



新闻稿

2021年7月

深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展来年3月举行 助力企业把握中国市场发展机遇

刘晓彤小姐
电话: +852 2230 9235
karen.lau@hongkong.messefrankfurt.com
www.chinatoyfair.com
www.messefrankfurt.com.hk

SZTF22 PR1 sc

尽管受到新冠肺炎疫情的冲击，中国仍然是世界第二大的玩具市场。面对市场呈现积极向上的发展态势，企业也通过国际玩具及教育产品（深圳）展览会（下称：深圳玩具展）、国际童车及母婴童用品（深圳）展览会（下称：深圳婴童展）及国际授权及衍生品（深圳）展览会（下称：深圳国际授权展）重启业务及了解市场发展，尤其是近期兴起的零售趋势和购物习惯改变。三个同期展会将于**2022年3月30日至4月1日**在深圳国际会展中心举行，助力全球玩具、婴童用品和授权业界把握中国疫后的发展机遇。

毋庸置疑，中国是全球玩具领域的佼佼者。市场调查机构 Research and Markets 更预期至2026年，中国玩具市场规模将达到613亿美元¹。随着疫情发展，消费者对在家娱乐的需求有所增加，中国玩具内销市场也经历了迅猛增长，单在2020年，玩具零售额就达到了119亿美元。

“继去年8月和今年3月成功举办展会，我们希望再次为玩具、婴童用品和授权行业提供推动商务联系和信息交流的平台。”法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷女士说明道。“中国正从疫情中强劲复苏，在刚过去的展会也反映了玩具、婴童用品以及授权市场需求和变化，参展商将可在明年3月举行的展会上挖掘到新商机。”

千禧世代追捧盲盒、国潮

在日益由消费驱动的市场风气下，“盲盒”和“国潮”是吸引中国主要目标消费群体——千禧世代的关键词之一。有见及此，2021年的参展商也带来了迎合相关市场需求的创新产品。

“盲盒在中国造成了不少轰动。”来自中国香港的晋东有限公司营业部经理欧阳高翔先生分享道。“今年我们把 Baby Shark 毛绒公仔放到盲盒和扭蛋里推出，吸引了不少买家的兴趣，纷纷对产品提出问询，尤其是一些经营抓物机的客人。”

与此同时，从时尚行业开始崛起的“国潮”，现也蔓延至多个消费品领域，当中也包括与儿童相关的产业。更多品牌在产品中融合文化和怀旧元素，以激起消费者的情感，从而增加其购买意欲。

广东森宝文化实业有限公司展出的授权积木呈现了中国传统文化和科研成就，深受观众欢迎，其市场策划经理张宇明先生说：“我们展示了新的故宫文创和航天文创系列。我们的潜在和现有客户都会来深圳玩具展参观，

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

¹中国玩具市场的细分市场、销售渠道、公司分析和预测，Research and Markets.

<https://www.researchandmarkets.com/reports/5308264/china-toys-market-by-segments-sales-channel>

所以很适合在这里推出新品。”

寓教于乐

此外，2021年展会也揭示了市场对教育玩具及产品的殷切需求，并预计这个热潮会持续一段时间。根据NPD集团2021年1月的线上玩具销售数据²，在众多玩具类别当中，较为受消费者欢迎的是婴儿、幼儿和学前玩具，当中很多产品都兼备教育意义。

就教育玩具的发展趋势，来自中国香港的香港玩具协会主席丁天立先生发表了看法：“不论是中国还是其他国家都对教育都非常重视，我认为能够帮助孩子学习的产品，如科学和建筑玩具，会越来越受家长的欢迎。”

观众也乐见深圳玩具展上有更多种类的教育玩具展出。四川广电星空贸易有限公司总经理王欣先生表示：“我来这里是想采购玩具教具类产品，其中七色花和Hape的产品让我印象深刻。居家学习网课的新模式让益智玩具需求上升，现在很多品牌都在配合学校课程去进行产品开发。”

更多有关中国玩具、婴童用品及授权市场发展的分析请参阅：

<https://shenzhen-international-toy-and-education-fair.hk.messefrankfurt.com/shenzhen/en/press/case-studies/2021/SZTF21-CS1.html>。

电商增长势头延续 展会助力行业转战线上迎机遇

NPD集团的市场调研也指出了玩具电商销售的蓬勃态势，本已发展得如火如荼的电子商务也因为疫情而迎来新一轮的爆发期。在2021年1月，线上玩具销售比去年同期上升了33%。电商的急速发展为海外品牌提供了进入中国市场的渠道；而深圳的电子商务发展发达，多个知名电商平台也已进驻该地或邻近城市，展会将提供展商与这些电商买家碰面的宝贵机会，如亚马逊、eBay、阿里巴巴及京东等以往也曾到展会参观。

2021年深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展迎来了来自13个国家及地区的1,413家展商，有82,481名观众到场参观，为业界提供了高效的商贸平台，挖掘中国市场庞大商机。

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-PR1.html#download>

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3月30日至4月1日

²2021年初始，玩具电商销售表现强劲，NPD集团，

<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/infographics/2021/toys-e-commerce-starts-strong-in-2021/>

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，其业务覆盖展览会、会议及活动，在全球 29 个地区聘用约 2,450 名员工。继 2019 年营业额录得 7.36 亿欧元后，集团在 2020 年新冠疫情期间营业额约 2.57 亿欧元，并依旧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。遍布世界各地的庞大国际行销网络，堪称集团独特的销售主张之一。多元化的服务呈现在活动现场及网路管道的各个环节，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，由该市政府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 3 月 30 日至 4 月 1 日