

2024年深圳第32届餐饮食材展、烹饪食材展、酒店食材展览会（深圳国际会展中心）

产品名称	2024年深圳第32届餐饮食材展、烹饪食材展、酒店食材展览会（深圳国际会展中心）
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

2024年深圳第32届餐饮食材展、烹饪食材展、酒店食材展览会（深圳国际会展中心），为期4天的第三十二届上海国际酒店及餐饮业博览会顺利落下帷幕。本届展会集结了代表海内外酒店餐饮核心精锐力量的3,818家参展商，展示品牌超10万个。展会累计接待观众283,046人，同比增长15.43%。其中海外观众9,275人，同比增长54.45%！

在2020年，随着展商和观众数量的不断增长，HOTELEX上海展移师到国家会展中心（上海浦西·虹桥），并采用全馆模式，总展览面积40万m²，在展会历年已经接近展馆接待能力上限的背景下，今年的观众数量依旧取得了两位数的增长。

增量因何而来？复盘本届展会现场，我们不难发现，随着餐饮迭代的加速，增长所关联的变量越来越多，让人难以厘清头绪。而在这场展会上，政策面一再强调，却让很多人都模模糊糊的餐饮新质生产力，展现得明明白白。这些决定着增长的要素汇聚于此，并吸引了无数餐饮人奔赴而来。

01看见新渠道的机会

渠道是商业的核心资源。随着互联网时代的到来，渠道变革方兴未艾，从线下到线上，再到线上线下的融合，不断衍生出许多新的渠道场景，并逐渐长大，发挥越来越重要的作用。

比如市集活动，经过新的改造，正在散发出巨大的活力。在过去几年，大力拉动消费的背景下，各地咖啡节、夜市、美食节等活动层出不穷。包括去年的淄博烧烤，以及今年的天水麻辣烫，本质上同样是一个以城市为场景的大号美食市集活动。

市集活动场景感、话题度兼备，同时具有很强的互动性，为年轻人带来了别具个性的消费体验。

本届展会现场，筹备了2024HOTELEX上海国际咖啡美食文化节和上海美酒美食文化节两大C端市集活动，以咖啡、美酒两大热点品类为主题，搭配快闪店、产品周边、冠军IP教学互动等形式，宝藏级别的个性咖啡馆，稀缺的大众连锁品牌独特造型，各种爆品精品新品，以及和IP互动的体验加持，让该两项市集活动汇聚了大量的renqi，凸显出其优质渠道的商业特征。

此外本届展会还通过线上线下融合，进行了以门店主理人、冠军为嘉宾的直播活动，锁定粉丝群体，寓教于乐的直播内容，获得了良好反响，也为下一步探索基于线下场景，融合IP赋能，搭建线上直播带货渠道提供了经验沉淀。

02To B的产品，To C的思维

在展会现场，我们发现，B端的供应链企业，对C端的认知同样敏锐。尤其是在饮品、咖啡、烘焙等热门赛道，不少B端供应链企业的创始人，本身就是该领域的意见，此外像德馨、桔品、金猫、南侨等规模性企业，拥有十分强大的产品研发体系，不仅在原料端钻研创新，同时也不断输出成熟的产品方案，为面向C端消费市场的品牌门店进行赋能。

比如德馨食品，每一款产品投放市场的同时，都会提供多款产品应用方案，能够让C端品牌快速落地，大大缩减了整个流程的周期，tisheng了整体效率，并且和品牌方形成了更加紧密的合作模式。在展会现

场，针对轻乳茶和茶咖这些市场热点，德馨食品带来的忍冬花轻云拿铁、小奋青冰柠奶茶等，备受现场观众好评。

再比如金猫咖啡在试饮活动中提供的朱香糯米饭，使用的是金猫咖啡10Brix意式浓缩咖啡液，整杯饮品入口是竹子的清香，余韵是悠长香甜的芒果，独特的清香和多层次的风味，给现场观众留下了深刻印象。

