

14th XIAMEN

PRIVATE  
LABEL FAIR ASIA

全球自有品牌  
产品亚洲展



SHOW REPORT  
展后报告

www.plfasia.com

2022  
厦门国际会展中心

08/29 08/31  
/星期一/ /星期三/

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

战略合作单位

(排名不分先后)

美国自有品牌制造商协会 (PLMA)

自有品牌产业研究院 (PLRI)

北京京东世纪信息技术有限公司

达曼国际咨询 (上海) 有限公司

支持单位

(排名不分先后)

上海商学院

福建省批发零售行业协会

上海市食品协会

上海市商业联合会

上海市电子商务行业协会

厦门市食品行业协会

福建省连锁经营协会

上海市厦门商会

晋江市食品行业协会

浙江省连锁经营协会

广东省电子商务协会

合作单位

(排名不分先后)

中国连锁经营协会

江苏宠资链互联网有限公司

势点新电商

北京数字一百信息技术有限公司

启领商学





2022年  
中国自有品牌  
蓝海战略白皮书  
“下一站，成为超级品牌”



213 家  
参展企业

12 场  
同期活动

中国自有品牌文集



5,534 位  
专业观众

PLF  
中国自有品牌发展  
研究报告  
2022



自有品牌评选



**第十四届全球自有品牌产品亚洲展（PLF）** 首次在厦门国际会展中心举办，本届展会由上海市自有品牌协会、亚东展览主办，以“融合·创新”为主题，展现了零售业强劲的发展趋势，助力南方及沿海地区自有品牌产业发展。展会共计三天，迎来了 **213 家** 参展商，**5534 名** 专业观众，成功举办了 **12 场** 活动。观众现场还收获了 **2 份报告**：2021 中国自有品牌发展研究报告、2022 中国自有品牌蓝海战略白皮书；**1 份文集**：2022 中国自有品牌文集；**1 份图册**：第五届金星奖获奖产品图册。

## PLF | 本届展出品类

DISPLAY CATEGORY



### 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



### 服务商

产品服务、门店服务、营销服务、供应链服务



### 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

\* 以上数据来源于现场调研

微信搜索小程序

自有品牌展 PLF



## » 三场峰会论坛干货满满，直播收看人数创新高

本届展会联合了上海市自有品牌协会，自有品牌产业研究院，势能新电商联盟，带来了3场峰会论坛，逾46位行业大咖分享前沿观点，带来“自有品牌领变未来”、“自有品牌商品创新”、“通过自有品牌构建新电商护城河”等演讲主题，三场峰会参会人数，直播收看人数创新高。



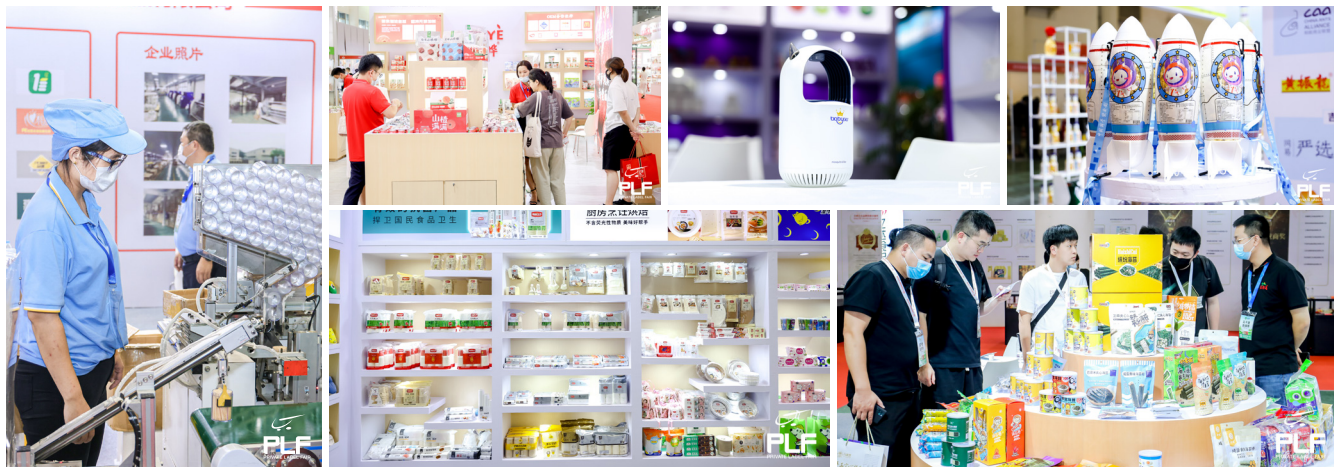
## » PLF 新品秀 SHOW 全品类新品 “争奇斗艳”

