



全球自有品牌产品亚洲展

PRIVATE LABEL FAIR ASIA

SHOW REPORT

展后报告

WWW.PLFASIA.COM

2023

上海新国际博览中心

SNIEC

11/29

/星期三/

12/01

/星期五/

主办单位：上海市自有品牌协会(PLSC)、亚东展览

承办单位：跨采(上海)广告有限公司

战略支持单位：美国自有品牌制造商(PLMA)

战略合作单位：中国热带农业科学院、龙商网&超市周刊、韩国大韩贸易投资振兴公社上海办事处、第三只眼看零售

视觉战略合作：不之名工作室

合作单位：CMO CLUB、混沌创商院、SGS通标标准技术服务(上海)有限公司、台湾贸易中心(TTC)、
荷兰王国驻成都贸易促进委员会(NBSO)、苏州大海星橙网络科技有限公司、必维国际检验集团、福建省批发零售行业协会、
北京快手科技有限公司、武汉钧策企业管理咨询有限公司、浙江优促网络科技有限公司、北京云软在线通信技术有限公司



916 家展商

21152 位专业观众

32 场同期活动

2023年11月29日-12月1日在上海新国际博览中心成功举办了第十六届全球自有品牌产品亚洲展。

本届展会由上海市自有品牌协会、亚东展览共同主办，由跨采（上海）广告有限公司承办，美国自有品牌制造商协会（PLMA）作为战略合作单位。自有品牌产业研究院（PLRI），中国热带农业科学院、不之名工作室作为战略合作单位，龙商网超市周刊、第三只眼看零售作为战略合作媒体。全球自有品牌产业亚洲展（PLF）与全球自有品牌产品美洲展（美国芝加哥）、全球自有品牌产品欧洲展（荷兰阿姆斯特丹）并列全球三大自有品牌专业展会。

本届展会涵盖了E1个护百货馆、E2 FMR 生鲜食材 & NBF 综合品牌馆、E3综合食品馆、E4休闲食品馆、E5休闲食品馆等共计5个展馆。在展会期间，吸引了来自全国各地以及美国、德国、法国、俄罗斯、意大利、比利时、日本、韩国、马来西亚、南非等全球25个国家和地区的21152名专业观众到场参观。观众主要包括：商超、便利店、专业店、平台电商、社交电商平台、新零售企业、IP定制企业、品牌商家、酒店、餐饮企业、母婴店、大健康店铺、美妆店、贸易商、进出口贸易商、全球采购商、供应链服务商、制造商、生产基地、政府机构、商协会、媒体等行业的专业人士。展会期间，丰富的国潮新品和优质源头工厂让观众们流连忘返，展示了中国自有品牌的独特魅力和实力！