还有南侨食品集团则是携旗下预制烘焙、潮饮冰品、甄选乳品亮相现场，围绕“烘焙+”、“饮品+”等多元业态发展趋势，推出了丰富的产品和多元化的应用方案。比如面包碗和大师应用酥皮等针对餐饮酒业态的烘焙需求；冷冻熟制面包、冷鲜轻食/三明治千层吐司、焦糖安曼卷等契合茶饮咖啡、商超便利店场景的轻量级烘焙需求；以及可以兼顾饮品和烘焙应用的富比威发酵黄油、加得兰黄油、米勒家族等甄选乳品类产品。

03发力创新，群策群力破内卷

唯有创新，方是破局内卷的佳路径。从个体的单打独斗到群体的群策群力，带动更加优质的产品不断涌现，为消费者带来更加优质的消费体验。

2023年饮品赛道“奶”迎来爆发，在各种优质乳制品的熏陶下，消费者对一杯好奶的标准也变得越来越苛刻。随之而来的，是各大乳制品企业纷纷加大投入，各种创新产品层出不穷，成为本届展会的一个重要看点。

展会现场聚集了伊利、蒙牛、君乐宝、三元、熊猫、卫岗、塞尚、维益、绿源、晨非……等众多乳制品企业，各种创新型展品琳琅满目，为饮品赛道围绕奶的创新，带来无限可能。

比如晨非的黄油轻牛乳，采用进口黄油，纯动物乳汁，口感丝滑，黄油味浓郁；比如圣吗哪的冰博朗非氢化基底乳的升级版，即可做轻乳茶，也可以做果奶，且撞酸不起絮，带来更多产品应用的可能性；维

益的爱真非氢化饮品奶油不压茶香，乳香醇厚，体验更“轻”。另一款雪顶稀奶油PRO，稳定性极强，打发后的雪顶能够放置30分钟左右。

此外，德馨食品本届展会围绕植物奶，推出了多款类牛乳植物基产品，包括燕麦奶、黑芝麻乳等，0乳糖、0蔗糖、0反式脂肪，凸显健康属性。并且现场还展示了多种产品应用方案，为饮品创新提供更多灵感。

作为新茶饮产品应用中的底色，围绕茶底的创新也在不断深化推进。

比如桔品茶业针对本次展会，带来了轻乳茶、鲜果茶等热点品类的茶叶解决方案，风味各有千秋：吟春茉莉针王毫香甜润，栀子飘雪高爽鲜醇，紫金肉桂岩韵辛锐……这些展品全部0香精，还原茶叶本香，契合新茶饮的健康和高香趋势；

再比如速品食品，围绕“东方茶香，自然鲜灵”的主题，推出了10多款独具特色的茶叶，其中颇具看点的氮气茶，进一步激发茶的香气，口感更佳清爽绵密，为新茶饮整杯饮品的品质带来巨大提升。

还有逅唐茶业，在展会现场展示了众多高香茶产品，包括柚花毛尖绿茶、月茗水仙和栀子花毛尖绿茶等，具有极强香气辨识度的饮品解决方案。

04加强全球供应链议价能力

随着这些年国内消费水平的提升，全球各地的优质食材，已经频频进入国人的餐桌。比如咖啡、牛羊肉、水产品 and 咖啡等原材料及其制品。一方面是国内生活水平稳步提升，市场规模持续扩大；另一方面，因为经济环境和消费习惯的变化，全球其他主要市场呈现下滑波动趋势。此消彼长之下，国际食材供应商纷纷把增长预期寄托在了中国市场，并由其带来了国内餐饮企业议价权的大幅提升。

以牛肉为例，以欧美国家为代表的传统肉类消费大国，比如美国、英国和德国等，在2020年以来，其消

费数量，都呈现出不同程度的波动。而根据我国国家统计局数据显示，2023年我国无论是牛肉进口量还是国内出栏量都处于增长态势，但价格却下跌超过11%。

全球各区域市场消费需求的变化，带来了全球供应链的重构，国内餐饮企业以此为契机，进一步强化在国际采购体系中的议价权，为生产成本的进一步优化带来了空间，有助于进一步夯实品牌的核心竞争力。

