

# 2024上海进口椰子水与椰子卷展【2024中国（上海）国际椰子水与椰子卷展览会】

产品名称	2024上海进口椰子水与椰子卷展【2024中国（上海）国际椰子水与椰子卷展览会】
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区虹桥路355号城开国际大厦7-8楼
联系电话	13524187672 13651828941

## 产品详情

FHC2024第27届上海环球食品展自2023年12月开始接受展位预定以来，老客户积极续订位置，新客户争先恐后选位置、拿展位，本届展会的展位销售工作持续火爆。

期待新老客户届时齐聚展会现场，共同品味来自全球的美味餐饮食品。

更期待您积极抢订位置，目前各馆位置均是紧俏，请您速定位置。

## 参展范围

为开拓学生视野，提升学生行业认知，丰富广告学生的社会实践经验，11月9日上午，上外贤达艺术与传媒学院广告系教师李浩然老师、辅导员史迪威老师带领广告学学生共赴上海市浦东新国际博展中心参观第26届FHC上海环球食品展。

## 展会介绍 / 01

历经二十六年的成长和发展，FHC上海环球食品展成为食品餐饮业内的贸易展览会之一。在中国食品餐饮行业巨大的市场需求下，FHC已成为各大跨国公司进驻中国市场的重要平台。本届FHC食品展共有3500+国内外参展企业，12大产品分类主题展区，全面整合食品餐饮行业的焦点与需求，从行业规模，产业形态，市场渠道，科技创新等各个角度，并针对婴幼儿、青少年、中产阶级和老年人四大食品消费主体，进行从宏观“大趋势”到微观“微观察”进行剖析预测。将展会产品进行有机划分，在原有产品板块主题上新增饮料、婴童食品、外卖产业链及包装等主题馆，以更加的内容迎接来自全球各地的观众。也为广告学生认知品牌、了解国内外食品市场的结构与营销方式、开拓国际视野和跨文化品牌传播等提供了丰富的样本。

## 学生感悟 / 02

方译：参加上海环球食品展，给我们留下了深刻的印象。展会现场举办了潮饮、糕点、烹饪、咖啡等多场市场热点品类的重磅赛事，给我们带来了多元化的产品展示，令我们收获颇多。这样的展会让我们有机会接触到不同的品牌，跟不同国家的人交流，是一个很好的锻炼机会，提高了我们的交流能力，也拓宽了我们的视野，增长了我们的见识，是一个非常有意义的展会。

### No.2

刘洋：通过FHC，我们体会到世界文化交流的必要性，上海国际食品展为食品行业提供了一个重要的平台，加强了企业之间的合作与交流。参观者可以通过这个展览了解到新的食品产业趋势、品尝各种美食和体验不同食品文化的碰撞。此外，展会还让与会者可以了解行业的新动态和发展方向。其次，氛围及细节做的非常到位，每个展位都设有垃圾桶，方便扔垃圾，让参会者的体验感受更加舒适。

### No.3

王佳：FHC上海环球食品展聚集了海内外新兴或的食品品牌，是一个快捷且直接能扩展眼界和增长经验的途径。从N1-W4长达两小时的游馆经历，可以明显了解到国内食品品牌的发展趋势较猛，且体验用户在中老年分布较多，但是国内品牌两极分化相当严重，新兴食品品牌少有度，品牌拥有一定影响力。大部分用户直奔国外展馆，主要是为了扩展海外合作，可以看见W4展馆除了少部分国内品牌外大部分都是国外酒企。

### No.4

王宇龙：就在11月9日我们参加了第二十六届FHC上海环球食品展，在一上午的参观中，我们深切地体会到了“臻选美食，品味全球”的展会主题。品味了肉类食品、休闲类食品、乳制品等食品，还品味了世界不同地域的酒，使我们对于食物、酒的了解向上升了一大步。

No.5

闵炜琪：参观上海环球食品展，我深深感悟到食品安全的重要性。展会中，不仅有琳琅满目的美食，更有来自世界各地的食品生产商和供应商。在品尝美食的同时，我意识到每个食品背后都有无数人的辛勤付出和严格把关。

这次参展，让我更加认识到食品安全对于我们的生活至关重要。食品生产商们在追求美味的同时，不忘安全，让我看到了他们的责任心和敬业精神。而供应商们在保证食品安全的前提下，不断推陈出新，让我看到了他们的创新能力和服务意识。

