



beyond

FOOD EXPO 2025

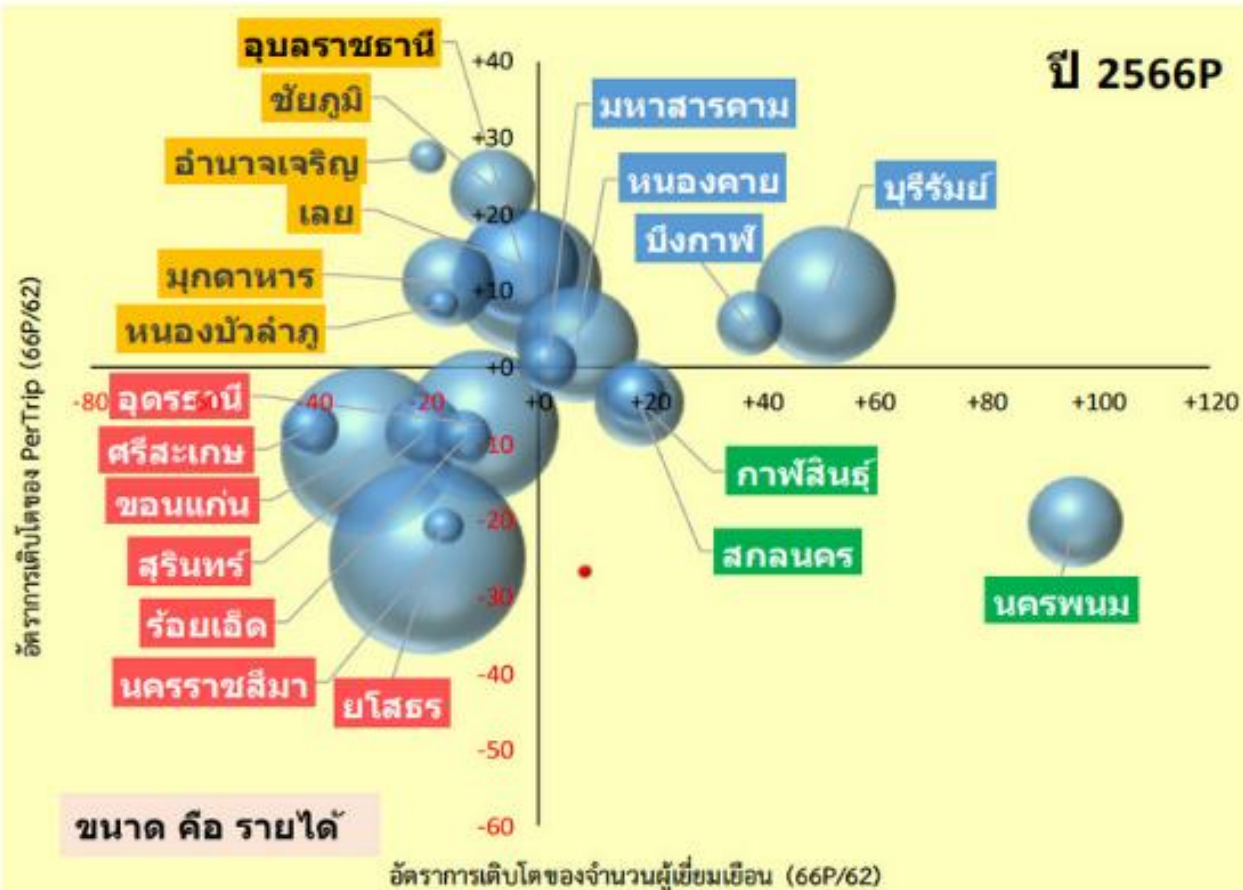
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

Foods & Beverages | Innovation & Technology | Experiences
| Sustainable | Nutrition | Hyper-Local Ingredients



INSIGHT ISAN 2025

สถานการณ์ท่องเที่ยว ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



พื้นที่รายจังหวัด :

พื้นที่ทั่วถึง จำนวน และ PerTrip

บุรีรัมย์ / บึงกาฬ / หนองคาย / มหาสารคาม
กระตุ้นการเดินทางเข้าพื้นที่เพิ่มได้เนื่องจากมีแนวโน้มที่ดี

พื้นที่ตัวดัน จำนวน

นครพนม / สกลนคร / กาฬสินธุ์
ควรเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กลับมาเป็นตัว

พื้นที่ตัวดันค่าใช้จ่าย PerTrip

อุบลราชธานี / ชัยภูมิ / อำนาจเจริญ / เลย /
มุกดาหาร / หนองบัวลำภู
ควรกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น

ไม่พื้นที่ทั่วถึง จำนวน และ PerTrip

นครราชสีมา / ขอนแก่น / อุดรธานี / สุรินทร์
/ ศรีสะเกษ / ยโสธร / ร้อยเอ็ด

INSIGHT ISAN 2025

TOURISM SNAPSHOT

สถานการณ์ท่องเที่ยว ตลาดในประเทศ

กรกฎาคม-กันยายน 2567



จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย

46,160,534

คน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ▲

รายได้ทางการท่องเที่ยว

206,000

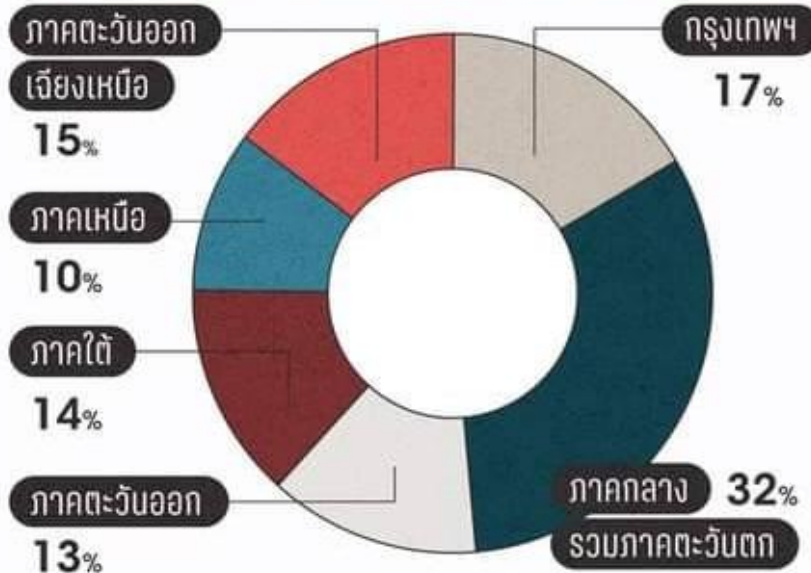
ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ▲



