

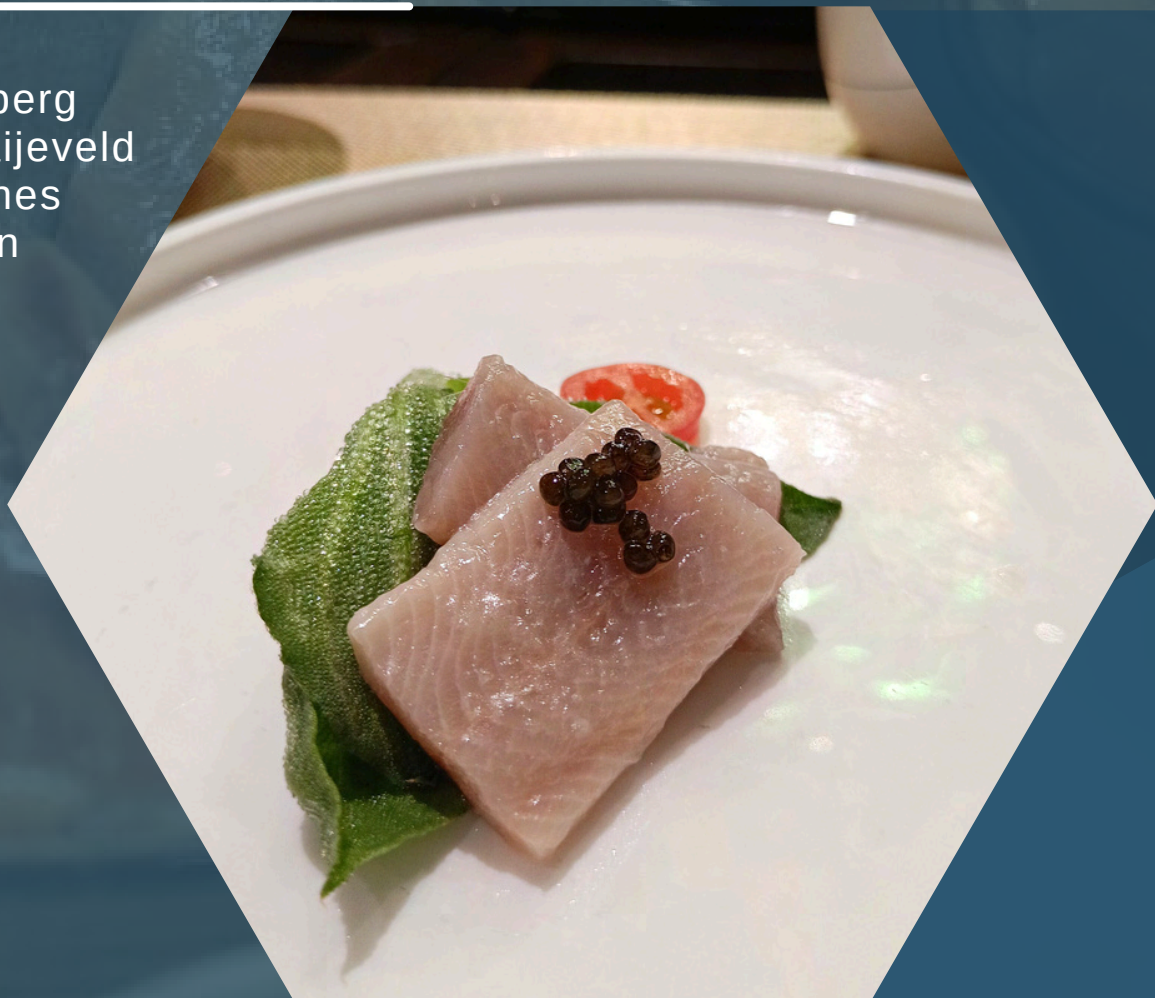
DELRAPPORT SILDEPROSJEKT

AKTIVITETER

QINGDAO OG BEIJING

oktober - november 2024

Geir Lundberg
Arjen Kraaijeveld
Arne Hjeltnes
Arild Vollan



SAMMENDRAG ETTER AKTIVITETER QINGDAO & BEIJING

Arbeidet så langt har avklart at det er et klart potensial for norsk sildefilet i Kina. Også biprodukter utviklet av sild, ikke minst høyverdig sildolje til konsum kan ha et stort potensialet. Antall kjæledyr i Kina øker enormt, dette betyr at markedet for 'pet food' med marine ingredienser øker.

Etterspørselen etter sjømat fra Norge i Kina er enorm og sterk økende. Markedet internt i Kina for laks er større enn markedet i Japan og Sør-Korea til sammen. Denne etterspørselen åpner opp for muligheter for andre typer sjømat. Høye kvalitetsprodukter laget av mørnet fryst sildefilet bør introduseres for High-end restauranter først. Disse produktene bør inneholde lite salt (maks. 1,5%) og ha minst mulig ben. Det er viktig at prissettingen er deretter og at man utvikler merkevarer som utstråler kvalitet og luksus.

Produktene bør tydelig merkes med det norske opphavet; Seafood from Norway. Når disse produktene er akseptert som en delikatesse kan andre produkter, for eksempel fryst sildefilet av Nordsjøsil i pakker på maks. 1 kg bli introdusert til andre typer restauranter der man frityrsteker sildefileter.

Begynner man med å selge inn produkter med lavere kvalitet og lavere pris først, blir det svært vanskelig å få prisen opp i etterkant.

Det er også et marked for mørnet fryst sildefilet i små pakker i High-end dagligvare. Disse bør bli markedsført med norsk varemerke og merking av det norske opphavet. Introduksjon bør skje etter at High-end sildeprodukter er etablert i HoReCa segmentet.

Transport av frysevarer er forholdsvis enkelt og billig i Kina. Mye av dagligvarehandelen skjer via internett. E-handel er sterkt økende. I de store byer blir varer bestilt via nettbutikk, levert på dør etter kort tid.

Frosne varer blir også levert via budtjenester.

Det er svært viktig med personlig kontakt i Kina, det tar tid å bygge tillit. Samtidig kan beslutninger tas raskt i Kina. Norsk sjømat står sterkt i Kina, men toll på varer er en barriere.

Det er trolig et stort potensialet for norsk sild i andre asiatiske land også. Hvis norske produsenter kommer på markedet med produkter kan gruppen se nærmere på potensialet i andre land i Asia. Gruppen har sett nærmere på mulige markeder som Japan, Sør-Korea og Thailand men første prioritet er å få produkter på markedet. Det ansvaret ligger hos produsentene.

02-12-2024, Geir Lundberg, Arild Vollan, Arne Hjeltnes og Arjen Kraaijeveld

Bilder i denne rapporten: Norges Sjømatrådet, Geir Lundberg, Arjen Kraaijeveld, Arild Vollan, Arne Hjeltnes

INTRODUKSJON

Her er den 3. delrapporten i hovedprosjektet 'sild til Kina'. Tidligere delrapporter omhandlet besøket til fiskerimessen i Barcelona og deltagelsen under fiskerimessen i Shanghai. Dette var første gangen at hele gruppen i sildeprosjektet reiste sammen til Kina. Formålet var å undersøke potensialet for norsk sild presentert på kinesisk vis, og gjennom aktiviteter dokumentere at det er en etterspørsel etter foredlet norsk sild. ('Value Added Products'). Våre aktiviteter var varierte. Vi deltok på den store fiskerimessen 'China Fisheries Expo' med vareprøver og materiell, hadde tre ulike smakinger på tre ulike restauranter og møtte enkeltaktører. Både potensialet for 'High-end' og volumprodukter ble testet. Mange aktiviteter stod på programmet, disse var nøye planlagt i forkant, ved hjelp av kontakter som ble etablert under sjømatmessen i Shanghai i august.

OVERSIKT AKTIVITETER

China Fisheries and Seafood Expo 2024 er den største sjømatmessen i Kina. Norge var representert med en stor paviljong organisert av Innovasjon Norge i samarbeid med Norges Sjømatråd. Det er stor rift om utstillerplassene på denne paviljongen og det var ikke mulig for sildeprosjektet å få en egen stand. Under Shanghai Seafood Expo fikk vi etablert mange kontakter, og delt ut veldig mange smaksprøver. Denne gangen var det viktigere for oss å la kinesiske kokker eksperimentere med norsk sild og la kinesiske kunder smake på rettene. Hovedfokus var selvfølgelig på norsk sild, men når anledningen bød seg diskuterte vi også mulighetene for norske reker, norsk makrell og norsk laks.

