

2019 自有品牌展专业OEM贴牌展会/化妆品护肤品展览会

| | |
|------|-------------------------------|
| 产品名称 | 2019 自有品牌展专业OEM贴牌展会/化妆品护肤品展览会 |
| 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

如果你只能负担一个自有品牌，那么你最好找出最具潜力的产品类别并坚持下去。另外，请记住不要做任何宝洁都不会做的事情。

4) 我需要作自有品牌升级吗？

如果你在大众市场自有品牌获得了持续的成功，那么你可以考虑对自有品牌进行升级或者推出一个更优质的自有品牌。许多成功的零售商都对他们的自有品牌进行分层：Good-better-best（好-更好-最佳）。

a. 你的起点是建立一个“成功的自有品牌品牌”，提供良好的质量和价值（the good）。

b. 然后，要与同类制造商品品牌抗衡，你需要拥有优质品牌（the better）。

C.

最后，在特定的品类中，你可以提供质量明显高于同类产品的自有品牌，用于区分你与你的竞争者（the best）。

Loblaws又是一个很好的例子：它的食品类旗舰自有品牌是President's Choice（the good）；然后，它有一个更高质量的品牌：有机（the better）；最后，它用黑色标签标明特别提供的美食产品：黑标（the best）。Tesco（乐购）的品牌组合则更广泛：Tesco, Tesco Value, Tesco Finest, Tesco Organic, Tesco Light Choices等等……你需要多少品牌？答案取决于你能负担多少。

5) 我可以使用我的零售商的名字为我的自有品牌吗？

在上面举过的例子中，我们可以看到Loblaws选择了和它的零售商品牌完全不同的品牌名称：President's Choice。另一方面，Tesco则用了它的零售商品牌来直接命名自有品牌。这两种方法各有其利弊。

如果你只有一个零售渠道，那么使用你的名字有明显的好处：顾客已经熟悉你的名字了。你不需要花更多的钱去创造品牌意识。此外，品牌价值很容易在自有品牌和零售商品牌之间转移。除了Tesco之外，麦德龙也用其零售商品牌名直接命名它的自有品牌：METRO Chef、METRO Professional和METRO Premium。

另一方面，建立独立的自有品牌也有一定道理。例如，在President's Choice品牌下，Loblaws设立了许多不同的子标签（No Frills, Provigo, Value-mart等等）。而自有品牌行业龙头Amazon则拥有更加庞大的独立自有品牌架构。

因此，如果你的自有品牌结构足够多层次化，那么创建独立的专业自有品牌也是明智的选择。

综上所述，Gunter认为无论零售商的自身规模如何，自有品牌开发都不应该只停留在不断盲目推出新的产品，而更应该从战略角度规划设计自有品牌的品牌架构——focus on the brand, not the product——从而更有效地利用有限资源。

现阶段中国零售商超自有品牌产品占比总体SKU量3-5%，同比欧美市场40%-60%自有品牌占比，市场份额潜力巨大，随着零售商对于自有品牌的重视，整个市场迎来爆发式的增长，意味着需要更多优质的、具有地域特色的、外贸型的出口企业合作自有品牌。

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

食品饮料类

健康美容类

日用百货类

参展联系吴妮娜（同微信）