

2024上海冲调食品贴牌代工展【2024中国（上海）国际OEM贴牌冲调食品展览会】

产品名称	2024上海冲调食品贴牌代工展【2024中国（上海）国际OEM贴牌冲调食品展览会】
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

The 17th Global Private Brand Products Asia Exhibition (PLF) is a high-quality trading platform aimed at developing a full range of private brand products for omnichannel retailers. After 13 years of development, it has helped more than 5000 domestic factories establish direct cooperation with overseas retailers and enter retail channels through cooperation models such as direct procurement, customization, co branding, and export, enjoying the dividends of the rapid development period of private brands. The total area of this exhibition exceeds 80000 square meters, an increase of 30% compared to the previous edition. More than 1400 global exhibitors will showcase their products in areas such as home and daily use, personal care and cleaning, fresh ingredients, pre made food, baked goods, livelihood food, leisure food, candy and chocolate, wine and beverage preparation, nutrition and health, and pet products. It is a broad platform that helps high-quality factories establish KA cooperation channels, optimize business structure, improve production efficiency, and expand global retail business.

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。

The retail industry is a barometer for the high-quality development of national commerce. The retail industry is keeping pace with the times, daring to change and upgrading, presenting three major trends of "discounting, membership, and self branding". Especially as a retailer helping consumers resist high inflation and low expectations, self branding has ushered in a golden period of development, and presents a development trend of comprehensive self branding across all formats, channels, and industries.

At the China Private Brand Summit Forum, retail experts and executives including Pei Liang, President of the China Chain Business Association, Wang Xiaoyi, Vice Dean of the School of Management of Zhejiang University and Director of the Private Brand Industry Innovation Platform, Chen Liping, Professor of Capital University of Economics and Trade, Zhou Yong, Dean of the Private Brand Industry Research Institute and Professor of Shanghai Business School, Feng Rui, Director and Associate Professor of the Marketing Department of Shanghai Business School, and Chen Qiming, Vice Chairman of Xiamen Yuanchu Food Co., Ltd. and Chairman of the Private Brand Industry Innovation Platform, gathered together to passionately discuss and jointly promote private brands towards the 3.0 era.

During his speech, Wang Xiaoyi, Vice Dean of the School of Management at Zhejiang University, said that the collaboration between Jinruixing and Maotai is very popular, and everyone said that Ruixing has done a good job in cross-border marketing. Looking at the essence through the phenomenon, Luckin is actually doing well in its own brand. His popular single is called "sauce flavored latte", not "Maotai latte". Essentially, it is still coffee, but innovative in taste."

零售业是国家商贸高质量发展的晴雨表。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。

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。”

第十七届全球自有品牌产品亚洲展（简称PLF2024）将于2024年12月5日至7日在上海新国际博览中心盛大举办。历经16届展会的积累与沉淀，如今“自有品牌”已成为行业热门话题。新一届展会的展商招募工作正稳步进行！

当前，国内零售企业已从打造自有品牌转向保生存、求破局的关键阶段。PLF2024作为推动零售商品转型的平台，本届展会将聚焦如何在自有品牌基础上，为零售企业提供更多、更高效的支持，以助力其转型与发展。

消耗品是零售企业重点开发品类

细分类目优质源头工厂，邀你前来补位

根据《中国自有品牌发展研究报告（2023-2024）》调研显示，供应商诉求主要聚焦于“渠道拓展”、“合作机会”、“资源整合”、“产品展示”等方面。对于优质源头工厂而言，能否与国内外有产品需求的零售企业建立联系，成为其为关注的问题。而PLF一直承担着搭建“采-供”桥梁的角色，为中国商品流通和创新创造更多商机。

从零售企业视角看，开发自有品牌可深化与供应商的合作，提升商品品质和生产效率，进而增强盈利能力。在建立品牌忠诚方面，自有品牌产品也功不可没，零售企业可以与供应商定制符合自己客户群体喜好的产品，打造“人无我有，人有我优”的差异化产品。

