

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

FOOD IN MODERN  
RETAIL TRADE SHOW  
开放时间: 09:00am-17:00pm (3月23日, 24日)  
09:00am-13:00pm (3月25日)  
本次展会仅对  
专业观众开放

现场登记流程

ON-SITE REGISTRATION PROCESS



手机扫描左图二维码  
关注官方微信公众号进行预登记

## 第十一届全球自有品牌产品亚洲展 暨第二届零售生鲜食材展

2021年3月23-25日  
苏州国际博览中心

# SHOW REPORT 展后报告

[www.plfasia.com](http://www.plfasia.com) / [www.fmrexpo.com](http://www.fmrexpo.com)

主办单位: 上海市品牌授权经营企业协会 (PLSC)  
亚东展览 (YADO EXPO)

承办单位: 跨采 (上海) 广告有限公司

Organizers: Shanghai Licensing Association (PLSC)  
YADO EXPO

Operator: International Sourcing (Shanghai) Advertising Co., Ltd



11th SUZHOU

# PRIVATE LABEL FAIR ASIA

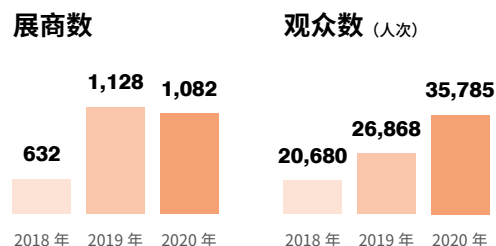
全球自有品牌  
产品亚洲展

## FOOD IN MODERN RETAIL TRADE SHOW

零售生鲜食材展

第十一届全球自有品牌产品亚洲展暨第二届零售生鲜食材展于2021年3月23日-25日在苏州国际博览中心举办。本届展会采取双展联动模式，展览面积近6万平方米，展出单品超10万个，以OEM和ODM纯工厂为主的展商1082家，来自国内外零售、生鲜、百货、食品等行业的专业观众35785人。本届全球自有品牌产品亚洲展以“自有品牌，逆市扬帆”为主题，着力提升中国零售业的核心竞争力，帮助客商面向新市场，拓宽新品类，是值得零售行业同仁期待的具有巨大影响力和实际效果的行业盛会。展会同期活动举办20余场，涵盖60余个主题。

