

台灣省土木技師公會

寄件者: 孟平孫 [no78130@gmail.com]
寄件日期: 2015年4月30日星期四 下午 3:33
收件者: mail@twce.org.tw
主旨: 中華民國不動產展覽交流協會展覽簡報
附件: 2015台北國際房地產博覽會簡報 -0309.pdf

孫孟平 Rich Meng

虹展國際企業有限公司

台北市士林區承德路四段 236 號 8 樓

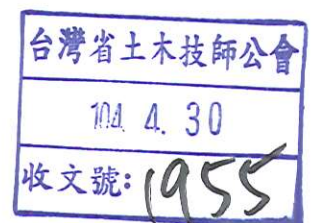
TEL +886 (2) 2881-3576 ext.217

Fax +886 (2) 2883-9215

Mob +886 930827701

Mail: no78130@gmail.com

統一編號：24755772

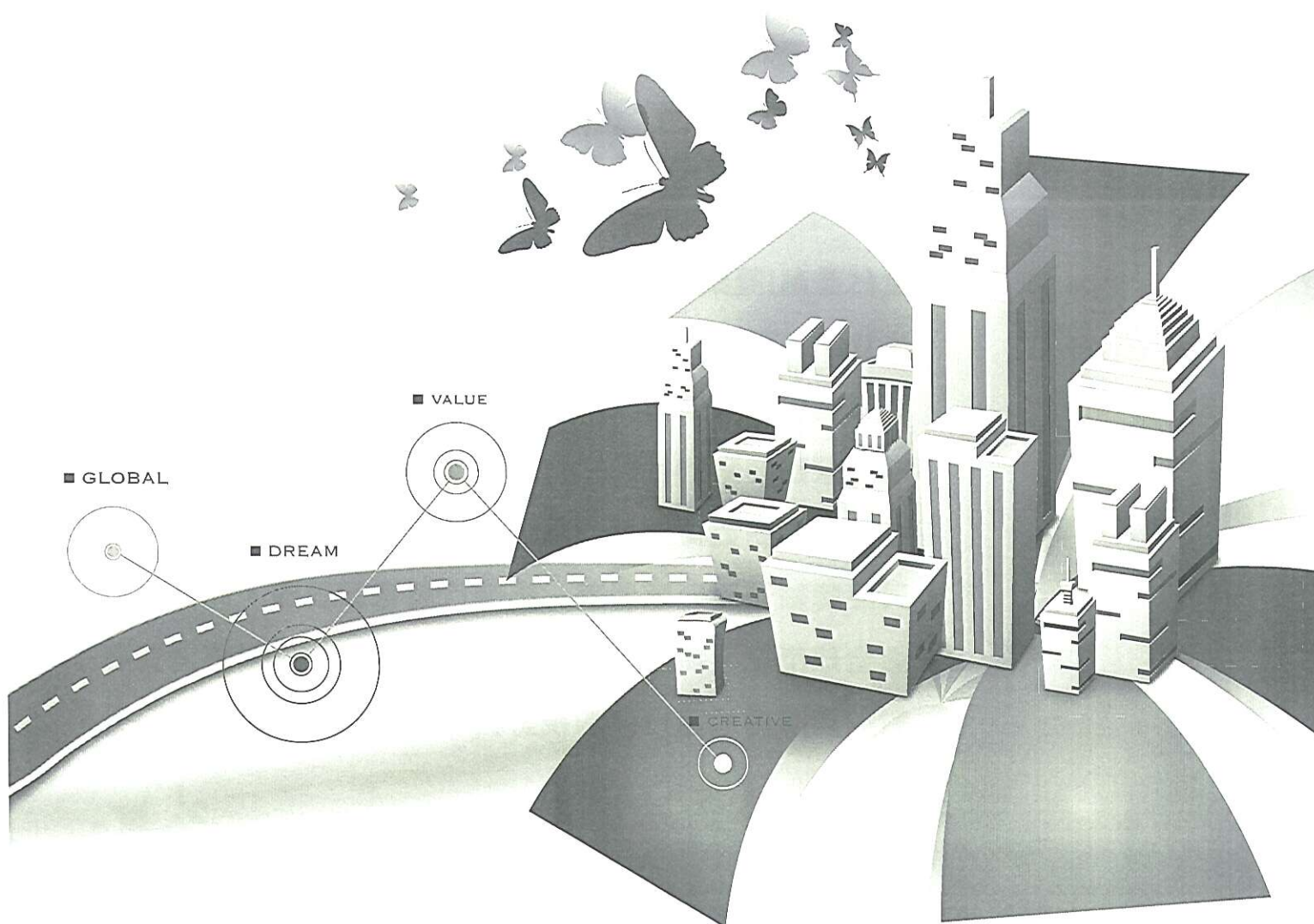




台北國際
**房地產
博覽會**

Taipei International Estate Expo

2015/6/12-15 花博公園爭艷館



回顧過往，台灣從未有過聚集優質房地產相關業者的專業展示平台；前瞻未來，因此開闢匯合全台各地嶄新建案的暢銷管道。「國際房地產展」將成為全台創舉。此外，房地產市場的前景有賴於城市建設的推動，優良的城市規劃有助於提升房地產市場的發展，為了增進活動的深度與可看性，「城市論壇」因此孕育而生。「國際房地產展」搭配「城市論壇」，兩場內容豐富可期的活動所構成的「2015台北國際房地產博覽會」將精彩登場。

