

2023年第十六届上海自有品牌产品亚洲展

产品名称	2023年第十六届上海自有品牌产品亚洲展
公司名称	展览招商部肖琳
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	欢迎咨询，很高兴为您服务
联系电话	18321111954 18616788792

产品详情

2023年第十六届上海自有品牌产品亚洲展

展会时间：2023年11月29日-12月1日

展会地点：上海新国际博览中心

审批单位：上海市商务委员会

战略支持：自有品牌制造商会（PLMA）

主办单位：上海市品牌shouquan经营企业协会（PLSC） 亚东展览(YADO EXPO)

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

展会规模：80000平方米 展商数量：1400家 专业观众：25000名 同期活动：30场

参展联系人：黄峰

展会介绍

全球自有品牌产品亚洲展(Private Label Fair,简称PLF)自2010年引入中国后，一直致力于推动中国乃至亚太地区零售商自有品牌的健康发展,与全球自有品牌产品美洲展(芝加哥),全球自有品牌产品欧洲展(阿姆斯特丹)并称为全球三大自有品牌系列展。

目前全球的自有品牌市场份额均呈现快速增长趋势,国内线上线下的各业态零售商纷纷加入对自有品牌业务的战略投入,自有品牌商品的品种、品类和数量逐年上涨,自有品牌业务的生产需求量正在爆发式的提升,新的零供合作模式正在改变中国零售业商品流通的局面。

第十六届全球自有品牌产品亚洲展(PLF)是针对全渠道零售商开发全品类自有品牌商品的优质交易平台,经

过13年的发展,已经帮助国内5000多家工厂成功与海外内零售商建立直接合作,通过直采、定制、联名和出口等合作模式进入零售渠道,享受到了自有品牌快速发展期的红利。本届展会总面积超8万平方米,较上届有30%的提升,超过1400家全球参展企业将在家居日用、个护清洁、生鲜食材、预制食品、烘焙食品、民生食品、休闲食品、糖果巧克力、酒饮冲调、营养保健、宠物用品等版块进行展示,是一个帮助优质工厂建立KA合作渠道、优化业务结构、提高生产效率以及开拓全球零售业务的广阔平台。

第十六届全球自有品牌产品亚洲展将以“融合·发展”为主题,通过展览、评选、峰会、论坛、研讨会、首发报告、新品SHOW、精准对接等多项活动,实现“三融合三发展”高效对接模式:

三融合是指促进优质工厂与零售企业的融合,促进线上与线下多渠道的融合,促进不同业态零售企业的融合;

三发展是指推动自有品牌商品品质的发展,推动工厂自有品牌普及率的发展,以及推动中国自有品牌商业氛围的快速发展!

PLF将持续推动广义自有品牌 在中国的成长与扩张。在本届展会上,将打造一场全业态交流合作的盛会,扩大参展商的自有品牌圈子,提高自有品牌的热度,共同促进自有品牌向前发展!

01

什么样的工厂可以参加PLF展会?

工厂业务范围包括家适日用、美妆个护、休闲零食、粮油副食、杂粮干货、调味品(料)、烘焙糕点、糖果巧克力、酒饮冲调、生鲜食材、预制食(菜)品、宠物产品、营养保健、母婴用品、产品tuwushang等企业;

自有或控股资质齐全的工厂;

接受ODM或OEM合作方式的工厂。

02

什么样的工厂能在PLF展会现场获得更多青睐?

有优质的生产管理能力和各项资质和检测认证证书;

全球贸易业务能力突出,是该品类商品的lingjun企业;

关注产品的研发升级,具备持续产品创新的能力;

有丰富的自有品牌合作经验,与国内外多家零售企业合作过PB业务;

工厂决策层看中自有品牌的发展潜力,愿意长线投资自有品牌领域业务;

有经营电商业务的能力,能够配合全渠道电商的销售模式。

自有品牌“朋友圈”潜在好友

头体连锁+电商渠道+跨界业态+酒店+laozihao

自有品牌正当红，他们的身影都曾出现在PLF展会现场。无论是商超、卖场、便利店、专业店的头体连锁渠道，还是平台电商到社交电商的线上渠道，或是电商平台到社区电商的电商渠道，以及文旅、酒店、IP、laozihao等不同业务领域的企业都曾来到PLF展会现场观摩、采购。第十五届全球自有品牌产品亚洲展强势回归上海，届时观众群体辐射范围将更广、更垂直！

头体连锁：

百货大楼：王府井百货、丹尼斯百货、潍坊百货、金都百货等；

大卖场：沃尔玛、华润万家、物美、麦德龙、大润发、家乐福等；

会员店：山姆、开市客、盒马MAX、麦德龙会员店、家乐福会员店等；

超市：盒马、永辉超市、家家悦、青岛利群、联华超市、胖东来、信誉楼、冠超市、利客来、联华华商、洛阳大张、湘江百货、长春欧亚、吉林新天地、湖南佳惠、天虹、伊藤洋华堂、安德利、北大合家福、微商红府、常州常客隆、北京超市发、贵州合力等；

便利店：罗森、7-11、全家、美且佳、易捷、昆仑好客、十足便利、红旗连锁、大福便利等；

社区店：元初食品、奥乐齐、比目德、生鲜传奇、谊品生鲜等；

专业店：迪卡侬、宜家、无印良品、名创优品、米伊份、良品铺子等。

电商渠道：

电商平台：天猫、京东、美团、苏宁易购等；

垂直电商：网易严选、唯品会、小木头品、本来生活、chenyiwuyu等；

直播电商：douyin电商、快手电商、辛选、淘直播等；

社群电商：云集、嗨团、爱库存、TIMI超享团、收呗优选、爱尚优选、飞博共创、国货甄选、间发优选、云上优选、真好团、蔬果星探、每日说、集优等；

社区电商：兴盛优选、美团优选、知化知果、淘菜菜、美团买菜、叮咚买菜等；

跨境电商：亚马逊、洋葱、雨果网、Shopee、SHEIN等；

跨界业态：

餐饮：蜀海、西贝、云海肴、丰收日等；

交通：东方航空、南方航空、海南航空、华夏航空、上海铁路局、南昌铁路局、港铁轨道等；

文旅：上海艺术品博物馆、上海科技馆、携程旅行网、去哪儿网、同程旅行等；

酒店：希尔顿酒店、华住酒店、锦江酒店、V酒店、洲际酒店、丽思·卡尔顿酒店等；

IP：网易游戏、腾讯科技有限公司、木哈游、中手游等；

laozhao：五方斋、豫园股份、第一良品、米之斋、北京同仁堂等。

近二十场活动会聚行业精英

让你占领自有品牌知识高地

自有品牌顶层架构如何设计？电商自有品牌发展趋势如何？预制菜自有品牌发展空间大吗？哪些品类是自有品牌必开项？从理论到落地实践，第十五届全球自有品牌产品亚洲展近二十场评选、峰会、论坛、研讨会、首发报告、新品SHOW、精准对接等多项活动，将带您占领自有品牌知识高地，对接零售市场潜在资源！