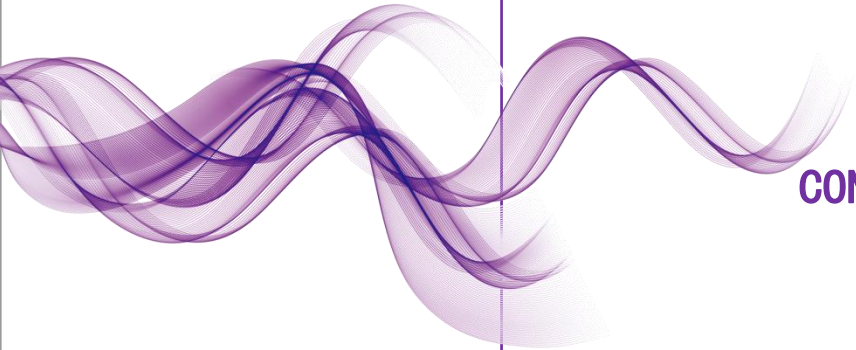




2020CKE中国婴童展

展后报告

2020年11月10日



目录

CONTENTS



凝心聚力 再创辉煌



把握全球趋势 引领行业发展



精彩活动呈现 精准洞悉市场



提高消费认知 营造安全消费



PART 01

凝心聚力
再创辉煌



2020 CKE 凝聚行业众力

--跃居国内婴童耐用品及全品类规格最高盛会

虽然在**2020**的疫情背景下，展会的整体规模和国内观众到场影响不大，国内观众总数达到**81,268**人，比**2019**年略有增长。



CKE2020

国际化、品牌化、专业化

- 268展商
- 900+海内外品牌
- 39,000 平米展示面积
- 5场论坛-专业婴童发展论坛
- 2021CTJPA 创新产品展示专区
- 2021 新趋势产品展示与发布

四展同台：亚洲规模第一

幼教、玩具、婴童、授权， 跨界资源共享

- 2085 展商
- 220,000平米
- 81,268 国内专业观众
- 813 海外观众

趋势发布，推陈出新；多元化、多渠道媒体宣传，在大数据时代引领行业风潮；产区政府首选支持展会，最强产区阵容集体

- **趋势发布，推陈出新：** 14家知名婴童品牌及供应商汇聚，如好孩子，巧儿宜、昆塔斯、贝亲、优贝、康贝、祺月、英氏、AMY、昶意、荟智、妈咪宝，步朗工贸等带来了最新式的婴童产品，并提升企业对新产品市场销售潜力的综合评估，通过推介和展示帮助企业产品做好推广，探索婴童产品最新趋势。
- **多元化、多渠道媒体宣传，在大数据时代引领行业风潮：** 中玩协通过自有媒体（杂志、网站、微信）与合作媒体（各类行业媒体、大众媒体、新媒体共计近300家媒体资源），为重点展商提供针对行业市场、消费者的产品宣传服务，通过几十万的渠道数据营销，实现企业媒体曝光的最大化。包含：
 - 中玩协英文官网全年365天展示；
 - Facebook\Twitter在线图文、视频推广；
 - Facebook 国际网红主播产品直播；
 - 20万买家库EDM直邮推广；
 - VIP国际大买家全年365天精准对接；
 - 海外展会现场买家配对。
- **产区政府首选支持展会，最强产区阵容集体亮相：** 超过20个产区政府、地方协会首选支持展会，产区龙头企业集体亮相，展品覆盖全品类、全价位。CKE展会现场舒城展团、汉川展团、宁波展团、落地母婴展团、平湖展团集中展示，收到良好的效果。



2020 CKE 展商分析

国际品牌把CKE作为开拓中国业务首选

Cybox, Rollplay, Evenflo, Joie, Nuna, M-cro, Steiff, Combi, Pigeon, AVOVA, Richell, Qtus, Jollybaby, Apple Park, AMY等

获得区域龙头企业青睐

CKE 已经成为区域龙头企业由外销型转型成为内外销型客户的主要商贸对接平台。

上下游供应商齐聚一堂

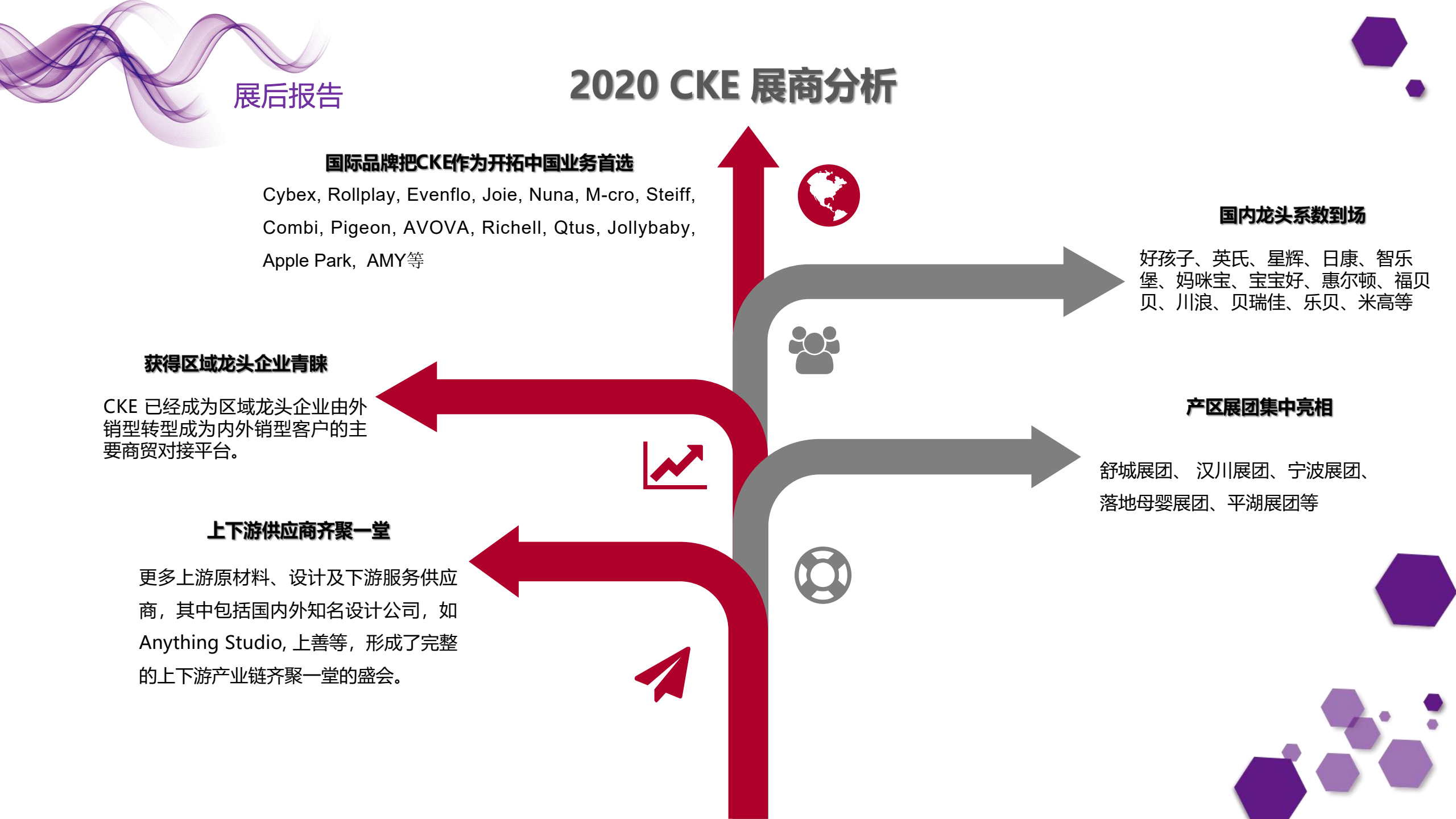
更多上游原材料、设计及下游服务供应商，其中包括国内外知名设计公司，如 Anything Studio, 上善等，形成了完整的上下游产业链齐聚一堂的盛会。

