

FOODAILY EXPO 2025

全球食品饮料创新大会

Global Food and Beverage Innovation Connect

重塑创新性增长

📅 2025年3月30日-4月2日 | 📍 上海·国家会展中心

2025 Foodaily全球食品饮料创新博览会暨新潮食品节

FOODAILY EXPO 2025

全球食品饮料创新大会

链接全球创新

- 中国极具影响力的行业创新大会，全球食品行业的创新风向标
- 12+主题论坛，200+商业领袖/行业大咖分享对话，5000+品牌主理人、产品决策人及产业决策人齐聚交流探讨
- 一场智慧碰撞的顶级舞台，全球视野与本土审视，聆听商业智慧的最佳实践
- 全球70+市场，3000+新品爆品特别策展，沉浸式创新之旅洞察捕捉新灵感
- 10大新XIU品牌、年度10大消费场景重磅发布与解读，硬核预测消费市场新商机
- 全球严选100+优质创新解决方案服务商，全方位助力品牌增长突破，加速创新落地
- 10+定制化社交链接闭门活动，助力资源与商机精准深度链接



消费结构变迁、资本进入冰期、品牌残酷内卷、渠道加速迭代、产业深刻变革、AI技术迅猛发展.....多重变量冲击下，食品饮料行业步入“变局”时代。品牌生命周期急剧缩短，如何在逆势中重塑增长、高质量增长成为摆在所有企业面前的关键命题。

2025年，注定是食品饮料行业结构性变革的关键之年，Foodaily也将迎来重要的里程碑——**第十届Foodaily全球食品饮料创新大会**。2025年3月30日-4月2日，国家会展中心（上海），200+商业领袖和行业大咖、5000+品牌和产品决策人将齐聚一堂，围绕“重塑创新性增长”的主题，解读行业变局、探讨增长路径、共建创新生态！

- 向下稳根基，找准自己的生态位，深耕产业持续创新
- 向外拓边界，深化与生态链伙伴的合作，协同创新
- 向新寻突破，挖掘新品类新场景潜力，在细分市场找机会

这些都将是2025年Foodaily创新大会上深入探讨的方向。增长不只是规模，更关乎增长方式的创新与良性循环，我们坚信品牌不应该被困在内卷、流量战和价格战里，而我们想要打造的正是在助力企业从产业生态链上找突破点、创新点，走出内卷，以深远的战略性与前瞻性思维，构建高质量、可持续的增长模式，实现更长远的发展。



10th Anniv.

重塑创新性增长

FOODAILY EXPO 2025
全球食品饮料创新大会



CONTENTS

目录

- 01 日程安排
- 02 会议议程
- 03 特别活动策划
- 04 2024精彩回顾

- 05 参会嘉宾画像
- 06 2025 Foodaily创博会
- 07 联系我们



2025 Foodaily创博会·日程安排

SCHEDULE

	3月30日	3月31日	4月1日	4月2日
会议 4.2H馆	生态大会 (全体峰会)	乳制品创新 茶咖烘焙 零食烘焙 创新解决方案专场 渠道变革零售峰会	饮料创新 新餐桌 功能性食品 品牌营销	日本市场 专题
展览 8.2H馆 4.2H馆	每日新潮食品节(特别主题策划区) 年度10大消费场景体验区 每日新潮食品节场景联动展区 iSEE嘉年华市集 「包装创想馆」主题展区 「功能大健康产业」主题展区 iSEE全球奖技术创新长廊 年度趋势创新长廊 HOTELEX上海国际咖啡美酒节			
奖项 4.2H馆	iSEE全球奖年度盛典暨颁奖典礼(3月30日) iSEE大赏 iSEE嘉年华			
闭门活动	iSEE AWARD X CEO之夜	CEO私董会		

AM	3月30日 上午场	PM	3月30日 下午场
9:30-9:40	主席致辞 老大卫 益普索 中国事业部群董事总经理	13:40-14:10	2025年度十大消费场景重磅发布 王晓玲 Foodaily每日食品 CEO、创始合伙人，iSEE全球奖理事长 李运飞 Foodaily每日食品 首席内容官 人群结构变化叠加需求分级带来新的增量场景，成为品牌探索品类增长的关键机会。无论是产品定位、品类创新还是品牌营销，都离不开对场景的深度洞察。在场景中激发需求、创造认同，品牌才能更好地与消费者沟通、传递价值，树立信任，突破市场竞争。 自2018年起Foodaily每年发布“年度十大消费场景”，深入研究消费者生活方式变化与行业创新机会。2025年度我们将继续发布最新消费场景报告，并通过全球与中国创新产品案例解析，帮助品牌从场景中挖掘更多增长与创新机遇。
9:40-10:00	开场致辞 王晓玲 Foodaily每日食品CEO、创始合伙人，iSEE全球奖理事长 余贤君 中央广播电视总台 总经理室副召集人	14:10-15:00	圆桌 零供协同新探索，餐饮行业的高质量进击之路 张宁 好特卖 联合创始人（主持人） 李文 卡夫亨氏 中国首席商务官 余俊贤 麦德龙商业集团 商品开发及进口总经理 王正齐 莫小仙 创始人、董事长 食品行业正经历从“性价比”到“质价比”的全面升级，尤其是在量贩零食、折扣零售等新兴模式的冲击下，行业格局发生了深刻变化。随着渠道的碎片化，消费者的购物需求和决策路径也在发生根本性变化。与此同时，零供关系也在不断演变，传统的博弈模式逐渐转向协同合作。从品类、渠道、竞争多个维度看，餐饮行业的核心增长逻辑与未来发展方向是什么？如何走向高质量、深层次生长的进击之路？未来零供合作的理想模式是什么，如何才能真正服务好消费者？
10:00-10:30	品类创新——重塑创新性增长 何松松 里斯战略咨询 中国区合伙人 2025年仍将是企业励精图治的机遇之年，我们正迈入一个崭新的消费时代——冷静消费时代。新科技、新需求的介入将重塑我们的生活方式，并催生出全新的消费模式。本话题将深入分析2025年消费者行为的核心变革，揭示背后驱动这一切的深层因素，帮助品牌调整产品策略应对新兴场景和挑战，优化营销方式并实现长期增长。	15:00-15:50	圆桌 存量竞争时代，品牌的生存之道与增长 鲁秀琼 贝恩公司 全球专家合伙人（主持人） 江南春 分众传媒 董事长 卢永臣 Tims天好中国 CEO 马恩多 金多多食品集团 董事长 石训 好想你 董事、总经理 黄秋平 卡尔顿集团 创始人、董事长 付雷冬 字节跳动 飞书消费行业总经理 当消费品牌的价值回归基本面，真正回归消费者，差异化的产品与体验成为品牌突围的关键。激烈的市场竞争不再只是短期战术的较量，而是推动所有玩家迈向长期价值建设的深水区。食品饮料行业正从增量竞争进入存量博弈，面对消费趋势变化、品类创新挑战、渠道格局重塑，品牌如何打造真正的护城河？面对国际化趋势，中国本土品牌如何找到自己的全球化路径？这不仅是一场关乎生存的思考，更是一场关于增长的深度碰撞。
10:30-11:10	逆周期时代下的创新性增长：提振信心，稳中求进 张燕生 中国国际经济交流中心 首席研究员 在全球经济调整、市场波动和供应链不确定性加剧的背景下，食品饮料行业正经历前所未有的挑战与机遇。面对逆周期环境，如何稳步前行、提振信心、寻找新的增长空间，成为行业关注的核心。本次分享将从宏观经济视角切入，深入剖析全球经济变局下的市场趋势与政策导向，并结合行业实际，探讨如何通过产业升级、数字化转型、供应链优化等关键路径，帮助企业在不确定性中寻找增长突破口，实现创新与稳健发展。	15:30-18:30	iSEE全球奖年度盛典暨颁奖典礼
11:10-12:00	圆桌 向下、向外、向新，如何重塑创新性增长 胡昊鹏 波士顿咨询公司 董事总经理、全球合伙人（主持人） 钟廷毅 新加坡味驰集团 CEO 余昕 安姆科 大中华区总裁 薛华云 嘉吉食品 北亚区总裁 闫建国 塞尚乳业 董事长兼CEO 余贤君 中央广播电视总台 总经理室副召集人 过去，企业处在一个野蛮生长、跑马圈地，靠资源和杠杆撬动发展的状态，而今天当流量、资源红利消失，整个产业链面临着价值的重构与升级，倒逼所有企业需要深度思考，什么样的企业将会真正穿越周期，如何才能实现长期可持续性增长？我们将共同探讨重塑增长新生态的动力源，向下稳根基、向外拓边界、向新寻突破，解读行业变局、探讨增长路径。	19:00-21:30	CEO之夜 × iSEE Award

AM 3月31日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

王姿婷 璞瑞投资 董事总经理

9:40-10:10

跨越周期挑战，激发乳品消费新燃点

张葛建 沙利文 大中华区合伙人兼董事总经理

在乳品穿越周期的当下，国内乳品行业持续面临阶段性过剩的挑战，酸奶、奶酪等众多品类都在遭遇下滑。面对消费分级、渠道变革与行业调整的挑战，重振乳品行业能抓住哪些增长机遇？

10:10-10:40

从创新热点到产业高地：乳业科技的协同跃迁

冯罡博士 国家乳业技术创新中心 资深专家

当前，中国乳业科技创新聚焦的热点是什么？创新又体现在哪些方面？从牧场到深加工全链路，多层次、多维度阐述我国乳业科技创新现状、存在的主要问题以及未来发展的重要方向，带来年度十二大创新热点及最新成果展示。