消费市场也在变化。逐渐成为消费主力军的00后，相比70、80、90后，他们更看重商品的质价比，对自有品牌的接受度更高。这也给企业开辟符合Z时代消费习惯的自有品牌提供了非常大的空间。

从“PLF展商分类占比”以及“目前零售企业自有品牌开发品类”二图可看出，当前高消费频次和价格敏感的日常生活消耗品、休闲食品成为零售企业开发自有品牌的主要品类，其中纸制品和家居用品开发已经比较成熟。据了解，零售企业未来将重点开发常温食品、软饮料、生鲜食品、冷餐食品和冷冻食品。PLF优质展团虽已有1300家左右的规模，但是对于当前零售企业自有品牌开发需求而言，还有海量的发展空间，诚挚邀请相关细分品类的优质源头工厂加入我们！

PLF2024扩宽采购群体

直采需求将增长3倍以上

中国零售连锁、零售折扣店、酒店、餐饮、品类店、电商团购、IP定制、品牌商、经销商、进出口商等企业，都将来到PLF2024展会现场看产品，对接源头工厂。

PLF2024将保持原有的采购群体不变，同时加大邀约有直采需求的区域零售、中小型零售企业、私域团长、贸易商、进出口贸易商等客户群体，合作模式从只代工，变成代工+直采，开发交易周期变短。初步预估，PLF2024直采市场容量预估将翻三倍！

PLF优质源头工厂展团，可以承接OEM、ODM以及定制业务，当然更可以承接直采订单业务。因为自有品牌合作是比直采合作周期更长，要求更高的合作模式。如果企业本身拥有丰富的自有品牌合作经验，直采对接将变得更加顺畅。所以，PLF2024我们将着重拓展有直采需求的采购群体！

我是源头工厂

为什么要报名参展PLF2024？

全球自有品牌产业亚洲展（PLF）与全球自有品牌产品美洲展（美国芝加哥）、全球自有品牌产品欧洲展（荷兰阿姆斯特丹）并列为全球三大自有品牌展会。如果您想要对接有自有品牌开发定制需求的采购商，参与PLF2024是明智的选择之一。

安徽安德利工贸有限公司总经理王鹏曾对PLF主办方说到：在PLF展会上可以发现很多我们一直以来想找，但是找得很困难的单品和的供应商。来PLF找细分品类的源头工厂已经成为业内共识。

与此同时，通过PLF源头生产企业结识国内各大超市、头部电商平台采购商，并邀约他们去到工厂探访、畅聊产品对接工作的案例数不胜数。

总之，参加PLF2024，可以有效扩大您的客户基数，延展产品的铺设渠道，扩大合作范围，加速合作进程，为您能摆脱原来传统进场的交易模式！

我们诚邀两大类源头工厂参展

年底共同打造一场零售年度盛宴

你适合报名参展PLF2024吗？

我们诚邀两大类企业参展，请您对号入座：

我有代工经验，请闭眼入展位

我的实体工厂给中国零售、全球零售企业、细分类目TOP级企业提供代工；

我的企业有系列质量管理体系认证；

我的企业具有持续研发能力

我的产品有底蕴传承、有产业故事、有话题度

我的产品具有高频性、刚需性

我没有代工经验，但是有创新商品，请考虑入展位

大品牌旗下子品牌，或全新建立的新兴品牌；

大品类细分的新兴品类；

具有明显创新元素的新兴商品；

具有国潮、IP、情绪价值等个性属性；

服务于老龄化、小家庭、康养保健等功能性产品

产品具有绿色、健康、环保类等趋势属性。

PLF2024盛会即将于2024年12月5日至7日在上海新国际博览中心隆重启幕！对于追求卓越、渴望突破的源头工厂而言，这无疑是一个不可错过的黄金机遇。在此，您将有机会提升企业综合能力，发掘企业增长的全新动力，实现与同行的差异化竞争，脱颖而出！我们诚挚邀请您共襄盛举，一同书写行业新篇章！