Tirsdag 29. oktober	Qingdao 'seafood summit', servering av smaksprøver mørnet sild i pausen mellom konferansen og middagen.
Onsdag 30. oktober	Qingdao seafood expo
Onsdag 30. oktober	Qingdao 'tasting event' i en lokal restaurant
Torsdag 31. oktober	Qingdao seafood expo, utdeling smaksprøver
Fredag 1. november	Beijing besøk sjømatrestaurant fra kjeden WECOOK
Lørdag 2. november	Beijing 'tasting event' i en 'seafood' restaurant
Søndag 3. november	Beijing besøk hyperstore fra dagligvarekjeden Metro, del av Wumart, samt besøk på hovedkontoret.
Mandag 4. november	Beijing middag med representanter fra 'national committee of the Chinese peoples' (CPPCC)



ASSISTANSE

Innovasjon Norge og Sjømatrådet, ved Sigmund Bjørge, hjalp gruppen med å tilrettelegge for arbeidet, spesielt under Norwegian Seafood Summit og Expo'en. Vi er takknemlig for at vi fikk dele ut smaksprøver under summitten og at vi fikk lov til å bruke felles området på den norske paviljongen på messen til vårt arbeid. Det var veldig positivt at Global Fish AS, Coast seafood AS og Pelagia AS var representert på den norske paviljongen. Vi samarbeidet godt med disse bedriftene under messen.

Vi fikk veldig god hjelp av Hanzhen Ouyang. Hun har en ph.d. fra Fudan universitet innen innovasjon og jobber som post. Doc ved dette universitetet. Hun er etter hvert blitt et fullverdig medlem i teamet. Hun har etablert et eget selskap som har som formål å hjelpe norske selskap med å gjøre forretninger i Kina. Hun gjennomførte en del aktiviteter etter vårt besøk til Qingdao og Beijing. Blant annet testing hos tre japansk orienterte restauranter i Shanghai. Hennes erfaringer er beskrevet i vedlegg 1.

Praktisk organisering av 'tasting events' ble utført av Doris (hennes engelske navn, hun har ikke engelsk etternavn) fra bedriften WECOOK. Kevin Meng fra bedriften Beijang Jiamei Seafood Co. Ltd. var veldig hjelpelig med import og distribusjon av vareprøvene.

I tillegg fikk vi hjelp av Tarjei Brekke, en ph.d. stipendiat fra NTNU i Trondheim. Tarjei utfører for tiden feltarbeid i Shanghai og jobber med en doktorgrad som omhandler blant annet bærekraft. Han er veldig interessert i mat og matkultur, især kultur knyttet til sjømat og havbruk. Tarjei snakker flytende kinesisk og var til stor hjelp med å samle inn tilbakemeldinger under aktivitetene i Qingdao. (<https://www.ntnu.no/ansatte/tarjei.brekke>). Hans rapport er å finne i vedlegg 2.



Gode hjelpere under tasting event i Qingdao, Hanzhen Ouyang, Doris og Tarjei Brekke som noterer flittig.

VAREPROVER

En av utfordringer i prosjektet var å få tak i egnede vareprøver. Dette illustrerer godt at næringen ikke er tilrettelagt for å produsere ferdigprodukter, men lager hovedsakelig halvfabrikater. Ca. 70 kg. Jomfrusild med kinesiske etiketter ble sendt med fly fra Gardemoen til Qingdao. Etiketter som tilfredsstillt krav ble utarbeidet av Arjen Kraaijeveld, logistikken og dokumentasjonsarbeid ble utført av Pelagia AS, Rhenus Logistics AS og importøren Beijang Jiamei Seafood Co. Ltd.

Det var krevende å få til forsendelsen av frossen sild med fly til Qingdao. Løsningen ble å sende silden sammen med tørris. Transport av silden i Kina til de forskjellige restauranter gikk overraskende lett.

Innad i Kina er det et utstrakt nettverk av transportører. En stadig større andel av vareflyten går via netthandel. Dermed er det lett og forholdsvis billig å sende frosne varer.



15 esker med Jomfrusild med kinesisk etiketter ble sendt til Qingdao med fly fra Gardemoen.

NORWAY - CHINA SEAFOOD SUMMIT 2024, 29 OKTOBER

Tirsdag 29. oktober, dagen før den store messen startet, inviterte Sjømatrådet til et seminar om norsk sjømat med påfølgende middag i eksklusive St. Regis hotell i sentrum av Qingdao. Vi hadde fått tillatelse av Sjømatrådet til å dele ut smaksprøver i pausen mellom seminaret og middagen. Hotellet satte strenge krav for å få lov til å dele ut smaksprøver; vi måtte sende utstrakt dokumentasjon til hotellet og få varene levert til hotellet på forhånd.

Tidlig på dagen innsiperte vi restauranten i Qingdao der vi skulle ha en 'tasting event' dagen etter. Det var viktig at vi var der for å planlegge gjennomføringen av dette arrangementet.

Deretter rigget vi til bord og duk til utdeling av smaksprøver i vrimle arealet og forberedte vårt arbeid under 'Norwegian Seafood Summit'. Deretter besøkte vi St Regis topp restaurant YAN TING og møtte kjøkkensjef Eddie Leong.

"YAN TING showcases visionary interpretations of exceptional Cantonese cuisine well-worth a special journey. Combined with the local fresh seafood ingredients to exceed the expectations of taste."<https://www.marriott.com/en-us/hotels/taoxr-the-st-regis-qingdao/dining/>

Vi hentet noen vareprøver som allerede var lagret i fryselager på hotellet og ba kokken smake på produktet. Han likte smaken og konsistensen veldig godt, men mente at fisken var litt for salt. Hanzhen organiserte leveranse av flere prøver, slik at han kan eksperimentere med silden senere.

Helt fra starten av sildeprosjektet har vår tilnærming vært å få kinesiske kokker og mat-interesserte kinesere til selv å laget kinesiske retter av sild, eller komme med innspill om hva som egner seg best for det kinesiske markedet. Dette har vært en givende tilnærming, som har gitt oss mange gode innspill.



Kjøkkensjefen på Yan Ting restauranten, Eddy Leong, likte silden og ville ha flere prøver.

NORWAY - CHINA SEAFOOD SUMMIT 2024, 29 OKTOBER

Arrangementet 'Norwegian Seafood Summit' er en viktig arena for Sjømatrådet i Kina og tiltrekker mange kinesiske kunder for norsk sjømat og deres norske samarbeidspartnere samt presse og myndighetspersoner. På forhånd var det avklart med Sigbjørn Bjørge at vi kunne servere vareprøver av norsk mørnet sild i minglepausen mellom konferansen og middagen. I velkomsttalen nevnte Sigmund sildeprosjektet og serveringen som skulle foregå senere på dagen. Dette var veldig nyttig for oss.

Før var Kina hovedsakelig et marked der norsk sjømat ble prosessert og videre eksportert til blant annet Japan. Nå er markedet for Norsk laks i Kina større enn markedet i Japan og Sør-Korea til sammen. Kina er et sterkt voksende marked for konsum av norsk sjømat. Vi mener at norsk sild har et stort potensiale i Kina. CEO i selskapet som importerte vareprøvene for oss, Kevin Meng, hadde et foredrag under konferansen. Han poengter behovet for innovativ, bærekraftig sjømat som er lett å tilberede.



Sigmund Bjørge (Sjømatrådet) nevnte Sildeprosjektet i åpningsforedraget.



Kevin Meng, hans bedrift importerte vareprøvene, hadde et foredrag om mulighetene for Norsk sjømat.

NORWAY - CHINA SEAFOOD SUMMIT 2024, 29 OKTOBER

Vi fikk bruke to bord som var sentralt plassert i vringlearealet. Mange var innom for å smake på silden. Vi brukte cocktail-flagg fra Sildelaget til å servere silden. For mange var det første gangen de smakte mørnet sild, men overraskende mange hadde smakt produktet vårt under sjømatmessen i Shanghai i august. Silden fikk mye oppmerksomhet.

En fotograf leid inn av Sjømatrådet tok bilder av serveringen. Mange av disse bildene ble vist frem på storskjerm under middagen. Vi var godt representert på skjermen.

Middagen etter konferansen var en stor buffet med retter laget av norsk sjømat og typiske kinesiske retter. Mørnet sild hadde passet veldig bra inn i buffeten. Håpet er at en eller flere retter med sild kan bli servert under neste års 'seafood summit' En stor takk til Sjømatrådet som ga oss anledning til å vise frem mørnet sild.



Utdeling av sild ble godt mottatt og vist frem på storskjerm under middagen.



Pelagisk fisk var representert på buffeten, håper at sild er å finne blant rettene neste år.

NORWAY - CHINA SEAFOOD SUMMIT 2024, 29 OKTOBER



Utdeling av sild ble godt mottatt.



Vi hadde fått en sentral plassering til å dele ut smaksprøver.

NORWAY - CHINA SEAFOOD SUMMIT 2024, 29 OKTOBER



Fornøyd med fremvisning av norsk sild under 'Norwegian Seafood Summit', her sammen med Henning Kristoffersen leder for 'Innovasjon Norge - avdeling Kina'.

