



# 第九届全球 自有品牌产品亚洲展

2018年12月6-8日上海新国际博览中心W1-W3馆

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

美国自有品牌制造商协会（PLMA）

支持单位：上海市商务委员会



# 2018 让匠心产品 遇上优秀品牌



**新领域**  
初设生鲜食材板块  
品类更丰富



**新起点**  
中国自有品牌进入  
“2.0时代”



**新征程**  
中国自有品牌评选  
中文名称“金星奖”

# PART 1

展会规模

30,000 平方米

展商总数

632 家

观众总数

20,440 人次

# 2018参展商数据分析

了解同行及市场动向

10.5% 12%

扩大企业影响力

15.3% 17%

寻找新采购商

30% 34.5%

探索自有品牌领域

15.7% 16%

拓展贸易渠道

24% 25%

2017年

2018年

展商总数

632家

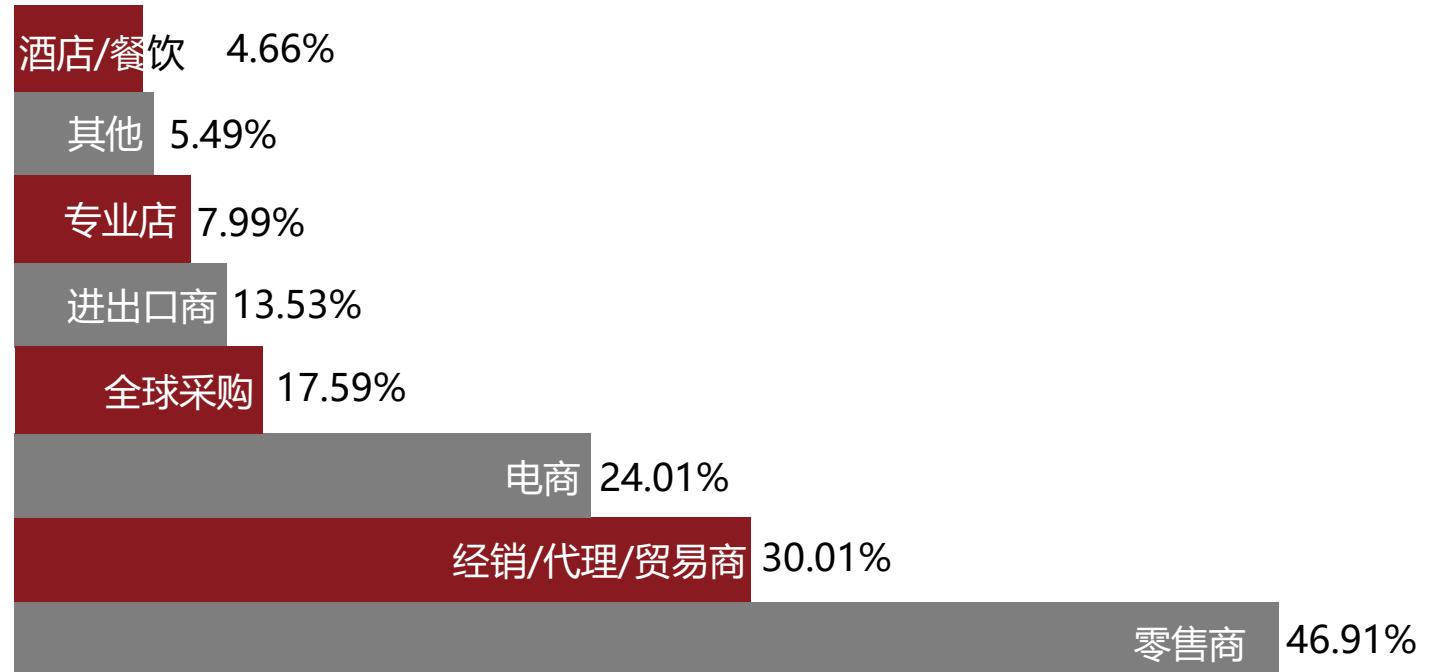
展位数

1184个

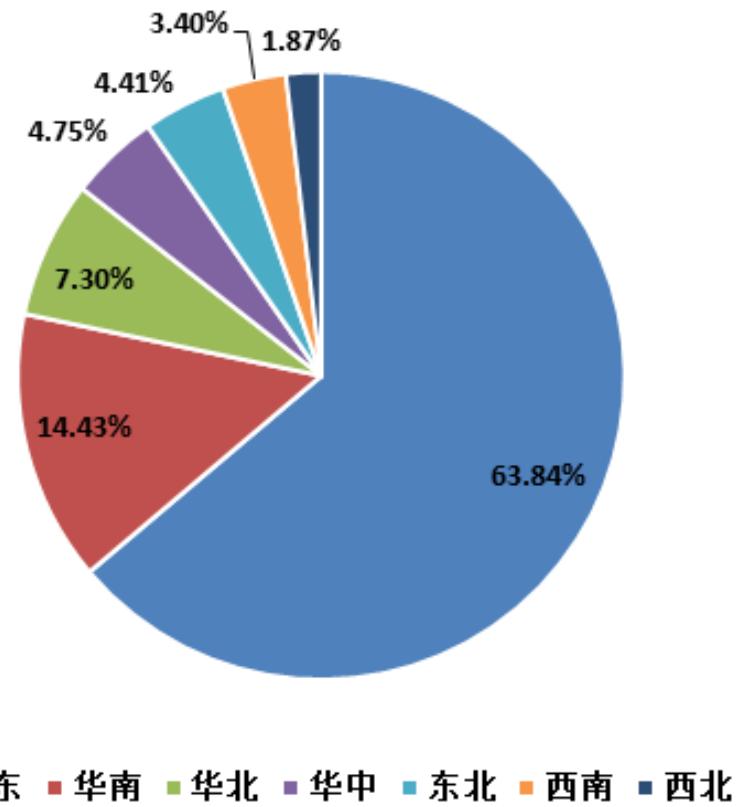
展商满意度

92.1 %

## 展商希望接触的买家类型



## 境内展商地域分析



# 1-3

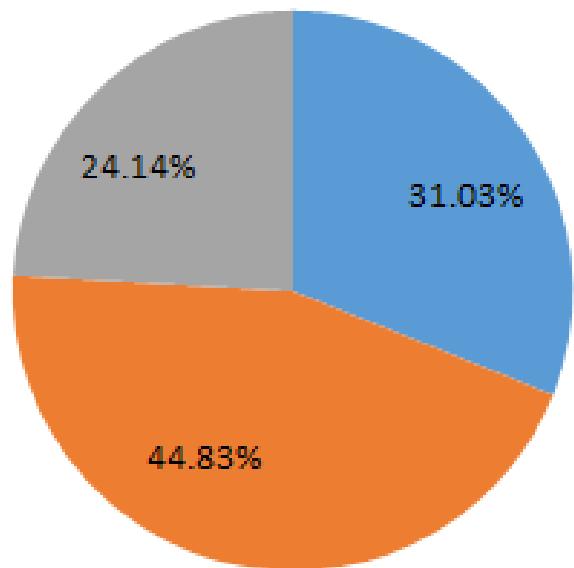
# 2018境外展商分布

2018PLF的国际化程度进一步凸显，展商来自14个国家：葡萄牙、捷克、斯洛文尼亚、波兰、希腊、德国、意大利、斯里兰卡，以欧美展商为主。展品品类全面涵盖化妆美容、奶制品、宠物食品、家用电子、母婴家居以及配饰等行业。展品差异化、高端化、定制化实现零售升级。2018年还有澳大利亚维多利亚州工商会，日本企业的加入。展会呈现多元国际化。展会现场还迎来法国商务官员，印度工业联合会，韩国京畿道经济科学振兴院上海代表处，韩国农水产食品流通公社上海代表处的参观。



