



2014全球零售
自有品牌产品亚洲展·上海
2014年12月10日-12日 上海跨国采购会展中心
展后报告

16.000M²展会面积，覆盖食品饮料、日用百货、健康美容

512个展位，**21**个国家，**348**家制造商设展

28个国家和地区，**7600**人次专业买家参观洽谈

主办单位

上海跨国采购中心有限公司 (ISPC)
自有品牌制造商协会(PLMA)

协办单位

上海市品牌授权经营企业协会自有品牌专业委员会(PLSC)

承办单位

上海跨国采购发展集团信息科技有限公司(ISPI)



2014PLF 展会新纪录

- 享有“中国唯一自有品牌产品主题展会”“高占比国际直飞进口消费品行业盛会”“超市采购纯制造商供货平台”等盛名的 2014 全球零售自有品牌产品亚洲展（2014PLF）于 2014 年 12 月 10-12 日在上海跨国采购会展中心圆满落幕！
- 凭借国家商务部，上海市商务委的大力支持，自有品牌制造商协会（PLMA）和上海跨国采购中心（ISPC）强强联合，自有品牌专业委员会（PLSC）积极推动，PLF 连续 5 年保持快速增长，为中国零售自有品牌商贸发展，零售行业直营采购及国内、外进出口贸易并举带来积极推动。
- 2014PLF 展会面积增至 16000 m²，食品类和非食品类各占一层展厅，创造了多项行业新纪录。2015PLF 更将以 20000 m² 的规模移师上海新国际博览中心。PLF 已实为中国唯一，亚洲最大的高品质零售自有品牌行业盛会。



16000 m² 展会面积，较 2013 年增长 23%

覆盖食品饮料、日用百货、健康美容等品类

21 个 国家的 **348 家** 国内、外展商，展位数达 **512 个**

28 个 国家的地区的 **7600 人次** 专业买家参观洽谈

成果展示



食品饮料类展商以新三和、沧州全鑫、上海英联食品、武汉旭东、德乐食品、海口力神咖啡、众地食品等企业肯定了展会的专业性和与会买家的质数，同时对于食品供应商在来自有品牌领域的合作发展充满期待。



健康美容类展商以湖州优全、美佳爽、上海美馨、江苏三笑、上海晟事美安、山东鑫盟、河北氏氏美等企业为代表认为，PLF 平台的专业度很高，对于产品的推广和合作带来不错的商机，期待未来在规模上的跃升。



日用百货类展商以中顺洁柔、河北金温迪、福建翔鹰、杭州新万利电子、江门雅枫纸业、上海携福电器、沙彼高仪器等企业为代表反馈，参展效果高于预期，不仅了解了市场趋势和同行动向，更有机会与目标客户接触洽谈。



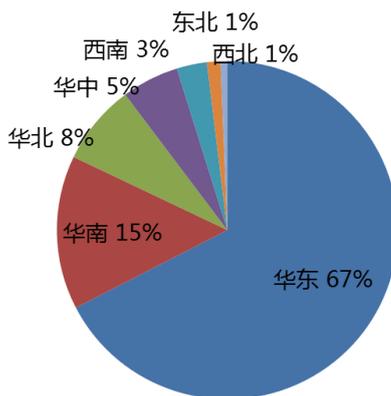
专业买家观众以欧发、麦德龙、青岛利群、北京朝批、联华超市、美特好、贵州合力、金客隆超市、来伊份、一伍一拾等企业为代表纷纷表示，通过展会寻找到了很多资质不错的供应商，有针对性的活动收益良多，期待明年移师新国际的更大突破。

2014PLF 展商分析

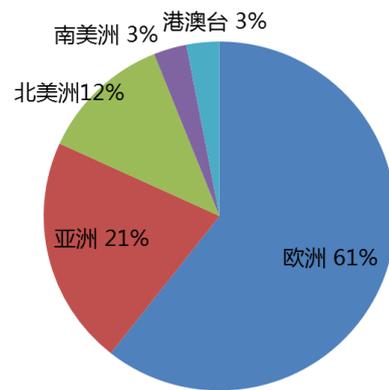
- 2014PLF 集结**食品饮料、健康美容、日用百货**三大品类 **348 家国内、外优质工厂**参展。
- 其中**海外展商**来自如波兰、意大利、英国、法国、比利时、美国、印度等 **22 个国家和地区**。
- 参展企业满意度**超过 95%** ,重复参展率近 **30%**。



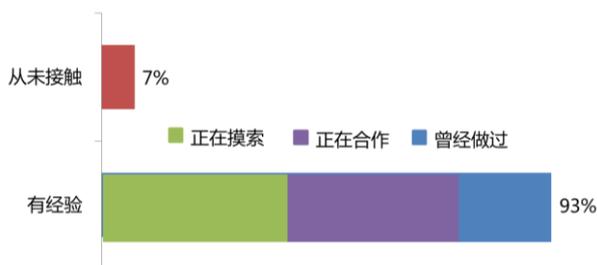
境内展商地域分布



境外展商地域分布



展商自有品牌经验分析



“这个展会专业性很强,这几天下来,见到了许多质量不错的新买家。”

