

INTERIM RAPPORT SILDEPROSJEKT

*DELTAGELSE
SEAFOOD EXPO
SHANGHAI*

august 2024

Geir Lundberg
Arjen Kraaijeveld
Arne Hjeltnes
Arild Vollan



FRA RÅVARELEVERANDØR AV SJØMAT TIL EKSPORTØR AV FERDIGPRODUKTER TIL DET ASIATISKE MARKEDET - HOVEDPROSJEKT

KONKLUSJON DELTAGELSE SEAFOOD EXPO SHANGHAI

Å delta med en egen stand på den norske paviljonen under World Seafood Shanghai Exhibition (SIFSE) 2024 ga en unik mulighet til å teste potensialet for fryst Norsk mørnet sildefilet. Gjennom godt samarbeid med både Innovasjon Norge og Norges Sjømatråd, fikk prosjektets representanter delt ut smaksprøver fra en tiltalende stand og ha møter med representanter fra interesserte bedrifter.

Besøkende viste stor interesse for smaksprøvene, samtale med potensielle kunder bekreftet at produktene kan ha et stort potensialet for å bli akseptert som en delikatess. Først og fremst i HoReCa segmentet, men kanskje på sikt også i dagligvarehandelen. Det er viktig å ha fokus på det norske opphavet, ha norske merkevarer og ha fokus på: vilt fanget, delikatess, sunt & bærekraft. Forpakninger må inneholde maks. 20 filetter. Produktene må ha lavt saltinnhold og lite bein.

7-10-2024

Bilder i denne rapporten: Norges Sjømatrådet, Arjen Kraaijeveld, Arild Vollan, Remi Strand

INTRODUKSJON

Dette er en delrapport som omhandler deltagelsen på Shanghai Seafood Expo 28-30 august 2024. Formålet var å vise frem mørnet sild av forskjellige typer, knytte kontakter og sjekke markedspotensialet for denne typen produkter. Fra gruppen reiste : Arild Vollan og Arjen Kraaijeveld. De ble hjulpet av Hanzhen Ouyang (innleid ekstra hjelp som bor i Shanghai), Jiwu Zhang fra Innovasjon Norges kontor i Beiing og Remi Strand fra Norge. Han var med på torsdag og fredag. Prosjektet 'King og herring China' hadde egen standplass som var en del av den norske paviljonen.

Gruppen vil takke både Norges Sjømatrådet sine representanter på messen Børge Grønbech, Sigmund Bjørge og ikke minst Vicky Chan for god hjelp under messen. I tillegg var hjelpen fra Jiwu Zhang fra Innovasjon Norge sitt kontor i Kina uunværlig.

Nyheter om prosjektet blir lagt ut på : <https://www.kingofherringchina.no>

DEN NORSKE PAVILJONEN

Sjømatrådet organiserte en felles stand der 12 Norske sjømatbedrifter deltok, 10 bedrifter som selger laks, en bedrift som selger oppdrettstorsk og prosjektet 'King of herring China' var utstillere. Standen ga god anledning til å kunne promotere mørnet sild i Shanghai.

Det var svært få andre Europeske land som var representert på denne store messen. De fleste besøkende snakket ikke engelsk. Det var veldig fornuftig at vi valgte å leie inn en dame som jobber i akademia med markedsføring. Det viste seg at hun var veldig engasjert og flink å formidle. I tillegg kunne hun oversette til oss.



VAREPROVER

Vi prøvde å få tak i vareprøver fra forskjellige leverandører. Det var vanskelig å få tak i vareprøver. Tiden gikk og det var ikke lenger mulig å sende varene via frysekontainer på båt.

Dermed ble løsningen at silden ble sendt med fly. Silden ble pakket i isopor og holdt seg fryst under reisen.

Nødvendig dokumentasjon, blant annet helsesertifikat fra mattilsynet ble utarbeidet. Sjømatrådets representant, Vicky, hadde organisert transport av vareprøvene ved ankomst til et fryselager. De fraktet også vareprøvene til standen. Der hadde vi leiet en frysevitrine.

Vi tok med ca. 30 kg Jomfrusild og 1,5 kg håndfiletert matjessild.