TAT
REVIEW



สัดส่วนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย



INSIGHT ISAN 2025

ปัจจัยสนับสนุน



วันหยุดยาว
ต่อเนื่องหลายช่วง



กิจกรรมกระตุ้น
การท่องเที่ยว
ช่วง Green Season



มาตรการภาษี
จากรัฐบาลส่งเสริม
เมื่อนำเที่ยว 55 จังหวัด

ปัจจัยอุปสรรค



การเกิดอุทกภัยอย่างรุนแรง
ในพื้นที่หลายจังหวัดของภาคเหนือ



Sentiment ความต้องการ
ออกเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

กรุงเทพมหานคร

กระแส 'ตามรอยลิซ่า...เขาวราช' หลังที่มีการปล่อย
MV ROCKSTAR ซึ่งใช้ถนนเขาวราชเป็นที่ถ่ายทำหลัก
และ 'น้องหมีเนย' Mascot แห่งร้าน Butterbear
ที่ดึงดูดให้แฟน ๆ มายมแน่นทุกช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์



7.62

ล้านคน-ครั้ง

40,334

ล้านบาท



ภาคกลาง

(รวมภาคตะวันตก)

กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น
เจาะลึกแหล่งกำเนิด "มวยลพบุรี", กิจกรรมวิ่ง
มหาภาพัฒนเกียรติ 3 ซิรส์ 3 จังหวัด, มาตรการภาษี
เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเมื่อนำเที่ยว 55 จังหวัด



14.79

ล้านคน-ครั้ง

41,964

ล้านบาท



ภาคตะวันออก

กระแส "หมูแดง" ฮิปโปแคระแห่งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ได้สร้างปรากฏการณ์ไวรัลในอินเทอร์เน็ต,
กิจกรรม เล่าเรื่องราว Point Of View 9X9 มุมลับ
เที่ยวหน้าฝนภาคตะวันออก



6.06

ล้านคน-ครั้ง

38,542

ล้านบาท



ภาคใต้

งานวิจัย 5 ภาค@ภูเก็ต 'Pearl of Andaman
The Undiscovered Treasure', มทรรณเสน่ห์ไทย
Charming KHANOM จ.นครศรีธรรมราช,
การจัดโปรโมชั่น 'เที่ยวดำกับแอร์เอเชีย'
ในราคาเริ่มต้นที่ 900 บาทต่อเที่ยว



6.25

ล้านคน-ครั้ง

34,713

ล้านบาท



ภาคเหนือ

ปัจจัยอุปสรรค

เกิดอุทกภัยในเดือนสิงหาคม-กันยายน 2567
ในพื้นที่หลายจังหวัดของภาคเหนือโดยจังหวัดเชียงราย
และเชียงใหม่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ส่งผลให้
สถานการณ์ท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัดตกอยู่ในภาวะติดลบ



4.58

ล้านคน-ครั้ง

30,143

ล้านบาท



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทย-อีสาน
ร่วมกับพันธมิตรจากสายการบินแอร์เอเชีย
จัดโปรโมชั่นเที่ยวดำ ในราคาเริ่มต้นเที่ยวละ
900 บาท บินตรงจากกรุงเทพฯ สู่มืองน้ำเที่ยง



6.86

ล้านคน-ครั้ง

20,304

ล้านบาท



INSIGHT ISAN 2025

FLAGSHIP PROJECT

แผนงาน กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย

ทิศทาง



กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก
โดยเน้น การเพิ่มค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง



เป้าหมาย

จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการ : 13,900 PAX

จำนวนการรับรู้ : 5.450,000 คน-ครั้ง

ผลการดำเนินงาน



จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการ : 10,8403 PAX

จำนวนการรับรู้ : 19,923,064 คน-ครั้ง

แผนงาน 1.1

กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย

กกด. อีสาน...ไปใส่กะแซบ

สขก. อาหารนำทาง (From Local to Your Dishes)

สนพ. สนุกปาก

สนม. ท่องถิ่น ถิ่นเที่ยว โคราซ-ชัยภูมิ

สลาย. Tasty ที่เลย

สอบ. อุบลแซบโฟด

สสร. ถิ่น...อย่างช้าง

แผนงาน 1.2

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองตลาดอัตลักษณ์พื้นที่

สอด. ถิ่นแล้วได้...ไหวแล้วปัง @ นครราชสีมา

สปร. Buriram What's แซบนัวส์

INSIGHT ISAN 2025

CEA Festival DNA

29 June – 5 July 2025

ISAN
C R E A
T I V E
F E S T
I V A L

เทศกาลอีสานสร้างสรรค์

beyond
FOOD EXPO
Academic
Program

beyond
FOOD EXPO
Exhibition &
Showcase

beyond
FOOD EXPO
Contest
& Audition

Incubation

Made in

Design for
Better City

Creator in
District

Branding
Design

beyond
FOOD EXPO
Business
Matching

beyond
FOOD EXPO
Local Community
Empowering

Other Show
Co-Create

Art Fair

Creative
Market



Beyond insights



Export insights

Periods : Jan – July 2024

การส่งออกสินค้าอาหารอนาคตไทย



Future Food accounts for 9% of all food.

Unit: Mil Baht



Source: Information Technology and Communication Center, Ministry of Commerce

ตลาดส่งออกสินค้าอาหารอนาคตไทย

มกราคม - กรกฎาคม 2567



ASEAN

Share: 41.8%

Growth: +9%

- ✓ Functional Drink
- ✓ Sauce
- ✓ Personalized foods: infant food
- ✓ Fruit juice
- ✓ Prebiotic :Yogurts



USA

Share: 14.3%

Growth: +22%

- ✓ Fruit juice
- ✓ Dehydrate fruit : citrus preserved
- ✓ Sauce
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Organic Rice



EU27+UK

Share: 10.5%

Growth: +9%

- ✓ Sauce
- ✓ Dehydrate fruit
- ✓ Preparation & Plant-Based Food
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Fruit juice
- ✓ Herb : Ginger Spice



