

2024中国冰淇淋及冷冻冷藏食品展|低温乳品饮料展

产品名称	2024中国冰淇淋及冷冻冷藏食品展 低温乳品饮料展
公司名称	盛励
价格	.00/件
规格参数	展会时间:2024年3月1-3日 展览地点:深圳国际会展中心(宝安)
公司地址	上海
联系电话	18321375052 18321375052

产品详情

2024春季全球高端食品展览会邀请函

展会基本信息

时间：2024年3月1日-3日

地点：深圳国际会展中心(宝安)

展馆：12、13、14、15、16号馆

预计展会规模：15万平方米，约2200家展商

预计观众：180000人次

参展联络：余经理(手机号看联系栏)

展会介绍

2024春季全球高端食品展览会、中国糖果零食展、中国冰淇淋冷食展暨中国预制菜与餐饮食材展(全食展)，将于2024年3月1-3日，深圳国际会展中心(宝安)举行。本届全食展，由中国副食流通协会支持，北京龙品锡展览有限公司主办，深圳龙品锡展览有限公司承办。规划展出面积15万平米，预计参展企业2200余家，观众18万人次。

同期活动

“ 2024中国高端食品饮料营销论坛（春季） ”

“ 2024中国冰淇淋与冷冻食品营销论坛（春季） ”

“ 2024全食展 ‘ 金销商大奖 ’ 颁奖礼（春季） ”

“ 2024全食展高端食品新品发布会（春季） ”

“ 2024中国冰淇淋、冷冻食品与预制菜年度新品发布会（春季） ”

“ 2024国际食品商务配对会（春季） ”

“ 2024粤港澳餐饮渠道对接会 ”

“ 2024中国预制菜营销大会（春季） ”

“ 2024深圳食品包装与品牌设计峰会 ”

“ 2024中国饮品经销商大会（深圳） ”

榜单发布

“ 2024中国糖果零食金销商100强 ” 入围名单

“ 2024中国冰淇淋冷食金销商100强 ” 入围名单

“ 2024中国高端糕饼金销商100强 ” 入围名单

“ 2024中国零食连锁店100强 ” 入围名单

“ 2024中国卡通玩具食品金销商50强 ” 入围名单

“ 2024中国高端饮品金销商50强 ” 入围名单

“ 2024中国糖果喜铺金销商25强 ” 入围名单

“ 2024中国糖果零食电商金销商25强 ” 入围名单

“ 2024中国果冻布丁金销商25强 ” 榜单

展区规划

进口食品、潮流食品专区；冰淇淋、冷冻食品专区；预制菜与餐饮食材专区；食品饮料、休闲食品专区；食品机械与包装专区（Profood）等。

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；直播、社区团购等新零售渠道采购商；团餐、餐饮渠道采购商；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、媒体等。

展位费用

1.光地普通区：1280元/m²；

光地优越区：1480元/m²

（光地少36平米起订）

2.标准展位普通区：12800元/9m²；

标准展位优越区：14800元/9m²；

标准展位普通区：16800元/12m²；

标准展位优越区：19800元/12m²

（标准展位两面开口展位费增加10%，三面开口展位费增加20%）。

数据显示，京东超市冰淇淋销售连年攀升，成为消费者购买冰淇淋主要渠道。京东超市低糖冰淇淋去年销售增长超300%，成为新趋势，其中，OATLY麦轻雪燕麦植物基冰淇淋销售增长超340倍。

此外，报告也发现，新品占销售三成比例，线上消费买新品特征明显。主流甜味不再是冰淇淋唯一口味，花式甜味、咸味、酒味等口味涌现。

该报告依据京东超市销售数据及用户调研数据得出，通过观察京东超市数亿用户消费习惯，分析冰淇淋行业趋势，也力图给行业发挥风向标价值。

报告显示，我国冰淇淋消费市场保持增长态势，平均增长速度达9.5%，市场规模预计从2021年的1600亿元增长至2026年的2460亿元，我国冰淇淋消费市场规模广阔。

从销售渠道来看，居家消费场景带动冰淇淋线上份额大幅增长。报告指出，2022年，我国冰淇淋线上销售渠道份额由2021年的5%增长至10%，实现翻番。2022年京东冰淇淋上新速度是2021年的2倍，且新品销售增速远超大盘，带动行业增长。

从品牌角度来看，近一年京东超市冰淇淋品类前三强品牌市场份额大幅提高，呈现品牌集中化趋势，光明、东北大板、和路雪等线上销售的“后起之秀”潜力足。

同时，品牌更注重推出新品，品牌逐渐年轻化。报告指出，伊利须尽欢故宫联名、中街1946全家福小白杯等产品的上新，也为冰淇淋品牌的快速发展提供了新思路。

报告显示，冰淇淋口味、外形和体验升级成为该品类推新的三大要素。整体来看，冰淇淋产品更侧重成分及口感方面的持续升级，呈现成分健康化、口味多样化趋势。