



第十三届中国国际玩具及教育设备展览会
展后报告

2014年12月

目录:

展会概况.....	3
参展商分析.....	3
买家分析.....	4
1、国内买家分析	4
2、国际买家分析	10
业内反馈.....	15

婴童用品及童车展、上海国际品牌授权展于 2014 年 10 月 16 日上海新国际博览中心圆满闭幕。10 月 14-16 日展期三天，汇聚参展商超过 1364 家，展位超过 6,200 个，展示面积达到 120,000 平米，整体规模增长达 29%，吸引来自全球 120 个国家和地区的专业买家超过 50,515 人，同比增长 26%，其中，海外买家 4116 位，增幅 40%，这是继 2008 年金融危机后，连续 6 年保持 20% 以上的增速，成功跃居亚洲规模第一。

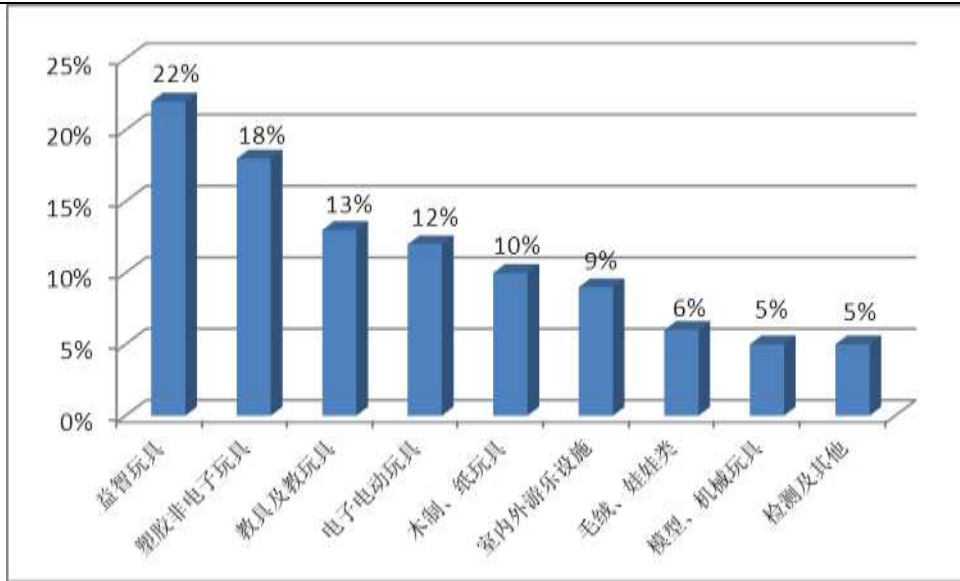
一、 中国玩具展参展商分析

今年，国际品牌企业同比增长 50%，参展品牌涵盖美国、德国、日本、英国等全球 30 多个国家和地区，其中，韩国、香港以国际展团形式继续集体亮相，届时，展会得到国际玩具工业理事会、美国玩具协会、美国婴童用品协会、巴西玩具协会等国际组织，以及美国 Toy Book、西班牙 KEY4、日本 Weekly Toy News 等国际媒体的广泛关注。

此外，澄海、深圳、永嘉、云和、黄岩、晋江、高密、宝应等 10 多个玩具、幼教用品产区企业继续组团参展，为广大买家提供了一个集中采购全球玩具和幼教用品的盛宴！

1、 参展商品类构成如下

今年，中国玩具展在保持“国际化”特色优势的同时，也在加速提升“专业化”服务质量。全新推出以凯奇、育才、立本、贝旺、阳光宝贝、宝乐、玉河、米奇妙、东方娃、中德智慧等大型幼教企业为首的“幼教用品馆”，集中展示各式教材、教具、室内外游乐设备等幼教产品，增幅显著。



二、 买家分析

今年，中国玩具展吸引来自全球 120 个国家和地区的专业买家观展。国内买家覆盖 31 个省市级自治区的 480 个各线城市，国际则来自全球以欧、美、亚洲为主的 119 个国家和地区，涵盖玩具幼教代理经销商、大型商超、各类连锁专卖店、网店、贸易公司、进出口商等，值得一提的是，新兴经济体国家的分销商、零售商等翻倍增长。

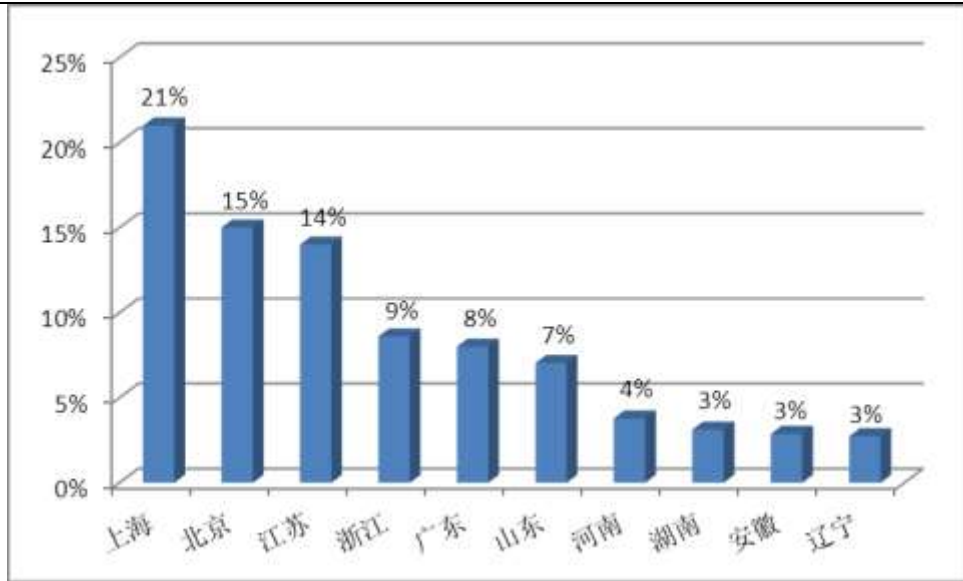
（一）国内买家分析

2014 中国玩具展国内买家汇集全国各地各级代理商、批发商、百货商场、超市、大卖场、网商等各类买家。此外，上海市教委、江苏教育装备中心、浙江教育装备中心以及全国各地的幼教渠道代理商、幼儿园园长纷纷到场参观，幼教用品买家增长 40%。

