

一“展”汇天下 消费潜力加速释放

春风送来了春天的温暖,还带来了春日经济的火热。第三届中国国际消费品博览会、2023中原农谷预制菜国际博览会、第108届全国糖酒商品交易会……各大展会汇聚全球新产品、新技术、新成果,成为全球消费精品展示交易的平台,助力国内消费潜力加速释放,为各国企业共享中国市场提供机遇。

绿色产品消博会吸睛

在第三届消博会1号馆,一家体育品牌展位的人造草坪地毯释放着负氧离子,为净化场馆空气做着努力。该品牌展位负责人宋坤介绍,近年来,人们对运动产品材料的绿色环保要求越来越高,为满足市场和消费者需求,公司通过技术创新,实现了人造草坪100%可回收降解。

本届消博会上,绿色可持续理念,低碳可降解的产品,已成为各类消费精品生产企业的共同追求。

超高压蒸汽清洁,避免化学清洗方式的二次污染;采用植物纤维和可回收聚氨酯生产可降解新材料,可减少使用动物皮毛;壁式光储能,既可实现家庭绿电供应,又可储能应急,有效改善家庭用电体验……

“绿色消费正全面融入生产生活的方方面面。”安永大中华区业务主管合伙人毕舜杰说,随着“双碳”目标的提出,中国可持续发展路径更加清晰,各行各业正在积极探索适合自身的可持续发展之路。

首次参展的某电器公司带来一款纯电动“移动便利店”,不仅搭载了节能厨房设备、使用保温节能材料,还可以作为试点,探索减少因频繁开闭店装修而产生的大量碳排放。

清洁设备和清洁解决方案提供商德国卡赫,在本届消博会上全球首发一款多功能蒸汽清洁机。卡赫中国产品总监郑前说,人们对于健康绿色生活的追求日益强烈,蒸汽消杀可以有效避免化学清洗方式的二次污染。

漫步消博会各展馆,绿色可持续解决方案随处可见。全方位绿色覆盖、无纸化展会服务、可循环搭建材料、绿色产品项目征集、可持续消费高峰论坛……本届消博会不仅在场馆搭建、出行、餐饮、数据化管理方面践行“绿色办展、低碳办会”理念,还尝试通过“绿色电力消费+蓝色碳汇抵消”的方式实现大型活动碳中和。



这是4月11日拍摄的消博会上展出的纯电动移动便利店。



工作人员向记者介绍快速降解材料和降解过程。



观众在消博会上参观可降解塑料制品。均据新华社发

中国石油南方石油勘探开发有限责任公司相关负责人介绍,该公司对消博会活动期间产生的温室气体排放量进行核算,并向万宁小海红树林生态修复工程项目购买220

吨碳汇量,捐赠给消博会助力碳中和。

近年来,我国持续释放大力发展绿色消费信号。海南国际经济发展局副局长官起君说,依托消博会

这一绿色消费的创新试验地,相信更多海内外企业会加快转型,形成行业合力,推动实现更加强劲、绿色的全球发展。

新华社海口4月11日电

琳琅满目逛不停 消博会引来不少“回头客”

10日,来自印尼的咖啡品牌火船咖啡与海南本土品牌母山咖啡合作运营的咖啡店在海口开业,意味着印尼最大的咖啡企业火船集团开始布局海南。

当日,第三届中国国际消费品博览会在海口拉开帷幕,来自65个国家和地区的超过3300个消费精品品牌参展,其中国际展区品牌近1800个。印尼火船集团今年首次携旗下咖啡、食品等产品参展。

看好中国庞大的消费市场和强劲的消费潜力,越来越多跨国企业用实际行动对中国经济投下信任

票。无论是近期全球掀起的跨国企业高管“访华潮”,还是特斯拉宣布在华加码投资、新建储能超级工厂,都反映出跨国企业看好中国经济,希望参与中国经济建设并分享中国经济增长的红利。

“消博会对于我们来说充满机遇。”火船咖啡国际公司首席运营官罗宾·塞蒂约诺说,通过把咖啡带来消博会,能向中国消费者介绍其公司和产品,以及品尝印尼咖啡的新方式。

“海南是我们进入中国市场的战略要地,让我们的产品被大多数

中国消费者了解。”塞蒂约诺说,希望借助消博会平台寻找潜在的合作伙伴,进一步开拓中国市场。

塞蒂约诺表示,中国拥有巨大市场潜力,是其公司重要的出口国家之一。随着消费者购买力提高,中国消费者对高质量的产品更加青睐。

除了像印尼火船集团这样的“回头客”,消博会还有不少“回头客”。近两年来,连续参展消博会的美国泰佩思琦集团等52家国际知名品牌和头部企业相继落地海南,从参展商变投资者。

