**展会名称**：**FHW CHINA 2015 广州国际特色食品饮料展览会**

**展会时间**：2015年9月22-24日 （每年一届）

**展会展馆**：中国进出口商品交易会展览馆（广州.琶洲**）**

**主办单位**：意大利米兰展览公司 广州世展米兰展览有限公司

**联合主办**：中国国际贸易促进委员会广东省委员会

**关于FHW CHINA**

* FHW CHINA 2015 将于今年9月22-24日在广州琶洲举办，由意大利米兰展览公司及其中国公司—**广州世展米兰展览有限公司**主办，并与广东省贸促会联合主办，至今已成功举办了数年。作为首个落户华南地区的专业食品餐饮用品展，FHW CHINA很好地填补了这一专业食品展会的市场空缺。
* 作为华南地区首个集**国际化**、**专业化、多样化**于一体的B2B食品及餐饮用品展会，FHW CHINA坚持做食品餐饮行业的专业对接平台，仅对专业观众开放，借助广州在地理及经济方面的中心地位，直接覆盖华南地区，向外辐射至全国范围的食品、餐饮用品专业采购商。
* 2015年的预计展出面积10000平方米，将有来自近30个国家和地区的参展商前来参展，国际参展面积达60%，入场采购商预计达到15000人次，比上届增长20%，同时举办各类行业热点论坛及丰富多彩的现场活动，打造中国食品及餐饮行业盛会。

**国际化——华南地区国际参展商比例最高的专业食品展**

每届展会均有十数个国家（地区）组团参展，如意大利、韩国、泰国、荷兰、阿根廷、澳大利亚、巴西、迪拜、希腊、印度、土耳其、乌干达、新西兰、日本、英国、马来西亚、智利、俄罗斯、中国香港等，展示当地最具代表性食品及餐饮用品，带来国际前沿行业动态。各国政府机构、商协会及驻穗领馆等机构的全力支持配合，也充分体现了各国政府及商业推广机构对FHW CHINA的认可

**专业化——中国唯一提供线上线下全方位双重商务配对服务食品展会**

2014年展会入场参观采购的专业观众达12000人次，服务大型重点采购商超过400人，成功举办多场商务对接会，致力于为每位展商配对目标采购商。并与进口食品电商平台[www.food2china.com](http://www.food2china.com)合作，利用FOOD2CHINA大量线上资源结合主办方丰富的线下运作经验，为参展商提供线上到线下的供需配对专业服务。“重点采购商VIB计划”邀请到众多大型连锁商超、星级酒店、批发商及分销商等实力强大的采购商加入，以进一步提高展商参展效率和实际效果

**多样化——中国唯一直接链接米兰世博会的官方合作伙伴主办食品展**

展品涵盖来自全球近20个国家40多个大类上千个品种的食品、饮料及餐饮用品；展会期间，展会主办方还会与合作方共同策划丰富多彩的现场活动，包括专业论坛、行业热点研讨会、商务招待会、美酒美食品鉴。同时，2015年的展会也将增加**食品电商平台**展示及服务区域，为展商提供网络销售渠道解决方案

**展会优势**

* **传统展会X跨境电商，实现“线上配对，线下会面”，创新模式提升参展效果**

展会联合国内唯一进口食品B2B电商平台[www.food2china.com](http://www.food2china.com), 将3天展会无限延伸，由线下走向线上，并在现场举办商务对接会，特邀国内食品行业大型采购商提前上网对接展商供应商，Food2China安排展会现场面对面商务洽谈。展览结束后，展商可继续利用Food2China线上平台推广产品并寻找采购商，这一举措将FHW CHINA打造成为线上-线下一体化的永不落幕行业盛会。同时，展会参展商也将获得Food2China网站会员服务长达半年以上。

* **食品电商展示及服务专区，传统企业走向“线上”**

邀请国内重要电商平台参与展会，现场举办食品饮料专场、酒类专场招商会及推广大会，拓展食品企业线上销售途径；同时邀请各类电商服务提供商举办系列服务展示及说明会，帮助食品企业“触电”及完善食品电商生态圈

* **食品及葡萄酒微商产业发展成果展示**

食品及葡萄酒行业成功的微商企业不仅参加展会落地“线下”，也将举办经验分享大会，成立行业微商联盟，探讨产业发展趋势，同时，也将有微店平台商、品牌商、第三方服务商及技术开发推广商等紧密参与展会，为企业在微商圈走向2.0时代提供全面保障。

* **中国唯一链接2015米兰世博会的专业展会**

意大利米兰展览公司作为米兰世博会的官方合作伙伴，将在展会期间举办主题研讨会及设立官方展示区域，传递“滋养地球，生命之源”的世博会主题，带来全球食品行业的最新动向和信息。这一举动将吸引大量食品行业从业者，推动中国企业更快走向国际市场。同时，主办方也将选择优秀企业前往参加米兰世博会及同期举办的HOST展会。

