



食品进口额连年递增

中外食品企业来沪同台竞技

中国消费者对进口食品、农产品高涨的需求,吸引着世界各地食品企业的目光。作为全球食品、农产品的展销平台,进博会吸引了大批海外优质“土特产”在展馆集聚,在国际食品巨头和相关地区及行业组织看来,不断开放和飞速发展的中国市场正在成为其全球化布局中的重要一环,企业都想通过此次平台,展现自身明星产品,试图以此俘获更多的中国“胃口”。

青年报 王娟

开放市场备受欢迎

11月7日,由中国食品土畜进出口商会主办,光明食品(集团)有限公司承办的“中国进口食品(首届)行业峰会暨2018年度中国进口食品行业报告”举行。中国进口食品行业报告指出:1997年-2017年,中国进口食品以年复合增长率14.6%的速度增长。2017年,中国进口食品来源国(地区)上升到170个国家和地区,进口食品金额首次超过600亿美元,达到616亿美元新高,中国成为最大的进口食品消费国。

光明食品集团党委书记、董事长是明芳表示,光明食品集团在国家“一带一路”战略的引领下,加速拓展海外市场,紧紧把握食品产业和消费“双升级”带来的发展机遇,通过打造全球食品集成分销平台,提供全球食品一站式解决方案,帮助全球食品业的买家和卖家快捷建立对话与协作,提供一站式服务,让原本复杂的贸易对接更简单、更高效化。

此外,丹麦尼诗特色食品有限公司分别与北京京东世纪信息科技有限公司、北京朝批盛世商贸有限公司、百联集团-联华超市股份有限公司等多家零售巨头,经销商巨擘签署了战略合作协议,开启品牌发展新纪元。

丹麦尼诗特色食品有限公司CEO Erik Bresling表示,与领先的零售渠道和经销商精英合作,不仅体现了皇冠丹麦曲奇更加快速有效开拓中国市场的决心,也顺应了零售革命的趋势,与许多其他丹麦品牌一样,我们是中国对外开放政策的受益者。自20世纪90年代初以来,我们一直在中国市场营销和经营业务,并取得了巨大的增长。中国的开放政策,无疑是皇冠丹麦曲奇在中国发展的最大驱动力。

玛氏公司携旗下玛氏箭牌糖果、玛氏宠物营养、皇家宠物食品、玛氏食品和KIND等事业部和业务单元亮相。据悉,此次玛氏产品阵列涵盖零食、餐厨和宠物领域,其中不乏中国首秀,如:主打健康、方便的美国家健康零食领导品牌KIND为中



国消费者带来了其BE-KIND系列等。

在零售模式裂变中尝到甜头的来伊份依然没有放慢创新的脚步,这次他们将目光瞄准了国外的美食,为了将世界各地的珍馐带到国内并将中国的休闲食品文化展示给世界,来伊份开启了全球平台化战略,发布旗下进口品牌“亚米Youngme”,全面抢滩进口休闲食品品牌的中国市场。

作为营养品公司,康宝莱携旗下20多类50多种畅销产品亮相,传递康宝莱“让全世界变得更健康、更快乐”的愿景。据了解,康宝莱展台通过展示、讲解、互动体验等多种形式让参观者直观、深入、轻松地了解康宝莱,传递积极健康的生活理念,从而拉近与参观者之间的距离。该展区以绿色、白色为主色调设计,通过“奶昔杯”造型的产品展示及营养奶昔试饮环节让参观者体验了康宝莱的健康营养产品,并感受到康宝莱所传递的健康态度。

意大利对外贸易委员会率近百家优秀中小企业正式亮相,齐聚意大利国家馆和以医疗、食品、智能及日消为主题的四大企业馆。利用参会契机,意大利企业持续发力中国国内蒸蒸日上的电商领域,分别与苏宁集团和阿里巴巴集团旗下的

盒马鲜生签署合作意向书,与两家中国顶尖电商企业共同展望未来战略合作的蓝图。

中外乳企合作亮相

在本次中国国际进口博览会上,多家乳业巨头纷纷携全系产品集体亮相,借机加速布局中国市场。据悉,达能、蒙牛、恒天然、伊利等乳业巨头均是全系列参展,其中包括多个预备进入中国的新品。

据了解,达能集团携旗下乳制品和植物基产品、饮用水和饮料、生命早期营养品、医学营养品等四大领域,20多个品牌的近80余款产品亮相。这期间,达能纽迪希亚的两款婴幼儿配方奶粉新品也正式推出。达能高级副总裁Pascal de Petrini表示,达能以“通过食品,为尽可能多的人带来健康”为企业使命,致力于推动更健康、科学、合理的膳食结构与饮食习惯。我们希望这个开放的平台,将达能全球的健康食品和健康理念带到中国,帮助和促进中国消费者购买高附加值的、创新的优质产品,从而满足人民日益增长的美好生活和健康饮食需要。