总之，上海环球食品展让我更加珍惜食品安全，更加理解和尊重那些默默无闻为我们的食品安全付出的人们。这次参展让我明白了，食品安全不仅关乎我们的健康，也是对生命的尊重。

No.6

李梦欣：11月9日，我们有幸参观了FHC上海环球食品展，形形色色的品牌与供应商映入眼帘。这次的参观让我们对于整个市场的行情，有关于营销推广方面，有了更具体更生动的了解。通过和不同领域的领导的沟通，让我们对宣传和营销有了更具体的想法，同时也为我们对日后广告学的学习和就业有大致方向奠定了基础。

No.7

周涵颖：这次展会开展的如火如荼，让我感觉到了文化的多样性。通过试吃全国各地舌尖上的美食，更是让我对世界文化产生极大的兴趣。通过了解不同品牌的营销方案和策略，也让我深受启发，为我的广告奠定了坚实的基础。

No.8

董诗琴：昨日去参观上海国际进口食品博览会。展会分为肉类生鲜、休闲食品、咖啡茶饮厅等部分，一应俱全、种类繁多，其中大多产品是国外品牌。在展厅中，商家代表在各自的展示区设置了品尝处，方便游客品尝或提出建议，他们态度良好，耐心解答我们的一些问题。此次认知实习活动，使我们更加了解广告，增加实践经验。

No.9

琚咏琪：这是大学以来次认知实习，感觉还不错，在了解品牌的同时也吃到了很多美食，更真实的感受到这个行业的情况，很有趣的一次认知体验。对我们以后的社会工作积累一些经验，也为之后的学习指明了奋斗的方向，引导我们初步接触未知的新世界。在这个全球食品展上我们小组在众多品牌中选择了和福食品。和福食品作为一家在2020年年底成立的年轻企业，在几年时间内飞速成长，产品在国内拥有多种销售渠道，远销海外，与众多品牌例如吉野家、牛NEW、7-11等达成合作，还与哈根达斯冰激凌联名。它虽然发展到现在只有短短三年时间，但由于它始终坚持做自己的品牌，迄今为止它已然是行业的新一代者！

0

兰雨群：这次借助一次很好的机会进入展会，作为一名广告的学生，这是一次不可多得的近距离接触品牌商机会。展会内的品牌商有很多，通过与品牌方的工作人员的沟通交流，了解到了该品牌的发展历史及前景，该品牌是否为促进品牌的度而采取措施，有没有考虑聘请广告学的学生进入公司来工作，利用广告知识来加强广告宣传。

1

苟巍：2023年11月09日星期四，在辅导员和任课老师的带领下，广告学全体同学去到了第26届上海环球食品展进行参观并从中汲取相关的经验。我们找到了一家叫“南王科技”的外包装供应商，我们同品牌方的市场部经理进行交流，初步了解到品牌的运营策略和产品结构，并对我们广告基础学习提供了有益借鉴。

2

高潞潞：本次参观上海环球食品展收获颇多，让我以不同的视角了解到食品行业趋势和新发展，互联网时代下无论是传统品牌还是新锐品牌都开启营销新玩法。其中我选择了一家美国品牌矿泉水-斐泉，和工作人员进行了深入的交流，品牌定位高端，每一滴都源于斐济岛的天然馈赠，目前在中国大陆的传播手段主要以数字传播为主，线上线下双驱动，后期通过登陆外网发现斐泉在国外更加受欢迎，很多国外明星饮用也给该品牌带来大量热度，但国内自媒体运营的账号数据和度并不乐观，所以国内推广的经销商和品牌方借助这次展会的平台可以让斐泉接触更多合作用户，结识潜在用户，树立良好的企业形象。通过游览其他展台也对食品市场有了更多的了解，总之参加这次展会对我来说是一次非常有意义的经历，让我认识到亲身感受比单一接收知识与概念的印象更加深刻立体。

3

吴漫诗（右）：互联网时代的发展改变了很多消费者的消费理念，进而影响了很多食品的销售渠道。和这位华都鲜鸡汤老板的交流让我意识到线上销售+新媒体网络传播已经成为了食品营销的主要手段。其在互联网上的销售渠道主要为天猫，淘宝，京东，市场也竞争也从线下大部分转为线上。但是并没有完全摒弃传统的线下销售。

孙琳琳（左）：通过跟这位摊主的沟通，我们了解到他们销售的主要渠道和方式，线上与线下的双线并行。摊主热情的讲解使我们感动不已，不仅如此，我们了解到他们的营销手段，这使我们大受启发，他们吃苦耐劳，自我鼓励和利他精神将使我们受益终生。

