



中国玩具和婴童用品协会  
China Toy & Juvenile Products Association

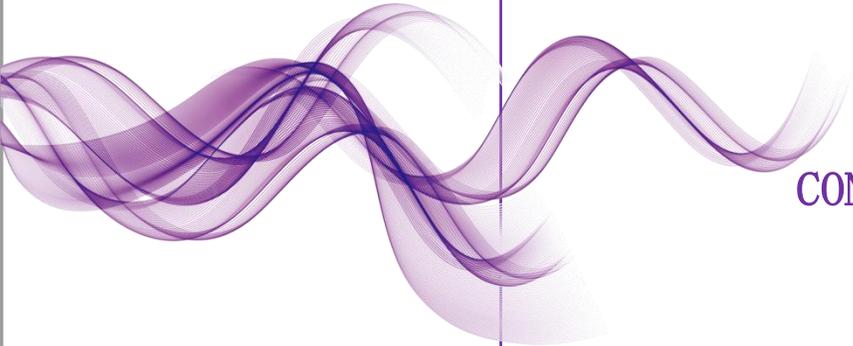


CHINA  
KIDS EXPO  
中国婴童展

# 2019CKE中国婴童展

## 展后报告

2019年11月18日



# 目录

CONTENTS



**凝心聚力 再创辉煌**



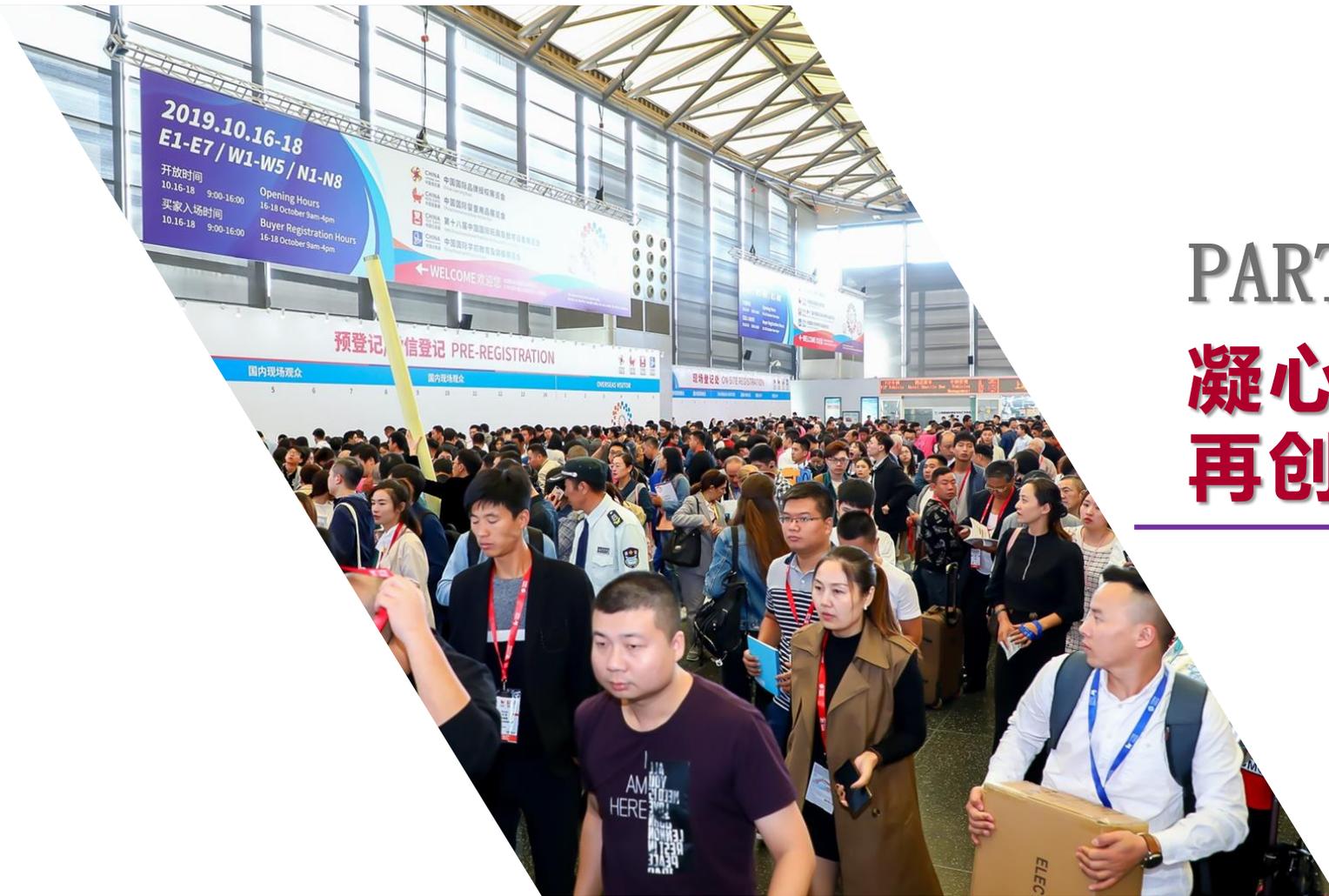
**把握全球趋势 引领行业发展**



**精彩活动呈现 精准洞悉市场**



**提高消费认知 营造安全消费**



# PART 01

## 凝心聚力 再创辉煌

---

## 2019 CKE 凝聚行业众力

### --跃居国内婴童耐用品及全品类规格最高盛会



2019中国玩具展、中国婴童展、中国幼教展及中国授权展四展同台，盛况空前，整体规模230,000平米，继续保持亚洲规模第一的行业领先地位。展位数11,339个，增长28%；展商2,508家，增长8%；品牌数4,859个，增长12%。覆盖全球30多个四展整体：来自全球133个国家和地区的88481名专业观众，同比增长8,044位；其中，国际买家7898人，同比增长12%。根据每个展会各展馆扫描数据，其中婴童展：**展商 355家**，观众总数65082位，同比增长12%，其中国际观众4612位，同比增长12%。

