

新经济 | 新业态 | 新消费



第二十七届

郑州全国商品交易会

THE 27TH ZHENGZHOU NATIONAL COMMODITY FAIR

郑州国际会展中心

2021.10.15-17

主办：河南省人民政府

承办：郑州市人民政府 河南省商务厅

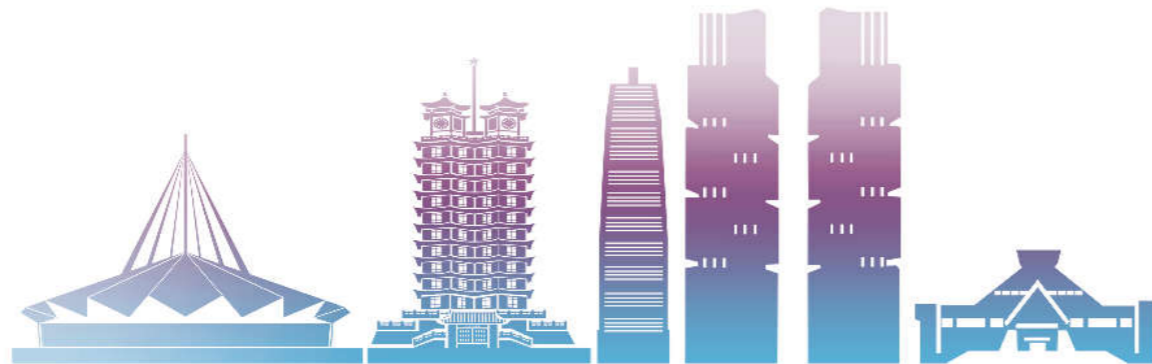
展会报告



## 目录 | Contents

一 展会综述	/ 01
二 展区介绍	/ 08
三 会议介绍	/ 14
四 展会宣传	/ 21
五 专业观众	/ 23
六 郑在热卖	/ 27
七 绿色搭建	/ 30
八 疫情防控	/ 32
九 数据分析	/ 34
十 未来展望	/ 39

# 展会综述



EXHIBITION REPORT  
壹

展会报告



郑州全国商品交易会(简称“郑交会”)是河南省人民政府主办,郑州市人民政府、河南省商务厅承办的全国大型商贸活动,自1995年至今,已成功举办了27届,是中部地区集商品贸易、信息交流和各种经济合作于一体的、较有影响力的商品贸易展示平台,是构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进新发展格局的窗口,对促进全国商品流通、加强区域经济合作起到了非常积极的作用。

2021年10月13日,第二十七届郑州

全国商品交易会新闻发布会在郑州国际会展中心召开。郑州市政府副秘书长、郑州全国商品交易会筹委会办公室主任王义民,郑州市商务局局长、郑州全国商品交易会筹委会办公室副主任张波,河南省商务厅国内经济合作处副处长刘汝良,郑州市会展业促进中心主任、郑州全国商品交易会筹委会办公室副主任王洪波出席了发布会。郑州市委宣传部新闻发布办主任崔源出席并主持了新闻发布会。中央、省、市及网络30余家媒体与会,通过视频、图文等



报道形式，对郑交会进行了立体式、多方位的宣传。

2021年10月15日至17日，第二十七届郑州全国商品交易会在郑州国际会展中心隆重举行。

出席开幕式的领导有：河南省人民政府副省长费东斌，郑州市人民政府市长侯红，河南省商务厅副厅长孙敬林，郑州市人民政府副市长史占勇，郑州市人民政府秘书长薛永卿，河南省贸促会副会长刘兵，商务部流通产业促进中心流通消费处处长牛宜斌，郑州市商务局局长张波，郑州市会展业促进中心主任王洪波，筹委会各成员单位负责人等。

出席开幕式的国内商协会嘉宾有：中国商业联合会副会长、中国烹饪协会会长傅龙成，中国副食流通协会会长何继红，中国—东盟商务理事会理事长许宁宁等。

本届郑交会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记视察河南重要讲话重要指示，以“扩大开放、合作交流、繁荣市场、促进消费”为宗旨，积极落实省政府关于灾后促消费工作部署，助推消费市场快速回暖，围绕



民生消费领域优化展会布局，服务郑州国际消费中心城市建设和中原更加出彩增添浓彩。

展会展览面积6万平方米，涵盖黄河流域商品、餐饮与供应链(含乡村振兴农副产品)、运动休闲用品、礼品赠品、茶文化、商超供应链、家电、人居文化与房产等展区；来自国内30个省、市、自治区的参展企业989家，其中省内参展企业301家，省外参展企业688家；设立标准展位712个，特装展台面积1.8万平方米；吸引采购商和观众超10万人次(省内8万人次，省外2万人次)，现场采购订单达20.98亿元，省外参展企业数量和现场采购订单额，均较往年有大幅提高。

本届郑交会名企荟萃，商贾云集，同期举办了十多场不同业态的高峰论坛活动，众多商界精英以会促商，以会交友，实现了会展深度融合，达到了以展带会、以会促展的效果，为推动产业发展，助推城市经济繁荣迈出了坚实步伐。



## 特色及亮点

### (一)促消费,助力消费市场加快回暖

郑交会作为政府主导型展会,主动承担以展会促消费的使命担当。展会围绕与民生密切相关的吃、穿、住、用等商品,给予消费者促销降价、红包补贴、特价爆款等优惠措施,全面营造“促消费、惠民生”活动氛围。餐饮与供应链展区设立的乡村振兴农副产品板块颇受消费者欢迎,登封市、中牟县、卢氏县、岳西县等地参展产品全部售罄,现场销售额超过 20 万元,为巩固脱贫攻坚成果、助力乡村振兴、帮扶脱贫地区农副产品市场推广提供了良好平台。家电展区现场采购订单量超过 1.5 亿元,商超供应链展区采购订单量达 18 亿元。

### (二)搭平台,助力产业链、供应链融合创新发展

创新是郑交会保持长久不衰旺盛生命力的核心要素,本届展会围绕餐饮、商超、零售等行业,组织相关产业上下游企业共同参展,汇聚行业全产业链企业集中展示,宣传推广全行业具有一定代表性的特色企业,促进产业链企业之间的交流交



易,以会展项目平台推动产业链、供应链融合创新发展,为落实党中央提出的推动产业链、供应链现代化水平提升,加快发展现代产业体系推出新举措新方法。

### (三)汇智能,助力传统服务业提质升级

本届郑交会围绕商超业态、餐饮业态打造行业大会、商贸洽谈和零供对接活动,同期举办了“2021 全国自有品牌大会”“中国(郑州)商贸物流大会暨第五届中原批发商大会”“中部好餐饮产业大会”“2021 餐饮数字化营销论坛”“2021 餐饮内容营销论坛”“中原斗茶大赛”等系列活动。通过大咖分享、行业案例交流、对话论坛等,汇聚行业发展智慧,丰富展会新内涵,以“展+会+活动”的多种形式搭建“商企合作”“经验交流”“创新分享”等平台,助力传统服务行业在新发展格局下提档升级。

