

2020年上海化妆品展|上海美妆展|上海美博会【上海OEM贴牌代加工展】

产品名称	2020年上海化妆品展 上海美妆展 上海美博会【上海OEM贴牌代加工展】
公司名称	上海励红展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市金山区亭林镇寺平南路19号3幢4088室（注册地址）
联系电话	021-61351716 16628764813

产品详情

全球零售自有品牌产品亚洲展-2020上海

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

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)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

展出面积：7.5万平方米

入场人次：7.5万人次（3天）

参展联络：

跨采（上海）广告有限公司

联系人：李澳18217074482（兼微信）

座机：021-59962669

商务QQ:2632986990（同qq邮箱）

PLF自有品牌亚洲展自2010年在上海落地以来，凭借“观众质量高、买家下单率高、海外直飞买家逐年递增”等显著的参展实效性，赢得了广大展商好评与青睐，众多生产型、外贸型企业，已将PLF自有品牌亚洲展视为参加广交会后，争取更多外贸订单、加快进入零售渠道的平台。时至今日，PLF自有品牌亚洲展已是全球范围内业界闻名的重要商展活动，其展品覆盖面之全面、同期活动之丰富，得到中外零售商、贸易商、批发商、电商企业、买手广泛认可和信赖

工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，再由零售店在其门店销售的行为！

概念：零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行代工生产，贴零售店品牌，由超市一次性买进并销售的行业。

模式：自有品牌包含但不仅限于零售贴牌、零售OEM、零售代加工等生产模式，一件好的自有品牌产品是零售商和供应商能力合作的产物。

详解：通俗来说，自有品牌产品，是指工厂与零售企业根据市场需求联合研发，而后，由工厂进行产品代加工生产，由零售企业冠以自己的自有品牌标签、并在自有的商超连锁门店进行营销的一种产品。

零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行的代加工生产、贴牌零售，由超市一次买进并销售的行业。

明星们拿下化妆品代言早已不是什么新鲜事，自有品牌专业委员会（PLSC）发现，她们自创美妆品牌为自己代言却成了近些年的新风潮。

从卡戴珊家族到“牛姐”

PLSC在梳理美国明星的自有品牌美妆产品时发现，从卡戴珊家族成员旗下的Kylie Cosmetics、KKW BEAUTY，到美国流行天后蕾哈娜创立的Fenty Beauty，再到Lady Gaga推出的Haus Laboratories。

已经涉足了鞋履及珠宝行业的美国著名歌手Mariah Carey（玛利亚·凯莉，绰号“牛姐”），又要开始做自己的美妆产品线了。据悉，凯莉正在美国贝弗利山庄为自己即将推出的美妆公司寻找办公地点。

当然，这并不是凯莉首次接触美妆行业。此前，她曾与一些品牌合作，推出过同名护肤品、美妆胶囊系列等。2007年，凯莉与伊丽莎白雅顿公司合作发行了自己的女用香水生产线“M”。2008年初，该香水获FiFi半年度最佳女用香水的提名。

彩妆方面，继2015年受邀与著名化妆品品牌MAC合作唇彩“All I Want”大获成功后，2016年，凯莉再度受邀与MAC共同推出星河璀璨系列彩妆。该系列也被不少网友称为“史上颜值爆表”彩妆系列，产品好看又好用。

有报道称，凯莉已有好几个时尚类的自有品牌，包括鞋履和珠宝产品线。此次决定推出自己的美妆品牌，或许也是因为她曾与多个美妆品牌方

接触，而让她注意到了这个市场的发展潜力。

不只是明星，电商也分美妆一杯羹

近年来，电商平台推化妆品的消息早已数见不鲜。在过去几年，以网易严选领头的本土“生活方式”品牌崛起，依托供应链体系的“精选”模式吸引了大批消费者，此后，小米有品、淘宝旗下自有品牌淘宝心选，精品电商一时间成为了大势所趋。

直至今年，京东推出自有化妆品品牌的消息相继传出，电商平台做化妆品的趋势才又一次吸引了业内人士的眼球。

调查发现，京东已经在多个类目相继开发了自有品牌，包括箱包类目的“包包大人”和“latit”、化妆品类目的“初我”、服装类目的INTERIGHT、3C数码类目的dostyle东格等。

初我是京东旗下的自由护肤品牌，销售包括爽肤水、面膜等在内的护肤产品，其中还有专门的男士系列。从产品价位来看，京东自有品牌整体是平价型。初我单价几乎都在100元以下，可谓是物美价廉。不过尽管定价不高，自有品牌的利润相比京东作为渠道商的利润还是更为可观。

平台渠道商建立自有品牌，一方面可以深入到供应链上游，更好地控制产品开发、生产各个环节，对产品有更大的话语权；另一方面，基于自有的渠道优势，自有品牌的广告成本更低，因此可以在价格方面有更大的优势；第三，自有品牌也能给渠道商带来可观的利润。

美妆自有品牌让代工厂也火了

不管是网易严选、淘宝心选还是京东京造，其供应链里最重要的一环便是生产。从各家宣传的品牌定位来看，网易严选通过“ODM模式与大牌制造商直连，剔除品牌溢价和中间环节，将优质产品直接供给消费者”；淘宝心选让设计与市场衔接，生产便是桥梁；京东京造代表着“京东京造”和“精心造”。可以说，生产实力是三者的命脉所在。而作为“厂家直供”的新兴渠道，这些精选平台的自有品牌也成为了工厂直面消费者最好的舞台。

PLSC根据三者在国家药监局的备案梳理了他们的详细生产信息，发现三者的共同点在于对不同产品品类所选择的代工厂细分化非常明显，其中最为典型的是网易严选，以唇部产品为例，口红、唇膏类生产方为莹特丽科技（苏州工业园区），护唇膏、唇釉的代工则给到了科丝美诗（中国）化妆品有限公司，而蜡笔唇膏产品则选择了专门做笔类化妆品的莹特菲勒化妆品（上海）有限公司。而且，从代工厂的整体实力而言，和网易严选合作的工厂，大都是业内较为知名的OEM/ODM企业，可以说是将“精选”和“严选”概念在代工厂的选择上也体现得淋漓尽致。

正因为将品类代工划分的如此精细，所以即便他们的产品SKU数在常见的品牌中并不算多，但与三者合作的代工厂却数量众多。与网易严选合作的代工厂数量高达11家，与淘宝心选合作的代工厂数量为9家，与京东京造合作的代工厂数量为5家，共计25家代工厂，其中，仅一家重合。也就是说，这三大品牌共覆盖了24家代工厂。

第十一届全球自有品牌产品亚洲展（Private Label Fair 2020 简称“PLF 2020”）将于2020年12月2日-4日在上海新国际博览中心盛大召开。作为全球三大自有品牌展之一，PLF已成为亚洲零售业界自有品牌的知名年度盛会。预计本届展会面积将超70,000平方米，全面覆盖综合食品、家用百货、个人护理等品类，是汇聚零售商与工厂建立自有品牌合作的创新平台。观众预登记即将开启，敬请期待！想和近30,000家全球专业采购商对接吗？立刻点击“阅读原文”。