国内龙头系数到场

好孩子、英氏、星辉、日康、智乐堡、妈咪宝、宝宝好、惠尔顿、福贝贝、川浪、贝瑞佳、乐贝、米高等

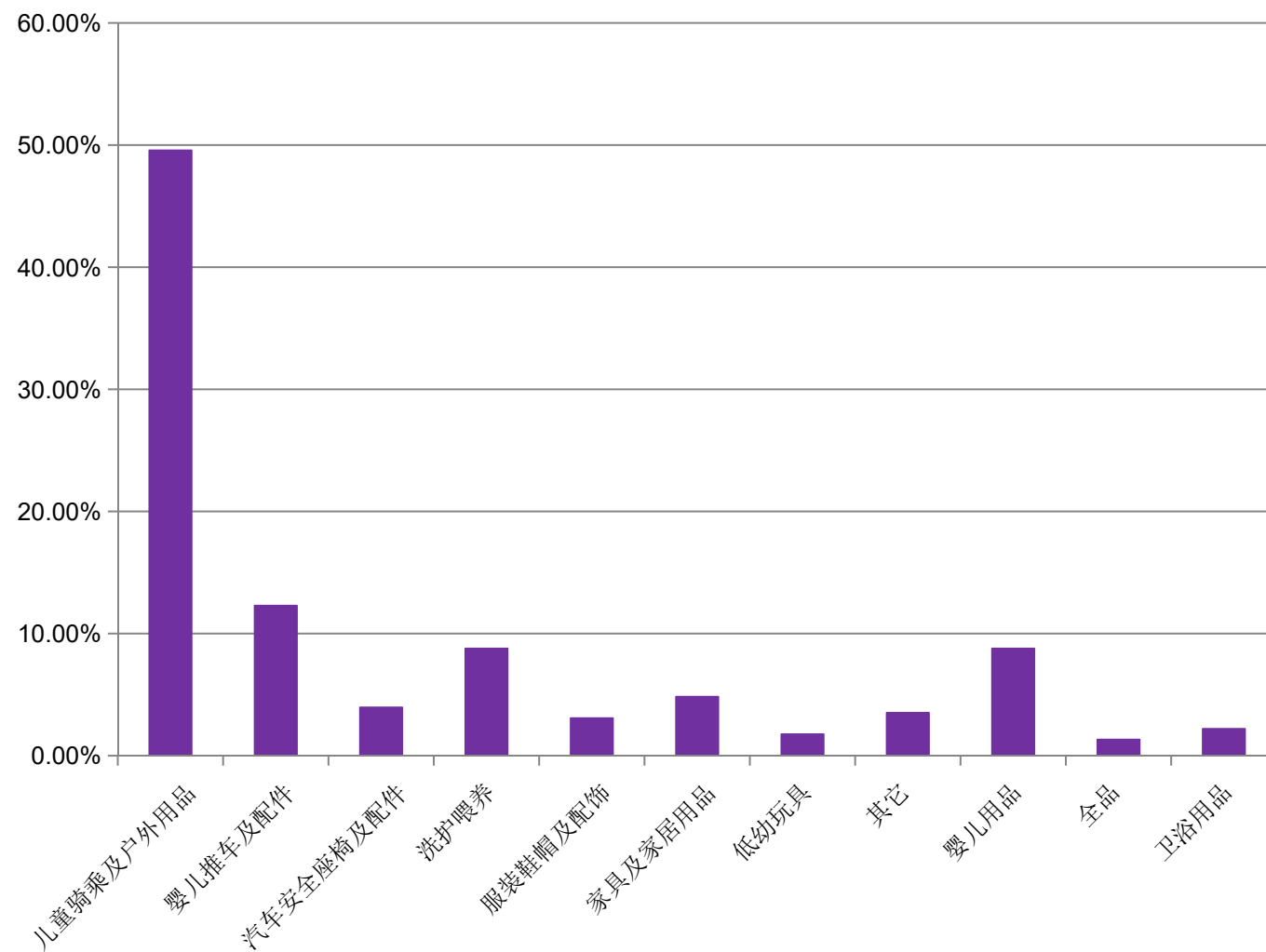
产区展团集中亮相

舒城展团、汉川展团、宁波展团、落地母婴展团、平湖展团等

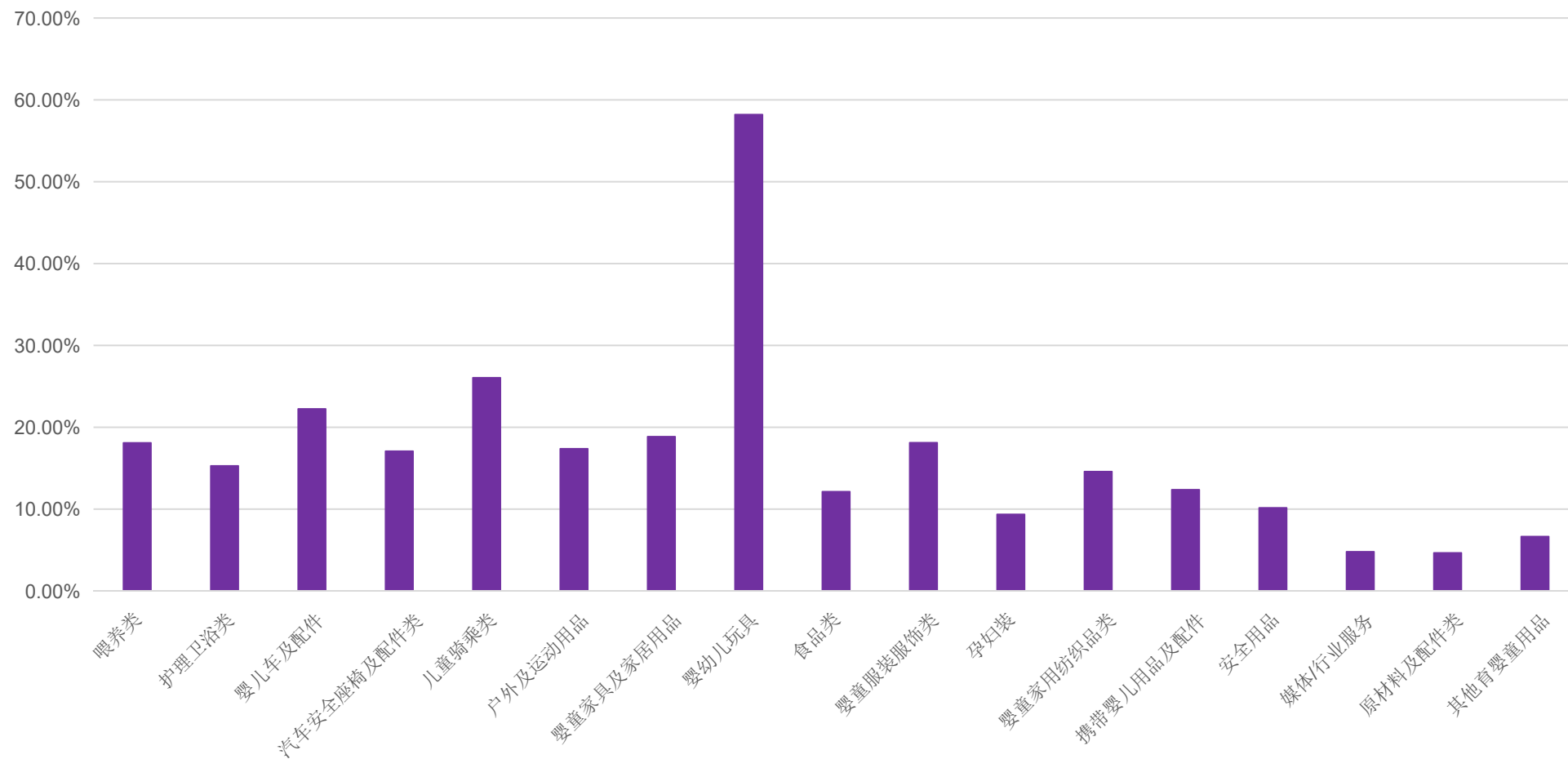




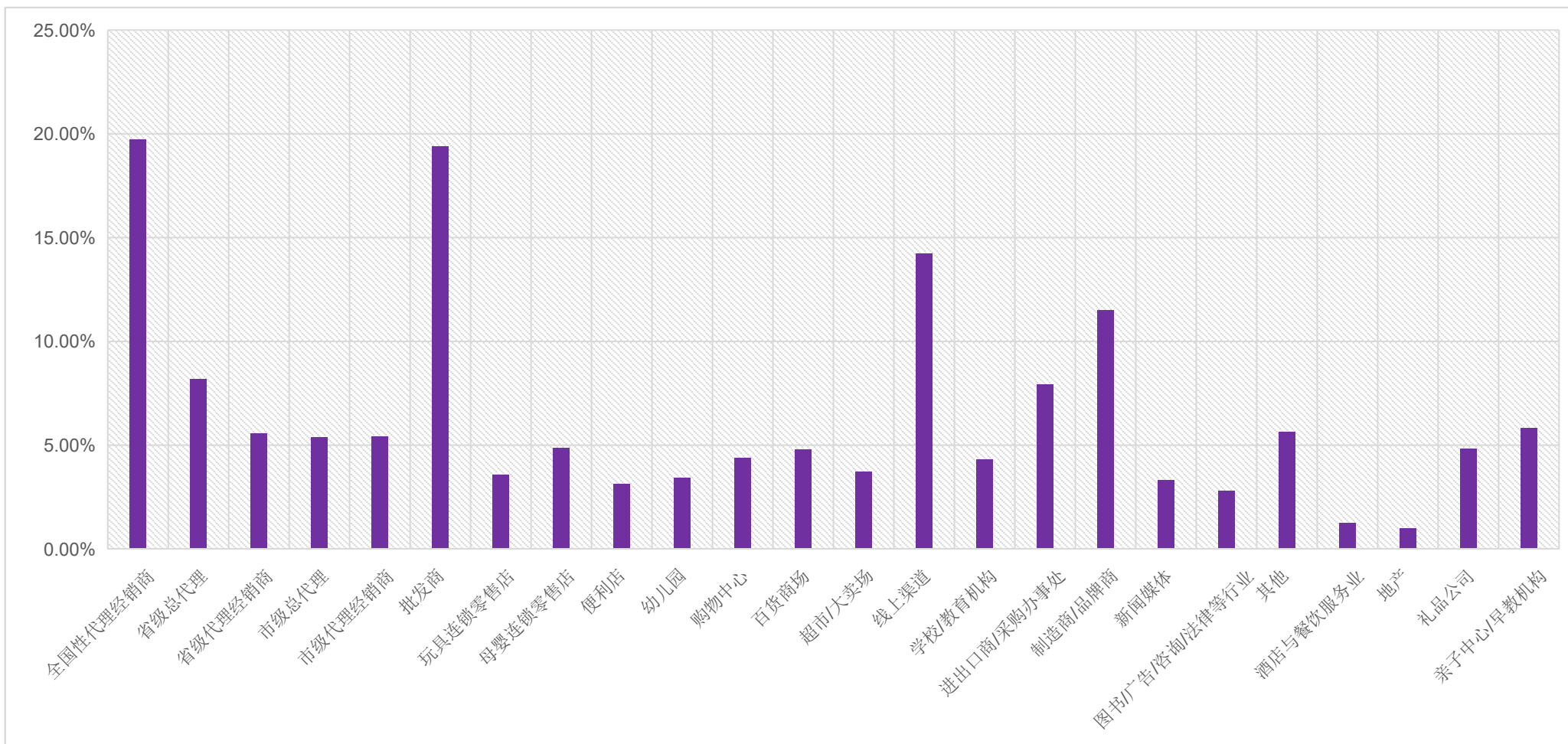
CKE 展商品类分析



CKE专业观众性质分析

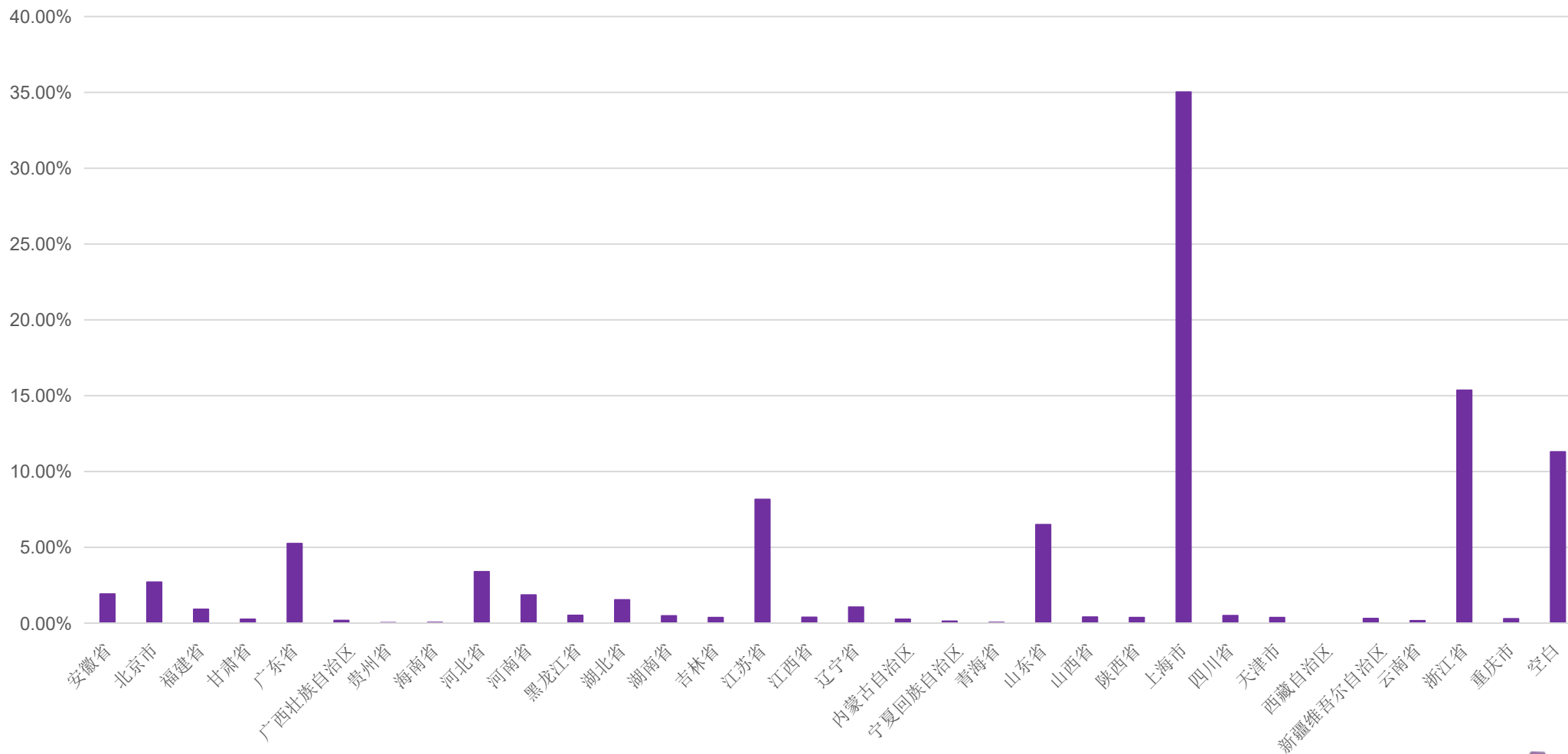


CKE专业观众企业类型



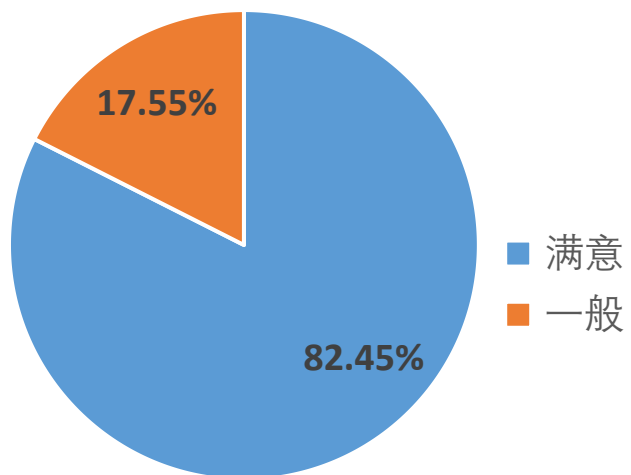
CKE 专业观众分析

专业观众来源省份分析



展后报告