本届展会分为中国零售商自有品牌 SHOW 和 PLF 创新商品新品 SHOW，参展商和零售商纷纷以“新品”为利器，在原料、工艺、包装、口感等方面来个现场大比拼。零售企业盒马带来了使用鲜湿粉、选柳州带壳石螺熬制的盒马螺蛳粉和首创的网红麻薯冰淇淋；永辉旗下自有品牌馋大师带来了经过烘焙团队上万次鸡蛋打发实验的馋大师芝士蛋糕；自有品牌全面开花的天虹将只取头道初榨之精华的天优原生初榨花生油推上秀场……



## » 参展商合作模式多元化，满足各渠道自有品牌开发需求

213家展商参展，来自国内24个省市（自治区）的源头工厂，展出商品包含米面粮油、调味品、方便食品、南北干货、豆制品等细分品类，满足全国各地奔赴而来的采购需求。其中获得省级荣誉的企业占比16.5%，拥有自有品牌合作经验的企业占比73.2%，出口型企业占比46.6%，获得相关管理认证的企业占比67%，另外达56%的展商可以“一件代发”，满足电商自有品牌日益增长的需求。



## » 展商满意度



对展会整体满意度

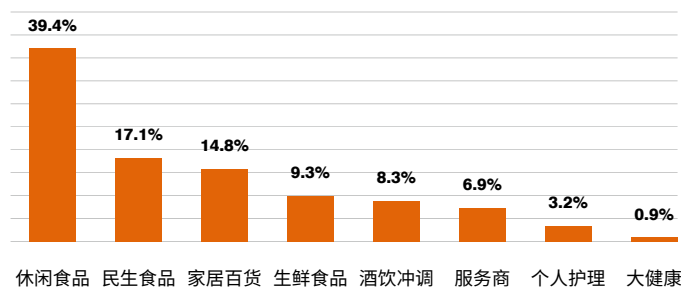


下届参展意愿

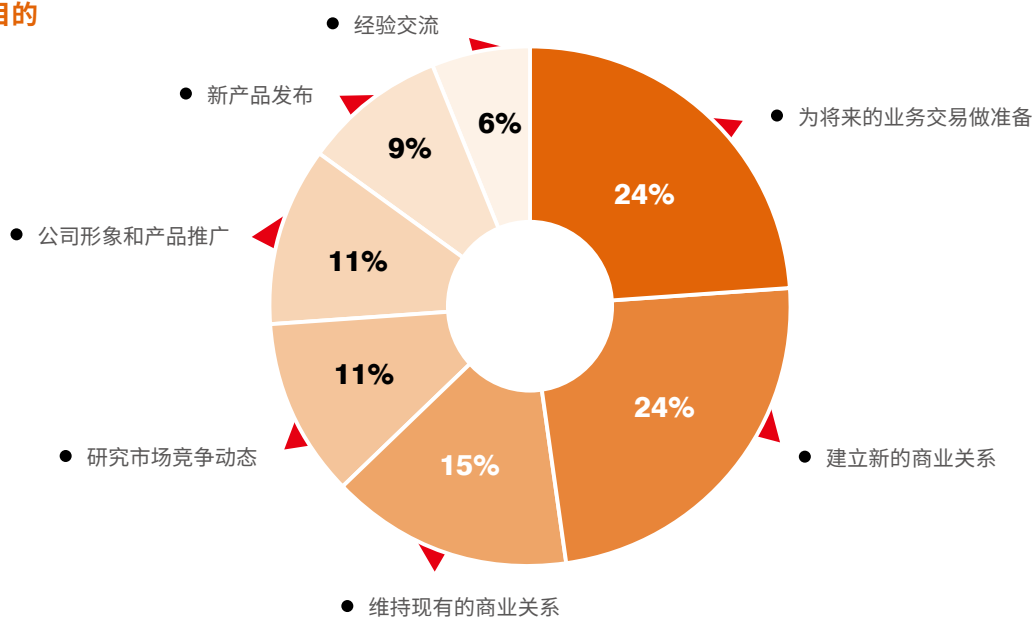


向合作伙伴或  
同事推荐意愿

## » 展商分类占比



## » 展商参展目的



### 广西巴马铂泉天然矿泉水有限公司

田文骥 总经理

作为上游厂商，也应该做到差异化的布局。致力打造高端水的巴马铂泉目前与以胖东来为首的零售企业、希尔顿、万邦等超五星酒店以及汽车行业的众多渠道商有着紧密合作，用高端水的品质，打造性价比十分亲民产品，达到了差异化竞争的目的。



