

2019生鲜类自有品牌展览会

产品名称	2019生鲜类自有品牌展览会
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市嘉定工业区叶城路912号J6686室（注册地址）
联系电话	13671856722 13661406349

产品详情

全球零售自有品牌产品亚洲展-2019上海

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，第10届全球零售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举办更是倍受广泛关注！

随着消费观念日趋成熟，零售自有品牌全球份额已近30%，中国不足5%的市场亟待提速。

生鲜食材 主题展区

展品范围：

水产、禽类、肉类、果蔬、预制食品、冷冻/速冻蔬菜、预包装及调理蔬菜、速冻面点、原辅料及调味品、调理食材、有机食材、乳制品。

PLMA LIVE 关于“[【全球速递】Arjan Both - 沃尔玛全球包装食品采购副总裁专访](#)”

这周就收到官方发布“沃集鲜”作为生鲜类的自有品牌，同时宣布“惠宜”全新升级，品牌标志去掉了英文字样“Great Value”，并更新成由中文字“惠宜”和“Walmart”两个主要元素构成。“Walmart”出现在品牌标志上，让中国消费者更容易辨识。

作为连续两届参加“全球自有品牌产品·亚洲展”的“老朋友”来说，他们对于自有品牌的重视程度有目共睹。

为了进一步贴近中国消费者需求，沃尔玛自有品牌也一直在进行本地化探索。比如，在开发商品时更优先考虑中国人的饮食及生活习惯，针对国人的口味偏好调整商品的配方。惠宜品牌开发了更符合国人饮食需要的龙须挂面系列商品，沃集鲜熟食系列研发了藤椒麻鸡、孜然烤鸡等。沃尔玛方面表示，沃尔玛自有品牌注重商品的本土化开发，期望通过国际化的品牌发展思维、商品开发逻辑，结合中国本地化的商品架构、供应商资源，最终变成为中国消费者量身定制的国际级零售自有品牌。

另外，得益于全渠道零售布局，沃尔玛自有品牌也能在实体门店和多个电商平台同时销售。据悉，作为实体门店的延伸，目前全国有40多个城市的250多家沃尔玛大卖场入驻京东到家平台，为顾客提供1小时送达服务。遵循线下销售百万商品优先并尽力覆盖全品类的线上商品策略，沃尔玛大幅增加了线上商品数量，截至3月中，惠宜及沃集鲜两个品牌的商品在沃尔玛京东到家平台已有千余个品项，在沃尔玛京东旗舰店已有超300个品项。2018全年沃尔玛自有品牌全渠道销售同比增长近3倍。

3月初，“沃集鲜（Marketside）”上新了近十款“馥郁果香，冰芯丝滑”冷藏系列蛋糕，健康美味、口感丰富、品质高端、颜值颇高。以牛油果系类蛋糕为例，沃尔玛与供应商从原料到配方再到研制，整个过程始终坚持精益求精的原则，仅牛油果原料的选择，从果油、果酱到果泥，就做了大量的测试比对才敲定了必需选材自原产墨西哥的牛油果。为了让顾客的购物体验更便利，该系列冷藏蛋糕，不仅在沃尔玛全国400多家门店均有售，在京东到家平台、沃尔玛速购小程序也同步上线。值得一提的是，冷藏糕点的配送对比一般常温包装的商品而言拥有更多的挑战，在保证品质的同时，更要提升配送效率。沃尔玛秉承追求卓越、不断创新的精神，不仅升级了冷藏糕点的外包装，使之更为坚固，还在拣货及打包过程中对商品的摆放特别关注，以确保配送到顾客手中的糕点品质如一。

未来，“沃集鲜（Marketside）”还会陆续推出更多款新式面包蛋糕，预计今年将实现全渠道同比双位数

的高速增长。

沃尔玛自有品牌的成功在于其打通了相关品类的整个产业链，在相关品类商品方面已经形成了很强的研发、生产、销售能力，这样的自有品牌才称得上是真正意义上的自有品牌，才称得上是全渠道零售商超差异化的核心竞争力。

“全球自有品牌产品亚洲展2019·上海”

我们再相见。

跨采(上海)广告有限公司 联系人：吴妮娜 136 6140 6349

微信：136 6140 6349 商务QQ：2027288488添加时请注明（上海自有品牌展）