# 2018境外展商分布

境外展商地域分析



■ 亚洲 ■ 欧洲 ■ 港澳台



境外展商来自  
**14**个国家和地区

参展国家和地区有意大利、斯里兰卡、新加坡、德国、波兰、捷克共和国、韩国、西班牙、葡萄牙、日本、爱沙尼亚、希腊、斯洛文尼亚、马来西亚等

## ◆ 展会规模再创新高

全球自有品牌产品亚洲展·2018在上海有632家国内外自有品牌制造商企业报名参展，共计1,184个展位，展区面积达30,000平方米。

## ◆ 拓展生鲜食材板块

今年展会新增零售圈热门的生鲜食材板块，进一步丰富了全球自有品牌产品亚洲展的产品品类。全新的生鲜食材板块，首次就吸引30多家展商。



## ◆ 食品展区持续增长

食品展区今年的增长超过50%，从食品生鲜到百货个护。参展商也由原来的东南沿海为主，逐渐向内陆扩散，云贵州、西北、东北的企业明显增多。

## ◆ 大型零售企业踊跃设展

沃尔玛、永辉超市和麦德龙三家大型零售企业现场设展，集中展示自家最新最优的自有品牌产品，并与现场展商进行3天不间断的商贸对接。

1-6

## 参展商展品品类构成

食品



生鲜



个护



## 展商反馈

我们是以出口为主的企业，每年的阿姆斯特丹和芝加哥展会已连续参加超过10年，今年是我们参加自有品牌上海展的第6年，这是我们比较重视的一个展会，我们有80%以上的合作伙伴都是在这个展会上认识、成交、合作，对我们企业的发展起到了非常关键地作用。

——厦门良一食品有限公司副总经理 赵登军

自有品牌上海展已经举办了九届，麦宝参加了六届，自有品牌对我们生产厂家来讲已经进入到2.0时代，这意味着我们对品质有了更高的要求。在供应环节中我们一直对自己讲，第一品质，第二成本，只有做好这两个环节才有可能为更多的客户负责。

——上海麦宝食品有限公司总监 斯铭飞

我们2017年就开始和自有品牌展合作，通过参展公司对知名度、行业美誉度有了较大的提升。去年公司在展会上接触了很多目标客户和潜在客户，给我们带来了很多商机，今年我们再次参加了自有品牌上海展。

——安徽汉邦日化有限公司销售总监 熊小燕

我们是以生产为主的企业，从打造自己的品牌到超市需求变大，个性化需求变多，而且帮零售商做自有品牌定位，生产符合当下消费者需求的定制化的产品，这个是必然的趋势，而原来的传统模式都是“以产定销”，现在反过来“以销定产”，根据消费者画像，生产出更适合市场的产品。