### 往届数据对比



### 同期活动数据统计



展会同期活动

21场

较2019年同比增长

4.76%



参与人数

3,305人

较2019年同比增长

10.35%

60,000 m<sup>2</sup>  
展会规模

1,082 家  
展商数

35,785 人次  
专业观众

\* 以上数据来源于现场调研

微信搜索小程序

自有品牌展 PLF

**休闲零食**

肉干肉脯、果脯蜜饯、布丁罐头、坚果炒货、果蔬干品、膨化食品

**民生食品**

粮油米面、调味酱料、方便食品、杂粮干货、豆乳制品、冲调茶饮、酒水饮料

**烘焙食品**

饼干曲奇、精巧甜品、中西糕点

**家居日用**

厨房用品、鞋服穿戴、家居收纳、家庭清洁、家居装饰

**综合品类**

营养保健、母婴用品、宠物用品、文具玩具、体育用品、3C 数码、出行车载

**零售服务**

包装设计、审核检测、供应链、供应链金融、咨询服务、物流配送

## FMR 展品分类

**水果类**

新鲜水果、冷鲜水果、干果制品、其他

**蔬菜净菜类**

有机蔬菜、无机蔬菜、净菜、酱菜、干蔬制品、其他

**烘焙食品类**

中式鲜糕点、西式鲜糕点、其他

**肉禽蛋类**

新鲜畜肉、冰鲜畜肉、新鲜禽肉、冰鲜禽肉、畜肉深加工品、禽肉深加工品、蛋品、其他

**水产海鲜**

水产活鲜、水产冰鲜、冷冻水产、水产干品、水产深加工产品、其他

**豆乳制品类**

鲜豆制品、牛乳饮品、其他

**预制食品类**

速冻食品、预炸类食品、鲜食食品、方便食品、半成品、调味品、其他

**其他**

餐饮零售、火锅食材、家养绿植、服务商、其他

## 本届展会亮点

**行业大咖云集，分享零售新资讯**

全球三大自有品牌专业展之一亚洲零售业自有品牌领域的年度盛会和行业风向标，聆听最权威最专业的行业大咖分享最具商业价值的行业资讯。

**1500+ 新品分享，优质展商推荐**

在本次展会中，展商都拿出自己最新开发的产品，专利产品、首发新品多达 1500+ 件。

**四大主题活动，嗨翻玩转现场**

“九条主题路线好运打卡，carry 全场嗨翻天”、“寻找最美 PB 人，自有品牌 IP 沉浸互动”、“0 元现抽锦鲤盲盒，神秘大奖等你翻牌”、“财神驾到天降红包，福气满满牛气冲天”。观众互动满满沉浸体验感。

**半个零售圈的人都来，共庆自有品牌盛会**

本届展会将协助客商面向新市场，拓宽新品类，行业盛会，引领零售发展新潮流！一大波知名品牌：罗森、华润万家、永辉、天虹、盒马 ..... 都带着大量采购需求汇集于此。







