

同期活動：額外品牌曝光機會

行業論壇和研討會：匯聚各大品牌、製造商及行業專家，探討市場趨勢及發展機遇。

推介會：推廣品牌和新品，可按要求提供展前宣傳和協助活動籌備。

KOL直播：展會將邀請KOL在展會進行直播，介紹您的產品。

VIP展會導覽：提供機會給VIP買家認識您的品牌。



資料截至2022年9月。

參展費用

國際展區
標準攤位
RMB 1,650 / 平方米 (最少9平方米)

光地
RMB 1,260 / 平方米 (最少36平方米)
角位加收10%附加費

9折早鳥優惠**
*需於2022年12月20日前遞交申請表及付款

時間表

● **12月20日**
早鳥優惠截止

● **12月至3月**
展會準備及宣傳

● **3月**
展位位置確認

● **4月7日至9日**
展會舉行

展會資訊

日期
2023年4月7日至9日

地點
深圳國際會展中心（寶安新館）
中國深圳寶安區福海街道展城路1號

入場費用
免費入場。只限16歲以上的專業買家。

主辦單位
廣東省玩具協會
廣州力通法蘭克福展覽有限公司
法蘭克福展覽 (香港) 有限公司

聯絡我們
法蘭克福展覽 (香港) 有限公司
香港灣仔港灣道26號華潤大廈35樓
陳起榮先生
電話: +852 2230 9287 / +86 198 965 37052
電郵: baby@hongkong.messefrankfurt.com

廣州力通法蘭克福展覽有限公司
中國廣州市越秀區先烈中路69號
東山廣場1520室
電郵: toy@china.messefrankfurt.com

www.chinababyfair.com



引入新動力 賦能新發展

www.chinababyfair.com



Shenzhen International Stroller, Mother and Baby Product Fair
第14屆國際童車及母嬰童用品(深圳)展覽會

7 – 9.4.2023
深圳國際會展中心（寶安新館）



中國母嬰市場龐大潛力

母嬰市場規模穩步增長，預計2023年將超過5700億美元。儘管近年來人口出生率持續走低，但隨著人均可支配收入的增加以及母嬰家庭消費能力的提升，中國母嬰市場持續增長，2021年中國母嬰消費規模達4989億美元，未來中國母嬰市場仍保持穩定增長趨勢，到2025年中國母嬰市場規模將達到6750億美元。(資料來源: 中國艾瑞諮詢)



三孩政策刺激消費

2021年，中國政府決定實施三孩政策及推行相關配套措施，有助提高國內生育率。



國內消費力強勁

2011至2020年中國母嬰用品相關企業註冊量持續增長，尤其在近三年呈現爆發式增長，截至2021年5月31日已超過90萬家。母嬰用品相關企業數量激增背後的推動力量是母嬰消費人群購買力不斷提升、需求更加細化、消費決策受影響因素的轉變、銷售渠道的逐漸成熟。(資料來源: 天眼查數據)



生育政策的放寬和經濟增長帶動需求

據統計，中國15歲或以下人口約有2.63億，而自兩孩政策實施以來，14歲及以下人口較10年前增加1.35%。2021年8月全國人大常委會會議表決通過三孩生育政策，並提供相關經濟社會政策配套銜接。中國國家統計局數據也顯示，2021年的國民總收入較2020年增加7.9%。生育政策的放寬和人口收入增加，有望推動中國內地玩具市場向前發展。

(資料來源: 《2021年國民經濟和社會發展統計公報》及國家統計局)



展會優勢

華南領軍嬰童用品展

- **中國最大玩具、嬰童用品及授權展會之一**
展會將在全球其中一個最大的展覽場館舉行，主辦方利用34年在華南玩具及母嬰童用品行業的影響力及經驗，為您提供一站式國際商貿對接平台，以展示和推廣您的產品。
- **中國內地首個行業展會 助捕捉商機**
展會舉行時適逢中國市場採購旺季，將吸引眾多為五一黃金周和兒童節進行採購的買家。

戰略位置 交通便利

以深圳為中心的廣東省是全球母嬰童用品行業的主要交易中心，不少批發商和進出口商都會在華南設立辦公室。加上鄰近香港的地理優勢，陸空交通便利，展會在深圳舉辦將方便海內外買家安排採購行程。



