



“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...

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...

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...

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...

“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。”

胡悦介绍，这次，喜多多带来了椰果王、仙草丸子、银耳等王牌产品...

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...

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。

“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。

而好彩头食品本次糖酒会期间则

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...

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。

“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。”

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...

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。

注重新价值体现，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...

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...

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...

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。

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...

Advertisement for 'China Brand Capital' (中国品牌之都) featuring various brands like 361°, 盼盼食品集团, 信泰集团, JINLONG, KELME, 舒华, 凤竹纺织, 小样, HAINA, 茂泰鞋底, 源泰皮业, 星达鞋材, 倍龙机械, and 健友皮革.