

2022日本婴童用品展|母婴用品品牌

产品名称	2022日本婴童用品展 母婴用品品牌
公司名称	上海福贸展览服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市-福贸展会大鹏zpexpo
联系电话	021-61200956 15821106898

产品详情

歯が生える赤ちゃんのために特別に設計された歯が生える素材は柔らかく弾力性があり、赤ちゃんの歯を傷つけません。そのも基本的な機能は、歯が生えるときの赤ちゃんの不快感を和らげ、歯茎を運動させると同時に、吸ったり舐めたりする必要性を満たし、安心感を高めることです。TPR樹脂素材を使用しているので安心です。把握しやすい。人間味のあるデザインは、赤ちゃんの口をぶついたり突いたりする可能性を減らします。良好な口腔衛生習慣を身につけ、虫歯を防ぐのに役立ちます。

2022年日本东京国际婴童用品及孕妇用品展览会

Baby Children & Pregnant Products Fair

春季时间：2022年4月6-8日（春季）；

春季展馆：日本东京有明国际展览中心

夏季时间：2022年7月6-8日（夏季）

夏季展馆：日本东京有明国际展览中心TOKYO BIG SIGHT

秋季展期：2022年9月28-30日（秋季）

秋季展馆：日本大阪国际展览中心

主办单位：Reed Exhibitions Japan Ltd励展日本株式会社

中国组展组团：上海福贸展览服务有限公司

参展参观咨询：张鹏

展会详情：

日本东京孕婴童用品展是日本孕妇、婴儿及儿童用品领域顶-尖的展会，是一站式采购婴幼儿用品、玩具、孕妇用品的绝-佳地点。近年来百货商店、专卖店、室内商店、礼品店中的婴幼儿用品需求量猛增。随着市场需求量的增长，孕婴童用品展吸引了更为广泛的目光，本展会展出的产品涵盖所有婴幼儿用品及孕妇用品，是日本独之一无二的贸易展会。

日本婴儿用品行业调查报告

婴儿用品行业（Baby Products Industry），主要包括生产婴儿食品及婴儿用品的企业，如奶瓶、婴儿车、婴儿玩具、奶粉类婴儿食品等等。但不包括婴儿服饰、纸尿裤等。

消费者重点考虑安全性&品牌

购买婴儿用品的消费者对于产品安全问题尤为敏感，历来重视产品品牌。厂商知-名度和可信度也成为衡量婴儿用品质量的重要标准。因此，如何提高品牌知-名度和普及度，是婴儿用品从业者面临的关键性课题。

此外，企划及生产阶段的安全考量也十分重要，部分婴儿用品的生产甚至必须遵守特定的安全标准。同时，日本政府或行业协会依据相关法律法规推出一系列婴儿用品细分市场的产品质量认证标志，比如婴幼儿床领域的SG Mark、PSC Mark（消费生活制品安全法），电动玩具领域的PSE Mark（电气用品安全法），婴儿玩具领域的ST Mark（日本玩具协会制定）等等，为消费者选购商品提供可参照的有效安全标准。

婴儿用品的流通过程缩短

传统的婴儿用品流通主要依赖批发商作为中介，把厂家商品流通至百货店或专卖店进行销售。不过近年来，由于受美国大型玩具企业Toys R Us的影响，越来越多的厂家倾向于选择直接销售。此外，日本大型婴儿用品批发商Akachan Honpo（婴儿本铺）也开始涉足零售业，进一步加速缩短了婴儿用品的流通流程。

日本婴儿用品市场环境

少子化趋势中，市场保持较平稳增长

由于目前没有婴儿用品整体市场的统计数据，我们将按照细分产品市场进行梳理。

婴儿玩具市场：根据日本玩具协会统计，2015年度日本的益智类及教育类玩具市场规模达1688亿日元。需要注意的是，这里的“益智类及教育类玩具”既包括一般的婴儿玩具（baby toy），也包括婴儿车（baby car）、儿童座椅（child seat）、儿童脚踏三轮车等。据估算，婴儿车和儿童座椅的市场规模在100亿日元左右。

婴儿食品市场：根据日本婴儿食品协议会统计，2015年婴儿食品及饮料的产值为391亿日元，其市场规模预计超过2000亿日元。此外，广义的婴儿食品及饮料领域也包括奶瓶、乳垫、马克杯等育儿用品，据推断其市场规模不止于此。（根据Pigeon公开资料，2011年婴儿用品市场规模大约为2200亿日元。）