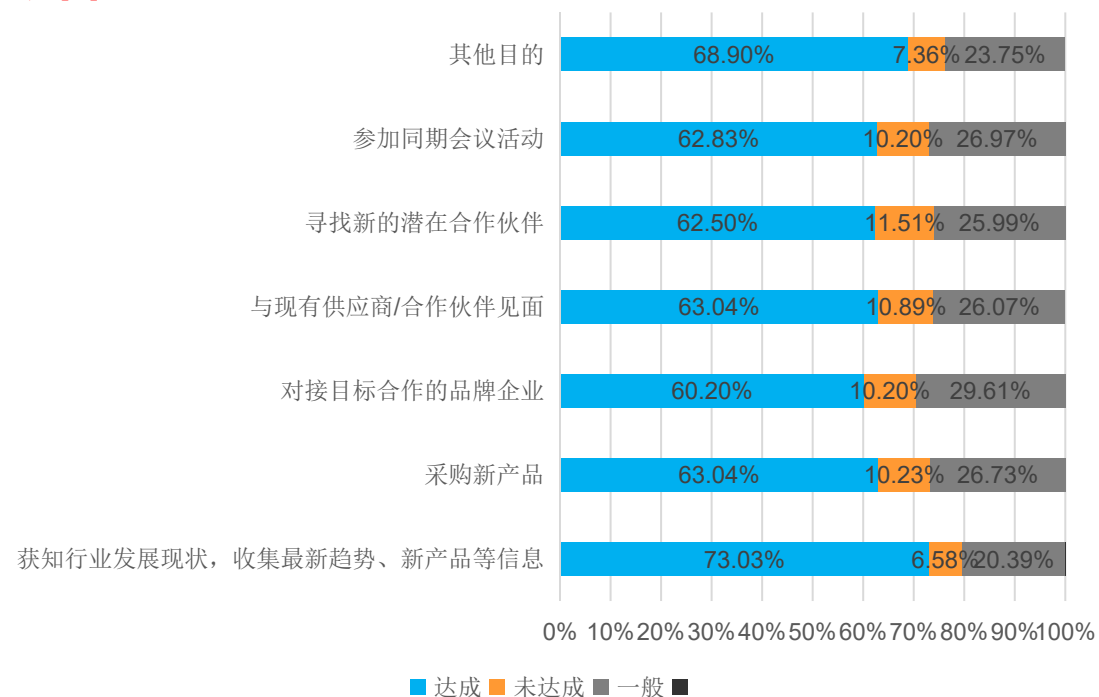
您如何评价本届中国婴童展的总体感观?



- ❖ 如图可知，本次观众对于展会的满意程度达到82.45%。
- ❖ 本题回答人数302人。

CKE 专业观众分析

您认为本届中国婴童展是否可以实际达成各项参观目的?



- ❖ 从图表可知，观众参观本次展览会达成度最高的两个目的是获知行业发展现状，收集最新趋势、新产品等信息以及与其他目的，比例分别为73.03%和68.90%。
- ❖ 本题回答人数304人。



全立新
先生

——北京优贝百祺科技股份有限公司总经理



CKE婴童展是中玩协的一张名片，优贝童车是中玩协的理事单位，一直和中玩协合作，共同成长。我们看到展会在今年这么困难的情况下办得这么红火，我们也很有信心，和行业同仁一起努力，在有危机的状态下生存和发展，明年展会我们再相见！”



吴总谈到，英氏从成立至今已有26年的历史，在产品创新研发方面，积累了丰富的经验和实力。本次参加CKE婴童展，英氏重点推出了两大系列新品，代表了英氏在面料研发及产品设计上的创新水准。虽然上半年经历了疫情，但展会依然很红火，希望展会越办越好，英氏会和母婴行业同仁一起努力，为消费者提供更好的产品和服务。



吴文斌
先生

——广州英氏品牌管理有限公司COO



国际知名买家（除现有部分外，新增一批实际到场的大买家logo）流通：上海易赠坊商贸有限公司、广州乐宜晟贸易有限公司、浙江义乌稠城好孩子童车商行、阜阳市贝朵婴童有限公司、河北戈氏童车、河南郑州罗氏童车商贸发展有限公司、江苏南京大视野玩具童车有限公司、辽宁沈阳好兄弟儿童用品有限公司、宁夏智博凯诺商贸有限公司、山东临沂兴隆童车总汇、新疆乌鲁木齐昊龙孕婴玩具商行、昆明雅达童车经销部、重庆玩之慧儿童用品有限公司等