10:40-11:10

风味奶重新夺回市场：做深、做精、做专

邹旸 海河乳品 党委书记、董事长

凭借香菜牛油果、煎饼果子味牛奶刷爆社媒，海河靠着“不走寻常路”的风味创新频频出圈，打破了区域乳企开拓全国市场的地域桎梏。如何充分发挥地方特色与区域认同的差异化优势，挖掘全国市场的潜能？在细分市场中，风味奶如何通过“做深、做精、做专”来实现品牌的持续迭代升级，迈向新阶段？

11:10-11:40

功能营养蓄势待发，托起乳企增长新曲线

戴阳 衡美健康 产品开发负责人

在中国消费者对营养需求日益精细化、科学化的当下，乳品行业正迎来从“基础营养”向“专业功能营养”转型的关键机遇：运动营养、儿童发育、银发健康等细分赛道高速增长，催生千亿级市场蓝海。然而，如何将乳企的原料优势、技术积累与消费者精准需求结合，从单一乳品向功能化、场景化营养解决方案升级，仍是行业亟待破解的命题。对于乳品品牌来说，如何利用自身的核心优势，迅速切入这一赛道，抢占先机？从目标人群定位、多元化产品布局，到多场景的深度渗透，又有哪些切实可行的市场突破路径？

11:40-12:20

圆桌 | 击破新场域，解锁“卖奶”新思路

侯军伟 睿农咨询 总经理（主持人）

王姿婷 璞瑞投资 董事总经理

黄子恒 卡士乳业 市场中心产品总监

郭歌 红星前进面包牛奶公司 品牌市场中心总监

王家星 隔壁刘奶奶 品牌负责人

PM

3月31日 下午场

14:00-14:30

从土壤到心智，重新思考乳品价值方程式

杨洪滨 君乐宝乳业 集团副总裁兼高端产品事业群总经理

卷风味卷搭配卷价格？浅层内卷带来的是极易模仿和超越的同质化竞争，要想建立乳品发展的核心壁垒，还得回归乳品的价值本身。跳出浅层的内卷战，乳品企业该如何通过深挖乳品价值，实现长期发展？

14:30-15:00

银发时代下功能性乳品的发展机遇：森永乳业的创新实践

肖金忠 森永乳业 董事、技术总经理

近几年人口老龄化程度不断加深，带来了银发经济蓄势崛起的机遇。其中，乳制品作为日常营养摄入的必需品，银发群体上的需求开发存在着巨大的创新及增长空间。日本乳业巨头森永乳业，面对需求不断升级，如何挖掘老年消费群体对“预防性健康”的偏好？如何以科学配方与本土化合作，推动营养升级，打造从功能细分到消费场景全覆盖的银发解决方案。

15:00-15:30

探索不断变化的乳业竞争格局中的机会

黄文君 荷兰合作银行 食品农业研究部执行总监、高级分析师

中国乳制品市场正在从“量”转向“价值”增长，乳制品公司必须调整其产品组合，以实现价值最大化，满足对高价值乳制品和原料日益增长的需求。如何针对现有核心市场以及扩展的新市场或相邻市场制定量身定制的战略？来自荷兰合作银行食品农业研究部的黄文君女士将从全球视角，带来行业洞察、战略指导、出海策略的精彩分享，助力中国乳企在存量市场中开辟新增量。

15:30-16:10

全球创新品鉴 | 适合中国胃的世界奶酪鉴赏

带您领略来自世界各地的奶酪新品与零食，品鉴独具特色的花式烹饪奶酪，感受美味与创意的完美碰撞，一起探索奶酪在早餐、下午茶、餐饮烘焙等新场景中的无限潜力。和我们一起迎接这场奶酪盛宴吧！

AM 3月31日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

张喆 嘉吉 食品业务 方便零食品类总监

9:40-10:10

零食新趋势：从需求共鸣到品类重塑

陈牧凡 凯度消费者指数 商务总经理

在品类细分和场景个性化的双重驱动下，零食早已不只是“解馋”的代名词，而是进化为健康、情绪和社交需求的新宠。从“懒人零食”的即时满足到“健康零食”的生活方式平衡，再到“猎奇口味”的情绪社交属性，零食正成为消费者情感表达和健康生活的一部分。

抓住“即食即满足”的细分赛道，用场景打动用户，用情绪共鸣消费者，产品如何成为“味蕾+情绪”的双料赢家？精准洞察隐性需求，抢占品类创新制高点，这场关于零食需求共鸣与品类重塑的变革，才刚刚开始。

10:10-10:40

打造更懂中国消费者的食品品牌

穆欣昀 百事公司 大中华区食品业务首席市场营销官

从乐事区域限定系列薯片、乐事鲜焙裸米饼到桂格燕麦即食燕麦片，从精准捕捉消费者的新需求到供应链的极速响应，创新已不止于产品，更关乎自我进化与时代共振。本次分享将深入解析百事公司如何以创新思维破局消费者需求及市场格局的新变化。

10:40-11:10

零食风味漫游，从味觉到体验的新可能

石怡婷 德之馨 咸味品类负责人

风味所承载的，远不止于味觉体验本身，更是文化与情感的载体。通过口味焕新、风味故事叙述，品牌得以与消费者构建更为深刻的情感纽带，并在这一过程中开拓出诸多产品创新的可能性。

无论是跨品类的风味融合，还是新兴口味与功能需求的契合，零食风味正在变得更加多元化。从熟悉到新颖，越来越多特定的风味在社交媒体上引发热议，并有望在2025年持续发酵。

11:10-11:40

掌控奇迹口感，脆感食品凭什么让消费者“上头”？

卞淮 泰莱集团 亚太区品类发展总监

美味是食品饮料吸引消费者的核心要素，而口感则是美味的灵魂所在。对于年轻消费者而言，独特的口感体验已成为他们零食购买决策的重要驱动力。薯片的“脆”、锅巴的“酥”、魔芋的“Q弹”、棉花糖的“蓬松”感，甚至年糕的“糯叽叽”……这些令人“上头”的口感记忆，不仅让消费者欲罢不能，更成为品牌忠诚度关键因素。正因如此，“细分口感”已成为零食行业创新的核心方向，如何通过精确的配方设计和质构创新来满足消费者对口感的多样需求？本次分享将通过深入的数据分析、专家洞察、社交媒体趋势以及具体产品案例，深度解析口感创新的未来方向，并探讨如何通过科学的配方解决方案，突破口感创新的天花板，打造下一个“上头”爆品！

11:40-12:20

全球创新品鉴 | 谷物出圈，从平凡到健康潮流的蜕变

当大米、小麦超越传统主食的角色，创新谷物零食、功能性主食、潮流饮品烘焙新搭子...越来越多的潜力被挖掘。单一主原料如何做到纵向深挖与横向拓展，并在多个品类中脱颖而出？

PM

3月31日 下午场

14:00-14:30

下一个超级主角：可可

李玉玲 嘉吉食品 北亚区可可巧克力产品经理

随着现制饮品赛道的快速进化，可可这个经典品类也在酝酿着翻红机会。从茶饮咖啡到零食烘焙，再到超级食物可可粉，其“高热量”的刻板印象正在逐渐被打破。有趣、健康且更具价值感的超级可可，还有多少未被发掘的潜能？跨界品类融合、突破场景限制，可可显包如何再造爆品？

14:30-15:00

属于精品巧克力的人文主义

余帆 Nibbo巧克力品牌创始人、主理人

走出小众巧克力市场，精品巧克力靠什么贴近消费者？用风味叙事，立足本土化，看独立巧克力品牌用“产品创新”和“本土人文关怀”获取更多共鸣！

15:00-15:30

国巧焕新，“巧克力+”破局赛道新增长

燕军 巧兮兮 创始人

巧克力热潮卷土重来，焕新升级的不仅是营销打法，更是产品力与创新力的极致较量。如何打破固有认知，让“国巧”从配角跃升为新赛道领跑者？答案是——“巧克力+”的无限可能！当巧克力不止于巧克力，它可以碰撞超级食材、跨界新潮口味、拓展全新食用场景，甚至承载健康、功能与情绪价值，创造出独特的市场爆点。本次演讲将深度拆解“巧克力+”的创新逻辑，看“国巧”真正崛起，唤醒赛道新活力！

15:30-16:10

用中式食材，撬动巧克力中国本土故事

习二 黛妃集团 巧克力事业部总经理

可可的创新不止于巧克力品类的革新，跨品类融合、新场景新赛道的拓展，正打开更具想象力的市场空间。从配方优化到健康化趋势，如何打造更符合市场需求的新一代可可产品？在高端化、精品化、工艺升级的赛道上，如何构建真正的差异化竞争力？面对行业挑战，中国可可产业如何加速升级，构建更具韧性、更加可持续的增长路径？

AM 3月31日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

阮新 阿果安娜水果 亚洲总裁兼中国日本CEO

9:40-10:10

逐梦东南亚：现制饮品出海品类研究报告

何松松 里斯战略咨询 中国区合伙人

新茶饮出海已不再是简单试水，而是成为品牌新的增长极！凭借地理和文化优势，以及日益旺盛茶饮需求，东南亚成为首选市场，而其现制茶饮赛道也爆发出了前所未有的活力与增长潜力，2023年规模已达近500亿元。各国市场涌现不同的趋势与创新方向，中国品牌如何抓住机会，打造差异化竞争优势，抢占难以复制的新品类？

