

필리핀 식품박람회(WOFEX)

|  | | aT 참가여부 | |
|---|---|--|---|
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문) WOFEX 2018 | |
| | 국가/도시 | 필리핀/마닐라 | |
| | 웹사이트 | www.wofex.com | |
| | 기 간 | 2018년 08월 01일(수) ~ 04일(토) [4일 간] *예정 | |
| | 전 시 장 | World Trade Center | |
| | 규 모 | 16,080sqm | |
| | 주 최 사 | PEPTARSUS EVENTS (웹사이트) www.peptarsus.com | |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) USD44,352 | |
| | 참가업체 | (2016) 601개사, 13개국 / 내방객 22개국 26,882명 | |
| | 참 관 객 | (2016) 22개국 26,882명 | |
| | 국 가 관 | (2016) 6개국 참가 | |
| | 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> - 식품, 음료(가공식품, 신선식품, 냉동식품, 조미료, 커피, 차, 베이커리, 디저트) - 식품 관련 장비(냉장고, 쇼케이스, 기자재, 제빵기기) - 식품 관련 제품 및 서비스(라벨기, 포장기기, 사이니지, 자판기, 프랜차이즈 등) | |
| | 부대행사 | <ul style="list-style-type: none"> - PHILIPPINE CULINARY CUP - 필리핀 유일 요리 경연 대회 - WOFEX UNIVERSITY - 식품 및 서비스 관련 교육 프로그램 - WORLD FOOD SUMMIT - 식품산업 전문 컨퍼런스, 관련 종사자 참가 | |
| | 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> - 필리핀 식품 전시회 중 최대 규모로 개최되는 행사 - 국제전시장인 WTC와 SMX전시장을 모두 사용하며, 행사성격에 따라 WTC전시장에서는 Trade 및 해외국가관으로 구성되고, SMX전시장에서는 B2C위주로 구성되어 참가목적에 따른 전시장 선택이 가능한 특징을 가지고 있음 | |
| 추천사유 | <ul style="list-style-type: none"> - 인구 1억의 거대시장인 필리핀은, 국내 기업사들의 주요수출시장 중 하나로 손꼽히고 있으며, 특히 한류의 영향으로 인해 한국식품에 대한 호감도가 높은 시장임 - 이러한 필리핀의 시장특성을 바탕으로 한국식품 소비시장으로 지속적인 성장가능성이 높을 것으로 판단되며, 필리핀 최대 식품전문전인 본 행사참가를 통해 우리기업들의 수출시장 다변화 기회를 넓힐 수 있을 것으로 기대함 | | |
| 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> - 필리핀 인구 1억 명의 거대소비시장을 구성하고 있으며, 서비스업에 편중된 소비 지향적 산업구조를 가지고 있고 특히 식품산업의 경우 국내생산량이 적어 수입에 의존하는 구조를 가지고 있음 - 필리핀 내 젊은 층의 경우, 수입음식 및 브랜드에 대한 관심이 높아지면서 가공식품 시장 규모는 지속 성장하는 추세이며, 또한 구매력 높은 노령인구 증가로 건강식품에 대한 선호도가 높아지고 있음 | | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | (주)엑스마크 | 담당자 정명은 과장 |
| | 전화번호 | 02-414-2923 | E-MAIL helen@exmacom.com |

홍콩 식품박람회(HKTDC Food Expo)

| | | |
|---|-------|---|
|  | | aT 참가여부 |
| | | ○ |
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문) HKTDC Food Expo 2018 |
| | 국가/도시 | 중국/ 홍콩 |
| | 웹사이트 | www.hkfoodexpo.com |
| | 기 간 | 2018년 8월 16일~18일 (3일간 / Trade Hall) 2018년 8월 16일~19일 (4일간 / Gourmet Zone) 2018년 8월 16일~20일 (5일간 / Public Hall) |
| | 전 시 장 | 홍콩전시컨벤션센터 (Hong Kong Convention & Exhibition Centre) |
| | 규 모 | 45,109.5sqm (2016년 기준) |
| | 주 최 사 | 홍콩무역발전국 (Hong Kong Trade Development Council) (웹사이트) http://www.hktdc.com |
| | 부스비용 | (180㎡, 20부스, 아일랜드, Raw Space 기준) USD 82,980 |
| | 참가업체 | (2016) 1,411 개 업체, 26 개국 / 내방객 67 개국 20,717 명 |
| | 참 관 객 | (2016) 20,717 명 |
| | 국 가 관 | (2016) 11개 국가관 참가 한국,캐나다,일본,이란,중국,필리핀,라틴아메리카,우크라이나,미국,인도네시아 |
| | 전시품목 | 제빵, 제과, 음료, 냉장, 냉동 식품, 가공식품, 유제품, 건강식품, 과일&야채, 육류, 해산물, 인스턴트식품, 커피, 식품 가공 기계, 패키징 및 라벨링, 운송 및 포장 관련 제품, 할랄푸드 |
| | 부대행사 | -홍콩국제차박람회(Hong Kong International Tea Fair2017) -홍콩라이프스타일박람회 (Home Delights Expo2017) -홍콩 뷰티 & 건강 박람회(HKTDC Beauty & Wellness Expo) 동시개최 |
| | 특 징 | -2만명의 전문바이어를 만나는 Trade Hall (3일 개최), 49만명 소비자들의 즉각적인 반응을 경험할 수 있는 Public Hall(5일 개최), 럭셔리 푸드 테마관 Gourmet Zone (4일 개최)으로 나뉘어져 있어 실용적인 비즈니스 경험 기회 제공 -Parkshop, 759 Store, Amazon 등 대형 유통사 초청, 바이어 미팅 부스에서 직접 만나 비즈니스를 할 수 있는 기회 제공 -유명 셰프의 요리시연, 아티스트들의 공연, 최신 식품산업 세미나를 포함한 다채로운 행사 개최 -홍삼, 인삼 제품의 경우, 반입 가능 (허가증(License) 없이 판매 불가) 하여 제재가 있음 |
| | 추천사유 | -홍콩 식품 무관세 (주류, 담배 등 일부 품목 제외) -100개가 넘는 한국업체가 매년 참가하고 있으며 활발한 수출 상담 및 대외 거래 성과를 이룬바 있음, 특히 재참가율이 높은 전시임 -주최사 홍콩무역발전국(Hong Kong Trade Development Council)은 준정부 기관으로 매년 30개 이상의 전시회를 개최하고 있으며, 공신력과 신뢰성 대외적으로 인정됨 |