电商：杭州永卓电子商务有限公司（天猫、淘宝、京东）、温州创迹贸易有限公司（京东）、福建省贝思瑞婴童用品有限公司（亚马逊）、嘉兴新洋网络科技有限公司（天猫、淘宝、京东、苏宁）、乐清市欧枫电子商务有限公司（亚马逊）、上海橘森电子商务有限公司（阿里巴巴、亚马逊）、当当网等

母婴连锁店：乐友、丽家、孩子王、爱婴室、爱婴岛、motherswork、米氏、小飞象、喜阳阳、爱特孕婴等

商超：万达、百盛、永辉、西单商场、大悦城、银泰、天虹、华联、新世界、家乐福、沃尔玛、华润、大润发、永旺等

新兴渠道：

医院/直播/网络渠道商：北京凯雁飞（医院渠道）、重庆葆爱商贸（直播、社群营销）、上海申奕商贸(天猫、京东、聚美优品)、内蒙古有璐商贸（直播）等

KOL/团购：乐凡（大连）电子商务、小小包麻麻、小伶、一小时爸爸、大J小D、爸妈营、麻辣柚子育儿经等
礼品采购：元隆雅图、中国银行、工商银行、当纳利等



2020 CKE 各渠道优质买家云集



2020 CKE 观众感言

刘雁 总
经理

北京凯雁飞国际贸易发展有限公司

参观CKE看趋势绝佳展会，品类全，品牌多，在疫情期展商、观众都非常多，质量也很高，是展会中逆势而上的典范，凸显行业协会的号召力和组织能力，全年参与协会的各项活动，如线上培训、全年对接；

山东滕州童车童床商会

每年参观CKE，因为CKE产品品类全、新、多，能够代表目前的趋势，1天时间已经和二十家左右厂家谈成了合作，收获颇丰；

闫伟 会
长

潘林通
总经理

宁波乐神玩具有限公司

CKE每年都来，每年在展会现场与厂家直接采购下订单，CKE新品较多，在CKE上可以找到性价比高的产品，全年参与协会的各项活动，如线上培训、全年对接。

展后报告

主流媒体全面曝光



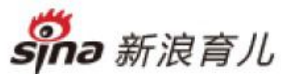
第一财经日报

经济日报

中国质量报

大公报

消费日报





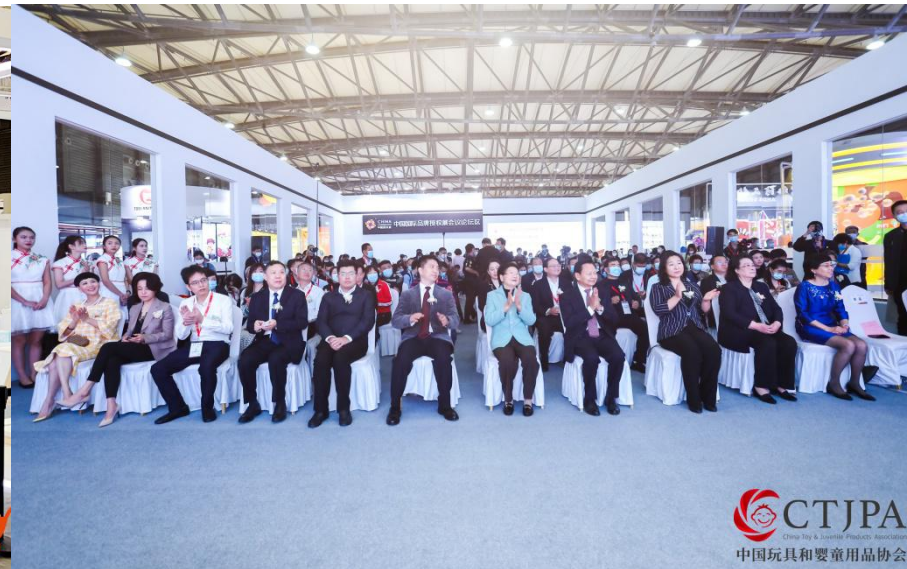
PART 02

把握全球趋势 引领行业发展



CHINA
KIDS EXHIBITION
中国婴童展

2021新趋势产品展示与发布 - “约会” 全球大牌，打造国际趋势新标杆



2021新趋势产品展示与发布，前期共获得85家企业申请参与，涉及 191款产品。

经过初评后入围企业57家企业，58个品牌 74个产品。展品琳琅满目，品质更上一筹，创意设计、外观设计、功能设计、生成工艺、使用材料等多元创新，各方面均实现新突破。