97%

对展会整体满意度



93%

展会目标达成度

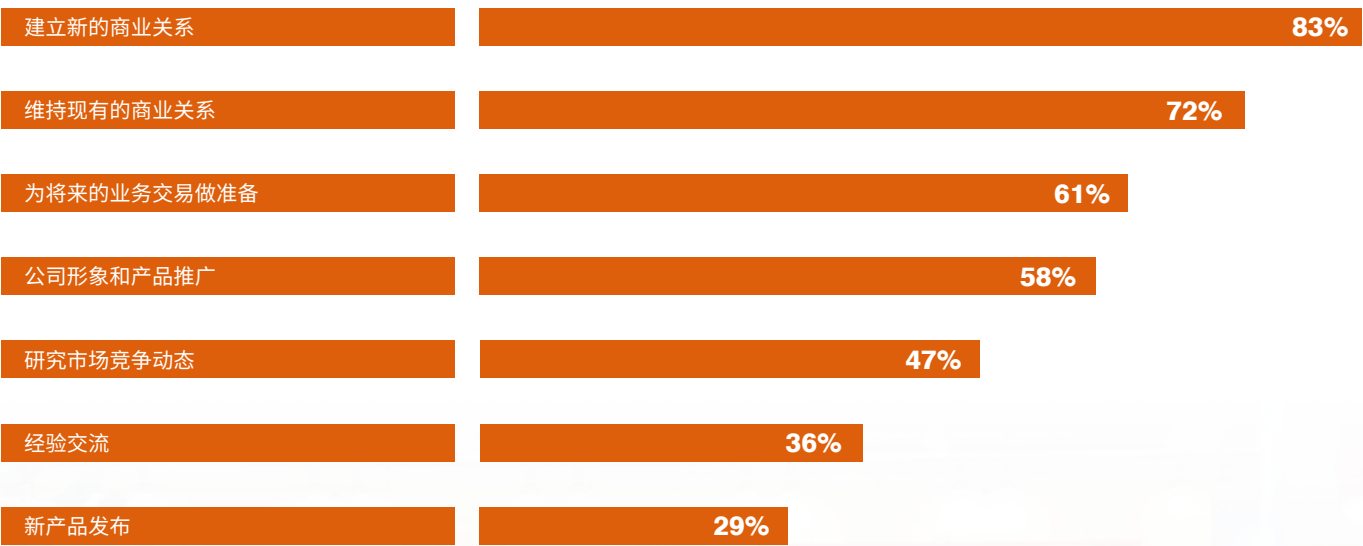


86%

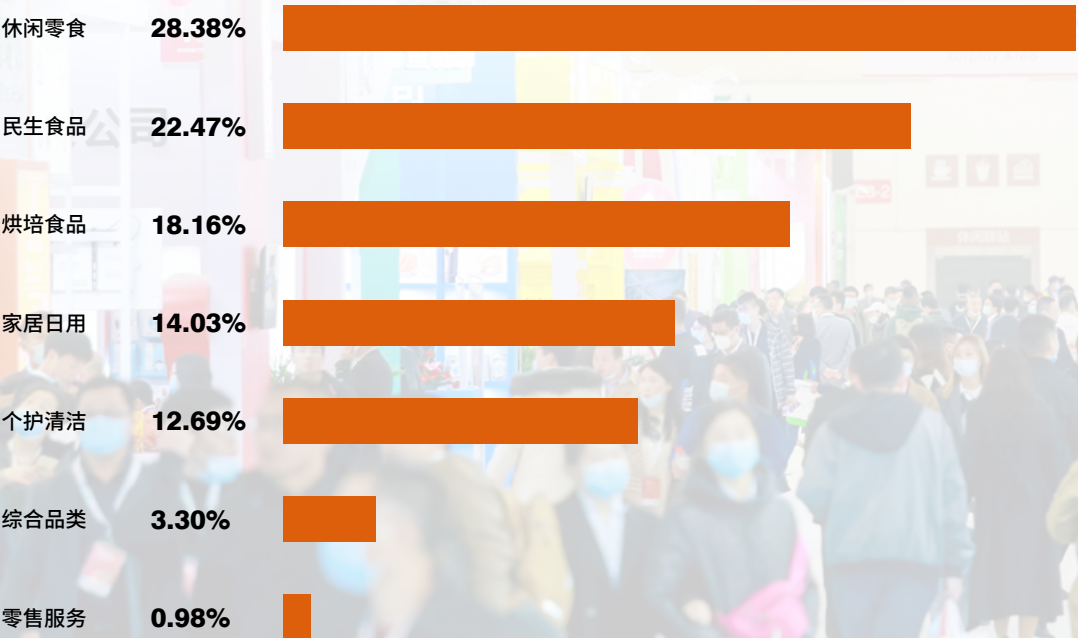
向合作伙伴或同事  
的推荐意愿



展商参展目的



展商分类占比



\* 以上数据来源于现场调研





## 仙乐健康科技股份有限公司

黄劲峰 零售客户部销售总监

全球自有品牌产品亚洲展主要针对零售商，与公司以前参加的其他展会还是有较大区别。作为仙乐健康 2021 年参加的第一个大型线下展会，我们带来了健康饮品、营养软糖、益生菌、代餐产品、运动营养产品等六大类产品。我们期待下届自有品牌亚洲展的到来，同时也希望和展会有更深度的合作，比如在会议和论坛方面。



## 烟台双塔食品股份有限公司

高庆业 集团副总

疫情之下，自有品牌却得到了长足发展。公司的生鲜品类、干果品类、散货系列自有品牌都有了进步，尤其是生鲜品类。今年自有品牌展组委会做了很多的努力，比如在展区规模、展商质量、展馆细分等方面，为采购方提供了不错的体验。厂家带来新的产品、技术、理念，采购方能更加明确未来基于自有品牌的定位、发展和需求，这次展会达到很好的赋能企业和采购商的效果。



## 浙江稻花香食品有限公司

王总 销售总监

稻花香食品参加这次展会带来了以米制品为主的产品，包括米线、小面、冲泡的拌面、关东煮、煲仔饭等一系列的新品，展台前观众蜂拥试味，产品受到很多专业观众的青睐。这次参加全球自有品牌产品亚洲展，让我们有机会接触更高端的买家，同时也扩大了我们公司的知名度。我们对此次参展效果感到很满意！

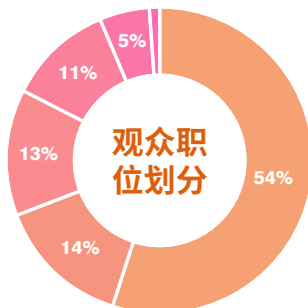


## 四川润丰肉食品有限公司

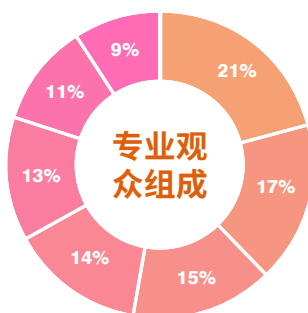
赵红轩 总经理

我们公司自致力于牛肉制品、调理牛肉的发展。此次参展，让我们公司产品与自有品牌行业达到了无缝对接，今后公司也会更多关注自有品牌产品的研发与发展。本次展会效果很好，很多专业观众来展位上咨询，双方都表示之后会一一跟进。我们下次还会继续参展。

