CHINA KIDS EXPO 中国婴童展

2018 16-18th Oct. SHANGHAI

2018中国国际婴童用品展览会
China International Baby Articles Fair
展后报告

CONTENTS

01 再续辉煌

02 展商分析

03 展商感言

04 观众分析

05 精彩活动

06 媒体曝光

01 再续辉煌

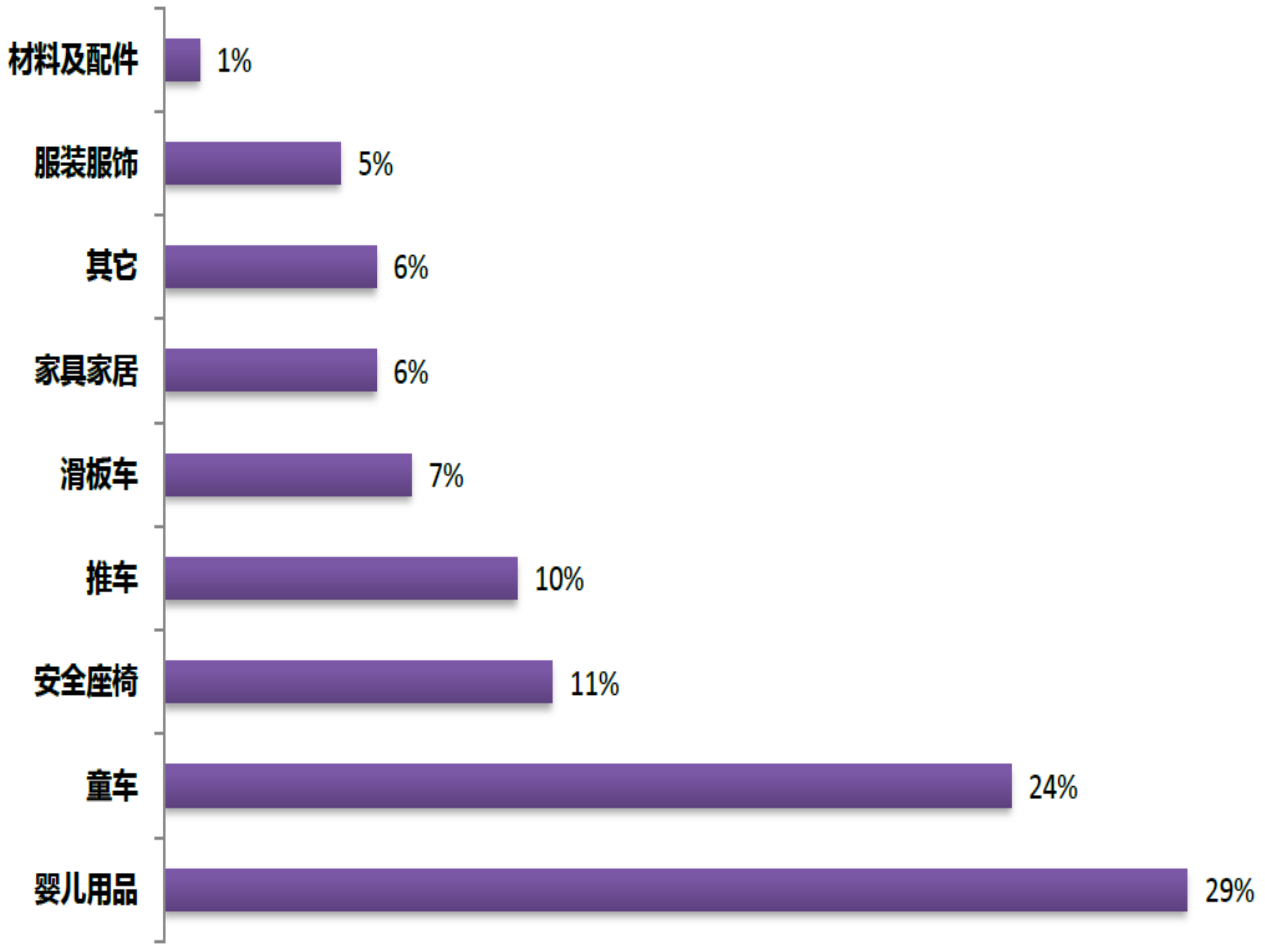
CHINA LICENSING EXPO 中国授权展
CHINA KIDS EXPO 中国婴童展
CHINA TOY EXPO 中国玩具展
CHINA PRESCHOOL EXPO 中国幼教展

