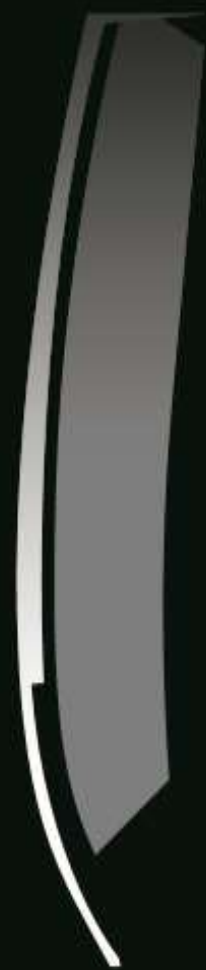


2017

# 台北國際酒展

11.17-20 南港展覽館

**展後報告**





## 目錄

壹、展覽基本資訊.....	2
貳、展覽數據分析.....	3
一、展覽規模.....	3
二、參展廠商分析.....	4
參觀者分析.....	5
參、活動成果.....	9
一、台北國際酒展年度嚴選.....	9
二、品酒教室.....	9
三、免費租杯.....	10
四、大會活動及服務.....	10
肆、廣告公關成效.....	11
一、廣告宣傳.....	11
二、公關活動成效.....	13
三、官方網站及粉絲團成效.....	14



2017 台北國際酒展  
T<sub>aipei</sub> W<sub>ine</sub> & S<sub>pirits</sub> F<sub>estival</sub>

11.17<sup>FRI</sup> ▶ 20<sup>MON</sup>  
台北南港展覽館

## 壹、展覽基本資訊

一、展覽名稱：2017 台北國際酒展

二、展覽時間：2017 年 11 月 17 日(五)至 20 日(一) 10:00-18:00

三、展覽地點：台北南港展覽館 1 樓 I 區

四、主辦單位：展昭國際企業股份有限公司

五、參觀方式：

(一) 展前線上參觀登錄：輸入指定邀請代碼享免費入場資格乙次，每人至多四次免費入場資格。

(二) 展前購買預售票：第一波優惠 NT\$90/張、第二波優惠 NT\$150/張。

(三) 展中現場購票：全票 NT\$200、優惠票 NT\$100，7-12 歲孩童、65 歲以上長者、持殘障手冊者享優惠票資格，6 歲以下孩童及一位殘障人士陪同者享免費入場乙次。



## 貳、展覽數據分析

### 一、展覽規模

展覽規模	圖示																								
<p>展出廠商數 152 家</p>	<p>圖示</p> <table border="1"> <caption>展出廠商數 (2015-2017)</caption> <thead> <tr> <th>類別</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>葡萄酒</td> <td>79</td> <td>75</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>威士忌與烈酒</td> <td>33</td> <td>28</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>日本酒</td> <td>23</td> <td>15</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>啤酒</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>周邊產品</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table>	類別	2015	2016	2017	葡萄酒	79	75	60	威士忌與烈酒	33	28	25	日本酒	23	15	12	啤酒	10	10	10	周邊產品	7	7	7
類別	2015	2016	2017																						
葡萄酒	79	75	60																						
威士忌與烈酒	33	28	25																						
日本酒	23	15	12																						
啤酒	10	10	10																						
周邊產品	7	7	7																						
<p>參觀人次 49,213 人</p>	<p>總參觀人次(2015-2017年)</p> <table border="1"> <caption>總參觀人次 (2015-2017年)</caption> <thead> <tr> <th>年份</th> <th>DAY1</th> <th>DAY2</th> <th>DAY3</th> <th>DAY4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2015</td> <td>8479</td> <td>11304</td> <td>12163</td> <td>9360</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>9326</td> <td>13434</td> <td>14549</td> <td>10296</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>9445</td> <td>13948</td> <td>15892</td> <td>9928</td> </tr> </tbody> </table>	年份	DAY1	DAY2	DAY3	DAY4	2015	8479	11304	12163	9360	2016	9326	13434	14549	10296	2017	9445	13948	15892	9928				
年份	DAY1	DAY2	DAY3	DAY4																					
2015	8479	11304	12163	9360																					
2016	9326	13434	14549	10296																					
2017	9445	13948	15892	9928																					
<p>媒體曝光量 127 則</p>	<p>媒體曝光數(2015-2017年)</p> <table border="1"> <caption>媒體曝光數 (2015-2017年)</caption> <thead> <tr> <th>年份</th> <th>電視曝光</th> <th>報紙曝光</th> <th>網路曝光</th> <th>小計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2015</td> <td>12</td> <td>9</td> <td>81</td> <td>103</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>12</td> <td>9</td> <td>81</td> <td>103</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>12</td> <td>9</td> <td>106</td> <td>127</td> </tr> </tbody> </table>	年份	電視曝光	報紙曝光	網路曝光	小計	2015	12	9	81	103	2016	12	9	81	103	2017	12	9	106	127				
年份	電視曝光	報紙曝光	網路曝光	小計																					
2015	12	9	81	103																					
2016	12	9	81	103																					
2017	12	9	106	127																					