1、重点买家分析

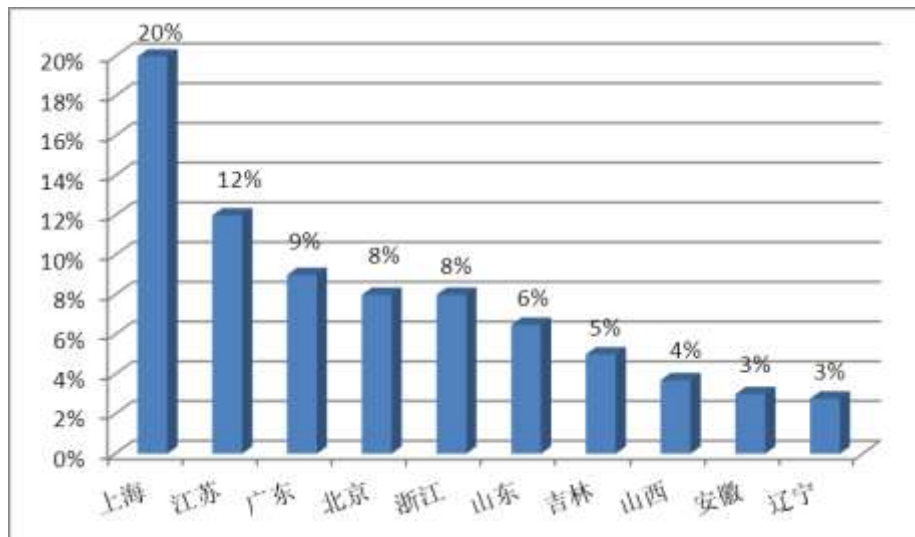
1) 到场商场省市分布排名前 10

中国玩具展特邀新中国儿童用品商店、燕莎友谊商城、赛特购物中心、上海宝大祥、伊势丹、第一八佰伴、卓展、仁和春天等 600 多家主流商场参观展会。



2) 到场超市、大卖场省市分布排名前 10

今年，中国玩具展成功吸引来自全国各地大型连锁超市、大卖场采购经理人，如家乐福、沃尔玛、华联、物美、欧尚、乐天玛特、世纪联华、卜蜂莲花、华普、永辉、美特好、步步高、苏果超市等超过 200 家到场参观。