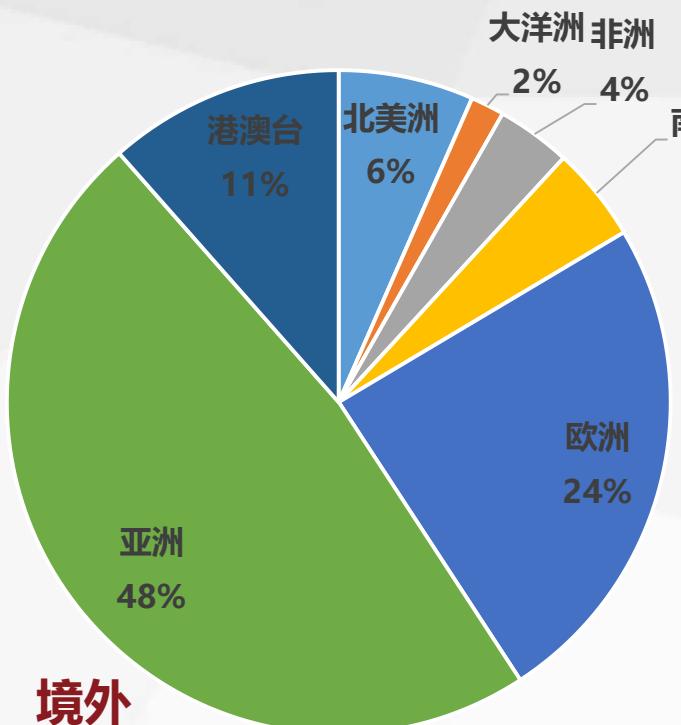
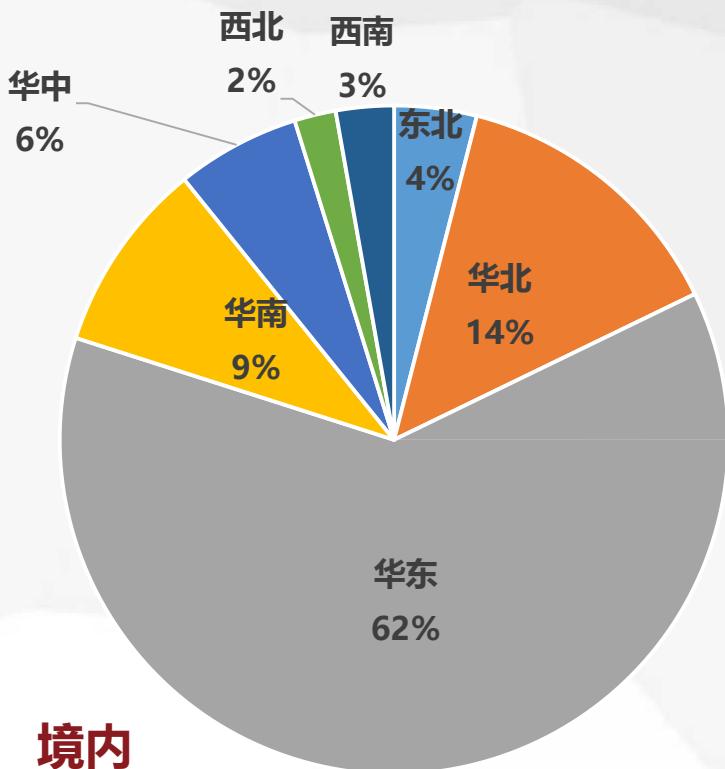
——福州翔鹰日用品有限公司总经理 李曙鹰

感谢展会为我们提供了这么好的平台，我们的饺子产品是国内唯一一家做八分熟的产品，适用于蒸、煎、煮，我们的产品深受展会现场观众的喜爱。

——青岛远见集团营运总监 林军

# 2018观众分析

今年PLF专业观众数量同比去年增长24%。今年凭借第二届“中国自有品牌评选”，汇聚国内众多一线至三四线城市零售企业，并且大部分零售企业都已纷纷加入线上销售平台或与知名线上平台合作，拓宽PC端及移动端客户，提升服务及扩大服务范围。

