

出國報告（出國類別：其他－業務接洽）

參加 2018 年印尼旅展及觀光推廣活動出國報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會、清境農場、武陵農場

姓名職稱：董育任技正、林英志組長、易媢君副技師

派赴地區：印尼（雅加達及棉蘭）

出國期間：民國 107 年 3 月 1 日至 3 月 8 日

報告日期：民國 107 年 5 月 18 日

摘 要

配合政府新南向政策與 TOURISM 2020 臺灣永續觀光發展策略執行計畫（106－109 年），本會與清境及武陵農場派員前往印尼，參與交通部觀光局委託台灣觀光協會組團 2018 年印尼旅展及觀光推廣活動。本次係參與印尼年度最大 B2C 旅展－ASTINDO Travel Fair，並透過交通部觀光局駐吉隆坡辦事處安排，於雅加達與棉蘭分別出席 B2B 之推介會，共同辦理行銷。此次參展以「美食」、「購物」為宣傳主題，推廣臺灣旅遊資源及提供最完整的臺灣旅遊資訊，期望印尼旅客到臺灣體驗「好山、好水、好人情」，進而享受美食及購物的樂趣。

臺灣代表團在旅展及推廣會的推介下，印尼當地民眾、旅遊相關業者對臺灣觀光旅遊資源及人文風情有初步認識，也瞭解本會清境農場高山牧場風光與武陵農場花團錦簇之美。透過直接交流，除掌握印尼觀光旅遊市場脈動與旅遊喜好，也增進當地民眾對臺灣甚至本會農場之觀光形象，進而吸引其來臺旅遊並造訪農場。

目 次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	6
一、2018 年印尼旅展及觀光推廣活動行程	
二、2018 年印尼旅展及觀光推廣活動紀要	
參、心得及建議.....	10
肆、附圖.....	15

壹、目的

印尼 Indonesia 起源於希臘文，意指「印度洋中的島國」[Indos (Indian) +Nesos (Island)]，國土面積約 192 萬平方公里，由近 1 萬 8,000 個島嶼組成，素有「萬島之國」的稱號。從空中俯瞰，在印度洋與太平洋間形成一條微笑曲線，被稱為「眾神遺落的珍珠」。該國共有 400 多座火山，其中活火山約 120 多座，噴出的火山灰及海洋性氣候帶來的充沛雨量，使印尼成為世界上土地最肥沃的國家之一。

根據印尼中央統計局 (Statistics Indonesia) 資料顯示印尼全國人口約 2 億 5 千 8 百萬人 (2016 年)；境內主要種族為爪哇族約佔 45%，華人約佔 5%，約 1,200 餘萬人；印尼官方語為印尼語，知識份子多諳英語；部分華人諳華語、閩南語或客語。另因印尼地大、人多，且擁有豐富的天然資源及全球最多的穆斯林人口，已成為東協 (東南亞國家協會，The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN，簡稱「東協」) 第一大經濟體並維持高成長趨勢。

政治上，印尼於後蘇哈托時期始落實民主憲政，是全球第三大人口民主國，採行總統制，任期五年且連選得連任一次。經濟方面，印尼中產階級人數約 8,000 萬人，除具有高人口紅利，也因中產階級勇於消費，也逐漸帶動消費市場龐大的商機。

我國為印尼第 9 大貿易伙伴及第 15 大投資國，為印尼當地創造超過 100 萬個就業機會；目前印尼為我國第 14 大貿易伙伴，第 10 大進口來源國及第 16 大外銷市場，臺印經濟高度互補。臺灣為印尼籍勞工第二大輸出目標國，在臺計有 25 萬名印尼籍勞工、3 萬多名印尼籍配偶。截至 2016 年 12 月底，我在印尼累計投資總額高達 151 億美元，為印尼第 19 大投資國。主要在印投資廠商有寶成製鞋、宏碁電腦、中國信託銀行、統一食品、榮民工程處及南亞塑膠等。目前約有 2 萬多名臺商在印尼工作生活，旅印臺僑主要居住於雅加達、泗水 (Surabaya)、萬隆 (Bandung)、三寶瓏 (Semarang)、井里汶 (Cirebon)、萬鴉佬 (Manado) 及巴譚島 (Batam) 等地。印尼將臺灣列為公費生四大留學推薦國之一，現在臺印尼留學生達 6,811 名，在臺灣留學的外籍學生總人數中，印尼學生人數排名第三，僅次於馬來西亞及日本。