## 展后报告

## 主要参展品牌



# 2019 CKE 展商分析

## 国际品牌把CKE作为开拓中国业务首选

Cybox 、 Rollplay 、 Happy Dino 、 Maxi-Cosi 、  
Quinny 、 Nuna 、 Joie 、 Britax 、 M-cro 、 Combi 、  
Pigeon 、 YvolutionAlex 、 AVOVA, Fehn 、 Geuther 、  
德国Qtus昆塔斯、日本Sanshin, 意大利Galileo、澳  
洲Jollybaby、英国 Jellycat、 Beaba 等

## 获得区域龙头企业青睐

CKE 已经成为区域龙头企业由外  
销型转型成为内外销型客户的主  
要商贸对接平台。

## 上下游供应商齐聚一堂

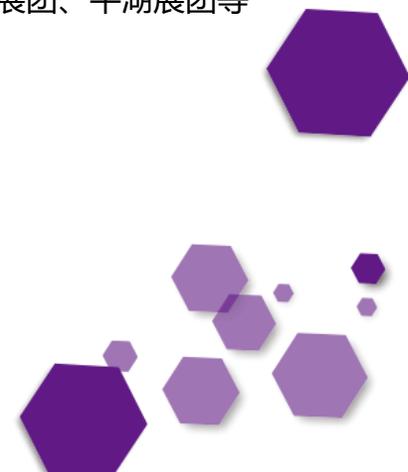
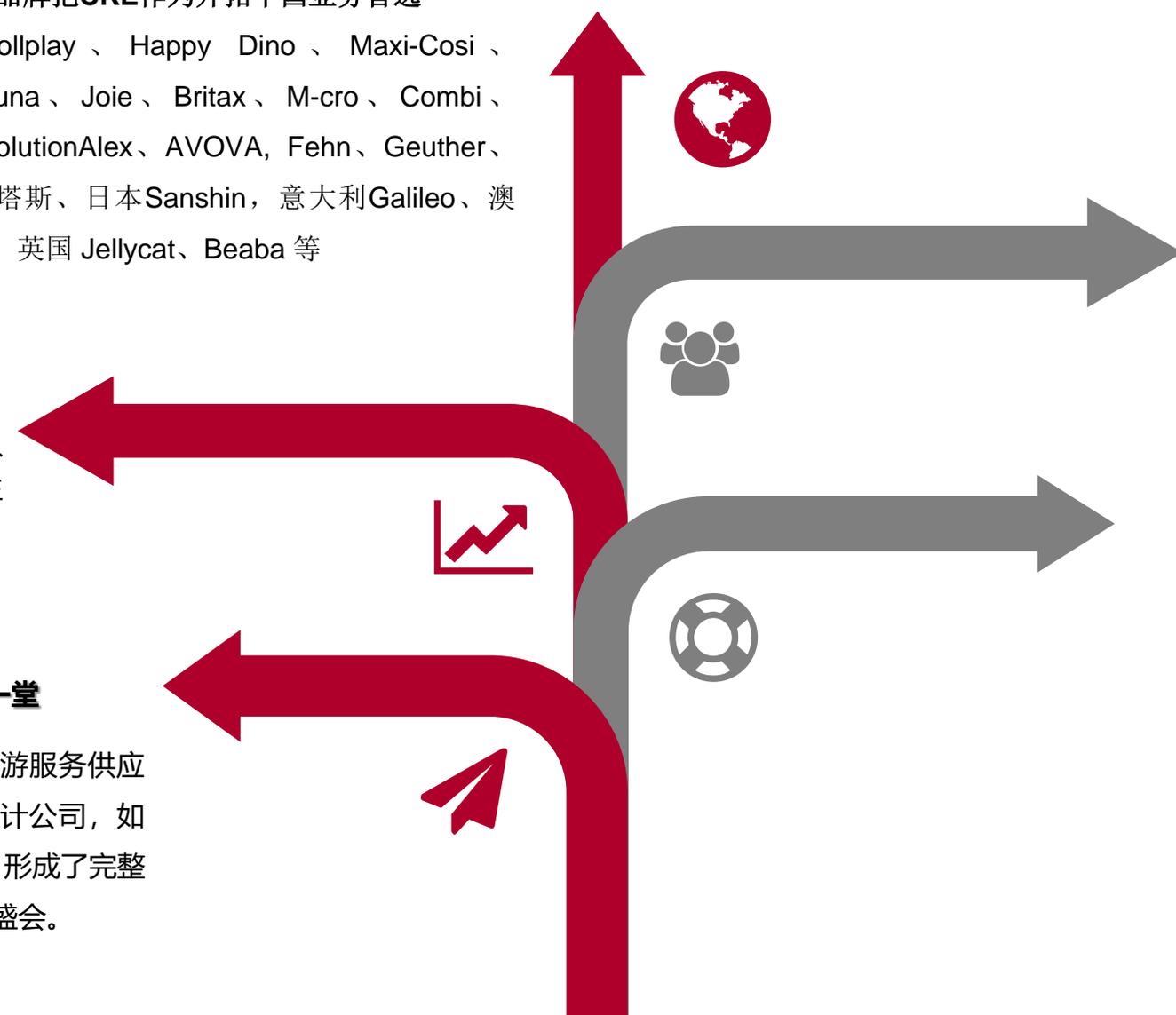
更多上游原材料、设计及下游服务供应  
商, 其中包括国内外知名设计公司, 如  
Anything Studio, 上善等, 形成了完整  
的上下游产业链齐聚一堂的盛会。

