

winter  
**FANCY  
FOOD  
SHOW**



The largest specialty food trade event  
on the West Coast!

19 - 21 January 2020

Moscone Center, San Francisco, USA

### ข้อมูลการจัดงาน

ระยะเวลาการจัดงาน	19-21 มกราคม 2563
สถานที่จัดงาน	Moscone Center, San Francisco
ผู้จัดงาน	Specialty Food Association
รูปแบบงาน	งานแสดงสินค้าประเภทอาหารและ เครื่องดื่มจัดขึ้นเพื่อการเจรจาธุรกิจเท่านั้น
วันรับสมัคร	ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป
เว็บไซต์	<a href="https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/">https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/</a>
ค่าใช้จ่าย	<b>Thailand Pavilion Booth Package TBC</b>

Exhibit  
Space (sq. ft.) **360,000**

TOTAL  
ATTENDANCE **20,000**

PRESS  
ATTENDANCE **440**

TOTAL  
EXHIBITORS **1,400**

COUNTRIES  
REPRESENTED **65**

**สินค้าที่จัดแสดง:** Food and Beverage (Alcoholic Beverages, Breads & Baking Mixes, Cakes & Pastries, Chocolate, Cocoa, Coffee & Tea, Fruits & Vegetables, Ice Cream & Sorbet, Seasonings, Spices & Herbs, etc.)

### ข้อมูลทางการตลาด

>สินค้าไทยเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคสหรัฐฯ ในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และได้มาตรฐานสากล จึงเป็นจุดขายและดึงดูดความสนใจการสั่งซื้อสินค้าไทย ตลาดสหรัฐฯ เป็นการค้าแบบเสรี เปิดกว้างและมีการแข่งขันสูง เป็นช่องทางสนับสนุนการประกอบการค้า ผู้นำเข้าสหรัฐฯ

มักให้ความสนใจต่อราคามากกว่าคุณภาพจึงหาแหล่งผลิตสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำและมีความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภคในสหรัฐฯ เช่น กลุ่มผู้บริโภคอิสแปนิก มุสลิม และ เอเชีย ก่อให้เกิดความต้องการสินค้าจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ

>สินค้าออร์แกนิกและอาหารที่มีวัตถุดิบหลักจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ ดูเหมือนจะเป็น กระแสมาแรง ที่สุดจากการสำรวจของสมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์

สหรัฐอเมริกาผู้บริโภคมีความใส่ใจและดูแลสุขภาพมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกนั้นมาจากทุกกลุ่มรายได้และทุกกลุ่มเชื้อชาติประชากรส่วนใหญ่ในสหรัฐฯ

เลือกซื้ออาหารออร์แกนิก และในบางรัฐเกือบร้อยละ 90 ของประชากรที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งกลุ่มที่บริโภคสินค้าออร์แกนิกมากที่สุดได้แก่ ผู้บริโภคกลุ่ม Baby Boomer และกลุ่ม

Millennials เนื่องจากผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มต่างให้ความสำคัญทางด้านสุขภาพเป็นอย่างมาก ผักและผลไม้ออร์แกนิกยังคงเป็น กลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูงที่สุด โดยในปี 2557 มียอดขายคิดเป็น สัดส่วนประมาณ 43.3 % รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากนม (14.6%) เครื่องดื่ม (11%)

>อาหารสำเร็จรูป อาหารคนเมืองอาหารพร้อมรับประทาน อาหารพร้อมปรุง และอาหารส่งถึงบ้านความต้องการอาหารสำเร็จรูปในตลาดสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น เนื่องจากรูปแบบในการด

าเนินชีวิตที่เร่งรีบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองใหญ่ๆ อาทิ นครนิวยอร์ก อาหารสำเร็จรูปจึงเรียกได้ว่าเป็น สิ่งจำเป็น ในชีวิตประจำวันของคนเมือง

สินค้าอาหารสำเร็จรูปของไทยได้เข้ามาเจาะตลาดสหรัฐฯ และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากมีให้เลือกหลากหลายและสามารถหาซื้อได้ตามซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

ที่มา [https://www.ditp.go.th/ditp\\_web61/article\\_sub\\_view.php?filename=contents\\_attach/540251/540251.pdf&title=540251&cate=1322&d=0](https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/540251/540251.pdf&title=540251&cate=1322&d=0)



BLI (Thailand) Co., Ltd. โทร 02 204 2580 -5 ต่อ 105 (คุณก๊ก), 113 (คุณมิ่ง), 106 (คุณบอม) ,108 (คุณเนย)  
Email: fajuti@blithailand.com, weeranuch@blithailand.com,pakkasid@blithailand.com,nakamol@blithailand.com  
(กรุณากรอกเป็นภาษาอังกฤษ)

Winter Fancy Food Show, USA 2020: We would like to  Exhibit  Visit  Standard  Corner

Company Name \_\_\_\_\_ Product \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

Address \_\_\_\_\_

Tel \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_

Email \_\_\_\_\_ Website \_\_\_\_\_