

新闻稿

2022 年 8 月 25 日

深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展在经济复苏中收获积极成果

方茵小姐
电话: +852 2230 9281
betty.fong@hongkong.messefrankfurt.com
www.chinatoyfair.com
www.messefrankfurt.com.hk

SZTF22 FR sc

在 2022 年 8 月 18 至 20 日举行的国际玩具及教育产品（深圳）展览会（深圳玩具展）、国际童车及母婴童用品（深圳）展览会（深圳婴童展）及国际授权及衍生品（深圳）展览会（深圳国际授权展）圆满落幕，展会一共吸引了来自 9 个国家及地区的 50,437 名观众纷至沓来。作为行业提振信心的助推器，三场同期展会共迎来 1,326 家展商齐聚深圳国际会展中心，共同呈现玩具、婴童及授权行业的前沿优质产品供买家现场采购。此外，主办方将有效利用 E-connect 360 云易会线上平台帮助全球企业与买家在展中展后线上沟通。



行业人士齐聚深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展进行面对面洽商。（图片：法兰克福展览）

法兰克福展览（香港）有限公司副总经理余诗慧女士表示：“我们很高兴看到所有与会者积极投入到为期三天的展会中，会场内人群熙攘，许多优质买家对现场展商的产品兴趣浓厚。受上半年中国疫情影响，我们在展会的组织筹备阶段面临诸多挑战。然而，作为中国南方相关行业的代表性展会，我们深知这样的实体展会平台对国内乃至全球贸易而言是不可替代的。今年展会总体规模达到了 130,000 平方米，也尤其体现了展商对 3 场展会一如既往的高度信任。虽然今年的观众数字有所减少，但是有很多在现场的参展商和买家都表示很开心能够有机会和业界人士面对面交流及亲身体验各种产品，认为展会是一个高效的商贸平台。”

余诗慧女士也提到了深圳国际授权展的快速发展：“自 2020 年首次亮相后，深圳国际授权展业已成为备受推崇的行业盛会，有赖于前几届展会取得的积极成果，众多知名 IP 以及大品牌云集本届展会。今年，我们还迎

法兰克福展览(香港)有限公司
香港湾仔港湾道 26 号
华润大厦 35 楼

来了 NBA、Iconix 及其他国际知名 IP 首秀展会，进一步扩大了授权展的规模。深圳国际授权展今年也不负众望，丰富的 IP 展品继续深受在场观众的欢迎。不少参展商及买家也运用了同期展会的优势，围绕着 IP 结合玩具及婴童产品商谈合作机遇。”

大湾区中心的商贸枢纽

3 场展会于深圳举行，是国家贸易枢纽及大湾区最重要城市之一，对吸引跨境电商企业与买家有着特殊的地理优势。这其中包括了多家知名公司，比如亚马逊、雨果跨境、字节跳动和顺丰速运，他们来到展会积极搜寻各种合适的玩具、婴童产品及 IP 授权合作机会。作为全国电商重镇，深圳及大湾区电商从业人员及相关服务专家云集，展会也获得了跨境出海市场解读及服务需求对接会及跨境玩具出海生态大会的支持，为企业数字转型，速适应潜力无限的电商行业提供有价值的专业信息。

E-connect 360 云易会线上平台联通全球

自上届展会正式推出后，E-connect 360 云易会线上平台已收到了业界的广泛认可。作为深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展的创新平台，E-connect 360 云易会线上平台帮助全球因受旅行限制而无法亲身到场的专业买家与展商无障碍沟通。该平台于 3 月启动第一阶段，在展会延期的过渡期间协助业内企业增进贸易联系，帮助用户提早接触到展会资源并与市场同步接轨。用户还可通过平台上的同期活动论坛直播把握市场前沿脉动。

此外，平台上的在线商贸配对服务以及在线聊天设备也备受用户好评。服务推出期间，一共有来自 55 个国家及地区的超过 2,800 名用户登记及使用服务精准对接目标合作伙伴。该服务将沿用至 8 月 28 日。

展商反馈

“深圳玩具展作为国内首屈一指的专业玩具展，具有很深的行业影响力，每年都会吸引大量知名的国内外玩具品牌参加，是行业交流探讨的专业平台，是洞察行业发展动向的风向标。深圳玩具展覆盖的消费客群除了来自全国各地之外，更多的也更精准地辐射到了两广和福建区域市场，帮助我们在以深圳为中心的周边辐射范围实现专业曝光，开辟更多机会。我们可以在展会上展示品牌和企业的核心优势，为观众们提供更专业的服务，让他们切身体验产品的高品质与理念所在，是一个难能可贵可以直接与客户们交流、展示并塑造品牌形象及梳理客人合作信心的渠道。”

