



跨采·第七届零售生鲜食材展

FRESH-FOOD IN MODERN RETAIL TRADE SHOW

展后报告 SHOW REPORT

SNIEC

上海新国际博览中心

(TUE) 11/18 ▶ (THU) 11/20

主办单位：上海市自有品牌协会(PLSC)、亚东展览(YADO EXPO)

承办单位：跨采(上海)广告有限公司

战略支持：自有品牌制造商协会(PLMA)

战略合作：第三只眼看零售

合作单位：广西壮族自治区工业和信息化厅、联商网、龙商网超市周刊、商业评论、牧鲸集团、品智、安全食报&食品展会网、世界食品网、餐考拉



FMR跨采零售生鲜食材展
官方微信号



FMR跨采零售生鲜食材展
官方小程序



FMR跨采零售生鲜食材展
官方视频号

WWW.PLFASIA.COM

EXHIBITION HIGHLIGHTS

展会亮点

EXHIBITIORS
展商数量 (家)

988
同比增长10%

VISITORS
参观人数 (人)

26,711

EXHIBITION AREA
展览面积 (m²)

60,000

THEMATIC MATCHMAKING
主题对接会数量 (场)

6

ATTENDING BUYERS
出席对接会采购商 (家)

79



► 展会概览

2025年11月20日,FMR跨采·第七届零售生鲜食材展在上海新国际博览中心圆满落幕。本届展会与PLF跨采·第十八届全球零售自有品牌产品亚洲展同步举行,主办方为确保专业买家能有优质的商务洽谈环境,对入场观众的审核比往届更加严格。短短三天会期,展会共吸引来自全球54个国家和包括中国台湾省在内的全国34个省级行政区的客商26711人次,汇聚了988家源头优质企业参展(其中生鲜展商300余家),并成功举办了20场精彩纷呈的专业活动。

本届展会聚焦家庭生活、工作消费需求,推出一日五餐的品质生鲜食材,涵盖果蔬、熟食、快手菜、预制菜、禽蛋肉制品、乳制品、烘焙、火锅食材等多个生鲜品类,多款生鲜食材产品,满足零售商超、电商平台、餐饮、茶饮、酒店等各渠道一站式采购需求。除此之外,展品资源丰富,全面覆盖,到场的观众主要来自综合超市、生鲜超市、社区超市、便利店、专业店、仓储会员店、平台电商、大卖场、购物中心、折扣店、区域零售以及餐饮企业等机构的采购团队。全面满足零售企业、主流电商平台、商超等渠道的生鲜全品类采购与对接需求。

跨采·第八届零售生鲜食材展

2025年11月18日-20日 上海新国际博览中心 E1-E5

E1 个人护理、家居百货
Care; General Merchandises

E2 品牌直采、民生食材、
一线品牌、线上TOP商品

Grains, Oil & Seasonings; Dry Groceries;
First-tier Brands; Online Top-selling Products

E3 酒水冲调、糖巧果冻
Beverages; Confectionery

E4 烘焙膨化、坚果肉制品
Baking & Puffed Foods; Nuts & Meat Jerk

E5 肉禽蛋品、海鲜水产、乳品烘培、
餐饮熟食、蔬菜豆制品、快手菜面点、
火锅周边、生鲜配套服务、综合食品
Meat, Poultry & Eggs; Seafood & Aquatic Products;
Dairy & Baked Goods; Ready-to-Eat Foods;
Vegetables & Soy Products; Ready-to-Cook Dishes & Pastries;
Hot Pot Dishes, Fresh Produce Supporting Services;
Comprehensive Food