而作为国内酒店餐饮行业的风向标平台。HOTELEX上海展是众多国际餐饮品牌进驻中国市场的重要立足点。本届展会现场，众多国际的食材供应链企业亮相其中。包括巴西、西班牙、日本、泰国、马来西亚、太平洋地区等国际展团和展商，携带如肉类及其肉制品、调味料、冰淇淋原料、巧克力、咖啡、椰子等特色产品，为国内餐饮企业的供应链建设提供国际化的解决方案。

05解好降本增效这道题

从一万米宽到一万米深，降本增效对国内餐饮人而言，不再是一道选择题，而是一道必答题。正因为如此，为提效带来全面赋能的餐饮设备板块，在本届展会现场收获了大量观众的关注。

咖啡赛道这些年的增长有目共睹，伴随着消费端的火热，不同场景对咖啡机的需求也越来越细化。而国产咖啡机的生产商，通过对国内消费场景的深刻洞察，提供更加贴合需求的产品，在各种场景的覆盖率不断tisheng。

意式半自动咖啡机品牌格米莱在本届展会重磅推出企鹅三代集结产品，其中比赛级用机3226C，使用升级版饱和式E61冲煮头及多重多锅炉系统，竞赛级的技术把控让大家可以感受到风味变化和满足极为稳定的出品需求，对品质要求较高的咖啡消费群体，带来的体验。

的百胜图，现场展示了咖啡机系列、磨豆机系列、配件系列在内的共15款产品，在注重性能革新tisheng的同时，通过产品设计tisheng咖啡师的人性化体验，带来稳定且便捷的咖啡制作享受，并因此深受咖啡师的喜爱。

还有咖乐美带来的旗下的多款级商用全自动咖啡机，其中新旗舰Model Z，每小时能够出品160杯意式咖啡，145杯拿铁，120杯美式，并且拥有50万杯的使用寿命，不仅带来了效率上的tisheng，且满足了多样性的出品需求。

再比如中央厨房，工业化的集中处理，颠覆了传统的人工模式，不亚于餐饮界的工业革命。在本届展会现场的众联中央厨房精品集成馆，集合了国内外20多家展商，从食材到产品，从前端处理到加热调理，从耗材到辅材，一站式满足主流餐饮业态中央厨房从规划到建设到升级等不同阶段的各色需求。

还有熙香科技展示的智慧食堂，运用人工智能、移动互联、物联网、自动化等技术和先进设备，在AIChef智能烹饪程序、数字化云菜谱的控制下，可以满足2000+餐品的封闭式全自动烹饪。

06更多海内外机遇等您来随着精细化时代的到来，无论对品牌主理人，还是单店店主，都提出了更高的素养要求。单一的长板已经不足以支撑起长远的发展。唯有不断学习，不断精进，不断迭代，才能在浪潮的冲shua下站稳脚跟。HOTELEX上海展汇聚国内外酒店餐饮核心精锐力量，复刻产业全貌，绘制生态蓝图，这里不仅是供需采购的商贸平台，也是汇聚行业智力资源和发展趋势萌芽的交流平台，是万千餐饮人窥见行业全貌、拓展自身视野、寻求企业增长的生态型平台。2024HOTELEX系列展持续进行中，广州、成都、深圳等国内核心城市，以及雅加达、曼谷等东南亚新兴市场，更多精彩放送，等您莅临！2024的四分之一刚过，进入Q2季度，酒店及餐饮产业链人士仍然需要为即将到来的夏季、秋季、冬季做新品筹备、市场洞察、发掘新需求。HOTELEX国际酒店及餐饮系列展会推出一系列地方展会，布局国内国外市场，把握行业风向，欢迎参展参观！

