

NEW
CONSUMPTION
FORUM
CCFA新消费论坛



2025消费品 渠道营销创新峰会

CONSUMER GOODS CHANNEL MARKETING
INNOVATION SUMMIT

2025年5月8日-9日 深圳国际会展中心

CHANNEL

MARKETING

CONSUMER GOODS

INNOVATION

合作伙伴手册

COOPERATION
MANUAL

目录

CONTENTS

- 峰会介绍
- 2025内容亮点与同期活动
- 2025合作权益
- 往届回顾
- 关于主办方



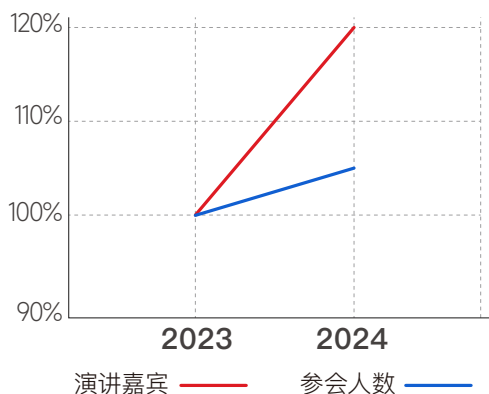
CCFA新消费论坛——消费品渠道营销创新峰会由中国连锁经营协会主办。峰会立足于渠道营销，汇聚众多品牌主、零售商、经销商、服务方及优质平台，一同淬炼渠道营销的底层洞见与实践经验，重新梳理协同关系，捕捉前沿发展趋势，探究领域热点话题，创新并提升消费品渠道价值，帮助行业从业者在动态平衡中抓住增长机会。

消费品渠道营销创新峰会已累计吸引了来自全球近百家头部消费品企业参与，并通过案例分享、权威发布、专区互动、新品展示、研修参访等形式协助千余位专业观众深度链接与认知提升。

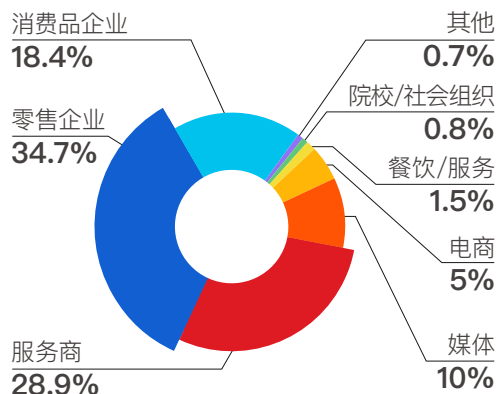
为此，作为中国零售业转型发展的积极推动者，我们愿俯身为路、躬身为桥，搭建多元化交流平台，创造更多的高价值合作机会。

参会数据

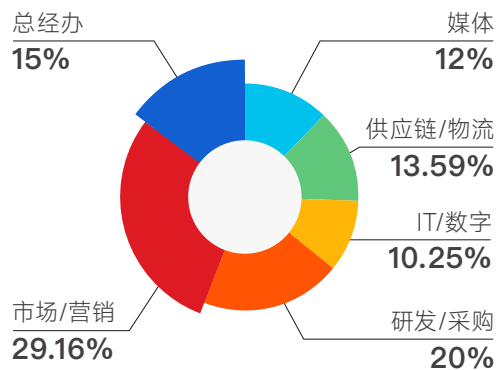
2023-2024年嘉宾及参会人数增长趋势



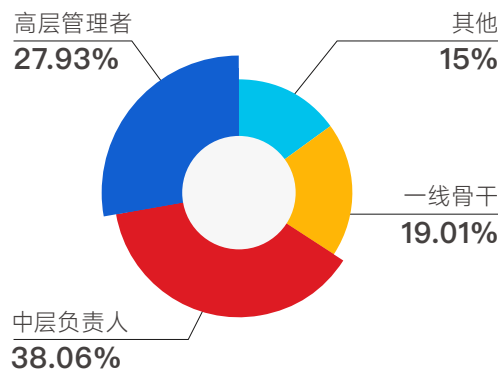
参会代表构成



参会代表部门分布



参会代表职级分布



2023-2024合作伙伴 (部分)



