



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji
Ambasady Rzeczypospolitej Polskiej
w Pekinie



PRZEWODNIK PO RYNKU TARGÓW W CHINACH

**Charakterystyka rynku targów w Chinach
oraz działania WPHI w Pekinie towarzyszące targom w Chinach
w 2017 r.**



Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Pekinie

Luty 2017

Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Pekinie
No. 1 Ritan Road, Jian Guo Men Wai
Beijing 100600, P. R. China
tel.: (+86) 10 6532 1235
tel.: (+86) 10 6532 1235
beijing@trade.gov.pl
beijing.trade.gov.pl

Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Ogólna charakterystyka rynku targów w Chinach.....	4
3. Rodzaje targów w Chinach.....	6
4. Praktyczne wskazówki dot. Wyboru targów i przygotowań do targów.....	7
5. Lista targów z różnych branż w Chinach rekomendowanych przez WPHI.....	10
6. Lista targów, w których w 2017 r. planuje udział WPHI w Pekinie.....	13
7. Zasady działania WPHI w Pekinie przy okazji targów w Chinach (dobór wydarzeń, zasady rekrutacji uczestników).....	17

1. Wstęp

Chiny są jednym z priorytetowych rynków eksportowych dla polskich towarów i usług. W związku z tym Chiny objęte programami wsparcia eksportu, w ramach których są wspierane lub organizowane misje biznesowe do tego kraju¹. Udział w targach w Chinach jest szczególnie efektywnym sposobem nawiązania kontaktu z potencjalnymi kontrahentami oraz zrozumienia, jak dana branża funkcjonuje w tym kraju.

Z roku na rok zauważalna jest **coraz większa liczba polskich przedsiębiorstw biorących udział w różnych imprezach targowych w Chinach w charakterze wystawcy**. Jest to wynikiem z jednej strony stopniowo wprowadzanych zmian w modelu gospodarczym w Państwie Środka, czyli rozwoju rynku wewnętrznego i wzrostu cen dóbr konsumpcyjnych w Chinach, a z drugiej strony coraz śmielszych działań polskich eksporterów na odległych rynkach eksportowych oraz instytucjonalnego wsparcia. Wśród polskich firm biorących udział w targach w Chinach obecnie najwięcej jest przedsiębiorstw właśnie z branży spożywczej. Dla przykładu, w 2016 r. Polska uczestniczyła w charakterze kraju partnerskiego w dwóch najważniejszych targach importowanej żywności w Chinach – SIAL China w Szanghaju oraz Anufood China w Pekinie. W tych dwóch imprezach targowych wzięło udział ponad 100 przedsiębiorstw z Polski. W targach w Państwie Środka uczestniczą też polskie firmy z branży biżuterii bursztynowej, maszyn górniczych i kosmetyków.

Z uwagi na charakterystykę rynku chińskiego, w tym stosunkowo ważną rolę rządu w promocji rozwoju gospodarczego w Chinach oraz ich odmienność kulturową (w szczególności inną od polskiej etykiety biznesowej), przygotowując się do wyjazdu na targi do Chin warto wziąć pod uwagę charakterystykę branży targowej w tym kraju. W Chinach corocznie organizowanych jest 8 tysięcy targów o łącznej powierzchni wystawowej wynoszącej ponad 5 tysięcy m², jednakże rynek targowy jest niedojrzały i generalnie mniej profesjonalny w porównaniu do Europy². Generalnie targi w Chinach mają w większości przypadków **charakter promocyjny i sprzedażowy**, do tego rzadziej odwiedzane są przez profesjonalnych zwiedzających, a ich rozmiar jest często, zdawałoby się, nieproporcjonalnie duży. Niemniej nie brakuje wydarzeń, które są platformą do nawiązywania kontaktów biznesowych, cieszą się zasłużoną renomą, a ich poziom organizacyjny stoi na wysokim poziomie.

W celu wsparcia polskich firm w rozwoju eksportu do Chin, WPHI w Pekinie zaprasza do zapoznania się z charakterystyką rynku targowego w Chinach, wskazówkami związanymi z udziałem w targach w Chinach oraz listą targów, w których WPHI planuje udział w 2017 r.

¹ Wśród tych instrumentów wsparcia warto wymienić program „Go To Brand” koordynowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, który oferuje dofinansowanie działań promocyjnych polskich przedsiębiorców z sektora MŚP na rynkach zagranicznych ([więcej informacji](#)), działania wspierające promocję produktów rolno-spożywczych na rynkach zagranicznych Agencji Rynku Rolnego ([więcej informacji](#)) oraz EU Gateway to China ([więcej informacji](#)).

² Jako przykład może służyć fakt, że chińskich targów certyfikowanych przez UFI (międzynarodową instytucję gromadzącą najważniejsze wydarzenia targowe na świecie) jest dwa razy mniej w porównaniu z imprezami odbywającymi się w Niemczech, pomimo tego, że chiński rynek targowy jest większy od niemieckiego.

Rozdziały 2-3 są wstępem do poznania tej branży w Chinach, natomiast rozdziały 4-7 zawierają praktyczne informacje i wskazówki.

2. Ogólna charakterystyka rynku targów w Chinach

W Chinach corocznie organizowanych jest 8 tysięcy targów o łącznej powierzchni wystawowej wynoszącej ponad 5 tysięcy m², jednakże rynek targowy nie jest jeszcze tak dojrzały i profesjonalny jak w Europie.

Pierwszą imprezą targową w Chinach o charakterze międzynarodowym były odbywające się dwa razy do roku targi „China Import and Export Fair”, w skrócie nazywane Canton Fair. Pierwsza ich edycja miała miejsce w 1957 r. i od tego czasu było to najważniejsze wydarzenie w Chinach, w trakcie którego zagraniczne firmy mogły nawiązać kontakt z lokalnymi dostawcami produktów. Nie bez znaczenia była lokalizacja targów w mieście Kanton (Guangzhou) w prowincji Guangdong na południu Chin, która jako pierwsza uzyskała prawo do prowadzenia bezpośredniej wymiany handlowej z zagranicą i jest uznawana za bazę przemysłu lekkiego w Chinach. Poza Kantonem rozwój targów handlowych był powolny.

Wraz z rozwojem gospodarczym Chin, a szczególnie po wprowadzeniu reform gospodarczych w 1979 r., czyli tzw. polityki reform i otwarcia, organizowano coraz więcej imprez targowych w całym Chinach, które były głównie nastawione na eksport. Targi w Chinach rozwijały się przede wszystkim w dużych ośrodkach miejskich w regionach, w których odpowiednie sektory przemysłu miały swoje bazy produkcyjne. Przykładowo, targi sektora górniczego powstawały w prowincjach Shandong i Shanxi, gdzie górnictwo jest szczególnie ważne.

