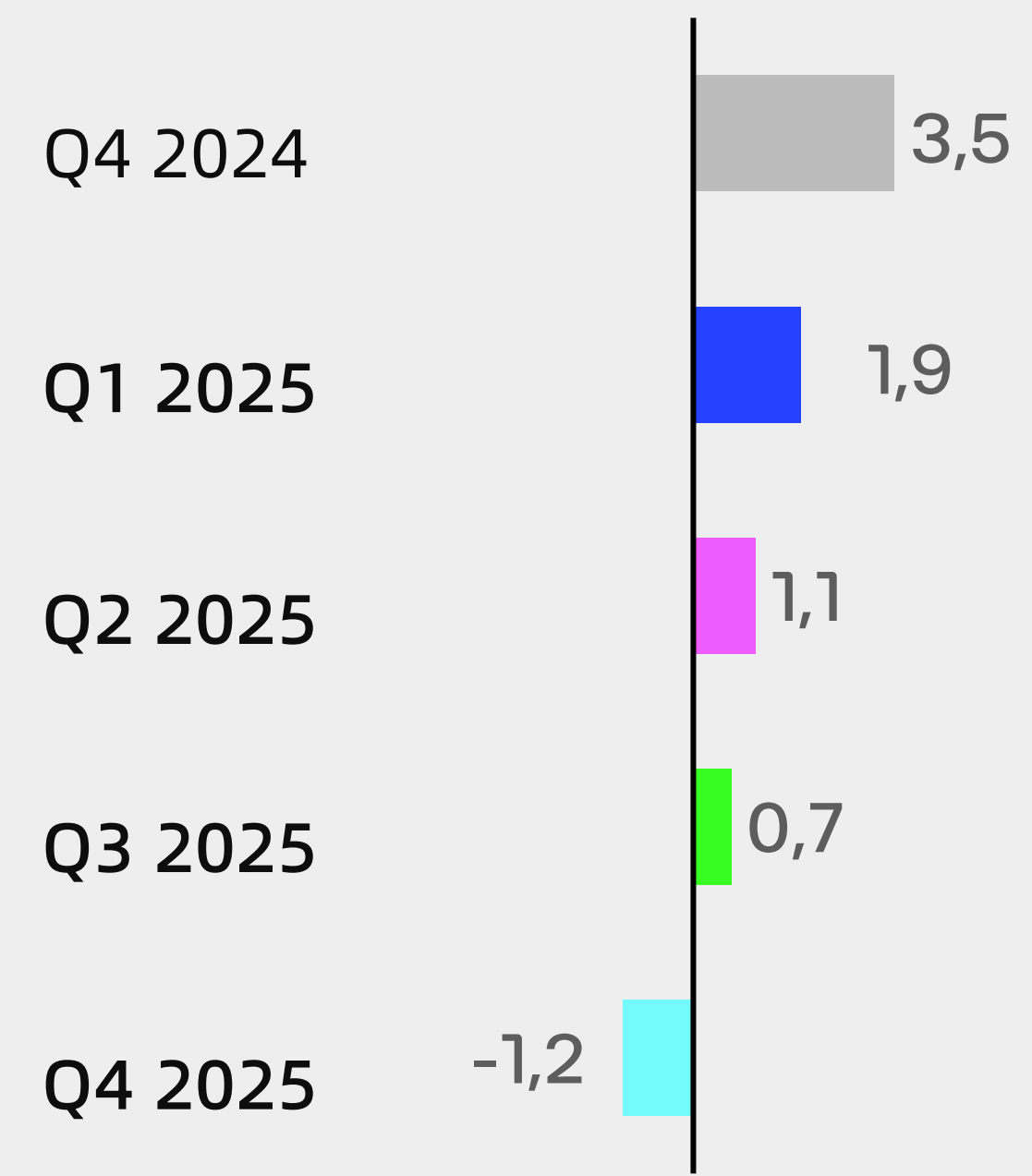
全球（不含北美）

2024：8180亿美元
2025：8570亿美元

销售额增长+/-%



销售量增长+/-%

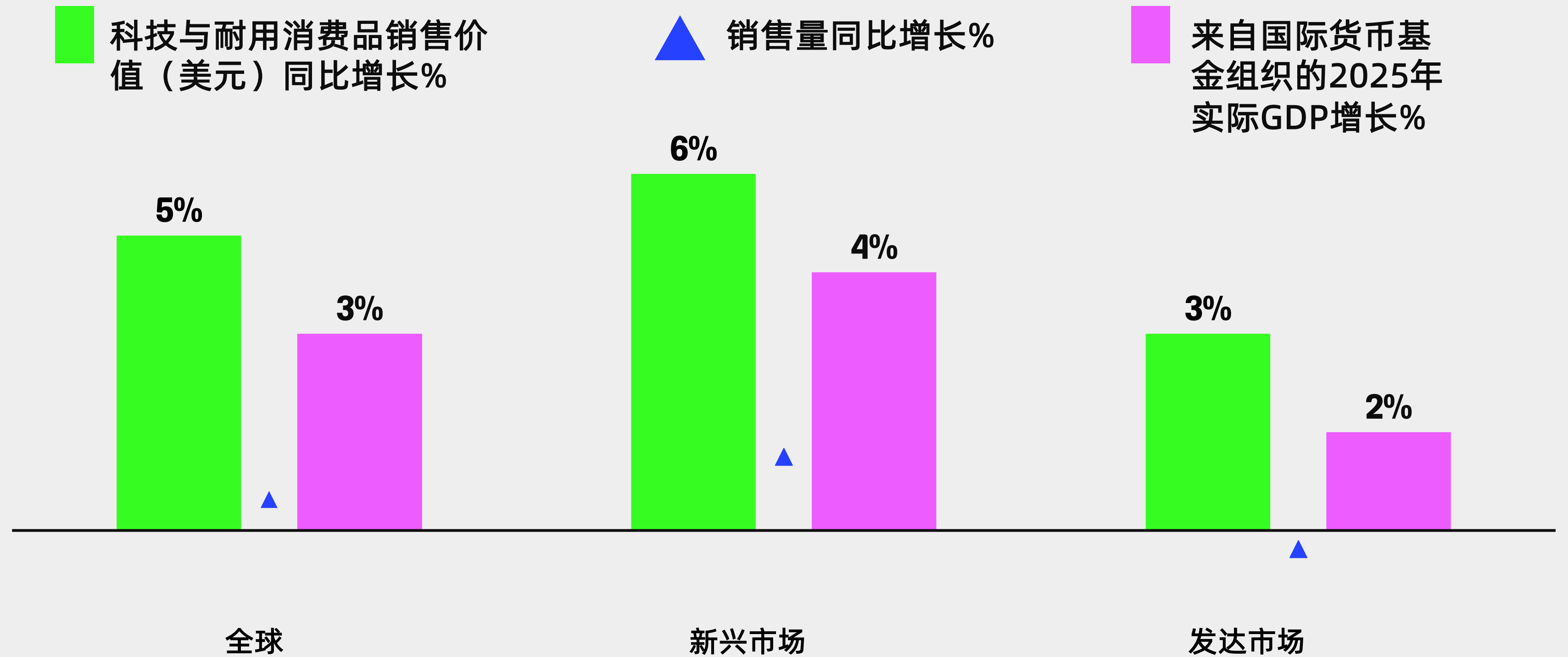


数据来源：NIQ全球市场追踪数据（不含北美和俄罗斯），销售增长情况对比。渠道覆盖零售。《全球科技及耐用消费品趋势报告》（2025年第四季度）：全球战略洞察。

新兴市场引领增长

销售额与销量增长反映经济增长模式，发达市场面临饱和，增长主要源于替换或升级需求，非市场渗透。

全球科技与耐用消费品销售数据
(不含北美和俄罗斯)
国际货币基金组织
2025年全年

