

2024上海自有品牌展|中国商超零售电商渠道展

产品名称	2024上海自有品牌展 中国商超零售电商渠道展
公司名称	展会信息平台
价格	.00/平方米
规格参数	2024:上海百货展 2024:上海OEM展 2024:上海自有品牌展
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2024第17届全球零售自有品牌产品亚洲展PLF 中国自有品牌行业盛会|百货展|食品展|零售展|OEM展

展会时间：2024年12月04日-12月06日

展会地点：上海新国际博览中心

审批单位：上海市商务委员会

战略支持：自有品牌制造商协会（PLMA）

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会（PLSC）亚东展览(YADO EXPO)

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

展会规模：80000平方米 展商数量：1400家 专业观众：25000名 同期活动：50场

展会介绍

PLF全球自有品牌产品亚洲展自2010年引入中国后,一直致力于推动中国乃至亚太地区零售商自有品牌的健康发展,与全球自有品牌产品美洲展(芝加哥),

全球自有品牌产品欧洲展(阿姆斯特丹)并称为全球三大自有品牌系列展。

展会介绍

自有品牌-详解 通俗来说，自有品牌产品是指工厂与零售企业根据市场需求联合研发，而后，由工厂进行产品代加工生产，由零售企业冠以自己的自有品牌标签、并在自有的商超连锁门店进行营销的一种产品。

模式 自有品牌包含但不jinxian于零售贴牌、零售OEM、零售代加工等生产模式。一件好的自有品牌产品是零售商和供应商能力合作的产物。

“全球自有品牌产品亚洲展”至今整整十周年，是亚洲区域唯一专业的自有品牌贸易展；每年会期都成为了零售商与供货商相聚并建立自有品牌商业合作的zuijia场所，已成为了国内乃至亚洲零售业自有品牌的年度盛会。该展会占据了上海新国际博览中心的5个展馆，今年展位预计超过2,000个，参展商来自全球35个guojiaji地区，产品包括食品及非食品两大类。10,000余专业采购商分别来自全球的连锁商店、综合大商城、折扣店、药妆店、大卖场、便利店；包括进口商、批发商以及众多的线上新零售的光临搜寻产品，了解最新的流行趋势。同时举办多项主题的座谈会、研讨会，展会上将特别设立“亚洲自有品牌产品精选”展示区，200组开架式的柜子呈列zhiming零售商自有品牌产品。2019年“全球自有品牌产品亚洲展”将于2019年12月10-12日在上海新国际博览中心(N1——N4馆，50,000平)盛大召开，展馆位于浦东陆家嘴金融、张江高科之间。汇聚上海轨交2、7、16号线及磁悬浮，提供给各大展商一个便捷、高效的贸易展示。

“全球自有品牌产品亚洲展”是建立关系网络、进行接洽的zuijia地点，产品研发专家寻找适当的供货商合作，供货商洞悉市场需求，进而与主要采购商建立良好业务关系。如果贵公司已是自有品牌产品的供货商，本展将为贵公司为您介绍到更多的买家洽谈，如果贵公司刚刚开始涉足自有品牌市场，参加本展将是进入市场最理想的踏板。

展会优势

quanwei

行业大腕亲临、探讨自有品牌风向、聚焦最新自有品牌产品

专业

国际三大自有品牌专业展之一，辐射整个亚洲

标准

全国性自有品牌产品评选及集中陈列

趋势

自有品牌是零售变革、转型的必选项

jingque

50+个国家的专业买手团，数量逐年递增，免费提供采供对接机会

全面

线上、线下、流通全渠道覆盖；商超、便利、专营店、品牌运营商等

差异

直面终端渠道商，去中间化，惠及三方（采购商、供应商、消费者）

积累

积累9年，矗立自有品牌发展前沿，迎来行业蜕变

展会亮点

省时

不再天南地北的去找合适的供应商/采购商

省心

不再在十几万平米的场馆里跑断腿

省力

不再劳心费神解释自有品牌都是一家人

观众分析

2018PLF专业观众数量同比增长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zhiming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。

观众总人次 20,680人次 境外国家和地区总数 48个

市场分析

2018年PLF除了吸引专业零售商、电商平台、全球采购、专业店等企业，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最高，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

等专业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。

采购商名录

7-Eleven

Aldi

ALDI奥乐齐

Tesco

比宜得

卜蜂莲花

大润发

迪亚天天

家乐福

麦德龙

欧尚

沃尔玛

亚马逊

伊藤洋华堂

永旺

盒马鲜生

华润万家

联华超市

淘宝心选

京东京造

网易严选

苏宁极物

永辉

潍坊百货

中百超市

新华都

家家悦

武商超市

步步高

信誉楼

物美

利群

丹尼斯

天虹商场

昆仑好客

乐友

美特好

美宜佳

全家

全时

顺丰优选

米家有品

小红书

唯品会

生鲜传奇

苏宁小店

易捷

谊品生鲜

钱大妈

7fresh

厨鲜生

绿地G-Super

世纪联华鲸选

天虹sp@ce

小象生鲜

永辉超级物种

自然醒

凤凰优选

无印良品

名创优品

聚美优品

每日优鲜

中粮我买网

叮咚买菜

丰趣海淘

展商名录

杭州国光旅游用品有限公司

上海美馨卫生用品有限公司

安徽汉邦日化有限公司

山东省润荷卫生材料有限公司

广州庄雅生物科技有限公司

上海携福电器有限公司

山东柯利无纺制品有限公司

康那香企业（上海）有限公司

江阴云智医疗无纺布制品有限公司

广东新宝电器股份有限公司

连云港市美顺化妆用品有限公司

杭州卓妙实业有限公司

ADDICTION FOODS PTE LTD.

CURATEX GMBH

DAKOMA SP. Z O.O.

DEVA NUTRITION A.S.

EUDOREX S.R.L.

FAST BEAUTY RETAILING INTERNATIONAL SPRL

麦德龙现购自运有限公司

沃尔玛（中国）投资有限公司

永辉超市股份有限公司

福州正泰轻工制品有限公司

北京洛娃日化有限公司

中山市新华美实业有限公司

方家铺子绿色食品有限公司

厦门绿帝生态股份

福州惠源食品有限公司

上海麦宝食品有限公司

阜阳健诺生物科技有限公司

浙江青莲食品股份有限公司

成都喜相逢食品有限公司

河南豪峰食品有限公司

福建全家福食品有限公司

童城营养食品有限公司

山东国缘酒业有限公司

长沙市管氏食品有限公司

四川宏野食品有限公司

台湾威力绿能

国际美活集团有限公司

麗朵國際企業有限公司

xinguan股份有限公司

晟峰精密工業股份有限公司

网易无尾熊(杭州)科技有限公司

上届回顾

展会规模 30,000m²

EXHIBITION SCALE

展商数量 650家

NUMBER OF EXHIBITORS

观众数量 20,680人

NUMBER OF SPECTATORS

展品范围：综合食品 家居百货 个体护理 生鲜食材

展位价格：

角摊加收1000/展位

中国展商：标准展位 RMB 13,800/个/展期

标配配置：9m²(3m*3m)场地、2.5m高围板、洽谈桌1张、咨询桌1张、椅子3把、展位照明、楣板及附加服务（买家名录）

光地（36平起售） RMB 1,350 /m²/展期