Nie należy zapominać o roli **Hongkongu**, w którym od lat 80. organizowano coraz więcej profesjonalnych targów przyciągających przedsiębiorców z całego świata, którzy zainteresowani byli handlem z Chinami. Hongkong, jako miasto chińskojęzyczne cechujące się gospodarką wolnorynkową, służył jako punkt zaczepienia przed wejściem na trudny rynek chiński, do którego dostęp był wciąż znacząco ograniczony. Dziś Hongkong jest ważnym centrum targowym nie tylko w kontekście tzw. Chin kontynentalnych, lecz także całej Azji.

W latach 90. rozwój rynku targów handlowych poskutkował budową wielu centrów wystawowych, głównie w specjalnych strefach ekonomicznych na wybrzeżu. Chociaż Hongkong i Kanton wciąż dominowały w zakresie organizacji targów i stanowiły bramę do Chin dla zagranicznych przedsiębiorców, handel zagraniczny zaczął się dynamicznie rozwijać również w Szanghaju i w Pekinie.

Warto wspomnieć także o znaczeniu **Expo 2010 w Szanghaju** - wydarzenia, do którego Chiny przygotowywały się niemal równie intensywnie jak do Igrzysk Olimpijskich w 2008 r. Expo 2010 było największą wystawą światową w historii, która wpłynęła istotnie na rozwój branży targowej w Chinach, gdyż pokazała, że rząd chiński jest w stanie przygotować wydarzenia promocyjne na wielką skalę.

Dynamiczny rozwój rynku targowego w ostatnich latach stał się ważną częścią otwarcia gospodarki Chin na handel międzynarodowy. Niemniej jednak problemem rynku targowego pozostaje chaotyczna organizacja, nietrafione regulacje i niska konkurencyjność względem krajów sąsiednich.

Istny boom na budowę hal wystawowych trwa do dziś. Od 2011 do 2015 r. każdego roku powierzchnia wystawowa w Chinach zwiększała się o 29%, a w latach 2016-17 spodziewany jest dalszy wzrost o 10% rocznie. Dane z 2016 r. wskazują, że **targi handlowe odbywające się w Chinach stanowią 25% wszystkich targów na świecie**, co daje Chinom drugie miejsce za Stanami Zjednoczonymi. Państwo Środka wyprzedza w tym względzie Niemcy i Japonię.

Warto jednak zaznaczyć, że zgodnie z danymi z „Raportu o rozwoju chińskiego rynku handlowego” opublikowanego przez Chińską Radę Promocji Handlu Zagranicznego (CCPIT) w 2016 r. liczba wydarzeń targowych odbywających się w Chinach nieznacznie się zmniejszyła. Zwiększa się za to powierzchnia organizowanych targów, co świadczy o rosnącej skali odbywających się wydarzeń i co może budzić nadzieję na coraz bardziej profesjonalne ich przygotowanie. Raport wspomina również o zwiększającym się **udziale państw leżących na trasie „Nowego Jedwabnego Szlaku” w imprezach targowych w Chinach**. W porównaniu z 2015 r. liczba wystawców z tych krajów wzrosła o 25%, a powierzchnia ich stoisk zwiększyła się o 31,9%.

Jeśli chodzi o eksport do Chin, obecnie **najważniejszymi i najbardziej międzynarodowymi ośrodkami targowymi są Szanghaj i Hongkong**. Ze względu na ułatwienia stymulujące rozwój rynku, to właśnie w Szanghaju swoje pierwsze kroki stawiają eksporterzy z całego świata. Hongkong z kolei jest tradycyjnie bazą dla zagranicznych przedsiębiorstw, które zarejestrowały spółki w Chinach (i których właścicielem nierzadko jest inna spółka w Hongkongu). Wybór Hongkongu może być dobrym rozwiązaniem dla firm, które nie mają doświadczenia w prowadzeniu handlu z firmami z Chin kontynentalnych, nie są gotowe na ewentualną certyfikację produktów i chcą mieć jednego partnera na całe Chiny, bądź nawet na cały region – oczywiście za cenę niższej marży.

Ważnymi miastami na rynku targów handlowych w tym zakresie są także Pekin, Kanton i Shenzhen. Miastami o nieco mniejszym znaczeniu dla branży targowej są także Chengdu, Harbin, Kunming i Qingdao. Wartym odnotowania jest fakt, że w wielu z ważnych miast w Chinach nie organizuje się znanych imprez targowych – są to m.in. Tianjin, Hangzhou, Nankin (Nanjing).

Branża targowa w tzw. miastach drugo- i trzeciorzędowych zdominowana jest przez firmy miejscowe. Głównymi organizatorami takich imprez targowych są zazwyczaj lokalne oddziały CCPIT oraz branżowe izby gospodarcze. Zaletą targów organizowanych w mniejszych miastach jest silne wsparcie miejscowych władz, mniejszy koszt udziału (czasem organizatorzy oferują nieodpłatny udział) oraz możliwość nawiązania kontaktu z miejscowymi partnerami, którzy niechętnie wyjeżdżają na targi w innych prowincjach. Z drugiej strony, imprezy targowe zlokalizowane w miastach drugiego i trzeciego rzędu wiążą się również z większymi kosztami dojazdu, trudniejszym rynkiem biznesowym i mniejszym prestiżem targów.

3. Rodzaje targów w Chinach

WPHI w Pekinie zachęca do zapoznania się z opracowanym przez wydział podziałem targów w Chinach i możliwościami prowadzenia działań promocyjno-handlowych przez polskich eksporterów biorących udział w różnego rodzaju wydarzeniach targowych w Chinach.

Poniższy diagram przedstawia podział targów w Chinach w zależności od ich charakteru, rodzaju/charakteru odwiedzających, stopnia ich umiędzynarodowienia, rynku docelowego oraz tego - co też nie jest bez znaczenia - kto jest organizatorem danego wydarzenia.