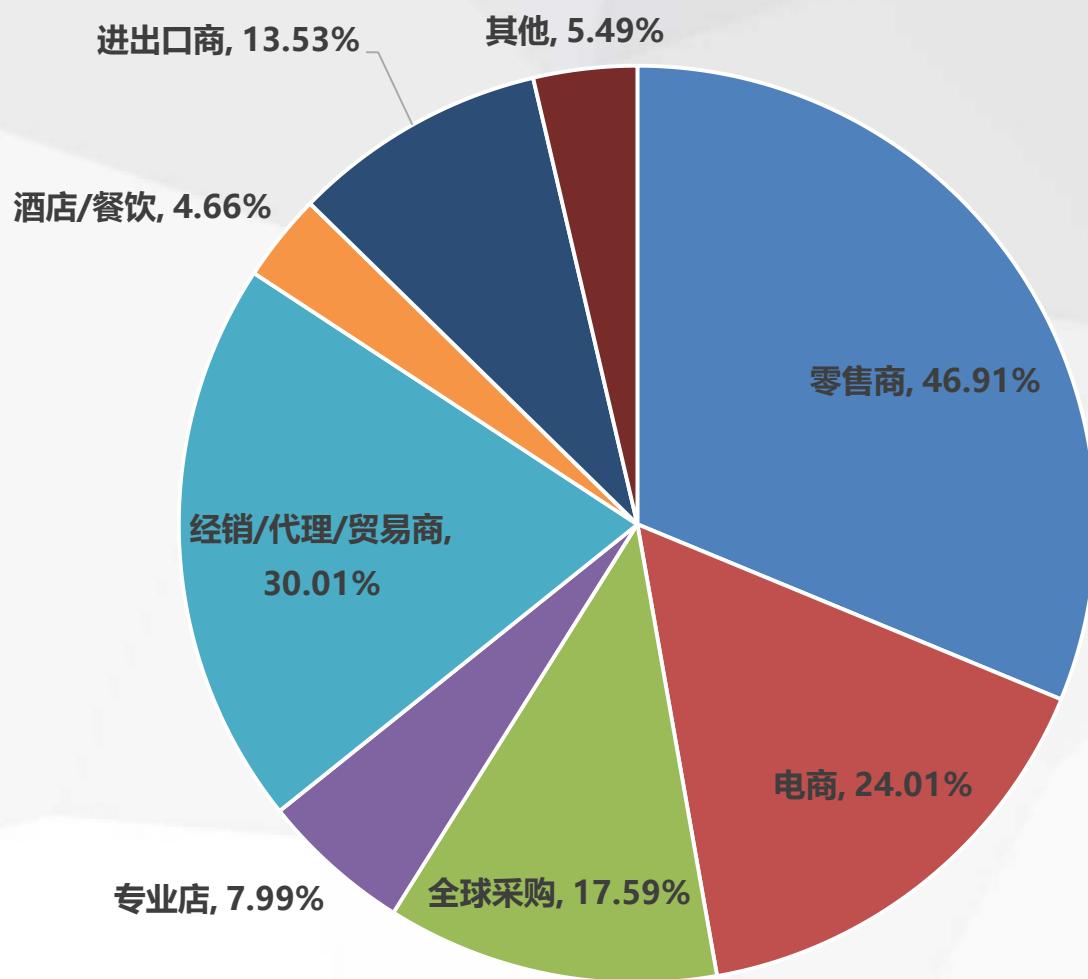


观众总人次  
**20,440** 人次

境外国家和地区总数  
**55** 个

此次展会吸引了如：美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、墨西哥、俄罗斯、英国、意大利、波兰、德国、瑞典、比利时、法国、西班牙、瑞士、荷兰、奥地利、韩国、日本、泰国、马来西亚、新加坡等境外观众参与。

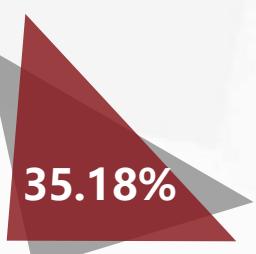
# 2018观众类型分析



2018PLF除了吸引专业零售商、电商平台、全球采购、专业店等企业，还不乏众多进出口商、经销/代理/贸易商等，同样对贴牌代加工产品有购买需求。

这些企业对日用百货类产品需求最高，达50.61%，食品饮料、健康美容需求则分别占比47.56%、23.48%。

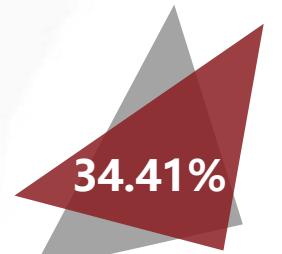
此外，现场买家决策者占比高达45.44%。现下，众多零售企业都对自有品牌跃跃欲试或者有些已经置身自有品牌大潮流中，由公司决策者前来参观，能更有效的吸纳当前自有品牌产品趋势、更深入的了解供应商，能更有效的促进企业的自有品牌开发和拓展。



评估/执行采购任务



决策者/授权者



建议/收集采购信息

自有品牌对我们这样从事孕婴童行业的零售商来说是战略性的，因为有了自有品牌以后，我们就会做差异化的定位，利用自己的品牌产品来加强我们母婴连锁在消费者心目中的形象，例如乐友，我们尽可能提供环保、无刺激、无防腐剂，并且让现在90后妈妈放心的产品。