壹

國際房地產展(International Estate Show)

展覽目的

凝聚全台灣業者 展現房地產價值
跨區域多元建案 最優質統合行銷

全台首創!凝聚業界力量，展示房地產價值的應有行情，建立業者建案的優質品牌形象，提升消費者對房地產的購買信心。打破傳統單一建案定點銷售的模式，統合各地區豐富建案的行銷，方便消費者進行多樣化的評比與選擇，開創買賣雙贏的局面，進而引導消費者轉介建案與品牌給予親戚或朋友，拓展行銷客源版圖。此外，前進全球市場，將海外房地產建案導入台灣，擴展消費者對於國際房地產投資的視野與機會，增進消費者向海外



置產的便利性，亦讓台灣房地產接觸國際買主，進行真正國際雙向的交易，成為最國際化的房地產展。本展計畫打造一個全台最具指標性的房地產展示、宣傳、交易的絕佳平台，讓消費者可以了解台灣各地優質房地產建案，收集市場情報，瞭解價格行情，並享受優惠及便捷的服務。

展覽時間

2015年06月12~14日(週五~週日) 10:00~18:00

2015年06月15日(週一) 10:00~16:00

展覽地點

台北花博公園爭豔館

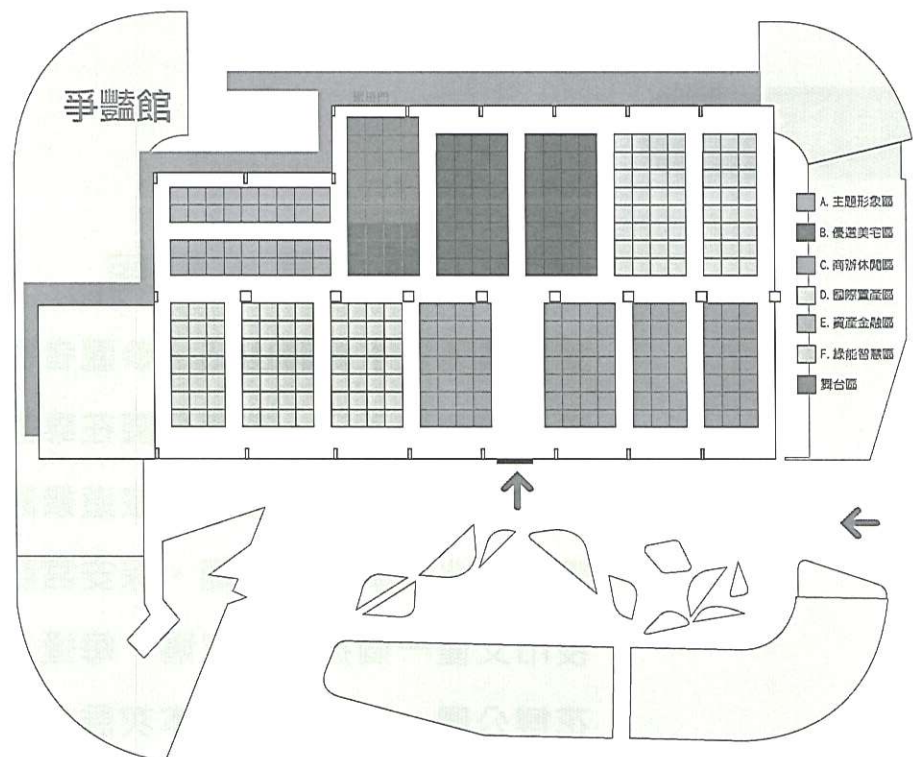
緊鄰捷運淡水線圓山站，參觀者從1號出口步行即可到達展覽會場入口。花博公園在舉辦花卉博覽會之後，已經成為台北市著名的觀光旅遊景點，加上台北市立美術館、台北故事館、孔廟、保安宮臨近花博公園，而士林夜市又僅一個捷運站之隔，每逢假日湧入大量遊客參觀花博公園，無形中亦是本次展會的潛在參觀者。



