

# 2024年上海第17届果脯/蜜饯食品OEM贴牌展览会（中国果脯蜜饯代加工展）

产品名称	2024年上海第17届果脯/蜜饯食品OEM贴牌展览会（中国果脯蜜饯代加工展）
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区虹桥路355号城开国际大厦7-8楼
联系电话	13524187672 13651828941

## 产品详情

2024年上海第17届果脯/蜜饯食品OEM贴牌展览会（中国果脯蜜饯代加工展）当下市场竞争仍在不断升级，而自有品牌展已经成为了零售企业获取竞争优势和提升品牌价值的重要途径。上海自有品牌展（PLF）作为业界瞩目的盛会，为品牌提供了一个展示实力、拓展市场的独特平台。在这个充满机遇的时刻，深入了解并把握PLF展的报名攻略以及优势分析，对于企业实现品牌突围、持续创新至关重要。

在本文中，我们将深入剖析上海自有品牌展的报名流程和关键攻略，揭示参与PLF的潜在优势，并为品牌决策者提供实用的行业洞察。通过这份详尽的分析，我们旨在帮助您更好地准备和规划，使品牌在这场行业盛宴中赢得更多关注、认可与合作机会。让我们一同探索，如何在2023年的PLF展中，巧妙运用报名攻略，实现品牌的zhuoyue表现。

随着零售行业的蓬勃发展，上海自有品牌展（PLF）作为全球自有品牌领域的风向标，即将在上海新国际博览中心隆重召开。本次展会规模浩大，展示面积近8万平方米，汇聚近1500余家优质工厂，展品涵盖超过10万个单品，涉及43大品类，从生鲜、非食到食品，无一不涵盖。

PLF展提供了一个全球自有品牌行业的交流与合作平台。参与其中，您将有机会与来自世界各地的业界佼佼者面对面交流，深入了解自有品牌领域的新趋势。除了规模之外，PLF展的性也表现在设置了多场趋势论坛、专题研讨会、行业交流会等活动，涵盖行业发展趋势、品牌打造、零售业创新等多个热点话题，为观众提供了更多深度学习的机会。

展商方面，PLF展涵盖了个护、母婴、宠物食品、礼品、居家用品等多个领域，使观众能够在一个平台上找到适合自身业务需求的合作伙伴。为了更好地服务观众，PLF展划分了母婴、宠物、大健康等专区，使观众能够更方便地定位目标企业，加深沟通。

展会优势：

行业大腕亲临、探讨自有品牌风向聚焦新自有品牌产品

国际三大自有品牌展之一，辐射整个亚洲

全国性自有品牌产品评选及集中陈列

不再天南地北的去找合适的供应商/采购商

不再在十几万平米的场馆里跑断腿

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；

PLF上海展在上海新国际博览中心盛大开幕！历经四年，中国自有品牌行业已发生翻天覆地的变化！时隔四年，全球自有品牌产品亚洲展重回上海大本营。众多零售业同仁齐聚上海，用实际行动庆祝这场行业盛会，激情四溢，共襄盛举！

，时长00:30

[点击查看开幕视频](#)

全球自有品牌产品亚洲展（上海）、全球自有品牌产品欧洲展（荷兰阿姆斯特丹）与全球自有品牌产品美洲展（美国芝加哥）并称为全球三大自有品牌展会。PLF2023上海展由上海市自有品牌协会（PLSC）、亚东展览（YADO EXPO）主办，跨采（上海）广告有限公司承办，美国自有品牌制造商协会（PLMA）提供战略支持。各方力量共同为PLF2023上海展的顺利举办注入激情与活力！

PLF2023上海展12倍于快消品的增长速度抓住中国自有品牌发展趋势所提供的机遇

据调研数据显示，中国自有品牌正以快消品增长速度的12倍飞速成长。未来，自有品牌将成为消费者生活中的重要一环，激发更多品类的活力，展现出无限商机！

PLF2023上海展实拍

PLF2023上海展共享源头优质工厂资源做自有品牌就来PLF自有品牌展

PLF2023上海展展示了美妆个护、家居百货、生鲜食材、预制食品、综合品牌、粮油副食、干货调味、大健康食品、酒饮冲调、糖巧布丁、坚果果干、饼干糕点、膨化蜜饯、肉脯肉干、海洋休闲食品等各类别的商品，这里是寻找和开发自有品牌全品类的基地。