4

林婷婷：在与其他工作人员的交谈中，虽然有些术语难以理解，但让我了解到了经济全球化的挑战与机遇。我深刻体会到了产品推广的重要性和复杂性。通过学习，我意识到使产品走出国门走向世界不仅需要扎实的知识，还需要具备广阔的视野和敏锐的洞察力。

吴奕涵：此次与我们进行交流的是青岛圣诺食品有限公司，公司成立于1998年，前身为青岛海富润食品厂，是青岛烘焙食品生产企业。

2015年，公司在原有产品基础上引进国际冷冻食品技术，聘请多位国外深造多年的烘焙及冷冻甜品技术人员，共同研发完成和风系列冷冻甜点、西式冷冻糕点，涵盖两大系列上百个品种。

在与展商的交流过程中，了解到展商有利用国内代理进行多方面多维度多经销商的销售，利用线上线下软广硬广相结合的模式，进行宣传与推广，目前与未主动推广时期相比，已获得显著成效，其认为推广是有必要的，目前正在向新媒体宣传方向进行推进与部署，想通过新媒体大数据来进行“广撒网式”宣传，能够实现低成本高效果的佳推广效果以达成收益。

5

胡佳乐：通过参加此次会展，与商家的交流沟通，让我懂得了中国的市场是如此的广大，然后让我明白了商家线上线下的各种渠道，他的销售策略是什么？主要的销售对象是什么？让我更进一步的了解各个品牌，同时又能体现出中国市场的广阔，中国消费市场的前景广阔让各国家的品牌前来入驻中国市场，重要的是让我们对广告这一有更加的认知开阔了我们的眼界。

6

李天皓:在十一月九号我们参观了第二十六届FHC上海环球食品展,让我们这些对包装感兴趣的人不出国门就能了解到的风土人情、美食及包装结构技书,为了能更好地了解各种新型的包装结构和包装技术,我们是从N区5区开始参观,N区总共五个区,看得我们眼花缭乱,不仅尝到了很多国家的独特美食,各种新型的新鲜的包装也是让我们大饱眼福,也让自己了解到自己对包装的了解只是冰山一角,这也提醒我们要更努力地去学习我们的知识。

7

张毛静:这次认知实习的地点位于FHC,在展会中我看到了来自世界各地的食品。在品尝美食的过程中我也和负责人进行了交流,更加了解了一个品牌的销售方式和产品信息也深切地感受到自己是如何应用。在参观结束的时候我和舍友也在讨论其中的一些品牌并且以自己为基础提出一些看法。此次认知实习我的收获颇多,不仅开拓了视野也更了解自己的。期待下一次认知实习。

8

黄嘉怡:认知实习是我们了解广告、接触社会的重要途径。这次认知实习我们不仅品尝到了不同地区的美食,领略到了不同国家的文化,还提高了我们的交流水平、增强了我们的知识技能。通过此次认知实习,我们不仅能将理论转化为实践,学到在课堂上学不到的知识,也为我们将来步入社会打下坚实的基础。

9

石家宝:对于这次的实践活动,感触颇深,通过和商家的交谈,让我了解到一个产品的推广,不仅仅是产品的研发投入,供应链,设计,销售等的研究,更需要用广告的方式去吸引大众,让大众去了解这个产品,从而引发大众的消费。同时在这次的实践之中,更多的扩大了我的视野,让我了解到一个产品,都会有一个强大的体系。

No.20

邹睿:此次认知实习不仅让我们感受到了食品展的魅力,更让我们得以将课堂所学知识运用到与各国商家的交流中,于实践中出真知。尤其部分商家注重将展板广告与视频广告相结合地进行展示,从现场观看人群的反馈来看,此举推广的效果颇为不错,是一个适合我们广告系学生学习的案例。

No.21

陈祺:这次认知实习在浦东的环球食品展举行,通过此次的认知实习,我不仅熟悉了本的内容,更让我了解到各个品牌的公司历程,目标,自媒体运营情况,销售方式等。这种方式,扩大了我的知识领域,增加了我的兴趣。

总结 / 03

参加这次展会对于全体同学来说,都是一次非常有意义的经历,也为同学们提供了宝贵的学习机会。期间带教老师李浩然的介绍和讲解更加深了同学对广告这个行业的了解。同时也拓宽了他们的商业视野。同学们都希望将来能够有更多亲自参加展会的机会。

