

2025上海国际咖啡与设备展|酒店用品|酒店餐饮用品博览会

产品名称	2025上海国际咖啡与设备展 酒店用品 酒店餐饮用品博览会
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

吊足市场胃口的新茶饮第二股悬念，终于落锤定音。4月23日，茶百道在港股正式挂牌交易，不仅创下了港股今年迄今为止最大的一场IPO，同时也是成都第一家消费类港股上市企业。以熊猫为IP的茶百道，发展历程与成都密切相关。作为亚洲首个被联合国认证的“美食之都”，成都不仅在省内遥遥lingxian，同样也是西南地区的商业高地，对周边区域具有强势的引领作用。并且作为川菜的品牌，更是全国各地餐饮人学习取经的“圣地”。一场大展，烟火蓉城。2024年6月27日-29日，2024成都国际酒店用品及餐饮博览会将在成都世纪城新国际会展中心盛大开幕。如何更好地在这样一座充满宝藏的城市里汲取养分？需要我们先读懂成都。底蕴深厚，菜系繁多带来品类外溢的红利根据《川菜产业高质量发展报告2023》显示，截至2023年上半年，全国川菜门店数量已超过32万家，是名副其实的quanguodiyi大菜系。《报告》还公布了“传统川菜及新派川菜热卖菜榜单”，在“传统川菜热卖菜榜单”中，青椒烤鱼成为最受欢迎菜品，老坛酸菜鱼、歌乐山辣子鸡位列第2、3位，跷脚牛肉、青椒土豆丝、毛血旺、麻婆豆腐、宫保鸡丁、口水鸡、鱼香肉丝进入前10名。报告还提及，“辣”成为“80后”消费者最喜欢的口味，麻辣、香辣、青椒等风味成为消费者最喜爱的川菜味型。不仅菜品繁多，而且还个个能打。发源于川渝的火锅，是国内餐饮赛道最大的细分品类，市场规模接近万亿。成都是国内火锅赛道的biaogan，大龙燚、小龙坎、蜀大侠、朱光玉……等zhiming品牌皆发源于此。其中，2023年，小龙坎全资收购蜀大侠，门店规模超过1600家，位居行业前列。中式快餐赛道，立足于川渝的乡村基，是国内首个登陆nasidake的餐饮企业。旗下拥有乡村基和小米先生两dapinpai，门店数量超过千家，位居行业第一。此外，像夫妻肺片、酸菜鱼等，更是能够扛起ziyan百味鸡、太二酸菜鱼这种上市公司的超级大单品。还有麻辣烫，在流转东北经过改良后，成就了当下杨国福和张亮麻辣烫市场的“双雄格局”；就连沿街叫卖的钵钵鸡，也成了洗脑全国小学生的神奇存在。深厚的历史底蕴，丰富的饮食文化，让成都成为国内无数餐饮人创业路上的灯塔，在这里汲取养分，满载而归，并成就了一个又一个闪耀的商业故事。顾客的挑，市场的卷成为观察创新的样板之城根据成都统计局发布数据显示，2023年，全市实现餐饮收入1821.6亿元，同比增长26.1%，在全省餐饮收入中占比超过50%。在这座2410多万人口的新一线城市中，累计存续餐饮经营主体近30万家（截至2023年7月）。市场需求大，竞争激烈度强，让成都的餐饮人不是在创新，就是在创新的路上。就像成都的火锅，发展到今天，早已经不再是底料的配方之争。有专业媒体曾统计，在2023年，成都市场就跑出了川式米线、冒烤鸭、油卤串串、土豆泥拌粉、夺夺粉火锅、鲜烧牛肉、渣渣牛肉和砂锅菜等7个火锅的新品类。这些即使没有尝过，也会在各种媒体平台上频繁shua到的创新品类，一个赛一个得火，并且迅速蔓延到国内其他区域。在浓郁的江湖市井文化熏陶下，各种怀旧场景成为成都餐饮的一大特色，不仅展示了传统市场与现代生活方式的融合，也突显了城市发展中的新旧元素碰撞，引发潮流，吸

