2024年上海婴童展延期时间出炉

产品名称	2024年上海婴童展延期时间出炉
公司名称	苏州京成展览有限公司
价格	1800.00/件
规格参数	CBME孕婴童展:国家会展中心
公司地址	苏州市花桥镇绿地杰作大厦9号楼1911室
联系电话	18913292209 18913292209

产品详情

2024年第23届CBME孕婴童展

展会时间：2024年7 月17-19日

展览地点：国家会展中心（上海）

展会届数：第22届，每年1届，始于2001年

主 办 方：Informa markets（英富曼集团）

官方媒体：《时尚育儿》杂志、《中国孕婴童》杂志、孕婴童微报全媒体、妈妈圈微报

展会访谈：

一、 上海花冠成立至今已经十六年了，十六年来，公司主要围绕着“ 汇全球 为全家 ”的核心理念在迅速发展。虽然是简短的6个字，但是我们做的建设却是很多。汇全球是指：汇集全球资源及全球科技。花冠自2000年D一罐奶粉线下时，就开始汇聚全球优修供应商，精选全球绿色有机原料，从而构建并完善了优修的产业供应链。同时，我们也放眼国际研发创新成果，借力国际科研技术和研发科学配方，为中国家庭带来更加健康的产品。

二、在本届CBME获得的特别收获是，这次我们健合集团更名后携旗下四大高端品牌公开亮相CBME，非常成功，反响不错。

今年是H&H（健合）集团同时携旗下合生元、Swisse、Healthy Times及Dodie四大高端品牌齐齐集体亮相CBME，亮点多多。像今年健合带来了澳大利亚销量的自然健康品牌Swisse以及法国母婴护理品牌Dodie参展，这两个全球高端品牌的明星产品在CBME亮相，这些都是很大的新亮点。

回顾2021

2021年7月14日在国家会展中心(上海)，由Informa Markets举办的全球孕婴童展——第20届CBME孕婴童(2020 CBME 上海)展盛大开幕。五大新家庭亮点专区：2020年的CBME专门设置“ 天然产品 ”、“ 乐教体验 ”、“ 泛母婴服务加盟专区 ”、“ 户外骑乘及游乐 ”、“ 学习桌及精品家居展区 ”等五大亮点专区，展出天然及有及食品、用品、STEAM玩具、线上线下教育服务及培训、月子中心、产康服务等围绕新家庭母婴亲子场景的产品与服务。

产业链配套延展：为助力产业打造优质产品，提升服务与体验，“ 智慧零售专区 ”与“ 供应链 ”专区带来零售技术及软件、零售设施设备、店铺设计及策划、包装印刷与产品设计、原材料、面辅料、OEM/ODM等产业链配套产品与服务。

为何选择 CBME

一、 2023年同期举办 ：CBME童装展、 CBME玩具展、CBME孕婴童食品展 、CBME供应链OEM展

二、325,000平米展示空间，汇聚全品类孕婴童产品；

三、全球知明品牌齐聚CBME，3,000家优智展商现场展示；

四、与95,0000位优智买家建立业务联系，拓展商机；

五、整合式营销，提申品牌曝光度和影响力。

在CBME中国孕婴童展上，包括惠氏、Swiss、小皮、贝亲、飞利浦新安怡、尤妮佳、Britax、MAXI-COSI、Joie、Hape、伟易达、Micro、青蛙皇子、贝贝王国、戴维贝拉等在内的4,700个全品类孕婴童品牌，携新产品与理念集中亮相，推动产业创新，满足宝宝家庭生活方式新需求。非传统母婴商品专区：针对宝宝家庭多元化的生活方式，“ 乐活美妈 ”、“ 天然产品——活色生鲜 ”、“ 乐享户外 ”、“ 乐教体验 ”以及开设的“ 智慧家居 ”将为孕婴童产业带来新的增长点。现场活动精彩纷呈，如中国孕婴童产业峰会、商贸洽谈会、CBME孕婴童零售业大会区域峰会等等。CBME孕婴童食品展覆盖保健及营养品、奶粉、零食、药品、辅食、原辅料等各类展品，现场还有“ 天然产品 ”和“ 国际展团 ”两大亮点专区及系列行业精彩活动举办。

展品范围

母婴用品、孕婴童食品、营养品及零食、推车、汽座及家具、玩具、教育及纪念品、童装、婴装、童鞋、面辅料及配饰、泛母婴服务及产康、供应链、智慧零售

展会资讯：

恒安布局纸尿裤市场的两架马车：QMO和安儿乐

恒安在中国纸尿裤市场现有两款主打产品——Q · MO和安儿乐，这两款产品分别布局高端市场和大众市场。王文新介绍说，Q · MO主打透气概念，在干爽、舒适的功能基础上，它的透气性远优于一般尿裤的标准。“ 因过硬的品质，Q · MO在前期销售中获得远超预期的反响，获得消费者高度认可，后期我们将会继续推出概念和功能优异的产品，为消费者不断提供高品质的纸尿裤产品和体验。 ”布局大众市场的安儿乐则以特柔小轻芯为主打产品，其超柔舒适性具有高品质纸尿裤代表性特征，让宝宝倍感舒适。

纸巾、卫生巾和纸尿裤是恒安的三大纸品业务，且公司在该三项业务上在优势明显。王文新介绍说，下半年，恒安将通过持续创造新技术，新工艺、新材料、持续推出国内的纸尿裤产品。

一，用Q · MO和安儿乐这两大|品|牌推动恒安在母婴市场的开发与培育。公司的经营模式也将做出相

应调整，划分五线市场,三大渠道类别，进行策略定位，运用两个品牌、多种模式进行市场定位操作，以期获得大型渠道商和母婴连锁企业的持续支持。

二，推行厂商品牌深度合作战略。目前，恒安已经与部分全国大型母婴连锁合作，共同开发和培育新系列产品，该模式已取得较好成效。未来，公司还将会持续调整和深化厂商品牌战略合作模式。