

2024



SIAL Shanghái 28-30 de mayo de 2024

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Shanghái

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.





28 de mayo de 2024 Shanghái

Este estudio ha sido realizado por Alejandro Requena

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Shanghái

http://china.oficinascomerciales.es

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

 Perfil de la Feria 1.1. Ficha técnica 1.2. Sectores y productos representados 1.3. Datos de la 24.ª edición 1.3.1. Exhibitor Centre 1.4. Productos de la feria 	5 5 6 7 7 8
2. Descripción y evolución de la feria 2.1. Ubicación 2.2. Distribución de la feria 2.3. Participación empresarial extranjera 2.3.1. Presencia extranjera en sector N 2.3.2. Presencia extranjera en sector W 2.3.3. Presencia extranjera en sector E 2.3.4. Presencia extranjera total 2.4. Estadísticas de participación	9 9 9 11 11 12 13 14 15
 3.1. Ubicación de la presencia española 3.1.1. Subsector W1 3.1.2. Subsector W2 3.1.3. Subsector W4 3.1.4. Subsector E7 3.2. Delegaciones españolas 3.2.1. INTERPORC 3.2.2. FIAB 3.2.3. Info Murcia 3.2.4. Junta de Castilla y León 3.2.5. Provacuno – Beef & Lamb From Spain / Interovic 3.2.6. Independientes 3.3. Presencia institucional 	16 16 16 17 19 20 22 22 23 24 25 25 26
4. Actividades de promoción 4.1. Interporc 4.2. FIAB 4.3. Junta de Castilla y León 4.4. INFO Murcia	28 28 29 30 30
 Tendencias y novedades presentadas Tendencias globales 	31 31



5.2. Tendencias por producto	33
5.2.1. Porcino	33
5.2.2. Vacuno	33
5.2.3. Ovino y Caprino	34
5.2.4. Aceite	34
5.2.5. Lácteos	34
5.2.6. Snacks	34
5.2.7. Conservas	35
5.2.8. Frutos secos	35
5.2.9. Vino	35
5.2.10. Otros productos	35
6. Anexos	36
6.1. Visita del Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación	36
6.2. Transporte	37
6.3. Foros	37
6.4. Talleres	38
6.5. SIAL Talks - Charlas	38
6.6. Galería de imágenes stands españoles	38





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Nombre SIAL Shanghai 2024 - Salon International De L'Alimentation

Ámbito Productos agroalimentarios, vinos y bebidas

Fechas de celebración del

evento

Del 28 al 30 de mayo de 2024

Edición 24.ª

Frecuencia, periodicidad Anual

Página web del evento https://www.sialchina.com/

Lugar de celebración Shanghai New International Expo Center (SNIEC) 中国, 上海市

浦东新区龙阳路 2345 号 2345 Longyang Road, Pudong New

Area, Shanghai

Medios de transporte Metro: línea 7, parada "Huamu Road" Autobús (shuttle) desde

la parada de Maglev ("Longyang Road") al recinto ferial

Horario de la feria 18 y 19 de mayo de 9.00 am a 18.00 pm 20 de mayo de 9.00

am a 16.00 pm

Superficie 200.000 m²

Empresa organizadora Comexposium

Otros datos de interés SIAL se celebra anualmente en diversos lugares del mundo,

como Shanghái, Shenzhen, París, Montreal, Toronto, Las Vegas, Nueva Delhi, Kuala Lumpur, Yakarta, etc., es una importante plataforma para que numerosas empresas

alimentarias mundiales transmitan el valor de su marca





1.2. Sectores y productos representados



Recorte de la sección "Highlight Sectors" de la página oficial de SIAL.

La 24.ª edición contará con 9 pabellones sectoriales distintos, siendo traducidos al español como:

- Alimentos para Bebés
- Productos Orgánicos y de Bienestar
- Sector Lácteo
- Sector de Bebidas No Alcohólicas
- Sector de Alimentos
- Sector de Carne, Aves y Embutidos
- Sector de Mariscos
- Sector de Bebidas Alcohólicas
- Legumbres y cereales

Este último sector, el de legumbres y cereales, se trata de una nueva incorporación de este año en la lista de sectores.



1.3. Datos de la 24.ª edición

Superficie 200.000 m²

Precios Entrada gratuita tras registro electrónico. En el caso de

que se adquiera la entrada onsite, costará 199 RMB.

El precio del booth puede variar según el espacio,

localización, superficie y servicios contratados.

Servicios incluidos

Fecha cierre inscripciones

Número de expositores 5.000 de más de 70 nacionalidades

Buscador de expositores:

https://www.sialchina.com/exhibitorlist.html

Número de visitantes 180.000 de más de 110 nacionalidades

1.3.1. Exhibitor Centre

Al igual que en ediciones anteriores, los expositores pueden hacer uso de algunas de las herramientas *online* que SIAL les ofrece por participar en el evento. Estas herramientas son:

- Online Marketplace. A través de esta plataforma las empresas pueden subir información sobre su negocio, su historia y productos. Toda la información que aporten para configurar su perfil será visible de forma pública en el buscador de expositores de la feria. Además, se establece un servicio de contactos por los cuales los participantes a la feria pueden hacer networking incluso antes de que comience el evento.
- <u>SIAL Innovation</u>. Se trata de un servicio similar al anterior, aunque enfocado a empresas que quieran competir con productos innovadores de alimentación y bebidas de todo el mundo.





1.4. Productos de la feria

Hasta la fecha se tienen registrados cerca de 8.000 productos distintos que se pueden encontrar recogidos en las siguientes categorías:

- 1. Productos alimenticios semiacabados e ingredientes (envasados a granel)
- 2. Productos lácteos, huevos
- 3. Carne fresca y despojos
- 4. Carne fresca de ave y conejo
- 5. Pescado, moluscos y mariscos frescos y en semiconserva
- 6. Frutas y hortalizas frescas, frutos secos
- 7. Horticultura
- 8. Confitería, galletas y pastelería
- 9. Carne curada y salada
- 10. Delicatessen, sustitutivos de comida a domicilio
- 11. Conservas y enlatados
- 12. Alimentos para animales de compañía
- 13. Productos congelados
- 14. Productos ecológicos
- 15. Alimentación sana y dietética, alimentación infantil
- 16. Productos de alimentación
- 17. Vinos y licores
- 18. Otras bebidas alcohólicas
- 19. Bebidas no alcohólicas
- 20. Equipos, tecnologías y procesamiento por contrato
- 21. Servicios

Se pueden consultar dentro del buscador de productos de la página oficial de SIAL: https://www.sialchina.com/productlist.html





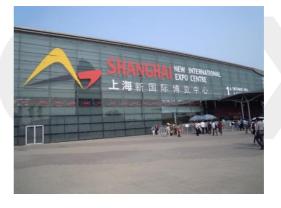
2. Descripción y evolución de la feria

2.1. Ubicación

La feria tuvo lugar en **Shanghai New International Expo Center -中国, 上海市浦东新区龙阳路 2345 号- Longyang Road No.2345, Pudon** en las siguientes fechas:

- 28 de mayo 2024 9:00am-5:00pm
- 29 de mayo 2024 9:00am-5:00pm
- 30 de mayo 2024 9:00am-4:00pm





Imágenes de Shanghai New International Expo Center.