10:10-10:40

麦咖啡：藏在「粉丝时刻」里的破局锚点

张立峰 麦当劳中国 麦咖啡品牌总监

做一个“听劝”的品牌，以平等的视角与粉丝真诚对话，在早餐的刚需场景下找到咖啡赛道的破局思路。

10:40-11:10

技术突破，引领食品创新趋势

闫建国 塞尚乳业 董事长兼CEO

花样繁多的新型乳制品将茶饮咖啡行业卷上新高度，也预示着健康精细化的“成分时代”步入新局面。品牌之间的竞争也进入了纵深上下游、前后端的体系化比拼，创新敏捷、研发千面、多元场景的探索，或许才是破卷的关键。从浓郁顺滑的定制化口感，到自带高蛋白、益生菌的健康属性，再到火爆全网“轻乳”，每一种都让产品自带流量。下一款爆款茶咖，或许就从这里诞生！

11:10-11:40

柠檬向右：奇迹柠檬的差异化之路

徐柏鹤 柠檬向右 CEO

一颗柠檬能玩出多少花样？柠檬向右用“三种柠檬+无限创意”给出了答案！从“柠檬+茶”的经典搭配，到“柠檬+茶+草本”的创新组合，再到小众元素的大胆应用，柠檬向右不断突破味觉边界，创造出“一口就能喝出不同”的极致口感。但这只是开始！柠檬向右以“慢就是快”的产品和品牌哲学，在茶饮红海中闯出了一条差异化之路，它是如何通过供应链的精细化管理，确保每一杯柠檬茶的品质稳定？未来又将如何从现制柠檬茶延展到全品类，用场景化体验征服更多消费者？这场演讲，带你探索一颗柠檬催生的商业想象力！

PM 3月31日 下午场

14:00-14:30

当咖啡遇见超级果蔬：一场关于健康的味蕾革命

胡旭昊 挪瓦咖啡 副总裁

当咖啡市场陷入同质化竞争，挪瓦咖啡选择了一条“无界”之路：从便利店到健身房，从酒店到网吧，通过“店中店”模式，将咖啡融入生活的每一个场景，让喝咖啡变得更日常、更便捷！不止于此，顺应健康化需求，挪瓦咖啡坚定地选择了零糖、低脂、更健康的差异化定位，成功在拥挤的咖啡市场中脱颖而出，实现弯道超车！探索“咖啡+”联营计划背后的创新力量，这匹“橙色小马”将如何继续奔腾突破，带领品牌走向未来。

14:30-15:00

从趋势到爆款，料理面包如何走向next level

王子 王森教育集团 董事兼技术总监、“东京烘焙职业人”创刊人、中国面包国家队主教练 当酸汤牛肉唤醒恰巴塔的酥脆、柠檬酸奶邂逅抹茶面皮的清新，料理面包正以“风味实验”颠覆传统印象。从消费者对“饱腹+正餐化”的体验需求，到地域风味与网红元素的持续发酵，料理面包正站上烘焙市场的新风口。解锁料理面包DNA，如何以本土食材×工艺创新打造一口难忘的味觉记忆？如何借助地域符号与用户共创，打造具有辨识度和爆款潜力的料理面包？当面包不再只是“充饥食品”，而是承载了文化、体验与情感的“生活方式符号”，这一品类的崛起之路值得深挖。

15:00-15:30

以小博大，匠心独运：小吐司开创烘焙新潮流

陈华滨 手心兔 董事长兼CEO

在当前餐饮市场中，细分化和专业化成为品牌突围的关键。手心兔小吐司通过深耕烘焙领域的小吐司细分市场，用“以小博大”的策略打破市场格局，将日本的原料研磨工艺与中国本土市场结合，精准切入早餐、零食、宵夜三大高频消费场景，不仅重构了传统烘焙产品的消费模式，更通过推出契合年轻群体情绪主张的二次元联名款，成功将产品从“好吃”升级为“好玩”，让情绪价值成为品牌的核心竞争力。如何在提供多样化口味体验的同时，营造情感共鸣，将简单的烘焙产品升华为具有治愈力的生活方式？

15:30-16:10

圆桌 | 逐浪破浪，茶饮品牌如何实现出海加速跑？

余静 品牌出海S组 IP主理人（主持人）

秦旦逸 甜啦啦 CMO

王璞 网聚资本 首席连锁服务官&副总裁

May Lin 两岸品牌营销专家、风华绝代文化科技CEO&创始人

江涛 鲜沐科技 CEO

面对机遇迭起的新航路，中国茶饮品牌如何在活跃市场掘金？从海外市场的深度洞察，到实战略的精准执行，再到品牌力塑造与产品创新的持续突破，如何在激烈的市场竞争中脱颖而出？通过在地化创新与供应链的超级进化，品牌如何更贴近用户需求，实现跨文化适配，抢占增长先机，乘势迎接茶饮全球化的下一波浪潮？

AM3月31日上午场

- 9:30-9:40

开场致辞

薛晓伟 上海市自有品牌协会 秘书长
- 9:40-10:10

不破不立：中国线下零售的新黄金时代

王正齐 莫小仙 创始人、董事长

2024年线下零售业态已逐渐复苏：零售商开始精准定位消费人群、围绕消费场景规划产品品类、优化供应链以提升效率、重视商品力和消费者体验，从收费模式往卖货模式转变。这意味着，中国线下零售进入了全新的发展阶段。

作为参照，美国百花齐放的线下零售市场能为我们提供哪些有价值的启示？中国的线下超市如何摆脱“内卷式”竞争，迈向价值驱动的竞争模式？在面对复杂多变的中国市场环境，企业又该如何精准切入，快速反应，决胜未来？
- 10:10-11:10

穿越低增长周期，唐吉珂德的差异化零售模式与成功解析

中村好明 日本新零售专家、原唐吉珂德集团子公司JIS 董事长、JIF 理事长

经济低速增长期，企业如何实现可持续的利润增长？日本折扣之王唐吉珂德，凭借独特的经营理念 and 策略，以及超高性价比商品组合，穿越日本失去的三十年周期，实现连续增长35年，成为全球零售标杆。本次演讲特别邀请日本新零售专家深入剖析唐吉珂德如何通过创新零售模式、精准定位客户群及高效供应链管理，打破传统零售的竞争格局。
- 11:10-11:50

圆桌 | AI零售时代，如何打造极致“人货场”？

戴自强 德勤咨询 零售科技主管合伙人（主持人）
刘娟 新佳宜 商品总监
姚杨 百果园集团 百果科技轮值CEO
温鹏波 AIGC产业创新基地 CEO

AI技术正在推动零售行业进入全面智能化时代，从传统无限货架到精准货架，“人货场”的精准匹配正在成为零售创新的核心。如何通过数据分析、消费者画像、实时监控和智能推荐等技术手段，精准匹配消费者需求，提升“人货场”效能？本圆桌将结合创新案例与解决方案，探讨AI如何推动零售场景的革命，打破空间与商品的局限，打造极致的购物体验与高效运营模式。

PM3月31日下午场

- 13:30-13:40

开场致辞

周晶 TMO Group 合伙人/电子商务策略与数字化专家
- 13:40-14:10

出海全攻略：亚太消费品企业的海外拓展之路

曹虎 科特彼咨询集团 全球合伙人、中国及新加坡CEO

在全球化竞争日益激烈的今天，出海已成为企业增长的关键战略。然而，如何在陌生市场中迅速站稳脚跟，避免落入常见的陷阱，是如何精准识别目标市场的潜力，避免盲目扩张带来的高风险，同时通过创新的本地化策略与灵活的运营模式，确保企业能够快速适应并持续扩展？本次演讲将为您提供成功出海的全方位策略，从市场调研、品牌定位、渠道选择，到运营优化与风险管理，我们将分享一系列行之有效的实战经验和案例分析。

- 14:10-14:40

主动出击，中国食品如何征服美国主流市场

王刚 OCM美国华源食品集团董事长、王牌创新创始人

品牌进入美国主流市场，渠道该从何处切入？要越过哪些槛，品类选择、在地化策略有何不同？如何搭建全美的深度分销网络，突破“华人风味”的局限，拓展更广阔的市场空间？
- 14:40-15:10

赢得用户心，出海品牌如何构建信任圈

侯博 TikTok TikTok for Business出海电商FMCG行业客户总监

从“看见”到“信任”，出海品牌想要走进海外用户的心，重要的是“入乡随俗”做好情感链接。面对变化环境下的消费动机和新兴消费习惯，品牌如何借助平台营销模式，建立用户信任并实现有效沟通？在全球语境下，如何从无序中找到有序，打开信任切口，拓展信任圈边界？
- 15:10-15:40

破局东南亚，共拓新增量

俞金锦 Lazada跨境 华东生态业务负责人

东南亚市场逐渐成为中国企业的第二战场，经历快速的生态迭代，短短的几年间已然红利与内卷并存。在这场“淘金热”中，食品饮料品牌如何找准时机、选对赛道、用好策略？在规模化与本地化的博弈中，如何找到突破口？作为东南亚本土领先的电商平台，Lazada如何助力中国卖家迅速叩开东南亚市场大门，站稳脚跟？从商品运营、品牌支持到供应链协同，怎样巧妙借助平台独特优势实现销售额的飞跃式攀升？
- 15:40-16:10

撬动全球消费力，亚马逊助力食品饮料品牌驶入出海“速通道”