* **全球领先的展会商务对接系统——EMP，**意大利米兰展览公司利用全球网络资源及丰富的商务配对经验，打造了领先的展会商务在线对接系统，参展商可利用此系统提前寻找对口采购商，在线预约商务洽谈及制定会面时间表，极大提高参展效果及效率。
* **高效专业的对接平台——**全国首创，独一无二的“VIB重点采购商计划”，精选业内最具实力的采购商，专人对接供求信息，展前建立联系，展期安排会面，展后跟踪反馈，以精准对接提高商务洽谈效率，确保为参展商匹配到目标采购商或合作伙伴。

**重点采购商（VIB）：**业内最具实力大型商超、连锁便利店、酒店餐饮集团、批发市场、电商、渠道完善的分销商及代理商等。

**开展前期：**定期更新参展商及展品信息，为参展商及采购商提前建立联系

**开展期间：**对接供求信息，专人引领重点采购商至其感兴趣的展品展台

**展后跟踪：**帮助参展商与重点采购商后续联系，追踪采购商动态

**逆向对接：**配合采购需求，举办逆向商务对接会，同时提高采购及参展效率

**配套服务：**提供免费酒店住宿、现场洽谈室、休息区等

**展会活动（部分）**

1、中国进口食品行业电商发展高峰论坛

2、跨境电商BBC乐购区

3、2015年食品及葡萄酒微商行业趋势论坛暨行业大会

4、微营销/自媒体时代“推广有道”主题讲座

5、咖啡名人面对面2.0及DIY咖啡/烘焙互动课堂

6、FOOD2CHINA专场商务对接会

7、“不出国门看世博”—米兰世博会精彩瞬间同步

8、2015米兰世博会“广东周”活动预演

9、食品电商平台招商说明会

10、多国特色美食及葡萄酒系列品尝活动

**展会背景**

* **FHW**（FOOD HOSPITALITY WORLD）品牌展会源自**意大利**，由全球展览行业领军者—**意大利米兰展览公司**策划，优化整合两大行业领先展会：TUTTOFOOD（米兰国际食品展，欧洲三大食品展之一）及HOST（米兰国际酒店用品展，欧洲最大酒店餐饮用品展），成为食品餐饮行业国际知名品牌展会
* **FHW**每年在**中国、印度、巴西、南非**4国举办，未来还将覆盖到俄罗斯、土耳其及新加坡等国家，打造食品及餐饮用品展会的全球网络
* FHW于2012年落户中国广州，取名FHW CHINA，是华南地区首个专业食品餐饮展会，也是首个由全球顶尖展览公司主办的此类型展会，将华南地区食品展会带上新的高度的同时，也融入更多国际元素。

**HW CHINA 2014回顾**

FHW CHINA 2014于2014年11月11-13日在中国对外贸易中心广交会展馆举行。展出面积8000平米（较上届扩大11.89%），共有来自20个国家和地区近400家企业参加了此次展会（分别比上届增长33.34%和16.47%），国外企业约占50%，展品涉及40多个大类，上千种国外优质食品首次在国内市场露面。

为期3天的展会共吸引了来自全国各地、港澳台地区及海外采购商共约1.2万人次入场参观采购，其中注册专业采购商超过5200人（分别比上届增长20%及12.32%）。接待服务重点采购商450人。展期内举办各类专业论坛、品鉴会及商贸对接活动9场。

值得一提到是，此次展会的商务对接活动取得了巨大的成功，除了独创“重点采购商计划”为每个展商引领了多个具有明确采购意向的买家外，首次与B2B食品网站[www.food2china.com](http://www.food2china.com)举办的专场对接会，通过线上预先登记预约的形式，为超过60家进口食品和酒类参展商安排了买家见面洽谈。

* 86.5%的参展商对参展经历表示满意
* 91.9%的参展商认为展会高于或等同于行业同类型展会
* 76.6%的采购商具有购买决策权（董事长、企业所有人、总经理、采购经理及餐饮总监、大厨等）
* 83.1%的参展商通过展会与新的高质量采购商建立了联系

**同时，展会期间举办了内容丰富形式多样的各类活动**：

* 2015意大利米兰世博预览活动，展现广东省参加世博会预展，提前感受世博主题
* 食品行业跨境电商高峰论坛暨通关通检最新政策解读
* 咖啡品牌运营者峰会，为您讲解咖啡连锁经营成功密码
* 中国食品、酒行业O2O电商发展趋势及战略定位
* 荷兰领馆商务对接，总领事介绍风车之国的特色食品
* 国东商城招商说明会，详细讲解入驻国企背景的电商平台
* 全民咖啡运动会，品尝现场制作的精品咖啡
* 阿根廷名酒美食品鉴会，特色嘉年华，欣赏风情探戈，品尝阿根廷牛肉及红酒
* 葡萄酒品鉴会，领略意大利精品葡萄酒文化
* 意大利之夜，足球名将卡纳瓦罗和参展商、采购商欢聚一堂