2.2. Distribución de la feria

El recinto SNIEC cuenta con 5 sectores en la parte oeste (W), otros 5 en la parte norte (N) y 7 en la este (E). Cuenta con 3 *lobbies* y halls de entrada y con hasta 7 lugares de aparcamiento. Los espacios, 17 en total, estaban divididos por sectores de mercado de la siguiente forma:

- 4 de dulces y snacks
- 3 de alimentos importados.
- 1 de bebidas y vino
- 1 de comida saludable y lácteos.
- 1 de comida instantánea.
- 1 de comida prefabricada y condimentos.



- 1 de especialidades locales.
- 1 de carne y comida congelada. Mariscos.
- 3 de carne.
- 1 de empaquetado y envoltorio de comida.

PLANO DE LA FERIA





2.3. Participación empresarial extranjera

Aunque el gran porcentaje de empresas expositoras hayan sido chinas, existen representantes de más de 54 territorios de fuera de China.

2.3.1. Presencia extranjera en sector N

NÚMERO DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR N, POR SUBSECTORES Y TOTAL. ORDENADOS DE MAYOR A MENOR

País	N1	N2	N3	N4	N5	TOTAL
Corea del Sur	88	1	0	0	0	89
Rusia	0	0	74	0	0	74
Vietnam	0	46	0	0	0	46
Tailandia	24	0	0	0	0	24
Taiwán	0	15	0	0	0	15
Pakistán	0	0	12	0	0	12
Hong Kong	2	0	2	2	1	7
Malasia	0	6	0	1	0	7
Sri Lanka	0	7	0	0	0	7
Bielorrusia	0	0	7	0	0	7
Japón	1	0	1	0	0	2
Filipinas	0	2	0	0	0	2
Nueva Zelanda	2	0	0	0	0	2
Estados Unidos	0	1	0	0	0	1
India	0	1	0	0	0	1
Kenia	0	1	0	0	0	1
Australia	0	1	0	0	0	1
TOTAL						298

El sector N cuenta con un total de 298 empresas extranjeras, existiendo una predominancia entre los países asiáticos, especialmente Corea del Sur. Rusia también encabeza una importante presencia.





2.3.2. Presencia extranjera en sector W

NÚMERO DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR W, POR SUBSECTORES Y TOTAL. ORDENADOS DE MAYOR A MENOR

País	W1	W2	W3	W4	W5	TOTAL
Turquía	0	0	79	0	0	79
España	1	23	0	12	0	36
Estados Unidos	32	0	1	1	0	34
Brasil	27	0	0	0	0	27
Hong Kong	22	1	0	2	0	25
Italia	0	0	0	18	0	18
Francia	0	16	0	0	0	16
Arabia Saudí	1	0	10	0	0	11
Bulgaria	11	0	0	0	0	11
Polonia	0	10	0	0	0	10
Australia	8	0	0	0	0	8
Emiratos Árabes Unidos	0	0	7	0	0	7
Chile	5	0	0	0	0	5
Alemania	0	2	0	2	0	4
Argentina	2	1	0	0	0	3
Dinamarca	0	3	0	0	0	3
Países Bajos	1	2	0	0	0	3
Bélgica	0	2	0	0	0	2
Egipto	0	2	0	0	0	2
Portugal	0	1	0	1	0	2
Sudáfrica	2	0	0	0	0	2
Uzbekistán	1	0	1	0	0	2
Canadá	0	1	0	0	0	1
Chequia	0	1	0	0	0	1
Estonia	0	1	0	0	0	1
Finlandia	0	1	0	0	0	1
Grecia	0	1	0	0	0	1
India	0	0	1	0	0	1
Irán	0	0	0	1	0	1
Reino Unido	0	1	0	0	0	1
Suecia	0	1	0	0	0	1
Túnez	0	1	0	0	0	1
TOTAL						321

Existe una diversidad de regiones presentadas, aunque destaca la presencia de España, situándose como la 2.ª más representada, y siendo el 1.º de Europa. Destaca la delegación de FIAP en el W2 y la delegación de la Junta de Castilla y León en W4.





2.3.3. Presencia extranjera en sector E

NÚMERO DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR N, POR SUBSECTORES Y TOTAL. ORDENADOS DE MAYOR A MENOR

País	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	TOTAL
Argentina	0	0	0	0	0	0	50	50
Brasil	0	0	0	0	44	0	0	44
España	0	0	0	0	0	0	33	33
Arabia Saudí	0	0	0	0	0	22	0	22
Canadá	0	0	0	0	0	13	0	13
India	0	0	0	0	7	5	1	13
Francia	0	0	0	0	1	1	8	10
Hong Kong	0	0	0	2	5	1	2	10
Irlanda	0	0	0	0	0	9	1	10
Bielorrusia	0	0	0	10	0	0	0	10
Bélgica	0	0	0	0	0	9	0	9
Países Bajos	0	0	0	0	2	4	2	8
Reino Unido	0	0	0	0	6	1	1	8
Estados Unidos	0	0	0	0	1	5	1	7
Chile	0	0	0	0	0	7	0	7
Rusia	0	0	0	6	0	0	0	6
Uruguay	0	0	0	0	0	2	3	5
Colombia	0	0	0	0	0	2	0	2
Dinamarca	0	0	0	0	1	0	1	2
Polonia	0	0	0	0	0	1	1	2
Suiza	0	0	0	0	0	2	0	2
Alemania	0	0	0	0	0	0	1	1
Bolivia	0	0	0	0	0	1	0	1
Bulgaria	0	0	0	0	0	0	1	1
Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	0	0	0	1	1
Hungría	0	0	0	0	0	0	1	1
Panamá	0	0	0	0	1	0	0	1
Portugal	0	0	0	0	1	0	0	1
Singapur	0	0	0	0	1	0	0	1
Sudáfrica	0	0	0	0	1	0	0	1
Turquía	0	0	0	0	0	0	1	1
TOTAL								283

España, al igual que en el caso anterior, vuelve a ser el país europeo más representado, con 33 empresas. Destaca la presencia de las delegaciones de FIAB e Interporc en el subsector E7, dedicado especialmente a la carne.