张鹤琳 亚马逊全球开店 高级招商及运营经理
邹远迷 亚马逊全球开店 高级区域拓展经理

食品饮料品牌正迈向跨境出海的新征程，越来越多的品牌迅速崭露头角，登上全球商业舞台。在这片充满机遇的蓝海中，品牌如何抢占先机，如何借助跨境电商平台巨头的流量引擎和强大的供应链支持，驶入出海的“极速通道”？本次演讲将结合案例，深度解析Amazon跨境电商业务生态，探讨中国食品饮料品牌出海的可行路径，并为您带来亚马逊2025年主流市场洞察及最新招商政策解读。
- 16:10-16:50

圆桌 | 从本土到全球：食品饮料品牌出海的战略路径与实践

周晶 TMO Group 合伙人/电子商务策略与数字化专家（主持人）
伍俊峰 盘点美味 董事长
赵炯 小龙坎餐饮集团 CMO
文凯 趣美丽跨境出海 总经理

出海已成为中国食品饮料品牌破局增长的新爆点，在这一风口下，出海企业如何突破地域限制，精准制定国际化战略，抢占全球市场高地？从战略规划到落地执行，如何灵活应对跨文化挑战，实现品牌的全球化布局？本圆桌将围绕海外市场选择、产品打造、渠道铺设、品牌营销等议题，展开深入交流，揭示成功品牌出海的核心要素，助力您掌握全球市场的竞争先机！

AM 3月31日

- 9:30-9:40

开场致辞

周津 喜霖健康科技 创始人&首席执行官
- 9:40-10:00

抖音品类洞察：哪些高潜高增产品在抖音焕发活力

向尹 飞瓜 飞瓜行业经营总监

在短视频与直播电商高速发展的时代，抖音已成为功能大健康品类增长的超级引擎。本次演讲将解码抖音生态下的高潜赛道，深度解析功能大健康市场趋势与增长归因、爆款案例和运营策略，助力品牌精准布局、打造爆品。
- 10:00-10:20

打好“组合拳”，专利益生菌让体重管理更有感知度

郭新梅 锦旗生物 益生菌研发组负责人

体重管理正从“减肥焦虑”迈向“科学控体”时代，消费者的选择也愈发理性，更倾向于日常化、科学化的控体方式，并逐渐关注真实体感带来的轻盈体验。近年来，益生菌被证明可以通过改善代谢、调节脂肪吸收、抑制食欲等方式帮助控制体重，成为新的市场增长点。

从代谢机制到配方策略，再到体感验证，体重管理菌株如何破解“无感”困境，助攻轻盈管理？副干酪乳酪杆菌K56、动物双歧杆菌乳亚种CP-9如何通过科学循证，精准化、科学化地建立差异化优势，为消费者提供更优质的健康管理解决方案？
- 10:20-10:40

乳糖基益生元创新应用，解锁肠道健康新纪元

周清涛 保龄宝 解决方案中心总监

谁说碳水只能是“甜蜜的负担”？在运动营养和健康管理的前沿，功能性碳水正在华丽转身，成为运动达人的“能量充电宝”和健康生活的“全能守护者”！无论是助力高强度训练、加速运动恢复，还是调节血糖、守护肠道健康，它都能轻松拿捏。本次演讲将带您重新认识功能碳水的“超能力”：从科学配比到创新应用，揭秘它如何在不同运动场景下精准供能，同时为健康管理加分。通过最新科研成果和真实案例，我们将一起探索如何让碳水化合物从“负担”变“增益”，为运动爱好者和健康追求者打造更高效、更个性化的营养方案。
- 10:40-11:00

减糖新风尚，合成生物技术赋能天然甜味原料

裴亮 盈嘉合生 创新研发中心总经理

- 11:00-11:20

TWK10益生菌：激发运动潜能，焕新生命活力

余瑾璋 生合生物 技术业务总监

随着运动营养和健康老龄化趋势的加速，如何通过科学营养干预，提升运动表现并改善老龄群体的健康状态，成为行业关注的焦点。TWK10益生菌，一种突破性的功能菌株，正在用科学的力量回答这些问题。本次演讲将带您走进TWK10的世界，探索它如何通过增强运动耐力、促进肌肉健康，帮助运动爱好者突破极限；又如何通过支持健康衰老，为银发一族带来更高质量的晚年生活。
- 11:20-11:40

从“速食”到“优食”，酵母抽提物焕新冷冻食品风味

王捷 思宾格 中国区食品应用中心负责人

冷冻食品正迎来风味与营养的双重升级！随着消费者对便捷与健康需求的不断增长，冷冻食品市场蓬勃发展，但同时也面临风味流失、口感变化和清洁标签需求的多重挑战，如何破解一系列的技术难题？

酵母抽提物或许正是这场风味革命的关键，本次分享将深入探讨其如何焕新冷冻食品风味，提升品质和消费者体验？
- 11:40-12:00

不止肠道，益生菌多元守护银发健康防线

张甜 科拓生物 研发中心产品负责人

随着人口老龄化的加速，银发群体的健康需求正变得更加多元化和精细化。我们常说“肠道是人体的第二大脑”，而益生菌不仅关乎肠道健康，更在免疫调节、代谢管理、认知健康等多个维度，为银发人群构筑起全方位的健康防线。
- 12:00-12:20

逆龄之战！麦角硫因掀起营养抗衰老新赛点

何儒俊 仅三生物 合伙人兼原料副总

谁才是下一个抗衰老主力？

目前人体内发现的最强天然抗氧化剂——麦角硫因，被誉为“细胞守护神”，它的出现或能重塑营养抗衰老的“战局”。聚焦于新成分的抗衰老营养品，还需要迈过哪些技术与市场的门槛？

AM

4月1日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

吴蓓 ProVeg普罗维维 中国区执行总监

9:40-10:10

顺势演进 重塑增长：2025中国饮料市场发展趋势

郑治 尼尔森IQ 中国首席增长官

零售市场高度碎片化，消费需求分化，饮料创新如何实现更多人群、场景和渠道破圈？聚焦不同渠道场景，饮料品类结构有哪些变化？顺势而为、变中求胜，细分市场下饮料的新增长点是什么？货架竞争、降本增效、猎奇推新，饮料品牌如何脱颖而出？

10:10-10:40

好果子才有好果汁，国际巨头如何定义“黄金标准”

胡欣元 亚洲饮品食品创新咨询公司 董事总经理、前伊利创新助理总裁&前百事亚洲研发负责人
在果汁行业，“黄金标准”不仅是品质的代名词，更是品牌构建竞争壁垒的核心策略。以全球果汁巨头纯果乐（Tropicana）为案例，探讨国际企业如何通过原料筛选、生产工艺、品牌定位与消费者沟通等维度定义“黄金标准”，将“好果子”转化为“好果汁”，并以此驱动市场领导地位，为本土品牌提供从品质管控到价值传递的系统化参考，推动行业从“价格竞争”转向“标准竞争”。

10:40-11:10

需求进化，用“极致纯茶”突围茶饮内卷

蔡亚博士 健士星 创始人兼CEO、前联合利华大中华区技术董事&中国研究所创始所长
当“0糖0卡”成为基础门槛，价格竞争与同质化正在稀释行业的长期价值，怎样通过“极致纯茶”重构价值标准？从茶叶产地溯源到制茶工艺升级，揭秘如何通过“0添加、原叶冷萃、风味层次感”技术突破，满足高端消费者对“茶本味”的追求。
本话题将由世界茶和中药领域的顶尖专家蔡亚博士独家拆解茶饮高端化创新增长路径。蔡博士为前联合利华大中华区技术董事、联合利华中国研究所创始所长，曾主导引领全球茶饮体系的构建，率先提出现泡纯茶饮新的巨大商机；全面攻克国内外认为不可实现的“冰水秒溶”茶粉技术，突破即饮茶四十余年技术困局。

11:10-11:40

新中式，轻养生：解码中式养生水的爆款密码

王钟和 可漾饮料 创始人

年轻人的“续命”焦虑，让日常滋补的风吹到了中式养生水赛道。洛神梅汤、红豆薏米水、小吊梨汤...一款款中式养生水成为了消费者的新“水替”，这些爆款产品背后藏着怎样的深刻洞察？从成分、工艺到新场景，如何推动品类向更广阔的市场迈进？

11:40-12:10

全球创新品鉴 | 草本力量，探索无糖茶饮下一个新星

带您探索天然草本与无糖茶饮的融合革命，品鉴全球前沿即饮茶工艺与产品创新，见证一杯茶如何以“0糖+草本功能”重塑健康消费场景，开启从提神解渴到情绪疗愈的超级裂变！

PM

4月1日 下午场

14:00-14:30

以豆奶为代表，植物基饮品的价值升维和品类破界

孟海鹏 达利食品 集团产业部部长、集团饮料研发部部长

作为中国消费者最熟悉的植物基饮品，豆奶这一细分品类，暗藏着巨大的市场潜力。如何通过技术突破、内容营销和渠道创新打破市场壁垒，在“健康+场景+情绪”创新叠加下，实现价值升维，从而在植物基饮品市场竞争愈发激烈的今天，从众多品牌中脱颖而出？

14:30-15:00

不止于容器：如何用创新包装点燃饮品增长引擎？

曾婉琦 安姆科 亚太区创新市场负责人

在饮品行业同质化竞争加剧、消费者需求多元化的背景下，包装已从单一的功能性容器演变为品牌差异化竞争的核心战场。本话题聚焦饮品包装的创新逻辑，探讨如何通过材料革新、设计交互、科技赋能与情感链接，将包装转化为“流量入口”与“增长杠杆”。从环保轻量化、智能互动到场景化体验，拆解包装如何重构消费者决策链路，驱动品牌实现从触达、转化到复购的全链路增长。

