

# 2023北京国际食品饮料及糖酒食品展览会开启美食之旅

产品名称	2023北京国际食品饮料及糖酒食品展览会开启美食之旅
公司名称	北京柏威展览有限公司
价格	13800.00/个
规格参数	3*3标展:13800元 3*3豪华展:16800元 6*6空地:1300/平米
公司地址	北京市通州区潞苑南大街1093号226室
联系电话	010-85377300 18610288013

## 产品详情

有一种食物，一说起它，不少人会自然而然地想到老鼠，这就是奶酪。

这种奇怪的联想，大概源于经典动画片《猫和老鼠》，足见其影响的持久和深远。

电视上，老鼠杰瑞（Jerry）\*喜欢的食物就是奶酪，那是一种三角形且带着气孔的奶酪，这个形象\*终成为真实世界里奶酪的经典符号。

事实上，包括老鼠在内的动物们并不怎么喜欢奶酪，奶酪是人类\*喜欢的乳制品之一。此外，奶酪也不只限于硬质的三角形，圆的、方的不一而足。

随着法国品牌百吉福将奶酪棒这种更亲民的乳制品，以零食的形式带入中国，奶酪才逐渐进入一线城市消费者的视线。而直到近几年，奶酪才真正算得上是流行了起来。

前不久，博士战略咨询发布的《从百亿到千亿，奶酪搅动中国乳制品市场——2022中国奶酪市场报告》预测，中国奶酪市场规模将在2035年突破1000亿元。

小小的奶酪为什么有如此大的市场想象力？在新国标的影响下，中国奶酪市场又会有怎样的分化趋势？

时间：2023年5月23日-25日 地点：北京中国国际展览中心

承办单位：北京柏威展览有限公司

## 【市场前景】

疫情是一场健康教育，疫情发生后，消费者对食品营养和新鲜程度要求更高，不仅追求时尚和口感的独特，对于产品的质量也开始趋向于健康化、营养化、品牌化、生活化的发展方向不动摇，这也符合近年来食品消费趋势。消费升级步伐加快，新兴零售渠道快速兴起，休闲食品行业发展步入快车道，呈现“快、广、多、变”的特点，以\*\*的优势在快速消费品市场中“C位”出道，成为未来快速消费品市场中\*具前景、\*有活力的行业。

在消费升级大背景下，我国食品市场规模持续增长。数据显示，2020年国内休闲食品零售额为7749亿元，预计2025年零售额将达到11014亿元，未来5年行业年复合增长率有望达到7.3%。我国休闲食品行业具有较大的增长空间。人们对休闲食品的需求，已经逐渐转变为安全和健康，这也成为企业的主要发展方向。休闲食品在满足人们基本休闲、娱乐需求的同时，已日益成为日常饮食中的“第四餐”。

## 【展会介绍】

由北京柏威展览有限公司举办的2023年AIFE亚洲(北京)食品饮料博览会将于2023年5月23-25日在北京·中国国际展览中心举办，展会以畅通国内大循环、促进国内国际双循环、满足人民对美好生活向往为使命，以前瞻性、科技性等创新特色，为食品饮料业内人士提供\*\*体验，打造出食品全产业链年度盛会，共享中国大市场机遇。

AIFE食品展深耕食品行业十余年，多年来锐意改革，不断创新，已成为亚洲领先，具有全球影响力的食品与饮料行业全品类、高质量、新产品发布与交易的\*\*平台，更是国内外缔造企业品牌形象，捕捉行业前沿动向，构建深度人脉的年度盛会。AIFE食品展坚持以“融合、创新、赋能、共赢”的理念，每年汇

聚来自全球20+国家及海外地区1500+家优质品牌企业，吸引超过8万名来自国内外的连锁餐饮、餐厅、进口商、代理商、渠道商、酒店、大型商超、便利店、电商、外卖平台等重点渠道买家。

## 【展品范围】

### 进口食品展区

- 1、休闲食品：甜食、糖果、巧克力、饼干、蜜饯、膨化、谷物、果脯类、燕窝、营养食品系列；
- 2、休闲饮品：咖啡、茶饮品、果味饮料、饮用水、氩水、燕窝、纯果蔬汁、速溶饮品系列；
- 3、酒类产品：气泡酒、白兰地、果酒、啤酒、威士忌、香槟酒、鸡尾酒、各种葡萄酒系列；

