

全球零售自有品牌产品亚洲展 · 2022上海，自有品牌OEM贴牌展

产品名称	全球零售自有品牌产品亚洲展 · 2022上海，自有品牌OEM贴牌展
公司名称	上海弼辉展览有限公司
价格	1480.00/平方米
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

全球零售自有品牌产品亚洲展 · 2022上海

2022 15th. Shanghai Private Label Fair

同进博会一起打造上海更多更展会

展会日期：2022年12月1-3日

展会地点：上海新国际博览中心

自有品牌（即OEM贴牌）

工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，再由零售店在其门店销售的行为

组委会

联系人：葛德铭（微信同号），沈家霞（微信）

在线QQ：

市场分析

2019年PLF除了吸引零售商、电商平台、全球采购、店等企业，还不乏众多进出口商、经销/代理/贸易商

等，同样对贴牌代加工产品有购买需求。

这些企业对百货个护品类需求高，达65.71%，食品59.86%、生鲜食材占比33.11%。。

此外，现场买家决策者执行采购任务占比高达63.3%。，由公司决策/授权者前来参观，能更有效的吸纳当前自有品牌产品趋势、深入的与供应商协作，能更有效的研发出受消费者青睐的自有品牌产品。

自有品牌产品是中国零售转型的主要抓手，消费者认可度日益提升。据Nielsen市场调研公司报告显示，近几年各传统零售、线上零售、品牌运营商、大型商场的自有品牌销售额增加了10%，全年的总销售额近千亿元；整个市场份额上升极为明显，而这种趋势将会一直持续下去。随着严选、京造、心选、名创等自有品牌运营平台的崛起；河马鲜生、超级物种、百联RISO、7fresh、苏鲜生等新零售企业的搅局；同时，线下传统零售的集体发力；自有品牌正在成为线上、线下的角力场，跑马圈地的驱动器。且这些品牌超过民族品牌指日可待，近20%的消费者预期在未来的几年中会购买更多的自有品牌。

观众分析

2018PLF观众数量同比增长59%。凭借第二届"中国零售自有品牌评选"，汇聚国内众多一线至三四线城市零售企业，并且大部分零售企业都已纷纷加入线上销售平台或与线上平台合作，拓宽PC端及手机端客户，提升服务及扩大服务范围。

展会历史：

1979，PLMA纽约成立, PB发展启航

1980，PLMA美国自有品牌博览会在芝加哥起航，至今已超过3000个展位

1986，PLMA国际自有品牌博览会于阿姆斯特丹召开，至今已超4200个展位

2010年，首届全球零售自有品牌产品亚洲展(PLF)于上海召开

2015年，展区面积增至20000m²，展位逾800个，展商来自全球21个国家

2022 PLF继续扩张，将设展位3500个

中国仅有零售自有品牌行业盛会PLF，让您直面全球商超采购经理

2020 PLF除了逐年扩大的买手团队的邀请，更逐年增强对零售企业采购经理的影响力，为参展企业与展期内提供便捷、免费、即时的直面采购经理的机会，大大提高销售订单量。

中国唯一规模化零售自有品牌委员会（PLSC），为您稳固全年零供关系

作为2020 PLF的主办单位，PLSC这一中国零售自有品牌的促进机构，将发挥其中国零售行业影响力，举办多元化的零供对接活动和零售市场调研信息分享，为参展企业提供全年行业智慧和买家配对支持。

展前、展期、展后的规模化媒介宣传，助您增强市场度和目标市场曝光度

2020 PLF除了为参展企业提供几十万数据库支持的自媒体（网站/aa微博/微信/EDM/SMS）线上推广，更能享受主办方国内、外上百家大众媒体和行业媒体资源，增加企业和产品的市场曝光度，吸引目标买家关注。

广州市卡力思食品有限公司 董事长 湛伟成

“我们连续第四次参加这个自有品牌展了，换了新的展馆效果不错，遇到了很多大超市，与不少大超市达成了合作意向。效果挺不错！明年还会继续参展。”