2.3.4. Presencia extranjera total

NÚMERO DE EMPRESAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR N, POR SUBSECTORES Y TOTAL. ORDENADOS DE MAYOR A MENOR

	País	N	W	E	TOTAL
Col	rea del Sur	89	0	0	89
	Rusia	74	0	6	80
	Turquía	0	79	1	80
	Brasil	0	27	44	71
	España	37	32	0	69
	Argentina	3	0	50	53
	Vietnam	46	0	0	46
	Hong Kong	7	25	10	42
Estad	dos Unidos	1	34	7	42
	Francia	0	16	10	26
	Tailandia	24	0	0	24
Ar	abia Saudí	0	11	22	33
	Italia	0	18	0	18
	Bielorrusia	7	0	10	17
	Taiwan	15	0	0	15
	Canadá	0	1	13	14
	India	1	1	13	15
	Bulgaria	0	11	1	12
	Chile	5	0	7	12
	Pakistán	12	0	0	12
	Polonia	0	10	2	12
Pa	íses Bajos	0	3	8	11
	Bélgica	0	2	9	11
	Irlanda	0	0	10	10
	Japón	2	0	0	2
Emiratos Áral		0	7	1	8
	Australia	1	8	0	9
R	eino Unido	0	1	8	9
	Indonesia	6	0	0	6
	Uruguay	0	0	5	5
	Dinamarca	0	3	2	5 5 5
	Alemania	0	4	1	5
	Malasia	7	0	0	7
	Sri Lanka	7	0	0	7
Nue	va Zelanda	2	0	0	2
	Jzbekistán	0	2	0	2
<u>'</u>	Suiza	0	0	2	2
	Egipto	0	2	0	2
	Colombia	0	0	2	2
	Filipinas	2	0	0	2
	Portugal	0	2	1	2
	Sudáfrica	0	2	1	3
					1
	Túnez	0	1	0	
	Estonia	1	0	0	1
	Hungría	0	0	1	1
	Bolivia	0	0	1	1
	Chequia	1	0	0	1
	Finlandia	0	1	0	1





Grecia	0	1	0	1
Irán	0	1	0	1
Kenia	1	0	0	1
Panamá	0	0	1	1
Singapur	0	0	1	1
Turquía	0	0	1	1
TOTAL				908

De los 51 territorios extranjeros representados en la feria, España se encuentra en 5.ª posición, con 70 empresas. Es el primer país europeo, seguido por Francia, que ocupa la 10.ª posición. Tanto el elevado número de empresas internacionales participantes en SIAL como el muy alto grado de participación española en esta feria demuestran, bien a las claras, la indiscutible importancia que las empresas del sector agroalimentario continúan dando a las ferias como instrumento comercial de penetración y presencia del mercado chino.

2.4. Estadísticas de participación

A través de una carta formal enviada por la organización de SIAL, se pueden afirmar que las estadísticas de participación han sido las siguientes:

Superficie: 200.000 m²

Número de expositores: 5.000 standsNúmero de asistentes: 175.730 personas

Representación: 75 países entre expositores y asistentes.

Número de productos: 350.000





3. Presencia Española

3.1. Ubicación de la presencia española

La presencia española se reparte en cuatro subsectores:

- W1 de dulces y snacks.
- W2 de dulces y snacks.
- W4 de Alimentación importada.
- E7 de Carne

3.1.1. Subsector W1



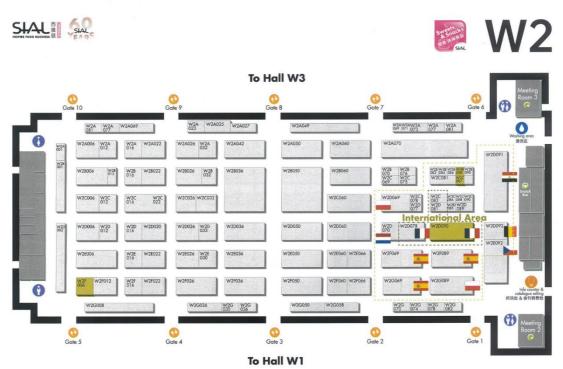


3.1.2. Subsector W2

N.º	EMPRESA	NOTA	воотн	SECTOR
1	ACEITES ABRIL	FIAB	W2F078	Alimentación
2	ACEITES MAEVA, SLU	FIAB	W2E070	Alimentación
3	ACESUR	FIAB	W2E090	Alimentación
4	AGROAVIA	INDEPENDIENTE	W2E078	Alimentación
5	AGRUCAPERS, S.A.	FIAB	W2G073	Alimentación
6	APICOLA SOLVEN, S.L.	INDEPENDIENTE	W2F077	Alimentación
7	BODEGAS CLEGANE	FIAB	W2F076	Alimentación
8	BRAND DISTRIBUTION IBERIA	FIAB	W2F073	Alimentación
9	BRANDSXPANSION	FIAB	W2G071	Alimentación
10	CALIDAD PASCUAL S.A.U.	FIAB	W2F089	Alimentación
11	CONGELADOS DE NAVARRA	FIAB	W2E088	Alimentación
12	CRISOLAR	INDEPENDIENTE	W2G075	Alimentación
13	EXTREMADURA AVANTE S.A.P. S.L.U.	INDEPENDIENTE	W2F069	Alimentación
14	FAIGES SL	FIAB	W2F085	Alimentación
15	FINI GOLOSINAS	FIAB	W2F070	Alimentación
16	GRUPO YBARRA	FIAB	W2E082	Alimentación
17	HIGOS Y DERIVADOS EXTREMEÑOS S.L.	INDEPENDIENTE	W2E076	Alimentación
18	JR SABATER SAU	FIAB	W2G069	Alimentación
19	LA CLAUDIA ITALIA (C/O: KR DRINKS)	INDEPENDIENTE	W2E084	Alimentación
20	OLEOESTEPA SCA	FIAB	W2G077	Alimentación
21	S.C.L. LOS CURADO	INDEPENDIENTE	W2F075	Alimentación
22	SOVENA ESPAÑA S.A.U.	FIAB	W2F069	Alimentación
23	UNIÓ NUTS SCCL	FIAB	W2F081	Alimentación







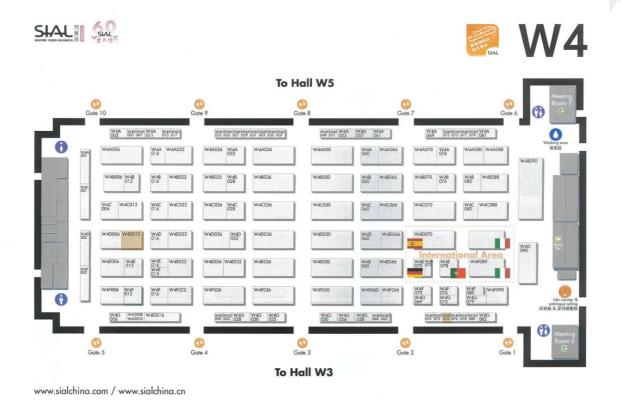
www.sialchina.com / www.sialchina.cn





3.1.3. Subsector W4

N.º	EMPRESA	воотн	NOTA	SECTOR
1	BODEGAS BLANCO NIEVA	W4E073	Junta de Castilla y León	Alimentación
2	BODEGAS MAZAS 葆代嘎斯马扎斯	W4D076	Junta de Castilla y León	Alimentación
3	BODEGAS RESALTE DE PENAFIEL SAU	W4E069	INDEPENDIENTE	Alimentación
4	BODEGAS VEGANZONES	W4E069	Junta de Castilla y León	Alimentación
5	CESAR NIETO GROUP	W4E071	Junta de Castilla y León	Alimentación
6	ENTREPINARES	W4DD070	Junta de Castilla y León	Alimentación
7	FINCA MONTEPEDROSO	W4D072	Junta de Castilla y León	Alimentación
8	IBERICOS FISAN 伊比利亚菲桑	W4D074	Junta de Castilla y León	Alimentación
9	ICECYL - JUNTA DE CASTILLA Y LEON	W4DD070	Junta de Castilla y León	Alimentación
10	MARTIRELO	W4E077	Junta de Castilla y León	Alimentación
11	ONESIMUM	W4E075	Junta de Castilla y León	Alimentación
12	TRAPA 西班牙朵沛巧克力工厂	W4D078	Junta de Castilla y León	Alimentación