Noe av vareprøvene ble delt ut som smaksprøver, resten ble delt ut til bedrifter som var interessert i produktene.



håndfiletert matjessild



VAREPROVER



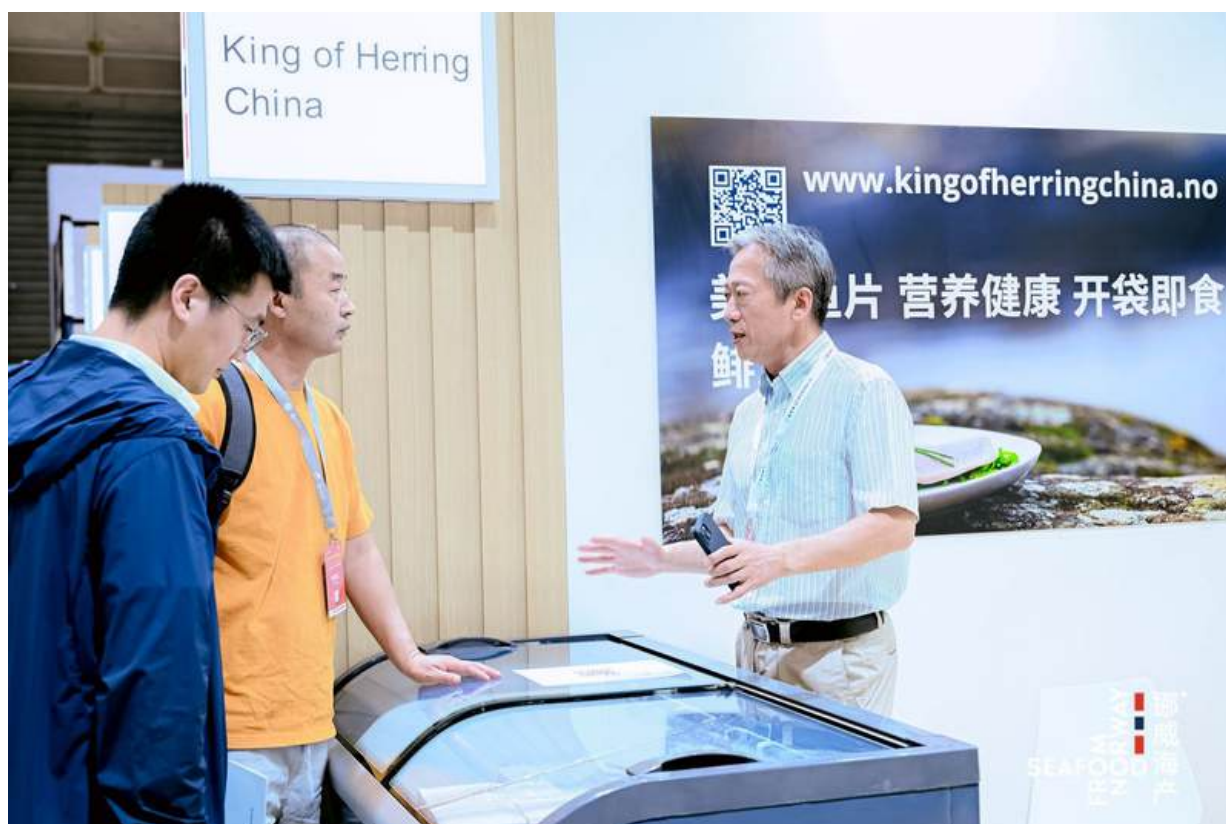
Jomfrusild med kinesisk etikett



Remi Strand lager til smaksprøver

ASSISTANSE INNOVASJON NORGE - CHINA KONTOR

Gruppen hadde informert den lokale IN medarbeideren godt på forhånd slik at han forstod akkurat hvilke type samarbeidspartnere vi er på jakt etter. Vi inngikk en avtale om bistand gjennom samarbeid med lederen for Kina kontoret, Henning Kristoffersen. IN tok kontakt med bedrifter på forhånd og gjorde avtaler om besøk på standen for å la dem smake på produktene og for å diskutere interessen. Jiwu Zhang fra Innovasjon Norge gjorde en veldig god og grundig jobb. Det var tydelig at han kjenner bransjen.