青岛海荣食品有限公司 董事长 陈绍强

之前也有参加过美国的自有品牌展会，今年是次参加亚洲的自有品牌展，没想到第二次举办就有这样的规模，很吃惊！希望能越办越好。

上海赛林食品有限公司 OEM部经理 黄亮

展会上我们不仅接触到了许多我们所期待的客户，还遇到很多国内外的买家，效果相当不错，主办方在各方面为参展商考虑细致周到，

期望来年继续合作。

宁波市素莲食品有限公司 总经理 张信良

展会规模相对比较大，性比较强，我们与多家企业都达成了明年初步的合作意向，不仅如此，有一些当地企业还来谈年底的礼盒包装采购，让我们收获很大，效果挺不错！

蓬莱星宇进出口有限公司 李亮邦

我们一直都是做进出口的企业，这展会我们应该是每年都要参加，效果还真不错，提供比较好的平台给大家伙，OEM这块就是给一个中型企业提供一个比较好的平台，能迅速在国内各大商超展开销售。

河北匡趣食品有限公司 张志宏

我们在欧洲做贴牌很成功，参加这个展会，是为了在国内寻找到一些超市、经销商，给他们做一些贴牌，开拓中国贴牌市场，相信一定能做出好的成绩。

青岛诚田食品有限公司 葛妍斐

这是一个性展会，针对性比较强，对我们供应商来说，成功率相对高一些，我是比较看好OEM的，我们合作也有很多大型超市，有一些相对比较成熟，但是也有一些也是在不断的摸索中，但这是未来零售必然趋势

浙江小博士饮料食品有限公司

这个展会让企业有了一个更好的平台和机会跟卖场的高层领导直接沟通。

广州雅威生物科技有限公司 苏跃

这个展会观众质量很不错，采购商比较大型的，像易初莲花，立丰国际，比较的商家都有过来，对我们来说这是很好的机会，效果很好。

湖州优全护理用品科技有限公司 OEM部经理 胡晋源

“这个展会不仅让我们有机会回访老客户敲定明年订单，还使我们有机会与更多对湿巾有需求的商超客户达成了意向合作。”

桂林雪芙莲日化有限公司 潘自标

自有品牌的发展趋势，需要这个展会来拓展，对我们生产厂家创造了更广的平台，这样效果会更好，靠我们自己毫无头绪，参加这个展能有事半功半的效果。

汕头润晶化妆品有限公司 严永国

根据国内发展趋势，全国零售贴牌形势是大好，我们也是看准了这个市场，针对这个市场我们参加这个展会，效果不错。

声科家居用品（上海）有限公司 销售总监 赵泽封

展会感觉还不错，接触到二线城市的客户比较多，因为我们已经进入了一线城市的大型及较大型的商超，占有了一定的市场份额，正想着接触这些二三线超市客户呢。

河北金温迪纺织有限公司 销售经理任 利军

“这个展会性很强，采购商质数不错，主办方这方面做的很好。这几天下来，我们与很多大的客户都达成了意向合作，展后将继续跟进。”

固安东海环宇日用品有限公司 总经理 江恩法

相信商超直接采购自有品牌产品未来会有更大空间，展会能接触国内的终端采购商，也有这么多国外买家，为我们创造了更多的生意机会！

金华市绿康塑料厂 王华

参加这个展会能帮助我们跟国内的各大卖场建立合作关系，帮他们做OEM贴牌，也让他们了解一下我们工厂的实力，了解我们产品的性价比和竞争力。

惠州美熙日用品有限公司 王轩

我们是香港公司，一直在做自有品牌，比如香港屈臣氏里的清洁剂，国内很多一线品牌礼品及不锈钢的厨卫产品等，这个展会让我们了解更多国内自有品牌的代加工操作模式，接触更多国内买家。