

出國報告(出國類別：其他)

出席 2014 印尼地區觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：林柏錫 科員

派赴國家：印尼(泗水)

出國期間：2014 年 5 月 7-12 日

報告日期：2014 年 7 月 14 日



出國報告審核表

出國報告名稱：出席 2014 印尼觀光推廣活動出國報告			
出國人姓名 (2人以上，以1人為代表)	職稱	服務單位	
林柏錫	科員	交通部觀光局國際組	
出國類別	<input type="checkbox"/> 考察 <input type="checkbox"/> 進修 <input type="checkbox"/> 研究 <input type="checkbox"/> 實習 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>觀光推廣活動</u> (例如國際會議、國際比賽、業務接洽等)		
出國期間：103年5月7日至103年5月12日		報告繳交日期：103年7月14日	
出國人員 自我檢核	計畫主辦 機關審核	審 核 項 目	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1.依限繳交出國報告	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2.格式完整(本文必須具備「目的」、「過程」、「心得及建議事項」)	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3.無抄襲相關資料	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4.內容充實完備	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5.建議具參考價值	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6.送本機關參考或研辦	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7.送上級機關參考	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8.退回補正，原因：	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(1) 不符原核定出國計畫	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(2) 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(3) 內容空洞簡略或未涵蓋規定要項	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(4) 抄襲相關資料之全部或部分內容	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(5) 引用其他資料未註明資料來源	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(6) 電子檔案未依格式辦理	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(7) 未於資訊網登錄提要資料及傳送出國報告電子檔	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9.本報告除上傳至出國報告資訊網外，將採行之公開發表：	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(1) 辦理本機關出國報告座談會(說明會)，與同仁進行知識分享。	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(2) 於本機關業務會報提出報告	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(3) 其他 _____	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10.其他處理意見及方式：	
出國人簽章(2人以上， 得以1人為代表)		計畫主 辦機關 審核人	一級單位主管簽章
科員林柏錫		館長林坤源	機關首長或其授權人員簽章
			局長謝謂君(甲)

說明：

- 一、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 二、審核作業應儘速完成，以不影響出國人員上傳出國報告至「[公務出國報告資訊網](#)」為原則。



列印

提要表

系統識別號：	C10301671					
計畫名稱：	參加印尼旅展及觀光推廣會					
報告名稱：	出席2014印尼地區觀光推廣活動					
計畫主辦機關：	交通部觀光局					
出國人員：	姓名	服務機關	服務單位	職稱	官職等	E-MAIL 信箱
	林柏錫	交通部觀光局	國際組	科員	薦任(派)	聯絡人laurence@tbroc.gov.tw
前往地區：	印尼					
參訪機關：	無					
出國類別：	其他					
出國期間：	民國103年05月07日 至 民國103年05月12日					
報告日期：	民國103年07月18日					
關鍵詞：	推廣會,展銷會					
報告書頁數：	7頁					
報告內容摘要：	<p>為行銷臺灣觀光，拓展國際觀光客市場，並配合本局「Time for Taiwan 旅行臺灣就是現在」政策開發東南亞新興市場，爰繼2013年首度組團赴印尼第二大城泗水辦理觀光推廣活動後，本（2014）年廣續辦理相關推廣活動，深化開發市場力度。印尼去年來臺旅客共計17萬1,299人次，其中以觀光為來臺目的有3萬5,080人次，是目前東南亞地區第3大來臺旅客市場。印尼總人口約2億5,000萬人，世界排名第4，同時是全球穆斯林人口最多的國家，約有2億人，佔穆斯林人口12.9%。加上近年來經濟成長快速，消費力提升，帶動印尼民眾出國旅遊趨勢，據統計，2012年印尼出國人數超過700萬人次，較2011年成長8.3%。印尼是全球觀光產業重視的市場，也是臺灣開拓觀光市場的新藍海。根據當地旅行業者表示，自去年本局首度於泗水辦理推廣活動後，確實招徠更多泗水旅客到臺旅遊，今年繼續辦理推廣活動，有助提升臺灣旅遊知名度。另本年6月起，日本對印尼、菲律賓、越南等新興市場放寬觀光團體簽證，致我國開拓東南亞新興觀光市場面臨更嚴苛之競爭，因此，簡化簽證相關流程、縮短辦理來臺手續時間，有助增加東南亞旅客來臺意願及降低來臺成本。</p>					
電子全文檔：	C10301671_01.docx					
出國報告審核表：	C10301671_A.pdf					
限閱與否：	否					
專責人員姓名：						
專責人員電話：						

