



11.19 Fri.

11.22 Mon.

10:00-18:00

台北南港展覽館 1館



2021

台灣國際咖啡展

台灣飲食系列展

TAIWAN INT'L COFFEE SHOW

主辦單位



社團法人台灣咖啡協會



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、參觀者分析	3
參、展覽活動成果	5
一、2021 TCA 台灣創意咖啡大賽	5
二、2021 台灣拉花暨世界沖煮冠軍秀	5
三、第四屆咖啡月 4TH TAIWAN COFFEE MONTH	6
四、TICS 好咖地圖	6
五、TICS 好咖加油讚	7
六、TICS 時空咖啡館	7
七、展場新品型錄	8
八、展場限定優惠	8
九、展場活動攻略	9
十、線上展覽館	9
十一、大會服務	9
肆、媒體公關成效	10
一、媒體露出	10
二、開幕典禮	11
三、領袖聲量	11
伍、行銷宣傳成效	12
一、大眾廣告	12
二、直效行銷	12
三、同異業合作	12
四、官方網站與官方 FACEBOOK 粉絲專頁曝光	13

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	2021 台灣國際茶業博覽會
	2021 台灣國際咖啡展
	2021 台北國際酒展
	2021 台灣國際食品暨設備展

※ 四展聯合展出 ※

二、展覽時間：2021 年 11 月 19 日(五) – 22 日(一) 10:00-18:00

三、展覽地點：台北南港展覽館 1 館 1 樓、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/社團法人台灣咖啡協會/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/台灣各茶商業同業公會/天仁茶藝文化基金會/仁愛原鄉茶道協會/元培醫事科技大學/財團法人台灣養殖漁業發展基金會

七、參觀方式：

(一) 線上代碼索票：展前取得邀請代碼，完成資料填寫後，展期即可憑「入場憑證 QR Code」免費入場參觀乙次。每人至多可索取 4 組邀請代碼，享四日免費入場參觀資格。

(二) 海外買主預先登錄：持有外國國籍或公司設立於海外者，完成資料填寫後，展期即可憑『入場憑證 QR Code』入場參觀。

(三) 現場購票：全票 NT\$200、優惠票 NT\$100。

※ 優惠票資格：65-69 歲民眾，或持身心障礙手冊者及陪同者一名。

※ 免費資格：70 歲(含)以上長者及 12 歲(含)以下兒童免費參觀 (需出示證件)。

貳、展出規模分析

一、參展廠商數據

(一)、展出攤位數：

2021 台灣國際咖啡展，總計 827 個攤位展出。

(二)、展出廠商數：

2021 台灣國際咖啡展，總計 242 家廠商展出。

(三)、國外廠商統計：

匯集巴西、美國、印尼、秘魯、瓜地馬拉、宏都拉斯、薩爾瓦多、印度共 8 國。



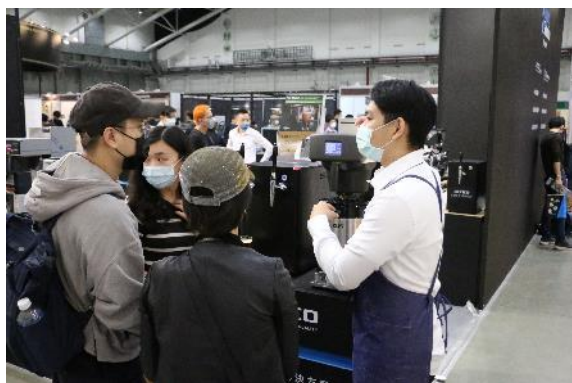
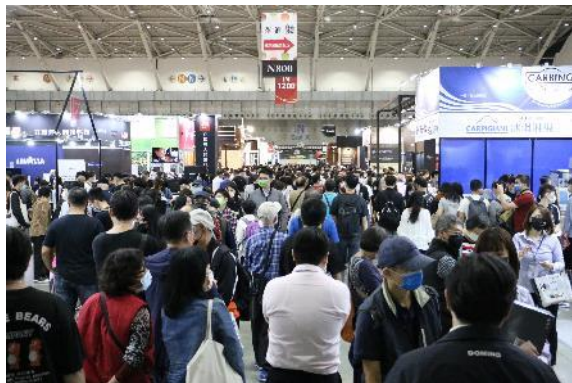
二、參觀者分析

(一)、參觀者來源

2021 台灣國際咖啡展以專業形式展出，吸引大型餐飲及飯店集團紛沓而至，例如：路易莎、星巴克、天仁茶業、大潤發、福華大飯店、國賓飯店、遠東香格里拉大飯店、大倉久和飯店、美福飯店、喜來登飯店、君悅飯店等；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。