第九届自有品牌金星奖颁奖晚宴
上海浦东嘉里大酒店

观展入口

观展入口

芳甸路

1号入口厅

E1 Hall
个人护理
家居百货

E2 Hall
民生食材

E3 Hall
酒饮冲调
糖巧果冻

E4 Hall
休闲食品

E5 Hall
生鲜食材

龙阳路

罗山路

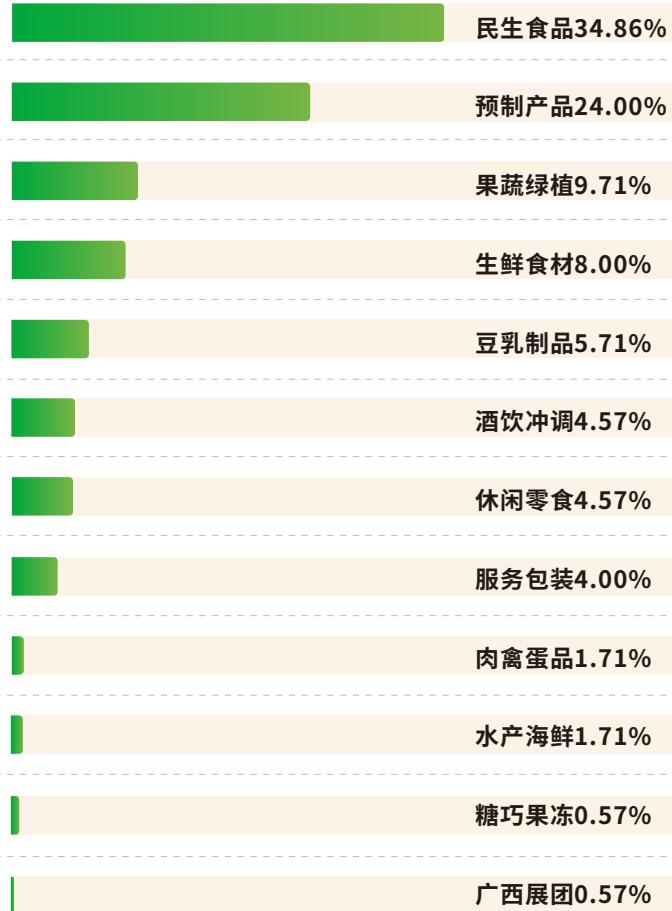
花木路

3号入口厅

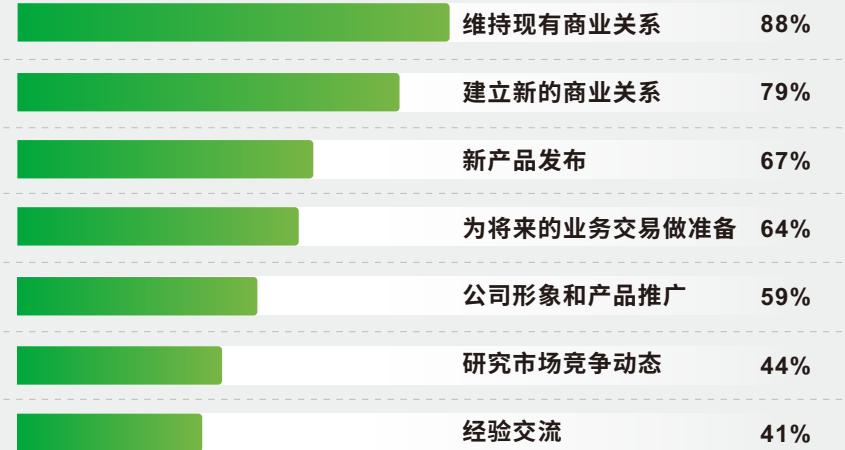
2号入口厅

EXHIBITOR ANALYSIS

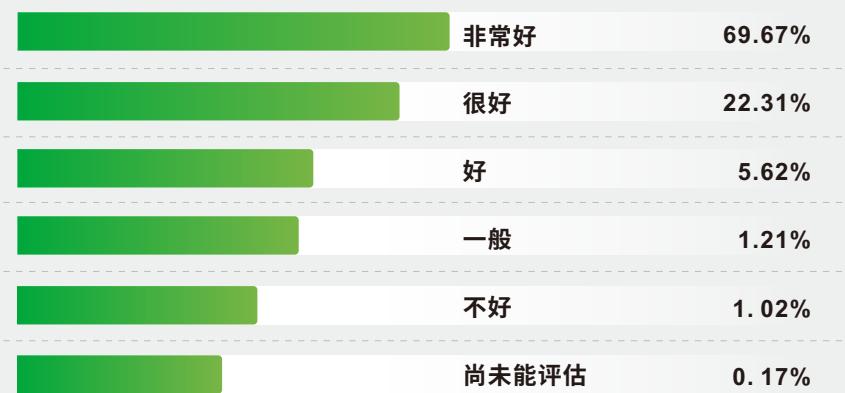
展商分析



展商参展目的



展商满意度



展商寄语



我们公司为农牧全产业链的上市公司，覆盖从种苗到终端销售的完整链条，致力于服务农业、农村、农民，并承担冬奥会食材保障任务。我们认为展会是展示前沿产品的重要平台，有助于消费者与经销商了解最新成果，也为我们提供良好的交流与学习机会，团队收获颇丰。