《中国食品报》、《糖烟酒周刊》、《采购》、《Food Focus》、《Beverage & Food World》、广东卫视以及食品商务网、食品伙伴网、慧聪网、FOOD2CHINA等超过40家国内外知名传统媒体、新媒体对展会进行了一系列报道，同时，主办方也通过网站、微信公众平台等社交平台对展会进行全方位的推广。

**展品范围**：

**进口食品专馆：**休闲零食、乳制品、酒类、糖果、巧克力、饼干糕点、生鲜、罐头及调料、咖啡、茶及饮品、粮油米面

**食材及调味料专馆：**冷鲜冷藏冷冻食品、粮油制品、食用油、橄榄油、水产品、肉类及家禽制品、调味品、调香品、食品添加剂、食品配料、食品加工助剂

**酒类及饮料类专馆：**葡萄酒及汽酒、烈酒、白酒、黄酒、水果酒、啤酒、休闲饮料及果汁、茶叶及茶饮料、乳饮料、有机/保健饮品、矿泉水/饮用水、咖啡豆、咖啡粉、咖啡饮品、咖啡伴侣

**烘焙及甜食专馆：** 烘焙食品、糖果、巧克力食品、点心、面包、糕点、蜜饯干果、烘焙设备

**酒店餐饮设备专馆：** 酒店餐厅厨房设备、厨具及炉具、膳食设备、冷冻/冷藏设备、咖啡机及咖啡配套用具、食品饮料自动贩卖机、餐具及配件、茶具、食品包装

**参展费用**

* + **标准展位（9平米）**：人民币**8,800元/个**
  + 标准配置：3面围板、1张铝合金方台、2张折椅、2支光管、 1个纸屑篓、1条中英文楣板、地毯
  + **空地（36平米起租）**：**人民币880元/平米**

（注：大面积特装展位可申请空地费用折扣优惠。）



**联系方式**

地 址：广州市越秀区德政北路538号达信大厦2503-2504

联系人：陈尧

电 邮：fhwchina@worldexfm.com

电 话：020-83276990

传 真：020-83276765

**更多详细信息，请参考**展会官方网站：[www.fhwchina.com](http://www.fhwchina.com) ，或关注展会官方微信FHWCHINA

**（参展请填妥附件中的“参展申请表”，并回传至上述电邮或传真）**

**参展申请表**( 合 同 书 )

**广州世展米兰展览有限公司：**   我单位确认参加下列展览会

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 展览会名称 | **FHW CHINA 2015广州国际特色食品饮料展览会** | | | | | | |
| 展览会时间 | 2015年9月22-24日 | | 展览会地点： | | | 中国进出口商品交易会展馆（广州 琶洲） | |
| 申 请 参 展 | □ 申请 \_\_ 个9平米标准摊位 (3 米×3米) □ 申请­­­­­­­ 平方米光地（36平米起租）  展位费： 元 | | | | | | |
| 需要展位  开口数量 | □两边开口（5%） □ 三边开口（7.5%） □ 四边开口 独立展位（10%）  注：主办单位将酌情安排展位，并不能保证您所要求的开口数量。 | | | | | | |
| 参展单位名称 | 中 文 |  | | | | | |
| 参展单位名称 | 英 文 |  | | | | | |
| 单 位 性 质 | □ 生产商 | □ 进口产品代理 | | | □ 代理经销商 | | 其它： |
| 企业主营产品 | A 进口食品专馆：□休闲零食 □乳制品 □酒类 □糖果 □巧克力 □饼干糕点 □咖啡  □生鲜 □罐头及调料 □其它  B食材及调味料专馆：□冷鲜冷藏冷冻食品 □粮油制品 □食用油 □橄榄油 □水产品  □肉类及家禽制品 □调味品 □其它  C酒类及饮料类专馆： □葡萄酒及汽酒 □烈酒 □黄酒及白酒 □啤酒 □水果酒  □休闲饮料 □茶叶及茶饮料 □咖啡饮品 □其它  D烘焙及甜食专馆：□烘焙食品 □糖果 □巧克力食品 □点心 □面包  □糕点 □蜜饯干果 □烘焙设备 □其它  E酒店餐饮设备专馆： □酒店餐厅厨房设备 □厨具及炉具 □膳食设备 □冷冻/冷藏设备  □咖啡机及咖啡配套用具 □食品饮料自动贩卖机 □其它  如有自有品牌，请填写： | | | | | | |
| 参展展品内容 |  | | | | | | |
| 欲邀请采购商类型 |  | | | | | | |
| 主 办 单 位 | | | | 参 展 单 位 | | | |
| 广州世展米兰展览有限公司  地 址: 广州市德政北路538号达信大厦2502-04室  电 话: 020-83276990  传 真: 020-83276765  E-mail: fhwchina@worldexfm.com  联系人:陈尧 | | | | 联系人:  地 址:  电 话:  传 真:  E-mail:  网 址：  参展单位公章 年 月 日 | | | |
| 说明:  1.本申请表（合同书）一式二份, 经双方盖章确认后即开始具有法律效力。  2.本申请表一经确认，请全额支付展位费，否则摊位不予保证。帐户信息以收费通知书为准。  3.主办方收到全额展位费后，将为参展单位开具参展发票。  5.遇人力不可抗拒，如战争、罢工、自然灾害等，给参展单位带来的损失由双方协商解决。 | | | | | | | |