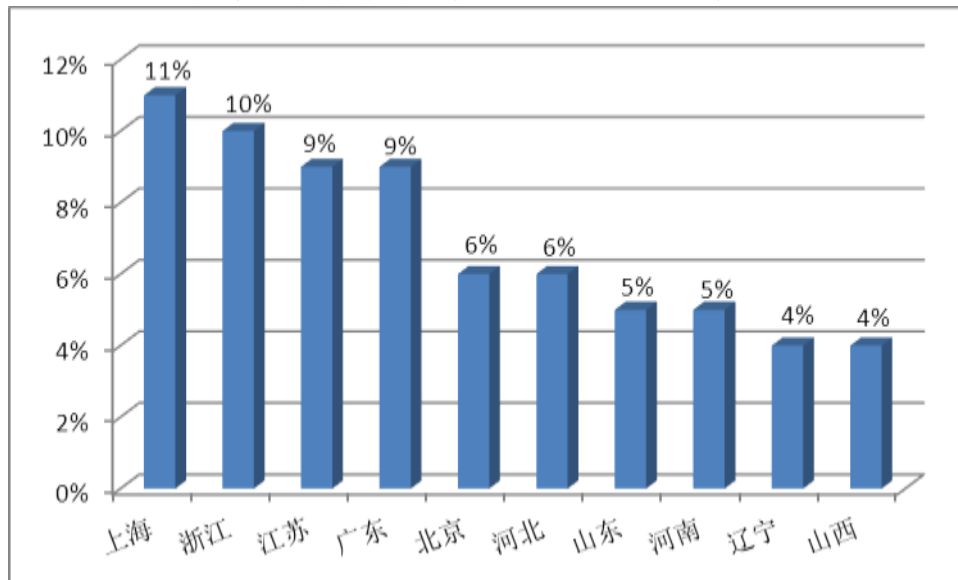
3) 到场电商情况

今年到场电商达到百余家，既有天猫、淘宝、京东、亚马逊、eBay、当当、一号店、苏宁、国美、拍拍等一线阵营，也有宝宝树、蜜芽宝贝、唯一优品母婴、

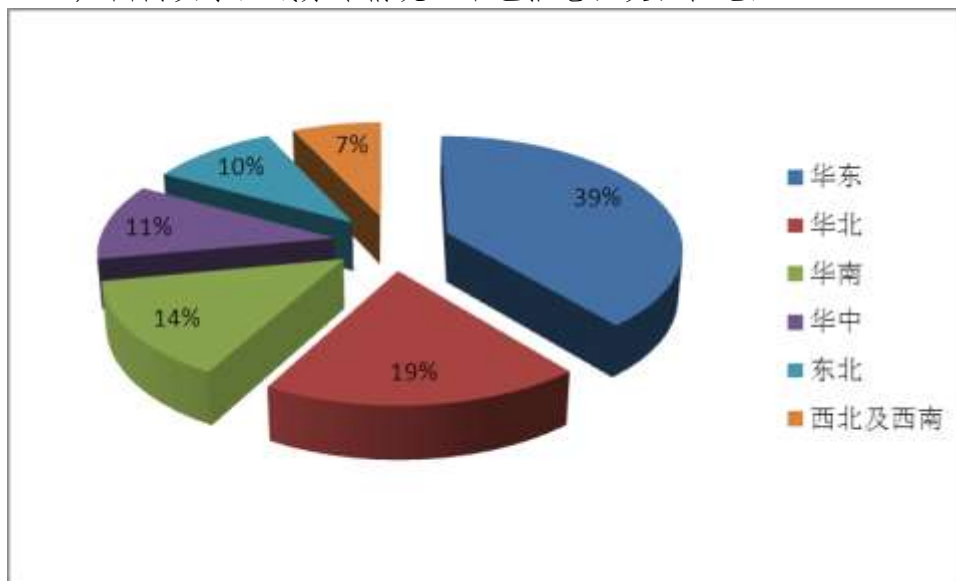
辣妈汇等新兴平台。

2、买家整体概况分析

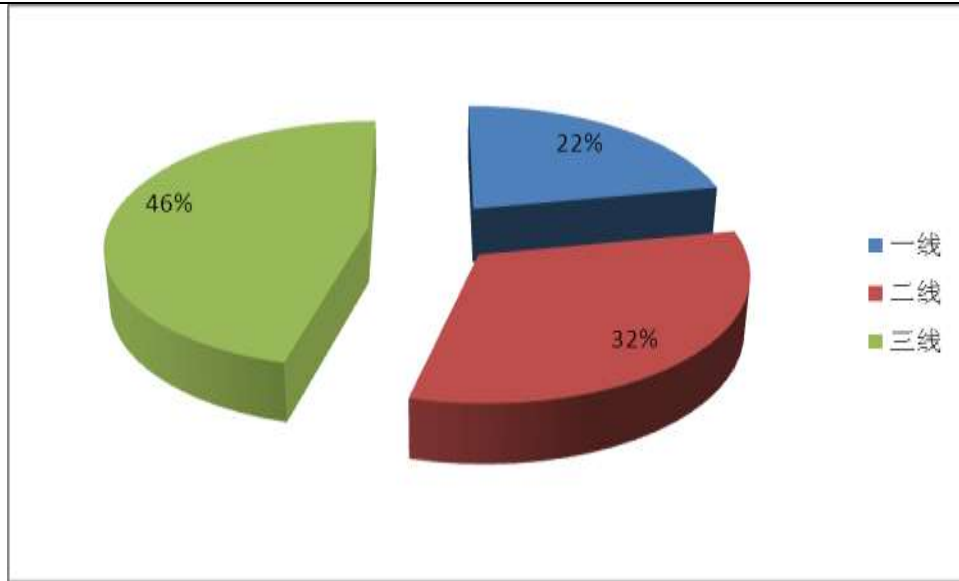
1) 国内买家省市分布排名前 10 (不包括港、澳、台地区)



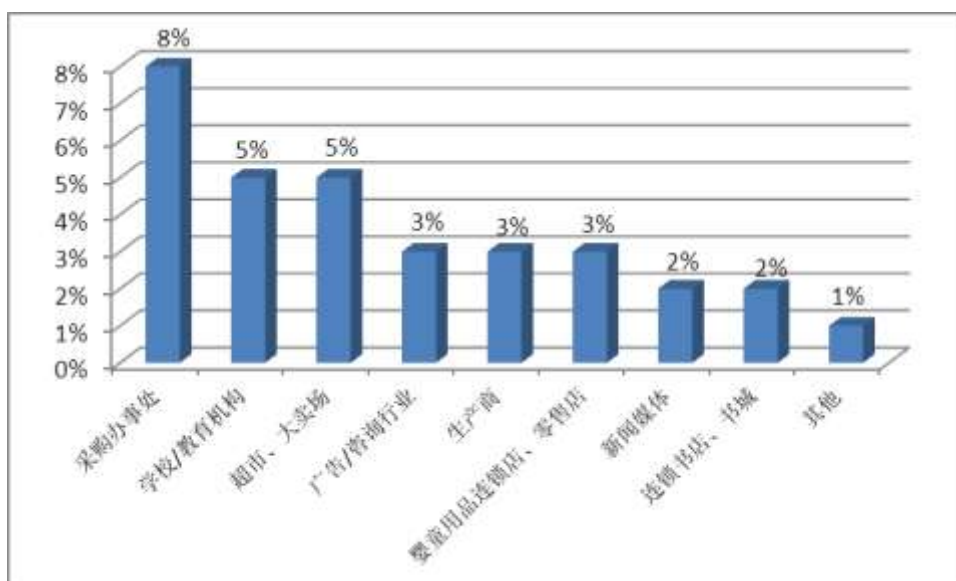
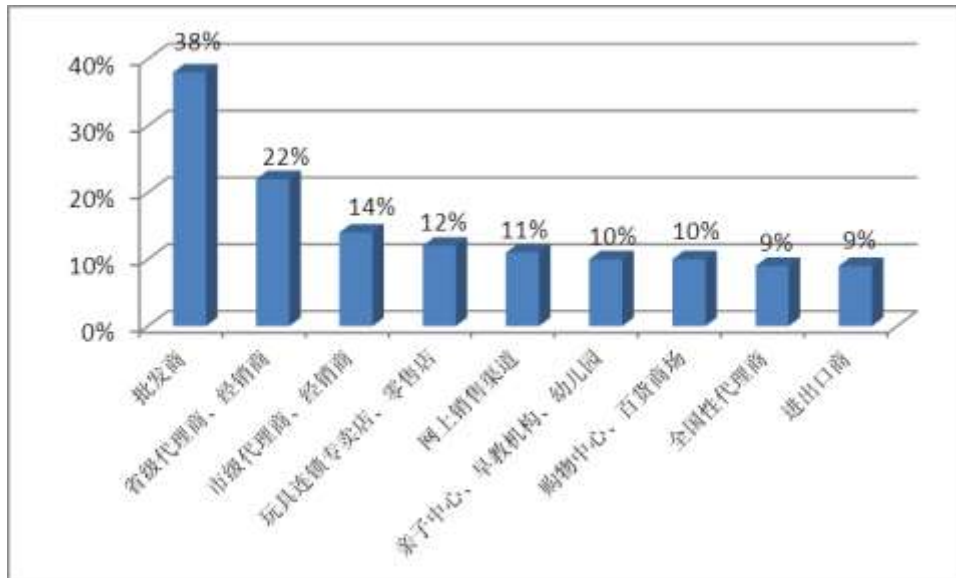
2) 国内买家区域分布情况 (不包括港、澳、台地区)



