



第四届中国国际婴童用品及童车展览会
展后报告

2014年12月

目录:

展会概况.....	3
参展商分析.....	3
买家分析.....	4
1、国内买家分析.....	4
2、国际买家分析.....	10
业内评价.....	14

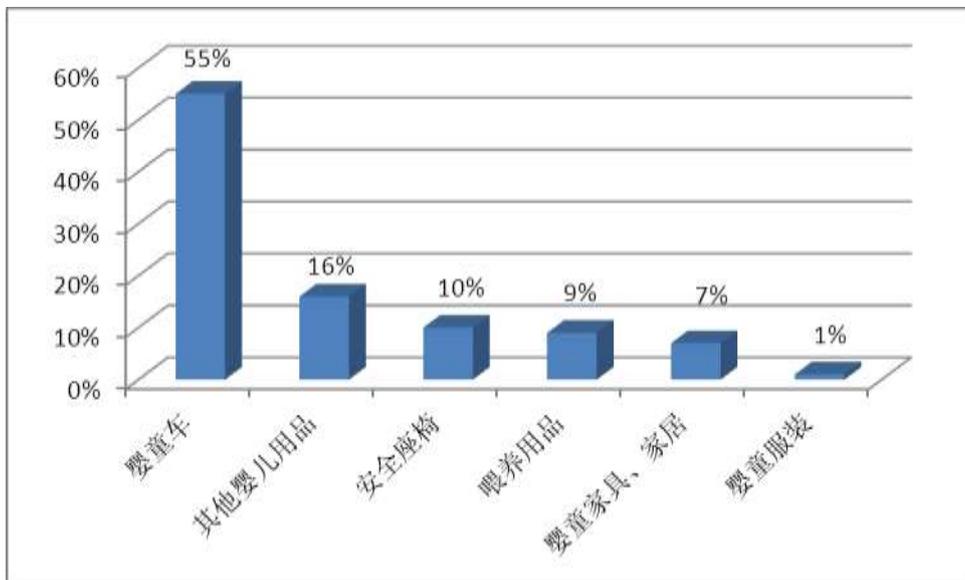
一年一度的中国国际婴童用品及童车展览会（简称中国婴童展）与中国国际玩具及教育设备展、上海国际品牌授权展于 2014 年 10 月 16 日上海新国际博览中心圆满闭幕。10 月 14-16 日展期 3 天，汇聚参展商超过 1364 家，展位数超过 6,200 个，展示面积达到 120,000 平米，整体规模增长 29%，吸引来自全球 120 个国家和地区的超过 50,515 人的专业买家，同比增长 26%，其中，海外买家 4116 位，增幅 40%，玩具、童车、儿童安全座椅等优势品类买家增长 20% 以上。三展连续 6 年保持 20% 以上的增速，成功跃居亚洲规模第一。

一、 中国婴童展参展商分析

2014 年，中国婴童展国际企业同比增长 52%，德国政府首次组织企业以展团形式亮相，海外知名品牌如美国 Dorel，英国 AVENT、Silver Cross、Britax，德国 NUK、Kiddy、Recaro，意大利 Chicco、Cam，瑞典 Emmaljunga，日本 Combi、Pigeon、Takata、Richell、Ailebebe 等知名品牌悉数到场。

此外，国内的平湖、平乡、舒城、汉川、昆山、宁波、中山、慈溪等 10 多个童车、婴童用品产区继续组织优秀企业组团参展，其中平乡展团规模增长最为显著，增幅达到 155%。

1、 参展商品类构成如下：



二、 买家分析

（一）国内买家分析

2014 年，中国婴童展国内买家来自全国 31 个省市及自治区近 480 个城市，

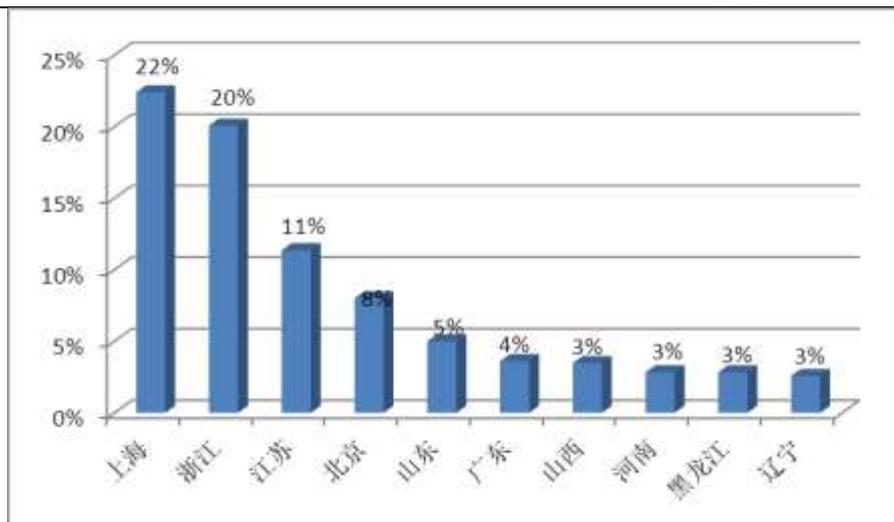
汇集代理商、批发商、零售商、网商等各类买家，到场婴童连锁店涵盖 Mothercare、Mama's & Papa's、Motherwork、乐友、丽家宝贝、爱婴岛、爱婴室、贝贝熊、喜阳阳、登康、爱特等各地中高端母婴连锁店，百货商场云集新中国儿童用品商店、燕莎友谊商城、赛特购物中心、上海宝大祥、伊势丹、第一八佰伴、卓展、仁和春天等一二线城市百货商场，同时，全国各地大型连锁超市、大卖场，如家乐福、沃尔玛、华联、物美、欧尚、乐天玛特、世纪联华、卜蜂莲花、华普、永辉、美特好、步步高、苏果超市等超过 200 家到场参观，天猫、京东、亚马逊等大型电商采购负责人也悉数到场。

