

招 展 手 册

# EXHIBITION MANUAL

W W W . P L F A S I A . C O M



展会咨询:

王毅 高级客户经理

手机: 185 1669 6996 (同微信)

电话: 021-58881813

13th SHANGHAI

# PRIVATE

全球自有品牌  
产品亚洲展

# LABEL FAIR ASIA

2021

SNIEC

上海新国际博览中心

11/30

/星期二/

12/02

/星期四/

## 关于全球自有品牌产品亚洲展

# About PRIVATE LABEL FAIR ASIA

“全球自有品牌产品亚洲展” (PLF) 自 2010 年起, 每年在上海成功举办, 目前已经成为全球三大自有品牌展之一(美洲展 - 芝加哥、欧洲展 - 阿姆斯特丹), 辐射整个亚洲区域, 覆盖亚太地区零售市场和中国绝大部分零售商群体, 更有行业峰会、市场趋势报告、消费者洞见、产品及包装设计、合规化发展等会议和活动; 是零售商与制造商相聚并建立商业合作关系的理想场所, 已成为国内乃至亚洲零售业界自有品牌的年度盛会; 是建立零供关系网络、合作接洽的绝佳地点; 是零售商寻找源头供应商, 制造商与零售商建立良好业务关系的高效平台。如果贵公司已是自有品牌产品的制造商, 本展将为贵公司带来更多的市场机会, 如果贵公司刚刚开始涉足自有品牌, 参加本展将是进入零售市场弯道超车的良好途径。

70,000 m<sup>2</sup>

展会规模

1,500 家

展商数

35,000 名

专业观众

25 场

展会同期活动



## 为什么参加 PLF

# Why Participate in PRIVATE LABEL FAIR ASIA

### 生产型供应商“弯道超车”的绝佳时机 *A good opportunity*

国内大部分零售商企业都处于自有品牌初创期，大部分待开发的品类都需要自有品牌供应商支持、协助和服务。且目前的自有品牌供应商距离发达国家专业的服务型供应商差距明显，谁先进入，谁先探索，谁就占优。随着人们对自有品牌意识的不断深入，零售商企业对供应商的专业高要求越来越高，合作机会不断向成熟的供应商聚合。