朱维清 商消部经理
中顺洁柔纸业股份有限公司

“展会很专业,为我们供应商在自有品牌领域的发展带来很好平台,自有品牌的食品行业未来很让人期待。”

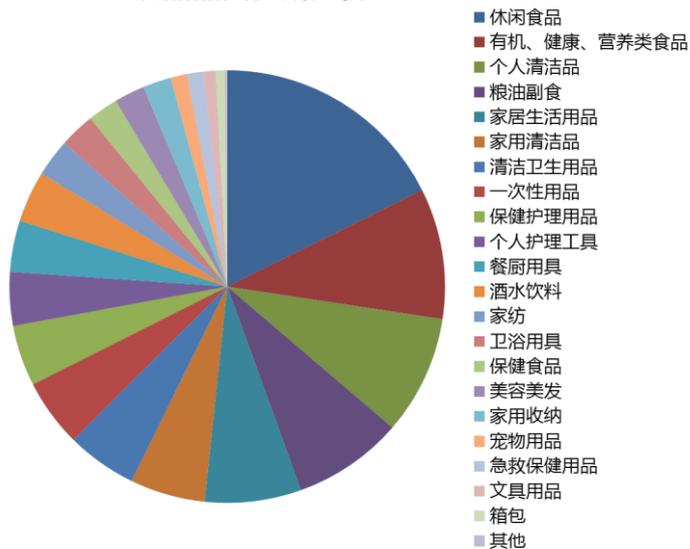
袁宁华 工业销售首席负责人
上海英联食品饮料有限公司

“这是我们第四次参加这个展会了,展会规模越来越大,采购商质数也越来越高,为我们回访老客户,寻找更多专业商超客户带来商机。”

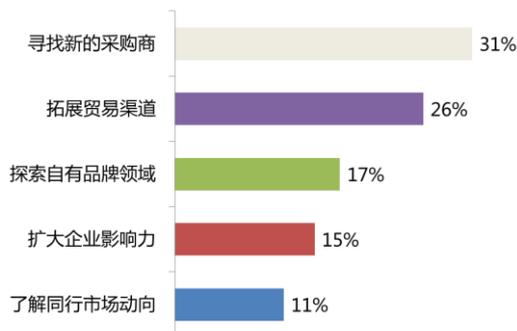
胡晋源 OEM 部经理
湖州优全护理用品科技有限公司

展商反馈

展品品类构成分析



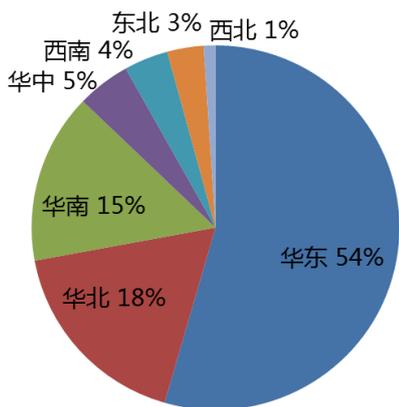
参展目的分析



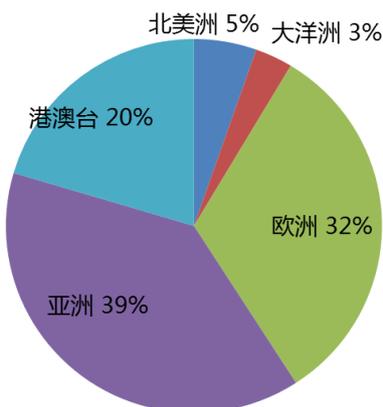
2014PLF 买家分析

- 2014PLF 吸引了来自全球 **28 个国家** 逾 **7600 人次专业买家** 参观洽谈，较去年 **增长 41%**。
- 与我们严格挑选展商一样，我们的专业观众也**必须是具有自有品牌开发采购意向**的零售商、电商、贸易商、批发商、经销商、连锁专卖品牌商等零售企业。
- 今年，吸引了如庆客隆、大润发、欧尚、永旺、美特好、乐友、华润万家、联华、麦德龙、北京朝批商贸等知名零售企业，与会的专业买家**满意度超过 98%**。

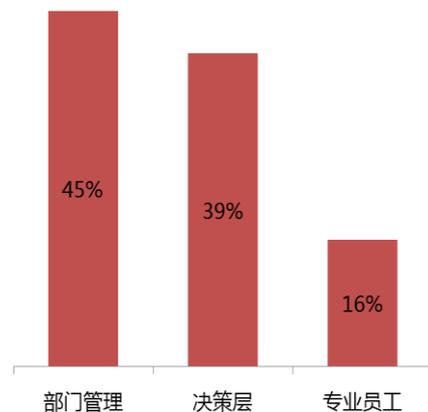
境内观众地域分布



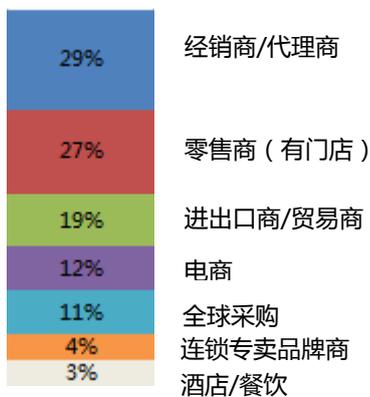
境外观众地域分布



买家职位分析



买家类型分析



观众反馈

“今年的展会较去年在专业性和规模上都有较大的提高。我们也在展会上找到了一些感兴趣的供应商。”