在参展首届消博会后,泰佩思

琦集团于2022年4月在海口正式设立中国旅游零售总部,目前在海南共开设9个免税门店和4个零售门店。

泰佩思琦(海南)集团有限公司中国旅游零售高级总监侯晓峰说,消博会是全球高端品牌加速进入并扩大中国市场的重要窗口,为全球市场的发展带来了重要的新机遇。

侯晓峰表示,海南旅游零售市场的发展潜力大、韧性强,泰佩思琦对布局海南旅游零售市场充满信心。“我们计划在未来3年内再新开10家以上零售和免税门店。”他说。

新华社海口4月10日电

预制菜热度持续升温势不可挡

手端黄灿灿的百香果精酿啤酒,在人山人海中嗅着烤羊肉串的香味,用牙签插块麻辣鸡胸脯肉,走到售卖花生碎的摊位前细细询问花生的种植、加工与销售……

这几日,如果你来逛2023中原农谷预制菜国际博览会暨产业发展论坛的产品展销区,一定会大饱口福。

抢占新赛道,200余家预制菜企业集聚河南晒“厨艺”

2023中原农谷预制菜国际博览会暨产业发展论坛本周在河南省新乡市举行,200余家预制菜相关企业参展,其中不乏百胜集团、正大食品、麦当劳、顺丰科技等知名企业。

现宰的黄河滩羊悬挂在展台前,旁边的炉子上,羊肉串被烤得滋滋冒油。新乡市雨轩清真食品股份有限公司董事长王峰告诉记者,去年8月公司推出“筷子牛肉”“红焖羊肉”等预制菜,4个月销售额超过5000万元。从今年起,公司重点转向预制菜“赛道”,将陆续储备入库2000个预制菜品种,今年投入研发菜品500个,300个力争进入量产规

模,30个投向市场销售。”

“盒马从几年前就开始在预制菜领域深耕,我们不仅有冷冻的预制菜,还有冷藏的、短保的……如果有预制菜产业链企业想跟我们合作,欢迎随时联系。”4月11日,盒马华中区和西北区预制菜采购总监王军平刚推介完,就有数家企业代表围住他对接洽谈。

据主办方介绍,目前,盒马、京东超市、大润发等12家国内知名采购企业已经在博览会上发布预制菜合作需求,希望找到适合的合作方,实现高效精准对接。

预制菜:让你秒变“大厨”

大学生小吴这几年特别喜欢在同学面前“秀”厨艺。她说,现在许多名菜都能在网上买到成品或者半成品,对着教程简单操作,就能端上一道色香味俱佳的菜肴,很适合她这种做饭“小白”。

中国农科院农产品加工所预制菜首席研究员张春晖说,目前中餐有名字的菜式1.8万余种,已经生产出预制菜的有1000多种。未来随

着人们生活节奏的加快,这一数字还将扩大。

在新乡市平原示范区干味央厨的生产车间,记者看到一盘盘蛋挞皮、法风烧饼正被工人摆上架车,进入后道工序。企业总经理郭峰辉介绍,公司主做米面产品,去年销售额8亿元。今年起,公司的重心全面转向预制菜,预计2025年销售额将突破40亿元。

张春晖说,近几年,预制菜销售额保持两位数的复合增长率。一些地方出台政策,大力推动预制菜产业发展。同时,随着电商平台、冷链配送的发展,预制菜正快速从B端走向C端,“95后”人群成为消费主力。“未来,不管你接不接受,认不认可,预制菜热度持续升温的趋势不可阻挡!”

标准化和品牌化“炒香”预制菜

“前一段报道的58元的酸菜鱼,里面只有4片生鱼片。”河南牧业经济学院食品与生物工程学院院长邹建认为,目前预制菜企业良莠不齐,亟待出台相关标准,规范行业行为。

今年年初,河南发布畜禽副产品、羊肉及其制品、特殊禽类、酱卤肉等4项预制菜的团体标准。2月28日,重庆市市场监管局发布预制菜产业相关地方标准和文件。

随着越来越多的企业和地方重视标准化建设,预制菜加速步入规范化轨道。中国食品工业协会副会长陈振杰认为,发布相关标准,能够提高预制菜知名度和影响力,弥补市场标准空缺,促进行业发展,为下一步制定更高标准奠定基础。

中国人民大学品牌农业课题组副组长郝北海称,中国市场非常巨大,预制菜的根与魂,是战略与品牌。他说,很多企业的单个产品就能做到销售额100亿元以上。预制菜也要做“专精特新”,要做某一个品类的单冠军。

有关专家和从业人员认为,今年中央1号文件提出“培育发展预制菜产业”,为行业发展注入强大的政策信心。未来随着预制菜品牌效应的出现,我国食品工业、冷链物流业和传统农业都将受其拉动提质增速。新华社郑州4月12日电

