

Wine to China-2024中食展（广州）

产品名称	Wine to China-2024中食展（广州）
公司名称	中国国际会展集团-展览部
价格	.00/件
规格参数	全称:广州食品饮料展 时间:2024年9月25-27日 地点:中国进出口商品交易会展馆B区
公司地址	中国泰和经济发展区
联系电话	13764444238 13764444238

产品详情

Wine to China-2024中食展（广州）

广州（中国）国际食品饮料展览会

暨广州国际食品食材展、Wine to China酒展

展会时间 2024年9月25-27日

展会地点 广州·中国进出口商品交易会展馆

展品范围

1. 预包装休闲食品

糕点、糖果、蜜饯、饼干、核仁的糖果产品、坚果、干果、巧克力、其他巧克力和可可制品、休闲零食、其他糖果等；

2. 肉类及冷冻食品

鲜肉、冻肉、肉类产品、含肉罐头、肉类便利食品、生鲜鱼类、生鲜贝类和海鲜、冷冻鱼类和海鲜、鱼产品、海鲜产品、半保鲜海鲜和鱼产品、海鲜便利产品等；

3. 乳制品

液态奶、酸奶、奶粉、奶酪、黄油、冰淇淋、乳饮料、各种乳营养保健品、各种乳制品配料和添加剂等

4. 咖啡及茶饮

咖啡、茶、可可、非酒精饮料等；

5. 粮油及调味品

农产品、罐头食品、即食食品和汤产品、调味料、油、烘焙类产品等；

6. 葡萄酒及烈酒

啤酒和混合啤酒饮料、葡萄酒和起泡酒、烈酒、含酒精饮料等；

7. 功能性健康食品

有机熟食产品、有机冷冻产品、有机牛奶和乳制品、有机面包、有机热饮、有机饮料、孕妇和婴儿食品、孕妇和婴儿营养素、非处方药、膳食补充剂、保健食品和营养产品、功能食品等；

8. 绿色农产品

各省市名优特色食品、饮料及相关农副产品等

9月21日上午，广州保利世贸博览馆内，一场荟萃全球食饮食材的行业盛宴——中食展·广州暨广州国际食品食材展、Food2China Expo、Wine To China 酒展和广州（江南）国际果蔬产业博览会（下文简称中食展（广州））隆重开幕。

据悉，这场规模4.5万平方米的行业盛会，汇聚了来自30多个国家和地区的1000多家优质展商，预计更将吸引超5万人次的采购商和行业人士到现场采购、交流和洽谈。

展会为何南下广东？“五展合一”究竟为这次展会注入了怎样的澎湃活力？记者走访现场发现，民以食为天。几千年的探索与传承，早已让“食在广州”成为广州对外开放的世界名片，而透过展会现场的人头攒动，也足见广州消费市场和会展经济的强大“引力”。

羊城风味飘香四海，实力顶流组团亮相

广东味，香世界。作为中国食品饮料发展风向标，中食展（广州）自然聚集了广东众多头部品牌前来“坐镇”。

记者在越秀集团展位上看到，皇上皇腊味、风行乳品、五羊雪糕、趣香等耳熟能详的品牌备受现场观众热捧；而广州轻工集团携广氏、亚洲汽水、红棉、鹰金钱等远近知名的品牌亮相；以新一代中国茶引领着全球饮茶风尚的茶里集团，以创新的多形态茶产品，为展会带来一抹亮眼的清新；岭南商旅集团则携手麾下7家企业亮相本届中食展。“红牡丹”“穗粮定制”系列大米、精制面粉，“白云制面”、“五羊”牌花生油，致美斋天顶头抽、酱油新品、复合调味料新品，广州花园酒店、中国大酒店、广州东方宾馆、爱群酒店系列月饼、酥饼，羊城食品公司的“岭粮酱香”系列白酒、“黄金谷”系列红酒等品类以及广百物流南天精选鸡蛋和蛋液等食品资源、名优新品纷纷亮相，为来自全国乃至全球各地的观众上演了一场“舌尖上”的创新。

“早上我们就迎来了几拨客户，都来自不同的渠道，有些是餐饮渠道的，还有养生馆之类的，另外还有一个比较特别，我们以前对接得少，是文旅板块的，接下来我们会做更加深入的交流对接”，宝生园运营经理陈培莹告诉记者，为了刺激消费，他们正各出奇招，“过去我们以线下为主阵地，而今也积极开拓各种线上渠道，包括出来跑展拓展更多合作机会，同时还尝试更多的跨界合作，包括文旅甚至慈善服务行业等”。在她看来，市场机会永远都会留给敢闯敢试的人。

除了“自带流量”，广东企业还积极借助本地市场优势助力更多优质的外地产品“引流”。“这次我们受广州市供销社邀请，保质保量地做好供应服务，让我们好的洛川苹果带给广州人民尝一尝”，洛川供销社有关负责人雷张锋告诉记者，他们当前正积极研发有关产业链产品提高产品附加值，同时也期待通过展会等渠道寻求更多的合作伙伴来把当地的产品推向更广的市场。

“今年我们将正式打开与洛川合作的供应链，借着更多渠道把当地的苹果等优质产品源源不断地送到大湾区来”，广州市供销社农产品公司有关负责人杜平平表示，此次参展广州市供销合作社充分发挥供销社系统农产品流通的优势，展出洛川苹果、红枣等一批原汁原味的陕北高原特色农副产品，丰富广州市民的味蕾体验。据介绍，除了自身的销售渠道，市供销社还可以帮助当地优质农产品推广到更多广州销售渠道。

与此同时，广东省、福建省、山东省、四川省、陕西省、河南省、龙岩市、宁波市、韶关市、珠海市、汕头市等国内展团也不甘示弱、霸气登场。其中，山东文化热情好客，因“吃”结缘天下，以东阿阿胶、德州扒鸡等山东、非遗及三品一标品牌，为羊城人民带来了齐鲁大地厚植历史文化和地域特色的匠心匠品。而由十几家食品展商组成的福建省龙岩展团在开幕日推介会上，更是让现场观众感受到了“客家文化、红色文化、生态文化”交汇融合的独特魅力。

精品化、年轻化、国际化，从展品看“食代”升级

以不到全国1/1000的土地面积，产生全国近1/50的餐饮消费总量，广州，这座“中华美食之都”“国际美食之都”的招牌，是由每一位爱吃得吃的市民、每一家“卷”在食品赛道上的企业共同擦亮的。

对人们美食品鉴能力和消费能力的升级，骏德酒业广州公司负责人谭兆麟深有体会。他介绍，公司从1996年开始便从事进口葡萄酒商业流通及运营。