

2020年上海OEM代工展-国际三大自有品牌专业展之一

产品名称	2020年上海OEM代工展- 国际三大自有品牌专业展之一
公司名称	江苏京硕展览有限公司
价格	1350.00/平米
规格参数	
公司地址	浦东新区龙阳路2345号
联系电话	16730229091 13816793095

产品详情

超市、电商、品牌商OEM贴牌代加工展

展会地址：上海新国际博览中心 E1-E7馆

展会时间：2020年12月2-4号

展出面积：7.7万平方米

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)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

自有品牌发展现状自有品牌顾名思义就是去中间化，从工厂直接到零售商的货架。这样一来，可以把商品价格拉下来，可以给零售商提供更好的毛利。这几年零售商都在大力的发展自有品牌，国内的大型零售商纷纷发表了自己的自有品牌战略，像麦德龙、家乐福、沃尔玛都重新发布了各自的自有品牌战略。一些中小企业也在发展自有品牌。

自有品牌亦称“零售商品品牌”（如超级市场、大卖场、连锁店等自有的商品品牌）。零售商通常将自有品牌的产品外包给合格的制造商进行定制化生产，一般质量同比一二线同类产品，价格还略低于这些产品，所以能有更高的市场肯定率与复购率。其产品品类涵盖了食品、纺织服装、日用品、生鲜、家电等多个领域。简单来讲：工厂为零售商提供代加工及定制化产品生产。

参展范围：

1、综合食品

休闲食品：膨化食品，果脯蜜饯，干锅炒货，鱼片

肉铺食品：肉脯食品

粮油副食：酱油醋，调料，泡菜，果酱，肉肠，罐头，酱菜，速食类，粮食类，食用油

酒水饮料：戒烟产品、国产白酒、葡萄酒、啤酒、功能酒、进口酒、碳酸饮料、水、茶饮、果汁、常温奶品、功能饮料、咖啡饮料

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

2、家用百货

家用清洁及芳香用品：除污类，熏香类，杀虫类，护理类，清洁类

洗涤用品：洗衣类

生活用纸：纸品，一次性纸制品

海绵产品：寝具海绵

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：袜类，内衣，睡衣，休闲鞋，功能鞋具，拖鞋，皮鞋，衬衫，饰品，外套，运动套装，正装，儿童服装，毛衣毛裤

家纺：床上用品，毛巾浴巾

烹饪及烘焙用具、餐具：炊具，厨房用品及杂品，餐具，水具

家用电器：生活电器，厨房电器，个护健康

3C数码：数码，影音娱乐

家用五金及园艺用品：电器配件，小五金及其它，园艺用品 汽车美容产品及工具

孕婴童用品：婴童洗护，婴童床品，毛巾口水巾，儿童家具收纳，喂养用品，玩具，童车童床，童鞋，童包，新生儿服装，小童服装，大中童服装，婴童配饰，孕产内衣，孕妈装，妈咪用品

文体办公：学生用品，办公用品，相册，贺卡及卡片，办公器材，通讯器材，球类，拍类，综合类

智能智造：USB产品，手机配件，LED产品，运动，家用医疗，车载智能，智能家电

3、个人护理

维他命及内服外非处方用药：维他命，内服外用药

口腔护理与清洁：口腔护理，牙膏，牙线

身体护理：湿巾，家用医疗器具，医用绷带纱布

非处方药品及保健品：补品

眼耳鼻足护理：凡士林

保健急救：创口贴

女性、成人及婴儿用品：卫生巾，纸尿裤

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

4、生鲜食材

水产、禽类、肉类：鲜活鱼类，鲜活虾蟹，鲜活其他水产，冰鲜鱼类，冰鲜虾蟹，冰鲜其他水产，冷冻鱼类，冷冻虾蟹，冷冻其他水产，加工鱼类，加工丸类，加工其他海产品，鱼类，虾蟹壳类，加工类，干咸制品，猪肉及分割

果蔬：叶菜类，根茎类，小菜类，豆制品，干果类，杂粮类，蛋品，鲜花，菌类，热带类，柑橘类，硬身果实类，软身果实类，瓜类，果篮，果盒

预制食品：冷食，烤制品，炸制品，卤煮类，点心类，比萨类，三明治，面条，包装拼盘，肉类（生原料），水产类（生原料），豆制品类（生原料），冷冻/速冻蔬菜，预包装及调理蔬菜

速冻面：糕点

原辅料及调味品：火锅底料，调理食材，有机食材

乳制品：酸奶

中国自有品牌的春天已经来了。这两年自有品牌在中国的发展是非常快的，有更多的零售商开始参与运营、开发自有品牌。并涌现出了一大批在线上、线下表现非常好的自有品牌。比如线上的网易严选、阿里的淘宝心选、京东的京造，还有专业店的名创优品、良品铺子、小米、三只松鼠，这些都是自有品牌的--代表。为什么说自有品牌的春天来了？--点，中国已经成为--第二大消费大国，有着非常好的消费环境。同时品牌在这几年也发生了非常大的变化。从品牌的大众化，向品牌的小众化、个性化、时尚化快速转变。以前我们都买可口可乐、买娃哈哈、买宝洁的、联合利华等，但是现在越来越多的个性化品牌、小众化的品牌，甚至是网红的品牌，在市场上表现都非常好。第二点，中国有全---好的制造的工厂。

现在消费领域里-好的工厂都在中国，中国有--上-好的制造工厂。在中国有近500家工厂在为亚马逊提供自有品牌的服务。第三点，自有品牌定义为门店端的轻资产运作。中国有着--上-好的互联网工具，为发展自有品牌提供了重要技术支持。自有品牌跟其他品牌不一样，它不能用太多的广告推广。现在中国非常好的互联网工具，对推动自有品牌的发展起了推波助澜的作用。像现在的抖音、快手，还有线上的一些很好的推广方法。5G时代的到来，也会对推广自有品牌起到加速的作用。第四点，中国传统零售行业的商品结构、经营模式，在很长一段时间，都采用的是收费模式。收了合作伙伴大量的费用，跟代理商合作，收费供货商又管退、又管换、收各种各样的费用，这样一来导致门店的商品同质化严重，利润非常薄，利润率非常低，门店既没有特色化的商品，毛利又太低，面对这样的现实迫切需要变革我们的经营模式。联系方式联系人：张卜龙手机：13816793095电话：021-69588163QQ: 2199745546