

2023中国调味品调味料展 中国调味品协会主办

产品名称	2023中国调味品调味料展 中国调味品协会主办
公司名称	展会找振贸展览会
价格	.00/件
规格参数	品牌:2023中国调味品展 时间:2024年11月9-11日 地点:广州琶洲展馆
公司地址	上海市龙阳路2345弄
联系电话	15821887057 15821887057

产品详情

2023第十九届中国（国际）调味品及食品配料博览会

同期举办：广州国际预制食品产业及调味品创新博览会

展会时间：2023年11月9-11日

展会地址：广州琶洲会展中心

主办单位：中国调味品协会

承办单位：北京中味国际管理有限公司

中国（国际）调味品及食品配料博览会（简称CFE）始办于2005年，每年举办一届，是由中国调味品协会主办的业内高度认可的大型**调味品专业展。为商务部内贸领域引导支持展会、商务部批准的调味品专业展会。

中国调味品协会作为主办方，本着“促进产业资源整合，提升企业品牌形象”的办展宗旨，承担起为行业打造****展会的重任，倾力为企业提供一个宣传品牌、展示新品、投资洽谈、相互交流的平台，同时为调味品生产企业与批发商、零售商建立联系和进行贸易洽谈提供机会。

中国调味品展优势

品牌与**优势——中国调味品协会**主办

中国（国际）调味品及食品配料博览会是商务部内贸领域引导支持展会、商务部批准的调味品专业展会。由中国调味品协会主办，保证博览会的**性与专业性。

厂商资源与规模优势——自建200w+数据库，辐射全国六大区域市场

CFE至今已成功举办15届，沉淀全国六大区域市场行业数据，自建200w+数据库。并在北上广三地轮流举办，辐射京津冀、珠三角、长三角三大经济圈，联动全国龙头企业与中小企业，实现“味”动全国。

国际化、年轻化活力展会——10+国家及地区专业买手到会交流

组委会致力于打造一个国际化、年轻化、开放式的专业调味品展，不断引用新潮的宣传方式和渠道，吸引了10+国家及地区的专业买手到会交流。

渠道开拓、延伸、聚合优势——组织各领域核心采购负责人到会

展会与全国**经销商、电商、餐饮公司、批发市场、商超强强合作，组委会组织核心采购负责人到场对接交流，并开展一对一、一对多定向采购对接活动，助力企业完善渠道拓展、增强品牌势能。

历史悠久，影响力强——18年成功历史，引爆行业高度关注

参加CFE的行业**企业创造的产值之和，占行业总体产值的近60%。引爆行业及媒体的高度关注。

展品覆盖全产业链——上游生产包装、下游成品龙头企业悉数参展

CFE作为年度盛宴，其展品覆盖上游生产加工包装运输及下游成品，调味品品牌、制造机械、配料等上下游**品牌企业悉数参展。

中国调味品展参展范围：

一、调味品制造、经销企业

食用盐、食糖、酱油、食醋、味精、芝麻油、酱类、豆豉、腐乳、鱼露、蚝油、虾油、橄榄油、调味料酒、香辛料和香辛料调味品、复合调味料、火锅调料；

二、进口调味品制造、经销企业

日餐系列、泰餐系列、西餐罐头、薯制品类、西餐肉类、奶酪系列、黄油系列、奶油系列、早餐系列、西餐酱汁、橄榄油、西餐渍菜、花生酱、番茄酱、色拉酱、蛋黄酱等；

三、西点酱料

西点烘焙中常用的酱料；卡仕达酱、贝夏梅尔调味酱、白汁酱、伊斯帕诺酱、荷兰酱、番茄酱、柠檬酱、糕点奶油、巧克力酱、巧克力慕斯等

四、食品添加剂及食品配料制造、经销企业

1.食品添加剂：酸味剂、抗结剂、消泡剂、抗氧化剂、漂白剂、膨松剂、被膜剂、着色剂、护色剂、复合食品添加剂、乳化剂、酶制剂、食用香精香料、增味剂、面粉处理剂、水分保持剂、营养强化剂、防腐剂、稳定和凝固剂、甜味剂、稠剂、胶姆糖基础剂等；

2.食品配料：淀粉、变性淀粉、淀粉糖、糖醇、食用油脂及油脂替代品、专用面粉、酵母制品、低聚糖、植物蛋白、膳食纤维、果蔬及肉类冻干食品、各种馅料动植物提取物、饮料浓缩液、腌制剂；大豆制品、坚果、速溶茶、功能性食品配料、可可制品等；

五、包装、机械设备企业

1.调味品制造专用机械设备；

2.通用包装机械设备；

3.辅助机械设备及配件企业

六、包装材料、包装容器企业

七、调味品相关机构

各类与调味品相关的专业报纸、期刊、网站营销策划、企业咨询投资机构等

中国调味品展会亮点

多展联动：2023年除广州主展以外，还在成都、长沙、郑州、上海、深圳举办以“味动中国”为主题的区域性展会

渠道融合：在线下展会开展之前，将举办线上交流展示对接活动，从而使线下展会的对接更加高效，线下重要成果及时反馈到线上，实现全流程的闭环管理。

领域延伸：展会多方面都充分考虑调味品行业的特点，同时结合餐调融合的发展趋势，积极延伸到食材、餐饮供应链等相关领域。

服务扩展：随着调味品行业的快速发展，行业对专业服务需求也与日俱增。因此展会在继续完善企业和产品展示的基础上，积极拓展展会向服务领域拓展。

渠道上，渠道优势可以分为B端和C端。大型的传统调味品品牌深耕C端已经多年，中式调味品的非定制化产品能更好的解决C端的客户需求。另一种是B端渠道优势，锁定大型的食品加工厂、连锁餐饮企业能牢牢抓住大客户，通过大客户锁定以及推荐发挥B端渠道优势。