



台灣飲食系列展

2019 台灣國際 咖啡展

TAIWAN INT'L
COFFEE SHOW

11.15_{Fri.} ▶ 11.18_{Mon.}

台北南港展覽館1館

主辦單位 台灣咖啡協會 展昭國際企業股份有限公司



展後報告

SHOW REPORT



目錄

壹、展覽基本資訊.....	2
貳、展出規模分析.....	3
一、參展廠商數據	3
二、參觀者數據	4
參、展覽活動成果.....	7
一、WCE 世界盃烘豆大賽(WCRC).....	7
二、WCE 世界盃咖啡台灣選拔賽	7
三、第二屆 TAIWAN COFFEE MONTH 咖啡月	8
四、咖啡月票跑館計畫.....	8
五、風味聯名計劃.....	8
六、飲食沙龍系列講座.....	9
七、時空咖啡館×義賣咖啡豆	9
八、可可學院.....	10
九、大會服務.....	10
肆、媒體公關成效.....	12
一、策略報導.....	12
二、媒體露出.....	12
三、開幕典禮.....	13
四、領袖聲量.....	14
伍、行銷宣傳成效.....	15
一、大眾廣告.....	15
二、國際宣傳.....	15
三、直效行銷.....	16
四、同業合作.....	16
五、官方網站曝光量分析.....	17
六、FACEBOOK 官方粉絲團曝光量分析	17

壹、展覽基本資訊

一、展覽名稱：

系列展全稱	展名
台灣飲食系列展	2019 台灣國際茶業博覽會
	2019 台灣國際咖啡展
	2019 台北國際酒展
	2019 台灣國際食品(食材)暨設備展-網路人氣美食
	2019 台灣冬季連鎖加盟展
	2019 臺灣國際觀光特產展

※ 六展聯合展出 ※

二、展覽時間：2019 年 11 月 15 日(五) - 18 日(一) 10:00-18:00

三、展覽地點：台北南港展覽館 1 樓、4 樓(咖啡展區於 4 樓)

四、指導單位：行政院農業委員會/行政院農業委員會農糧署/行政院農業委員會茶業改良場

五、主辦單位：台灣區製茶工業同業公會、台灣咖啡協會、台灣觀光特產協會、展昭國際企業股份有限公司

六、協辦單位：台灣各產茶縣市政府/台灣各產茶縣市農會/台中市茶商業同業公會/桃園市茶商業同業公會/台北市茶商業同業公會/南投縣茶商業同業公會/高雄市茶商業同業公會/宜蘭縣茶商業同業公會/中華茶藝聯合促進會/中華國際無我茶會推廣協會/陸羽茶藝中心/天仁茶藝文化基金會/泡茶師聯會/中華民國消費者協會

七、大會指定合作代駕：TWDD 台灣代駕

八、合作媒體：VidaOrange 生活報橘

九、參觀方式：

(一) 展前線上索票：輸入邀請代碼享免費入場資格乙次，憑索票完成之入場憑證 QRcode 掃描入場。

(二) 展中現場購票：全票 NT\$200、優惠票 NT\$100、咖啡月套票 NT\$300。

※ 優惠票資格：12 歲以下及 65 歲以上民眾，或持身心障礙手冊者及陪同者一名

※ 免費資格：80 歲以上長者及 6 歲以下兒童免費參觀(需出示證件)，謝絕寵物入場。

(工作犬除外)