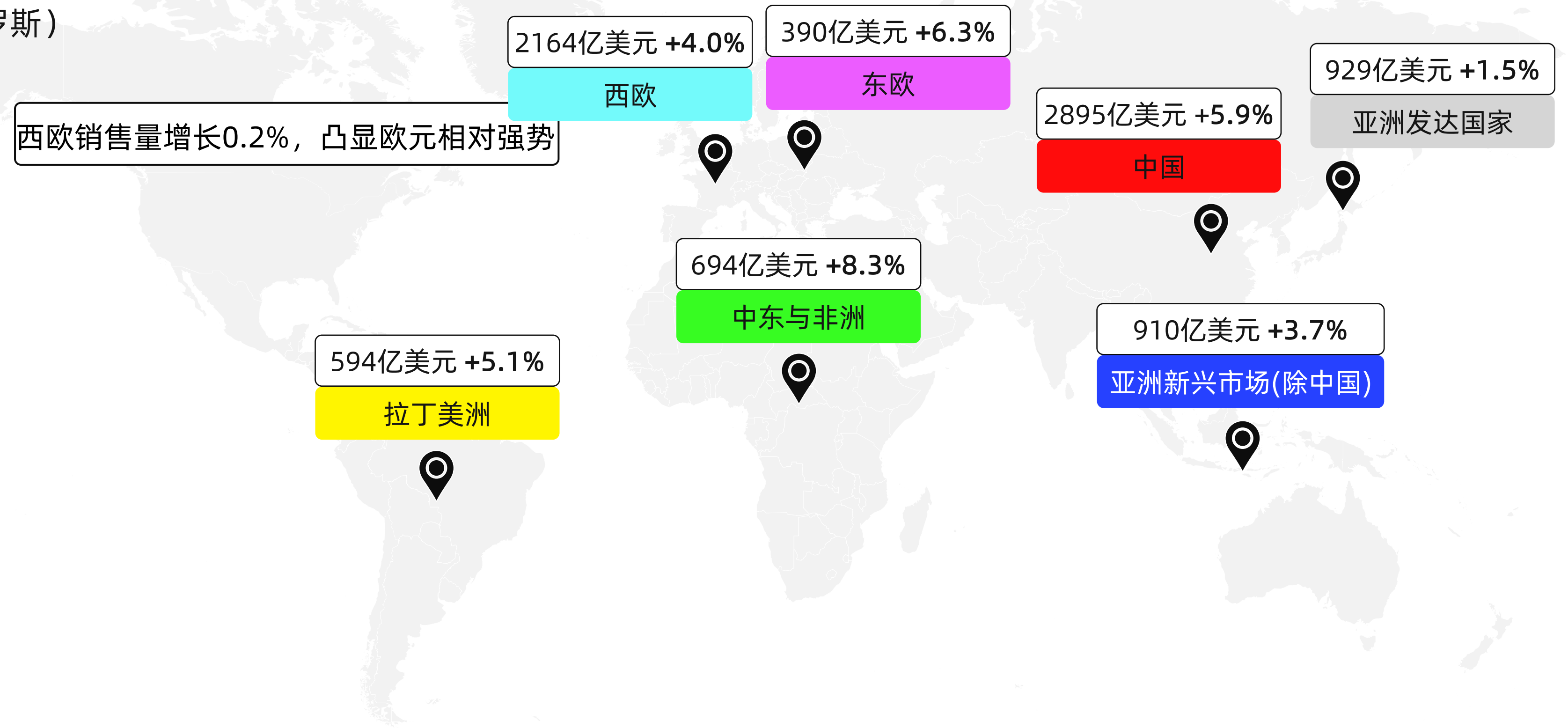


所有地区均实现价值增长，美元强势形成支撑

2024至2025年中国市场销量增长放缓，但国家补贴推动高端化效应，实现6%销售额增长

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12月同比增长率（%）

全球（不含北美）	
营业额	8580亿美元
增长率	+4.8%



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。《全球科技及耐用消费品趋势报告》（2025年第四季度）：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)