| | | | | |
|-------------------|-------|---|--------|------------------|
| | 산업동향 | <p>-세계 최대 중계 무역항 및 자유 무역 도시, 홍콩은 2015년 기준 상하이, 싱가포르, 선전, 닝보에 이어 세계 5위의 항구물동량 기록, 무역과 외환 거래 관련 규제가 없으며, 사후신고만으로 통관 가능</p> <p>-홍콩은 아시아 식품 무역 허브로서 총 수입된 식품의 90%가 재수출 되고 있으며, 그 중 70%는 중국 및 ASEAN 국가로 보내지고 있음, 중국성장과 더불어 중국 투자 진출의 거점 도시로 활용도가 높아지고 있으며, 중국-홍콩간 CEPA 체결로 홍콩법인의 중국진출이 활발히 이루어지고 있음, 사드배치에 따른 한중 무역관계는 급랭됨에 따라 홍콩을 거점으로 한 우회적 무역판로 개척이 대안이 될 수 있음</p> <p>-세계 시장 진출을 위한 테스트 마켓, 국제 중개 무역항으로서 세계시장 진출의 창구 역할 수행</p> <p>-2016년 홍콩의 대 한국 전체 수입 금액 전년 대비 14% 증가하였으며, 2017년 역시 완만한 상승 예상</p> | | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | 아이피알포럼(주) | 담당자 | 박효진 팀장 |
| | 전화번호 | 02-551-7095 | E-MAIL | collin@ipr.co.kr |

홍콩 신선농산물박람회(Asia Fruit Logistica)



| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--------|-------|
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문) ASIA FRUIT LOGISTICA | | |
| | 국가/도시 | 홍콩 | | |
| | 웹사이트 | www.asiafruitlogistica.com | | |
| | 기 간 | 2018.9.5. ~ 9.7 (3일간) / 잠정 | | |
| | 전 시 장 | Hong Kong Asia-World Expo | | |
| | 규 모 | 41,900m ² | | |
| | 주 최 사 | Global Produce Events GmbH (GPE) (웹사이트) www.gpe-events.com | | |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) HKD 558,000 | | |
| | 참가업체 | (2016) 665개업체 37개국 | | |
| | 참 관 객 | (2016) 11천명 74개국 | | |
| | 국 가 관 | 확인 지난 | | |
| | 전시품목 | 신선과일류, 신선채소, 간편신선과채류, 오가닉제품, 감자, 견과일 및 견과류, 허브 및 채소류, 화훼 및 종묘, 포장, 과채선별, 운송, 물류 제품관리 등의 시스템 등 | | |
| | 부대행사 | · Asia Fruit Congress : 신선 과일 채소 시장 동향 및 발전방향 정보교류 회의 | | |
| 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> · AFL은 아시아의 대표적인 신선농산물 전문 박람회로서 아시아 신선농산물시장의 흐름을 가장 효율적으로 파악할 수 있는 행사임 · 참가 바이어의 55%이상은 아시아권에 소재하고 있으며, Aeon(일본/말련), Central Food Retail(태국), Cold Storage(싱가포르), Wellcome/ParknShop(홍콩) 등 대형슈퍼마켓체인도 매년 AFL을 방문함 | | | |
| 추천사유 | <ul style="list-style-type: none"> · 한국산 야채와 신선 과일류의 경우 홍콩에서 인지도를 지속적으로 높혀가고 있으며, 안전하고 고품질인 제품으로 소비자들에게 인식돼 슈퍼마켓과 백화점에서 모두 활발하게 유통되고 있는 상황인 만큼 수출성장 잠재력이 무궁무진함. 따라서, 홍콩 및 아시아의 대표적인 전문 전시회에 지속적인 참가를 통한 한국 신선농산물의 지속적인 홍보 및 마케팅 필요 | | | |
| 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> · 홍콩 전체 신선 농산물 소비에서 자국 생산이 차지하는 비중은 2.5%에 불과하기 때문에 홍콩은 완전 시장 개방정책을 펴고 있으며, 농산물 시장 개방에 따른 농식품 수입의존도는 95% 이상임. 특히 날씨가 따뜻하고 농식품 재배지역이 한정적인 홍콩은 딸기나 포도, 복숭아 재배가 불가능하기 때문에 수입에 의존할 수밖에 없는 상황임 · 중국산 농식품의 안전성 문제가 불거지면서 다소 비싸더라도 안전한 식품을 찾는 현지 소비자들이 늘어나고 있는데, 한국산 농식품의 경우 안전성을 인정받음에 따라 한국산 농식품 대홍콩 수출이 증가하고 있음 | | | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | 한독상공회의소 | 담당자 | 강지은부장 |
| | 전화번호 | +82.2.3780.4643 | E-MAIL | |



| | | | | | | |
|-----------|--|--|---|---------------|--------------------------------|--|
| 전시회 개요 | 명칭 | 국문 | 제26회 터키(이스탄불)식품료박람회 | | | |
| | | 영문 | World Food Istanbul 2018 26th International Food Products & Processing Technologies Exhibition | | | |
| | 기간 | (예상일정) 2018년 9월 6일(목) - 9일(일), 4일간 | 개최주기 | 매년(1993~) | | |
| | 전시장 | (도시) 이스탄불, 터키 (전시장) TUYAP Fair and Exhibition Center | | | | |
| | 개최규모 | 32,000 sqm (2017년도 예상) | | | | |
| | 주최사 | ITE GROUP | | | | |
| | 공식 후원사 | <ul style="list-style-type: none"> Ministry of Food, Agriculture and Livestock of the Republic of Turkey The Federation of Food and Drink Industry Associations of Turkey Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation | | | | |
| | 병설 개최 | Cold Chain Expo Eurasia (Cold storage, transportation and cold chain services exhibition) | | | | |
| | 참가업체 | <ul style="list-style-type: none"> (2017 예상) 23개국 500개사 해외 참가업체:187개사 현지 참가업체: 313 러시아, 콜롬비아, 코소보, 스페인, 아르헨티나, 한국, 말레이시아, 중국, 스리랑카, 오스트리아, 이집트, 멕시코, 독일, 태국 그리스, 페루, 아제르바이잔 등 | | | | |
| | 참관객 | <ul style="list-style-type: none"> (2017 예상) 26개국 15,000명 방문 (참관객의 77% 이상이 구매의사결정권자) | | | | |
| | 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> 신선농산품, 가공식품, 생선, 해산물, 농수산물, 제과제빵, 식료품, 오일, 지방 및 소스, 냉동식품, 차와 커피, 음료, 유기농 및 건강식품, 통조림식품 등 | | | | |
| | 시장특성 | <ul style="list-style-type: none"> 터키의 인구는 약 7천 8백만명으로, 전 세계에서 17번째로 큰 인구 규모를 가진 시장 (연 평균 인구증가율도 1.36%로 상당히 높은 수치를 나타내고 있음) 이스탄불은 터키의 경제중심지를 넘어 유럽, 아시아, 중동, 아프리카를 연결하는 지역 터키의 주요 소비층은 20~30대로, 가격보다는 트렌드에 민감하고 다양하고 이국적인 것을 선호하는 경향을 가짐 전체 인구규모 대비 젊은 층의 분포가 높아서 노동력이 풍부하고 구매력 확대가 기대 | | | | |
| | 전시회 특징 | <ul style="list-style-type: none"> 터키 내 규모와 인지도가 제일 높은 식품전문 박람회 터키의 지리적 위치로 유럽, 지중해, 아시아, 중동, 발칸과 러시아 시장을 아우름 다양한 나라의 바이어가 방문하는 식품전문 B2B 전시회 | | | | |
| 웹사이트 | www.worldfood-istanbul.com | | | | | |
| 참가비 | 장소임차 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 패키지부스 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 등록비 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 할증비 | • 2면개방(10%), 3면개방(15%), 4면개방(20%), 2층(50%) | | | | |
| 한국 사무국 | 회사명 | NEXSTAR (넥스타) | | | | |
| | 담당자 | 이윤주 과장 | | | | |
| | TEL | 070-7016-9298 | FAX | 070-7016-2117 | E-MAIL jenna.lee@nexstar.co.kr | |