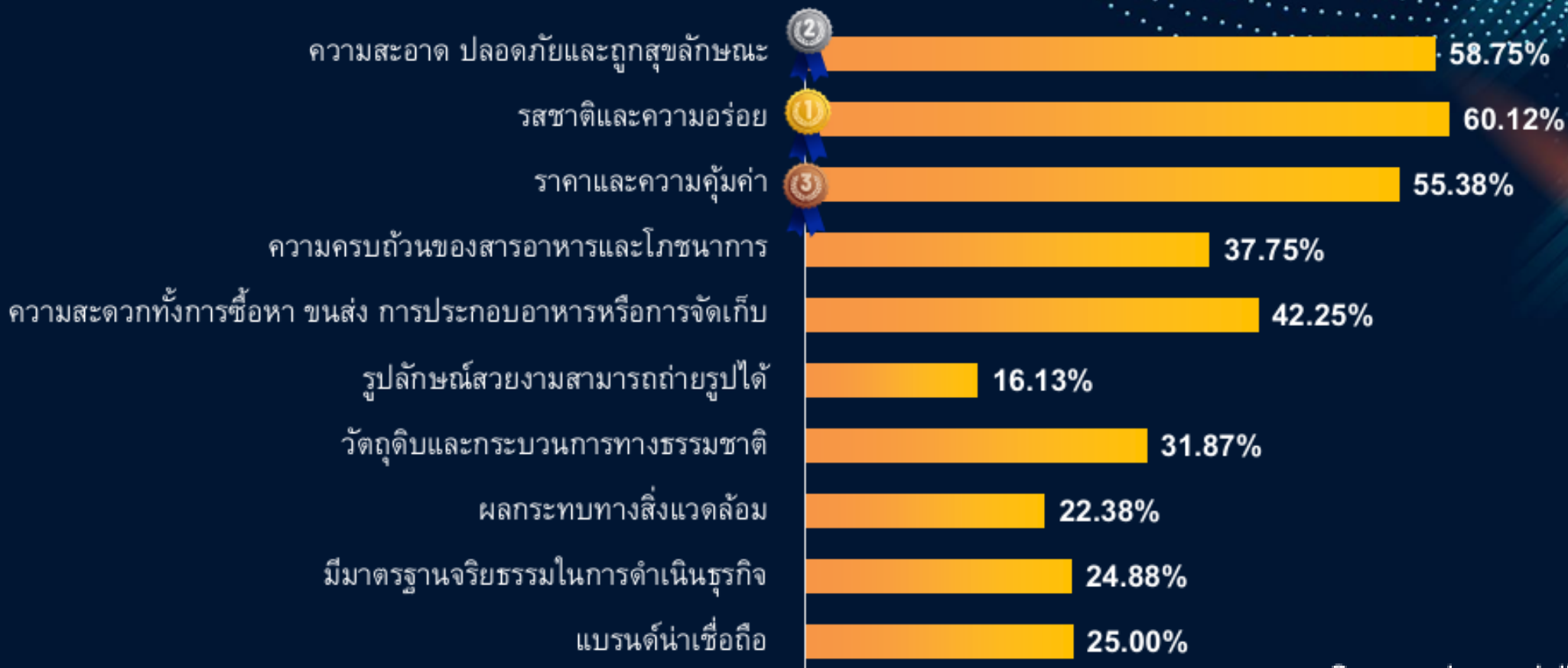
China

Share: 10.6%

Growth: +17%

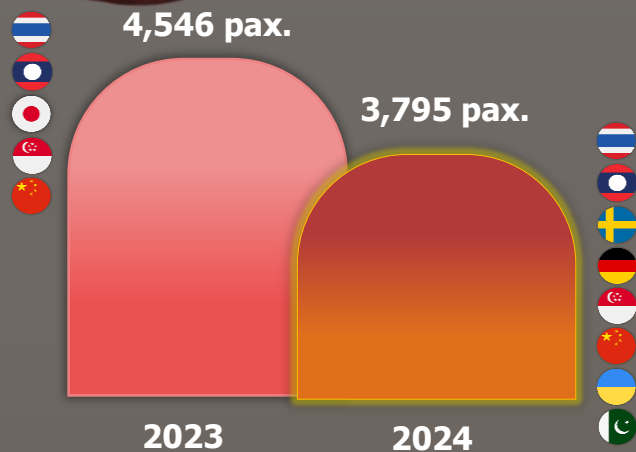
- ✓ Fruit juice
- ✓ Preparation & Plant-Based Food
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Sauce
- ✓ Alternative milk