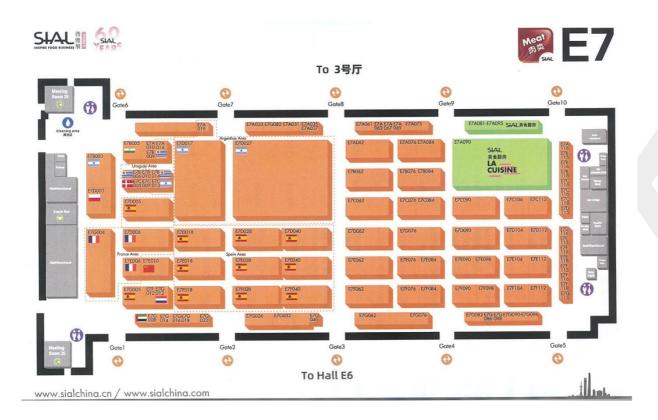


3.1.4. Subsector E7

N.º	EMPRESA	воотн	NOTA	SECTOR
1	ALMAMEAT S.L. U	E7D013	Provacuno	Cárnicos
2	BATALLE	E7 D 042	Interporc	Cárnicos
3	BEEF & LAMB FROM SPAIN	E7C010	Provacuno	Cárnicos
4	CARNES SELECTAS 2000, S.A. U	E7D020	Independiente	Cárnicos
5	CARNICAS COVIHIER S.L.	E7C006	Provacuno	Cárnicos
6	CÁRNICAS TABLADILLO SL	E7F035	Interporc	Cárnicos
7	CONSORCIO DEL JAMON SERRANO ES	E7G018	Independiente	Cárnicos
8	COSTA FOOD MEAT, SL 高斯达	EZE020	Interporc	Cárnicos
9	COVAP - S.C.A. GANADERA VALLE DE LOS PEDROCHES	E7C014	Provacuno	Cárnicos
10	ELPOZO ALIMENTACIÓN	E7F042	Interporc	Cárnicos
11	FABRICA, MATADERO Y DESPIECE, S.A.	E7F036	Independiente	Cárnicos
12	FACCSA-PROLONGO	E7FO47	Interporc	Cárnicos
13	FRIBIN	E7E042	Interporc	Cárnicos
14	FRIGOLOURO - GRUPO COREN	E7E048	Interporc	Cárnicos
15	FRIGORÍFICOS COSTA BRAVA S.A.	E7F048	Interporc	Cárnicos
16	FRISELVA S.A 4425	E7G025	Interporc	Cárnicos
17	IBERICOS TORREÓN SALAMANCA, S.L. 托莱翁伊比利亚火腿	E7G011	FIAB	Cárnicos
18	JAMONES ALOMAR S.A.	E7F006	FIAB	Cárnicos
19	JORGE PORK MEAT S.L.	E7D030	Interporc	Cárnicos
20	LA COMARCA MEATS, S.L. U	E7E036	Interporc	Cárnicos
21	LORFOOD-INCARLOPSA ESPAÑA	E7F027	Interporc	Cárnicos
22	MAFRIGES 西班牙 1274厂	E7E030	Interporc	Cárnicos
23	MANEL GIBAJA	E7F020	Independiente	Cárnicos
24	MORALEJO SELECCION, SLU	E7D005	Provacuno	Cárnicos
25	OLOT MEATS S.A.	E7E026	Interporc	Cárnicos
26	PORVIÑA 2000 SL	E7G016	Independiente	Cárnicos
27	PRODUCTOS IBÉRICOS CALDERÓN Y RAMOS SL	E7G007	FIAB	Cárnicos
28	ROBERT BADIA FOLGUERA	E7F026	Independiente	Cárnicos



29	ROCA 1927 S. L	E7D011	Provacuno	Cárnicos
30	SEÑORÍO DE MONTANERA	E7F010	FIAB	Cárnicos
31	SOLUCIONES LEVANTINAS	E7D007	Independiente	Cárnicos
32	TELLO FOOD GROUP- TELLO 食品集团	E7D026	Interporc	Cárnicos
33	VALL COMPANYS	E7D048	Interporc	Cárnicos



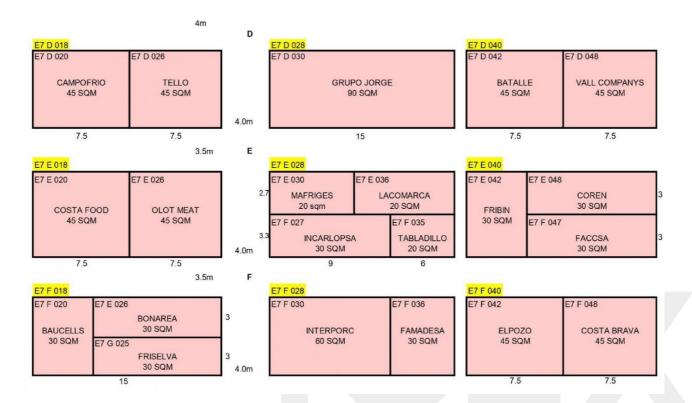


3.2. Delegaciones españolas

3.2.1. INTERPORC

N.º	EMPRESA	ESPACIO	NOTA	воотн	SECTOR	PARTICIPACIÓN 2023
1	CAMPOFRIO	45	INTERPORC	E7 D 020	Cárnicos	SI
2	TELLO	45	INTERPORC	E7 D 026	Cárnicos	SI
3	GRUPO JORGE	90	INTERPORC	E7 D 030	Cárnicos	SI
4	BATALLE	45	INTERPORC	E7 D 042	Cárnicos	SI
5	VALL COMPANYS	45	INTERPORC	E7 D 048	Cárnicos	SI
6	COSTA FOOD	45	INTERPORC	E7 E 020	Cárnicos	SI
7	OLOT MEAT	45	INTERPORC	E7 E 026	Cárnicos	SI
8	MAFRIGES	20	INTERPORC	E7 E 030	Cárnicos	SI
9	LACOMARCA	20	INTERPORC	E7 E 036	Cárnicos	SI
10	INCARLOPSA	30	INTERPORC	E7 F 027	Cárnicos	SI
11	TABLADILLO	20	INTERPORC	E7 F 035	Cárnicos	NO
12	FRIBIN	30	INTERPORC	E7 E 042	Cárnicos	SI
13	COREN	30	INTERPORC	E7 E 048	Cárnicos	SI
14	FACCSA	30	INTERPORC	E7 F 047	Cárnicos	SI
15	BAUCELLS	30	INTERPORC	E7 F 020	Cárnicos	NO
16	BONAREA	30	INTERPORC	E7 E 026	Cárnicos	NO
17	FRISELVA	30	INTERPORC	E7 G 025	Cárnicos	SI
18	INTERPORC	60	INTERPORC	E7 F 030	Cárnicos	SI
19	FAMADESA	30	INTERPORC	E7 F 036	Cárnicos	SI
20	ELPOZO	45	INTERPORC	E7 F 042	Cárnicos	SI
21	COSTA BRAVA	45	INTERPORC	E7 F 048	Cárnicos	SI





