

中国自有品牌现状（2024上海OEM代加工展）

产品名称	中国自有品牌现状（2024上海OEM代加工展）
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。

中国自有品牌现状

现阶段中国零售商超自有品牌产品占比总体SKU量3-5%，同比欧美市场40%-60%自有品牌占比，市场份额潜力巨头，随着零售商对于自有品牌的重视，整个市场迎来爆发式的增长，意味着需要更多优质的、具有地域特色的、外贸型的出口企业合作自有品牌。目前企业普遍存在以下几类问题：

1、 供应商对于市场的需求不够敏感，不能及时调整符合于市场的产品，与零售商自有品牌的合作可以通过零售商门店消费者分析来调整定制更符合需求的自有品牌产品，从而快速打通市场促进消费。

2、 有大部分的企业做产品非常的，但是不懂得如何营销，自有品牌的合作只需要做好产品就能有稳定的订单。

3、 自有品牌是零售商自己的品牌，所以零售商往往非常重视产品的销量，通过门店的独特且显眼的陈列，通过重点的推荐和引导为产品做营销推广，能更快将产品打入市场。

4、 传统零售的合作模式往往伴随着进场费、条码费、货架费、堆头费、促销费、压货压款等一系列费用问题让工厂望而却步，自有品牌的合作却没有这些费用，能让工厂与零售商合作更加简单，利润更加清晰。

PART

解决方案

为了更好的促进当地生产性企业进入自有品牌市场，帮助企业多一条销路，上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会（PLSC）联合各市贸促会针对当地企业为企业去讲解自有品牌，让企业多了解不同的商业模式，有更多的思考。也为企业进入自有品牌市场提供更多力所能及的帮助。

什么是自有品牌

自有品牌亦称“零售商品品牌”（如超级市场、大卖场、连锁店等）自有的商品品牌。零售商通常将自有品牌的产品外包给合格的制造商进行定制化生产，一般质量同比一二线同类产品，价格还略低于这些产品，所有能有更高的市场肯定率与复购率。其产品品类涵盖了食品、纺织服装、日用品、生鲜、家电等多个领域。

举个例子

我们去逛麦德龙，印了“麦德龙” logo 的产品就叫麦德龙的自有品牌，但是他是零售商没有自己的工厂，所以需要找到符合自身要求的供应商提供代加工生产。

其实自有品牌不单只是用自己的名字命名，一家零售商的自有品牌可能有好几个名字，如上图麦德龙Chef就是提供精选优质的食品类产品意思指产品品质较高，价格较高的产品。Aka宜客就是提供入门级自有品牌，具有很高的性价比。意思指产品价格偏低，更加实惠。

所以零售商的自有品牌每个名字有他不同的品牌定位，对应不同的工厂，定位可能是高端产品、也可能是中端、低端。所以不同的工厂都可以匹配上相对应的零售商的自有品牌。

除了商超的自有品牌，其实生活中还有很大一部分零售门店全是他们自己的自有品牌，比如：

线下零售门店名创优品

线下零售门店来伊份

线上电商零售三只松鼠

您好 上海11月份贴牌代加工展会 邀请贵公司参加。

地址 上海新国际博览中心7个馆

采购商群体：超市、电商、连锁店、便利店、品牌商等零售商。

参展商要求: 有工厂且做贴牌的厂家。