

2023年11月份上海国际环球食品展览会（11月8日举办）

产品名称	2023年11月份上海国际环球食品展览会（11月8日举办）
公司名称	上海朗盛展览服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市金山区张堰镇松金公路2072号9106室
联系电话	18616866514 18616866514

产品详情

2023FHC上海环球食品展将于2023年11月08-10日在上海新国际博览中心举办，展会全方面覆盖食品、餐饮及相关产业，拥有丰富的主题内容及前沿行业资讯，展会面积超过20万平，吸引来自50多个国家及地区的专业观众超过15万人。

展会咖啡茶饮板块目前已确认多家头部咖啡茶饮供应链企业，包括熊猫乳品集团股份有限公司、维益食品(苏州)有限公司、青岛可颂食品有限公司、广州茶里集团有限公司、宜佳国际贸易（上海）有限公司、上海益力多乳品有限公司等，他们都为现制茶饮及咖啡提供乳品、茶底等产品及原料，聚焦行业，共话未来市场趋势及发展，“求创”、“求新”、“求变”将成为年度关键词。

此外，更有国际咖啡赛事中国区选拔赛及上海国际潮流饮品创意制作大赛将于2023FHC现场举办，更多相关比赛及论坛讯息可持续关注FHC上海环球食品展，相约金秋，我们不见不散~

随着咖啡茶饮的规模不断扩大

各大咖啡茶饮门店不仅在

“卷”品质、“卷”创新，

还在“卷”价格、“卷”**。

PART-01

咖啡茶饮规模扩张，“更卷”的时代已来临

根据艾媒咨询报告显示，预计今年我国咖啡市场将达6178亿元。随着公众饮食观念的改变，中国咖啡市场正在进入一个高速发展的阶段，新品牌崛起的速度更快，预计咖啡行业将保持27.2%的增长率上升，2025年中国市场规模将达10000亿元。

而我国茶饮市场规模已突破3000亿大关，随着新式茶饮消费场景更加多元化，品类不断创新拓宽，消费者对新式茶饮的热情持续上升，预计2025年中国新式茶饮市场规模达到3749.3亿元。

PART-02

“新中式茶饮”“咖啡茶饮化”或成为**密码

除了咖啡茶饮“大店”的规模迅速扩张外，“新中式茶饮”和“咖啡茶饮化”已经逐渐成为大众的消费习惯和品牌创新的趋势之一。

以茶颜悦色、霸王茶姬、霓裳茶舞为代表的新中式茶饮爆火，随之一些新生品牌也在打造新中式茶饮的过程中被消费者认可而后来居上。

例如成立于2020年，主打以茉莉花茶为茶底的花香茶饮——茉莉奶白，预计今年底将开出400+门店。茶理宜世也在今年3月在上海开出首店，马伍旺饮料厂的进场也引起来一波沪上排队潮。

新式茶饮消费者粘性较高、购买较为频繁，每周购买的占比达89.0%；多数消费者花费区间在11-20元，占比达39.9%。

PART-03

咖啡茶饮更加拥抱年轻人，增强其社交属性

除此之外，咖啡茶饮也逐渐走向年轻化，更多新奇好玩的元素被融进咖啡茶饮之中，例如买咖啡送周边礼品，亦或是买奶茶送美妆产品、特殊造型设计的茶饮杯等玩法，更加贴近年轻群体的消费习惯，也逐渐吸引更多前来打卡的年轻消费者。

在玩法增多的同时，其门店设计也分为两派，一派是“即拿即走”，主打快捷、便利，而另一派是专注打造“第三空间”，留住用户，用特色桌椅给予他们以活动、社交的场地。

PART-04

未来咖啡茶饮新趋势

1) 产品更新迭代速度加快

从未来发展趋势角度来看，首先*为明显的就是，咖啡茶饮的新品上新速度也在不断“内卷”中越来越快，从过去的每月一次，到现在几乎每周都会有各类品牌上新，不断更新的菜单和新奇的食材加入，也让手中的这杯饮品留住更多的消费者，不断复购。

2) 多渠道营销迅速发展

茶饮目前的营销渠道也随着新媒体和短视频时代的更新逐步拓展，从线下门店的传统营销宣传，也开始满满转变线上直播、短视频营销，以及团购、本地生活等套餐售卖，从线下引流到线上，又从线上推广到线下，已形成一个闭环发展。星巴克、蜜雪冰城、茉酸奶等线上直播电子券销售都了不错的成绩。

3) 数字化系统全方位运用

未来咖啡茶饮也逐渐迈向全方位的数字化和自动化系统的应用，除了门店管理、人力资源管理以外，产品制作的SOP流程也开始迈向自动化和数字控制，更加精准制作，同时也可以大大**出杯效率。

PART-05

咖啡茶饮聚焦展会，品牌方、供应链端齐聚