——江苏益客食品集团股份有限公司 武文泰 益客禽BU市场总监



我们公司专注于速冻食品领域，主要产品包括煎饺、水饺、混沌、云吞面点等，其中一款核心单品煎饺更是具有操作简便的特点，仅需五分钟，无需额外加油加水即可烹饪。展会组织专业、体验持续优化，较往届更加成熟规范，我们作为多次参展商，也是感受到展会不断进步，在行业内的影响力和吸引力逐步增强。

——辽宁吴大嫂食品有限公司 高幸 执行总经理



我们公司成立于2008年，位于山东省，是一家专注于面点研发与生产的企业，主要产品包括蒸包、锅贴、蒸饺和烧麦，已形成系列化产品布局，其中核心产品销量已达500多万。这次为首次参加零售生鲜食材展会，我们认为现场氛围良好，并且已经接待了部分大型客户，也收到了定制化需求及合作开发意向，我们期望未来能触达更多大众消费者。

——济南康发食品有限公司 马营 市场总监



作为首次来参加本次展会，其实来的时候抱的期望度并不高，但是来到现场感觉这边的人气以及各方面都很不错，非常感谢主办方

——河北益鲜食品有限公司总经理 四明明



通过这次展会我们所接触到的现有客户不仅有零售商，有商超，还有电商平台，为我们食材供应商和零售方搭建了一个直接的对话平台

——河南沣瑞食品有限公司 推广部 袁晚玉



我们淳于府生物科技公司专注于生产符合国际标准的无农残、益生菌发酵韩式泡菜，致力于为全球消费者提供改善肠道健康的洁净食品。我们已是第二次参加这个展会，去年通过展会成功对接多个终端渠道，展会为本公司与全国大型卖场系统搭建了重要合作桥梁。

——四川淳于府生物科技有限公司 淳应之 总经理



我们金沙河面业作为国内大型食品加工企业，围绕小麦制品开展研发、生产与销售，在本次展会重点展示了企业自有品牌定制产品及健康功能性新品，并积极参与了零售渠道合作以推动我们品牌与市场的双向赋能。本届自有品牌展会定位精准，高效对接零售渠道核心需求，汇聚优质资源，体现行业对健康粮油与定制化产品的高度关注，与我们企业发展方向高度契合，具备高对接效率和交流价值。

——河北金沙河面业集团有限责任公司 葛娜娜 销售主管



我们公司是一家专注于食品定制与自有品牌开发的企业，业务覆盖超市熟食、速食产品及C端新品牌，本次展会我们重点展示了六大系列产品，顺应传统工艺与清洁配料的行业趋势。我们首次参展，期望在新时代零售环境中深化合作，拓展更多合作伙伴关系。次展会获得更多有健康需求人士的青睐，预祝展会圆满成功。

——郑州千味甄选供应链管理有限公司 陶白静 总经理



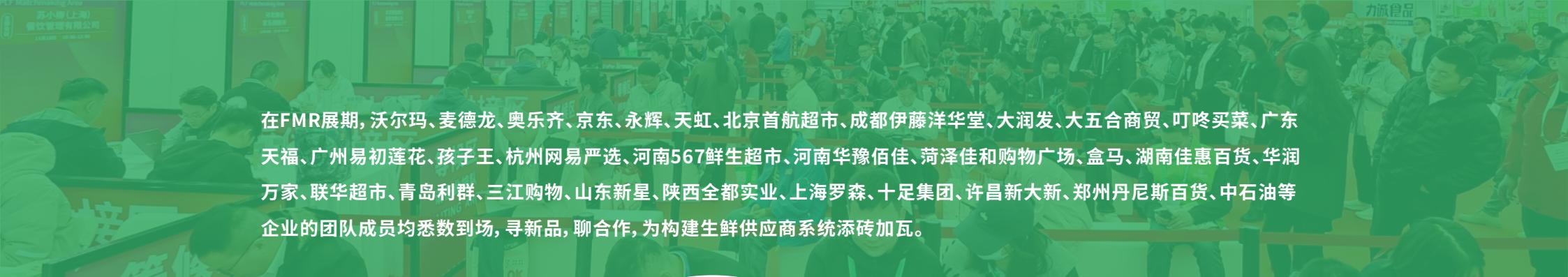
我们非常高兴来到这样的一个展位，能够跟业内的各种零售企业，零售系统进行沟通，也对我们的品牌是一个很好的展现机会

