

展後
報告

T_{aipei}
W_{ine &}
S_{pirits}
F_{estival}

 2019

台灣飲食系列展

台北國際酒展

11/15_{Fri.} ▶ 18_{Mon.}

10:00 - 18:00

台北南港展覽館1館

主辦單位 展昭國際企業股份有限公司

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.....	6
一、台北國際酒展年度嚴選.....	6
二、品酒教室.....	6
三、年度新品型錄.....	6
四、展場獨享優惠.....	7
五、攤位活動快訊.....	7
六、飲食沙龍.....	7
七、大會服務.....	7
肆、媒體公關成效.....	9
一、策略報導.....	9
二、媒體露出.....	9
三、開幕典禮.....	10
伍、行銷宣傳成效.....	11
一、大眾廣告.....	11
二、國際宣傳.....	11
三、直效行銷.....	12
四、同異業合作.....	12
五、官方網站曝光量分析.....	13
六、FACEBOOK 官方粉絲團曝光量分析	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	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)、台北國際酒展展出廠商數及攤位數：總計 **795** 家。

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	小計	
2017	86	33	23	10	152	254
2018	91	33	22	9	155	260
2019	91	35	26	6	158	281

二、參觀者數據

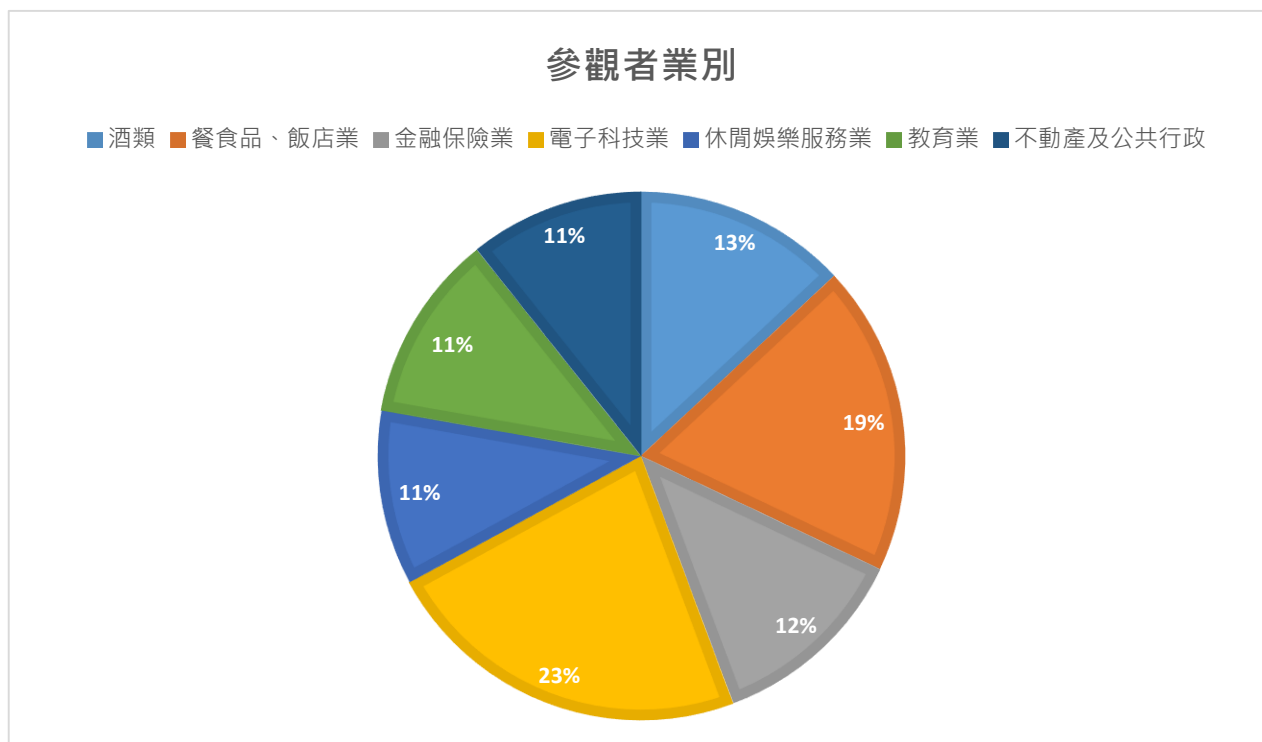
(一)、總參觀人數

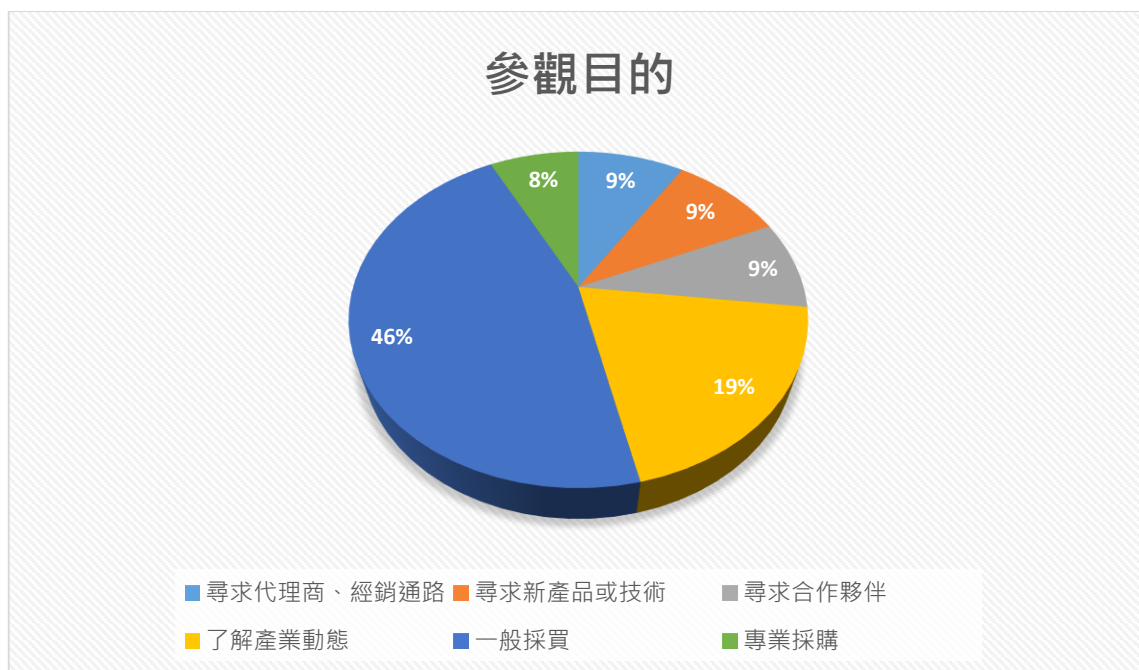
總參觀人次共計 **207,847** 人 (成長 4%)，每日人潮皆較去年成長，再次創下人潮高峰新紀錄。

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

參觀者業別以酒類業者為主，另以餐飲食品、飯店旅宿等相關業為輔，形成一場大型業界交流盛會！但也吸引許多高消費力的電子科技或資訊通訊業、金融保險業的管理階層前來參觀。參觀目的以酒類採買、了解市場脈動為大宗，其次則為專業採購，尋求合作夥伴、代理商、新產品，更顯示「台北國際酒展」已是洽商採購的重要管道。





(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、台北國際酒展年度嚴選

於展覽前收集百隻紅酒、白酒、氣泡酒、甜酒，邀請 8 位評審進行分組盲測，共選出 24 支經典酒款。

評審團隊分別由【業界達人媒體】與【素人評審團】共同擔綱，在客觀專業的評鑑架構內，讓評比機制更加反映台灣消費市場實際喜好與需求。



二、品酒教室

嚴選 26 堂專業課程，從品種到主題，透過近距離與民眾解說的方式，讓酒客更加理解熟悉各品牌酒款！



三、年度新品型錄

有鑑於本展往往是業界職人尋找新原物料、設備器具、產業趨勢的年度指定場域，大會特別為專業買主盤點 2019 下半年最新、最夯話題新品，製作線上「年度新品型錄」；此次曝光超過百款咖啡、茶、酒、食品等新品，供準備汰換店內器具設備或店內酒單的業者、正在尋找獨特酒款採購商或飲食品業趨勢觀察者收藏；同時更為參與廠商爭取媒體曝光機會，在展前和指標