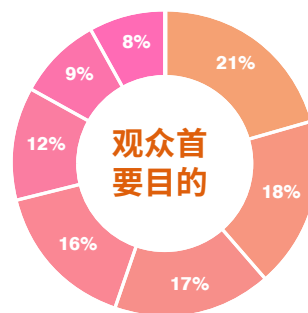




- 54%** 高级经理 / 经理 / 采购经理 / 项目负责人、自有品牌负责人
- 14%** 采购主管 / 采购专员 / 采购助理
- 13%** 产品经理 / 开发经理 / 产品策划 / 包装设计
- 11%** 董事长 / 总裁 / 总经理 / 副总 / 总监
- 5%** MCN 负责人 / 部长 / 主任
- 1%** 品控经理 / 质量经理 / 设计师 / 工程师



- 21%** 零售商
- 17%** 电商平台
- 15%** 品牌
- 14%** 全球采购
- 13%** 专业店
- 11%** 贸易 / 经销商
- 9%** 酒店 / 餐饮



- 21%** 了解行业发展趋势
- 18%** 建立新的商业关系
- 17%** 研究市场竞争动态
- 16%** 了解新产品发布信息
- 12%** 提高专业知识
- 9%** 维持现有的商业关系
- 8%** 参加线下同期活动

## 观众来源地区分布

- 39.24%** 华东地区
- 19.94%** 华北地区
- 13.19%** 华南地区
- 12.07%** 华中地区
- 6.72%** 东北地区
- 5.04%** 西南地区
- 3.53%** 西北地区
- 0.17%** 大洋洲
- 0.07%** 欧洲
- 0.03%** 亚洲

**96%**

对展会整体满意度



» 电商



» 国际商超



» 零售百强



» O2O 新零售



» 区域超市



» 便利店





### 三江购物俱乐部

左娟 自有品牌总经理

本次自有品牌展的展品宽度为历届最高，展商的品类也丰富多样，非常符合我们的采购需求，不虚此行！现场看到了不少展商发布新品，我们也对此很感兴趣，了解了许多。希望展会作为自有品牌行业的风向标，能展出更多趋势向的商品。



### 苏宁易购

汤洋 自有品牌总经理

本次在自有品牌展上，主办方为苏宁组织了专场对接会，很多展商参与，效果非常好。此次苏宁自有品牌采购部全部人员都来现场深入参与展会，也在逛展中看见许多母婴类的自有品牌产品，较往届增长了许多。我们计划继续参加第十三届自有品牌展，届时会带来我们母婴类的自有品牌新品，在现场更完整地呈现苏宁自有品牌的形象。



### 湖北黄商集团

曾丹 自有品牌总经理

本次参展带着采购食用油、面条、瓶装酱菜、辣椒酱、散称糕点、散称菇菌类、袋装菇菌、生鲜冷冻禽肉制品、牛羊肉卷、预制菜、火锅食材、调味料、针织袜品等目的，逛展收获非常多，一次逛展满足多重采购需求。非常感谢协会重启今年的自有品牌展，通过展会，我们了解了今年各大类产品市场趋势变化；通过参加会议论坛的学习，我们学习了同行标杆企业在自有品牌开发以及经营方面的解决方案；协会通过这次苏州展，为零供双方搭建了平台，在这次展会上我们近距离结识了不少生产商，建立了联络方式，为未来自有品牌的开发对接储备了资源。