PLF 展出品类

PLF PRIVATE
LABEL FAIR ASIA
全球自有品牌产品亚洲展

FMR FOOD IN MODERN
RETAIL TRADE SHOW
零售 生 鲜 食 材 展

家居日用

餐厨用具、家居针纺、收纳整理、生活用纸、一次性用品、卫浴晾晒、家庭清洁、文具礼品、体育用品、3C 及休闲、家用小电器、汽车用品

民生食品

米面粮油、调味品、方便食品、南北干货、豆制品

营养保健

药膳、膳食补充剂

常温烘焙

饼干曲奇、常温糕点

母婴用品

母婴食品、母婴用品

个护清洁

美容美发、美妆用品、护理用品、防疫用品、个人清洁

糖果巧克力

巧克力、糖果

休闲零食

肉干肉脯、果脯蜜饯、果冻布丁、坚果炒货、膨化食品

酒饮冲调

酒、水、饮料、冲调

FMR 展出品类

有机类

有机蔬菜、有机畜肉类、有机禽肉类、有机水果

水产海鲜

水产冻品、水产干品
水产深加工产品

水果蔬菜类

新鲜水果、冰鲜水果、蔬菜食用菌、进口水果

肉禽蛋类

畜肉冻品、禽肉冻品、蛋品畜肉深加工、禽肉深加工

烘焙鲜食

中式鲜糕点、西式鲜糕点

豆乳制品

鲜豆制品、牛乳制品

预制食品

速冻食品、预制菜、熟食半成品、面制品

供应链、服务及其他

供应链、服务商、仓储物流、其他



E1 非食馆

美妆个护、家居百货

E2 生鲜馆

生鲜食材、预制食品、综合品牌

E3 综合馆

粮油副食、干货调味、休闲食品、大健康 1

E4 休食馆

酒饮冲调、糖巧布丁、坚果果干、大健康 2

E5 休食馆

饼干糕点、膨化蜜饯、肉脯肉干、海洋休食



» 展商满意度



96%
对展会整体满意度

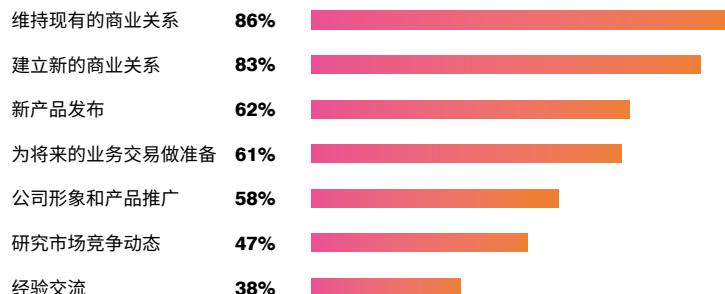


92%
展会目标达成度



88%
向合作伙伴或同事的推荐意愿

» 展商参展目的



» PLF 展商分类占比



31.40%
休闲食品



14.64%
家居日用



13.46%
民生食品



11.48%
饼干糕点



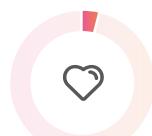
9.37%
酒饮冲调



6.73%
美妆个护



5.80%
糖巧果冻



3.56%
服务专区



3.43%
南北干货



0.13%
宠物产品



» FMR 展商分类占比



51.64%
预制食品



9.84%
水产海鲜



9.02%
蔬菜类



6.56%
肉禽蛋类



5.74%
豆乳制品



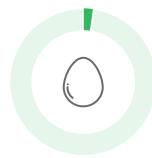
4.92%
包装



4.10%
软件



3.28%
烘焙鲜食



2.46%
蛋品



1.64%
水果类



0.82%
设计



浙江味之源食品有限公司

江晓波 总经理

“和零售商一起开发自有品牌，它对提升工厂整个品质的管理体系，包括产品的创新管理有帮助。通过自有品牌展给我们更多的一个获客渠道。PLF的专业度和品质都很高。”



江苏洁雅家居用品有限公司

薛猛 总经理

“我们公司做品牌十年了，通过与零售共同开发自有品牌展让我们更好的把公司的实力和生产的产品展现给甲方，让他们拥有更多的选择。”

深圳市欧美乐食品有限公司
SHENZHEN OMELE FOOD COMPANY LIMITED

深圳市欧美乐食品有限公司

陈先华 总经理

“市场上零售商的自有品牌的需求在增加，整体开发的品类及要求在提升。对于制造商而言，出新率和品控管理的要求也更高。通过自有品牌，未来欧美乐将更加注重功能型和清洁配料的产品开发。”

 汉邦
HANBON

安徽汉邦日化有限公司

苏泰松 销售经理

“我们最主要的业务是给一些大品牌做代加工，并且我们也有自己的品牌，我们更加侧重于给品牌方做 OEM, ODM 的业务，公司业务稳步发展，年销售额从 5000 万做到了上亿元。自有品牌亚洲展会吸引各个渠道的买手和合作伙伴前来观展，对我们公司的宣传，对我们产品的影响力都很有帮助。”

 新亿发集团
NEW YIFA GROUP

福建新亿发集团有限公司

翟云芳 销售总监

“我司创立与 1994 年，迄今已有 30 年的历史了，我司进入自有品牌行业已经有 15 年，参展的新品是沐浴湿巾。目前自有品牌发展趋势比较良好，各大零售商对自有品牌有战略性的投入，这是我们跟随参展的主要目的。本次主办方的服务很好，是零售商和工厂主要的供应链优质平台。”

赛味良品

广东赛味良品有限公司

郭秋海 总经理

“自有品牌展是给我们呈现好产品的一个平台，好产品出来之后，能吸引很多商超的自有品牌客户。无糖无添加是我们本次产品的亮点。”