Distribución de los booths de Interporc

3.2.2. FIAB

Se puede acceder al catálogo facilitado por FIAB (Federación Española de Industrias de alimentación y Bebidas) a través de siguiente enlace: https://agendas.fiab.es/plugins/catalogo_digital/catalogo_cibus_distribuidores/f1151/index.php#page/1

N.º	EMPRESA	NOTA	SECTOR	PARTICIPACIÓN 2023
1	ACEITES ABRIL	FIAB	Alimentación	NO
2	ACEITES MAEVA, SLU	FIAB	Alimentación	NO
3	ACESUR	FIAB	Alimentación	SI
4	AGRUCAPERS, S.A.	FIAB	Alimentación	NO
5	ALJOMAR	FIAB	Cárnicos	SI
6	BODEGAS CLEGANE	FIAB	Alimentación	NO
7	BRAND DISTRIBUTION IBERIA	FIAB	Alimentación	NO



8	BRANDSXPANSION	FIAB	Alimentación	NO
9	CALIDAD PASCUAL S.A.U.	FIAB	Alimentación	NO
10	CAMPO BADAJOZ	FIAB	Alimentación	NO
11	CONGELADOS DE NAVARRA	FIAB	Alimentación	NO
12	EXTREMADURA	FIAB	Alimentación	NO
13	FAIGES SL	FIAB	Alimentación	NO
14	FINI GOLOSINAS	FIAB	Alimentación	NO
15	GRUPO YBARRA	FIAB	Alimentación	NO
16	IBÉRICOS TORREÓN	FIAB	Cárnicos	NO
17	IBERICOS CALDERON Y RAMOS	FIAB	Cárnicos	SI
18	JR SABATER SAU	FIAB	Alimentación	NO
19	KR DRINKS	FIAB	Alimentación	NO
20	OLEOESTEPA SCA	FIAB	Alimentación	NO
21	SEÑORIO DE MONTANERA	FIAB	Alimentación	SI
22	SOVENA	FIAB	Alimentación	SI
23	UNIÓ NUTS SCCL	FIAB	Alimentación	NO

3.2.3. Info Murcia

Aunque estas empresas hayan acudido bajo la delegación de FIAB, existen empresas que han acudido con la colaboración del Instituto de Fomento de Murcia.

N.º	EMPRESA	SECTOR
1	BODEGAS CLEGANE, S.L.	Alimentación
2	AGRUCAPERS, S.A.	Alimentación
3	JR SABATER SAU	Alimentación
4	BRANDXPANSION, S. L	Alimentación



3.2.4. Junta de Castilla y León

N.º	EMPRESA	NOTA	SECTOR
1	EUROPRALINE S.L. (TRAPA)	Junta de Castilla y León	Alimentación
2	CIA TAIFA LATINA-BODEGAS BLANCO NIEVA	Junta de Castilla y León	Alimentación
3	ONESIMUM S. L	Junta de Castilla y León	Alimentación
4	FINCA MONTEPEDROSO S.L.	Junta de Castilla y León	Alimentación
5	MARTIRELO S.L.	Junta de Castilla y León	Alimentación
6	FLORENCIO SÁNCHES E HIJOS S.L., FISAN	Junta de Castilla y León	Alimentación
7	MAZAS COOPERATIVA	Junta de Castilla y León	Alimentación
8	CÉSAR NIETO GROUP S.L.	Junta de Castilla y León	Alimentación
9	QUESOS ENTREPINARES	Junta de Castilla y León	Alimentación
10	BODEGAS VEGANZONES	Junta de Castilla y León	Alimentación

3.2.5. Provacuno - Beef & Lamb From Spain / Interovic

N.º	EMPRESA	NOTA	SECTOR
1	COVAP	Provacuno	Cárnicos
2	ROCA 1927	Provacuno	Cárnicos
3	Almameat	Provacuno	Cárnicos
4	MURGACA	Provacuno	Cárnicos
5	Coviher	Provacuno	Cárnicos
6	Moralejo	Provacuno	Cárnicos

3.2.6. Independientes

N.º	EMPRESA	SUBSECTOR	воотн	SECTOR
1	SOLUCIONES LEVANTINAS	E7	E7D007	Cárnicos
2	S.C.L. LOS CURADO	W2	W2F075	Alimentación
3	HIGOS Y DERIVADOS EXTREMEÑOS S.L.	W2	W2E076	Alimentación
4	APICOLA SOLVEN, S. L	W2	W2F077	Alimentación
5	AGROAVIA	W2	W2E078	Alimentación
6	CRISOLAR	W2	E7G005; W2G075	Alimentación
7	EXTREMADURA AVANTE S.A.P. S.L.U.	W2	W2F069	х
8	LA CLAUDIA ITALIA (C/O: KR DRINKS)	W2	W2E084	Alimentación



Vino	W4E069	W4	BODEGAS RESALTE DE PENAFIEL SAU	9
Alimentación	E7G016	E7	PORVIÑA 2000 SL	10
Alimentación	W1D061	W1	HIPERBARIC HPP	11
Cárnicos	E7G018	E7	CONSORCIO DEL JAMON SERRANO ES	12
Alimentación	E7F026	E7	Robert Badia Folguera	13
Cárnicos	E7F036	E7	FABRICA, MATADERO Y DESPIECE, S.A.	14
Cárnicos	E7D020	E7	CARNES SELECTAS 2000, S.A.U.	15
Alimentación	E7F020	E7	Manel Gibaja	16