## 国内龙头系数到场

好孩子、英氏、星辉、幸运宝宝、日  
康、智乐堡、妈咪宝、宝宝好、惠尔  
顿、福贝贝、川浪、好来喜、贝瑞  
佳、栋马、乐贝、途锐达等等

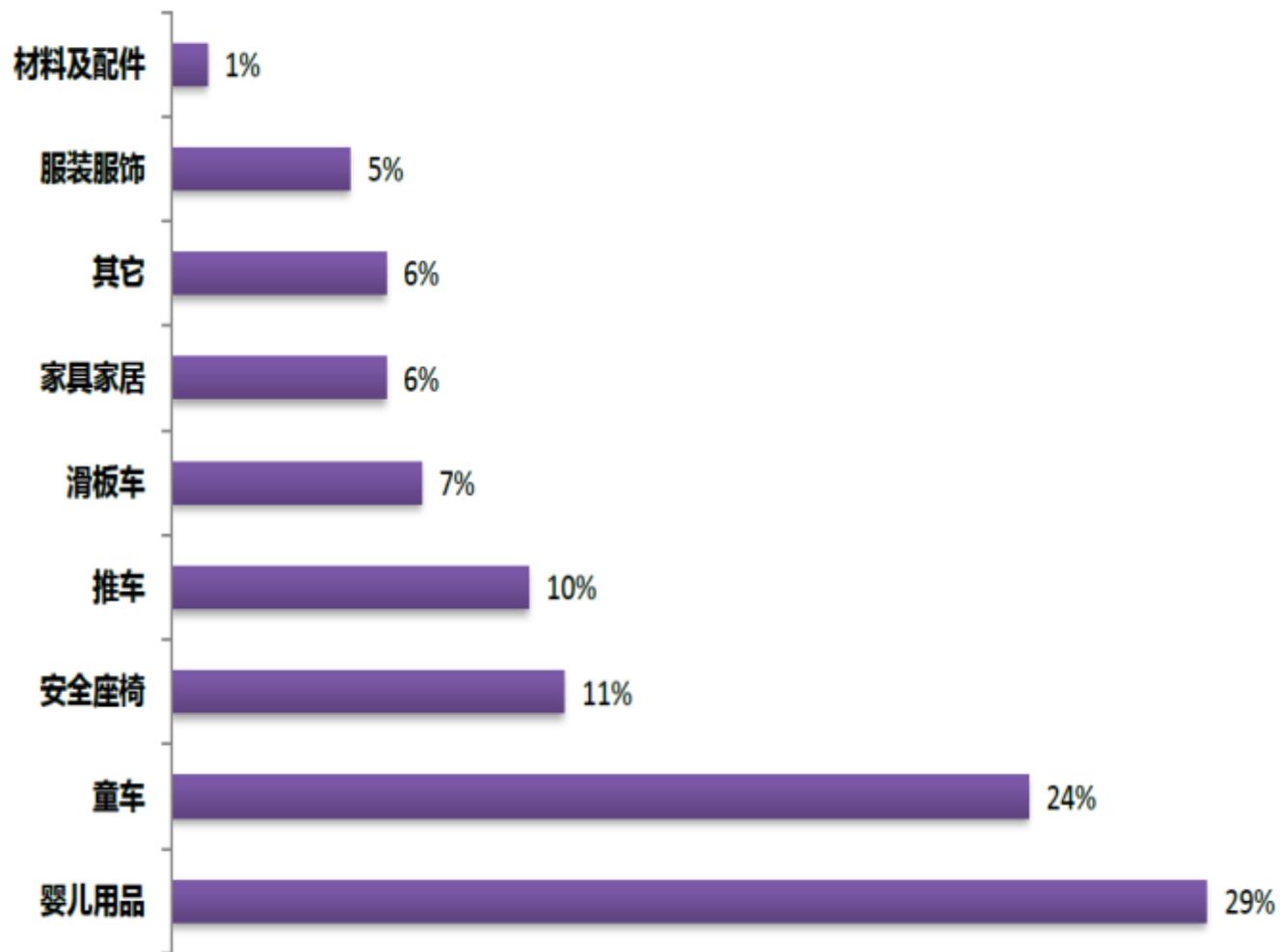
## 产区展团集中亮相

舒城展团、 汉川展团、宁波展  
团、1688展团、平湖展团等

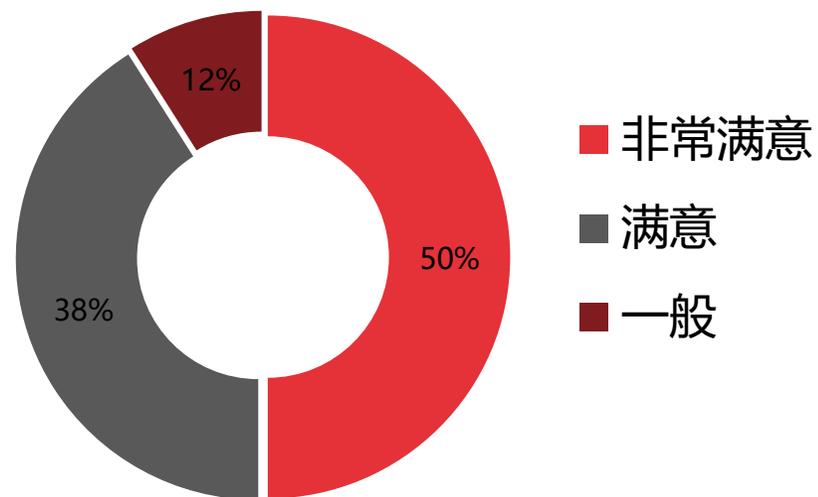


# CKE 展商分析

## CKE 展商类别统计占比

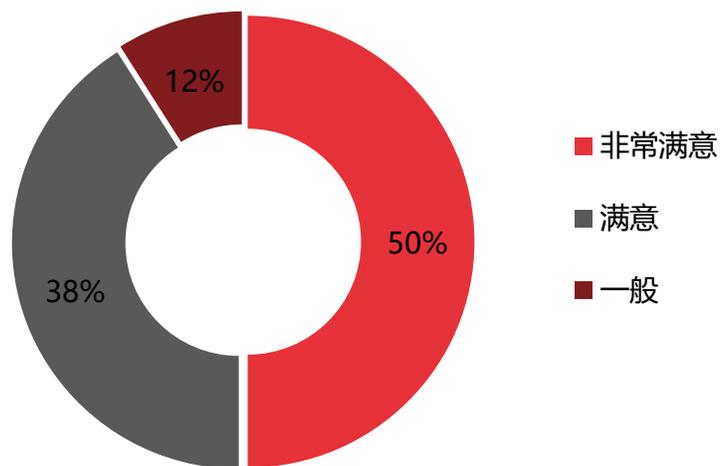


## 展商整体满意度

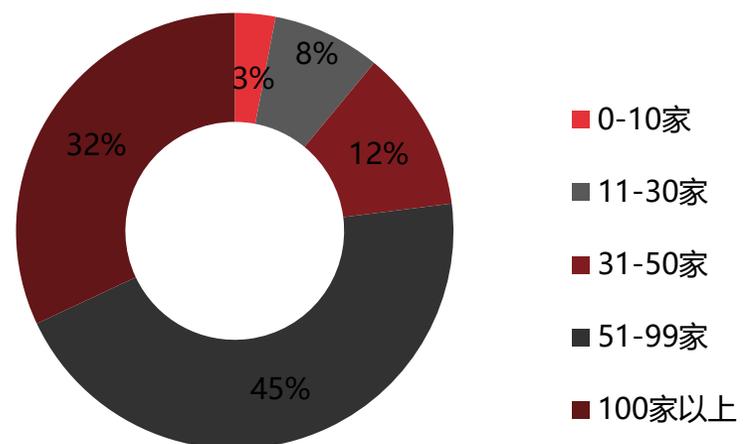


# 展商满意度88%以上

## 展商整体满意度



## 有效接待客户数



### **好孩子集团董事局主席，宋郑还 感言：**

消费升级时代一次很专业的行业盛会，汇集了行业发展的新情况、新趋势，以及各大品牌的新方向、新动作；注重消费体验，让品牌和用户面对面沟通，深入了解用户需求。

好孩子很荣幸在今年利用这个平台，举办了好孩子集团30周年品牌发布盛会，向行业展示了品牌升级的全新面貌，收到了非常理想的效果反馈，感谢梁会长，感谢协会的大力支持。

### **巧儿宜（中国）有限公司，总经理，陈启顺 感言：**

Joie巧儿宜十分感恩CKE在业界的影响力，为巧儿宜提供了一个与消费者建立顺畅的互动互通关系平台。