走进来，海外优质源头工厂亮相

走出去，PLF2023 出口型企业占比 54%

PLF2023 上海展吸引了众多海外优质工厂的积极参与，他们看好中国自有品牌的发展潜力。来自哥伦比亚的 BUENCAFÉ LIOFILIZADO DE COLOMBIA，作为具有悠久历史的世界领先速溶咖啡供应商之一，携其高品质产品亮相展会。而专注泰国大米 20 年的 GLOBAL FOOD TRADING CO. LTD 也如约参展，此外，韩国、土耳其、意大利等国家的优质食品类供应商也在 PLF2023 上海展上亮相。



海外展商评语



哥伦比亚博恩冻干咖啡工厂

达里奥·玛雅·祖卢阿加 亚洲市场负责人

“我们公司自己的品牌大约占 40% 的比例，我在 PLF 展会上看到来参观展会的采购商有良好的市场营销基因，中国是一个正在发展的市场，尤其是咖啡，是一个更高要求，更高性价比的市场，所以当经营者拥有自己的品牌时，可以通过这些高质量，高性价比的产品来获得更高的利润，并在超市里提供更好的替换产品。”

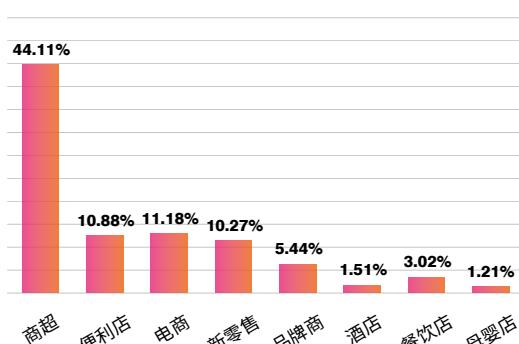


泰国驻上海总领事馆商务处

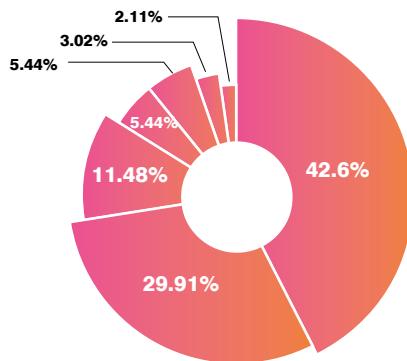
陈世光 商务领事

“中国是一个巨大的市场，大的市场必然会有更多的竞争，与此同时当你有竞争时，客户会期待更多个性化的产品，尤其疫情之后，人们期望更多的社交活动，更多的零售业务期望。”

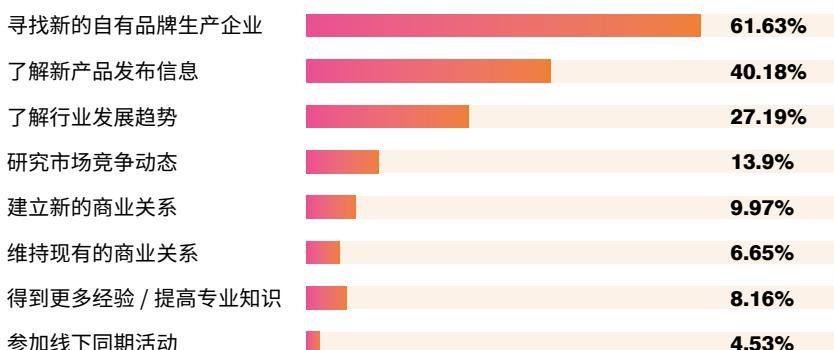
» 专业观众组成



» 观众职位划分



» 观众参观目的



观众评语



武汉中商超市连锁有限公司

刘强 采购副总监

“武汉中商超市是从 2021 年开始大力开发自有品牌，也是我们的核心战略方向。我们对厂商源头资源有迫切需求，来到上海展会现场，满足了我们在米面粮油等大单品方面的采购需求。”



广东天福连锁商业集团有限公司

杨振华 自有品牌负责人

“PLF 这一次重新回到上海办展，首先感受到的就是亲切。自有品牌产品的定位来说的话，我觉得应该向消费者传递企业的一个价值观，增强形象。”



安徽安德利工贸有限公司

王鹏 总经理

“在展会上发现了很多，我们一直以来想找但是找得很困难的单品和优秀的供应商。而且接下来我希望在这次展会的助力下，这些优秀的工厂都会变成我们安德利的主力供应商。接下来我们会把自有品牌作为我们公司比较主要的战略，把护城河加宽加深，把供应链牢牢地掌握在自己手中。”



