



新聞稿

2021年7月

深圳玩具展、深圳嬰童展及深圳國際授權展來年3月舉行 助力企業把握中國市場發展機遇

劉曉彤小姐
電話: +852 2230 9235
karen.lau@hongkong.messefrankfurt.com
www.chinatoyfair.com
www.messefrankfurt.com.hk

SZTF22 PR1 tc

儘管受到新冠肺炎疫情的衝擊，中國仍然是世界第二大的玩具市場。面對市場呈現積極向上的發展態勢，企業也通過國際玩具及教育產品（深圳）展覽會（下稱：深圳玩具展）、國際童車及母嬰童用品（深圳）展覽會（下稱：深圳嬰童展）及國際授權及衍生品（深圳）展覽會（下稱：深圳國際授權展）重啟業務及了解市場發展，尤其是近期興起的零售趨勢和購物習慣改變。三個同期展會將於**2022年3月30日至4月1日**在深圳國際會展中心舉行，助力全球玩具、嬰童用品和授權業界把握中國疫後的發展機遇。

無庸置疑，中國是全球玩具領域的佼佼者。市場調查機構 Research and Markets 更預期至 2026 年，中國玩具市場規模將達到 613 億美元¹。隨著疫情發展，消費者對在家娛樂的需求有所增加，中國玩具內銷市場也經歷了迅猛增長，單在 2020 年，玩具零售額就達到了 119 億美元。

「繼去年 8 月和今年 3 月成功舉辦展會，我們希望再次為玩具、嬰童用品和授權行業提供推動商務聯繫和信息交流的平台。」法蘭克福展覽（香港）有限公司高級總經理溫婷女士說明道。「中國正從疫情中強勁復甦，在剛過去的展會也反映了玩具、嬰童用品以及授權市場需求和變化，參展商將可在明年 3 月舉行的展會上挖掘到新商機。」

千禧世代追捧盲盒、國潮

在日益由消費驅動的市場風氣下，「盲盒」和「國潮」是吸引中國主要目標消費群體——千禧世代的關鍵詞之一。有見及此，2021 年的參展商也帶來了迎合相關市場需求的創新產品。

「盲盒在中國造成了不少轟動。」來自香港的晉東有限公司營業部經理歐陽高翔先生分享道。「今年我們把 Baby Shark 毛絨公仔放到盲盒和扭蛋裏推出，吸引了不少買家的興趣，紛紛對產品提出問詢，尤其是一些經營抓物機的客人。」

與此同時，從時尚行業開始崛起的「國潮」，現也蔓延至多個消費品領域，當中也包括與兒童相關的產業。更多品牌在產品中融合文化和懷舊元素，以激起消費者的情感，從而增加其購買意欲。

廣東森寶文化實業有限公司展出的授權積木呈現了中國傳統文化和科研成就，深受觀眾歡迎，其市場策劃經理張宇明先生說：「我們展示了新的故宮文創和航天文創系列。我們的潛在和現有客戶都會來深圳玩具展參觀，

法蘭克福展覽(香港)有限公司
香港灣仔港灣道 26 號
華潤大廈 35 樓

¹中國玩具市場的細分市場、銷售渠道、公司分析和預測，Research and Markets.

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

所以很適合在這裏推出新品。」

寓教於樂

此外，2021年展會也揭示了市場對教育玩具及產品的殷切需求，並預計這個熱潮會持續一段時間。根據NPD集團2021年1月的線上玩具銷售數據²，在眾多玩具類別當中，最受消費者歡迎的是嬰兒、幼兒和學前玩具，當中很多產品都兼備教育意義。

就教育玩具的發展趨勢，香港玩具協會主席丁天立先生發表了看法：「不論是中國還是其他國家對教育都非常重視，我認為能夠幫助孩子學習的產品，如科學和建築玩具，會越來越受家長的歡迎。」

