

# 2024年糕点糖果代加工展-OEM食品代加工展

产品名称	2024年糕点糖果代加工展-OEM食品代加工展
公司名称	沈家坤
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区
联系电话	18217757251 18217757251

## 产品详情

第十七届全球自有品牌产品亚洲展

布展时间：2024年12月2-3日

开展时间：2024年12月4-6日

撤展时间：2024年12月6日【15：30】

地址：上海新国际博览中心【E1-E6馆】

参展要求：工厂

采购对象：超市零售商

展位面积：70,000平

展商(工厂)：1600+

每年的OEM展会上，聚集了沃尔玛、永辉、罗森、阿巴巴、胖东来、华联、盒马、物美、大润发、红旗、京东、美团、百草味、步步高、苏宁、名创优品等零售企业、电商平台、品牌和其他有需要定制开发有品牌业务的专业买家，为参展企业带来了量的商品需求和市场机会。

## 展会介绍

自有品牌-详解 通俗来说，自有品牌产品是指工厂与零售企业根据市场需求联合研发，而后，由工厂进行产品代加工生产，由零售企业冠以自己的自有品牌标签、并在自有的商超连锁门店进行营销的一种产品。模式 自有品牌包含但不限于零售贴牌、零售OEM、零售代加工等生产模式。一件好的自有品牌产品是零售商和供应商能力

合作的产物。

“全球自有品牌产品亚洲展”至今整整15周年，是亚洲区域的自有品牌贸易展；每年会期都成为了零售商与供货商相聚并建立自有品牌商业合作的佳场所，已成为了国内乃至亚洲零售业界自有品牌的年度盛会。该展会占据了上海新国际博览中心的7个展馆，今年展位预计超过2,000个，参展商来自全球35个地区，产品包括食品及非食品两大类。10,000余采购商分别来自全球的连锁商店、综合大商城、折扣店、药妆店、大卖场、便利店；包括进口商、批发商以及众多的线上新零售的光临搜寻产品，了解新的流行趋势。同时举办多项主题的座谈会、研讨会，展会上将特别设立“亚洲自有品牌产品精选”展示区，200组开架式的柜子呈列零售商自有品牌产品。

“全球自有品牌产品亚洲展”是建立关系网络、进行接洽的佳地点，产品研发专家寻找适当的供货商合作，供货商洞悉市场需求，进而与主要采购商建立良好业务关系。如果贵公司已是自有品牌产品的供货商，本展将为贵公司为您介绍到更多的买家洽谈，如果贵公司刚刚开始涉足自有品牌市场，参加本展将是进入市场理想的踏板。

观众分析2019PLF观众数量同比增长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。观众总人次 20,680人次 境外国家和地区总数 48个

## 市场分析

2019年PLF除了吸引零售商、电商平台、全球采购、店等企业，还不乏众多进出口商、经销/代理/贸易商等，同样对贴牌代加工产品有购买需求。这些企业对百货个护品类需求高，达65.71%，食品59.86%、生鲜食材占比33.11%。此外，现场买家决策者执行采购任务占比高达63.3%，由公司决策/授权者前来参观，能更有效的吸纳当前自有品牌产品趋势、深入的与供应商协作，能更有效的研发出受消费者青睐的自有品牌产品。自有品牌产品是中国零售转型的主要抓手，消费者认可度日益提升。据Nielsen市场调研公司报告显示，近几年各传统零售、线上零售、品牌运营商、大型商场的自有品牌销售额增加了10%，全年的总销售额近千亿元；整个市场份额上升极为明显，而这种趋势将会一直持续下去。随着严选、京造、心选、名创等自有品牌运营平台的崛起；河马鲜生、超级物种、百联RISO、7fresh、苏鲜生等新零售企业的搅局；同时，线下传统零售的集体发力；自有品牌正在成为线上、线下的角力场，跑马圈地的驱动器。且这些品牌超过民族品牌指日可待，近20%的消费者预期在未来的几年中会购买更多的自有品牌。

## 参展范围

综合食品 家居百货 个体护理 生鲜食材