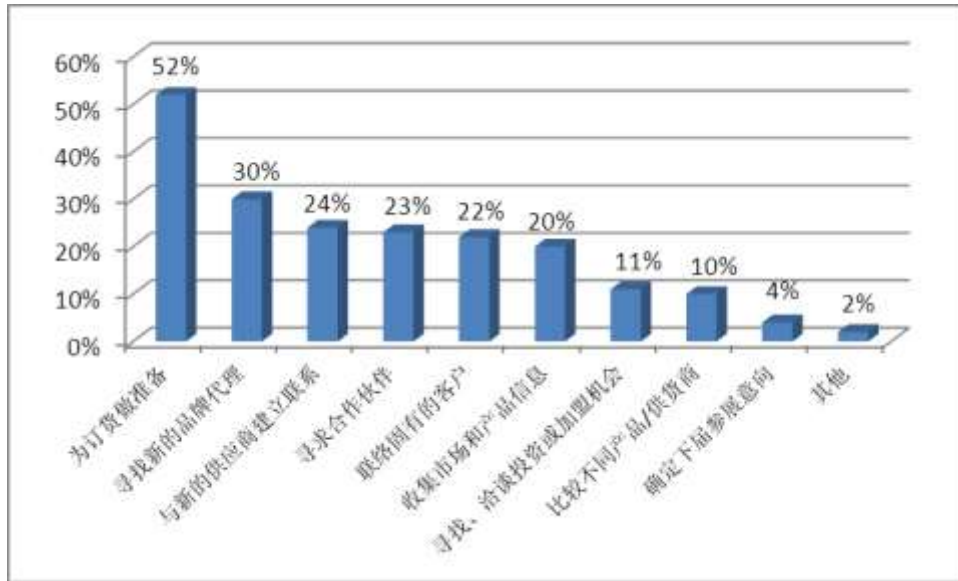
3) 国内买家城市级别分布情况



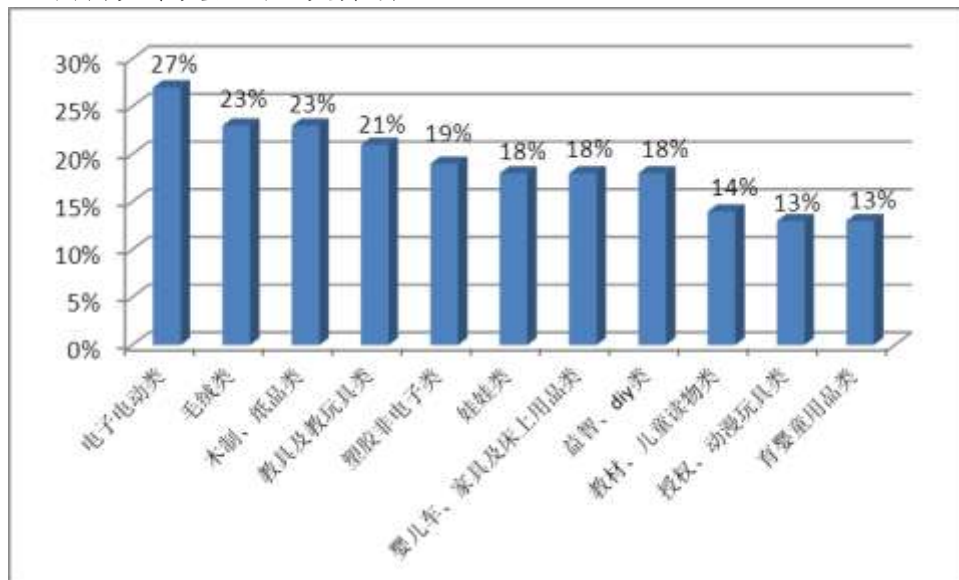
4) 国内买家性质分析

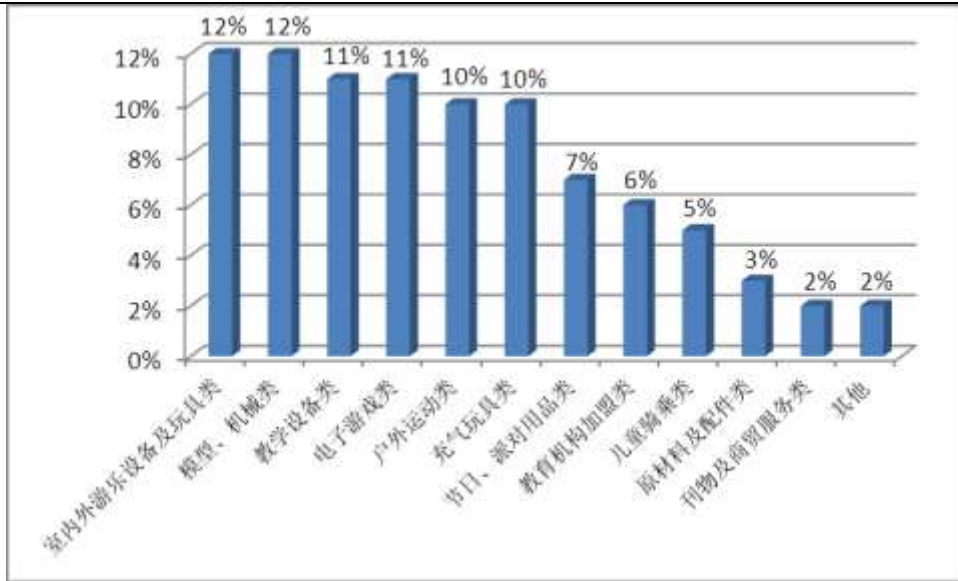