Qtus



创意设计创新



外观设计创新

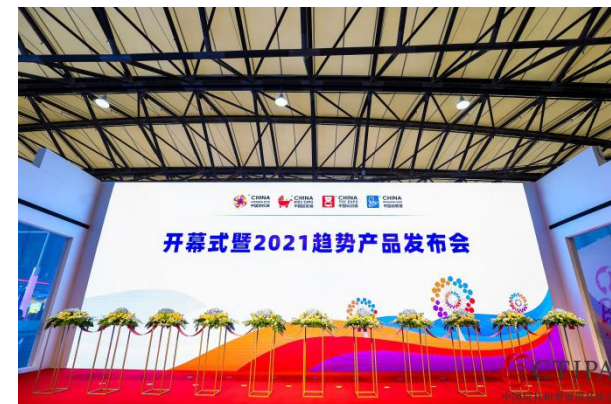


功能设计创新

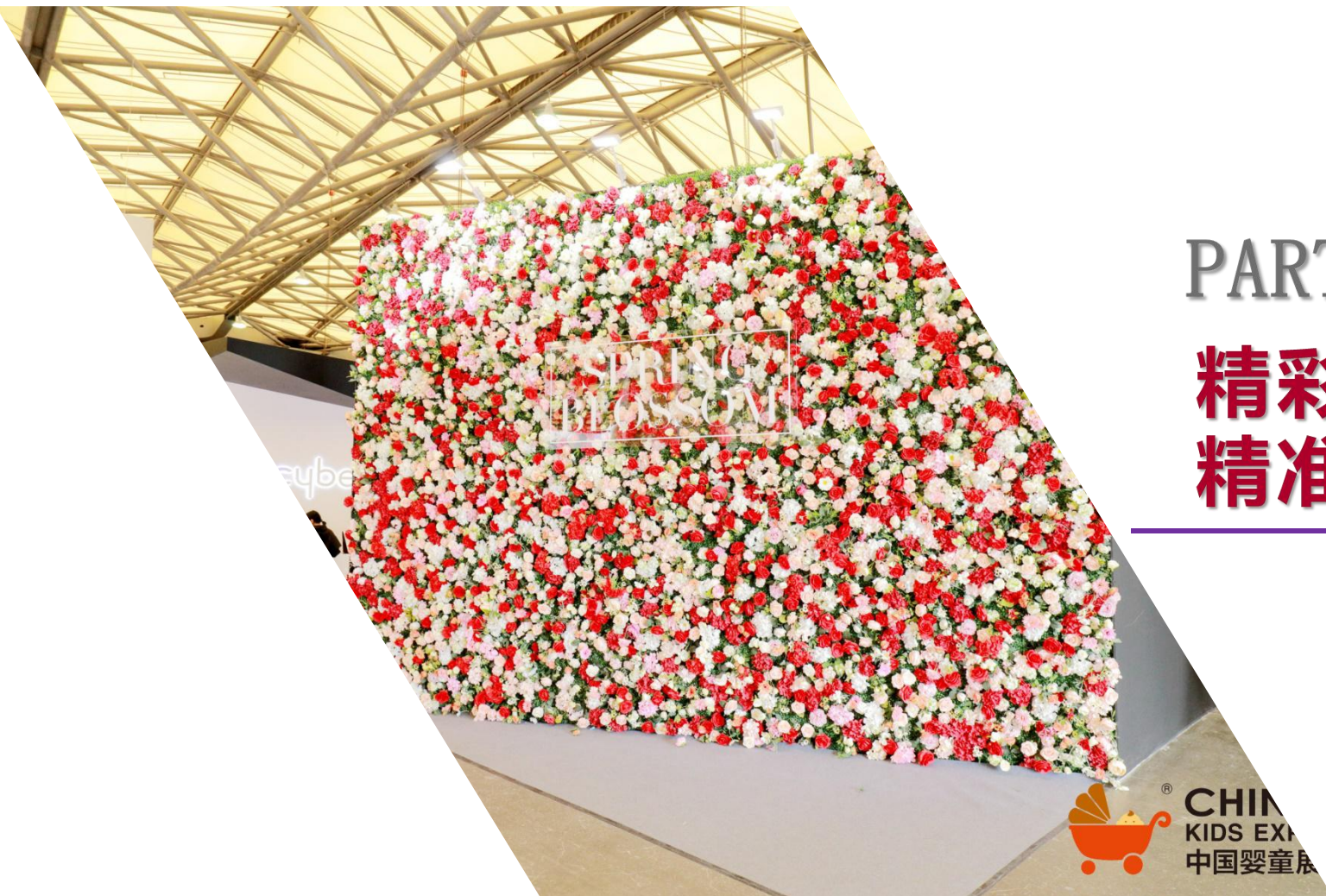


生成工艺、
使用拆料创新

2021新趋势产品展示与发布 - “约会” 全球大牌，打造国际趋势新标杆



在这次CKE中国婴童展年度盛会上，好孩子集团携旗下品牌Rollplay、Cybex、GB、小龙哈彼纷纷亮相，并把CKE中国婴童展视为大陆独家发布平台，现场首发上市新品，坐拥1/4展馆，打造豪华级超大展位，为业界全景展示了企业年度最新成果。与此同时，Joie巧儿宜、Combi康贝、NUNA、昆塔斯、祺月等等众多知名品牌纷纷携2021年度趋势新品集中在CKE中国婴童展平台上首发，想“约会”这些大牌，只在CKE中国婴童展现场。



PART 03

精彩活动呈现 精准洞悉市场

展后报告

精彩活动，为您提供更多行业交流及商业机遇



2021 新趋势产品 展示与发布

2021 新趋势产品展示与发布，前期共获得85家企业申请参与，涉及 191款产品；经过初评后入围企业57家企业，58个品牌 74 个产品。



2021CTJPA 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。



2021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。



2020 FACEBOOK逛展直播

CKE 2020中国婴童展Facebook官方账号--菲律宾网红现场逛展带货直播，为众多符合CSI认证的外销企业带来了额外收获。



2020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“疫情防控常态化下 母婴行业如何破局--直播带货如何与母婴行业共生共融”分论坛, 在疫情中的新零售背景下, 优贝、康贝等行业大咖共同论剑带货直播与母婴行业共融。



引领者说——私域流量时代下的 母婴消费趋势论坛

论坛邀请了多位母婴行业优秀专家, 对上述话题展开了讨论, 共同解锁社交电商运营新思路。



新渠道重构增长 中国母婴产业零售 发展趋势大会

由中国玩具和婴童用品协会和母婴行业观察共同打造的“新渠道重构增长 中国母婴产业零售发展趋势大会”解读了数字生活下, 通过大数据和流量端的人工智能, 提升母婴产业服务模式。

活动内容	地点
论坛一：疫情防控常态化下 母婴行业如何破局 直播带货如何与母婴行业共生共融	W3馆F48论坛区
论坛二：“新电商 新社交 新零售”中国母婴电商新零售共享赋能大会	W3馆F48论坛区
论坛三：2020第九届QBW母婴跨界创交会	W3馆F48论坛区
论坛四：好店+好物+好品牌 中国母婴产业健康、可持续发展大会	W2馆F70论坛区
论坛五：新渠道重构增长 中国母婴产业零售发展趋势大会	W2馆F70论坛区

论坛合作伙伴：



内销线下推广

- 到场专业观众总数81268人，超过去年；
- 到场专业观众质量精准，线上渠道、全国性代理经销商、省级总代理、批发商等达到60%以上。

内销线上推广

- 365云展会平台，全年持续面向20万+目标观众推广
- 600+主流及行业媒体，包括业界 KOL，网红主播等到场，影响力媒体现场开设直播间，线上增加曝光。



线下推广

- 针对今年情况，利用协会多年积累的观众数据资源力，邀请了500+进出口贸易商到展参观；
- 与各地跨界电商协会以及速卖通、亚马逊、Lazada等跨界电商平台合作，举办跨境电商论坛和采购对接会，超过1000家跨界电商采购商到场。

线上推广

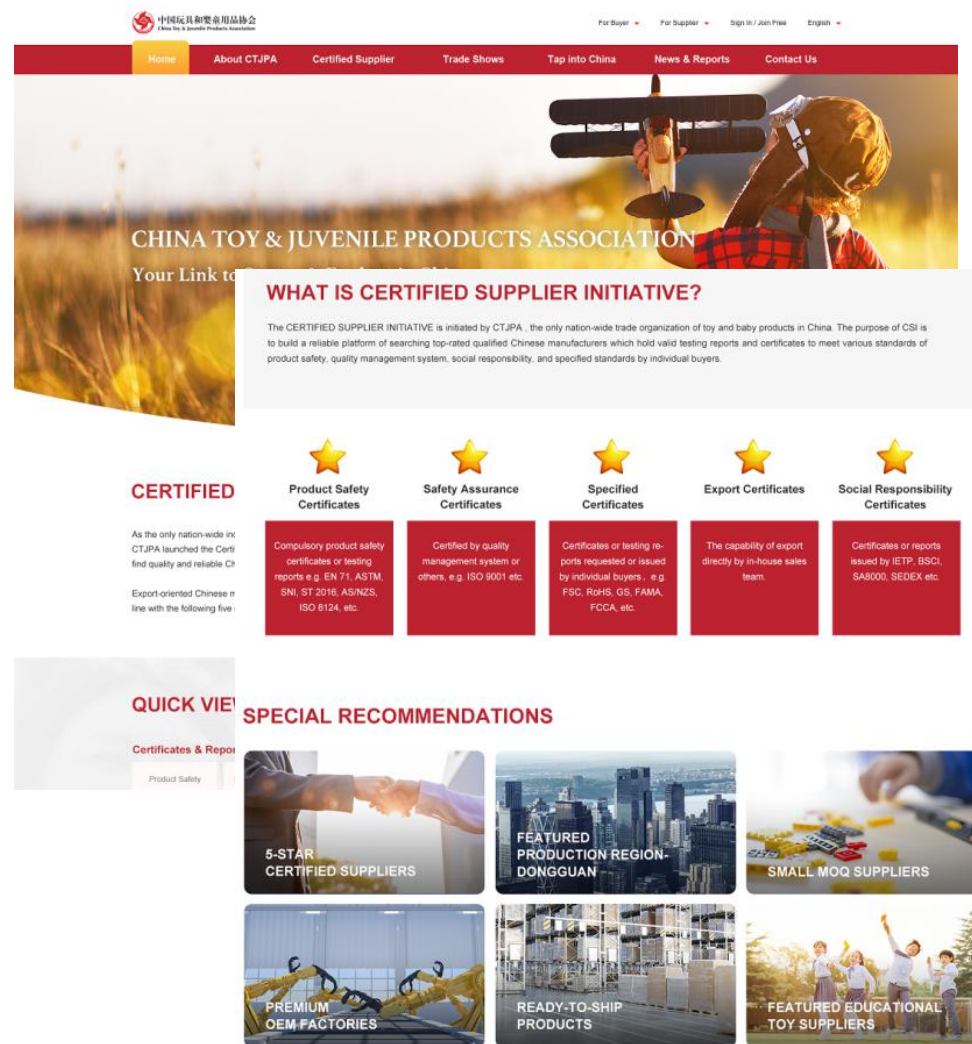
- CSI认证供应商体系，面向海外目标观众直推优秀商家；
- 现场通过Facebook和 YouTube面向国际进行些展会直播推广，观看人数超过5000。