### (四)新形态,助力会展行业创新发展

本届郑交会坚持创新办展办会,以“互联网+”打造“线上+线下”新会展。通过与互联网线上招商平台(火爆食材招商网)、移动端微商城(有赞微商城)等合作,构建线上 PC 端+移动端+线下会展三平台融合发展的会展新模式,为参展客户提供覆盖全年



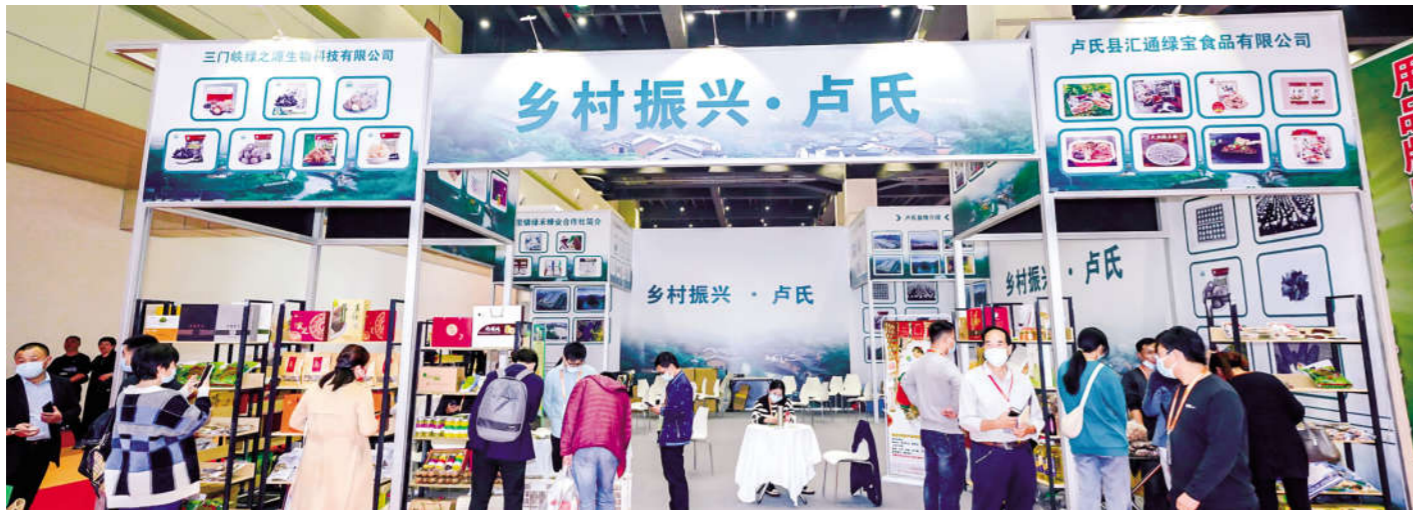
365 天的全方位市场推广服务,为会展行业创新发展探索新路径。

“郑在热卖”是郑交会官方合作的微商城,旨在推动参展企业通过微商城平台进行商品销售和品牌推广,展会期间设立的“赞市集”人气爆棚,通过线下展示,线上下单的方式吸引众多消费群体关注加粉,参展商家累计加粉 5000 余人,为微商城的下一步拓客运营积累了大量粉丝。目前上线商品 495 款,其中食品酒水类 329 款,生活用品类 110 款,美妆护肤类 56 款,不仅让广大消费者拥有了超实惠的购物体验,还满足了参展商家的品牌推广需求。

## 展区介绍







### (一) 黄河流域商品、餐饮与供应链展区

#### 把单一的“展览”升级为“展览 + 论坛 + 活动”

展区展览面积 9000 平方米, 参展企业 119 家, 省内企业 75 家, 省外 44 家, 设置标准展位 140 个, 特装展位 27 个, 特装面积突破 2000 平方米, 集中展示黄河流域商品、乡村振兴农副产品、老字号商品、餐饮连锁加盟、餐饮新零售、餐饮食材(肉类、肉制品、速冻产品、水产品、绿色食品)、生鲜电商、餐饮空间、中央厨房、餐饮包装设备、食品配料、肉类食品机械设备、冷链物流与检测设备等。

黄河流域及友好省市商品区, 来自天津、山西、安徽的省市组团近 40 家企业参展, 展览面积达 500 平方米。

乡村振兴农副产品区, 来自安徽省安庆市岳西县, 河

南省登封市、中牟县、卢氏县等地的近 40 家企业参展, 乡村振兴农副产品颇受消费者欢迎。

餐饮与供应链区, 设置标准展位近 70 个, 特装面积达 1000 平方米。雨轩、逮虾记、玖嘉久、万弗、白总管、姐弟俩、广顺兴、方一坤、双汇、周黑鸭、国联水产、麦设计、可口可乐、百事可乐、阿利、邓记、特味村、李记泡菜等众多品牌餐饮企业参展。同期还举办了高峰论坛、大师表演、商贸合作、晚宴品鉴等配套活动, 将餐饮与供应链展区单一的“展览”升级为“展览 + 论坛 + 活动”的新模式。100 家专业媒体、800 家 B 端专业餐饮品牌观众、10 万 C 端消费者共同参与, 打造一个为行业多角度赋能的交流平台。

### (二) 体育与户外用品展区

#### 46 家知名企业参展, 现场成交额约 520 万元

“十四五”开篇之年, 在国家构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下, 我国经济发展继续保持快速发展的势头。其中, 体育产业更是进入了高速发展的新时期, 兼具体育运动、旅游、休闲和社交等多重属性的户外休闲运动, 亦成为越来越多人的选择。

本届郑交会设立体育与户外用品展区, 展览面积 3500 平方米, 展品所涵盖的领域有体育场馆设施、健身及康体、运动产品、武术与搏击、冰雪运动、户外用品及装备、自驾房车及露营等。来自北京、天津、河北、山东、江苏、河南、上海、浙江、福建、广东等地区的 46 家知名企业参展, 现场成交额约 520 万元。

展会现场, 单就车顶帐篷一个产品系列, 就吸引了国内头部品牌秋野地、本土精工品牌艾赛、新锐品牌铁成等多家企业, 向观众展示新概念户外旅行车载装备。还有众多知名品牌、新锐品牌齐聚展会现场。在体育场地设施领域, 以三公利华、新旭体育、康迈斯为代表的河南本土体育场地制造企业集体亮相展会, 展示最新的环保快速拼装地板、塑胶跑道、人造草坪等场地设施, 以配合中原快速增长的体育场地建设需求。在健身及康体领域, 按摩椅行业知名品牌荣康, 携带最新的产品系列登陆中原市场。