我國每年約 20 萬名觀光與商務旅客赴印尼旅行。為增進雙邊觀光交流，交通部觀光局近來除每年定期參展並舉辦觀光推廣會外，亦於 2016 年起邀請逾 100 名印尼旅行業者來臺踩線，積極推動雙向觀光交流。印尼是世界穆斯林人口最多國家，我國積極推廣清真旅遊，訓練穆斯林友善導遊，輔導業者獲得清真認證。在 2016 年新月評等－全球穆斯林旅遊指數 (GMTI)，臺灣是非伊斯蘭組織國家中，穆斯林旅客第 7 名旅遊目的地。

配合新南向政策推廣方針與 TOURISM 2020 臺灣永續觀光發展策略執行計畫（106—109 年），本會與清境、武陵農場配合交通部觀光局至印尼參加旅展並辦理推廣活動。參加由該局委託台灣觀光協會辦理組團參展事宜，計有政府機關、觀光產業公協會、旅館業、觀光遊樂業、休閒農場及伴手禮業等 29 個單位共 41 人組成臺灣代表團，於 3 月 2 日至 4 日出席印尼年度最大 B2C 旅展—ASTINDO Travel Fair，並於雅加達與棉蘭分別舉辦 B2B 之推介會。

本會與清境農場係第三次參展，武陵農場則首度參展。本次旅展與推介會，提供當地民眾、旅遊業者（組團社）與媒體相關的旅遊資訊外，展攤上豐富且吸睛的摺頁與詳細的旅遊資源介紹，提高農場於印尼之曝光度。另也藉由與旅行業者之詳談，提供雙方意見交流及洽談合作方式，特將此次參展之目的整理如下：

- 一、向旅行業者及民眾（主要針對高消費力的華人）及媒體宣傳農場的觀光特色，提升農場知名度與曝光率，並提供相關觀光旅遊資訊服務，作為後續規劃旅遊行程參考。
- 二、瞭解印尼市場之現況及來臺旅遊偏好，以利規劃客製化或相關體驗旅遊行程，吸引更多旅客至農場旅遊。
- 三、透過參展過程與同行臺灣旅行社及其他觀光業者緊密接觸溝通，提升印尼來臺觀光旅遊團或自由行客人造訪農場的機會。

貳、過程

一、2018 年印尼旅展及觀光推廣活動行程

日期	時間	行程內容	備註
3 月 1 日 (週四)	06:15 07:05 09:05 13:30 14:30 16:00 16:30 17:30	搭乘台灣觀光協會巴士前往桃園機場 第 1 航廈中華航空團體櫃台集合 搭乘 中華航空 CI-761 前往雅加達 抵達雅加達機場/海關驗證/提領行李 搭乘巴士前往住宿酒店 抵達住宿酒店 The Sultan Hotel Jakarta check in 地址：Jl. Gatot Subroto Jakarta 10270, Indonesia 前往 ASTINDO Travel Fair 旅展會場整備，攤位號碼 081 整備結束	
3 月 2 日 (週五) 至 3 月 4 日 (週日)	09:00 10:00 21:00	前往 ASTINDO Travel Fair 旅展會場 Assembly Hall, Jakarta Convention Center 地址：Jl. Jend. Gatot Subroto, Jakarta 10270, Indonesia 旅展活動開始 旅展活動結束	
3 月 5 日 (週一)	09:00 10:00 11:00 13:00 14:00 17:30	大廳集合前往駐印尼台北經濟貿易代表處 拜會駐印尼台北經濟貿易代表處 前往推廣會會場 Pullman Hotel Jakarta 地址：Jalan M.H. Thamrin Kav. 59, 10350 Jakarta Pusat, Indonesia 整備推廣會會場 推廣會開始 推廣會結束/返回住宿飯店	
3 月 6 日 (週二)	07:30 08:40 10:40 13:05 14:00 15:30	大廳集合前往雅加達機場 抵達雅加達機場 搭乘 印尼航空 GA-186 前往棉蘭 抵達棉蘭/海關驗證/提領行李 搭乘巴士前往住宿酒店 JW Marriott Hotel Medan check in 地址：Jalan Putri Hijau No. 10, Medan 20111 Indonesia 抵達住宿酒店/自行業務拜訪	
3 月 7 日 (週三)	13:00 14:00 17:30	整備推廣會會場 推廣會開始 推廣會結束	
3 月 8 日 (週四)	06:40 07:10 09:10 11:10 14:25 18:55	大廳集合前往棉蘭機場 抵達棉蘭機場 搭乘 馬航 MH-861 前往吉隆坡轉機 抵達吉隆坡 搭乘 中華航空 CI-722 前往桃園機場 抵達桃園機場	

