



Consumer
Technology
Association

CISION[®]
Insights

2023年国际消费电子展媒体报告

CES 2023 Media Trends

2023年1月

CES 2023媒体报道摘要

CES线下展会回归，全球媒体关注度提高



2023年CES线下展会引发了全球市场的高度媒体关注（相较2022年增加16%），来自173个国家的3200多家参展商和近5000家注册媒体参会。现场记者和用户体验带来了更高的社交媒体参与度（相较2022年增加51%）。此外，国际媒体对CES 2023的报道量处于三年来的高位，占报道总量的61%，分别较2022年和2021年增加9个和15个百分点。

智能家居品牌持续跑赢，Samsung和LG独占鳌头



智能家居配件和软件在后疫情时代继续发挥着关键作用，在CES展会上依然是最热门趋势点。记者们指出，智能家居配件有望提升家居安全、能源管理和清洁效率，此外，他们还一致认为，对确保与Amazon、Google、Apple或Samsung等设备兼容的Matter连接联盟来说，此次展会堪称巨大的成功。

汽车和科技行业之间的界限变得模糊，移动性成为焦点



汽车品牌是此次展会的主流参展商，Sony和Honda发布了新的汽车品牌Afeela，BMW展示了其高科技概念车 I Vision Dee，Volkswagen则决定在CES上发布其新车型 ID.7。不仅这些汽车原始设备制造商成功发布了新品，Samsung和Google也因专注于车内体验技术而引发了关注。

可持续性成为各大品牌的首要任务；科技“人性化”无处不在



各公司在主题演讲中通常以可持续性为主导（例如，Samsung和Patagonia的合作；John Deere的播种机器人）。不少品牌（Sony、Bosch、BMW）都强调了可重复使用性，以及如何通过循环生态系统和可持续性来降低能耗，进而提高效率。此外，品牌还试图利用科技推动人际关系和无障碍性等概念，消除对基于机器、毫无新意的未来的刻板印象。



地点	内华达州温彻斯特
场地	拉斯维加斯会展中心
类别	消费电子
时间	2023年1月3日至9日
网站	CES.TECH

2023年 (vs. 2022年)

参会者	115,000	+115%
参展商	3,200	+39%
新闻稿*	487	+21%

CES 2023的主要经验



CES 2023展会证明，线下活动在后疫情时代依然具有同样重要的意义

今年展会的媒体报道量是2021年CES线上展会的2.5倍，回到疫情前的高位。随着国际报道量的大幅增加和社交媒体参与度的提高，CES展会依然是各品牌发布重要声明和触及全球广泛受众的绝佳平台。



内容才是王道！事实证明，在吸引注意力方面，技术/产品比展示形式更为重要

在提高媒体和消费者兴趣方面，赞助一场主题演讲既非必要，也不是保证。如CNET的专题指南所述，如果所展示的技术、产品或创新是全新的、可触摸、可以解决问题并且/或是具有视觉吸引力，常规的新闻发布会、仅限邀请的活动或其他单独的活动也会引起关注。



各品牌可以更好地利用展前宣传机会，从更高的媒体关注度中获益

CES展会的大部分报道依然集中在展会举办期间，但由于新闻密度的原因，在媒体关注度方面竞争激烈。各品牌可以考虑利用展会举办前的几天来启动宣传活动，这些活动很有可能会吸引媒体的高度关注。