2018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220,000平米，同比增长22%；展位数10,246个，增长28%；展商2,326家，增长15%；品牌数4,339个，增长20%。覆盖全球30多个国家和地区以及国内20大产区。四展三天展期共接待来自全球136个国家和地区海内外采购商80,437人，同比增加8618人，其中，海外采购商7062人，来自136个国家和地区。

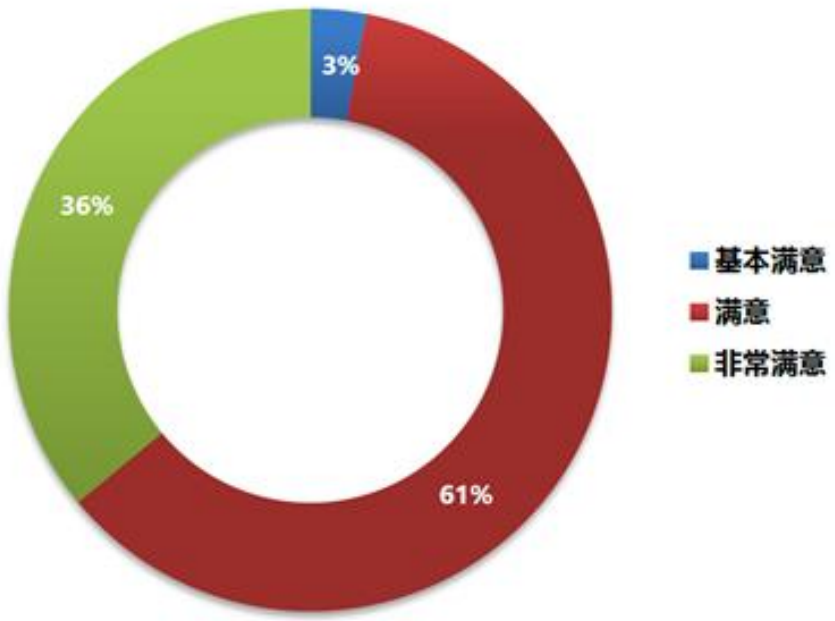
02 展商分析

CKE 展商分析

CKE 展商类别统计占比



CKE 展商满意度



03 展商感言

展商感言

京东 母婴采销部 总经理 刘利振感言：

首先祝贺中国玩具展、婴童展、幼教展、授权展的成功举办。同时特别感谢主办方中国玩具和婴童用品协会的邀请，让更多的玩具和婴童用品从业者认识京东母婴、了解京东母婴。

2017年，京东母婴与中玩协达成战略合作关系，并在诸多方面展开深度合作。本次展会中，京东母婴展位集合了众多品牌共同展示，既涵盖了国内外一线品牌，也包含了国产的潜力品牌。现场同时展出了京东母婴线下伙伴店和京东•爸爸的玩具屋两个线上线下结合，探索无界零售的项目。同期，在线上也搭建了会场，给予中玩协的企业更多线上展示机会。此外，在今年的中国玩博会上，双方首次结合互联网OTO新模式，打造了“线上电商+传统展会”的“无界展会”新模式。

中玩协是中国唯一全国性玩具和婴童用品行业社团组织，京东母婴作为中国母婴快消品零售的领军平台，双方在未来的合作必将更加深入全面。一方面线上线下玩博会将以更加丰富的内容呈现，另一方面，在消费者层面不断提升服务品质和客户体验，在企业层面搭建专属的京东入驻通道，助力企业更加快速的成长。

