

2024中食展（广州）China

产品名称	2024中食展（广州）China
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

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。“过去，人们购买葡萄酒大多认准dapinpai，而现在不少人会到哪个国家、哪个产区、甚至哪个葡萄品种，