พฤติกรรมผู้บริโภคไทยต่อแบรนด์ อนาคตอาหาร

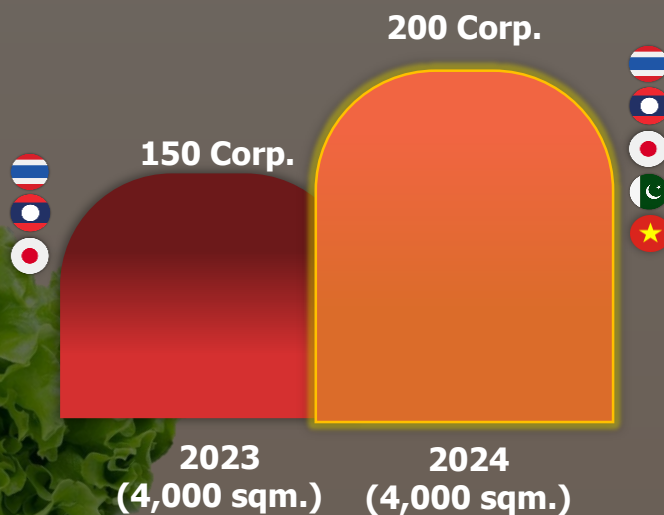


Source: baramizilab

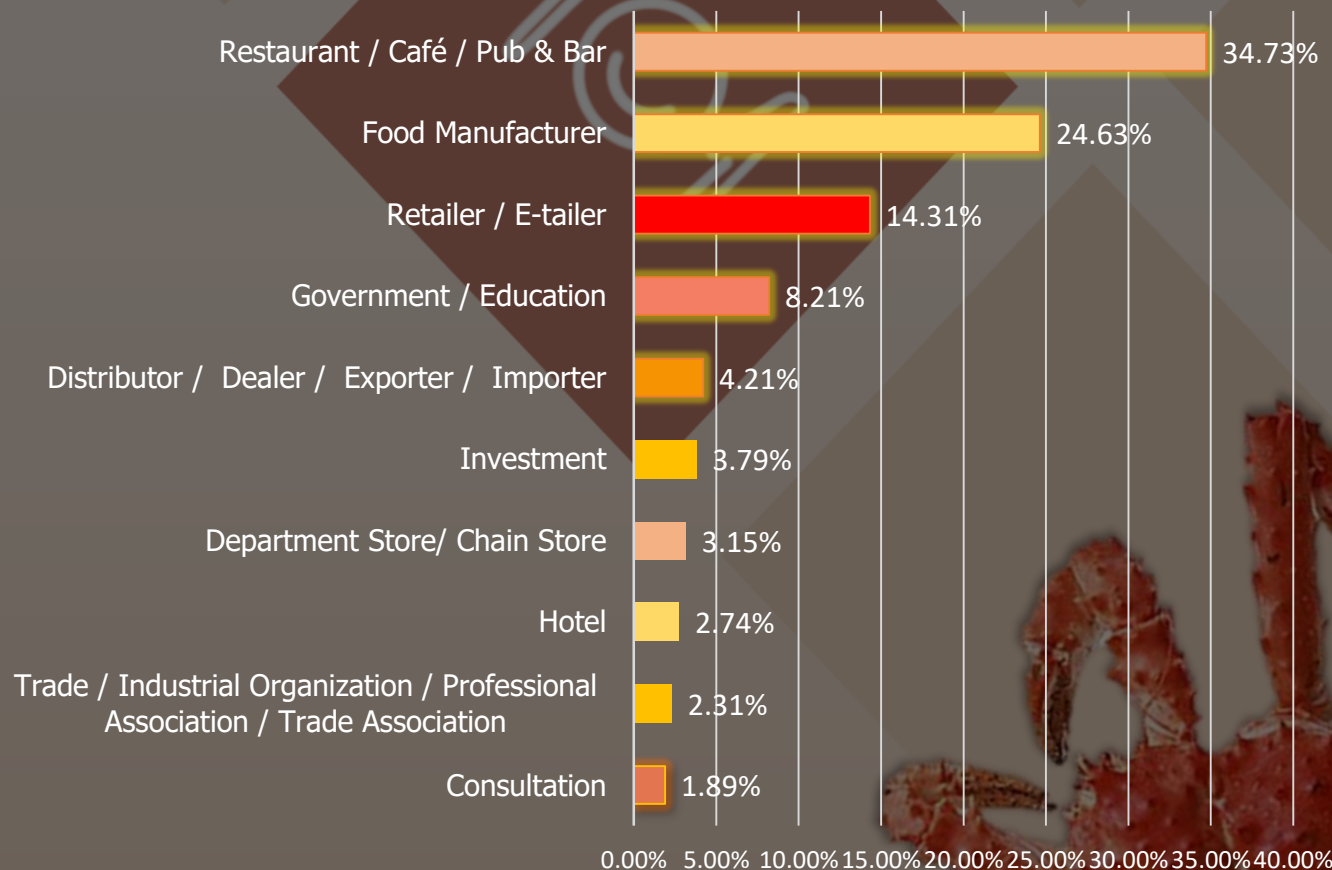
Visitor Participation



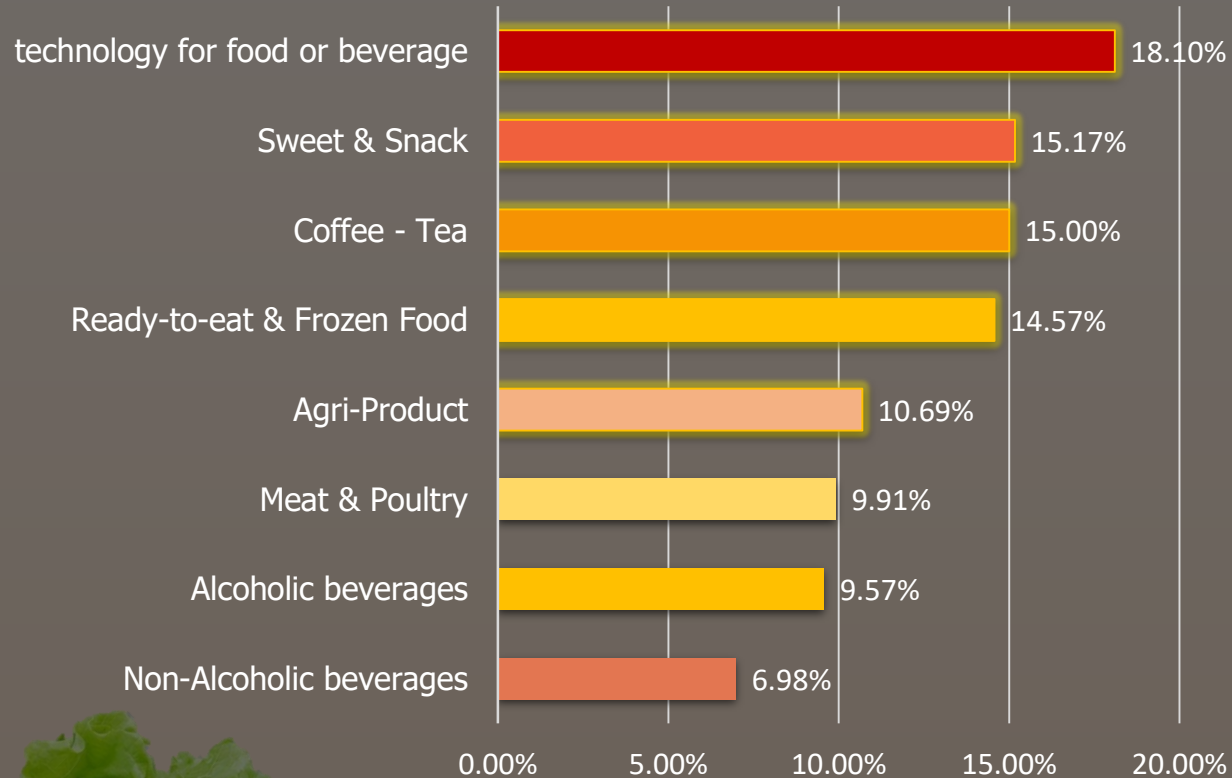
Exhibitor Participation



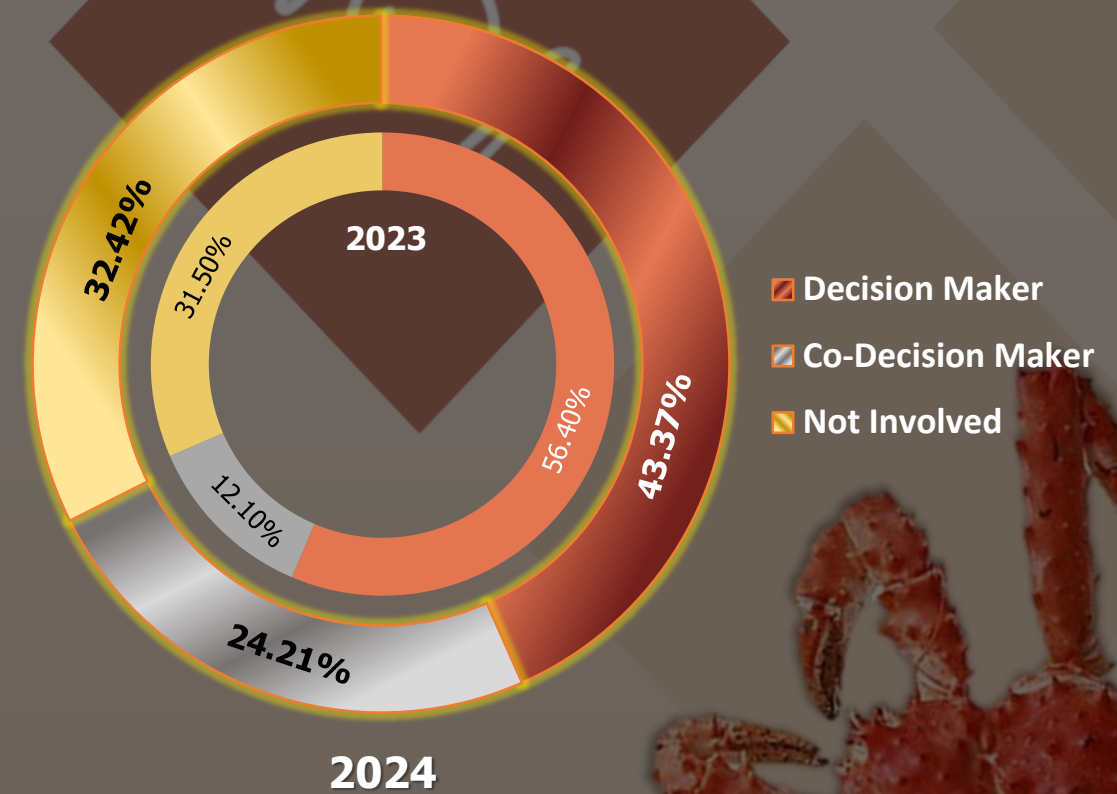
Industry Sector for visiting exhibitions.



Which products or services are you interested in?

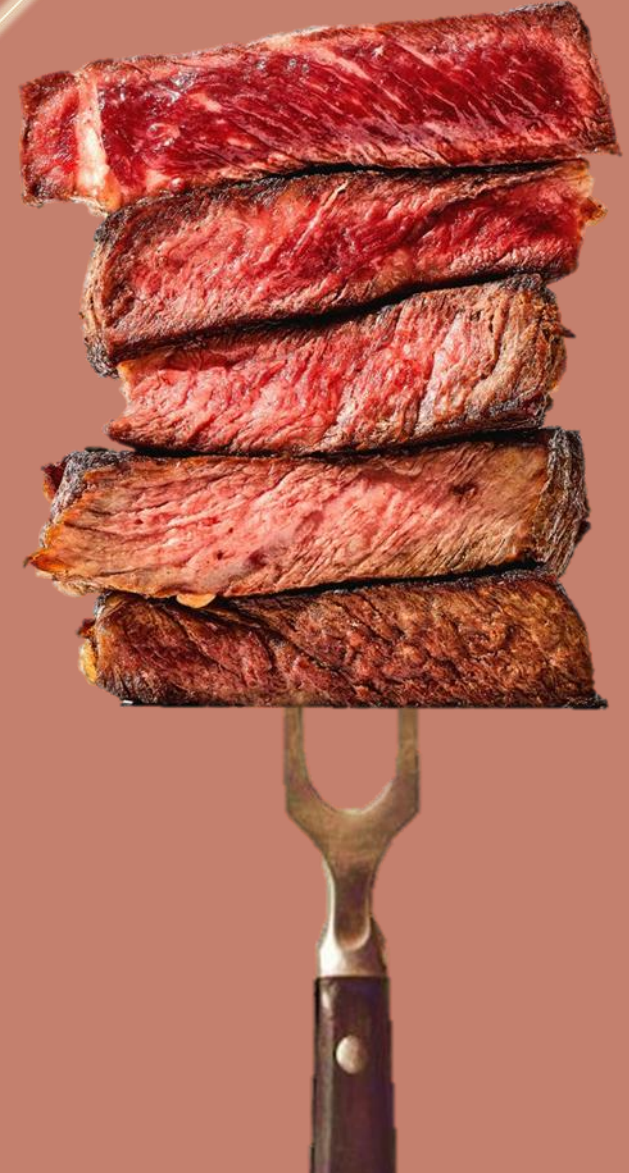


Responsibilities and engagement of visitors.





Beyond Food Expo 2025



Objective

- เชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค: เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร
- สร้างโอกาสทางธุรกิจ: ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การจับคู่ธุรกิจ การสัมมนา และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

งาน Beyond Food Expo จึงเป็นมากกว่างานแสดงสินค้าทั่วไป แต่เป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมอาหารในภูมิภาคเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนค่ะ



Beyond the concept

Multisensory Dining

Food that stimulates all senses — incorporating sound, light, aroma, and even touch alongside taste - to create an immersive atmosphere that captivates consumers.

อาหารที่กระตุ้นประสาทสัมผัสทุกประสาทสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการได้ยิน เสียง แสง กลิ่น หรือแม้กระทั่งการสัมผัสร่วมกับการกินอาหาร เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดผู้บริโภค

“Beyond Food, Beyond Experience” “เปิดโลกแห่งอาหาร สู่ประสบการณ์แห่งอนาคต”

Immersive Culinary Experiences

Experience personalized immersive experiences, such as using AR/VR technology to allow visitors to explore food cultures and destinations around the world while enjoying a meal.

สัมผัสประสบการณ์ส่วนบุคคล เช่น การใช้เทคโนโลยี AR/VR เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้สัมผัสกับสถานที่หรือวัฒนธรรมอาหารจากทั่วโลกในขณะรับประทานอาหาร

Sustainability Beyond the Plate

Environmental consciousness in the sustainable food industry goes beyond just using sustainable ingredients - it also encompasses low - impact delivery methods, eco-friendly packaging, and energy-efficient processes.

การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแบบยั่งยืน ไม่ใช่แค่เรื่องของวัตถุดิบที่ยั่งยืนเท่านั้น แต่รวมถึงวิธีการจัดส่ง การบรรจุภัณฑ์ และการใช้พลังงานที่มีผลกระทบต่อ

Personalized Nutrition

Experience Personalized Food. Food tailored to each individual's specific needs using health and genetic data - designed to suit your body and lifestyle. This approach combines science, nutrition, and innovation to promote better well-being and a more sustainable way of living.

สัมผัสอาหารที่ปรับตามความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคลโดยใช้ข้อมูลด้านสุขภาพและพันธุกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับร่างกายและสภาพชีวิต

Hyper-Local Ingredients

Showcasing Locally-Sourced Ingredients. Presenting ingredients sourced directly from local communities - including concepts like growing food within restaurants or homes. Each region across the country contributes its unique flavors, highlighting the diversity and richness of Thailand's culinary heritage.

การนำเสนอวัตถุดิบที่มาจากแหล่งในท้องถิ่นหรือแม้กระทั่งการปลูกอาหารในร้านหรือในบ้านเรือน ที่โดดเด่นจากทุกพื้นที่ภายในประเทศ

Show Theme:

"Beyond Food, Beyond Experience"

"เปิดโลกแห่งอาหาร สู่ประสบการณ์แห่งอนาคต"

The harmonious blend of unique cuisine, culture, and groundbreaking innovation creates a magnificent and powerful experience. It not only reflects distinct flavors but also weaves together people and wisdom across all dimensions. This journey propels us towards sustainability and infinite growth, unlocking new possibilities and inspiring a bright future in the world of food. Every bite and every experience is a step towards profound transformation.

การผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร วัฒนธรรม และนวัตกรรมล้ำสมัย สร้างประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่และทรงพลังที่ไม่เพียงสะท้อนรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังเชื่อมโยงผู้คนและภูมิปัญญาในทุกมิติ พร้อมผลักดันสู่ความยั่งยืนและการพัฒนาที่ไม่สิ้นสุด เพื่อเปิดโอกาสใหม่ๆ สร้างแรงบันดาลใจให้กับอนาคตในโลกของอาหาร ที่ทุกคำและทุกประสบการณ์คือการเดินทางสู่ความเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่.

Mood & Tone:

Elevate your experience.

สัมผัสประสบการณ์ที่เหนือกว่าการชิม หรือการประกอบอาหาร



Innovating through cultural fusion.

ความตื่นตา ตื่นใจ และล้ำสมัย ผ่านการผสมผสานนวัตกรรม และวัฒนธรรมท้องถิ่น



Catalyzing connections, inspiring fresh perspectives.

การกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจใหม่ๆ



Beyond The Show



Exhibitor : Focusing on exhibitors from the food and beverage innovation sector, featuring a diverse range of products from both local and international entrepreneurs, with a strong emphasis on local producers.

เน้นผู้แสดงงานกลุ่มนวัตกรรม อาหาร และเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย ทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น และระดับนานาชาติ โดยเน้นที่ผู้ผลิตภายในท้องถิ่น



Visitor : Providing attendees with an experience that goes beyond tasting or cooking by integrating innovation and local culture in an exciting and futuristic way. This immersive approach fosters a sense of connection and inspires new ideas.

- Focusing on food innovations and presenting cutting-edge experiences,
- showcasing the potential of local cuisine on the international stage

เน้นให้ผู้เข้าชมงานได้สัมผัสประสบการณ์ที่เหนือกว่าการชิม หรือการประกอบอาหาร ด้วยการผสมผสานนวัตกรรม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ในรูปแบบที่น่าตื่นตา ตื่นใจ และล้ำสมัย ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยง และสร้างแรงบันดาลใจใหม่

- เน้นนวัตกรรมด้านอาหาร และการนำเสนอประสบการณ์ ที่ล้ำสมัย
- แสดงให้เห็นศักยภาพอาหารท้องถิ่นสู่ระดับสากล



BEYOND FOOD EXPO 2025 EP. 3rd

“BEYOND FOOD, Beyond Experience”

-เปิดโลกแห่งอาหาร สู่ประสบการณ์แห่งอนาคต-



Show date: 7-9th August 2568 (3 Days)



Show venue: Hall 1, KICE. Khon Kaen



Key Visual



beyond 3rd
FOOD EXPO 2025
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

THU FRI SAT
7 8 9 **AUG 2025**
HALL 1, KICE KHON KAEN, THAILAND

สัมผัสแห่งอนาคตของ
อาหาร เครื่องดื่ม และ เทคโนโลยี
แหล่งลุ่มแม่น้ำโขงที่เหนือกว่าทุกความรู้สึก

BEYOND EXPERIENCE

ORGANIZER BY:
KICE
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

f i t i n Beyondfoodexpo www.Beyondfood.com

THU FRI SAT
7 8 9 **AUG 2025**
HALL 1, KICE KHON KAEN, THAILAND

beyond 3rd
FOOD EXPO 2025
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

สัมผัสแห่งอนาคตของ อาหาร เครื่องดื่ม และ เทคโนโลยี
แหล่งลุ่มแม่น้ำโขงที่เหนือกว่าทุกความรู้สึก

BEYOND EXPERIENCE

ORGANIZER BY:
KICE
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

f i t i n Beyondfoodexpo www.Beyondfood.com



3 Pillars of Beyond Experience





3 Pillars of Beyond Experience

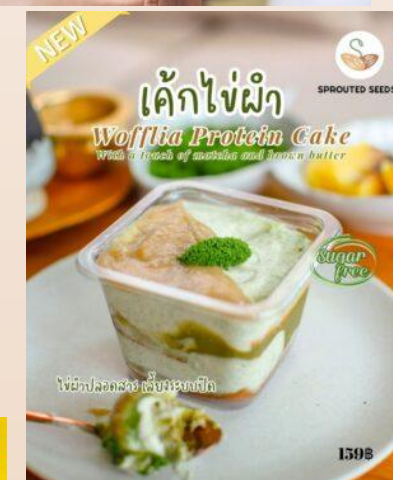
Pillar 1 : การผสมผสานกับเทคโนโลยี “Integration with technology”

- Showcasing food products rooted in local ingredients while incorporating advanced technology and innovative production processes. This includes innovations in processing local raw materials and the application of cutting-edge technologies.

Examples : include food innovations such as processing local ingredients, insect-based protein, watermeal (Wolffia), and golden apple snail products.