1、重点买家分析

1) 到场婴童店省市分布排名前 10

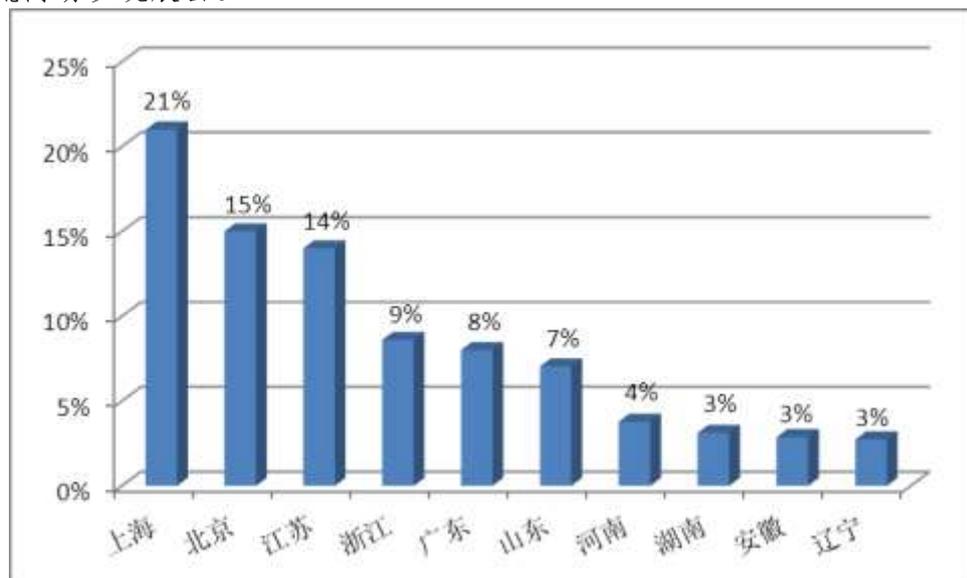
展会主办方之一中国玩具和婴童用品协会自 2013 年起在全行业开展了“品牌自律中国行-安全承诺品牌消费体验店”活动，帮助各地渠道商、婴童连锁店提升经营实力和知名度，并以展会为平台策划、组织系列活动，提升目标观众到场率。截止 2014 年 8 月 30 日，全国各大连锁销售企业申报“安全承诺品牌消费体验店”1316 家，经审核认定挂牌的店 1064 家，乐友、丽家宝贝、爱婴岛、贝贝熊、好孩子、爱婴室、蘑菇宝贝、咿呀、孩子王等均是“安全承诺品牌消费体验店”。

2014 年，中国婴童展到场的各地婴童用品连锁店超过 3000 家，除各地安全消费体验店之外，国际连锁 Mothercare、Mama's & Papa's、Motherwork，国内的喜阳阳、登康、爱特、米氏、中亿、婴知岛等各地中高端母婴连锁店悉数到场。



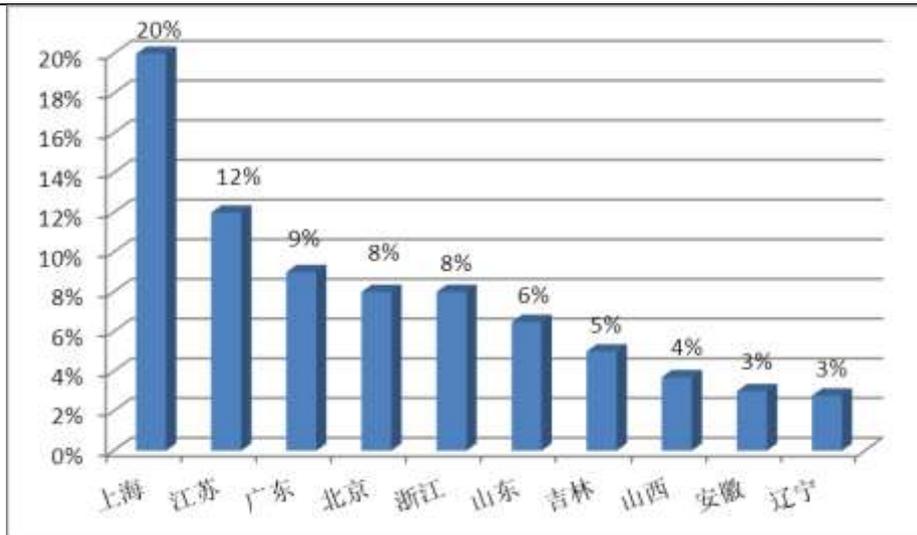
2) 到场商场省市分布排名前 10

中国婴童展特邀新中国儿童用品商店、燕莎友谊商城、赛特购物中心，上海宝大祥、伊势丹、第一八佰伴、卓展、仁和春天等 600 多家主流商场参观展会。



3) 到场超市、大卖场省市分布排名前 10

今年，中国婴童展成功吸引来自全国各地大型连锁超市、大卖场采购经理人，如家乐福、沃尔玛、华联、物美、欧尚、乐天玛特、世纪联华、卜蜂莲花、华普、永辉、美特好、步步高、苏果超市等超过 200 家到场参观。

