

2024山东餐饮食材、调味品展览会/青岛餐饮食材展

产品名称	2024山东餐饮食材、调味品展览会/青岛餐饮食材展
公司名称	盛励
价格	.00/件
规格参数	展会时间:2024年5月29-31日 展览地点:青岛·红岛国际会议展览中心
公司地址	上海
联系电话	18321375052 18321375052

产品详情

2024第9届中国(青岛)国际食材暨预制菜展览会

火锅烧烤食材|禽类肉类水产|冷冻冷藏食品|预制菜|餐饮加盟|调味品|食品添加剂及配料

展会时间: 2024年5月29-31日

展会地点: 青岛·红岛国际会议展览中心

展会预计规模

展出面积: 120000平方米

观众: 10万+

参展商: 3000+

展会概况

近年来,预制菜产业快速发展,已成为延长食品产业链条、提高产品加工增值、促进行业增收、满足消费者多元化消费需求的新兴产业。相关数据显示,2021年中国预制菜行业规模为3459亿元,预计未来中国预制菜市场保持在20%左右的高速增长,2023年底预制菜市场规模将达5165亿元,未来5年我国预制菜行业有望实现上万亿元以上规模,成为下一个万亿餐饮市场。中国预制菜产业发展前景广阔,未来可期。山东省是农业大省,也是农产品加工大省,具有发展预制菜的基础和条件,预制菜产业发展起步较早,原料供应有保障,农产品加工企业多,配送能力强大,预制菜企业数量多,达到4964家,排在位。为

搭建中国预制菜产业链互通交流平台，进一步推动中国预制菜产业的高质量发展。2024第九届中国（青岛）国际食材暨预制菜展览会定于2024年5月29日-31日在青岛·红岛国际会议展览中心举办。展会将依托强大的产业优势和市场需求，通过产品展示、技术交流和贸易洽谈等活动形式的结合在青岛打造预制菜行业交易盛会。展会的目的主要是帮助更多预制菜供应企业打通餐饮品牌、食材基地到院校、研发机构乃至相关设备、生产企业间交流壁垒，重点打造具有未来巨大潜力的重点预制菜产业集群。展会规划12大展厅，展出面积120000平方米，四大主题板块：火锅烧烤食材板块、预制菜板块、调味品及食品添加剂配料板块，相关加工和包装配套板块，涉及行业产业链前沿的新产品、新技术、新资讯。

上届回顾

2023第八届中国（青岛）国际食材展览会6月2日-4日青岛·红岛国际会议展览中心圆满闭幕，本届展会采取线上、线下同步展示的新会展模式，展会三天共接待了来自20多个省份及地区的采购商103,658人次莅临参观，90%以上客户表示非常满意，来年要继续参加，49%的客户现场就敲定了2024年的展位。

参展范围

预制菜展区：预制菜、调理食品、半成品食材、料理包；

火锅食材展区：火锅底料、蘸料、汤料、调味料；火锅冷冻调理食品、火锅配料、火锅涮品及特色新食材等；

肉类展区：冷冻/冰鲜肉、肉卷、肉丸、火腿、香肠、调理食品及即食产品等；

水产海鲜展区：海鲜冻品、干品、活品、水产调理食品及深加工制品等；

禽类展区：冷冻/速冻家禽、分割禽、禽肉调理食品、禽肉深加工食品、蛋品等；

蔬菜菌菜展区：冷冻/速冻蔬菜、调理菜、酱菜、泡菜、蔬菜制品及各种食用菌菜等；

速冻面点展区：汤圆、水饺、春卷、麻球、饼类、糕点、冰淇淋等；

配餐调料展区：食用油、酱油、醋、腐乳鸡精、鸡粉、鸡汁、味精、料酒、香辛料、酱腌菜、酱、复合调味料（汁）、鱼露、食糖、食盐等；

特色食材展区：豆制品、米面制品、杂粮制品、配餐、快餐、中餐及酒店半成品食材，农特食材等；

相关设备展区：加工机械、冷冻冷藏设备、食品冷链物流运输、中央厨房、餐饮配送、各类餐厨用具等

覆盖买家行业

- 餐饮供应领域有实力、有营销网络终端的经销商、贸易商；速冻食品供应配送商；团购机构。
- 食材类、餐饮类大型市场（水产海鲜、调味料及干货、速冻冷冻食品/调理食品等），大型食品冷藏物流基地、农贸批发及农副产品交易中心等。
- 火锅连锁、火锅店、火锅供应链配送商，火锅品牌运营及管理机构。
- 大型酒店、酒楼、连锁餐企、烧烤、自助餐、西餐厅、旅游景点、渡假村、各大美食集中区域中小餐

企、大型餐企一对一邀请。

- 中央厨房、团体配餐企业、餐饮服务企业等。
- 大型超市、商场、学校食堂、家庭厨房等，行业内人士及相关机构、协会、部门。
- 行业内媒体、微商、电商平台。

中国调味品行业的发展趋势在过去的几十年中发生了巨大的变化，从过去的小型本地工厂，到如今的拥有大量大型国内生产商的行业格局。随着普及和产品拓展，2023年中国调味品行业正面临着更加活跃的发展态势。下面就2023年中国调味品行业未来发展趋势进行分析，从消费观念和品牌形象、新型营销方式、新的技术和流行趋势等方面总结出未来可能出现的趋势和发展方向。

一、消费观念和品牌形象消费者在购买调味品时，他们期望从调味品中获得更多满意。如今，消费者倾向于对调味品中营养成分进行追求和比较，他们需要健康又不失口感的调味品产品。因此，2023年中国调味品行业将出现更大规模的宣传，以提高品牌认知度和消费者的健康意识，此外，一些大型品牌将针对客户的营养需求推出促销活动和增值产品，以拓展消费空间。

二、新型营销形式在2023年，中国调味品行业将出现新的营销形式，主要体现在更加个性化、化、多样化的点对点营销上。传统的单一形式营销不能满足消费者的需求，而化、多样化的营销模式将能够更好地满足消费者的营养要求，以及根据不同消费场所对调味品的需求开发新型调味品产品。此外，目前中国调味品行业成熟的线上和线下营销模式也将在2023年得到进一步发展，通过社交媒体、大数据分析等技术，吸引更多消费者为营销活动提供支持。

三、新的技术和流行趋势2023年，中国调味品行业将迎来大量前所未有的新技术和新解决方案。智能工厂、无人技术和机器人技术等将以全新的姿态进入调味品行业，以化和智能化模式无缝接入行业生产流程，在提高性的同时，降低成本和提升效率。此外，调味品的开发和制作将受到抗性素的影响，这将促进自然营养食品的发展，例如有机调味品，保留食物本身的营养价值和原汁原味的自然果蔬调味品。