15:00-15:30

从风味图谱提取爆款因子，揭秘2025饮料创新趋势

沈思懿 凯爱瑞 资深战略市场经理

从油柑、鸭屎香的崛起，到2024年席卷市场的轻乳风，一波波“小众”元素在新茶饮赛道成功出圈后，迅速成为包装饮料行业创新的灵感密码。在竞争激烈的饮料市场中，品牌想要杀出重围，该如何寻找下一个爆款因子？爆款需求的背后有着怎样的创新规律可循？

15:30-16:10

圆桌 | 新健康主义下，饮料品牌与消费者的双向奔赴

曹力 Nint任拓集团CMO、任拓大数据研究院执行院长（主持人）

蒋晓莹 香飘飘 品牌创新总经理

陈森 果子熟了 联合创始人

洪洲 野萃山 总经理

林罕 如果果汁 首席营销官

在“控糖、天然、功能性”需求爆发的时代，消费者对于饮料的健康属性要求日益严苛，健康与口味平衡、成分真实性争议、细分需求碎片化等成为困扰行业的问题。品牌如何通过科技创新、精准洞察和透明沟通，重构产品价值与消费信任？本圆桌将聚焦健康饮料赛道的升级逻辑，探讨品牌如何在配方革新、成分透明化、场景化营销第维度满足甚至引领消费者需求，同时分析消费者行为对于行业研发、供应链以及可持续发展提出的新挑战。

AM 4月1日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

司马向南 华食云创始人、中烹协预制菜专委会副秘书长

9:40-10:10

从“餐饮”到“餐桌”，解密品类流行密码

杨顺 高岩科技 总经理兼董事合伙人

从天水麻辣烫到云贵酸汤火锅，在线下连锁餐饮掀起的一波波美食热潮后，正逐渐成为餐饮食品创新的流量密码。作为直接接触消费者并快速接收反馈的场景，线下餐饮消费，最能直观反映消费需求的变化，也是餐桌食品多维度创新的重要依据。在外餐饮潮流如何影响在家餐桌品类的进化升级？餐饮菜系演变背后又捕捉到怎样的消费场景和人群变化？2025年又有哪些品类趋势机会呢？

10:10-10:40

国味新潮，中式味道的革新迭代

徐征浩 卡夫亨氏 中餐餐饮市场负责人

餐饮百味在融合中不断丰富创新，伴随着中华文化和国潮的衍变，消费者对“中国味”的追求愈发浓烈。从层出不穷的创新酱料到地域风味美食的升级迭代，中式风味如何在传承与创新之间找到平衡？西式风味对中餐的影响如何激发全新的融合灵感？当中式餐饮风味持续升温，调味品的中式味道又该如何革新迭代？地域风味美食还有多少种可能性？

10:40-11:10

守味创新，百年丘比的匠心与突破

金家正 丘比中国 副总经理

不止是“沙拉酱天花板”，更是健康饮食风潮的引领者。百年丘比如何用一瓶沙拉酱撬动全球市场，将健康、便捷、美味的饮食理念深植人心？从家庭厨房到餐饮服务，丘比如何满足不同用餐场景的需求，推动健康饮食文化的全面变革？

11:10-11:40

“黄金玉米”食材如何撬动新消费蓝海

郭顺杰 四平市委常委、副市长

从鲜食玉米频出，到统一、农夫押宝玉米汁，继番茄爆火后，新鲜清甜又营养的玉米呈现出快速走红的趋势。玉米产品的市场潜力有多大？从产业上游到产品深加工，再到消费需求，如何进一步挖掘玉米品类的商业价值？

11:40-12:20

圆桌 | 餐桌新貌，捕捉新需求激发新增量

司马向南 华食云创始人、中烹协预制菜专委会副秘书长（主持人）

于淼 叮咚买菜 副总裁兼任预制菜事业部CEO

冷怡佳 燕窩总 总经理

刘群 小黄象 联合创始人

翁博成 麦子妈 创始人兼CEO

消费习惯与饮食需求的变化正推动餐饮市场全面升级。一方面，从质价比到健康至上，从情绪化需求到懒人即食，消费者的餐饮需求正从“吃饱吃好”迈向“吃得有意义”。另一方面，外卖、堂食、零食化等场景不断细分，用餐场景的选择将更加多元化。在更细分更多元的用餐场景中，品牌如何打破场景边界，精准触达消费者痛点？如何通过供应链的优化调整，提升场景体验？新餐桌食品在食用方式、产品形态、场景体验等方面又有哪些创新机会呢？

12:20-13:30

全球新品鉴 | 主食替代，健康新范式

上一个冲击主食地位的是魔芋，下一个会是谁？豆类、杂粮已经开始在全球市场上以主食姿态绽放，新品种如何掀起一场主食革命，又将如何叩开商业市场的大门？

PM 4月1日 下午场

13:30-14:00

2年从0到3亿，中式轻食“野马”如何撬动千亿市场？

邢正轩 野人日记 CEO

在速食、单身经济和万亿早餐市场的推动下，中式面点被推向新风口，蜕变出新样貌。小众品类开始崭露头角，新口味新配方不断涌现，搭上健康轻食的快车，新中式面点也逐渐成为年轻人餐桌上的新宠，搅热千亿速冻市场。更懂“中国胃”的新中式轻食品牌，如何打破传统边界，挖掘更多消费场景、塑造品牌价值，打造具有市场竞争力的大单品？

14:00-14:30

新场景新思维，传统餐桌食品的安心之路

邓中华 一米八海洋科技 CEO

把深海大黄鱼做成馄饨，策划海鲜线下路演试吃...在物产资源丰富、却仍以初级加工为主的中国农产品加工业，从农产原料到产业，再到最终餐桌产品，存在着巨大的革新机会和发展空间。在健康饮食和品质体验至上的时代下，以一米八为代表的食品科技公司相继跨界布局，为中国传统餐桌食品焕新注入旺盛的活力。这些带有互联网基因的企业，在产业优化、产品创新、消费者教育等方面，能为行业带来哪些启示？传统餐桌食品+现代科技，在新消费场景下又能讲出怎样的新餐桌故事？

14:30-15:00

争鲜抢厚，天味的创新破局之路

喻涛 天味食品 品牌中心高级市场策略经理

过去三年里，调味品市场一直保持着良好的增长势头，大品牌不断创新稳步前行，新锐品牌也在迅速崛起，奋力加入战局。面对这场厨房里的“战役”，调味品企业如何找到增长的最优解？在战略布局上，如何通过深耕细分赛道，实现品牌的持续扩展？用户需求的变化和产品创新如何推动品牌抢占未来市场？跨界创新与合作将催生怎样的新生意机会？

15:00-15:30

“万物皆可”到“让世界爱上中国松露”

华立夫 曾味Sumerians 创始人

松露正掀起一场风味革命。从野生菌到风味食品，再到调味品，松露的形态千变万化。抢占新餐桌，松露还有多少种可能？在培育消费者心智这件事上，松露走到了哪里了，还有多远要走？

15:30-16:00

“酸汤”的万千风味，探索味型创新的新边界

邓立威 聚慧餐调 高级市场合伙人

酸汤味型凭借健康、成瘾性和地域文化的独特魅力席卷全国。从火锅到烤鱼再到跨界零食，酸味风潮展现了极大的创新潜力和商业价值。从口味配方创新和场景延展来看，酸味味型还有哪些突破方向？品牌又如何借助“酸汤+品类”开发各类美食，并在市场上建立差异化优势？

16:00-17:00

从农场到法国餐桌，山羊奶酪的进阶之路

Olivier Clanchin Olga集团 董事长

从小村庄的羊奶供应商，到走上法国国民餐桌，Olga旗下山羊奶酪品牌Petit Billy借助定位新鲜、品质并适配本土化饮食的产品布局和渠道布局，在四十年的发展过程中持续受到各时代消费者的喜爱与追捧。透过Petit Billy的发展历程和产品策略分析，品牌如何结合当地日常饮食文化一步步渗透国民餐饮消费场景？地域性传统餐食如何与时俱进，绽放出“现代时尚”的光彩？

AM 4月1日 上午场

- 9:30-9:40

开场致辞
丁岚 植营生物科技 CEO、医疗健康管理博士
- 9:40-10:10

功能营养全景洞察：解码各年龄段健康需求与商机
李瑞怡 英敏特 客户成功与洞察总监
中国消费者的健康需求在不断演化，在全面养生热潮下，功能性营养健康品类纵横生长，纵向细分功效、专业化不断深化，横向多元形态适配多元场景。新圈层崛起、新场景爆发，什么样的核心增长点更能打动消费者？尤其是当下大家都在探讨的养老问题，针对备老族和中老年群体，应该如何洞察他们的痛点？面对越来越“卷”的市场，精细化健康管理产品创新将成突围之道，本话题将带您解锁各年龄段消费者的健康需求和商机洞察。
- 10:10-10:40