好孩子集团创始人、董事局主席 宋郑还感言：

好孩子跟中国玩具和婴童用品协会是很好的战略合作伙伴。感谢他们提供这么好的舞台，让我们跟行业、跟媒体，更重要的是，跟消费者，有一个面对面的集中展示和交流的机会！

今年，好孩子再次携全系品牌参加，每个品牌都拿出了自己的扛鼎之作。其中，我要向大家郑重推荐我们好孩子的成长型智能高速汽车安全座。它拥有可以满足时速80公里碰撞测试标准的安全性能，还搭载了能够提示驾驶人不要把孩子遗忘在车里的蓝牙智能报警系统。我们希望这款产品能给新时代的育儿生活，带来一种“当科技遇上时尚设计”的未来之美。

展商感言

乐瑞婴童中国区市场营销副总裁 郑展望感言：

CKE是中国规模最大的婴童展之一，无论场地规模，还是观展人数，都是业内数一数二的重大展会。我们通过CKE，将我们乐瑞婴童先进的理念，优秀的产品展现给大家。以此突出乐瑞婴童在专业领域的核心竞争力，从而吸引更多的媒体和经销商伙伴的关注，同时也巩固我们了的品牌地位，维护我们的企业形象。

Richell利其尔总经理 笹仓 浩辉感言：

今年是第五年参加CKE了。是和代理商、店铺商谈的一个很好的平台，能和消费者直接对话的机会更是CKE的魅力所在。直接听取消费者对商品的意见建议，对今后的商品开发是很大的帮助。即便是批评和投诉也会让我们受益匪浅。

Malihome创始人 Peggy感言：

随着公司品牌越来越多，今年CKE的展位已经是去年的两倍。每次参加展会都是一件非常高兴的大事，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，尤其是合作伙伴本身也是父母，在展会可以顺便和朋友们聊聊育儿心得；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。另外随着Mali Home日益得到认可，此次我也受邀参加行业分享，此次非常感谢CKE给我机会向各位前辈学习和交流。

