



toy & edu
CHINA



baby & stroller
CHINA



licensing
CHINA

新闻稿

2023 年 4 月 18 日

深圳玩具展、深圳婴童展及深圳国际授权展携 70,836 名观众载誉归来 国际参与度攀升

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

SZTF23 FR sc

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）于 4 月 9 日在深圳国际会展中心圆满结束。在中国放宽旅行限制后不久，本届同期展会便吸引了海量中外买家亲临现场，与来自 6 个国家和地区的逾 1,400 家参展商进行商贸交流。而今年的观众人数比去年增加了百分之四十，观展人数的增加更加印证了该平台的商业成效，也反映了三场展会在各自行业处于领先地位。

全球玩具和婴儿业的市场容量预计在本年度将达到 1,182 亿美元，其中有近一半的收入是来自于中国¹。在此强劲的市场背景下，加上展会定址于大湾区制造业中心，法兰克福展览（香港）有限公司总经理余诗慧女士谈述了对展会成功举办的看法：“我们很高兴在十三万平方米的四个展馆里充满着川流不息的客流；也很欣慰地看到参展商和买家都繁忙地进行积极的深度交流。这印证了行业在经历了过去几年的疫情后，终于恢复了正常的贸易往来，也寓意着业界渴望有更多面对面交流的契机。”

除了国内的专业买家，余女士在现场参观展馆时也注意到海外与会者的数量比上年有所增加。“展会平台再次汇聚来自全球各地的新老行业同仁，为他们缔造了更具活力的商业互动机遇。”

深圳玩具展：呈现适合各年龄段的娱乐产品

第 35 届深圳玩具展分布在四个展馆内，共同展示了为婴儿到成人量身订造的创新、具娱乐性和益智类别的玩具产品。包括卡乐淘、永正、怡人、美扣、希尔克莱恩和得怡等的参展商，其产品吸引到很多目标买家到现场咨询。而在众多参展商中，教育玩具类的厂商对中国市场有关板块的发展势头持乐观的态度：

“我们的 STEAM 产品主要以内销为主，因为现在中国的家长都比较愿意投入更多金钱选择高品质的教育玩具给子女使用，所以我认为这个领域的市场前景还是会持续向好的。由于现时行业资讯流通的渠道不足，我们希望通过展会平台促进行业交流、资源共享以及让我们及时了解到时下市场的想法。展会也提供了让我们面对面接触新旧客户的机会。”

中国香港，想礼商贸（上海）有限公司，高级销售经理，章海珍女士（德国美扣品牌）

深圳婴童展：轻松育儿的解决方案

位于 17 号馆的第 14 届深圳婴童展，是专门为寻求全方位育儿创新产品的买家缔造的一站式平台。买家可以从如亲豆、宝宝好和乐美达等行业领先

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 Statista: 玩具和婴儿 - 全球。 <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/toys-hobby-diy/toys-baby/worldwide>

品牌那里直接采购到高性价比的产品。当中有不少参展商对深圳婴童展的定址感到满意：

“这次参加深圳婴童展主要想做一个品牌亮相以及与新老客户会面。这次是我们公司在疫情开始后的首次参与，效果喜人，整个展馆人流量巨大。加上凭借展会优越的地理位置，也对我们吸引香港的优质客户非常有帮助。通关后的外贸业务相较前几年来说恢复情况良好，但总体来看，国内市场会恢复得更快些。”

中国，广东新特科技有限公司，品牌总监，夏国锐先生

深圳国际授权展：借由 IP 形象为商品赋能

按零售额计算，中国 IP 授权市场预计在 2024 年将达到 227 亿美元的规模²。由于行业的快速增长，深圳国际授权展从玩具展中的一个特别展区发展为一个独立的贸易展览会，并在短短四年后成长为可以占据 16 号馆重要位置的平台，其增长速度正反映出展会具有强大的潜力成为授权行业的旗舰商贸盛会。而逐渐成熟发展的展会可以体现在展商与产品的多样性上：例如今年参展的有 L.O.L. SURPRISE!、百变小猫敏萝、小企鹅啾乐乐和芝麻街等国际品牌；而国内知名 IP 品牌如小刘鸭及我不是胖虎等也有参与到本届盛事。以下是一家海外参展商对深圳国际授权展的看法：

