

# 2024上海营养保健品贴牌代工展（2024中国2024上海OEM贴牌营养保健品展览会）

产品名称	2024上海营养保健品贴牌代工展（2024中国2024上海OEM贴牌营养保健品展览会）
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

Since its introduction to China in 2010, the PLF Global Private Brand Products Asia Exhibition has been committed to promoting the healthy development of retail private brands in China and even the Asia Pacific region. Together with the Global Private Brand Products America Exhibition (Chicago) and the Global Private Brand Products Europe Exhibition (Amsterdam), it is known as one of the three major private brand series exhibitions in the world.

The current global economy has entered a geopolitical stage, and the Chinese retail market has also shifted from high-speed growth to slowing growth. Since 2023, the Chinese retail market has basically transformed from an incremental market to a stock market, and the phenomenon of industry competition is very obvious. Most of the growth of enterprises comes from the growth of customer numbers, rather than the growth of their original customers. In this competition in the stock market, there will inevitably be some enterprises taking advantage of the situation to rise, while others will gradually be eroded from their original market share, and even withdraw from the market. This will be a business model competition that evolves from factors such as product cost-effectiveness, turnover efficiency, and technological progress. In Japan and Europe and America, the retail markets have also experienced similar stages of economic development. We can see that... Low prices, proprietary brands, and technology were the three main reasons for the success of rapidly rising retail enterprises at that stage.

For over a decade, PLF Global Private Brand Products Asia Exhibition has been committed to providing a high-quality trading platform for both supply and demand sides. It has helped more than 5000 domestic factories establish direct cooperation with overseas retailers, entering retail channels through cooperation models such as direct procurement, customization, co branding, and export, and enjoying the dividends of the rapid development period of private brands. The 17th PLF Exhibition covers a total area of nearly 60000 square meters, with over 1000 global participating companies showcasing their products in areas such as home and daily necessities, personal hygiene, fresh ingredients, pre made foods, baked goods, livelihood foods, leisure foods, candies and chocolates, wine and beverage blending, nutrition and health, and pet products. Dozens of events will be organized, and major retail companies from both China and abroad will be invited to PLF for exhibition, sharing, learning, and exchange, making PLF an annual industry feast in the Chinese retail market!

PLF全球自有品牌产品亚洲展自2010年引入中国后,一直致力于推动中国乃至亚太地区零售商自有品牌的健康发展,与全球自有品牌产品美洲展(芝加哥),全球自有品牌产品欧洲展(阿姆斯特丹)并称为全球三大自有品牌系列展。当前全球经济进入地缘经济阶段,中国零售市场也从原来的高速增长到增长放缓,自2023年以来,中国零售市场基本已经从原来的增量市场转变为存量市场,行业内卷现象非常明显,大多数企业的增长来自于客户数量的增长,而不是原有客户的业务增长,在这种存量市场的竞争中,必然会出现一部分企业趁势崛起,也会有一部分企业逐渐被蚕食原来的市场份额,乃至退出市场,这将是一场由产品性价比、周转效率和技术进步等因素演变的商业模式竞争,在日本和欧美零售市场同样经历类似经济发展阶段的过程中,我们看到,低价、自有品牌和技术是在那个阶段快速崛起的零售企业成功三大主要原因。PLF全球自有品牌产品亚洲展十几年来,一直致力于为零供双方提供优质的交易平台,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。第十七届PLF展会总面积近60000平方米,超过1000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,组织数十场活动,邀请中外主要零售企业前来PLF观展、分享、学习、交流,将PLF打造成中国零售市场每年一度的行业盛宴!

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优质展商虽已有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

dapinpai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zhuoyue、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！