二、2018 年印尼旅展及觀光推廣活動紀要

(一) 03 月 1 日路程：

代表團成員於早上 07:05 於桃園國際機場第 1 航廈中華航空團體櫃台集合，搭乘 CI-761 班機前往雅加達國際機場。本會由事業管理處董育任技正、清境農場林英志組長與武陵農場易媣君副技師 3 員代表參加。班機於下午 13:40 抵達雅加達國際機場，隨即搭乘巴士前往雅加達蘇丹酒店。下午 16:30 徒步前往熟悉會展中心了解展場位置並進行展前佈置。晚上 19 時由交通部觀光局周士弼主任接待所有代表團成員，體驗當地傳統風味餐後返回飯店休息。

(二) 3 月 2 日至 4 日 ASTINDO 旅展觀光推廣：

每日 10 時前抵達 Assembly Hall, Jakarta Convention Center 的現場，進行各項準備工作。清境與武陵農場均提供印尼語之文宣，推廣物則有綿羊布偶與茶包等作為裝飾與贈品。

本次 ASTINDO Travel Fair 吸引航空公司、飯店與旅行業者及各國觀光推廣機構/組織(如：香港、澳門、日本、韓國、泰國、印度、斯里蘭卡、秘魯、馬來西亞砂拉越、杜拜與土耳其等)設攤參展。本次旅展除了交通部觀光局設置臺灣館(攤位號碼 081)外，華航與長榮也分別設置展館促銷來臺或轉機至歐洲或美加之機票(攤位號碼分別為 A3 與 A4)。

本次旅展以當地參展旅行業者逾 30 家以上，現階段印尼人旅遊型態多以團體行程為主。參與旅展之旅行業者在當地具有一定規模與品質。販售臺灣團體旅遊行程如 Chan Brothers Travel、PT. Indonesia、Rotama Tour、Travindo Tours、Tx Travel、Wahana Travel、Wita Tour 等。其中 Chan Brothers Travel 於旅展現場銷售含清境農場的 6 天或 7 天臺灣旅遊行程。

為拓展與當地旅行業者接觸與交流機會，臺灣代表團長天天旅行社陳昭德董事長帶領團員，逐一拜訪所有當地參展旅行業負責人或經理人，並將備妥臺灣旅遊文宣與資料及聯繫方式，提供予當地業者進行宣傳及說明，請當地業將臺灣各景點規劃至該公司旅遊產品內，進而販售與組團到臺灣。其中有特別自萬隆前來本會旅展攤位的 Megaraya Travel 業者，詢問農場是否能參觀蔣公行館相關資訊以及如何包裝前來農場。顯示農場歷史文化對於同屬華人遊客而言仍具有一定吸引力，也可成為重要必訪景點之一，可依據不同族群安排不同行程之旅遊方式，增加多元性。而本會參展人員除對該業者詳細解說外，也請其與臺灣的旅行業者進行後續業務接洽事宜。

旅展現場有不少預計前往臺灣自由行旅客詢問旅遊行程及交通路線如何規劃與安排，多為已參加過旅遊團之華人。旅展現場有許多華人表示聽過或去過清境農場，雖對於武陵農場比較陌生，但看見武陵農場櫻花盛開的摺頁時顯示出高度興趣，紛紛詢問在臺灣何處、何

時可以賞花、如何到達等，顯示印尼市場自由行市場亦深具潛力。展攤現場雇用當地曾留學臺灣的鄭先生協助翻譯，並利用平板電腦播放簡報與影片，例如清境農場舉辦之奔羊節、清境一夏、眷戀清境與跨年晚會，以及武陵農場四季花卉、天然景觀與自然生態等，吸引印尼民眾停留觀賞，進而以印尼語解說及提供摺頁，以瞭解農場旅遊資訊。