纵观近年的市场变化可以看出，育儿类玩具市场虽然增幅较低，但仍然保持上升势头。而婴儿食品饮料市场规模已经跌破400亿日元。

在少子化的社会大潮中，婴儿用品市场可以说是依然坚挺。其主要原因大致有三点：，2000年以来，婴儿用品市场的消费群体不再是父母“两只钱包”，而是开始形成包括双方祖父母在内的“六只钱包”，从而拉动高附加价值产品的需求猛增；第二，少子化导致每个家庭的儿童数量减少，反过来用在每个婴儿身上的消费也相应增加；第三，随着互联网的普及，消费者足不出户也能轻松购买婴儿用品。

此外，许多家长注重购买安全性较高的产品，导致婴儿用品市场呈现出需求价格两极分化、品种多样化的趋势。但是，客观来看，当前日本社会的出生率尚未有明显改观，且20~40岁人群的收入水平又不断减少，预计今后的婴儿用品市场将呈现逐渐萎缩的趋势。

SG标志的婴儿车数量大致持平

2010年，Aprica等企业注册的SG Mark婴儿车数量大幅增加。这主要来自于越来越多的中国企业首次注册SG Mark，也反映出日本市场上海外进口低价产品逐渐增多的趋势。从下图统计数据可以看出，虽然近年来SG Mark婴儿车总数有增有减，不过整体水平大致不变。此外，幼儿三轮车市场却不甚景气。

各细分市场均被龙-头企业垄断

数家企业分别在各个婴儿用品的细分市场上独-占-鳌-头。在育儿类产品领域，Pigeon在哺乳器和吸奶器细分市场的占有率高达七成。在婴儿玩具领域，People（万代南梦宫控股集团旗下）和Royal则是日本国内的龙-头-企业。

在婴儿车领域，Aprica和Combi曾一度各占半壁江山，但2003年Maclaren进入日本市场后，Pigeon也正在努力扩大市场份额。Maclaren主打产品设计和质量，迅速占-领-市-场，销售额激增。如今，Aprica、Combi、Maclaren以三足鼎立的局势垄断着日本国内婴儿车市场。

在婴儿食品相关领域，大型食品厂商的品牌力量雄厚，不容小觑。在婴儿辅食市场，和光堂、丘比、明治控股是领-军-企业；在育儿奶粉市场，明治控股、森永乳业、雪印Meg milk占据着主导地位。

Pigeon：产品种类丰富，海外销售额占比近六成

Pigeon（贝亲）是日本国内乃至全球著名的母婴用品品牌，涉足各个细分市场领域，尤其在奶瓶、奶嘴、乳垫等方面品牌知名度极高。根据Pigeon公布数据，2017年度Pigeon产品在日本国内各细分市场的占有率分别是：奶瓶等喂奶器73%、吸奶器64%、乳垫70%、清洁类婴儿护肤品37%、婴儿臀部纸巾32%，均为日本国内非常大市场份额。

Pigeon在创业初期仅仅生产奶瓶等哺乳器，随后逐渐将业务拓展到哺乳器相关产品，继而涉足整个育儿用品市场。近年来，尽管婴儿车市场已经被其他公司垄断，但Pigeon也开始着力推进婴儿车业务，并在育儿服务、看护用品等领域拓宽业务范围。

此外近年来，海外业务成为推动Pigeon整体业绩增长的非常重要动力。2002年Pigeon进军中国市场，2004年收购美国婴儿用品厂商Lansinoh Laboratories，2011年收购欧洲育儿品牌mOmma业务。通过采取积极的收购策略，有针对性地开发产品和打造品牌，Pigeon的整体业绩蒸蒸日上。

从营业利润率数据来看，Pigeon海外业务的贡献度也远超国内业务。继2016年印度新工厂、2017年土耳其

新工厂先后投入生产，今后Pigeon将继续扩大以中国、印度、印尼为主的亚洲市场，拓展北美及欧洲市场。

People：主营益智玩具、女童玩具等

People创立于1977年，是日本著名游戏品牌Bandai Namco（万代南梦宫）集团旗下的玩具厂商，主要生产面向0~3岁儿童的婴幼儿玩具、自行车等产品。People旗下主要玩具品牌包括针对女童的Popo-chan洋娃娃系列、针对2岁以上儿童的Ikinari自行车、益智玩具Pythagoras毕达哥拉斯系列等等。

People虽然自主投资模具等生产设备，但主要采取OEM方式委托合作工厂进行生产。其在日本国内的经销渠道主要是全球非常大的玩具及婴幼儿用品零售商Toys R Us（玩具反斗城）和万代南梦宫集团旗下的Happinet。