2018CKE 主要参展品牌

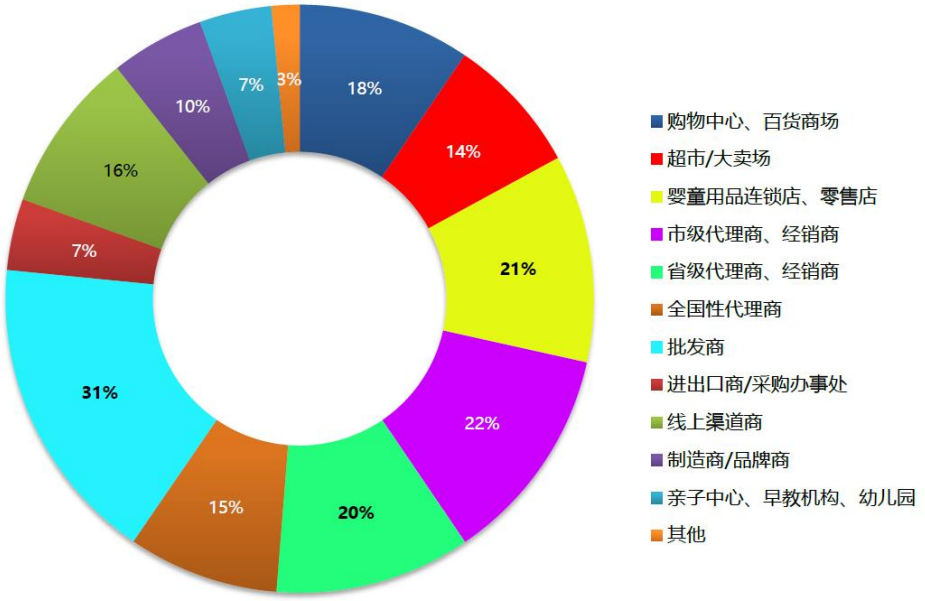
04 观众分析

2018中国婴童展观众区域分析

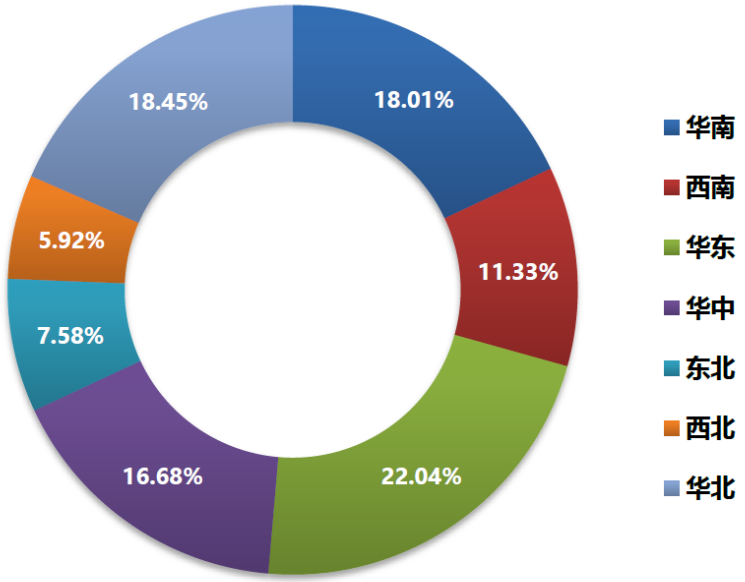
买家分析

观众数57595，其中国际数4118，来自130个国家和地区采购商参加CKE2018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，来自华北及华中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：