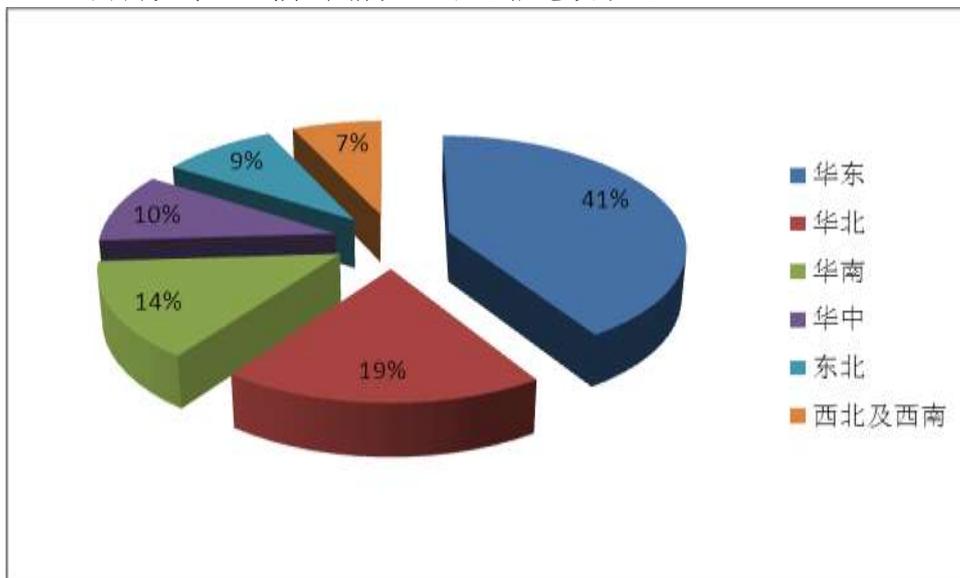


4) 到场电商情况

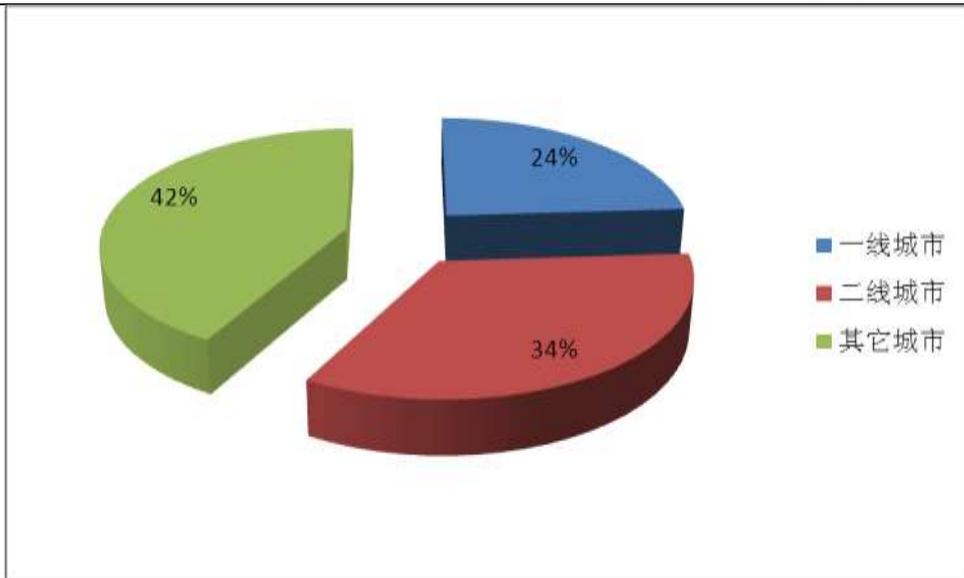
中国婴童展今年到场电商达到百余家，既有天猫、淘宝、京东、亚马逊、eBay、当当、一号店、苏宁、国美、拍拍等一线阵营，也有宝宝树、蜜芽宝贝、唯一优品母婴、辣妈汇等新兴平台。