## 二、參展廠商分析

### (一)、台北國際酒展-展出廠商及攤位數

台北國際酒展的展出廠商共 152 家 (年成長率 7.8%)，展出攤位總計 254 格 (年成長率 1.2%)；而酒展專業分區多個酒區，分別是葡萄酒、威士忌與烈酒、日本酒、啤酒、周邊產品，而日本酒區與威士忌與烈酒區的廠商數成長甚劇，是目前台灣市場高度關注的酒種。

台北國際酒展-展出廠商數

	廠商數						攤位數
	葡萄酒	威士忌與烈酒	日本酒	啤酒	周邊產品	小計	
2015	61	28	12	15	12	128	200
2016	75	26	15	14	11	141	251
2017	79	33	23	10	7	152	254

酒類	2015	2016	2017
葡萄酒	61	75	79
威士忌與烈酒	28	26	33
日本酒	12	15	23
啤酒	15	14	10
周邊產品	12	11	7



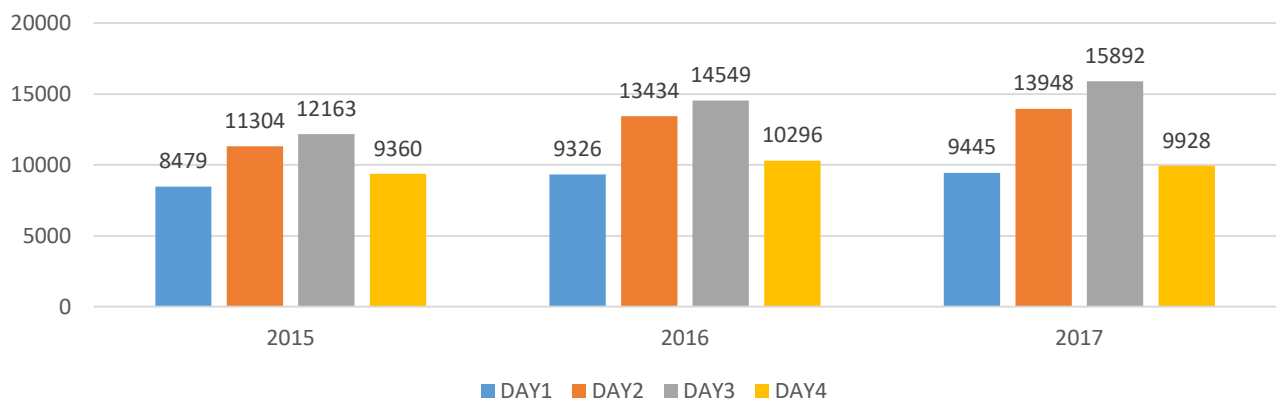
## 參觀者分析

### (一)、總參觀人次分析

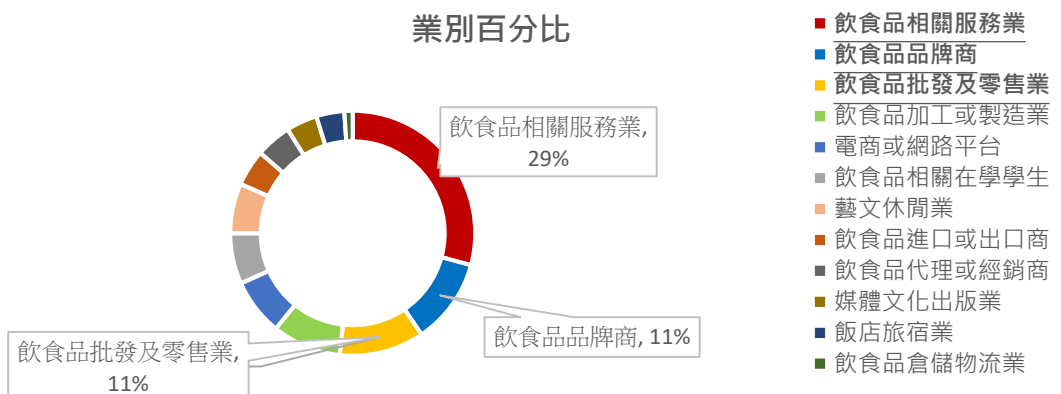
總參觀人次共計 49,213 人，其中，平日與假日參觀人次逐年來越趨平均，大型餐飲集團紛沓而至，例如統一多拿滋、味全食品、品元食品、全聯、怡和餐飲集團(KFC)、華膳空廚、長榮航空、黑橋牌等；也吸引許多消費力高的資訊科技業、生物科技業、精密電子業等的管理階層前來參觀。

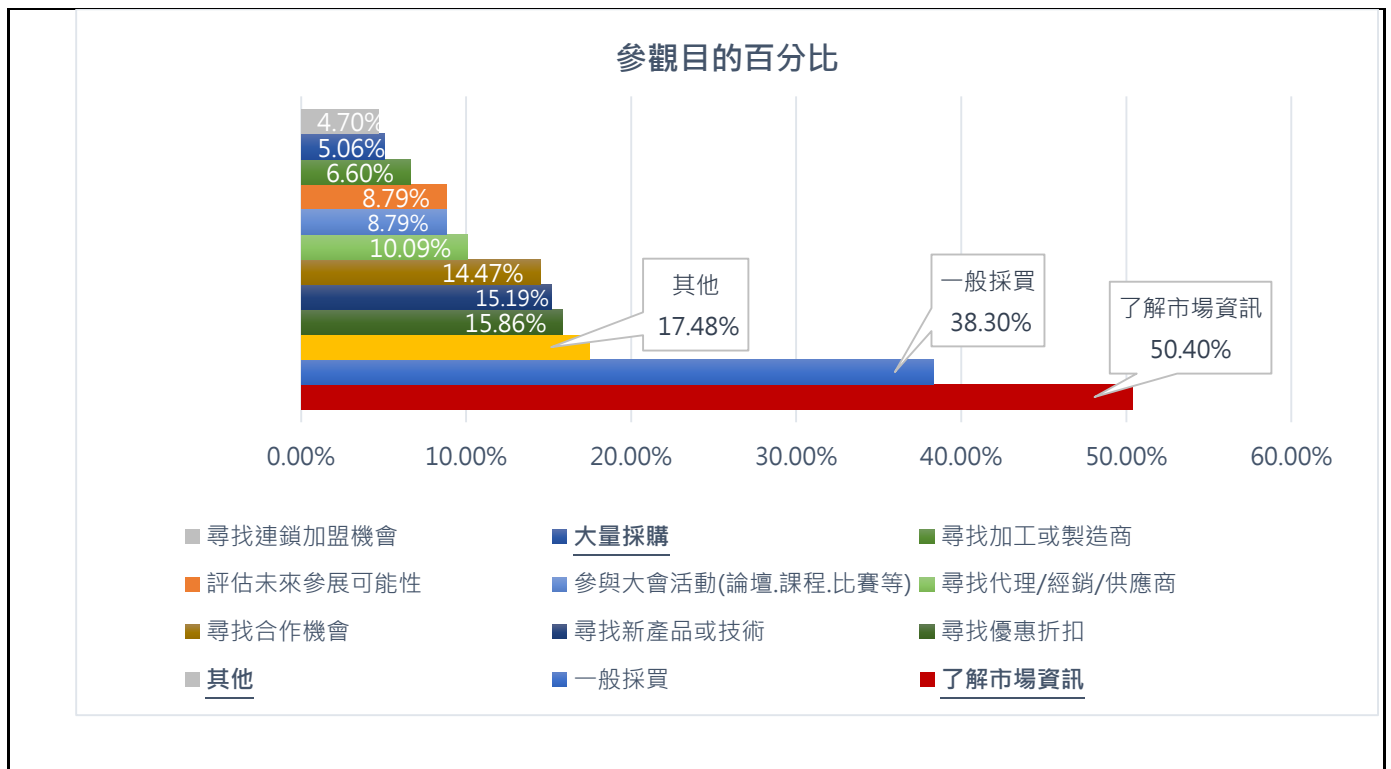
總參觀人次					
	DAY1	DAY2	DAY3	DAY4	小計
2015	8479	11304	12163	9360	41306
2016	9326	13434	14549	10296	47605
2017	9445	13948	15892	9928	49213