CSI线上平台是依托于中玩协英文官方网站于2020年全新开发的线上垂直类玩具、婴童用品、幼教用品的B2B综合展示平台。所有加入“认证供应商计划”的企业均可获得免费增值服务，全面提升企业知名度与曝光度，享受CSI平台高流量与高询盘红利，实现365天无间断推广。服务内容包括：

- ✓ CSI平台特别展示位*
- ✓ 搜索结果排名靠前锁定*
- ✓ 企业列表页置顶*
- ✓ 买家询盘优先推荐*
- ✓ 专属主页，全方位展示企业信息与产品

(标记*的服务为中玩协常务理事单位专享权益)

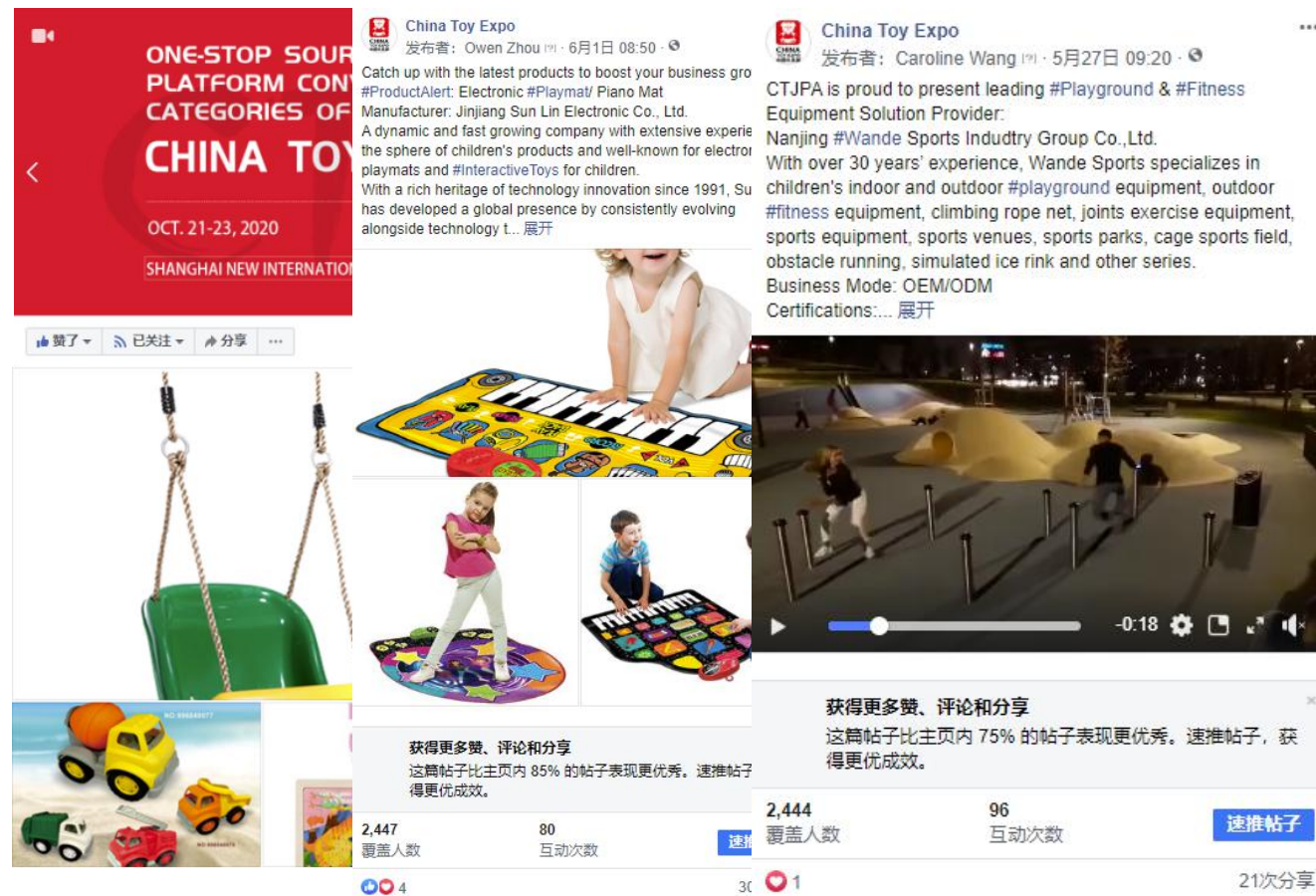


社交媒体展示

借助中玩协海外社交媒体（Facebook, Twitter, LinkedIn等）平台，向超过20万中玩协社交媒体粉丝进行企业推广。以Facebook为例，玩具主页粉丝10万，每周帖子覆盖人数平均37万左右，参与Facebook推广企业可享受：

- ✓ 重点企业推广（贴文覆盖5万以上）*
- ✓ 企业产品30秒介绍短视频推送*
- ✓ 每月4次企业新品图文推广（贴文平均覆盖2000+）
- ✓ Facebook小组互动，帮助企业完成海外买家调研

