

2020植物基食品展|2020FHC休闲食品展|2020（上海）进口食品展

产品名称	2020植物基食品展 2020FHC休闲食品展 2020（上海）进口食品展
公司名称	中汇（广州）国际会展有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市越秀区水荫路117号
联系电话	13026876846

产品详情

2020植物基食品展|2020FHC休闲食品展|2020（上海）进口食品展|2020植物基代乳饮品展览会|2020植物肉制品展览会|2020发酵食品展|2020口服美容饮品展|2020上海休闲食品展览会|2020上海（FHC休闲食品交易会）|2020进口肉制品展览会|2020进口休闲食品博览会|2020啤酒展|2020解酒饮料食品展|2020解酒饮品展|2020解酒饮品博览会|2020啤酒展|2020肉制品展览会|2020肉制品交易会|2020肉制品博览会|2020中国进口肉制品博览会|2020乳制品展览会|2020植物发酵饮品展览会|2020植物发酵饮料饮品展|2020胶原蛋白水产品展|2020高端进口水产品展会|

参展咨询：廖女士 15920547574（微信同号）

展会预告：

2020年11月10-12日

FHC第24届休闲食品展览会

参展咨询：廖女士 15920547574

FHC 2019实力总结，2020精彩继续升级！

2019年11月14日，为期三天的第二十三届FHC上海环球食品展在上海新国际博览中心完美落下帷幕！

相比往届，今年的展会规模更大，参展商更多元，来自全球49个国家和地区的3500家展商同台亮相，土耳其、法国、西班牙、美国、加拿大、英国、比利时、俄罗斯、泰国、韩国、日本等悉数到场，以超大规模进行本国优质食品的展览展示。

与此同时，四面八方的餐饮人和美食家们接踵而至，谁都不想错过这场一年一次的高水平展会。三天时间内，共计吸引了来自133751位贸易观众莅临参观，

观众数量同比增长13%，其中40%的专业观众来自进出口和经销商，79%的专业买家匹配了欲购目标产品，观众的满意度达到96%。FHC无疑已成长为众多海外企业进军中国市场的领先贸易盛会。

「让植物焕发新机」植物基代乳、植物肉、新兴草药、发酵食品、口服美容……2020将迎来植物基的革命和升级迭代

一到年末，一波年度盘点向我们袭来。对于食品饮料行业来说，一定绕不过“植物基”的话题。许多研究机构也在持续的关注这一市场，Innova Market Insights在2017年就发布趋势“植物的突破”，再到2019年的“植物王国”，并且预测到2020年整个行业将掀起“植物基革命”。可以看出，植物成分的力量正在为大健康产业提供前所未有的活力。尼尔森报告也显示，2018年植物基食品销售额超过33亿美元，预计到2020年这一数字将有望突破50亿大关。

--1--从牛奶到植物奶，植物蛋白正在衍生至乳制品周边领域

蛋白质一直是人体重要的营养素之一。人们通常都从动物食品、肉类、奶制品和鱼类获取蛋白质。由于畜牧业对环境不友好、消费者乳糖不耐受症状、牛奶的其他健康隐患等都让消费者试图选择其他替代型产品。

图示：英国不同年龄段的消费者的蛋白来源

在过去，牛奶为代表的动物奶也常被作为蛋白的重要来源。而现在，乳品企业也开始开发植物基代乳产品作为新的方向，例如蒙牛旗下有美式豆奶、伊利的植选、达利的豆本豆等在乳制品领域掀起一场植物奶革命，希望给素食主义者、健康爱好者带来“福音”。

图源：蒙牛、伊利、达利

植物性食品协会和美食研究所的最新数据预测，到2020年全球奶类替代品市场规模将达到195亿美元。此外，不仅仅是牛奶替代品，还有冷冻甜点、奶酪、酸奶、和蘸酱等周边的乳制品行业也将引领植物基的增长。吃肉，我们尽量来真的