2、买家整体概况分析

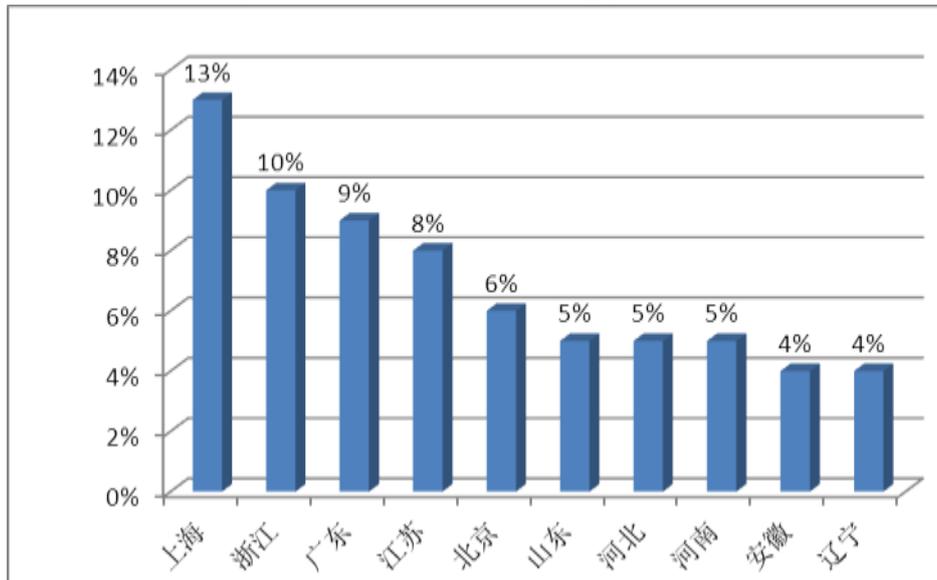
1) 国内买家区域分布情况（不包括港澳台地区）



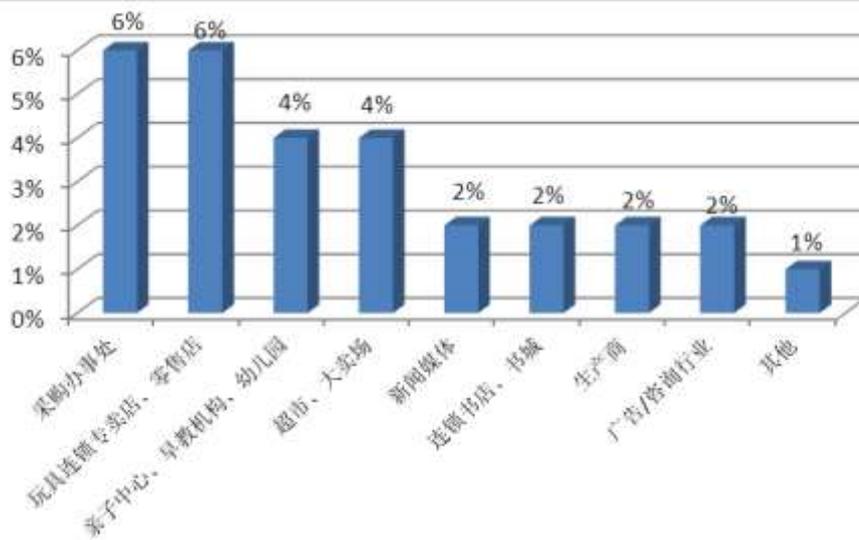
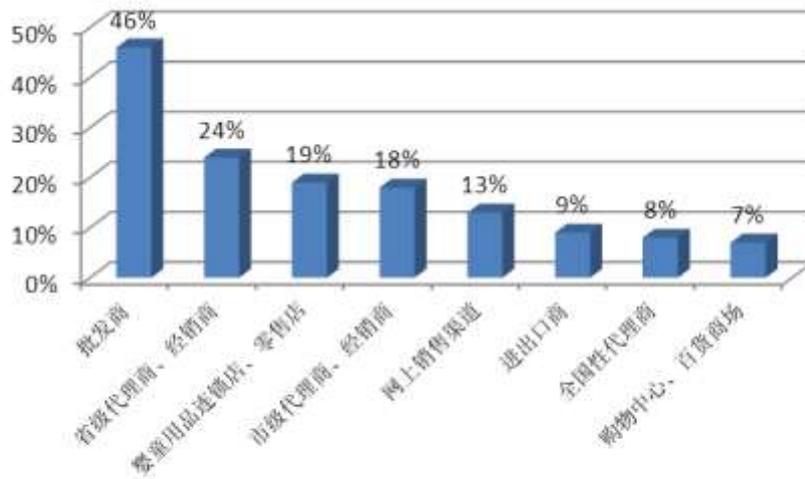
2) 国内买家城市级别分布情况



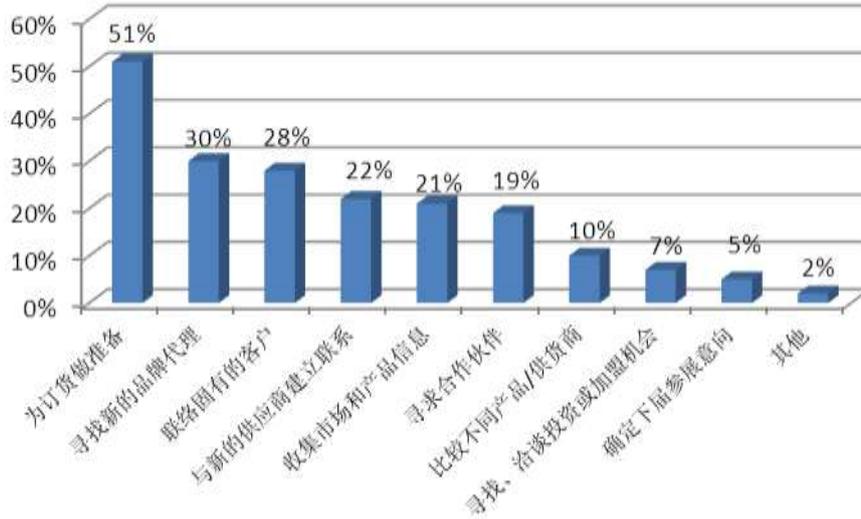
3) 国内买家省市分布排名前 10 (不包含港澳台地区)



