

# 2019年欧洲（荷兰）国际自有品牌博览会

产品名称	2019年欧洲（荷兰）国际自有品牌博览会
公司名称	上海弼辉展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市浦东新区龙阳路2345号
联系电话	13671669582 15921412885

## 产品详情

荷兰阿姆斯特丹自有品牌展PLMA是由自有品牌产品制造商协会PLMA举办，展览会一年一届，该展会也是企业打开荷兰市场非常重要的一个平台，荷兰阿姆斯特丹自有品牌展PLMA上届吸引来自3800家参展企业，客商数量达到11000人，展会是在阿姆斯特丹会展中心RAI International Exhibition and Congress Centre举办，展会面积达到25000平方。

2019第33届欧洲（荷兰）国际自有品牌博览会

英文名称：PLMA 's World of Private Label Show 2019

展会时间：2019年5月21-22日 展览周期：每年一届

展览地点：荷兰 阿姆斯特丹 RAI展览中心 主办单位：PLMA（荷兰自有品牌制造商协会）

参展范围：可直接进入超市、百货商场、连锁店、折扣店进行销售且适宜做超市贴牌的产品

食品类：面包、派、糕点、烘焙食品、乳制品、干酪、甜点、肉类、海鲜、鱼类、果蔬、新鲜色拉、通心粉、披萨、半冷冻/冷冻食品、谷类食物、罐装食品、干货、即食品、冰激凌筒、婴儿配方食品、有机、健康食品营养食品、油、敷料、调味品、各类酱料、各种饮料及酒类、巧克力、糖果、饼干、坚果类、各种休闲食品、食品包装等

健康美容类：非处方药品及保健品（维他命、补品、内服外用药、口腔护理、牙膏、牙刷、牙线、口腔清洁、眼耳鼻足护理、体温计、医用绷带纱布、保健急救）、女性、成人及婴儿用品、美容美发用品

家庭用品：家用清洁及芳香用品、洗涤用品、生活用纸、海绵产品、塑料制品、杀虫剂

家用器皿及DIY产品：烹饪及烘焙用具、餐具、食物存储、小家电、家纺、清洁工具、收纳用品、胶带、汽车护理、草坪花园用品、DIY产品

## 展会介绍：

自有品牌制造商协会PLMA主办的国际自有品牌商品贴牌（OEM）展,每年5月份在荷兰阿姆斯特丹举办,始于1986年。此展会是世界上同类展会规模最大的一个,占据了阿姆斯特丹RAI展览中心10个展馆,分为食品区与非食品区。可直接进入超市、百货商场、连锁店、折扣店进行销售的适合超市的产品、产品包装,有意向作为欧洲大型超市贴牌生产供应的产品。

本届展会将吸引来自70多个国家的制造商、60个国家及地区展团,超过4300个展位。届时,参展商将有机会与来自世界超过115个国家的大型超市、百货商场（例如法国家乐福Carrefour、欧尚Auchan、勒克莱尔Leclerc,英国特易购Tesco(占英国零售总额12%),瑞士最大超市集团库普Coop,美国沃尔玛Wal-mart,德国麦德龙METRO、EDEKA、ALDI、REWE、LIDL连锁商店,奥地利SPAR,克罗地亚KONZUM,香港屈臣氏A.S. Watson,丹麦耐通NETTO,亚洲和南美拥有130万家连锁店的荷兰万客隆集团MAKRO和阿霍德AHOLD等）零售商、批发商洽谈,这将为国际自有品牌制造商进入欧洲商超市场和零售商店创造良机。