新生态新模式创新，打造不一样的产品力与竞争力
张旭光博士 蒙牛集团副总裁、全球研发创新中心营养科学研究院负责人
功能食品产业快速发展，将迈入“卷科技”时代。随着行业与消费者越发关注产品概念、配方、核心成分及功效证据，技术的质量与差异化，将成为产品脱颖而出的核心竞争力。如何高效推动研发成果形成专有技术卖点，精准攻占消费心智，是所有企业平衡研发投入与市场回报的关键。从原生营养素强化牛奶，到保健食品功能性酸奶，再到为中老年群体打造的专属健康奶粉，蒙牛集团逐步将乳制品打造成强化营养的绝佳载体，同时也依托其品牌集群、供应链及研发创新体系的优势，探索全新的产学研合作生态模式，提升转化效率，最终实现营养健康新质生产力驱动下的产业升级。
- 10:40-11:10

抢占市场新赛道，“益生菌+X”助力功能营养日常化
叶育彬 均瑶健康 首席科学官
功能营养正从“特定场景”向“日常刚需”升级，消费者不仅关注健康功效，更追求日常化、科学化和体感体验。如何用益生菌精准调控健康，助力功能营养从配方科学、产品创新到消费体验全面升级？本次分享将深度解析如何打破传统营养补充的边界，通过精准配方+创新体验，让功能营养真正走进大众日常生活，抢占健康市场新赛道！
- 11:10-11:40

GLP-1通路新解法，微生态制剂的创新“食疗”法
陈娟 慕恩生物 副总裁
随着GLP-1类药物的崛起，这类对血糖调节和体重管理具有显著效果的成分正在引领一场前所未有的营养革命，不仅为肥胖、糖尿病等慢性疾病的治疗提供了创新思路，也为健康管理开辟了全新的局面，重新定义了消费者对“食疗”的认知。
微生态药物与制剂的突破性进展开启了糖脂代谢管理的新纪元，从活菌药物到益生菌和微生态制剂，如何找到“类司美”的最优解。如何将这些创新成分与现代营养需求结合，又应如何在便利性和安全性上提升用户体验感？“战斗菌”AKK作为益生菌领域的一颗新星，在糖脂代谢中将发挥怎样的作用机制，又如何转化为更加落地的营养解决方案？
- 11:40-12:10

掘金运动营养场景，解锁蛋白肽的N种应用可能
赵子方 华研胶原 副总经理兼研发中心总经理

PM 4月1日 下午场

- 14:00-14:30

顺势而营 全面滋养，趋势营养品助力健康中国
宋常月 京东健康 营养保健业务部跨境生态组负责人
抗衰老已不再是60+群体的专属需求，而是呈现出愈发年轻化的趋势。从年轻人的“初老焦虑”，再到中老年群体对营养保健食品和健康管理的衷，“延缓时间的脚步”已成为全龄段消费者的核心诉求。在老龄化加速冲击之下，抗衰老产业正迈入一个“全面需求时代”。当抗衰老成为新老年轻经济的关键词，千亿市场如何掘金？
- 14:30-15:30

从杜坎减肥法到控糖x地中海饮食，纤食体重管理新思路
Pierre Dukan 杜坎创始人、杜坎纤食瘦身法创造者
Pierre Dukan（皮埃尔·杜坎）作为全球知名的健康饮食方法论创始人，凭借其开创性的“杜坎减肥法”及“控糖x地中海饮食”理念，已在全球健康饮食领域树立了深远影响。Pierre Dukan通过创新的饮食模式，重塑了全球体重管理和健康饮食的标准，并在减肥、营养抗衰老、体重管理以及生活方式调整等多个领域引领趋势，赢得了全球消费者和营养业界专家的广泛认可。
这次，Pierre Dukan将其创新饮食理念带入中国市场，共同开启纤食体重管理的新思路，共推“控糖x地中海饮食”的创新热度。Dukan全系列控糖/减肥产品也将亮相现场进行品鉴。
- 15:30-16:00

千亿蓝海：低GI主食从科研破壁到消费爆发的健康革命
陈媛 江南米道 总经理、稻院士品牌创始人
“体重管理年”实施在即，在严峻的健康挑战背后，改善血糖管理低GI食品越来越成为大众关注的饮食焦点。在飙升的低GI饮食需求下，低GI开始渗透食品饮料的各个品类，并逐渐向更日常的主食领域蔓延。但低GI食品快速发展的过程中，往往也存在口感体验、大众普及的痛点。在这风口之下，传统主食如何应对口感体验与营养功能的挑战？在更多变更细分的消费需求下，低GI主食还存在哪些创新机会？面对推向大众化的困局，低GI主食又该如何进一步渗透国民的消费场景？
- 16:00-16:30

从一颗软糖开始，打开个性化营养的无限可能
朱志文 UPSA Nourished 中国业务开发负责人
只需一颗软糖，就能同时摄取7种营养，而且还是100%植物基、无糖的健康选择！Nourished 以3D打印技术颠覆传统补充剂模式，让个性化营养变得既高效又有趣。通过独特的“七层堆叠”技术，Nourished 为不同生活方式和健康目标的消费者量身打造专属营养方案，让每一颗软糖都精准匹配个体需求，打开了新的商业空间。从品牌创立的奇思妙想到“软糖里的黑科技”，Nourished 如何凭借科技创新和精准洞察赢得市场？又是如何通过与 UPSA 的合作在法国药房市场迅速蹿红？未来，这些重新定义健康管理方式的个性化营养产品，又将如何拓展全球版图？



X



X



AM 4月1日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

拳拳 广告门超级单品 总经理

9:40-10:10

焕新与恒久，品牌增长的新时代

张霖 凯度洞察 中国区董事总经理

年轻消费势力崛起，品牌正面临一场“焕新”革命：既要融入多元场景，抓住新人群，探索新沟通方式，驱动年轻化增长；又要平衡传统与创新，在“变”与“不变”中找到品牌重塑的锚点。如何从产品设计、品牌沟通、用户价值层面，持续焕发品牌的新鲜感与吸引力？如何构建强大的品牌号召力，成为年轻人心目中既能玩梗造梗，又有趣、有价值的品牌？

10:10-10:40

从单向输出到双向奔赴，天润乳业“霸总式宠粉”营销密码

范珂 天润乳业销售公司 执行董事、总经理

既听劝又宠粉的品牌“霸总”谁不爱？

在消费者主导的时代，品牌营销不再是“独角戏”，而是与消费者一起“共创”！如何把消费者的只言片语变成产品创新的金石良言？如何树立听劝人设，打造让年轻人直呼“会玩”的品牌，实现品牌与消费者的双向奔赴？

10:40-11:10

讲好品牌故事，真诚才是必杀技

车路 环时互动创意群总监、环动创想创始人

从感冒灵5G冲浪选手式的出圈营销与传播，到五芳斋别出心裁和曼城的联名，将足球和月饼巧妙联动...

从社交媒体的爆点运营，到如何精准触达客户、收获口碑，再到更高层面的品牌运作，营销的魔法在哪里？如何将商品转化为情感容器？什么样的沟通方式，才能真正走心，让消费者主动参与？什么样的品牌故事，才能打动人心？本演讲将带来一手案例，揭秘那些现象级案例背后的故事与策略！

11:10-11:40

回归品牌审美，好设计让包装会说话

迟谦 糖盐创意 创始人、前潘虎团队设计总监

从洞察消费者审美到精准传递品牌故事，再到美观与实用的巧妙平衡，包装设计为品牌打造出了不可复制的辨识度。那些让人一眼心动的产品包装究竟是如何诞生的？设计和体验如何影响购买决策，通过视觉元素吸引消费者注意力，并传递“高价值感”？

PM 4月1日 下午场

14:00-14:30

内容+人工智能，驱动商业增长

任远 特赞科技Tezign 首席战略官

AI技术正在帮助品牌进入内容与科技的奇妙碰撞时代，在食品饮料行业，面对市场触点的急剧增长，新品迭代速度加快，渠道碎片化加剧，品牌如何构建智能内容引擎，实现「生产-优化-沉淀」闭环，将单次营销投入转化为持续增值的数字资产库？如何让每一支广告片、每张产品图都成为驱动未来增长的齿轮，实现从流量消耗者到价值创造者的进化？

14:30-15:00

从心动到行动，用情绪营销撬动增长

王琨珺 汉威士媒体集团 资深策略合伙人

在竞争白热化的时代，情绪已经成为品牌与消费者之间的最强纽带。如何精准捕捉年轻人的情绪痛点，用共鸣打破心理防线，将品牌融入消费者的情感世界，让每一次触达都直击内心，让喜欢变成购买，让共鸣变成忠诚？我们将揭开情绪营销的底层逻辑，探索如何用情感的力量重构市场增长，让品牌成为消费者心中不可替代的“情绪搭子”，成为穿越经济周期的品牌资产杠杆。

15:00-15:30

从0到亿级GMV：品牌如何在微信生态实现跨越式增长？

魏霆锋 零一数科 创始人、CEO

“微信蓝包”送礼引爆了微信电商增长。25年视频号月销售额破亿的直播间开始批量涌现，三只松鼠春节期间送礼总销售额超过1000万，特仑苏除夕当日微信小店GMV环比增长20倍...微信生态成为品牌寻找增长突破口的量级新风口。

品牌如何构建微信生态销售额的增长科学逻辑？如何玩转“内容-社交-商业化”的闭环，构建公私域“内外一体化”矩阵？如何通过用户分层、精细化运营，挖掘更多价值与增长潜力？数据如何驱动实现全渠道的打通和协同效应？