特别是今年主办的吉尼斯世界纪录挑战赛，巧儿宜的“最快时间反向安装安全座椅”不仅让消费者学习了如何正确反向安装汽车安全座椅，更向众多潜在用户传递了儿童乘车安全出行理念，增加了参与性和趣味感，在实际挑战的过程中，体会汽车安全座椅保护孩童生命的重要性。“创新产品”评选活动，也十分有意义，让消费者拥有自主选择权，确定新产品的口碑流行趋势。真诚希望CKE越办越好，在全球玩具市场上拥有更蓬勃向上的势头。

### **Malihome创始人 Peggy感言：**

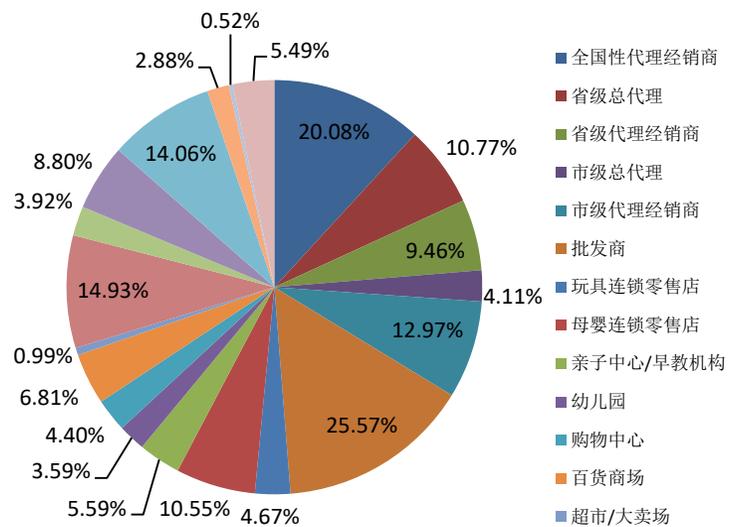
随着Mali Home日益得到认可，公司品牌越来越多，今年CKE的展位已经是去年的两倍。我们非常看重每一次的展会，因为展会这个契机，不仅可以带着新的产品与Mali Home全国的朋友们交流，同时众多我们的品牌商也会应邀前来，帮助我们一起搭建以及参与接待和各类活动，这让我们更有动力。此次非常感谢CKE给Mali Home机会向各位前辈学习和交流。再次祝贺中国婴童展、玩具展越办越成功！提前祝2020年CKE再创佳绩！



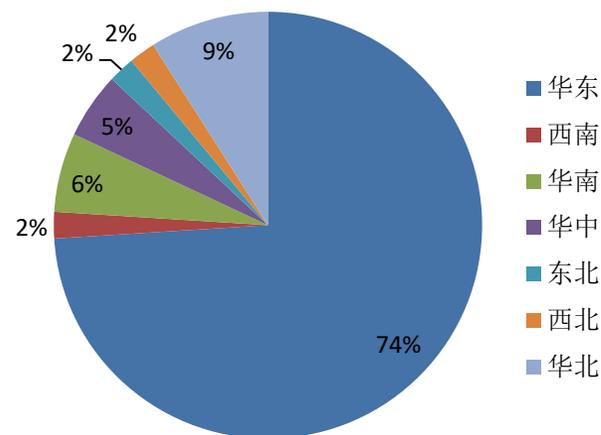
## 买家分析

观众数65082，同比增长12%，其中国际数4612位，来自130个国家和地区采购商参加CKE2019中国婴童展，除各级代理商、批发商、零售商、电商平台外，一线城市的百货商场、购物中心及大型母婴连锁等机构的数量也较之上届展会增加10%。从参观目的来看，寻找新产品和寻求新供应商的采购商数量超过84%。此外，从买家区域分析来看，各区域的观众相对均衡，来自华北及华南地区的观众较之上届有所提高，说明CKE展会的影响力已经覆盖到了国内一些新的经济增长极。