媒體蘋果日報合作企劃「策略報導」為本年度新品提前曝光。

四、展場獨享優惠

品牌這麼多，優惠哪裡找？展場怎麼買才划算？【展場獨享優惠】一次公開各大茶酒咖啡食品品牌展期優惠資訊，如限量頂級茶禮盒、世界產區經典酒款、食品製造業獨家代理旗艦機型，以及咖啡成品、原料及設備器材等優惠折扣、省錢法門，讓參觀者提前做好功課，聰明省荷包，更為參與廠商爭取媒體曝光機會！

五、攤位活動快訊

彙整超過 30 場次咖啡品牌及酒商舉辦之期間限定活動，包含 VIP 品酒會、專業課程講座、烘豆展示說明、咖啡沖煮秀、葉門精品咖啡杯測會等，更不乏如世界盃咖啡調酒大賽台灣冠軍吳柄頡等明星咖啡大師親臨現場展演。

六、飲食沙龍

大會推行飲食沙龍已行之有年，承襲往年熱潮，此次網羅世界咖啡大師、產地莊園主、飲食業先進等重量級卡司陣容，深度剖析咖啡及酒產業技術、創業歷程、市場趨勢、生活文化等超過 20 堂主題，三天議程主題涵蓋生豆採購、杯測評鑑會、莊園管理及葡萄酒暨烈酒貿易推廣會，出席代表來自法國、西班牙、德國、奧地利、阿根廷、智利、義大利、美國、英國、日本、澳洲、葡萄牙、南非、加拿大、巴西、比利時、瑞士等國家。此次飲食沙龍總計吸引約 600 位聽眾報名參與，是飲食業界人士不可錯過的重要產業新知來源。