中国经济保持稳定

中美贸易紧张局势暂时缓解



+5.0%

2025年
GDP增长率

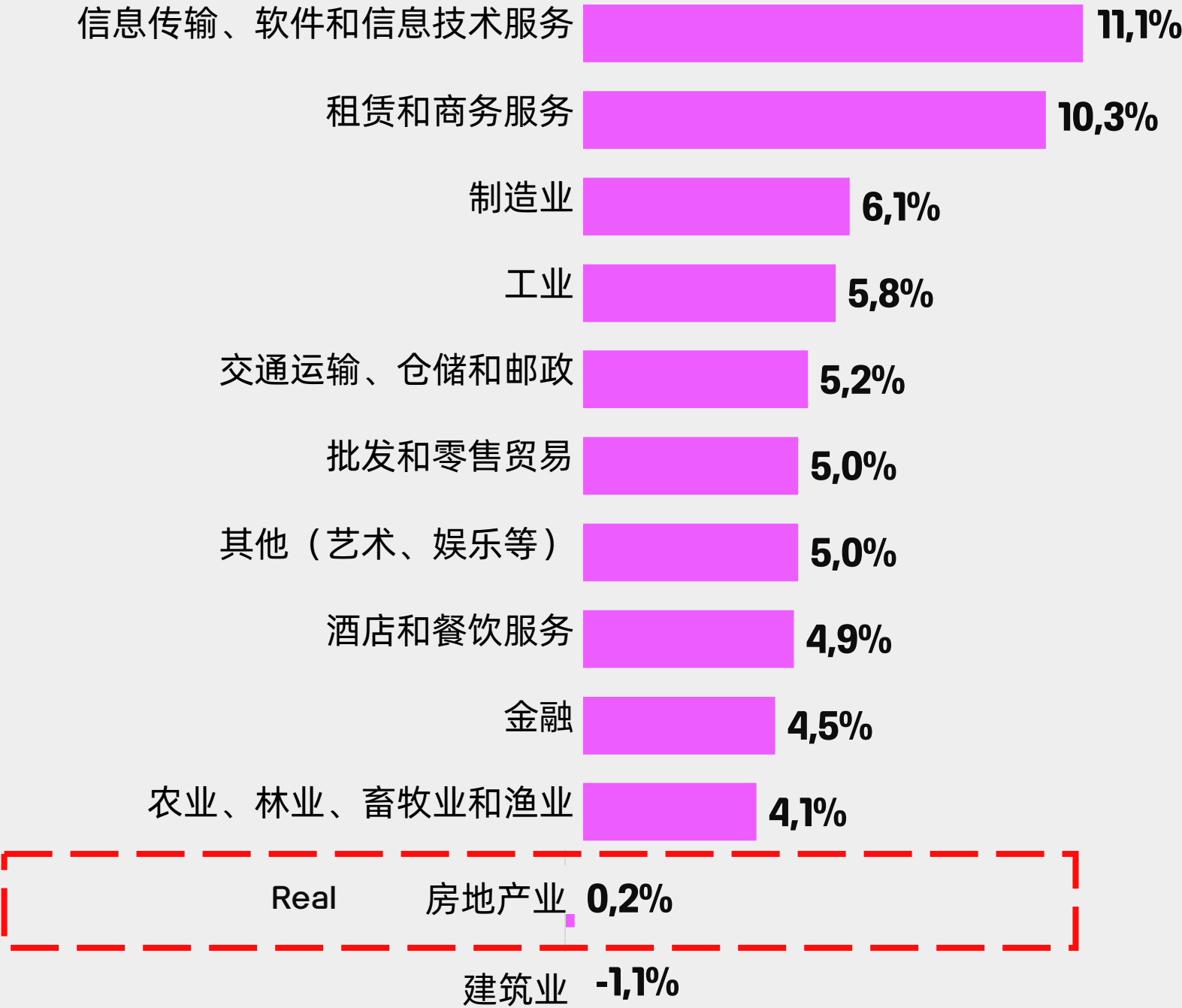
2025年第四季度同比增长4.5%



中美贸易

- 美国将从中国进口的芬太尼关税降至10%，暂停24%互惠关税至2026年11月10日。在暂停期间，目前10%的互惠关税将继续生效。
- 美国延长178种关键产品（如工业设备、太阳能电池、半导体）等的第301条关税豁免至2026年11月10日。
- 中国暂停24%互惠关税至2026年11月10日，保留10%互惠关税。