台北國際酒展-參觀人次(2015-2017年)



業別百分比



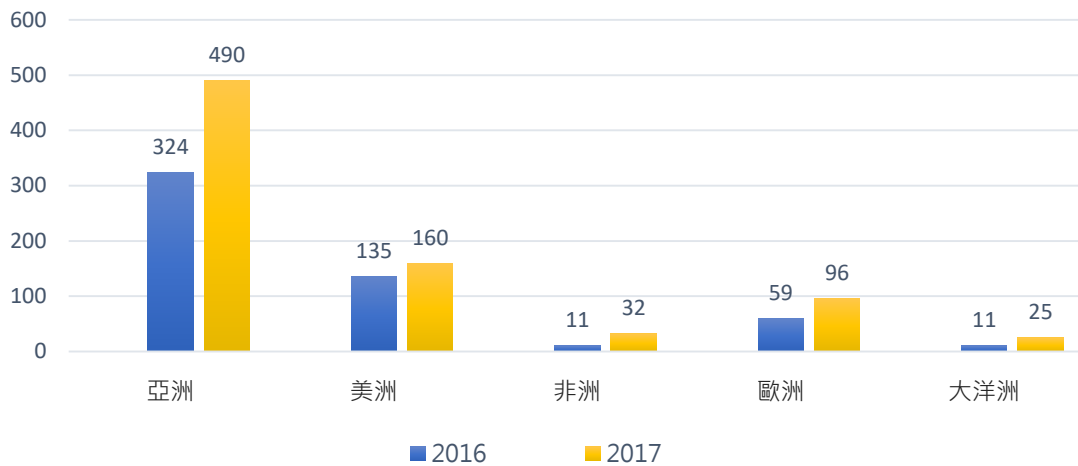


## (二)、國外參觀人次分析

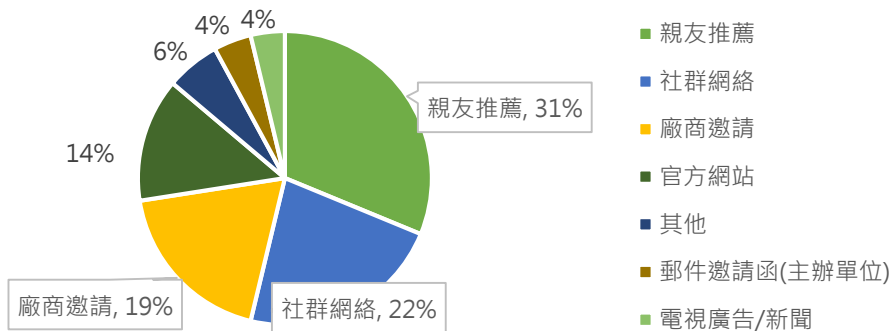
總計 621 位國外參觀者(年成長率 25.5%)，共計來自 61 個不同的國家(年成長率 17.3%)，其中亞洲國家佔參觀人數最大宗，而參觀目的以飲品為大宗，其中咖啡佔 41%、茶佔 21%、酒佔 16%；而參觀目的則以吸收新產品資訊、洽商、設備成品及原物料等需求為主。