列印

目 次

壹、目的-----	1
貳、活動過程-----	2
參、心得與建議事項-----	4
肆、活動照片-----	8

壹、目的

為行銷臺灣觀光，拓展國際觀光客市場，並配合本局「Time for Taiwan 旅行臺灣就是現在」政策開發東南亞新興市場，爰繼 2013 年首度組團赴印尼第二大城泗水辦理觀光推廣活動後，本（2014）年賡續辦理相關推廣活動，深化開發市場力度。

印尼去年來臺旅客共計 17 萬 1,299 人次，其中以觀光為來臺目的有 3 萬 5,080 人次，是目前東南亞地區第 3 大來臺旅客市場。印尼總人口約 2 億 5,000 萬人，世界排名第 4，同時是全球穆斯林人口最多的國家，約有 2 億人，佔穆斯林人口 12.9%。加上近年來經濟成長快速，消費力提升，帶動印尼民眾出國旅遊趨勢，據統計，2012 年印尼出國人數超過 700 萬人次，較 2011 年成長 8.3%。印尼是全球觀光產業重視的市場，也是臺灣開拓觀光市場的新藍海。

根據當地旅行業者表示，自去年本局首度於泗水辦理推廣活動後，確實招徠更多泗水旅客到臺旅遊，今年繼續辦理推廣活動，有助提升臺灣旅遊知名度。另本年 6 月起，日本對印尼、菲律賓、越南等新興市場放寬觀光團體簽證，致我國開拓東南亞新興觀光市場面臨更嚴苛之競爭，因此，簡化簽證相關流程、縮短辦理來臺手續時間，有助增加東南亞旅客來臺意願及降低來臺成本。

貳、活動過程

一、日期：2014年5月7日至5月12日

二、行程：臺北→印尼泗水→臺北

三、活動概要：

(一) 舉辦旅遊交易會及臺灣觀光推廣會(5月8日)

1. 邀請印尼泗水當地業者與記者參與於5月8日下午4點假 Sheraton Hotel Surabaya 舉辦之旅遊交易會，現場由臺灣組團業者與印尼業者進行業務交流。
2. 晚間舉行臺灣觀光推廣會及餐會，推廣會由本推廣團陳昭德團長、泗水 Astindo 主席 Yongky Yanwintarko 及我國駐印尼臺北經濟貿易代表處政務組汪漢源組長先後致詞，本局吉隆坡辦事處曹逸書主任向泗水業者就臺灣觀光資源與臺灣觀光年曆各項國際活動進行簡報，並介紹臺灣之穆斯林友善環境現況。
3. 晚宴席間，由原緣文化藝術團及 Live Band 及表演原住民舞蹈及演唱節目，並舉辦抽獎活動炒熱現場氣氛、活絡臺印雙方業者交流。本局曹主任亦與我代表處、國籍航空駐印尼及印尼送客最多之組團社 Dwidayatour 代表進行廣泛意見交流。

(二) 辦理臺灣展銷會與記者發布會(5月9-11日)

1. 5月9日上午11時臺灣展銷會開幕，於泗水 Grand City Mall 舉行為期3天之展銷會及系列活動。
2. 展銷會現場除提供臺灣觀光文宣及現場諮詢外，本局邀請華航、長榮、印尼航空及 PT Wisata Jawa Indah Tour and Travel 等13家泗水地區旅行社、120名業者共同展出，提供優質且優惠之臺灣旅遊產品，共同銷售臺

