

自由品牌展\全球自有品牌产品亚洲展

产品名称	自由品牌展\全球自有品牌产品亚洲展
公司名称	上海市隆橙营销策划中心
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	闵行区
联系电话	15121196695 17269427257

产品详情

全球零售自有品牌产品亚洲展-2019上海

展会地址：上海新国际博览中心W1-W5馆

展会时间：2019年12月10号-12号

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专业委员会(PLSC)自有品牌制造商协会(PLMA)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

展出面积：5.5万平方米

入场人次：7.5万人次（3天）

PLF自有品牌亚洲展自2010年在上海落地以来，凭借“观众质量高、买家下单率高、海外直飞买家逐年递增”等显著的参展实效性，赢得了广大展商好评与青睐，众多生产型、外贸型企业，已将PLF自有品牌亚洲展视为参加广交会后，争取更多外贸订单、加快进入零售渠道的平台。时至今日，PLF自有品牌亚洲展已是全球范围内业界闻名的重要商展活动，其展品覆盖面之全面、同期活动之丰富，得到中外零售商、贸易商、批发商、电商企业、买手广泛认可和信赖

展会定位：

自有品牌的产品或服务，通常是由一家公司生产或提供给另一家公司的品牌。
自有品牌的商品和服务可以从食品、日化品到虚拟主机等多种行业获得。

它们常常被定位为地区、国家或国际品牌的低成本替代品，
尽管近一些私人品牌已被定位为“高端”品牌，以与现有的“品牌”竞争。

自有品牌包含但不仅限于零售贴牌、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。

工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，再由零售店在其门店销售的行为！

概念：零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，由超市一次性买进并销售的行业。

模式：自有品牌包含但不仅限于零售贴牌、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。

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。

参展理由：

在亚洲展，您将看到

- 1 历史久、口碑佳、中国自有品牌行业盛会
- 2 享政府部门支持、全球自有品牌全产业链的整合资源
- 3、仅限优质买家入场，60%以上是寻找新的产品
- 4、独家精准的买家手册，汇聚大量国内外优质买手

PLF亚洲展，为您提供获取商机的时效平台

- 1、抓住12月商超选供黄金期，了解买家实际需求以扩大销售
- 2、发展新的业务伙伴，获取有价值的销售机会
- 3、展示新产品，提供产品的市场知名度
- 4、优先享受ISPC内外贸采购订单配套服务，享尽优势资源

实力买家部分买家

食品饮料

健康美容

日用百货

AEON

1号店

盒马鲜生

上海来伊份

食品

全家便利

人人乐连锁

三只松鼠

统一超商(上海)

华润苏果超市

山西金虎便利

上海华联罗森

MISUNG FAMILY

华联吉买盛

上海联华快客

山东家家悦

中粮我买网

海亮明康汇

7-Eleven

河北美食林

上海卜蜂莲花

锦江麦德龙

上海瞻世贸易

京东

网易严选

名创优品

家乐福中国

杭州联华华商集团

河南金好来超市

中国宝洁公司

上海医药

成都伊藤洋华堂

DAISO

上海相宜本草

Sainsburys

Boots

丝芙兰

北京物美商业集团法国欧尚亚洲采购RT-MART

屈臣氏

联合利华公司

聚美优品

北京礼物说商贸

贵州合力购物

DR.SCHUMACHER

沃尔玛全球采购

安徽德利百货

步步高商业连锁

秦皇岛兴龙广缘

山东爱客多商贸

上海百联集团

意大利爱思得集团

华润万家有限公司

武汉中商平价超市

金佰利全球采购

特力屋（上海）商贸

北京歌瑞家婴童用品

山西美特好连锁超市

SPAR中国

百草园

特力屋

迪亚天天

丽芙家居

一伍一拾

上海欧发

新华都购物

利群百货集团

棉购家居用品

湖北好邻居商贸

参展范围：综合食品饮料、日用百货个护类、生鲜食材，三大类

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

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

I 健康美容类：个人护理用品、个人清洁用品、医用急救用品、妇婴用品、美容美发用品等

I 日用百货类：日化用品、家具用品、餐厨用品、卫浴用品、文体用品、针织家纺、小家电、服装鞋帽、箱包皮具、宠物用品、一次性用品、DIY用品等

展会简介

编辑

展会由上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专业委员会（PLSC）和美国自有品牌制造商协会（PLMA）共同主办。展览面积近3万平方米，参展商近650家，展位1120个。除传统个人护理、百货家居、综合食品外，今年的展会拓展了生鲜食材品类。

初次设立“生鲜食材区域”。今年根据市场需求，展品类向近来零售圈热门的生鲜食材板块拓展，进一

步丰富了“自有品牌上海展”的产品品类。全新的生鲜食材板块，吸引了海南供销总社组团的亚热带果蔬、富硒产品、文昌鸡、野生大虾等，福建武夷山的当地特产、新疆可克达拉海牧牛肉、河北蒙羊的羊肉、青岛远见集团旗下旺年的预制食品，厦门贵和组织组织的泰国水果等30多家展商。

食品展区持续增长。食品展区今年的增长超过50%。从传统的休闲零食、粮油副食、糖果巧克力、酒水饮料4大品类向预制食品、调味品、调理食品等多品类延伸；参展商也由原来的东南沿海为主，逐渐向内陆扩散，云贵川、西北、东北的企业明显增多。

大型零售企业踊跃设展。沃尔玛、永辉超市和麦德龙三家大型零售企业现场设展，集中展示最新最优的自有品牌产品。 [1]

同期论坛

编辑

开幕当日上午，以“中国自有品牌发展的2.0时代”为主题的高峰论坛举办。论坛邀请中外零售企业以及相关咨询机构代表作主题演讲，其中包括达曼国际、山姆会员店、永辉超市、盒马鲜生、广州众上集团以及海外零售商代表等。之后的圆桌讨论，亦围绕“中国自有品牌的2.0时代”主题展开。 [1]

自有品牌奖项评选

编辑

2019全球自有品牌产品亚洲展组委会在上海召开“2019全球自有品牌产品亚洲展-中国自有品牌评选（金星奖）”新闻发布会。

今年的评选活动将采取线上（投票系统征集消费者喜好，网络、社交媒体、传统媒体等渠道多视角、多渠道曝光）及线下（北上广深实体门店、调查走访等）相结合的方式，设置专业的评审机制，由线下专家评审和线上消费者投票二大板块组成。组委会将延续设置“战略规划奖”、“购物者营销奖”、“品类拓展奖”、“产品创新奖”、“包装设计奖”、“绿色产品奖”、“口碑自有品牌零售商奖”七大奖项。

此次评选结果将于2019年12月10日，在“2019全球自有品牌产品亚洲展（PLF）”同期“全球自有品牌产品亚洲展-中国自有品牌评选（金星奖）”颁奖晚宴上揭晓。 [2]

8月3日，“2018全球自有品牌产品亚洲展---中国自有品牌评选”在上海启动，这是全国范围内唯一在自有品牌领域开展的专业评选活动，评选结果将在12月6日开幕的“2018全球自有品牌产品亚洲展”上揭晓。

2017年举办的首届评选共有31家企业、86件产品参与，企业分布14个省市，参与门店覆盖全国，线上投票环节中，共计335,903人次消费者参与网络投票，网络点击量达到2,591,628次，分享次数26035次。线下评选则根据专家评审团的专业角度，评选零售企业和供应商提供的资料和产品，加上对企业深度访谈，到店访查来完成；今年的评选也将继续沿用该评选模式