Jiwu Zhang fra Innovasjon Norge i arbeid



ASSISTANSE INNOVASJON NORGE - CHINA KONTOR



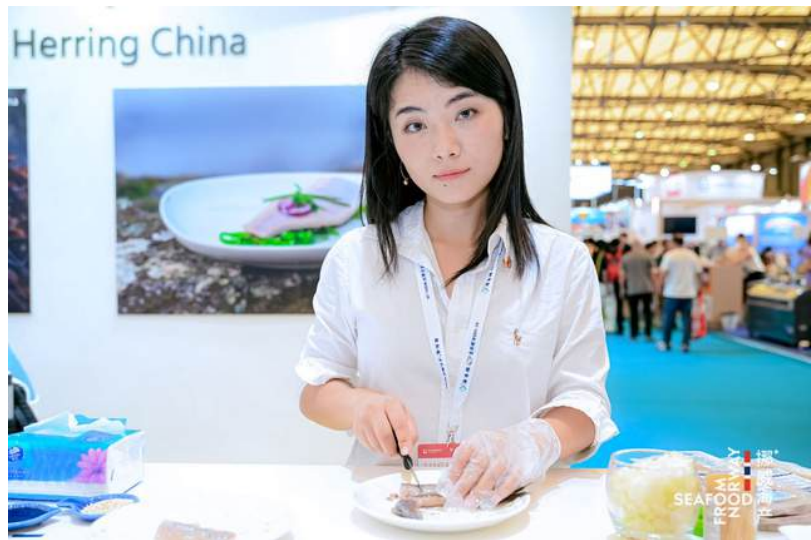
Jiwu Zhang (IN), Tobias Svenningsen (konsul general Shanghai), og Sigmund Bjørge (Sjømatrådet), Jiwu forklarer 'Herring to China konseptet



Sigmund Bjørge (Sjømatrådet), Tobias Svenningsen (konsul general Shanghai) Jiwu Zhang (IN) og Arild Vollen,

ASSISTANSE HANZHEN OUYANG

Via Arild Vollan og Henning Kristoffersen fra Innovasjon Norge kom gruppen i kontakt med Hanzhen Ouyang. Hun bor i Shanghai og er tilknyttet Fudan Universitetet som post doc. Hun har en master i Global Management og en Phd. i Business Administration Hun har tidligere holdt foredrag hos den Norsk-kinesisk handelskammer i Oslo. Prosjektgruppen leiet henne inn for bistand under messen. Hanzhens bidrag var veldig viktig for en vellykket messedeltagelse.



ERFARINGER PÅ MESSEN

Vi delte ut smaksprøver av Jomfrusild og matjessild. Vi skar sildefiletene i mindre biter på ca. 2 cm og bruke Sildelaget sine flagg til å servere dem. Som tilbehør serverte vi en soyasaus, ristet sesamfrø og hakket løk. På dag to av messen fikk vi et tips fra en Nordmann, Dag Hansson som bor i Shanghai. Han fortalte oss at kinesere aldri spiser rå løk, så den forsvant fra bordet. Dag Hansson jobber blant annet med å importere kaviar fra Norsk silderoegn via Sverige til Kina.

Det var ekstra hjelpen vi hadde leiet inn, Hanzhen, som stod for utdeling av smaksprøver. Vi i gruppen var stort sett hele dagen opptatt med møter med bedrifter på vår stand.



Remi Strand, Dag Hansson, Arild Vollan





utdeling av smaksprøver

TILBAKEMELDINGEN PÅ PRODUKTENE

Vi hadde rikelig med Jomfrusild på standen, men kun en mindre mengde håndfiletert matjessild tilgjengelig. Utvalgte potensielle kunder fikk smake begge produktene. Den generelle tilbakemeldingen var at de foretrakk Jomfrusild i forhold til den håndfileterte matjessilden. 'Hollandsk matjessild' er nok mer mørnet enn Jomfrusild. De som smakte på silden likte den friske smaken av sjø som Jomfrusild har. De foretrakk også en sild med litt mer bitemotstand. Konsistensen av den 'hollandske matjessilden' ble litt for bløtt for noen.