### 上海罗森便利有限公司

尤晓燕 商品一部部长

这届展会参展的展商数量增多，专业程度也更高，内容更丰富。希望有更多优秀的供应商能和罗森合作，一起推出更多新品、爆品。







## 金星奖线上评选

2020年12月23日，“全球自有品牌产品亚洲展-第四届中国自有品牌评选（金星奖）”颁奖典礼以线上直播的形式顺利举行，对为期3个多月的评选工作进行了全面盘点、揭晓了中国自有品牌行业的各大年度奖项、对行业的未来也进行了展望。星光不负赶路人，最美不过PB人，本次线上颁奖直播，共计吸引**9.27万人次**观看。

本届“金星奖”共设三大板块、共计五大奖项。今年的“金星奖”共计有**98家企业和200多项自有品牌产品**参与评选。其中，参选企业的数量更是较上一年增长超过20%；参选产品的品类覆盖率高达72.7%，参选总数也较去年上升了26%。**评选产生的2020年度自有品牌行业风尚奖9人；2020年度自有品牌优质供应商10家；2020年度自有品牌整合营销奖5家；2020年度自有品牌最佳团队奖9家；2020年度自有品牌最佳产品奖32个。**



## 2021年3月23-25日，中国自有品牌评选“金星奖”获奖产品解析

2020中国自有品牌评选“金星奖”参评产品陈列区主要用于年度“金星奖”参选自有品牌产品及获奖自有品牌产品的展示，陈列区的设立，意在PLF展会同期向业界展示中国年度优秀优质自有品牌产品及年度国内市场零售商自有品牌新品，PLF展会同期还于“金星奖”参评产品陈列区举办2020年度国内优秀自有品牌产品解析研讨会，为到场观众讲解年度国内自有品牌优质产品，助力中国自有品牌行业的健康发展。





本次高峰论坛以“新形势下中国自有品牌发展趋势”为主题，为大家带来一年一度自有品牌界的饕餮盛宴。上海市品牌授权经营企业协会副会长方献礼主持了本场高峰论坛。上海市品牌授权经营企业协会会长曹健、中国人民大学商学院教授陈甬军、普华永道食品部高级经理冯晨晨、上海市品牌授权经营企业协会执行秘书长薛晓伟、灵兽传媒创始人陈岳峰、上海罗森便利有限公司副总经理何颀民、安徽安德利工贸有限公司集团总经理任等等、中国连锁经营协会副秘书长王升、上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专业委员会特聘专家龚剑等参加论坛。



### 樊飞飞

广东省连锁经营协会秘书长

很荣幸和全球自有品牌产品亚洲展达成合作，未来能一起在深圳办展。广州有最多的供应商，也有最多的零售商，广东省连锁经营协会会全力发动当地超市、便利店等综合零售企业参与到这场盛会。此次展会在参展商质量、展商服务方面都非常好，让我对七月在深圳举办的第12届全球自有品牌产品亚洲展抱有非常大的信心。



### 陈岳峰

灵兽传媒创始人

我已经参加了好几届自有品牌展，见证了展会规模、专业度上的变化，本届展会达到了一个新高度。希望未来展会在采购商和零售商的对接上有更多不同的形式满足更多需求。希望自有品牌展能促进中国乃至全球的零售品牌在中国的落地生根，越办越好！



## 第二届零售生鲜峰会

3月24日，第二届零售生鲜峰会在苏州国际博览中心B1论坛区隆重举行。本次峰会的主题是“全渠道助力生鲜零售化”。“高频”、“刚需”一直是生鲜领域的代名词。一场疫情的来临，也是给生鲜新零售的又一次机会——将潜在用户转移到新的消费场景的机会，而在这风起云涌的市场环境中，布局全渠道就成为了生鲜领域的“进阶”标准。本场峰会全方位讨论了全渠道下生鲜零售的发展。上海市品牌授权经营企业协会副秘书长罗刚、朗然资本创始合伙人潘育新、宝能百货零售有限公司生鲜采购部总经理曹文广、上海罗森便利有限公司一部部长尤晓燕、本来集团副总裁刘有才等嘉宾出席论坛。