陆娟娟 Own Brand Manager-Food & Non-food
 锦江麦德龙现购自运有限公司

“今年的展会各方面都比较好，我们已经找到一些有意合作的供应商，目前正在洽谈中。”

李林桦 总经理助理 青岛利群百货集团股份有限公司

“这是我第一年过来参观，接触到了一些不错的工厂。希望未来非食展区能扩大，尤其是洗化类用品。”

周静 采购经理 北京朝批商贸股份有限公司



2014PLF 展期活动

丰富、专业、高端的同期活动是 PLF 现场的特色。2014PLF 再次充分利用三天时间，现场举办“总裁研讨会”“零售商午餐培训会”“第一届欧发自有品牌供应商见面会”等多元化的贸易活动，以此促进中国零售自有品牌行业有效持续发展。

零售商午餐培训会

- 11日中午，国内100多位商超买手应邀出席。PLMA代表 Chavy Dumpe 及 Willard Bishop Consulting Company 的合伙人 Jim Hertel，莅临分享自有品牌在世界范围内的现状以及海外零售商生鲜运营之道。



第一届欧尚·大润发自有品牌供应商见面会

- 12日上午，吸引700多名供应商企业代表出席。随着上海市商务委商贸行业管理副处长包闻杰的开幕致辞和自有品牌专业委员会（PLSC）秘书长姚铮简短的介绍后，自来欧尚、大润发企业高层代表亲临讲解欧发自有品牌的经营策略，并与现场的自有品牌供应商进行如烹饪试吃、直面洽谈等商贸活动，加强零供交流。



参会反馈

“总裁研讨会举办的挺好，大家发言内容都非常棒，非常实在。”

赵志刚 总裁 山西美特好连锁超市股份有限公司

“总裁研讨会是一个很好的零售企业间相互学习，分享经验的机会。”

高明泉 总经理 唐山市金客隆超市有限公司

“活动都很有针对性和专业性，业内的同事互相交流学习，收获颇丰。”

李俊 自有品牌发展部经理 联华超市股份有限公司

总裁研讨会

- 10日下午，来自近40家零售企业的逾60名高管精英代表齐聚一堂，共谋零售自有品牌的未来发展规划。
- 会议首先由来自上海市商务委商贸行业管理处处长陈伟权进行了简短的开场致辞。随后，来自尼尔森研究团队丁丹及乐友执行董事龚定宇，分别对中国零售自有品牌前景和企业自有品牌现实运营进行经验分享。之后的互动环节，在嘉宾主持青岛瑞祥通的总经理助理李林桦的带动下，与会代表讨论热烈，收获颇多。
- 当天，“提升中国零售自有品牌竞争力研究”系列课题的第一份研究报告首发，反响热烈。该课题受商务部流通司委托，由自有品牌专业委员会（PLSC）负责实施。



2014PLF 展会亮点

2014 全球零售自有品牌产品亚洲展，不仅继续积极帮助名优城市的制造商扩大产品知名度和订单机会，并于现场同期召开自有品牌专业委员会（PLSC）会员大会，强化国内自有品牌行业理念，促进行业上下游的合作。



荣成展团

今年荣成市政府再次组织如好当家、泰祥、海之宝等 13 家荣成优质企业参展，与国内、外多家大型超市有了初步接洽，现场达成意向金额 2300 多万元。更有部分采购商表示将尽快进行实地考察，以进入实质性合作。

自有品牌专业委员会（PLSC）会员大会

自有品牌专业委员会自 2013 年成立，一直为自有品牌行业相关企业带来信息分享、智慧支持和贸易服务等。今年举办多场专业培训、采购对接、国内外商务考察等会员活动，并实施了具有行业影响力的自有品牌研究课题成果。

2014PLF 现场媒体

- 作为国内自有品牌行业领先的服务平台，PLF 展前、展中、展后具有多种渠道且不同侧重点的新闻宣传推广，以确保最大限度的增加展会曝光率。2014PLF 社交媒体拥有**超过 9 万名关注者**，电子期刊发送至**近 10 万国、内外订阅者**，展前相关新闻受到**国内数百家、海外 40 家知名和专业媒体**关注。



- 2014PLF 展会期间更是吸引 **30 多家国内主流及专业的电视、广播、报刊、杂志、网络等媒体进行全方位现场实地报道。**

如：第一财经日报、新华社、上海商报、东方网、劳动报、经济日报、中国经济网、东方早报、中新社、中国新闻、上海广播电台、第一财经广播电台、Shanghai Daily、第一财经电视台、上海电视台、上海之声、搜狐、联商网、中国商报超市周刊、中国连锁杂志、零供网等。



2015

11月25-27日

与您相会

全球零售自有品牌产品亚洲展



上海新国际博览中心!

2015PLF see you at SNIEC

on 25th-27th, Nov, 2015!