## 买家类别：



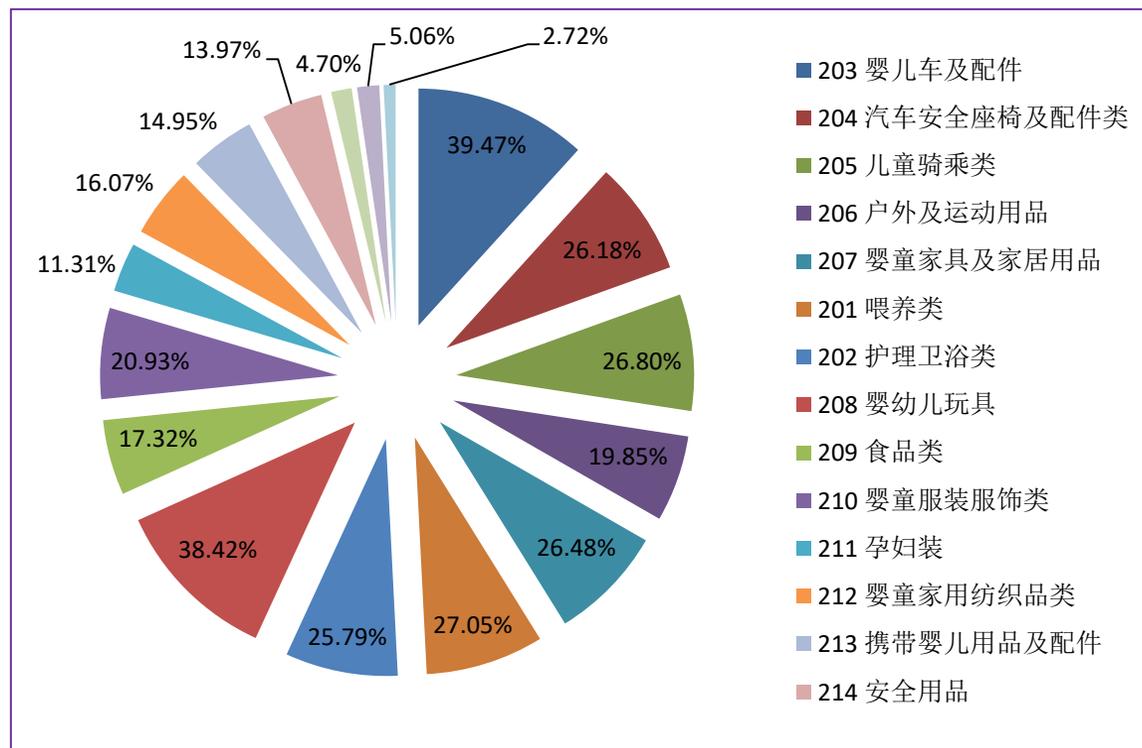
## 买家区域：



## 重点买家

2019CKE的重点买家中各级代理商、经销商及批发商合计占比超过70%，婴童店、零售店增长了12%，其中二三9线城市占比超过45%；此外，到场的商超百货公司中大型企业的占比超过60%。由此可见，CKE中国婴童展的品牌已得到了业内中高端买家群体的认可。

