

2024年中国（上海）膨化食品OEM代加工展会-自有品牌展

产品名称	2024年中国（上海）膨化食品OEM代加工展会-自有品牌展
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。

参展品类1. 休闲食品类：果冻、膨化食品、饼干、糕点、面包、月饼、休闲素食、方便食品、罐头食品、豆制品、蜜饯、蜂产品、休闲鱼（肉）产品、饮料系列等2. 糖果类：口香糖、软糖、棒棒糖、奶糖、夹心糖、药用糖果、功能型糖果等3. 巧克力类：牛奶巧克力、黑巧克力、白巧克力、有机巧克力等4. 乳制品类：乳酸菌制品、酸乳制品、果乳制品等5. 干果坚果类：果肉果脯、瓜子、核桃、花生、

杏仁、松仁、板栗、开心果、榛子等 邀请买家及观众领域上海食品饮料代加工展会除了吸引零售商、电商平台、全球采购店等采购商，还不乏众多进出口商、经销/代理/贸易商等对贴牌代加工产品有购买需求的采购商； 近些年凭借"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，提升及扩大服务范围。 展位配置及收费标准 空地展位（特装）36m²起租，1380元/m²；注：空地展位不提供任何展览用品及装备。 标准展位，单开口13800元/个标准展位配置：三面围板（角位两面）、面积3米*3米、门楣一个、两支射灯、一张桌子、两把椅子、一个220V/5A电源插座。

历时三天的全球自有品牌产品亚洲展·上海在展商和观众的热情参与中完美收官！作为亚洲规模最大的自有品牌产品展览会，一直致力于为国内外供应商和零售商提供更大的平台，为消费者提供更好的商品和服务。

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。

国内唯一以纯工厂设展的OEM代加工品牌盛会

I零售自有品牌（即零售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

采购商主要是超市、百货商场、连锁店、折扣店及电商来寻求工厂为其做代加工贴牌的，在这里诚邀实力工厂前来参展 抓住12月商超选供黄金期

展会优势：

1、贵司的产品，不管是走哪条销售渠道，终还是步入零售渠道，比如卖场，超市，连锁门店。这个展会直接接触的采购商都是来自国内外的终端零售商，批发商，贸易商，电商等等，包括法国家乐福Carrefour，欧尚Auchan，勒克莱尔Leclerc，英国特易购Tesco,库普Coop,美国沃尔玛Wal-mart,德国麦德龙METRO,艾德卡EDEKA,奥地利SPAR，以及国内的百联，特力屋，华润万家，京东商城等等，都是很有实力的采购商，让你直接面对零售商，省去中间环节。

2、直接和零售商合作，除了省去流通环节，节省进场费，上架费，标签费，条码费，节庆费，促销费，广告宣传费等诸多费用外，还可以让零售商参与您的产品设计，你们可以在生产技术上和开发商进行探讨，帮助您的企业进一步提升竞争力。

3、直接和零售商合作，与零售商分工明确,产供稳定,无需考虑销售,只需专注生产。同时，零售商强力的

宣传手段以及极具竞争力的价格，为产品快速销售提供了保证。

4、 外贸转内销及内销拓展外贸的平台，外贸规则与内贸渠道无缝对接。

5、 品牌商与自有品牌和谐相融，消化过剩产能,优化生产线，节约成本，同时占领不同层次消费市场，获取更多销售份额

需要详细资料 图纸等请垂直接电咨询