引消费者纷纷打卡。除了产品创新，在新媒体、数字化上，成都的餐饮人上手快，下手狠。在成都迪士尼梗baping全网之前，就有成都的火锅店创下过单店的视频bofangliang超过重庆网红景区洪崖洞的传奇。不仅是新锐品牌，餐饮巨头们同样紧跟时势，似乎完全不存在“船大难掉头”的困扰。比如小龙坎在零售食品业务上的开拓，据媒体报道，目前，小龙坎的火锅底料、川味调味料、方便速食、休闲小食的全国渠道已覆盖32个省级区域，在超2万家门店中售卖。顾客的挑，市场的卷，让当地餐企不仅各种绝活手到擒来，更是主动学习，不断创新，成为全国餐饮创新的样本之城。放得下身段，学得来精髓兼收并蓄的企业家精神令人敬佩即使是在一些非传统强项的品类中，成都的餐饮人也能创造出非凡的成绩。尤其是在现制饮品品类中，表现得尤为明显。根据窄门餐眼的数据显示，目前我国现制茶饮行业门店规模超过3000家的品牌共有10个，其中成都独占3席，分别是茶百道、书亦烧仙草和霸王茶姬。除了茶百道和书亦烧仙草两个本土品牌外，当前的当红炸子鸡霸王茶姬原本成立于云南昆明，于2021年6月将总部迁入成都，这也被认为是霸王茶姬开启全国化发展的标志性事件。此外，国内门店数量最多的蜜雪冰城，也将自己的亚洲总部落在了成都。负责四川、重庆、云南、贵州及东南亚、南亚地区的市场拓展、原料供应、运营管理及销售结算。在咖啡赛道，成都也已经minglieqianmao。截至2023年底，大众点评上搜索成都咖啡店，有多达7900+词条。目前，成都的独立咖啡店数量仅次于上海，位列全国第2。在巨大的市场需求带动下，无论是品牌和产品，在成都都散发出勃勃生机。在产品上，成都咖啡既有“深度品鉴”的精品咖啡馆，也有狂野的火锅咖啡、花椒咖啡、特辣咖啡……在巨大的争议和流量中，推动着成都咖啡逐步攀登。品牌方面，成都虽然以独立咖啡馆为主，但去年11月份，成都本地果咖连锁品牌蓉小乔完成5000万元Pre-A轮融资，验证了成都本土咖啡连锁品牌也正处于快速的增长之中。不仅是餐饮人，作为成都的名片，当地政府在推动本土餐饮兼收并蓄上也是不遗余力。《成都市建设国际美食之都五年行动计划（2021-2025年）（征求意见稿）》中提及：到2025年，成都要引入海内外zhiming美食品牌达到200个，引进30家米其林星级概念餐厅以及国际快餐连锁zhiming品牌餐饮企业来蓉发展，鼓励全球zhiming餐饮企业在蓉建立区域性总部、研发中心、结算中心、配送中心和中央厨房等，将成都打造成为国际餐饮品牌聚集高地。放得下身段，学得来精髓。在吃上向来自负的成都，依旧以开放的胸怀，积极拥抱外来物种、新鲜事物，为源远流长的餐饮文化输入新的活力，这种企业家的精神，同样值得全国的餐饮人好好学习。起步时间早，产业基础牢从成都餐饮供应链看趋势方向承托起市场一派繁华的背后，成都已经是中国餐饮最集中的餐饮供应链基地所在，影响着全国餐饮的供应和发展，并且吸引着越来越多的供应链企业、餐饮企业在成都设厂开店，将其作为拓展西南市场的前哨站。2006年，颐海国际的第一条火锅底料生产线在成都正式投入运营，并逐步向第三方经销商供应火锅底料，进入超市、杂货店、街坊小店等零售渠道，经营范围迈向全国。国内的餐饮供应链建设也由此迈入了一个全新的阶段。而随着市场进化到今天的瞬息万变，成都餐饮供应链企业顺势成长，大开大阖，在供应链的长度、信息化建设、复合型的产品解决方案上，为餐饮门店提供更具个性化和性价比的后端服务工作。由于川菜需要用到的食材品类丰富，几乎无所不包，因此供应链更适合集群化发展，也就更加容易形成规模化效应。目前，四川全省共打造了22个川派餐饮创新发展先行区，通过生态化的商业场景打造，进一步完善产业链和供应链的能力。基于川菜强大的外溢效应，成都供应链企业在制造热点、引领趋势上，拥有得天独厚的优势。同时起步时间早，产业基础牢的特征，使其能够满足各色客户的定制化需求，保证供应链的稳定性和产品落地的时效性。品烟火，寻机遇，谋增长6月大展看成都HOTELEX

成都国际酒店用品及餐饮博览会于2014年首次举办，是HOTELEX展会全国布局的首站。历经过往九届的深耕，已经发展成为西南地区最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。展会同期还将举办HOTELEX成都国际咖啡美食文化节、SFE成都国际连锁加盟展览会、CBE成都国际烘焙甜点及轻餐展、2024成都国际酒店及商业空间博览会、CCE成都国际清洁技术与设备展。本次展会由上海博华国际展览有限公司、上海伊比逊会展有限公司主办，世界中餐业联合会、四川省旅游饭店行业协会、成都餐饮企业联合会、全联烘焙业公会联合主办。