



全球零售自有品牌产品亚洲展

PRIVATE LABEL FAIR ASIA

展后报告 SHOW REPORT

WWW.PLFASIA.COM

2024

SNIEC

12/05

12/07

上海新国际博览中心

/星期四/

/星期六/

主办单位：上海市自有品牌协会 (PLSC)、亚东展览 (YADO EXPO)

承办单位：跨采 (上海) 广告有限公司

战略支持：自有品牌制造商协会 (PLMA)

战略合作：中国热带农业科学院、大韩贸易投资振兴公社上海代表处、自有品牌产业研究院 (PLRI)、第三只眼看零售

合作单位：联商网、龙商网超市周刊、商业评论、钧策咨询、IBMG商业智库、新美狮包装平台、融马会、牧鲸集团、食品展会网、刀法研究所、易维界、云软在线



关注全球零售自有
品牌展官方公众号



关注全球零售自有
品牌展官方抖音号



关注全球零售自有
品牌展官方领英号



EXHIBITION HIGHLIGHTS

展会亮点

EXHIBITORS
展商数量 (家)

899

VISITORS
参观人数 (人)

27,205

同比增长:28.62%

EXHIBITION AREA
展览面积 (m²)

60,000

国家和地区(个)

51

境外企业代表(家)

300

同比增长104%



► 展会概览

本届PLF由上海市自有品牌协会 (PLSC)、亚东展览 (YADO EXPO) 主办，跨采 (上海) 广告有限公司承办，并由美国自有品牌制造商协会 (PLMA) 提供战略支持。PLF是获得上海市商务委员会审批通过并全力支持的亚洲自有品牌专业盛会，它与全球自有品牌产品欧洲展 (荷兰阿姆斯特丹)、全球自有品牌产品美洲展 (美国芝加哥) 并称为全球三大自有品牌专业展会。

本届展会共设五大展馆，分别为E1个护百货馆、E2民生食材馆、E3糖巧冲饮馆、E4休闲食品馆、E5商品直采馆。展会汇聚了美妆个护、居家百货、粮油调味、南北干货、生鲜食材、3R食品、糖果巧克力、酒水冲调、果冻布丁、大健康、饼干糕点、果脯蜜饯、膨化食品、坚果果干、休闲海产、肉脯肉干等全品类的源头企业参展商，全面展示了2024中外零售业不断焕发的勃勃生机，为专业买家和卖家提供了深入交流和探讨合作的有效渠道！