WorldFood
Moscow

International Food Exhibition

• Expocentre, Moscow, Russia

| | | | | | |
|-----------------------|---|---|-----------------------------|---------------|--------------------------------|
| 시 회 개 요 | 칭 | 국문 | 제27회 모스크바 국제식품박람회 | | |
| | | 영문 | World Food Moscow 2018 | | |
| | 기 간 | (예상기간) | 2018년 9월 10일(월)~13일(목), 4일간 | 개최주기 | 매년(1992~) |
| | 전 시 장 | 러시아, 모스크바, Expocentre, Krasnaya Presnya | | | |
| | 규 모 | 11개홀 Net 22,940sqm / Gross 48,900sqm | | | |
| | 주 최 사 | ITE Group PLC | | | |
| | 후 원 | 러시아농림부, 모스크바시정부, 모스크바기업협회, 주류제품업자조합, Retail Trade Assn. | | | |
| | 참가업체 | 2017년 65개국 1,800개사 예상(2015년: 62개국 1,522개사/ 로컬415 + 국제1,259) | | | |
| | 참 관 객 | 2017년 32,000명 예상(2015년: 30,071명/ 중복방문 제외, 96개국, 81개 러시아지역) | | | |
| | 단 체 관 | 61개 (아르헨티나, 벨기에, 브라질, 중국, 덴마크, 독일, 인도, 아일랜드, 라트비아, 마케도니아, 네덜란드, 노르웨이, 파키스탄, 페루, 폴란드, 포르투갈, 스코틀랜드, 싱가포르, 스페인, 남아공, 영국, 미국, 한국, 일본 외) | | | |
| 전시품목 | 육류, 생선, 해산물, 농수산물, 제과제빵, 식료품, 오일, 지방 및 소스, 냉동식품, 차와 커피, 음료, 유기농 및 건강식품, 통조림식품 등 | | | | |
| 성격 및 특징 | <ul style="list-style-type: none"> • 러시아(모스크바)에서 가장 인지도가 있고 경험 많은 전문화된 식품무역전시 • 러시아연방 & CIS지역 식품 산업동향 파악 및 정책 세미나가 병행하여 개최됨 • 60개 이상 국가관이 구성될 만큼 국제업체의 참가수요가 높으며, 한국은 2004년 단체관 참가를 시작으로 매년 꾸준히 참가하고 있음. • UFI 인증전시회로서 참가업체 및 참관객 수 및 수준이 공인됨 • 전년도 행사 현장에서 2억 달러 상당의 계약이 체결됨 • 전시를 참가하여 Sales 마케팅 목적을 달성했다는 참가업체의 응답률 97% • 해외참가업체들이 바이어의 숫자 및 수준이 예상보다 높았다고 응답함(94%) <ul style="list-style-type: none"> - 전문무역바이어(Retailer, Reseller, Distributor, OEM) 10,661명 | | | | |
| 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> •건강식품: 러시아는 건강에 대한 관심이 지속적으로 증가하는 추세이며 성인 65% 이상이 건강보조식품(영양제 포함) 매일 복용. 러시아인에게 한방 의약품은 부작용이 적고 효능이 좋다는 인식으로 인해 해당 제품 선호도가 높으며, 시장 성장률도 매해 증가하여 2020년까지 435억 루블의 시장 규모가 예상됨 •냉동식품: 루블화 약세로 2015년 수입량이 줄어들긴 했지만, 최근 3년간 러시아 냉동식품 수입은 지속 성장세를 보임. 러시아로 들어오는 냉동식품 주요 수출국가는 리투아니아, 카자흐스탄 등이며 한국도 4위를 차지 •음료: 러시아 소프트음료 시장 규모는 2015년 기준 약 1900억~2100억 루블(26억~29억 달러)에 달하며, Non-alcohol 소프트음료 중에서는 Soda Water가 가장 높은 전체의 50%를 차지. 웰빙/건강음료에 대한 관심이 높아지는 추세이며, 최근 들어 비타민 음료와 오가닉 음료, 저칼로리 콜라, 카페인 함량이 낮은 커피 등의 수요가 증가하는 추세를 보이고 있음. •유기농: 유기농 시장은 꾸준히 성장세를 보여 2020년까지 2000억 루블까지 성장할 것이라고 러시아 정부는 기대하고 있음. 2015년 12월, 블라디미르 푸틴 러시아 대통령은 “지난 1년간 러시아의 농업에 많은 변화가 있었다” 며 “앞으로 러시아는 유기농(친환경) 식품의 최대 공급국이 될 것” 이라고 연설함. 로만 구로프 러시아 농업조합장은 "러시아 유기농 생산에 관한 규제 법이 통과된다면 2020년에 러시아가 전 세계 유기농 식품 생산의 10~15%를 담당할 것"이라고 밝힘. •농축산식품: 2014년부터 지속되는 러시아의 서방국가의 식품류 수입금지조치로 러시아 식품 시장은 러시아의 전반적인 경기침체 속에서도 호조를 보임. 러시아 농식품 시장은 현재 막강한 경쟁자들이 사라진 블루오션임. 러시아 정부도 각종 농식품 관련 기자재 공급 등 한국 기업의 적극적인 러시아 시장 진출을 희망하고 있어 러시아 시장에 대한 적극적인 마케팅 활동이 필요하며, 기존의 단순제품 수출에서 벗어나 현지 합작진출 등 장기적인 안목으로 러시아 시장에 접근하는 전략이 필요함. | | | | |
| 참 가 비 | 장소임차 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | |
| | 패키지부스 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | |
| | 코너할증비 | • 2면개방 +10% •3면개방 +15% •4면개방 +20% •2층부스 +50% | | | |
| | 등록비 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | |
| 한 국 사 무 국 | 업체명 | NEXSTAR 해외전시팀 이윤주 과장 | | | |
| | TEL | 070-7016-9298 | FAX | 070-7016-2117 | E-mail jenna.lee@nexstar.co.kr |