#### 一站式商品 解决方案

- 零售百强
- 区域零售龙头
- 头部便利店连锁
- 各大电商平台
- 社区团购
- 知名快消品品牌
- 跨国采购
- 国际贸易

零售直采  
贴牌定制 OEM



## 展商调研数据 Exhibitor survey data



97%

对展会整体满意度



93%

展会目标达成度

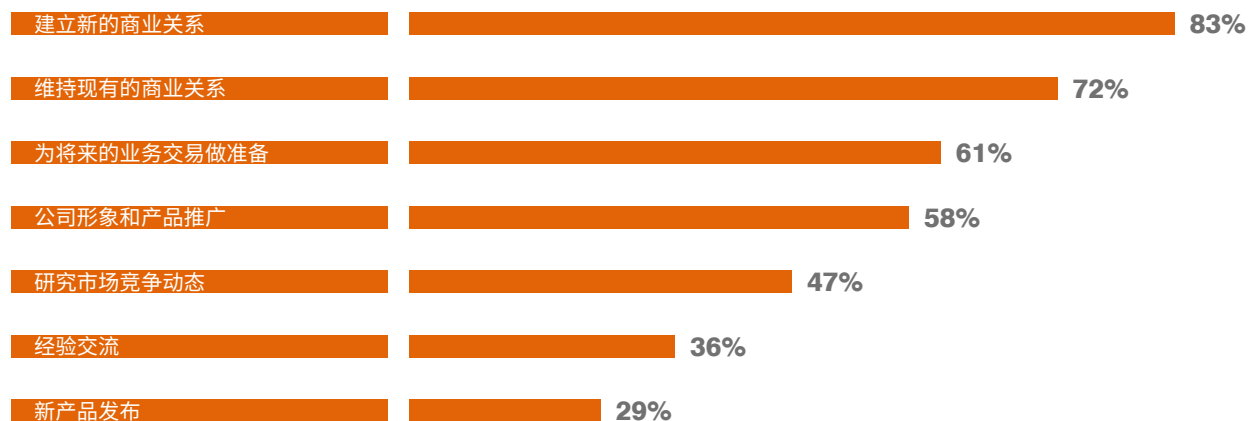


86%

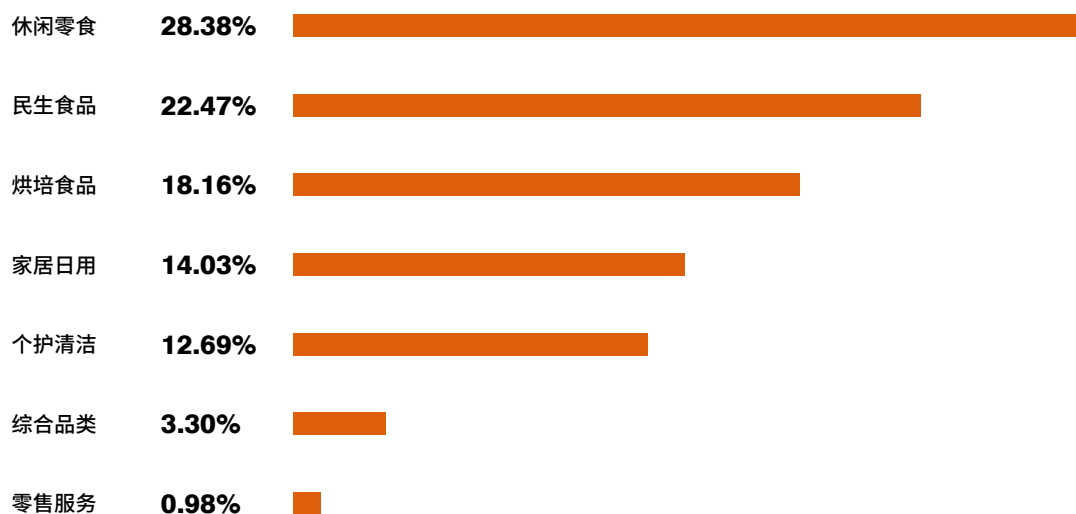
向合作伙伴或同事  
的推荐意愿



## 展商参展目的 Purpose of Exhibitors



## 展商分类占比 Proportion of exhibitors by category



## 展商评价

# The Exhibitors Comments



### 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！



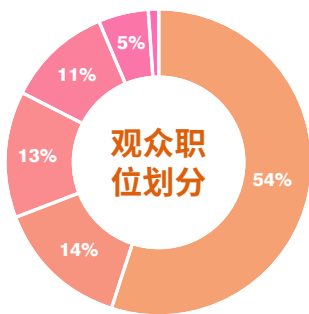
### 四川润丰肉食品有限公司

赵红轩 总经理

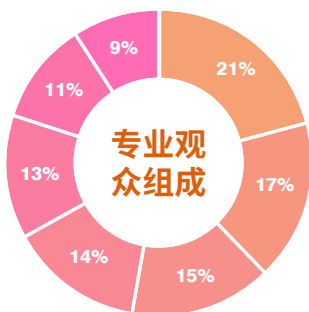
我们公司自致力于牛肉制品、调理牛肉的发展。此次参展，让我们公司产品与自有品牌行业达到了无缝对接，今后公司也会更多关注自有品牌产品的研发与发展。本次展会效果很好，很多专业观众来展位上咨询，双方都表示之后会一一跟进。我们下次还会继续参展。



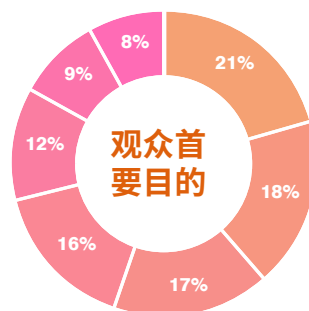
## 观众调研数据 Audience Research Data



- 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



## 观众评价

# The Buyers Comments



### 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、散称菌菌类、袋装菌菌、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。

## 把握行业发展趋势 Catch the industries development trend

展会同期举办十多场专题演讲和研讨活动，上届展会共邀请 53 位国内外行业专家进行主题发言，在 17 个场次的现场活动中，超过 13000 人次参加了现场的互动交流。本届展会将针对“后疫情”环境下的新发展趋势为主题，设计多形式、多话题、多领域的现场交流活动，提供最前沿的行业动态。

## 现场活动集锦 Live event highlights



第四届中国自有品牌高峰论坛



第二届零售生鲜峰会



展期零供对接会



爱自有品牌 SHOW 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



《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



零售电商研讨论坛



零售商午餐培训会



## 全年深入产业集群地组织零供采购对接会 Annual procurement conferences

2020 上半年度，自有品牌线上零供对接共计服务零售企业 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。