灣旅遊行程，總計 3 天共售出 750 套，較去年的 445 套大幅成長 68.54%。

- 3.開幕是日中午舉行記者會。曹主任表示，臺灣觀光資源多元，能帶給觀光客不同面向旅遊感受；臺灣重視穆斯林市場，近年極力營造穆斯林友善環境，不論在住宿及公共場所，專為穆斯林觀光客設置之祈禱室及指標益加完善，且全臺有逾 50 家清真認證餐廳，在臺飲食無虞；此外，臺灣也有優良的購物環境及產品，旅遊環境不僅安全，而且方便，例如 24 小時便利商店林立、更有 24 小時營業書店等。代表處汪組長則說明，該處辦理之簽證服務，印尼拒絕率不到 1%，印尼民眾如護照上有美、加、歐盟申根、日、英、澳、紐等國簽證，只要上網登記就能免簽赴臺旅遊。記者會並接受記者就來臺觀光相關事務提問，曹主任會後亦接受當地媒體專訪。
- 4.為吸引購物中心印尼民眾駐足，除邀請臺灣原住民藝術團及歌手表演原民舞蹈及演唱，及搭配現場主持人舉行有獎徵答與現場互動炒熱氣氛外，亦於現場發送臺灣燈會小提燈、折氣球等紀念品；此外，舞臺螢幕播放臺灣觀光影片，並於展場入口、手扶梯等通道兩側置放臺灣觀光照片立牌，以傳達臺灣觀光意象；購物中心一樓並規劃臺灣小吃攤，讓印尼民眾體驗臺灣美食魅力；另為加深印尼民眾對臺印象、行銷臺灣觀光意象，展銷會期間更舉辦印尼學生臺灣印象繪圖比賽。

（三）參觀泗水臺灣學校（5 月 10 日）

展銷會期間，應邀出席泗水臺灣學校母親節暨漢字文化節與園遊會活動，本局於活動提供原住民舞蹈表演，宣揚臺灣原民文化。

參、心得與建議

一、印尼市場分析

(一) 人口結構

印尼為全球第 4 大人口國，依據 CIA (2014) 資料，擁有超過 2 億 5,000 萬人口，其中回教徒佔總人口 86.1%；華人佔印尼人口約 5%有 1,200 萬以上，為印尼人口中經濟地位較高者；目前臺商約有 8,000 人，主要居住雅加達、泗水、萬隆、三寶隆等城市；印尼是個人口年輕的國家，全國人口中 55%未滿 30 歲。因此，印尼人口結構特徵可作為包裝客製化旅遊產品參考。

(二) 經濟面分析

- 1、印尼近 10 年 (2004-2013) 經濟成長率，除 2009 年金融危機時經濟成長率 4.6%外，其餘每年經濟成長率皆超過 5% (5.03-6.5%之間)，國家經濟發展相對穩定。印尼貧窮人口占總人口比例從 2008 年之 15%，逐年下降為 2012 年之 12%。因此，社會發展狀況亦相對穩定。
- 2、據世界旅遊組織研究，當人均 GDP 達到 1,000 美元時，國內旅遊需求增長，該階段出遊方式以旅遊團為主；當人均 GDP 達到 2,000 美元時，休閒旅遊為主要旅遊型態，出國旅遊開始增加；達到 3,000 美元，主要旅遊型態為度假旅遊，出國旅遊需求快速成長，散客、家庭自助式及自駕遊比例增加；當達到 5,000 美元後，休閒需求和消費能力日益增強並多樣化。印尼人均 GDP 於 2008 超過 2,000 美元、2011 年超過 3,000 美元，IMF 預估將在 2045 年接近 4,500 美元。因此，印尼經濟穩定、成長快速之特質，使民眾更有經濟能力從事旅遊休閒活動，且自由行、家庭自助式及自駕遊為旅遊方式比例，未來將持續提高。
- 3、亞洲開發銀行 (2012) 指出，印尼中產階級對印尼整體 GDP 貢獻度，將從 2010 年的 40%躍升為 2030 年的 71%；另該國之「吉尼係數 (Gini





Coefficient)」為 0.368，表示所得分配相對合理，雖然其高端觀光客群（高收入、高教育程度、高學歷）比例相對較低（但人口數龐大，高端客群亦有相當數量），但適合平價之自助旅行、半自助自由行或家庭自助旅行之潛在觀光客為數眾多。

（三）社會面特徵

- 1、印尼人民之價值觀及生活習慣受伊斯蘭宗教與多國文化影響，屬於較中庸、溫和的伊斯蘭文化。出國旅行對於環境之接受度相對較高。
- 2、印尼三代同堂或多代同堂的大家庭型態占相當大比例，隨著都市化與可支配收入所得提升，印尼中產階級結構開始產生轉變，將由傳統大家庭型態走向現代結構單核心家庭型態。家庭型態將影響未來來臺旅遊形式。