七、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。

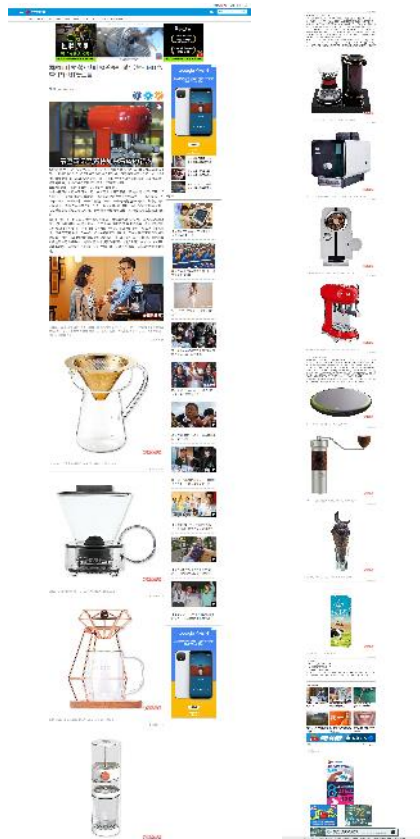
(五)、大會指定合作代駕服務 - 【TWDD 台灣代駕】

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

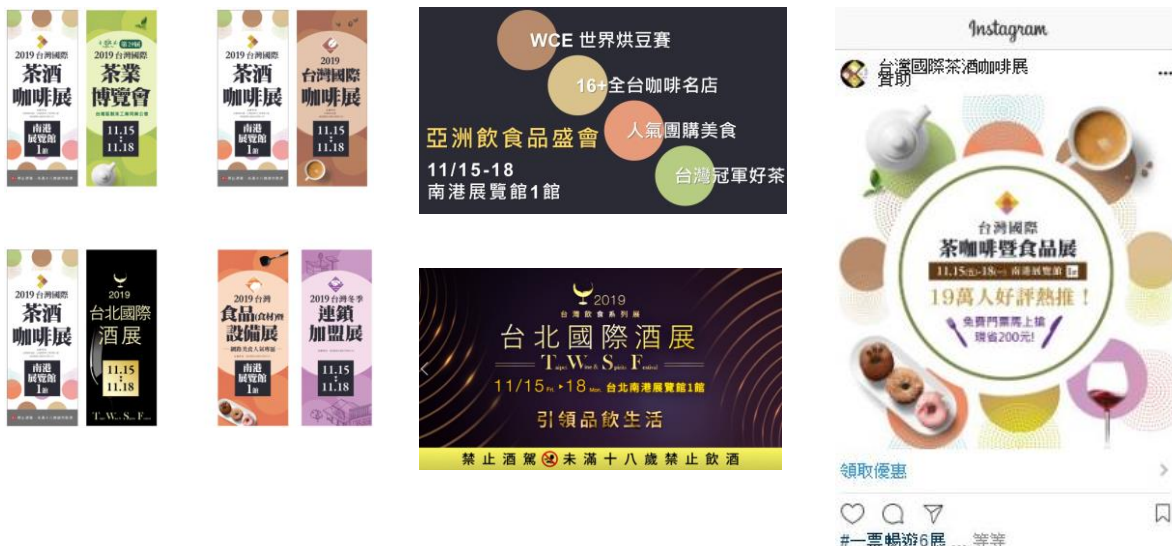
開幕典禮邀請產業界、政府單位與各國大使與代表等重量級貴賓出席，包含主辦單位台灣區製茶工業同業公會陳振芳理事長、台灣咖啡協會吳怡玲理事長、展昭國際企業股份有限公司林茂廷總經理；外交部國際合作及經濟事務司陳義方參事、外交部拉丁美洲及加勒比海司謝妙宏大使、尼加拉瓜駐華大使館 William Tapia 大使；瓜地馬拉共和國大使館 Willy Gomez 大使、海地共和國大使館 Rachel Coupaud 大使、帛琉共和國大使館 Dilmei Louisa Olkeriil 大使、駐聖文森國大使館 Elroy Wilson、巴西商務辦事處 Lincoln Bernardes Junior 處長、美國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。