2023-2024演讲企业 (部分)



近些年，消费市场从短缺时代进入过剩时代。会员店、折扣零售、即时零售、本地零售加快布局；内容电商、直播电商、AI电商崛起；全域营销、数字化营销打通线上线下；消费者对价格和支出更加审慎、更有目的性，希望商品价格更低，但同时仍对商品质量有较高的要求和个性化的服务.....

面对这些变化和挑战，了解消费者的真实需求并调整自身的商业策略成为了重中之重。那么，零供双方如何顺势而为？

品牌主如何抓住渠道合作伙伴对消费者洞察及需求的了解，来开发独特的产品或服务，以满足市场的特定需求、如何与供应链快速响应，稳定合作、如何做到全域品效销合一.....

零售商如何创新零售模式、如何调改门店经营、如何增加盈利空间、如何将线上流量转化为线下客流、如何帮助消费者提供高质量的购物体验，帮助他们更迅速、更准确地做出"选择".....

这些都是创造与消费者真正连接，同时优化营销策略，以应对充满市场挑战和把握增长机遇的核心问题。2025消费品渠道营销创新峰会将与更多零售同仁一起，探讨消费品渠道营销的创新发展，探索新时期下的全新可能。

CCFA新消费论坛系列——2025消费品渠道营销创新峰会

时间	2025年5月8日-9日
地点	深圳国际会展中心
规模	1000人
参会代表	<p>国内外知名消费品企业 名优特商品企业 中国零售连锁百强企业</p> <p>商品生产代加工企业 与经销商代理商 行业龙头服务与供应商 ...</p>

主会场	
时间	重点议题
5月8日	<p>话题一 “从消费逻辑与结构变化反观市场痛点与机会”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 从低价看合理性定价 ▪ 如何面对消费欲望下降与消费理念升级？ ▪ 如何更好地通过渠道去了解消费者需求？ ▪ 如何瞄准顾客刚需与场景急需，缩短消费决策链路？ ▪ 降本增效与更优服务，如何同时做？ <p>话题二 “商业增长与营销链路”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 新品的心智场如何打造？如何找到规模化的精准获客方式？ ▪ 营销费用怎么花？如何要销量又要品牌？ ▪ “祛魅”“去悬浮”，产品卖点如何转化为消费者可感知的价值点？ ▪ 为什么老板们都闯进了直播间？为什么要做创始人IP？ <p>话题三 “零供携手，释放创新活力”</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ “巡店”与“调改”的背后是什么？ ▪ 新质生产力下，如何解决全渠道体验割裂问题？ ▪ 如何发挥供应链极致，与渠道共舞？ ▪ 场景即渠道、渠道即交易，未来经销商的路，在什么地方？ ▪ 零供双方如何降低信息不对称？如何提升商品性价比？ ▪ AI应用落地，重塑渠道转型与品类创新 ▪ 如何利用MCN与电商资源引爆渠道销量？
专题论坛	
时间	重点议题
5月9日	<p>全球消费市场的中国出海力量 增长流向的品类与潜藏机会</p> <p>精准货架管理与营销技巧 618大促集训 ...</p>