Warty podkreślenia jest fakt, że **większa część wszystkich targów w Chinach to wydarzenia typowo promocyjne odwiedzane przez konsumentów (B2C)**. Są one najczęściej przygotowywane z inicjatywy chińskich instytucji rządowych szczebla centralnego lub lokalnego, tudzież otrzymują ich wsparcie. Rząd centralny organizuje je w celu promocji strategicznych planów rządowych, takich jak na przykład **inicjatywy „Pasa i Szlaku“ (inaczej**

Nowego Jedwabnego Szlaku), pogłębienia relacji gospodarczych w ramach **współpracy Chin z krajami Europy Środkowej i Wschodniej (tzw. "16+1)**, czy też promocji kluczowych gałęzi przemysłu. Z kolei władze lokalne i prowincjonalne organizują targi, aby realizować politykę rządu centralnego związaną z rozwojem danego regionu. W praktyce inicjatywy te mają głównie wymiar promocyjny. Dla przykładu jest to popularna metoda promowania przez prowincje swoich osiągnięć gospodarczych. Te wydarzenia są rzadziej odwiedzane przez profesjonalistów.

Niestety rozeznanie się w rodzaju targów utrudniają ich organizatorzy, którzy często promują swoje wydarzenia jako ważne targi branżowe odwiedzane przez profesjonalnych przedsiębiorców, mimo tego, że de facto mają one charakter promocyjny.

Udział w targach typu B2C również może stanowić źródło wielu nowych możliwości biznesowych, które jednak różnią się od tych, jakie wiążą się z uczestnictwem w targach typu B2B. Na wydarzeniach typu B2C można bezpośrednio sprzedawać produkty oraz promować swoje marki zarówno wśród odwiedzających targi, którymi są konsumenci, jak i wśród chińskich mediów, które są zapraszane przez organizatorów w celu przygotowania relacji z nich. Jeżeli chodzi o polskie firmy, to najczęściej udział w tego typu wydarzeniach biorą przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją i handlem biżuterią bursztynową, która cieszy się w Chinach dużym powodzeniem (obecność na targach przedstawicieli polskich firm jest dla odwiedzających sygnałem, że bursztyn, z którego wykonano biżuterię, jest pochodzenia naturalnego). Udział w wydarzeniach typu B2C może również przynieść korzyści firmom, które mają już importerów i swoje przedstawicielstwa w Chinach, bądź też planują rozpocząć sprzedaż w nowych regionach. Warto zaznaczyć, że tego rodzaju targi mogą umożliwić poznanie potencjalnych partnerów biznesowych (częściej dystrybutorów) w regionach, gdzie nie są organizowane żadne uznane targi o charakterze B2B.

Korzystny dla polskich przedsiębiorstw jest fakt, że organizatorom tego typu wydarzeń często zależy na obecności zagranicznych przedstawicielstw dyplomatycznych oraz zagranicznych przedsiębiorstw. W ten sposób organizatorzy starają się podkreślić ich międzynarodowy charakter. Dzięki temu **polskie firmy nierzadko są zapraszane do bezpłatnego udziału**. Wadą tego typu targów jest to, że brakuje im spójności oraz że udział gotowych do współpracy przedsiębiorców wśród zwiedzających nie będzie znaczący.

4. Praktyczne wskazówki, jak wybrać targi w Chinach i jak się do nich przygotować

Z uwagi na cechy charakterystyczne rynku chińskiego oraz odmienność kulturową (w szczególności inną od polskiej etykiety biznesowej), przygotowując się do wyjazdu na targi do Chin warto wziąć pod uwagę charakterystykę branży targowej w tym kraju. WPHI w Pekinie na podstawie doświadczenia płynącego z udziału w różnych imprezach targowych w Chinach, stworzyło poniższy zbiór wskazówek na temat tego, jak wybrać, **jak wybrać targi w Chinach i jak się do nich przygotować**.

W pierwszej kolejności warto zapoznać się z **listą targów rekomendowanych przez WPHI** ([link](#)). Popularnymi serwisami, za pomocą których można wyszukać targi w Chinach w zależności od branży i miejsca ich organizacji są portale China Exhibition (www.chinaexhibition.com) poświęcony wydarzeniom targowym w Chinach, oraz portale Eventseye (www.eventseye.com) i 10times (www.10times.com) zawierające wykaz targów na całym świecie ([link](#)).

Wybór odpowiednich targów zależy głównie od zakresu doświadczenia związanego z eksportem do Chin. Jeżeli polska firma jest na etapie poszukiwania importera i nie ma zbyt dużego doświadczenia na rynku chińskim, warto w pierwszej kolejności rozważyć udział w targach branżowych B2B o charakterze międzynarodowym, na których wystawiają się eksporterzy poszukujący importera (opis różnych rodzajów targów w Chinach dostępny jest na [tej stronie](#)). Warto się jednak upewnić, czy dane targi nie mają charakteru lokalnego, gdzie wystawiają się chińscy importerzy, którzy poszukują dystrybutorów w danym mieście, czy regionie. Aby sprawdzić charakter targów warto zapoznać się z **listą wystawców z poprzednich lat**. Pozwoli to ocenić, czy uczestniczy w nich wystarczająca liczba zagranicznych przedsiębiorstw, co w zasadzie będzie gwarantowało międzynarodowy charakter targów. Udział w targach lokalnych wskazany jest bardziej dla przedsiębiorstw, które posiadają już regionalnych partnerów na rynku chińskim i chcą rozbudować siatkę dystrybutorów.

Polscy eksporterzy poszukujący importerów w Chinach powinni się także upewnić, **czy targi mają charakter promocyjny, czy branżowy**. Można to określić poprzez sprawdzenie ich zakresu produktowego oraz dni organizacji targów – targi B2C najczęściej skupiają jednocześnie wiele branż, są częściej organizowane w soboty lub niedziele oraz trwają zazwyczaj dłużej niż trzy dni.

Rozważając udział w specjalistycznych/branżowych importowych targach B2B warto również zwrócić uwagę na to, **kto jest ich organizatorem** – tzn. czy jest nim firma chińska, czy zagraniczna (w tym przypadku firmy z Hongkongu zaliczamy do organizatorów zagranicznych). Targi organizowane przez firmy zagraniczne charakteryzuje bowiem wyższy poziom organizacyjny, który często jest zbliżony do poziomu targów w Europie, co ma znaczenie dla firm, które nie mają doświadczenia w udziale w targach w Chinach.

Podczas uczestnictwa w targach typu B2B organizowanych przez firmy chińskie może się zdarzyć, że ze względu na poziom znajomości języka chińskiego lub różnice kulturowe, komunikacja z osobami odpowiedzialnymi za kontakt z wystawcami będzie utrudniona. Ponadto przed takimi wydarzeniami i podczas nich może dojść do uciążliwych zmian organizacyjnych. WPHI w Pekinie rekomenduje, by udział w targach organizowanych przez firmy lokalne brały osoby znające już w jakimś stopniu rynek chiński. Przykładem uznanych targów są China Food & Drink Fair w Chengdu (nazywane popularnie Tangjiuhui, czyt. Tangdziołchłej, od nazwy w j. chińskim).