멜버른 식품박람회(Fine Food Australia)



aT 참가여부
2015년까지
참가

| | | | | |
|----------------------------------|--|--|--|--|
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문)Fine Food Australia 2018 | | |
| | 국가/도시 | 호주/멜버른 | | |
| | 웹사이트 | www.finefoodaustralia.com.au | | |
| | 기 간 | 2018년 9월 10일(월)-13일(목) (4일간) | | |
| | 전 시 장 | Melbourne Convention & Exhibition Centre(멜버른 전시컨벤션센터) | | |
| | 규 모 | 30,000sqm | | |
| | 주 최 사 | Diversified Communications Australia (웹사이트)www.divcom.net.au | | |
| | 부스비용 | (180㎡, 20부스, 아일랜드 기준) A\$119,240 | | |
| | 참가업체 | (2016) 1,000개업체 45개국 / 내방객 49개국 27,683명 | | |
| | 참 관 객 | (2016) 27,683명 | | |
| | 국 가 관 | (2016) 중국(127개사), 태국(46개사), 대만(23개사), 미국(13개사), 이탈리아(17개사), 말레이시아(17개사), 인도(15개사), 캐나다(10개사), 터키(19개사), 스페인(10개사) | | |
| | 전시품목 | 식품료, 식품기자재, 식품포장, 주류, 슈퍼마켓, 레스토랑, 카페, 호텔, 베이커리 산업을 위해 공급되는 전 품목 | | |
| | 부대행사 | <ul style="list-style-type: none"> ○ NEW PRODUCT & EXPORT READY SHOWCASE ○ BAKE SKILLS AUSTRALIA ○ BEST NEW PRODUCT AWARDS ○ AUSTRALIAN CULINARY CHALLENGE | | |
| 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 오세아니아 지역 유일의 국제 식품 박람회 ○ 신선식품, 주류, 음료, 육가공품, 낙농제품, 제과제빵, 패스트푸드, 케이터링, 레스토랑 장비 등 식품 관련 모든 품목을 다루는 B2B 행사 ○ 식품 전문 바이어들이 방문하는 무역 박람회로서 호주에서 식품 수요가 가장 높은 시드니(홀수년도)와 멜버른(짝수년도)에서 번갈아 개최 ○ 80% 이상의 전시참가자들이 전시 현장에서 조기 참가 신청 완료, 참가 마감에 빠름(매년 2월경 부스 판매 종료됨) | | | |
| 추천사유 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 1997년부터 2015년 까지 19년간 한국농수산식품유통공사에서 한국관을 운영하여 국내 식품업계의 호주 시장 진출을 지원하였으나, 2016년부터 한국관 참가 중단되어 업체들의 호주 시장 판로 개척에 어려움이 있음. ○ 유통공사의 개별참가 지원 프로그램으로 참가 희망하는 업체 다수 있으나, 개별참가 지원업체 선정이 부스판매 종료(매년 2월경 판매 종료) 기간 이후에 이루어지고 있어, 사실상 개별 희망 업체 참가도 어려운 실정. ○ 호주는 열대 및 온대기후 농산물의 주요 생산 및 수출국이기도 하지만 다양한 가공식품의 수입국 ○ 85%가 넘는 호주 슈퍼마켓의 제품은 수입제품이나 수입 재료로 생산되거나 현지 외국기업에 의해 생산되고 있는 실정 ○ 다양한 국가로부터의 인구 유입으로 인해 음식문화의 다양화 및 아시아 식품의 수요도 확대되고 있고 아시아계 이민자뿐 아니라 일반적인 서양계 호주인들도 아시아 음식을 정기적으로 즐겨 소비하고 있는 추세 | | | |

| | | | | |
|-------------------|-------------|--|----------------|--------|
| 한국 사무국 | 산업동향 | <p>○ 2018년도 개최지 멜버른은 현재 다문화가 트렌드로 자리를 잡아가고 있으며, 한국문화와 음식에 대한 관심이 급증하는 지역</p> <p>○ 멜버른에 거주하는 한국 교민 수는 3만 명 정도로 약 10만 명으로 추산되는 시드니보다 적지만 멜버른의 소비층을 주도해가는 아시아계 호주인들과 현지 호주인들 사이 한류 열풍이 불면서 한국 식품을 찾는 인구가 빠르게 확산되고 있음</p> <p>○ 멜버른은 세계 각국에서 온 이민자들로 식품문화가 발달돼 있어 '미식의 도시'로 불리며 국내 식품기업들이 진출하기에도 적절한 곳으로 평가됨.</p> <p>○ 호주 바이어들은 한국 식품 중 가공식품류에 많은 관심 가지고 있으며 그 중 스낵류, 음료, 라면, 면, 김, 소스 등의 제품 수요가 높음</p> <p>○ 최근 현지 도매업체로 한국 식품에 관한 문의가 많이 들어오고 있으나, 한국 식품에 대한 정보가 부족하고 호주로 수입하기 위한 식품 관련 인증 및 언어 장벽, 식품 수입규정에 대한 이해에 난관이 있어 현지 교포업체를 통해 공급받는 바이어도 다수 있음.</p> <p>○ 최근 아시아계 호주인과 현지 소비자들의 한국 제품에 대한 관심과 품질에 대한 인지도가 높아지면서 호주가 잠재력이 높은 시장으로 평가됨.</p> <p>○ 지금까지 주로 교포업체에서 한국 식품기업들과 직접 계약을 맺고 한국산 식품을 수입해 호주 내에 유통하는 경우가 대부분이었으나, 한국 식품에 대한 현지 시장의 니즈(Needs)가 증가하면서 아시아 식품 수입업체 및 현지 도매업체에서 직접 한국산 식품을 수입하기 위해 노력 중임.</p> <p>*자료원: KOTRA멜버른 무역관</p> | | |
| | 업 체 명 | 아이피알포럼(주) | 담당자 | 김민지 팀장 |
| 전화번호 | 02-551-7077 | E-MAIL | judy@ipr.co.kr | |