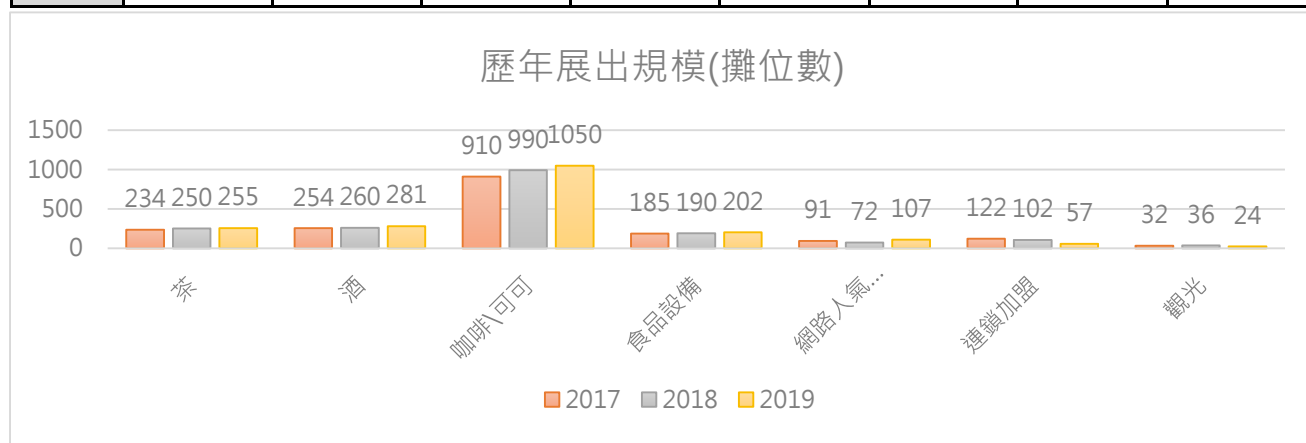


貳、展出規模分析

一、參展廠商數據

(一)、展出攤位數：總計 **1,976** 格(較去年成長 **4%**)。

展出攤位數								
	茶	酒	咖啡\可可	食品設備	網路人氣 美食 小農\食材	連鎖加盟	觀光	小計
2017	234	254	910	185	91	122	32	1,828
2018	250	260	990	190	72	102	36	1900
2019	255	281	1050	202	107	57	24	1,976



(二)、展出廠商數：總計 **795** 家。

展出廠商數								
	茶	酒	咖啡\可可	食品設備	網路人氣 美食 小農\食材	連鎖加盟	觀光	小計
2017	161	152	259	98	52	40	5	767
2018	166	155	266	90	41	38	8	764
2019	159	158	290	102	51	30	5	795



(三)、國外廠商統計

主辦單位一直致力於打造國際化展會，今年並因應 WCE 世界盃烘豆大賽的舉辦，也吸引更多國外廠商參與，總計 34 家廠商、112 個攤位，較去年成長約 48%，展出規模比例以咖啡展為大宗，匯集尼加拉瓜、瓜地馬拉、宏都拉斯、哥倫比亞、海地、巴拿馬、巴西、美國、祕魯、中國、韓國、日本、印尼、新加坡、羅馬尼亞、斯洛伐克、英國、南非、衣索比亞等共 19 個國家，其中有許多來自南美洲咖啡重鎮。



二、參觀者數據

(一)、總參觀人數

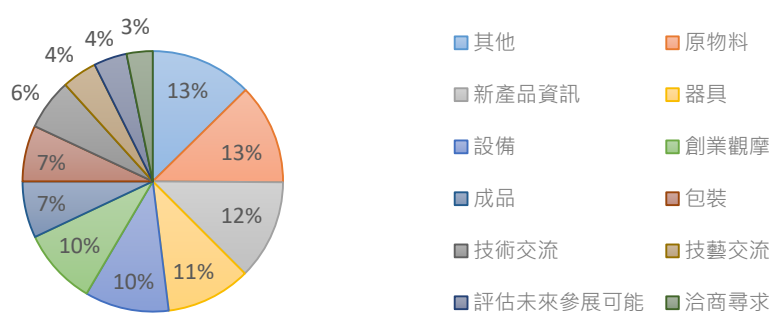
總參觀人次共計 **207,847** 人 (成長 4%)，每日人潮皆較去年成長，再次創下人潮高峰新紀錄。

總參觀人次					
	DAY1	DAY2	DAY3	DAY4	小計
2017	41,786	54,444	55,149	42,790	194,169
2018	43,837	58,298	56,026	40,862	199,023
2019	45,825	61,525	58,309	42,188	207,847