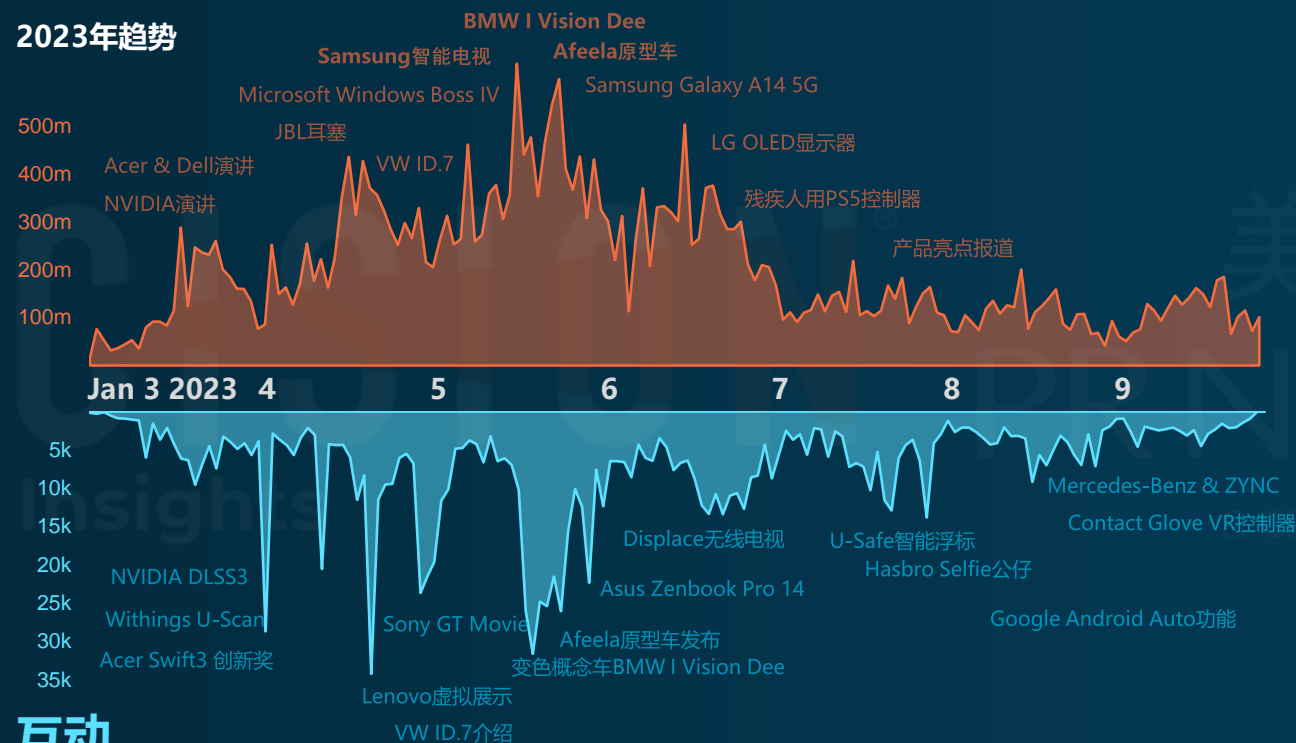
媒体可见度趋势

与CES 2022相比，今年展会的可见度和社交媒体互动量都有所提高，汽车品牌的表现又更上一层楼，小品牌则通过推出配件新品收获了更多互动。

媒体可见度

[总覆盖率 | 传统媒体 & 社交媒体]

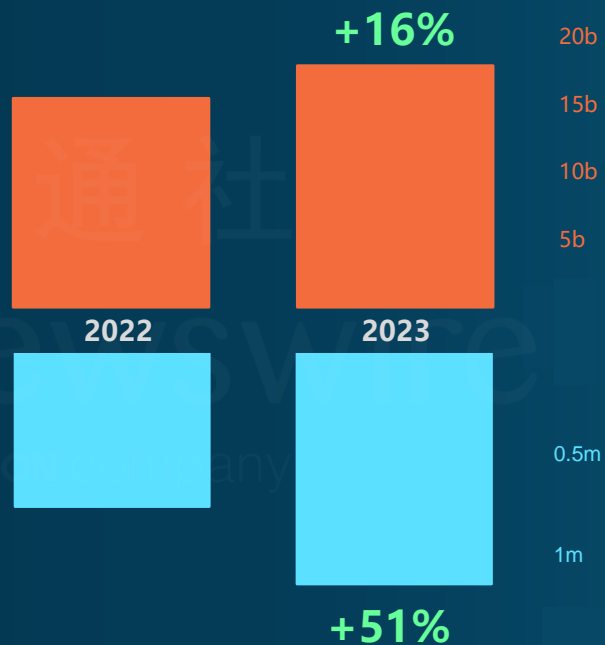
2023年趋势



互动

[社交媒体]

