

今年大型工厂展，OEM贴牌代加工展览会12月份在上海召开

产品名称	今年大型工厂展，OEM贴牌代加工展览会12月份在上海召开
公司名称	沈伟专业会展人
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市
联系电话	18721287393 18721287393

产品详情

第11届全球自有品牌产品亚洲展

第11届OEM贴牌代工展

自有品牌概述

自有品牌（Private Brand，简称PB），又称为商店品牌，是指零售企业基于自身销售数据分析、充分研究客户需求后，从设计、原料、生产、到经销进行全面定制化的产品。

由零售企业指定的供应商生产，贴有零售企业品牌，并在自己的卖场进行销售；其实质就是零售业的OEM产品。

特点

零售商自产自销商品，省去许多中间环节，使用自有品牌的商品可以少支付广告费，进行大批量生产、销售，可以取得规模效益，降低商品的销售成本。更是零售企业发展到一定程度的必由之路，具有重要的战略意义。

市场分析

消费者认可度日益提升

发展自有品牌产品是中国零售商转型的重要抓手，随着消费者的消费行为和消费观念的改变，聚焦产品成为零售商赢得客户忠诚度的核心竞争力，伴随着差异化的经营策略，自有品牌产品将给消费者带来更多便利，定制化的产品开发已经越来越容易获得消费者的认可。

据Nielsen的报告显示，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

自有品牌是零售商对于经营模式的改革，从品类管理到市场营销，自有品牌产品呈现出明显的百花齐放的态势，通过对终端市场的关注，定制化的开发自有品牌产品成为零售商业绩增长的新机会，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。

随着传统零售卖场对自有品牌产品的开发力度加大，网易严选、京东京造、淘宝心选、名创优品等专业自有品牌运营平台的崛起以及盒马鲜生、百联RISO、7fresh、苏鲜生等新型零售业态的诞生，自有品牌产品将越来越普及，市场份额必将迎来快速的增长；

线下传统零售的集体发力

开发自有品牌已经成为零售商最为关注的业务版块，线下传统零售商的集体发力将进一步增加消费者选择自有品牌产品的通道，提升终端消费者对于自有品牌产品的认知；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%消费者预期在未来的几年会购买更多的自有品牌。

有意向了解更多，请来电 15800655929 沈经理

市场知名零售自有品牌图解

展会介绍

全球自有品牌产品亚洲展 上海”简称：自有品牌亚洲展，从2010年发展至今已整整十周年，是世界三大自有品牌展之一，辐射整个亚洲区域。

第十一届全球自有品牌产品亚洲展将于2020年12月2日-4日盛大开幕，展会为期3天，参展商超过1500家，展位超4,000个，总展览面积突破70,000平方米，展会只针对专业零售商买家开放，实现工厂与零售商的精准对接。

参展商由来自全球35个国家及地区的工厂组成，展品主要包括综合食品、个人护理、居家百货等。其中80%来自“中国质造”的加工厂，无贸易商，无经销，无中间渠道商。贯彻点对点洽谈的宗旨，聚集专业、成熟的自有品牌优质供应商，加速零售商自有品牌开发进程。

主办单位：

参展范围为：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。通俗说法就是，展商都是工厂。

展品范围（三大类）：居家百货、个人护理、综合食品。

居家百货：

家用清洁及芳香用品、洗涤用品、纸品、一次性纸制品、塑料制品及收纳、厨房塑料制品、层架及垃圾箱、衣物整理及杂物、挂件、服装鞋袜与配饰、家纺、床品、烹饪及烘焙用具、餐具、家用小电器、3C数码、家用五金及园艺用品、汽车美容产品及工具、孕婴童用品、文体办公、智能制造。

个人护理：

非处方药品及保健品、保健品、耳鼻足护理、保健急救、女性、成人及婴儿用品、美容美发用品、洗浴用品、洗发用品、护肤品、女士清洁用品、香皂、焗油染发、美妆及工具。

综合食品：

休闲食品、膨化食品、果脯蜜饯、干锅炒货、肉脯食品、粮油副食、南北干货、调味料、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、营养保健品。

展会活动

01 / 亚洲自有品牌高峰论坛

02 / 中国自有品牌评选

03 / 金星奖颁奖晚宴

04 / 第二届零售峰会

05 / 自有品牌县域零售创新分论坛

06 / 自有品牌电商行业峰会

07 / 买家团专场采供配对会

08 / 自有品牌评选产品展示区

09 / 供应商新产品展示区