



المعرض الماليزي الدولي  
الحادية عشر للأغذية  
المشروبات, 22 – 24 يوليو  
2010, في مركز بوترا التجاري  
الدولي, كوالالونبور, ماليزيا



## النشرة عن الحقائق

### لماذا

#### 1 المصروفات العالية للطعام والشراب في ماليزيا

مع نسبة 28.3 مليون نسمة من شاب ماليزي. كان ماليزيا من إحدى دول جنوب شرق آسيا الأكثر تطوراً وتقدماً و تمثل معدل دخل فردي فيها حوالي \$7,700 دولار أميركي. وكذا فإن نسبة 61 % من مواطنيها تنتمي إلى مستوى ما بين المتوسط والعالية في مجموعة دخلها الحياتي

يمثل إنفاق طعام وشراب 25 % من جميع المستهلكات. تتوقع وصول إستهلاك الطعام والشراب الفردي في ماليزيا محليا الى ما يبلغه \$479 دولار أميركي في عام 2012.

#### 2 كان الإستيراد فيها هي الوصيعة الرائدة لتوزيع الأغذية.

بالرغم من أن أداء الإصدار من قبل قطاع تحضير الطعام في ماليزيا قد ضاعف خلال العقد الماضي، فاتها ما زالت معتمدة على المنتجات الغذائية المستوردة، وخاصة فيما يتعلق بالمستهلكات المباشرة، وذلك لقلّة الإنتاج الزراعي المحلي وارتفاع طلب المنتجات الغذائية.

وهي كالمستوردة للمواد الغذائية شمولية، تصاعدت فاتورة إستيراد غذاء ماليزي الى مستوى 35 RM بليون في عام 2008.

#### 3 مرونة النمو في إنتاج المواد الغذائية وارتفاع المطلب والإستيرادات.

ولقد سجلت استهلاك المواد الغذائية و الاستيرادات الماليزية النمو المستمر سنويا منذ عام 2000. وطبقاً لتوقعات مراقبة الأعمال الدولية في عام 2009، ستتواصل نمو إستهلاك المواد الغذائية في ماليزيا بدرجة عالية وتمثل نسبة 22.7 % في عام 2013، كذلك ستتزايد بيع المشروبات اللاكحولية بنسبة 32.9 % خلال نفس الفترة.

وفي أوقات كساد إقتصادي، فإن القطاع الغذائية هي التي تمثل الرهان الأقوى للأمن، وبسبب مطلبه مستمر.

#### 4 الحافزة القوية من قبل مصانع الخدمات الغذائية.

إن سعة سوق خدمة الغذائية وسرعة تزايدها في ماليزيا مدفوعة من قبل المستهلكين المحليين بالإضافة للسياح الأجانب. إلى

فحسب الدراسة الدولية التي تمت أجرائها من قبل شركة نيليسين ( Nielsen ) لاكتشاف عادة تناول العشاء خارج البيت بين المستهلكين الماليزيين المحليين، فقد وجد أن نسبة 67 % منهم يتعشى في المطاعم الخارجية على الأقل مرة كل إسبوع. وعلاوة على ذلك، فإن الشركة السياحية تجذب أكثر من 20 مليون من السياحيين المتقدمين للسياحة في ماليزيا سنوياً.

## 5 نظام الأمتل والمتوسع المستمر لقطاع البيع الفردي للغذاء.

لماليزيا قطاع البيع المفرد الدينامي وذلك لتواجد الباعة الدوليين مثل كوفو ( Carrefour )، ومزرعة ألبان (مخزن مبرد وكبيرة)، و جويكو ( Jusco ) وتيسكو ( Tesco ).

قد أكدت خطط توسع فيها بالبيع المفرد المتخصص، وذلك بغض النظر عن تأثير الكساد في النمو الإقتصادي. وتوقع أن تتزايد قيمة بيع منتجات الطعام والشراب عبر نظام البيع المفرد الخارجي الحديث بنسبة 36.9 % بحلول عام 2013.

## 6 تحرير إستيراد المنتجات الغذائية

كوصيلة لتحفيز الزيادة في أسعار السلع الإستهلاكية الضرورية، أعلنت الحكومة الماليزية الإلغاء وتخفيض وإستثناء رسوم الإستيراد في المنتجات الغذائية في سنة 2009.

بالإضافة إلى إستيرادات من بلدان الشريك التي وقعت على اتفاقية FTA مع ماليزيا، كانت مفعية من رسم إستيراد ومفضلة بنسبة ضرائب جمركية معينة.

## 7 المقفز إلى سوق الغذاء الحلال العالمية

لماليزيا المعايير وشهادة الغذاء الحلال المعترف بها العالمية والتي تمثل إستراتيجية وضع في محور غذاء حلال دولي، ولقد تسبب هذه المصادقية وقبول تسوقها ومنتجات الحلال التي أنتجت أو عولجت في ماليزيا.