觀眾也樂見深圳玩具展上有更多種類的教育玩具展出。四川廣電星空貿易有限公司總經理王欣先生表示：「我來這裏是想採購玩具教具類產品，其中七色花和Hape的產品讓我印象深刻。居家學習網課的新模式讓益智玩具需求上升，現在很多品牌都在配合學校課程去進行產品開發。」

更多有關中國玩具、嬰童用品及授權市場發展的分析請參閱：

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

電商增長勢頭延續 展會助力行業轉戰線上迎機遇

NPD集團的市場調研也指出了玩具電商銷售的蓬勃態勢，本已發展得如火如荼的電子商務也因為疫情而迎來新一輪的爆發期。在2021年1月，線上玩具銷售比去年同期上升了33%。電商的急速發展為海外品牌提供了進入中國市場的渠道；而深圳的電子商務發展發達，多個知名電商平台也已進駐該地或鄰近城市，展會將提供展商與這些電商買家碰面的寶貴機會，如亞馬遜、eBay、阿里巴巴及京東等以往也曾到展會參觀。

2021年深圳玩具展、深圳嬰童展及深圳國際授權展迎來了來自13個國家及地區的1,413家展商，有82,481名觀眾到場參觀，為業界提供了高效的商貿平台，挖掘中國市場龐大商機。

國際玩具及教育產品（深圳）展覽會、國際童車及母嬰童用品（深圳）展覽會及國際授權及衍生品（深圳）展覽會由廣東省玩具協會、廣州力通法蘭克福展覽有限公司以及法蘭克福展覽（香港）有限公司合作舉辦。

欲了解更多展會詳情，請瀏覽 www.chinatoyfair.com、www.chinababyfair.com 或 www.licensing-china.com。

致編輯：

下載本新聞稿：

<https://shenzhen-international-toy-and-education-fair.hk.messefrankfurt.com/shenzhen/zh-hk/press/press-releases/2022/SZTF22-PR1.html#download>

國際玩具及教育產品（深圳）展覽會
國際童車及母嬰童用品（深圳）展覽會
國際授權及衍生品（深圳）展覽會
中國，深圳
2022年3月30日至4月1日

²2021年初始，玩具電商銷售表現強勁，NPD集團，

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

更多媒體資料及展會照片：

<https://shenzhen-international-toy-and-education-fair.hk.messefrankfurt.com/shenzhen/zh-hk/press.html>

關注深圳玩具展、深圳嬰童展及深圳國際授權展的社交平台：

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

<https://twitter.com/SZToyFair>

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

法蘭克福展覽集團簡介

法蘭克福展覽集團是全球最大的擁有自主展覽場地的展會主辦機構，其業務覆蓋展覽會、會議及活動，在全球 29 個地區聘用約 2,450 名員工。繼 2019 年營業額錄得 7.36 億歐元後，集團在 2020 年新冠疫情期間營業額約 2.57 億歐元，並依舊與眾多行業領域建立了豐富的全球商貿網絡並保持緊密聯繫，在展覽活動、場地和服務業務領域，高效滿足客戶的商業利益和全方位需求。遍布世界各地的龐大國際行銷網絡，堪稱集團獨特的銷售優勢之一。多元化的服務呈現在活動現場及網路管道的各個環節，確保遍布世界各地的客戶在策劃、組織及進行活動時，能持續享受到高品質及靈活性；我們正在通過新的商業模式積極拓展數字化服務範疇，可提供的服務類型包括租用展覽場地、展會搭建、市場推廣、人力安排以及餐飲供應。集團總部位於德國法蘭克福市，由該市和黑森州政府分別控股 60% 和 40%。有關公司進一步資料，請瀏覽網頁：www.messefrankfurt.com.hk

國際玩具及教育產品（深圳）展覽會
國際童車及母嬰童用品（深圳）展覽會
國際授權及衍生品（深圳）展覽會
中國，深圳
2022 年 3 月 30 日至 4 月 1 日