

上海零售自有品牌亚洲展2024

产品名称	上海零售自有品牌亚洲展2024
公司名称	江苏京硕展览有限公司
价格	13800.00/件
规格参数	
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	16730229091 13816793095

产品详情

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法门。”PB在零售总额占比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%。

长期以来的零售业以租赁场地的经营模式，正制约着零售业发展。要改变这种局面，零售也需要培养大批买手型的人才队伍。自有品牌开发和研制，需要开发人员了解产品的各个开发环节，指标、工艺流程，并且具备后续的营销推广和品牌运营的能力。这种人员素质的转变，也将为零售业的转型奠定人才的基础。

自有品牌的兴起，当然也得益于中国制造代工OEM、ODM期间所积累的工艺制造水平的提升，也受到2008年金融风暴的助攻，国际订单大规模消失、以及包含人力成本在内的生产成本大幅提高，大量的原来依赖于出口的中小型制造型企业不得不谋求转型，服务于国内的新的自有品牌的增长需求。这种模式可以提供给企业类似于外贸方式的一种和国内零售商合作的模式。

2016年11月11日(双11)国办发78号文《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》中提出的“坚持需求引领消费”的基本原则中，“创新经营机制，鼓励企业加快商业模式创新，强化市场需求研究，改变引厂进店、出租柜台等传统经营模式，加强商品设计创意和开发”，更尤其提到“建立高素质的买手队伍，发展自有品牌、实行深度联营和买断经营，强化企业核心竞争力”，自有品牌的重要性可见一斑。

综合以上中国的现状更能凸显发展自有品牌的意义，“简单来讲，自有品牌化，是所有零售企业不得不参与的课题，是零售行业转型的大势所趋。

众多供应商一如既往的青睐

从2010年届“全球零售自有品牌亚洲展 上海”到的17届；从当初只有70来家供应商参与，到的1500多家供应商云集。在此特别感谢：杭州国光旅游用品有限公司、上海美馨卫生用品有限公司、厦门悠派无纺布制品有限公司（个人护理领域）、上海携福电器有限公司、漳州三通家居用品有限公司、声科家居用品（上海）有限公司（百货领域）、深圳市金多多食品营销有限公司、烟台枫林食品股份有限公司，以及苏州市佳禾食品工业有限公司（食品领域）等供应商8年以来坚持不懈的青睐支持，这是一个互相成就，合作共赢的过程。

浙江汉莎洗涤用品有限公司，于协会携手从全球系列的“自有品牌美洲展 芝加哥”，到“自有品牌欧洲展 阿姆斯特丹”，获得了全球：美生日化、RECKITT BENCKISER、DELTA BRANDS INC.、MORITA BIOTECH GORP.、PBG INTERNATIONAL等众多零售商的订单；同时，在我们PLF展也已经走过了6个年头，与“贵州合力”、“三江购物”等国内零售商携手共进。

河北蓝亨啤酒有限公司，2016年刚刚接触我们PLF并参展，就用良好的产品品质、先进的工艺，以及绿色健康为本的理念，立刻赢得了“河南金好来”、“冠超市”“安徽安德利”等零售商的青睐，展开了自有品牌的合作。

等等案例，不胜枚举。当然，“PLF”只是给大家一个直面零售商的机会，在中国制造转型的路上，在零售行业红海泛舟的，下一个幸运的会是你吗？！

PLSC&PLF的专注及

作为“PLF”的主办方“自有品牌委员会（即：PLSC）”，是目前国内唯一的专注推广“零售自有品牌”的结构，我们一直致力于中国零售业供给侧改革的践行中。2019年是PLSC不寻常的一年，也将是“PLF”向纵深拓展的关键一年。在往年组织培训、采购现场对接会的基础上，为了助力零售自有品牌的发展。协会在今年会开拓了三大系列活动。

举办了中国零售行业的盛事——首届“中国零售自有品牌评”

由上海自有品牌委员会(PLSC)主办的首届“中国零售自有品牌评选”活动目前已全面进入专家评审深入考核阶段。首届“中国零售自有品牌评选”活动是一场全国性的顾客互动活动。活动通过网络、社交媒体、传统媒体、实体门店等线上和线下渠道发起“中国零售自有品牌评选”。

此次评选汇聚海内外自有品牌，由：上海自有品牌委员会(PLSC)、自有品牌制造商协会（PLMA）、凯睿咨询、上海交通大学、JUMBO超市、、灵兽传媒、Maxxam、零售世界组成专家评审团，与消费者线上投票相结合，形成的评审机制。

此次评选共设置战略规划奖、购物者营销奖、品类拓展奖、产品创新奖、包装设计奖、绿色产品奖、受欢迎自有品牌零售商奖，七大奖项。其中战略规划奖、购物者营销奖、品类拓展奖由专家评审团评定；产品创新奖、包装设计奖、绿色产品奖由专家评审团及消费者共同参评；受欢迎自有品牌零售商奖由消费者线上投票选举。

目前已吸引301家企业的860件产品积极参评，企业业态包含：超市、百货、便利店、店等，参评产品品类涵盖：食品饮料、日用百货、健康美容等方方面面。线上投票以及前期企业参评素材提交已经于10月15日23：59结束，共计点击量2,5692,327，投票数：3356,972，分享量：2645,061。

线上的火热投票已经结束,现在正式转入专家评审阶段。专家评审们的激烈程度也不容小觑，各位专家正在分头讨论企业上交的参评素材，评定过程紧张有序又不乏激烈探讨，让人更是期待此次评选结果。除此之外，为了更加体现公正性和严谨性，专家们也对部分店面进行陌访，相信此次结果一定能为自有品牌市场的发展提供一定的参考。

全球自有品牌产品亚洲展-2024上海

超市、电商、品牌商OEM贴牌代加工展

展会地址：上海新国际博览中心

展会时间：2024年12月5-7号

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会(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）

参展范围：综合食品饮料、日用百货个护类、生鲜食材，三大类

可直接进入超市、百货商场、连锁店、折扣店进行销售且适宜做超市贴牌的产品

Ⅰ 食品饮料类：绿色/保健食品、休闲食品、罐头/方便食品、粮油/副食/土特产、糖果/冷饮、速冻食品、生鲜食品、母婴食品、宠物食品、酒水饮料等

Ⅰ 健康美容类：个人护理用品、个人清洁用品、医用急救用品、妇婴用品、美容美发用品等

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

Ⅰ 其他：季节性食品、特殊用途产品等适合进入商超的产品

展位费用：（人民币）

标准展位：13800元（双开口费加1000元）