W czasie przygotowań do udziału w targach w Chinach warto zwrócić uwagę na elementy, które mogą ułatwić wyjazd na targi do Chin oraz zwiększyć szansę na znalezienie partnerów w Chinach. Poniżej WPHI w Pekinie przekazuje kluczowe i rekomendowane wskazówki:

4.1. Kluczowe kroki w czasie przygotowań do targów:

- wybór odpowiedniego wydarzenia: warto pierwszy raz udać się na dane targi w charakterze zwiedzającego oraz poznać opinię o targach od innych firm lub WPHI,
- wybór lepszej lokalizacji stoiska z wyprzedzeniem i zamówienie dekoracji,
- zapoznanie się z ewentualnymi ograniczeniami dotyczącymi wwozu danych produktów (w tym także próbek) na targi do Chin. Czasowy wwóz towarów do Chin można zorganizować w oparciu o karnet ATA),
- wcześniejsza rezerwacja hotelu: na uznane wydarzenia targowe przyjeżdża duża liczba wystawców i zwiedzających zarówno z Chin, jak i z zagranicy. Wystawcom oferowane jest najczęściej zakwaterowanie w preferencyjnych cenach,
- aplikowanie o wizę wjazdową do Chin (więcej szczegółów jest dostępna na [tej stronie](#)),
- przygotowanie odpowiedniej liczby (nawet kilkuset) wizytówek i ulotek w języku chińskim,
- wynajęcie tłumacza j. chińskiego (poza Hongkongiem, gdzie łatwo porozumieć się w j. angielskim). Najlepiej, jeżeli będzie to osoba mieszkająca w mieście organizacji targów lub okolicy – dzięki temu będzie najpewniej mogła doradzić w kwestiach logistycznych i znała w jakimś stopniu miejscowe otoczenie biznesowe. Lista tłumaczy j. chińskiego prowadzona jest przez WPHI na [tej stronie](#),
- zainstalowanie aplikacji mobilnej Wechat, która jest podstawowym narzędziem do komunikacji biznesowej w Chinach (jedynym wyjątkiem może być Hongkong), w celu dodawania poznanych przedsiębiorców do listy kontaktów. Późniejszą komunikację może ułatwić odpowiednie oznaczenie kontaktów poprzez utworzenie tagów określających zakres działalności rozmówców czy ich miejsce zamieszkania. Opis aplikacji Wechat jest dostępny na [tej stronie](#), a przewodnik instalacyjny na [tej stronie](#),
- przygotowanie prezentów dla najważniejszych partnerów, co pomoże w budowaniu relacji. Chińczycy szczególnie cenią pamiątki bądź produkty spożywcze związane z danym państwem i regionem, które charakteryzuje długa tradycja wytwarzania. Dobrym prezentem będą wyroby z drewna lub ceramiki, wyroby alkoholowe bądź przekąski. Bardzo ważne jest także ładne i starannie przygotowane opakowanie. Z uwagi na różnice kulturowe należy unikać wręczania zegarów, parasolek lub ostrych przedmiotów,
- w Chinach obowiązuje mniej oficjalny dress code, wobec czego nie jest konieczny zbyt formalny strój. W sezonie letnim, z uwagi na upały, przyjęte jest noszenie koszul z krótkim rękawem. W czasie spotkań lepiej dostosować się w ubiorze do strony chińskiej, co będzie pozytywnie odebrane,
- warto upewnić się, że w czasie wyjazdu do Chin nie będzie utrudniony kontakt z Polską. W Chinach (poza Hongkongiem) blokowane są niektóre popularne serwisy poczty elektronicznej (Gmail) oraz sieci społecznościowe (Facebook), dlatego warto przenieść korespondencję na inną pocztę lub wykupić usługę VPN.

4.2. Rekomendowane kroki w czasie targów:

- robienie wspólnych zdjęć z potencjalnymi partnerami, co w przyszłości ułatwi kontakt i rozróżnienie poznanych osób – których na targach z pewnością będzie wiele. Jest to praktyka często stosowana przez Chińczyków,
- gotowość do spotkań z potencjalnymi partnerami poza godzinami targów, co pozwoli na budowanie zaufania i poznanie intencji partnera. Oprócz tematów biznesowych wskazane jest prowadzenie rozmów o zainteresowaniach, kuchni lub zakupach. Lepiej unikać rozmów o polityce. Nie należy się zrażać pytaniami o stan cywilny, wielkość rodziny czy poziom zarobków,
- nawiązanie kontaktu z innymi wystawcami na targach - nawet z firmami, które na pierwszy rzut oka nie mają potencjału do współpracy.

4.3. Rekomendowane kroki po targach:

- jak najszybsze nawiązanie kontaktu z najważniejszymi partnerami w Chinach - najłatwiej będzie to zrobić przez wspomniany wcześniej Wechat. Chińskich przedsiębiorców cechuje ostrożność w podejmowaniu decyzji, lecz po jej podjęciu oczekują natychmiastowego działania z obu stron – warto więc nie przeoczyć tej okazji,
- utrzymywanie kontaktu z potencjalnymi partnerami, oprócz spraw zawodowych także przy okazji ważnych wydarzeń lub świąt. W czasie Świąt Wiosny (wypada 28 stycznia 2017 i 16 lutego 2018) oraz Świąt Środka Jesieni (wypada 4 października 2017 i 24 września 2018) wskazane jest przesłanie życzeń. Warto podkreślenia jest fakt, że chińscy przedsiębiorcy nierzadko wybiorą współpracę z partnerem, z którym mają lepszy kontakt oraz do którego mają większe zaufanie. Kryterium ceny i jakości nie zawsze jest pierwszorzędne.

5. Lista targów z różnych branż w Chinach rekomendowanych przez WPHI

WPHI w Pekinie prezentuje 39 imprez targowych, które powinny zasługiwać na uwagę polskich firm planujących udział w charakterze wystawcy w targach w Chinach. Lista zawiera najważniejsze, zdaniem WPHI w Pekinie, targi w branży spożywczej, maszyn górniczych, maszyn rolniczych, wysokich technologii, jachtów i łodzi rekreacyjnych, części samochodowych, kosmetycznej, mody oraz targów o tematyce inwestycyjnej.