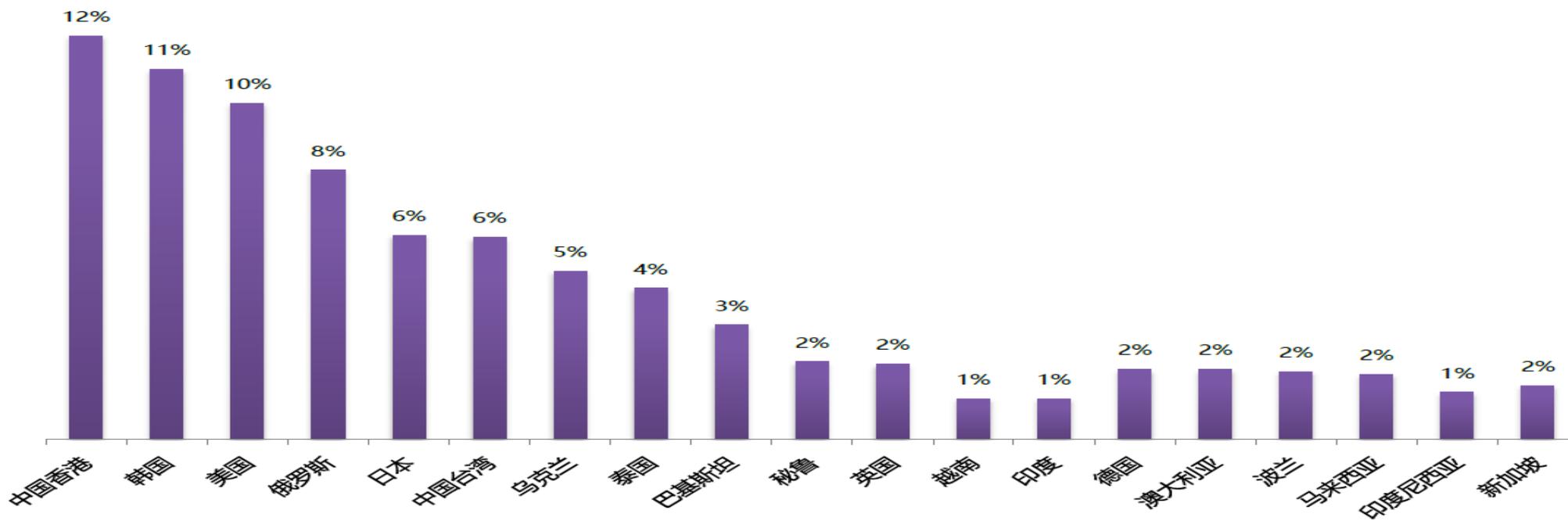
## 2019婴童展问题分析-国内-您感兴趣的产品 2019企业性质占比



## 展后报告 2019 中国婴童展观众区域分析 (待更新)

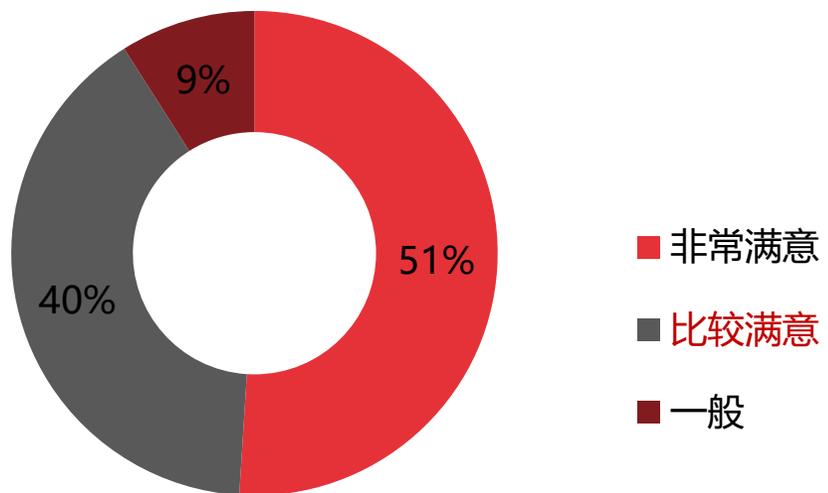
### 国际买家分析

共有国际数4118，来自130个国家和地区的海外采购商参加本届展会，来自欧美等发达国家买家占比达到36%，来源前十的国家分别是中国香港、韩国、中国台湾、日本、俄罗斯、美国、泰国、巴基斯坦、俄罗斯联邦、乌克兰。

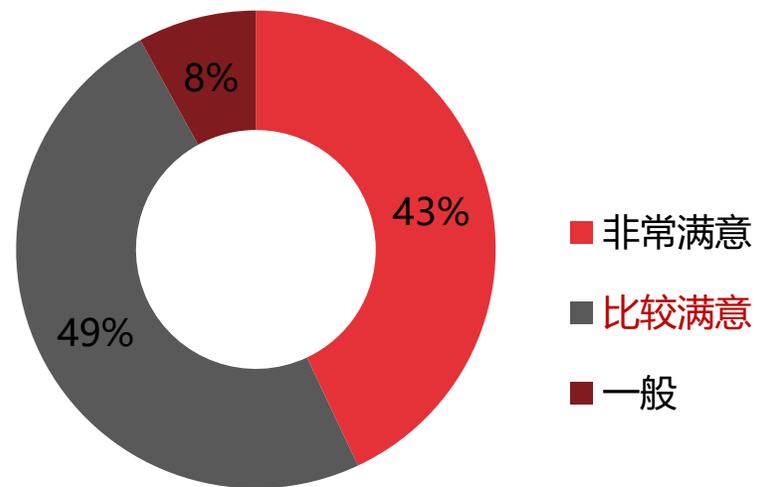


# 观众满意度91%

## 观众整体满意度



## 对参展品牌数量和规模满意度



**母婴零售商, 高端精品店**

**电商、营销平台**

**母婴代理商**

**大卖场, 百货与商业地产**

**海外采购商**

**海外采购团**

**母婴零售商, 高端精品店**

**电商、营销平台**

展后报告

## 主流媒体全面曝光

**CCTV**  
中国中央电视台  
CHINA CENTRAL TELEVISION

 **东方卫视**

 **上海电视台**  
SHANGHAI TELEVISION STATION

**第一财经**  
Y I C E A I

**CETV**  
中国教育电视台

美通社  
**PR Newswire**  
a CISION company

 **新华社**  
XINHUA NEWS AGENCY

 **中国新闻社**  
CHINA NEWS SERVICE

**CNR**  
中央人民广播电台  
CHINA NATIONAL RADIO

 **人民网**  
people.cn

 **腾讯视频**  
不负好时光

 **爱奇艺**

**YOUKU**  
· 这世界很酷 ·

 **土豆**

 **西瓜视频**  
给你新鲜好看

**第一财经日报**

**经济日报**

**中国质量报**

**大公报**

 **消费日报**

 **新浪育儿**

 **babytree** 宝宝树

 **辣妈帮**

 **育儿网**  
www.ci123.com

 **妈妈网**  
mama.cn

 **小小台麻事**

 **凯叔讲故事**

 **育学园**  
我们一起长大

 **大小**

 **小公主**

bobo 小龙哈彼 HAPPY DINO ROLLPLAY Combi RASTAR ROVCO

MAXI-COSI cybex 好孩子 gb Hape playmobil

LOL SURPRISES!

ZURU

2020 趋势产品展示与发布  
Global Trends in China 2020

aub

Smoby

TOPRIGHT nuna Joie YEEHOO Luliz bebe FOR BABY Majo

amaze 叶罗丽 Educational Insights babymoov 大颗粒积木 We

Learning Resources SCALEXTRIC Luv Baby Dr.S 赛先生 4m 怡高

CraZArt Maribel NORDLAND wuon 桔童 snuggly SWANDOO

# PART 02

## 把握全球趋势 引领行业发展

# 2019新趋势产品展示与发布 - “约会” 全球大牌，打造国际趋势新标杆



2020新趋势产品展示与发布，前期共获得94家企业申请参与，涉及 156款产品。

经过初评后入围企业55家企业，59个品牌 67个产品。展品琳琅满目，品质更上一筹，创意设计、外观设计、功能设计、生成工艺、使用材料等多元创新，各方面均实现新突破。