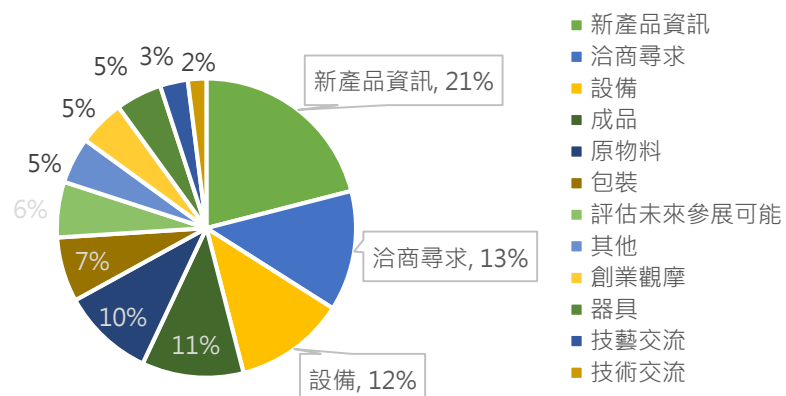
### 國外參觀者-各洲參觀人次分析(2016-2017年)



### 國外參觀者-各展參觀人次分析



### 國外參觀者-參觀目的分析

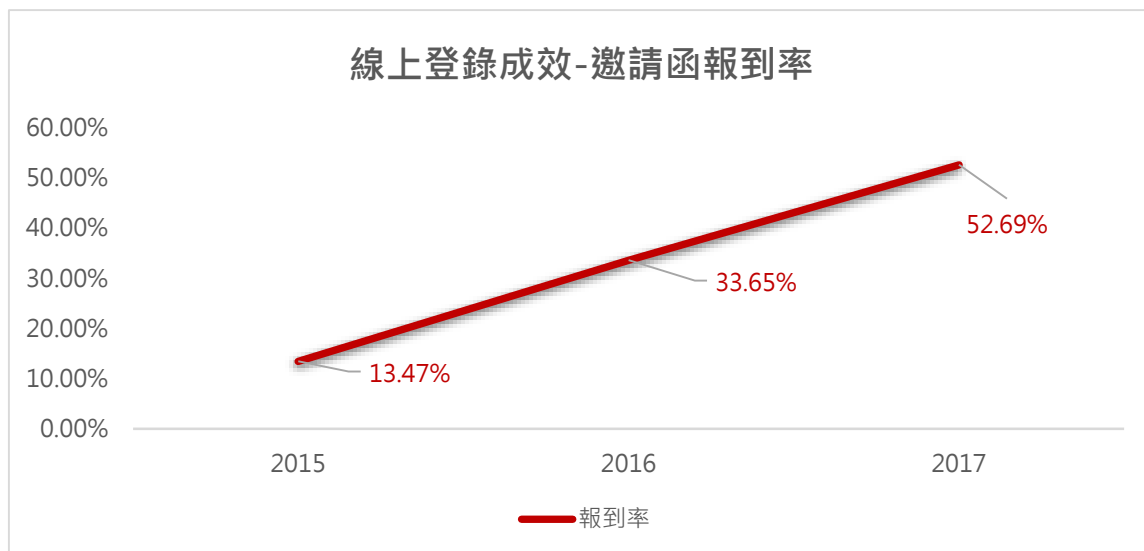






### (三)、線上登錄成效

今年起大會首度改以「電子邀請函」替代「實體邀請函」邀敬邀客戶參觀，首次使用便傳出捷報，不僅報到率大幅成長，更降低郵寄及宣傳成本，即時掌握買主邀請成效。





## 參、活動成果

### 一、台北國際酒展年度嚴選

第三屆台北國際酒展-年度嚴選，展前與合作單位「品迷網」共同舉辦的年度葡萄酒評鑑，邀請葡萄酒界的 8 位指標性大師，包含莊才勳、林澧竣、林才右、潘芸芝、曾孟翊、姚咨佑、張鴻亮、梁修維；評選 24 支年度金賞酒款，種類包含紅酒、白酒、甜酒、氣泡酒；其中特別以不同的價位區分；於展前於官方網站宣傳，展中發放宣傳專刊、DM，讓消費者選酒及買酒更便捷輕鬆。



### 二、品酒教室

展中與「唯創思國際貿易有限公司」、「沐恩實業股份有限公司」及「美第股份有限公司」合作，辦理免費的品酒課程，開放展前線上報名及展中現場報名，課程時間為上午 11:00 至下午 17:30，課程內容包含葡萄酒、威士忌、高粱、日本酒等各酒種由淺入深的課程，邀請各產地酒莊莊主及杜氏、知名品牌大使、證照講師等，師資來自世界各地，展前線上報名額滿課程近 8 成，四日總計吸引 668 位民眾參與，並連續多年獲得廣大愛酒人的迴響。