图源：Impossible Foods Inc.除牛奶外，肉类也是蛋白质的重要来源。因此许多植物性企业开始把目光放在肉类替代品上。通过植物蛋白提取的科技加持，让植物肉像“传统肉”无限逼近。尽管市场对于植物肉产品仍然有不同的意见，但美国市场上的Beyond Meat、Impossible Foods，香港地区的Omnipork以及中国的金字火腿都让植物肉正在成为现实。与传统肉相比，植物肉技术的成熟和相关产品的普及，可以减少未来人口对于畜牧业的依赖，实现更可持续的资源利用。例如产生更少的温室气体，土地和水资源使用较少，对于环境更为友好。例如Impossible Foods在产品定位时也着重强调植物肉的各种环境益处，Impossible Foods生产的素食汉堡能够比传统牛肉汉堡少使用87%的水资源和96%的土地资源，温室气体排放也能减少89%。“植物肉”作为一个新的市场，产品也在植物的加持下拥有着“健康光环”，这种具有清洁标签和强化营养的肉类替代品，将受到健康爱好者以及素食主义者的亲睐。随着相关技术的推进以及消费者对产品的接受程度，植物肉市场在2020年无疑是一个引人入胜的市场，当然也面临着巨大的挑战。

--3--

三大渠道引领下的草药新势力

《营养商业杂志》的美国零售数据显示，2018年草药的销售额比去年增长了9.4%，增长额达到7.57亿美元，这也是自1998年以来草药补充剂销售额最强劲的增长。除了总销售额的增长，该媒体监控超级卖场、专营渠道以及直销三个渠道的总零售额也在上升，分别增长了7.6%、6.9%和11.8%

图源：SPINS

2018年超级卖场渠道中最畅销的草药补充剂排名前十分别有：1.苦薄荷2.松果菊属3.姜黄4.接骨木莓5.绿茶6.姜7.常青藤叶8.大蒜9.葫芦巴10.黑升麻。而在专营渠道中，草药补充剂畅销榜前十是：1.大麻2.姜黄3.接骨木莓4.小麦苗粉/大麦苗粉5.亚麻籽/亚麻油6.芦荟7.南非醉茄8.奶蓿草9.松果菊属10.牛至。

图示：2018年超级卖场渠道中最畅销的草药补充剂排名前十

--5--美容口服时代来临，从植物基中吃出精致容颜从美颜滤镜、到明星同款护肤品，从网红美容仪再到医美新手段，人们变美的手段真是五花八门，但是每天被种草的手段却是收效欠佳？因此越来越多的爱美人士也意识到美容保健将是一场内外兼修的持久战。口服美容作为介于普通护肤和专业医美之间的新方式，顺应了国内消费者以内养外的传统观念，让消费者通过内服就能体验美容护肤。天猫国际与天猫超级品类日联合第一财经商业数据中心（CBNData）发布《2019口服美容消费趋势报告》“美白、抗老、补水、防脱”是线上口服美容消费者的四大关键词。

图源：《2019口服美容消费趋势报告》“颜值经济”的来临，让消费者对于口服美容的需求空前强烈。从口服美容品类的消费人数及人均消费金额来看，均呈现逐年增长趋势，同时前者增速高于后者，可见消费人数增长是口服美容市场发展的一大主要驱动。与此同时，大量国外口服美容品牌入驻在天猫，其中澳大利亚、日本、德国、法国、美国是线上平台最受欢迎的口服美容进口国此外，消费者也十分注重产品成分，从胶原蛋白、虾青素、酵素到益生菌、燕窝等原料，越来越多千禧一代的年轻人为此类产品买单。在一项英敏特针对中国消费者的市场调研中，45%的女性计划使用天然或草本的产品改善肌肤。因此植物成分在口服产品中的应用增多，例如绿茶提取物、甜瓜提取物、葡萄籽提取物、牛蒡提取物等具有美容养颜的植物成分在市场中也有了一席之地。虽然许多内服美容的产品让人眼花缭乱，但是制造企业也在不断开发高品质和功效明确的植提原料来为创新产品“加分”。

从植物基代乳、植物肉、新兴草药、发酵食品、口服美容，都可以看到植物基革命正在如火如荼的进行当中。2020年，新兴原料的持续发掘，消费需求的不断细分，都让植物力量得到充分释放，从而植物基革命衍生至更多领域。

展会简介：2020年第24届FHC食品展