

2021上海自有品牌产品展览会/代加工产品展览会

产品名称	2021上海自有品牌产品展览会/代加工产品展览会
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市嘉定工业区叶城路912号J6686室（注册地址）
联系电话	13671856722 13661406349

产品详情

排名点的高性价比，成为中国消费者未来愿意去购买商品主要的因素。这也体现了我们自有品牌的一些发展机会，即提供这种经济实惠高性价比的商品。在销售数据层面也呈现出了消费的高性价比趋势的品类，比如说我们提到的洗护用品，或者说是像包装水、牙膏这类型的产品。那目前中国的自有品牌的发展现状是什么样子的呢？我们通过尼尔森的一项成熟调研和销售数据监测，我们能够看到目前全球的自有品牌的平均水平大概是16.3个点，比例主要是在欧洲、北美这些零售商市场集中度更高的，相对零售体系发展更成熟的国家，他们的比例是更高的。截止到今年上半年，目前的中国自有品牌的整体份额占到整个消费品的份额大概是1.1%，但是从增长速度来看的话，我们发现自有品牌仍然是非常有潜力的。截止到今年上半年，中国自有品牌这一块的销售增幅达到了6个点，而品类整体的增长幅度只有1.4个百分点左右。我们看到整个中国非常地大物博，不同的区域的差异也是非常大的。这里面我们会看到西部地区的自有品牌的发展，已经呈现出了更为积极的态势。首先从份额占比这一块，西部省份地区像云、贵、川、广西等等这样的省份，份额已经占到了1.4个点，自有品牌的销售增速的话也达到了接近30个百分点左右，呈现出了更加积极的成长态势的。今年的疫情期间，从整个上半年对比去年全年的状态来看，我们发现自有品牌在销售数据表现来看，也的确是呈现了一些份额的上涨，整体而言份额是上涨到了1.1%。

食品跟非食品的发展也是有不同的表现：像食品这一块，在今年上半年受疫情的影响，尤其是对常储食品的囤货需求比较大。食品类目的自有品牌产品增长达到了18个点，远高于整体的3.7%左右；但非食品这块的增长受到了一定的抑制，我们看到可能主要受到消费者隔离或少出门对个人护理的需求构建，同时也在这里面作为主力渠道的个护美妆店也是大规模的规定，这些关键的因素影响，所以非食品这一块是呈现大概25个百分点左右的自有品牌销售份额

中国自有品牌的发展机会和进击之路，具体该怎样走，我们也为大家分享了以下的内容。目前整个零售市场的自有品牌发展，仍然是处于比较起步的阶段，从整场表现上面或者消费者的认可和接受程度上面，也有相当大的成长空间。在经济的新常态发展之下，自有品牌的销售也迎来一定的机遇，迎合着消费

理性的回归，高性价比商品的追求。尤其是食品部门这一块，我们可以关键把握住重点的类目的机遇。后我们也为大家分享了自我品牌怎么做好可持续发展的战略布局，可以去做的动作，包括品牌定位、消费者的研究、优化选品等等。我们也具体为大家分享了优化选品和品类的布局规划上面怎么去做？具体的品类的机遇是在哪里？大家可以结合自有品牌发展的不同阶段去看，如果是在初级阶段的话，我们可以选择基础性的品类，去在比较成熟的市场上面去把握住这样的机会；如果说是对于已经形成一定品牌力的零售商，那我们可能发展潜力机会品类这方面，去打造差异化的优势，同时把握住这一块的新兴的消费需求；新品开发阶段，也可以去参考新品和品类总体的销售增长，通过内部增长的四象限分析，去找到我们自己的自有品牌，未来要去做新品的探索开发的时候，进一步的科学规划。我们可以结合自有品牌的新品，推出市场的销售增长表现，同时结合品类整体的销售增长表现，去给我们自有品牌品类，进行相关的定位。去探索无论是在需求层面，还是在销售业绩助推增长，利润的增长方面，都可以带来比较好的平衡的品类。这样的分析角度，也有助于我们在后期更好的做好自有品牌本身的战略的拓展。我们知道自有品牌的发展，往高阶的阶段看，就是像品牌商在运营自身的品牌、产品以及消费者。

展品范围

1、综合食品 休闲食品：膨化食品，果脯蜜饯，干锅炒货，鱼片肉铺食品：肉脯食品
粮油副食：酱油醋，调料，泡菜，果酱，肉肠，罐头，酱菜，速食类，粮食类，食用油 酒水饮料：戒烟产品、国产白酒、葡萄酒、啤酒、功能酒、进口酒、碳酸饮料、水、茶饮、果汁、常温奶品、功能饮料、咖啡饮料 饼干糕点：饼干，派类，糕点，曲奇糖果巧克力：口香糖，巧克力，硬/软糖，果冻
冲调食品：奶粉，麦片，餐糊，茶叶，豆奶粉，糊状冲调品，其他冲饮品，蜂蜜，固体咖啡，糖
营养保健品：参茸滋补，浓缩保健，减肥食品，药酒，蜂产品 南北干货：干菜，干海产品，干果
2、家用百货 家用清洁及芳香用品：除污类，熏香类，杀虫类，护理类，清洁类 洗涤用品：洗衣类
生活用纸：纸品，一次性纸制品 海绵产品：寝具海绵
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：袜类，内衣，睡衣，休闲鞋，功能鞋具，拖鞋，皮鞋，衬衫，饰品，外套，运动套装，正装，儿童服装，毛衣毛裤
家纺：床上用品，毛巾浴巾 烹饪及烘焙用具、餐具：炊具，厨房用品及杂品，餐具，水具
家用电器：生活电器，厨房电器，个护健康 3C数码：数码，影音娱乐
家用五金及园艺用品：电器配件，小五金及其它，园艺用品 汽车美容产品及工具 孕婴童用品：婴童洗护，婴童床品，毛巾口水巾，儿童家具收纳，喂养用品，玩具，童车童床，童鞋，童包，新生儿服装，小童服装，大中童服装，婴童配饰，孕产内衣，孕妈装，妈咪用品
文体办公：学生用品，办公用品，相册，贺卡及卡片，办公器材，通讯器材，球类，拍类，综合类
智能智造：USB产品，手机配件，LED产品，运动，家用医疗，车载智能，智能家电 3、个人护理
维他命及内服外非处方用药：维他命，内服外用 口腔护理与清洁：口腔护理，牙膏，牙线
身体护理：湿巾，家用医疗器具，医用绷带纱布 非处方药品及保健品：补品 眼耳鼻足护理：凡士林
保健急救：创口贴 女性、成人及婴儿用品：卫生巾，纸尿裤
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 4、生鲜食材 水产、禽类、肉类：鲜活鱼类，鲜活虾蟹，鲜活其他水产，冰鲜鱼类，冰鲜虾蟹，冰鲜其他水产，冷冻鱼类，冷冻虾蟹，冷冻其他水产，加工鱼类，加工丸类，加工其他海产品，鱼类，虾蟹壳类，加工类，干咸制品，猪肉及分割 果蔬：叶菜类，根茎类，小菜类，豆制品，干果类，杂粮类，蛋品，鲜花，菌类，热带类，柑橘类，硬身果实类，软身果实类，瓜类，果篮，果盒 预制食品：冷食，烤制品，炸制品，卤煮类，点心类，比萨类，三明治，面条，包装拼盘，肉类（生原料），水产类（生原料），豆制品类（生原料），冷冻/速冻蔬菜，预包装及调理蔬菜 速冻面：糕点
原辅料及调味品：火锅底料，调理食材，有机食材 乳制品：酸奶