

2024第12届全球零售自有品牌产品亚洲展PLF|深圳自有品牌展

产品名称	2024第12届全球零售自有品牌产品亚洲展PLF 深圳自有品牌展
公司名称	展会信息平台
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2021第12届全球零售自有品牌产品亚洲展PLF|深圳自有品牌展

时间：2021年7月1日-3日

地点：深圳会展中心

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会（PLSC）亚东展览(YADO EXPO)

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

展会介绍

全球自有品牌产品亚洲展是上海市品牌授权经营企业协会(PLSC) &亚东展览(YADO EXPO)主办,从2010年发

展至今已整整十一周年，是世界三大自有品牌展之一(美洲展-芝加哥、欧洲展阿姆斯特丹、亚洲展-上海&

深圳),辐射整个亚洲区域;是零售商与制造商相聚并建立自有品牌合作的理想场所，已成为了中国乃至亚洲

零售业界自有品牌的年度盛会。2020年的全球自有品牌展产品亚洲展显示出了强劲的增长态势，各项数据

均呈现两位数的增长,专业观众数量较2019年增长到逾30000人次，参展企业数量同比增长到1200家,展览总面积达到7平方米。PLF每年都汇聚了国内乃至亚洲地区自有品牌零售商、制造商、行业从业人员的关注

和

追捧；与展会同期的中国自有品牌高峰论坛以及中国自有品牌产品“金星奖”评选,更是成为了行业的风向

标。

第十二届全球自有品牌产品亚洲展以PLSC在自有品牌行业多年的经验积累，以及大湾区特殊的经济地位为

依托，正式落户深圳。着力于华南发达的传统零售与电商产业的互相影响，进而推动电商加速产品自有品

牌化这个全新崛起的商机，让更多的优质工厂及产品搭载到电商产品自有品牌化这个快车道。真正开启线

上+线下全渠道自有品牌化的新蓝海，引领未来消费新趋势!

参展理由

1、参展一次，服务一年，2020年，在36周内，PLF总计为148家次的零售商（包括:沃尔玛、麦德龙、盒马生鲜、永辉超市等），做过289次对接服务，为零售企业提供686家制造商选择，为1381家次制造商创造了自

有品牌合作的商机。

2、立足根本、与时俱进，第十二届全球自有品牌产品亚洲展，在11年的基础上将重磅升级，电商自有品

牌化的概念和趋势。共建自有品牌新蓝海，引领消费新趋势!

3、区域优势、南北互补，自有品牌展通过进入深圳这个活力的市场板块，可以帮助更多的优质工厂可以进

入当地对接华南区域零售商，快速打开华南市场。

4、头部零售精准对接、电商网红直播选品会，展会现场头部零售采购1对1对接匹配、大型电商网红直播平

台纯工厂一手货源选品会。

自有品牌-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。

模式

自有品牌包含但不仅限于零售贴牌、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。

参展范围为：可直接进入超市、百货商场、连锁店、折扣店进行销售且适宜做超市贴牌的产品

展品范围

个人护理：维他命及内服外非处方用药 个人清洁与护理 医疗急救及医用辅料
女性、成人及婴儿护理用品

美容美发用品

居家百货：家用清洁、护理及芳香用品 家用纸品 一次性用品 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 玩具类
文体办公

智能智造 汽车用品

综合食品：休闲食品 粮油副食 酒水饮料 饼干糕点 糖果巧克力 冲调食品 营养保健品 南北干货 产品服

务链（包装、印刷、设计）

生鲜食材：水产、禽类、肉类 果蔬 预制食品 冷冻/速冻蔬菜 预包装及调理蔬菜 速冻面点 调理食材 有

机食材 乳制品

展位费用：光地 1280元/平方米（36平方米起订）标准 12800元/9平方米 双开加收10%