### 颜派食品（厦门）有限公司

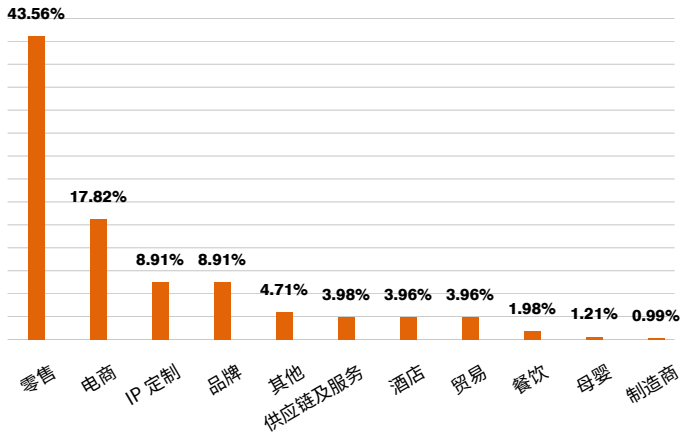
颜馨圻 总经理

我们是三只松鼠、来伊份、良品铺子等多家专业休闲食品品牌的专业自有品牌合作工厂，同时旗下的自主品牌颜派爽口梅也基本进入各大商超，如永辉、大润发、沃尔玛等渠道销售。我认为与零售合作自有品牌产品和我们的自主品牌是相辅相成的关系，自主品牌做大做强了，找上门自有品牌合作的企业也会越来越多。

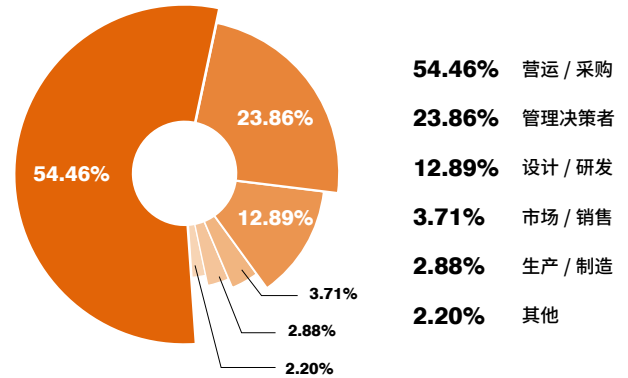




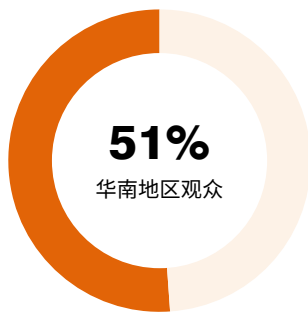
## » 专业观众组成



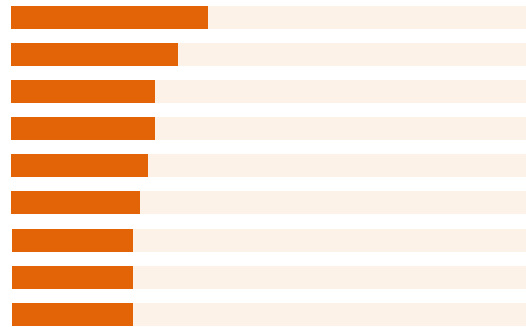
## » 观众职位划分



## » 中国大陆观众区域分类统计



15%	浙江
11%	其他
5%	上海
5%	湖南
4%	山东
3%	江苏
2%	河南
2%	北京
2%	安徽



## » 专业买家深耕福建产业集群地

本次 PLF 依托福建产业集群地，重点围聚集了福、厦、漳、泉四市休食类，以及宁德水产类、古田菌菇展商类。同时拓展了台州家用百货，汕头玩具及其他非食品类展商，极大丰富了展出品类结构。不但吸引了物美、联华、盒马、麦德龙、天虹超市、华润万家、红旗、冠超市、元初、见福、新华都新天地、天福等全国各地线下零售商齐聚 PLF。更是吸引了天猫超市、京东、抖音电商、拼多多等电商买家。Timi 超享团、哎呦优选、爱尚优选、飞博共创、国货甄选、简爱乐选、云上优选、真好团、蔬果星探、每日说、集优等社群团购的采购参观。