5) 国内买家观展目的分析



6) 国内买家关注的品类分析

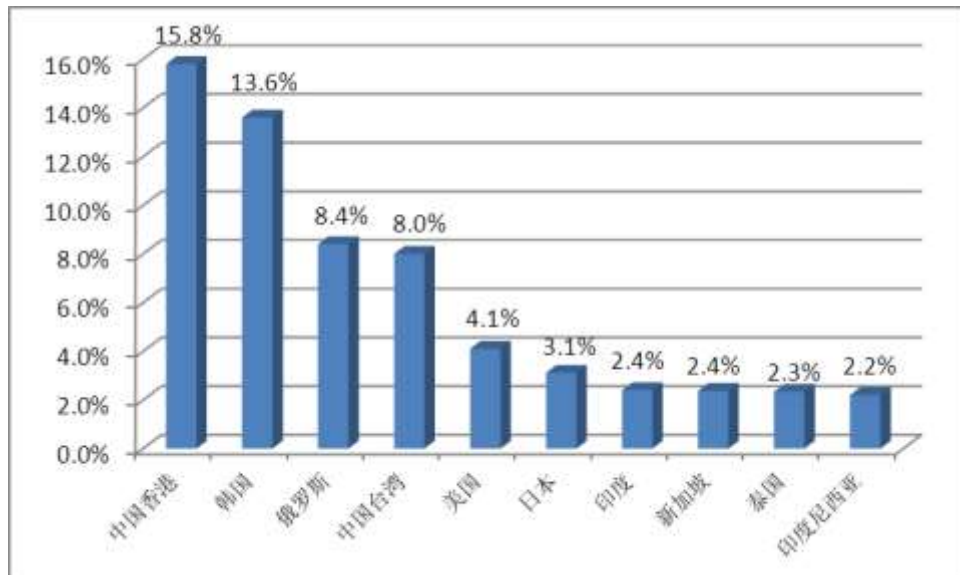


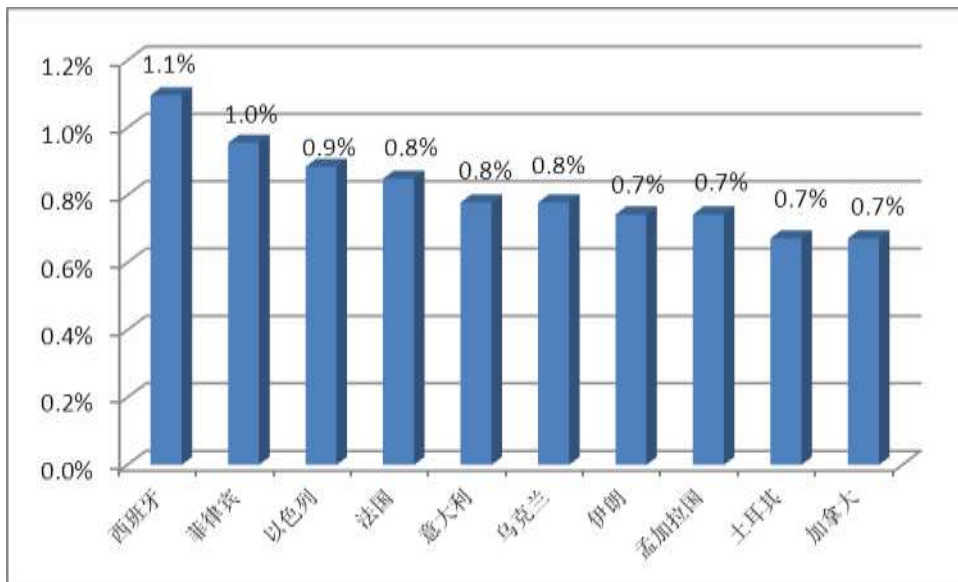
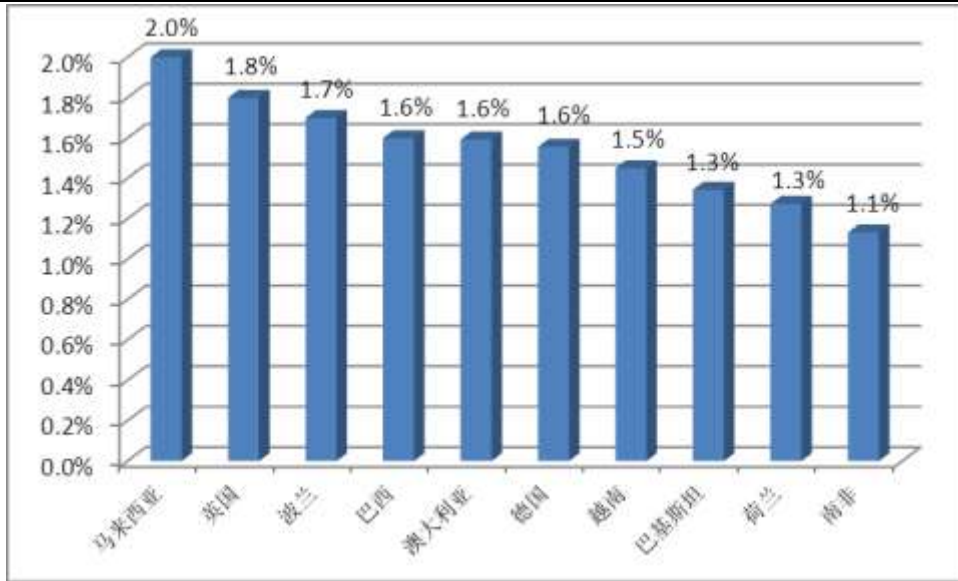