Nazwa targów	Miejsce i data targów w 2017	Link do strony wydarzenia
Targi żywności importowanej		
China Food & Drinks Fair (CFDF)	Chengdu 23-25 marca	www.cfdf.org
HOFEX – Asia’s Leading Food & Hospitality Tradeshow	Hongkong 8-11 maja	www.hofex.com
SIAL China	Szanghaj 17-19 maja	www.sialchina.com

China Int'l Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition (IFE)	Kanton (Guangzhou) 16-18 czerwca	www.ife.regforms.online
HKTDC Food Expo Hongkong	Hongkong 17-21 sierpnia	www.hktdc.com
Anufood China	Pekin 30 sierpnia - 1 października	www.anufoodchina.cn
China International Meat Exhibition Industry Fair (CIMIE)	Pekin 27-29 września	www.en.cimie.com
Food & Hotel China	Szanghaj 11-14 listopada	www.fhcchina.com
Targi branży górniczej		
China (Beijing) International Mining Exhibition	Pekin 13-15 czerwca	www.cminin.com/ad_en/default.asp
China Coal & Mining Expo	Pekin 25-28 października	www.chinaminingcoal.com
Targi branży zaawansowanych technologii		
CPhI China + BioPh China 2017	Szanghaj 20-22 czerwca	www.en-cphi.cn
China Shenzhen - High Tech Fair	Shenzhen 16-18 listopada	www.chtf.com/english/
Targi branży jachtów i łodzi rekreacyjnych		
China International Boat Show	Szanghaj 26-29 kwietnia	www.boatshowchina.com/en-us/Home
Targi branży części samochodowych		
Automechanika Shanghai	Szanghaj 29 listopada - 2 grudnia	www.automechanika-shanghai.hk.messefrankfurt.com
Chengdu International Trade Fair for Automotive Parts and Aftermarket Services (CAPAS)	Chengdu 25-27 maja	www.capas-chengdu.hk.messefrankfurt.com
Targi maszyn rolniczych		
International Dairy Expo	Harbin 21-23 kwietnia	www.dairyexpo.com
China International Modern Agriculture Exhibition ³	Pekin 22-23 kwietnia	www.en.cimae.com.cn
Targi branży medycznej		
HKTDC Hong Kong International Medical Devices and Supplies Fair	Hongkong 16-18 maja	http://www.hktdc.com/fair/hkmedical-fair-en/HKTDC-Hong-Kong-International-Medical-Devices-and-Supplies-Fair.html

³ Więcej informacji o targach China International Modern Agriculture Exhibition i International Dairy Expo i ewentualnym zaangażowaniu WPHI w Pekinie pod adresem:

<https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/223205.propozycja-udzialu-w-dwoch-impresach-targowych-maszyn-rolniczych-i-hodowanych-w-chinach-w-kwietniu-2017-r-.html>

Targi branży mody i biżuterii		
China International Fashion Fair	Szanghaj 15-17 marca / października	http://en.chiconline.com.cn/
Interfilière Hong Kong	Hongkong 7-8 marca	http://www.interfiliere.com/hongkong/home
HKTDC Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Hongkong 2-6 marca	http://m.hktdc.com/fair/hkjewellery-en/HKTDC-Hong-Kong-International-Jewellery-Show.html
Hong Kong Fashion Access	Hongkong 29-31 marca	www.fashionaccess.aplf.com
Beijing International Jewellery & Gem Fair	Pekin 6-9 kwietnia	
China International Jewellery Fair UBM	Shenzhen 19-22 kwietnia	www.exhibitions.jewellerynetasia.com/szj/
China International Gold, Gem & Jewellery Fair	Shenzhen/ Szanghaj 19-22 kwietnia 17-20 października	www.exhibitions.jewellerynetasia.com/szj/
Guangzhou International Leather Exhibition	Kanton (Guangzhou) 31 maja - 2 czerwca	http://www.shoesleather-guangzhou.com/home.html
HKTDC Hong Kong Houseware Fair	Hongkong 20-23 kwietnia	http://m.hktdc.com/fair/hkhousewarefair-en/HKTDC-Hong-Kong-Houseware-Fair.html
ISPO Shanghai	Szanghaj 6-8 lipca	http://shanghai.ispo.com/en/index.html
All China Leather Exhibition	Szanghaj 30 sierpnia - 1 września	www.acle.aplf.com
UBM September Hong Kong Jewellery & Gem Fair	Hongkong 13-17 września 15-19 września	http://events.ubm.com/event/3586/sepember-hong-kong-jewellery--gem-fair
Interfilière Shanghai	Szanghaj 12-13 października	http://www.interfiliere.com/shanghai/
Shanghai Mode Lingerie and Swim	Szanghaj październik	
MODE Shanghai Fashion Trade Show	Szanghaj	www.mode-sh.com/en/
Targi branży kosmetycznej		
China Beauty Expo (CBE)	Szanghaj 23-25 maja	www.chinabeautyexpo.com/en
Cosmoprof Asia Hongkong	Hongkong 14-16 listopada	www.cosmoprof-asia.com/en-us/
Targi o tematyce inwestycyjne		
Asia Financial Forum (AFF)	Hongkong 16-17 stycznia	http://www.asianfinancialforum.com/en/index.htm
CIFIT	Xiamen 8-9 września	www.chinafair.org.cn/english/index
Belt and Road Summit	Hongkong 11 września	http://www.beltandroadsummit.hk/en/index.html
COFAIR	Shenzhen październik	

Targi B2C/promocyjne		
Beijing International Jewellery & Gem Fair	Pekin 6-9 kwietnia	
2017 Silk Road International Expo and the 21st Investment & Trade Forum for Cooperation between East & West China	Xi'an 11-15 maja	
China Chongqing International Investment and Global Sourcing Fair (CCISF)	Chongqing 18-21 maja	www.ccisf.com/en/
China International Small and Medium Enterprises Fair (CISMEF)	Kanton (Guangzhou) październik	www.cismef.com.cn
Western China International Fair	Chengdu listopad	

6. Lista targów, w których w 2017 r. planuje udział WPHI w Pekinie

Wydział Promocji Handlu i Inwestycji w Pekinie prezentuje listę targów w Chinach, w których w 2017 r. jednostka weźmie udział lub przy okazji których zorganizuje działania towarzyszące (B2B lub seminaria).

6.1. China Food & Drinks Fair (CFDF)

Międzynarodowe targi B2B w branży spożywczej

Data i miejsce: 23-25 marca w Chengdu

Opis: Food & Drink Fair (CFDF) to najważniejsze targi importowanej żywności w Chengdu, stolicy prowincji Sichuan i najważniejsze targi wyrobów alkoholowych w całym Chinach. W kolejnej, marcowej edycji tych targów, na powierzchni ponad 125 tys. m² swoją ofertę wystawi ponad 3 tysiące wystawców - z importowanych produktów będą to głównie napoje, słodycze, przekąski oraz kawa i herbata.

