

2021洗涤用品 /家用清洁品OEM代加工展览会

| | |
|------|-----------------------------|
| 产品名称 | 2021洗涤用品 /家用清洁品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

开展OEM业务，可以学习一些先进的管理经验，完成资金积累及克服困难，从而使公司得以生存和发展。因而OEM和自创品牌互不矛盾，也不是截然不同的两个阶段，它们是一种主次兼顾、多腿走路的企业发展模式。

零售自有品牌产品指的是由零售企业从设计、原料、生产到经销全程控制的。这些产品由零售企业选定的供应商生产，使用零售企业自己开发的品牌，相当于零售业的OEM。

家庭用品：家用清洁及芳香用品、洗涤用品、生活用纸、海绵产品、塑料制品、杀虫剂。

相比于欧美等发达国家市场，中国的自有品牌严重滞后以及崎岖坎坷，一路走来，千家千面，各有长短，每个品牌或系统都有独属于自身的标签及特性，同时也凸显出了专业性不强的短板和后续乏力。

目前欧洲发达国家的零售系统自有品牌占比约在50%以上，美国、加拿大等北美发达国家的自有品牌占比也在30%左右，而目前中国自有品牌的占比不到5%，在休闲食品行业中目前真正的自有品牌占有率仅在2%左右。

但随着各企业、品牌、渠道、系统等行业的大力整合及高度重视，未来几年里休闲食品自有品牌占比有望达到10%的快速增长。目前我国休闲零食销量已突破万亿，

并保持年度20%以上的复合增速，预计2020年将突破2万亿。休闲零食正在成为食品行业里新的增长发力点。基于产业链全球化及全球经济危机的大背景下，中国休闲食品的自有品牌走向何方，如何在“新零售”“智慧零售”等概念的引领下，借助互联网技术和大数据，在渠道迭代进化、客户体验和个性化需

求的催化下生存发展，以下观点和拙见与行业从业者共同探讨。

各种规格沐浴香皂、婴儿皂、洗衣皂、功能皂，

餐具果蔬清洗剂（食品用）、衣物洗涤剂、洁厕剂、

84 消毒液、油污净等家庭清洁用品，特别是皂类

产品，我们拥有60年的制皂经历，为客户提供

开发建议和辅助检测服务。

Products Brief Introduction :

Toilet Soap, Baby Soap, Laundry Soap, Special-Function

Soap, Dishwashing Liquid, Liquid Detergent, Toilet Cleaner,

Disinfectant, Kitchen Cleaner, etc. We have engaged in

daily chemical products for 60 years.

OEM这种新型的生产组织方式是经济全球化下国际分工合作的结果，是资源配置优化的有效途径，也是市场细分的必然结果。中国劳动力资源丰富，经济发展迅速，越来越多的世界厂商将制造环节转移到中国，导致了OEM方式在中国的繁荣。近些年来出口型企业已经认识到仅仅依赖外国品牌输出的传统OEM贴牌生产，并不能从根本上提高中国企业的国际竞争力。同时随着国内人力资源成本、资源性等生产成本逐年攀升，出口市场日趋严峻。面对“内忧外患”的全球经济危机，以及不确定性的政治因素等，更使外销OEM商业模式的内在缺陷凸显，中国OEM企业寻求可持续发展的出路迫在眉睫。近几年，国民收入水平增加，内销市场消费力需求强劲有力爆增，许多外销型企业将眼光和战略布局转向了国内市场，并延续了擅长的自有品牌之路。