

2021膨化食品OEM代加工展览会

产品名称	2021膨化食品OEM代加工展览会
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

OEM方式提出了一个好的途径：即企业以自己专有技术为基础融入以OEM方式生产的其他产品，从而为客户提供适合各自需求的解决方案，这样既推动了企业自身技术的发展，加强了自身品牌的影响力，又使客户从全面的解决方案中得到了更全面及时周到的服务。从另一个角度上讲，被OEM的企业也在企业的带动下得到了发展，这充分体现了资源合理配置的原则。另外，以OEM方式进行经营可更加有效地配置有限的企业内部资源，大限度地减少管理的层次，提高经营管理的效能。 [4]

OEM生产，也称为[定点生产](#)，俗称代工（生产），基本含义为品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道。

原始设备制造商具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产。之后将所订产品低价买断，并直接贴上自己的品牌商标。这种委托他人生产的合作方式简称OEM，承接加工任务的制造商被称为OEM厂商，其生产的产品被称为[OEM产品](#)。可见，定点生产属于[加工贸易](#)中的“代工生产”方式，在国际贸易中是以商品为载体的[劳务出口](#)

OEM是[社会化](#)

大生产、大协作趋势下的一种必由之路，也是资源合理化的有效途径之一，是社会化大生产的结果。在欧洲，早在20世纪60年代就已建立有OEM性质的行业协会，1998年OEM生产贸易已达到3500亿欧元，占欧洲工业总产值的14%以上，OEM生产已成为现代工业生产的重要组成部分。随着经济全球化发展趋势的进一步加快，OEM需求商有可能在更大范围内挑选OEM供应商，特别是向加工制造成本低廉的国家和地区转移。

2016年创立谷哥，糕点起家，打造了欧芭、阿喲、糴之郎、正日王等四大品牌。主要生产糕点，饼干，薯类及膨化食品。2017年下半年投入童世界建设，引进先进饼干生产线和德国FD冻干技术，专业生产婴童辅助食品、休闲食品。并着手申请国家婴幼儿辅助食品生产许可证。全面开启运行ISO9001:2015，HACCP等全方位质量管理体系。

In 2016, Guge was founded, and pastries started, creating four major brands: Oba, Ah Suo, Di Zhilang and Zheng Ri Wang. It mainly produces cakes, biscuits, potatoes and puffed foods. In the second half of 2017, it will be put into the construction of Children's World. It will introduce advanced biscuit production line and German FD freeze-drying technology, specializing in the production of infant auxiliary food and leisure food. And began to apply for the national infant and infant supplementary

展品介绍：

谷哥的产品有面包，蛋糕，麻薯，童世界的产品

有软饼干系列，常规饼干，棒饼，果蔬饼干，营养强化饼干，天然酵母，代餐饼干，冻干系列。

Products Brief Introduction :

Googo's products are bread, cakes, potatoes, children's products have soft biscuit series, conventional biscuits, bar cakes, fruit and vegetable biscuits, nutrient fortified biscuits, natural yeast

自有品牌是西方经济萧条促使消费者选择节省开支的产物，直到2018年美国自有品牌销售额增速为5.8%，超过制造商品品牌增速，且自有品牌产品占比较高的企业过去五年营收复合增速均有较好表现。中国自有品牌则在新零售契机下再次备受关注，逐步实现从高毛利率到产品差异化到定制化的转变。自有品牌在零售企业发展战略中扮演功能略有差异，但终都通过改善毛利率和复购率改善利润。传统零售商有做自有品牌天然优势，电商则由于反馈的是流量数据而不是工厂本身质量相对无优势。目前中国自有品牌进入后营销时代，以永辉和苏宁为例的传统零售企业在探索自有品牌时有望挖掘更多潜在市场。