

【资讯】自有品牌正当时-2022自有品牌展

产品名称	【资讯】自有品牌正当时-2022自有品牌展
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

【资讯】自有品牌正当时

受到疫情影响，消费者预期收入下滑，消费意愿降低，这将使得性价比更高的自有品牌迎来一波发展热潮。

《第三只看零售》了解到，疫情期间蚂蚁商联自有品牌商品销售同比增长200%；盒马旗下“盒马工坊”品牌春节期间单品日均销量高增长10倍；沃尔玛自有品牌商品销售额同比增长约40%；永辉也于近日推出其自有品牌新品田趣矿泉水。

上海市品牌授权经营企业协会暨自有品牌委员会执行秘书长薛晓伟分析称，“疫情促使一些高品质代工厂商生产自有品牌的意愿度增加、消费者接受度提升，是有利于自有品牌发展的外部环境，而零售商也需要从品类、品质、价格等方面强化自有品牌优势，把握机会。”

但就整个自有品牌发展来说，此次疫情催生的销售增长同时暴露出了机会与弊端。

机会点在于，疫情促使自有品牌完成了一次消费者的教育，同时让自有品牌推动者在企业内部的说服成本降低。

随着国外疫情蔓延，零售企业则迎来了对接高品质厂商的机会。比如因进出口贸易受限而寻求内销渠道的厂商、以及外婆家、西贝莜面村、上海城隍庙等餐饮品牌均就自有品牌联合开发对零售企业释放出合作信号。

而弊端是，国内零售企业虽然一直尝试推动自有品牌进入品质化竞争，但目前价格仍然是大部分零售商的核心卖点。只有个别企业是在半成品熟食等品类中因为“、好吃”而收获消费者投票。那么当疫情结束后，消费者在选购商品时进入常态化，此前仅因为保供、保价而销售走高的自有品牌将优势不再。

保供、保价

自有品牌显现“抗风险性”

《第三只看零售》采访盒马、沃尔玛、冠超市、蚂蚁商联、自有品牌委员会等多家零售企业及行业机构发现，近3个月来，零售商自有品牌表现普遍较好，但要分成标品、非标品两个板块来看。

前者以饮用水、休闲零食、消杀类商品等品类为主，主要集中在疫情期间推动销量暴增；后者则集中在半成品食材、生鲜等板块，是疫情中后期乃至未来发展中的重点品类。

就标品自有品牌来说，在疫情期间能够保障供应，做到灵活配比是零售企业的直观感受。比如，疫情期间不少生产厂商停工停产导致货源中断，不少零售门店缺货。但具有自有品牌开发能力的零售企业，大多与合作厂商签有保障安全库存的约定，因此能扛过货源为紧缺的疫情爆发期。

全球自有品牌产品亚洲展·2022上海--国内OEM贴牌展会

----- PLF推零售自有品牌 简化模式优化零供渠道

上海新国际博览中心 E1-E7馆，2022年12月1-3号，与您相约！