如果您的企业已经是自有品牌产品的供货商,那么PLMA将为您介绍更多的买家洽谈。如果您的企业刚刚开始涉足自有品牌市场,PLMA将协助您开拓市场并走向成功。

## 市场分析：

贴牌：指零售企业搜集、整理、分析消费者对某些商品的需求特性的信息后，自设生产基地或选择合适的生产企业进行加工生产，最终由零售企业使用自己的商标对该新产品注册并在企业各销售网点销售的商品品牌。自有品牌产品兴起于西方发达国家，目前在全球尤其是欧洲、北美地区已变得越来越畅销。“ACNielsen”在36个国家的超市中调查了80种产品,其中17%的产品是自有品牌产品。在英国、德国、比利时,自有品牌产品的市场份额已超过40%,在法国、西班牙也超过了35%,在瑞典、挪威、丹麦、冰岛地区市场份额为30%,在中欧和东欧地区为18%,在北美地区,也超过20%

全球其他地区的自有品牌产品所占市场份额也在逐年攀升。

数据显示,仅在欧洲,自有品牌产品的销售额达450亿欧元,全球销售额达1,000亿欧元。

## 相关展会介绍：

2019年11月 PLMA美国自有品牌博览会(TM)                      2019年12月上海全球  
零售自有品牌商品亚洲展

2019年3月俄罗斯国际自有品牌产品博览会

自有品牌制造商协会（PLMA）成立于1979年，是自有品牌市场唯一的非盈利性组织，拥有来自70多个国家的会员单位4000多家。每年针对自有品牌市场举办展会、新闻发布会、研讨会等活动。

为协助会员开拓市场，每年5月份在阿姆斯特丹举办此展外，还将于11月份在美国芝加哥举办同类展会。PLMA的会员单位可以随时查阅协会关于自有品牌市场的调研数据。

每年协会都与“ACNielsen”联合发布国际自有品牌市场年报，包含来自20个国家的7000多种产品所占市场份额的统计。自有品牌产品兴起于西方发达国家，目前在全球尤其是欧洲、北美地区已经变得越来越畅销。

“ACNielsen”在36个国家的超市中调查了80种产品，其中有17%的产品是自有品牌产品。在英国、德国、比利时，自有品牌产品的市场份额已超过40%，法国、西班牙30%，瑞典、挪威、丹麦、冰岛地区为2

0%，中欧和东欧地区为18%，北美地区也超过20%。全球其他地区的自有品牌产品所占市场份额也在逐年攀升。

## 展品范围

食品类: 谷类、糕点、饮品、冷冻冷藏食品、鲜食、咸味速食、坚果、糖果饼干、甜点布丁、果酱、面包涂抹料及调味品、耐贮存食品  
服装服饰类: 鞋、针织衣物、浴袍、围巾、毛巾、披肩等家纺产品  
家居器具及手工艺品类: 家庭器具、手工艺品、工艺编织品等  
健康美容类: 婴儿护理、成年卫生用品、药类  
维生素、护发产品、护肤品、化妆品  
娱乐休闲类: 健身器材、火机、香烟、唱片、电影、游戏、玩具等  
日用商品类: 餐具、衣物清洁剂、杀虫剂、塑料制品等  
办公文教用品及包装产品类: 各类办公文教用品, 各类商品包装产品

- 「全球自有品牌上海展」展商云集 场面火爆！2018.12.07
- 上海自有品牌展PLF助力中国零售自有品牌发展2017.12.06
- 2018年欧洲自有品牌展OEM5月荷兰举办

## 自有品牌有哪些优势？

由于省去了许多中间环节，并通过规模效益降低销售成本，自有品牌产品通常具有明显的低价格、高品质的竞争优势。在欧美等发达国家中，自有品牌商品比一般同类商品价格低30%国内连锁店的自有品牌的价格多低于同类产品的10%-20%左右，自有品牌的价格优势显而易见。因此合理利用这种价格和成本优势，是自有品牌的竞争之道。

其次，自有品牌的竞争应突出“低价高质”的特点，打好质量战。实践证明，消费者的选择越来越成熟越来越理性，只有低价质优才能是真正的优势，竞争重点最终还是质量而非价格。因此，把好质量关，与生产厂家建立良好的合作关系，是竞争的又一关键。

联系人：沈家霞13671669582（微信同号） QQ：1030719508

葛先生15921412885（微信同号） QQ：121880638