- นำเสนออาหารที่มีพื้นฐานจากวัตถุดิบท้องถิ่นแต่ใช้เทคโนโลยีล้ำสมัย กระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น นวัตกรรมของการแปรรูปวัตถุดิบท้องถิ่น ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆเช่น นวัตกรรมการแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น, โปรตีนจากแมลง - ไข่ฝ้า - หอยเชอร์รี่

Key Player : สถาบันปัญญาภิวัฒน์





3 Pillars of Beyond Experience



Pillar 2 : เหนือกว่าประสบการณ์ด้านรสชาติ

Beyond taste experience "Chef Talk" Secret Recipe

- Participants can enjoy a fully immersive experience, including engaging in the food creation process, discovering the story behind each product, and interacting with real ingredients.
- ผู้เข้าร่วมสามารถสัมผัสประสบการณ์ได้แบบครบวงจร เช่น การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการสร้างสรรค์อาหาร การถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และการสัมผัสวัตถุดิบจริง

Key Player : สมาคม หรือ ชมรมที่เกี่ยวข้องในรูปแบบ workshop หรือ การประกวด ภายในงาน



3 Pillars of Beyond Experience

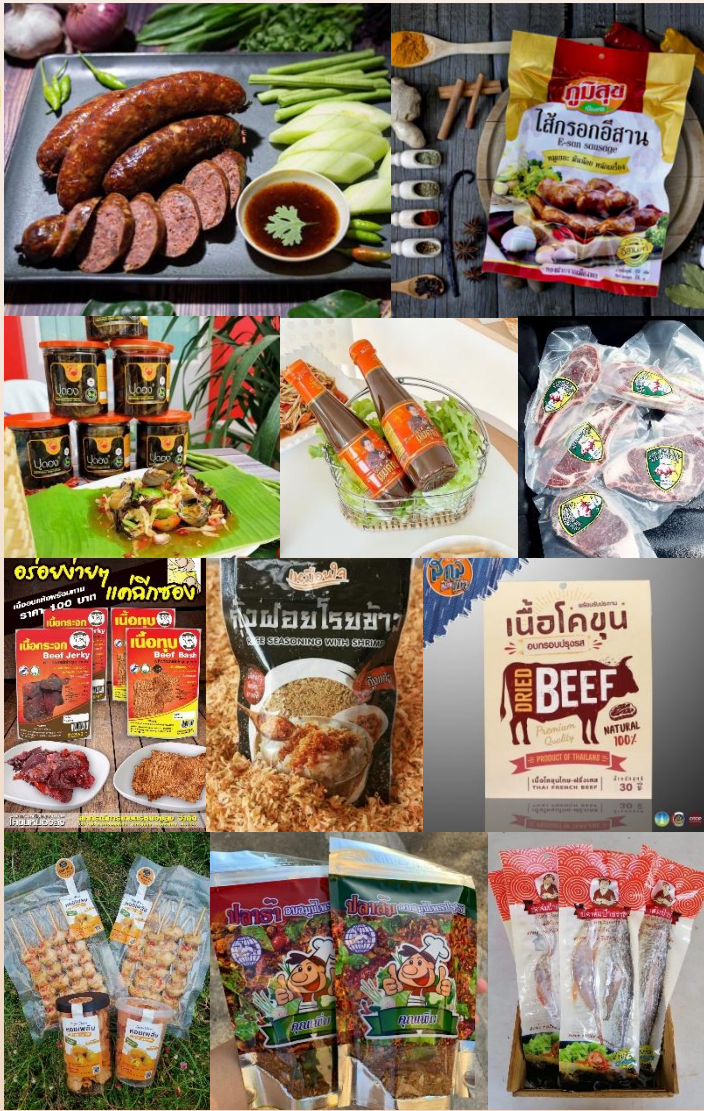
Pillar 3 : เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลก

“Connecting local identity to align with global standards.”

Presentation of GI (Thai Geographical Indicator) products to prepare for export, showcase their uniqueness, and align with the Food – Soft Power strategy.

- Providing knowledge and showcasing local products to enhance their global market reach, ensuring local producers can connect with consumers worldwide.
- การนำเสนอข้อมูล GI product (Thai Geographical Indicator) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการส่งออก นำเสนอ และ ตอบโจทย์ Food – Soft Power การให้ความรู้ พร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วโลก

Key Player : Government pavilion from MOC or OSS.





4 Show Highlight





Show Highlight Innovation Showcase

- An innovation zone showcasing examples of technology in the food industry, including processing and sustainable production.
- โซน นวัตกรรมที่แสดงตัวอย่างเทคโนโลยี ในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น การแปรรูป การผลิตที่มีความยั่งยืน



Show Highlight

Local-to-Global Zone

- A special zone dedicated to products featuring local ingredients from Northeastern Thailand and the Mekong River countries, aimed at enhancing their value and elevating them to gain recognition in international markets.
- โซนพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เน้นวัตถุดิบท้องถิ่นจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและประเทศลุ่มแม่น้ำโขง เพื่อเสริมสร้างมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อยกระดับให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล





Show Highlight

Beyond taste experience "Chef Talk" Secret Recipe

- Tasting and experiencing food that showcases the fusion of ingredients and innovation, where visitors can actively participate and provide feedback on the products.
- การชิม สัมผัสอาหารที่แสดงถึงการผสมผสานของวัตถุดิบและนวัตกรรม โดยผู้เข้าชมสามารถมีส่วนร่วมและให้ความคิดเห็นกับผลิตภัณฑ์





Business Matching & VIP Networking Lounge

- Hosted buyer program
- Local & GMS
- VIP Networking
- Experience a new level of Business Matching at the VIP Networking Lounge - the first of its kind in Thailand that brings together innovation and café culture in one seamless space. This exclusive zone is designed to elevate the experience for registered buyers, providing a unique environment to connect, collaborate, and discover business opportunities like never before.
- สัมผัสประสบการณ์ใหม่กับการ Business Matching ในโซน VIP Networking Lounge ครั้งแรกในประเทศไทย รวบรวมนวัตกรรม และคาเฟ่เข้าไว้ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่าให้กับผู้ประกอบการที่เป็น Buyerทุกท่านที่ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน

Exhibitor 's Profile



Food & Beverage

- ผลไม้ ผัก และข้าว - **Fruits & Vegetables & Rice**
- เนื้อสัตว์ และอาหารทะเล - **Meat & Seafood**
- วัตถุดิบ/ส่วนผสม - **Food ingredient & seasoning**
- อาหารพร้อมปรุง - **Ready to Cook**
- อาหารพร้อมรับประทาน - **Ready to Eat**
- วัตถุดิบที่มีส่วนผสมจากท้องถิ่น - **Hyper-Local Ingredients**
- อาหารฮาลาล - **Halal Food**
- ขนมหวาน และขนมขบเคี้ยว - **Sweet & Confectionery**
- เครื่องดื่ม - **Drinks**
- กาแฟและชา - **Coffee & Tea**
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - **Alcoholic Beverages**
- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ - **Non-alcoholic Beverages**

Food Innovation - Service – Startup

- เครื่องจักรการผลิต - **Food Machinery**
- เครื่องมืออำนวยความสะดวก - **Food Equipment**
- นวัตกรรมอาหาร - **Food Innovation**
- บริการด้านอาหาร - **Food Service**
- บริการด้านการขนส่ง - **Transportation Services**
- ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี - **Tech Providers**
- เทคโนโลยีทางการตลาด - **MarTech**
- ผู้ให้บริการหุ่นยนต์บริการ - **Service robot providers**
- ที่ปรึกษาด้านความยั่งยืน - **Sustainability consulting provider**
- เทคโนโลยีการอาหาร - **Food Technology**
- ธุรกิจสตาร์ทอัพทางด้านอาหาร - **Beyond Food Startup**
- ธุรกิจแฟรนไชส์ทางด้านอาหาร - **Food Franchise**

Future Food

- วัตถุดิบออร์แกนิก - **Organic food**
- อาหารแห่งอนาคต - **Future Food**
- อาหารตามหลักโภชนาการ - **Nutritional Food**

- แพลนต์ เบส - **Plant based**
- โปรตีนทางเลือก - **Alternative Protein**



Visitor 's Profile



RETAILER/
E-TAILER



IMPORTER



DEPARTMENT
STORE/
CHAIN STORE



GOVERNMENT



INVESTMENT



DISTRIBUTOR,
DEALER,
EXPORTER,



TRADE
ASSOCIATION



EDUCATION



PROFESSIONAL
ASSOCIATION



TRADE/
INDUSTRIAL
ORGANIZATION



RESTAURANT,
CAFE, PUB & BAR



FOOD
MANUFACTURER



HOTEL



CONSULTATION



MEDIA

1. Industry Experts - ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหาร

- **Food product and technology developers:** Interested in new ingredients and ready-to-cook / ready-to-eat food innovations.
- **Procurement officers:** From supermarkets and convenience stores looking for new products.
- **Chefs and culinary experts:** Seeking specialty ingredients and ready-to-use products.

2. Health-Conscious Consumers - กลุ่มคนรักสุขภาพ

- **Nutritionists:** Interested in nutrient-rich ingredients and non-alcoholic beverages.
- **Fitness coaches and health brands:** Looking for health-focused food and beverages.

3. Food Service and Tourism Entrepreneurs – ผู้ประกอบการด้านบริการอาหารและการ เจ้าของร้านอาหาร และคาเฟ่

- **Restaurant and café owners:** Seeking new ready-to-cook and frozen food products.
- **Hotels and catering services:** Looking for ready-to-eat food and beverages for large-scale events.

4. Exporters, Importers, and International Distributors –ผู้ส่งออกและนำเข้า ผู้จัดจำหน่ายระหว่างประเทศ

- Looking for new ingredients and food products for global markets.
- **Export consultants:** Assisting local producers in adapting their products for international markets.

5. Investors and Venture Capitalists - นักลงทุนและผู้ลงทุนร่วมสนใจแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์

- Interested in emerging brands and innovative food products.

6. General Consumers - ผู้บริโภคทั่วไป

- **Cooking enthusiasts:** Interested in new ingredients and cooking techniques.
- **Premium shoppers:** Looking for high-quality food and beverage products.



Target Market

- **Focusing on attracting visitors from the Northeastern region of Thailand and the Mekong River countries, including Laos, Vietnam, Cambodia, and Myanmar.**
 - **Providing opportunities for local and regional businesses to connect with consumers and expand their market internationally.**
 - **Driving revenue growth and economic sustainability.**
-
- มุ่งเน้นผู้เข้าชมจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และประเทศกลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์
 - เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในตลาดท้องถิ่นและภูมิภาคเข้าถึงผู้บริโภคและขยายตลาดสู่สากล
 - เพิ่มรายได้ และเศรษฐกิจไปสู่ความยั่งยืน



Show Strategy

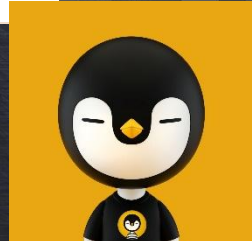
1. Showcase standout features to engage key stakeholders.(exhibitor / visitor/buyer/ association related/ Government supporter)

2. Key Target exhibitor

- Government Subsidy both local and Center
- Key Player in Food industry

3. Empower local businesses by showcasing regional products as key highlights.

- Famous restaurants (Michelin-rated in Isan).
- celebrated chefs from the region.
- Influential local personalities.





Floor plan & Partner



Floor Plan



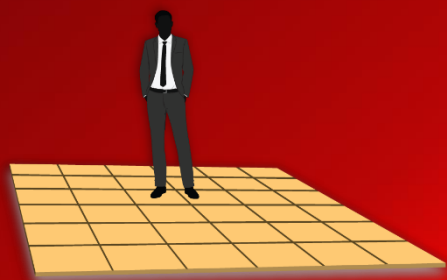
5 Booths

5 Booths





Propose Package : Public Price



STANDARD PACKAGE

- **Raw Space**
(Minimum 9 Sq. m.)
Cost: 3,500 thb./Sq. m.



SILVER PACKAGE

- **Standard booth**
(Minimum 3x2 m. = 6 Sq. m.)
Cost: 30,000 thb./Sq. m.



GOLD PACKAGE

- **Standard booth**
(Minimum 3x3 m. = 3 Sq. m.)
Cost: 50,000 thb./Sq. m.

**EARLY
BIRD**
Exp. 31 Mar 2025

พันธมิตร ด้านอาหาร



พันธมิตร ด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร

FOOD *focus*
Thailand

Brandex
MARKETING COMMUNICATION INDEX

ThaiFranchise
Center
ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์

wongnai

พันธมิตร ด้านความยั่งยืน

ptt

true

MOQDC
FOR ALL WELL-BEING





Thank You