

## 2020OEM贴牌代加工展会/果冻布丁展

产品名称	2020OEM贴牌代加工展会/果冻布丁展
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

### 全球自有品牌产品亚洲展2020上海

#### 全球展会

展会历史：

1980年---PLMA美国自有品牌博览会在芝加哥启航，至今超越2500多个展位

1986年---PLMA国际自有品牌博览会于阿姆斯特丹召开，至今已超越4300多个展位

2010年---首届PLF展于上海召开。目前展区面积超越2000平米，展位逾800个，展商来自全球23个国家。

2020年---PLF展位继续扩张

自有品牌包含但不仅于零售贴牌、零售OEM、零售代加工等生产模式

我国果冻的品牌集中度较高，喜之郎、亲亲、蜡笔小新、雅客、金娃、徐福记、旺旺等果冻品牌占有60%—80%的市场份额。目前我国果冻规模企业300多家，果冻市场约250亿左右，并且仍然以每年两位数在不断增长。

国内的消费者逐步从关注安全开始越来越多的偏向健康。“健康”将是未来果冻品牌传播和产品特征重要的关键词。果冻行业及果冻新产品开发，有如下发展趋势：

#### 一、果冻的消费趋势越来越注重天然、营养、健康。

高品质、具有天然健康诉求的“高端”果冻产品份额将逐渐增大。消费者更加青睐“无香精、无色素、无防腐剂”的“三无”产品。甜味剂趋向于低糖、低热量、安全天然的功能性甜味剂，如甜菊苷，大豆低聚糖，低聚果糖等。食用色素更趋向于功能性的天然色素，如胡萝卜素，叶黄素，番茄红素，花青素等。

#### 二、创新果冻的食用方式，生产更加安全、食用方便的果冻。

孩子是果冻的主力消费群体，但果冻噎死儿童的事件却屡屡发生，寻找更合适的包装和食用方法，使得撕开果冻包装更加简单，真正激发出儿童和老年人的市场潜能。

#### 三、果冻的消费场景会更休闲化，并将逐步发展成为大众消费品。

果冻的消费对象现在基本上局限于儿童和女性，而年轻消费者是未来果冻的重要消费群体，甚至中老年人的消费需求也会有很大的空间可供挖掘。果冻不仅可以作为应急食品和能量补充食品，还可以作为餐后的美味甜点。

#### 四、跨界产品将迅速流行。

果冻与冰淇淋的跨界产品迅速流行。如可吸冰淇淋、果冻雪糕等跨界产品已经被越来越多的消费者接受。果冻跨界开始转场成人零食，黑糖果冻、酵素果冻、红酒果冻，开始出现在成人零食市场。

#### 五、功能性果冻产品近年来出现了快速的增长趋势。

通过添加具有特殊营养作用的食物和营养强化剂，如蜂蜜、枸杞、红枣、芦荟、微量元素、维生素、蛋白质等；果冻和药材、补品等相结合；加入膳食纤维等有益的膳食成分；添加咖啡因、葡萄糖等运动营养补充剂等，这类产品近年得以快速增长

品牌是企业不可少的无形资产，是企业竞争优势的来源，只有拥有强势品牌，才能在市场上拥有竞争优势，同时也以企业竞争优势为基础，才有更好的利润空间。但打造品牌是一个长期和渐进的过程，除了持续性投入、巨额预算和拥有技术和渠道优势外，还需要企业整体的规划，这些都需要专业人才的参与及雄厚资金作为后盾，在这些条件不成熟不具备的情况下，开展OEM业务，可以学习一些先进的管理经验，完成资金积累及克服困难，从而使公司得以生存和发展。因而OEM和自创品牌互不矛盾，也不是截然不同的两个阶段，它们是一种主次兼顾、多腿走路的企业发展模式。

展品范围：

展会介绍

参展范围

食品

休闲食品

膨化食品，果脯蜜饯，坚果炒货，肉脯食品，鱼片

饼干糕点

饼干，派类，糕点，曲奇

糖果巧克力

口香糖，巧克力，硬/软糖，果冻

冲调食品

奶粉麦片，餐糊，茶叶，豆奶粉，糊状冲调品，其他冲饮品，蜂蜜，固体咖啡，糖

营养保健品

参茸滋补，浓缩保健，减肥食品，药酒，蜂产品

南北干货

干菜，干海产品，干果

烟酒饮料

电子烟，白酒，葡萄酒，啤酒，功能酒，进口烈酒，碳酸饮料，饮用水，茶饮，果汁，温乳制品，功能饮料，咖啡饮料

粮油副食

酱油，醋，调味品，泡菜，果酱，肉肠，罐头，酱菜，速食类，粮食类，食用油

季节性食品

月饼，粽子，礼篮

面包糕点

面包，蛋糕，中式点心

可直接进入超市、百货商场、连锁店、折扣店进行销售，且适合做超市贴牌的优质产品品类参展

参展联系 吴妮娜 136 6140 6349（同微信）