

2020年PLF自有品牌展会- 欧美会员制商超加速在华布局，自有品牌是其制胜法宝

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 2020年PLF自有品牌展会-欧美会员制商超加速在华布局，自有品牌是其制胜法宝 |
| 公司名称 | 沈伟专业会展人 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 综合食品展:工厂展会 OEM:食品工厂展 贴牌展会:亚洲工厂展 |
| 公司地址 | 上海市 |
| 联系电话 | 18721287393 15800655929 |

产品详情

展会介绍：

“全球自有品牌产品·亚洲展”是亚太地区规模大的自有品牌展。每年展会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，是国内乃至亚洲零售业自有品牌的年度盛会。

第十一届全球自有品牌产品亚洲展将于2020年12月2日盛大开幕，展会为期3天，参展商超过1500家，展位超2,500个，总展览面积突破50,000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。

全球零售自有品牌产品亚洲展-2020上海

展会时间：2020年12月2日-4日

展会地点：上海新国际博览中心

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)

承办单位：跨采（上海）广告有限公司

参展联络：沈伟15800655929（同号微信）

参展范围为：可直接进入超市、百货商场、连锁店等进行销售且适宜做超市贴牌的产品

欧美会员制商超加速在华布局，自有品牌是其制胜法宝

疫情期间，不少零售行业按下了“暂停键”，但也有不少零售行业则加速前进步伐。尤其会员制商超跨国巨头加紧对华市场的扩张步伐。

山姆会员店迎来全国第一家旗舰店

3月25日，自有品牌专业委员会（PLSC）从沃尔玛处获悉，旗下会员制超市品牌“山姆会员商店”将在上海开设旗舰店，并预计2021年内开业。而这是山姆在上海的第三家门店，也是其在中国开设的首家旗舰店。山姆旗舰店位于上海自贸试验区外高桥新发展园区，建筑总体量约70000平方米，是山姆在国内运营的最大独栋建筑，并且是目前体量最大的旗舰店。

值得注意的是，此次沃尔玛并没有公布山姆旗舰店开店具体位置和具体开业时间。从地图信息来看，从山姆旗舰店所在的自贸区外高桥新发展园区，自驾行驶到Costco第二家门店所在的康桥工业区，仅需30多分钟。而山姆在上海的第一家店，位于高科西路的浦东店，自驾到康桥工业区仅需20分钟。

第二家Costco也已确定选址

PLSC发现，继2010年首次入驻上海浦东后，山姆在2019年6月才在上海开出了第二家店。仅仅两个月后，全球最大的连锁会员制仓储式超市Costco，就在当年8月份首次登陆上海，该店位于上海闵行区、占地总面积达2万平方米的Costco门店，距离山姆青浦店也仅有14公里左右。

当时，Costco首席财务官理查德·加兰蒂在接受媒体采访时还表示，Costco计划在2020年底或2021年初在上海开设第二家门店。2019年8月27日，同为会员制、仓储式大卖场的Costco好市多中国第一家店在上海闵行开业，出现了持续的抢购热潮，门店不得不将进店客流限制在2000人。

2020年2月份，上海土地市场官网显示，Costco旗下独资公司Pudong Warehouse Development Limited联合星河控股集团旗下子公司上海河裕实业有限公司，以8.98亿元获取上海浦东新区康桥一个地块，距离迪士尼仅一站地铁。

自有品牌成价值“护城河”

就在上海Costco开业期间，PLSC做了一次统计，上海Costco门店，其百货商品价格低于市场价30%至60%，食品类商品则能低10%至20%。当中国传统商超还以赚取差价而苦苦盈利的时候，Costco却如“中介”般以赚取会员制的新商业模式“破局”。例如，在Costco，任何商品的价格上调幅度不得超过14%，自有品牌“科克兰”产品零售价更不得超过其成本的15%。因此，Costco首店在上海的开业，锁定人们对价格促销的敏感，其无招胜有招的手段，无疑低成本打了一波“亮眼的广告”。

无独有偶，近期山姆会员商店自有品牌Member's

Mark推出多款新品，突显高品质和高性价比的差异化商品策略，目前山姆自有品牌销售占比达25%。

PLSC发现，目前已开发了800多种来自全球和中国优选产地的Member's Mark商品，并根据会员生活方式的变化不断调整和升级。在自有品牌的开发上，山姆凭借对中国会员喜好和本地采购资源的了解，利

用全球采购资源，精选优选产地和供应商，只有通过严苛检厂的供应商才有资格与山姆合作。商品正式上架后，山姆会不间断地进行抽查，确保有效的监督和控制商品质量。

尤其，对于山姆来说，“会员第一”除了体现品质的差异化，也意味着在可能的领域，打破市场价格体系，用最直观的方式让人感受到成为山姆会员的价值。与品质相当的同类商品相比，Member's Mark具有显著的价格优势。据悉，对直接进口商品，山姆最大限度去除中间环节，确保价格优势。以德国直接进口的牛奶为例，山姆将奶源、生产、包装、运输、销售等流程全部包办，比市面上同等品质的进口牛奶价格低了约20%。

PLSC走访Costco和山姆会员店时感受到，严选自有品牌产品，达到控制SKU成效；不断降低毛利，实现降价目的；更全面到位的会员服务，构筑放心购物环境与信赖，这可以理解为Costco、山姆等会员商店在业界构筑的“护城河”。