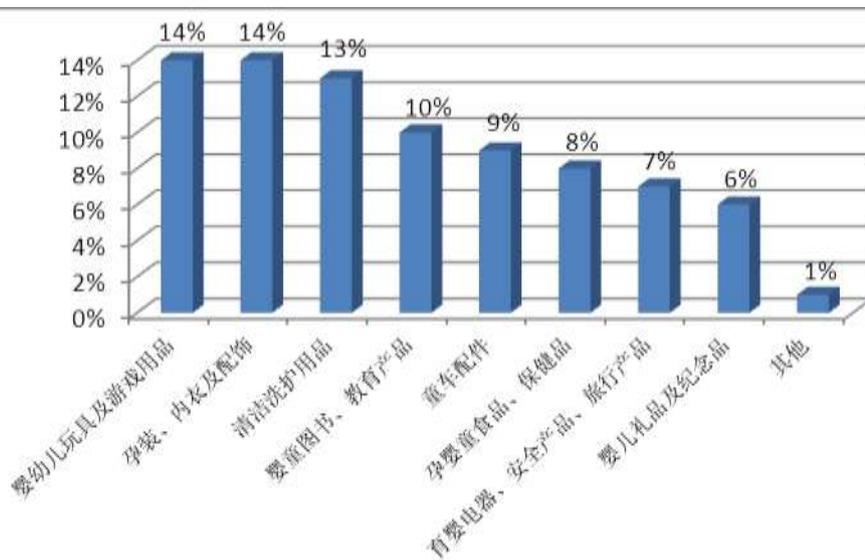
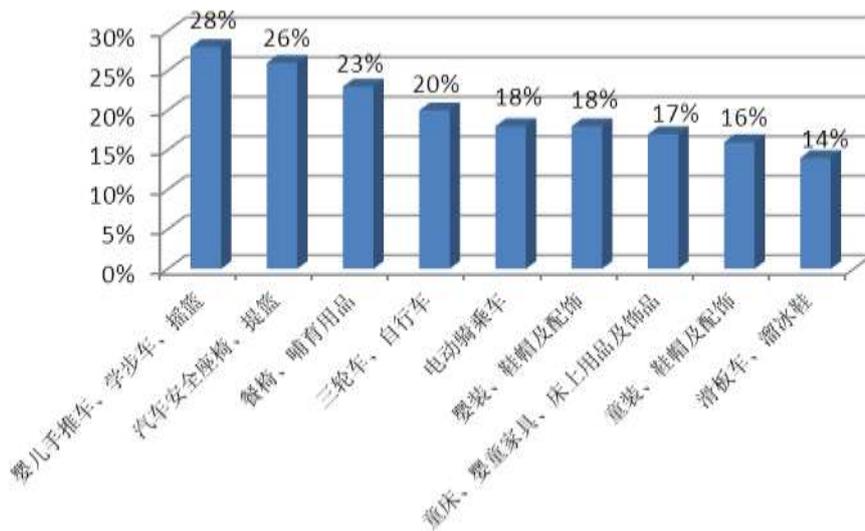
4) 国内买家性质分析