Działania WPHI: WPHI w Pekinie będzie dysponowało na targach stoiskiem o powierzchni 18m², na którym swoją ofertę będą mogli wystawić przedstawiciele polskich firm spożywczych. Przed targami - w dniach 21 i 22 marca - WPHI w Pekinie planuje organizację spotkań B2B w Chongqing i Chengdu z miejscowymi importerami żywności.

Szczegółowe informacje nt. planów WPHI w Pekinie, w tym zasad rekrutacji na te wydarzenia, znajdują się na [tej stronie](#).

6.2. International Dairy Expo

Targi B2B w branży maszyn rolniczych i produktów mleczarskich

Data i miejsce: 21-23 kwietnia w Harbinie

Opis: Targi „International Dairy Expo” sprofilowane są pod maszyny i urządzenia wykorzystywane w hodowli - głównie bydła. Na targach wystawiają się także chińscy i zagraniczni producenci.

Strona organizatora: [/en.dairyexpo.com](http://en.dairyexpo.com)

Działania WPHI: WPHI w Pekinie weźmie udział wyłącznie w razie odpowiednio dużego zainteresowania (4-5 firm) ze strony polskich przedsiębiorców.

Szczegółowe informacje nt. planów WPHI w Pekinie, w tym zasad rekrutacji na te wydarzenia, znajdują się na [tej stronie](#).

6.3. China International Modern Agriculture Exhibition

Targi B2B w branży maszyn rolniczych

Data i miejsce: 22-24 kwietnia w Pekinie

Opis: Tematyka targów China International Modern Agriculture Exhibition obejmuje swoim zasięgiem zaawansowane technologie w rolnictwie, maszyny rolnicze, w tym samoloty, nawozy i nasiona.

Strona organizatora: en.cimae.com.cn

Działania WPHI: WPHI w Pekinie weźmie udział w razie zainteresowania ze strony polskich przedsiębiorców.

Szczegółowe informacje nt. planów WPHI w Pekinie, w tym zasad rekrutacji na te wydarzenia, znajdują się na [tej stronie](#).

6.4. 2017 Silk Road International Expo and 21st Investment & Trade Forum for Cooperation Between East & West

Targi B2C wielobranżowe

Data i miejsce: 11-15 maja w Xi'an

Opis: Celem wydarzenia jest stymulowanie rozwoju inicjatywy Nowego Jedwabnego Szlaku. Wydarzenie cieszy się wsparciem Ministerstwa Handlu oraz innych instytucji rządu centralnego i lokalnego.

Działania WPHI: informacja zostanie uaktualniona wkrótce.

6.5. EXPO Mongolia - International Mining & Multisector Trade Fair

Targi B2B wielobranżowe

Data i miejsce: 23-25 maja w Ulan Bator w Mongolii

Opis: Na targach lokalne i międzynarodowe firmy będą miały okazję zaprezentować produkty z sektora rolniczego, budowlanego, energetycznego, górniczego, infrastrukturalnego i transportowego. Expo Mongolia oferuje również organizację spotkań match-makingowych.

Strona organizatora: www.expomongolia.com

Działania WPHI: WPHI w Pekinie planuje wynająć stoisko na tych targach i zaprosić do wspólnego udziału polskie firmy.

6.6. International Wine Expo

Targi B2B wyrobów alkoholowych

Data i miejsce: 15-17 czerwca w Yantai

Opis: Yantai w prowincji Shandong to jeden z największych ośrodków produkcji wina w Chinach - w związku z tym na targach swoją ofertę prezentują liczni przedstawiciele lokalnej branży winiarskiej. Udział w targach biorą także zagraniczni producenci.

Strona organizatora: www.wine-china.org

Działania WPHI: WPHI w Pekinie weźmie udział w razie zainteresowania ze strony polskich przedsiębiorców.

6.7. China Int'l Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition (IFE)

Targi B2B w branży spożywczej

Data i miejsce: 16-18 czerwca w Kantonie (Guangzhou)

Opis: Targi China Int'l Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition (IFE) to jedna z największych imprez targowych branży spożywczej w Chinach południowych.

Strona organizatora: www.ifechina.com

Działania WPHI: WPHI w Pekinie we współpracy z Konsulatem Generalnym RP w Kantonie planuje wynajem powierzchni targowej (ok. 18m²) i zaproszenie polskich firm do wspólnego udziału.

Relacja z działań WPHI przy okazji poprzedniej edycji targów:

www.china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/202643,polskie-firy-wziely-udzial-targach-zywnosci-ife-w-kantonie.html

6.8. Anufood China

Międzynarodowe targi B2B w branży spożywczej

Data i miejsce: 30 sierpnia - 1 września w Pekinie

Opis: Targi Anufood China to najważniejsze targi importowanej żywności w północnych Chinach. Podczas ostatniej edycji tych targów w 2016 roku, Polska pełniła rolę ich partnera.

Działania WPHI: WPHI w Pekinie planuje organizację wydarzeń towarzyszących, w szczególności seminarium promocyjnego oraz rozmów B2B z lokalnymi importerami i dystrybutorami żywności. Dzień przed rozpoczęciem targów w 2016 roku WPHI w Pekinie zorganizowało Dzień Polsko-Chińskiego Biznesu.

Relacja z działań WPHI przy okazji poprzedniej edycji targów:

1. Anufood China 2016: <https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/217048,w-pekynie-odbyly-sie-najwazniejsze-targi-importowanej-zywnosci-w-polnocnych-chinach-anufood-china-2016.html>

2. Dzień Polsko-Chińskiego Biznesu 15 listopada 2016
<https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/217058,w-ambasadzie-rp-w-pekynie-odbyla-sie-druga-edycja-dnia-polsko-chinskiego-biznesu.html>

3. Dni Polskiej Żywności w Tianjin 10-13.11.2016
<https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/217049,o-w-supermarkecie-importowanej-zywnosci-ejt-w-tianjinie-odbyly-sie-dni-polskiej-zywnosci.html>

6.8. China International Small and Medium Enterprises Fair

Targi B2C wielobranżowe

Data i miejsce: październik w Kantonie (Guangzhou)

Opis: Targi China International Small and Medium Enterprises Fair (CISMEF) to dobra okazja do promocji i testowania produktów wśród chińskich konsumentów (art. spożywcze, biżuteria bursztynowa, kosmetyki), mają głównie charakter B2C. Możliwości nawiązania kontaktów B2B są ograniczone.