展覽內容

六大展示範疇 提升展會可看性

- A. 主題形象區：各類型不動產開發的建設集團
- B. 優選美宅區：建築美學&工藝精湛的優質住宅
- C. 商辦休閒區：商(廠)辦、購物、休閒等商用建築
- D. 國際置產區：國際房產與台灣市場雙向接軌
- E. 資產金融區：土地資產交易及金融服務的平台
- F. 綠能智慧區：綠能及智慧建築相關應用展示





展覽規模

總面積：6,030平方公尺

攤位數：330

參觀者：100,000 (預計)

主辦單位

中華民國不動產展覽交流協會

虹展國際企業有限公司

指導單位

內政部 (邀請中)

協辦單位

中華民國不動產開發商業同業公會全國聯合會

中華民國全國建築師公會

社團法人台灣智慧建築協會

財團法人台灣建築中心



支持單位

臺北市、新竹縣、苗栗縣、臺中市、臺中縣、南投縣、
臺南市、高雄縣、台東縣等不動產開發商業同業公會

宣傳活動

國際行銷

台灣位於亞太樞紐，吸引外資來台設立分公司。我國並未限制外國投資房地產，而外國人投資的方式可分為直接投資，或透過投資國內投資事業而國內事業之經營業務項目涵蓋不動產。本活動將透過各國或地區的在台商會，將展覽訊息傳遞給外資在台企業，吸引入場觀展，進而投資台灣房地產。

大陸行銷

1. 針對在台的大陸企業：

目前約有300家陸資企業在台設立辦事處，其一部分功能在於協助母公司或當地政府對台採購及尋找投資標的。由於本次展會匯集全台各



地優質建案，對於大陸企業投資台灣房地產其有一定程度的吸引力。展會將透過台灣陸資來台投資採購服務協會將展覽訊息發送予在台大陸企業。

2. 針對投資台灣有興趣的大陸企業：
透過管道，在上海、天津、北京、重慶、泉州、寧波等地宣傳，邀請當地企業前來觀展投資。
3. 針對大陸台商：
透過各地台商協會宣傳本此展會，進而邀請大陸台商返鄉置產。
4. 發佈大陸新聞稿：
預計於中國大陸40個以上知名新聞入口網站刊登。

國內行銷

1. 活動官網
2. 臉書粉絲團
3. 新聞稿露出
 - (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商、Upaper、爽報
 - (2) 雜誌：住展、富比土地產王、壹週刊
 - (3) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網

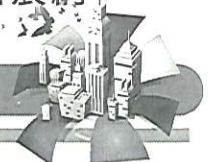


地優質建案，對於大陸企業投資台灣房地產其有一定程度的吸引力。展會將透過台灣陸資來台投資採購服務協會將展覽訊息發送予在大陸企業。

2. 針對投資台灣有興趣的大陸企業：
透過管道，在上海、天津、北京、重慶、泉州、寧波等地宣傳，邀請當地企業前來觀展投資。
3. 針對大陸台商：
透過各地台商協會宣傳本此展會，進而邀請大陸台商返鄉置產。
4. 發佈大陸新聞稿：
預計於中國大陸40個以上知名新聞入口網站刊登。

