

2024年大型自有品牌展—2024OEM贴牌代加工展

| | |
|------|----------------------------|
| 产品名称 | 2024年大型自有品牌展—2024OEM贴牌代加工展 |
| 公司名称 | 沈家坤 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 上海市徐汇区 |
| 联系电话 | 18217757251 18217757251 |

产品详情

第十七届全球自有品牌产品亚洲展

布展时间：2024年12月2-3日

开展时间：2024年12月4-6日

撤展时间：2024年12月6日【15：30】

地址：上海新国际博览中心【E1-E6馆】

参展要求：工厂

采购对象：超市零售商

展位面积：70,000平

展商(工厂)：1600+

每年的OEM展会上，聚集了沃尔玛、永辉、罗森、阿巴巴、胖东来、华联、盒马、物美、大润发、红旗、京东、美团、百草味、步步高、苏宁、名创优品等零售企业、电商平台、品牌和其他有需要定制开发有品牌业务的专业买家，为参展企业带来了量的商品需求和市场机会。

在观众质量上，PLF&FMR展会因B2B平台性质，吸引了许多公司决策层、管理层、采购层等重要岗位的观众前来现场，如公司董事长、总裁、总经理、副总经理、采购总监、自有品牌总监、自有品牌负责人、采购经理、自有品牌开发人员、产品研发等等。

此外，主办方还实行重点区域实地邀约的策略。目前，展会主办方已前往江苏、浙江、福建、广东、河南等地，实地邀约零售与区域前来PLF&FMR展会现场观展。

第十五届全球自有品牌产品亚洲展暨第四届零售生鲜食材展定在南京举办，吸引了大量江浙沪观众群体，其中来自华东地区的观众占比多，达47.4%，其次是华中地区、华北地区以及华南地区的参观需求高。

第十五届全球自有品牌产品亚洲展暨第四届零售生鲜食材展展会组委会通过多个招募渠道，开展了全方位的观众邀请工作，展会观众邀约呈一路“狂飙”趋势：

与联商网、龙商网超市周刊、零售圈、零售商业财经、职业零售网、食品展会网等多家行业媒体合作，联合腾讯视频、爱奇艺视频、搜狐视频、网易视频、头条视频、腾讯视频等视频媒介扩大声量，专项投入对百度、抖音、朋友圈等主流平台推广，实现展会报名横向引流；南京在线、南京报业网、中国江苏网、扬子晚报等地方媒体联合报道，线下投入地铁站、公交线路铺设广告宣传，同时微信、小红书、视频号、社群等自有媒体矩阵触达观众人群，形成纵向深度引流，多维度增加PLF&FMR的行业渗透力，确保买家到场数量和质量。

步入2023年，被“压制”的零售市场将要迎来爆发的一年。纵观自有品牌行业得知，随着开发自有品牌的业态扩展，消费者会有更多的选择，市场竞争会加剧，**商品资源的争夺也更加激烈。从企业自身的角度来说，随着自有品牌品类与品项的增加，销售占比的提高，自有品牌开发对企业利润的影响也越来越大。