Vi delte ut flere hundre smaksprøver av Jomfrusild, produktet ble veldig godt mottatt. Sild er nok et forholdsvis ukjent produkt, men det var tydelig at både smaken og konsistensen falt i smak. Det var få mennesker som reagerte på de små bein som finnes i filetene, men det ble poengtert av noen. En klar tilbakemelding var at potensielle kunder ønsker produkter som inneholder lite salt, maks 1,5%.

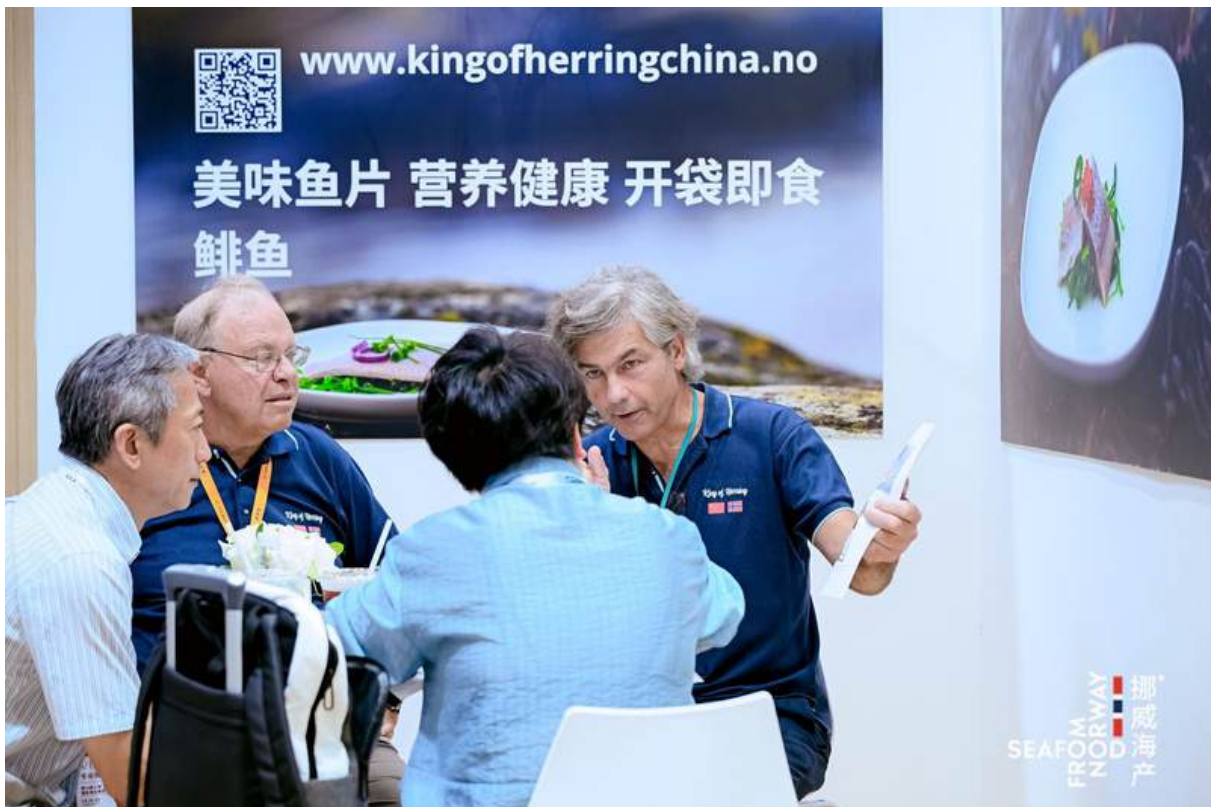
Sør i Kina foretrekker man sild med veldig lavt saltinnhold mens nord i Kina kan man akseptere sild som inneholder mer salt. Hvis mørnet sild skal brukes til Sushi er bein i silden en utfordring.