找源头工厂，寻直采商品，来PLF自有品牌展

第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展

2024年12月5日-7日 上海新国际博览中心

E1 个护百货馆 GENERAL MERCHANDISES

美妆个护 / BEAUTY & PERSONAL CARE

居家百货 / HOUSEHOLD & GENERAL
MERCHANDISE

E2 民生食材馆 FOOD MATERIALS

粮油调味 / GRAIN· OILS· DRESSINGS & SEASONINGS

南北干货 / DRY GOODS

生鲜食材 / FRESH & PRODUCE

3 R 食品 / 3R FOOD

冷冻冷藏 / FROZEN & REFRIGERATED

E3 糖巧冲饮馆 CONFECTIONARY & BEVERAGE

糖果巧克力 / SWEETS & CHOCOLATES

酒水冲调 / BEVERAGES

果冻布丁 / JELLY & PUDDING

营养保健 / HEALTHCARE

E4 烘焙蜜饯馆 BAKERY & COMPOTE

饼干糕点 / ASTRIES & COOKIES

果脯蜜饯 / GLAZED FRUITS

膨化食品 / PUFFED SNACKS

E5 商品定制及直采馆 CUSTOMIZED PRODUCTS&DIRECT SOURCING

一线品牌 / NATIONAL BRANDS

线上TOP商品 / TOP FOR E-COMMERCE

坚果果干 / NUTS & DRIED FRUITS

休闲海产 / FISH SURIMI

肉脯肉干 / MEAT JERKY



CRDC

2024 中国零售商品流通大会

上海浦东嘉里大酒店



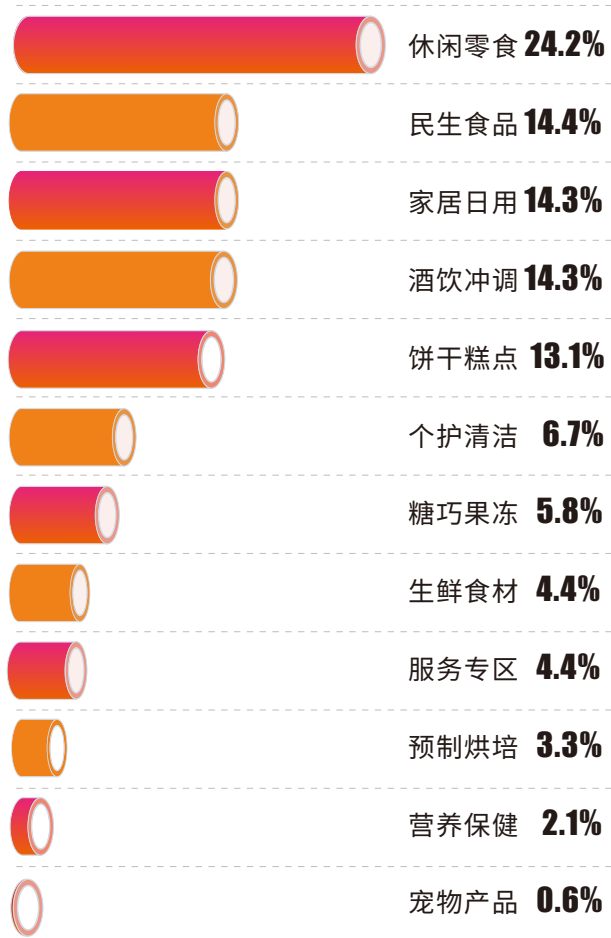
第八届PLF金星奖颁奖晚宴

上海浦东嘉里大酒店

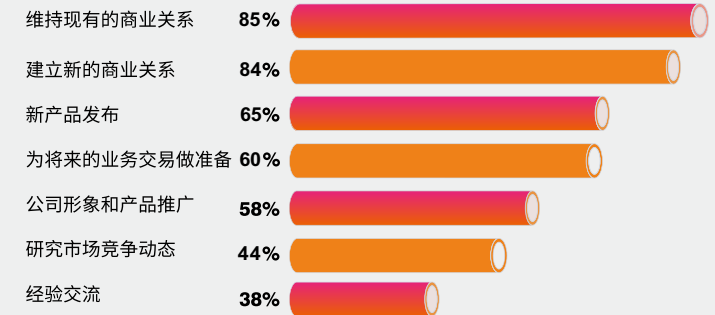


EXHIBITOR ANALYSIS

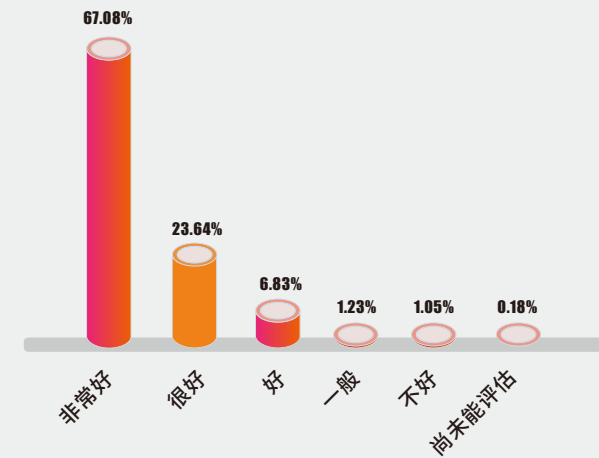
展商分析



展商参展目的



展商满意度



汇聚全球各国及地区展商

今年PLF自有品牌展汇聚来自哥伦比亚、巴基斯坦、德国、越南、泰国、比利时、俄罗斯、波兰等各国及地区的国际展商带了咖啡、剃须用品、家庭清洁用品、冷冻食品、健康食品、饼干等产品参展。



展商寄语

这是我第三次参加自有品牌展，每一年感受都不一样。我们是全国甜品行业首创“冻转鲜”技术的企业，有完整的供应链，为多家知名零售商代工，PLF展非常适合我们。

——众禾壹心集团圣口乐品牌西南大区经理 涂传宏

自第一代创始人施修鍊先生起，闽南水产已深耕水产行业数十载。我们打通了产业链上下游，真正做到从源头捕捞到鱼糜产品的全产业链覆盖，不虚标任何成分，用良心做产品。我们每年都会参加PLF自有品牌展，在这里，做良心产品的企业能够被看见，PLF自有品牌展是个非常棒的平台。