——安徽王仁和米线食品有限公司 销售部 曹宇坤



本次展会聚集了众多的全渠道零售商，为春都(集团)提供了机会

——洛阳天佑春都食品有限公司 秦乾传 董事长助理兼营销总监



在FMR展期，沃尔玛、麦德龙、奥乐齐、京东、永辉、天虹、北京首航超市、成都伊藤洋华堂、大润发、大五合商贸、叮咚买菜、广东天福、广州易初莲花、孩子王、杭州网易严选、河南567鲜生超市、河南华豫佰佳、菏泽佳和购物广场、盒马、湖南佳惠百货、华润万家、联华超市、青岛利群、三江购物、山东新星、陕西全都实业、上海罗森、十足集团、许昌新大新、郑州丹尼斯百货、中石油等企业的团队成员均悉数到场，寻新品，聊合作，为构建生鲜供应商系统添砖加瓦。



汇聚全球各国及地区观众

生鲜专业店



国际商超及国内商超、百强



生鲜新零售



生鲜电商



便利店



酒店餐饮



观众寄语



展会是一个信息密度非常高的聚集地。对于我们来说，参加这个展会最主要的是了解目前行业最新的趋势，比如说哪些方向是我们之前忽视了应该重新捡起来的，或者说哪些项目，之前并没有把它列为最优先级，了解最新趋势后，需要提到优先级位置。还有，也希望通过展会能够结识到更多长期合作的供应商伙伴。

——上海清美供应链有限公司(品上生活)副总监 傅佳杰



通过对市场的洞察，我们发现自有品牌受消费者的欢迎度跟认可度很高，因此判断自有品牌在未来是很好的一个增长点。感谢主办方的邀请，我们遇到了很多优秀的食品行业从业者还有一些供应链品牌。拥抱电商是寻求更多发展机会的好途径，也希望更多优秀的工厂和品牌方能和我们多多联系。

——苏州小棉袄电商市场总监 江海峰



自有品牌是我们新大新这两年重点发展的方向，我们未来打算在冻品（小笼包、汤圆、饺子等）跟百货这两个方面进行重点打造。在这个展会跟同行进行交流，了解自有品牌发展最新方向，同时认识更多符合我们自有品牌开发条件的工厂，收获颇多，非常感谢主办方的邀请。

——许昌新大新商贸集团有限公司自有品牌开发负责人 王媛媛



参加展会，我的认知发生了很大的变化。此次最大的收获就是找到能够给我们这些体系提供优质品质并且具备加工能力一些工厂，第二个就是看到了国内国际做得比较好的自有品牌产品，第三个就是跟之前合作过的品牌方或者存在合作潜能的品牌方又进行了接触与交流，特别是我们华商联采内部也加强了情感交流。

——巡物社省钱超市品牌创始人 朱志勇



京东会员1号店近年致力于打造一些健康的产品，包括低GI、无抗、高蛋白、有机认证、地理标识认证等。希望能够在展会上找到跟我们理念比较相同，能够从原材料到生产环节到后期运输整体的链路去做一个品质把控，为消费者能够提供一些高品质、高性价比、健康的产品的合作伙伴。

