



“晓看红湿处，花重锦官城。”上周，成都迎来第108届全国糖酒商品交易会（以下简称“糖酒会”）。这场被视为食品行业“风向标”和“晴雨表”的盛会在展览面积及参展人数上都刷新了此前全国糖酒会展览规模纪录。

在糖酒会及其酒店展期间，来自食品各个细分行业的展商参展热情也空前高涨，喜多多、爱乡亲、力绿、豪利时、好来屋等晋江本土企业携当家产品及新品亮相。可以看到，今年晋江企业参展产品以中高端产品、高性价比产品为主，客户开发也倾向于零食连锁店等新晋热门渠道。除了招商，对于有意提高品牌影响力的企业而言，糖酒会无疑是增加品牌展露的好契机。

「露脸」品牌抢展会机遇

4月，成都迎来春暖花开，也迎来了食品行业的糖酒盛会及糖酒会“酒店展”。

据糖酒会官方透露，本届糖酒会首次实现成都市两个主要展览馆面积满用，展览总面积32万平方米，再度刷新全国糖酒会展览规模纪录，42个国家和地区参展，数千家企业齐聚。开展首日，有17万人次观众入场参观，创下历年新纪录。火爆的展会也给了食品企业增加品牌露出的好机会。

在糖酒会的“酒店展”期间，一列酷似卡通版财神爷的人偶穿梭在成都西藏饭店的展位之间，成为一道显眼的风景。这是喜多多食品全新的IP形象“喜神”，成队列前进的“喜神”既吸引了客商及游客拍照，也为喜多多食品的展位带来了更多的客流。

“对于企业而言，成都春糖已经不仅仅是一个招商平台，更是一个展示品牌形象的好机会。”喜多多集团媒介主管胡悦告诉记者，本次糖酒会的人流量超过企业预期，借着展会进行企业IP形象的曝光，可以让更多人看到喜多多，让“吃喜多多，喜事多多”的品牌口号更加深入人心。

胡悦介绍，这次，喜多多带来了椰子王、仙草丸子、银耳等王牌产品，以及最近更新包装的产品和电商产品。其中，最新产品就是零糖版的仙草丸子，更契合现在消费者减糖的健康消费取向。她表示，希望借由糖酒会让更多人看到喜多多品牌及产品年轻化，企业以“情绪产品”为切入点，传递喜悦情绪、打造喜悦氛围，扩大品牌食用场景，充分发挥品牌优势。

同样在品牌层面展露新形象的还有爱乡亲食品，这是该企业去年进行品牌战略更新后首次在这么大规模的展会上亮相；在糖酒会正式开幕前，友臣食品就在成都东站投放多个品牌广告，通过巨大的LED显示屏形成视觉冲击力，赋能品牌；而豪利时食品也携旗下品牌“亲芙”，打出了更高品质的蛋糕；巧妈妈则将“认真的果冻”这一概念延伸到整个产品及展厅布置、品牌露出等多个层面……

可以看到，今年的糖酒会及“酒店展”不仅有琳琅满目的产品，更成了食品品牌争先恐后“登台唱戏”的重要场域。

锁定中高端 晋江食品「香飘」蓉城

本报记者 刘宁



「拼实力」产品迎「百家争鸣」

在品牌“战场”之外，产品仍然是糖酒会的“主角”，也是糖酒会之所以有食品行业“风向标”之称的基石。

综合多家企业参展产品来看，低价产品之争已经陷入“深水区”，有实力的企业更倾向于展示中高端产品、高性价比产品。此外，健康元素在产品中的占比也越来越高，零糖、维生素等概念不仅在早前火爆的饮料赛道，在糖果、烘焙、果冻布丁等赛道也有所表现。

“八点半到十点打款客户26户。”在巧妈妈食品总经理许树的朋友圈，“酒店展”开展当天就发布了这一喜讯。该企业的创新布丁产品饱受客商好评，如植物蛋白与动物蛋白调配出的“双享蛋白布丁”、乳酸菌与青梅融合出的“青梅奶冻”等创新产品。