Under samtalene med potensielle kunder ble det blant annet spurt om: 'hvor dypt blir silden fanget'. I Asia er dyptvannsfisk ettertraktet pga. dypere vann er klarere og renere. Et sildeprodukt bør markedsføres med budskapet: rett fra det reine, kalde vannet fra Nord til serveringsfatet i Asia



en av importørene prøver 'hollandsk' matjessild





POTENSIALET

Det ble veldig tydelig at produkter av mørnet lettsaltet Nordsjøsilde har et potensialet i Kina.

På sikt er det gjerne også et marked for andre produkter av silde. Det er tydelig at Kinesere ønsker viltfanget og bærekraftig fisk, men silden må inneholde lite salt og lite bein.

I første omgang bør det utvikles produkter til HoReCa segmentet. En pakke kan da inneholde maksimal 20 filetter. Man må unngå større pakker enn det, da produktene holder seg kort etter åpning. Det er viktig at produktene presenteres og markedsføres som det ypperste av silde og at prisen er deretter. Det bør være mulig å oppnå priser som ligner på priser som betales for fersk laks. Det er viktig å poengtere det norske opphavet på etiketten. Bedriftene foretrekker produkter med Norsk merkevarer.

En detaljert beskrivelse av tilbakemeldingene samt en oversikt over interesserte bedrifter er tilgjengelig for støttespillere i prosjektet. Denne oversikten er laget av Innovasjon Norge sin medarbeider.



Børge Grønbech, direktør global operations Sjømatrådet besøkte standen for å forklare 'joint marketing', Seafood from Norway

DELTAGELSE PÅ 'DINNER RECEPTION'

28 august organiserte Sjømatrådet et 'Dinner reception' i nærheten av messeområdet. Både Arild, Arjen og Hanzhen deltok på dette arrangementet. Dette var et arrangement der norske bedrifter kunne invitere sine forretningsforbindelser. Vi hadde også invitert noen av de kontaktene vi har opparbeidet i samarbeid med Innovasjon Norge. Sigmund Bjørge, landansvarlig Kina i Sjømatrådet, presenterte statistikk om eksport fra Norge til Kina, det var andre taler og underholdning. Deretter ble Norsk sjømat servert. Det var god anledning til å treffe personer som jobber i sjømatnæringen i Kina.

Makrell i flere varianter ble servert. Vårt håp er at mønnet sild blir servert ved senere anledninger.



Sigmund Bjørge forklarer eksporttallene



makrell sushi



SAMARBEID MED DORRIS?

På standen traff vi blant annet Dorris. Hun er business director i en bedrift som heter Wecook. De holder til i Beijing. Hun jobber mye med promotering av sjømat. Kanskje gruppen kan samarbeide med henne for å få til et event der kinesiske kokker lager mat av råvarene som vi leverer.