### (三) 茶文化与文创产品展区

#### 省内外参展企业 327 家, 现场成交额 1.2 亿元

以茶会友, 聚行业大势, 享消费体验, 续文化传承。郑交会继续联手国内知名的茶博会主办方华巨臣, 共同打造中原地区茶行业最重要的茶业盛会, 抓住郑州消费市场优势, 在国内大循环、需求侧改革的大环境下, 扩大内需、刺激消费, 满足丰富多元化的健康生活需求, 创下了展商品牌精 + 专业买家多 + 活动质量高 + 展商很满意的新高度。

展区展览面积 18000 平方米, 设国际标准展位 900 个, 规划全国名茶区、白茶区、普洱黑茶区、紫砂区、茶器美学区、茶文化活动区。展品涵盖六大茶类、紫砂、茶器、陶瓷、茶具、红木、根雕、工艺品、茶延伸品等产品, 覆盖茶业全产业链。中国茶叶、澜沧古茶、凤牌普洱、祥源、廖氏普洱、冰岛印象、书剑古茶、滇南古韵、普作号、铜雀台、泉海茶业、和饮号、听山云起、凤印、元鸿、凤牌红茶、天之红、骏德、六妙白茶、广福心道、白天鹅、政名、座右茗、雾雨山田、云根、长品白茶、誉达白茶、恒春源、天苗白茶、正朵等六大茶类知名茶企及海派紫砂、陈氏定窑、隐玺堂、来龙唐装、小马哥等企业参展, 更有梧州、礞溪等政府组团首次亮相。省内外参展企业达 327 家, 现场成交额约 1.2 亿元。

由专业的买家团队对郑州和河南周边 16 个地市的专业市场进行开拓, 地市组团 9 个, 人数达 500 多人, 分



别为:远山香局、南阳若水茶院、焦作市茶文化研究会、河南省茶艺文化交流协会、云谷茶学堂、河南省茶叶协会、洛阳市茶艺评茶师协会偃师分会、莫道茶事、信阳茶城。郑州当地组织专业买家人数达 1798 人。

举办多场精彩活动,增强观众的体验感及参与度。“斗水斗器茶汤品鉴会”集专业性、观摩性、参与性与趣味性于一体,设置辨外形识茶、茶汤对水品、茶汤对茶样、斗器泡茶等环节,全方位考验参赛者专业技能素养,促进茶从业者的合作交流,推动中华茶文化的传播。“‘一脉香承’除疫香包公益制作大赛”旨在传承非遗技艺的同时,为社会公益贡献力量,比赛现场热闹非凡,现场所制香包均用于公益捐赠。“寻找中原最美旗袍人”旗袍走秀活动,与茶相依,旗袍更显东方神韵,旗袍文化与茶文化的相互交流,是古典文化的传承。

展会现场吸引全国各地爱茶人士品香茗、淘雅器、观赛事、探未来。

#### (四)礼品与赠品展区

##### 个性化文化礼品,成交 220 万元

随着个性化定制需求的海量增长,企业福利和礼品也呈现出定制化、非标化,强调企业文化属性。今年郑交会增设礼品与赠品展区,为政企单位团购、促销品采购、福利产品定制、商务定制礼品提供多重解决方案。

展览面积 2500 平方米。好想你、益海嘉里(金龙鱼)、绿帝生态、宁波栎果(贝发集团)、长荣科技、深圳柏悦数码、北京忠粮记、广东康百文创等来自 10 个省市区的 70 家企业参展,其中黑马商业联盟联合 18 个核心成员组成特色展团。展会现场成交额约 220 万元。



#### (五)商超供应链展区

##### 现场签约订单金额超 18 亿元

郑交会联合蚂蚁商联、联商网、武汉策成企业管理咨询有限公司(超市 168 网站)共同打造商超供应链展区,同期举办 2021 第五届全国自有品牌大会、蚂蚁商业联盟年会等多场论坛及分论坛。通过为期三天的论坛+展会+秀场模式,把郑交会商超供应链展区推向高潮。

展览、会议总面积 17000 平方米,会议区面积 4000 平方米。主要展示洗化用品、收纳用品、塑料制品、家居用品、生活用纸、食品、饮品、冷柜、售货机等。天虹、家家悦、苏宁、生鲜传奇、新乐、中粮、南通拓驰鞋业有限公司、绥化市正大米业有限公司、纽仕兰新云(上海)电子商业有限公司、路易达孚(天津)国际贸易有限公司、认养一头牛控股集团股份有限公司等大型工厂及零售商参展。

在爆品采购会现场,蚂蚁商业联盟、小爱社区拼团联盟、齐鲁商盟及其他零售企业单位纷纷向组委会提报确定采购需求和明确采购清单,涉及清洁

卫生用品、食品饮料、农产品、酒水、家居生活用品等。据不完全统计,商超供应链展区现场签约订单总金额超 18 亿元,火热的采购对接将展会推向高潮,成功为展商和观众买手奉献了一场以自有品牌为核心的专业展会。





## (六) 家电展区

### “线上+线下”新零售，破解家电实体店无客流困局

郑交会联合天猫优品，首次打造家电展区，展览面积10500平方米，汇集了国内一线家电品牌。来自河南、河北、安徽、湖北、吉林、辽宁、内蒙古等省市区31家企业参展，知名企业有：海尔、美的、TCL、海信、长虹、美菱、松下、林内、火星人、奥田、美大、森歌、亿田、康佳、创维、老板、帅康、方太、万家乐、格力、西门子、小米、苏泊尔、石头、沁园、安吉尔、飞利浦、先锋、茶先生等。现场成交额达1.5亿元。

为响应商务部“消费促进”“双品促销”行动，为全年消费加速回补注入新动能，此次，家电展区和体验店围绕与消费者日常生活密切相关的吃、穿、用等消费场景，联合国内外主流家电品牌，举行大型让利促消费活动，以郑州为全国会议主会场，现场搭建500平方米的天猫优品零售demo店、会员体验区、零售场景和工具展示区等，参会专业观众达到2000余人。全国1500家门店共同营造促消费惠民利民活动氛围，美的、海尔、格力、西门子、TCL、海信等国内外主流品牌，面向消费者给予促销降价、红包补贴、特价爆款等，覆盖全国，触达全国消费者。同时，帮助更多的

家电经营企业打破现有用户流失到线上而产生无客流量的困局，利用线上线下结合的新零售技术实现本地零售企业的经营转型。

## (七) 人居文化与房地产展区

### 34家知名品牌开发商云集，为刚需市民搭建看房选房平台

展区面积4000平方米，参展企业34家。集合了行业主流开发商的热门项目，让老百姓选到好房、买到好房，激发新消费活力，为市民搭建一个便捷、安全、智能的看房选房平台，同时也为市民缔造一次购房置业的新时机。

