

2023年美国芝加哥自有品牌展览会(PLMA)

产品名称	2023年美国芝加哥自有品牌展览会(PLMA)
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年美国芝加哥自有品牌展览会(PLMA) ,

展会时间：2023年11月12日~11月14日 ,

展会地点：美国--5555 N River Rd, Rosemont, IL 60018-唐纳德·E·斯蒂芬斯会议中心 ,

主办方：自有品牌产品制造商协会PLMA ,

举办周期：一年一届 ,

展会面积：28000平米，参展观众：130000人，参展商数量及参展品牌达到900家。

展会介绍：

美国芝加哥自有品牌展览会PLMA是北美洲规模数一数二、zui具影响力的自有品牌展览会，至今已有三十年历史，是专业的OEM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代工商业合作的zui佳场所，已成为了商店自有品牌工业界的年度盛会。美国芝加哥自有品牌商品采购展PLMA来自世界各地买家、超级市场、购物中心、折扣店、药品店、大型商场、便利店、进口商、出口商、批发商及军方采购者。

美国芝加哥自有品牌展PLMA上届展会总面积28000平方米，参展企业900家均来自中国、中国香港、荷兰、墨西哥、加拿大、俄罗斯、意大利、印度、印尼等。

美国芝加哥自有品牌展PLMA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；更是企业进入美洲地区自有品牌市场的绝佳途径。

展品范围：

食品类：谷类、糕点、饮品（软饮料乳制品热饮料）、冷冻冷藏食品、鲜食（蔬菜水果沙拉等）、咸味速食、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；

家居器具及手工艺品类：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（尿布婴儿霜、粉、油等）、成年卫生用品、药类维生素（内外服用药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（清洁报湿、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、火机、香烟、唱片、电影、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；

办公文教用品及包装产品类：各类办公文教用品，各类商品包装产品等

展会亮点：

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4000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（贴牌）是指零售企业搜集、整理、分析消费者对某些商品的需求特性的信息后，自设生产基地或选择合适的生产企业进行加工生产，最终由零售企业使用自己的商标对该新产品注册并在企业各销售网点销售的商品品牌。自有品牌目前在全球尤其是欧洲、北美地区越来越畅销“ACNielsen”在36个国家的超市中调查了80种产品，其中有17%的产品是自有品牌产品

2018年数据显示，自有品牌在瑞士市场份额已超过50%；西班牙、英国、德国、葡萄牙、比利时超过40%，自有品牌第一次渗透所有的北欧国家达到30%或以上。法国、波兰、匈牙利、捷克和斯洛伐克市场份额仍超过30%，希腊和土耳其仍维持在20%以上。在北美地区，市场份额也超过20%，全球其他地区的市场份额也逐年攀升。仅在欧洲，自有品牌产品的销售额就达到450亿欧元，全球销售额达1000亿欧元。

美国人正在转向商场自有品牌。自有品牌产品的三大主流销售渠道-超市、连锁店和大型商场，全线的销售收入飙升，创造了新的记录。到2015年底，自有品牌的销售增量达到了30亿美元，同比增长2.5%，达到了全国性的大品牌同期两倍多的增量。在大型超市渠道，每销售4件就有1件、或每销售5美元就有1美元的自有品牌产品。自有品牌产品在连锁药店的小时也保持着强劲的增长。

在连锁零售店，包括大型商场和沃尔玛百货，数量份额和价值份额分别达到了21%和17.2%，总销售额达到了一个新的记录——1153亿美元。经过三年时间的发展，连锁零售店的年销售增加量50亿美元。

综合市场分析：

自有品牌的销量增长

欧美消费者越来越多的青睐于购买自有品牌商品。据Nielsen市场调研公司报告显示，近几年夏季起各大超市、连锁药房、大型商场的自有品牌销售额增加了12%，整个市场份额上升到了23%以上，而这种趋势将会一直持续下去。

自有品牌购买倾向

根据一项新的Roper调查显示，超过60%购物者说，他们经常会购买自有品牌商品，比三年前的仅仅40%上升了很多。八成的消费者认为，这些品牌甚至超过民族品牌，近20%的消费者预期在未来的几年中会购买更多的自有品牌。美国人正在转向商场自有品牌。

自有品牌的渠道选择

自有品牌产品的三大主流销售渠道-超市、连锁店和大型商场，全线的销售收入飙升，创造了新的记录。在大型超市渠道，每销售4件就有1件、或每销售5美元就有1美元的自有品牌产品。自有品牌产品在连锁药店的小时也保持着抢进的增长，是一个有着很强生命力的市场。

与我国的贸易往来

据统计，2017年1-6月，美国货物进出口额为18928.3亿美元，比上年同期（下同）增长7.0%。其中，出口7575.2亿美元，增长6.7%；进口11353.2亿美元，增长7.2%。贸易逆差3778.0亿美元，增长8.3%。截止到6月，中国是美国第二大贸易伙伴、第三大出口市场和第一大进口来源地。