15:30-16:00

圆桌 | 全域生态营销的进化，寻找确定性增长新路径

狮明亮 全域增长体系创始人、全域增长研究院院长（主持人）

陈晨 汤臣倍健 用户资产运营负责人

展冉 蒙牛三只小牛 整合营销总监

孔馨宇 交个朋友电商学苑 全国渠道总监

王雨辰 微盟 私域运营解决方案负责人

面对消费者全链化的媒介接触路径，营销已不再是局部战场，而是全局博弈，跨越整合成为品牌成功的必然趋势，从私域到全域，品牌如何在公域实现广泛触达，在私域完成深度互动，双向驱动超级用户的增长？随着公私域边界逐渐模糊，品牌又该如何整合线上线下资源，实现全域种收？

本场圆桌将聚焦全域营销生态的进化，从打造爆款内容、提升用户信任感、到高效转化，全面探讨品牌确定性增长的路径。“种草容易，成交难？”“投流有用，还是品牌更重要？”“公域流量与私域运营如何协同发力，让1+1>2？”这些营销人的灵魂拷问，都将在这场高能对话中找到答案！

AM 4月2日 上午场

9:30-9:40

开场致辞

房家毅 中日消费零售专家、挑战者资本首席战略官

9:40-10:30

氨基酸的力量：从实验室到赛场如何赋能运动表现？

溝上謙一 味之素中国 总经理

篠原陽祐 味之素中国 研发中心总经理、食品研发专家

徐青 味之素中国 副总经理

在长达100多年的氨基酸研究开发中，味之素发现了可以为运动做出贡献的“氨基酸的力量”。从实验室到赛场，氨基酸在不同运动场景的应用和配比应当如何设计，才能更具备针对性？

本场演讲，味之素将分享如何基于百年氨基酸科研积淀，通过精准营养方案设计，将实验室成果转化为赛场上的实际突破。在此基础上，味之素还在尝试融合代谢分析与AI算法，推动运动营养从“通用补给”迈向“千人千剂”的个性化时代。

10:30-11:20

从明星产品「Jagabee」和「水果谷物麦片」的成功，揭示卡乐比的强大秘诀

纲干弓子 卡乐比株式会社 营销本部企划部 薯片部部长

诞生于1949年，已经76岁的卡乐比被誉为日本零食帝国，旗下多个产品系列长年稳居日本市场占有率第一，两大经典爆品：Jagabee 颠覆传统薯片形态，凭借完整切条工艺+低温慢炸技术，稳居日本乃至亚洲市场薯条零食品类的头部，成为现象级产品；而水果谷物麦片则精准切入健康饮食赛道，以冻干水果技术与谷物口感优化，长期霸榜日本麦片市场第一，重新定义“美味与健康”的平衡。Jagabee 如何突破薯条市场壁垒，持续引爆消费者需求？水果谷物麦片如何抢占日本早餐市场，构建品类王者地位？

本场演讲将深度揭秘卡乐比如何打造超级爆款、精准捕捉市场风口，并以极致产品创新驱动长期增长。穿透超级产品的底层逻辑，这将是一场关于产品创新与长期畅销秘诀的重磅解析！

11:20-12:10

0-100岁全龄美味：日本丘比如何赢得“长寿市场”

佐藤健治 丘比中国 营业本部健康事业总监

由日本各年龄层饮食发展看中国市场新机遇。从健康变老理念到通过食疗助力各年龄层人群健康、慢病预防管理，再到情感化营销和体验共鸣，如何靠美味和健康赢得“长寿市场”？

PM

4月2日 下午场

14:00-14:50

「一番榨」的秘密：麒麟啤酒如何用“极致”赢得全球味蕾

土桥慧 麒麟（中国）投资有限公司 未来创造室室长

当全球精酿浪潮席卷而来，麒麟啤酒的“一番榨”却以近乎执拗的“减法哲学”征服世界——只萃取第一道麦汁，舍弃多余杂味；从北海道的水源净化到发酵窖的毫秒级温控，这种对极致的追求不仅让“一番榨”成为米其林餐厅的标配清啤，更在50余国掀起“纯粹主义”消费风潮。

传统工艺如何与当代味觉对话？本次演讲，麒麟将分享如何通过风味锁定技术与本地化供应链适配，确保各国市场的产品口感一致性，同时针对高端市场推出差异化产品线（如低醇、无糖版本），推动海外销量不断增长？

14:50-15:40

明治乳品包装解码：从“眼睛看到”到“心里想要”的日式心域营销

笹田陽勇 Bravis博拉比思创意设计 品牌战略咨询部总监

日本食品包装设计一直以来都是一个谜中之谜，除了表面上的美学外，背后更蕴藏着文化、人文、历史、心理等各方面的内涵。尽管现在的社交和传播渠道越来越无边界，但还是鲜少有人知道日本设计思路的来龙去脉，以及它是如何一步步走红，为产品及品牌带来高附加值和人气值。

本次演讲邀请到了明治乳品背后的设计公司，来分享他们如何通过对于日本消费者内心需求的捕捉，用更走心的设计，更亮眼的包装，从视觉上抓住消费者的心？

全球70+市场，3000+新品爆品特别策展

Foodaily研究院从全球70多个国家和地区300,000多款年度新品中严选出3,000多款创新产品，在现场进行创新展示与品鉴，从品类、消费场景、商业热点、品牌案例等全方位深度解析并呈现，为产品创新决策者们带来足不出户看遍全球市场创新的沉浸式体验之旅，捕捉灵感、掌握新机。



全球创新品鉴

全球视野·本土落地·创新解决

7大 品类创新

覆盖7大品类、50+细分品类、20+特色主题，一次全方位沉浸式灵感风暴

10大 消费场景

深挖10大热门场景和生活方式，读懂背后的消费需求与产品满足，并现场还原落地体验

10大 新XIU品牌

解剖10大海外创新品牌案例及其全线产品，复盘品牌增长与产品创新路径

N个 Go!Talk 创新之旅

独家策划专业打卡路线，边走边交流边品鉴，让灵感可视化，让创新被链接被落地



每日食品创新手册 (小黄书)



FOODAILY FBIC 全球创新品鉴

新XIU品牌

解剖10大海外精选创新品牌及其全线产品，探索创新思路

Foodaily FBIC2024

Moju 功能饮料核心

可果美 从普适巨头到果糖汁 TOP华新转变

Olipop 甜起益生菌 苏打水狂热

Blue Diamond 坚果类食品的创新引领者 引领零食化 奶膳生活方式

Sargento 奶酪生活方式

Chamberlain Coffee KOL起家的2代影响力品牌

Celsius 新健康定位轻量的 能量饮料新界

Q positiv 新补剂品牌 提升女性健康“颜值”

惠心集团 日本顶级伴手礼品牌集团

Picard 市场份额超20%的 法国预制菜标杆

FOODAILY FBIC 2024
全球食品饮料创新大会
2024年5月9-11日 国家会展中心 (上海)

FOODAILY EXPO 全球创新品鉴

2025 全球创新品鉴

一场沉浸式创新产品体验

「品类创新」展区
产品全球成功案例，3000+SKU新品及50+大品类划分，涉及50+细分品类

「趋势洞察」展区
Foodaily研究院独家，35+品类重点趋势，700+关键词及产品，创新趋势洞察

「新XIU品牌」展区
全球顶级品牌，解剖10大海外创新品牌，精选100+全球产品，开拓创新思路

「消费场景」展区
年度10大消费场景，匹配300+全球产品，带你读懂消费者需要什么

「创新私享会」沙龙
- 全球供应链的超级主场，商家主理人深度洞察
- 行业重点命题下的开放式研讨

FOODAILY EXPO 2025
全球食品饮料创新大会
2025年3月30日-4月2日 上海 国家会展中心

FOODAILY FBIC 全球创新品鉴

2024食品饮料年度消费场景

联合发布
挖掘10大热门场景和生活方式
读懂背后的消费需求与产品满足

Foodaily FBIC2024

01 新生场景 # 新生场景 精“智”管家 从传统到智能生活	02 独居食代 # 独居食代 从独居到独居生活	03 银发乐活 # 银发乐活 从银发到银发生活
04 反倦充电 # 反倦充电 从反倦到反倦生活	05 发疯治愈 # 发疯治愈 从发疯到发疯生活	06 户外野趣 # 户外野趣 从户外到户外生活
07 放肆赶“节” # 放肆赶“节” 从放肆到放肆生活	08 贴心赠礼 # 贴心赠礼 从贴心到贴心生活	09 轻奢慢养 # 轻奢慢养 从轻奢到轻奢生活
10 严肃营养 # 严肃营养 从严肃到严肃生活		

FOODAILY FBIC 2024
全球食品饮料创新大会
2024年5月9-11日 国家会展中心 (上海)

扫码查看“2024全球创新品鉴产品手册”

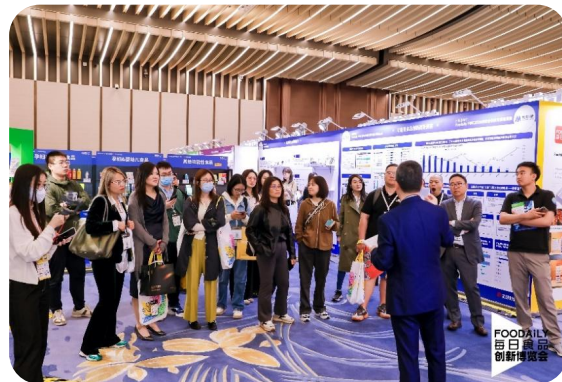
「创新私享会」定位于“深度，落地，闭门分享”，由Foodaily围绕行业热点、年度十大消费场景、细分品类赛道或新商业机会，通过邀约行业智库、创新解决方案服务商及创新品牌决策人等产业链创新影响者，围绕具象问题深度分享经验、洞察与见解，分享主题涉及产品创新、技术创新、数字营销、包装创新等版块。