(二) 国际买家分析

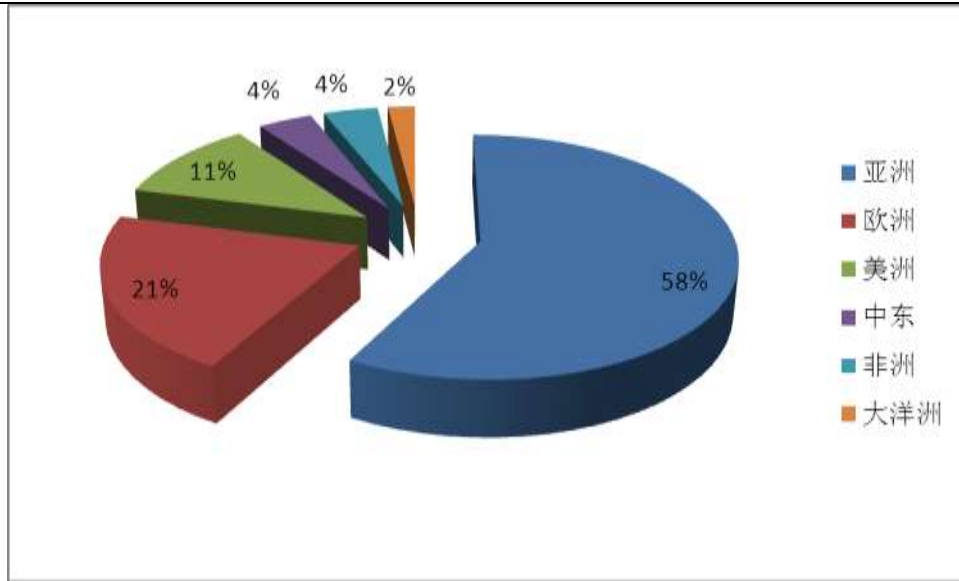
今年，来自 119 个国家和地区的国际买家中，欧美等传统消费大国买家增长达 20%，新兴经济体国家的买家更是翻倍增长。除沃尔玛、kmart、家乐福、GIFI 等国际大型采购商到场外，还涌现多家新的百货、连锁超市、玩具贸易商到场参观采购。如美国 Scholastic、英国 ASOBI、法国 Les Mousquetaires、西班牙 EI Corte Ingles、俄罗斯 OST-COM、荷兰 Van Der Meulen。

1) 国际买家分布排名前 30 (含港、澳、台地区)