國內行銷

1. 活動官網
2. 臉書粉絲團
3. 新聞稿露出
 - (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商、Upaper、爽報
 - (2) 雜誌：住展、富比土地產王、壹週刊
 - (3) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網



4. 招商記者會：

- (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商
- (2) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網

5. 廣告露出

- (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、Upaper、爽報
- (2) 雜誌：住展、富比土地產王、壹週刊
- (3) 網路：爽報首頁Banner連結

6. 活動專刊夾報：10萬份（雙北市地區）

7. 大會會刊：

- (1) 5萬份隨壹週刊發行雙北市地區
- (2) 2萬份於會場內發放

8. 路燈旗：3000組

- (1) 忠孝西路一至二段
- (2) 忠孝東路一至四段
- (3) 忠孝東路五至七段
- (4) 仁愛路三至四段
- (5) 南京東路一至六段
- (6) 中山北路五至七段
- (7) 松壽路



9. 展前記者會：

- (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商
- (2) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網

10. 開展記者會：

- (1) 電視：東森、非凡、華視
- (2) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商
- (3) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網

11. 展後報導：

- (1) 報紙：蘋果、自由、聯合、中時、經濟、工商
- (2) 網路：蘋果、聯合新聞網、中時電子報、雅虎、PCHOME、新浪網

支持媒體

壹傳媒集團（壹週刊）

FBS富比士地產王



參展效益

增進消費者購置房地產的信心

由於政府打房政策實施三年來，使得消費者對於房地產投資意願降低。本次活動藉由集合產業群聚的力量，展示優質的企業品牌形象，加上精湛工藝的建案，若再祭出相關優惠措施，共同為熱絡市場景氣盡力，可望提升消費者購置房地產的信心。

提升企業品牌的知名度

品牌是一種無形的資產，卻在消費者進行購買行為時產生催化的效用。因此，品牌消費的趨勢日益明顯，包括房地產相關產業亦復如此。良好的品牌具有無可動搖的優勢及價值，但仍須不斷地透過優質的宣傳管道經營品牌的知名度，避免被其他品牌取代地位，而展覽正是維繫企業品牌知名度的絕佳平台。

凸顯個別企業建案的市場價值

每個建案因使用不同的工法、材質，或因建案所處



區域，在價格定位上而有所不同。然而，對於同一區塊的多家業者建案，消費者在比較時在意點仍是價格偏向為主，忽略業者品牌、施工品質、材料等級等的差異。展覽正是向消費者展示建案的市場價值的宣傳管道。

統籌跨地區建案增進銷售業績

大型企業在不同地區而推出優質建案，但卻在銷售時卻多採取單點推案的行銷手法。參加展覽可同時展示跨地區的多樣化建案，進行統合式的業務行銷。此外，透過展覽多元化的宣傳方式，預計將吸引大量目標參觀者進場參觀。企業可推出多項優惠措施，提高消費者購買的意願，進而促成消費者達成交易，增加企業建案的銷售業績。

引發消費者購屋時的品牌認同

參展最可直接面對消費者，而品牌形象也因此深入消費者的心中。除了價格的評估外，選擇自住者會考量過往購屋時建案的品質，因此企業品牌的認同度便會發揮作用，而鎖定投資目的的買家曾因優質建案而獲利者，為了未來獲取更高的增值空間，也會選擇曾經置產的企業品牌。



促進國際房產與台灣市場的品質交流

消費者對於海外置產投資的觀念日漸興起，促使專職業者相繼成立，或使既有的房地產業者增加海外業務的範疇。展覽不僅有利於專職業者提升買賣交易，亦可協助具有海外業務的企業促進消費者海外置產意願的契機，多元化地展現企業版圖。

蒐集大量的目標客戶資訊

對於大筆金額的交易，買家通常會進行詳細評估後，才會進一步下訂。由於展覽宣傳管道以目標消費者為主，因此儘管參觀者在展覽現場採取觀望的態度，但業者仍可以透過介紹建案的同時，使這些目標消費者留下個人相關資訊，可讓業者在會後進行後續追蹤行銷。

發揮群聚經濟的行銷效益

許多相同或不同類型的企業，因空間上的集合會獲得利益，稱為群聚經濟效益。本次博覽會涵蓋住宅建案、休閒建案、商業中心、國際房地產、土地投資、綠色建築等六大範疇，因物件類型種類多且集中展示，可望吸引更多目標參觀者進場，使業者獲取更多的成交業績。