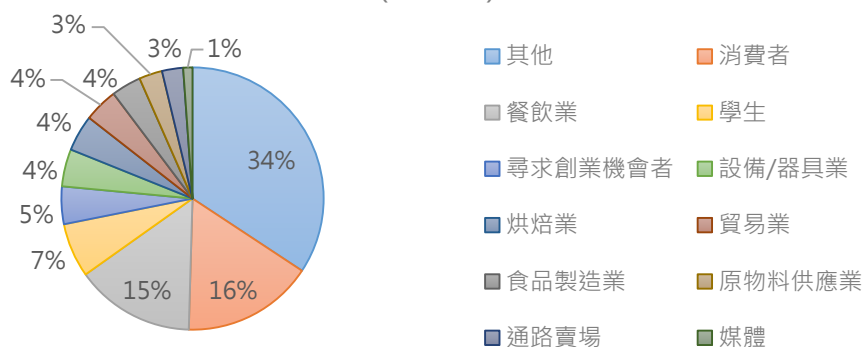
(二)、參觀者分析

專業化展會也吸引大型餐飲及飯店集團紛沓而至，例路易莎、星巴克、大潤發、新光三越、福華大飯店、國賓飯店、萬怡酒店、圓山飯店、美福飯店、喜來登飯店等；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、半導體等的管理階層前來參觀。其中，咖啡展參觀者主要以「消費者」與「餐飲業」者為大宗。而參觀目的大多鎖定「原物料」、「新產品資訊」、「設備」、「器具」及「創業觀摩」。

參觀目的百分比(咖啡展)



參觀者業別百分比(咖啡展)



(三)、國外參觀者統計

總計 **1,757** 位國外參觀者，再創歷年海外買主人數新高，今年涵蓋 **61** 個不同國家別，其中亞洲國家佔總人數最高，以馬來西亞、香港、中國、美國、日本為主。而參觀目的以飲品為大宗，咖啡佔 **33%**、茶佔 **19%**、酒佔 **15%**、食品佔 **23%**。其中，造訪咖啡展參觀目的大多為採購「原物料」、「設備」、「了解新產品資訊」及「創業觀摩」；主要從事「貿易業」、「食品製造業」及「設備\器具業」。



參、展覽活動成果

一、WCE 世界盃烘豆大賽(WCRC)

全球最重要的烘豆賽事，首次在台舉辦！集結 23 國烘豆冠軍，於台灣國際咖啡展，展開為期四日的精采賽事，比賽結果由俄羅斯代表 Arseny Kuznetov 奪下 2019 世界烘豆冠軍，亞軍則為羅馬尼亞代表 Bogdan Georgescu，季軍為波蘭代表 Mateusz Karczewski，主辦單位歷經多年努力，爭取到世界盃烘豆大賽來台舉辦之機會，實為台灣咖啡產業的全新里程碑，也透過賽事讓各國咖啡好手，於咖啡展期互相切磋交流，打造國際化的指標性咖啡平台。



*photo credits to World Coffee Roasting Championship

二、WCE 世界盃咖啡台灣選拔賽

全球最重要的咖啡賽事也是國內最大的咖啡競技場 - WCE 世界盃咖啡系列賽(World Coffee Event)-台灣選拔賽，歷年於展覽現場舉辦，三項賽事共聚集全台 35 位高手相互較勁，而各項比賽冠軍分別為咖啡大師(TBC)- 賴孟忻(Simple Kaffa)、拉花大賽(TLAC)- 林紹興(優仕咖啡股份有限公司)及咖啡調酒大賽(TCIGS)- 吳柄諱，三位咖啡冠軍則將代表台灣出席 2020 年的世界盃咖啡大賽，期許凱旋歸來並再將咖啡產業推向新的高峰。



三、第二屆 Taiwan Coffee Month 咖啡月

延續第一屆活動好評，致力為台灣咖啡人，打造專屬慶典，以「以咖啡啟程，累積生活旅程」為精神，號召全台咖啡館共襄盛舉，活動為期 2 個多月(9/23-11/30)，系列活動包含 **①咖啡月票跑館計畫**、**②風味聯名計劃**、**③飲食沙龍系列講座**、**④時空咖啡館×義賣咖啡豆**、**⑤台灣國際咖啡展**，活動創造大量討論與話題，更獲得許多咖啡迷的熱情響應。