### 国内食品展区

- 1.乳制品、奶酪奶制品及冰激凌系列；
- 2.糕点、饼干、面包及烘焙食品系列；
- 3.干果、坚果、糖果食品及旅游食品系列；
- 4.网红食品电商主题系列产品；
- 5.食用油、橄榄油、调味品及食品配料；
- 6.天然农产品、有机绿色食品、谷物食品；
- 7.婴幼儿食品、滋补营养品及保健食品；
- 8.速冻、冷冻、罐藏及肉制品系列；
- 9.水产品、调理食品、海洋加工制品系列；
- 10.食品包装设计及其供应链配送服务；
- 11.食品容器、包装设备及食品机械系列；
- 12.新零售、互联跨境电商平台等；
- 11.名优特食品、地标性食品、品牌食品、\*\*\*食品、家庭农场；

## 【同期活动】

峰会论坛

新零售峰会

休闲食品新零售论坛

高端乳制品高峰论坛

食品投融资峰会

酒店与零售业论坛

食品安全高峰论坛

食品包装设计与新消费高峰论坛

食品冷链物流供应论坛论坛

同期活动

品茶鉴水大赛

开心烘焙园

橄榄油大赛

\*\*\*\*创新大赛

地标产品评选大赛

进口食品商务配对会

综合食品采购配对会

中国好素食发展大会暨名优产品展示

说到烘焙，或许大家\*明显的感受便是今年这个赛道变安静了。

从投融资信息可以看出，墨茉点心局、虎头局、鲍师傅、爸爸糖、幸福西饼等连锁烘焙品牌\*近的融资都停留在了去年。投资人对烘焙赛道的态度也从去年的“疯狂”转变为如今的谨慎与观望。

正因如此，今年8月份关于连锁烘焙社区店可斯贝莉获得千万级B轮融资的消息一出，立刻吸引了大众的目光，一时间关于该品牌的讨论不绝于耳。

“让我比较吃惊的是这个牌子很快就起来了，一夜间开出了多家门店。”这是可斯贝莉给厦门探店博主

四喜留下的印象；上海的消费者汤汤对于这个品牌却比较陌生：“从没见过这个品牌，他家的面包好吃吗？”

可斯贝莉创立于2019年，据媒体报道，是福建本土快餐品牌华莱士创始人华怀庆的二次创业项目。据企查查显示，可斯贝莉的董事长华怀庆，正是华莱士董事长华怀余的亲弟弟。

饮食习惯、不同地域的口味差异，以及激烈的行业内部竞争，甚至是来自茶饮、咖啡等赛道的跨界蚕食，都是造成烘焙行业当下格局的重要因素。虽然这些是每一个入局烘焙赛道的品牌所面临的共同难题，但对于雄心勃勃定下扩张计划的可斯贝莉而言，则显得格外突出。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为：“如果餐饮企业没有把食品安全问题作为KPI考核的\*\*要素，那么安全隐患必然很大。”

同样的股权结构、商业模式之下，可斯贝莉如果无法摆正成本与食品安全的关系，无法正视消费者眼中的性价比究竟是什么，或许很快就会陷入危机重重的局面。

烘焙下沉，道阻且长。可斯贝莉能否成为下沉市场烘焙连锁品牌No.1，还需等待市场检验……

与此同时，虽然下沉市场具有庞大的人口基数、日益增强的购买力、旺盛的消费需求等有利因素，但实际经营中，远没有想象中那么美好。

深圳连锁烘焙店创业者木木向新零售商业评论讲述了在下沉市场开烘焙店所遇到的诸多难题。

“无论在下沉市场还是一线城市，开一家烘焙店基本需要十几到三四十万元。比如深圳，虽然人工、水电成本较高，但门店租金基本是押一付一或是押二付一，而在低线城市普遍要求半年一付或是一年一付，这样算下来，前期投入的租金成本就差不多了，而三四线城市通常还需支付高额的转让费。”\*后一合计，在深圳与在三四线城市开烘焙店，前期投入的成本差不多。