同比趋势



市场
全球

时间
2023年1月3日至9日
2022年1月3日至9日

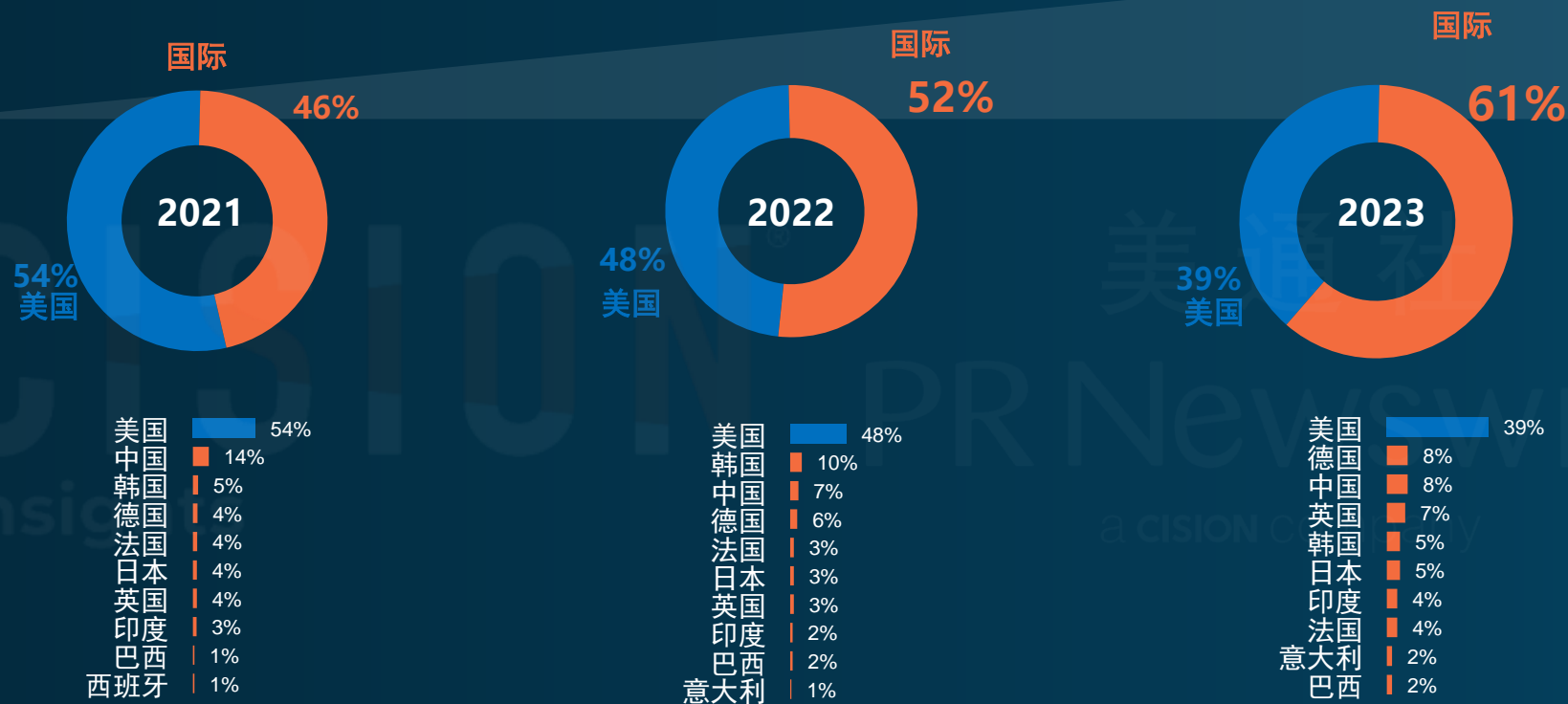
数据
总覆盖率
互动 (转发、分享、赞、Reddit评分)

传统媒体
网络、博客、报刊杂志、电视、广播

社交媒体
Twitter、YouTube、Instagram、Reddit、Tumblr

美国媒体与国际媒体关注度的对比

媒体可见度继续朝着更加国际化的方向发展。



市场
全球

时间

2023年1月3日至9日
2022年1月3日至9日
2021年1月9日至15日

数据

按总覆盖率加权的声
份额 (SoV)

传统媒体

CES报道中对热门品牌
或产品的重点提及 (头
条或频繁提及)