뭄바이 식품박람회(World of Food India)

| | | |
|---|---|--|
|  | | aT 참가여부 |
| | | 참가 |
| 전 시 회 개 요 | 명 칭 | (영문) Annapoorna – World of Food India |
| | 국가/도시 | 인도, 뭄바이 |
| | 웹사이트 | www.worldoffoodindia.com |
| | 기 간 | 2017년 9월 중 (3일간, 예정) |
| | 전 시 장 | Bombay Convention & Exhibition Center, 인도 뭄바이 |
| | 규 모 | 35,000sqm |
| | 주 최 사 | Koelnmesse YA Tradefair Pvt. Ltd. (www.koelnmesse-india.com) FICCI – Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) (현지화) EUR 39,600 |
| | 참가업체 | (2016) 131개 업체, 25개국 |
| | 참 관 객 | (2016) 6,121명, 26개국 |
| | 국 가 관 | 2개 국가관 |
| | 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 일반 식품 - 낙농제품, 유제품, 신선농산물, 일반제품, 제과제빵, 곡식, 육류, 수산식품, 완제품, 냉동식품, 건강식품, 호텔식품, 할랄(Halal)식품, 김 등 • 주류 및 음료 - 각종 주류 및 음료 등 • 식품원료 - 식재료, 조미료, 감미료 등 • 식품기계 - 가공기술·기기, 위생안전용품, 포장기기, 자동화, 냉장용품 |
| | 부대행사 | Conference focusing on the latest trends and developments in the f&b market, Live cooking session, Wine tasting session, Live demonstration of state-of-the-art food service equipment |
| 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> • 프리미엄 전시회를 표방하여 최고의 참가사와 최고의 참관객을 모집 (Reliance Retail, Aditya Birla Retail, Hindustan Unilever, Lavazza, Indigo Airlines 등 주요 바이어들이 참관 및 상담) • KiaraWines, Manisha International, MRK Foods, RR Trading, Suresh Kumar & Co., Tree of Life 등 주요 식품수입업자들이 참관 및 상담 • 참관객 중 90%이상이 현장에서 구매결정이 가능한 바이어들 | |
| 추천사유 | 인도의 경제 수도인 뭄바이에서 개최되는 인도 최대의 식품 전시회. 인도 내 소비 트렌드 변화로 가공식품에 대한 소비가 증가할 것으로 예상되어 국내 기업들에게 좋은 기회가 될것임. | |
| 산업동향 | 인도의 식품 시장은 세계에서 6번째로 큰 시장으로, 2020년에는 약 9,000억 달러의 규모로 성장할 것으로 예상됨. 인도 식품가공산업은 인도의 주요 산업 중 하나이고, 풍부한 농산물과 육류, 수산물의 생산력과 가격경쟁력을 겸비하여 식품가공업의 허브 국가로 급격히 부상하고 있음. | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | ㈜글로벌에프엠 |
| | 전화번호 | 02-2042-3030 |
| | 담당자 | 전무 유재걸 |
| | E-MAIL | info@gobalfairs.co.kr |

2018년 한국관 참가 유망 해외식품박람회 추천서



| | | | | |
|----------------------------------|---|--|--------|---------------------------|
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문) SIAL Paris 2018 | | |
| | 국가/도시 | 프랑스 / 파리 | | |
| | 웹사이트 | www.sialparis.com | | |
| | 기 간 | 2018년 10월 21 - 25일 (5일간) | | |
| | 전 시 장 | Paris Nord Villepinte France Exhibition Center | | |
| | 규 모 | 250,000 sqm | | |
| | 주 최 사 | Comexposium | | |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) (EUR 74,791 - 2018년 가격 기준) | | |
| | 참가업체 | (2016) 7,020 개 업체, 109개국 (Top 5: 프랑스, 이태리, 중국, 스페인, 터키) | | |
| | 참 관 객 | (2016) 155,700 명, 194개국 (Top 5: 프랑스, 벨기에, 이태리, 스페인, 영국) | | |
| 국 가 관 | (2016) 70개 국가관 | | | |
| 전시품목 | 식품 첨가물, 유제품 및 난류, 육류, 어류 및 해산물, 과일 및 채소, 당류, 비스킷, 빵, 가공육류, 케이터링, 병조림 및 통조림, 냉동식품, 아이스크림, 다이어트제품, 이유식, 주류, 와인, 차, 음료, 식품 기계, 등 | | | |
| 부대행사 | SIAL Innovation (혁신관 및 혁신상 시상식), La Cuisine (라퀴진 국제 셰프 대회), World Tour (세계 식품 유통 및 소비 트렌드 소개), MMM Tour (파리 식품 스토어 투어), SIAL TV (토론, 컨퍼런스 생중계), Wine & Food Lab (와인 & 식품 조합 실험실), SIAL OFF (파리 미식 투어), Inspire Drink (음료 시음회) | | | |
| 특 징 | 코멕스포지엄이 주관하는 SIAL파리는 세계에서 가장 큰 식품 음료 전시회이며 7개의 전시회로 구성된 국제적인 전시회 네트워크(SIAL파리, SIAL 캐나다(몬트리올 및 토론토), SIAL 차이나, SIAL 미들이스트, SIAL 아세안 마닐라, SIAL인터푸드 자카르타)는 14,000개 출품업체와 194개국에서 330,000명의 방문객을 유치한다. 혁신을 최우선으로 생각하는 SIAL은 SIAL Innovation 혁신상 시상식을 위하여 식품 전문가 패널을 구성하며, 15명의 수상자를 선정한 후 금, 은, 동상 제품을 전시 기간 동안 발표한다. | | | |
| 추천사유 | 전세계 식품 산업을 선도하는 SIAL 은 유럽 최대의 B2B 전문 박람회로 최상의 비즈니스 환경을 제공한다. 신제품과 혁신 기술을 선보이고, 업계 이슈와 트렌드를 파악할 수 있으며, 전문 지식을 업그레이드 하고, 전세계 전문가들과 네트워킹을 할 수 있는 기회를 제공한다. | | | |
| 산업동향 | 유럽은 농업 제1의 지역으로 특히 육류, 유제품, 음료와 파인푸드 시장이 두드러진 성장세를 보이고 있다. 프랑스 또한 제1의 농업국가로 식품이 가계 예산의 10%를 차지하고 있다. 프랑스는 최근 유기농산품과 지역특산물에 대한 관심이 높아지고 있다. | | | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | 프로모살롱 한국사무소 | 담당자 | 황성아 차장 |
| | 전화번호 | 02-564-9772 | E-MAIL | sahwang@promosalons.co.kr |



