

# 2020OEM代加工家居日用品展览会

产品名称	2020OEM代加工家居日用品展览会
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

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。

零售自有品牌产品指的是由零售企业从设计、原料、生产到经销全程控制的。这些产品由零售企业选定的供应商生产，使用零售企业自己开发的品牌，相当于零售业的OEM。公开资料显示，在英国，零售企业自有品牌占零售业销售额的30%左右，而美国自有品牌商品的销售额已经占到超市年销售额的40%。以美国沃尔玛为例，它在全球有40多个自有品牌，其中23个是全球性品牌，如“山姆精选”、“ASDA”等，涉及食品、服装、玩具等多个领域，拥有超过19万种商品。沃尔玛30%的销售额、50%以上的利润都来自自有品牌，很多自有品牌产品的销售额都进入所属品类的前三名；德国“阿尔迪”的自有品牌商品更是占到其整个销售额的90%以上，是其利润的贡献者

PLF2020 将全面覆盖家居百货，服装服饰、个人护理，箱包鞋帽，手机数码，家用电器、母婴保健、食品等50余个品类。展会面积由2019年的50,000平方米提升至70,000平方米；并从原先的5个馆增加至7个馆（E1-E7）；展商预计从去年1,128家增至1,500家，共计10万余展品；预计今年参观的观众将覆盖零售、生鲜、百货、食品等行业近3万名专业观众。

万亿规模自有品牌经历从“低质”向“高质”切换，零售商自有品牌在全球发展水平不均且聚焦行业有差异。欧美自有品牌发展从无名品牌到形象品牌，历程分为四个阶段。经测算，美国自有品牌的市场规模逾8万亿元，中国则仅有1万亿元，中国零售商自有品牌发展空间广阔。全球自有品牌发展水平差异较大，整体来看，欧美发展较为成熟，市占率达到18%-40%，聚焦食品行业；中国自有品牌发展相对落后，2017年市占率仅为1%，并且从日用品切入。根据中国自有品牌专业委员会调研显示，从销售规模上看

食品行业占比更高，从SKU看非食品行业占比更高，占比约20%-40%。