伍、行銷宣傳成效

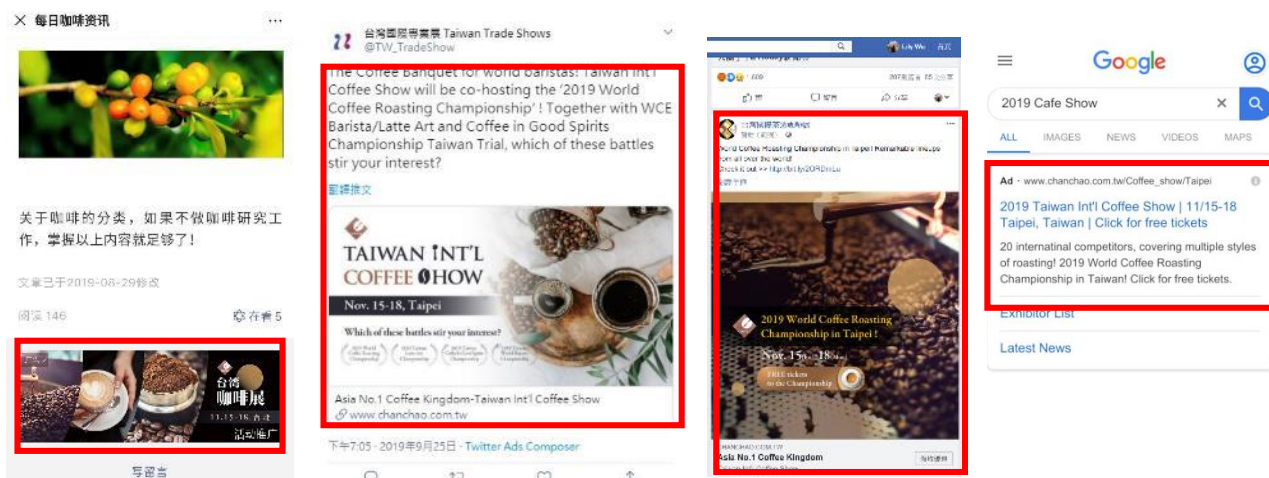
一、大眾廣告

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。



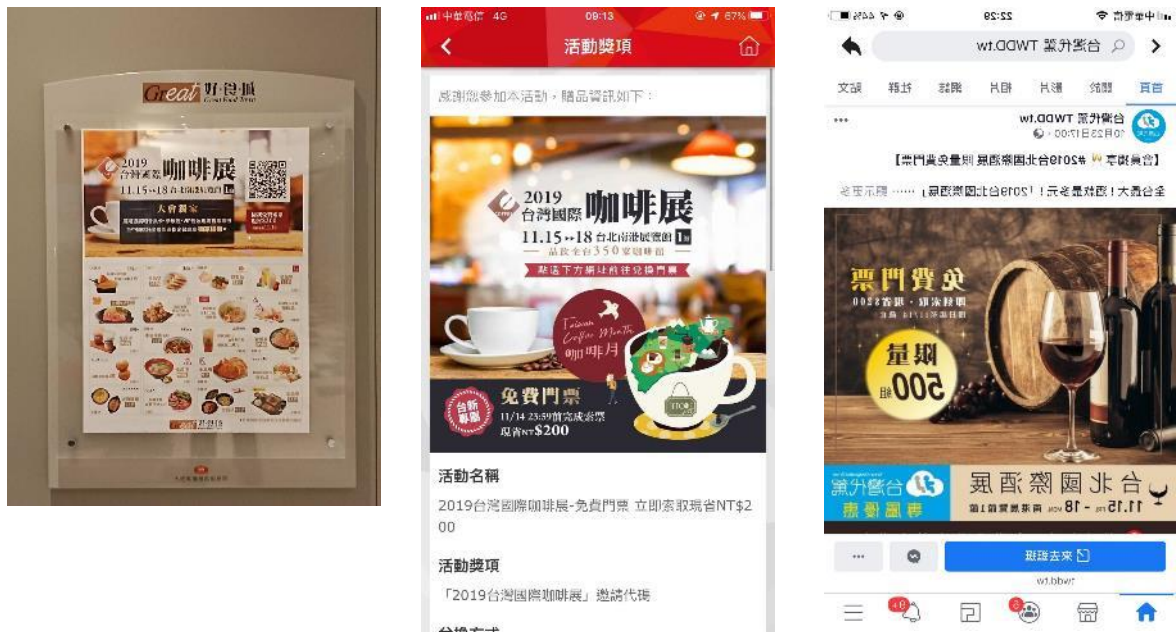
三、直效行銷

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



2020

Taipei
Wine &
Spirits
Festival

2020
台北國際酒展 純酒展
4/17 Fri. ▶ 20 Mon. 台北世貿一館

台灣最大規模酒展 創造上半年酒業淡季內需

接續第17年台北國際酒展號召力，2019台北國際酒展-純酒展，參展廠商共111家，參觀人潮達32,074人，官方網站瀏覽量達173,338人次，為前半年最大規模酒展。透過密集的議題宣傳、社群討論推播、業界達人聯合推薦、大眾媒體如電視、廣播、報紙、燈旗廣告、獨立酒產業展覽設定，不與其他產業展覽合展，吸引大量精準客群參與台北國際酒展-純酒展，逐步拓展前半年用酒需求。

一、傑出的展覽條件

1. 擁有台北酒業酒展人潮與曝光量，觸及大量的目標客群
2. 投入酒類活動中大量的廣告宣傳和提供親民的入場條件，提高目標客群參觀和消費意願
3. 唯一四大酒種展區劃分，唯一世貿獨立產業酒展，觸及精準客群
4. 免費品酒教室，提供民眾最基礎的品酒教育，吸引新客群，擴大新市場
5. 展期四天，提供業者與消費者最便利的參觀選擇
6. 唯一全台北、台中、高雄巡迴展，深度耕耘酒類內需市場

二、活動時間、地點

布置時間：109年4月16日(四)，單一日場佈
展出時間：109年4月17日(五) - 4月20日(一)
展出地點：台北世貿一館

三、主辦單位

展昭國際企業股份有限公司

四、展出項目

葡萄酒、威士忌、啤酒、日本酒、高粱、烈酒、水果酒、特色酒莊、飲酒器具

五、展區規劃

1. 葡萄酒區 2. 威士忌與烈酒區 3. 日本酒區 4. 啤酒區
5. 品酒教室 6. 消費者社群服務 7. 餐酒美食區