二、建議

（一）目標客群及旅遊型態

由於印尼人口總量龐大加上經濟穩定發展，印尼是未來具潛力之觀光客輸出大國。

- 1、未來主力客群：印尼人口中，具中產階級、穆斯林、青壯年三大特徵交集之人口為未來主力人口，亦是我國開發印尼來臺觀光之潛在主流族群。其適合之旅遊型態為度假旅遊，旅遊方式為自由行或家庭旅遊。
- 2、小眾市場：印尼華人雖非主力人口，但其總數尚有 1,200 萬之譜，且在當地多具較高經濟地位，是現階段較有出國能力之潛在客群，具高消費力，適合高端旅遊產品。另在印尼臺商約 8,000 人，其雖持我國護照，來臺不計入國際旅客人次，然鼓勵其回鄉探親或子女來臺修學旅行，亦可增加觀光實收。

（二）策略

1、主力客群：

- (1) 從印尼經濟發展程度較佳之城市為切入點(可從衡量生活富裕程度之「恩格爾係數 Engel' s Curve」較低之城市先推廣，係數 40%~49%為小康階段、30%~39%為富裕階段、20%~29%為最富裕階段)，選擇已開始脫離基本生理需求，而較有餘裕可從事度假休閒活動之城市，優先於該城市投入廣告及辦理推廣活動，俾收事半功倍之效。
- (2) 目前印尼處於經濟起飛階段，且人口結構年輕，據旅行社業者經驗，印尼來臺旅客對百貨公司及時尚類行程頗感興趣。

2、小眾客群：

在臺商較多如雅加達、泗水、萬隆等城市，與當地僑領、臺商協會及學校合作，如於臺商學校辦理活動時(如泗水臺灣學校每年 5 月舉行之母親節園遊會)擺設修學旅遊或適合親子遊之休閒農場攤位，直接訴求來臺觀光目標客群。

(三) 當前障礙與工作

- 1、簡化簽證流程：雖然自 2009 年 3 月 1 日起，印尼民眾有美、加、日、英、歐盟申根、澳、紐簽證，可免簽來臺入境 30 天(擁有美、加、歐永久居留權或多次入境簽證或擁有前往美、加、歐後段機票之印尼遊客，過境臺灣可享免簽)。但是新加坡、香港、澳門業已對印尼旅客實施免簽，印尼旅客來臺限制相對仍多，如能進一步降低簽證不便，當有助於推廣印尼遊客來臺觀光。
- 2、增加臺灣與印尼間航班與機位。
- 3、繼續營造穆斯林友善環境：除繼續於公共場合建構穆斯林友善環境，及鼓勵國內餐廳業者取得清真餐飲認證外，因印尼 Halal 認證系統有別於其他回教國家，印尼穆斯林對清真餐飲要求普遍不若其他國家回教徒嚴格，因此，鼓勵國內餐飲業者配合印尼旅客用餐習慣，嘗試接待印尼遊客，除可

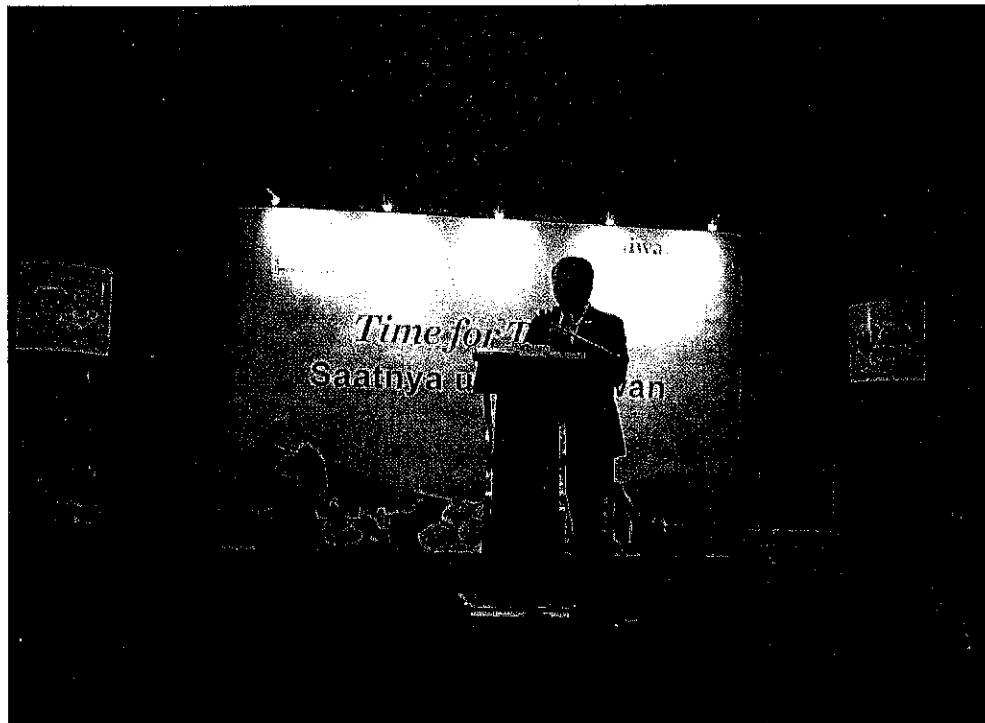
增加印尼觀光客用餐選擇外，俟業者具備接待印尼穆斯林經驗後，未來可進一步輔導其取得清真餐飲認證。