يمكن للشركات الأجنبية أن تتعاون مع مصانع تجهيز الطعام الماليزية، وذلك بتبنيها (ماليزيا) بإستعمال مقفز إلى سوق الغذاء الحلال العالمية التي تساوي أكثر \$547 مليار دولار أميركي سنوياً.

## 8 البوابة إلى سوق رابطة شعوب جنوب شرق آسيا وما بعدها.

كدولة مرتب في درجة عشرين من الدول أكثر الترقية في العمليات التجارية الدولية والمساهم البارز في تجارة داخلية برابطة شعوب جنوب شرق آسيا، فإن ماليزيا ستكون رصيفك المثالي أيضا لأختراق سوق رابطة شعوب جنوب شرق آسيا، وهو السوق 575 مليون نسمة، وذلك من خلال شبكات الأعمال العريضة للشركاء المحليين.

وبإضافة إلى ذلك، فإن ماليزيا عضوية أيضاً بشكل نشيط في مؤسسة إتفاقيات التجارة الحرة الثنائية والإقليمية (FTA) بالشركاء التجاريون الآخر مثل أستراليا، تشيلي، الصين، الاتحاد الأوروبي، الهند، اليابان، كوريا، نيوزيلندا، باكستان، الولايات الأميركية المتحدة ومنظمة المؤتمر الإسلامي.

ما حجم السوق؟

الدول الرئيسية الي تتم منها إستيراد الغذاء الزراعي الماليزي في عام 2008

الدول	(%) حصة السوق
اندونوسيا	20.92
تيلاندا	11.09
هند	9.18
أستراليا	8.01
سين	6.89

5.85	الولايات المتحدة
38.06	الباقيون

المصدر: قسم الإحصائيات، ماليزيا

حول MIFB 2010

عنوان معرض: إم آي إف بي - معرض الطعام والشراب الماليزي التجاري الدولي.  
الطبيعة: المعرض السنوي للتجارة الدولية الخاصة.



المعرض الماليزي الأكبر للطعام والشراب والأطول أمداً في سنّته الحادية عشرة التي تغطي الطيف الكامل لصناعة المواد الغذائية (من الزراعة، الغذاء المصنّع، ومن مكانن غذاء إلى خدمة الغذاء)

الدور الرسمي للصانع المواد الغذائية بالمساندة القوية من القطاع الحكومي

المعرض التجارية الدولية في الحقيقة والمفوضة من قبل UFI (الجمعية العالمية للمعارض المصنعية) والمصدقة عليها من قبل MATRADE (شركة تطوير التجارات الماليزية الخارجية)، و التي هي وكالة الترقية التجارية الوطنية لماليزية

معرض الإتجاه المستجد الذي يعرض الأصناف القيادية، والمُنْتَجَات والتقنيات الجديدة والمستحدثة أخيراً.

برامج الاعمال القوية الموجهة بشعار "السوق تأتي إليك"، الإستراتيجية لجذب المشترين والثجار المُستهدفين

التغطية الإعلامية الشاملة والنشاطات الترويجية

متى وأين؟

التاريخ والوقت: 22-23, 2010 يوليو/تموز, المكان: قاعة 1 و2, مركز بترا للتجارة العالمية، كوالالمبور

10.30 صباحاً - 6.00 مساءً | زوّار تجاري 24 يوليو/تموز 2009

10.30 صباحاً - 5.00 مساءً | زوّار تجاري وعمّ



المنظمون والمنظمات المساندة

Organisers  
**KUMPULAN  
UTUSAN**

**EXPOMAL  
INTERNATIONAL**

In Collaboration with  
**MOA**  
KEMENTERIAN PERTANIAN  
DAN INDUSTRI ASAS TUM MALAYSIA

Endorsed By  
Ministry of Health  
Ministry of Tourism  
**MATRABE**

Co-Organiser

**MUTIARA SIGMA**

Supported By



**TOURISM  
MALAYSIA**

Official Trade Portal

**TRADEMAL.COM**  
Malaysia's Leading Trade Portal

Official Media

**Utusan  
MALAYSIA**

Official Magazines

**财经 SAIL**

لمحة عن

المعرض:

الأشربة  
مُنْتَجَات تقنية حيوية  
المُنْتَجَات المعلّبة  
الحلويات و البسكويت و المَعْجَنَات  
الطعام السريعة  
اللحوم المَعَالِجَة  
المنتجات اللبانية  
الأطعمة المستحضرة

الطعام الصحي  
المكونات الغذائية  
مكينات الغذاء  
تقنيات غذاء  
المأكولات بحرية الجديدة  
والمحفوظة  
الغذاء المجمّد  
الفاكهة والخضار  
مُنْتَجَات بقلالية