2025年各行业GDP增长率



数据来源：国家统计局

消费者保持谨慎

随着政策支持的减弱，消费面临挑战



16.5%

2025年12月
失业率（16-24岁）



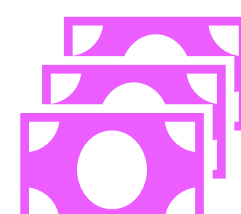
90.3%

2025年11月
消费者信心指数



+0.8%

2025年12月
消费者价格指数



+5%

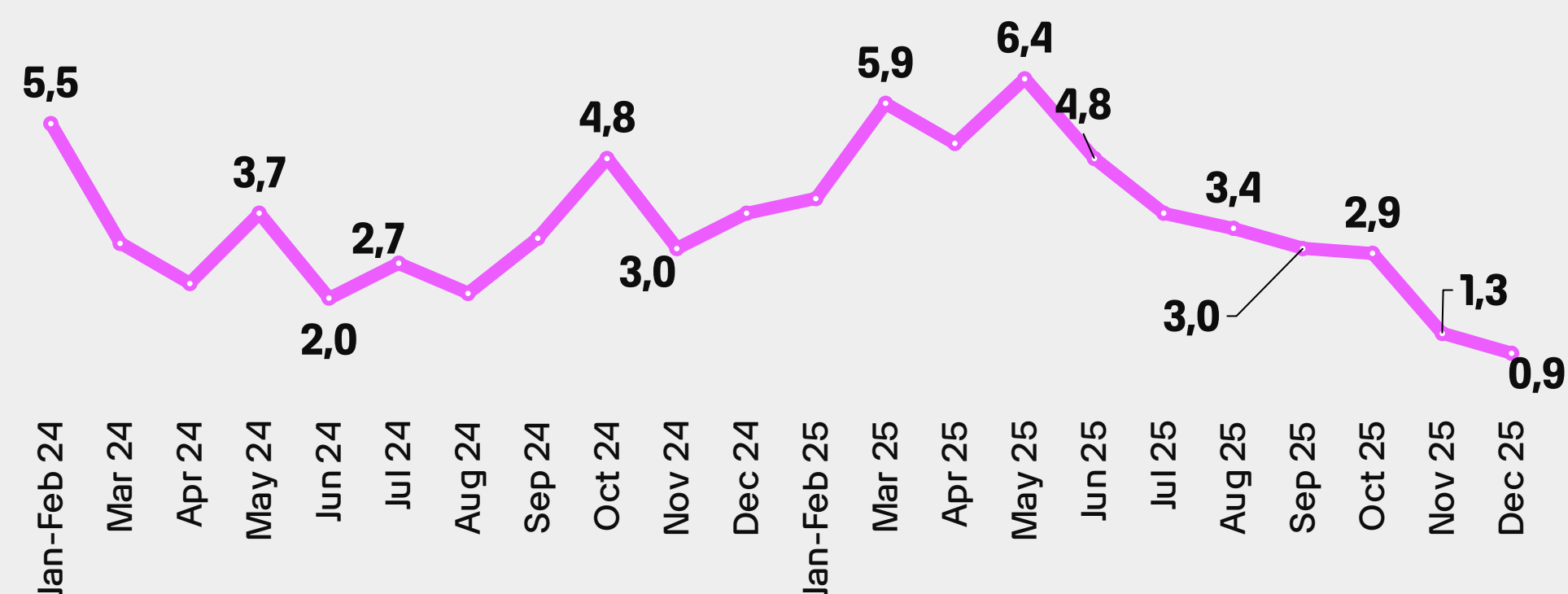