## PLSC 全国对接会

参展一次  
服务一年

# 2021

### 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





## 买家列表

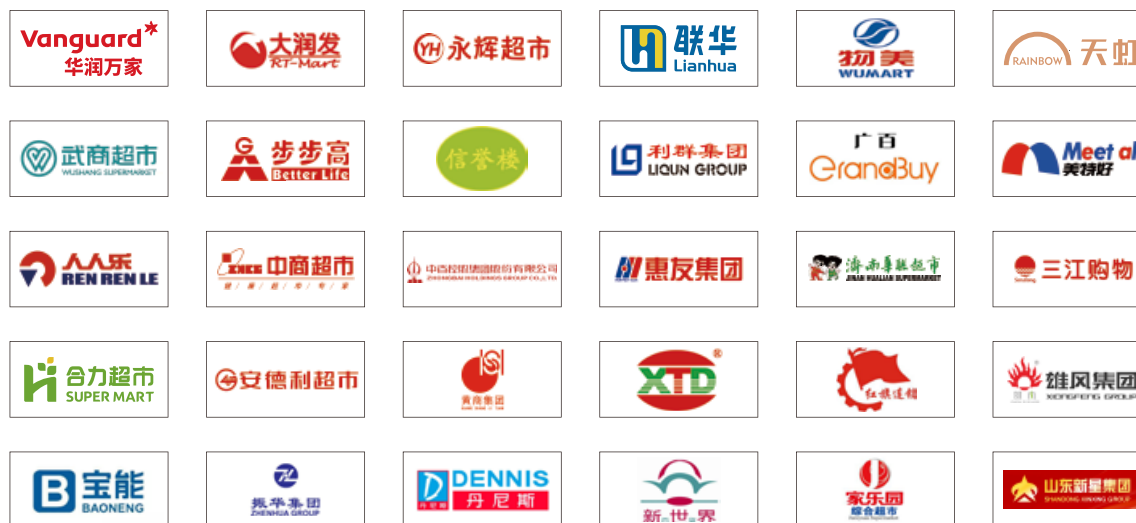
# Key Account Buyers Wall

**TIP** 部分 KA 买家展示, 排名不分先后

### 国际商超 International supermarkets



### 零售百强 The retails of top 100



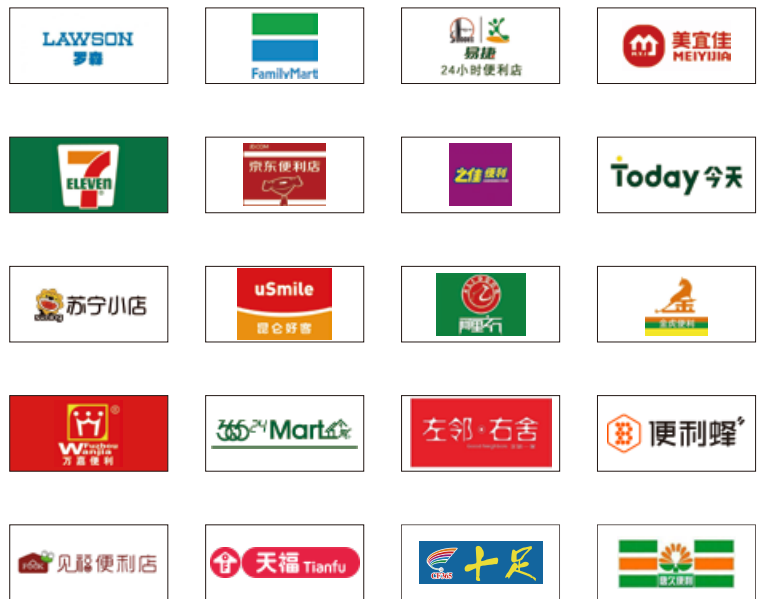
电商 E-commerces



O2O新零售 O2O new retail



便利店 Convenience stores



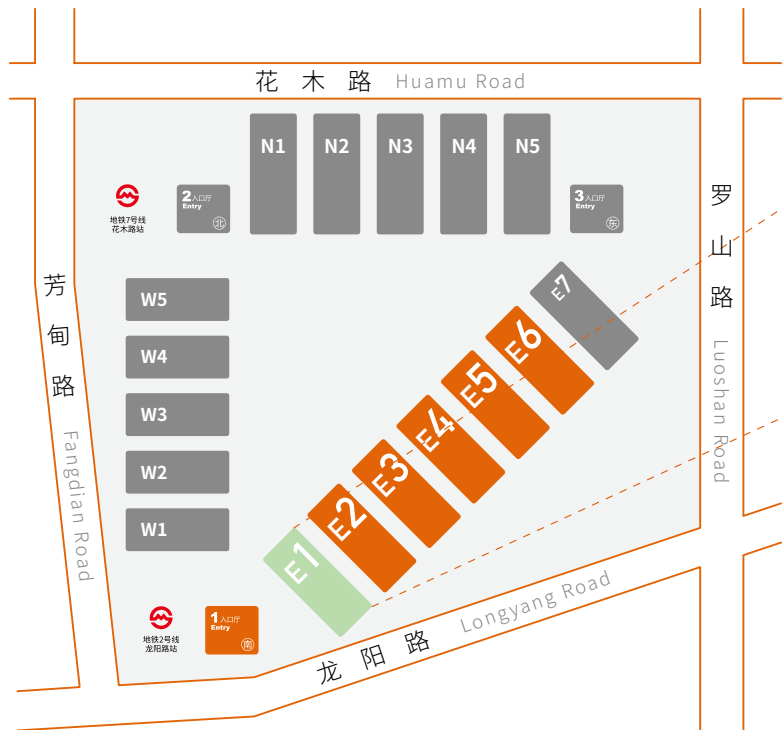
区域超市 Regional supermarkets



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

导览图 上海新国际  
博览中心

Shanghai  
New International  
Expo Centre  
(SNIEC)



**E1**  
**FMR**  
零售生鲜  
食材展

**E2**  
个护百货馆

**E3**  
国际综合馆

**E4**  
民生食品馆

**E5**  
休闲食品馆

**E6**  
综合食品馆

■ E1 为同期展会：零售生鲜食材展 FMR

参展价格 (展位费) Exhibitor price

**V 区**  
光地 (36 m<sup>2</sup>起)  
**¥1780/m<sup>2</sup>**

**A 区**  
光地 (36 m<sup>2</sup>起)  
**¥1580/m<sup>2</sup>**  
标摊  
**¥15800/个**

**B 区**  
光地 (36 m<sup>2</sup>起)  
**¥1480/m<sup>2</sup>**  
标摊  
**¥14800/个**

13th SHANGHAI

# PRIVATE LABEL FAIR ASIA

全球自有品牌  