Dorris fra Wecook

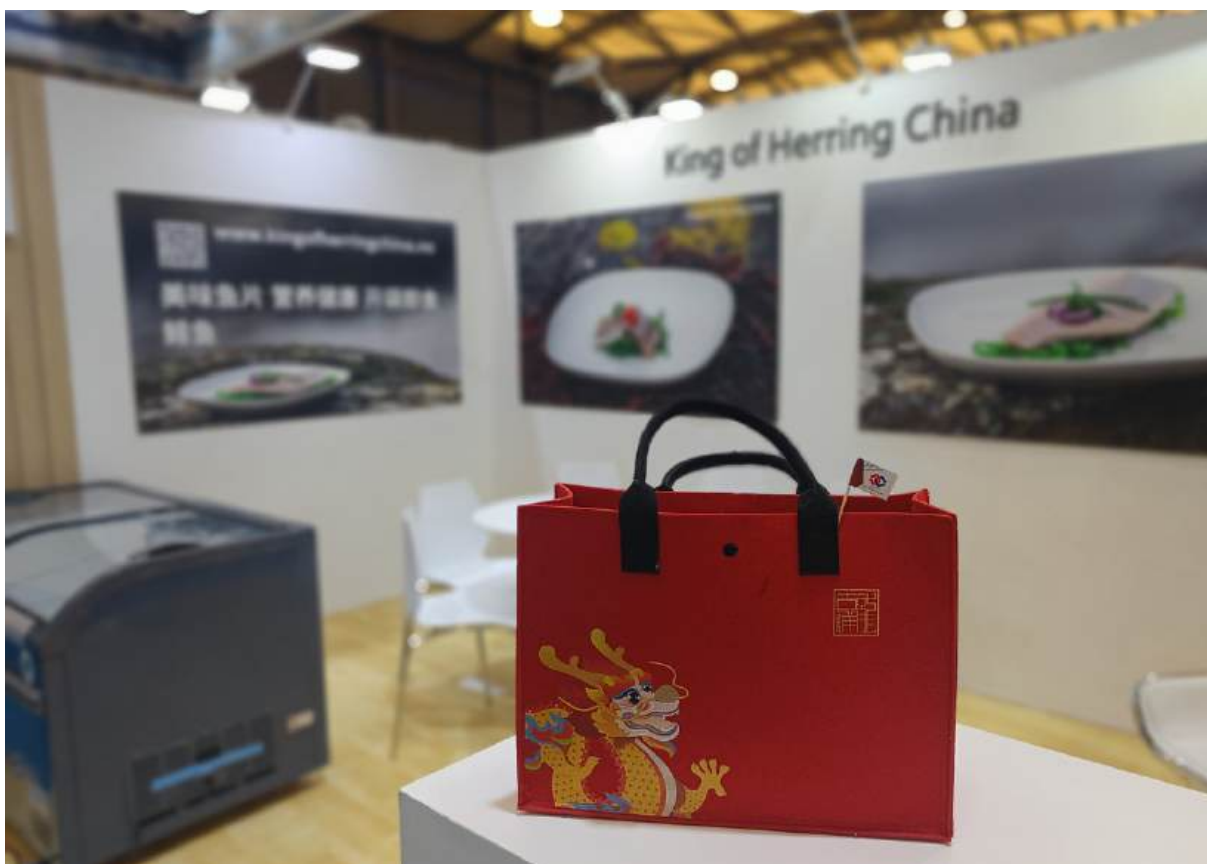


KONKLUSJON

Deltagelse på denne messen var svært viktig for å kunne avdekke potensialet for silden. Nok en gang var interessen for silden veldig stor. De er flere bedrifter som er seriøs interessert i å importere og distribuere denne type produkter. Forpakningen må ikke være stor, forbruker forpakninger gjerne ca. 150-175 gram, HoReCa forpakninger 600-700 gram. Silden må ha høy kvalitet og være mørnet. I tillegg bør den inneholde maks. 1,5% salt og inneholde minst mulig bein. Produktene bør ha en Norsk merkevare og være tydelig merket med det Norske opphavet.

VEIEN VIDERE

Prosjektgruppens medlemmer reiser til den store sjømatmessen i Qingdao i slutten av oktober 2024. Da er hovedformålet å få kinesiske kokker til å lage retter av den Norske silden. Det er ikke nødvendig å ha en egen stand på denne messen.



Vesken er en gave fra den kinesiske ambassaden i Oslo.
'Year of the dragon 2024', året som gir muligheter.

VEDLEGG

Ekstra hjelpen , Hanzhen, fra Shanghai har skrevet en egen, kortfattet rapport. Denne rapporten er vedlagt denne rapporten.



Author: Hanzhen Ouyang
ouyanghanzhen@fudan.edu.cn
+86 18217289782

August 28-29, 2024

Number of visitors: approximately 450 people



At the World Seafood Shanghai 2024, the King of Herring China booth was exceptionally popular. We welcomed over 450 esteemed guests who eagerly visited our booth. Being on the front line of the market, I deeply felt the Chinese consumers' appreciation for the unique flavor of Norwegian herring. My role was to introducing Norwegian herring to visitors and cut herring

into small pieces for visitors to taste, gather their feedback on the taste and know where they are coming from which company are they working at through conversations, while also discussing potential future collaborations.

Feedback on the taste

Most people enjoyed the herring, but a small number of people spat it out after tasting it. This is because raw fish is still not widely accepted by most Chinese consumers. Raw salmon is only become popular in recent years. I found that people in coastal areas, such as Guangdong, Zhejiang, Dalian, Weihai, and Qingdao, were more receptive to herring. Two visitors from Japan really liked our herring after ate it. Many mentioned that our herring is a bit too salty, though a few thought the flavor was just right. Very few people were concerned about the fish bones, especially people from the northern regions, who didn't seem to mind it at all.

