

2024上海自有品牌展-全球自有品牌产品中国展- 上海OEM贴牌代加工展

产品名称	2024上海自有品牌展-全球自有品牌产品中国展- 上海OEM贴牌代加工展
公司名称	上海京硕展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	龙阳路2345号
联系电话	18939750396 18939750396

产品详情

2024深圳自有品牌产品展、全球自有品牌产品中国展

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会(PLSC) 自有品牌制造商协会(PLMA)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

时间：2024年12月05-07日 地址：上海新国际博览中心

由上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会（PLSC）与国际自有品牌制造商协会（PLMA）共同创办的华南地区以零售自有品牌为主题的首届“全球自有品牌产品中国展”（以下简称2021PLFChina）将在2021年6月的深圳拉开帷幕。作为华南地区的自有品牌行业盛会，2021PLFChina的吸引力和国际影响力正在彰显。随着2021PLFChina来临之际，三大亮点为大家提前揭晓。亮点一：全球自有品牌产品亚洲展的官方子展PLSC和PLMA共同创办的全球自有品牌产品亚洲展，自2010年开始至今年，至今成功举办十余届，成为世界范围内自有品牌领域继美国芝加哥展（1981）和荷兰阿姆斯特丹（1986）展之后第三大自有品牌展，也是推动世界自有品牌前行的“三驾马车”。全球自有品牌产品亚洲展已经成为全国乃至全亚洲大的自有品牌产品盛会。由于PLF的影响力在亚太地区逐渐扩大，全球自有品牌产品亚洲展组委会收到大量来自华南地区的零售商超企业的反馈，希望在华南地区也能召开与自有品牌产品相关的展会。因此，为了夯实全球自有品牌产品亚洲展成果。PLSC决定在华南地区以官方名义举办2021PLFChina，本次展会将进一步促进全球自有品牌产品亚洲展带来的增益效果，更为中国自有品牌领域的人才打造交流学习和展示其产品的舞台，并为华南地区的零售商超提供更多服务与学习、对接、开发、交流等机会。此外，PLFChina作为全球自有品牌产品亚洲展官方的子展，PLSC和PLMA将竭尽全力为广大自有品牌展商、采购商、供应商及相关人才服务。亮点二：去中间化，让采供双方零距离接触2021PLFChina将为展商提供直接会面的机会，数千位来自的本地及国际商超、便利店、电商、专卖店、进出口商、品牌商等

实力买家及管理者推出创新产品，展示生产与原创设计能力，了解自有品牌需求与趋势，并有效发展新业务。这些买家及管理者，将与参展的数百家甄选的优质食品及日用百货生产商、零售包装及设计商面对面了解及评估其创新产品、定制生产及原创设计能力，识别合适的产品与合作伙伴发展和丰富自有品牌品类，提升顾客忠诚度和品牌差异竞争力。本届PLFChina将在华南，为自有品牌产业，OEM/ODM制造商打造一个行业盛会。亮点三：论坛内容丰富，创新作用增强今年展会现场增设的诸多活动将更好的提供行业内的交流和对发展趋势的探讨。今年正逢xinguan疫情完全控制后的年，全国经济乃至世界经济逐步复苏，2021PLFChina的举办将为零售商超及制造商搭建起采供交流平台，为整个华南市场、甚至中国市场的零售领域增添贡献。部分实力买家目录超市：沃尔玛、欧尚、大润发、华润万家、麦德龙、家乐福、联华、永辉、永旺优、中百仓储超市等电商：1号店、京东商城、网易严选、淘宝心选、当当网、易迅、佳品网、M18麦网、东方CJ、美味七七、我买网、嘀嗒猫等便利店：7-11、全家、可的、好德、罗森、联华快客、伍缘便利、喜多士、上海喜安便利、OK便利等综合百货：杭州大厦、百联集团、万达百货、汇金百货、伊藤洋华堂、广东天河城百货、信誉楼百货等食品类专营店：捷强、来伊份、良品铺子、三只松鼠、百味林、上海食品、星巴克、上海糖业烟酒、伊味儿等日百类专营店：H&M、麦考林、月星家居、史泰博、特力屋、华特迪士尼、宜家、优雅100、丽芙家居等个护健康美容类专营店：quchenshi、莎莎、万宁、丝芙兰、卓悦、百合缘大药房、复兴药业、益丰大药房、华氏大药房等AXDOOF,BPI,BE ATUY ELENENN VENTURES INC,JUNGLEFISH,LINACO,SISMY S.P.A.,STYVES ROCHER GROUP-ASIA,HUG AG,GOLDEN-POL SP.ZO.O., GEEYA ,FAMILY INTERNATIONAL , etc.展区范围：食品饮料类：绿色/保健食品、休闲零食、罐头/方便食品、饼干糕点、粮油副食、酒水饮料、调味品、母婴食品、果脯蜜饯、肉干肉脯、糖果巧克力、乳制品、冲调食品、烘焙食品、营养保健品、宠物食品等日用百货类：家用清洁及芳香用品、洗涤用品、家用纸品、一次性纸制品、塑料制品及收纳、厨房塑料制品、层架及垃圾箱、衣物整理及杂物、挂件、服装鞋袜与配饰、家纺、床品、烹饪及烘焙用具、餐具、家用小电器、3C数码、家用五金及园艺用品、汽车美容产品及工具、孕婴童用品、文体办公、智能智造、DIY用品等个人护理类：非处方药品及保健品、保健品、身体及口腔护理（牙膏、牙刷、牙线、口腔清洁、眼耳鼻足护理、湿巾）保健急救、女性、成人及婴儿用品、美容美发用品、洗浴用品、洗发用品、护肤品、女士清洁用品、香皂、焗油染发、美妆及工具。生鲜食材类：水产海鲜、禽类、肉类、水果蔬菜、速冻食品、有机食材、预包装及调理蔬菜、南北干货等实施自有品牌战略，根据市场情况及时组织生产和供应某些自有品牌商品，可以使企业的商品构成和经营富有特色，企业以自有品牌商品为基础向消费者提供更全面的服务，借助于商品又可进一步强化企业形象，两者相辅相成，形成企业自身对消费者独特的诉求，从而增加消费黏性以及消费活跃度。