会展现场，展出品牌房地产及项目、地铁物业、写字楼商铺等，二手房及物业区带来海量的优质二手房源信息供消费者选购。众多企业品牌亮相，现场云集万科、碧桂园、中绘、新城、融创、保利等大家耳熟能详的知名品牌开发商。

与以往不同的是，本次展会参展企业在展会现场为购房者带来了多套新房、二手房的专属优惠房源，还有中原银行、光大银行、浦发银行等多家金融机构入驻金融综合服务区。有相关疑惑的消费者在展会上可以获得一对一的专业解答。同时，贝壳房产、21世纪房产等一众二手房知名企业也积极参展，带来海量的二手房源信息。

## 会议介绍



随着省会郑州国家中心城市地位的确立,餐饮丰富度和活跃度无比高涨的这座城市,更成为上下游食材供应商的战略布局要地。餐饮与供应链展区是本届郑交会的最大看点之一,展会期间,围绕“打造大餐饮行业价值闭环”,举办四场餐饮行业峰会论坛,全国自有品牌大会以及中原地区最大型的商贸流通业盛会——中国(郑州)商贸物流大会暨第五届中原批发商大会等。

### (一)中部好餐饮产业大会

2021年10月15日,由郑交会联手好食记(美食自媒体平台)等共同打造的中部好餐饮大会如期举办,汇聚了国内餐饮行业的大咖,会上嘉宾的演讲更是精彩纷呈。

不惑创投联合创始人衣家宇、逮虾记董事总经理何玲、特味村餐饮集团董事长韩跃军等嘉宾都在峰会上分享了自己对餐饮资本化的独到见解,四海宾朋相会绿城,借助郑交会的平台,商贸行业上下游企业间的信息对接更加通畅,不同行业间的交流更加紧密,产业融合更加深化。

### (二)美团餐饮数字化营销创造营

10月15日,“深耕餐饮 向新起航”——2021 美团餐饮数字化营销创造营如期举办,作为第二十七届郑交会餐饮与供应链展区四大峰会之一,从餐饮数字化发展新趋势、餐饮商户线上经营体系美团 ROS(餐饮商户线上经营体系)升级解读、餐饮企业数字化布局等方面探讨餐饮数字化营销发展经验,助推郑州餐饮行业共享数字化营销发展成果。

在 2021 美团餐饮数字化营销创造营现场,美团到餐市场营销中心营销经理李阳、美团到店餐饮区域大客户发展部郑州负责人周琦、美团到店餐饮生态发展部负责人王东峰分别带来《数观新机遇》《餐饮商户线上经营体系美团 ROS 升级解读》《餐饮品牌如何抓住数字化红利》的主题分享,根据餐饮大数据分析行业发展趋势及数字化经营方法。

现场还邀请了优秀餐饮品牌进行案例分享,如城墙根董事长刘淑惠分享《“餐+茶”模式的探索之路》,曼玉餐厅创始人林红涛分享《曼玉十年 当下未来》,现场讲述自身品牌数字化经营经验及增加营收的心得体会。

此外,论坛现场还对 2021ROS 之星餐厅经营大奖评选进行了解读,指导餐饮门店如何运用线上运营工具、拆分线上运营具体动作,将线上运营落到实处,帮助餐饮商户在提高数字化经营水平的同时实现营收增长。





### (三) 中国餐饮内容营销高峰论坛

“势起风至,营造未来——内容驱动餐饮营销新变革”——2021 中国餐饮内容营销高峰论坛于10月16日下午在郑交会现场与大家见面。

这是一场为行业多角度赋能的交流大会。旨在体现行业发展进程,剖析商业逻辑,抓住当下风口,给餐饮行业树立新的里程碑,为餐饮人搭建优质的行业交流平台,持续优化营商环境,把更多的与餐饮有关的能量聚集起来,更好地为餐饮行业赋能。

据巨量引擎郑州本地直营中心相关人员透露,本次高峰论坛报名餐饮企业超过200家,蚝英

雄、谭鸭血、头三尾四、黄记煌、书亦烧仙草等知名餐饮品牌参与。

论坛特别邀请了巨量引擎北京运营中心策略运营负责人邹清,巨量引擎河南本地直营中心创新业务经理陈权,巨量引擎河南本地直营中心运营总监张岩,连锁侠标杆连锁创始人雍辉等数位大咖到场,深入剖析餐饮市场、餐饮营销之道及餐饮企业的融资之道。

作为郑交会的重要峰会之一,通过多方链接,全方位、多角度打造餐饮行业生态价值链,最终实现对大餐饮赛道的全域赋能。

### (四) 餐饮数字化资本峰会

10月16日,由新火大学堂 & 橙子餐学联合主办的“破局创新·餐饮数字化资本峰会”在郑州国际会展中心太室厅举办。峰会以“餐饮数字化资本”为主题,内容涵盖了六大方面:餐饮企业融资之道、餐饮资本化之路、如何打造资本关注的餐饮线上模型、受资本青睐的品牌都有哪些“冠军相”、餐饮数字化转型与资本的关系以及从资本角度如何布局餐饮股权结构。

连锁侠标杆连锁创始人雍辉、元昆创投创始合伙人边超、橙子餐学联合创始人猴子、吃托邦战略营销创始人舒畅等资深餐饮人与资本大咖,聚焦餐饮数字化资本之路,深度探讨餐饮领域数字化风口热门话题,为更多餐饮人找到行业未来最新风口,剖析资本逻辑,解决资本投资难题,为餐饮人带来了一场前所未有的行业盛会。

### (五) 第五届全国自有品牌大会

随着零售竞争加剧和消费者对品牌关注点的不断变化,中国零售商自有品牌的发展迎来新机遇与新挑战。本次大会以“自有品牌新定义”为主题,举办了第五届全国自有品牌大会、蚂蚁商业联盟年会、商超连锁创新与发展峰会三大主论坛,聚焦食品、非食品、设计、品控的各大分论坛以及第二届爱·自有品牌 SHOW、零供对接会(爆品采购会)、GLOBAL GAP中国日活动、首届中国自有品牌“九霄奖”颁奖盛典等活动,推动零售商与自有品牌制造商、知名品牌、新兴品牌进行高效对接,零售业创新发展和转型升级,搭建与完善行业生态链,助力中国自有品牌新发展。

大会现场,武汉策成(超市168)总经理朱新平,联商网董事长庞小伟,蚂蚁商业联盟董事长、理事长吴金宏,蚂蚁商联品牌总监周建辉,生鲜传奇总经理沈华烽,苏宁易购社交电商公司总裁张奎等重磅嘉宾都做了异彩纷呈的主题分享,以无边界、无国界的开发态度,探讨自有品牌趋势,分享自身研究成果。