——福建省龙港食品开发有限公司(闽南水产) 营销总监

我们主打0添加，用牛后腿的“活肉”发酵滋生风味后模拟自然风风干。在保持传统风干牛肉风味不变的前提下，尽量精简配料表，还原大自然给予的滋味。PLF展会大大提高了对接效率。毫不夸张地说，它能节省几个月的沟通成本，效果远超预期。

——内蒙古蒙元宽食品有限公司企划经理 武学志

我们有独立的科研机构 and 检测机构，集齐消、妆、械字号三类生产资质，将来继续加大研发投入和品牌建设力度，推出更多具有市场竞争力的高附加值产品和服务，将中草药文化发扬光大。自有品牌展洽谈对接的客户质量很高，此次上海之行完全值得。

——丹东欣时代生物医药科技有限公司 招商总监 夏远志

这是我们第一次参加PLF自有品牌展，展会拉近了企业和市场的贴合度，增进了同行之间的沟通交流，我们收获很大。希望我们能改变大家对传统肉制品的刻板印象，“吃得好肉，好好吃肉”，“肉敢当”一直敢于担当。作为传统肉制品一个线上快速崛起的新兴品牌，我们希望能够把经过线上沉淀的优质商品，输送到线下门店。

——半斤八两(上海)品牌管理有限公司 肉敢当品牌合伙人 李素平

未来悠纯的产品开发趋势是重视低糖和零添加，无论是调制乳还是酸奶都主打配料简洁化。自有品牌可以实现毛利自由化和产品特色化，是许多渠道商和零售商的发展必经方向。

——上海悠纯牧业科技有限公司销售总监 陈凯

这是我第一次参加PLF自有品牌展，我们未来将加大对成人护理用品的研发。我们推出的国内首款女性可拆卸日用安心裤在展会有展出。非常看好国内自有品牌的发展前景。同时，婴舒宝也是一个经过十多年市场沉淀的品牌，相信无论零售方需要自有品牌合作，还是进行品牌商品直采，我们都会具有很强的优势。

——婴舒宝(中国)有限公司执行董事 周家豪

PLF自有品牌展是向消费者和同行学习的窗口，我们通过这个平台跟大家沟通交流。多年来PLF已经成为我们行业互动的一个固定窗口。

——丹夫集团有限公司南部大区销售总监 郝生财

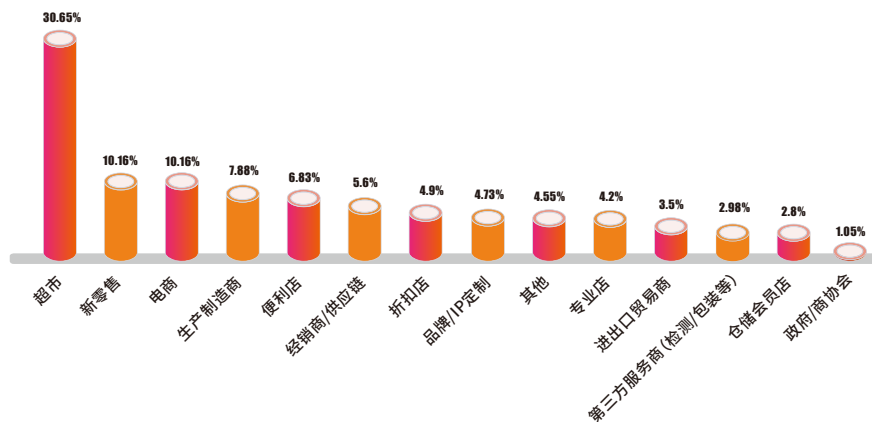
EXHIBITORS ANALYSIS

观众分析

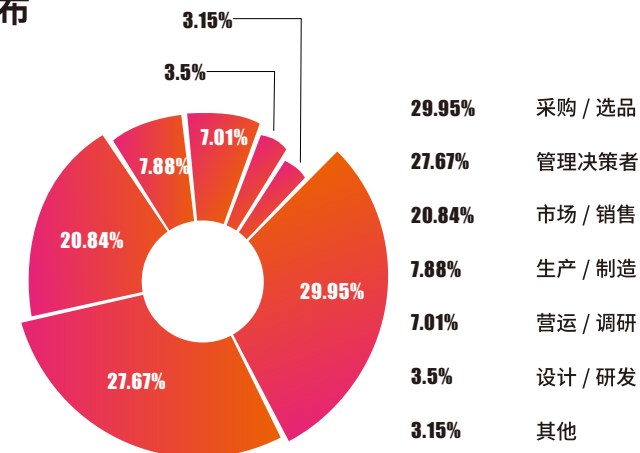
参观人数 (人) VISITORS

27,205

观众行业分布



职位分布



辽宁新隆嘉现代农业有限公司

采购总监 张延哲



我们每年都参加自有品牌展以及PLF金奖的评选。参加展会的目的主要是为了结识更多的源头工厂。在产品开发过程中,我们需要解决消费者的痛点。当前的消费者对于原料的规格、质量、等级,还有食品的安全、加工过程、配料、添加剂、健康这些维度展现出空前的关心。我们在开发自有品牌过程中,必须在配料表上有约束和要求。

