

2023中国上海食品展/OEMODMOBM展览会/食品展览会

产品名称	2023中国上海食品展/OEMODMOBM展览会/食品展览会
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	1600.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区虹桥路355号城开国际大厦7-8楼
联系电话	13524187672 13651828941

产品详情

2023中国自有品牌展-贴牌代加工展

2023中国自有品牌展会|上海OEM贴牌展

时间：2023年11月29日-12月2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

展品范围：

食品饮料类：绿色/食品保健、休闲食品、罐头/方便食品、粮油/副食/土特产、糖果/冷饮、

速冻食品、生鲜食品、母婴食品、宠物食品、酒水饮料等 生鲜食材类：

预制食品，水产海鲜，禽类食品，蔬菜类，水果类，其他食材，牛奶乳品、乳制品、豆制品、米，面（粉）汤料，西餐调味品、火锅调味料，配餐调料，南北干货：菌类香菇、笋干**、果仁类、海产类等。

健康美容类：个人护理用品、个人清洁用品、急救用品、妇婴用品、美容美发用品等

日用百货类：日化用品、家具用品、餐厨用品、卫浴用品、文体用品、针织家纺、小家电、

服装鞋帽、箱-具、宠物用品diy用品等 其他：季节性食品、特殊用途产品等适合进入商超的产品

休闲食品(谷物类、硬果类、膨化类、果冻果脯类、肉干肉脯类、干制蔬菜类、海产类零食)

展会，被零售行业广泛认可。

生产型供应商“弯道超车”的机会，国内大部分零售商企业都处于自有品牌初创期，大部分待开发的品类都需要自有品牌制造商支持、协助和服务。且目前中国的自有品牌制造商和发达国家的服务型制造商差距明显，先进入市场的占有前期优势。随着自有品牌意识不断深入，对制造商的高要求会越来越高，合作机会不断向成熟的制造商聚集。

制造商寻求自有品牌的平台，全球自有品牌产品亚洲展“PLF”。自2010年“自有品牌”展由欧美引入中国起，已经进入第二个十年。PLF见证和促进中国自有品牌行业从小到大、从粗到精，由1.0向2.0迭代的发展历程。每年受到了国内乃至亚太地区零售商、制造商、行业从业人员的关注和追捧；展会同期的中国自有品牌高峰论坛以及中国自有品牌评选“金星奖”更是成为了行业的风向标。

一般认为近现代自有品牌的发源地是英国，但世界上自有品牌商品则出现在美国连锁公司[3]，即创办于1859年的美国大西洋和太平洋茶叶公司(A&P)，它也是全球公认的连锁商店祖师爷。成立于1844年的英国

家消费者合作社“英国合作社集团”（The Co-operative Group, Co-op），起初是一个自由连锁组织，具有商品集采功能。从1870年开始，该合作社为了保证货源充足，涉足食品加工生产和海外采购，推出了统一冠名“Co-op”的食品，这是早的联盟自有品牌。

1882年，英国的玛尔科零售公司开始经销自己的品牌商品。紧跟其后的是玛莎百货（Marks&Spencer, M &S），从1884年创建到1930年代末，经过反复摸索，打造出比较完整的自有品牌开发体系，成为自有品牌开发史上出色的先驱企业，1939年其自有品牌占比已高达90%。因此，玛莎被业内称为“没有工厂的制造商”。可见，从19世纪末到20世纪30年代，伴随着近代零售业的崛起，西方自有品牌发展已初具规模。但不容忽视的是，当时制造商品品牌尚未形成品牌影响力。可见自有品牌在欧美已经有150多年的发展史

实际上中国与日本发展自有品牌的历史比欧洲更悠久。自有品牌是随着零售业的诞生而出现的，中国自古以来的商店，如糕团店、棉花店、裁缝铺、杂货店、鞋铺等所生产和销售的产品，实际上都是自有品牌产品。中国商店，如张小泉剪刀（1628）、同仁堂药店（1669）、内联升靴鞋（1853）等，都是典型的自有品牌。在日本，1673年开设了一家名为“三井越后屋”的吴服店，即“三越百货”的前身，把“贵族限定”的吴服引入民间，强调不会*价、标价出售等营销手法，这是百货行业早的自有品牌。

参展联络：

跨采（上海）广告有限公司