（标记*的服务为中玩协常务理事单位专享权益）



平台伙伴 20+

内容+电商

01

10+短视频

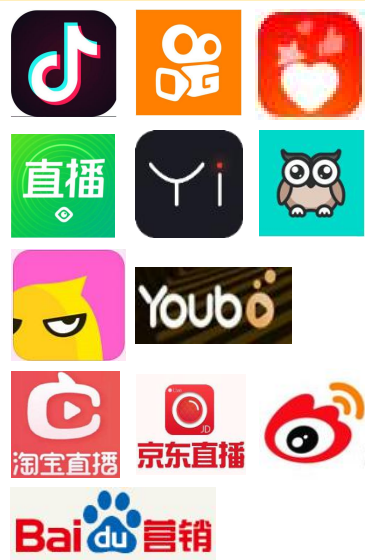
10+小视频



直播+电商

02

10+直播



社交+电商

03

5+社交型

1+拼团型



传统电商

04

5+平台型





PART 04

提高消费认知 营造安全消费



CHINA
KIDS EXPO
中国婴童展

展后报告

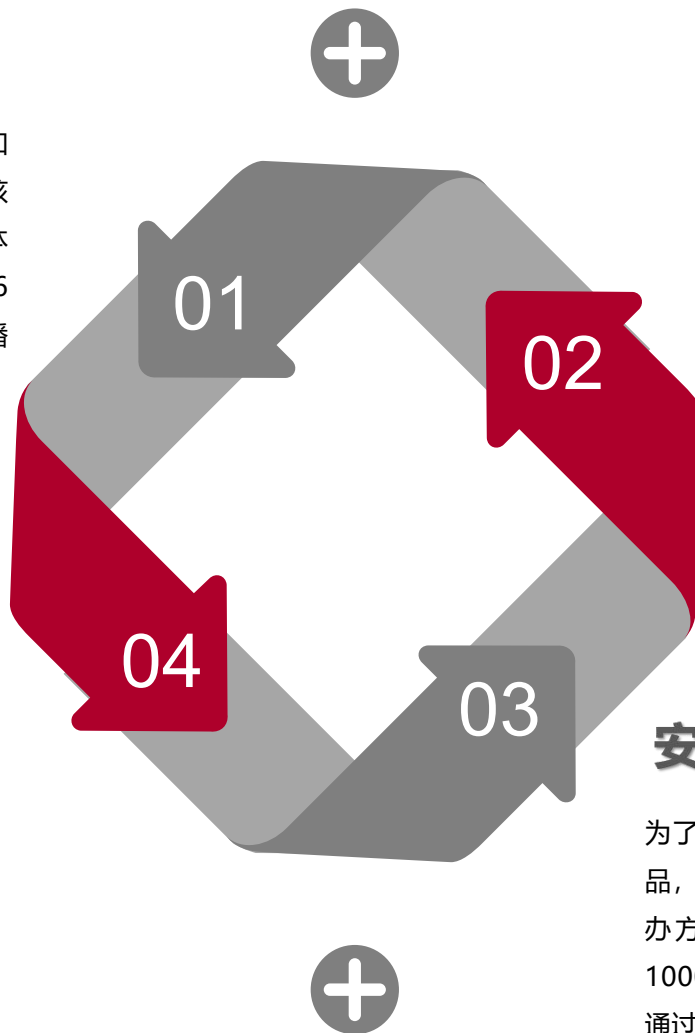
中国玩博会

最大规模的体验式营销展会：充分挖掘和发挥玩具体验式消费特点，是玩博会的核心特色。玩博会通过对玩具产品的深入体验结合现场互动，总结提炼出提升儿童“6种能力”的核心卖点，在展会中予以传播和消费者教育。

安全承诺品牌旗舰店

旨在将目前趋势性的产品、创新的产品、IP授权的产品、STEM、智能科技教育类产品呈现给消费者，并通过数据化的分析反向定制，整合行业的资源为消费者挑选好玩、潮流、放心的产品也通过创新的玩法（内容策划、视频直播等方式），帮助品牌向消费者进行销售传播。

线上、线下联动提升消费者安全购买母婴用品，提升安全承诺品牌消费认知及教育



吉尼斯嘉年华

通过沉浸式亲子互动趣味竞技活动，基于1小时陪伴育儿1000问内容，针对育儿过程中的哺育、出行、玩耍、教育四大板块，围绕如何正确选购、如何合理使用，如何情感陪伴三大维度，引领安全消费和品质优选理念，助推高质量陪伴育儿生活全面升级。

安全承诺孕妈体验官

为了让更多孕妈和宝宝畅享到“天然、安全、健康”的产品，解决宝宝和父母的后顾之忧，KFE玩博会·上海站展前主办方将启动“孕妈体验官”招募。此次活动计划招募1000~1500为孕妇家庭到场体验重点婴童展商的产品，并通过孕妈口口相传为品牌产品做孕妈群体的口碑传播。

展后报告

安全承诺及品牌旗舰店



旨在将目前趋势性的产品、创新的产品、IP授权的产品、STEM、智能科技教育类产品呈现给消费者，并通过数据化的分析反向定制，整合行业的资源为消费者挑选好玩、潮流、放心的产品也通过创新的玩法（内容策划、视频直播等方式），帮助品牌向消费者进行销售传播。

京东商城中国玩博会官方旗舰店正式营业，目前贝亲、乐高等一线品牌已经入驻，关注人数13.2万，19年双11线上销售额12.2万。

2020年入驻品牌达到400个。

中国玩博会（上海站）



活动的意义

以品质育儿内容为主线，通过具有知识性和趣味性的沉浸式体验活动，提升消费者对产品的认知、对品牌的忠诚度，带动销售。



观众主要招募渠道

上海社区医院、私立妇产医院、月子会所、母婴用品店、母婴品类KOL

目标客群：孕妈家庭+亲子家庭



活动亮点

- 1) 通过孕产育儿礼包吸引孕妈到场；
- 2) 通过折扣COUPON券，引流孕妈到企业展位深入了解和体验产品，
- 3) 提高对品牌的认知，促进销售。

到场人次突破
60000人次

其中孕妇3105人

90cm以下儿12116人

展后报告

KFE-中国玩博会-4大爆点活动

成长照相馆
定格时光，感动成长

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



成长照相馆

定格时光，感动成长



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2020中国玩博会·上海站孕妈体验官活动总结



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。

孕妈招募渠道

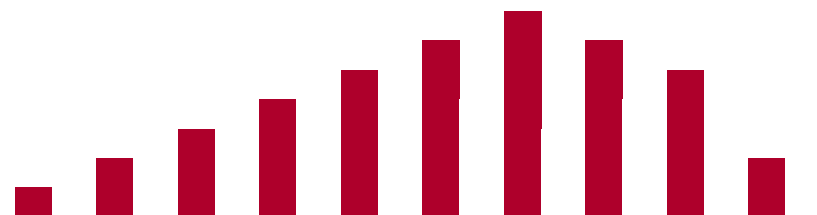
现场汇聚大量孕妈打卡

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。

数据分享：

10月24-25日累计到场孕妇3105人，领奖孕妇1053人。

品牌	好孩子	英氏	康贝	贝亲	NUNA	利其尔	日康	麦凯	AVOVA
打卡数	891	408	536	426	381	340	86	346	345



- 中国玩具和婴童用品协会（中玩协）成立于1986年，是中国唯一的全国性玩具和婴童用品行业社团组织，是中国政府指定的中国玩具和婴童用品行业在国际玩具工业理事会（ICTI）的唯一合法代表，是政府、媒体、和消费者认可的行业的权威代言人；协会服务会员单位4000多家。
- 协会目前设有品牌授权专业委员会，中玩协第七届理事会第五次会议已审议通过成立中玩协学前教育专业委员会，并将于明年举办成立大会。
- 全国玩具标准化技术委员会副主任单位、儿童用品国家强制性认证（CCC）技术专家组副组长单位, 参与国家行业标准制定，牵头制定相关行业团体标准比如**无动力游乐设施联盟认证**等。
- 协会每年针对产区制造企业、渠道商举办几十场培训，通过行业“制造500强培育计划”等引领行业发展





2021年10月19日-21日

上海新国际博览中心我们期待与您再相见！

电话：021-51695068

传真：021-51685938

网址：www.chinatoy-expo.com