導引消費者轉介其他目標客戶

不論是因為企業品牌形象，或是看好未來增值空間，或者由於企業推出誘人的優惠措施，消費者通常會將建案訊息引介給有置產需求或意願的親朋好友。而消費者通過親朋好友之間的交流將企業的產品信息、品牌傳播開來，這種行銷方式成功率高、可信度強。

吸引國際買家投資台灣房地產

首場集合全台灣優質建案的盛會，可望讓國際買家看到台灣房地產的價值，進而吸引國際買家進場投資，特別是中國大陸地區的買家，對台灣房地產極具興趣。展覽不僅為國內消費者提供國際房地產資訊，亦可讓國際買家在台置產的絕佳契機。

參展費用

(一) 攤位規格：每一標準攤位為3米寬、3米長、2.5米高

(二) 攤位費用

1. **空地攤位** 每攤位NT\$44,100元 (含營業稅5%)

- 最少需訂購2個以上攤位，空地一塊無任何隔間，提供500瓦電力不含插座。



2. **標準攤位** 每攤位NT\$47,250元 (含營業稅5%)

- 基本裝潢配備：公司全銜一組、含一個三面隔牆高2.5M、地毯、三盞投射燈、500瓦電力110V插座一個、接待桌椅各一張。

3. 加收費用：

- 面臨走道：每攤位NT\$3,150元
- 搭建兩層攤位：搭建面積每1M² NT\$2,450元
- 裝潢超過4米：每座NT\$105,000元

貳**城市論壇(City Forum)****活動目的**

六都身為台灣重要的直轄市，引領全台的城市發展。每座城市都有其獨特的氛圍。復舊讓城市別有風情；蛻變讓城市增添光采。建設是成長的動力，也是每一位都會首長積極努力的政績。對於城市的前景，每一任的首長都有其心懷的藍圖。然而，陌生不再只是人與人之間的距離，也是對於自身所處的都市有何建設的感知。對新任或續任的市長而言，論壇不僅是都會首長闡釋該城市的公共建設、發展願景以及都會藍圖的場所，也是促進



城市規劃對談的機會，更是讓民衆更加了解城市建設的宣傳管道。一個城市的文明和進步，與成熟、完善的房地產建設，以及合宜、正義的居住政策息息相關，此論壇將成為台灣最完整討論城市發展與建築規劃的專業論壇。

活動主題

打造六都藍海 再創城市風采

活動時間

第一場：2015年06月13日(週六) 14:00—17:00

(邀請臺北市長、新北市長、桃園市長)

第二場：2015年06月14日(週日) 14:00—17:00

(邀請臺中市長、臺南市長、高雄市長)

議程如下：

13:30—14:00 報到

14:00—14:10 貴賓致詞

14:10—15:40 各市長暢談未來建設藍圖

(各市長發表時間為30分鐘)

15:40—16:40 市長共同與談

(議題：城市建設創造居民幸福感)

16:40—16:55 現場提問與回答

16:55—17:00 團體合影

17:00 賦歸





活動地點

台北花博公園爭艷館
(2015台北國際房地產博覽會舞台區)

致詞貴賓

吳敦義副總統 (待邀請)

主持人

夏鑄九教授 (待邀請)
(臺灣大學建築與城鄉研究所名譽教授)

與談人

臺北市長
新北市長
桃園市長
臺中市長
臺南市長
高雄市長
(以上待邀請)





主辦單位

中華民國不動產展覽交流協會
虹展國際企業有限公司

指導單位

臺北市政府
新北市政府
桃園市政府
臺中市政府
臺南市政府
高雄市政府
(以上待邀請)

協辦單位

臺北市政府都市發展局
新北市政府城鄉發展局
桃園市政府城鄉發展局
臺中市政府都市發展局
臺南市政府都市發展局
高雄市政府都市發展局
(以上待邀請)

* 主辦單位保留修改此份企劃書內容之權利。



主辦
中華民國不動產展覽交流協會
虹展國際企業有限公司



徵展熱線

T (02)2881-3576

分機219 孫孟平 0930-827-701

線上參展報名：www.tiee.com.tw