通过三场主论坛+多场分论坛,众多学者、行业专家、咨询机构负责人、零售企业老板齐聚一堂,多维度探讨自有品牌。从自有品牌的顶层设计,到商品开发,从营销实战到全系统解决方案,畅谈自有品牌发展的方方面面。通过面对面的沟通交流,畅所欲言的干货分享,给参会人员带来一场别样的头脑风暴。







### (六)中国(郑州)商贸物流大会暨华丰第五届中原批发商大会

2021年10月16日下午,由河南日报报业集团指导,顶端新闻、河南商报社、郑州市市场发展中心主办的中国(郑州)商贸物流大会暨华丰·第五届中原批发商大会,在郑州国际会展中心轩辕堂隆重举行。国内顶尖经济学者、知名商贸物流领军人物、全业态专业市场老板、中原零售商场百货大咖等2000余人齐聚,共同探讨新商贸时代的品牌重塑与产业赋能,推动中原商贸物流业复商兴市,助力全国商贸物流业步入发展新格局。

每年一届的中原批发商大会,既是中原商贸物流行业的一次盛会,也是展示河南经济社会发展成就的重要窗口。5年来,中原批发商大会,为行业内160多家批发市场、数十万批发和零售商户、数千家物流企业,搭建交流平台,激荡创新思路,汇聚澎湃动能,凝聚向上信心。

在特邀嘉宾——北大博雅特聘教授、北京大学国家发展研究院院长姚洋的主题演讲中,我们领略北宋时期中国的繁华,也看到了当前正在经历的“百年未有之大变局”,更展望未来,期许下一个“黄金十年”。

“发哥问局长、发哥问董事长”,都是历届

大会的王牌环节。今年,郑州市市场发展中心、交通运输局、市场监管局、自然资源和规划局等主管部门就《从“十四五”规划,看郑州城市发展和商贸走向》进行对话,河南商报编委委员高云主持。

在“发哥问董事长”环节,河南华丰集团有限公司副总裁张建峰、豫发集团董事长王建勋、新田集团总裁冯常生、丹尼斯集团总经理王磊、河南省鸿泰物流有限公司董事长尚宏强等知名市场和企业的领军人物就《商贸物流业的短期困境和长期投资》进行了深度探讨,河南商报社总编辑马涛主持论坛。

今年,汛情叠加疫情的特殊情况下,中原商贸物流业依然积极担当起社会责任。大会致敬商贸人,颁发五大奖项,2021年度文明诚信市场、2021年度口碑物流企业、2021年度抗洪战疫奖、2021年度最美货车司机、2021年度文明诚信商户等,聚焦在困难之中自己的力量发出“我们一起扛”的平凡勇士们。

在郑交会的全力赋能下,商贸业者和消费者必将齐力打造一个联通世界、服务全国的国际化消费类展会,共同助推消费升级。





# 展会宣传



## 肆

EXHIBITION REPORT

### 展会报告

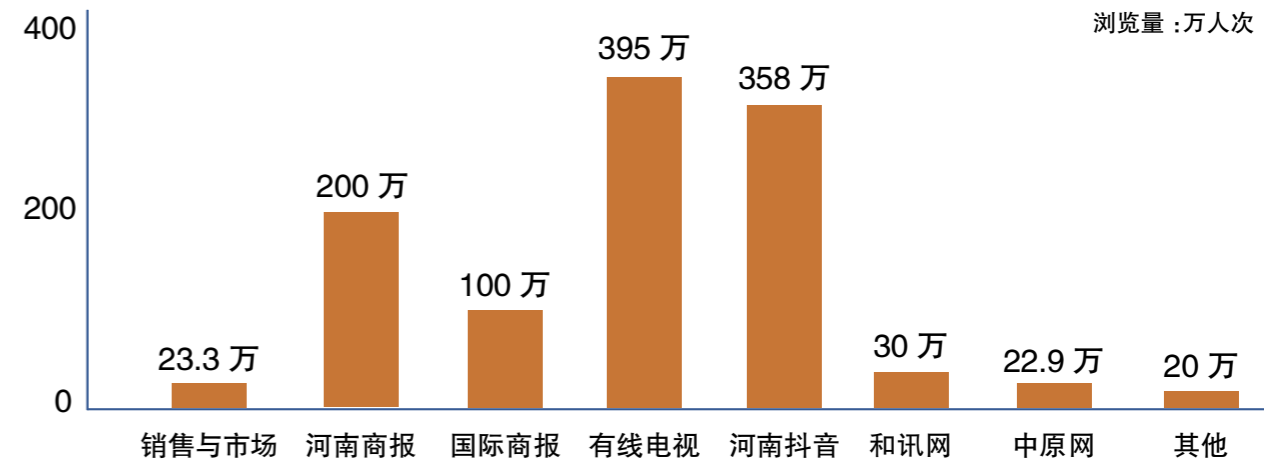
## 展会宣传

官媒、抖音、头条、户外等海陆空媒体矩阵，全方位、高频次、深聚焦的整案报道，实现本届郑交会线上线下 1000w+ 传播效果。

为做好郑交会的宣传推广工作，营造浓厚的宣传氛围，“线上+线下”全方位宣介郑交会意义、成果，生动展现郑交会现场画面，本届郑交会打出多种宣传“组合拳”，在保留传统报纸、

电视、网络媒体宣传推广的同时，创新宣传模式，增加了视频、抖音、微博等，以线上+线下相结合的方式，全方位宣介郑交会意义、成果。

通过宣传模式的创新，河南省各级媒体积极参与，省内外主流媒体持续关注，达到内外并重、全媒呈现，本届郑交会的宣传效果得到大幅提升。





## 专业观众



# 伍

EXHIBITION REPORT

## 展会报告

### 专业观众

#### 专业采购商邀约

郑交会经过 27 年的发展,影响力持续增长,留下了一年胜过一年更加可观的成交额,吸引了全国乃至世界越来越多的采购商,搭建起一座参展商和采购商沟通的桥梁。

为了进一步提升郑交会的专业化、市场化,本届郑交会秉承“专业观众就是展会生命”的办展理念,在高质量宣传、招商的同时,不断扩大专业观众邀请力度,为参展商与专业采购商的一对一商洽对接提供更加舒适、更加优质的服务。

#### 专业观众邀请渠道

- 1.对国家级行业协会、大型企事业单位进行邀约。
- 2.对广东、浙江等外贸经济发达省市的进出口贸易公司进行邀约。
- 3.面向河南省内 18 个地市重点批发市场商户、进出口贸易公司进行一对一邀约。
- 4.聘请专业推广机构,对中部地区的行业协会、餐饮企业、茶叶市场、批发市场、创业群体、社群、商超进行邀约。
- 5.与专业网络平台合作,全网范围内推广郑交会。
- 6.面向 10 万+专业客户数据发送参展、参会邀约短信。