Positive +	Negative —
The fish texture is delicate and tender	Too salty
Silky smooth	Doesn't like eating raw food

Rich in nutritious	Fish bones (less than 5% people say this)
Unique in the market	
Fresh	
Rich in fat	

Buyer Profiles:

There are four types of buyers:

high-end supermarkets; seafood importers; IKEA; and chain restaurants. I pay special attention to visitors from the restaurant industry, including restaurant chefs and owners, as they are the closest link to consumers. Their approval of herring is crucial for introducing the herring product to the Chinese market.

1. High-End Supermarkets

- Located only in the Shanghai area.

2. Seafood Importers

- Seafood importers from coastal cities such as Shanghai, Dalian, Qingdao, Weihai, and Taizhou. One importer of live king crabs from Shanghai mentioned he is very interested in our herring

products. He noted that unlike live crabs, frozen herring avoids the economic loss associated with seafood dying. Additionally, the scarcity of Norwegian herring in the market and the fact that our herring comes from Norway's largest herring company reassures him of the quality. Another seafood importer from Dalian expressed approval of our herring quality and offered price suggestions.

3. IKEA

- Susan, the Business Developer in Supply Chain at IKEA, is interested in herring. IKEA previously sold herring in glass jars but removed it from the shelves due to food safety concerns. Susan is interested in us supplying herring raw materials for IKEA's herring products. I found some reviews online from Chinese consumers regarding IKEA's herring cans. I believe IKEA can provide data on consumer responses to their herring cans in China, which would be very helpful for promoting our product.
- Susan's email: Susan.tong1@inter.IKEA.com



IKEA herring cans

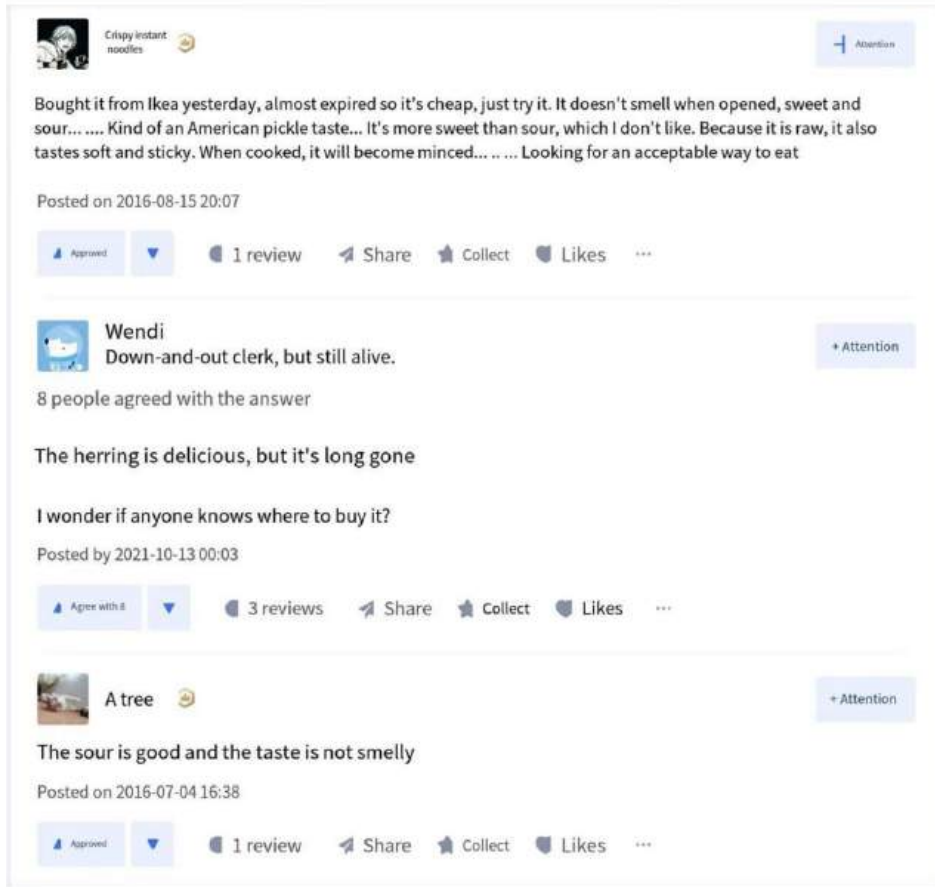
无知买了宜家玻璃罐【莳萝腌渍鲱鱼罐头】SILL DILL, 看了各种体...