——乐友（中国）超市连锁有限公司执行董事COO 龚定宇

希望通过自有品牌去提升产品的差异化，让顾客看到我们的不同，从而提高顾客的忠诚度，这也是零售商获得差异化竞争的重要途径之一。

——福建冠超市全国直采中心总经理 冯美姜

今年比去年参加展会的零售商数量更多，并且还有一个趋势，参与的中小企业也更多，以前大家觉得自有品牌是沃尔玛、家乐福、永辉等大型连锁的事情，现在有越来越多的中小企业和地方性连锁，也加入自有品牌这个战略和发展过程中，如蚂蚁商盟、齐鲁联盟。当然我们都静待时间的考验，很多事物是经过时间和市场的洗礼后才成为教科书一样的发展模式。

——自有品牌专业委员会特聘专家 李林桦

获得自有品牌“品类拓展奖”，是对罗森自有品牌发展的肯定以及鞭策。自有品牌上海展的出现，对我们今后如何做好罗森的自有品牌，让消费者真正能够尝到美味、安心的美食大有帮助。

——上海罗森便利有限公司副总经理 何韻民

## PART 2

# 同期活动精彩纷呈

# 第二届中国自有品牌“金星奖”颁奖晚宴

2018年，中国自有品牌评选颁奖晚宴由全球自有品牌产品亚洲展组委会主办，评选评审团成员来自中国、美国和欧洲，投票分别由评审团和消费者完成，其中评审团投票权重占70%，消费者投票占30%。

整个评选过程中，企业与消费者热情高涨，参评产品质量和创新力也明显提升。七个评比奖项收到来自48家零售商及供应商共129份参评材料，总体参与者数量比2017年提升近50%。

晚宴现场同时由评审专家团成员共同开启了2019中国自有品牌评选的启动仪式，并同时公布了中国自有品牌评选奖中文名称——金星奖，寓意中国自有品牌将进入一个快速发展的新阶段。



## 2-2 第二届“中国自有品牌评选”参评企业



蝶恋花食品  
dielianhua



武商超市



酸弟<sup>®</sup>  
南酸枣糕



兴泰和商贸有限公司  
XING TAI HE TRADING CO.,LTD



## 第二届中国自有品牌“金星奖”获奖名单

**战略规划奖**：沃尔玛（中国）投资有限公司，永辉超市股份有限公司，锦江麦德龙现购自运有限公司，永旺特慧优国际贸易（上海）有限公司

**品类拓展奖**：天虹商场股份有限公司，上海欧发管理咨询有限公司，上海罗森便利有限公司，山西美特好连锁超市股份有限公司

**产品创新奖**：欢乐爱家超市有限公司，北京全时联盟便利店有限公司，乐友国际商业集团有限公司，生鲜传奇商业有限公司，联华超市股份有限公司

**包装设计奖**：天虹商场股份有限公司，三江购物俱乐部股份有限公司，福建冠业投资发展有限公司，上海欧发管理咨询有限公司，步步高商业连锁股份有限公司

**绿色产品奖**：山姆会员商店，新华都购物广场股份有限公司，永旺特慧优国际贸易（上海）有限公司，上海罗森便利有限公司，秦皇岛兴龙广缘商业连锁有限公司

**购物者营销奖**：巩义市金好来超市有限公司，广东顺德凤凰优选商业有限公司，秦皇岛兴龙广缘商业连锁有限公司，贵州合力购物有限责任公司

**口碑自有品牌零售商奖**：新华都购物广场股份有限公司，福建冠业投资发展有限公司，沃尔玛（中国）投资有限公司，山东爱客多商贸有限公司

## 2-4

# “中国自有品牌2.0时代”高峰论坛

近几年来，随着“新零售”、“智慧零售”等零售新理念的崛起，无论是全国性的大型零售商，还是地方的龙头企业，无论是线上还是线下，都对自有品牌给予了高度的重视。

以“中国自有品牌发展的2.0时代”为主题的高峰论坛，邀请了国内外众多的零售行业企业高层及重量级专家参加分享。更有行业高层对话，探讨中国自有品牌的未来之路。



# 2-5

## 零售商午餐培训会

此次零售商午餐培训会，邀请自有品牌国际权威机构凯睿咨询CEO围绕“零供合作10大黄金法则”，以及荷兰食品联合采购联盟MAXXAM公司CEO就“如何在快速变幻的零售市场中制胜”展开，以及为在场的各位行业人士解忧答疑。



