

## Marca 国际自有品牌展中国首展落地深圳，开启中国自有品牌新篇章

### 2021 首届深圳国际自有品牌展的期待

近年来，中国线上线下的商超以及新零售商都已进军自有品牌市场。盒马鲜生、京东京造、网易严选、淘宝心选、永辉超市、苏宁易购、华润万家、深圳天虹等都是零售商里较早翻开新篇章的一批，是中国自有品牌探索道路上的引领者，也抢得了自有品牌在国内发展的先机。自有品牌正在成为零售业争相入驻的新风口。



基于中国自有品牌市场的日益兴起和巨大的发展潜力，来自意大利的博洛尼亚展览集团决定，将 **Marca by BolognaFiere 博洛尼亚自有品牌展及峰会** 正式引入中国。在中国零售业变革的大背景下，**Marca by BolognaFiere** 的入驻体现出自有品牌在中国商业转型中的重要作用，发展自有品牌不仅能够提高和刺激消费量级和潜力，对中国消费市场更具有良好的指导意义。

### 深圳国际自有品牌展 (Marca China International Private Label Fair) 将于 2021

年 6 月 8 日至 10 日在深圳国际会展中心 (宝安新馆) 隆重召开，由意大利博洛尼亚展览集团和博罗那展览 (上海) 有限公司主办。作为首个国际自有品牌展入驻中国的展会，深圳国际自有品牌展不仅为高品质生产厂商拓展其自有品牌销售渠道，还为其开发经销与电商渠道。本届展计划展出面积逾 20,000 平方米，将吸引来自近 30 个国家与地区的 500 余家展商以及 20,000 多名专业观众。展品范围将包括食品、生鲜、有机产品、家居用品、美容个护、休闲用品、宠物食品及产品、包装/技术及服务和零售及电商等领域。



展会期间，参展商可以接触到优质的商超、新零售商、社交电商、电商平台、专业店、品牌运营商、酒店餐饮、批发商、经销商、代理商、及进出口贸易商等观众。通过与国内外自有品牌行业创新技术机构、协会及行业媒体的合作，深圳国际自有品牌展将推出近百场专题论坛和活动，在分享业务机会与进行市场前瞻的同时，为参展商带来额外的曝光机会，帮助企业更高效地维护客户关系，拓展业务合作，推广新品和服务，提升品牌形象，从而在市场竞争中赢得优势。



深圳，大湾区，生产与技术紧密结合，科技与贸易相互促进，国家级经济发展战略部署。“时代机遇+政策背书+新零售+区位优势”，都为即将在 2021 年拉开帷幕的深圳国际自有品牌展创造了坚实基础与所有利好条件！

## 展会亮点

### 国际资源强势背书

中国制造在意大利乃至整个欧洲都备受青睐。深耕自有品牌展览 17 年的意大利博洛尼亚展览集团希望与中国自有品牌市场建立起桥梁和纽带。通过集团良好的影响力和国际资源优势，深圳国际自有品牌展将展示来自世界各地的优质自有品牌相关企业与产品。

### 多元品类精准覆盖

深圳国际自有品牌展的展品品类齐全，产品除了覆盖综合食品、家居及休闲用品等自有品牌活跃领域，还强化升级了美容及健康护理、宠物用品等专业领域。在品种齐全的基础上，展会特设的专区将精准对接展商需求，分别为：生鲜食品、有机产品、美容个护、宠物用品、包装技术等专区。

### 专业买家构成多元化

依托展会在海内外的丰富资源，深圳国际自有品牌展的专业买家无论是在规模上还是多元化程度上，都将上升到一个全新的高度。大家所熟知的零售商渠道如连锁超市和便利店、电商、购物中心、商场、专业店、品牌运营商与代理商、批发商和经销商、进出口贸易商、酒店及餐饮，以及来自新零售、社交电商、国际零售渠道的买家，都将齐聚展会。