- 4、解決特殊語言導遊人才短缺：據旅行業者反應，即使是印尼華人，60歲以下者大多對中文理解程度有限，要促進印尼旅客來臺觀光，需多培養印尼語導遊。而印尼在臺留學生約3萬人，建議旅遊業可利用此項資源，培養印尼學生成為未來導遊或旅遊專業人才。
- 5、加強宣傳力道：如本次推廣活動發現，泗水民眾對臺灣之認識尚普遍低於對新加坡、香港、澳門之認識，因此，除多提供印尼文旅遊文宣外，亦可舉辦推廣活動、異業結盟、與旅遊節目合作拍攝或報導、或結合航空公司及旅行社推廣特色遊程等，以增加臺灣觀光意象能見度。

肆、活動照片



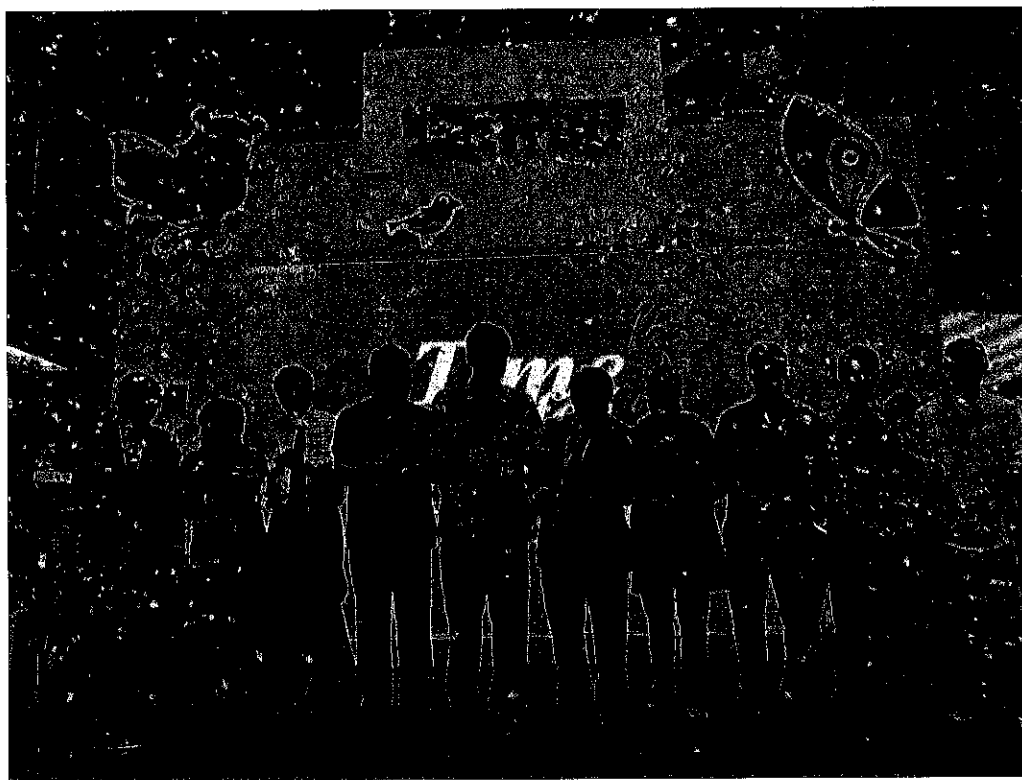
臺灣與印尼業者在旅遊交易會現場交流



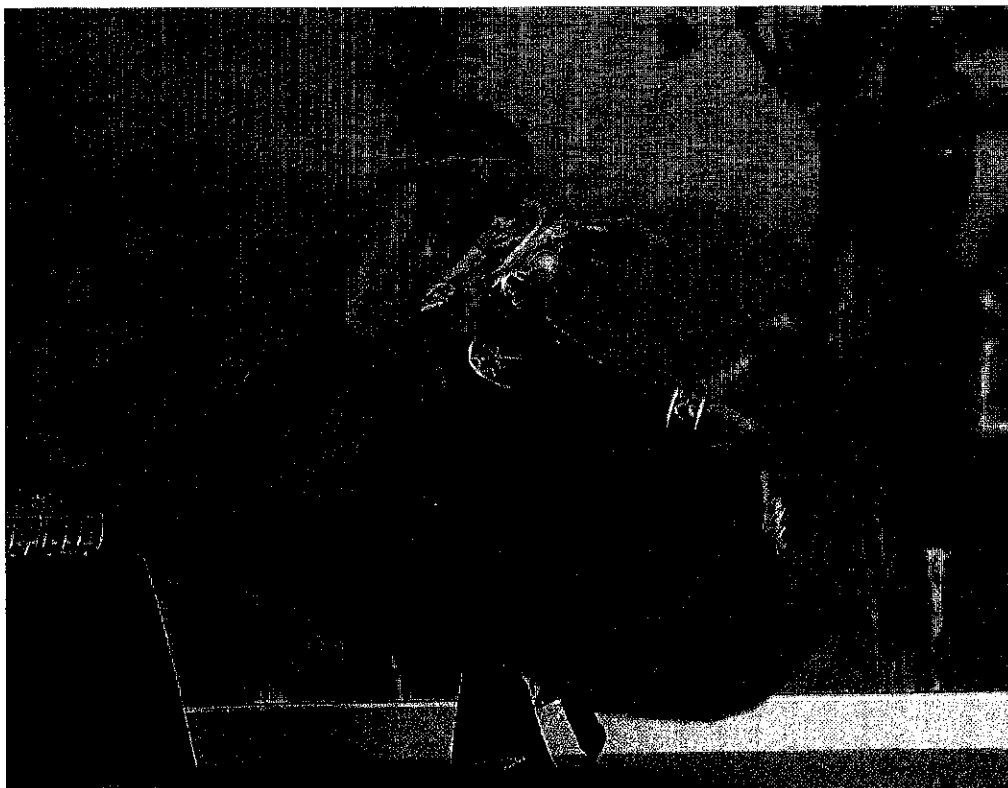
駐吉隆坡辦事處主任曹逸書於臺灣觀光推廣會介紹臺灣旅遊資源



駐印尼臺北經濟貿易代表處政務組組長汪漢源應邀於展銷會開幕致詞



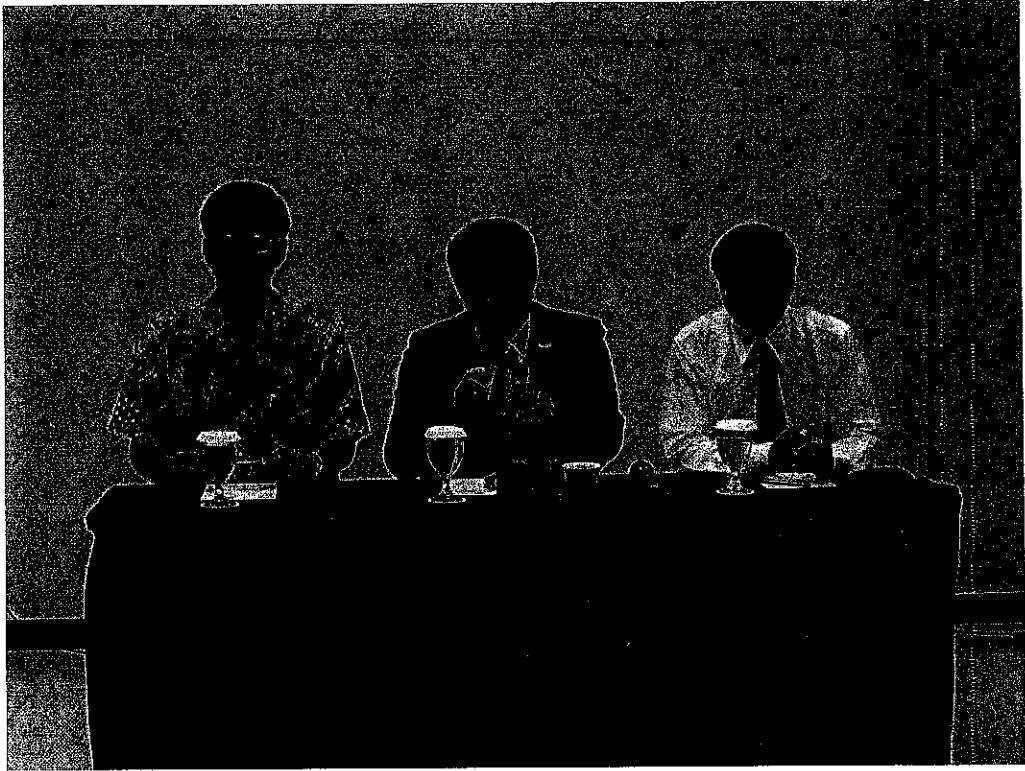