| | | | | | | |
|----------------------------|---|--|---|---------------|------------------------------|--|
| 전시회 개요 | 명칭 | 국문 | 제 21 회 카자흐스탄 식품박람회 | | | |
| | | 영문 | World Food Kazakhstan 2018 21st Central-Asian International Exhibition for Food Industry World Food Kazakhstan | | | |
| | 기간 | (예상기간) 2018년 11월 7일(수) - 9일(금), 3일간 | 개최주기 | 매년(1998~) | | |
| | 전시장 | (도시) 알마티, 카자흐스탄 (전시장) Atakent International Exhibition Centr | | | | |
| | 개최규모 | 18,000sqm 예상 (2016년: 16,500 sqm) | | | | |
| | 주최사 | ITE GROUP | | | | |
| | 공식 후원사 | <ul style="list-style-type: none"> • 카자흐스탄 농림식품부(Ministry of Agriculture of the Republic of Kazakhstan) • 카자그로 국영농업기업("KazAgro" National management holding) • 카자그로 국책금융기관(KazAgroFinance JSC) • 카자흐스탄 영농조합(Farmers Union of Kazakhstan) • 카자흐스탄 상공회의소(National Chamber of Entrepreneurs of Republic of Kazakhstan) 외 | | | | |
| | 동시개최 | <ul style="list-style-type: none"> • 농산물전시회(AgroWorld Kazakhstan 2017) • 호텔-레스토랑전시회(HOREX 2017) • 식품패키징전시회(KazUpack 2017) • 무공해산업전시회(CLEANEXPO 2017) | | | | |
| | 참가업체 | <ul style="list-style-type: none"> • 40개국 460개사 예상 (2016년: 36개국 402 개사) • 참가업체의 85%가 전시참가에 만족하여 재참가 의사를 밝혔고, 참가업체의 62%는 전시회 참가목적 달성이었다고 답하였으며, 평균 45명의 새로운 잠재고객을 만남. • 아르헨티나, 오스트리아, 벨기에, 중국, 프랑스, 독일, 헝가리, 인도, 이란, 일본, 리투아니아, 네덜란드, 폴란드, 러시아, 한국, 스페인, 스위스, 태국, 미국, 터키 등 | | | | |
| | 참관객 | <ul style="list-style-type: none"> • 6,000명 예상 (2016년: 5,507 명, 중복방문 제외) • 참관객의 58%는 계약확정을 위해 전시회를 방문한다고 답하였으며, 평균 3명의 구매결정자가 참가업체 부스를 방문. • 참관객의 60%가 비즈니스에 중요한 역할을 하는 전시회라고 답함. • 소매업 33%, 식품제조사 23%, 유통업자 18%, 카페-레스토랑 소유자 8%, 딜러 5%, 음료제조사 5%, 식품원료공급사 5%, 그 외 4% | | | | |
| 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 육류&가금류 • 수산물 • 유제품 • 아이스크림 • 오일 • 냉동식품 • 가공식품 • 채소 & 과일 • 제과 제품 & 베이커리 • 차 & 커피 • 주류 • 음료 • 식품 첨가물 & 보충물 • 추출 제품 • 양념 & 향신료 • 유아용 식품 | | | | | |
| 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> • IMF는 2016년12월에 카자흐스탄 경제성장률을 3.1%에서 3.25%로 상향 조정했음. • 중앙은행은 2016년 수출액이 400억 달러, 수입액 289억 달러, 2020년 수출액 522억 달러, 수입액은 361억 달러로 상승할 것으로 전망함. • 카자흐스탄은 지리적으로 유라시아 시장의 중심에 위치해있으며, 러시아, 중국, 인도, 유럽에 둘러싸여 있어 주변국가의 큰 시장으로의 접근성이 높은 시장임. • 카자흐스탄은 여러 농산물을 생산하지만 가공·포장·수출하는데 있어서는 아직 기술과 지식이 부족함. 뛰어난 식품 가공 기술을 보유한 한국기업에 가능성 있는 시장임. • 카자흐스탄 내에서 식품 소비자 수요가 갈수록 오름세를 보이고 있으며, 식품 산업 중 서비스 관련 산업도 동반 성장 중임(2015.12 스타벅스 개점. 2016.3 맥도날그 개점) • 2016년 2월 카자흐스탄 알마티 대형쇼핑몰 'Grand Park' 내 세계 2위 유통업체 까르푸(Carrefour) 매장 개점. 알마티와 아스타나 등지에 추가 까르푸 매장 개점 예정 • 카자흐스탄-러시아-벨라루스 3국 간 관세동맹으로 회원국 간 수출 수요가 증가하여, 동시에 러시아로의 수출은 48% 상승 | | | | | |
| 전시회 성격 | <ul style="list-style-type: none"> • 1998년부터 시작된 박람회로, 인지도가 높은 전시회 중 하나임. • 식품(농업, 임업, 축산, 식품, 음료)생산 및 유통업체, 도·소매, 레스토랑 및 식당관계자들이 참석하기 때문에 중앙아시아 식품 관련 사업을 만나 볼 수 있는 장임. • 5 개전시가 동시개최 되어, 효과적인 참관객의 방문을 유도함 • 지난 19년간 꾸준히 개최되어 CIS 국가인 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 키르기스스탄 등의 농림부에서 적극 후원하는 행사이며, 행사규모에 비해 다양한 국적의 참가 업체가 참가를 함. • 해를 거듭할수록 카자흐스탄 식품 산업에 대한 중요한 미팅의 장소로 성장 하고 있으며, 아시아의 식품 산업의 중심 지역으로 입지를 다지고 있는 중임 | | | | | |
| 웹사이트 | www.worldfood.kz | | | | | |
| 참가비 ※2016년부터 영국GBP적용 | 장소임차 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 부스패키지 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 등록비 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| 한국 사무국 | 회사명 | NEXSTAR (넥스타) | | 담당자 | 해외전시팀 권종연 대리 | |
| | TEL | 070-7016-9297 | FAX | 070-7016-2117 | E-MAIL yuni@nexstar.co.kr | |

