2024上海OEM用品展/2024年大型OEM代加工展

产品名称	2024上海OEM用品展/2024年大型OEM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。

各界媒体朋友对我们自有品牌上海展颇为关注,
在召开本次会议之前就有多家媒体向我们询问今年展会详情和进度。

各大媒体非常关心全球自有品牌产品亚洲展的发展势头,会上媒体朋友们围绕“ 中国自有品牌的2.0时代 ”展开,并踊跃提问。

1、自有品牌产品在国内商超的比例是多少？

中国自有品牌的平均市场占有率仍然维持在一个较低的水平，在大卖场和标准超市，自有品牌市场占有率大多徘徊在1-5%，少部分企业可以达到10%，而业内好的企业能够做到20%甚至更高。相比发达国家平均30-40%的自有品牌市场占有率，中国自有品牌的发展还有巨大的差距，但也具备了很大的发展空间。

2、自有品牌产品有哪些新趋势？

在过去的几年中，自有品牌在中国取得了许多进步，国内零售商的开发能力和开发热情提高，自有品牌从非食、慢速消费品品类，逐步向食品品类发展，有些品类甚至能威胁到一线品牌商的地位，在与品牌商的谈判中取得更大的话语权。

3、自有品牌产品在国内和海外的占比如何？

国内自有品牌产品占有率远不及海外高。自有品牌起源于国外，在欧洲市场的市场份额和销售额占比较高，而自有品牌产品在国内的发展仍处于起步阶段。

4、买手制和自有品牌产品有什么关系？

买手制是自有品牌产品的基础，没有买手制就做不好自有品牌产品。中国的零供关系存在失衡，中国零售业一直以供应商为主导，零售商没有建立起真正的买手制度，所以供应商给什么零售商就卖什么，导致商品是供应商利益导向的，而不是由消费者来主导。

在展会现场，您将接触到具有以下特征的生产商：

l 业务范围包括家居日用、美妆个护、休闲零食、粮油副食、杂粮干货、调味品（料）、烘焙糕点、糖果巧克力、酒饮冲调、生鲜食材、预制食（菜）品、宠物产品、营养保健、母婴用品等；

l 自有或控股齐全的工厂 ；

l 接受ODM或OEM合作方式的工厂；

l 有优质的生产管理能力，有各项资质和检测认证背书的工厂；

l 全球贸易业务能力突出的优质工厂；

l 关注产品的研发升级，具备持续产品创新能力的工厂；

l 有丰富的自有品牌合作经验，与国内外多家零售企业合作过PB业务的工厂；

l 决策层看中自有品牌的发展潜力，愿意长线投资自有品牌领域业务的工厂；

l 有经营电商业务的能力，能够配合全渠道电商销售模式的工厂等等。