2014 臺灣旅遊產品展銷會開幕剪綵儀式



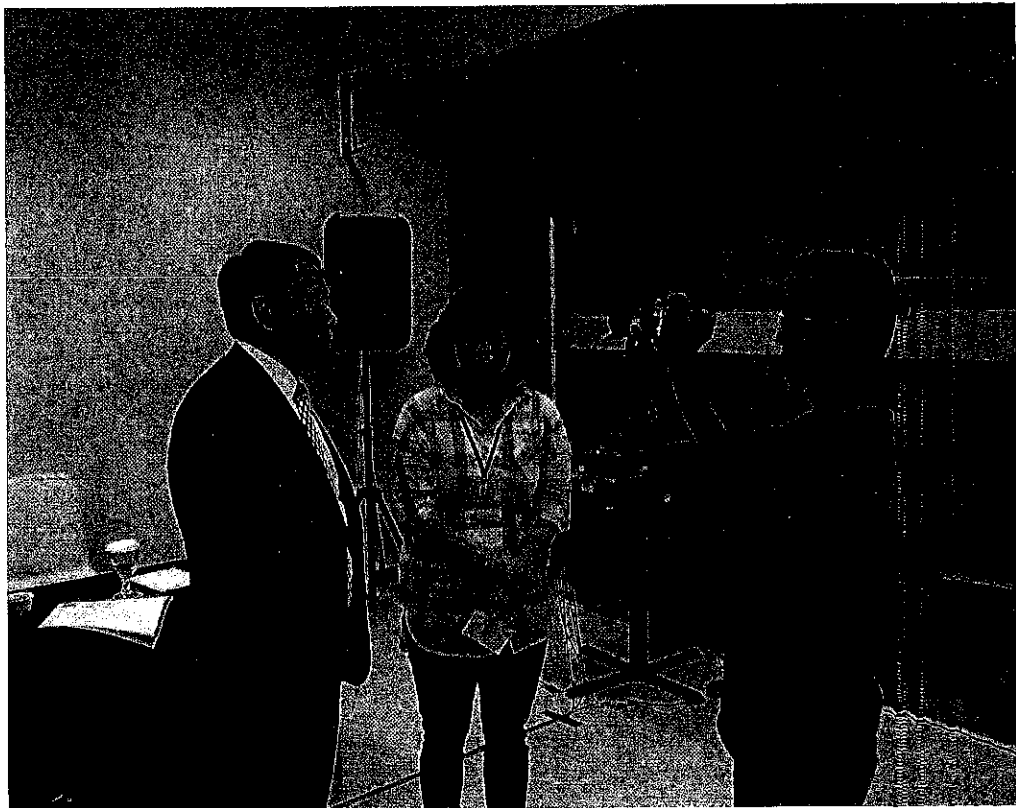
表演團體演出臺灣原住民舞蹈



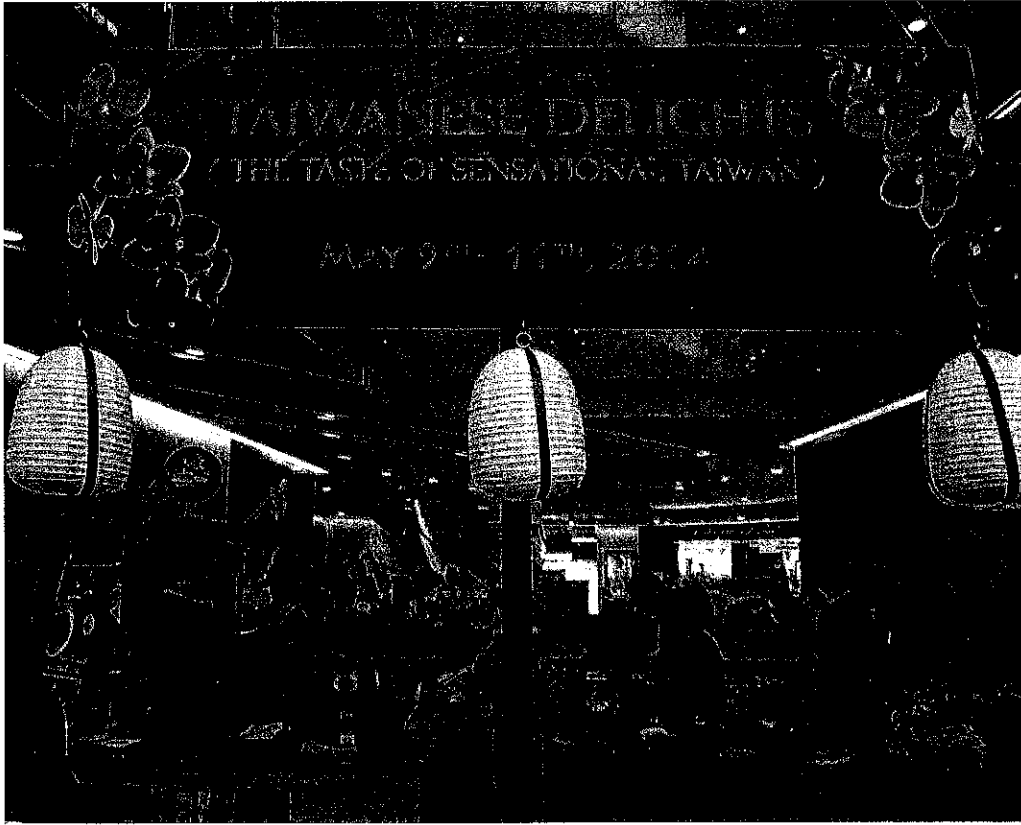
曹逸書主任向來賓解說展銷會場地布置及討論臺灣觀光行銷事宜



曹逸書主任、汪漢源組長及本團陳昭德團長（右）舉行記者發布會



曹逸書主任於記者會後接受當地媒體深度專訪