3.3. Presencia institucional

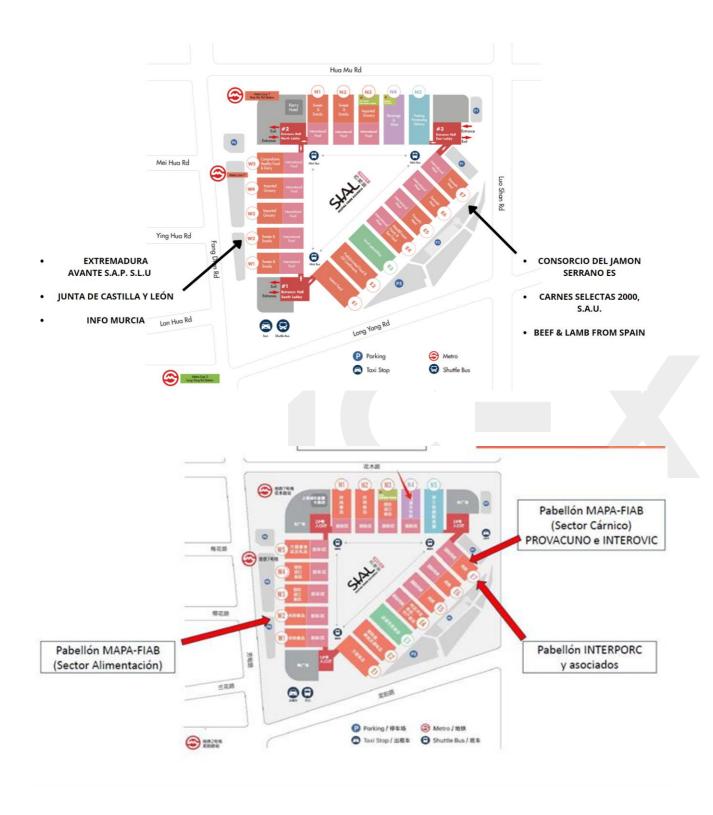
N.º	EMPRESA	SECTOR
1	INFO MURCIA	Institucional
2	JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN	Institucional
3	EXTREMADURA AVANTE S.A.P. S.L.U.	Institucional
4	CONSORCIO DEL JAMON SERRANO ES	Cárnicos

Como parte de la organización y presencia en la feria, también estaba presentes:

- Oficina Económica y Comercial de España en Shanghái.
- Oficina Económica y Comercial de España en Pekín.
- Embajada de España en China.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



SIAL SHANGHAI 2024







4. Actividades de promoción

4.1. Interporc

La Interprofesional de Porcino de Capa Blanca publicó y difundió a través de sus socios la Convocatoria con una **fecha límite de inscripción del 31 de octubre de 2023**. En el documento se puede encontrar alguna información relevante al sector:



- "En 2022, España continuó figurando como primer proveedor de porcino de China aportando cerca del 25 % de las compras de porcino de este mercado, muy por delante de otros proveedores como Brasil, EE. UU., Dinamarca, Países Bajos y Canadá. En 2022, España exportó a China 698.610 toneladas de porcino con un valor de 1.630 millones de euros.
- En el período enero junio de 2023, el sector porcino español exportó a China 291.158 toneladas frente a unas exportaciones de 315.762 toneladas en igual periodo de 2022, lo cual indica un retroceso de cerca del -7,8 % en volumen, aunque en valor se incrementaron un +2,4 % (662,0 millones de euros) gracias a que el precio promedio de tales exportaciones a China aumentó, en el periodo de 2023".

Además, especifican una serie de actividades paralelas a la feria organizadas por INTERPORC:

- "Durante la feria SIAL, en el stand de INTERPORC, se realizarán diversos actos showcooking con carne de porcino de capa blanca, acompañados de demostraciones de corte y degustación de jamón de capa blanca y embutidos.
- Durante la feria SIAL, recepción de representantes de la Administración china y española.
- Organización de encuentros con importadores.
- La organización ferial dará difusión de la participación de INTERPORC y las empresas participantes en el pabellón entre todos sus contactos".
- Se organizará la tradicional Cena de Interporc en el contexto de SIAL Shanghai, en la que se reúnen las empresas españolas del sector e invitados. Durante la cena se intercambias impresiones sobre el mercado y suele participar representantes de la administración española.

INTERPORC CONVOCATORIA DE PARTICIPACIÓN - FERIA SIAL Shanghái 2024





4.2. FIAB

De la misma forma lo hizo la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas mediante un documento semejante. La de federación amplió el plazo hasta el **12 de enero de 2024.**



Algunas de las informaciones relevantes publicadas en esta convocatoria pueden ser:

• "Los productos más exportados desde enero hasta julio de 2023 son carnes y despojos congelados (720,71 millones de euros), pescados y mariscos (71,13 millones de euros), productos lácteos (59,97 millones de euros). Destaca también el aceite de oliva, con un crecimiento de las exportaciones del 31,86 % entre 2022 y 2021, y de un 55,82 % en 2022 con respecto a 2019. Otra de las partidas que más crecimiento han experimentado son los zumos (24,82 % en 2022) y el jamón (30,88 % en 2022). (132,36 millones de €; partida 1043 código CNAE), vino (116,43 millones de €; partida 1102 código CNAE)".

Ranking exportaciones IAB	Ene – Jul 2023 (mill €)	Ene – jul 2022-23 (%)	2022-21 (%)	2022-19 (%)
10302 Carnes y despojos congelados	720,71	-3,35%	-38,37%	15,22%
10401 Pescados y mariscos (crustáceos y moluscos)	71,13	20,43%	55,81%	-7,57%
10507 Productos lácteos	59,97	20,67%	-13,80%	34,29%
10202 Otros productos de origen animal	50,21	-10,05%	-11,62%	31,61%
10505 Aceite de oliva	38,20	-57,69%	31,86%	55,82%
20302 Zumos	33,84	53,62%	24,82%	196,51%
20202 Otras bebidas alcohólicas	27,45	4,13%	6,24%	20,99%
20101 Vino de calidad producido en una región determinada	24,00	-27,08%	-35,29%	-37,71%
10508 Preparaciones alimenticias diversas	19,59	67,53%	-29,25%	-25,18%
10303 Jamón y paleta	14,54	-7,31%	30,88%	212,01%
Exportaciones IAB a China	1.125,04	-7,29%	-30,19%	14,36%%

Exportaciones IAB a China. Fuente: FIAB.

FIAB CONVOCATORIA DE PARTICIPACIÓN - FERIA SIAL Shanghái 2024





4.3. Junta de Castilla y León

Esta institución autonómica también realizó una convocatoria en su página web con una fecha límite de inscripción del **20 de diciembre de 2023**.



Entre la información relevante que se puede encontrar en la convocatoria:

- "Con respecto a la balanza comercial entre Castilla y León y China, en el año 2022, las exportaciones a China registraron un valor de 66 millones de € y las importaciones de 20 millones de €, lo que muestra un superávit comercial con este país de 46 millones de €. Aunque las exportaciones han ido disminuyendo desde el año 2020, los datos disponibles hasta el mes de septiembre de 2023 muestran un cambio en la tendencia, incrementando en este caso su valor un 19 % hasta alcanzar los 55 millones de € (frente a los 46 millones de € registrados hasta septiembre de 2022).
- En 2022, China se posiciona como noveno cliente de las exportaciones agroalimentarias regionales y como cuarto cliente en el caso de mercados que no pertenecen a la UE únicamente por detrás de Reino Unido, EEUU y Suiza.
- La carne porcina, el jamón, el vino, los despojos cárnicos, lactosuero, tocino, leche, galletas y postres lácteos son los productos regionales más exportados a este mercado."

JUNTA CASTILLA Y LEÓN CONVOCATORIA DE PARTICIPACIÓN - FERIA SIAL Shanghái 2024

4.4. INFO Murcia

El Instituto de Fomento de la Región de Murcia también ha difundido una convocatoria entre empresas murcianas para la inscripción de las empresas interesadas.