# 2-6 采供对接会

三场大型采供对接会：齐鲁商盟采供对接会、麦德龙采供对接会、PLSC 八家零售商采供对接会



# 2-7

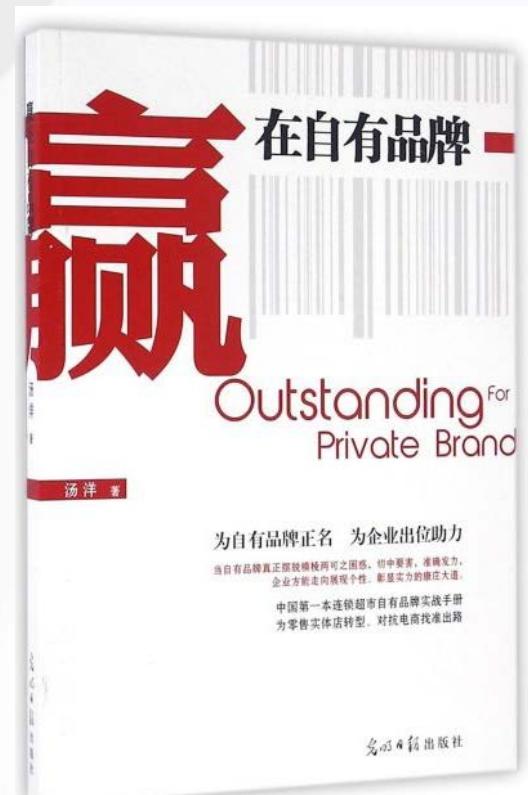
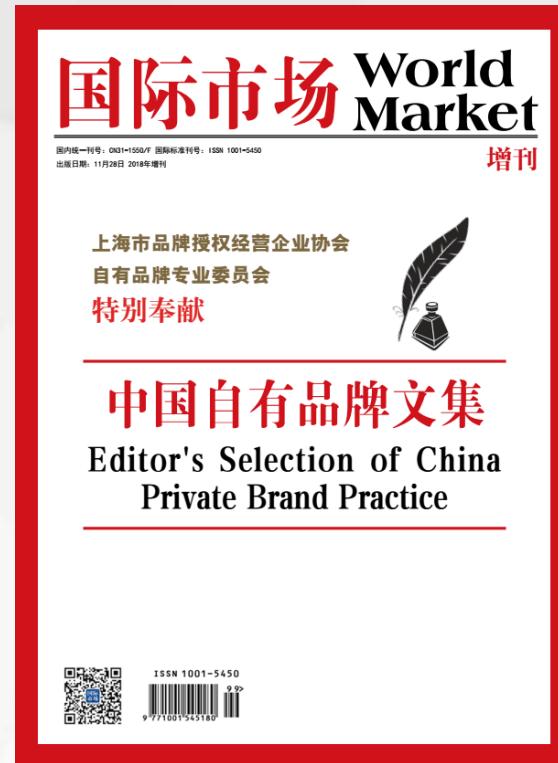
# 2018年度生鲜大课

上海市品牌授权经营企业协会联合“第三只眼看零售”举办“复盘2018生鲜百人大课”，邀请行业实战高管及国外专家深入探讨生鲜经营，对接商品与采购资源，探讨联合采购。



## 2-8 PLSC会员大会

上海市品牌授权经营企业协会继续发挥行业平台引领作用，首次联合专业咨询公司发布“中国自有品牌消费者调研报告”；出版《中国自有品牌文集》以及《赢在自有品牌》（再版）。



## PART 3

PLF 知名度逐步提升  
全民自有品牌认知度加深

3-1

## 20+家知名媒体/电视台报道





# 2019 我们再相见！

2019年12月10-12日

上海新国际博览中心 N1-N5



参观咨询：

021-62366036

 [vistor@plfasia.com](mailto:vistor@plfasia.com)

参展咨询：

021-62365373

 [plf@plfasia.com](mailto:plf@plfasia.com)