社交媒体

基于关注者人数
的覆盖率

备受媒体重视的热门话题

在本届CES展会上，智能家居品牌的表现比移动品牌略胜一筹，而传统汽车原始设备制造商和科技公司之间的界限也开始变得模糊。

热门主题

这些领域受到关注

智能家居	31%	+2.4pp.	Matter兼容设备、“智能社会” (Smart Society)和配件有望提升安全性、能源管理和清洁效率。
移动性	30%	+1.2pp.	汽车生活空间，OTA更新，ADAS和自动驾驶
人工智能和机器人技术	27%	+6.9pp.	日常智能设备（如LG的智能搅拌机、Ecoflow Blade），智能交通（NVIDIA DRIVE），健康领域（Mimesis Labs）
家庭娱乐	24%	+2.8pp.	无线电视（LG）以及可折叠屏幕（Samsung）
游戏	19%	-2.5pp.	新款游戏笔记本电脑（ASUS、Lenovo），OLED显示器，3D打印配件，以及车载游戏
连接、5G和物联网	14%	-2.6pp.	Matter，Razer的Edge 5G手持设备，Qualcomm基于卫星的安卓智能手机连接
扩展现实和元宇宙	13%	-1.3pp.	被视为新经济机会的基础；新的培训和会议方法，分离式AR眼镜，以及触觉技术
音频	12%	-2.7pp.	沉浸式声音体验—Dirac和BES在耳机声音优化方面的合作，Mercedes-Benz为Maybach安装的杜比全景声
可持续性	11%	+0.8pp.	能源管理和循环经济基础设施—John Deere传感器驱动的机器人技术“ExactShot”，Samsung与Patagonia合作减少供水中的微塑料
数字健康	10%	+3.1pp.	家庭健康监测和基于健康数据收集的定制产品，例如，脑电波（Isync Waves头盔），心率（Casana的心脏座椅）