同期活动

CCFA工作会议	
会议规模	400人
构成形式	CCFA理事会工作会议等
全零售AI火花大会	
会议规模	1000人
构成形式	全体大会、专题闭门会议、平行论坛、AI专题展区、Hi-shop零售未来店等
第二十五届中国零售业博览会 (2025CHINASHOP)	
展览时间	2025年5月9日-11日
展览地点	深圳国际会展中心 3号馆至8号馆
展览规模	120000平米展区面积、800+优质展商、60000+专业观众、30+沙龙&活动
参展企业	国内外各类AI技术产品、数字化转型解决方案、节能环保、降本增效设施设备企业, 以及自有品牌生产代加工企业、多个省市地方特色商品、海外精选进口商品、全球地标商品等厂商
中国零售名优商品展暨消费品渠道选品会	
展览时间	2025年5月9日-11日
展览地点	深圳国际会展中心 3号馆
构成形式	新品爆品展区、地方特色商品展区、进口商品展区、健康饮食展区、网红商品展区、自有品牌展等600+商品品牌、20000+平米展区
选品对接	商超专场、便利店专场、仓储会员专场、电商平台专场等

*具体内容与日程以现场为准

演讲&内容

合作方式	单价(万)	价值回报
主场主题演讲	20	<ul style="list-style-type: none"> 合作方高层独立演讲, 时长20分钟 主场开场前广告视频播放, 时长1分钟 会场外约6m²展台1个, 进行品牌logo露出及形象展示 会场外互动体验区产品展示/品鉴机会 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 赠20套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
主场圆桌对话	8	<ul style="list-style-type: none"> 合作方高层参与圆桌环节, 时长10分钟 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 赠8套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
品牌专场	20	<ul style="list-style-type: none"> 专场联合主办, 时长1.5小时 演讲嘉宾由合作方自行邀请, 参会代表由双方共同邀请 会场外约6m²展台1个, 进行品牌logo露出及形象展示 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 赠20套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
分场主题演讲	10	<ul style="list-style-type: none"> 合作方高层独立演讲, 时长20分钟 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 赠10套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
现场媒体采访	4	<ul style="list-style-type: none"> 现场20-30分钟视频访谈 精编视频内容发布在CHINASHOP看零售视频号
专属头条	3	<ul style="list-style-type: none"> 演讲内容精编, 发布在CHINASHOP看零售微信头条 150个CHINASHOP零供社群发布
次条供稿	2	<ul style="list-style-type: none"> 合作方重要节点内容, 审核后发布在CHINASHOP看零售微信次条 150个CHINASHOP零供社群发布

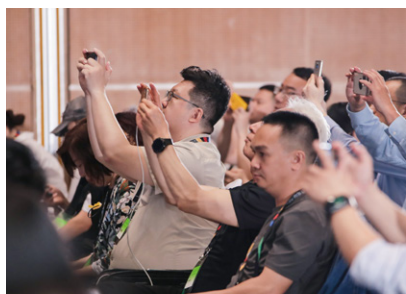
专区&展示

合作方式	单价(万)	价值回报
潮味 VOGUE	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 会场外约6m²展台1个, 进行企业产品及形象展示 ▪ 会场外互动体验区产品展示/品鉴机会 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠8套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
定向足迹	2.5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 通过地贴指引参会代表至对应场地位置, 进行品牌logo露出 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠3套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
入口指示 (独家)	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 主、分场入口指示牌1个, 进行品牌logo露出 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠3套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
背景板 广告位	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 主、分场入口约2*3m背景板1个, 进行品牌logo露出及形象曝光 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠6套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
座椅套 广告位 (独家)	6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 主场内座椅套展示, 进行品牌logo及形象曝光 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠6套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
	4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 指定分场内座椅套展示, 进行品牌logo及形象曝光 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠4套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
报名入口展示 (独家)	2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 会议&展览线上报名页面品牌logo露出, 吸引潜在客户 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠2套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动