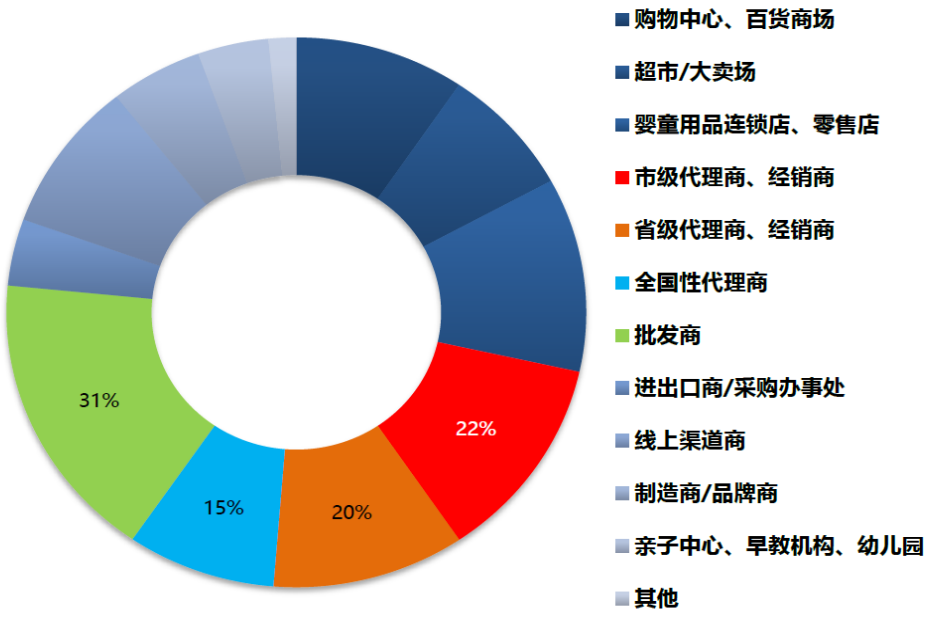


2018中国婴童展观众区域分析

重点买家

2018CKE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。

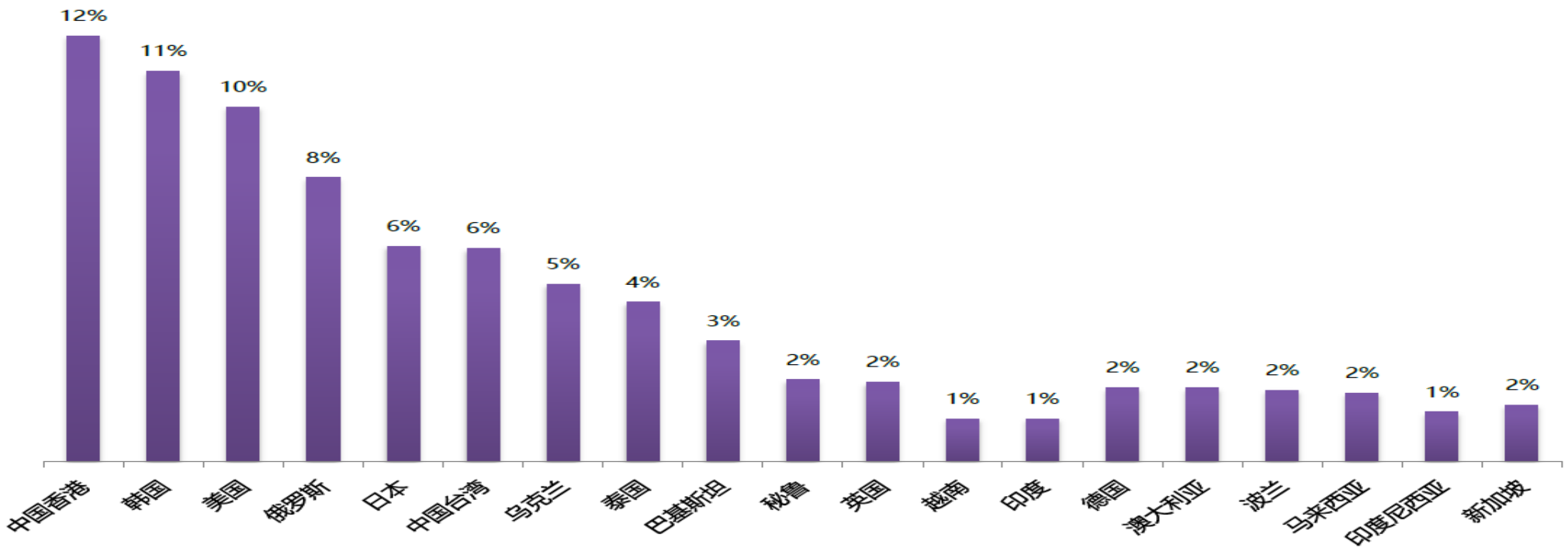
到场全国级、省级、市级代理商；经销商所占比例



2018中国婴童展观众区域分析

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。



05 精彩活动

2019新趋势产品展示与发布

2019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。

2018TJPA 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。CTJPA每年开展玩具和婴童用品行业升级和创新产品评选工作。

2018童趣时裳秀

中国国际婴童展为国内外一线服装品牌参展商提供了为品牌竖立品牌价值，拓展销售渠道，丰富品牌生态圈，传递品牌信息是中国国际婴童展-童趣时裳秀的设立初衷。

2018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。

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“2018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、英伦宝贝、广禾堂、爱朵、广生行、康贝、Hape集团、大V店等行业大咖共同论剑新零售。

06 媒体曝光

媒体曝光

作为全球婴童用品、玩具、幼教和授权行业的年度重要活动，中玩协四展每年吸引数百家海内外媒体到场，深入挖掘趋势特点，安排重要版位集中报道，推动全球全行业趋势引领。

传统媒体超过600家

- 今年到场参观采访媒体200+，其中包含国内外权威行业媒体，如：BCMI & ITMA等
- 转载的媒体超过600家
- 国内权威媒体主流媒体：央视、第一财经、东方卫视、新华社、中新社、中国质量报、解放日报、新民晚报、新闻、新浪网、搜狐网、中国网、人民网等。

新媒体曝光量过亿

- 今年展会更是吸引了大批新媒体宣传报道，其中腾讯视频开辟趋势新品宣传专题播放量超过1.5亿次
- 数十家PGC媒体到场参观，如小伶玩具、猫扎特玩具、萌萌玩具故事、逗逗熊玩具岛、凯利和玩具朋友们、玩具口袋、比特玩具、小不点玩具、苏菲娅玩具、玩乐三分钟
- 小小包麻麻、一小时爸爸、大J小D、暖暖妈爱分享、echo小茵茵、婴鸣Talk、家有宝宝、郑州妈妈邦等粉丝量累计过千万的大V媒体到场对于展会集中报道。