市场
全球

时间
2023年1月3日至9日

数据
按总覆盖率加权的声量份额（SoV）；英语

传统媒体
CES报道中对主题的重点提及（头条或频繁提及）

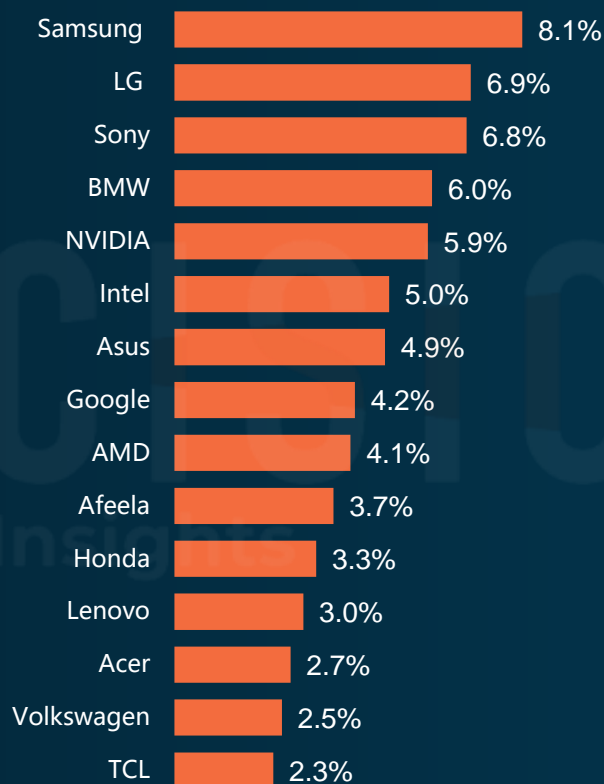
社交媒体
基于关注者人数的覆盖率

+ / -
与CES 2022相比

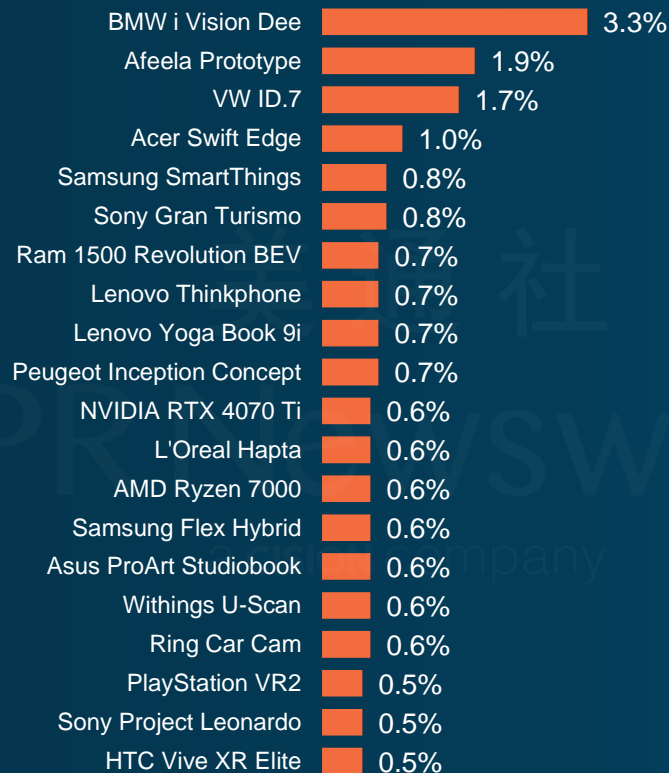
热门品牌和产品

科技继续主导品牌排名。得益于具有强烈视觉吸引力的活动的举办，新车发布引领产品讨论。

热门品牌



热门产品



市场
全球

时间
2023年1月3日至9日

数据
按总覆盖率加权的
声音份额 (SoV)

传统媒体
CES报道中对热门品牌
或产品的重点提及
(头条或频繁提及)

社交媒体
基于关注者人数
的覆盖率

展前传播的重要性

整体来看，参展商进行品牌传播的时间大都集中在CES期间（展中）。只有LG、Lenovo和TCL等少数品牌成功利用竞争不太激烈的展前阶段，获得了极高的（媒体）关注度。

展前 VS. 展中



热门品牌

参展传播的时间策略

品牌	热门品牌		总计	参展传播的时间策略	
	展前	展中		展前	展中
Samsung	1.3%	8.1%	9.4%	13%	87%
LG	1.9%	6.9%	8.8%	21%	79%
Sony	1.2%	6.8%	8.0%	16%	84%
BMW	0.6%	6.0%	6.6%	9%	91%
NVIDIA	0.2%	6.2%	6.4%	7%	93%
Asus	0.6%	5.0%	5.6%	15%	85%
Intel	0.6%	4.9%	5.5%	8%	92%
Google	0.6%	4.2%	4.8%	11%	89%
AMD	0.6%	4.2%	4.8%	14%	86%
Lenovo	1.1%	3.0%	4.1%	28%	72%
Afeela	0%	3.7%	3.7%	0%	100%
Honda	0.6%	3.0%	3.6%	8%	92%
TCL	1.2%	2.3%	3.5%	32%	68%
Volkswagen	0.6%	2.4%	3.0%	15%	85%
Acer	0.6%	2.4%	3.0%	11%	89%

市场
全球

时间
2022年12月1日-
2023年1月3日至9日

数据
按总覆盖率加权的声
份额 (SoV)

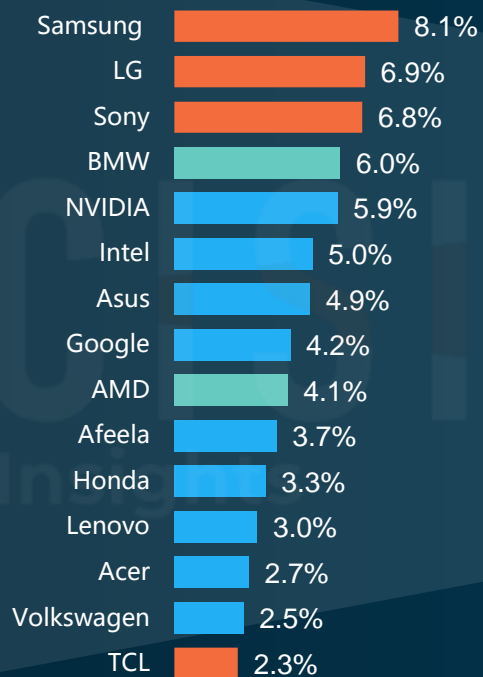
传统媒体
CES报道中对热门品牌
或产品的重点提及 (头
条或频繁提及)