四、咖啡月票跑館計畫

以咖啡展為首，成功串聯全台 **424** 間咖啡館，活動期間(10/1-11/30)消費者可持《咖啡月票》享有免費飲品、八折\六折飲品、展場限定優惠之 3 項優惠，可任選跑館店家兌換，活動並首次結合公益與環保，邀請公益團體【蘆葦女力】，將廢棄咖啡生豆麻布袋重新設計，連結社區婦女參與製作，不但資源再利用，也支持社區團體邁向永續經營，票券共銷售 4,000 份。



五、風味聯名計劃

咖啡展 2019 年度新企劃，以「一店一豆」為號召，與全台破百家咖啡館，推出每店一款的咖啡展聯名咖啡豆，鼓勵民眾走入店家，品嚐全台各地的獨家風味，讓品飲咖啡就像一場旅程，深入發掘屬於台灣各個角落的特色風味，活動並推出專屬聯名標章，為店

家製造行銷話題與素材，並鼓勵店家針對聯名活動推出店面專屬活動，活動最後並於咖啡展，以咖啡豆為象徵，打造專屬咖啡形象牆，造成參觀者熱烈討論。



六、飲食沙龍系列講座

延續舉辦知識性活動「飲食沙龍」，召集咖啡產業界巨腕，於展期續日分享，開放展前及展中報名，共舉辦 **14** 堂課，吸引超過 **800** 人。其中，包含「美國在台協會」首次舉辦的【夏威夷咖啡論壇】，邀請美國在台協會農業貿易辦事處主任 Chris Frederick、夏威夷咖啡協會會長 Christopher A. Manfredi 等重量級講師。課程主題豐富多元，網羅多位國際知名講者，包含：Coffee Review 創辦人兼總編輯 Kenneth Davids、日本精品咖啡協會主席暨丸山咖啡創辦人丸山健太郎、國際咖啡競賽組織代表暨歐舍咖啡創辦人許寶霖.....等，內容概括杯測評鑑、生豆挑選到趨勢探討等，完整萃取了咖啡產業的精華，現場業者交流甚歡。



七、時空咖啡館×義賣咖啡豆

「一次喝遍全台灣」精神始終如一，今年舉辦第 **5** 屆，邀請總計 **16** 間，來自台北、台中、台南、高雄及花蓮...等全台 **9** 縣市，涵蓋面積為活動史上最大，其中包含璞豆咖啡日常、terroir 流浪 BAR、恆萃咖啡...等，每日 **4** 家代表店輪流獻藝沖煮秀，讓民眾省去 **394** 公里的路程，展期 **4** 天免費喝遍整座咖啡寶島！同時現場義賣各店家自烘焙精品咖啡豆，活動收入將捐贈公益團體，為社會盡一份心力。



八、可可學院

台灣可可近年多次於世界巧克力大賽中獲取佳績，大會特於今年首次與「屏東縣內埔鄉文化促進協會」合作，於展場設立「可可學院」，針對「可可」開設一系列主題講座，講座議題包括可可歷史、風味品評、風味搭配、產地與應用等，同時也舉辦每日一堂的「可可果英鑰匙圈」手作體驗課程，現場活動回響熱烈。



九、大會服務

(一)、大會紀念品 - 【台灣飲食系列展-台灣造型雙層玻璃紀念杯】

咖啡控/品茗人喫茶首選、逛展試飲必備！台灣飲食系列展-首度推出經典台灣造型雙層玻璃紀念杯，與台灣第一代玻璃工藝品牌『紅琉璃 GOODGLAS(好玻)』聯名，採用熱塑琉璃及窯口工藝，以傳統匠師技法搭配時尚設計，吹製出獨家立體台灣造型底座，結合環保概念，向紙杯/塑膠杯 Say NO！展期大獲好評，破百人購買支持。