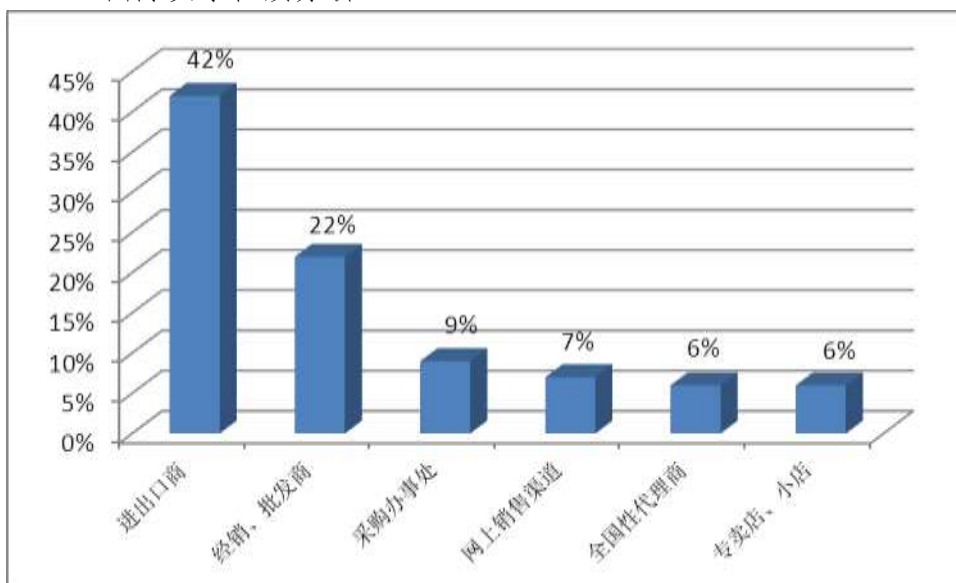


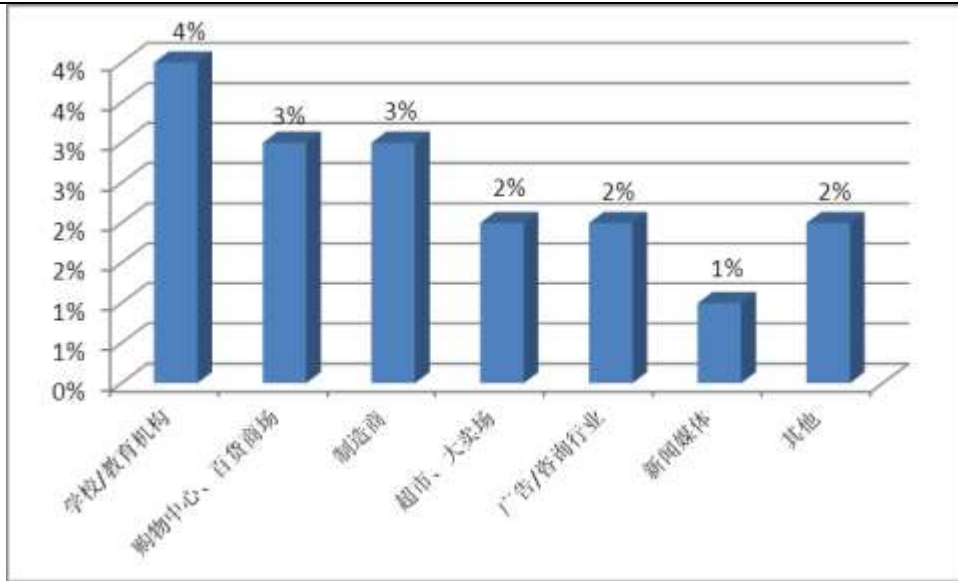


2) 国际买家大洲分布情况 (含港、澳、台地区)