社交媒体
基于关注者人数的
覆盖率

媒体日策略

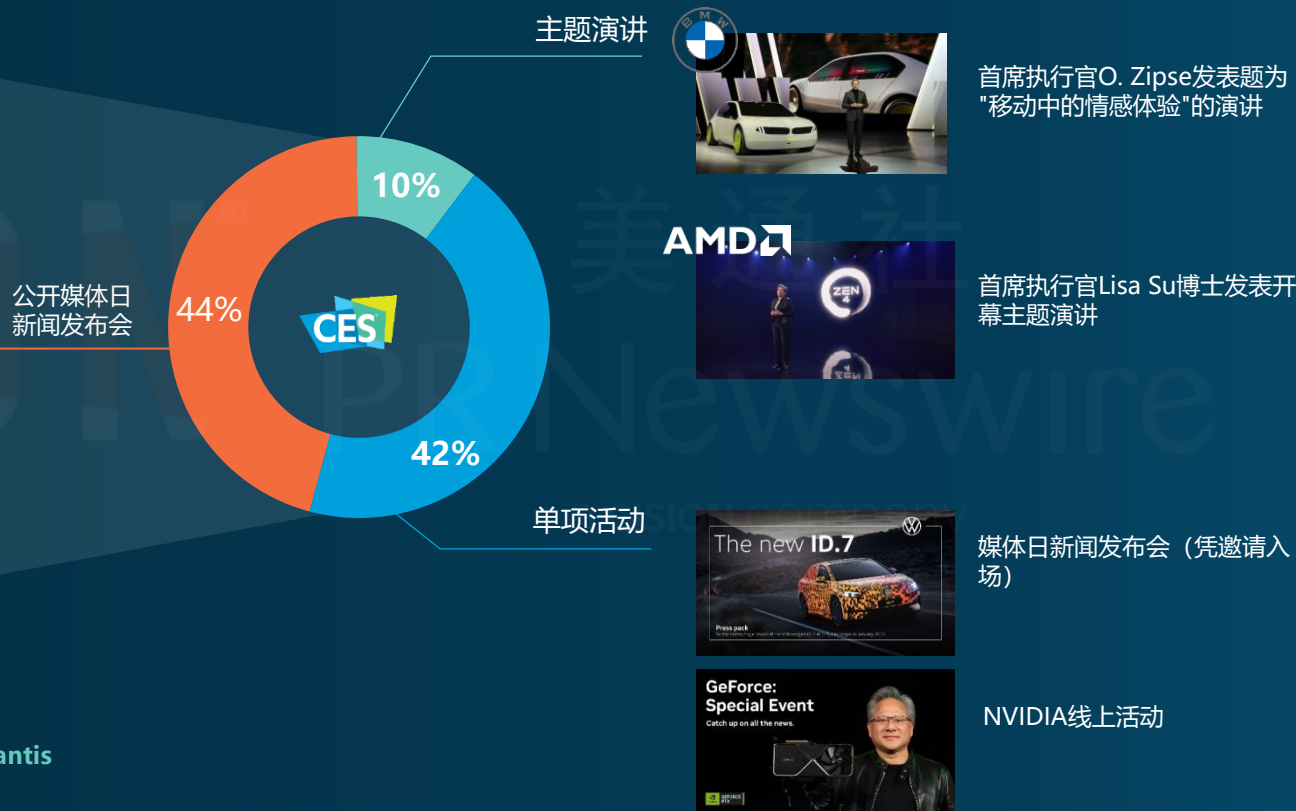
可见度最高的三个品牌在展会的媒体日举办了新闻发布会。虽然BMW的主题演讲很成功，但此策略并不一定能保证该品牌获得最高的媒体可见度。

热门品牌



主题演讲未进入前15名的品牌: John Deere、Delta、Stellantis

活动策略



市场
全球

时间
2023年1月3日至9日

数据
按总覆盖率加权的声
音份额 (SoV)