2025年
居民人均可支配收入



+3.7%

2025年
社会消费品零售总额

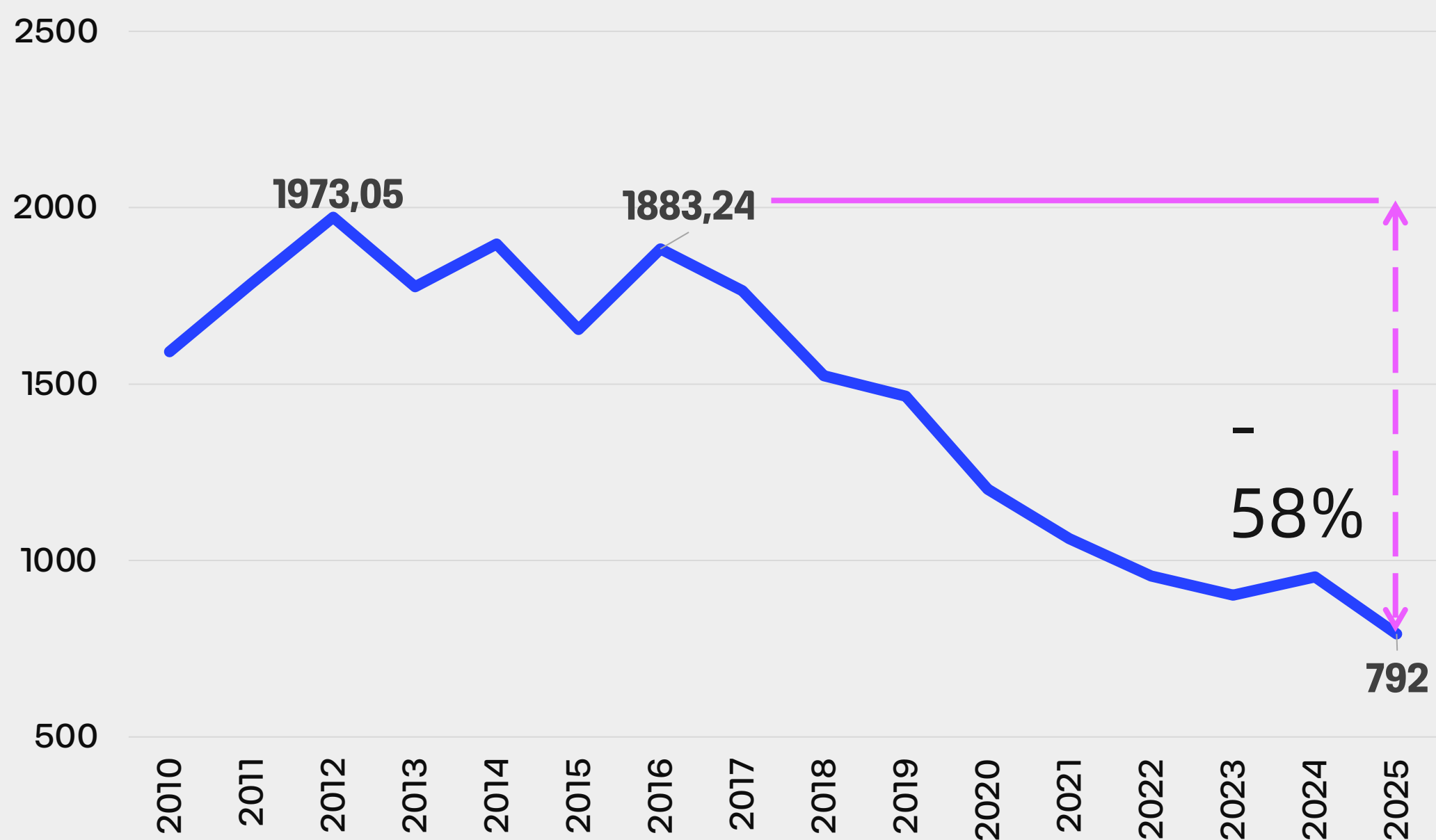
社会消费品零售总额增长率



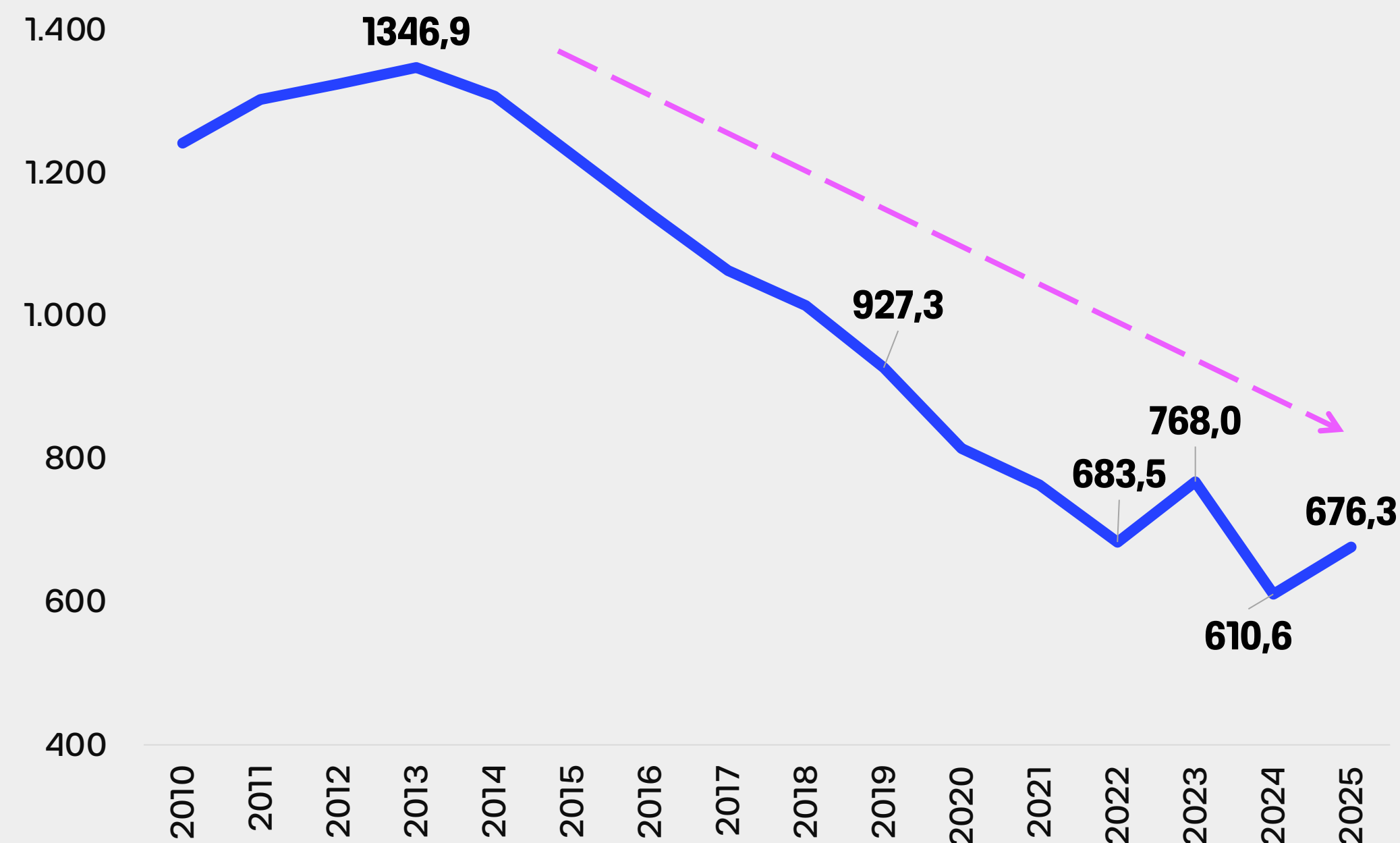
人口增长推动市场发展

家电市场主要由替换需求驱动，新需求逐年下降。

中国出生人口数量 (万人)



中国结婚登记人数 (万对)

