

# 2023年上海食品饮料 日用百货 个人护理综合自有品牌展

产品名称	2023年上海食品饮料 日用百货 个人护理综合自有品牌展
公司名称	上海弼辉展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市浦东新区龙阳路2345号
联系电话	13671669582 15921412885

## 产品详情

食品饮料展 个人护理用品展 日用百货展 家居百货OEM展 贴牌代加工展

全球零售自有品牌产品亚洲展 · 2023上海

2023 16th. Shanghai Private Label Fair

同进博会一起打造上海更多展会

时间：2023年11月29日~12月1日

地点：上海新国际博览中心

自有品牌（即OEM贴牌）

工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，再由零售店在其门店销售的行为

市场分析

2022年PLF除了吸引零售商、电商平台、全球采购等企业，还不乏众多进出口商、经销/代理/贸易商等，同样对贴牌代加工产品有购买需求。

这些企业对百货个护品类需求高，达65.71%，食品59.86%、生鲜食材占比33.11%。。

此外，现场买家决策者执行采购任务占比高达63.3%。，由公司决策/授权者前来参观，能更有效的吸纳当前自有品牌产品趋势、深入的与供应商协作，能更有效的研发出受消费者青睐的自有品牌产品。

自有品牌产品是中国零售转型的主要抓手，消费者认可度日益提升。据Nielsen市场调研公司报告显示，近几年各传统零售、线上零售、品牌运营商、大型商场的自有品牌销售额增加了10%，全年的总销售额近千亿元；整个市场份额上升极为明显，而这种趋势将会一直持续下去。随着严选、京造、心选、名创等自有品牌运营平台的崛起；河马鲜生、超级物种、百联RISO、7fresh、苏鲜生等新零售企业的搅局；同时，线下传统零售的集体发力；自有品牌正在成为线上、线下的角力场，跑马圈地的驱动器。且这些品牌超过民族品牌指日可待，近20%的消费者预期在未来的几年中会购买更多的自有品牌。

## 观众分析

2021PLF观众数量同比去年增长59%。凭借第二届"中国零售自有品牌评选"，汇聚国内众多一线至三四线城市零售企业，并且大部分零售企业都已纷纷加入线上销售平台或与线上平台合作，拓宽PC端及手机端客户，提升服务及扩大服务范围

2022PLF助力中国“自有品牌”发展趋势 随着时下零售商转型的“自有品牌热”，供应商扩张的“出口转内销”，零供升级的“跨境贸易政策”，零售自有品牌成为零售业未来极为重要的发展趋势。对于拥有高质量产品的工厂来说，做自有品牌供应商，除了获得更多、更省的便捷销售渠道，还能切实帮助工厂获得商超渠道费减免政策，并且拓宽国内外零售销售机会，迅速占领国内、外贸零售市场。

部分买家目录

超市：沃尔玛、欧尚、大润发、华润万家、麦德龙、家乐福、联华、永辉、永旺特惠优、中百仓储超市

等

电商：1号店、京东商城、当当网、易迅、佳品网、M18麦网、东方CJ、美味七七、我买网、嘀嗒猫等、

便利店：7-11、全家、可的、好德、罗森、联华快客、伍缘便利、喜多士、上海喜安便利、OK便利

综合百货：杭州大厦、百联集团、万达百货、汇金百货、伊藤洋华堂、广东天河城百货、信誉楼百货等

食品类专营店：捷强、来伊份、百味林、上海食品、星巴克、上海糖业烟酒、良品铺子、伊味儿、三只松鼠等

日百类专营店：H&M、麦考林、月星家居、史泰博、特力屋、华特迪士尼、宜家、优雅100、丽芙家居等

个护健康美容类专营店：\*\*\*、莎莎、万宁、丝芙兰、卓悦、百合缘大药房、复兴药业、益丰大药房、华氏大药房等

AXDOOF,BPI,BEATUY ELENENN VENTURES INC,JUNGLEFISH,LINACO,SISMY S.P.A.,STYVES

ROCHER GROUP-ASIA,HUG AG,GOLDEN-

POL SP.ZO.O., GEEYA ,FAMILY INTERNATIONAL , etc.

——其他还包括进出口贸易商、经销批发商、全球采购、酒店、餐饮等有意寻找自有品牌工厂的采购商

展区范围：

食品饮料类：绿色/保健食品、罐头/方便食品、粮油/副食/土特产、母婴食品、休闲食品、果脯蜜饯、干锅炒货、糖果/冷饮、咖啡与茶、速冻食品、生鲜食品、宠物食品、酒水饮料等

日用百货类：日化用品、家居用品、餐厨用品、卫浴用品、文体用品、箱\*\*具、针织家纺、小家电、电子产品、服装鞋帽、宠物用品、一次性用品、DIY用品等

健康美容类：个人护理用品、个人清洁用品、妇婴用品、计生用品、口腔护理用品、医用急救用品、美容美发用品、护肤品等

其他：季节性食品、特殊用途产品等适合进入商超的产品