

Acara Pameran Hong Kong Beri Kesempatan Besar bagi Pengusaha Indonesia



Jakarta, 10 November 2009: Dewan Pengembangan Perdagangan Hong Kong (Hong Kong Trade Development Council/HKTDC) akan menyelenggarakan sejumlah pameran dagang kelas internasional tahun 2010, yang memberi kesempatan bagi perusahaan-perusahaan Indonesia untuk mengembangkan pasar usaha mereka dan memantapkan posisinya secara internasional. Hingga Maret tahun depan, perusahaan-perusahaan Indonesia dapat memanfaatkan paket sponsor pembeli senilai Rp 97 milyar (US\$10,3 juta) dari HKTDC.

Raymond Yip, Asisten Direktur Eksekutif HKTDC, melakukan kunjungan eksklusif ke Indonesia untuk mengangkat kelebihan Hong Kong serta pentingnya pameran-pameran dagang yang diselenggarakan HKTDC. Beliau akan bertemu dengan pejabat pemerintah dan eksekutif perusahaan untuk mendiskusikan hal-hal yang berhubungan dengan kerjasama usaha guna memaksimalkan potensi dagang antara Indonesia dan Hong Kong.

“Hong Kong dengan ciri khas perdagangan bebas, infrastruktur kelas dunia dan aliran informasi yang bebas, merupakan fondasi perdagangan yang ideal,” kata Raymond Yip dalam konferensi pers. “Indonesia adalah mitra perdagangan Hong Kong yang ke-20 dengan total perdagangan bilateral senilai US\$4.479 juta (Rp 42 triliun) di tahun 2008, lebih tinggi 15% dari tahun 2007. Jumlah nilai ekspor dari Hong Kong ke Indonesia meningkat 20% menjadi US\$2.177 juta (Rp20,6 triliun), sehingga membuat Indonesia jadi tujuan ekspor peringkat 23 bagi Hong Kong dan merupakan tujuan ekspor terbesar ke-6 di antara 10 negara ASEAN. Untuk memanfaatkan potensi Indonesia, kami akan memasarkan pameran-pameran kami secara intensif guna mendorong lebih banyak lagi perdagangan dengan pasar ini.”

Kedekatan jarak Hong Kong dengan daratan China memberi kesempatan usaha lebih besar bagi perusahaan-perusahaan Indonesia. “China memiliki ekonomi global terbesar ketiga, dan total perdagangan eksternalnya naik 17,8% menjadi US\$2.561 milyar (Rp24 triliun) di tahun 2008. Laporan Investasi Dunia PBB menunjukkan bahwa investasi asing langsung Indonesia naik 26% menjadi US\$5,9 milyar (Rp 56 triliun) di 2008.” Hong Kong bukan hanya pintu gerbang menuju China, tapi kondisi geografis, ekonomi, politik dan kemampuan kompetisi

sosial Hong Kong membuatnya menjadi tujuan perdagangan dan investasi terbaik bagi perusahaan-perusahaan Indonesia.

“HKTDC mengadakan beberapa pameran dagang internasional besar pada semester pertama 2010 di Hong Kong Convention & Exhibition Centre. Pameran-pameran ini sesuai dengan minat perusahaan-perusahaan Indonesia, dan beberapa merupakan yang terbesar di Asia bahkan dunia,” kata Raymond Yip.

Raymond Yip juga mengumumkan paket sponsor pembeli senilai US\$10,3 milyar. Paket ini termasuk tiket pesawat dan kamar hotel berharga subsidi bagi pembeli internasional di pameran dagang yang akan diselenggarakan HKTDC hingga Maret 2010. “Lebih dari 3.300 pembeli dari Indonesia telah mengunjungi pameran-pameran HKTDC di tahun 2009. Program ini akan mengajak lebih banyak pembeli datang ke acara kami,” tambahnya.

Tekstil dan garmen merupakan kategori ekspor utama bagi Hong Kong dan Indonesia sehingga acara terbesar Asia **HKTDC Hong Kong Fashion Week for Fall/Winter** (18 – 21 Januari) merupakan platform ideal bagi perusahaan *fashion* Indonesia. Pada tahun 2008, Hong Kong mengekspor hingga US\$384 juta (Rp 2,7 trilyun) (13% dari total ekspor) bahan rajutan dan katun ke Indonesia. Platform bisnis global untuk pemain industri garmen dan fashion meliputi berbagai jenis bahan, sulaman hingga pakaian siap pakai dan aksesoris. Pameran ini juga akan diselenggarakan bersamaan dengan **HKTDC World Boutique, Hong Kong** menampilkan konsorsium atas fashion, aksesoris dan produk gaya hidup ternama. Kedua acara tersebut memberi kesempatan bagi peserta pameran untuk mempromosikan merek dan desain mereka, serta pembeli juga dapat mencari pakaian, aksesoris dan bahan berkualitas.

Acara terbesar lain di bidangnya di Asia adalah **HKTDC Hong Kong Electronics Fair (Spring Edition)** yang akan diselenggarakan sejak 13 hingga 16 April bersama **HKTDC International ICT Expo**. Acara ini meliputi banyak kategori yang merefleksikan pergerakan tren dunia elektronik, termasuk peluncuran *Electronic Gaming* dan *In-Vehicle Electronics* serta zona Sistem Navigasi sejak 2009. “Perlengkapan dan alat telekomunikasi merupakan 37% dari ekspor Hong Kong ke Indonesia di 2008, bersama tingginya angka pembeli Indonesia dalam pameran ini di masa lalu, sehingga ini merupakan acara yang wajib dihadiri oleh pengunjung Indonesia,” kata Raymond Yip.

HKTDC Hong Kong International Jewellery Show (5 - 9 Maret) dan acara terbesar dunia **HKTDC Hong Kong Gifts & Premium Fair** (27 - 30 April) juga selalu dihadiri oleh sejumlah besar pembeli Indonesia setiap tahunnya. “Untuk memanfaatkan pameran kami yang berskala

internasional, kami mengundang lebih banyak pembeli dari Indonesia untuk melihat sendiri kualitas produk yang dipamerkan,” ujarnya.

Untuk memulai musim pameran 2010, pembeli dari Indonesia diundang untuk menghadiri **HKTDC Hong Kong Toys & Games Fair, Hong Kong International Stationery Fair** dan inagurasi **HKTDC Hong Kong Baby Products Fair**, yang berlangsung sejak 11 hingga 14 Januari 2010.

“Pameran-pameran kami merupakan wahana terbaik untuk solusi satu pintu, mulai dari bahan baku hingga produk jadi, dari model tradisional hingga desain inovatif. Pameran-pameran di Hong Kong memberi kesempatan bagi semua perusahaan di Indonesia dalam mencari produk berkualitas, mendapatkan kecerdasan pasar, membuat aliansi dan kontak bisnis untuk ekspansi dan pengembangan pasar baru,” demikian kesimpulan Raymond Yip.

Kontak Media:

Chloe Kiosk
Hong Kong Trade Development Council
Tel.: (852) 2240 4356 Fax: (852) 3521 3189
Email: chloe.kiosk@hktdc.org

Erica Jurief Bong
Inke Maris & Associates
Tel: 021 – 8281250, 0818497543
Email: erica.jurief@inkemaris.com