시베리아 식품박람회(InterFood Siberia)

| | | | | |
|---|--|---|--------|-------------------------|
|  | | aT 참가여부 | | |
| 박람회 개요 | 명 칭 | (영문) InterFood Siberia 2018 | | |
| | 국가/도시 | 러시아/ 노보시비르스크 | | |
| | 웹사이트 | www.interfood-siberia.ru | | |
| | 기 간 | (예상일정) 2018년 11월14일-16일 (3일간) | | |
| | 전 시 장 | IEC Novosibirsk Expocentre | | |
| | 규 모 | 15,000sqm | | |
| | 주 최 사 | ITE Siberia (http://www.ite-siberia.ru) | | |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) EUR53,520 | | |
| | 참가업체 | (2017) 350 개업체 / 내방객 4,000 명 | | |
| | 참 관 객 | (2017) 4,000 명 | | |
| 국 가 관 | (2017) 75개사 | | | |
| 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> * 식음료(Food&Drinks) - 신선식품, 스낵, 유제품, 냉동식품, 음료, 건강식품 등 * 식품산업장비(Equipment for Food Industry) - 보관장치, 저장장치, 서비스 등 * 식품원료(Ingredient for Food Industry) - 기능성원료, 추출물, 감미료 등 | | | |
| 부대행사 | <ul style="list-style-type: none"> * Roundtable Discussions * Seminars & Presentations * Master Classes with the Participation of Industry Experts | | | |
| 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> * 거대한 러시아 대륙의 모스크바, 상트페테르부르크 등 유럽부(部) 뿐만 아니라 시베리아 지구와 같은 아시아부(部) 시장개발 및 선점 기대 * 최근 시베리아 식품협회는 아시아 시장 진출을 위한 교두보로 대한민국 경기도를 선택하면서 '경기도 유럽비즈니스센터 입주 및 60만 달러 투자의향서'를 체결하는 등 경기도와 우호적인 협력 관계를 유지하고 있음 | | | |
| 추천사유 | <ul style="list-style-type: none"> * 시베리아 최대의 식품산업 전시회로 참관객의 25%가 자금력 있는 구매결정권자이며 바이어의 질이 높ی 평가되는 전시회 * 노보시비르스크 주, 케메로보 주, 톰스크 주 및 알타이 공화국 등 러시아 아시아부(部) 시베리아 지구 바이어가 대거 방문 | | | |
| 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> * 시베리아 수도, 노보시비르스크를 중심으로 식품시장 확대 추세에 있음 * 스낵류 중심으로 소비가 증가하고 있으며 대부분 외국브랜드가 큰 비중 차지 * 러시아 조사기관 'TGI Russia'에 따르면 맥주 및 주류 안주로서 칩스류 소비가 높으며 칩스류 시장 점유율은 약 39%정도를 꾸준히 유지 * 라면, 쿠키, 과자류와 같은 밀가루 식품은 러시아에서 전통적으로 소비가 많음 | | | |
| 한국 | 업 체 명 | 넥스타(Nexstar) | 담당자 | 이윤주 과장 |
| 사무국 | 전화번호 | 070-7016-9298 | E-MAIL | jenna.lee@nexstar.co.kr |

| | | | | | | |
|-----------------|--|--|------------------------------|---------------|---------------------------|--|
| 전 시 회 개 요 | 명 칭 | 국문 | 2018 베트남 국제식품박람회 | | | |
| | | 영문 | FoodExpo Vietnam 2018 | | | |
| | 기 간 | (예상일정) | 2018년 11월 14일(수)~17일(토), 4일간 | 개최주기 | 매년 | |
| | 전 시 장 | (도시) 베트남 호치민, (전시장) Saigon Exhibition And Convention Center - SECC | | | | |
| | 규 모 | (2016년) 10,000sqm | | | | |
| | 주 최 사 | Vietnam Trade Promotion Agency (VIETRADE) / ADPEX Joint Stock Company Ministry of Industry and Trade of Vietnam (MOIT) | | | | |
| | 후 원 | Government as a National Trade Promotion Program | | | | |
| | 참가업체 | (2016년) 16개국 402개사 550부스 - 베트남, 한국, 이탈리아, 일본, 중국 등 | | | | |
| | 참 관 객 | 33개국 21,095명 (해외 참관객 : 1,339명) | | | | |
| | 전시품목 | 식품 첨가물, 과일 및 야채, 고기 및 가공류, 음료 및 주류, 해산물, 제과 및 과자류, 유제품, 건강식품 등 식품류 전반 | | | | |
| | 병행개최 | Foodtech Vietnam (식품 공정 산업 관련 기술 전시회) | | | | |
| | 부대행사 | <ul style="list-style-type: none"> National Conference on Vietnam's food industry Seminar on the access to the retail chains in Vietnam Saigon International Cooking Contest Food Innovation Award | | | | |
| | 산업동향 | <ul style="list-style-type: none"> 고속 성장하는 베트남 식품 시장 - 52%를 육박하는 베트남의 젊은 층과 꾸준한 소득 증가가 식품 산업을 키움 - 베트남 GDP는 2011~2013년 5.6% 성장했으며 1인당 소득 또한 2000년의 953달러에서 작년에는 1889달러로 성장 - 베트남 중산층은 2012년의 1200만 명에서 오는 2020년에는 3300만 명까지 늘어날 것으로 보이며 아시아-태평양 지역에서 가장 빠른 성장세를 보이고 있음 - 이에 따른 생활수준의 향상에 맞추어 식음료 산업도 급성장 중이며 소비 부문 또한 가장 큰 비율을 차지함 - 소비자들은 현대적 거래형태에 익숙해져가고 신선과일, 통조림, 과자, 조미료 등 다양한 수입제품에 대한 수요 증가 - 2014년 한-베 FTA 체결로 한국의 베트남 수출은 약 26%가 늘어날 것으로 기대되며 농산물, 가공식품 등의 베트남 내수시장 수출확대도 예상됨 | | | | |
| 성격 및 특징 | <ul style="list-style-type: none"> 베트남 산업 무역부에서 주최하는 정부 주도 베트남 식음료 전시회 정부 지원에 힘입어 많은 무역 기관들이 참가 결정하였으며 발전 가능성이 무궁무진한 전시회 11월 16일부터 19일까지 개최하는 4일 전시회이며 컨퍼런스, 세미나, 요리 컨테스트, 이노베이션 어워드 등 각종 행사가 마련되어 있음 한국은 FoodExpo Vietnam 2015에서 Country of Honour로 선정이 되어 전시회에서 다양한 홍보 행사를 진행하였으며 바이어들에게 주목 및 관심을 더 받았음 | | | | | |
| 사 이 트 | http://www.foodexpo.vn/Home | | | | | |
| 참 가 비 | 독립부스 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| | 패키지부스 | • (2018년도 금액 추후안내) | | | | |
| 한 국 사 무 국 | 업 체 명 | NEXSTAR 해외전시팀 | | | | |
| | TEL | 070-7016-9297 | FAX | 070-7016-2117 | E-mail yuni@nexstar.co.kr | |