### 第五届全国自有品牌大会 ——爆品采购会

10/15 - 10/17  
郑州国际会展中心

— 蚂蚁商业联盟采购需求 —

品类名称	品质要求	预计采购量
卫生纸(各种规格)	原生木浆	9000万
抽纸(各种规格)	原生木浆	7000万
湿巾(各种规格)	60%纤维, 100%全棉	3000万
湿巾(各种规格)	100%原生木浆	3000万
卫生巾	100%原生木浆	3000万
洗衣液(3kg)	活性物含量>18%	3000万
洗衣精(各种规格)	原粒	3000万
洗衣粉(3kg)	原粒	3000万
婴幼儿辅食	EVA 100%淀粉料	3000万
速冻食品	原粒	5000万
塑料用品	原粒	5000万
塑料制品	原粒	5000万
不锈钢系列	304以上	3000万
袜子		3000万
内裤		3000万
雨伞、太阳伞		2000万
清洁工具		3000万
个人护理		2000万
口腔清洁		3000万
		总计66000万

品类名称	品质要求	预计采购量
长粒香(3kg)	1.原粒食品, 2.原粒料, 3.原粒米>9%, 水分<14.5%	9000万
大豆油(5L)	1.原粒食品, 2.物理压榨	7000万
玉米油(5L)	1.原粒食品, 2.物理压榨	3000万
葵花籽油(5L)	1.原粒食品, 2.物理压榨	3000万
花生油(5L)	1.原粒食品, 2.物理压榨	3000万
挂面(1kg)	1.无添加, 2.无添加, 3.无添加, 4.无添加, 5.无添加, 6.无添加, 7.无添加, 8.无添加, 9.无添加, 10.无添加	3000万
面粉	1.1.无添加, 2.1.无添加, 3.1.无添加, 4.1.无添加, 5.1.无添加, 6.1.无添加, 7.1.无添加, 8.1.无添加, 9.1.无添加, 10.1.无添加	3000万
火锅底料	1.1.无添加, 2.1.无添加, 3.1.无添加, 4.1.无添加, 5.1.无添加, 6.1.无添加, 7.1.无添加, 8.1.无添加, 9.1.无添加, 10.1.无添加	3000万
调味品	1.原粒食品, 2.物理压榨	3000万
特色区域产品	1.原粒食品, 2.物理压榨	5000万
酸辣粉	2.原粒食品, 3.原粒料	5000万
螺蛳粉	2.原粒食品, 3.原粒料	3000万
榨菜	具有原产地标志	3000万
罐头	原粒食品, 1.原粒食品, 2.原粒料, 3.原粒料	3000万
宠物食品	原粒食品	2000万
膨化食品	原粒食品	3000万
休闲零食	原粒食品, 1.原粒食品, 2.原粒料, 3.原粒料	2000万
		3000万
		总计47400万

### 第五届全国自有品牌大会 ——爆品采购会

10/15 - 10/17  
郑州国际会展中心

— 齐鲁商盟采购需求 —

品类名称	品质要求	预计采购量
53度飞天茅台		20箱
常温羊奶	现场确认	现场确认
包装性冻海产类	现场确认	现场确认
进口牛奶	200箱/次	200箱/次
一级灰枣、185纸皮核桃		各1吨
婴幼儿辅食		20箱
茶叶		100件
包装杂粮		50件
网红/进口日化商品		预估销量3万
雪饼		预估销量3万
汤圆		预估销量3万
针织类床上用品		预估销量5万
网红家居类商品		预估销量5万

品类名称	品质要求	预计采购量
木耳		1000斤
冲剂(袋装)		1000袋
床品、坐垫、抱枕		现场确认
袜子		现场确认
拖鞋		现场确认
水果		50吨
鸡产品		10吨
水产		3吨

品类名称	品质要求	预计采购量
糕点类促销装(面包、糕点、麻花、沙琪玛等)		可满足最低起订量
山楂制品促销装300g-500g		可满足最低起订量
饼干促销装500g		可满足最低起订量
进口日化及网红日化商品		预估销量5万
网红家居类商品		预估销量5万
特产礼盒		可满足最低起订量
禽蛋类		可满足最低起订量

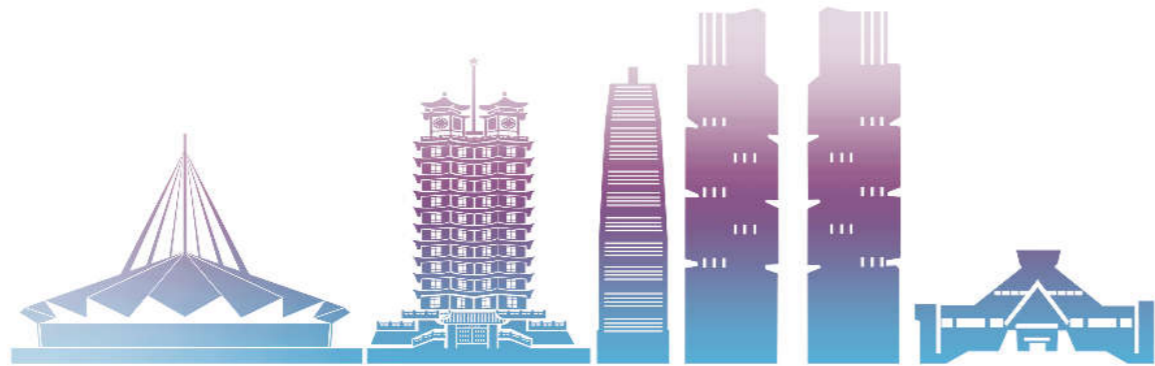
### 第五届全国自有品牌大会 ——爆品采购会

10/15 - 10/17  
郑州国际会展中心

— 小爱社区拼团联盟采购需求 —

品类名称	品质要求	预计采购量
蒙牛纯牛奶250ml*24		10000箱
MG红牛维生素功能饮料250ml*24		10000箱
南方原粒黑芝麻糊500g		5000箱
日化类(洗洁精、洗衣液、洗衣皂)		5000箱
纸品(无心及抽纸)		10000件
百惠无芯卷纸5kg		10000件
帮洁洁厕900g*2		5000箱
云南白药牙膏180g		5000箱
超能洗衣液3.5kg		5000件
金纺柔顺剂3L		2000箱
网红/进口日化商品		10000箱
活力28、立白系列商品		10000箱
“床品(四件套、枕巾、枕套、床单、被套、枕套、盖毯)”		20000套
男女四季袜子5双装或者3双装		50000组
一次性用品(纸杯、纸碗、保鲜膜、保鲜袋)		10000包
塑料制品(盆、桶、凳子、衣架、棉签)		50000个
清洁用具(胶棉拖把、地板拖、抹布、扫把)		10000个
竹制品及木制品、粘板筷子		10000个
大米5kg		2000000袋
面粉5kg		2000000袋
油5L		2000000袋

# 郑在热卖



EXHIBITION REPORT

展会报告

# 陆

## 郑在热卖

去年,郑交会联合有赞商盟通过互联网+展会的新型模式,与郑交会官方线上商城“郑在热卖”紧密协同、线上线下联动,在展区成功举办了赞市集专区,场面火爆、热闹非凡,得到了社会各界的广泛好评。不光让广大消费者拥有了超实惠的购物体验,也同时满足了商家们的需求,可谓多方共赢,其乐融融!

