

# 全球自有品牌产品展上海展，上海自有品牌展2024plf-china

产品名称	全球自有品牌产品展上海展，上海自有品牌展2024plf-china
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深圳自有品牌展，2024自有品牌展，2024亚洲自有品牌展，第17届自有品牌展，零售自有品牌展，日用百货贴牌展，个人洁护贴牌展，食品饮料贴牌展，oem代加工展，2024plf，plma，阿姆斯特丹自有品牌展，俄罗斯自有品牌展，芝加哥自有品牌展，超市贴牌，商超贴牌展展会亮点（参展一次，服务一年）全球自有品牌产品亚洲展有别于其他展会明显的特点是：参展一次，服务一年1、每年展会结束后——第二年9月前：每周提供线上采购需求发布2019年度plf总计为93家次的零售商（包括：沃尔玛、麦德龙、盒马生鲜、永辉超市等），发布了17次线上需求（4-8月每周/次）；帮助零售商提供582个sku的供应商匹配；帮助1186家次供应商（已报名展商687家次）活动了自有品牌合作的商机。2、全年深入产业集群地，组织零供采购对接会（19年7场：台州、连江、盘锦、南通、青岛、厦门、烟台）带领79家零售商，深入到：台州、连江、盘锦、南通、青岛、厦门、烟台等地举办了7场零供对接会，考察了近30家的自有品牌供应商，为443家企业就近提供了自有品牌合作商机。展会价值（时机&平台）生产型供应商“弯道超车”的好时机；国内大部分零售商企业都处于自有品牌初创期，大部分待开发的品类都需要自有品牌供应商支持、协助和服务。把握先机，抢先占道，争取更多的市场份额。且目前的自有品牌供应商距离发达的服务型供应商差距明显，谁入，谁先探索，谁占优势。随着自有品牌的不断深入，对供应商的高要求越来越高，合作机会不断向成熟的供应商聚合；供应商寻求自有品牌的平台全球自有品牌产品亚洲展，即plf。从2010年把“自有品牌”展由欧美引入起，走过了10年，今年进入第二个十年。见证了和促进了自有品牌行业从小到大、从粗到精的全过程，直到目前风生水起的局面。每年都汇聚了国内乃至亚洲地区自有品牌零售商、供应商、行业从业人员的关注和追捧；展会同期的自有品牌高峰论坛以及自有品牌产品“金星奖”评选更是成为了行业的风向标。参展范围：一、休闲食品（谷物类、硬果类、膨化类、果冻果脯类、肉干肉脯类、干制蔬菜类、海产类零食）、粮油副食（米面粮油、调味品、调味料）、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、南北干货、营养---等二、家用百货：家用清洁、护理及芳香用品、家用纸品、家用塑料制品、服装鞋袜与配饰、家用纺织、烹饪及烘焙用具、餐具、家用小电器、户外用品、3c数码、家用五金及园艺用品、孕婴童用品、文体办公、智能制造、汽车配饰三、个人护理：内服外非---用药（维他命、补品、内服外用药）、身体与口腔清洁护理（牙膏、牙刷、牙线、口腔清洁、眼耳鼻足护理、湿巾）、医疗急救及---辅料（体温计、---绷带纱布、保健急救）、女性、---及\*\* \*护理用品、美容美发用品及工具四、生鲜食材水产海鲜（各类海鲜冻品、各类海鲜干品、海鲜鲜活品、水产调理品及深加工产品水果类）蔬菜类（新鲜水果、冻干水果、脱水干果、冷鲜水果）肉禽蛋类（有机蔬菜、速冻蔬菜、冻干蔬菜、调理菜、酱菜、泡菜、净菜、各类食用菌菇）预制食品（速冻食品、速食食品、微波食品、预炸类食品、方便食品及罐头制品

、鲜食食品)；豆制品(鲜类豆制品、食材类豆制品)现场买家(采购)：零售巨头 全国连锁超市 便利店 品牌商 礼品公司 进出口贸易商 各大电商平台 全球零售自有品牌产品展-2024上海时间：2024年12月05-07日地址：上海新国际博览中心主办单位：上海市品牌授权经营企业协会承办单位：跨采(上海)广告有限公司展会优势：行业大腕亲临、探讨自有品牌风向、聚焦自有品牌产品国际三大自有品牌展之一，辐射整个亚洲标准全国性自有品牌产品评选及集中陈列趋势自有品牌是零售变革、转型的必选项\*\*\*50+个的买手团，数量逐年递增，免费提供采供对接机会全面线上、线下、流通全渠道覆盖；商超、便利、专营店、品牌运营商等差异直面终端渠道商，去中间化，惠及三方(采购商、供应商、消费者)积累积累9年，矗立自有品牌发展，迎来行业蜕变?累积7年，规模逐年扩大，持续保持2位数迅猛增速；严选买家，公开买家名单的化展会；50+个的采购团零距离的采供对接，获得更多直供零售的机会；外贸转内销的平台，外贸规则与内贸渠道无缝对接；品牌商与自有品牌和谐相融，占领不同层次消费市场，获取更多销售份额；自有品牌优势：不仅仅体现在价格上。据统计，商业企业中使用自有品牌的商品一般比同样规格的产品规格会30-50%。使用自有品牌的商品之所以具有价格优势，主要是由于：自产自销商品，省去许多中间环节，节约了交易费用和流通成本;第二：使用自有品牌的商品可以少支付广告费，零售商已有的良好信誉就是自有品牌商品好的广告;第三：大型零售企业拥有众多的门店，进行大批量生产、销售，可以取得规模效益，降低商品的销售成本。自有品牌是商业零售企业自己创意并经营的商品品牌。近年来国际大型商业企业普遍采用自有品牌的经营战略，通过自有品牌建设，提升企业的信誉。观众是谁？在plma多年买家积累，ispc十多年驻华全球采购买家资源基础上，plf拥有国内为庞大的零售自有品牌买家行业数据库，参加plf亚洲展您将有机会与众多目标客户会面，为企业实现\*\*\*互动，达成业务合作提供的平台。百货商场 便利店 全球采购 超市卖场 专营店 品牌商 经销商 进出口贸易商 电商/跨境电商 餐饮/酒店等关于我们的概念：零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，由超市一次性买进并销售的行业。模式：自有品牌包含但不\*\*\*于零售贴牌、零售oem、零售代加工等生产模式，一件好的自有品牌产品是零售商和供应商能力合作的产物。详解：通俗来说，自有品牌产品，是指工厂与零售企业根据市场需求联合研发，而后，由工厂进行产品代加工生产，由零售企业冠以自己的自有品牌标签、并在自有的商超连锁门店进行营销的一种产品。展会历史：1979年---plma成立1980年---美国自有品牌展2500多个展位1986年---荷兰自有品牌展4200多个展位2010年---plf深圳召开2017年---plf继续扩张，计划展位1200个展品范围：食品饮料类、日用百货类、健康美容产品等主题展区2020plf继续深化和打造优势产品分区，将在食品区和非食区---以下热门展区：——国际产品区——零售商自有品牌商品区——出口精品区——家居生活体验区——台湾区、韩国区、亚洲区等(特殊展区)