Popo-chan洋娃娃系列

虽然People历史悠久、旗下品牌丰富，与经销方也维持着紧密联系，但是近年来市场上低价的自主品牌异军突起，同行竞争愈演愈烈，使其在日本国内的业务进展上面临重重困境。截止2014年，People一直是靠着海外业务的利润来弥补日益萎缩的国内业务。尽管2015年People通过上线新产品，同时在inbound需求（访日外国游客的消费需求）上涨的刺激下，实现了全线产品增收，但2016年以后又回到原先的业务结构。

此外，由于材料成本上涨、中国生产成本飙升等因素影响，从2013年起People的成本率开始大幅上涨。People积极调整产品价格，提高宣传广告投入的回报率，继而实现营业利润率的大幅提升。

Combi：主营婴儿车、儿童安全座椅等

Combi（康贝）以婴儿车和婴儿座椅为核心产品开展婴儿用品业务，还广泛涉足婴儿服装、健康食品、宠物用品、保育服务等领域。

总体来看，Combi的销售业绩呈现略微递减趋势，但2010年则业绩大跌。2005年，受婴儿座椅流通价格政策变更的影响，Combi的营业利率率曾一度低迷，在2006年以后才慢慢回升，此后一直维持在较高水平。

Combi在日本国内主打高价位婴儿车产品，于2002年在东京证券交易所市场二部上市，次年晋升为东证一部上市公司。但随着国内市场逐渐萎缩，为了着力开拓中国等亚洲市场，2011年3月Combi实施管理层收购（MBO= Management Buy-Outs），退市转为非上市公司。

今后，除了高附加值产品，Combi也将着力研发低价位产品，迎合新兴市场需求。2014年1月Combi在柬埔寨新建工厂，4月在香港成立Combi Holdings Limited，推进改制为控股公司。

我司日本展组展组团靓点：[微信公众号:shzpexpo福贸国际展览]

- 1、上手良好大赞的展位位置和价格优势。
- 2、细心周到的境外行程酒店食宿交通等优惠合理的安排。
- 3、贴心及时的境外往返机-票和接机送机司机领队公共翻译等。
- 4、常年操作外展经验和熟悉当地国家风俗民情的专业带团人员。

5、从展位确认安排展台搭建装修展品运输到相关签-证材料准备签出到展后补贴办理，

我司全流程多方位的專業服务,力争打造展览服务行业更优-秀品-牌

不参展人员,我司安排组团观展服务,提供签-证,机-票,酒店,入场证的办理等服务

另我司可代之办日本签-证（商务,旅游,三年多次,五年多次）材料简单,出签快

中国组展组团:上海福贸展览服务有限公司

Shanghai Formore Exhibition Service Co.,Ltd

展询：Mr张鹏

我司專業组团日本展会推荐	微信公众号：shzpexpo福贸国际展览
日本东京国际超市百货杂货礼品展	日本国际促销品赠品商务礼品展
日本东京国际餐具及厨具用品展	日本东京国际婴幼儿及孕妇用品展
日本东京文具及办公用品展ISOT	日本东京国际装饰及设计制品展
日本国际体育用品及设备设施展	日本国际健身及康体护理用品展
日本国际高尔夫及用品设施展	日本东京国际箱包手袋及皮包展
日本东京国际鞋类及鞋材鞋饰展	日本东京国际时尚服装服饰展
日本东京国际男装及配饰展	日本东京国际服装服饰贴牌加工展
日本东京国际纺织及面辅料展	日本国际花卉园艺及劳保五金用品展
日本东京国际农业农业资材六次化展	日本东京国际咖啡茶披萨点心展
日本东京国际影院剧场舞台产业展	日本东京国际主题公园游乐设备展
日本东京国际眼镜及眼镜配件展	日本东京国际玩具及户外用品展
日本东京教学设备及教育装备展	日本东京AI人工智能展

日本国际宠物及宠物用品展	美国奥兰多宠物展
日本国际珠宝首饰及配饰展	日本国际家用纺织及地面铺装材料展
日本东京化妆品开发及技术展Cosme	日本国际美妆美容美发展BeautyWorld
韩国国际高端鞋类及鞋材展	日本高性能金属塑料材料展
伊朗德黑兰皮革鞋类箱包展	美国拉斯维加斯鞋类展WSA
美国拉斯维加斯服装服饰展MAGIC	美国拉斯维加斯礼品展ASD
德国GDS鞋展	意大利加达鞋展
华交会上海华交会	劳保展上海劳保展
CHIC中国服装服饰展针织展	上海成年人用品展
微信公众号：shzpexpo福贸国际展览	福贸张鹏