

# 2024第17届全球（上海）零售自有品牌产品亚洲展PLF

产品名称	2024第17届全球（上海）零售自有品牌产品亚洲展PLF
公司名称	上海梵翡会展有限公司
价格	15000.00/件
规格参数	普通版:13800元/个 豪华版:15800 光地:1400/平米，36平米
公司地址	上海市闵行区江汉路223号1层（注册地址）
联系电话	13262250859

## 产品详情

中国自有品牌行业盛会|百货展|食品展|零售展|OEM展|生鲜食材展

展会时间：2024年12月4日-12月6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：自有品牌制造商协会（PLMA）

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

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

招展单位：上海梵翡会展有限公司

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

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。

当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大对自有品牌业

务的战略投入，自有品牌商品的品牌、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。

第十七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。

自有品牌是零售商对于经营模式的改革，从品类管理到市场营销，自有品牌产品呈现出明显的百花齐放的态势，通过对终端市场的关注，定制化的开发自有品牌产品成为零售商业绩增长的新机会，整个市场份额上升极为明显，而这种趋势将会一直持续下去。

随着传统零售卖场对自有品牌产品的开发力度加大，网易严选、京东京造、淘宝心选、名创优品等自有品牌运营平台的崛起以及盒马鲜生、百联RISO、7fresh、苏鲜生等新型零售业态的诞生，自有品牌产品将越来越普及，市场份额必将迎来快速的增长。

展会优势：

- 1、累积10年，规模逐年扩大，持续保持2位数迅猛增速；
- 2、50+个国家的买手团，数量逐年递增，提供免费直接采供对接机会；
- 3、严选买家，国内唯一一个展前公开买家名单的化展会；
- 4、高规格零售自有品牌评选活动，聚集全国不同区域零售市场；
- 5、线上+线下，多渠道+多领域，媒体全覆盖零售自有品牌行业；
- 6、与高校及机构合作，现场传授实操经验；
- 7、亲身接触海外采购团，为自有品牌商品进入欧美市场创造良机；

上届回顾：

携手同行，再创佳绩|第十六届全球自有品牌产品亚洲展暨第四届零售生鲜食材展闭幕！

2023年11月29-12月1日，全球三大自有品牌展、享誉亚洲的自有品牌大展——第十六届全球自有品牌产品亚洲展暨第五届零售生鲜食材展在南京国际博览中心顺利闭幕！

展会三天里，我们迎来了960家展商，与含香港特别行政区在内的30个省市区及新加坡、韩国、日本、德国、丹麦、加拿大等地19271位观众相聚一堂！本届展会包含民生食材馆、综合食品馆、个护百货馆、民生食品馆、休闲食品馆等5个馆，含品质生活体验区、精品家居陈列区、精品玩具展区等特色展区，吸引了全球各地商超、便利店、店、平台电商、社交电商、新零售、IP定制、品牌商、酒店、餐饮、母婴、贸易商、进出口贸易商、全球采购、供应链、服务商、制造商、生产基地、政府机构、商协会、媒体等行业人员，丰富的展品品类和优质参展商让展会观众收获颇多！

翘首相盼，人流如潮

随着自有品牌经营越来越受到零售商的重视，本届展会迎来了大量零售高层带队的参观团，到场采购团队的数量和规模均创新高。其中，由河南大张、万德隆、佳惠、比优特等保亭会的68位董事长分别携各家超市系统的采购团队前来参观本届展会，并与主办方推荐的近百家参展商董事长进行零供高层对话；黄商集团、邢台家乐园、盘锦全都有、莆田凤凰百货等零售企业由总经理带队前来观展采购；盒马、永辉、信誉楼、胖东来、天虹、美特好等零售企业均组织超20人以上全品类的大型采购团前来现场进行选品；此外，麦德龙、家乐福、奥特乐、联华超市、京东、天猫超市、网易严选、叮咚买菜、本来生活、物美、北京华联、联华华商、天福、十足、奥乐齐、家家悦、大润发、贵州合力、三江购物、苏杭时代、长申国际、千庄、合家福、全福元、龙口博商、华联香百、江西国光、旺中旺、北国、武汉中商、武汉中百、冠超市、朴朴超市、见福便利、新天地、百盛、人人乐、罗森、利客来、西亚和美、长春晨宇、浙北大厦、盐百集团、九江联盛、冠超市、佛山好好多、台州正斌、荆州好邻居等全国各地的零售采购团队也悉数到场。。

11月29-12月1日展期三天，举办了20场活动，包含峰会、论坛、技能大赛、产品、新品秀、对接会、颁奖典礼、闭门晚宴、美陈秀等。本届展会尽显零售业的生机与活力，让展商和观众收获满满。商品创新论坛紧紧围绕“自有品牌健康主张”的主题，洞察健康消费新趋势，倡导健康产品新理念，探究健康产业高效的供应链体系建设。

展品范围：个人护理：维他命及内服外非处方用药、个人清洁与护理 医疗急救及医用辅料 女性、成人及婴儿护理用品；美容美发用品：洗浴用品，洗发用品，护肤品，个人清洁，牙膏牙刷，护理用品、妇婴用品、美容工具；居家百货：家用清洁、护理及芳香用品 家用纸品 一次性用品 家用塑料制品 服装鞋袜与配饰 家用纺织 烹饪及烘焙用具、餐具 家用小电器 户外用品 3C数码 家用五金及园艺用品 孕婴童用品 玩具类 文体办公 智能智造 汽车用品；综合食品：休闲食品 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  
产品服务链（包装、印刷、设计）；生鲜食材：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 调理食材 有机食材 乳制品；

目标观众：

新零售门店、大型商超、连锁超市、便利连锁、进出口品牌商、社区生鲜店、电商平台；