

2022上海第十五届国际自有品牌展会（OEM贴牌代工展会）

产品名称	2022上海第十五届国际自有品牌展会（OEM贴牌代工展会）
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

零售商开发自有品牌的条件

第一个条件，具备一定的自有品牌商品消费规模。

第二个条件，零售企业具备一定的销售规模。

简单的来说，就是一要有市场，二要有销售渠道，不管缺了哪一个，品牌都很难发展起来。

全球自有品牌产品亚洲展-2022

厦门站-时间：2022年8月10-12日 地址：厦门国际会展中心

上海站-时间：2022年12月1日-3日地址：上海新国际博览中心

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

自有品牌的发展：

国外自有品牌的发展重心已从简易贴牌的低价产品逐步转化为、高附加值、高性价比的创新产品。特别是在自有品牌发展较为成熟的西欧和北美地区，许多零售商专注于围绕其独特的品牌价值建立品牌壁垒

。在这些地区，相对于主流制造商品品牌而言，自有品牌零售商经常推出创新产品或提供具有更高质量和更好功能的替代品，从而占据那些追求高性价比和具有多元需求的细分市场。

自有品牌开发进入转型期。如天虹自有品牌开发，从2010年开始进入战略转型阶段，将自有品牌开发方向调整为高品质、高性价比、差异化，把高品质放在了首位，同时建立健全了自有品牌的质量管理体系，陆续下架停售了近50%的自有品牌商品，淘汰不合格供应商，并在全国精选优质供应商。包装设计与团队合作，建立了自有品牌包装设计规范，自有品牌开始呈现系列感和品牌性。自有品牌开发成为独立的部门，但依然存在内部的竞争内耗。这个时期天虹的自有品牌销售额达到了1.4亿元，销售占比为4%。

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。

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。

目前物美生鲜产地直采数量比例在76%以上，麦德龙中国的自有品牌及进口商品销售占比24%以上，未来将不断增强我们的自有工厂标准化水平和协同能力，把自有品牌主导的会员店和社区超市作为发展重点，成为零售行业新赛道，以高性价比商品、贴心服务和购物体验，满足新一代中高端家庭个性化、多元

化需求。北京和成都两家麦德龙PLUS会员店于6月27日开业，这是专为PLUS会员打造的全新门店，超过60%为进口、和自有品牌商品。自有品牌从低端化向品质化升级，食品安全受到零售企业更多重视，将赢得消费者的更多青睐，相信在这样的良性发展下，中国的自有品牌市场会越做越好！