

2022深圳食品展，2022深圳全食展，参展

产品名称	2022深圳食品展，2022深圳全食展，参展
公司名称	聚星会展服务-专注展会咨询
价格	.00/个
规格参数	举办时间:8月24-26日 举办地点:深圳国际会展中心 主办单位:龙品锡展览
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	15000962264

产品详情

可口可乐作为世界碳酸饮料的巨头，而他出海的原因很简单，需要扩张更大的市场。

当年在美国市场和百事可乐打的你死我活，二者都是美国本土市场碳酸饮料的头部。

拥有的份额，可口可乐深知要想持续保持增长就需要走出国门。

1920年可口可乐计划海外布局，在全球化还未形成的时代，要想走出国门，战争可能是快的。

1941年可口可乐随二战爆发在海外建立了超过64家瓶装厂初步形成了全球化扩张，因为可口可乐解决了生产和供应链的问题。

但是要想让更多的国家看到可口可乐，就必须打响品牌，而奥运会是适合发声的场所。

2022深圳食品展，2022深圳全食展，参展

展会基本信息1. 时间：2022年8月24日-26日

2. 地点：深圳国际会展中心（深圳市宝安区福海街道展城路1号）

3. 展馆：13、14、15、16号馆

4. 预计展会规模：100000平方米，约1500家展商

5. 预计观众：120000人次

展品范围糖果、巧克力、果冻、糕饼、炒货、蜜饯、豆制品及肉制品等休闲食品；卡通食品、进口食品；冰淇淋、冷冻冷藏食品及低温乳品、饮料等；预制菜食品；植物基食品；原料及配料；加工及包装设备；包装材料及印刷；模具及配套设备；安全检测设备及物流运输服务；媒体及相关培训机构等。

观众构成各类食品经销商、超市、连锁店、商场；各类食品进出口商；电子商务等新兴渠道商；相关生产企业；相关技术人员；各类生产配套及服务企业；相关、行业组织；相关出版物、媒体

有条不紊地推进

双展合一“1+1>2”的协同效应

时间虽有推迟，但效果必将翻倍。因为买家们的选品热情会持续发酵，厚积薄发的效果，会证明所有人的努力和坚持都不会白费！

2022全球高端食品展览会，由中国副食流通协会支持、龙品锡展览主办，全食在线、中国糖果、中国冰淇淋、食品资本、饮品营销和零食快报等合办。

10万m²展出面积，1500家展商

2022食品行业年度新品全覆盖

中国副食流通协会会长何继红认为，在食品行业新生代消费市场的变革催化下，全食展提供了一个新势力品牌和企业展示的平台。而作为全球具经济活力的区域之一，粤港澳大湾区成为众多国内外食品企业布局的重要市场。因此，春秋两季全食展合并至深圳举行，对于整个行业也有着十分重要的战略意义。

此次春秋两季展会合并，规模空前，同样也吸引了国内食品饮料领域诸如“元气森林、雅客、喜茶、怡达、a1、认养一头牛、大吃兄”等品牌，以及以“钟薛高、木伦河、雪帝、五羊、大桥道、德氏、伟艳美、冰雪怪”等冰淇淋品牌，均会带来自己的年度新品，以供现场经销商选择。

而本届全食展，不仅聚集了更多来自全国以及粤港澳大湾区的食品饮料企业的势能，也为经销商选品以及渠道对接提供了更加广阔、高效、优质的平台服务，其中的商业机遇和经济价值更是不可估量。

575位金销商将荣登9大榜单

代表600亿元食品饮料大市场

中国副食流通协会会长何继红表示，“全食展金销商大奖，表彰的是经销商，代表着中国食品行业大市场份额。除了为食品行业树立先进的外，更激励着广大经销商向上生长，将更多优质食品通过各类销售渠道送到广大消费者的手里。”

王海宁指出，这也正是全球高端食品展多年来的保留项目，旨在增强与经销商买家之间的互动和黏性，进一步提升全食展的度。

王海宁表示：“决定一个展会化程度很重要的一方面是观众的数量与质量。”鉴于合并春秋两展的决定

，本次全食展组委会不仅会通过电话、微信、短信、邮件等传统方式邀请，更是安排团队进行一对一的上门邀请，以表达全食展大的诚意。同时，2022全食展还将以线上直播等方式进行展前的预热和宣传工作

同时，本届全食展还将按照目前渠道的划分，重点邀请经营大流通、商超卖场、便利店、电商、社团、餐饮、生鲜、特渠等生意的经销商，将这些细分渠道领域的经销商大咖、采购邀请到现场，和展商实现对接。让展商与买家、经销商之间实现更加高效、便捷的成单体验！

相逢会有时！一场史上规模更大、产品更全、观众更多的2022深圳全食展，必将更好的促进中国食品饮料行业的繁荣。

老干妈独特的口味具有中国特色，因此成为海外华人情感连接，而啤酒是世界流行的饮品，加上青岛啤酒的，其实和可口可乐一样拥有出圈的实力。

如今越来越多的中国食品品牌开始走出国门，进军海外市场。

比如作为中国乳品双巨头，蒙牛、伊利也开始了海外扩张之路，2018年11月伊利宣布收购泰国大的冰淇淋公司96.46%股权并向东南亚市场进军。

与此同时，蒙牛宣布印尼 YoyiC 工厂正式开业，这是继新西兰雅士利工厂后建成的第二家海外工厂，同时蒙牛表示东南亚只是步，蒙牛将分步骤向非洲、拉丁美洲和欧美市场拓张。

在此之前洽洽、良品铺子、三只松鼠等也开始着手国际化布局。

2021年10月元气森林凭借0糖0卡0脂登上亚马逊气泡水榜Top10，为行业且唯一进入该榜单的中国品牌。

相信在未来，会有更多的食品饮料品牌走出国门，被世界认识。