

2022上海自有品牌展会-OEM贴牌代工展

产品名称	2022上海自有品牌展会-OEM贴牌代工展
公司名称	聚星会展服务-专注展会咨询
价格	.00/个
规格参数	举办规模:70000平方米 举办地点:上海新国际博览中心 主办单位:跨采(上海)广告有限公司
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	15000962264

产品详情

自有品牌的形成,理论上交易成本理论、市场细分理论、差异化竞争策略三个方面的结合。当然,从开发管理视角来看,基础工作是品类管理。

因为零售商或批发商等中间商自己开发私人品牌的交易成本低于全国或制造商,所以自有品牌的盈利空间取决于开发成本与交易成本的高低。

因为消费者有新的需求产生,零售商如果首先意识到新需求,就可以转化为自有品牌开发的动力。

通过产品改良与升级,可以开发出与品牌商不一样的商品,获得消费者的认可。

在实践中,对零售商来说,开发自有品牌很容易被库存风险拖垮,有效控制库存是重要任务。

对消费者来说,降低购买成本是很重要的诉求。值得信任的零售商与自有品牌,能够大大降低消费者选购商品的时间与精力。

2022上海自有品牌展会-OEM贴牌代工展

自有品牌制造商协会(PLMA)

执行单位:跨采(上海)广告有限公司

展出面积:7万平方米

入场人次:6.5万人次(3天)

展会简介

展会由上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会（PLSC）和美国自有品牌制造商协会（PLMA）共同主办。展览面积近80,000m²，参展商近650家，展位2,000个，采购40,000人。除传统个人护理、百货家居、综合食品外，今年的展会拓展了生鲜食材品类。

初次设立“生鲜食材区域”。今年根据市场需求，展品类向近来零售圈热门的生鲜食材板块拓展，进一步丰富了“自有品牌上海展”的产品品类。全新的生鲜食材板块，吸引了海南供销总社组团的亚热带果蔬、富硒产品、文昌鸡、野生大虾等，福建武夷山的当地特产、新疆可克达拉海牧牛肉、河北蒙羊的羊肉、青岛远见集团旗下旺年的预制食品，厦门贵和组织组织的泰国水果等30多家展商。

食品展区持续增长。食品展区今年的增长超过50%。从传统的休闲零食、粮油副食、糖果巧克力、酒水饮料4大品类向预制食品、调味品、调理食品等多品类延伸；参展商也由原来的东南沿海为主，逐渐向内陆扩散，云贵川、西北、东北的企业明显增多。

大型零售企业踊跃设展。沃尔玛、永辉超市和麦德龙三家大型零售企业现场设展，集中展示自有品牌产品。

产品包括食品及非食品两大类。全球自有品牌产品亚洲展”至今整整十一周年，是亚洲区域唯一的自有品牌贸易展；每年会期都成为了零售商与供货商相聚并建立自有品牌商业合作的场所，已成为了国内乃至亚洲零售业界自有品牌的年度盛会。

产品分类E7馆：休闲食品

E6馆：休闲食品；糖果巧克力等

E5馆：饼干；糕点；粮油及副食品等

E4馆：国内组团；居家百货；酒、饮、冲、调等

E3馆：居家百货；个人护理

E2馆：国际组团；PLMA亚太展区

展览范围（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）综合食品
饮料类日用百货个护类智能智造鲜食材类

自有品牌的产品或服务，通常是由一家公司生产或提供给另一家公司的品牌。

自有品牌的商品和服务可以从食品、日化品到虚拟主机等多种行业获得。

它们常常被定位为地区、国家的低成本替代品，
尽管近一些私人品牌已被定位为“高端”品牌，以与现有的“品牌”竞争

自有品牌包含但于零售贴牌、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。

1.0还没做好，就进入了2.0。所以，现在的自有品牌开发是1.0+2.0。如果说2.0与1.0有什么区别，可以总结为8个方面：

(1) 从性价比到品价比，过去追求低价营销，如今追求优质但不高价，品价比高的产品才容易被消费者接受；

(2) 从竞争到合作，零售商与供应商之间，初是合作关系，自从有了自有品牌就变成了竞争关系，此长彼消，但如果再发展下去，零售商与供应商应该共同围绕创造消费价值这个主题，合作开发自有品牌，从竞争走向合作共赢；

(3) 从过度追求毛利到关注渗透率，让更多的消费者接受好品质的自有品牌；

(4) 从听故事到看配料表，故事很动听，但配料表更现实，消费者买东西特别关注配料表，这是对食品安全与健康的诉求；

(5) 从供应商和零售商自说自话开发到接受品牌授权，借船出航；

(6) 从单纯贴牌到自我设计或联合设计，要有自己的采购团队更要有自己的设计团队，这样就会增加成本，所以，对规模具有更高的要求，也正是由于这个原因，开发自有品牌要慎重；

(7) 从日用品到生鲜食品再到日用品，过去一日用品为主，如今以生鲜食品为主，未来还是要适当开发日用品，这方面的开发潜力也很大。主持人提到生鲜食品自有品牌，这也是当前大家关注食品安全的诉求，但日用品也有很多方面值得开发。

(8) 从凭经验+毛估估到靠技术+数字化，这是营销的要求。冠超市林董特别提到这一条，我觉得也是硬道理。