5) 国内买家观展目的分析



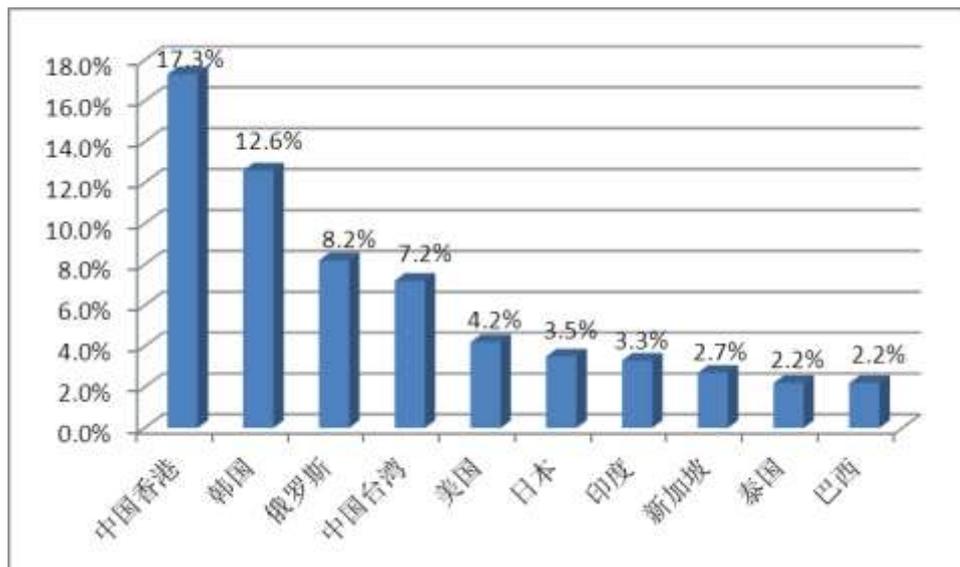
6) 国内买家关注的品类分析



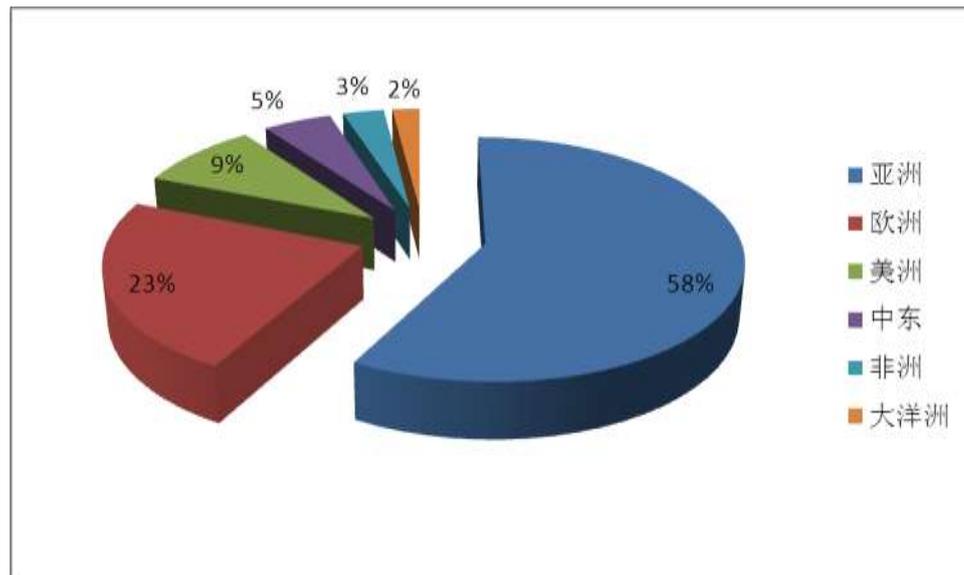
（二）国际买家分析

今年，来自 119 个国家和地区的海外买家中，欧美等传统消费大国买家增长长达 30%，新兴经济体国家的买家等更是翻倍增长。除沃尔玛、kmart、家乐福、GIFI 等国际大型采购商到场外，还涌现多家新的百货、连锁超市、婴童用品贸易商，如英国 RANT、Golden Baby、法国 Les Mousquetaires、西班牙 EI Corte Ingles、俄罗斯 Ultramalysh、乌克兰 Metr Plus。

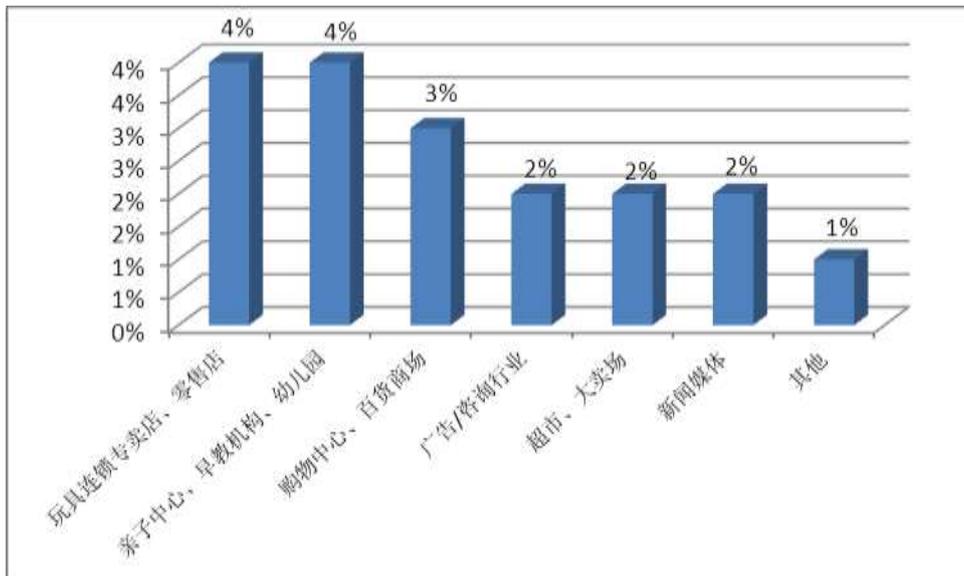
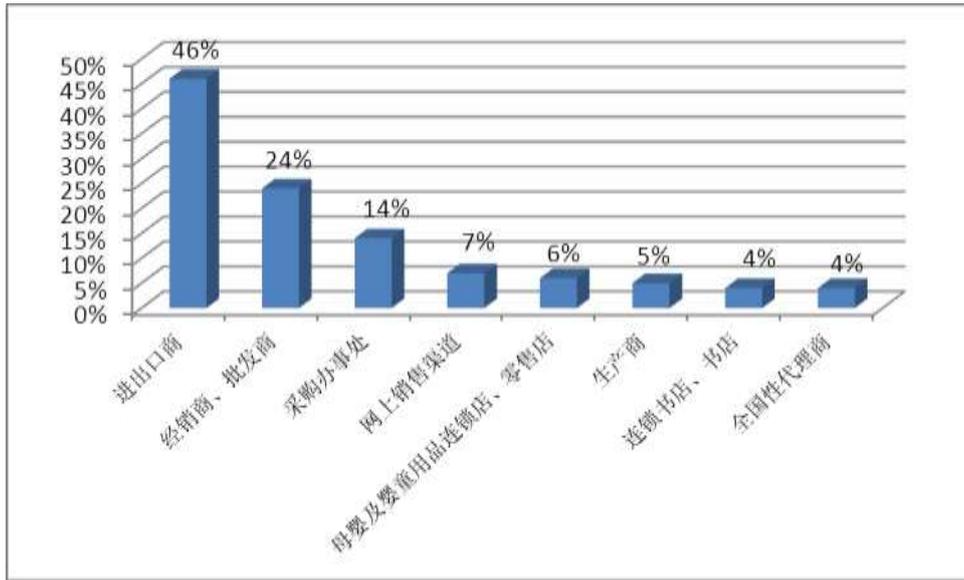
1) 国际买家分布排名前 10（含港澳台地区）