(二)、大會紀念品 - 【Ocean 紅酒杯、Eisch 水晶紅酒杯】

販售地點：1 樓 I 區入口處【租杯處】

售價：玻璃杯 NT\$200/只、水晶杯 NT\$250 /只

(三)、大會紀念品 - 【2019 TCRC 獲獎咖啡豆紀念禮盒】

販售地點：4 樓 M 區【紀念品販售處】

售價：NT\$ 2,000/盒(限量 80 盒)

此為『2019 WCE 世界盃烘豆大賽台灣選拔賽』前 6 名選手，親手烘製的賽事原比例配方豆，限量發售，再加贈 2020 台灣國際咖啡展四日免費入場資格，展期一掃而空。

(四)、宅配及寄物服務 - 【台灣順豐】

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，使消費者能安心逛展、輕鬆購物。

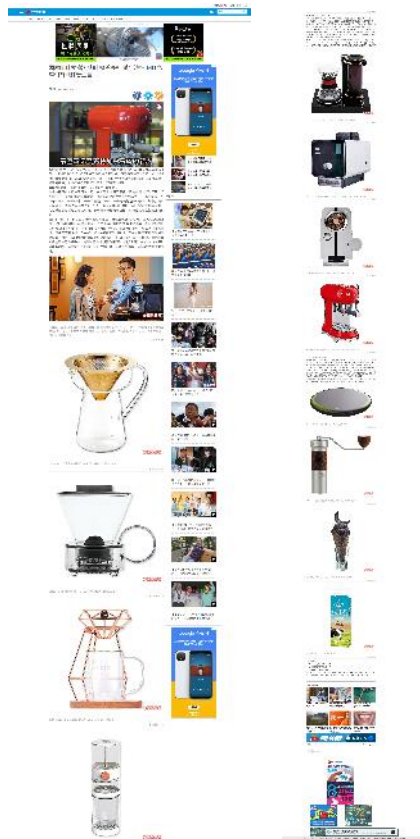
(五)、大會指定合作代駕服務 - 【TWDD 台灣代駕】

大會與「TWDD 台灣代駕」合作，提供展覽期間於南港展覽館有代駕需求之民眾，可享本展專屬優惠，讓消費者享受更舒服的逛展經驗。

肆、媒體公關成效

一、策略報導

展前與指標性媒體《蘋果日報》合作，報導內容涵蓋咖啡、酒廠商特色新品，見報 2 則、動新聞見刊 1 則，為廠商及展覽有效達到展前曝光、創造話題的目標。



二、媒體露出

總計 109 則，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、年代、東森、民視、非凡等。





三、開幕典禮

開幕典禮邀請產業界、政府單位與各國大使與代表等重量級貴賓出席，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；外交部國際合作及經濟事務司陳義方參事、外交部拉丁美洲及加勒比海司謝妙宏大使、尼加拉瓜駐華大使館 William Tapia 大使；瓜地馬拉共和國大使館 Willy Gomez 大使、海地共和國大使館 Rachel Coupaud 大使、帛琉共和國大使館 Dilmei Louisa Olkeriil 大使、駐聖文森國大使館 Elroy Wilson、巴西商務辦事處 Lincoln Bernardes Junior 處長、美國在臺協會農業貿易辦事處 Chris Frederick 總監、美國夏威夷州政府駐台北辦事處雷均處長、駐台北越南經濟文化辦事處 Nguyen Anh Dung 代表、日本茶輸出促進協議會高宇政光代表等來自世界各國大使館、辦事處與產業協會代表出席。