郑交会线上官方商城——郑在热卖,采用互联网+展会的新型模式,整合郑交会多年来的供应链、商家、品牌等资源,通过线上线下相结合的营销方式,亮相郑交会。本次展会,郑在热卖继续牵手有赞河南商盟,打造第二届特色“赞市集”专区,汇聚5万人气,成为展会现场一道亮丽的风景线。







第二届“赞市集”活动，共筛选出优秀参展企业 12 家，涵盖了科技、母婴、食品、家电、酒水、家纺、农产品、餐饮共八大类目，它们是行业内的特色企业，通过此次活动收获颇丰。

3 天展会期间，预估自然人流 5 万人、商家累计加粉 5000 多人、现场销售额 3 万余元、促成渠道意向合作 30 余个，其中郑在热卖招商意向入驻商家 65 家。

## 绿色搭建



## 绿色搭建

### 环保又经济 绿色搭建成标配

会展经济的发展带动会展设计搭建的逐渐成熟,绿色搭建逐渐成为会展圈的共识。为响应国家和各级政府对绿色会展提出的“绿色、环保、循环、低能耗”的号召,树立郑州绿色会展的标杆,“绿色搭建”已经成为参展商们的“标配”。



### 因地制宜,设置若干功能服务区



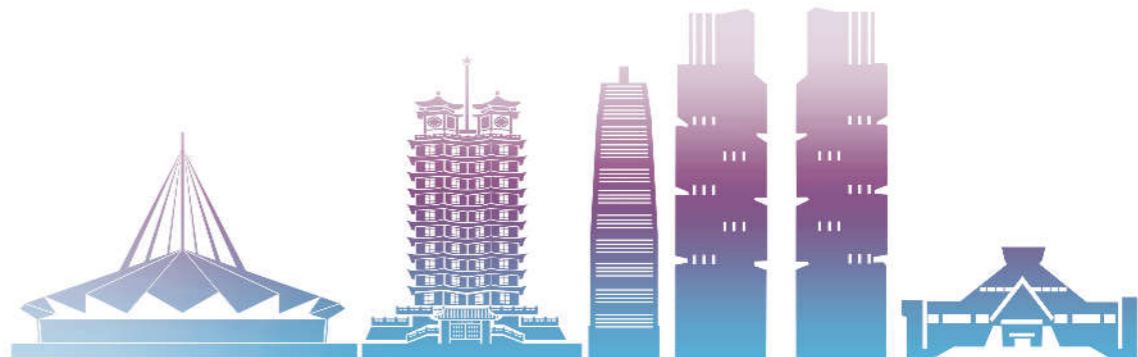
设置一处总服务台、五处展区服务台,全程为参展商、搭建商、观众提供咨询、租赁等服务。

展会现场设置演艺、体验、直播等功能区,给参展商展示商品,观众品鉴、体验商品,网红直播商品提供配套服务。

设置两处茶歇区,配置充足的桌椅、热茶、点心、小食品等方便专业观众在洽谈交流时品用。

设置餐饮区,为参展商、观众提供各类餐饮服务。

## 疫情防控





### 多措并举强化疫情防控保障人员健康安全

本届郑交会将疫情防控工作作为重中之重,在省、市、区疫情防控部门相关领导的指导下,郑交会办公室制定了切实可行的疫情防控方案和应急预案。

#### 开展前:

- 1.根据制定的展会疫情防控方案和应急预案,确定各岗位负责人。
- 2.组展单位签订疫情防控责任书,制定各展区疫情防控方案和应急预案,确定各岗位负责人。
- 3.按照疫情防控要求准备相关防疫物资,提醒参展单位配备展台防疫物资。
- 4.制定展会展厅、会议消杀方案。
- 5.开发程序,提前收集参展商、工作人员四码(健康码、行程码、疫苗注射证明、48小时内核酸阴性检测证明)

#### 布展、展期、撤展期间:

- 1.布展期间,专门设立“省外参展商和工作人员免费核酸检测点”,为省外参展商和工作人员提供免费核酸检测,累计检测 **1094 人**,结果均为阴性。
  - 2.展会期间,严格按照方案落实防控措施,全程做好防疫消杀工作。
  - 3.展会全程,以广播、现场巡馆等方式,提醒工作人员、参展商、搭建商、观众佩戴好口罩,人员之间保持安全距离,保障所有参会人员的健康安全。
- 通过多措并举的疫情防控措施,严格的现场管控,以及组展单位、参展商和观众的全力配合,展会期间未出现防控问题,大会疫情防控工作得到了参展商和参会观众的充分肯定。

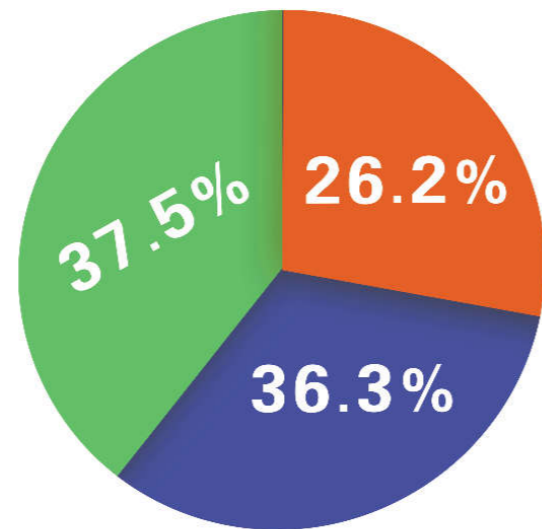
## 数据分析



数据分析

参观观众突破 10 万人次

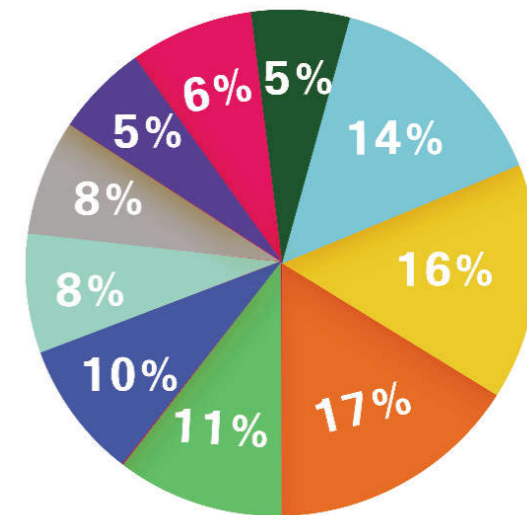
每日客流量分析:第二十七届郑交会期间,接待访客突破 10 万人次。访客参观高峰为 10 月 16 日、17 日,分别是展会的第二天和第三天。总访客量:108830 人次。10 月 15 日占比 26.2%,10 月 16 日占比 36.3%,10 月 17 日占比 37.5%。



