

## 2019 自有品牌乳制品展览会/OEM展

产品名称	2019 自有品牌乳制品展览会/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

乳制品是一项大生意，但它不仅仅是牛奶，奶酪和黄油。从植物性牛奶到全球各地的奶酪，消费者正在改变乳制品案例。Bob Vosbur

乳制品是门大生意。尼尔森报道所有类别的乳制品的年销售额超过150亿美金，自有品牌处于强势地位，占据了一半稍多点的销售额。零售商在170亿美金的奶酪品类销售中占了40%，大品牌在酸奶品类占据了70亿美金的销售。而自有品牌的销售额是610百万美金，占了约8%的市场份额。

### 牛奶案例

总体而言，对健康方便，随身携带的产品需求，越来越多的消费者寻找少糖，非转基因的，无动物激素的，但富含蛋白质的产品。由于奶酪和酸奶以零食的方式出现，所以包装扮演着一个越来越重要的角色。

牛奶是乳制品类的一个传统产品。但是最近几年传统牛奶的销量一直是持平甚至是倒退。牛奶行业重掀起著名的 got milk? 广告竞选活动 (是一项鼓励消费牛奶的美国广告活动，由广告公司Goodby Silverstein & Partners于1993年为加州牛奶加工商委员会创建，后来被牛奶加工商和奶农许可使用) 来刺激消费。除此之外，更多的营销人员推出了有机的、青草喂养的、非转基因、不含人造激素Rbst。

在酸奶案例上，新口味和简易包装有助于销售增长。希腊酸奶还是很受欢迎，借调澳大利亚风格的酸奶，希腊酸奶开始在货架上走俏。有些供应商正在引入植物性非乳制品酸奶。

单个容器可饮用的品种吸引了那些注重健康但不需要用勺子的消费者；奶酪零食完美融入简易零食这一趋势，单个裹起来的芝士条和预切芝士是忙碌的行走一族的快速零食。一些芝士零食包装还包含了芝士，饼干，水果和肉。

黄油现在有点复兴，且一直是公认的传统健康食品。有更多的食品创新，更多的有机自然黄油上架；另外城市融合的欧洲风格奶油风格的Plugra, Ghee 含更高脂肪也吸引着消费者，

gh分析了最新的零售趋势和创新，本月的品类档案着眼于乳制品如何变化以及它的发展方向。

几乎所有的杂货店商都会供给乳制品。全美最大的零售商Walmart当然也提供一系列宽泛的品种并持续在Great Value 惠宜下给客户增加选项。

在奶酪上，沃尔玛提供一系列传统预包装物品，包括低脂小凝乳切块奶酪、乳清干酪、马苏里拉奶酪条、切碎的意大利风格奶酪、熟食风格切片哈瓦蒂奶酪、蓝莓柠檬皮奶油芝士酱和科尔比和蒙特里杰克奶酪块；酸奶的话，消费者可以从惠宜的希腊柠檬蛋白酥皮味酸奶、轻型香草味脱脂酸奶、原味草莓酸奶和草莓香蕉低脂酸奶。

Albertsons ( Albertsons CompaniesLLC是一家美国食品杂货公司，总部位于爱达荷州博伊西市。) 下的Safe way拥有广泛的自有品牌有机乳制品产品。

比方说：由来已久的Lucerne自有品牌、非常成功的Organics 自有品牌旗下的无脂牛奶、巧克力牛奶、超巴氏杀菌维生素D牛奶、超巴氏杀菌维生素Z牛奶。黄油下面有甜奶油黄油和无盐甜奶油黄油；在自有品牌O -Organics 下面有植物喂养维他命D有机奶；有机淡奶，黄油有甜奶油黄油；奶酪有切碎的巴马干酪；碎蓝奶酪；马苏里拉奶酪串，这仅仅是列举了一小部分。

大批量乳制品可以在仓储俱乐部零售商好市多Costco的自有品牌Kirkland signature 下找到，有有机减脂巧克力牛奶；低脂有机奶；奶酪产品下供应家庭友好型包装尺寸等一些选项：切达干酪丝；法国布里干酪；切片的美国奶酪；帕马森干酪和山羊奶酪。

当然不能遗忘药妆店，Walgreens是一个出售为忙碌的行走一族的提供奶酪零食的主要例子。自有品牌nic e下有马苏里拉奶酪条；科尔比和蒙特里杰克奶酪；切达干酪，咸黄油；巴氏杀菌预制奶酪制品；美国奶酪。

乳制品是一个能为零售商带来流量重要品类。再来看一个，超市做的广告，看其如何向消费者传递满足客户需求的信息。

## 观众

- 百货商场
- 便利店
- 全球采购
- 超市卖场
- 专营店
- 品牌商
- 经销商

- 进出口贸易商
- 电商/跨境电商
- 餐饮/酒店等

展区范围：

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

参展联系 吴妮娜 136 6140 6349（同微信）