

2024年PLF上海食品自有品牌展（第17届中国国际OEM贴牌代加工食品博览会）

产品名称	2024年PLF上海食品自有品牌展（第17届中国国际OEM贴牌代加工食品博览会）
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市嘉定工业区叶城路912号J6686室（注册地址）
联系电话	13671856722 13661406349

产品详情

2024年PLF上海食品自有品牌展（第17届中国国际OEM贴牌代加工食品博览会）

尊敬的食品行业从业者和食品爱好者们，2024年上海第17届食品自有品牌展和冻干OEM贴牌代加工展览会即将盛大开幕！我们非常荣幸地为您带来这一重要的盛会。展览将于2024年12月4日至6日举行，地点位于上海新国际博览中心。

本次展览聚焦食品自有品牌和冻干OEM贴牌代加工，将呈现来自全球食品领域的zuixinkeji、创新产品以及行业趋势。借此机会，您将有机会与来自世界各地的专家、生产厂商、供应链等各方代表交流互动，为您的业务发展寻找新合作伙伴，了解最前沿的食品行业信息。

在这次展会上，您不仅能够领略新鲜、安全、营养的食品产品，还能够参与专业的技术研讨会、主题论坛等各类活动。届时，来自食品行业的专家将带来大量深入浅出的科普内容，介绍最新的食品制造技术、品牌定位策略、包装设计理念等，帮助您进一步了解食品行业的发展趋势。

为了更好地展示展品和促进交流，我们特地为展览准备了1000个标准展位，展位均为现代化的定制展台，并根据不同行业特色进行布置。此外，“冻干OEM贴牌代加工展览区”也将是本次展览的亮点之一，展示了一系列优质冻干食品和代工厂商的与装备。

值得一提的是，我们在展览期间还将举办多个比赛和活动，鼓励食品企业和创业者展示自己的创新成果。这将为您提供更多交流和合作的机会，激发您的创新潜力和商业灵感。

我们热情欢迎海内外的食品行业从业者和食品爱好者们莅临本次展览会。对于对自有品牌和冻干OEM贴牌代加工感兴趣的客户，这将是一个难得的机会。不仅可以通过直观的观摩感受食品行业的蓬勃发展，还可以通过与专家、代表们的交流，深入了解该行业的商业机遇与挑战。

本次展览将于2024年在上海举行，旨在为超市、电商以及品牌商等行业提供一个独特而的平台，展示和交流关于OEM贴牌代加工领域的产品和技术。

在本次展览中，我们将从多个角度出发，为您提供全方位的服务和细节描述，以引导您的购买决策。

1. 超市业务

针对超市行业，我们将展示一系列符合中国市场需求的自有品牌产品。这些产品将在品质、价格、包装等方面经过精心设计和选择。我们相信，通过这些自有品牌产品，超市业主能够有效提升店面竞争力，并增加销售额。

此外，我们还将提供一对一咨询服务，详细介绍各款产品的特点、适用场景和销售策略。无论您是想在超市中更新产品线，还是开设新店，我们的团队都将为您提供建议和支持。

2. 电商业务

对于电商行业的客户，我们将展示一些独特的自有品牌产品，并提供OEM贴牌代加工服务。这意味着您可以根据自己的品牌需求，在我们的产品基础上进行个性化定制。我们的团队将为您提供定制产品的制造工艺和流程，确保产品符合您的预期，并满足电商市场的需求。

此外，在展览期间，我们还将组织电商行业研讨会，邀请分享关于自有品牌产品的市场趋势、销售策略和营销手段。我们相信，通过参加这些研讨会，您将获得宝贵的行业洞察和技巧，帮助您获得更多的销售机会。

3. 品牌商业业务

对于品牌商的客户，我们提供OEM贴牌代加工服务，可根据您的要求生产自有品牌产品，并确保产品质

量和包装达到高标准。我们为您打造独特的产品线，帮助您拓展市场并与竞争对手区分开来。

除了产品生产，我们还将提供品牌推广和宣传方面的支持。通过展览和展览后续活动，您的品牌将得到更广泛的宣传和认可，进一步提升市场份额度。

综上所述，2024中国（上海）超市、电商、品牌商OEM贴牌代加工展【全球自有品牌产品亚洲展】将为您带来丰富的产品选择和服务。我们期待在展览中与您见面，并为您提供帮助和支持。感谢您的关注和信任！

2024上海自有品牌展会-OEM展|贴牌展|百货展|食品展

上海站-时间：2024年12月4日-6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

展会优势：

行业大腕亲临、探讨自有品牌风向聚焦自有品牌产品

国际三大自有品牌展之一，辐射整个亚洲

标准：全国性自有品牌产品评选及集中陈列

省时：不再天南地北的去找合适的供应商/采购商

省心：不再在十几万平米的场馆里跑断腿

省力：不再劳心费神解释自有品牌都是一家人

为什么选择我们？

PLF和PLSC十多年来，致力于推动国内自有品牌行业的发展，几乎是从零开始，一边和零售商讨论如何做自有品牌；一边帮助供应商了解和适应这种新的合作模式，一直发展到现在行业初具规模；自从2018年开始，国内已有很多展览公司跟风做自有品牌。因为受到行业性局限，几乎没有成功的，当时我们的态度也是欢迎大家一起来共同推动PB在国内的发展；

PLF在行业的口碑和形象大家有目共睹，不管中国自有品牌市场有多么稚嫩，我们仍然在兢兢业业的默默耕耘；尽量做到对展商的公平，一切发布的信息保障真实，不划水；

展出范围：

综合食品主题展区

休闲零食、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。

居家百货主题展区

家用清洁及芳香用品、洗涤用品、生活用纸、海绵产品、塑料制品及收纳、服装鞋袜与配饰、家纺烹饪及烘焙餐具、小家电、家用五金及园艺用品、清洁工具及汽车护理、宠物用品。

个人护理主题展区

维他命及内外服非处方用药、护理与清洁（口腔、身体）、非处方药品及保健品、眼耳鼻足护理、保健急救、女性/成人及婴儿用品、美容美发用品及工具。

生鲜食材主题展区

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、原辅料及调味品、调理食材、有机食材、乳制品。

自有品牌在我国的发展历史比国外更悠久，品牌其实都是自有品牌，都是以“拿手绝活”、“货真价实”、“诚实守信”这十二个字支撑起来的。自有品牌在我国改革开放时期的发展，早期是百货自有品牌，如20世纪70年代北京王府井丽人服饰、上海开开百货和恒源祥等。从2004年我国零售业对外资全面开放起，我国自有品牌的发展经历了三次高潮。改革开放以来，我国自有品牌大致经历了四个发展阶段。

