

2023美国（芝加哥）国际自有品牌商品采购展

产品名称	2023美国（芝加哥）国际自有品牌商品采购展
公司名称	暄日策划
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区海坤路1号1幢（住所）
联系电话	17867946664 13917986994

产品详情

2023美国（芝加哥）国际自有品牌商品采购展

一、展会概况

展会时间：2023年11月13-14日

展会地点：美国芝加哥Donald E. Stephens Convention Center

展会周期：一年一届

主办方：自有品牌产品制造商协会PLMA

二、展会简介

PLMA举办的芝加哥贴牌展已成功举办42届。是美洲地区唯一全部致力于自有品牌的贸易展；它提供了与零售决策者见面的独特机会，同时也是零售商与供应商商谈并建立自己的自有品牌业务的平台，是企业进入美洲地区零售自有品牌市场的绝·佳途径。每年5月在阿姆斯特

特丹举办同类展会。

2022年，有来自50多个国家和地区的1500多家企业参展，展出摊位2500多个，设立50多个国家展区，超过8000名的专业买家。

买家来自超市，药品连锁店，大型零售商，折扣店，俱乐部，一元店和便利店，在线和专业零售商，食品服务分销商和批发商。

产品涉及数千个类别。在食品，饮料和零食，健康和美容，非处方药，家用纸和清洁产品，家庭用品，日用百货等方面。

新鲜和有机食品也将在PLMA的2023展会上展出，因为零售商正在寻找可以将这些类别引入商店的供应商。市场调查显示，植物性饮食在购物者中已经有了忠诚的追随者，因此该市场持续增长。

随着消费者对烹饪的兴趣比以往任何时候都大，拥有自有品牌厨具和生活时尚产品的参展商将成为展台的重要组成部分。

三、市场分析

当今的零售商非常重视扩展商店品牌，以应对不断增长的消费趋势。PLMA的贸易展览会反映了消费者的最新偏好和选择。展会上涵盖每个主要的自有品牌类别，可以看到市场的最新趋势。因此许多零售商会将整个采购团队（包括品类经理和包装专家）带到展会上。对于参展商而言，这是与客户合作并开发产品以增加销售量的难得机会。

沃尔玛于1992年开始推出自有品牌——惠宜（Great Value）。经过20多年的发展，惠宜的销售额已经近100亿美元，品牌涉及2000种产品，为沃尔玛带来巨大的销售业绩和可观的利润。

四、买家一览

五、展品范围

食品类：罐头食品、谷类、糕点、饮品、冷冻冷藏食品、鲜食、速食、坚果、糖果饼干、甜点布丁、果酱、面包涂抹料及调味品、耐贮存食品；

服装服饰类：鞋、针织衣物、浴袍、围巾、毛巾、披肩等家纺产品；

家居及手工艺品类：家庭器具（衣柜 炊具 餐具 食物贮藏 小型家电 灯具等）手工艺品（装饰品等）、工艺编织品等；

健康美容类：婴儿护理（尿布 婴儿面霜等）、成年卫生用品、药类维生素（药片 胶囊 药膏 维生素）、护发产品（洗发护发素 定型喷雾 凝胶 生发染发产品）、护肤品（清洁、保湿、防晒等）、化妆品、保健急救；

宠物产品类：宠物食品及用品；

娱乐休闲类：健身器材、游戏、玩具等；

日用商品类：餐具、衣物清洁剂、杀虫剂、塑料制品等；

办公用品类：各类办公文教用品；

包装产品类：食品包装，可降解包装。

六、自有品牌制造商协会

自有品牌制造商协会（PLMA）成立于1979年，是自有品牌市场唯一的非盈利性组织，拥有来自70多个国家的会员单位4500多家。每年针对自有品牌市场举办展会，新闻发布会，研讨会，论坛等活动。每年协会都与“ACNielsen”联合发布国际自有品牌市场年报，包含来自20个国家的7000多种产品所占市场份额的统计。

自有品牌（Private Brand，简称PB）一般是指零售商为了方便于销售，自己创立并使用的新品牌，通过自己设立生产基地，或委托代工企业

生产，且独立控制销售渠道，实现产销结合的模式。

20世纪60年代开始，零售自有品牌开始兴起于英、法等国。由于自有品牌相较于制造商品品牌具有“价廉物美”的优势，70年代末，零售自有品牌在欧美国家迅速拓展。90年代中期，英、法、德、美等国市场中零售自有品牌的商品品类涵盖范围更广，包装、设计也趋于丰富多样，价格优势进一步凸显，品牌理念已经非常成熟。截止目前，自有品牌在欧洲主要国家的销售额占比基本超越10%，甚至达到40%以上。

。

七、往届知名参展商

宁波锐洁进出口有限公司 杭州国光旅游用品有限公司

宁波开利控股集团股份有限公司 青岛美亚包装有限公司

爱邦铝业（浙江）有限公司 青岛宝丰铝箔制品有限公司