玩具展展商：中国，怡欣创沛（宁波）玩具有限公司，营销总监，周艳女士（德国 Hape 品牌）

“我公司今次参展主要目的是介绍我们的品牌 Anne Geddes 及 Only Hearts Club 的产品到国内市场，因此我们跟随香港 3C 展团来参加深圳玩具展。展会能够如期举办，对我们企业开展在国内及大湾区业务是个好开始。今次我们的展位位置正好在主要的入口附近，进出的参观者都会经过我们的展台，这是我参加深圳玩具展以来，被要求加我微信最多的一个早上，当中有电商，店铺，批发，超市，幼教商品等等。其中幼教商品的，对我们的学习布图书非常有兴趣。”

玩具展展商：中国香港，浩昌控股有限公司，品牌拓展经理，卫兆辉先生

“我们萌谷文化今年是第一次参加深圳授权展，这一次参展我们也能够感受到现场观众的热情。三场展会同期举办在一定程度上能帮助到我们，因为我们有很多的玩具客户就在现场，我们直接在展会的现场就可以进行深入交流，并且他们也会展示出非常多的新产品，我们也可以探讨新的合作机会和产品开发。同时，刚好有这样的行业展会，让我们的业务人员也可

国际玩具及教育产品（深圳）展览会
国际童车及母婴童用品（深圳）展览会
国际授权及衍生品（深圳）展览会
中国，深圳
2022 年 8 月 18 日至 20 日

以去现场获取更多客户资源，所以对于我们来说是一个非常好的机会。”

授权展展商：中国，萌谷文化，商务合伙人，邓发三先生

“我们这次的参展目的，主要是让更多的客户和同行能够认识我们这个品牌，另一方面是给部分地区的客户接洽、面谈和获取资源的机会。展会是一个沟通的桥梁，我们可以接触到更多省市、更精细的地方的客户，从而让我们对当地的市场有更清晰的把握。这次玩具展、婴童展、授权展三展联办可以让我们实现资源的集中，让大家能够更方便聚在一起，在整个产业链、整个市场的同行和有关联的企业之间能互联互通。”

授权展展商：中国，浙江卡游动漫有限公司及浙江卡游科技有限公司，大区总监，陈曦隐先生

“这次是我们第二次参加婴童展，深圳婴童展的组建对于我们七秒易购在整合汕头供应商这一块是有非常大的推动和促进作用的。因为我们本身在产品的组合模式是童装加百货。本次展会对我们和汕头的一些优秀供应商达成深度合作的同时，也能起到非常大的推动作用。今年上半年在疫情下，我们七秒易购在市场上的份额，包括销售，都还是实现了逆增长，所以我们其实对整个童装和婴童行业还是有非常大的信心的。”

婴童展展商：中国，湖州七秒实业有限公司七秒易购，联合创始人及常务副总，张文霞女士

“我们公司基本上每年会参与比较大和重要的展会，包括这个深圳婴童展。我觉得以湖州织里展团的方式参展非常好，因为首先能够组团来参加的品牌，在我们这个童装圈子，肯定是有质量以及是有口碑和知名度的。我觉得以组团参展的这种推广形式会更具影响力，可以从各个平台和渠道推广出去，对于我们的品牌推广是有很大的帮助。虽然展会延期举办，但因为我们的品牌想在未来更好地发展，所有的推广渠道一定得跟上，因此不能放弃参展。”

婴童展展商：中国，花田彩广东分公司，总经理，邓红艳女士

买家评价

“我们公司主要的任务是为出口玩具的厂商提供物流服务。这次来展会主要是寻找新的玩具类客户，以及维护老客户的联系。我们与不少展商进入了洽谈的阶段，等后续的合作。在疫情的情况下，能够有这么多的观众来参加展会超出了我的预期。我这几年陆陆续续都有来参观，玩具市场的变化还是蛮大的，每年都有新产品新模式推出，而且也有跨境相关的研讨会，和我所在的物流行业也很符合，值得借鉴。”

中国，深圳市华展国际物流有限公司，销售代表，秦涛先生

“我们主要是做跨境电商的，我们想通过深圳玩具展优化选品，尤其是3-10岁年龄段的益智开发玩具。深圳玩具展集中了大湾区很多玩具龙头企业以及很多知名国际玩具品牌，每次来还能看到他们尚未投放市场的新品，我们也能掌握一手动向第一时间评估订货，玩具类产品还是到线下亲自挑选比较放心，也能货比三家，选择价位和品质都符合我们要求的玩具。”