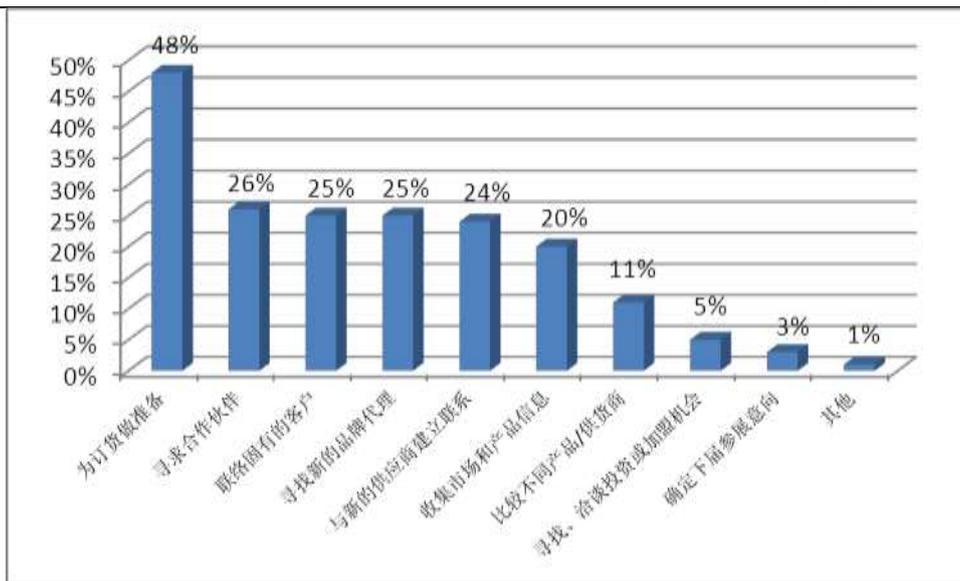
2) 国际买家大洲分布（含港澳台地区）



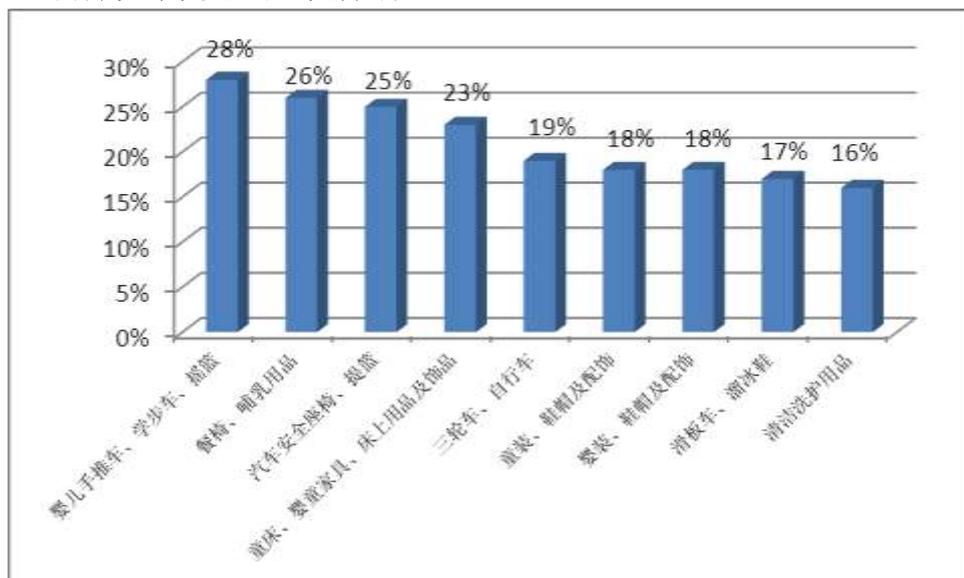
3) 国际买家性质分析

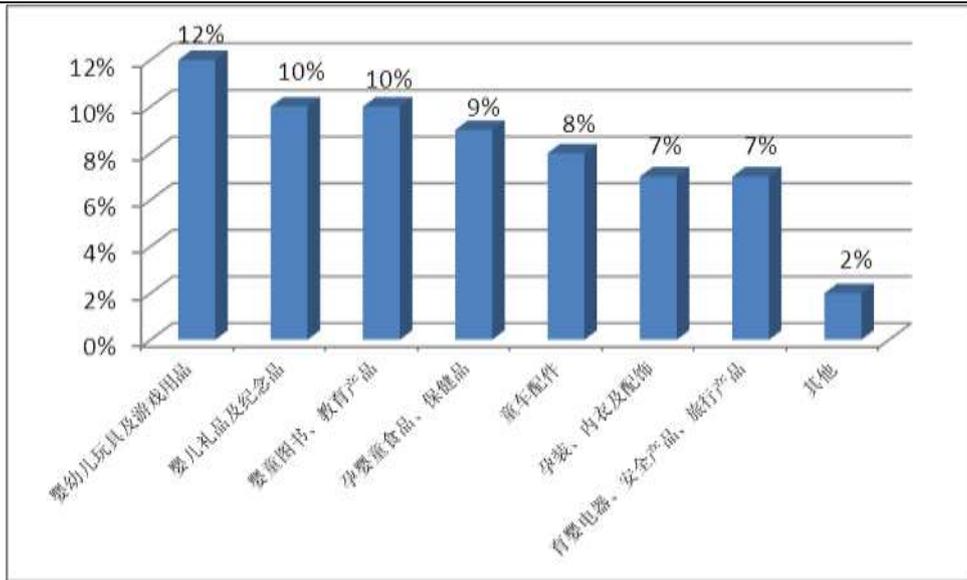


4) 国际买家观展目的分析



5) 国际买家关注的品类分析





三、 业内评价

1、买家评价

我们每年必到中国婴童展,今年适销的产品丰富,可选空间大,主办方也推出专门的配对服务,展期虽短,但收获很大!

Carrefour 采购主管 Wilson

我们对于展会现场大量的高质量供应商、新产品感到惊讶,中国婴童展给了我们一个集中采购大量优质中国生产企业产品的机会,让我们轻松、便捷的采购到意向产品!

Ultramalysh 首席运营官、俄罗斯婴儿产品批发商 Dmitry Tortev

10月展会是寻找最新产品、优质供应商的最佳良机,再次预登记参观中国婴童展,发现展会规模更大,展商更多,特点更加突出,我们重点接洽了生产推车和骑乘类产品的新供应商,覆盖了各个年龄段,我相信很快可以打开巴西市场。



Tectoy 首席运营官 Roberto Favero

当代商城每年必到中国婴童展,因为,我们能够在这个展会上了解到国内外市场趋势,找到新的合作项目!今年,我们依然在展会现场找到了适合合作的新产品、发现了市场新趋势,尤其是国际品牌让我眼前一亮,收获很多!

当代商城儿童用品品类经理 王松涛

宝大祥青少年儿童购物中心 2015 年会进行商场调整,从百货商场向商超一

体化迈进，中国婴童展提供了不可多得的合作平台。通过此次展会，我们在婴幼儿服装、奶瓶奶嘴方面找到了多家合作伙伴。

宝大祥青少年儿童购物中心招商经理 吴俊

目前乐友孕婴童在全国已经有近 400 家门店，此次展会对于儿童安全座椅品类特别关注，在展会现场与多家安全座椅品牌达成了合作意向，同时，补充了其他产品线，参观效果很满意！

