

2021家用清洁产品洗涤用品展览会/代工贴牌展1

产品名称	2021家用清洁产品洗涤用品展览会/代工贴牌展1
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

全国连锁超市沃尔玛 山姆会员店 麦德龙 家乐福 大润发 欧尚中国 永辉超市 物美 永旺中国
卜蜂莲花区域零售家家悦 利群购物 步步高 新华都 美特好 三江购物 湖北黄商 河北惠友 贵州合力
兴龙广缘 冠超市便利店:中石化易捷 中石油昆仑好客 美宜佳 罗森便利 全家便利 全时便利 快客便利
唐久便利 金虎便利 十足便利 友客便利品牌运营商:良品铺子 三只松鼠 百草味 万宁 生活本色 自然醒
地球港 盒子动力新零售代表:盒马鲜生 永辉7-Flash 生鲜传奇 易果生鲜 顺丰优越 钱大妈 小象生鲜
中粮我买网高端精品店:名创优品 无印良品 聚美优品 尚优凡品 欧亿优品 优品网 绿地G-Super
碧桂园 东市西市-宝能 苏宁小店 京东小店 万物市集-万科优质展商百货:阳江市必红厨具制品
浙江开普特家居用品 宁波万佳宁家具用品 管事家居用品 武义华康电器宁波市启福龙鞋业
浙江健安家居用品 河北恒源实业 浙江瑞康日用品 福州翔鹰百货 邵武市宏仁竹业宁波世家洁具
浙江万源鸿塑胶 无锡泽中针纺织 东阳市乐享家居用品 台州市黄岩祥泰塑胶
山东恒瑞祥厨具洗护:杭州国光旅游用品 上海美馨卫生用品 安徽汉邦日化 山东润荷卫生材料
宜宾纸业股份 广州庄雅生物科技 上海携福电器 山东名茜生物科技 康那香企业(上海)
江阴云智医疗无纺布制品 佛山市啟盛卫生用品 广州众上投资控股集团 江苏三笑集团
中山市新华美实业食品:方家铺子 山东万森泰果食品 福州惠源食品 福建全家福食品 上海麦保食品
合肥健诺生物科技浙江青莲食品股份 成都喜相逢食品 河南豪峰食品 童城(福建)营养食品
山东国缘酒业 四川野食品厦门良一食品 蝶恋花(福州)食品 巨野恒丰果蔬 青岛秋润食品
广东麦丹郎食品 江西万载千年食品 常州市文杰茶业/常州博纳食品 银川杞里香商贸
青岛五谷康食品营养科技 青岛昊昊植物油 生鲜:华英农业 青岛旺年食品 上海汇康食品
内蒙科沁万佳 淮安秋哥农牧 福建伍奎 福建竹哈哈 丰城冷冻 台州好多虹日用品(生鲜盒)
宁夏灵州源食品

参展范围: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

娜莎是欧洲的洗衣清洁剂、家用清洁

产品和个人护理产品的制造商。我们的生产基于

粉剂、液体和胶囊制造的新技术。我们提供各种类型的解决方案，满足我们顾客的需要。

LINASA is an European leader in manufacturing laundry detergent, household cleaning products and personal care.

Our production is based on the most updated technologies for powder, liquids and capsules manufacturing. We offer a large variety of solutions and formats adapted to our customer's needs.

粉末清洁剂(手洗和自动清洗), 液体洗涤剂, 胶囊, 活性氧, 衣物柔顺剂, 餐具清洁剂, 地板清洁剂和家庭清洁剂, 个人护理产品(液体皂、淋浴液和沐浴露, 洗发水)。

Products Brief Introduction :

Powder Detergent (Hand Wash and Automatic Wash),
Liquid Detergent, Capsules, Active Oxygen, Fabric Softeners, Wash up Liquids, Floor Cleaners and Household Cleaners, Personal Care (Liquid Soap, Shower and Bath Gel, Shampoos).

前Kroger / Harris Teeter执行官Fred Morgenthall在芝加哥举行的2018年PLMA自有品牌展上发表主题演讲，称杂货零售商需要一个强大的自有品牌产品，作为他们在快速变化的市场竞争中策划的一部分。

Morgenthall曾担任Kroger的零售业务执行副总裁和Harris Teeter的总裁。根据他的解释，即使传统超市满足对在线杂货服务和预制食品需求的增长，大额折扣杂货店Aldi和Lidl也迅速在美国市场扩张，挑战现有运营商，以极低的价格和高质量的自有品牌产品抢占市场份额。

“ 深层折扣店显然是对传统零售行业的破坏。Aldi拥有1,752家店铺，他们自己的品牌质量确实等于或优于国家品牌。 ” Morgnthall说， “ 如果你是杂货店的零售商而且将你出售的前20或30件商品与Aldi的产品作比较，那么你将会感到惊讶。Aldi呈现的品质令人惊叹，他们显然是自有品牌质量方面的者。 ”

到2022年底，Aldi的目标是达到2,500家门店。该连锁店还计划不断扩大新鲜、有机和天然产品的品类选

择，扩大膳食解决方案并升级其门店的展示效果。据Morganthall称，竞争对手Lidl开设了50多家美国商店，这促使Aldi进一步提高自己的竞争力。两家深度折扣店的产品组合中约有90%的自有品牌。

“自有品牌的质量水平将会继续提高。”他说，“如果Aldi没有Lidl那么好的品质，Lidl会迫使Aldi再次升级其产品质量。Aldi检测过他们卖的每一件Lidl商品，而Kroger和Walmart也都比较过Lidl和Aldi提供的品牌，并根据他们的价格升级质量。不仅Aldi拿出了出色的产品线和优质的自有品牌，Walmart也降低了产品价格以保持与Aldi和Lidl等位竞争，而Kroger也在自有品牌策略中做出应对。”

“因此，Lidl进入竞争市场，确实将自有品牌带到了Aldi，Walmart和Kroger产品策略的前沿，”他指出，“对于那些零售商而言，自有品牌从未像现在这样重要。”

据Morganthall称，零售杂货店中重要的两件事是生产和自有品牌。“如果你是一个国家品牌或自有品牌的制造商，我恳请你看看你的品质。对我来说，令人惊讶的是：国家品牌已经允许Aldi和其他零售商在质量上超越它们了。”他说。