### 徐九成

浙江省衢州市商贸业联合会会长

受上海品牌授权经营企业协会的邀请，我们参加了全球自有品牌产品亚洲展。这次我们既有参展企业，又组团几十家公司来采购，收获满满。展会五大板块布局非常新颖。在疫情后时代，对长三角整个地区的食品行业、零售行业带来很多新机遇、新产品、新经济思想理念。衢州作为上海长三角联盟的成员单位，是第二次参展，衢州基层企业参展感觉是收获很大！



### 刘有才

本来集团 副总裁

生鲜品牌化发展缓慢，但却蕴含巨大价值，未来一定是生鲜品牌化的。参加此次展会非常激动。2020年的疫情给零售端和生产端带来很大的冲击，越是在艰难的日子里，越要做交流、分享经验，获得高质量的发展。



## 现场活动集锦



展期零供对接会



爱自有品牌 SHOW 论坛



零售电商研讨论坛



零售商户午餐培训会



《零售+生鲜+冷链》  
全新产业模式论坛



增长新洞见  
——新零售用户体验管理论坛



自有品牌产品合规性及  
风险防范研讨论坛



自有品牌包装设计与包材  
研讨论坛



2020 上半年度，自有品牌线上零供对接服务，共计服务零售企业 221 家，采购需求单品数 545 个，共计匹配对接供应商企业 1422 家。  
2020 年 5 场采供对接会：漳州、厦门、青岛、中山、株洲。共计 56 家采购商、506 家制造商企业参与，全年对接会对接商机超 1.5 亿元。

## » 漳州对接会

到场采购 13 家、制造商 86 家，现场对接匹配 409 次



## » 厦门对接会

到场采购 11 家、制造商 100 家，现场对接匹配 432 次



## » 青岛对接会

到场采购 18 家、制造商 105 家，现场对接匹配 431 次



## » 中山对接会

到场采购 11 家、制造商 92 家，现场对接匹配 371 次



## » 株洲对接会

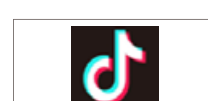
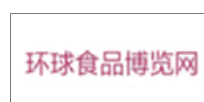
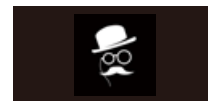
到场采购 12 家、制造商 98 家，现场对接匹配 389 次



## 媒体合作伙伴

**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



\* 部分媒体，排名不分先后

微信搜索小程序

自有品牌展 PLF



## » 大众媒体传播

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



## » 行业媒体报道（部分）



## » EDM 传播



## » 户外广告投放

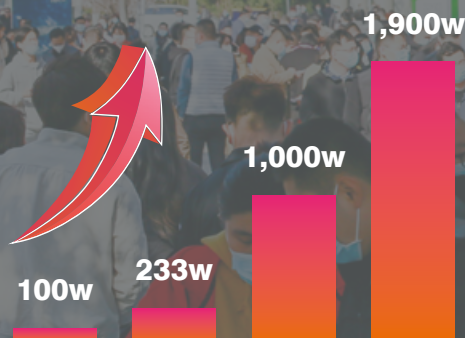


## » Media Tour



## 全球自有品牌产品亚洲展吸引了 百余家媒体联手报道

包括联商网、灵兽、超市周刊、第三只眼看零售、生鲜榜等行业媒体；  
东方财经、江苏卫视、爱奇艺、优酷、腾讯等电视视频媒体；新华社、  
中国日报、中新网、新民晚报、经济日报、文汇报、上海日报等纸媒；  
新浪、腾讯、搜狐、凤凰网、网易等大众媒体等。



## 公众号曝光量

100 万余次

## 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

12th *SHENZHEN*

# PRIVATE LABEL FAIR ASIA

全球自有品牌产品亚洲展

2021.08.18-20 | 深圳会展中心

13th *SHANGHAI*

# PRIVATE LABEL FAIR ASIA

全球自有品牌产品亚洲展

2021.11.30-12.02 | 上海新国际博览中心



自有品牌  
亚洲展官微



零售生鲜  
食材展官微



微信小程序



加入万人社群



领英

## 展位咨询

谢女士

021-8037 9646

plf-sales@plsc.org.cn

## 参观咨询

刘先生

021-6236 6036

tom.liu@plfasia.com