

2024上海新零售生鲜食材展

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 2024上海新零售生鲜食材展 |
| 公司名称 | 上海京硕展览有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 龙阳路2345号 |
| 联系电话 | 18939750396 18939750396 |

产品详情

2024上海新零售生鲜食材展

时间：2024年12月05-07日

地点：上海新国际博览中心

主办单位：自有品牌委员会(PLSC)、自有品牌制造商协会(PLMA)、跨采(上海)广告有限公司

承办单位：跨采(上海)广告有限公司

合作单位：厦门市食品行业协会、江苏省餐饮行业协会、上海水产行业协会、第三只眼看零售

展会概况：

海南的亚热带果蔬、富硒产品、文昌鸡、野生大虾等；

福建武夷山的当地特产、福建的蜜柚；

新疆的可克达拉海牧牛肉、阿克苏苹果；

河北的马场架、羊肉；

青岛的预制食品；

泰国的热带水果、热带干果等；

.....

2024上海新零售生鲜食材展。作为生活必需的一日三餐，生鲜食材具有刚需特性，随着人们的收入及生

活品质提高，对生鲜食材有更高品质、更差异化的消费升级需求。在“新零售”的大趋势下，为零售商打造自营生鲜食材品类的开发提供为高效、直接的盛会。

已有100多家来自新零售门店、大型商超、连锁超市、便利连锁、进出口品牌商、生鲜店、电商平台等采购负责人及高层领导，表示有采购需求，采购范围多达80多种，预计采购额18620万元，另有5800多家采购商表示参观，根据展品种类，来选购。

市场分析：

根据尼尔森对亚太零售的研究，亚洲消费者食品账单的50%以上花费在生鲜食材上。中国有着庞大的人口基数，生鲜消费市场空间广阔。中国消费者通过高频次购买生鲜来保证产品的新鲜度，平均每周购买新鲜食品3次，这一数据高于全球平均值2.5次。其中，水果和蔬菜的购买次数多(每周平均4.48次)，其次是鱼类和海产品(每周平均2.39次)。

根据易观数据显示，2017年我国生鲜市场交易规模达1.79万亿，同比增长6.9%，且自2013年以来持续保持6%以上的增长，预计2018年生鲜市场交易规模将继续增长至1.91万亿

京各隆、物美、百航等曾以联营模式将生鲜经营外包的各超市均开始收回经营权。超市生鲜业务完成了从曾经的“鸡肋”到“言必生鲜”的转身，其鲜活度、价格与农贸市场的差距逐渐缩小，甚至超越农贸市场。加之食品安全、购物环境等多重优势下，居民进超市买生鲜的消费习惯逐渐成型巩固。2000年全国重点城市平均仅有10.34%的居民在超市购买生鲜，而2012年生鲜超市渠道占比增长至37%，并呈逐年上升态势。

在大众基础生鲜消费这个存量市场中，社区生鲜业态一方面通过满足当下消费升级和便捷性的双重需求，如同当年“农改超”一般“革了传统农贸市场的命”；另一方面，经营youxiu的社区生鲜连锁还能通过有竞争力的价格、更贴近社区的优势，截流大型商超，抢占超市的市场份额。供需缺口和政策扶持、外加资本的助推下，社区生鲜或将成为线下生鲜渠道的第三极。

参展范围：

预制食品：速冻面食、速食食品、微波食品、方便汤料、糕点及各类罐头制品等；

水产海鲜：海鲜冻品、干品、活品、水产调理食品及深加工制品等；

禽类食品：冷冻/冰鲜肉、速冻家禽、分割禽、禽肉调理食品、禽肉深加工食品、蛋品等；

蔬菜类：有机蔬菜、速冻蔬菜、冻干蔬菜、调理菜、酱菜、泡菜、净菜及各种食用菌等；

水果类：新鲜水果、冻干水果、脱水果干、冷鲜水果等；

其他食材：牛奶乳品、乳制品、豆制品、米/面（粉）汤料、西餐调味品、火锅调味料等；

配餐调料：食用油、酱油、醋、腐乳、鸡精、鸡汁、味精、酱料、调味料等；

南北干货：菌类香菇、笋干粉丝、果仁类、海产类等。

报名热线：李小姐