الغذاء الحلال  
البستنية  
المُنْتَجَات العضوية  
المُنْتَجَات المحفوظة  
الزراعة و ألواح الغذاء الترويجية  
منظمات الخبراء  
الإتحادات المهنية  
.... أيّ غذاء آخر ومنتجات ذات علاقة  
بالغذاء

البؤر الموضوعية الثمانية



السوق



الجبال  
و الواد



البحار  
و المضايق



محور  
الغذاء  
الحلال



شارع  
الحباز



النجوم  
و المسامير



اعمال  
الغذاء



الأسلوب  
الحياتي في  
الغذاء

المعرض المتلاقي :



**Food Future 2010**

المعرض المهتم به لاطهار مكينات  
معالجة الأغذية الأخيرة وتغليف الحلول  
وأجهزة الطبخ.



الأحداث المرساة طوال الأيام  
الثلاثة :



The 6th Malaysia International  
Agro-Bio Business Conference 2010

The **Green Food Technology**  
and its **Opportunities**



عرض بؤرة  
البلد:

برنامج المشتري المدعوم  
ومُجَاراة العمل  
- خدمة مجانية للعارضين فقط

"الثورة  
الطباخية"

الكوكيتلات للشبكة مشتريين  
وباعة

الزوّار التجاري:

السياسيون  
الأسواق المركزية والأسواق  
الكبيرة  
تجّار وباعة الغذاء  
مدراء الفنادق وأصحاب  
المطاعم  
موزّعون ووكلاء غذاء  
مستوردون ومصدّرون للغذاء  
الطباخون  
مستشارو الزراعة  
والغذاء

سيكون هناك تشكيلية واسعة من النشاطات الترويجية الدولية التي ستجري لضمان أفضل زائر تجاري محتمل من جميع أنحاء العالم :



عروض الطرقات والتسوق في معارض الغذاء الدولية القيادية الأخرى

وسيكون هناك التسويق في مكاتب وسفارات الدول الأخرى، وقنصليات تجارية حكومية ومنظمات التسوق تجارة دولية

الدعوة المباشرة

الإعلان والحملات الإعلامية في الصُحف الرئيسية ومنتشورات المصانع داخلياً وعالمياً

نشاطات الشاملة PR مثل المؤتمرات الصحفية وتلفزيون ومقابلات إذاعية

نشرات الأخبار المتجددة

المعرض المتجدد على موقع الويب الرسمي [www.mifb.com.my](http://www.mifb.com.my)

عرض إحصائيات وتحليلات زوار

معرض إحصائيات:

المواد	السنة	
	2009	2008
المعرضون:		
عدد الشركات	329	285
عدد الأكشاك	507	390
عدد الدول والأقاليم	29 (a)	25
الزوّار التجاري:		
عدد الزوار	16,832	13,872
معدّل الدول والأقاليم الفرادية	55 (b)	43
(الهدف ) 2010		
	400	600
	30	18,000
	60	60

850	835	803	عدد الجلسات
-	95 million	105 million	صفقات الأعمال (MYR)

(a) أرمينيا، بانغلادش، بلجيكا، تشيلي، الصين، جمهورية التشيك، الهند، أندونيسيا، إيران، كوريا، ماليزيا، ناميبيا، نيوزيلندا، الفلبين، بولندا، رومانيا، العربية السعودية، سنغافورة، جنوب أفريقيا، سريلانكا، سوريا، تايوان، تانزانيا، تايلند، تونس، تركيا، مملكة متحدة، فينزيولا وفيتنام

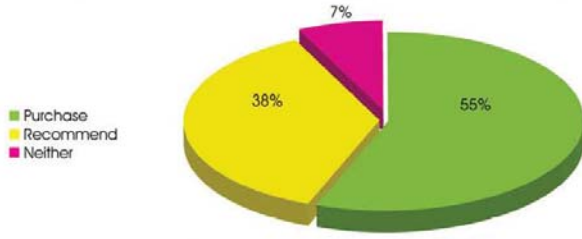
(b) الجزائر، أستراليا، البحرين، بانغلادش، بلجيكا، بوتسوانا، بروني، الصين، مصر، فيجي، فرنسا، ألمانيا، غانا، هونك كونغ، الهند، أندونيسيا، إيران، العراق، إيطاليا، اليابان، كينيا، كوريا، الكويت، لبنان، ملاوي، ماليزيا، مالديف، موريتيوس، ناميبيا، هولندا، نيوزيلندا، نيجيريا، باكستان، فلسطين، الفلبين، قطر، رومانيا، العربية السعودية، سنغافورة، سلوفاكيا، سريلانكا، السويد، سوريا، تايوان، تانزانيا، تايلند، تركيا، الإمارات العربية المتحدة، مملكة متحدة، الولايات المتحدة الأمريكية وفينزيولا وفيتنام

