

2024自有品牌亚洲展—2024年代加工OEM展

产品名称	2024自有品牌亚洲展—2024年代加工OEM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。

展会数据

观众来自48个国家和地区，共20,680人次，数量较去年实现59%的增长。共迎来632家展商，1,184个展位，多场主题活动，探讨中国自有品牌的未来之路及包装新趋势。

PLF的国际化程度进一步凸显，海外展商来自14个国家，有葡萄牙、捷克、斯洛文尼亚、波兰、希腊、德国、意大利、斯里兰卡等，主要以欧美展商为主。展品品类全面涵盖化妆美容、奶制品、宠物食品、家用电子、母婴家居以及配饰等行业。

2

展商&观众反馈

展商反馈

我们是以出口为主的企业，每年的阿姆斯特丹和芝加哥展会已连续参加超过10年，今年是我们参加自有品牌上海展的第6年，这是我们比较重视的一个展会，我们有80%以上的合作伙伴都是在这个展会上认识、成交、合作，对我们企业的发展起到了非常关键地作用。

厦门良一食品有限公司副总经理 赵登军

自有品牌上海展已经举办了九届，麦宝参加了六届，自有品牌对我们生产厂家来讲已经进入到2.0时代，这意味着我们对品质有了更高的要求。在供应环节中我们一直对自己讲，品质，第二成本，只有做好这两个环节才有可能为更多的客户负责。

上海麦宝食品有限公司总监 斯铭飞

我们2017年就开始和自有品牌展合作，通过参展公司对度、行业美誉度有了较大的提升。去年公司在展会上接触了很多目标客户和潜在客户，给我们带来了许多商机，今年我们再次参加了自有品牌上海展。

安徽汉邦日化有限公司销售总监 熊小燕

我们是以生产为主的企业，从打造自己的品牌到超市需求变大，个性化需求变多，而且帮零售商做自有品牌定位，生产符合当下消费者需求的定制化的产品，这个是必然的趋势，而原来的传统模式都是“以产定销”，现在反过来“以销定产”，根据消费者画像，生产出更适合市场的产品。

福州翔鹰日用品有限公司总经理 李曙鹰

感谢展会为我们提供了这么好的平台，我们的饺子产品是国内唯一一家做八分熟的产品，适用于蒸、煎、煮，我们的产品深受展会现场观众的喜爱。

青岛远见集团营运总监 林军

//

观众反馈

自有品牌对我们这样从事孕婴童行业的零售商来说是战略性的，因为有了自有品牌以后，我们就会做差异化的定位，利用自己的品牌产品来加强我们母婴连锁在消费者心目中的形象，例如乐友，我们尽可能提供环保、无刺激、无防腐剂，并且让现在90后妈妈放心的产品。

乐友（中国）超市连锁有限公司执行董事COO 龚定宇

希望通过自有品牌去提升产品的差异化，让顾客看到我们的不同，从而提高顾客的忠诚度，这也是零售商获得差异化竞争的重要途径之一。

福建冠超市全国直采中心总经理 冯美姜

今年比去年参加展会的零售商数量更多，并且还有一个趋势，参与的中小企业也更多，以前大家觉得自有品牌是沃尔玛、家乐福、永辉等大型连锁的事情，现在有越来越多的中小企业和地方性连锁，也加入自有品牌这个战略和发展过程中，如蚂蚁商盟、齐鲁联盟。当然我们都静待时间的考验，很多事物是经过时间和市场的洗礼后才成为教科书一样的发展模式。

自有品牌委员会特聘专家 李林桦

获得自有品牌“品类拓展奖”，是对罗森自有品牌发展的肯定以及鞭策。自有品牌上海展的出现，对我们今后如何做好罗森的自有品牌，让消费者真正能够尝到美味、安心的美食大有帮助。

上海罗森便利有限公司副总经理 何韻民

参评企业

上海壹佰米网络科技有限公司（叮咚买菜）

深圳依谷网电子商务有限公司（依谷网）

十足集团有限公司

天虹数科商业股份有限公司

兴泰和商业集团有限公司（利群）

宜昌北山商业连锁有限责任公司

永辉超市股份有限公司

永旺（中国）投资有限公司

永旺特惠优国际贸易（上海）有限公司深圳分公司

浙江chenyiwuyu生态科技发展有限公司

中国石化销售股份有限公司广西易捷分公司

中国石油天然气股份有限公司内蒙古销售分公司

中石油昆仑好客有限公司

中石油新疆销售有限公司

南京金果乐饮料有限公司

湖北黄商集团股份有限公司

武汉中商超市连锁有限公司

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和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。