今年9月份我们就与PLF自有品牌展合作,在沈阳结识了很多优质工厂。今天在展会现场则认识了更多品类的源头工厂,收获满满!辽宁新隆嘉把健康的颜值、高口感的好商品及时带给顾客,可根据顾客的需求去定制商品,包括在规格、口感上进行定制,这次我们已经跟一些厂家进行了初步沟通。

京东1号会员店通过PLF自有品牌展接触到更多上游的商家,了解到前沿的工艺,使之能生产出更好的商品给到会员用户,也让京东1号会员店在选品上更精细化,深入到源头。这样可以省去一些品牌的溢价,把更多的利润让给用户,推荐更多质价比更高的商品给用户。



京东1号会员店

饮品商品负责人 向伟



叮咚买菜

商品规划与创新中心高级总监 杨波

零售企业 -- 京东1号店、物美集团、朴朴超市、罗森便利，入驻PLF展



汇聚全球各国及地区观众

国际商超

部分 KA 买家展示，排名不分先后



零售百强



便利店



专业店



电商



新零售



CONCURRENT FORUM 同期论坛

12 THEME FORUMS
大主题论坛

83 INDUSTRY BIG NAMES
位行业大咖

81 SPEAKING COMPANIES
家演讲企业

3800 ATTENDEES
名与会听众

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



陈立平
首都经济贸易大学
教授

零售革命迫切需要
中间流通组织的变革

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



藤井隆太
株式会社龙角散
代表取締役社长

扩大规模，不如
开展独一无二的事业

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



神谷涉
玉川大学管理工学部
国际管理系 教授

业绩良好的企业能够
通过原创商品实现差异化

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



王刚
王牌创新创始人
OCM美国华源食品集团
董事长

助力中国品牌
打开美国市场！

嘉宾金句

2024 中国零售商品流通大会—深耕供应链，重塑商品力

盘点2024年，中国零售行业正经历着转型，主要有四个特点，即折扣零售在探索中发展；即时零售增长迅猛；本地生活服务扩张快速；会员店得到消费者认可，迎来快速发展。

2024中国零售商品流通大会以“深耕供应链，重塑商品力”为主题，邀请了业内代表分享。流通大会是PLF展会高规格会议的代表，在活动现场，嘉宾金句频出，观众表示如醍醐灌顶，收获颇丰。

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



田建忠
韩欧国际
董事长

商品力=商品×陈列能力×刺激能力
陈列是产品营销而不是促销

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



车海燕
乐尔乐集团
副总裁

硬折扣经营模型是：
确定的东西是增长的方法论。
红利在消失的过程中，另一种红利在诞生。
越下沉的市场，利润表现越优秀。

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



张正才
冯氏集团
中国区总经理 品牌运营与推广
执行副总裁

面料创新是时尚界
可持续发展的核心基础

嘉宾金句

PLF
第十七届全球零售自有品牌产品亚洲展
PRIVATE LABEL FAIR ASIA
2024 中国零售商品流通大会同期举办
CHINA RETAIL DISTRIBUTION CONFERENCE



王小毅
浙江大学管理学院
教授、博导

3种AI智能体
足以适应全部营销工作

嘉宾金句

PLF展期现场活动

零售企业自有品牌建设及供应链论坛活动



2024年度生鲜大课《回归常识》论坛



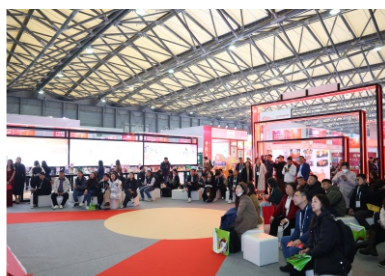
“塑造未来零售：自有品牌创新与可持续发展”论坛



PLF优秀展商颁奖典礼活动



PLF展商新品SHOW



全球名优产品推介会



PLF展期现场活动

PLF零售商新品SHOW (天虹, 叮咚买菜)