### 区位优势增值显著

深圳国际自有品牌展落户在雄踞大湾区核心位置的深圳，辐射中国华南市场，覆盖粤港澳。华南地区一直以来都是中国商业最为活跃的板块之一，展会将为自有品牌业内人士提供产品研发以及营销推广的国际舞台。粤港澳大湾区建设是国家级的战略部署，现已拥有数万家国际和本地科技初创公司和大型企业，是新兴的世界级顶尖科技和创新枢纽之一。

### 配套活动精彩上演

深圳国际自有品牌展期间将举行一系列高端行业论坛及供需对接会，分享第一手国际资讯，了解全球自有品牌发展趋势动态，以此全面带动行业内交流和对商业发展机遇的深入探讨。展会将特邀国内外领先的零售企业代表、商业联盟组织及行业专家，围绕自有品牌市场热门话题，从各领域分享案例和自身发展经验，共同探索自有品牌行业发展新模式。同时展会将设置包装设计、营销推广和品质控制等专题会议。

### 个性化买家服务

深圳国际自有品牌展将为参展商与买家提供个性化专业服务，帮助各方在现场就能直接进行高效的合作洽谈，提高成交机率，最大化地满足双方实际需求。展会现场专设VIP买家休息室，特邀国内外零售商巨头及各类电商等专业买家与展商精准对接；此外，展会特设专区，供参展商举办各类新品发布会及创意产品展示等活动。

## 认识自有品牌



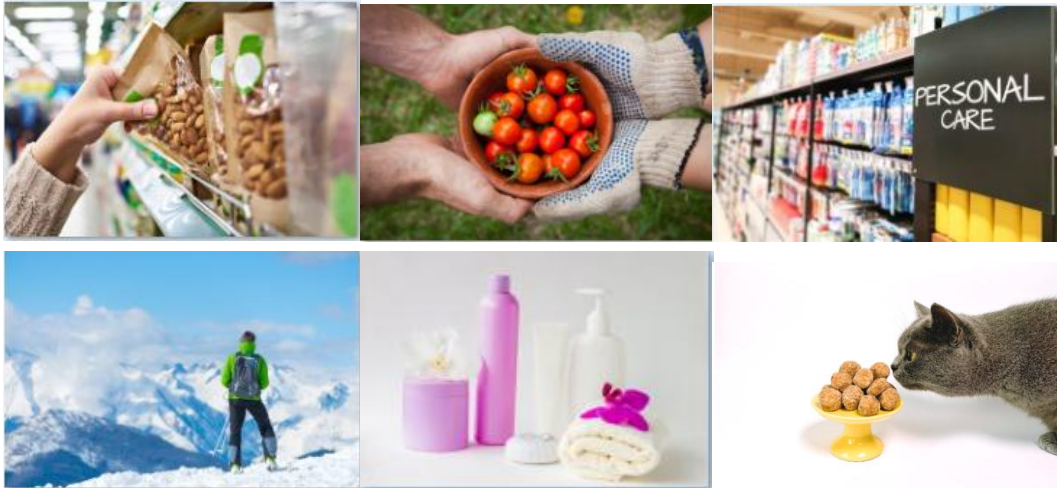
自有品牌，也称为“自营品牌”，通常指工厂进行代工生产，卖场、超市、百货公司等零售商冠以自有品牌标签，并仅在自有商超、连锁门店进行营销的产品。自有品牌产品生产模式包含但不限于零售贴牌、零售OEM（按委托合同进行产品开发和制造）、ODM（为客户提供从产品研发、设计制造到后期维护的全部服务）等。沃尔玛、7-Eleven、盒马鲜生等均有自有品牌产品，屈臣氏、小米等也以其大量的自有品牌产品而闻名。