活動會場之臺灣美食展攤



Grand City Mall 臺灣觀光意象畫圖比賽得獎學生作品



臺灣旅遊產品展銷會會場一隅



展攤前小朋友展示DIY 成果



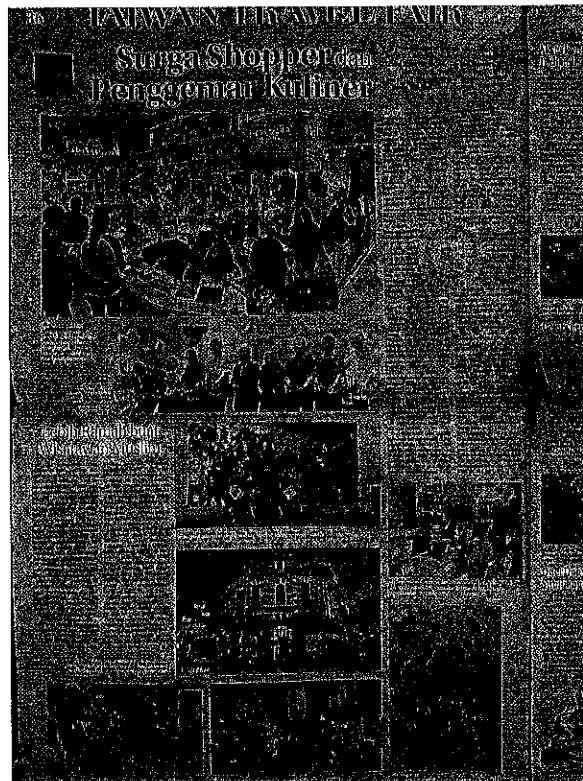
參觀印尼泗水臺灣學校母親節慶祝活動，並提供臺灣原住民舞蹈表演



現場表演活動吸引民眾圍觀



現場以發送折氣球及小萌馬提燈等紀念品吸引民眾駐足



當地媒體報導展銷會活動