

## 2022上海OEM展会-上海自有品牌展

产品名称	2022上海OEM展会-上海自有品牌展
公司名称	聚星会展服务-专注展会咨询
价格	.00/个
规格参数	举办时间:12月1-3日 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

2022上海OEM展会-上海自有品牌展

PLF亚洲展，为您提供获取商机的时效平台

- 1、抓住12月商超选供黄金期，了解买家实际需求以扩大销售
- 2、发展新的业务伙伴，获取有价值的销售机会
- 3、展示新产品，提供产品的市场度
- 4、优先享受ISPC内外贸采购订单配套服务，享尽优势资源

2022上海第十五届全球自有品牌产品亚洲展-PLF

全球自有品牌产品亚洲展-2022

(14届厦门展)

展会地址：厦门国际博览中心

展会时间：2022年8月10-12日

( 15届上海展 )

展会地址：上海新国际博览中心

展会时间：2022年12月1日-3日

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会(PLSC)

自有品牌制造商协会(PLMA)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

展会解意概念：零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，由超市一次性买进并销售的行业。模式：自有品牌包含但不于零售贴牌、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。详解：通俗来说，自有品牌产品，是指工厂与零售企业根据市场需求联合研发，而后，由工厂进行产品代加工生产，由零售企业冠以自己的自有品牌标签、并在自有的商超连锁门店进行营销的一种产品。

什么是自有品牌

举个例子

我们去逛麦德龙，印了“麦德龙” logo的产品就叫麦德龙的自有品牌、

他是零售商没有自己的工厂。

所以需要找到符合自身要求的供应商提供代加工生产。

零售商的自有品牌有哪些？

如今我们在超市里闲逛就会发现，属于超市的自有品牌随处可见，这些品牌通常被摆在超市显眼的地方，有着比同类型商品更低廉的价格，并且只有在这个超市才能找到这个品牌。

虽然中国零售业的自有品牌发展大大落后于国外，但近些年国内的零售商明显开始向国外零售商看齐，渐渐发力自有品牌的建设。从人们穿的衣服、鞋帽，到日常生活的必需品牙膏、纸巾、食品饮料等品类，自有品牌都占据了一席之地。

展出范围：

## 01综合食品主题展区

休闲零食、粮油副食、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、营养保健品、南北干货。

## 02居家百货主题展区

家用清洁及芳香用品、洗涤用品、生活用纸、海绵产品、塑料制品及收纳、服装鞋袜与配饰、家纺烹饪及烘焙餐具、小家电、家用五金及园艺用品、清洁工具及汽车护理、宠物用品。

## 03个人护理主题展区

维他命及内外服非处方用药、护理与清洁（口腔、身体）、非处方药品及保健品、眼耳鼻足护理、保健急救、女性/成人及婴儿用品、美容美发用品及工具。

## 04生鲜食材主题展区

水产、禽类、肉类、果蔬、预制食品、冷冻/速冻蔬菜、预包装及调理蔬菜、速冻面点、原辅料及调味品、调理食材、有机食材、乳制品。

### 展会优势：

：行业大腕亲临、探讨自有品牌风向聚焦新自有品牌产品

：国际三大自有品牌展之一，辐射整个亚洲

标准：全国性自有品牌产品评选及集中陈列

省时：不再天南地北的去找合适的供应商/采购商

省心：不再在十几万平米的场馆里跑断腿

省力：不再劳心费神解释自有品牌都是一家人

### 部分优质超市采购商：

家乐福（中国）投资有限公司 沃尔玛（中国）投资有限公司

上海益实多电子商务有限公司 上海盒马网络科技有限公司

上海来伊份股份有限公司 人人乐连锁商业集团股份有限公司

苏果超市有限公司 广东赛壹便利店有限公司

大润发流通事业股份有限公司 易初莲花(中国)连锁超市公司

Sam'sClub山姆会员商店 华润万家有限公司

联华超市股份有限公司 华联超市股份有限公司

美宜佳便利店有限公司 山西美特好连锁超市股份有限公司

利群集团股份有限公司 上海福满家便利有限公司

三江购物俱乐部股份有限公司 天虹商场股份有限公司

北京物美商业集团股份有限公司 永辉超市股份有限公司

永旺(中国)投资有限公司 郑州丹尼斯百货有限公司

山东家家悦集团有限公司 福建冠业投资发展有限公司

步步高商业连锁股份有限公司 欧尚（中国）投资有限公司

成都伊藤洋华堂有限公司 河南金好来超市有限公司

武汉武商量贩连锁有限公司 安徽商之都股份有限公司

河北美食林商贸集团有限公司 广州市广百股份有限公司

石家庄北国人百集团有限责任公司 中百仓储超市有限公司

北京超市发连锁股份有限公司 北京全时叁陆伍连锁便利店公司

新华都购物广场股份有限公司 山西金虎便利连锁股份有限公司

为什么选择我们？

PLF和PLSC十多年来，致力于推动国内自有品牌行业的发展，几乎是从零开始，一边和零售商讨论如何做自有品牌；一边帮助供应商了解和适应这种新的合作模式，一直发展到现在行业初具规模；自从2018年开始，国内已有很多展览公司跟风做自有品牌。因为受到行业性局限，几乎没有成功的，当时我们的态度也是欢迎大家一起来共同推动PB在国内的发展；

PLF在行业的口碑和形象大家有目共睹，不管中国自有品牌市场有多么稚嫩，我们仍然在兢兢业业的默默耕耘；尽量做到对展商的公平，一切发布的信息保障真实，不划水；

- 1、同一时间段，价格始终如一，且前低后高；否则宁愿空着，也不打折（不能让老客户吃亏、不能让先付款的吃亏）；
- 2、展位销售进度实时公开，从不作假；不诱导、误导客户，每一个位置都是真实的；
- 3、观众邀请和数据从不弄虚作假。

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。

自有品牌是零售业发展的一个重要趋势，但它不是救命稻草！实施自有品牌开发战略，需要把握自有品牌的前世今生、发展规律与核心内涵，并与企业发展阶段、发展特征以及特定区域的消费趋势和竞争格局相适应。