#### سرادق البلد MIFB 2009:

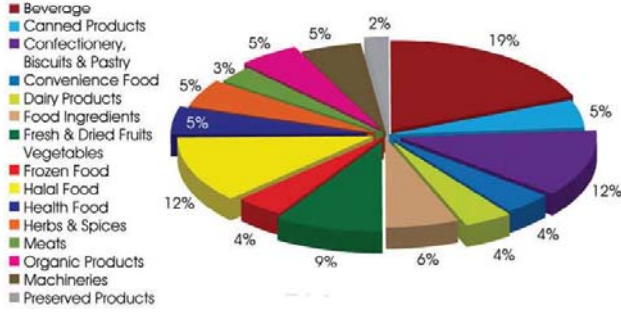
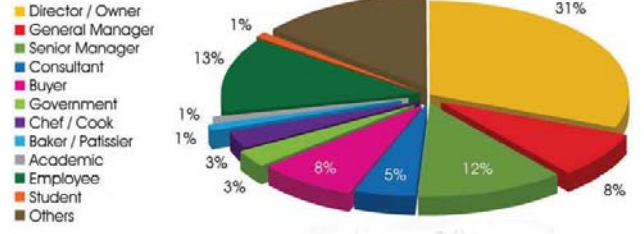
وزارة الزراعة، ماليزيا	قسم تسويق المصدرات، تايلند	حكومة مقاطعة تيانجونغ، تايوان
وزارة الزراعة، صين	مركز تسويق الاصدارات، تركيا	مكتب تنمية تجارية شيأمين، الصين

تحليلات زوآر:

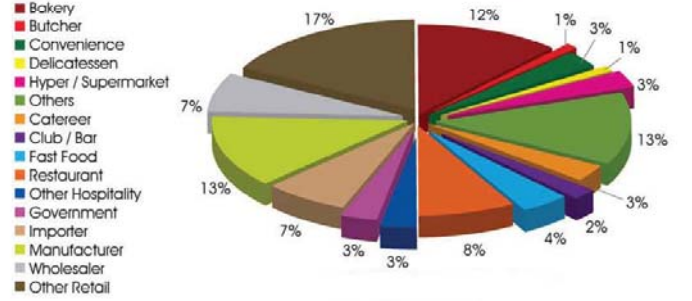
## تأثير الزائر في شراء المنتجات



## تصنيف الزوار



## دائرة إهتمام الزائر



## طبيعة الزائر العملي

## كيفية مشاركة؟

الكشك بمقياس الصدفة و كشك الزاوية للإستثمار تكلف RMY 7,800 و RMY 8,300 / \$2,300 دولار أميركي \$2,450 دولار أميركي، لكل كشك بوث حجم: 9 أمتار مربعة (3 m x 3 m) التي ستتضمن لوحة باسم المعارض ورقم الكشك، تسع سجادة، واثنين من وحدات الضوء، وواحد من وحدة من منضدة اعلامية واثنين من وحدات الكراسي .

الكلفة العربية للإستثمار: 830 RMY/ 250\$ دولار أميركي لكل متر مربع هذه هي أجره الفضاء فقط بالحجم الأدنى: 18 متر مربع (3 m x 6 m). المعارض سيكون مسؤول عن تصاميمهم الخاصة وبنائهم وأثاثهم. لكن المقاول الرسمي هو المسؤول بكل من المتطلبات والتركييب الكهربائي.

## المنافع الاضافية الأخرى:

عرض شركة عبر الأخبار ما قبل بداية المعرض  
تسجيل شركة في الدليل المعرض  
لترتيب لمجارة الأعمال بنظام الفرادي  
الإشتراك في الكوكتيلات شبكة المشترين و الباعة.  
التقديمات أثناء معرض  
الترتيب لزيارة الميداني العملي (لمشاركين مجموعة فقط)

## المنافع الاضافية الأخرى:

عرض شركة عبر الأخبار ما قبل بداية المعرض  
تسجيل شركة في الدليل المعرض  
لترتيب لمجارة الأعمال بنظام الفرادي  
الإشتراك في الكوكتيلات شبكة المشترين و الباعة.  
التقديمات أثناء معرض  
الترتيب لزيارة الميداني العملي (لمشاركين مجموعة فقط)

الرجاء الإتصال بنا للمناقشة إذا كنت تتطلب المشركة الخاصة والتسويق المخطط لحاجتك المعينة.

كيفية الاتصال؟

منظم / أمانة مشروع:

Expomal International Sdn Bhd  
www.expomal.com

A: 7-2, Subang Business Centre, Jalan USJ 9/5Q, Subang Jaya, 47620 Selangor, Malaysia

T: +603 80246500

F: +603 80248740

Contact person: Ms Anrose Tan

E: overseas@expomal.com