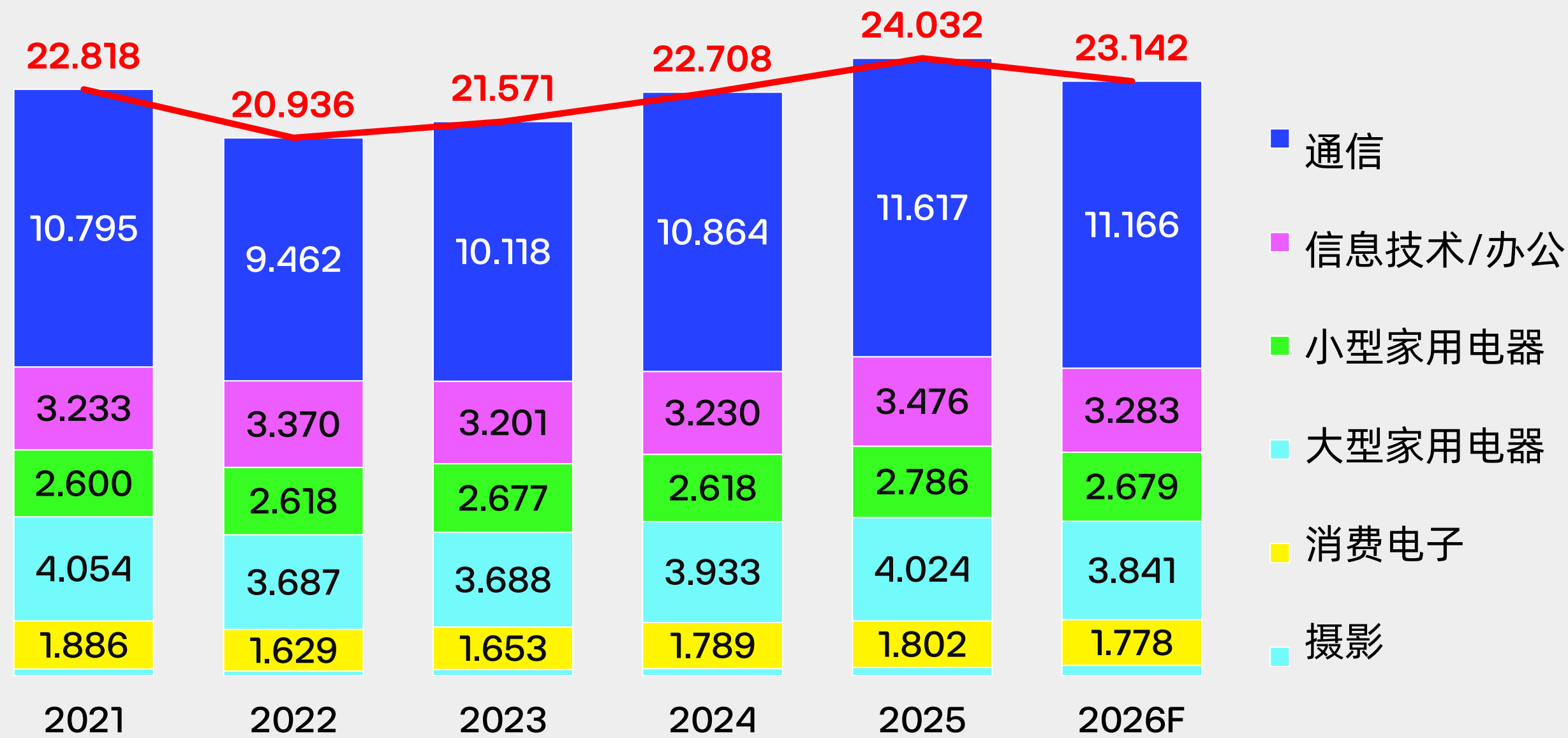


预计2026年中国TCG市场规模缩小

线上+线下

市场规模

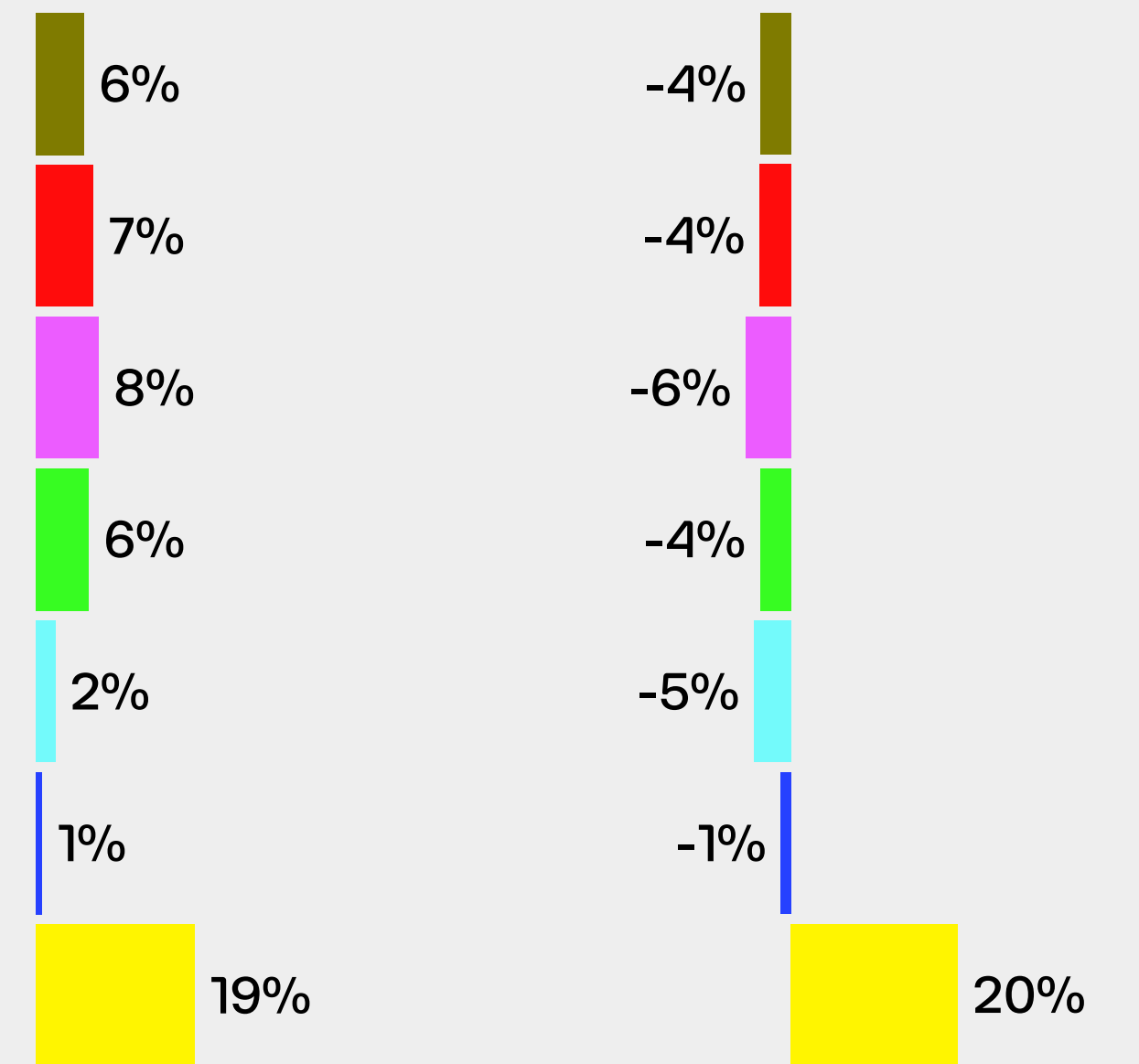
线上+线下
(人民币: 百万元)



销售额同比增长率 (%)

2025 VS. 2024

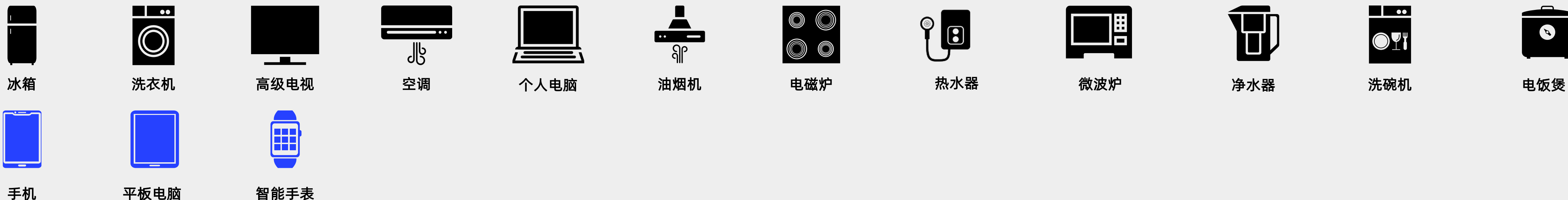
2026F VS. 2025



以旧换新政策2026年继续实施

与2025年相比，实施细节有所调整

2025年：12类家电+3类科技产品



2026年：6类家电+4类科技产品



2026年中国以旧换新政策变化

类别	对比维度	2025年政策	2026年政策
家电	范围	12类	6类
	能效/水效标准	一级、二级	仅一级
	补贴比例	一级20%，二级15%	15%
	补贴上限（每台）	每台≤2000元（空调最多3台）	每台≤1500元
	补贴限额	每类1台（空调最多3台）	每类1台
科技	范围	3类	4类
	补贴比例	低于6000元：补贴15%，每台最高500元（不变）	

展望2026

- **IFA本身**

作为营销与传播平台
配置高质量演讲嘉宾及专题论坛
持续优化官方网站与应用程序功能

- **国际化**

聚焦关键国际市场拓展