인도네시아 식품박람회(SIAL Interfood)

|  | | aT 참가여부 |
|---|---|---|
| | | ○ |
| 박 람 회 개 요 | 명 칭 | (영문) SIAL Interfood Jakarta 2018 |
| | 국가/도시 | 인도네시아/자카르타 |
| | 웹사이트 | www.sialinterfood.com |
| | 기 간 | 2018년 11월 21 - 24일 (4일간) |
| | 전 시 장 | Jakarta International Expo, Kemayoran |
| | 규 모 | 21,000 sqm |
| | 주 최 사 | Comexposium, Krista Media |
| | 부스비용 | (180㎡, 20부스, 아일랜드 기준) (EUR 51,591- 2017년 가격 기준) |
| | 참가업체 | (2016) 33개국 800개 업체 |
| | 참 관 객 | (2016) 49개국 36,000 명 |
| | 국 가 관 | (2016) 15개 국가관 |
| | 전시품목 | 베이커리(잼, 비스킷, 페이스, 페이스트리, 아이스크림), 건강식품, 첨가제, 캔디류, 초콜릿, 유제품, 커피 & 티, 수산물(조개류), 양계류, 육류, 가공식품, 냉동식품, 식료품 및 건조식품, 음료, 델리카트스, 즉석식품, 과일, 채소 및 건조과일, 유통 및 요식업, 푸드서비스, 식기류 및 식자재, 식품기계, 식품 기술 및 서비스, 케이터링 장비, 공공기관 및 관련 협회, 서비스 및 무역업 등 |
| | 부대행사 | Hosted Buyer Program (바이어초청 미팅 프로그램), SIAL Innovation (혁신관 및 혁신상 시상식), La Cuisine (라퀴진 국제 셰프 대회), 월드 투어 (주요 해외 시장 트렌드 정보), SIAL 컨퍼런스 (업계 전문가들의 식품 산업 트렌드에 대해 발표) |
| 특 징 | 프랑스 최고의 산업 박람회 전문 주관사 COMEXPOSIUM社가 프랑스 국제 식품 전시회 SIAL의 노하우와 인도네시아 현지 인터푸드 전시회의 경쟁력을 바탕으로 2015년 SIAL InterFOOD Jakarta를 런칭하였다. 기계류도 출품이 가능하며 국내 식품 기계업체들도 꾸준히 참가하고 있다. | |
| 추천사유 | 1.세계 다수 네트워크를 보유하고 있는 SIAL Group이 주관하는 전시회로 인도네시아(동남아 할랄) 시장에 진출하고자 하는 업체들에게는 최적의 전시회이다. 2.호스티드바이어프로그램 : 아시아 지역 바이어를 초청하여 출품업체들과 미팅 주선. 34개 TOP 바이어들이 약 396개 미팅에 참석 (2016 한국 초청 바이어 : 이마트, 풀무원, 롯데푸드, 대상, 아주푸드) | |
| 산업동향 | 인구 세계 4위, 경제 부문 세계 16위를 자랑하는 인도네시아의 식품 수요는 점차 증가할 것으로 전망된다. 전체 인구의 87%가 이슬람교이기 때문에 할랄 인증제품 및 무알콜 음료(티, 커피) 시장이 큰 비중을 차지하며, 30대 이하 인구가 전체 인구의 60%를 차지하므로 간편식품, 스낵류에 대한 수요가 높은 편이다. 특히 최근 저지방, 무가당 표기가 되어 있는 건강기능제품 시장이 성장세를 타고 있다. 출산율이 높아 영, 유아식품에 대한 수요도 높은 편이다. | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | 프로모살롱 한국사무소 담당자 김연수 대리 |
| | 전화번호 | 02-564-9771 E-MAIL yskim@promosalons.co.kr |

베이징 식품박람회(Anufood China)

| | | | | |
|--|---|--|--------|-----------------------|
|  powered by anuga | | aT 참가여부 | | |
| | | 참가 | | |
| 전 시 회 개 요 | 명 칭 | (영문) ANUFOOD China | | |
| | 국가/도시 | 중국, 베이징 | | |
| | 웹사이트 | www.anufoodchina.com | | |
| | 기 간 | 2018년 08월30일 ~ 09월01일 (3일간, 예정) | | |
| | 전 시 장 | China International Exhibition Center, 중국 베이징 | | |
| | 규 모 | 46,000sqm | | |
| | 주 최 사 | Koelnmesse Co., Ltd. China Chamber of Commerce of Food Stuffs and Native Produce (CFNA) China Hotel Association China Cuisine Association | | |
| | 부스비용 | (180m ² , 20부스, 아일랜드 기준) (현지화) EUR 39,600 | | |
| | 참가업체 | (2016) 34개국 684개 업체 | | |
| | 참 관 객 | (2016) 26,626명 | | |
| | 국 가 관 | 6개 국가관 | | |
| | 전시품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 제과, 제빵, 비스킷, 스낵류 • 커피, 차, 음료, 주류 • 신선야채, 과일류 • 식용류 및 기름류 • 육류, 수산물 • 일반식품 - 유기농 식품, 수입식품, 유제품, 낙농품, 냉동식품 | | |
| | 부대행사 | Conference, Business Matching, Chinese Cuisine World Championship 등 | | |
| 특 징 | <ul style="list-style-type: none"> • 세계 최고의 식품 전시회인 독일 아누가의 바이어 동원 능력과 경험으로 개최되는 전문 B2B 전시회 • China International catering & Food Expo 2016이 함께 개최되어 중국 각 지역의 식품산업 관계자들을 만날 수 있는 훌륭한 기회로 시너지 효과 제공 • 중국상공회의소와 독일 켈른메세가 공동 주관하고 중국 수도 베이징에서 개최되는 유력 식품전문무역전시회 | | | |
| 추천사유 | 독일 아누가 전시회가 후원하는 B2B 전문 전시회로, 중국 북부지역을 기점으로 하여 중국 전체 시장에 진출할 수 있는 효과적인 플랫폼 역할을 하는 전시회 | | | |
| 산업동향 | 중국은 한국 식품의 제 2 수출 시장으로, 2015년 10월말 기준 대중국 농식품 수출은 8억 6천8백만불로 전년 대비 7% 증가하는 등 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2015년 12월 한중 FTA 발효를 통해 중국 식품시장으로의 진출 기회가 확대됨. | | | |
| 한국 사무국 | 업 체 명 | ㈜글로벌에프엠 | 담당자 | 유재걸 전무 |
| | 전화번호 | 02-2042-3030 | E-MAIL | info@gobalfairs.co.kr |