### 三、免費租杯

展中與合作單位「唯創思國際貿易有限公司」合作，免費提供水晶酒杯租借服務，提供線上及現場預約方案，實際開放租借時間為上午 10:00 至下午 16:00，四日總計租借近 1,600 只酒杯，有效推廣正確的品酒方式。

### 四、大會活動及服務

#### (一)、飲食趨勢沙龍

大會召集茶、酒、咖啡、食品界的產業巨腕，於展中開辦沙龍，分享飲食品業界未來趨勢，並與合作單位「食力 foodNEXT」合作系列講座，共同創造飲食品新氣象，講座開放展前及展中報名，四日共吸引 820 位飲食品業者參與，現場交流甚歡，首辦便創佳績。



#### (二)、校系參觀

大會於展前開放餐飲相關大專院校及系所於展中參觀，並提供優惠價格予老師及學生，持續培養未來的餐飲新血，四日共計 352 位老師及學生參觀，其中不乏外縣市餐飲相關校系前來朝聖。

#### (三)、大會紀念杯

大會於展前及展中販售大會紀念杯，展前由「唯創思國際貿易有限公司」供應水晶酒杯，展中「有辦法創新有限公司」合作展中展示櫃，展前及展中都獲得許多好評，有效推廣持杯環保試飲的展覽願景。



#### (四)、宅配及寄物服務

大會與知名宅配公司「順豐速運」合作，展中於一樓展場提供宅配服務，使消費者展中能安心逛展、輕鬆購物。

### 肆、廣告公關成效

#### 一、廣告宣傳

##### (一) 廣告成效

廣告遍布各大知名媒體平台，促使曝光量極大化，曝光平台包含電視、報紙、廣播、路燈旗、網路聯播網、網路關鍵字等。



##### (二) 專業資料庫：

涵蓋北中南全台，共計超過 7,000 家重要業者及客戶。邀請對象包飲食品相關業者、酒類業者，更不乏飯店、民宿、大型社區及商圈、扶輪社及獅子會等具消費力的目標族群。

