

零售食材展2021上海零售生鲜食材展

产品名称	零售食材展2021上海零售生鲜食材展
公司名称	日本展会-上海贸升展览
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市金山区亭林镇寺平南路19号3幢4837室
联系电话	13681776782 13681776782

产品详情

2021上海零售生鲜食材展览会

展会时间：2021年11月30-12月2日 展会地点：上海新国际博览中心

展出面积：70000平方米 展商预计：2000家

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会生鲜食材专委会

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

同期举办：PLF2021全球自有品牌产品亚洲展（OEM定制贴牌代工展）

市场分析：

根据尼尔森对亚太零售的研究，亚洲消费者食品账单的50%以上花费在生鲜食材上。中国有着庞大的人口基数，生鲜消费市场空间广阔。中国消费者通过高频次购买生鲜来保证产品的新鲜度，平均每周购买新鲜食品3次，这一数据高于全球平均值2.5次。其中，水果和蔬菜的购买次数最多(每周平均4.48次)，其次是鱼类和海产品(每周平均2.39次)。

京客隆、物美、首航等曾以联营模式将生鲜经营外包的各超市均开始收回经营权。超市生鲜业务完成了从曾经的“鸡肋”到“言必生鲜”的转身，其鲜活度、价格与农贸市场的差距逐渐缩小，甚至超越农贸市场。

加之食品安全、购物环境等多重优势下，居民进超市买生鲜的消费习惯逐渐成型巩固。2000年全国重点城市平均仅有10.34%的居民在超市购买生鲜，而2012年生鲜超市渠道占比增长至37%，并呈逐年上升态势。

在大众基础生鲜消费这个存量市场中，社区生鲜业态一方面通过满足当下消费升级和便捷性的双重需求，如同当年“农改超”一般“革了传统农贸市场的命”；另一方面，经营优秀的社区生鲜连锁还能通过有竞争力的价格、更贴近社区的优势，截流大型商超，抢占超市的市场份额。供需缺口和政策扶持、外加

资本的助推下，社区生鲜或将成为线下生鲜渠道的第三---级。