(二)、國外參觀者統計

總計 **109** 位國外參觀者，涵蓋包含：中國、馬來西亞、日本、加拿大、美國、菲律賓、新加坡、印尼、南韓、越南等國家。



參、展覽活動成果

一、2021 TCA 台灣創意咖啡大賽

秉持著促進台灣咖啡產業交流，大會於 11/19(五)、11/20(六)舉辦《2021 TCA 台灣創意咖啡大賽》，邀請總計 10 位咖啡好手登場，輪番展現咖啡調飲的創造力。最終由陳茵聖(興波事業有限公司)拿下冠軍頭銜；王滢蓁(成真咖啡國際有限公司)、高子瑀(興波企業社)共列第二名；古曼暄(興波有限公司)名列第三名。



二、2021 台灣拉花暨世界沖煮冠軍秀

為展現咖啡產業多元面貌，本屆展覽特舉辦《2021 台灣拉花暨世界沖煮冠軍秀》邀請五位冠軍拉花選手林紹興(2020 WCE 世界盃拉花大賽—台灣選拔賽 冠軍)、邱祥安(2018 WCE 世界盃拉花大賽—台灣選拔賽 冠軍)、謝溢宸(2020 TCA 拉花邀請賽—冠軍)、陳顯元(2019 WCE 世界盃拉花大賽—台灣選拔賽 冠軍 & 世界亞軍)、鄭智元(2016 & 2017 WCE 世界盃拉花大賽—台灣選拔賽 冠軍)；及世界沖煮大賽冠軍 王策(2017 WCE 世界盃沖煮大賽—台灣選拔賽 & 世界冠軍)，於展期 11/21(日)、11/22(一)登場。多位冠軍好手，除了於現場展演拉花技藝、沖煮技巧，更與現場咖啡愛好者們交流咖啡產業趨勢，讓參觀者一睹選手的魅力風采外，更可以深化自身產業知識。



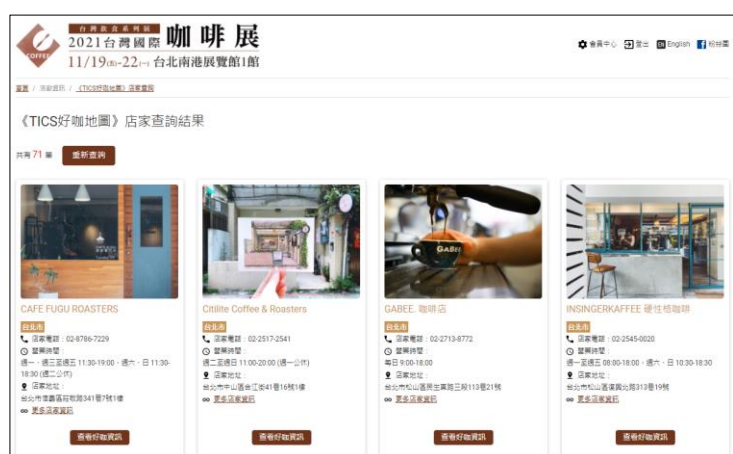
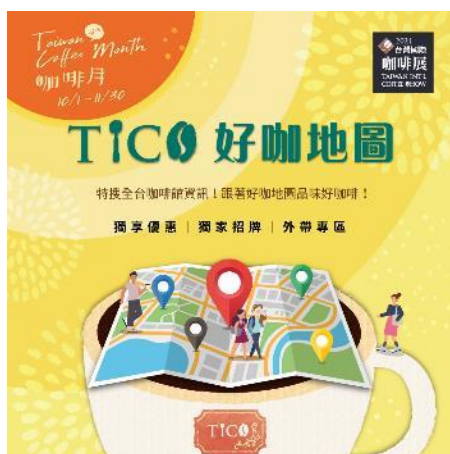
三、第四屆咖啡月 4th Taiwan Coffee Month

由台灣國際咖啡展延伸出來的主題活動《第四屆咖啡月 4th Taiwan Coffee Month》以「號召『好咖』一起挺『好咖』！」的精神為主軸，推出系列活動：①TICS 好咖地圖 ②TICS 好咖加油讚 ③TICS 時空咖啡館 ④台灣國際咖啡展，活動期間為期整整兩個月(2021/10/1-11/30)，透過不同的主題形式，串聯店家與消費者。



四、TICS 好咖地圖

《TICS 好咖地圖》扣合第四屆咖啡月的主題，「TICS」是台灣國際咖啡展的縮寫；「好咖」則有兩個意思，意味著：「好的咖啡、咖啡館、咖啡店、咖啡人...等」，同時也代表著樂於品味咖啡的「咖啡迷」，透過公開募集全台近百家咖啡館的獨家資訊，提供店內優惠、招牌品項資訊等資訊，為店家提供更多被看見的機會。活動總計近百間店家共同響應，創造大量的討論話題！