INFO MURCIA CONVOCATORIA DE PARTICIPACIÓN - FERIA SIAL Shanghái 2024



5. Tendencias y novedades presentadas

5.1. Tendencias globales

La feria SIAL se caracteriza por ser el **escaparate por excelencia** del sector de los agroalimentarios en China. Este evento, uno de los más importantes del mundo en el sector de la alimentación, reunió a profesionales, expertos, y empresas líderes para explorar y presentar innovaciones que están moldeando el presente y el futuro de la alimentación.

En la feria se ha podido ver también un **cierto contraste** entre productos agroalimentarios más **tradicionales** y aspectos de la alimentación con una mayor presencia de avance **tecnológico** y preocupación por la salud y sostenibilidad.

Así, muchas empresas presentaron productos y prácticas diseñadas para reducir el impacto ambiental. Esto incluye el uso de envases biodegradables y la promoción de cadenas de suministro más cortas y transparentes. Los alimentos orgánicos y de origen ético también fueron protagonistas, con un enfoque en la reducción del desperdicio alimentario y el aprovechamiento de recursos.

La tecnología alimentaria también estaba presente, como en la creciente tendencia de los productos a base de plantas y las proteínas alternativas, reflejando un cambio significativo hacia dietas más sostenibles y saludables. Desde hamburguesas de proteínas vegetales, hasta productos lácteos alternativos, la diversidad y calidad de estos productos han mejorado notablemente.

Los consumidores están cada vez más interesados en alimentos que no solo satisfacen el hambre, sino que también ofrecen **beneficios para la salud**. Los alimentos funcionales, enriquecidos con vitaminas, minerales y probióticos, fueron un punto culminante en SIAL 2024.

Incluso, también tuvo un especial protagonismo los aspectos más relacionados con la **comodidad** y **conveniencia**. En un mundo acelerado, los productos listos para consumir, comidas preparadas y soluciones rápidas para la cocina fueron prominentes en la feria, como pueden ser ensaladas envasadas al vacío a través de máquinas barométricas listas para comer. Innovaciones en este ámbito no solo se enfocaron en la rapidez y facilidad, sino también en la **calidad y el valor nutricional**, reflejando una demanda creciente por opciones convenientes que no comprometen la salud ni el sabor.

Otro aspecto destacable fue la importancia y **fuerte inversión de marketing** en distintos aspectos de la feria. China es generalmente un mercado donde la inversión en marketing es mayor a otros mercados por los hábitos de compra del consumidor chino. Esto se vio reflejado en stands



originales, con gran inversión en diseño e infraestructura o incluso también en el *packaging* de muchas de las muestras. También destacaban actividades en los *stands* para atraer a los visitantes, como juegos, *photocalls* o disfraces de mascotas.

Aunque en la tendencia general hayan destacado los proveedores chinos, la presencia extranjera ha aumentado considerablemente con respecto a los años anteriores. Los potenciales productos importados tienden a posicionarse en un amplio espectro, desde productos competentes de menor precio, a productos gourmet.

La globalización de los paladares ha llevado a un interés creciente por sabores auténticos y tradicionales de todo el mundo. SIAL 2024 celebró esta diversidad con una amplia gama de productos que capturan la esencia de diferentes culturas culinarias, con más de 54 territorios extranjeros representados, apostando, en la medida de lo posible, por sus productos gastronómicos locales.

España sigue posicionándose como uno de los primeros proveedores de productos agroalimentarios de China, siendo el primero en alguno de los sectores. Algunos de los productos españoles, como puede ser el aceite o el jamón, cuentan con una imagen Marca España, con la que es difícil encontrar competencia extranjera.

Además, en China está adquiriendo protagonismo el concepto del "**producto mediterráneo**", como una etiqueta que acompaña a los productos de esta zona geográfica. La imagen del producto mediterráneo se sigue asociando a un producto de calidad, que no llega a ser producto premium y sano.

En cuanto a la ubicación de la feria, **Shanghái sigue siendo el principal puerto de entrada de los productos agroalimentarios**, sirviendo así de eje focalizador de las distintas rutas de entrada de los distintos países extranjeros. Además, por hábitos de consumo, la región de Shanghái acumula más consumidores interesados en productos occidentales, por lo que es un buen postor tanto para la venta directa, como para el Horeca extranjero.

SIAL 2024 ha puesto el foco en el interés en los **productos tradicionales**, tanto chinos, como extranjeros, y **desde productos sin procesar, a ultraprocesados**. Se ha podido ver una creciente participación extranjera, superándose las estrictas barreras (tanto de viaje, como aduaneras) de China, abogando por nuevos hábitos de consumo y aperturismo.

La Feria SIAL 2024 ha demostrado ser un punto de convergencia para las tendencias más influyentes que están redefiniendo la **industria alimentaria global**. Desde la sostenibilidad y las proteínas alternativas hasta la tecnología avanzada y la nutrición personalizada, estas tendencias no solo reflejan las demandas actuales del mercado, sino que también ofrecen una visión del futuro de la alimentación.





5.2. Tendencias por producto

Los tipos de productos españoles que se exhibían en la feria eran diversos, aunque abarcaban importantes sectores:

5.2.1. Porcino

Representaba la **mayor representación de empresas españolas**, posicionando el jamón como ventaja competitiva con respecto a otros productos cárnicos y con respecto a otros países.

En cuanto a la **competencia** del porcino se ha visto desplazada por los tradicionales jamones italianos, estadounidenses o franceses, por la fuerte entrada de la carne brasileña. Brasil ofrece un producto más económico, por lo que se ha erigido como una buena opción ante compras voluminosas, y con unos márgenes comerciales menores en el transporte y logística.

Para las empresas españolas de porcino, **China sigue siendo un país estratégico**, ya que sigue siendo el país con mayor consumo de cerdo. Entre las tendencias del jamón, han destacado el curado, el ibérico o el blanco.

La producción local de porcino chino está al alza, tras la vuelta a la normalidad tras los fuertes focos de la Peste Porcina Africana. Esto ha sido en detrimento de las importaciones de porcino, entre los que España se ha visto afectado en los últimos años. No obstante, el cerdo español sigue posicionándose como un producto de calidad, especialmente el jamón, por lo que sigue existiendo demanda de este. Incluso, con la posibilidad de introducir patas enteras, se ha conseguido diversificar y aumentar la posible oferta de cerdo español.

5.2.2. Vacuno

Aunque se haya **levantado recientemente el veto impuesto** por China sobre la *Beef from Spain* después de 24 años, todavía se deben aprobar los protocolos necesarios, entre los que se pide que se incluyan los despojos, para que se puedan realizar operaciones comerciales. Se estima que para 2025 España podrá exportar con normalidad este producto.

Aun así, la presencia en la feria ha resultado ser una muy buena oportunidad para las empresas españolas, ya que han podido establecer su presencia física en el territorio chino, así como conseguir nuevos contactos. El posicionamiento es importante, teniendo en cuenta la gran producción vacuna china y la gran competencia extranjera que pueden ofrecer países como Brasil o Estados unidos.