乐友孕婴童采购部经理 刘蓉

参观此次展会，我们在儿童安全座椅和奶瓶奶嘴两个品类认识了很多新的企业，这也为呀呀后续品牌调整提供了更多好的选择！

长沙呀呀实业有限公司总裁助理 赵祖武

中国婴童展一年比一年好，展馆面积大，中高端企业全，每年都能给我带来更多采购选择，我在现场就已定了超过 3 家的货品，此外，中国婴童展重视趋势产品展示，我在展会现场也参加了“世界趋势在中国—2015 全球创新产品”展示活动，我从中找到了今后童车产品的发展趋势，为我采购产品提供了有效的参考信息！

四川统统童车商行总经理 张祖珍

我以前认为中国婴童展以童车、玩具最齐全，现在，我感觉到中国婴童展真正做到了童车、婴童用品、玩具全品类覆盖，方便我们一站式采购，为我这种童车、婴童用品、玩具都有需求的采购商提供了便捷、舒适的采购环境，我在展会现场对各类品牌产品都有下单！

南宁明皓婴童用品有限公司总经理 梁郁

2、展商评价

我们非常珍惜这次展示机会，特别在展会现场展出了红点奖、IF 设计奖等多项国际大奖的新品，现场买家热烈关注，同时展会云集了安全承诺品牌，提升了企业公民的责任感，提高了行业诚信服务水平。

好孩子集团总裁兼董事会主席 宋郑还



今年优生带来旗下的三个品牌，优生、喜多和优生妈咪，通过参加本届展会，我们接触到更多的中外客户，也知道了客户需要什么，希望借助这个平台，与全

行业共同发展婴童产业。

上海优生婴儿用品有限公司总经理 康李丽

我们是第一次参加中国婴童展，这个展会为企业和渠道之间搭建了一个很好的贸易平台，我们在这里认识了许多国内的经销商、代理商，还有多家直营门店的客户，同时，还找到了多家国际采购商，参展效果超乎预期。

浙江母爱婴童用品有限公司董事长 楼素娟

今年参展最主要的目的是将市场重心由国外向国内转移，加紧开拓国内市场。在展会现场我公司接触东北、华北、华南的买家数量尤其多，与一定数量的买家达成了合作意向，对展会效果很满意。

四川华象林产工业有限公司总经理 但汉稳