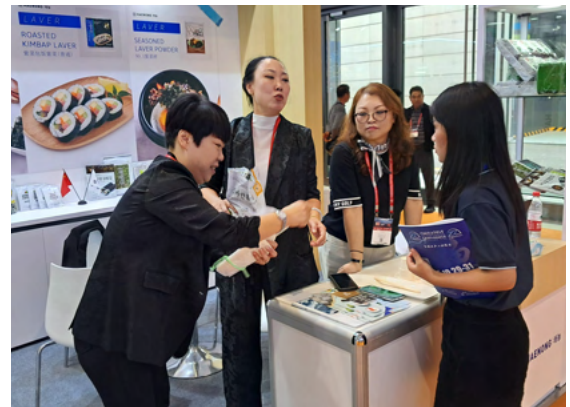
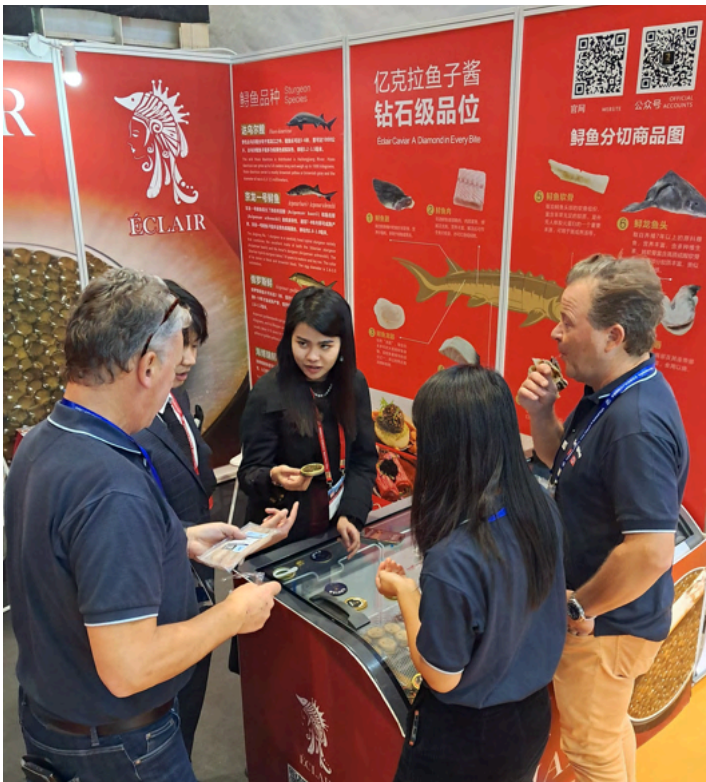


CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2024, 30. - 31. OKTOBER

Første dagen på messen, onsdag 30. oktober, brukte vi til å orientere oss. Messen er en av de største i verden. Vi traff mange aktører i sjømatbransjen.



Vi samlet noen vareprøver som kunne kombineres med sild. Blant annet fikk vi kontakt med en kinesisk bedrift som lager kaviar av stør under merkenavn YI-KE-LA, (<http://www.aohufoods.com>). Vi fikk flere bokser med kaviar for å prøve ut kombinasjonen sild og kaviar. I tillegg fikk vi noen vareprøver laget av tørket smaksatt tare hos en koreansk bedrift Haenong (<https://en.haenong.com/>) . Både kaviaren og taren ble brukt som ingrediens servert under 'tasting event' senere på dagen.



tørket tare



kaviar

CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2024, 30. - 31. OKTOBER

Vi besøkte også standen til de tre norske pelagiske bedrifter, Global seafood AS, Coast Seafood AS og Pelagia AS som var representert på den norske paviljongen. Det var kun Global seafood AS som hadde med egne vareprøver. Beiyuan seafood (Seamix), bedriften som stod som importør for vareprøvene hadde en stor stand rett over den norske paviljongen. På forhånd var det avtalt at de skulle sørge for at det var Jomfrusild på sin stand slik at vi og de kunne dele den ut. Innovasjon Norge 'SoMe channel' filmet fra den norske paviljongen. Henning Kristoffersen, IN sjefen i Kina hadde et kort intervju med Arne Hjeltnes.



Per Arne Meek Fagervoll og Fredric Frøystad fra Global

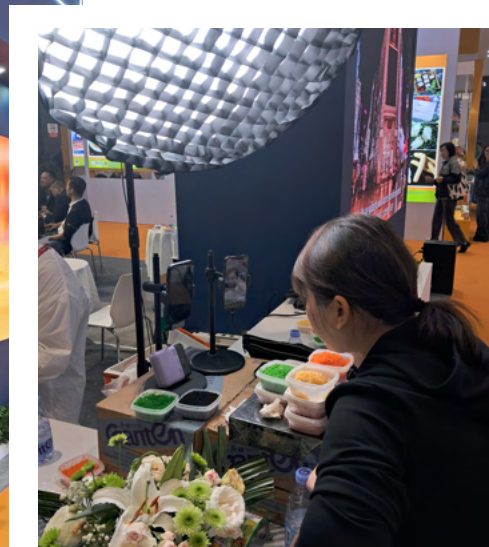
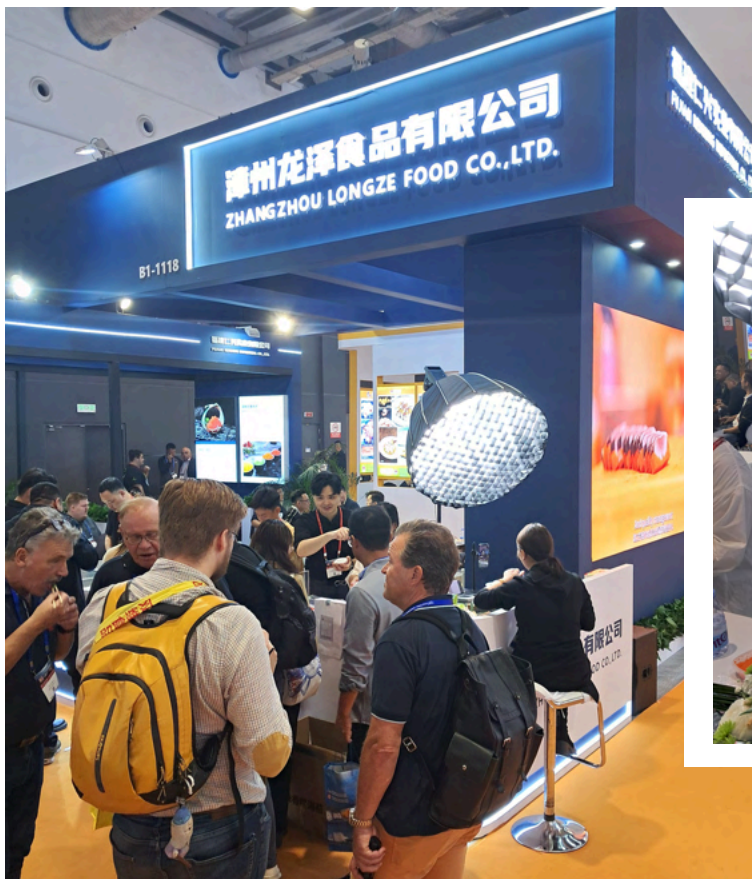


Jonas Totland fra Pelagia

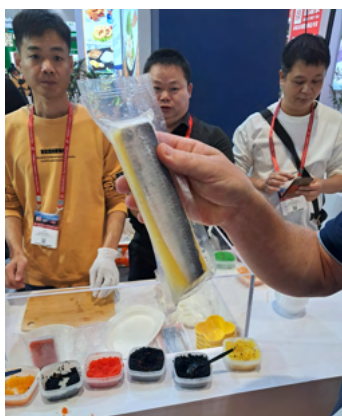


CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2024, 30. - 31. OKTOBER

Andre dagen, torsdag 31. oktober, brukte vi formiddagen til å sjekke annen pelagisk sjømat på messen. Vi fant flere spennende produkter, blant annet et ferdig produkt bestående av en eddikmarinert sildefilet pakket sammen med et lag silderogn. Dette produktet ble solgt i store mengder via direktesendinger på kinesisk Tik Tok under messen. En influencer satt der og promoterte forskjellige varianter av rogn. Hun solgte via sine kanaler for 200 000 dollar på en dag. Det er ikke tvil om at SoMe er viktig i forhold til markedsføring. Her er det mye nytt som man må ta inn over seg. SoMe gjør at man kan nå store kundegrupper.



Hun solgte rogn 'live' via Tik Tok.



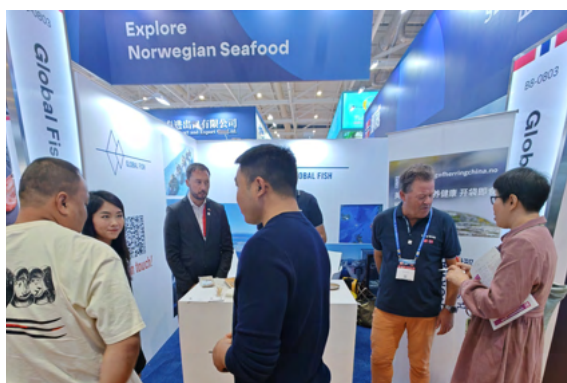
Eddik behandlet filett av (Russisk) sild pakket sammen med rogn.

CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2024, 30. - 31. OKTOBER

Resten av dagen brukte vi til å dele ut smaksprøver. Vi delte ut prøver på standen til Global. Selskapet hadde også med et eget produkt, den samme matjessilden som ble testet av oss i Shanghai. Både matjessild og jomfrusild ble delt ut med litt soyasaus og ristet sesamfrø som tilbehør. Noen mente at soyasaus er for salt og at man heller må prøve å kombinere silden med eddikdressinger. Denne utdelingen genererte en del trafikk til standen. Mange japanske kjøpere var også innom for å prøve silden. De var interessert i flere produkter og fikk snakke med representanter for de pelagiske bedrifter som var til stedet.



Utdeling av smaksprøver matjessild og Jomfrusild på standen til Global, Arjen deler ut, Tarjei noterer.



Hanzhen og Arne snakker med folk.



Geir filmer.

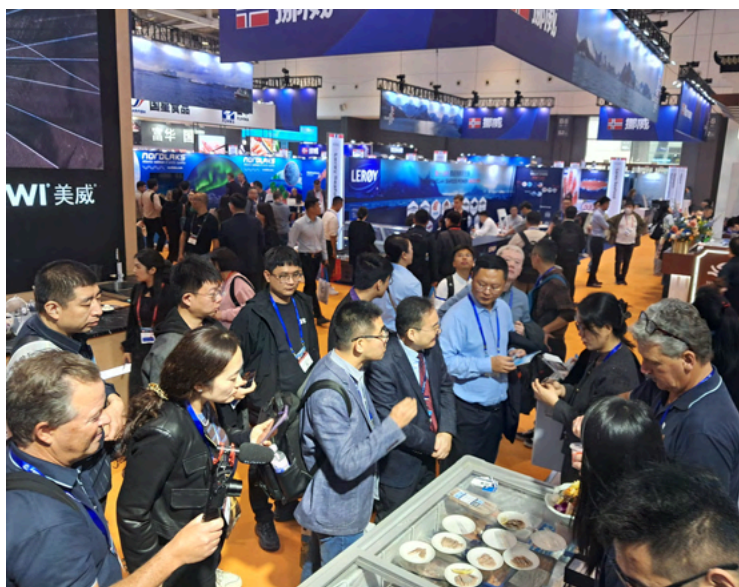
CHINA FISHERIES AND SEAFOOD EXPO 2024, 30. - 31. OKTOBER

I tillegg ble jomfrusild delt ut på standen til Beiyan seafood (Seamix). Der var en kokk som skar Jomfrusilden i tynne skiver. Skivene ble servert med litt sitron. Vi fikk tillatelse til å sette opp vår roll-up bak vareprøvene og vi hjalp til med utdelingen. Denne utdelingen var veldig populær. Tarjei Brekke samlet inn tilbakemeldinger fra potensielle kinesiske kjøpere. (For mer informasjon se vedlegg 2.)

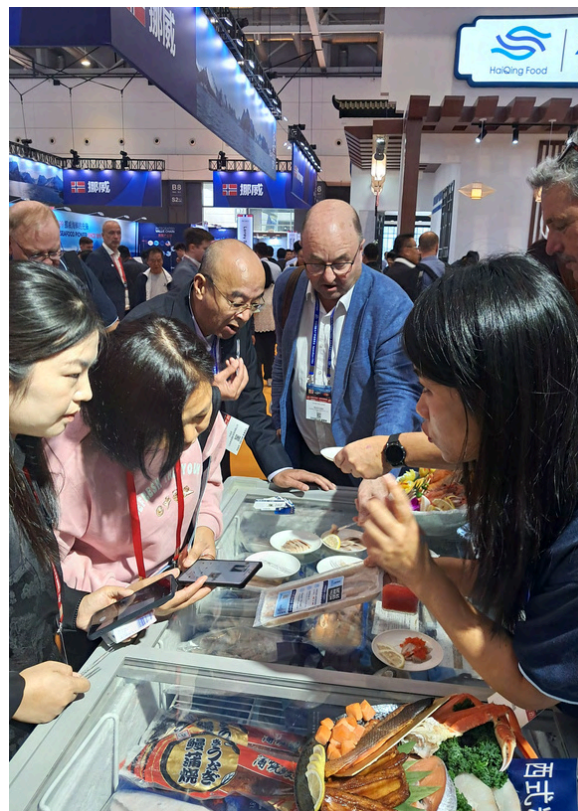
Sigmund Bjørge fra Sjømatrådet stakk også innom for å prøve.



Smaksprøvene ble mer fristende da de ble laget av en kokk.



Utdeling av smaksprøver.



Kjetil Sperre smaker på silden på standen til Seamix.

QINGDAO 'TASTING EVENT' I EN LOKAL RESTAURANT - 30. OKTOBER

Formålet med tasting event var å la kinesiske kokker eksperimentere med mørnet sild og la kinesere, både inviterte gjester og tilfeldige restaurant gjester smake på rettene.

'Tasting event' foregikk i:

Baihe Yard No.26, Yan Er Dao Rd. ShiNan (26)

Vi fikk assistanse av Doris fra bedriften WeCook til å organisere arrangementet. Hun avtalte med restauranten, hjalp til med å få vareprøver til restauranten og informerte kokkene. Det var en utfordring å få kokkene til å lage mat uten varmebehandling. Kokkene i denne restauranten var ikke vant til å lage retter av 'rå' fisk.



Det var en del arbeid å få norske vareprøver på plass.



Gjestene fikk sett en film om Norsk sild.



Forberedelser i full gang.

QINGDAO 'TASTING EVENT' I EN LOKAL RESTAURANT - 30. OKTOBER



Kokkene fikk noen råvarer fra oss.



Tarjei fikk dokumentert reaksjonene.



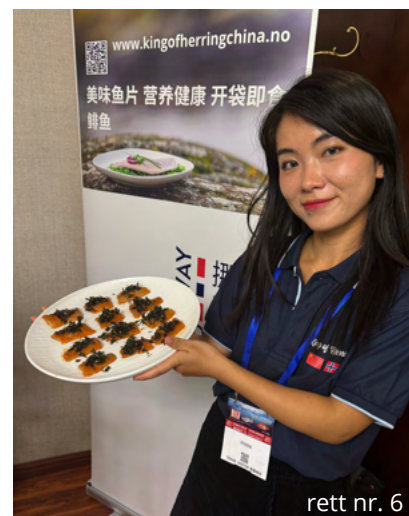
Arne fikk god kontakt.

QINGDAO 'TASTING EVENT' I EN LOKAL RESTAURANT - 30. OKTOBER

Sjømatmessen foregikk langt utenfor sentrum av Qingdao. Det var mange arrangementer i løpet av disse dagene. Likevel var det kinesiske sild 'tasting event' et godt besøkt arrangement med svært interessante aktører. Rettene ble servert på typisk vis for en finere restaurant i Kina; gjestene samles ved et rundt bord med dreieskive i midten. Rettene blir satt på den dreierende skive og gjestene forsyner seg selv. Totalt var vi 16 personer. Vi samlet våre gjester rundt et stort bord i et separat rom. (Restaurantens vanlige gjester satt i andre rom.)

Rettene som ble servert var:

1. mørnet sild med kinesisk kaviar på en seng av søtlig nori tang
2. frityrstekt panert sild med peanøtter og chili
3. dampet sild med vårløk, chili og saus
4. Szechuan hot-pot med sild
5. dampet sild i eddiksaus
6. koreansk style marinert sild med gochujan saus
7. dampet sild med hvitløk og sesam olje (Qingdao stil)
8. hakket sild med grønn pepper og wraps



Arild sammen med noen restauranteiere som var våre gjester.

QINGDAO 'TASTING EVENT' I EN LOKAL RESTAURANT - 30. OKTOBER

I tillegg serverte restauranten flere andre retter uten sild. I to andre rom ble de samme rettene servert til restaurantens gjester. Til sammen smakte ca. 20 gjester på rettene. Geir serverte «Odd Lundberg`s Herring Aquavit». Gjestene likte både aquavit og sild, flere ba om påfyll av begge deler.

Tarjei samlet inn reaksjonene fra gjestene. Han har skrevet en egen rapport om tilbakemeldingene fra de som smakte sild på messen og under 'tasting event' i Qingdao. (vedlegg 2.)

Restauranten var en typisk kinesisk restaurant, ikke en High-end restaurant. Tilbakemeldingene vi fikk etter dette arrangementet er viktige i forhold til sjekk av markedet for vanlig sildefilet i mindre pakker.



Fra et av rommene der de lokale gjestene prøvde rettene med sild.

QINGDAO 'TASTING EVENT' I EN LOKAL RESTAURANT - 30. OKTOBER

Alt i alt ble det et vellykket arrangement. Selv om restauranten ikke var en 'high-end' restaurant lærte vi my av hvordan sild kan tilberedes.