Strona organizatora: www.cismef.com.cn

Działania WPHI: WPHI we współpracy z konsulem w Kantonie planuje udział w targach na powierzchni 100-200m².

Relacja z działań WPHI w Pekinie przy okazji targów w 2015 r.:

<https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/202643,polskie-firy-wziely-udzial-targach-zywnosci-ife-w-kantonie.html>

Relacja z działań WPHI w Pekinie przy okazji targów w 2014 r.:

<https://china.trade.gov.pl/pl/aktualnosci/126395,promocja-polskiej-przedsiębiorczości-na-targach-w-kantonie.html>

6.9. China Overseas Investment Fair (COFAIR)

Targi inwestycyjne

Data i miejsce: październik w Shenzhen

Opis: China Overseas Investment Fair (COFAIR) to ważna platforma do nawiązywania współpracy z chińskimi firmami planującymi inwestycje zagraniczne. Zgodnie z danymi organizatora, COFAIR jest odwiedzane przez przedstawicieli ponad 100 krajów i regionów świata. W czasie targów organizowane są ważne seminaria o tematyce inwestycyjnej. W targach i imprezach towarzyszących biorą udział przedstawiciele ponad 1000 chińskich firm.

Działania WPHI: WPHI w Pekinie planuje wynająć stoisko na tych targach i zaprosić do wspólnego udziału polskie firmy. WPHI weźmie także udział w seminariach inwestycyjnych w czasie targów.

6.9. Western China Import Expo & International Investment Fair

Targi B2C wielobranżowe

Data i miejsce: październik w Chengdu

Opis: Targi Western China Import Expo & International Investment Fair skupione są na promocji inwestycji i handlu na zachodzie Chin i cieszą się silnym wsparciem lokalnych i centralnych władz. Wśród obecnych branż dominuje maszyny i technologia przemysłowa. Na targach odbywa się także promocja i sprzedaż produktów spożywczych, biżuterii itp.

Działania WPHI: informacja zostanie uaktualniona wkrótce.

6.10. China Coal & Mining Expo

Targi B2B branży górniczej.

Data i miejsce: 25-28 października w Pekinie

Opis: Coal & Mining Expo to największe wydarzenie handlowe branży górniczej, przyciągające spółki z całych Chin. Podczas targów prezentowane są technologie wydobywcze, jak również te związane z transportem kopalin.

Działania WPHI: WPHI w Pekinie planuje organizację seminarium/B2B w ambasadzie w razie zainteresowania ze strony polskich firm, które wezmą udział w tych targach.

6.11. China Shenzhen - High Tech Fair

Targi B2B branży wysokich technologii

Data i miejsce: 16-21 listopada w Shenzhen

Opis: W targach CHTF na powierzchni 150 tys. m² wystawi się ponad 3500 wystawców. Targi odwiedzane są przez ponad 500 tys. osób. Największym zainteresowaniem cieszą się następujące działy: elektronika i techniki informacyjne, IT i komunikacja oraz nowe źródła energii i technologie energooszczędne.

Strona organizatora: www.chtf.com/english/

Działania WPHI: WPHI w Pekinie planuje wynająć stoisko na tych targach i zaprosić do wspólnego udziału polskie firmy.

7. Zasady działania WPHI w Pekinie przy okazji targów w Chinach (dobór wydarzeń, zasady rekrutacji uczestników)

Jednym z podstawowych instrumentów WPHI w Pekinie, który ma na celu rozwój polskiego eksportu do Chin i przyciągnięcie chińskich inwestycji do Polski, jest udział w targach w Chinach oraz organizacja wydarzeń wokół targów. WPHI w Pekinie corocznie bierze udział w ponad dziesięciu imprezach targowych. Poniżej prezentujemy zasady działania WPHI w Pekinie w tym zakresie.

WPHI w Pekinie bierze bezpośrednio udział w targach w Chinach rezerwując powierzchnię wystawienniczą i organizując wydarzenia towarzyszące targom - są to najczęściej seminaria i spotkania B2B z chińskimi przedsiębiorstwami.

Z uwagi na to, że w Chinach odbywa się ponad 8 tysięcy imprez targowych rocznie, mają one różny charakter (B2B/B2C) lub obejmują różne branże wybór danych wydarzeń zależy od wielu czynników.

Wybór danych targów zależy od ich stopnia umiędzynarodowienia (międzynarodowe/lokalne), branży (spożywcza, górnicza etc.), charakteru (B2B, B2C etc.), miejsca organizacji i oceny danego wydarzenia przez WPHI lub firmy wcześniej biorące w nich udział.

7.1. Rodzaj targów (B2B/B2C)

WPHI w Pekinie stara się wykorzystać możliwości związane z imprezami targowymi, biorąc udział głównie w targach typu B2B, gdzie jednostka WPHI w Pekinie wynajmuje powierzchnię targową i przekazując ją do dyspozycji przedstawicieli polskich firm związanych z daną branżą. Powierzchnia takich stoisk wynosi zazwyczaj od 9 do 18 m². Udział w targach B2B ma na celu zebranie kontaktów wśród przedsiębiorców odwiedzających targi oraz dostarczenie przedstawicielom polskich firm możliwości do znalezienia partnerów handlowych w Chinach. Zapotrzebowanie ze strony chińskich firm są dostępne do wglądu dla polskich przedsiębiorców w systemie **Zapytania Ofertowe na Portalu Promocji Eksportu**.

WPHI w Pekinie bierze także udział w niektórych wydarzeniach typu B2C, co ma na celu promocję Polski i polskich produktów wśród osób odwiedzających targi.

Z zasady WPHI w Pekinie nie wykupuje powierzchni targowej na wydarzeniach B2C z uwagi na to, że takie wydarzenia mają mniejszy wymiar biznesowy (B2B). Tego typu wydarzenia są jednak często wspierane przez chińskie instytucje rządowe zainteresowane przyciągnięciem zagranicznych przedsiębiorców, dlatego powierzchnia wystawowa zostaje przekazana przez

organizatorów nieodpłatnie. Przy odpowiednio dobrych warunkach udziału w targach typu B2C WPHI bierze w nich udział w celu promocji wizerunku polskiej gospodarki i polskich produktów. Na targach B2C WPHI otrzymuje powierzchnię nawet do 200m².

