





作为零售业的展会，全球自有品牌产品亚洲展是零售企业寻找新的合作伙伴，扩展新品类的有效平台。在展会现场，我们采访了咸阳世纪金花商贸有限公司采购总监贺金辉先生，他表示：“我来本次展会的目的主要是找半成品食品，从而给消费者带来更便宜、便捷的食品。我们希望和生产厂家直接合作，减少中间环节，降低采购成本。这次展会上，我们谈了10家左右的厂商，后续会继续深入交流以及合作。”多、质量好是PLF展会的特点也是其竞争实力所在。PLF真正实现了让买家省时省力，一站满足所有的采购需求。展会期间，像贺先生这样的买家还有很多。

03

PLF

中国自有品牌市场的扩大

让PLF和FMR制造商

实现自我升级和业绩tisheng双丰收

晚宴现场

PLF和FMR展会规模随着我国自有品牌市场的不断扩大而稳步增长，当然这离不开观众的认可和全国各地优质展商十多年来坚定不移的支持。仙乐健康科技股份有限公司零售客户部销售总监黄劲峰先生在接受采访时表示：“全球自有品牌产品亚洲展主要针对零售商，与公司以前参加的其他展会还是有较大区别。作为仙乐健康2021年参加的大大型线下展会，我们带来了健康饮品、营养软糖、益生菌、代餐产品、运动营养产品等六大类产品。我们期待下届自有品牌亚洲展的到来，同时也希望和展会有更深度的合作，比如在会议和论坛方面。”

应该讲，黄劲峰总监的话代表了绝大多数参展商对本届展会的认可以及对下届展会的期待。

福建亲亲股份有限公司国际贸易销售经理李冠明表示：“亲亲本次除了带来的系列产品外，还带来了几款重磅新品。像这款迎合当下年轻消费群体口味的小龙虾味虾条就是其中之一。亲亲作为一个拥有30年历史的自有品牌厂商，今年也开始大力拓展自己的OEM业务。”

作为综合食品馆的liuliang担当，在接待无数波观众后，苏州北纬拾贰度食品有限公司业务总监赖派灿终于接受了记者的采访，他坦诚：说实话，去年以来的疫情对公司的影响还是蛮大的，我们积极开展自救，本次展会也是来拓展业务渠道的，展会各方面给我的感觉都很，带来的效果有些超出我们的预期！”自有品牌的发展需要大家共同努力，我们在苏州金鸡湖畔许下一个十年的约定：携手一起阔步向前继续发展中国自有品牌的伟大事业！

04

PLF



营造“趣味逛展”氛围是本届展会有别于往届明显的一个方面。“九条主题打卡线路”、“寻找美PB人”、“0元现抽锦鲤盲盒”，展会的各种互动活动形式多样，让买家在紧张的洽谈之余，能略微放松身心，趣味逛展，在逛展中寻觅商机。

千言万语汇聚成一句谢谢，因为对中国自有品牌事业坚定不移的信念，让零供双方的力量拧成一股绳，成就了这场规模宏大、效果空前的零售行业盛会！感谢每位到场观众对展会的信任，如约相聚美丽的苏州；感谢所有展商对展会效果的肯定，齐心协力收获于姑苏天堂。

我们非常荣幸，在共建中国自有品牌事业的队伍中有全国各地行业同仁的加盟。每位到现场参加第十一届全球自有品牌产品亚洲展的人都是“美PB人”！第十二届全球自有品牌产品亚洲展将于关注“自有品牌亚洲展”微信公众号即可咨询预订展位以及报名免费观展。后，向广大行业同仁约定，下一站咱们粤港澳大湾区见！