干脆面 [+ 关注](#)
昨天从宜家买了, 快过期所以便宜, 就试试, 打开来是不臭的, 酸甜口.....有种美式酸黄瓜的味道...比起酸来感觉偏甜, 个人不是很接受, 因为是生的, 吃起来也会有软黏的感觉。煮熟了会变肉糜.....正在寻找能接受的吃法
发布于 2016-08-15 20:07
[赞](#) [评论](#) [分享](#) [收藏](#) [喜欢](#)

文德群 [+ 关注](#)
穷困潦倒的小职员, 但还活着。
8 人赞同了该回答
这个鲱鱼很好吃, 但早就没货了
不知谁知道哪里能买到?
发布于 2021-10-13 00:03
[赞](#) [评论](#) [分享](#) [收藏](#) [喜欢](#)

一棵树 [+ 关注](#)
酸酸的 挺好吃的 不臭
发布于 2016-07-04 16:38
[赞](#) [评论](#) [分享](#) [收藏](#) [喜欢](#)

Ignorance bought Ikea glass jar [DILL pickled herring can] SILL DILL, looked at various bodies...



The screenshot displays three user reviews for IKEA herring cans. The first review, by 'Crispy instant noodles', describes the product as sweet and sour, comparing it to an American pickle, and notes it becomes minced when cooked. The second review, by 'Wendi', states the herring is delicious but no longer available, and asks where to buy it. The third review, by 'A tree', simply states the sour taste is good and not smelly. Each review includes a date, a 'review' count, and interaction buttons like 'Share', 'Collect', and 'Likes'.

Crispy instant noodles
Bought it from Ikea yesterday, almost expired so it's cheap, just try it. It doesn't smell when opened, sweet and sour... Kind of an American pickle taste... It's more sweet than sour, which I don't like. Because it is raw, it also tastes soft and sticky. When cooked, it will become minced... Looking for an acceptable way to eat
Posted on 2016-08-15 20:07
1 review

Wendi
Down-and-out clerk, but still alive.
8 people agreed with the answer
The herring is delicious, but it's long gone
I wonder if anyone knows where to buy it?
Posted by 2021-10-13 00:03
3 reviews

A tree
The sour is good and the taste is not smelly
Posted on 2016-07-04 16:38
1 review

Online reviews on IKEA herring cans

4. Restaurants (Guangdong, Jiangsu, Northeast China, Chongqing)

- Western Restaurants
- Japanese Restaurants
- Chinese Restaurants
- Chinese-Western Fusion Chain Restaurants (2 in Shanghai): Interested in developing creative dishes using herring.

Feedback on price

A seafood importer from Dalian, who imports a large quantity of Pacific herring each year, mentioned that our herring could have a significant market if the wholesale price is around 20 RMB per box (175 g). And he knows that our herring is the best in the market. A chain restaurant owner from Hangzhou said he could accept a wholesale price of 40 RMB per box. A retail consumer mentioned she would be comfortable with a retail price of 30-40 RMB in the supermarket. King of Herring China's current estimated price is \$16 per kilogram at the Shanghai port, which is generally in line with market expectations.

Suggestions for the Next Exhibition in Qingdao

1. Use Freshness-Enhancing Ice Packs: Ensure that there are freshness-preserving ice packs on the tasting tables at the booth to guarantee that visitors taste the freshest possible herring.
2. Offer More Accompaniments: Provide a wider variety of accompaniments for the herring, such as pickles, vinegar-marinated ginger slices, sour cream, bread, and crackers.

3. Host a Local Workshop: Consider partnering with a local restaurant in Qingdao to organize a workshop where Chinese chefs can develop herring dishes tailored to Chinese taste preferences.