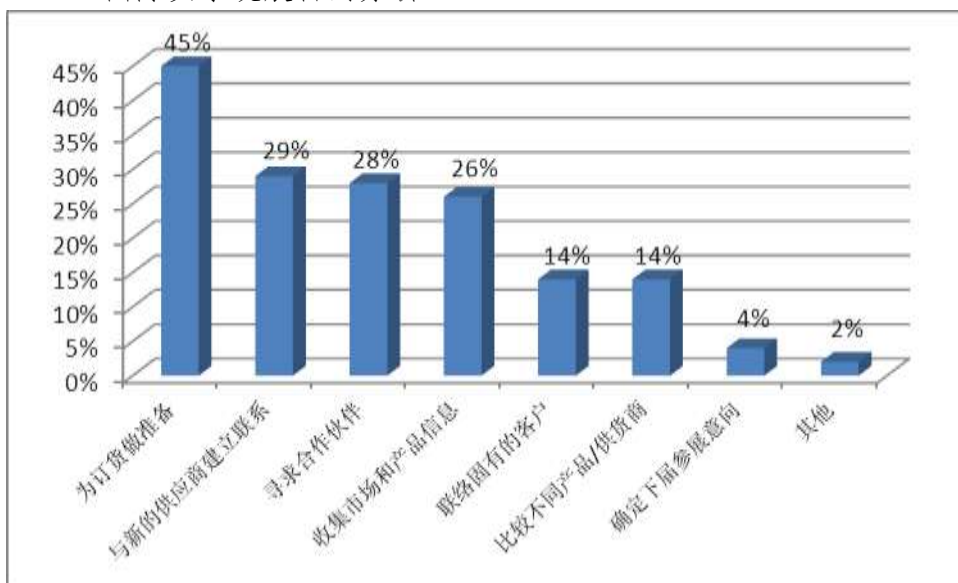


3) 国际买家性质分析

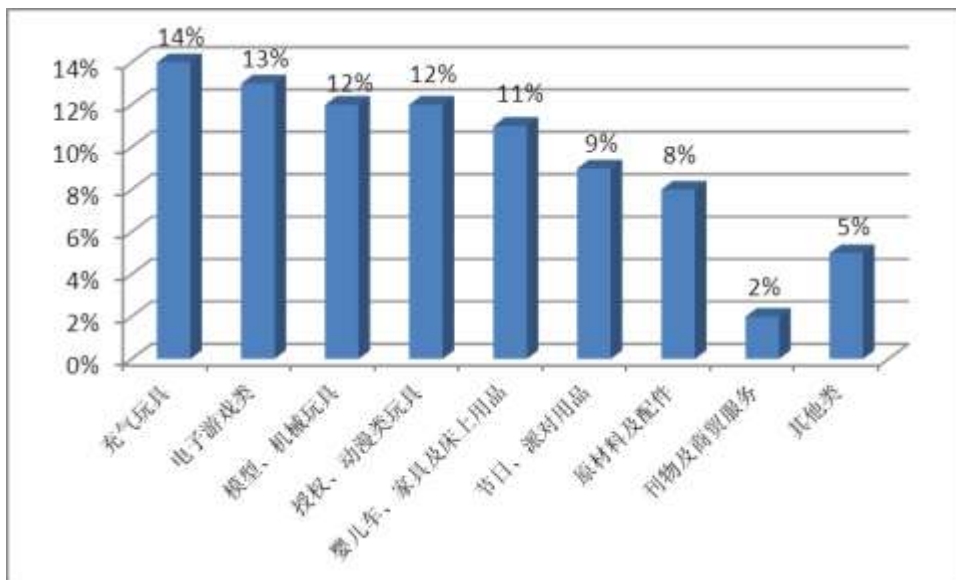
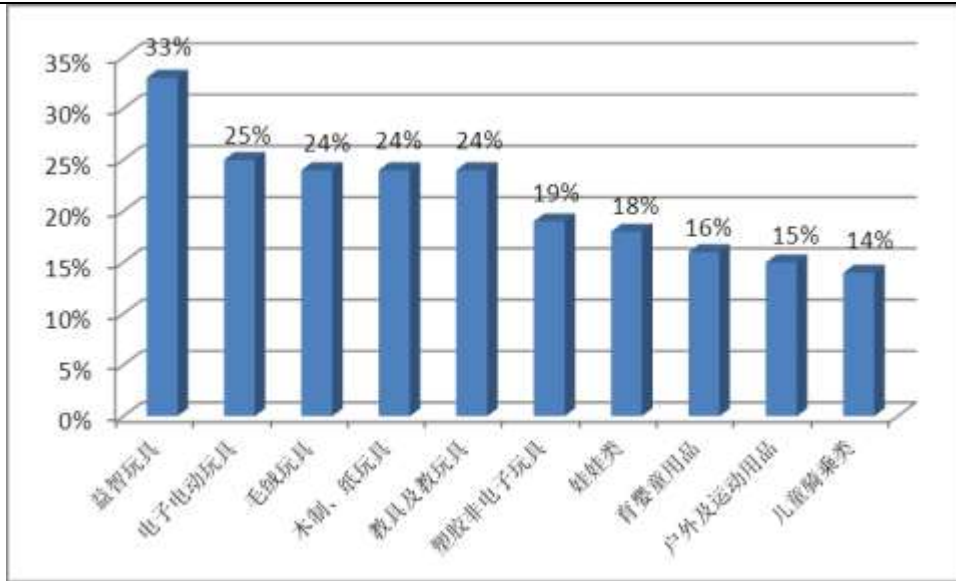




4) 国际买家观展目的的分析



5) 国际买家关注的品类分析



三、 业内反馈

1、买家评价

我们每年必到中国玩具展，今年适销的产品丰富，可选空间大，主办方也推出专门的配对服务，展期虽短，但收获很大！

Carrefour 采购主管 Wilson

我们是有 55 年历史的比利时玩具和儿童文具产品批发商，很感谢主办方提供的周到服务。通过展会，我们接触到了非常多的新的、合适的供应商，让我们这次玩具采购之行非常有收获！

比利时 Vanok bvba 公司采购经理 Hannelore

作为美国知名儿童读物批发商和出版商 Scholastic 公司，我们是第一次参观中国玩具展。

展会现场我找到很多适合我们目标市场的产品，很多产品还很新颖，明年一定再来！

美国 Scholastic 公司非图书类产品部总监 Seto

我们很惊讶展会有这么多的中国生产企业和展商，我们过去参观很多其他的展会，但中国玩具展集中了我们所有需要的企业和产品，我觉得这是我参观过的展会中最好的！

波兰玩具进口商 ANRE S.C. 公司董事长 Regina Calka

中国玩具展每年必来，这是国内档次最高、品牌最全的玩具品类展会，明年我们还会来参观！

北京赛特百货有限公司业务部经理 卢刚



利群集团在山东省内有 16 个百货商城，每个商城儿童区面积 100-300 平米。今年参观展会，让我结识了乐高、孩思乐、美太等重要玩具企业并达成合作意向，同时，我们非常感谢主办方提供这样的平台！

利群集团副总经理 张冬

我从事玩具、婴童用品、童车产品代理业务 20 余年，每年在中国玩具展上都能采购到很多合适的产品，今年，我特意带来商会 20 多名骨干成员参观。今年，展会规模又增大了，品类更齐全，而且云集了各品类中高端品牌，现场不仅见到合作客户的新品，还接触到一些新的伙伴，是拓展商机的最佳渠道，尤其是专门举行的“世界趋势在中国—2015 全球创新产品”展示活动，亮相的产品在设计、功能等方面创新性十足，我个人，包括我们商会成员都非常满意！

华益玩具商会副会长 李俊文

1 号店目前在电商中名列前茅，非常希望与各大玩具品牌接洽达成 2015 合作意向，参观这个展会，我们如愿以偿！

1 号店高级招商经理 管龙

2、展商评价

今年展会规模远超往届，国际化和专业化水平实现了大幅提升。

美泰公司亚太区高级副总裁兼总经理 Peter Brogger

第一次参加中国玩具展，我们就借展会拓展了来自广东、浙江、河南、山东等区域的代理商，同时还与百货商场、幼儿园进行了沟通交流。

立本集团温州玩具有限公司销售主管 余洁琼

我们对参展效果比较满意，现场接触了很多全国代理商。我们特意带来外销业务员接待国外客户，接触到较多中东地区幼教渠道商。

浙江益群游乐设备有限公司总经理 夏益群

此次参展主要目标是开发内销市场，同时拓展外销业务，展期三天，我们遇到了四川、东北、广东等地区的国内买家以及欧美国际买家，我们认为参展效果好！

威海泰格玩具有限公司经理 刘黄宇