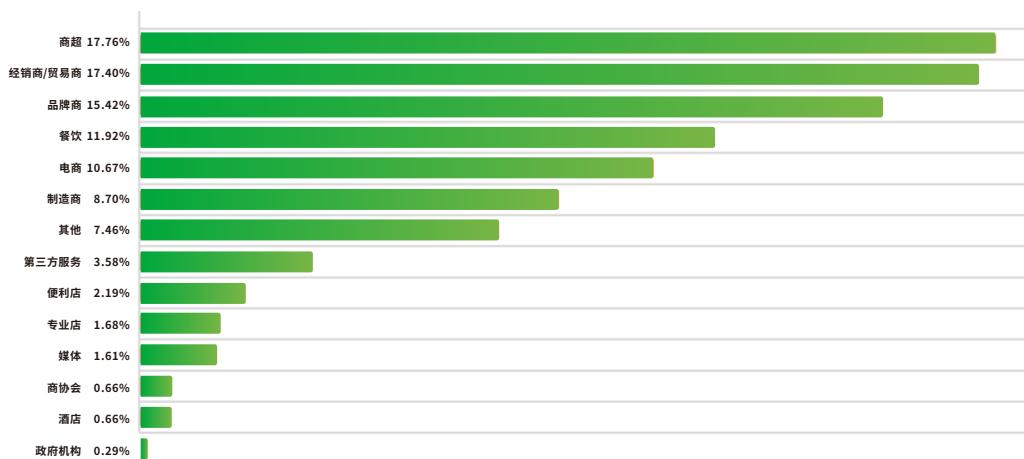
——京东1号会员店个护家清品类负责人 穆牧



未来我们567自有品牌开发的方向主要是干净配料、0添加、有机食品等健康安全的，并且贴合消费者日常生活需求的常规产品。参加本次展会，结识了国内比较优秀的供应厂家，也为我们接下来自有品牌的开发方向提供了很好的思路，此次出行非常值得。

——河南567商业管理有限公司采购总监 赵向阳

观众类别



CONCURRENT FORUM 同期论坛

6 THEME FORUMS
大主题论坛

22 INDUSTRY BIG NAMES
位行业大咖演讲嘉宾

1000 ATTENDEES
名与会听众



现场活动



阳光超市总经理 司凯
分享“从品类管理角度阐释经营生鲜之道”
想要有效回答“卖对商品”的问题，需要对顾客需求和消费者购物行为有深度认识。



钱大妈华东区负责人 马振凯
分享“洞察华东社区生鲜市场盈利密码”
他提出，无论模式如何，“以用户为中心”的追求都是永恒的。



超纶咨询创始人 艾纶
分享“奥乐齐火爆”背后的营销密码
奥乐齐成功的最大秘诀之一就是将SKU压缩至1500个，仅为传统超市的十分之一。



Iceland Lab基地副总经理 李文彪
分享“超市冻品发展趋势及机会点”。
他强调“冻品不是配角，而是未来主角”。



国盛饮食首席分析师 李梓语
主持人进行开场陈述



盒马烘培总经理 凡得
分享“始于爆品，终于一日三餐
温暖的陪伴”



叮咚买菜品控中心负责人 武德银
一家亲超市营运总监 贾纪发
分享“拆解生鲜供应链，从源头做好品控” 分享“超市大调改，生鲜怎么调？”



2025年度生鲜大课——超市烘培品类



安璐 王森教育集团董事长助理
主持人进行开场陈述



王森教育集团董事 王子
分享“商超烘培体系搭建”



江苏爸爸糖餐饮董事长 曹国亮
分享“超市何把握烘焙风口？”



中焙蛋挞总经理 黄延平
分享“打造烘焙爆品的逻辑”

分论坛

2025年度生鲜大课——超市水产品类



2025年度生鲜大课——超市加工品类



2025年度生鲜大课——超市肉品经营分论坛

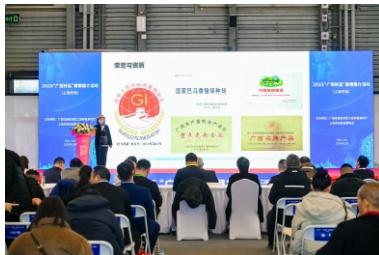


2025年度生鲜大课-供应链变革与折扣化转型研讨会



2025“广西好品”展销推介会在FMR展会现场成功举办

活动成功汇聚了政府、商会、行业协会及两地优质企业等多方资源，充分发挥了平台的桥梁与纽带作用，不仅推介了产品，更推广了广西的区域品牌形象与产业优势。活动采用“台上推介+台下品鉴洽谈”相结合的方式，既有庄重的仪式感，又营造了开放自由的交流氛围，有利于参会嘉宾深度体验产品、开展高效沟通，增强了活动的沉浸感与互动性。