四、領袖聲量

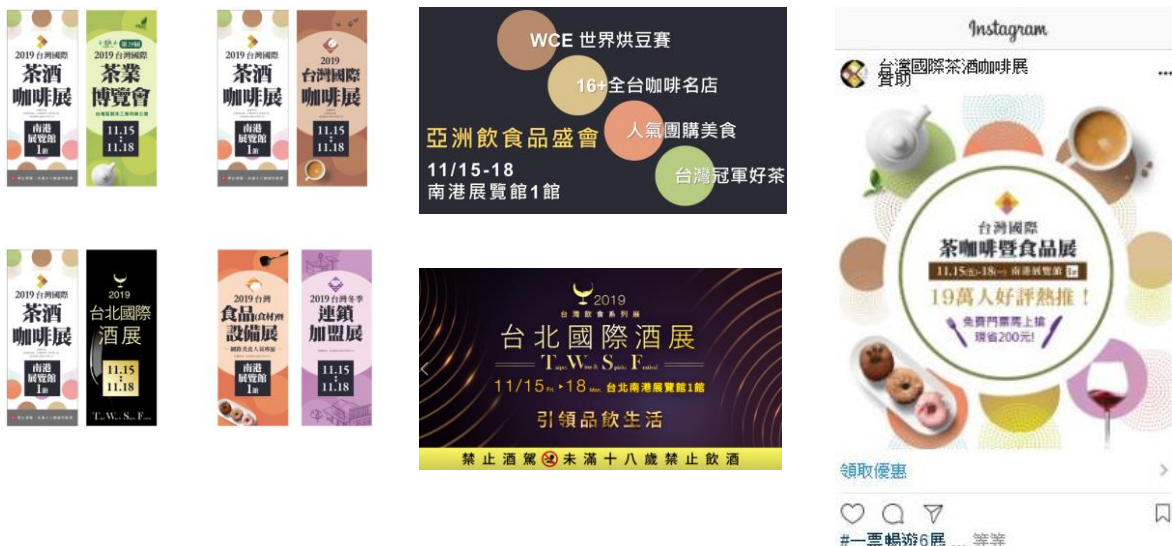
大會秉持接軌產業，每年力邀飲食產業領袖、指標人物參觀蒞臨，如「咖啡空少」、「咖啡大叔」、「咖啡的地圖 Map of Caffeine」...等知名媒體部落客；同時，作為亞洲指標的年度飲食盛會，現場更聚集各業界領袖，包含世界咖啡師冠軍 Agnieszka Rojewska、世界咖啡沖煮冠軍王策、世界烘豆冠軍賴昱權等，同時大會也將展會相關資訊分享至破百個 FB 社團，觸及潛在及專業消費族群，提高整體網路聲量，成功擴大社群討論度。