全球市场运营十周年

- **零售**

举办零售领袖峰会

- **展望与持续发展**

与柏林展览中心签署长期合作协议至2034年

- **新的目标受众**

覆盖分销、零售、生活方式、营销、游戏、物流等多领域

- **文化与城市融合**

联合柏林伙伴（Berlin Partner）与柏林旅游会议局（visitBerlin），开展IFA精彩瞬间、夏日花园音乐会、播客日、Fotografiska 影像艺术中心合作项目

- **包容性与可持续发展**

践行“从摇篮到摇篮”循环经济理念
携手生活帮助（Lebenshilfe）推动社会包容



IFA



展望2026

2026年独特亮点

柏林国际会议中心（ICC Berlin）
作为展会组成部分，开放一天。

IFA将史无前例地启用柏林国际会议
中心。

这一1979年建成、闭馆十年的保
护建筑，拥有1000英尺铝制外立
面，可容纳2万人，是冷战时期西
柏林的创新象征。



展望2026

- **创新无界**
聚焦各年龄段群体需求
- **夏日花园音乐会**
Luciano、BUNT已确认登台
- **IFA精彩瞬间**
打造品牌与消费者深度互动的平台，突破时空限制
- **360°传播策略**
整合播客、IFA精彩瞬间、新闻发布会、活动推广、新闻稿、全球参与活动及行业聚会



