

2021日化个护产品OEM代工展览会

产品名称	2021日化个护产品OEM代工展览会
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产品生产加工和贴牌定制展览会

本次PLF展会包括了个护百货馆、民生食品馆、休闲食品馆、特色食品馆等主题馆，展出商品有谷物类、硬果类、膨化类、果冻果脯类、肉干肉脯类、干制蔬菜类、海产类、米面粮油、调味品、调味料、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、南北干货、营养保健品、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、户外用品、家用五金及园艺用品、孕婴童用品、文体办公、智能制造汽车配件、内服外用非处方用药、身体与口腔清洁护理、医疗急救及医用辅料、女性、成人及婴儿护理用品美、容美发用品及工具、红酒、小家电、3C数码、文体、宠物用品、美妆、母婴、保健品等众多品类。

本次参展展商行业广泛、商品品类齐全。

综合食品

休闲食品(谷物类、硬果类、膨化类、果冻果脯类、肉干肉脯类、干制蔬菜类、海产类)、粮油副食(类米面粮油、调味品、调味料)、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、南北干货、营养保健品

家用百货

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、户外用品、家用五金及园艺用品、孕婴童用品、文体办公、智能制造汽车配件

个人护理

内服外用非处方用药(维他命、补品、内服外用)、身体与口腔清洁护理(牙膏、牙刷、牙线、口腔清洁、眼耳鼻足护理、湿巾)、医疗急救及医用辅料(体温计、医用绷带纱布、保健急救、防护防疫)、女性、成人及婴儿护理用品美、容美发用品及工具

新品类专区

红酒、小家电、3C数码、文体、宠物用品、美妆、母婴、保健品等专区

新服务商展区

包装、设计、咨询、检测、审核、物流、陈列、灯光照明设备等范围

本届展会在苏州国际博览中心

我们共迎来了1082家展商

展出面积6万平方米

与35785位买家、观众相聚一堂

第十一届全球自有品牌产品亚洲展

暨第二届零售生鲜食材展两展齐开

展会观众人数比上届稳步提升

同比增幅达33.2%

PCC CONSUMER PRODUCTS KOSMET SP. ZO.O. 是欧洲的日化产品和个人护理产品制造商之一。公司于为欧洲大的一些零售连锁店提供PCC品牌和自有品牌/OEM产品。PCC CONSUMER PRODUCTS KOSMET SP. ZO.O. 的客户也包括全球大公司，我们作为承包制造商为他们生产跨国品牌的产品。PCC CONSUMER PRODUCTS KOSMET SP. ZO.O. is one of the largest manufacturers of household chemicals and personal care products in Europe. The company specializes in PCC brands and private label/OEM products for some of the largest retail chains in Europe. Clients of PCC CONSUMER PRODUCTS KOSMET SP. ZO.O. also include global corporations for whom the company produces multinational brands as a contract manufacturer. 展品介绍：衣物柔顺剂, 超浓缩织物软化剂, 洗涤液, 洗涤剂混合物(彩色/白色), 含氧去污剂,

浓缩洗碗剂, 万用清洁剂, 厨房清洁剂, 浴室清洁剂, 洗手皂。 Products Brief Introduction : Fabric Softener, Super Concentrated Fabric Softener, Washing Liquid, Washing Gel HYBRID (Color/White), OxyPower Stain Remover, Concentrated Dishwashing Liquid, All Purpose Cleaner, Kitchen Cleaner, Bathroom Cleaner, Hand Soap.

定向邀约——全球自有品牌产品亚洲展在十余年的发展历程中，已积累起庞大的海外买家数据库，同时也长期与全球三大展中的美洲芝加哥、欧洲阿姆斯特丹的自有品牌展保持密切合作，并且在全球范围内拥有众多合作伙伴。组委会将在以上范围内，针对业界人士进行一对一定向邀约。

挖掘需求——由专人负责邀约全过程，同时征集受邀方的采购需求，持续跟进，并与相关参展商沟通信息，促进采供合作。

线上成团——组委会将按客户需求以采购团为单位，组成若干个海外买家团，并将该团的采购需求在展前、展中通过展会自媒体平台进行公布。参展企业可通过展会或微信小程序，直接获取海外买家团名单与其具体采购需求。

供方报名——符合买家团采购需求的参展企业，可通过或微信小程序进行参加买家对接会的报名，而买家团则可根据自身需求对报名企业进行筛选。

供需对接——终通过买家团筛选的企业，将获得组委会发出的参加海外买家对接会的邀请。对接会将在展期的展馆现场之“海外买家云配对区”，以线上洽谈间的形式呈现。届时，买方与供方将在同一个洽谈间进行交流与展示，促成贸易合作。

第十一届全球自有品牌产品亚洲展暨第二届零售生鲜食材展采取双展联动模式，展览面积近6万平方米。据统计，现场将有超1500个全新产品亮相，本届展会参展的全国民营500强企业、。以OEM和ODM纯工厂为主的参展企业近1200家，孚日集团股份有限公司、安徽汉邦日化有限公司、山东省润荷卫生材料有限公司为代表的生产厂家将都将亲临现场。