“我们遇到了许多中国买家，他们在疫情之后渴望与我们再次联系，并对我们的授权产品表现出极大的兴趣。与几年前相比，今年有更多客户询问展品是否是自家开发的 IP 产品，所以我认为中国消费者对 IP 产品的意识已经大大提高。我们昨天收到了许多有关我们产品的查询，包括有两名客户有下订单的意向。得益于玩具展和婴儿展两个同期展会，我们也有与来自这两个领域的客户会面。”

韩国，TB Media Content Co Ltd，首席执行官，吴钟淑女士 (韩国文化内容授权协会组织的韩国 IP 授权展团)

海量产品和高效的一站式采购体验

主办方在三场同期展会上划分了特色展团和产品专区，让国内及海外买家及各方买家代表团能够在该综合平台上寻找到高质的特色产品。

“这次是我们首次参观这个同期展会，我们也组织了十家公司形成一个买家团来到这里参观。经过三年的疫情，行业日新月异，所以对我们来说，不仅是通过照片进行采购，而是可以亲身到场了解最新的行业发展和亲身体验产品的机会，是必不可少的。我们还与同行相互交流，并深入了解到不同国家针对母婴和玩具业界的政策更新。所以我认为展会将业内领先供应商和买家汇聚一起的功用对行业非常重要。我们明年应该会再来参观。”

印度尼西亚，印度尼西亚玩具协会，会长，Sutjadi Lukas 先生 (海外买家团)

“我们公司在马来西亚，而这次是我在疫情开始后首次回到深圳玩具展上采购。我认为展会组织得挺好的，今天上午对我来说也非常有效率，因为我已经在这里发掘到几家教育产品的制造商。我们为许多教育机构提供产品，所以中国重新开放边境对我们来说很重要，因为我们现在可以更容易地来到这里实地为我的客户们采购现时流行的最新产品。”

马来西亚，Kids Station Marketing Sdn Bhd，执行总监，陈利德先生

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
2023 年 4 月 7 日至 9 日

² Statista: 2015 至 2019 年中国知识产权（IP）行业的市场规模及至 2024 年的预测。
<https://www.statista.com/statistics/1271330/china-market-size-of-pop-toy-industry/>

与行业专家共享资讯的同期展会

除了展区之外，同期活动可以为与会者提供了解业内动向的渠道，并就热门及跨行业议题展开行业讨论。以下是活动参与者对同期活动的评论：

“我已经连续三年过来参加这个论坛了，而今天我们论坛的主题是关于时尚行业可以如何和 IP 进行更紧密的跨界合作。因为我们整个时尚产业对 IP 联名的需求比较旺盛，加上我本身也是一名时尚零售咨询顾问，所以更需要了解产业的发展趋势，并研究如何结合应用，为我的客户们提供更多的解决方案。刚才论坛上在座的无论是国际授权业协会，还是中国非常好的头部 IP 的领导们，他们所讲述的数据和营销案例，都可以预示着未来整个 IP 授权行业和时尚产业合作的发展新趋势，我觉得这种趋势资讯无法只通过普通的展位参观所能了解到的。”

时尚行业资深媒体人，李梅女士 (2023 粤港澳大湾区品牌授权产业发展论坛嘉宾)

“我们公司是从事玩具生产研发的，尤其是 STEAM 类玩具是公司近年的开发重点。这次论坛我们听到了很多学校和教育机构对于 STEAM 玩具实际应用课程的反馈和心得分享，对我们自身的玩具设计有很大启迪，因此能够听到专业教育人士的一手分享对我们来说很有收获。”

浙江佳教控股集团有限公司，产品经理，沈翔宇先生 (2023 中国儿童 STEAM 创新发展论坛听众)

展望未来，继本届展会成功举办之后，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）展览会已订于 2024 年四月上旬在相同展馆再次回归。展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：

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。2022 年营业额约 4.5*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。法兰克福展览集团核心优势在于遍布世界各地庞大、紧密的国际行销网络，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。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。有关集团可持续发展进一步资料，请浏览网页：

www.messefrankfurt.com/sustainability。集团总部位于德国法兰克福市，由该和黑森州政府

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
2023 年 4 月 7 日至 9 日

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。

* 2022 年初步数字

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
2023 年 4 月 7 日至 9 日