

2019果干坚果展览会-OEM展

产品名称	2019果干坚果展览会-OEM展
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

自有品牌产品展览会

独家精准的买家手册，汇聚大量国内外优质买手

美国自有品牌的市场规模逾8万亿元，中国则仅有1万亿元，中国零售商自有品牌发展空间广阔。全球自有品牌发展水平差异较大，整体来看，欧美发展较为成熟，市占率达到18%-40%，聚焦食品行业；中国自有品牌发展相对落后，2017年市占率仅为1%，并且从日用品切入。根据中国自有品牌专业委员会调研显示，从销售规模上看食品行业占比更高，从SKU看非食品行业占比更高，占比约20%-40%。

零售行业集中度差异导致产业链议价能力差异是自有品牌发展不均的重要原因，自有品牌在不同企业发展定位具有差异。海外集中度较高，龙头零售商对上游具有强议价能力，自有品牌进一步成为供零产业利益链重新分配者。我们着重研究部分海外零售商自有品牌，发现各自发展自有品牌时战略定位存在差

异，具体分为规模效应和品牌效应。1) 沃尔玛严控产品力打造品牌效应，以强大的供应链体系压成本，提升产品毛利率；2) 罗森通过挖掘细分市场，结合自身便利店业态的优势，打造差异化产品提升产品售价提高毛利率；3) Costco结合会员体系，将自有品牌打造成“提高客户粘性和复购”的“抓手”赚取更多会员费实现盈利。但三者都能最后改善企业的经营效益。

与海外自有品牌发展背景不同，我国品质消费时代的来临要求零售企业从“供给思维”转变向“需求思维”，拓展高品质的自有品牌便成为实现这一思维转变的良策。过去我国零售商自有品牌因定位规划不清晰，没有解决与传统品牌的冲突而鲜有成效。目前，食品类自有品牌食品安全问题仍是最大痛点。未来，符合消费者需求、有品质的差异化自有品牌将开启全新时代。商品的优质产品力和零售商的优秀供应链管理能力及渠道优势是发展关键。永辉和苏宁的自有品牌推出较早，具有一定先发优势。持续深耕后，预计自有品牌将通过帮助公司调整产品结构、改善公司毛利率从而提振业绩，在整个产业链中获取更强议价能力和盈利能力。

目前，线上坚果类零食消费主体中，18-35岁为主流人群，23-28岁女性为核心人群。作为新生代的宠儿，坚果炒货行业已创产值千亿，行业呈现欣欣向荣的景象，竞争也愈发激烈。

随着90后“佛系养生”概念盛行，健康化已成为消费新趋势。消费者越来越关注健康、绿色、有机等食品的发展状况。过去一年里，90后女生线上购买花胶等产品增速超过1000%。坚果消费渐渐转向低糖无盐的新品类。

中国唯一规模化零售自有品牌专业委员会（PLSC），为您稳固全年零供关系

全球自有品牌产品亚洲展喜迎“十周年”，赶上国内自有品牌的快速发展，我们顺势而上。目标吸引1,000家展商，2,500个展位，50,000平方米展览面积，预计会有35,000名专业观众莅临现场。

参展联系 吴妮娜 13661406349（同微信）