

2024年上海 婴童食品代工展/OEM婴儿用品展览会

产品名称	2024年上海 婴童食品代工展/OEM婴儿用品展览会
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。

当前中国零售业正迎来转型与创新阶段，面对“毛利不高、产品差异化低，营运成本日益增加、电商网购”等多重挤压，零售企业加快自营模式探索，发展商业自有品牌，已是零售业转型与创新大变革时代主旋律、新常态！在这一大背景下，

全球零售自有品牌产品亚洲展-上海

随着建国后第三次婴儿潮（1985-1997年）出生人口进入育龄，同时叠加二胎政策影响，我国正在迎来新的人口出生小高峰。国家统计局数据显示，2016年中国出生人口数量达1786万，2017年略有下降。出生人口数量回暖成为母婴消费需求提升的驱动力之一。国家统计局数据显示，2010-2017年中国城乡居民人均可支配收入持续增长。收入增长带来消费能力提升和消费观念转变，育儿模式更加精细化，同时新的母婴消费观念和消费方式正在从一线城市向二、三线城市扩展。消费升级是母婴消费需求提升的又一驱动力。

2010年中国母婴商品市场交易规模约为1万亿元，2016年已经上升至2.2万亿元，CAGR达14.2%，且增长速度呈上升趋势。儿童产业研究中心预计，2018年中国母婴行业市场规模将达到3.0万亿元，未来10年将保持20%-30%的高增长率。

I 零售自有品牌（即零售OEM贴牌）

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

累积15年，规模逐年扩大，持续保持2位数迅猛增速；

严选买家，国内唯一一个展前公开买家名单的化展会；

50+个国家的采购团零距离的采供对接，获得更多直供零售的机会；

外贸转内销的平台，外贸规则与内贸渠道无缝对接；

品牌商与自有品牌和谐相融，占领不同层次消费市场，获取更多销售份额；

Boots；沃尔玛全球采购；海王星辰连锁药店；丝宝集团；JKD
HYGIENE；LG生活健康贸易；水野商贸；AEON TOPVALU；香港艾奇斯；RT-
MART；中国宝洁公司；WR 采购管理；RES PHARMA；法国欧尚亚洲采购；宝来贸易；1号店；DALSO；Sainsburys；中国医药对外贸易；强生贸易；LotteMart；屈臣、氏；中国万宁；丝芙兰；上海相、宜本、草；Coop；DR.SCHUMACHER；聚美优品；LABORATOIRES；红磊美容连锁等。

日用百货：

El CortelIngles；棉都亚太；Ikea；良友金伴；Casino；辽宁兴隆大家庭；BP；金佰利全球采购；Virgo；江苏新合作常客隆；香港宏达斯远东；北京伊藤忠华糖；Abena China；贵州合力购物；苏宁易购电子商务；易优百；3M；华特迪士尼；爱尚家居；山东爱客多；百联全渠道电子商务；丽芙家居；步步高全球采购中心；丽婴房；特力屋；一伍一拾；人人乐；史泰博；日本中道贸易；武汉中商平价等。

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