FMR展期对接会

跨采·第七届零售生鲜食材展为行业创造多样化机遇，助力参展商全方位对接专业采购商。除常规展区外，展会还精心策划了6场专题零供对接会。开展首日，FMR零供对接会顺利举行。北京首航超市、成山农场（西安）、河北邢台家乐园超市、河南哈米客超市、黑龙江省庆购生鲜连锁超市、欢乐爱家超市、开封兆祥商贸、山东新星集团、苏小柳（上海）餐饮、甜递生活超市等企业携明确采购需求到场，与展商开展一对一对接，显著提升了对接效率。



参展一次 服务一年

■ 走进零售对接会

第二十六场PLF线下采供对接会

沧州站&信誉楼

2025年6月17日

供应商 62家



第二十八场PLF线下采供对接会

石家庄站&北国超市

2025年8月28-29日

供应商 54家



■ 走进产地对接会

第二十场PLF线下采供对接会

青岛站&工厂考察

2025年6月24-26日

采购商 15家

供应商 153家



参展一次 服务一年

行业会议

第三届中国区域零售创新峰会 唐山
—2025年9月16-18日

进口产品对接会第二届比利时
法兰德斯大区食品商务对接会
—2025年10月16日

越南
中国农产品贸易企业对接会
—2025年8月5日



培训会

商超自有品牌洞察研讨会
—2025年8月12日

标准赋能品牌出海, 实现新质生产力闭环
—2025年8月14日



参展一次 服务一年

■ 海外自有品牌展

荷兰阿姆斯特丹自有品牌展览会

——2025年5月20-21日



美国芝加哥自有品牌展览会

——2025年11月17-18日



■ 线上对接及宣传推广

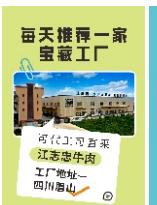
全年FMR&PLF共计为219家采购商，服务652次对接服务
为470家供应商创造了自有品牌的合作商机

视频号
展商推荐24家

宝藏工厂推荐

公众号
宝藏工厂宣传28家

小红书
宝藏工厂宣传9家





自有品牌“金星奖”颁奖典礼

第九届自有品牌“金星奖”颁奖典礼
THE 9TH PRIVATE BRAND “GOLDEN STAR AWARDS” CEREMONY
甄选好商品·创造高销量
2025

参评企业
78家

同比去年▲53%

参评产品数量
794

同比去年▲75%

获奖产品数量
332

同比去年▲43%

跨采自有品牌展
最重要的活动之一

创办历史 9 届 备受全行业瞩目



235个
卓越商品奖



62个
主题系列奖

19个
优秀大单品奖
抽纸



11个
优秀大单品奖
椰子水



5个
优秀大单品奖
每日坚果





自有品牌"金星奖"

总播放量

超 850 万

总粉丝量

11,000人

总发布视频

超 400 条



@金星奖 官方抖音号
垂直内容 深度解析/一手资讯



@金星奖 官方微信视频号
记录评奖高光时刻



@金星奖 官方小红书
自有品牌“金星奖”



@金星奖 官方小红书
自有品牌卓越产品奖

<https://jxj.plfasia.com>

访问官网，了解更多详情与规则

参评零售自有品牌



评审嘉宾(排名不分先后)



专业媒体(排名不分先后)



大众媒体(排名不分先后)



媒体传播

公众号曝光量

100 万余次

微信群

300+ 行业群

行业媒体曝光量

300 万余次

新闻媒体曝光量

1,000 万余次

搜索引擎曝光量

1,900 万余次

视频号总播放总量

8,000 万余次



公域引流、户外广告机场及高铁



专业媒体(排名不分先后)





中国自有品牌发展研究报告

- > 了解自有品牌发展趋势
 - > 深度洞察采购商及工厂行为
 - > 共享行业最新一线数据
 - > 调查国内外自有品牌产品创新洞察



扫码入群领报告
免费申请获取



跨采·第八届零售生鲜食材展

FRESH-FOOD IN MODERN RETAIL TRADE SHOW

W W W . F M R E X P O . C O M

2026
上海新国际博览中心

SNIEC

12/03

(Thursday)

12/05

(Saturday)



FMR跨采零售生鲜食材展
官方微信号



FMR跨采零售生鲜食材展
加入社群

展位咨询

谢女士
021-50752086
plf-sales@plsc.org.cn

参观咨询

姚女士
021-6236 6036
visitor@plfasia.com

展会合作

江先生
021-50752267
alex.jiang@plsc.org.cn