Fristyrstekt sild falt godt i smak.

DELKONKLUSJON TASTING EVENT QINGDAO

Uten særlige forkunnskaper om sild, viste likevel kokkene stor kreativitet og evne til å presentere norsk sild på kinesisk vis. Rå, mørnet sild med kinesisk kaviar var en populær rett, men vår sild fungerte også utmerket fritert og i klassiske retter som for eksempel en Szechuan hot pot. Billigere typer sild, (vanlig sildefilet) kan med hell brukes i frityrstekte retter.



Arne var godt fornøyd med dette 'tasting event'.

BEIJING BESØK SJØMATRESTAURANT 'WECOOK' 1. NOVEMBER

WECOOK Seafood (www.wecook.cn) er etablert i 2013 og leverer sjømat av høy kvalitet til chinese konsumenter. Bedriften har restauranter og selger sjømat via e-handel. De importerer betydelige mengder sjømat, også fra Norge. Hver måned importerer de 100 tonn laks fra Norge. De foretrekker sjømat fra Norge. En stor del av omsetningen kommer fra grossistsalg til andre restauranter, take away og e-handel. Sildegruppen ble kjent med Doris, fra WECOOK under Seafood expo i Shanghai og har holdt kontakten siden. Doris og hennes sjef reiser hvert år til Nord Norge for å sjekke kvaliteten på sjømaten. Vi, sildegruppen, skal bistå WECOOK ved neste reise til Norge, de bistår oss med arbeidet vårt i Kina.

Vi var invitert av Doris til å spise i hennes restaurant som ligger i utkant av Beijing. I et område med mange bemidlede kunder. Restauranten lignet en Omakase restaurant, dvs. at det er kjøkkensjefen som bestemmer hva du spiser. På forhånd hadde Doris fått levert vareprøven av sild til hennes restaurant. Hun og kokkene hadde eksperimentert med silden og var spent om vi ville like deres retter. Vi fikk servert flere retter med sild og annen sjømat. All laksen var norsk laks. Vi drøftet mulighetene for norsk sild i kjeden.

Rettene som ble servert:

1. røykelaks i rull med persimon (laksen var røykt hos WECOOK)
2. toast med sild, stekt i airfryer. Dette var veldig smakfullt
3. Maki med sild og kråkebolle (fra Italia)
4. laks-, tunfisk- og reke sashimi
5. laksesuppe laget på avskjær
6. ris med sashimi

Dette var en fin anledning til å bli bedre kjent med Doris.

Hun er veldig energisk og ser nok også potensialet for norsk sild.



2 toast med sild



3 maki med sild og kråkebolle

BEIJING BESØK SJØMATRESTAURANT 'WECOOK' 1. NOVEMBER

I denne moderne restauranten i japansk stil var nivået på kokkene høyere enn i restauranten i Qingdao. Kjeden er en stor importør av norsk laks og kongekrabbe og har et High-end publikum. De lekre rettene viser at det også i et slikt segment er et potensiale for norsk sild. Denne middagen var en fin anledning til å bli bedre kjent med Doris. Hun er veldig energisk og ser nok også potensialet for Norsk sild i Kina. I tillegg har WECOOK store planer om samarbeid med norske bedrifter innen landbasert oppdrett av laks. Vi har lovet å hjelpe henne med å skaffe kontakter. Alt i alt var besøket til WECOOK en fin avslutning etter en travel dag der vi først reiste med høyhastighetstog fra Qingdao til Beijing, og deretter besøkte restauranten der vi skal ha neste 'tasting event'. Der var alt klart til arrangementet.



WECOOK restauranten ligger i et 'high end' strøk, mesteparten av omsetningen kommer fra 'take away'.

BEIJING 'TASTING EVENT' I EN SJØMATRESTAURANT 2. NOVEMBER

Formålet med 'tasting event' var igjen å la kinesiske kokker eksperimentere med mørnet sild og la inviterte gjester smake på rettene. Denne gangen foregikk arrangementet i en mer High-end sjømatrestaurant. 'tasting event' foregikk i Feifu Seafood Restaurant,

Build4, Yard1, Olympic Garden West Rd. Chaoyang (1 4)

Vi fikk assistanse av Doris fra bedriften WECOOK til å organisere arrangementet. Hun avtalte med restauranten, hjalp til med å få levert vareprøver og informerte kokkene på forhånd. Kokkene hadde gjort et grundig forarbeid. Dette er en anerkjent og stor sjømatrestaurant som lager mat av eksklusive råvarer . Det var mye levende sjømat der kundene kunne velge blant levende fisk, skalldyr og skjell.

På fredag ettermiddag besøkte vi restauranten for å innsipere, kommunisere og planlegge arrangementet som skulle finne sted dagen etter. Alt var på stell, kokkene hadde allerede forberedt de fleste rettene.



BEIJING 'TASTING EVENT' I EN SJØMATRESTAURANT 2. NOVEMBER

Lunsj arrangementet foregikk i en nydelig sal med et stort rundt bord med dreieskive. Den forhenværende kinesiske ambassadøren Mr. Zhao Jun Norge var blant de inviterte, samt en representant for det kinesiske kokkelauget med 10.000 medlemmer og 3 personer fra CCTV (China Central TV). Tilstede var også en invitert representant fra det kinesiske handelsdepartementet samt flere innkjøpere.



BEIJING 'TASTING EVENT' I EN SJØMATRESTAURANT 2. NOVEMBER

Lunsjen begynte med tradisjonell kinesisk løvedans. To store løver (mennesker med løvemasker) kom dansende inn og åpnet arrangementet. Gjestene fikk deretter forklart hva norsk sild er for noe og Geir forklarte opprinnelsen til prosjektet. Deretter ble maten servert. Kokkene forklarte rettene hver gang en ny rett ble servert. Hanzhen oversatte til engelsk.

Rettene som ble servert var blant annet:

1. sild med kaviar
2. kremet suppe med sild, sopp og ingefær
3. sildetartar i små delikate flerfargede terter
4. vårruller med sild
5. sild med tofu
6. stekte sildefileter
7. salat med sildestrimler,
først ingredienser vist frem separat,
så blandet sammen og servert på nytt.
8. Sild tempura
9. sild kombinert med høsekraft-gelé



Kvaliteten på maten var meget høyt. Rettene som ble servert var enda mer foreseggjort enn i Qingdao. De skapte stor begeistring hos våre kinesiske gjester, slik at lunsjen varte lenge og gjestene tok seg god tid. Etter måltidet hadde den forhenværende ambassadøren, Mr Zhao Jun en takketale. På slutten av arrangementet ble medlemmene i sildeprosjektet intervjuet av CCTV. Journalistene var veldig interessert, de filmet mye underveis.



BEIJING 'TASTING EVENT' I EN SJØMATRESTAURANT 2. NOVEMBER

Styrelederen i WECOOK hadde en velkomsttale, Geir fortalte om sildeprosjektet, Arjen forklarte hvilke type sild som ble brukt som ingrediens. Kokkene forklarte alle rettene, Hanzhen oversatte til engelsk.





De fleste rettene var veldig delikate.



rett nr. 2



rett. nr 4





Mørnet sild med kaviar var topp.



Til og med desserten inneholdt sild.



BEIJING 'TASTING EVENT' I EN SJØMATRESTAURANT 2. NOVEMBER

Etter arrangementet intervjuet CCTV flere av oss i prosjektgruppen om arbeidet med å få norsk sild på tallerkenen i Kina.



DELKONKLUSJON TASTING EVENT BEIJING

På tross av at dette arrangementet ble organisert på lørdag formiddag kom det mange inviterte gjester. Gjestene ble imponert over kvaliteten og variasjonen av rettene. Dette arrangementet viste nok en gang at norsk mørnet sild kan fungere som en eksklusiv ingrediens og at den kan brukes til mange forskjellige retter. Denne gangen ble det kun servert retter med sild.



Også her ble det servert sild med kaviar, etter måltidet ble kokkene takket behørlig.

BEIJING BESØK HYPERSTORE 'METRO' FRA WUMART 3. NOVEMBER

Tidlig på søndags morgen besøkte vi et stort supermarked som tilhører dagligvarekjeden Metro. Metro er eied av det store konsernet Wumart. Wumart er inspirert av amerikanske Walmart. I april 2020 kjøpte Wumart group 80% av den tyske kjeden 'Metro'. Bedriften importerer mye av sjømaten selv. (For mer informasjon se vedlegg 2. som inneholder rapporten fra Hanzhen).

<https://en.wikipedia.org/wiki/Wumart>

<http://www.wumart.com/>

Vi hadde en avtale med styrelederen til Wumart Technology Group og besøkte sjømatavdelingen. Der traff vi innkjøpsansvarlig for hele dagligvarekjeden Metro Cheng Lingling. Etter omvisningen og samtaler om Norsk laks og annet fisk kjørte vi til hovedkontoret der vi fikk spandert lunsj. Det var lite pelagisk fisk i butikken, makrell glitret med sitt fravær, men fryst lodde var tilgjengelig.