消费复苏 信心提振

——第108届全国糖酒商品交易会一线观察

火锅底料、预制菜、休闲食品摆满展台,前来逛展、购物的市民人潮涌动,来自全国各地的食品企业、经销商不时坐下洽谈……第108届全国糖酒商品交易会4月12日在成都开幕。

记者在会场走访了解到,随着各地餐饮消费复苏,业界人士看好食品行业消费前景,行业信心普遍提振。

“诸多知名企业和海内外展商对本届全国糖酒会的热情参与,让我们感受到消费市场的火热。”全国糖酒会组委会副主任、秘书长杨成刚说,本届糖酒会展览总面积达到32万平方米,刷新历年纪录,共有6517家国内外食品和酒类企业亮相。

全国糖酒会始于1955年,目前一年两届,是我国食品行业历史最久、影响最广的大型专业展会之一,历来被视为观察消费情况的“风向标”。

“这届糖酒会规模大,人气很旺。”四川娃子食品有限公司相关负责人何侨说,通过线上线下“双轮驱动”,公司销售情况不错,今年的销售额预计将有30%以上的增长。

企业通过展会积极开拓市场。“我们希望通过参展,进一步扩大品牌在全国休闲食品饮料行业的影响力,让更多的渠道商和消费者认识我们的品牌。”北京潮咖集团董事长李加敏说。

预制菜成为当前消费热点之一,本届糖酒会首次设立了预制菜展区。记者了解到,预制菜为餐饮行业有效降低了原料成本、人力成本,食品企业将菜品提前制

作好,餐饮门店只需简单加工即可销售,越来越多的餐饮门店选择购入预制菜。

“公司生产的预制菜已在全国30多个重点城市布局销售,我们对未来发展信心十足,食品行业也有望实现强势复苏。”四川王家渡食品有限公司总经理李鹏说,公司今年一季度营业收入超过12亿元,同比增长48%。

糖酒会不仅为企业搭建供需对接平台,也带动着大众消费。杨成刚介绍,组委会联合众多参展品牌,以成都一些城市公园为中心,打造国潮舞台、文化市集、百米美食街、轻食工坊、野餐露营等消费场景,以会展活动促进城市消费。

“早就听说过成都的糖酒会很有名,原来不光是卖糖、卖酒,实际上是卖各种美食,我们一边逛,一边吃。”来自西安的游客周慧说。

记者观察到,食品企业更加注重创新,满足消费者多样化的需求。例如,针对年轻群体,不少食品企业推出了小包装、高颜值的休闲食品;针对“害怕长胖”的人群,越来越多的企业推出了低糖、零糖食品饮料。

“消费是经济增长的稳定器和压舱石,是畅通产业循环、市场循环的重要基础。”四川省商务厅厅长徐一心说,今年开年以来,四川消费回暖势头比较明显,餐饮再现“排队等位”现象,各大影院上座率出现反弹,机票酒店“量价齐升”,今年1月至2月,四川累计实现社会消费品零售总额4093.4亿元,同比增长6.8%。

新华社成都4月12日电



4月12日,在四川省成都市中国西部国际博览城,参展商(左二)在向客商介绍产品。新华社发

50项赛事活动带来体旅新体验

中国运动休闲大会将在山东日照举行

记者从12日在京举行的新闻发布会上获悉,2023中国运动休闲大会暨中国·日照体育旅游季将于4月23日至26日在山东省日照市举行。

据介绍,此次中国运动休闲大会由近50项赛事和活动组成,主题是“新体旅、新消费、新动能”,融“赛、会、论、游”于一体,集政府、产业界、学界等各方力量,集中开展全国规模的经验交流,举行国家级体育赛事、省级产业发展会议、特色运动休闲体验活动,共同探索体育旅游产业发展新模式。

日照市副市长张金梅表示,近年来,日照市积极落实国家户外运动产业发展规划,将国家政策和本地实际结合,提出打造“现代化海滨体育名城”“现代化国

际海滨旅游度假名城”的目标,将“体旅融合、以体促旅”作为推动绿色低碳高质量发展的重要举措,积极探索体旅融合新路径,拉动体育消费,为体育产业高质量发展提供强劲动能。

山东省体育局副局长王强表示,山东省以新发展理念不断擦亮“好客山东、健康齐鲁”品牌,山东省体育局将把日照市开展的这项运动休闲和体育旅游品牌活动作为山东省的一张闪亮体育名片重点打造。

日照市体育局局长卢伟介绍,近年来,日照市坚持“体育用赛事串、旅游用项目串、属地用特色串”的发展模式,打造体育旅游新场景,培育体育旅游新业态。据新华社北京4月12日电

2023广州国际电子及电器博览会开幕



4月12日,参观者在展会上参观选购智能手表。当日,2023广州国际电子及电器博览会在广州保利世贸博览馆开幕。据了解,本届展会吸引了超过2000家消费类电子品牌企业前来参展,展出面积达8万平方米。新华社发