展区构成

人工智能：新基础设施



家庭娱乐



家用电器



智能家居



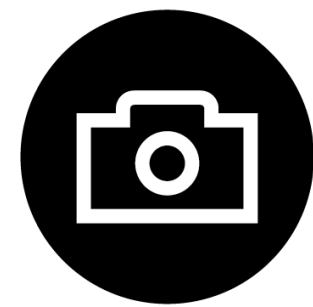
通信与连接设备



音频产品



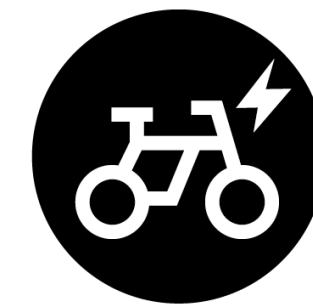
计算与游戏设备



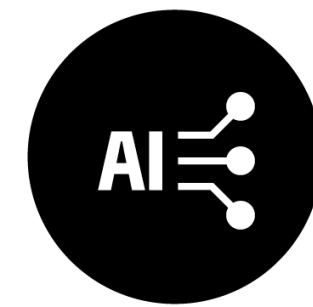
内容创作工具



美容科技与健康产品



智能出行



IFA Next

为何您选择我们？

IFA是创新产品走向市场的关键平台

媒体价值

- 获取新产品发布、演示及创新故事的第一手资料
- 可引用的高管趋势解读、市场变化分析及未来方向洞察
- 采访、视觉素材、展会瞬间等内容已就绪，可快速发布
- 通过人文视角展示科技融入日常生活的场景（家庭、设计、娱乐）

行业价值

- 品牌可通过IFA这一成熟平台发布创新产品并引领行业趋势
- 在关键决策时刻获得高曝光
- 衔接B2C消费者关注与B2B分销网络
- 提供零售商接入及商业交易促成场景
- 以欧洲为基地，辐射国际市场的全球化平台

IFA2025媒体反馈

会后向3200名媒体代表发送问卷

- 84%对IFA 2025总体满意（非常满意+满意）
- 89%认可IFA为面向未来的贸易展
- 59%对内容（主题演讲）非常满意+满意
- 95%计划参加IFA 2026



行业评价

ANKER
Innovations

“在我们看来，IFA2025取得了圆满成功。安克创新的大型展台人气高涨，期待2026年继续参展。”

安克创新西欧区总经理Gaspar Xie

Haier

“参与IFA2025是我们展示智能生活未来发展的重要机会，参与即意味着站在行业对话与发展的核心位置。”

海尔欧洲企业传播与可持续发展总监Karim Bruneo

euronics

“IFA2025融合高科技创新与清晰战略理念，人工智能现在几乎已成为各个领域的重要驱动力。作为欧洲领先的贸易企业，2026年我们还会再来。”

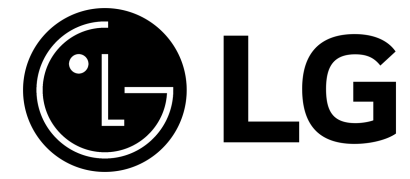
EURONICS Deutschland eG执行董事会发言人Benedict Kober

Hisense

“IFA2025再次向Hisense和Gorenje证明：可触可感的创新才真正令人激动。整场展会参与下来，我们认为零售伙伴需求强劲，媒体对接质量优质。”

海信Gorenje德国公司执行副总裁Sühel Semerci

行业评价



“IFA2025对我们来说是巨大的成功，它再次展示了将创新与个性化结合的重要性。”

LG电子德国区首席执行官Steve Shin

Panasonic

“IFA2025令人印象深刻，表明这场百年庆典不是结束而是新时代的开始，对松下而言展会取得了圆满成功。”

松下欧洲DACH区销售总经理Philipp Maurer



“IFA2025取得了圆满成功，来自专业观众、媒体和合作伙伴的积极反馈验证了我们的战略决策。”

美的欧洲区总经理Ralph Kobsik

REMINGTON

“通过全新AIRvive系列美发造型产品的首发，我们为产品线增添了又一创新套装。众多专业观众的深入交流与反馈，这在IFA这样的大型展会上才得以实现，充分证明我们的产品与时代发展同步。”

雷明顿总经理Jon Arvidsson

行业评价



Russell Hobbs

“IFA再次向我们证明了它作为贸易展的核心价值，在直接对话零售商、展示家电优势方面具有不可替代的重要性，这正是IFA对我们至关重要的根本原因。”

领豪德国有限公司总经理Jon Arvidsson

SHARP

“本次展会是思想交流、创新展示及与核心客户、媒体伙伴面对面沟通的完美舞台，我们已满怀期待筹备2026年再次参展。”

夏普欧洲区副总裁Sascha Lange

SAMSUNG

“作为具有国际影响力的科技创新领先展会，IFA始终是我们日程中的关键节点，现场内容创作者数量持续增长，这场展会的成功可见一斑。”

三星电子营销副总裁Mario Winter



“IFA 2025在各方面均超出预期，观众与媒体对我们新发布的VisionMaster Max产品反响热烈，验证了展会的卓越效果。”

Valerion & AWOL
Vision首席执行官Andy Zhao



YAMAHA

“IFA始终是结识新朋友的绝佳平台，来自欧洲各地的合作伙伴及重要媒体代表均出席了本次展会，我们相信这将为整个行业带来积极影响。”

雅马哈乐器音响欧洲德国/奥地利区销售与市场经理Mathias Krause

新闻资料



让我们相约下一届IFA： 2026年9月4日至8日

IFA管理公司首席执行官Leif Lindner

l.lindner@ifa-management.com



张莉

亚洲数据集团联席总裁

欧洲数据集团全球副总裁



媒体问答



IFA Innovation
For All

**走进IFA
未来已来**