伍、行銷宣傳成效

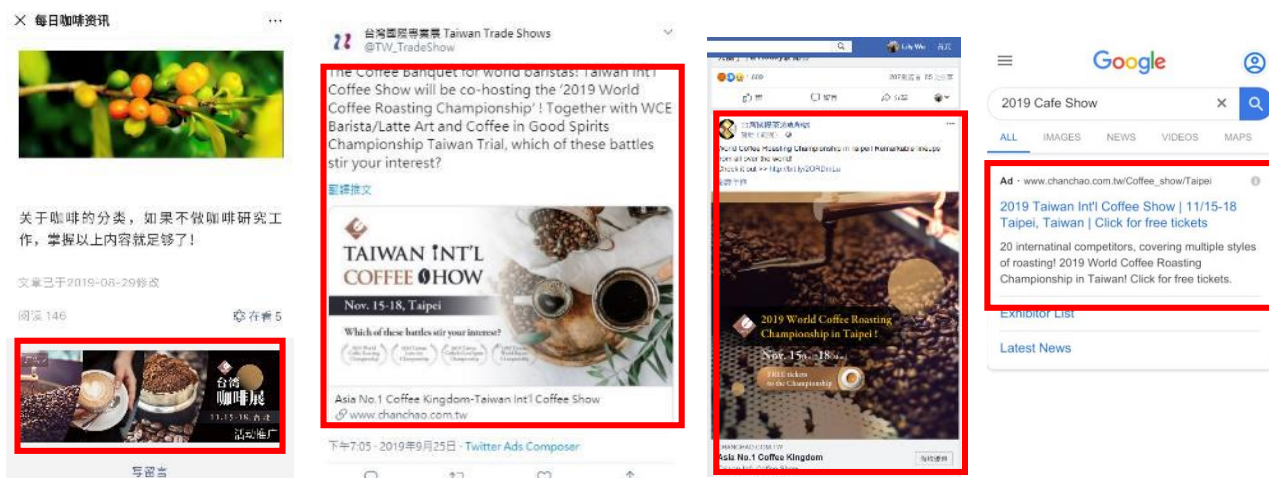
一、大眾廣告

遍佈各大媒體管道，穩固展覽形象並促使曝光量最大化。廣告項目包含電視、報紙、廣播、網路平台(Facebook/IG/聯播網/關鍵字)、路燈旗等 5 大重點管道。



二、國際宣傳

咖啡展持續致力國際宣傳，鎖定全球各咖啡產區咖啡目標客群，於中國、日本、香港、印尼、越南、馬來西亞等國家投放微信、Twitter、Facebook、IG、聯播網及關鍵字廣告，累積約 3,762,955 曝光量，相較去年成長近 20%，有效擴大海外知名度。



三、直效行銷

主辦單位長期深耕產業，網羅北中南全台超過 10,000 家重要飲食品買主業者及客戶，邀請參觀及宣傳，對象包含茶、酒、咖啡、食品、烘焙等業者，更不乏飯店、民宿、大型社區及商圈、福委會等。



四、同異業合作

為開拓更多潛在族群，與各知名品牌合作，締造更多曝光機會，包含《生活報橘》、《PCHome》、《中信園區》、《Global Mall》、《熊媽媽買菜網》、《停車大聲公》及《台灣代駕》等，涵蓋專欄文章、廣告版位等之相關合作；同時，針對今年咖啡月活動邀請部落客《食癮，拾影》、《跟著凱蒂吃胖去》、《Tina's 美好生活》、《Charles 不只是個攝影師大叔》，為咖啡月和咖啡展增加話題與聲量。





五、官方網站曝光量分析

計算時間：2019/10/15-11/18 計算單位：瀏覽量

官方網站	2019 年
台灣國際茶業博覽會	81,280
台灣國際咖啡展	630,449
台北國際酒展	201,554
台灣國際食品暨設備展	163,040
台灣冬季連鎖加盟展	9,600
臺灣國際觀光特產展	4,965

六、FACEBOOK 官方粉絲團曝光量分析

計算時間：2019/10/15-11/18 計算單位：觸及率

官方粉絲團	2019 年
台灣國際茶酒咖啡展	1,473,438
台北國際酒展	163,623
台灣國際食品(食材)暨設備展-網路人氣美食	197,796



台灣飲食系列展 Taiwan Food & Beverage Series

2020 18th

台灣國際咖啡展

TAIWAN INT'L
COFFEE SHOW

FRI. MON.

11.13-16

台北南港展覽館1館

10:00-18:00 (台北市南港區經貿二路1號)



廣度宣傳

近20萬 參觀者
近100萬 會員數據
破萬 家咖啡/餐飲店家
破萬 位粉絲

深度經營

二大領域龍頭共同主辦，
深耕產業、經營產業人脈

亞洲指標
咖啡盛會
強力徵展中

高度曝光

整合國內外廣告宣傳，累積超過
百萬 網路曝光量
上百 則媒體露出

準度客群

各大餐飲相關業者紛沓而至，網羅經營者、
經理、採購等重要買主蒞臨採購

—— 即早報名，享優惠專案！ ——

同期舉辦

- WCE世界盃咖啡台灣選拔賽(咖啡大師/拉花大賽/咖啡調酒)
- TAIWAN COFFEE MONTH咖啡月 系列活動

同期展覽

- 2020台北國際酒展
- 2020台灣國際茶業博覽會
- 2020台灣國際食品(食材)暨設備展-網路人氣美食
- 2020台灣冬季連鎖加盟展
- 2020臺灣國際觀光特產展

業務聯繫

展昭國際企業股份有限公司 02-2659-6000
-分機132 于國雄 aska@chanchao.com.tw 0927-646-757
-分機326 姚宏政 james@chanchao.com.tw 0937-885-268



主辦單位



台灣咖啡協會



展昭國際企業股份有限公司