**参展条款**

1. **参展资格**
2. 参展商应是展览范围内产品的生产商（见《参展申请表》），展出的展品既可以是自身工厂内生产出的成品，也可以是进出口商或经销商。
3. 企业展示的产品应符合展览范围和主题，即便产品是他人以其名义代为制造的，只要是针对零售商和营销代理的，展会也可接受其报名。
4. 企业还可以作为拥有产品的服务公司来参展，只要服务活动与“展位申请表”的产品类别相关
5. 主办单位有权决定是否接受某一企业或产品。
6. **支付费用**

主办方收到参展商《参展申请表》后，将为参展商发放《收费通知》。参展商支付所有参展费用后，主办方将确认及向参展商开具展位确认书，并在展会结束后统一开具发票，参展商未支付全部展位费时，主办方不提前开具发票。按时支付全部应付款是进入展览场地、会刊登录以及提供施工证和展商胸卡的前提条件，付款时请注明参展商的公司名称，同时请将汇款凭证的复印件传真至承办方，相关款项请汇至如下账户，汇款手续费自付。

账户名：广州世展米兰展览有限公司 开户行：工行广州市德政中路支行 账号：3602871909100047310

1. **参展商手册**

在填写《参展申请表》并被主办单位的认可后，参展商将得到《参展商手册》。《参展商手册》也将作为参展条款的一部分。参展商可以预订主办单位提供的各种免费或收费服务（如额外家俱、额外展台清洁服务和额外展台保安服务等）。

1. **展位分配与变更**
2. 收到参展商预付款后，主办方将根据展会具体情况开始为参展商分配展位，发送展位确认书。参展商确认展位并根据主办方开具的展位费付款通知按时缴纳全部展位费后即具有正式参展资格。主办方拥有展位分配的最后决定权。
3. 在展位分配生效后，主办方可以基于特定原因改变空间分布，包括重新安排个别展位的面积、位置、尺寸或类型，或改动通道和进出口位置，此类原因包括但不限于：安全或公共秩序的考虑、确保展会的完整性和整体布局合理性、对展会设备和空间更有效率的利用、确保展会符合国家机关或相关行政管理部门的指令等。如果该参展商不能接受此展位变动，则有权在收到承办方书面通知后一周内解除合同，并收回已预付的展位费，但不再享有任何更广泛的权利，超过此期限将视为接受展位变动。除变动是由主办方做出外，在展位确认后，参展商如需退还或减小展位，应向主办方提交书面申请。主办方将视参展商提交申请的时间，要求参展商部分或全部承担所退还或减小的展位费用。于展前3个月（即2015年6月22日）前提交者，将承担变动部分展位费用的10%；于展前2个月（即2015年7月22日）前又不足3个月提交者，将承担变动展位费用的30%；于展前1个月内提交者，承担全额展位费用。在参展商退还展位的情况下，主办方有权重新分配相关场地并终止本参展合同。
4. **展位的配置与安排**
5. 在布展时，请考虑到展位中可能存在的柱子和其他永久性结构的位置，展位费用是按照分配给展商的面积计算的。
6. 只有在展商完成付款后，展位才会搭建。
7. 展位内的任何建筑结构都须事前得到主办单位和展馆的书面认可。展位的搭建不得超出实际分配给展商的区域。展台上若带有非标准性建筑结构或设计，如带会议室或需要技术核算或技术配备，参展商需在展会开展 6 周前将展位图纸提交给主办单位和展馆来审查。若以上图纸需要通过展馆来审查，主办单位将承担递交这些图纸的责任，并将结果通知展商。在收到审查结果前，参展单位不得开始展台搭建。其他展台配置和安排可由参展商自行决定，但应与本展会总体相符。参展单位须在其展位上明确标明其企业名称。每个标准展位参展商将获得带展位号的展位标志（展位号与展位确认书上的一致）。在整个展期内，展位标志不得遮挡。
8. **口头协议**

除非得到主办单位的书面确认，此合同框架之外的任何口头协议、个人承诺和特例都将视为无效。