5.2.3. Ovino y Caprino

La presencia de empresas de estos sectores, **que no tienen abierto actualmente**, se ha basado en una estrategia de posicionamiento y promoción del consumo de carnes de lechal, cordero y cabrito

China es el mayor importador de carne de ovino y caprino a nivel global, incluso manifestando un crecimiento en la demanda de carne de ovino en un 15 % anual en la última década. Estos datos llaman la atención de los productores españoles, quienes se posicionan en una gama de calidad de las más altas a nivel mundial. Estos datos casan bien con los hábitos actuales del consumidor chino, que busca calidad y valor nutricional

Además, Interovic ha manifestado su interés sobre la **reapertura del mercado de la lana** en China como una oportunidad de negocio bilateral que puede beneficiar a ambos países.

5.2.4. Aceite

Como bien es sabido, la escasa recolección de oliva en España ha encarecido el precio del aceite español, lo que ha hecho que, simado a los márgenes comerciales, este producto en el exterior haya alcanzado precios nada competentes, en comparación con otros importados, como los de Italia, Grecia o Turquía.

Aun así, las empresas de aceite posicionan su producto como bien percibido por el consumidor chino. Reconocen que la marca España en el aceite tiene especial ventaja en China. Auguran además, que con la bajada de precios puedan volver a recuperar la demanda que presentaban hace dos años.

5.2.5. Lácteos

Al tratarse de un sector que cuenta con **procedimientos de registro restrictivos**, la presencia de productos lácteos se limitaba a empresas fuertes del sector en España y con experiencia exportadora. Las **empresas de queso también abogan por una bajada del nivel de las restricciones** para este producto, especialmente para los quesos internacionales.

Otros lácteos, como pueden ser las empresas de leche, han reconocido que han tenido que modificar y adaptar productos únicos para comercializar en China.

5.2.6. Snacks

Recientemente se está percibiendo un aumento de la demanda de los conocidos como "snacks saludables". Especialmente, están proliferando aquellos que se venden en envases individuales, en forma de bolsa, para el consumo en el momento. España, con fuerte producción de legumbres



y verduras, presenta una ventaja competitiva para la producción y comercialización de estos productos, como pueden ser frutas deshidratadas o patatas horneadas.

También ha destacado la presencia de *snacks* dulces, **como golosinas.**

5.2.7. Conservas

Los productos en conservas, además de contar con una ventaja competitiva, especialmente los encurtidos, tienen una **vida larga**. Esto atrae especialmente a importadores y comercializadores de **comercio electrónico gourmet**, ya que demandan productos que puedan almacenar en *stock* durante tiempo y sin refrigeración.

Además, las empresas españolas son capaces de posicionar con respecto a la calidad, que normalmente es mucho mayor que la de sus principales competidores, como lo es Italia. Incluso, abogan por nominar a la conserva española como diferencial y recogida en formatos pequeños, lo que le añade la etiqueta "gourmet" a estos productos.

5.2.8. Frutos secos

Tras el acuerdo de **protocolo fitosanitario** que permite la exportación de almendra española en China, ha permitido que empresas de este tipo de productos puedan acudir a la feria a establecer contactos importantes. Según las empresas españolas, **la apertura al mercado chino va a ayudar a que diversifiquen su mercado, centrado mayoritariamente en Europa.**

5.2.9. Vino

Aunque esta feria empresarial **no esté especialmente dedicada a este tipo de productos**, existía presencia de bodegas que, entre otros productos, comercializan vino. Estas empresas, conscientes de que **el vino español no atraviesa sus mejores años en China**, siguen apostando por la **calidad** y **posicionamiento** del vino español.

5.2.10. Otros productos

En la feria también ha contado con importante presencia algunos productos como el zumo de limón, vinagres, ciertas bebidas carbonatadas, siropes o congelados.





6. Anexos

6.1. Visita del Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

En esta . edición de SIAL la feria ha contado con la visita de Luis Planas Puchades, el actual Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. La asistencia a la feria se ha realizado en el marco de una reunión en Pekín con altos cargos del Gobierno chino para impulsar los acuerdos para la apertura del mercado chino a nuevos productos españoles.

El ministro dio una acogida a representantes de todas las empresas en un acto de encuentro, al que siguió un paseo por todos los stands de las empresas españolas participantes en la feria. En este periplo, acompañado por la Sra. Embajadora de España, su equipo ministerial y por el personal de la Oficina Económica y comercial de España en Shanghái, tuvo ocasión de departir con los representantes de las empresas y recabar sus impresiones en torno a su participación en la feria y a sus perspectivas sobre el mercado chino.

La visita a la feria por parte del ministro ha servido para manifestar el interés del Ministerio por seguir reabriendo los mercados con China. Este tipo de reuniones han dado sus frutos en anteriores visitas, como pudo ser la firma de cinco protocolos para la exportación al país asiático de pasta de aceituna, alimento para animales de compañía, avena forrajera, almendra y caqui. Actualmente, ambas administraciones, china y española, trabajan para avanzar en los acuerdos de exportación de carne de ovino y caprino, vacuno, productos avícolas, cerezas, especies salvajes de pesca, ciertas especies de acuicultura y aceite y harina de pescado para alimentación animal, según el MAPA.







6.2. Transporte

Para llegar al recinto ferial la página web de la feria da las siguientes recomendaciones:

- Taxi desde:
 - Aeropuerto Internacional de Pudong: 40 min
 - Aeropuereto Hongquiao: 50 min
 - Longyang road Subway: 10 min
- Metro:
 - Línea 7. Parada en "Huamu Road Station" (cerca del North Hall)
 - Línea 2. Parada en "Longyang Road Station" (cerca del South Hall)
 - Tren Maglev desde Aeropuerto Internacional Pudong. Parada en "Longyang Road Station".

Coche propio:

o Existe área de parking en P1, P2, P4 y P5. Existe tasa de aparcamiento.

Autobús:

 La feria ofrece un servicio de autobús entre la estación de metro de Longyang Road y el South Hall de SNIEC.

6.3. Foros

Se van a hacer distintas ponencias temáticas protagonizadas por importantes figuras del sector, tanto chinas como internacionales, que se van a organizar en:

- Foro Internacional de la carne
- Foro de importación de alimentos
- Foro de innovación tecnológica alimentaria
- Foro mundial de la nueva distribución
- Foro de la Cadena de Suministro Alimentario
- Foro de Hostelería de China
- Foro de inversión en alimentación y bebidas
- Foro de distribuidores de alimentos y bebidas
- Foro Internacional de Bebidas



6.4. Talleres

También podemos encontrar talleres formativos como

- Marketing Workshop
- Supply Chain Workshop

6.5. SIAL Talks - Charlas

Los propios organizadores de la feria ofrecen sesiones informativas relativas al sector:

- SIAL Talks Distributors
- SIAL Talks Manufacturers

6.6. Galería de imágenes stands españoles











Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

Para buscar más información sobre mercados exteriores siga el enlace

www.icex.es