发展自有品牌业务，不仅能够培养顾客忠诚度，其产品线和单个产品也走向多样化。较品牌型产品而言，自有品牌产品代表着市场前沿趋势，也代表着未来巨大的可持续发展空间。

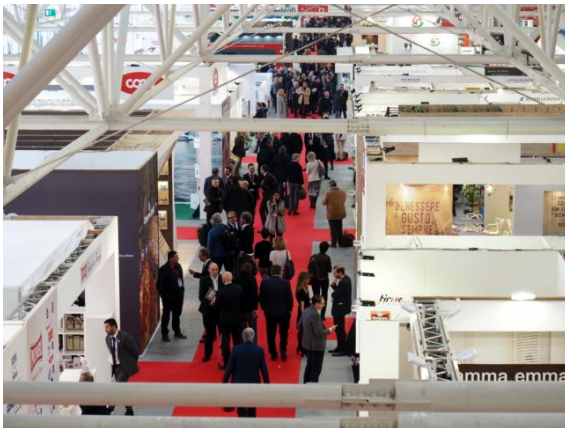
全球自有品牌的发展水平不一，虽然中国的自有品牌市场占有率仅为2%，与市场占有率较高的欧美自有品牌相比差距较大，但却预示着极大的发展空间和潜力。值得一提的是，在中国市场，自有品牌过去两年的销售额达到了近30%的增幅，几乎是最活跃的快消品的2.5倍！



发展自有品牌，对**零售商**来说是实现“弯道超车”的最佳时机，不仅能够掌握差异化竞争优势，扩大盈利空间和品牌形象，同时在零供关系中能够掌握更多的自主权，增强抵抗市场不确定性的能力；对于**制造商**而言，不但能够提升设备利用率，降低生产成本，更能拓宽和零售商合作领域，进一步提高企业的竞争实力；对于**市场和消费者**来说，不仅其个性化消费需求能得到满足，还能购买到性价比更高的商品，从而提高生活质量。



## 母展介绍：意大利博洛尼亚国际自有品牌展及峰会



**意大利博洛尼亚国际自有品牌展及峰会**  
**（Marca by BolognaFiere）**是由意大利博洛尼亚展览集团主办，与 ADM 意大利超市零售协会合作的大型国际自有品牌专业展会。

展会于每年一月举办，现已成功召开 16 届，也已成为欧洲自有品牌领域内首屈一指的业界盛会。2020 年的展会显示出了强劲的增长态势，专业观众数量较 2019 年增长 19% 达到 12,088 人，参展企业数量同比增长 20% 达到 894 家，展览总面积同比增长 18% 达到

44,885 平方米。

展会专设**博洛尼亚自有品牌展学术委员会**，成员均是来自国际知名零售品牌的自有品牌操盘者。委员会深度参与到展会各项活动中，为所有参会者提供极具价值的专业支持与潜在商机。

## 主办单位

### 博洛尼亚展览集团

集团拥有超过 100 年的发展历史，是意大利第二大展览集团，也是全球首屈一指的贸易展览主办机构。集团的展览项目遍布欧洲、美洲、俄罗斯和中国，并管理有四个展馆，分别位于博洛尼亚市、摩德纳市、费拉拉市和巴里市。每年，集团会在意大利本土和海外地区举办超过 100 个高品质的展会，吸引超过 25,000 家企业和 220 万名观众参加。集团举办的世界级一流展会有卡思曼伯意大利博洛尼亚国际美容展、博洛尼亚陶瓷卫浴展、博洛尼亚国际童书展、博洛尼亚国际自有品牌展及峰会和博洛尼亚国际宠物用品展。

### 博罗那展览（上海）有限公司

博罗那展览是博洛尼亚展览集团在中国的全资子公司，于 2007 年在上海成立。公司全面负责集团在中国大陆、香港、澳门和台湾地区的各项业务。截至目前，公司所涉及的展览项目近 30 个，行业涉及健康/美容与保健、文化与出版、农业与园林机械、汽车装备产业与智能科技、生物医学与制药、服务/休闲与食品等领域。根据集团的战略部署和发展规划，公司将继续做大做强公司现有的展览项目，并积极在中国与亚洲开发更多的优质意大利品牌展览。

首届深圳国际自有品牌展的落地预示着**全球零售新时代**的到来，欢迎来自世界各地的朋友们届时前来参会，期待明年在深圳共聚一堂，携手开启**中国自有品牌新篇章**！

### 联络我们

博罗那展览（上海）有限公司

电话：021-61900847

邮箱：[marcachina@bfchina.net](mailto:marcachina@bfchina.net)

网站：[www.marcachinafair.com](http://www.marcachinafair.com)