

# มหกรรม Shanghai Private Label Fair 2019

## เปิดฉากยิ่งใหญ่ ดึงดูดผู้จัดแสดงจากทั่วโลกตบเท้า ร่วมงานคึกคัก



มหกรรมแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อจำหน่ายในแบรนด์ตนเองงานใหญ่ที่สุดเพียงหนึ่งเดียวของเอเชียอย่างมหกรรม Shanghai Private Label Fair (PLF 2019) ได้จัดพิธีเปิดงานไปเมื่อวันที่ 10 ธันวาคมที่ผ่านมา ภายใต้การสนับสนุนของ International Sourcing (Shanghai) Advertising Co. Ltd.

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191210/2664485-1>

คำบรรยายภาพ: มหกรรม Shanghai Private Label Fair 2019 เปิดฉากอย่างยิ่งใหญ่

งานนี้จัดขึ้นโดยได้รับสนับสนุนจาก Private Label Specialty Committee of Shanghai Licensing Association (PLSC) และ US Private Label Manufacturers Association (PLMA)

งาน PLF 2019 ปีนี้ได้ถูกจัดขึ้นในพื้นที่จัดแสดงเกือบ 50,000 ตารางเมตร โดยมีผู้จัดแสดงกว่า 1,000 รายทั่วโลก นำสินค้ามาร่วมจัดแสดงในบูธกว่า 2,000 บูธ (เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 59%) ตลอดจนร้านค้ามาร่วมขายอาหารในศูนย์อาหารเพิ่มจากปีที่แล้ว 75% เพื่อดึงดูดผู้ค้าและมีอาชีพจาก 42 ประเทศและภูมิภาคทั่วโลกมาร่วมงาน

ท่ามกลางบรรยากาศที่คึกคักในอุตสาหกรรมค้าปลีกของจีน งาน PLF 2019 ได้ปรากฏให้เห็นความสำคัญที่มีต่อภาค

อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสืบเนื่องมาจากความต้องการในตลาดที่มีมากขึ้นกว่าเดิม งานปีนี้จึงประกอบไปด้วยพาวิลเลียนจัดแสดงทั้งหมด 4 พาวิลเลียน และอีก 1 พาวิลเลียนแยกต่างหากซึ่งจัดขึ้นในธีม “Fresh Food in Modern Retail Fair” ตั้งอยู่บริเวณโซน N5 โดยมีผู้จัดแสดงกว่า 200 รายนำอาหารสดมาร่วมจัดแสดงในโซนนี้

อุตสาหกรรมค้าปลีกของจีนพัฒนาขึ้นเป็นอย่างมากในปี 2019 ในขณะที่นักลงทุนต่างชาติต่างก็ต้องเร่งปรับกลยุทธ์ของตนให้สอดคล้องกับการพัฒนาดังกล่าว สมาชิกหลายรายไม่ว่าจะเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูง หรือแม้แต่ร้านค้าปลีกยุคใหม่ จึงเป็นที่รู้จักมากขึ้น จนทำให้อุตสาหกรรมนี้เริ่มเป็นที่สนใจและเกิดเป็นความต้องการในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นมา

นอกจากนี้ ยังมีการจัดงานเลี้ยงอาหารค่ำและประกาศรางวัล China Private Label Awards (Gold Star Award) ขึ้นในค่ำคืนเดียวกัน โดยรางวัลปีนี้แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ท่ามกลางผลิตภัณฑ์ที่ถูกส่งเข้าร่วมการประกวดทั้งหมด 176 รายการจากบริษัท 58 แห่ง (แบ่งเป็นผู้ค้าปลีก 80% และซัพพลายเออร์รวมถึงบริษัทประเภทอื่นอีก 20%) ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท ตั้งแต่อาหารและเครื่องดื่ม ข้าว ผลิตภัณฑ์น้ำมัน ไปจนถึงของใช้จำเป็นในชีวิตประจำวัน

ขณะที่งานประชุมหัวข้อ Private Brand Summit Forum ได้ถูกจัดขึ้นในช่วงเช้า โดยมีสมาคม Private Label Specialty Committee of Shanghai Licensing Association (PLSC) มานำเสนอรายงานและผลงานวิจัยให้ผู้ร่วมงานได้รับชม อาทิ รายงานการวิจัยผู้บริโภคสินค้าแบบ Private Brand ของจีน และงานวิจัยตลาดสินค้า Private Brand ในจีนประจำปี 2019

ทั้งนี้ งานวิจัยทั้งสองฉบับเป็นการวิเคราะห์ระดับมีอาชีพในหลายมิติ ผ่านการสำรวจความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวันจำนวนจำนวน 1,014 คนที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปีจากทั่วประเทศ

รายงานดังกล่าวจะช่วยให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจจังหวะของตลาด อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ค้าปลีกสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดได้ทันทั่วทั้งที่ ตลอดจนช่วยในการหาโอกาสใหม่ๆ และอนาคตก็จะมีการอัปเดตข้อมูลเพิ่มเติมในรายงานเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอในงานมหกรรมทุก ๆ ปีต่อไป