

自有品牌产品展--2024上海

产品名称	自有品牌产品展--2024上海
公司名称	上海京硕展览有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	龙阳路2345号
联系电话	18939750396 18939750396

产品详情

2024年上海自有品牌产品展--上海（代加工OEM贴牌博览会）

时间：2024年12月05-07日

地点：上海新国际博览中心

主办单位：

上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专*业委员会（PLSC）

自有品牌制造商协会（PLMA）

承办单位：

跨采（上海）广告有限公司

合作单位：

中国轻工工艺品进出口商会（CCCLA）

上海水产行业协会（SFTA）

江苏省餐饮行业协会（JCIA）

台湾贸易中心（TTC）

厦门市食品行业协会（XFIA）

展会介绍

“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*佳场所，已成为了国内乃至亚洲零售业界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个国家*级地区，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*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知名零售商自有品牌产品。2022年“全球自有品牌产品亚洲展”将于2022年12月1-3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*佳地点，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*理想的踏板。

展会优势

权*威 行业大腕亲临、探讨自有品牌风向、聚焦*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

** 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

市场分析

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*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。

参展范围

综合食品

休闲食品

膨化食品，果脯蜜饯，干锅炒货，鱼片

肉铺食品

肉脯食品

粮油副食

酱油醋，调料，泡菜，果酱，肉肠，罐头，酱菜，速食类，粮食类，食用油

酒水饮料

戒烟产品、国产白酒、葡萄酒、啤酒、功能酒、进口酒、碳酸饮料、水、茶饮、果汁、常温奶品、功能饮料、咖啡饮料

饼干糕点

饼干，派类，糕点，曲奇

糖果巧克力

口香糖，巧克力，硬/软糖，果冻

冲调食品

奶粉，麦片，餐糊，茶叶，豆奶粉，糊状冲调品，其他冲饮品，蜂蜜，固体咖啡，糖

营养保健品

参茸滋补，浓缩保健，减肥食品，药酒，蜂产品

南北干货

干菜，干海产品，干果

家用百货

家用清洁及芳香用品

除污类，熏香类，杀虫类，护理类，清洁类

洗涤用品

洗衣类

生活用纸

纸品，一次性纸制品

海绵产品

寝具海绵

塑料制品及收纳

厨房塑料制品，层架及垃圾箱，衣物整理及杂物，挂件

服装鞋袜与配饰

袜类，内衣，睡衣，休闲鞋，功能鞋具，拖鞋，皮鞋，衬衫，饰品，外套，运动套装，正装，儿童服装，毛衣毛裤

家纺

床上用品，毛巾浴巾

烹饪及烘焙

用具、餐具

炊具，厨房用品及杂品，餐具，水具

家用电器

生活电器，厨房电器，个护健康

3C数码

数码，影音娱乐

家用五金及园艺用品

电器配件，小五金及其它，园艺用品 汽车美容产品及工具

孕婴童用品

婴童洗护，婴童床品，毛巾口水巾，儿童家具收纳，喂养用品，玩具，童车童床，童鞋，童包，新生儿服装，小童服装，大中童服装，婴童配饰，孕产内衣，孕妈装，妈咪用品

文体办公

学生用品，办公用品，相册，贺卡及卡片，办公器材，通讯器材，球类，拍类，综合类

智能智造

USB产品，手机配件，LED产品，运动，家用医疗，车载智能，智能家电

个人护理

维他命及内服外非处方用药

维他命，内服外用药

口腔护理与清洁

口腔护理，牙膏，牙线

身体护理

湿巾，家用医疗器具，医用绷带纱布

非处方药品及保健品

补品

眼耳鼻足护理

凡士林、保健急救、创口贴

女性、chengren及婴儿用品

卫生巾，纸尿裤

美容美发用品

洗浴用品，洗发用品，护肤品，女士清洁用品，香皂，焗油染发，美妆

生鲜食材

水产、禽类、肉类

鲜活鱼类，鲜活虾蟹，鲜活其他水产，冰鲜鱼类，冰鲜虾蟹，冰鲜其他水产，冷冻鱼类，冷冻虾蟹，冷冻其他水产，加工鱼类，加工丸类，加工其他海产品，鱼类，虾蟹壳类，加工类，干咸制品，猪肉及分割

果蔬

叶菜类，根茎类，小菜类，豆制品，干果类，杂粮类，蛋品，鲜花，菌类，热带类，柑橘类，硬身果实类，软身果实类，瓜类，果篮，果盒

预制食品

冷食，烤制品，炸制品，卤煮类，点心类，比萨类，三明治，面条，包装拼盘，肉类（生原料），水产类（生原料），豆制品类（生原料），冷冻/速冻蔬菜，预包装及调理蔬菜

速冻面

糕点

原辅料及调味品

火锅底料，调理食材，有机食材

乳制品

酸奶

观众分析

PLF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*知*名线上平台合作，拓宽PC端及手机端客户，提升服务及扩大服务范围。

参展联络：参展联系：

上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专*业委员会 自有品牌制造商协会

上海跨国采购发展集团信息科技有限公司-东浩兰生集团旗下

跨采（上海）广告有限公司