BEIJING BESØK HYPERSTORE 'METRO' FRA WUMART 3. NOVEMBER

Kjeden selger veldig mye norsk laks, mer enn halvparten som hel sløyd laks, resten blir filetert i butikken og solgt i stykker. Laksen var ikke merket med 'Seafood from Norway' merket. Ledelsen ved bedriften foretrekker norsk laks i forhold til laks fra andre land, og var glad for at vi gjorde dem oppmerksom på manglende tydelig merking av opphavslandet.

Bedriften er interessert i å importere forbrukerforpakninger med mørnet sild. Pakker med 5 fileter var en fin størrelse for dem. Trolig er det best å få innpass via High-end restauranter først og en satsing i dagligvarebutikker etterpå. Demo i butikken er da viktig. B2B bedriftsinitiativ fra Norges Sjømatråd er et viktig tiltak. På tross av at mange norske varer ikke var merket med 'Seafood from Norway' logo presiserte ledelsen at det norske opphavet er et stort fortrinn.



BEIJING BESØK HYPERSTORE 'METRO' FRA WUMART 3. NOVEMBER



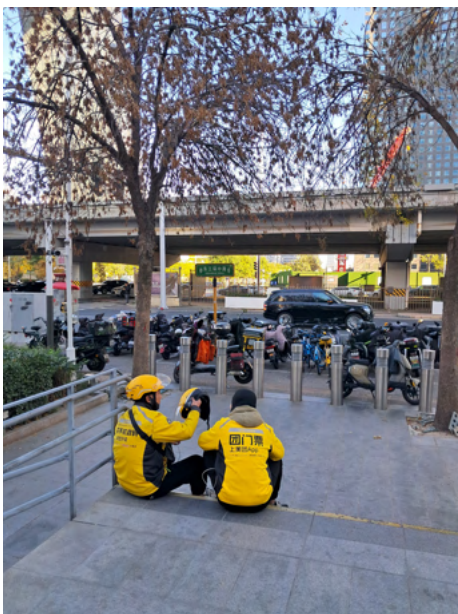
Det var mange forskjellige produkter av laks: fra hel sløyet laks, fersk filet, frossen filet, sashimi skiver og laksehoder. I butikken ble hel sløyet laks filetert og pakket.

BEIJING BESØK HYPERSTORE 'METRO' FRA WUMART 3. NOVEMBER

Under møtet på kontoret fikk vi sett skjermer som viser omsetningen i sann tid for hele kjeden og butikken vi besøkte. Frossen sjømat er en betydelig kategori. Den var den 4. største kategori i butikken.

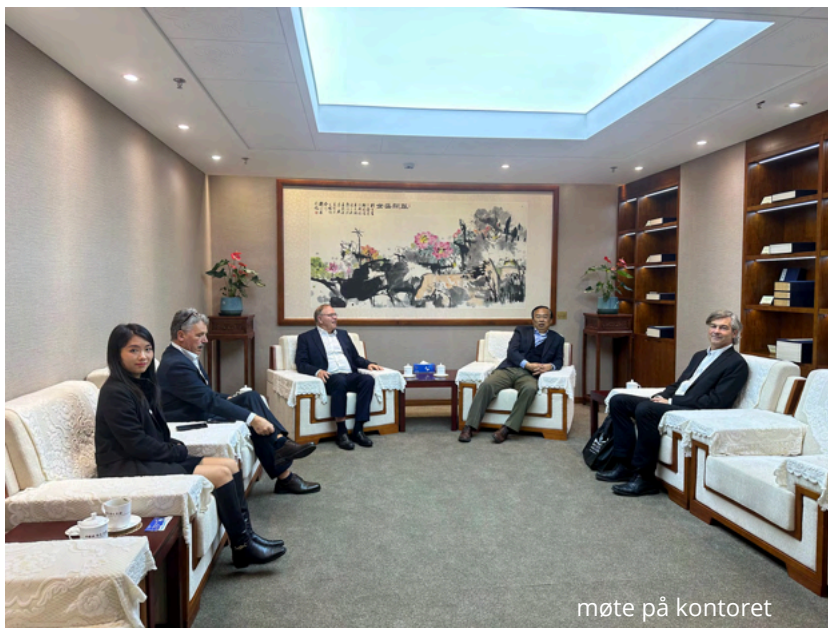


En stadig større andel av varestrømmen blir solgt via netthandel. Wumart har mer enn 500 butikker i Beijing og 1500 butikker i Kina. Når en kunde bestiller en vare på nettet, blir den levert innen 30 min. hvor som helst i Beijing, en by med 23 million innbyggere.



BEIJING MIDDAG MED REPRESENTANTER FRA CPPCC

En forhenværende kinesisk ambassadør til Norge, Mr. Wang Min, er nå 'deputy director of foreign affairs committee' hos det 'National committee of the Chinese people's political consultative conference(CPPCC)' En organisasjon som fungerer som en slags rådgivende organ til regjeringen i Kina. Alle minoriteter er representert i denne organisasjonen. Arild Vollan og Geir Lundberg hadde utstrakt kontakt med Wang Min da han var ambassadør i Norge. Vi fikk en omvisning i det historiske museum om CPPCC og var blitt invitert til en middag etterpå. Under denne middagen blei det diskutert utenrikspolitikk og muligheter for videre samarbeid mellom Norge og Kina. Et veldig interessant møte.



KONKLUSJON

Arbeidet så langt har avklart at det er et klart potensialet for sild i Kina. Vi har sett at vår jobb i Kina også har styrket interessen for andre produkter enn for norsk sild. Også biprodukter utviklet av sild, ikke minst høyverdig sildeolje til konsum. Etterspørselen etter sjømat fra Norge i Kina er enorm og sterk økende. Markedet internt i Kina for laks er større enn markedet i Japan og Sør Korea til sammen. Denne etterspørselen åpner opp for muligheter for andre typer sjømat. Kvalitetsprodukter laget av mørnet fryst sildefilet bør introduseres for High-end restauranter først. Disse produktene bør inneholde lite salt (maks. 1,5%) og ha minst mulig ben. Det er viktig at prissettingen er deretter og at man utvikler merkevarer som utstråler kvalitet og luksus. Produktene bør tydelig merkes med det norske opphavet; Seafood from Norway. Når disse produktene er akseptert som en delikatesse kan andre produkter, for eksempel fryst sildefilet av nordsjømsild i pakker på maks. 1 kg bli introdusert til andre typer restauranter der man fritersteker sildefileter. Friterstekte sildefileter/biter var veldig gode og flere av oss tenkte at dette kan bli populært blant unge/barn. Vi spørte med for eksempel Mc. Herring. Begynner man først med å selge inn produkter med lavere kvalitet og lavere pris blir det svært vanskelig å få prisen opp i etterkant.

Det er også et marked for mørnet fryst sildefilet i små pakker i High-end dagligvare. Disse bør bli markedsført med norsk varemerke. Det er svært viktig at etikettene tilfredsstiller alle krav i forhold til kinesisk regelverk. Kravene er mer omfattende for produkter som blir levert i konsum forpakning sammenlignet med produkter som leveres til videre foredling i Kina.

Transport av frysevarer er forholdsvis enkelt og billig i Kina. Mye av dagligvarehandelen skjer via internett. Frosne varer blir også kjøpt levert via budtjenester.

Vi har igjen oppdaget hvor viktig det er med personlig kontakt / relasjon og at alle / flere ledd i kjeden er til stede ved forskjellige messer og arrangement. Opprinnelsen av et produkt, både land og fiskeriene er mange interessert i. For laks er det svært viktig at også oppdretteren kan treffes på messer, ikke bare en eksportør eller trader. For sild er det viktig at man kan dokumentere fangstmetode, bærekraft og kvalitet.

Det å kunne formidle hvordan pelagisk fisk blir fisket og behandlet i Norge er viktig og skaper et fortrinn for disse produktene; rett fra havet til bordet hos forbrukeren i Kina. Det er en utfordring med toll på norske produkter. Håpet er at toll på norsk sildefilet til Kina forsvinner.

VIDERE ARBEID

Vi har fått etablert kontakter med importører og dagligvarekjeder som er interessert i å importere høykvalitetsvarer av mørnet sildefilet med lavt saltinnhold og lite ben. Neste steg er å finne produsenter i Norge som kan produsere disse varene. Det er viktig at disse kommer raskt i gang og «smir mens jernet er varmt». Kontaktinformasjon om mulige samarbeidspartnere er tilgjengelig for samarbeidspartnere i prosjektet.

Vår samarbeidspartner, Hanzhen Ouyang, bistår ved behov for å sørge for at vareprøver blir levert hos High-end restauranter. Hun kan også bistå på andre måter ved introduksjon av sild i Kina.

Etter besøket vårt i Qingdao og Beijing har hun gjennomført en 'tasting event' i en japansk inspirert restaurant i Shanghai. Mer informasjon om dette og andre aktiviteter hun har gjennomført i etterkant av vårt besøk er å finne i vedlegg 2.