而好彩头食品本次糖酒会期间则

以去年打造的高端意面新品牌“帕斯塔”亮相。该品牌意在深耕意面、通心粉、烤肠、披萨、牛排等西式餐饮，专注打造烹饪简单、口感丰富、风味经典的西式餐饮。其意面新品在线上火速登顶，快速培养了一批高复购的粉丝群体，上架三个月销量突破百万单。本次参展意在增加新品品牌曝光，开发更多客户，是企业进一步进军预制菜赛道的一次展露。

新品研发是企业品牌理念和产品战略的呈现。新品不仅能带来新的客群，也能带动企业品牌跃上新台阶。

以进行了产品迭代的“亲芙”蛋糕为例，其不仅外观上新增了蛋糕表面印花图案，更对工艺进行了升级。豪利时总经理蔡思铠介绍，“亲芙”蛋糕口感升级，注重价值体现，不断提高原料成本投入

以保证品质。

“好产品才是品牌的基石。”蔡思铠分析，当下消费者更倾向于更高性价比的产品，大家宁可吃少点，也要吃好一点。“亲芙”系列新品瞄准的是中高端产品，以优质产品让更多客户及消费者认识并记住“亲芙”蛋糕。

除了口感提升，元素增加也是当下产品创新的热点。爱乡亲食品总裁林荣宗介绍，近年来，健康交流普遍存在，营养消费成为当下的热点之一。本次糖酒会，爱乡亲关注大众需求，强调通过日常营养来提升自护力，推出了“维c橙片大鼓面包”“肉脯沙拉大鼓面包”等产品。他表示，糖酒会是企业与新老客户互动的一个平台，企业要树立自己的品牌调性，不能陷入价格竞争的漩涡，在原材料成本波动的情况下，产品立得住才是企业长期良性发展的“王道”。

「开新路」零食连锁成业界「宠儿」

糖酒会超乎预期的客流量不仅带来了品牌及产品的曝光，也带来了超过预期的意向客户数量。

胡悦告诉记者，本届成都春糖酒店展期间人流量就很大，意向客户数量也超出了企业预期，其中，北方等布局相对较弱的区域客户多，有助于企业进一步开发市场空白。

除了补足原有的渠道网络，在采访多家参展食品企业负责人的过程中，记者发现，零食连锁店是大家都会特别提到的一个渠道。该渠道的蓬勃发展早在前两年就显端倪，今年更是迎来了新的爆发。

“今年企业参展产品品类众多，可以满足不同地区及不同客户对产品的需求。”林荣宗告诉记者，近年来，爱乡

亲与零食有鸣等零食连锁品牌都有接触，糖酒会后又接洽了更多零食连锁渠道的意向客户，这类渠道也是企业接下来的重点渠道。

林荣宗分析，该渠道由于受众与日俱增、年轻消费者多、账期短等特征，受到了许多企业的青睐。而该渠道对产品品牌的要求也更加严格，有一定的入驻门槛。对于企业而言，这类零食连锁店有较强的区域性，客群更加精准，也意味着有更大的挖掘空间。当然，这也要求企业产品需要作出相应的调整，以满足该区域市场的消费需求。

“和零食连锁系统合作，要求企业有更强的供应链实力和产品开发能力。”蔡思铠表示，对零食连锁系统而言，进去只是拿到了“入场券”，其竞争机制不容小

觑，需要企业有持续提供更多更契合消费者诉求、有复购率的产品。此外，他也肯定与这类渠道合作有助于企业的进一步发展。在他看来，与终端客户的直接沟通，让企业离市场和消费者更近，接收市场反馈更及时，也能及时对产品做出相应的调整，有助于开发出更符合市场需求的新品。

对此，也有部分从业者表示“压力很大”。这类从业者告诉记者，他们认为这类渠道就像社区团购的线下版，取消了中间商环节，与厂商直接对接，在降低成本的同时，不同厂家之间的竞争也十分激烈。但是，不可否认的是，零食连锁店等新渠道日益扩大的市场规模仍然使厂家前赴后继地“涌入”该赛道。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

361°

盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP

信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者

JINLONG 晋江
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITY

LILANZ 利郎

KELME 卡尔美国国际

舒华
让运动更简单



关注科学健身

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES

小样! 搭|腾|

MACHINERY
HAINA 海纳机械

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES

源泰皮业
Sourcetai 服务热线: 0595-85685062

星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511

倍龙机械
JILONG

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台
15880722026