新西兰恒天然公司公布旗下的安佳专业乳品部、消费品牌部以及原料部与包括厦门建发、百联集团、浙江商业工业等公司签约超过120亿元。恒天

然大中华区总裁朱晓静则表示,公司大规模与商业合作伙伴签约,也是希望进一步深耕中国市场。而2018财年恒天然大中华区业务总额约在180亿元人民币。

作为深圳市农牧企业,恒大农牧集团携全线进口产品集中亮相,据了解,恒大农牧集团新西兰布局的GMP乳业是新西兰医药级婴幼儿配方奶粉制造工厂,采用全球先进的质量管理体系,以制药级的严格标准科学配比,采用一罐一码技术,实现生产过程全监控,确保每一罐奶粉的健康品质。

此外,蒙牛集团CEO卢敏放出席首届进博会国际乳业合作论坛,并做了题为《携手同行,共享全球乳业未来》的主旨演讲。在演讲中,他倡议构建“全球乳业共同体”,在更大范围、更深层次、更高水平开展国际合作,共享全球乳业未来。本次论坛由中国食品土畜进出口商会与蒙牛雅士利联合举办。卢敏放指出,与发达国家相比,目前我国乳业依然存在发展不平衡不充分、市场渗透率较低、进口依赖性高等问题。而伴随中国经济发展,收入增长和需求结构均呈现升级状态,这一态势不断催生乳制品朝向多元化、高端化、个性化、定制化等更高需求发展。

资讯

Perrier合作 上海双年展

11月10日,上海双年展组委会宣布,上海当代艺术博物馆正式开幕。极具艺术基因的法国含气天然矿泉水品牌Perrier作为第12届上海双年展官方合作伙伴亮相现场,为艺术之旅奉上灵感独具、鲜意特别的品味盛宴。

据了解,在展馆中,Perrier融入了极具先锋感的展览氛围,不仅在现场为观展者提供随气泡水饮品,还设立了独立展位与来访人群互动,在高雅审美的氛围中送上清新无比的灵感来源。除此之外,持续活跃在跨界合作前沿的Perrier本次也不例外地再推新作——Perrier x 2018上海双年展果冻包。这款沿袭Perrier异趣的特别之作将艺术烂漫与随性新奇完美糅合,不仅会在线下展馆上架,双十一期间也在线上电商开售。

据悉,本届双年展以“禹步”为主题,展览由四大板块构成,并从生态、战争、自由以及文化多样性等几个方向展开讨论,兼具时代性讨论与前瞻性思索。Perrier将于12月推出限时艺术专场,Perrier艺术装置“灵感·涌现”也将正式揭晓,更多灵感启发等待探索。青年报 王娟

格兰菲迪 举办艺术展览

11月7日,十二位参与过格兰菲迪艺术家驻村计划的中国艺术家一同亮相上海,联合呈现“静物之流,静居之思:格兰菲迪中国艺术家驻村计划12周年”的艺术展览。据悉,2018年,正值格兰菲迪参加此项目十二周年,十二年单一纯麦威士忌是格兰菲迪的核心产品之一,这也成了举办格兰菲迪中国艺术家驻村计划12周年展览的契机。

据了解,自2002年起,时任格兰父子洋酒公司主席、喜爱艺术收藏的查尔斯·戈登创立格兰菲迪艺术家驻村计划以来,已经举办了十七届,中国已经连续参加十二次。每年夏天,苏格兰的达夫镇都会迎来世界各地的艺术家。他们在酒厂驻足3个月,潜心创作,从酒厂的人物、历史和迷人的自然环境中得到启示,将灵感自由发挥。

相关负责人表示,“回顾格兰菲迪中国艺术家驻村计划十二年来的探索之路,我们能够在多位艺术家的作品中发现细腻的创作性格与生动的创作手法这两者的对立统一,表达了格兰菲迪单一纯麦苏格兰威士忌的绵密口感与浓烈质地的结合”。青年报 王娟

[相关新闻]

江森自控展示绿色建筑解决方案

11月7日,进博会期间,全球多元化技术和工业领域企业江森自控亮相智能及高端装备展区。围绕主题“筑就更加安全、智慧和美丽的中国”,江森自

控带来了与打造智慧建筑和智慧城市相关的全线产品和解决方案。

在展台上,江森自控带来了一系列重磅新品。其中,空

调系统的“环保心脏”——约克YZ变频磁悬浮离心式冷水机组将在中国全面上市,基于物联网与云技术的视频监控平台Smartvue在中国首发。

此外,第一款采用半透明OLED触摸屏的GLAS智能温控器以及江森自控关键医疗环境控制解决方案也是在中国首次亮相。