CCTV 中国中央电视台

东方卫视

上海电视台 SHANGHAI TELEVSION STATION

第一财经 YICAI

新华社 XINHUA NEWS AGENCY

CNS 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

中国网 china.com.cn

腾讯视频 不负好时光

iQIYI 爱奇艺

YOUKU 这世界很酷

土豆

风行电视

中国质量报

解放日报

大公报 takungpao.com

新民晚报

新闻晨报

小小包麻麻

暖暖妈爱分享

凯叔讲故事

育学园 我们一起长大

辣妈帮

DANKE 蛋壳宝儿

父母世界 Parents

家有宝宝 Jbaobao.com

宝宝知道 科学孕育 为爱成长

YaoLan 摇篮网

KIDS FUN EXPO
中国玩博会

2018中国玩博会.上海站
KIDS FUN EXPO Shanghai
展后报告

CONTENTS

01 再续辉煌

02 观众分析

03 精彩活动

01 再续辉煌

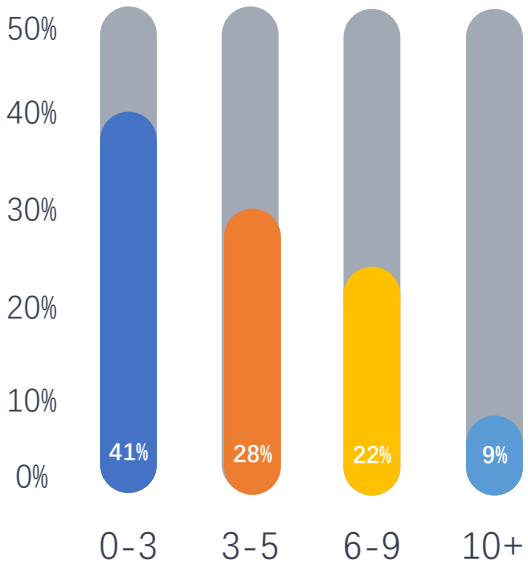
KIDS FUN EXPO
中国玩博会

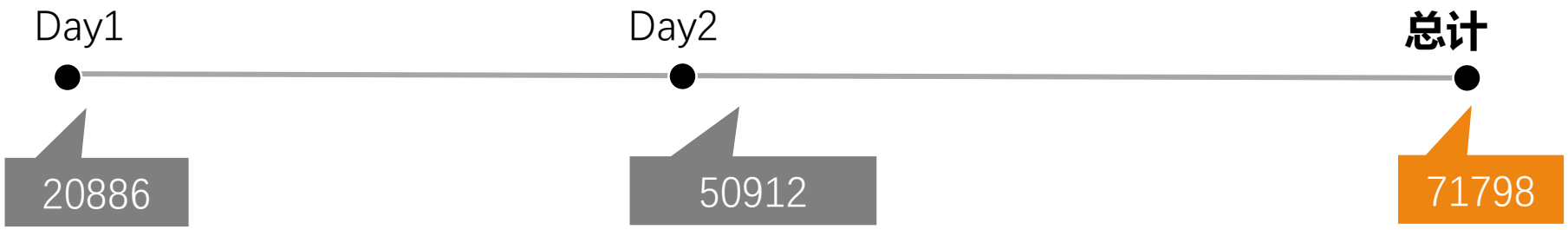
2018中国玩博会上海站，2天时间消费者到场参观71798人次，两天累计到场孕妇5009人。

