

2024自有品牌产品展-上海OEM肉脯食品代工展

产品名称	2024自有品牌产品展-上海OEM肉脯食品代工展
公司名称	沈家坤
价格	.00/件
规格参数	自有品牌展:OEM
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。

展品范围可直接进入超市、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：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

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 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、宠物用品、玩具类、一次性用品、DIY用品等

上届展商&观众反馈

展商反馈

我们是以出口为主的企业，每年的阿姆斯特丹和芝加哥展会已连续参加超过10年，今年是我们参加自有品牌上海展的第6年，这是我们比较重视的一个展会，我们有80%以上的合作伙伴都是在这个展会上认识、成交、合作，对我们企业的发展起到了非常关键地作用。

厦门良一食品有限公司副总经理 赵登军

自有品牌上海展已经举办了九届，麦宝参加了六届，自有品牌对我们生产厂家来讲已经进入到2.0时代，这意味着我们对品质有了更高的要求。在供应环节中我们一直对自己讲，品质，第二成本，只有做好这两个环节才有可能为更多的客户负责。

上海麦宝食品有限公司总监 斯铭飞

我们2017年就开始和自有品牌展合作，通过参展公司对度、行业美誉度有了较大的提升。去年公司在展会上接触了很多目标客户和潜在客户，给我们带来了商机，今年我们再次参加了自有品牌上海展。

安徽汉邦日化有限公司销售总监 熊小燕

我们是以生产为主的企业，从打造自己的品牌到超市需求变大，个性化需求变多，而且帮零售商做自有品牌定位，生产符合当下消费者需求的定制化的产品，这个是必然的趋势，而原来的传统模式都是“以产定销”，现在反过来“以销定产”，根据消费者画像，生产出更适合市场的产品。

福州翔鹰日用品有限公司总经理 李曙鹰

感谢展会为我们提供了这么好的平台，我们的饺子产品是国内唯一一家做八分熟的产品，适用于蒸、煎、煮，我们的产品深受展会现场观众的喜爱。

青岛远见集团营运总监 林军

//

观众反馈

自有品牌对我们这样从事孕婴童行业的零售商来说是战略性的，因为有了自有品牌以后，我们会做差异化的定位，利用自己的品牌产品来加强我们母婴连锁在消费者心目中的形象，例如乐友，我们尽可能提供环保、无刺激、无防腐剂，并且让现在90后妈妈放心的产品。

乐友（中国）超市连锁有限公司执行董事COO 龚定宇

希望通过自有品牌去提升产品的差异化，让顾客看到我们的不同，从而提高顾客的忠诚度，这也是零售商获得差异化竞争的重要途径之一。

福建冠超市全国直采中心总经理 冯美姜

今年比去年参加展会的零售商数量更多，并且还有一个趋势，参与的中小企业也更多，以前大家觉得自有品牌是沃尔玛、家乐福、永辉等大型连锁的事情，现在有越来越多的中小企业和地方性连锁，也加入自有品牌这个战略和发展过程中，如蚂蚁商盟、齐鲁联盟。当然我们都静待时间的考验，很多事物是经过时间和市场的洗礼后才成为教科书一样的发展模式。

自有品牌委员会特聘专家 李林桦

获得自有品牌“品类拓展奖”，是对罗森自有品牌发展的肯定以及鞭策。自有品牌上海展的出现，对我们今后如何做好罗森的自有品牌，让消费者真正能够尝到美味、安心的美食大有帮助。

上海罗森便利有限公司副总经理 何韻民