

## 2021亚洲PLF自有品牌展/上海自有品牌展/深圳国际自有品牌展

产品名称	2021亚洲PLF自有品牌展/上海自有品牌展/深圳国际自有品牌展
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

PLF2020将全面覆盖家居百货、服装服饰、个人护理、箱包鞋帽、手机数码、家用电器、母婴保健、食品等50余个品类。展会面积由2019年的50,000平方米提升至今年近70,000平方米；展馆从原先的5个馆增加至6个馆（E1-E6）；展商从去年的1,128家预计增至近1,500家，展品可达10万余种。从收到的反馈信息表明，今年到场的观众将覆盖零售、生鲜、百货、食品等行业，数量可达3万名。

前Kroger / Harris Teeter执行官Fred Morganthall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。

Morganthall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。” Morganthall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。

他补充说，自有品牌也在创新领域引领国家品牌。“ 我会向你们提出，零售业的大部分创新都是以自有品牌而非国家品牌进行的。作为证据，过去一年有多少番茄酱，芥末和蛋黄酱被引入货架，你真正需要的又有多少？我必须说，这不是创新。”

在自有品牌制造商协会展会的早期演讲中，Nielsen服务副总裁Garett Chau在报告中表示，自有品牌在美国有很大的发展空间。自有品牌的美元份额目前约为15%，但在未来10年内有可能翻番

在这十年内，我们将看到美国自有品牌市场份额达到25%至30%。在其他条件相同的情况下，对于国家品牌而言，这意味着10至12点的市场份额损失。”

自有品牌对零售商的好处是多方面的。

“自有品牌战略是零售商计划在未来几个月和几年内创造和获取价值的关键部分。自有品牌提高保证金;它们可以与竞争对手实现差异化,创造竞争优势;它们使零售商能够更好地满足他们的购物者,因为他们可以为他们量身定制产品;它们有助于防止客户和销售信息的泄漏;他们占据了更多钱包配额。他们还使零售商能够更好地控制成本,定价和分类。”他说,“我们看到的增长趋势和轨迹不是周期性的,这不是昙花一现。趋势是真实的,这种趋势也将继续下去。”