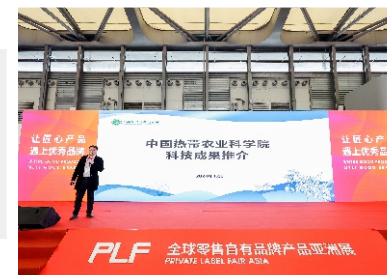
上自协三届三次会员大会暨三届七次理事会



新渠道搞利润大会暨2024年融马会年会



2024年热科院科技成果推介会



“自有品牌用‘好’包装, 卖‘好’产品”论坛



上自协&波兰凯尔采博览集团签约仪式



PLF展期现场采供对接会

第十七届PLF全球零售自有品牌产品亚洲展同期，组委会组织召开了5场现场采供对接会活动，以沈阳新隆嘉、中百仓储、奥特乐、安徽荟旺超市、巡物社折扣店、新华网抖音官方号等为代表的近十家零售系统，以及以七未传媒、甜家优选、广西奥诺商贸、亿蜂云私域、文姐严选、乐家精品汇、格家网络、山河好物、虫妈家、肉团等为代表的近二十家团购电商系统参与活动，成功匹配并对接了PLF现场的参展企业。



参展一次 服务一年

PLF(自有品牌展),自2018年以来,就从行业实际出发,首次在零售展览行业提出了“参展一次、服务一年”的模式。除了展会展期给零供双方提供行业交流学习、商机洽谈之外;还在非展期持续通过:自有品牌专业指导、线上采购需求对接、行业培训、深入考察PLF展商、组织采购方走进产业集群地、组织展商走进零售深入对接、创新商品推荐等多种形式,扩展行业渗透率,提升行业专业度,给展商创造了更多的商机,为采购方解决了实时采购需求。

2024年,总共为近300+采购方,提供了近1500+次商品采购需求,组织29家采购方走进2个产业集群,带领157家展商深入对接了京东,新隆嘉,物美等百强零售。

走进产地对接会

第二十场PLF线下采供对接会

中山站&工厂考察

2024年4月25日

采购商15家
供应商58家



第二十二场PLF线下采供对接会

盘锦站&工厂考察

2024年7月26日

采购商12家
供应商50家



走进零售对接会

第二十一场PLF线下采供对接会

北京站&京东1号店

2024年4月17日

供应商53家



第二十三场 PLF 线下采供对接会

北京站&物美集团

2024年7月12日

供应商50家



第二十四场 PLF 线下采供对接会

沈阳站&新隆嘉

2024年9月6日

供应商68家



参展一次 服务一年

采购需求线上对接

全年PLF共计为153家采购商, 服务581+次对接服务
为427家供应商创造了自有品牌的合作商机



创新商品推荐

小红书 视频号 公众号
宝藏工厂宣传22家 展商推荐48家 宝藏工厂29家



不定期工厂考察

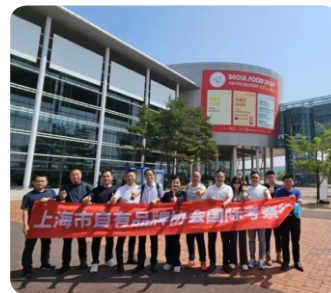


游学/培训

2024首届中日流通大会
2024年3月7日 东京



韩国研学活动
2024年6月10-15日 首尔



中国自有品牌标杆游学
走进元初食品
2024年4月19日 厦门



中国自有品牌标杆游学
走近“山姆会员店”与“奈雪的茶”
2024年7月26日 上海



零售行业会议寄样参与

第三届中国区域零售创新峰会
2024年8月28日 襄阳

参加行业会议
产品展示26家



电商新渠道千人峰会
2024年9月6日 杭州

参加行业会议
产品展示32家



第二届零售创新增长大会
2024年11月7日 郑州

参加行业会议
产品展示31家



比利时法兰德斯大区食品
样品展示暨招待酒会
2024年6月6日 上海

特别邀请
零售采购商14家



全球零售自有品牌产品亚洲展- 自有品牌金星奖评选

来源于2008 年欧洲地区零售行业创办的“The Challenge Awards”。而后，全球零售自有品牌产品亚洲展组委会(PLF) 将其引入中国零售市场并更名为“PLF's Golden Star Awards”-PLF 金星奖。首届“全球零售自有品牌产品亚洲展- 中国自有品牌评选”又称“PLF 金星奖”在2017 年成功举办，经过连续八届的快速成长，“PLF 金星奖”已逐渐成为国内自有品牌行业特色鲜明、颇具影响力的专业评选活动。