产品亚洲展



## 休闲零售

1. 肉干肉脯
2. 果脯蜜饯
3. 布丁罐头
4. 坚果炒货
5. 果蔬干品
6. 膨化食品



## 民生食品

1. 粮油米面
2. 调味酱料
3. 方便食品
4. 杂粮干货
5. 豆乳制品
6. 冲调茶饮
7. 酒水饮料



## 烘焙食品

1. 饼干曲奇
2. 糖巧甜品
3. 中西糕点



## 家居日用

1. 厨房用品
2. 鞋服穿戴
3. 家居收纳
4. 家庭清洁
5. 家居装饰



## 综合品类

1. 营养保健
2. 母婴用品
3. 宠物用品
4. 文具玩具
5. 体育用品
6. 3C 数码
7. 出行车载



## 个护清洁

1. 美容美妆
2. 个人护理
3. 个人清洁



## 零售服务

1. 包装设计
2. 审核检测
3. 供应链
4. 供应链金融
5. 咨询服务
6. 物流配送

### C 区

光地 (36 m<sup>2</sup>起)

¥1380/m<sup>2</sup>

标摊

¥13800/个

### 双开口费

双开口展位加收  
角摊位费用 (9 m<sup>2</sup>)  
的 10%

(无效角摊不收费)

### 标摊配置

9 m<sup>2</sup> (3m x 3m) 场地  
洽谈桌 1 张  
咨询桌 1 张  
椅子 3 把  
展位照明、楣板  
附加服务 (买家名录)

13th SHANGHAI

PRIVATE

全球自有品牌  
产品亚洲展

LABEL FAIR ASIA

2021

SNIEC

11/30

/星期二/

12/02

/星期四/

上海新国际博览中心

审批单位 上海市商务委员会

战略支持 美国自有品牌制造商协会 (PLMA)

### 主办方

上海市品牌授权经营企业协会  
自有品牌专业委员会 (PLSC)  
亚东展览 (YADO EXPO)

邮 箱 : plfasia@126.com



### 承办方

跨采 (上海) 广告有限公司

电 话 : (+86)021-58881813

地 址 : 上海浦东新区东方路 3539 号 7101 室

邮 编 : 200120



### 展位咨询

姓 名 : 王毅 高级客户经理

电 话 : 185 1669 6996

邮 件 : plfasia@126.com