五、TICS 好咖加油讚

《TICS 好咖加油讚》活動於展前開跑，活動時間於 2021/10/1 至 11/7 截止。在後疫情時代，鼓勵所有咖啡愛好者，透過公開發文推薦咖啡館的方式，支持自己的咖啡愛店，讓優質的咖啡店家，有機會被更多咖啡愛好者看到！活動觸及全台各地的咖啡展粉絲群，一同發文響應。



六、TICS 時空咖啡館

今年已邁入第 7 屆的《TICS 時空咖啡館》，為咖啡展經典的人氣活動。帶領參觀者以咖啡香環遊全台 11 縣市、16 家人氣咖啡館，推廣全台特色咖啡館。本次活動登場店家有：來自雙北地區的「充滿豆豆咖啡館」、「咖啡先生」、「馬可手作珈琲」，來自新竹的「拾穗咖啡」、宜蘭的「佐佐清水」、苗栗的「應景咖啡」，中部地區的「94icafe 進化店-烏干達咖啡」、「奇楨咖啡」、「家裡咖啡」與「卡夫瓦咖啡」，來自台南的「OC Blooming 好喝至上」、高雄的「Atti 咖啡研究工坊」、「Terroir 流浪吧」與「神諭咖啡」，來自屏東的「恆春 | 伯虎在二樓」，以及花蓮的「吉野咖啡」，於展覽四天，輪流登場進行精品咖啡沖煮表演，讓參觀者可以省去 394 公里的路程，認識全台 11 縣市的美好風味！



七、展場新品型錄

大會針對專業買主，獨家彙整 2021 年度最新話題新品，製作線上線上型錄《**展場新品型錄**》。精選 50 項咖啡設備、器具、原物料、成品...等產品內容，提前為採購業主，掌握 2021 年採購趨勢。



八、展場限定優惠

大會也為精打細算的小資族群推出《**展場限定優惠**》線上型錄。獨家統整，本屆咖啡展 50+ 展出品牌的優惠資訊，如：咖啡展獨家優惠、超值折扣...等多項展場限定優惠資訊，幫助參觀者可於逛展前，輕鬆規畫採購方案。



九、展場活動攻略

大會統整眾多廠商於攤位現場舉辦之精采活動內容，提前曝光展會亮點活動，如：知名咖啡師駐點表演、專業課程講座、新品發布會、趣味互動活動...等。為參觀者提供更多元的方式，與現場登場廠商進行互動。



十、線上展覽館

今年因應疫情，特設立《線上展覽館》，提供國外買主一個線上互動平台。



十一、大會服務

(一) 咖啡杯售杯處

響應環保愛地球，今年特別與知名品牌「陶作坊」合作，每日開放限量販售名額，可購買限定杯款。於展期四日吸引近 **4,000** 名民眾購買，帶動咖啡愛好者一起響應環保。

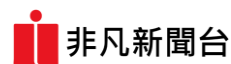
(二) 宅配及寄物服務

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，使消費者能安心逛展、輕鬆購物。

肆、媒體公關成效

一、媒體露出

總計共破百則新聞露出，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、三立、東森、民視、非凡、壹電視等。



二、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，包含主辦單位代表台灣區製茶工業同業公會陳雲康理事長、社團法人台灣咖啡協會吳怡玲副理事長、展昭國際企業股份有限公司林茂廷總經理，與來自外交部、政府單位與世界各國大使館、辦事處與產業協會代表出席。



三、領袖聲量

秉持著接軌產業、與時俱進的精神，大會每年力邀飲食品產業領袖、重要人士參觀蒞臨與合作。今年，大會特別邀請「AD Cafe」統整十大咖啡展必逛亮點！提前為展會造勢宣傳也為參觀者提前掌握今年的展出亮點。此外，展會也聚集許多咖啡產業重要靈魂人物，如：WCE 世界盃沖煮大賽冠軍 王策、WCE 世界盃測師大賽冠軍 劉邦禹、WCE 世界盃咖啡大師大賽冠軍 吳則霖及 WCE 世界盃烘豆大賽冠軍 賴昱權與參觀者交流各項產業知識。大會也於展前同步於相關 FB 社團宣傳展會資訊，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。包含電視、網路平台、路燈旗等等重點管道。



二、直效行銷

主辦單位長期深耕產業，網羅北中南全台**破萬家**合作通路商與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、烘焙等業者等。



三、同業合作

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《台新銀行》、《台灣大哥大》、《食力》、《友讀》、《智生活》及《拿拿科技行銷股份有限公司》等，涵蓋專欄文章、廣告版位等之相關合作。

四、官方網站與官方 FACEBOOK 粉絲專頁曝光

計算從展前 2021/10/19 至 2021/11/22 展覽期間，官方網站與官方粉絲專頁，兩大平台分別共創造**破百萬**瀏覽量。