展会聚集了以自有品牌为核心的优质源头工厂，全自动生产线，的OEM、ODM服务，国家专利产品，非遗传承技艺、全球检验机构全程验厂等，在PLF2023展会现场，可以找到海量佐证工厂实力的标签。根据PLF组委会统计，本届展会95%的展商通过了相关体系认证，65%的展商有丰富的自有品牌代工经验，20%是省部级重点企业。

在PLF2023上海展，观众与来自全国各地的优质工厂建立了联系，展会平台是一个为市场提供更有质量保障的商品供应场所。展会期间，来自综合超市、购物广场及百货大楼、便利店、电商、酒店、店、餐饮、积分兑换及周边、折扣店等领域的观众代表齐聚一堂，共同寻找优质产品、定制服务，实现“自有品牌就来PLF自有品牌展”的愿景。

## PLF2023上海展展商风采

PLF2023上海展走进来，海外优质源头工厂亮相走出去，PLF2023出口型企业占比54%

PLF2023上海展吸引了众多海外优质工厂的积极参与，他们看好中国自有品牌的发展潜力。来自哥伦比亚的BUENCAF LIOFILIZADO DE COLOMBIA，作为具有悠久历史的速溶咖啡供应商之一，携其高品质产品亮相展会。而专注泰国大米20年的GLOBAL FOOD TRADING CO. LTD也如约参展，此外，韩国、土耳其、意大利等国家的优质食品类供应商也在PLF2023上海展上亮相。

随着对外贸易逐渐回温，零售企业的采购需求也在发生变化。本届展会上，要求工厂具备出口能力的采购需求比例越来越高。据组委会统计，展会上出口型源头工厂占比高达54%，海外观众、国际贸易企业、跨境电商平台、进出口贸易公司等具有对外贸易需求的企业来到展会现场，均可满足大家的采购需求。

section>PLF2023上海展30+场活动轮番上演高峰论坛、研讨会、新品SHOW.....

元初食品、京东集团、罗森便利、奥特乐、盐津铺子等企业高层激情开讲

零售业是国家商贸高质量发展的晴雨表。2023年，零售业与时俱进，勇于变革，蝶变升级，呈现“折扣化、会员化、自有品牌化”三大趋势，尤其是作为零售商帮助消费者抵抗高通胀、低预期的自有品牌更是迎来发展的黄金期，并呈现出全业态、全渠道、全产业全面自有品牌化的发展态势。

在第十六届中国自有品牌高峰论坛现场，中国连锁经营协会会长裴亮，浙江大学管理学院双专副院长、自有品牌产业创新平台主任王小毅，首都经济贸易大学教授陈立平，自有品牌产业研究院院长、上海商学院教授周勇，上海商学院市场营销系主任、副教授冯睿，厦门元初食品股份有限公司副董事长、自有品牌产业创新平台理事长陈启明等零售专家、零售企业高管齐聚一堂，激情探讨，共同推动自有品牌走向3.0时代。

浙江大学管理学院双专副院长王小毅演讲时说到，近瑞幸和茅台的联名很火，大家都说瑞幸跨界营销做的好。透过现象看本质，瑞幸其实是自有品牌做得好。他走红的单品叫“酱香拿铁”，而不是“茅台拿铁”，本质上还是咖啡，只是在口味上创新了。”

## 第十六届中国自有品牌高峰论坛活动现场

在这个时代背景下，自有品牌行业积累了太多宝贵的经验，这些经验需要被总结，被分享。如何构建自有品牌的体系？如何在竞争激烈的市场中寻找蓝海？如何利用可持续发展战略赋能品牌成长？Tiktok、亚马逊、易贝等公司的出海策略是什么？在经济下行压力下，如何平衡品质与价格的关系？这些热点议题，PLF2023展会活动一一进行了探讨，嘉宾们毫无保留地分享他们的经验和见解，现场观众的掌声和思考不断，氛围热烈！

开幕当日，同期举办的活动有：

2023跨境电商秋季论坛“从本质向未来-会员制如何开启零售想象力”论坛零售3R食品趋势论坛全球快消品发展趋势峰会中国热带农业科学院科研成果发布会中国零售商自有品牌新品SHOWPLF展商颁奖典礼

## PLSC会员大会

第十六届全球自有品牌产品亚洲展于在上海新国际博览中心盛大开幕。首日活动精彩纷呈，亮点十足，让人目不暇接。现在，只需关注“PLF自有品牌亚洲展”并完成免费预登记注册，您就能参与到年度零售盛会中来。这是一个不容错过的盛事，期待您的到来！