# 2020CKE趋势创新产品



创意设计创新

外观设计创新

功能设计创新

生成工艺、  
使用拆料创新

# 2019新趋势产品展示与发布 - “约会” 全球大牌， 打造国际趋势新标杆



在这次CKE中国婴童展年度盛会上，好孩子集团携旗下品牌Rollplay、Cybex、GB、小龙哈彼纷纷亮相，并把CKE中国婴童展视为大陆独家发布平台，现场首发上市新品，坐拥1/4展馆，打造豪华级超大展位，为业界全景展示了企业年度最新成果。与此同时，乐瑞婴童携旗下品牌Maxi-cos、Quinny纷纷展出最新趋势产品，还有Joie巧儿宜、Combi康贝、NUNA、嘛哩屋、bobo等等众多知名品牌纷纷携2020年度趋势新品集中在CKE中国婴童展平台上首发，想“约会”这些大牌，只在CKE中国婴童展现场。



## PART 03

# 精彩活动呈现 精准洞悉市场

---

## 精彩活动，为您提供更多行业交流及商业机遇



### 2020 新趋势产品 展示与发布

2020 新趋势产品展示与发布，前期共获得94家企业申请参与，涉及 156款产品；经过初评后入围企业55家企业，59个品牌 67 个产品。

### 2019TIPA 创新产品 展示专区

为帮助企业提升品牌意识、加强质量品牌建设，推动产品公积向“产品+服务”转变。CTIPA每年开展玩具和婴童用品行业升级和创新产品评选工作。

### 2019设计新势力 校企对接

为解决行业企业人才与设计需求，实现校企零距离对接，特设立“设计新势力”展示专区，20家院校集中亮相，向企业展示设计作品，提供设计和人才现场对接。

### 2019 国际买家对接会

CKE 品类专场精准对接会旨在 推动行业内的品牌商与渠道商、重点客户进行线下一对一洽谈，拓展新商机，助力行业各方新发展。2019 CKE 现场成功对接 258场。



## 2018母婴新零售 -全渠道论坛

由中国玩具与婴童用品协会和蛋壳育儿主办的“2019全球资源·母婴新生态的探索和布局”分论坛-“新零售背景下, 母婴品牌的‘破’与‘立’”论坛上, 好孩子、乐瑞、英伦宝贝、嘛哩屋、日康、康贝、大V店等行业大咖共同论剑新零售。

## 引领者说——私域流量时代下的母婴消费趋势论坛

论坛邀请了多位母婴行业优秀专家, 对上述话题展开了讨论, 共同解锁社交电商运营新思路。

## 创新驱动行业发展高峰论坛暨百度生态圈商务对接会

打造的“百度商务生态圈”将有需求的玩具、婴童用品上下游企业进行串联, 让参与企业能够顺利高效的寻找自己“心仪”的资源方, 同时也了解到百度在AI赋能下的新营销思路和产品, 以及市场渠道上为整个行业带来的重要价值。



## PART 04

# 提高消费认知 营造安全消费

---

# 线上、线下联动提升消费者安全购买母婴用品，提升安全承诺品牌消费认知及教育

## 中国玩博会

最大规模的体验式营销展会：充分挖掘和发挥玩具体验式消费特点，是玩博会的核心特色。玩博会通过对玩具产品的深入体验结合现场互动，总结提炼出提升儿童“6种能力”的核心卖点，在展会中予以传播和消费者教育。

## 安全承诺品牌旗舰店

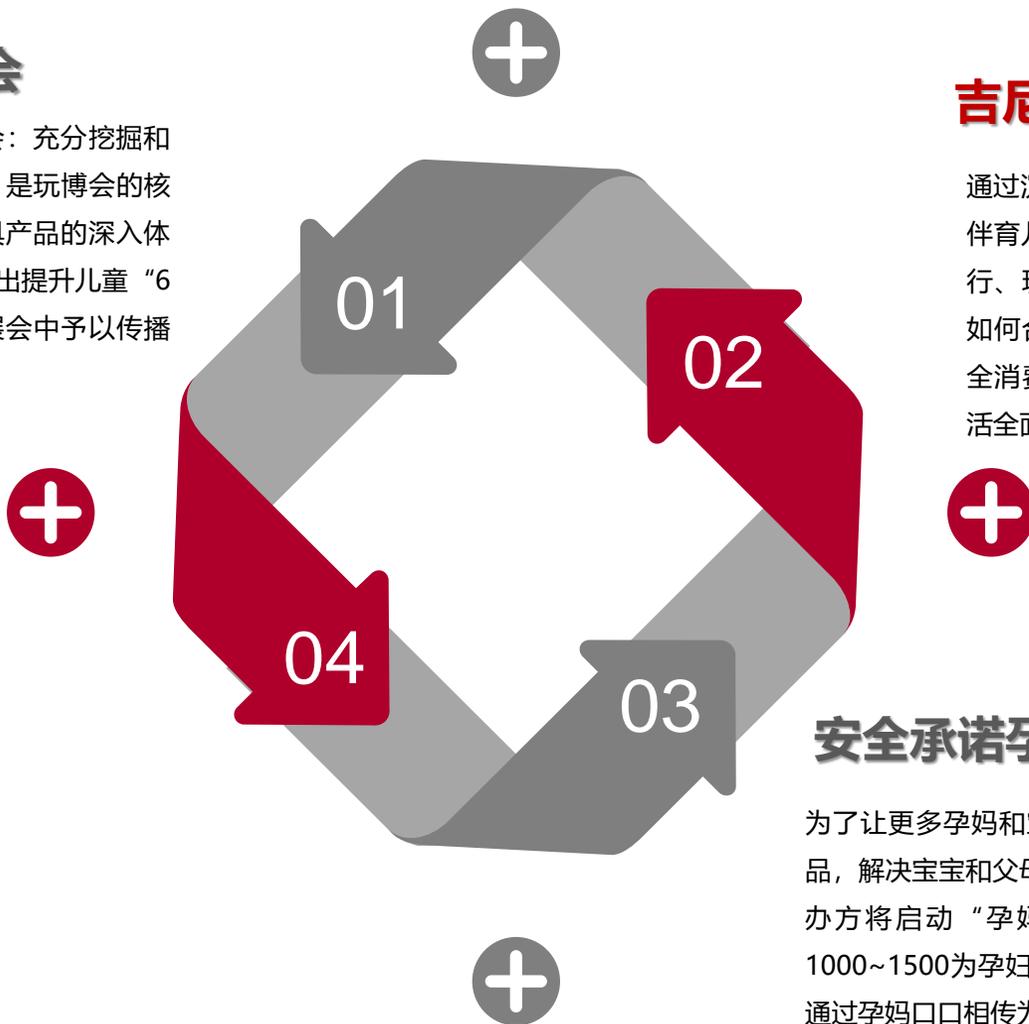
旨在将目前趋势性的产品、创新的产品、IP授权的产品、STEM、智能科技教育类产品呈现给消费者，并通过数据化的分析反向定制，整合行业的资源为消费者挑选好玩、潮流、放心的产品也通过创新的玩法（内容策划、视频直播等方式），帮助品牌向消费者进行销售传播。