02 观众分析

KFE-中国玩博会整体介绍-观众数据分析

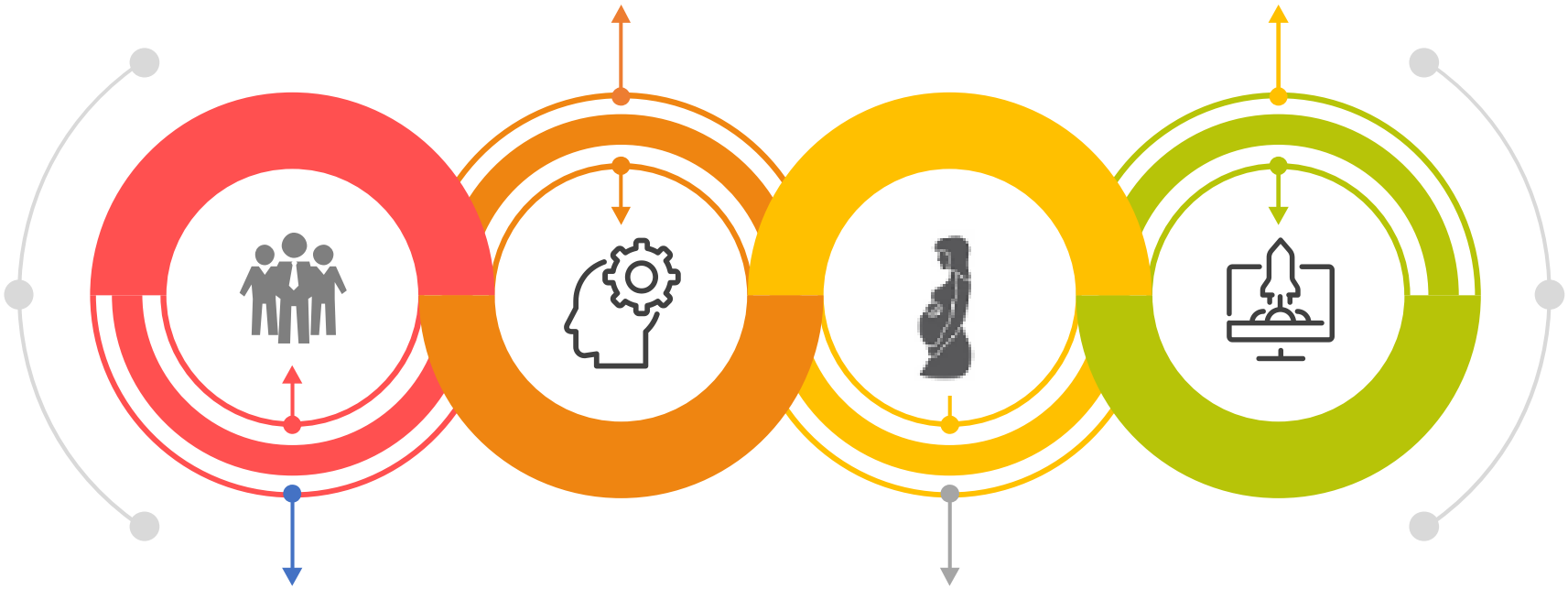
到场人次
71798





03 精彩活动

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

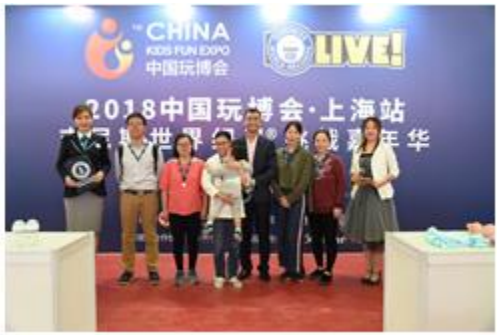
夺宝奇兵
乐享时光，惊喜不断

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2018中国玩博会·上海站
孕妈体验官活动总结

数据分享：

10月19-20日累计到场孕妇5009人，参与打卡孕妇1058人，领奖孕妇814人。

展商打卡扫码：

展商名称	参与活动数量	孕妈体验官现场扫码数
好孩子	1	797
乐瑞	2	803
新安怡	1	829
利其尔	1	811
凯知乐	1	718
bobo	1	1058
瑞士宝琪	1	820
贝贝卡西	2	756
爸爸的选择	1	736

孕妈体验官活动意义

孕妈对产品的了解

孕妈到达展台打卡的同时，主动和在引导之下了解、购买展商的产品。

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。

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。

Thank you