

2024全球零售自有品牌产品亚洲展PMLMA上海

产品名称	2024全球零售自有品牌产品亚洲展PMLMA上海
公司名称	展会信息平台
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2023上海自有品牌展|百货展|食品展|零售展|OEM展

展会地址：上海新国际博览中心

展会时间：2023年

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

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。

2012年阳澄湖大闸蟹上线京东等电商平台，当当推出自有品牌“当当优品”，但到2013年当当叫停了服装类自有品牌的设计和生 产，称*主要原因是“推出时间太早”。这一年阿里与银泰在“双十一”前牵手“破冰”，而红极一时的“凡客诚品”在资本的推动下出现了颓势。银泰自有黄金品牌“银泰金”在宁波银泰东门店低调亮相。孩子王推自有品牌迪斯尼系列产品、佳峰“Fengbaby”儿童安全座椅等新品。王府井百货首个自有品牌FIRST WERT开柜。新世界百货推出自营品牌LOL原创生活概念店。

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

专业：国际三大自有品牌专业展之一，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。因为受到行业专业性局限，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。