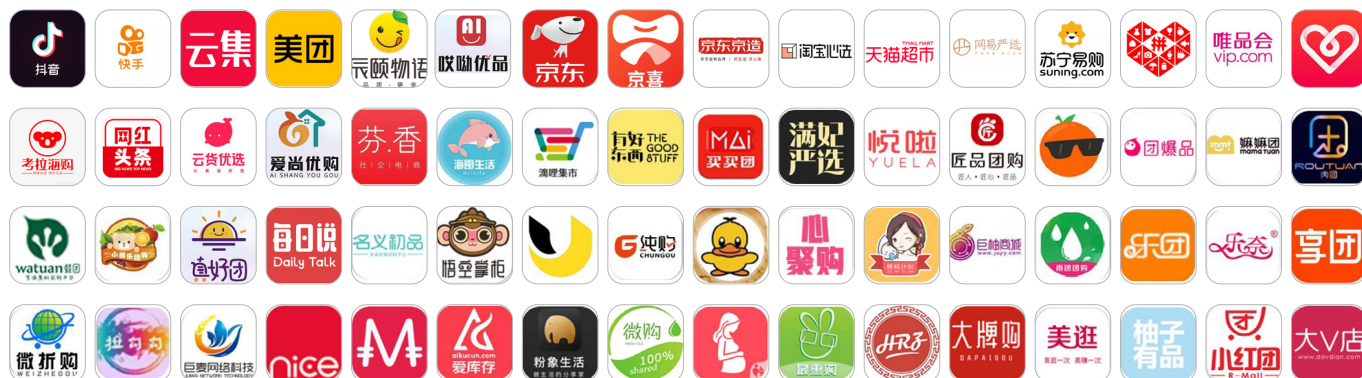
# PLF 本届观众展示

## AUDIENCE SHOW

### » 部分零售商 (排名不分先后)



### » 部分电商 (排名不分先后)



# PLF 本届观众评语

## AUDIENCE COMMENTS



### 厦门见福连锁管理有限公司

张利 董事长

我认为未来商品的核心竞争力会体现在产品的差异性上,而品牌的差异性来自于自有品牌。自有品牌将作为企业竞争的核心要素,帮助客户选择高性价比、高频采购和刚需的产品,品质大于价值本身。“量”和“独”是关键词,没有足够的采购量就没所谓价值,商品没有独特性也会削弱价值。我们此次来参加 PLF 自有品牌展,除了寻找高质量、品牌意识强和拥有共同价值观的工厂,也是来学习和探讨自有品牌未来发展方向的。



### 北京物美商业集团股份有限公司

郝洪涛 自有品牌中心负责人

如今零售渠道多,顾客分流也较大;随着社区团购、工厂直营也参与到了零售竞争当中,商品的销售渠道越来越多元化。自有品牌是企业竞争的重要手段,物美在自有品牌的开发方面也是不遗余力。如今我们的自有品牌涵盖包装类如“良食记”、用品类如“兰莱可”、“唯本生活”和生鲜类(缤纷系列),拥有全品类的品牌矩阵。

物美对于自有品牌的生命线是质量,严把质量关。我们在供应商的选择上会从资质认证、验厂标准、合作意愿等方面重点考虑。这个展会非常好,见到了许多新老朋友,也接洽了不少源头优质工厂。我们也寻找到了许多重点发力品类的对口工厂,比如一次性用品、精酿啤酒和米面粮油等。希望 PLF 自有品牌展越办越好!





