

2019谷物制品展览会/OEM贴牌展

产品名称	2019谷物制品展览会/OEM贴牌展
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

谷物食品作为食品中的一大类，在我国膳食中占有重要的地位。谷物食品包括大米、小麦、玉米、高粱、荞麦和燕麦等制品，是人体所需热能的主要来源之一，各类粗粮更是维生素、矿物质和纤维素的重要来源。随着居民膳食理念的逐渐加强，人们对于各类谷物食品的需求也在显著提升。

根据欧睿国际的统计数据显示，2013年至2017年，早餐谷物市场终端销售额由45.66亿元增长至68.21亿元，年复合增长率达10.55%，显示出国内早餐谷物市场规模保持较为平稳的增长态势。

存率可达到96%以上，而且食物含有的极轻芳香油也会被保留在食物的表面而不损失。与一般的食品相比，母婴冻干食品最大的优点就是能够保持食物原有的外形、颜色、营养成分基本不变，有时甚至会使一些产品的味道和香味得到增强，改善了食品的风味，增加了食品的适口性，而且食品不需要冷藏就可以长期保存。随着国内对健康产品认识度的提升和妈妈们对孩子健康生长的关注，冻干技术孕婴辅食必将会越来越受消费者的认可和喜爱。

沃尔玛自上世纪80年代起开始开发自有品牌，拥有众多自有品牌，SKU占比约30%。沃尔玛于沃尔玛中国

目前已经开发了共13个系列的自有品牌，其中主打的是惠宜（Great Value）和沃集鲜（Marketside）。前者覆盖加工食品及非食日用品，后者覆盖熟食、烘焙类并正拓展至生鲜领域。沃尔玛目前自有品牌贡献收入30%，但利润贡献近50%。沃尔玛严控成本、节省中间环节费用提高毛利；严控产品力，打造品牌效应，做大自有品牌利润贡献占比。沃尔玛自有品牌覆盖吃、用方方面面，高性价比的全品类自有品牌商品打造出品牌效应，吸引消费者忠诚度。同时，沃尔玛自有品牌价格总体低于同质品牌25%左右，但仍能贡献更高利润，这主要得益于其严格的成本管控体系，实现降低成本及缩减费用。沃尔玛开发自有品牌时，会先自身进行细致的成本分析，其次通过直接与250家不同的工厂沟通生产省却中间环节成本，同时还能以自身强大的渠道优势节省营销费用品牌的初露锋芒：1882年，英国玛尔科公司首先建立自有品牌。随后，欧美的一些商店也开始逐步开发自有品牌商品并进行销售，并开始通过广告营销。20世纪60年代末-80年代初——经济低谷助推自有品牌大规模兴起：随着经济进入全球性低谷，消费者购物时考虑的第一要素便是价格。自有品牌便在这一时期大规模兴起。主打纯粹的低价、基本品质、简易包装、不进行营销。1976年，食品杂货商家乐福推出了其高性价比的仿制品系列，简称“产品库”。1981年起，美国零售商纷纷推出白底黑字包装的通用产品。

第十届全球自有品牌产品亚洲展2019上海

第九届“全球自有品牌产品亚洲展2018上海”于上海新国际博览中心圆满落下帷幕。2018年12月6日至8日，为期三天的展会人气爆棚，专业观众人数突破20,000，较上一届同比增长50%，展会取得超预期的效果。

参展联系 吴妮娜 136 6140 6349（同微信）