

2020上海商超代加工展/OEM商超贴牌展

产品名称	2020上海商超代加工展/OEM商超贴牌展
公司名称	上海弼辉展览有限公司
价格	1.00/个
规格参数	日用百货展:日用百货展 食品生鲜展:食品生鲜展 个人护理用品:个人护理用品
公司地址	上海市浦东新区龙阳路2345号
联系电话	13671669582 15921412885

产品详情

亚洲最大自有品牌展；中国全产业代加工厂；百家OEM,全场贴牌;直通采购零距离

全球自有品牌产品·亚洲展，每年12月在上海新国际博览中心举办。始于2010年，此展会是亚洲同类展会规模最大，展会面积80000m²，摊位3500多个，预计展商数750家，观众数观众数量20000人，分为食品区，非食品区，生鲜区。全部由工厂，生产企业设摊，所有展品均可直接进入超市，卖场，百货商场，连锁店，品牌店，便利店，社区店，折扣店等。展会期间内所有观众严格筛选，有意向采购洽谈及发展自有品牌产业的买家组成

全球零售自有品牌产品亚洲展·2020上海

2020 11th. Shanghai Private Label Fair

同进博会一起打造上海更多更专业展会

展会日期：2020年12月2日~4日

展会地点：上海新国际博览中心

自有品牌（即OEM贴牌）

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

观众分析

2019PLF专业观众数量同比去年增长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。

2020PLF助力中国“自有品牌”发展趋势

随着时下零售商转型的“自有品牌热”,供应商扩张的“出口转内销”,零供升级的“跨境贸易政策”,零售自有品牌成为零售业未来极为重要的发展趋势。对于拥有高质量产品的工厂来说,做自有品牌供应商,除了获得更多、更省的便捷销售渠道,还能切实帮助工厂获得商超渠道费减免政策,并且拓宽国内外零售销售机会,最大化迅速占领国内、外贸零售市场。

部分买家目录

超市:沃尔玛、欧尚、大润发、华润万家、麦德龙、家乐福、联华、永辉、永旺特惠优、中百仓储超市等

电商:1号店、京东商城、当当网、易迅、佳品网、M18麦网、东方CJ、美味七七、我买网、嘀嗒猫等

便利店:7-11、全家、可的、好德、罗森、联华快客、伍缘便利、喜多士、上海喜安便利、OK便利等

综合百货:杭州大厦、百联集团、万达百货、汇金百货、伊藤洋华堂、广东天河城百货、信誉楼百货等

食品类专营店:捷强、来伊份、百味林、上海第一食品、星巴克、上海糖业烟酒、良品铺子、伊味儿、三只松鼠等

日百类专营店:H&M、麦考林、月星家居、史泰博、特力屋、华特迪士尼、宜家、优雅100、丽芙家居等

个护健康美容类专营店:屈臣氏、莎莎、万宁、丝芙兰、卓悦、百合缘大药房、复兴药业、益丰大药房、华氏大药房等

AXDOOF,BPI,BEATUY ELENENN VENTURES INC,JUNGLFISH,LINACO,SISMY S.P.A.,STYVES

ROCHER GROUP-ASIA,HUG AG,GOLDEN-

POL SP.ZO.O., GEEYA ,FAMILY INTERNATIONAL , etc.

——其他还包括进出口贸易商、经销批发商、全球采购、酒店、餐饮等有意寻找自有品牌工厂的采购商

展区范围：

食品饮料类：绿色/保健食品、罐头/方便食品、粮油/副食/土特产、母婴食品、休闲食品、果脯蜜饯、干锅炒货、糖果/冷饮、咖啡与茶、速冻食品、生鲜食品、宠物食品、酒水饮料等

日用百货类：日化用品、家居用品、餐厨用品、卫浴用品、文体用品、箱包皮具、针织家纺、小家电、电子产品、服装鞋帽、宠物用品、一次性用品、DIY用品等

健康美容类：个人护理用品、个人清洁用品、妇婴用品、计生用品、口腔护理用品、医用急救用品、美容美发用品、护肤品等

其他：季节性食品、特殊用途产品等适合进入商超的产品

联系人：沈家霞13671669582（微信），葛德铭15921412885（微信）

在线QQ：1030719508，121880638

邮箱：1030719508@qq.com

在欧美已有近40年的历史，英文是privatelabel，业内人士也喜欢简称“PB”。现有的广泛认同PB是大幅提升毛利空间，并与竞争对手区别开来，在消费者心智上带来差异化的不二法门。”PB在零售总额占比最高的是欧洲的瑞士和英国，整个欧洲的PB占比均值在30-40%，而美国也有20-30%。随着过去十年的发展，中国的PB自有品牌的建设已经呈现增长的态势，不同的统计口径下呈现出来的数据显示，占比仅有3%-5%，部分深耕的零售企业，比如山东家家悦2016年财报显示其PB自有品牌销售占比已经达到8.58%。