Det er trolig et stort potensialet for norsk sild i andre asiatiske land også. Gruppen velger i det videre arbeidet å holde fokus på Kina og bistå bedrifter som ønsker å introdusere sildeprodukter i Kina.

Hvis bedrifter kommer på markedet med produkter kan gruppen se nærmere på potensialet i andre land i Asia. Det er et potensiale i andre land, gruppen har allerede sett nærmere på mulige markeder som Japan, Sør-Korea og Thailand, men første prioritet er å få produkter på markedet i Kina.

Det ansvaret ligger hos produsentene.

VEDLEGG

- Vedlegg 1, Hanzhen Ouyang, fra Shanghai har skrevet en egen, kortfattet rapport. Denne rapporten er vedlagt denne rapporten. Den omhandler besøket til Wumart group, hennes besøk til China International Import Expo 2024 i Shanghai, hennes deltagelse på middagen i forbindelse med feiring av 70 år diplomatiske forbindelser mellom Kina og Norge samt erfaringer fra 'tasting event' i en japansk inspirert restaurant i Shanghai.
- Vedlegg 2, Tarjei Brekke har skrevet en rapport basert på de aktiviteter som han deltok i. (Begrenset til tilbakemeldinger fra Norwegian Seafood Summit, Qingdao seafood expo + Qingdao tasting event). Hans konklusjon er at testproduktet falt best i smak når den blir servert rå, noen mener at produktet er for salt. Den kan med hell serveres med tilbehør som er litt søt for å kompensere for saltinnholdet. Vi er svært takknemlig for at Tarjei tok seg tid til å samle inn reaksjonene fra de som smakte på silden.

Report Hanzhen Ouyang

- Wumart
- China International Import Expo 2024 visit
- Dinner 70-year anniversary dinner China-Norway
- Shanghai restaurant tasting

Wumart visiting

[Wumart Group](#) (物美) is one of the earliest and biggest retailers in China and the largest supermarket chain in Beijing-Tianjin-Hebei area. It owns well-known brands such as "MerryMart 美廉美", "Metcash", "B&T Home 百安居", "Xinhua Department Store 新华百货" etc ..with over 2,000 multi-format stores across the country and annual sales exceeding 110 billion RMB. It attracts over 3 billion customers to its stores every year, leading the rapid development and technological innovation of China's retail industry.

In April 2020, Wumart successfully completed the deal of 2 billion euros to hold 80% stake in the Fortune 500 Germany-based METRO's China business also called [Maidelong 麦德龙](#) in China. As of 2021, with 102 stores in 61 cities, METRO China is the largest 2B service provider, having served over four million professional business clients since 1996. METRO is the only one in China whose all stores are certified by HACCP. Since 2015, Wumart Group was also highly acclaimed for its buy-and-turnaround story of the China business of B&Q, a European multinational DIY and home improvement retailer, solely owned by the Fortune 500 Kingfisher Plc. before the transaction. Previously, WUMART Group also bought MerryMart (the 4th largest retailer in Beijing), the publicly listed Xinhua Department Store (the largest of its kind in North-west China), the Korean retailer Lotte's business in North China, and the 1950-established Chongqing Department Store (the oldest and largest among peers in South-west China).



Wumart, Maidelong, Dmall structure

On the 3 Nov 2024, king of herring team met Bin Zhang 张斌 the Chairman of Wumart Technology Group at Maidelong supermarket Beijing Haidian district store and visited headquarter of Wumart group, the team have experienced the DMALL 24h unmanned retail store and had a meeting talk about future cooperation at the head office.



Visiting Maidelong supermarket and looking at the Cold water shrimp(北极虾) freezer
 From left to right: Ning Wang (Maidelong Haidian district Beijing store manager), Arne Hjeltnes, Hanzhen Ouyang, Zhengxiao Zhang (Son of Bin Zhang), Bin Zhang(Chairman of Wumart), Geir Lundberg



Visiting Maidelong supermarket and looking at the fresh salmon from Norway
 From left to right: Arjen Matjes, Ning Wang (Maidelong Haidian district Beijing store manager), Hanzhen Ouyang, Zhengxiao Zhang (Son of Bin Zhang), Bin Zhang



From left to right: Cheng Lingling (purchasing manager of Maidelong Seafood)

We discussed where the herring will be placed in the seafood section of Maidelong supermarkets. Cheng Lingling, said that in the early days of the launch of herring, a tasting booth could be set up in supermarkets for consumers to try the new fish product. In China, consumers love new products, and the market is big enough for any product you want to promote, as long as the product has good quality you don't have to worry about the sales.



Meeting at the Wumart HQ office



Big data real-time display for all stores in China



Lunch time

China International Import Expo 2024 visiting



Maidelong booth at the China International Import Expo 2024 in Shanghai



Norwegian Arctic cod fish maw at Maidelong booth



Norwegian Arctic cod fish maw product information





Giving customers guidelines of how to eat Norwegian Arctic cod fish maw

we can do the similar way with Maidelong for our herring product launching in China.



Pharmatech booth at the China International Import Expo 2024 in Shanghai

Hanzhen Ouyang also talked with pharmatech China director Yayun Mi about future collaboration producing herring oil.

Dinner 70-year diplomatic connections China Norway Shanghai



On the 6th Nov 2024, Hanzhen Ouyang participate at the 70 years anniversary dinner. Hanzhen talked with the Norwegian chef Aleksander Vartdal after dinner. He said herring could fit in the dinner menu and I asked about the restaurant EHB in shanghai, he said the chef Esben Holmboe Bang is very picky with the ingredients but he loves herring!

MENU

WINE

金色法南霞多丽干白, 奥克地区, 法国
"L'Or du Sud" Chardonnay 2022, Languedoc IGP, France
罗曼尼黑皮诺特酿干红, 奥克地区, 法国
"Extrait de Romarion" Pinot Noir 2022, Vin de Pays
d'Oc, France

BREAD

精选新鲜自家烘焙面包, 法式黄油
Homemade Assorted Baker's Bread & French Butter

AMUSE BOUCHE

挪威大西洋鳕鱼三明治, 三文鱼慕斯, 北极甜虾塔
Artic Cod "Mantecato" Sandwich, Norwegian
Atlantic Salmon Mousse, Cold Water Shrimps Tart

APPETIZER

热烟熏挪威大西洋三文鱼, 京葱酱, 墨西哥辣椒 & 柠檬
Hot Smoked Norwegian Atlantic Salmon, Leeks
Remoulade, Jalapeno & Lemon

MIDDLE COURSE

北极甜虾饺子, 炸虫草花, 虾味达西高汤
Cold Water Shrimps Dumpling, Golden Mushrooms,
Shrimps Dashi

MAIN COURSE

味噌炙烤大西洋鳕鱼, 根芹和高良姜泥, 芦笋
Miso Glazed Artic Cod, Celeriac and Galangal Puree,
Asparagus

DESSERT

无面粉巧克力蛋糕配树莓甘那许和黑巧克力慕斯
Flourless Chocolate Cake with Raspberry Ganache
and Dark Chocolate Mousse





Shanghai restaurant tastings

1. Japanese Omakase restaurant 鮨处晓月(大学路别馆店)

Location: 302 room, 272 Daxue Rd. Yangpu district, Shanghai

Time: 27 Sep 2024

First dish





Second dish



Third dish



Fourth dish



2. Japanese Omakase restaurant 鮨・朝和 Omakase

Location: 302 room, 302 Daxue Rd. Yangpu district, Shanghai

Time: 27 Nov 2024





Master Xuan Cho and Omakase



Thanks for your hard work, could you please send the recipe to Master Xue? And your feedback on this Norwegian herring after eating it.



This herring is Sashimi grade. Have you tried it?