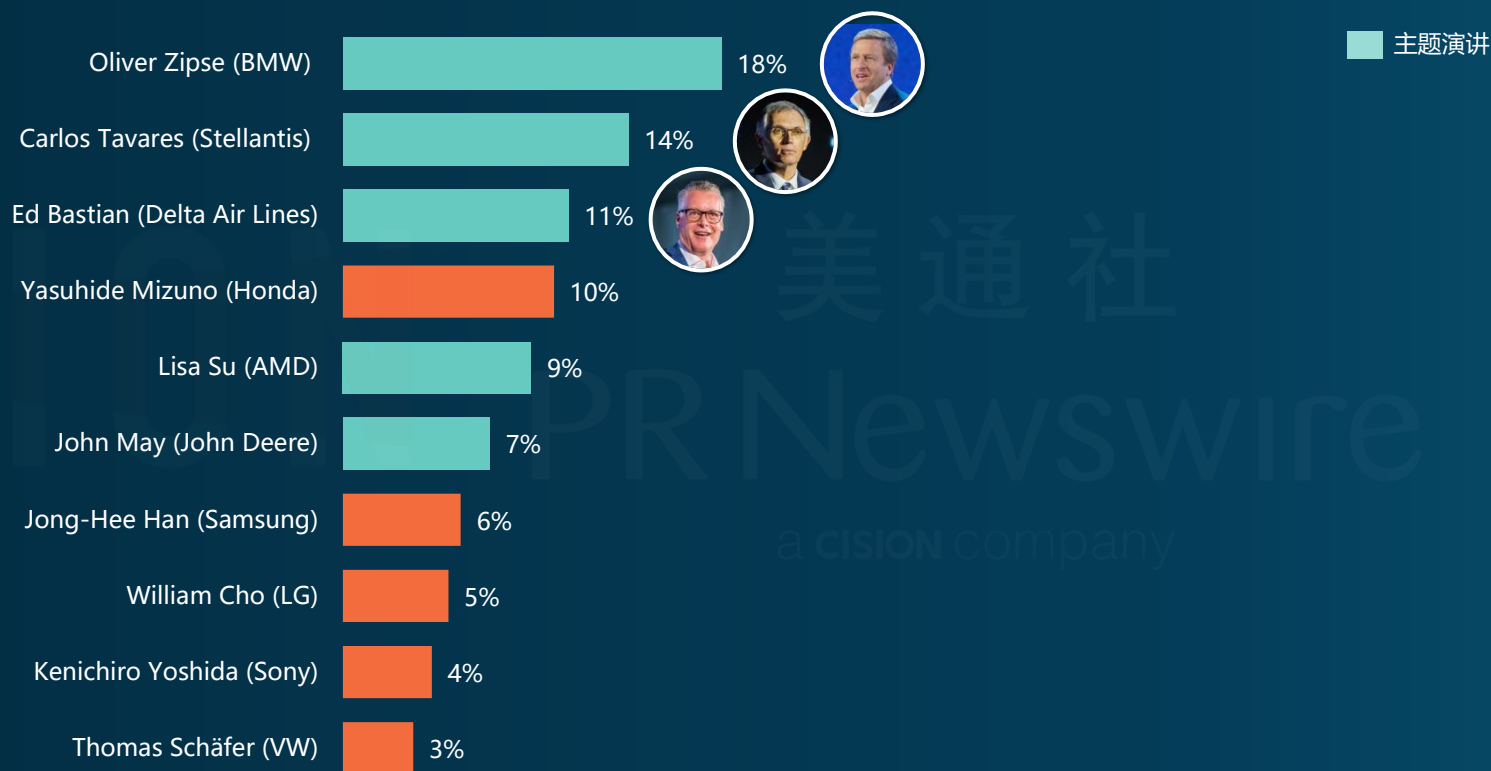
传统媒体
CES报道中对热门品
牌或产品的重点提及
(头条或频繁提及)

社交媒体
基于关注者人数的覆
盖率

顶尖演讲者

主题演讲可大幅提高顶尖演讲者的可见度。首席执行官Zipse、Tavares和Bastian都强调了其各自公司的技术愿景，同时也谈到了全球经济背景。

十位顶尖演讲者



100% = 关于2023年CES展会演讲者的所有报道

市场
全球

时间
2023年1月3日至9日

数据
按总覆盖率加权的声
音份额 (SoV)

传统媒体
CES报道中的重点提
及 (头条或频繁提及)

社交媒体
基于关注者人数
的覆盖率



Consumer
Technology
Association

CISION[®]
Insights

CES 2023媒体报告

谢谢!

如果您想了解更多关于出海传播方面的知识或工具，请联系美通社：
marketing@prnasia.com



欢迎扫码咨询!



欢迎关注我们
了解更多企业传播知识

Copyright © 2023 Cision Ltd. All Rights Reserved

版权声明：如需转载或引用本报告中的任何内容，请标明出处为“来自美通社兄弟公司Cision Insights”