粵港澳大灣區發展優勢

- **大灣區最具經濟活力的城市之一**
深圳的人均GDP在2021年增至25,000美元。該地區父母的消費能力較高，傾向購買更多優質母嬰童用品。
- **重點發展技術創新**
深圳是以先進技術和研發為發展重點的經濟特區，展商可把握此優勢，在展會上展示您的創新產品。

三展聯動 釋放機遇

深圳嬰童展將與深圳玩具展以及深圳國際授權展同期舉行，超過2,100家玩具、母嬰童用品和授權IP品牌將匯聚亮相，是推動跨行業交流合作的展覽盛會。



toy&edu
CHINA



licensing
CHINA

展商產品類別

各種類童車



嬰童家居生活用品



母嬰用品



嬰童服飾



嬰兒食品及保健產品



2022 年展會回顧：品牌匯聚 精彩紛呈



130,000

平方米展覽面積



1,326

家展商
來自9個國家及地區



2,100+

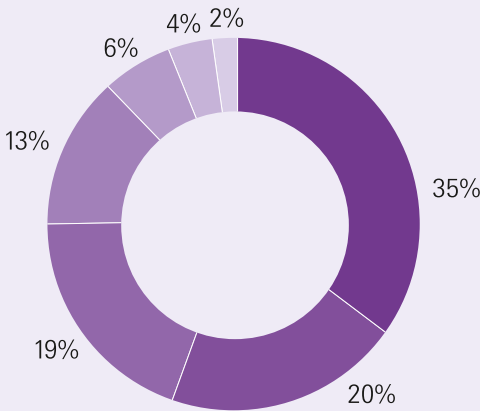
展出品牌

(包括同期舉辦的深圳玩具展及深圳國際授權展數據)

展商品牌來源 (國家及地區)*

- 大中華地區
 - 中國內地
 - 香港
 - 台灣
- 德國
- 以色列
- 意大利
- 韓國
- 英國
- 美國

展商產品類別*



- 35% 童車、手推車、安全座椅
- 20% 嬰幼兒玩具
- 19% 各類型母嬰用品
- 13% 嬰童家居生活用品
- 6% 嬰童服飾
- 4% 嬰兒食品及保健產品
- 2% 其他

*包括參加實體及線上展會的展商



展商評價

「基本上每年比較大和重要的展會，我們公司都會參與，像這個展會基本上我們每年也都參與的。未來的品牌想要更好地發展，所有的推廣渠道一定得跟上，因此不能放棄參展。它會有一個幅度或維度的幫助，但一定都會有效果。」
中國, 花田彩廣東分公司, 總經理, 鄧紅艷女士

「因為我們這次是第二次參加嬰童展，去年我們參展對整個廣州汕頭這邊的供應商的整合是有非常大幫助的。我們去年參展之後，很多的供應商都對我們的品牌有很大的信心，也積極參與我們的開店，同時也對我們在全國市場的發展來說是有著比較積極的作用和給了我們品牌很大的信心。」
中國, 湖州七秒實業有限公司, 七秒易購聯合創始人及常務副總, 張文霞女士

遙距參展

- 如未能親身前往展會，可選擇遙距參展。現場展位將根據您的要求佈置。
- 現場展示產品和宣傳小冊子
 - 配備LED電視，播放宣傳影片
 - 安排翻譯員或展商代表接待現場觀眾
 - 配備視像會議設施，以供與現場買家進行實時交流



特色展區：國際展區

精選過百個最暢銷的海外及中國香港品牌進駐國際展區，今年吸引數以萬計專業買家到場採購熱爆、富創意和高素質的新品，展位長期人頭湧湧，產品詢問度爆標。

特色展區：中國童裝之都織里展團

中國織里童裝展團再次亮相深圳嬰童展，展團總面積達500多平方米，統一特裝布展展現「織里童裝」的風采。展團團長中國紡織品進出口商會所帶領的8家參展企業，在展上展示全球首發產品。