6月@中国·成都

HOTELEX 成都国际酒店用品及餐饮博览会于2014年举办，是 HOTELEX展会全国布局的首站。经过9年的深耕，已经发展成为西南地区重要的酒店餐饮业展览会之一。2024 第十届成都国际酒店用品及餐饮博览会，将携手海名会展旗下 2024 第12届成都餐饮供应链博览会，共同整合全国一线餐饮酒店中高端资源和三四线下沉资源。

2024年6月27-29日在成都·世纪城会展中心，以全馆10万平米的规模，打造一个深度垂直和广度互联的酒店餐饮旗舰大展。为成都及西南地区的餐饮行业繁荣发展赋能助力

7月@印度尼西亚·雅加达

2024年Food & Hospitality Indonesia(FHI)将与HOTELEX Indonesia合并,于2024年7月23日至26日在雅加达国际会展中心举行。这一合作创造了印度尼西亚规模较大的商业贸易展览会，服务于酒店业和餐饮业。预计将有来自30多个国家和地区的400多家制造商、分销商和零售商将会参加此次行业盛典。

Food & Hospitality Indonesia(FHI) 拥有近30年的丰富历史和背景,在与HOTELEX Indonesia合并后被称为印尼国际酒店及餐饮业博览会。这一变化意味着展会将致力于为蓬勃发展的酒店、食品和饮料行业创建一个更加引人注目且更具影响力的商贸交流平台。近三十年来，FHI一直处于印度尼西亚食品和饮料国际贸易展览会的前沿。

随着HOTELEX Indonesia与FHI的结合与转型,更是拓展了酒店以及设备领域。它们将继续在推动行业增长和zhuoyue发展方面发挥关键作用，并且为当地以及国际企业提供进入印尼市场的机会。参与者均可直接接触来自全球的烹饪和酒店制造商、分销商和零售商。此外，FHI通过各种精彩活动和特色展区，加深了与世界各地行业人士之间的联系。

8月@泰国·曼谷

2024 年泰国旅游和酒店周为旅游业的复苏发挥关键作用。此次活动的重点是利用泰国在各旅游方面的优势,包括医疗旅游、健康疗养、会展、音乐和娱乐，以及体育媒体平台和活动，使泰国本土及国际企业能够抓住机遇，提高竞争力。

泰国旅游和酒店周结合了三个主要展会项目：泰国国际酒店及餐饮业博览会(HOTELEX Thailand)、泰国国际食品与酒店展(Food & Hospitality Thailand，以下简称 FHT)与泰guojiu店及商业空间展览会(Hotel & Shop Plus Thailand)，将于2024年8月21-24日在泰国曼谷诗丽吉国际会议中心举行。三展联动旨在深耕泰国食品，餐饮和酒店业，探索发现业内新趋势,使泰国旅游和酒店周成为该行业相关企业的参展平台。

泰国国际酒店及餐饮业博览会(HOTELEX Thailand)是泰国旅游与酒店周的关键组成部分之一，是食品，餐饮和酒店业的首要国际贸易活动。在“打造食品和酒店业的未来”主题下，HOTELEX Thailand 通过与 FHT 的合作，创新并发展了更为丰富的展品类别，深入连接行业上下游。通过召集人士，提供一个

动态的商业网络和思想交流空间，HOTELEX Thailand

为本土及海外企业提供了一个可以在竞争激烈的食品与酒店业中蓬勃发展的商贸平台。

12月@中国·深圳

HOTELEX迈入全新发展阶段，本着立足大上海，深入粤港澳的品牌战略，携7届广州展深耕华南资源于2023年移师深圳。首届深圳展展示面积达20万平方米，吸引超过1,500+优质展商，涵盖咖啡与茶、饮品综合、食品综合、餐饮设备、酒店用品等在内的酒店及餐饮全产业链展品。2024年HOTELEX深圳展将于12月12-14日继续在深圳国际会展中心(宝安新馆)如期举办，展览规模和服务将进一步扩大升级为30万平方米、预计吸引超3,000家参展企业、20万观众，为行业呈现一场更加精彩绝伦的酒店餐饮行业盛宴。