## 吉尼斯嘉年华

通过沉浸式亲子互动趣味竞技活动，基于1小时陪伴育儿1000问内容，针对育儿过程中的哺育、出行、玩耍、教育四大板块，围绕如何正确选购、如何合理使用，如何情感陪伴三大维度，引领安全消费和品质优选理念，助推高质量陪伴育儿生活全面升级。

## 安全承诺孕妈体验官

为了让更多孕妈和宝宝畅享到“天然、安全、健康”的产品，解决宝宝和父母的后顾之忧，KFE玩博会·上海站展前主办方将启动“孕妈体验官”招募。此次活动计划招募1000~1500为孕妇家庭到场体验重点婴童展商的产品，并通过孕妈口口相传为品牌产品做孕妈群体的口碑传播。



# 中国玩博会 吉尼斯嘉年华

需要结合吉尼斯结案  
报告更新图片



中国唯一为宝宝和奶爸宝妈量身打造的吉尼斯世界纪录™巡回挑战嘉年华（简称：嘉年华），通过沉浸式亲子互动趣味竞技活动，基于1小时陪伴育儿1000问内容，针对育儿过程中的哺育、出行、玩耍、教育四大板块，围绕如何正确选购、如何合理使用，如何情感陪伴三大维度，引领安全消费和品质优选理念，助推高质量陪伴育儿生活全面升级。

品牌方现场拍摄消费者挑战视频或号召消费者自行挑战视频拍摄，并在抖音上发布到话题#中国玩博会&全民吉尼斯大PK中，快速引爆短视频社交，快速形成话题。

活动最终达到成功邀请：**2844组家庭到场，共计突破了29个纪录**

# 安全承诺及品牌旗舰店



旨在将目前趋势性的产品、创新的产品、IP授权的产品、STEM、智能科技教育类产品呈现给消费者，并通过数据化的分析反向定制，整合行业的资源为消费者挑选好玩、潮流、放心的产品也通过创新的玩法（内容策划、视频直播等方式），帮助品牌向消费者进行销售传播。旗舰店经过试点，11月1日正式营业，目前贝亲、乐高等一线品牌已经入驻，关注人数10.4万，双11线上销售额12.2万。2019年12月31日，计划入驻品牌不低于30个；2020年计划入驻品牌达到400个。

# 中国玩博会（上海站）

KFE-中国玩博会整体介绍-观众数据分析(待更新)



到场人次突破  
**85000**人次

其中孕妇5217人

90cm以下儿14328人



## 活动的意义

玩博会通过对玩具产品的深入体验结合现场互动，总结提炼出提升儿童“6种能力”的核心卖点，在展会中予以传播和消费者教育。



## 观众主要招募渠道



## 只展示最好的品牌和产品：

对参展商的把控和安全承诺品牌的坚守，是赢得消费者信任的不二法宝。有别于纯粹的儿童乐园式体验，玩博会强调家长在儿童成长中的陪伴和玩耍中的引导，通过策划夺宝奇兵、全家欢大舞台等活动，加强父母对小朋友的陪伴并建立平等的亲子关系。

# KFE-中国玩博会-4大爆点活动

**吉尼斯挑战嘉年华**  
见证奇迹，刷新未来

**夺宝奇兵**  
乐享时光，惊喜不断



**全家欢大舞台**  
全家欢，FUN心玩

**孕妈体验官**  
体验当下，孕育未来

## 全家欢大舞台

全家欢, FUN心玩



## 吉尼斯挑战嘉年华

见证奇迹, 刷新未来



## 孕妈体验官

体验当下, 孕育未来



## 夺宝奇兵

乐享时光, 惊喜不断



## 关于2019中国玩博会·上海站孕妈体验官活动总结



### 前期单页、微信等对企业宣传

前期多种宣传形式对活动与参与打卡的企业进行了传播，更好地促进孕妈群体到场参与活动。

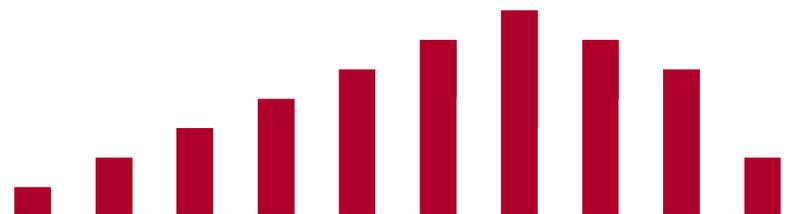
### 孕妈招募渠道

### 现场汇聚大量孕妈打卡

汇聚大量的孕妈到展台参与，参与打卡孕妈超1000人。助力企业与目标群体的沟通。

### 数据分享：

10月19-20日累计到场孕妈5217人，领奖孕妈993人。



品牌	好孩子	bobo	巧儿宜	Maxi-cosi	Kidsland	利其尔	麻麻达人聊育儿	孩子王	雅培	康贝
打卡数	1424	1472	2421	1389	1735	2368	1545	1500	1383	1608



2020年10月21日-23日

上海新国际博览中心我们期待与您再相见!