中国，深圳霄凡电子商务有限公司，总经理，张斌斌先生

“这次也是特别来深圳国际授权展寻找更多IP产品及寻求深度合作。授权展和玩具婴童展是深度联动的，这里的IP对于玩具婴童类的合作会更有经验及意向。现在的授权公司在合作形式上也有很多创新，不仅仅是分享图库，对于渠道支持合作开发也有自己的解决方案，让我们感到很有收获。受疫情影响，我们也很久没有在线上和众多企业面对面交流，所以不想错过这么好的机会。”

国际玩具及教育产品（深圳）展览会
国际童车及母婴童用品（深圳）展览会
国际授权及衍生品（深圳）展览会
中国，深圳
2022年8月18日至20日

中国，无锡妙儿亲电子商务有限公司，总经理，赵娟女士

同期活动与会者感想

“这次的娃斯卡活动和展会进行了深度的合作，我们作为合作方感到非常荣幸。中国的育婴童市场有着巨大的发展潜力。据数据统计，2021年我国的育婴童市场价值3.7万亿，预计到2025年会达到4.5万亿。对于想进行升级转型和面向高质量发展的童装品牌而言，肯定离不开文化的发展。那IP授权这方面将会起到了很大的推动力。在今天的活动中，有多家企业分享了IP文化的案例和行业交流。同时，通过我们组织童装企业对授权展进行深度的参观团，希望能够促进双方今后有更多交流合作，推动行业的发展。而展会也搭建了一个很好的商贸平台，连接更多的企业和目标客户，促进商贸合作，所以我觉得是非常地值得肯定的。”

中国，《中国纺织》杂志社，副社长，肖莹女士（2022年度中国孕婴童产业“娃斯卡”传媒影响力榜单启动仪式及IP对接交流活动合作方）

下届国际玩具及教育产品（深圳）展览会、国际童车及母婴童用品（深圳）展览会及国际授权及衍生品（深圳）展览会将于2023年4月7至9日在相同展馆深圳国际会展中心（宝安新馆）举办。

国际玩具及教育产品（深圳）展览会、国际童车及母婴童用品（深圳）展览会及国际授权及衍生品（深圳）展览会由广东省玩具协会、广州力通法兰克福展览有限公司以及法兰克福展览（香港）有限公司合作举办。

欲了解更多展会详情，请浏览 www.chinatoyfair.com、www.chinababyfair.com 或 www.licensing-china.com。

致编辑：

下载本新闻稿：

<https://licensing-china.hk.messefrankfurt.com/shenzhen/zh-cn/press/press-releases/2022/SZTF22-FR.html#download>

更多媒体资料及展会照片：

<https://licensing-china.hk.messefrankfurt.com/shenzhen/zh-cn/press.html>

关注深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展的社交平台：

<https://www.facebook.com/SZToyFair/>

<https://twitter.com/SZToyFair>

<https://www.linkedin.com/in/sztoyfair/>

法兰克福展览集团简介

法兰克福展览集团是全球最大的拥有自主展览场地的展会主办机构之一，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球28个地区聘用约2,200名员工，业务版图遍及世界各地。在新冠疫情爆发前，集团在2019年营业额录得高达7.36亿欧元，2021年集团营业额受疫情影响下，大幅降至约1.54亿欧元。集团与众多行业领域建立了丰富的全球商贸网络并保持紧密联系，在展览活动、场地和服务业务领域，高效满足客户的商业利益和全方位需求。作为核心战略体系之一，集团积极实践可持续化经营理念，在生态、经济利益、社会责任和多样性之间达成有益的平衡。法兰克福展览集团的另一大优势在于遍布世界各地的庞大国际行销网络，覆盖全球约180个国家。多元化的服务呈现在活动现场及网络平台的各个环节，确保遍布世界各地的客户在策划、组织及进行活动时，能持续享受到高品质及灵活性。我们正在通过新的商业模式积极拓展数字化服务范畴，可提供的服务类型包括租用展览场地、展会搭建、市场推广、人力安排以及餐饮供应。集团总部位于德国法兰克福市，由该市和黑森州政府分别控股60%和40%。

有关公司进一步资料，请浏览网页：www.messefrankfurt.com.cn

国际玩具及教育产品（深圳）展览会
国际童车及母婴童用品（深圳）展览会
国际授权及衍生品（深圳）展览会
中国，深圳
2022年8月18日至20日