- 10月15日
- 10月16日
- 10月17日

获知展会途径分析:展会现场对观众进行随机问询调查。

忠实粉丝占比 17%, 朋友邀请占比 11%, 抖音广告占比 16%, 公众号推送占比 14%, 电视广告占比 10%, 短信、电话邀请占比 8%, 组委会邀请占比 8%, 网络推广占比 5%, 广告推广占比 6%, 其他占比 5%。

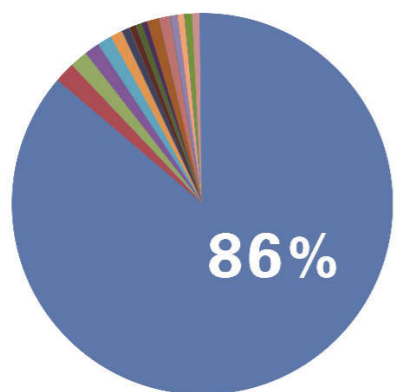


- 忠实粉丝
- 朋友邀请
- 抖音广告
- 公众号推送
- 电视广告
- 短信、电话邀请
- 组委会邀请
- 网络推广
- 广告推广
- 其他



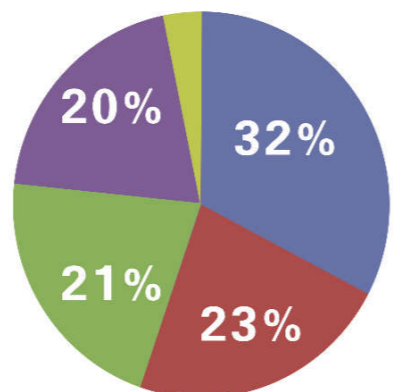
专业观众达 4.5 万人

专业观众来源地分析：受新冠疫情影响，专业观众邀请重点在河南省内。



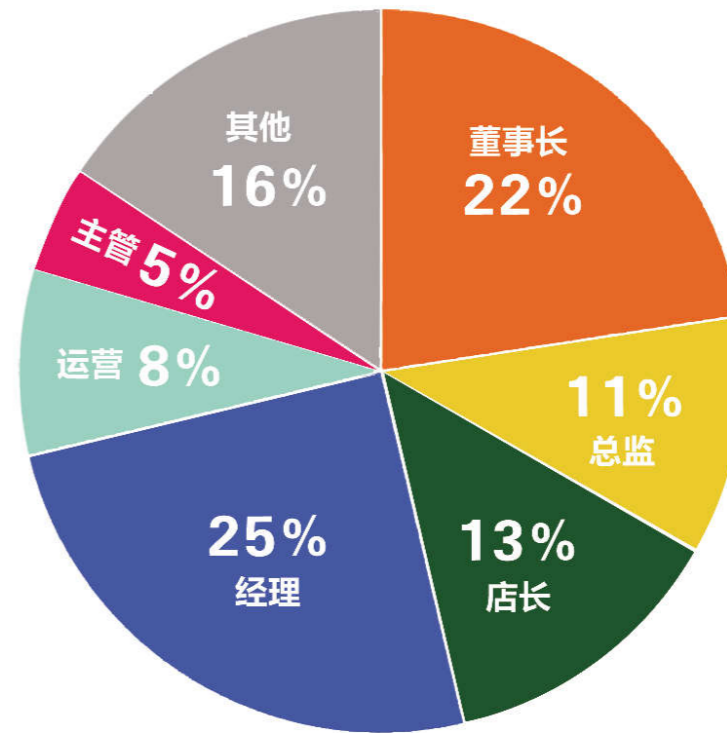
- 河南 ■ 山东 ■ 河北 ■ 安徽
- 山西 ■ 湖北 ■ 福建 ■ 江苏
- 四川 ■ 浙江 ■ 陕西 ■ 黑龙江
- 江西 ■ 辽宁 ■ 甘肃 ■ 湖南
- 广东 ■ 内蒙古 ■ 吉林 ...

专业观众年龄段分析：70 后和 80 后为主要年龄段人群，二者之和占参展览观众的 53%。



- 80后 ■ 70前 ■ 70后
- 90后 ■ 00后

专业观众构成分析



- 董事长
- 总监
- 店长
- 经理
- 运营
- 主管
- 其他

# 未来展望



EXHIBITION REPORT  
拾  
展会报告

一直以来,作为“触摸世界的窗口”和“诱人的城市面包”,会展业通过人流、物流、信息流、资金流的多方融合,在带动广告、酒店、旅游、交通等多个行业发展的同时,不断助推产业升级和城市经济发展。

高质量展会是引领产业升级、提升城市综合实力的绝佳途径。郑州全国商品交易会亦是如此,第二十七届郑交会共吸引采购商和观众超 10 万人次,参展商品来自全国 30 个省、市、自治区,现场采购订单达 20.98 亿元。

通过举办全国自有品牌大会、中部好餐饮产业大会、中国(郑州)商贸物流大会、商超供应链展、餐饮与供应链展等,郑交会汇聚行业全产业链企业集中展示,为产业链、供应链中生产、加工、服务、运输、仓储企业和配套服务机构提供“线上+线下”会展新模式,为参展企业搭建高效、便捷的全产业链一站式商贸对接平台,为参展企业营销创新、服务创新、技术创新提供全方位解决方案,最终目的是为了推动产业链升级、供应链融合,为城市经济发展提供不竭动能。

未来,郑交会将继续发挥会展平台作用,促进国际、国内消费品流通,积极融入中部崛起国家战略、黄河流域生态保护和高质量发展国家战略,在国际国内双循环相互促进新格局下,以供给侧改革助推消费升级,以会展项目发展助推产业链、供应链现代化水平提升,助力郑州建设成为立足国内、辐射周边、面向世界的具有全球影响力、吸引力的国际消费中心城市。



图片直播



郑在热卖



# 第二十八届郑州全国商品交易会

郑州国际会展中心

2022.10.14 - 10.16

郑交会办公室设在郑州国际会展中心有限公司

地址：郑州市郑东新区商务内环路中央公园1号 郑州国际会展中心

邮编：450016

招商部电话：0371-6808 9969/9875/9876

综合部电话/传真：0371-6808 9877

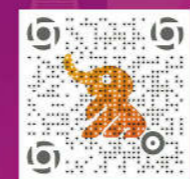
网站：[www.zjh666.com](http://www.zjh666.com)

2022

第二十八届  
郑州全国  
商品交易会

# 邀

Invitation



扫描二维码  
关注官方微信