

2024年11月美国（芝加哥）国际自有品牌展-展位预定

| | |
|------|-----------------------------|
| 产品名称 | 2024年11月美国（芝加哥）国际自有品牌展-展位预定 |
| 公司名称 | 上海京硕展览有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 龙阳路2345号 |
| 联系电话 | 18939750396 18939750396 |

产品详情

2024年美国芝加哥国际自有品牌商品展览会（PLMA）

展会时间：2024年11月16-17日

展会地点：美国芝加哥Donald E. Stephens Convention Center

展会周期：一年一届

主办方：自有品牌产品制造商协会PLMA

组展方：上海京硕展览有限公司

美国芝加哥国际自有品牌商品贴牌（OEM）展至今已成功举办43届，是美洲地区唯一全部致力于自有品

牌的贸易展；它提供了与零售决策者见面的独特机会，同时也是零售商与供应商商谈并建立自己的自有品牌业务的平台，是企业进入美洲地区零售自有品牌市场的途径。每年5月在荷兰阿姆斯特丹举办同类展会（为全球大自有品牌展）

唯一全部致力于自有品牌的贸易展 进入自有品牌市场的途径

零售商与供应商商谈并建立自己的自有品牌业务的平台 采购商所需产品均可一次性在此展会上获得买家来自世界各地。超级市场、购物中心、折扣店、药品店、大型商场、便利店、进口商、出口商、批发商，及军方采购者。

2022年，有来自50多个国家和地区的1500多家企业参展，展出摊位2500多个，设立50多个国家展区，超过8000名的买家。买家来自超市，药品连锁店，大型零售商，折扣店，俱乐部，一元店和便利店，在线和零售商，食品服务分销商和批发商。

产品涉及数千个类别。在食品，饮料和零食，健康和美容，非处方药，家用纸和清洁产品，家庭用品，日用百货等方面。新鲜和也将在PLMA的2024展会上展出，因为零售商正在寻找可以将这些类别引入商店的供应商。市场调查显示，植物性饮食在购物者中已经有了忠诚的追随者，因此该市场持续增长。

随着消费者对烹饪的兴趣比以往任何时候都大，拥有自有品牌厨具和生活时尚产品的参展商将成为展台的重要组成部分。

（贴牌）指零售企业搜集、整理、分析消费者对某些商品的需求特性的信息后，自设生产基地或选择合适的生产企业进行加工生产，终由零售企业使用自己的商标对该新产品注册并在企业各销售网点销售的

商品品牌。

自有品牌产品兴起于西方发达国家，目前在全球尤其是欧洲、北美地区已变得越来越。 “ ACNielsen ” 在 36 个国家的超市中调查了 80 种产品，其中 17% 的产品是自有品牌产品。在英国、德国、比利时，自有品牌产品的市场份额已超过 40%，在法国、西班牙也超过了 30%，在瑞典、挪威、丹麦、冰岛地区市场份额为 20%，在中欧和东欧地区为 18%，在北美地区，也超过 20%。全球其他地区的自有品牌产品所占市场份额也在逐年攀升。数据显示，仅在欧洲，自有品牌产品的销售额超 450 亿欧元，全球销售额超 1000 亿欧元。

美国人正在转向商场自有品牌。消费者通过各种各样的渠道购买的自有品牌产品比以往任何时候都多。自去年夏天以来，各大超市、药品连锁、大型商场的自有品牌销售额增长了 12%。全年销售达到 800 亿美元，市场占有率达到 22%。

自有品牌销售额增长的趋势还在继续。根据一项新的调查，现在超过 60% 的购物者都在购买自有品牌产品。而三年前这一数据还是 40%。八成的消费者认为自有品牌产品质量等同甚至优于全国性的 dapinpai，近两成表示在来年会购买更多的自有品牌产品。

当今的零售商非常重视扩展商店品牌，以应对不断增长的消费趋势。PLMA 的贸易展览会反映了消费者的新偏好和选择。展会上涵盖每个主要的自有品牌类别，可以看到市场的新趋势。因此许多零售商会将整个采购团队（包括品类经理和包装专家）带到展会上。对于参展商而言，这是与客户合作并开发产品以增加销售量的难得机会。

例如全球最大的连锁商超沃尔玛于 1992 年开始推出自有品牌——惠宜（Great Value）。经过 20 多年的发展，惠宜的销售额已经近 100 亿美元，品牌涉及 2000 种产品，为沃尔玛带来巨大的销售业绩和可观的利润。

重要买家一览：

食品类：糕点、饮品（软饮料 乳制品 热饮料）、冷冻冷藏食品、鲜食（蔬菜 水果 沙拉等）、咸味速食、坚果、糖果、饼干、甜点布丁、果酱、面包涂抹料及调味品、耐贮存食品等；

非食品类：日化产品、家用纸制品、健康美容用品、厨房用品、家用劳保产品、宠物产品类、办公文教用品及包装产品类等； 智能家居：创意家居用品，小家电，智能家居。