##### (三) 策略報導：

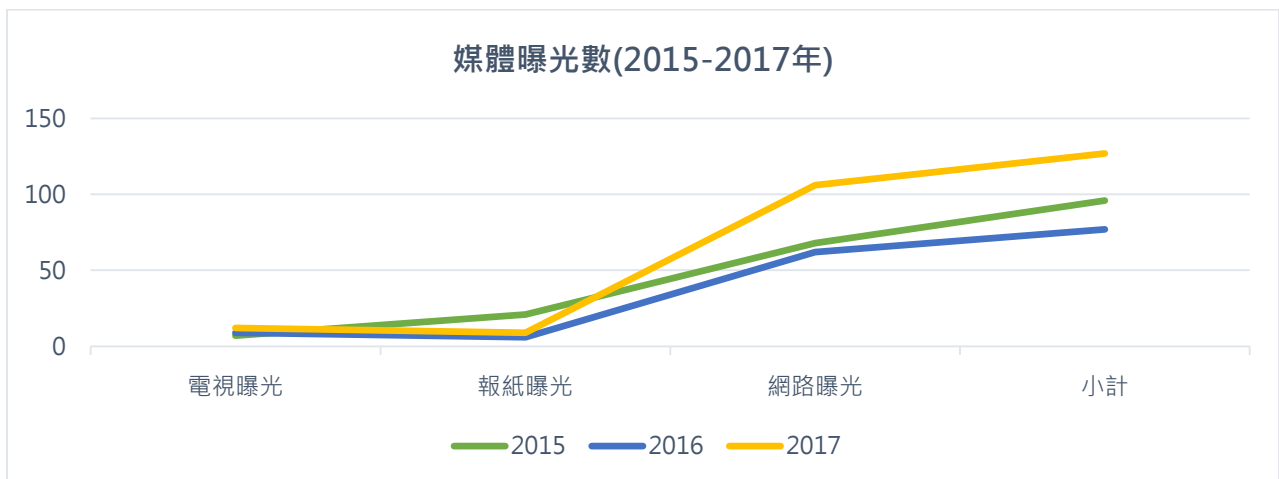
展前與指標性媒體蘋果日報合作，報導內容涵蓋茶、酒、咖啡廠商特色新品，見報 1 則、動新聞見刊 1 則，facebook 官方粉絲團轉貼文章的綜合觸及超過 32,920 人，有效達到展前提前曝光、創造話題的目標。



#### (四) 媒體報導：

總計 127 則 (年成長率 64.94%)，其中，網路的曝光量大幅增加，不論是茶、酒、咖啡、食品等產業都有媒體爭相報導；同時獲各大電視台青睞協助曝光，如 TVBS、壹電視、三立、東森、中天、民視、華視等。

媒體報導成效				
	電視曝光	報紙曝光	網路曝光	小計
2015	7	21	68	96
2016	9	6	62	77
2017	12	9	106	127
2017-2016	3	3	44	50
成長率	33.33%	50.00%	70.97%	64.94%





# 2017 台北國際酒展

Taipei Wine & Spirits Festival

11.17 FRI ▶ 20 MON.  
台北南港展覽館



## 二、公關活動成效

### (一)、意見領袖及部落客共同宣傳

大會號召飲食品各產業界意見領袖、部落客、知名 facebook 社團協助在 facebook 發文宣傳，共計超過 20 位意見領袖及部落客共襄盛舉，以及超過 50 個社團共同推廣，觸及潛在及專業消費族群，擴大社群討論度。

### (二)、派報宣傳

大會於展前一個月至台北市知名的商圈及市集發放宣傳 DM，發布展覽及線上參觀登錄資訊，總計吸引數千人索取及討論。



### (三)、開幕典禮

貴賓雲集，超過 24 位重量級貴賓出席開幕典禮，包含主辦單位台灣區製茶工業同業公會陳振芳理事長、台灣咖啡協會吳怡玲理事長、展昭國際企業股份有限公司林茂廷總經理



理；中央及地方政府貴賓中華民國外交部劉德立次長、中華民國外交部拉丁美洲及加勒比海司韓志正副司長、行政院農業委員會農糧署莊老達副署長、行政院農業委員會農糧署北區及南區分署代表、行政院農業委員會茶業改良場場長、雲林縣政府黃玉霜秘書長、雲林縣政府農業處林慧如處長；還有各國大使館、辦事處、協會代表等。



### 三、官方網站及粉絲團成效

計算時間：2017/10/17-11/20

類別	項目	2016 年	2017 年	年成長率
官方網站	瀏覽量	192,301	302,581	57.35%
Facebook 粉絲團	觸及率	239,150	408,617	70.86%