

2024超市OEM贴牌代加工展-12月05-07日

产品名称	2024超市OEM贴牌代加工展-12月05-07日
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全球自有品牌产品亚洲展OEM贴牌代加工展（超市代工展）

展会地址：上海新国际博览中心

展会时间：2024年12月05-07日

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)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

展出面积：5.5万平方米

入场人次：3.5万人次（3天）

PLF自有品牌亚洲展自2010年在上海落地以来，凭借“观众质量高、买家下单率高、海外直飞买家逐年递增”等显著的参展实效性，赢得了广大展商好评与青睐，众多生产型、外贸型企业，已将PLF自有品牌亚洲展视为参加guangjiaohui后，争取更多外贸订单、加快进入零售渠道的平台。时至今日，PLF自有品牌亚洲展已是全球范围内业界闻名的重要商展活动，其展品覆盖面之全面、同期活动之丰富，得到中外零售商、贸易商、批发商、电商企业、买手广泛认可和xinlai

展会定位：

自有品牌的产品或服务，通常是由一家公司生产或提供给另一家公司的品牌。自有品牌的商品和服务可以从食品、日化品到虚拟主机等多种行业获得。

它们常常被定位为地区、国家或****的低成本替代品，尽管*近一些私人品牌已被定位为“高端”品牌，以与现有的“品牌”竞争。

自有品牌包含但不**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。

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！

自有品牌的特点：

- 1：与传统销售不同
- 2：与外贸出口的不同
- 3：在具体对接的差异
- 4：自有品牌的概率
- 5：仍存在的痛点及未来
- 6：自有品牌协会的介绍

与传统销售不同

1.2交易制度：

1.3销售特点：

产品协作：交易模式：付款制度

自有品牌的定义：

零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行的代加工生产、贴牌零售，由超市一次买进并销售的行业。

1、贵司的产品，不管是走哪条销售渠道，*终还是步入零售渠道，比如卖场，超市，连锁门店。这个展会直接接触的采购商都是来自国内外zhiming的终端零售商，批发商，贸易商，电商等等，包括法国家乐福Carrefour，欧尚Auchan，勒克莱尔Leclerc，英国特易购Tesco,库普Coop,美国沃尔玛Walmart,德国麦德龙METRO,艾德卡EDEKA,奥地利SPAR，以及国内的百联，特力屋，华润万家，京东商城等等，都是很有实力的采购商，让你直接面对零售商，省去中间环节。

2、直接和零售商合作，除了省去流通环节，节省进场费，上架费，标签费，条码费，节庆费，促销费，广告宣传费等诸多费用外，还可以让零售商参与您的产品设计，你们可以在生产技术上和开发商进行探讨，帮助您的企业进一步提升竞争力。

3、直接和零售商合作，与零售商分工明确,产供稳定,无需考虑销售,只需专注生产。同时，零售商强力的宣传手段以及极具竞争力的价格，为产品快速销售提供了保证。

4、外贸转内销及内销拓展外贸的**平台，外贸规则与内贸渠道无缝对接。

5、品牌商与自有品牌和谐相融，消化过剩产能,优化生产线，节约成本，同时占领不同层次消费市场，获取更多销售份额。

6. 超强的买家阵容

2018年第九届上海自有品牌展会现场入驻的零售商：（超市）

这个展会和传统销售是不一样的，传统销售有很多的过程，出厂、代理、批发、经过很多的流程才到零售商，而且订单小，客户多，维护繁琐。

自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，由超市一次性买进并销售的行业。相反订单大、客户精、和零售商共同发展。

直接接触的采购商都是来自国内外zhiming的终端零售商，批发商，贸易商，电商等等，包括法国家乐福，欧尚，勒克莱尔，英国特易购,库普,美国沃尔玛,德国麦德龙,艾德卡,奥地利，以及国内的百联，特力屋，华润万家，京东商城等等，都是很有实力的采购商，让你直接面对零售商，省去中间环节。

跨采（上海）广告有限公司

参展联系人：李小姐