Open it and eat it directly. Some salt is high and the taste is OK

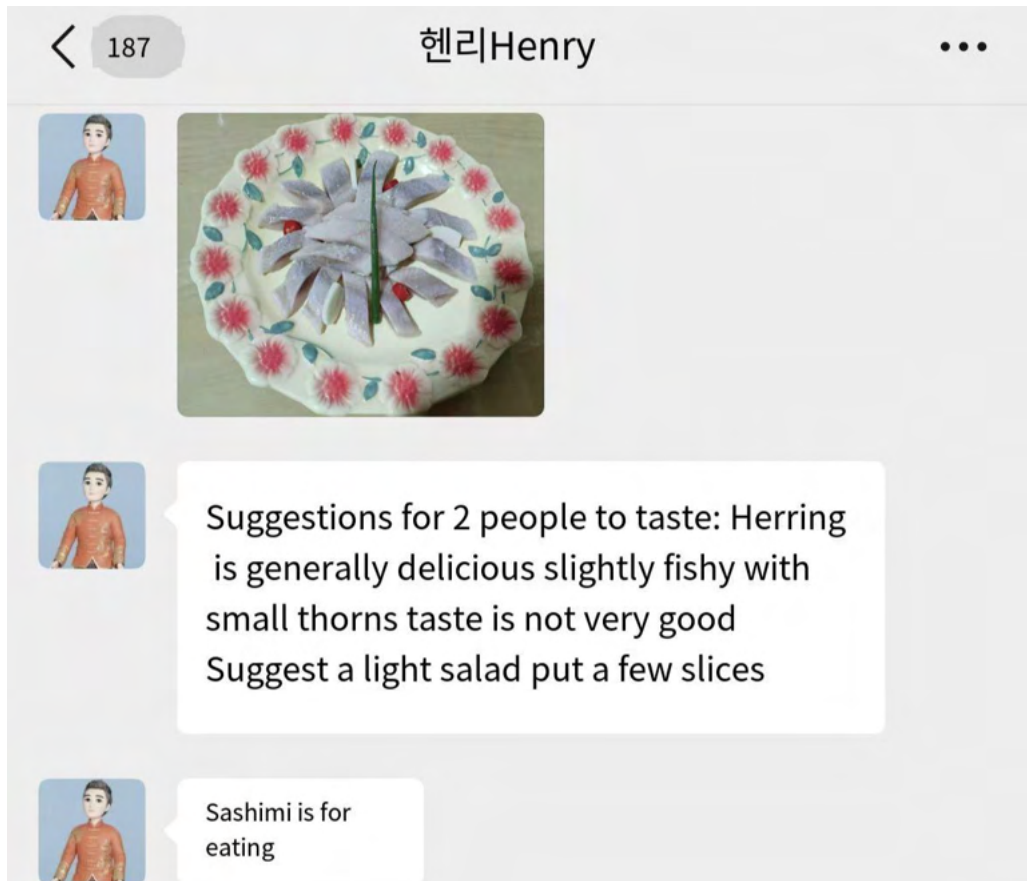
Feedback from the chef

3. Henry a chef visited our booth at shanghai expo

Location: I delivered the herring to his home in Shanghai

Time: 27 Nov 2024





Henry's feedback

An overview of initial consumer reactions to King of Herring China™ virgin herring and matjes herring

This report summarises observations made during the China Fisheries and Seafood Expo in Qingdao on the 29th until the 31st of October 2024 regarding the taste testing of virgin herring and matjes herring offered by King of Herring China™. Data was collected from taste testing at the restaurant *Baihe Yard (Minjiang Road-Meishi Street Location)*¹ on the evening of the 30th of October, and then from taste testing at the Global Fish booth at the Norway Pavilion on the 31st of October. The data from the taste testing at *Baihe Yard* includes sound recordings and written notes; the data from the taste testing on the 31st only includes notes. Below follows a simple presentation of key findings:

Baihe Yard taste testing

This study recorded a total of seven meals prepared by the restaurant using herring as an ingredient. These have been identified and labeled as follows:

- Raw herring slices with Chinese sturgeon caviar and sweet kelp;
- Breaded fried herring with peanuts and chili flakes;
- Herring *suanlatang* (sour-spicy soup);
- Steamed herring in a vinegar sauce;
- Korean style raw herring with a gochujang glaze;
- Steamed herring with garlic and sesame oil (Qingdao style);
- Mashed herring with green peppers and pancake wrappers.

The group of attendees at the dinner (including the King of Herring China™ team and myself) numbered sixteen in total, of which ten were probed for feedback. Overall feedback indicates an indisputable preference for the raw herring slices with caviar and kelp, the most cited reason being that other cooking methods run into the following issues:

- “[With] the Chinese cooking methods, the spices are too powerful, so only when you eat the raw sort can you taste the inherent flavour²”;
- “All in all, I think that the Norwegian style³ is the best one since you taste the original flavour of the fish [...] There are also some small bones in the fish; this I think does not make it suited for this kind of Chinese cooking [here in reference to the *suanlatang* and breaded fried herring]... If one eats a whole fish, then bones are no issue – you can just pick them away – but with these small pieces, they might not be desirable to eat⁴”;

¹ In Chinese: 百合小院 (闽江路美食街店) Baihexiaoyuan (Minjianglu Meishijie dian).

² In Chinese: 中式的做法, 调味太重了, 所以吃生的才发现到原来的味道.

³ Here to be interpreted as the non-Chinese style, i.e. the raw one with caviar and kelp.

⁴ In Chinese: 总体我还是觉得挪威的做法比较好吃, 吃到鱼本身的味道。。。鱼里面本身有些小的刺, 不太适合按照中国的做法来做。中国这样的做法只要求鱼里不能有刺的。如果是有全一条鱼的话可以有刺的, 没问题, 大家可以挑一下, 但是这么小片呢要求是不能有刺。

- “When you eat it raw, I think everyone can appreciate the flavour. However, with this kind of deep-frying in oil, I think it’s really sad, because the quality of this product is quite good”⁵;
- It only became clear for most attendees that the mashed herring with green peppers was indeed a herring dish when the chef came to explain this. From its appearance, being meaty and grayish, there was little indication of this dish was made with herring.

It should be noted that the invitees attending this dinner were either friends or acquaintances of the team or other invitees and that many have a long history with the seafood business or collaboration with Norwegian partners, and may therefore be accustomed to or familiar with seafood of a higher quality. Furthermore, due to the small sample size the results should not be considered generalizable to the overall population. However, what the feedback from the attendees indicates is that a high-quality product such as the virgin herring and matjes herring produced by King of Herring China™ may find better purchase if maintains focus on the sashimi and sushi segments.

For lower quality herring, heavily flavoured methods such as deep-frying or as meat in a soup can make for appetizing approaches. While there is an issue of bones, this was not highlighted nearly as significantly as the preference for raw over cooking. While the issue should not therefore be dismissed outright, it may not represent a widespread concern, at least not within this very limited group.

Norway Pavilion taste testing

At around two in the afternoon on the 31st of October, the King of Herring China™ team prepared a taste testing session at the Global Fish™ stand at the Norway Pavilion. The fish was cut and prepared by the chefs at SeafoodMix whose stand was situated next to Mowi’s and Salmar’s in section B8 of the exhibition centre.

The platters prepared by SeafoodMix arranged the fish in thin, blade-like cuts topped with SeafoodMix’s own imported roe⁶. They were arranged on hand-sized plates and carried back to the Global Fish™ stand by the team members. Simultaneously, the team also cut herring into cube-shaped bits and served them on a small board next to the herring prepared by SeafoodMix. Both herring platters were situated next to small containers of toothpicks, a small cup of soysauce and a small cup of sesame seeds, all on the same table.

Due to the location of the booth, it was paramount to draw bypassers in by inviting them to have a taste, yet a focus on drawing people in and conversing about the herring quickly made it a challenge to maintain overarching statistics of the number of visitors. However, general feedback was as follows:

- The majority of observed feedback indicated a positive feedback, often giving a thumbs-up, a pleasant nod or vocal feedback such as “very good”, “*haochi*” and even

⁵ In Chinese: 做刺身的鱼，味道口感是大家都可以接受的，对爱吃海鲜的，爱吃鱼的这个口感没问题，还有新鲜的味道，油软软的都可以，肉半度挺好，但是这个，做油炸的这个。。。相对然可惜，确实很可惜。

⁶ I could not verify which type of fish roe was used.

one “*oishii*”. There were also those who seemed indifferent and made no evident reaction. A note indicates one customer whom at 14:55 had to spit out the bite he took, but he was also the only one out of the several visitors to have such a reaction.

- Visitors would typically highlight the mouthfeel (*kougan*) as being less greasy than that of salmon and the flavour to be less fishy than expected. Many did note a salty aftertaste which some found to be unpleasant and other seemed to simply remark.
- It was suggested that sweet soy sauce should be used instead of salty precisely due to the existent saltiness in the flavour profile. A
- The Chinese name for herring (*feiyu*⁷) may conjure forth the following understandings:
 - Both tonally and syllabically, *feiyu* as in herring is homophonous with *feiyu*⁸ as in flying fish, meaning consumers initially may mistake the two and believe that the product being sold is Norwegian flying fish, not Norwegian herring.
 - In instances where consumers have heard of herring, some seem reluctant to try due to having heard of “canned herring” (*feiyu guantou*⁹), also known as Swedish *surströmming*. It seems however that only a few individuals who came to the booth would make this comment.

All in all, the data collected at the booth provides a shallower set from which to draw conclusions from, and the limited modes through which the herring was served deprives it of the explorative opportunities provided by a taste testing at a restaurant. However, what can be supposed from the taste testing at the booth is that once people taste it, feedback is generally very positive.

Conclusion

The overall conclusion of this short summary is that the virgin herring and matjes herring offered by King of Herring China™ gathers the most positive feedback when served raw, ideally with something sweet to balance out the salt like sweet kelp. When cooked, it loses many of the qualities that make it good, and more importantly it arguably becomes replaceable by other fish, especially in a deep-fried dish.

⁷ In Chinese: 鲱鱼

⁸ In Chinese: 飞鱼

⁹ In Chinese: 鲱鱼罐头