部份優質展商



中國童裝之都織里展團



2022 年展會回顧：年度行業盛事 吸引各界觀眾

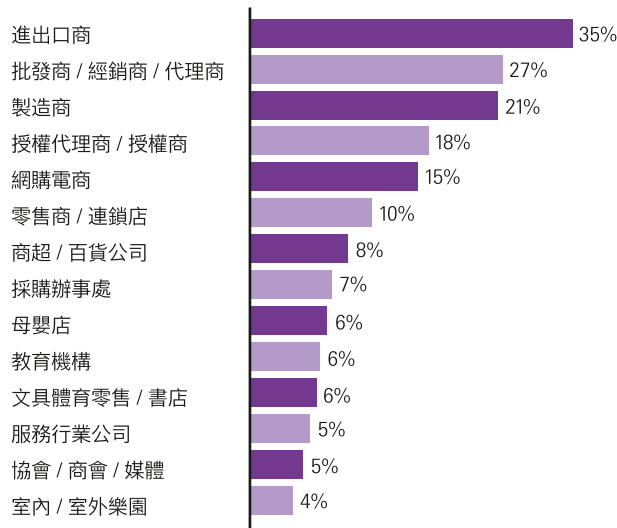
 **50,437** 名觀眾
來自28個國家及地區

91% 的觀眾對展會感到滿意

82% 的觀眾擁有決定權及決策權

(包括同期舉辦的深圳玩具展及深圳國際授權展數據)

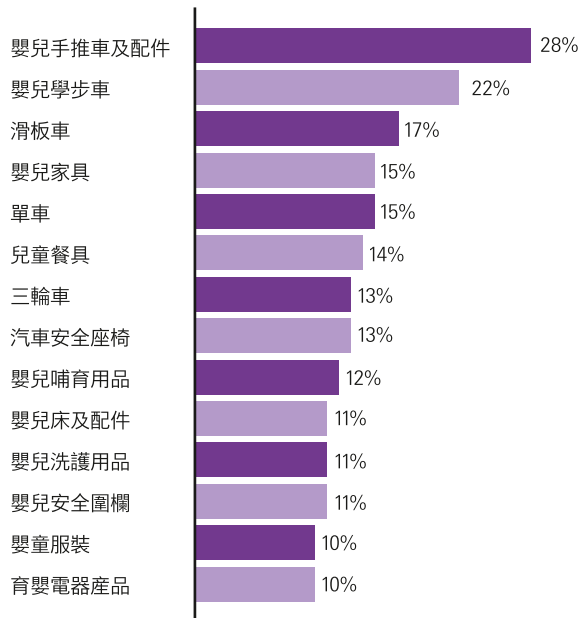
觀眾業務性質*



*因多項選擇而大於100%

#不包含低於10%的選項

觀眾感興趣的產品*#



往屆買家總覽

進口商、出口商、服務公司、採購商、批發商、代理商及分銷商



超級市場、百貨公司及母嬰店



電商平台



教育機構



額外展覽服務：線上服務助力展商銷售

E-connect 360 超越地域和時差限制連接展商及買家。

展前商貿配對

配備人工智能配對系統，展商可主動發送信息給心儀買家。

線上會議

預約與海外及現場買家於展覽期間進行視像會議。

虛擬展廳

撰寫公司簡介及產品介紹，同時上載照片及影片，吸引買家注意。

展會直播

聚焦精選展位和品牌信息，影片將於展會期間持續推送和供展後點播。

現場商貿配對

將根據您的需要安排現場會議，讓您與合適的買家聯繫。可應要求提供口譯服務。

2022 雲易會平台數據

- 總互動量：**121,862** (包括網頁、相片和影片瀏覽次數及點擊次數)
- 平台登入人數: **2,902**
- 平台總對接量(展會前後): **356** 個對接

善用主辦方全球的銷售和媒體網絡

海外媒體

國家及地區: **170+**

廣告及新聞稿: **30+** 媒體

中國媒體

地區: **30+**

廣告及新聞稿: **20+** 媒體, 包括 搜 狐, 中國新聞網, 新華社, sina 新浪, CHINA DAILY 等其他媒體

直接營銷



線上推廣



網絡紅人直播

向網上受眾推廣企業的新產品。