Przy okazji targów typu B2C WPHI w Pekinie oczekuje od organizatorów przekazania powierzchni wystawienniczej bez opłaty, którą z kolei może przekazać zainteresowanym firmom, które mogą na miejscu prowadzić działania promocyjne lub sprzedaż polskich produktów. Udziałem w takich targach zainteresowane są w szczególności firmy, które posiadają partnerów w Chinach, takich jak lokalni importerzy dostarczających towar do sprzedaży. Najczęściej są to firmy prowadzące handel artykułami spożywczymi lub biżuterią bursztynową. Zaletą udziału w targach B2C z perspektywy WPHI jest promocja Polski i polskich produktów wśród chińskich konsumentów. Przykładem targów typu B2C są wcześniej wspomniane targi CISMEF. Ponadto udział w tego typu targach pomaga WPHI w budowaniu relacji przedstawicielami lokalnej władzy, którzy starają się promować dane wydarzenia.

Na targach B2C WPHI w Pekinie wykupuje powierzchnię targową, które następnie bezpłatnie przekazuje do użytku polskich firmom zainteresowanym w udziale w danym wydarzeniu lub koordynuje udział misji biznesowych z Polski.

7.2. Tematyka targów

WPHI w Pekinie wybiera targi, udział w których może przynieść największe szanse na wzrost polskiego eksportu do Chin lub przyciągnięcie chińskich inwestycji do Polski. Branżą, która jest najszerzej wspierana przez jednostkę WPHI w tym zakresie jest branża spożywcza. Wynika to z kilku czynników:

- dużego zainteresowania rynkiem chińskim wśród polskich producentów i eksporterów żywności (ok. 90 procent ogółu zapytań kierowanych do WPHI ze strony polskich przedsiębiorców dotyczy tej branży),
- większej gotowości do wspólnego udziału w targach ze strony firm spożywczych (producenci i eksporterzy żywności z Polski są grupą najaktywniej działającą na rynku chińskim - zarówno jeżeli chodzi o przedsiębiorców przyjeżdżających do Chin w ramach delegacji, jak też przedstawicieli polskich firm spożywczych na stałe przebywających w Chinach),
- pozytywnego wpływu promocji polskich artykułów spożywczych, jako towaru konsumpcyjnego, na zwiększenie ogólnej rozpoznawalności Polski w Chinach (w Chinach jest duży popyt na importowaną żywność, a Chińczycy są miłośnikami kuchni. Poza tym rozpoznawalność Polski nie jest wystarczająca).

WPHI w Pekinie promuje polską branżę spożywczą na wydarzeniach B2B - zapewniając udział producentów i eksporterów z Polski, jak i B2C, zapraszając do udziału importerów polskiej żywności, którzy mogą ją promować i dystrybuować na miejscu.

Kolejną ważną grupą produktów z Polski, którą WPHI wspiera na targach jest biżuteria bursztynowa. Cieszy się ona w Chinach dużą popularnością. Oprócz znaczenia handlowego, szczególnie ważnym powodem wsparcia promocji biżuterii bursztynowej w tym kraju jest fakt, że jest to jeden z najbardziej kojarzonych z Polska produktów i budzi on szczególnie pozytywne skojarzenia. WPHI w Pekinie wspiera polskie firmy z branży bursztynowej głównie na wydarzeniach typu B2C, gdyż osiągnięty efekt promocyjny jest największy.

WPHI w Pekinie bierze także udział w wydarzeniach w branży wysokich technologii (targi China Hi-Tech w Shenzhen), maszyn rolniczych (targi China International Modern Agriculture Exhibition) czy maszyn górniczych (China Coal & Mining Expo).

WPHI w Pekinie nie wykupuje powierzchni targowej na wydarzeniach, na których planowany jest udział misji biznesowych z Polski lub w których bierze udział wystarczająco duża liczba polskich firm. Wśród przykładów można wymienić Anufood China i HKTDC Foodexpo. Podczas tych wydarzeń WPHI organizuje najczęściej seminaria lub spotkania B2B, w których mogą wziąć udział przedstawiciele wszystkich polskich firm biorących udział w targach.

7.3. Geografia targów

WPHI w Pekinie bierze udział w targach w najważniejszych miastach i ośrodkach gospodarczych na terytorium podległym jednostce – są to głównie Pekin, Kanton w Chinach południowych i Chengdu w środkowej części kraju. W każdym z tych miast WPHI organizuje udział w minimum dwóch imprezach targowych rocznie. Przy okazji wydarzeń w Kantonie i Chengdu jednostka współpracuje organizacyjnie z polskimi konsulatami w tych miastach.

WPHI w Pekinie bierze także udział w pojedynczych wydarzeniach w innych miastach Chin - są to Hongkong, Harbin, Chongqing, Shenzhen, Tangshan, Tai'an.

Jednostka bierze także corocznie udział w jednej-dwóch imprezach targowych w Mongolii, która również znajduje się na terytorium podległym WPHI w Pekinie.

7.4. Zasady naboru do udziału w targach na stoisku WPHI w Pekinie

Przedsiębiorcy mogą się zgłaszać do udziału w targach na powierzchni organizowanej przez WPHI w Pekinie w odpowiedzi na informacje o rozpoczętym naborze, który jest ogłaszany każdorazowo na stronie www.china.trade.gov.pl. Linki do tych wiadomości umieszczane są także w mediach społecznościowych prowadzonych przez WPHI w Pekinie (WPHI w Pekinie prowadzi konto na Facebooku, konto na Twitterze „WPHI_Pekin” oraz konto publiczne w aplikacji Wechat - „WPHIPekin”).

W informacji o rekrutacji określone są zasady udziału w danym wydarzeniu. W przypadku ograniczonego miejsca na stoisku WPHI decydującym kryterium naboru jest najczęściej czas zgłoszenia.

7.5. Organizacja wydarzeń towarzyszącym targom

Przy okazji niektórych targów - w zależności od miejsca ich organizacji, branży oraz liczby firm z Polski - WPHI w Pekinie organizuje wydarzenia towarzyszące, głównie seminaria promocyjne i spotkania B2B, które mają na celu dostarczenie polskim firmom dodatkowych możliwości do nawiązania kontaktu z chińskimi przedsiębiorcami. Tego typu wydarzenia są także dodatkowo promowane przez WPHI w chińskich mediach.

Seminaria i spotkania B2B, które są organizowane w Pekinie, odbywają się najczęściej w Ambasadzie RP w Pekinie. Przy odpowiedniej liczbie wystawców i firm z Polski WPHI w Pekinie organizuje wydarzenie o nazwie Dzień Polsko-Chińskiego Biznesu. Podczas Dnia mogą odbyć się warsztaty dla przedstawicieli polskich firm, seminarium promocyjne, podczas którego polskie firmy prezentują ofertę specjalnie dobranych i zaproszonym przedsiębiorcom z Chin oraz rozmowy B2B.