同时，创新私享会还将结合Foodaily创博会重磅策划的「全球创新品鉴」、概念共创等环节，实现深度内容研讨、创新产品体验与共创、精准客户与资源链接。



「Go!Talk创新之旅」是Foodaily基于全球创新品鉴和创博会中参展的创新品牌与企业，而特别策划的主题深度体验活动。

我们将以某些热门话题关键词为线索，设置不同的主题体验路线，邀请行业大咖、资深专家、KOL达人等，通过直播与讲解的形式带领现场与线上观众一起边走边交流边品鉴，跟着他们从不同视角沉浸式体验产品、理解产品背后的需求与故事，让灵感被激发被可视化，让创新被链接被落地。



全体峰会



品类&主题分论坛



创新私享会-咖啡专题



抖音专场私享会



十大消费场景-小红书共创



2025 Foodaily创新大会将联合100+优质创新解决方案服务商共同打造食饮创新高地

我们将要邀约200+重磅演讲嘉宾进行精彩分享，预计将吸引5,000+品牌和产品决策人参会

100+个

优质创新解决方案服务商

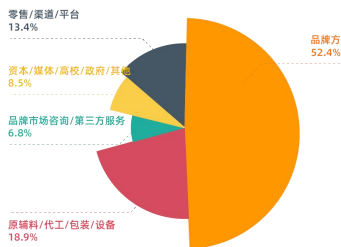
200+位

重磅演讲嘉宾

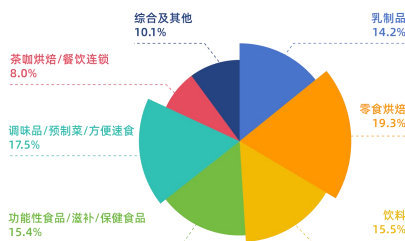
5,000+位

品牌和产品决策人

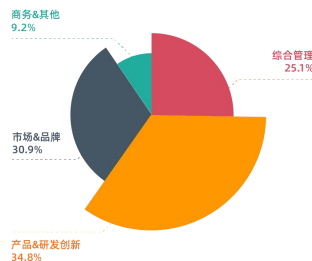
参会嘉宾行业分类占比



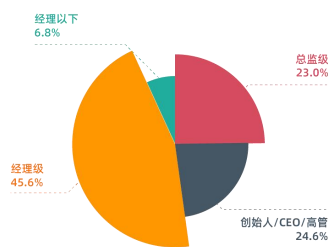
品牌方参会嘉宾品类占比



品牌方参会嘉宾职能占比



品牌方参会嘉宾职级占比



FOODAILY EXPO

全球食品饮料创新博览会 暨每日新潮食品节

全球食饮创新优品的中国首发平台和生态链接平台

同期展会及战略合作:



🕒 2025年3月30日-4月2日

📍 上海·国家会展中心



500+ 创新品牌

50,000+ 特邀买家

70,000m²+ 展览面积

5,000+ 全球新品

100+ 会议&商贸活动

300,000+ 全馆专业观众

创新品牌展

全球食品饮料创新大会

iSEE全球奖

全球创新品鉴

新潮食品节

📍 8.2H

2025 每日新潮食品节（特别主题策划区）

年度10大消费场景体验区

iSEE嘉年华市集

HOTELEX上海国际咖啡美酒节

📍 4.2H

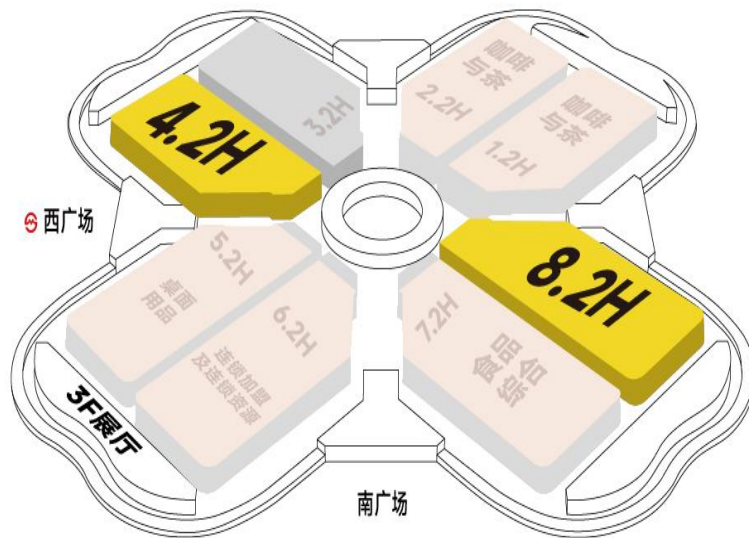
Foodaily全球食品饮料创新博览会

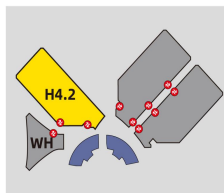
第十届Foodaily全球食品饮料创新大会

全球创新品鉴

第七届iSEE全球奖年度盛典&颁奖典礼

iSEE大赏





iSEE年度盛典

全球食品饮料创新大会

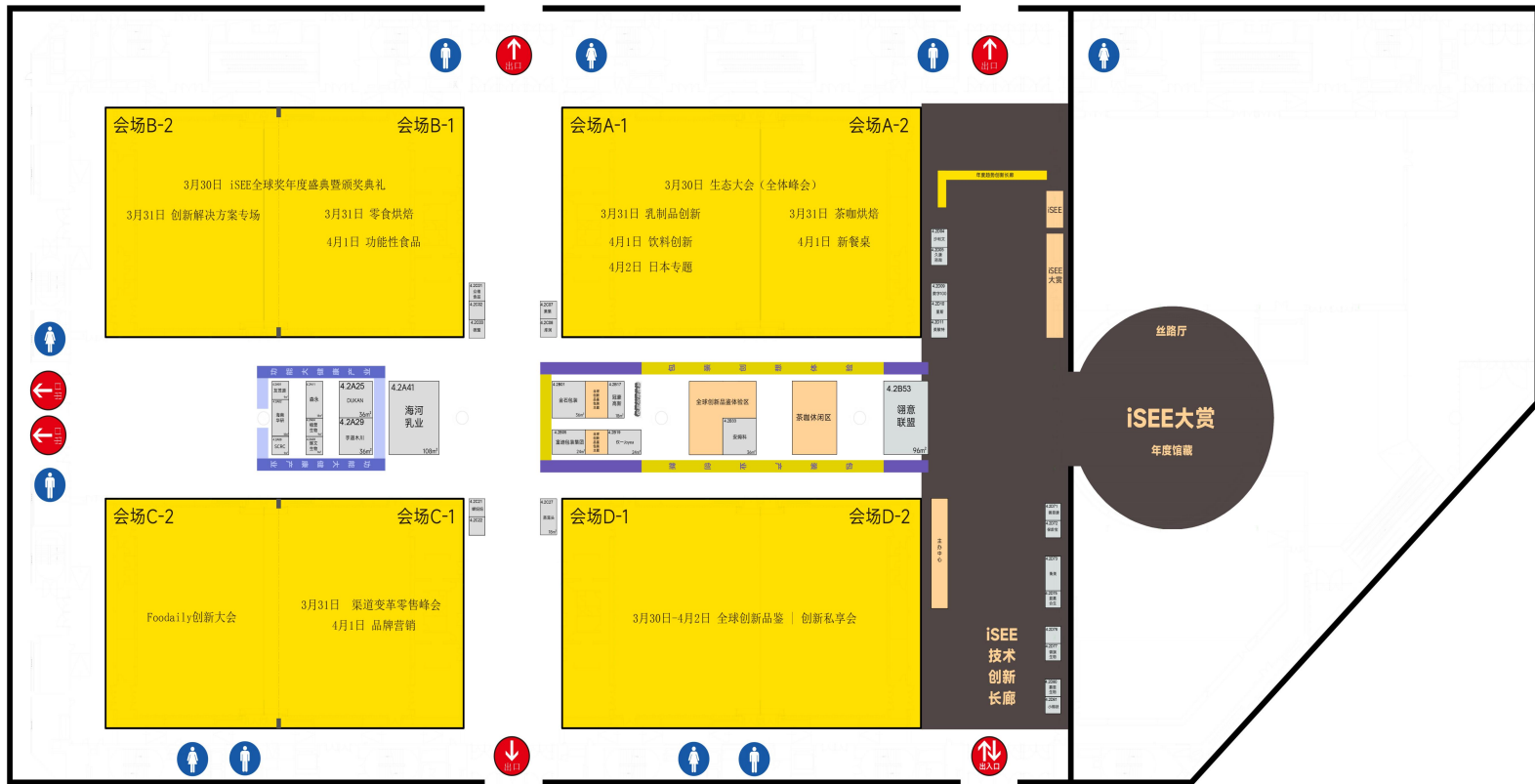
01 通道门

 双向出入口

 禁止通行

 女洗手间

 男洗手间



CONTACT US 联系我们



参会报名: Betty

电话: 17751198142

邮箱: bettychen@foodaily.com

*如已添加Cherry或Betty其他微信,
无需重复添加



演讲&赞助: Reena

电话: 15895406226

邮箱: reenazeng@foodaily.com



展位合作: Ivey

电话: 17712637468

邮箱: ivey@foodaily.com



媒体合作: Jennifer

电话: 18913699249

邮箱: evaliu@foodaily.com