专项冠名

合作方式	单价(万)	价值回报
午/晚宴	15	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 午/晚宴邀请函等内容展示处, 进行品牌logo及形象曝光 ▪ 午/晚宴开场前广告视频播放, 时长1分钟 ▪ 合作方高层在午/晚宴致辞, 时长10分钟 ▪ 午/晚宴中可穿插抽奖、文艺表演等环节 (抽奖礼品、表演活动等由合作伙伴提供) ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠15套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
证卡 (独家)	8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 会议证卡印有合作方logo及相关广告内容 ▪ 主场开场前广告视频播放, 时长1分钟 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠8套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
茶歇/饮用水 伴手礼 手提袋等	3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 茶歇/饮用水/伴手礼/手提袋等内容展示处, 进行品牌logo及形象曝光 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠3套参会代表证, 可参加除闭门会以外的全部同期活动 (食宿自理)
技术支持	5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 针对会议运作需求, 由合作方免费提供相应的技术服务 (包含不限于搭建、运营维护、人员支持等), 相同技术仅接受一家合作伙伴 ▪ 根据技术需求, 在技术实施过程中, 适时展示合作方logo (如该项技术在运作过程中难以体现logo, 则不展示) ▪ 主场开场前广告视频播放, 时长1分钟 ▪ 在会议的宣传媒介上, 包括会议APP、现场物料等, 标明为合作伙伴 ▪ 赠5套证卡, 可参加除闭门以外的全部同期活动
<p>如果没有找到感兴趣的合作内容, 请联系我们, 我们帮您打开无限想象!</p>		

*以上所涉及对外主题、画面、数量等内容, 均由双方协商确定





1400+

会员企业

4.5万亿

零售会员2023销售额

11.6%

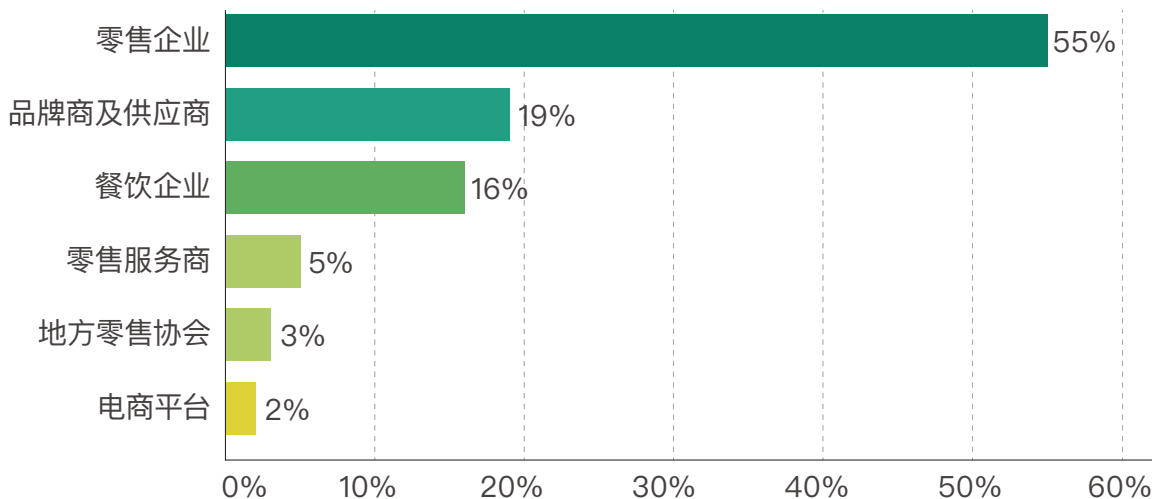
占比全国社会消费品零售总额

46万

会员连锁店铺

中国连锁经营协会成立于1997年，有会员企业1400余家，会员涵盖零售、餐饮、服务、供应商及相关机构。2022年，获评民政部5A级全国性社会团体。协会每年发布“中国连锁TOP100”、“中国超市TOP100”、“中国便利店TOP100”、“中国网络零售TOP100”、“中国时尚零售与时尚消费TOP100”、“中国生活服务业连锁TOP100”、“中国特许连锁TOP300”等

协会主要会员构成



合作联系CONNECT

演讲&内容合作



郭女士 18519533774

展台&展示&专项合作



马女士 18610491413

媒体合作



李女士 13426167473

参会与服务



肖女士 13001973525