PLF 自有品牌展
最重要的活动之一

创办历史 **8 届** 倍受全行业瞩目

金星奖(产品类)选出

自有品牌卓越商品奖 **76** 个(食品类)
自有品牌卓越商品奖 **40** 个(非食品类)
自有品牌卓越商品奖 **36** 个(生鲜食品类)

51家

来自全国的企业参与
金星奖的角逐

453个

自有品牌新品参与
金星奖评比

36位

来自业内专家学者 媒体
以及咨询机构的权威评审团

金星奖(事件类)选出

自有品牌优秀营销奖 **10** 个
自有品牌卓越团队奖 **13** 个

金星奖(人物类)选出

自有品牌优秀操盘手奖 **12** 个



100 万余次

微信社群
200+ 行业群

行业媒体曝光量
233 万余次

新闻媒体曝光量

1,000 万余次

搜索引擎曝光量

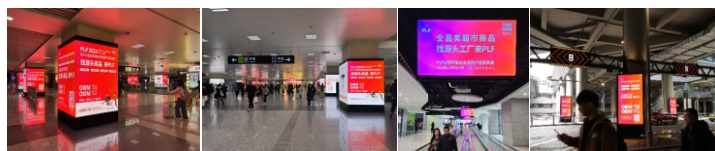
1,900 万余次

抖音推广+视频号总播放总量

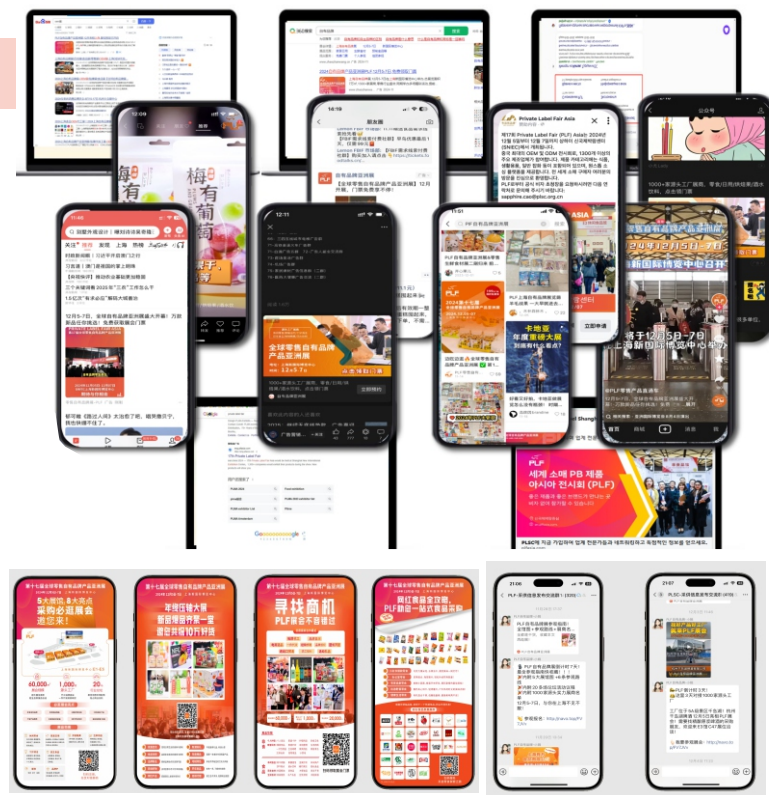
1,121.58 万余次



公域引流、户外广告机场及高铁



专业媒体(排名不分先后)



《中国自有品牌发展研究报告》



中国自有品牌发展 China Private Label Development Report 研究报告 2024-2025

- > 了解自有品牌发展趋势
- > 深度洞察采购商及工厂行为
- > 共享行业最新一线数据
- > 调查国内外自有品牌产品创新洞察



扫码入群领报告
免费申请获取



全球零售自有 品牌产品亚洲展

PRIVATE LABEL FAIR ASIA

WWW.PLFASIA.COM



2025 SNIEC 11/18 ▶ 11/20
上海新国际博览中心

让匠心产品遇上优秀品牌



自有品牌亚洲展官微



加入零售社群

展位咨询

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

参观咨询

姚女士
021-6236 6036
visitor@plfasia.com

媒体合作

江先生
021-50752267
alex.jiang@plsc.org.cn