» 电商



» 国际商超



» 零售百强



» O2O 新零售



» 区域超市



» 便利店



» 折扣店



» 中国自有品牌高峰论坛

中国自有品牌高峰论坛于2023年11月29日上午在上海市新国际博览中心E1馆召开，此次论坛以“需求驱动品牌致胜”为主题，围绕商贸业科技创新、零售业供应链变革、自有品牌发展趋势等议题，邀请了自有品牌产业研究院，中国连锁经营协会，浙江大学管理学院，首都经济贸易大学，上海商学院，京东集团，元初食品等机构的知名专家、自有品牌专业智库、标杆零售企业高管深度分享，并邀请500余位行业代表，齐聚一堂，共同讨论中国自有品牌挖潜存量市场，创造增量市场的策略与方法。



» 零售 3R 食品趋势论坛

本次论坛邀请了上海商学院教授，浙江大学未来食品实验室主任助理，京东零售预制菜商务负责人，海通食品集团销售经理，PLMA行业专家，罗森便利副总经理现场分享。



埃尔泽曼国际咨询公司

埃德加·埃尔泽曼 创始人

“我今天演讲的主题是关于预制菜，即食食品和冷冻食品之间的组合，我会花更多的时间来讨论冷冻食品，因为这是在欧洲做的非常好的类别，很多的创新，很多的新产品出现。我们看到这部分的市场增长非常强劲，这次演讲最重要的是产品的可持续性。这一切是为了地球做正确环保的事情。从采购的角度，从食品包装的角度，所以这些因素都很重要。另外一个大的趋势是非常健康的产品，植物性产品。这是我们在欧洲看到真正主要的创新。”



» 2023 跨境电商秋季论坛



» “从本质向未来 - 会员制如何开启零售想象力”论坛



» NBF 全球快消品发展趋势峰会



» 中国零售商自有品牌新品 SHOW





» 第七届 PLF 金星奖

第七届 PLF 金星奖颁奖晚宴在上海嘉里中心大酒店顺利举行。晚宴颁发了自有品牌卓越商品奖获奖商品 120 个、自有品牌优秀营销奖 12 个、自有品牌卓越团队奖 15 个，同时，评选出 10 位优秀自有品牌优秀操盘手。评选结果在千人盛宴的见证下被授予荣誉奖杯。

“PLF 金星奖”已经成功举办了六届，赢得了业界广大企业的普遍好评，并为中国零售商、供应商企业树立了标杆和榜样，推动了自有品牌概念在国内的实践与成长。据 PLF 组委会统计，本届参评产品数达 261 项，企业达 52 家，创下历史新高。



» 中国热带农业科学院科研成果发布会



» PLF 优秀展商颁奖典礼



» PLSC 会员大会



» 2023 品牌跨越论坛



» 2023 年度生鲜大课



» “中国推介 -Myeasylife 买易生活” 全国好物推荐会



» NBF 消费品创新增长论坛



» 金牛课堂·快手经营公开课 - 上海站



» PLF 午餐培训会



» 经济下行压力下品质与价格的博弈



» 可持续发展战略赋能品牌成长



» PLF 展期现场对接会



» PLF 展商新品 SHOW



» 第七届 PLF 金星奖点子超市



2023年度，全球自有品牌产品亚洲展和零售生鲜食材展“线上社群”共计服务78家次零售商完成采供对接，采购商品189个，推荐及匹配供应商超过500家次，带来的经济价值预估超过千万元。

» 2023.5月26日第17场对接会中山



» 2023.6月16日第18场对接会泉州



» 2023年10月19日第19场对接会台州



媒体合作伙伴

» 专业媒体



» 大众媒体



» 视频媒体



» 自媒体矩阵



PRIVATE LABEL FAIR ASIA

全球自有品牌产品亚洲展



让匠心产品遇上优秀品牌

WHERE GOOD PRODUCTS
MEET GOOD BRANDS



自有品牌亚洲展官微



加入万人社群

展位咨询

谢女士
021-8037 9646
plf-sales@plsc.org.cn
fmr-sales@plsc.org.cn

参观咨询

姚女士
021-6236 6036
visitor@plfasia.com
visitor@fmrexpo.com

媒体合作

周女士
15921233647
media@plfasia.com
media@fmrexpo.com