## » 2022 亚太自有品牌（厦门）峰会

在 2022 亚太自有品牌（厦门）峰会暨商品创新论坛上，自有品牌产业研究院院长、上海商学院周勇教授，东方生活艺术家赵学强老师，达曼国际咨询中国自有品牌业务总经理 Alex Reuts，国际自有品牌资深专家 EDGAR，以及来自罗森、生鲜传奇、盒马邻里、麦德龙等企业核心高管及自有品牌负责人一起探讨自有品牌领变未来的内核与轨迹，洞察 2022 中国自有品牌最新发展趋势，阐述自有品牌在穿越历史周期、促进流通产业变革与零售业态创新中的巨大作用，探讨自有品牌走向新未来的机遇与挑战。



周勇

自有品牌产业研究院院长  
上海商学院教授



Alex Reuts

达曼国际咨询（上海）  
有限公司中国自有品牌  
业务总经理



Johnny

华通凯度洞察（北京）  
信息咨询有限公司  
品牌及创新实践总监



陈静阳

厦门拙速供应链管理  
有限公司 董事长



余俊贤

麦德龙商业集团  
有限公司自有品牌  
及进口总经理



张棣

荟萃 | 粒子森林创始人  
(原阿里巴巴集团自有品牌  
事业部总经理)



游五洋

杭州希疆新零售研究院  
创始人



范长川

上海数字一百市场调研  
有限公司数字一百客户  
体验研究院院长



尤晓燕

上海罗森便利有限公司  
副总经理



赵学强

当代东方生活艺术家



胡超

乐友孕婴童创始人  
兼 CEO



黄劲峰

仙乐健康科技股份  
有限公司渠道客户  
事业部总经理



Edgar Elzerman

上海市自有品牌协会  
海外专家



胡大雷

盒马邻里总经理

## » 2022 亚太自有品牌（厦门）商品创新论坛

2022 亚太自有品牌（厦门）峰会暨商品创新论坛由上海市自有品牌协会主办，自有品牌产业研究院提供学术支持，跨采（上海）广告有限公司承办。论坛围绕后疫情时期以目标消费者需求为导向的产品打造理念，从洞察消费者需求、未来产品发展趋势、商品整体品质提升以及系统性打造一款产品四个角度展开讨论和探索，让更多好商品被快消品市场看到并获得消费者认可，以商品创新创造更大的商业价值。





## » 热点·第六届全国新电商行业风向标大会

在新电商行业风向标大会暨新电商 100 人年中颁奖典礼现场，中国服务贸易协会社交电商分会联席秘书长、福建省海峡电子商务研究院执行院长 - 陈永惠先生致开幕词，拉开了大会序幕。在会议现场，深圳团萌、快团团、燎圈、聚宝赞、私我私域、买上科技、梦饴集团、蔬果星探等电商平台负责人、企业高管等分享经验。



## » 新电商渠道招商选品会



## » PLF 展期对接会



## » 第五届金星奖获奖产品鉴赏



## » PLF 卓越供应商颁奖典礼



\* 以上数据来源于现场调研

微信搜索小程序

自有品牌展 PLF





### 势能·新电商

老李 创始人

这次我们来 PLF 厦门展收获很大，寻找了很多对口的源头工厂。我们邀请到的私域电商、社群团购、社区团购等平台方，对自有品牌的产品也非常感兴趣。新电商的变化很快，新零售渠道也需要跟传统行业快速结合。当下零售渠道的竞争十分激烈，线上线下的渠道迭代非常快，要如何抓住渠道还是最终要回到“货”的本质上来。势能非常愿意跟 PLF 合作，携手共拓传统零售行业的第二条增长曲线。



### 莆田市凤凰百货有限公司

陈静阳 总经理

自有品牌战略是今年凤凰百货集团的四大战略之一，扮演着凤凰未来转型的支柱力量之一。凤凰百货希望通过自有品牌产品传递设计理念、企业文化，通过产品做宣传导向而不是广告。未来零售行业的竞争也将体现在产品差异化、线上线下经营差异化和同业竞争差异化等方面，而我们追求的核心价值是高质平价，而不是低质低价。

目前我们关注到自有品牌的采购过程中也存在一些亟待解决的问题，比如单品的采购数量有限，及自有品牌产品的库存管理等诸多问题。此次参加 PLF 展非常有意义，通过面销的模式与厂家直接交流，越过了传统的经销渠道。凤凰百货的自有品牌业务刚起步，我们也在积极探索和学习中，希望通过 PLF 结识到高品质的厂商，加快我们的自有品牌业务开发。





# 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



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

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

江先生

021-80379678

media@plfasia.com

media@fmrexpo.com