

# Taiwan International Fisheries & Seafood Show

## 臺灣國際漁業展

9-11 Nov. 2017

Kaohsiung Exhibition Center / 高雄展覽館

### ข้อมูลการจัดงาน

- **ระยะเวลาจัดงาน** 9 – 11 พฤศจิกายน 2560
- **สถานที่จัดงาน** Kaohsiung Exhibition Center (39, Chenggong 2<sup>nd</sup> Road, Qianzhen Dist., Kaohsiung 806, Taiwan)
- **รูปแบบงาน** งานแสดงสินค้าอาหารทะเล อุปกรณ์และเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอาหารทะเล (เพื่อเจรจาธุรกิจเท่านั้น)
- **ค่าใช้จ่าย** **สมัครตอนนี้ !!!** **Shell Scheme USD 2,310/9 Sqm**  
**สมัครหลัง 31 ก.ค. 60** **Shell Scheme USD 2,520/9 Sqm**

สามารถยื่นเอกสาร SMEs Pro-Active เพื่อขอรับค่ามูทได้ ภายใน 17 ก.พ. 60 (ผลการพิจารณา ขึ้นอยู่กับกรมฯ)

Price include: Standard partition 1 Set, Needle punch carpet, Company name fascia board 1Pc, Meeting Table 1 Pc, Folding chair 3 Pc, Folding chair 3Pc, Spotlight 3 Pc, Waste paper basket 1 Pc

- **วันที่เปิดรับสมัคร** ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

### ข้อมูลสินค้าที่นำมาจัดแสดง

- Fishing Equipment & Technology
- Aquaculture
- Seafood & Value-added Seafood
- Processing Equipment
- Fishery Services
- Marine Biotechnology (NEW)

สถิติงาน ปี 2016

Number of Exhibitors: 212  
Number of Booths: 401  
Number of Visitors: 6,553

### Top 10 Oversea Buyers by Country

- Japan, Vietnam, Malaysia, China, Thailand, Hong Kong, Philippines, Singapore, The U.S.A, Indonesia

### ข้อมูลทางการตลาด

- ❖ ไต้หวันเป็นเกาะใหญ่ที่อยู่ระหว่างทะเลจีนตะวันออกกับทะเลจีนใต้ ไต้หวันจะมีเมนูจากอาหารทะเลที่หลากหลายและมีสถานที่ที่ไต้หวันขึ้นชื่อว่าเป็นตลาดปลาที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งเลยทีเดียว
- ❖ ชาวไต้หวันมีความนิยมบริโภคอาหารทะเล ตามสถิติกรมอาหารและการเกษตรของไต้หวัน ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาการบริโภคอาหารทะเลรวมทุกชนิด เฉลี่ยเท่ากับคนละ 35 กิโลกรัมต่อปี
- ❖ ไต้หวันมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและมีบรรยากาศการลงทุนที่ดี ถือเป็นประเทศที่นำลงทุนอันดับที่ 6 ของโลก และ อันดับ 3 ในเอเชีย รองจากสิงคโปร์และญี่ปุ่น
- ❖ เศรษฐกิจไต้หวันงอกงามอย่างรวดเร็ว ไต้หวันจึงกลายเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ทั้งไต้หวันขึ้นชื่อว่าเป็นหนึ่งในสี่เสือแห่งเอเชีย มีอุตสาหกรรมล้ำหน้า และมีเศรษฐกิจใหญ่โตเป็นอันดับที่ 19 ของโลก
- ❖ เนื่องจากพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีของไต้หวัน ทำให้ผู้บริโภคในไต้หวันมีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งจากรสนิยม/ความเชื่อดั้งเดิมของชนเชื้อสายจีน ในการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายด้วย อาหารที่ดีทำให้ผู้บริโภคไต้หวันมีแนวโน้มจะยอมใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่ออาหารที่ดีต่อร่างกาย หากสินค้านั้นเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพอย่างแท้จริง
- ❖ ไต้หวันนับเป็นอีกตลาดส่งออกที่น่าสนใจในเวลาอันสั้น เห็นได้จากในช่วง 9 เดือนของปี 2559 พบว่า มีอัตราการขยายตัวเป็นบวก มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มมากถึง 22% ของรายได้ทั้งหมด และชาวไต้หวันยังนิยมบริโภคอาหารไทยไม่น้อย ถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจ (ที่มา : หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ ปีที่ 14 ฉบับที่ 5081 วันที่ 4 มกราคม 2560 หน้า B8)  
ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ



ติดต่อ บริษัท บลิแอลไอ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณทิพย์, คุณหยก, คุณบอม โทร. 02 204 2580-5 Ext. 114, 103, 104

Email: coordinate3@blithailand.com, aphaya@blithailand.com, pakkasid@blithailand.com

We would like to Exhibit  Visit

Company Name: \_\_\_\_\_

Address: \_\_\_\_\_

Contact Person: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Tel: \_\_\_\_\_ Mobile: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_ Website: \_\_\_\_\_

Product: \_\_\_\_\_