此次臺灣觀光形象館以繽紛多彩為基調，以「美食」、「購物」及「浪漫」主題為宣傳主軸，搭配年度推廣主題—「2018 海灣旅遊年」，全力宣傳臺灣及海岸線旅遊資源；亦配合印尼民眾喜歡花卉的特點，設置花海專區，如金針花海、漫天桐花及繡球花牆等，呈現臺灣四季風情，吸引觀展民眾駐足，並趁勢行銷年底於臺中舉辦的國際花卉博覽會；同時全力宣傳花東特色景點，如太魯閣峽谷、臺東國際熱氣球嘉年華等，並推廣穆斯林來臺旅遊的友善環境，許多印尼穆斯林朋友均藉此次機會，至展攤詢問臺灣的穆斯林友善旅遊資訊與索取觀光文宣。

另有業者特別空運萬丹牛奶紅豆冰、辣小魚乾米粉及幸福棉花糖讓民眾品嚐，並搭配元宵節氣氛，提供小提燈、彩繪臺灣水果、臺灣特色明信片等活動供民眾現場體驗；此外，融合東方傳統器樂與西方演奏方式的樂團，在現場奏出曲曲耳熟能詳的臺灣及印尼樂曲，讓民眾充分享受多元的感官體驗，使臺灣形象館人氣滿滿。

（三）3月5日：拜會駐印尼台北經濟貿易代表處與新聞發佈會與業者交流時間

本日上午著正式服裝及準備旅遊摺頁與紀念品，於飯店門口前搭乘巴士前往拜會駐印尼台北經濟貿易代表處（**Taipei Economic and Trade Office, Jakarta, Indonesia**）。由陳忠大使親自接待本次臺灣旅展代表團成員，並與交通部觀光局駐吉隆坡辦事處周士弼主任共同向團員說明，印尼近年經濟發展快速，都會區人民所得普遍提高，對於國際旅遊非常嚮往。印尼民眾對臺灣政治安定、經濟繁榮、社會安全等面向有正面評價，以及政府近年來推動新南向政策之經貿與觀光等業務推展成果等。大使並請代表團成員對於各項觀光推廣事宜提出建議與需要代表處協助事項，團員亦踴躍回應如何開發印尼旅客來臺旅遊提出相關建言。本會參展代表則向大使說明，今年係第三次至印尼參展，但令人欣慰的是旅展現場已有華人民眾表示聽過或去過清境農場，對照第一年時印尼民眾對農場的陌生，顯示推廣效果已逐漸呈現。而武陵農場今年首次參展，亦獲得印尼民眾青睞並紛紛詢問相關旅遊資訊，表示印尼市場值得持續拓展並予以深耕。未來本會與農場亦將落實政府新南向政策，持續參展與推廣，共同為提升臺灣觀光國際遊客人次而努力。整個拜會活動與代表處同仁們合照後結束。

上午 11 時隨即驅車前往 **Pullman Hotel** 推廣會現場。會場採四方型佈置，中間約有 200 個貴賓座位。此次推廣會一共吸引印尼旅行業者及媒體 133 人到場，印尼各旅行社業者至代表

團展桌前詢問相關旅遊觀光資訊並交換名片。本會清境與武陵農場與臺灣旅行業者共同合作，推銷印尼當地旅遊業者組團來臺灣並到農場旅遊，並向其說明含農場的臺灣旅遊團對印尼民眾而言，是具一定吸引力的新興旅遊產品。交通部觀光局駐吉隆坡周士弼主任推廣臺灣觀光景點後，隨即由本會清境農場林英志組長與武陵農場易媣君副技師分別介紹清境與武陵農場觀光特色與活動，當地旅行社反映普遍良好，對於農場有相當興趣。

駐印尼代表處大使陳忠、ASTINDO Indonesia 主席 Elly Hutabarat、中華航空印尼分公司總經理呂若阜及長榮航空印尼分公司總經理譚自強等貴賓均親自蒞臨現場共襄盛舉。而本次參展之觀光旅館、旅館、旅行社、觀光遊樂區、交通運輸等業者提供抽獎品，如機票或車票等交通票券、旅行社的遊程券、符合星級旅館或好客民宿業者的住宿券、遊樂區或景區的門票為原則，由觀光局駐吉隆坡辦事處於現場抽出贈送在場印尼旅行業者及媒體。本會農場代表也致贈抽中國民賓館住宿券的幸運業者，整場推廣會在抽獎活動熱絡氣氛中結束。

(四) 3月6日從雅加達至棉蘭：

7時30分飯店大廳集合前往雅加達機場，搭乘印尼航空 GA-186 班機從雅加達至棉蘭。因飛機延誤至11時20分起飛，約下午14時50分抵達棉蘭，搭乘巴士前往住宿酒店入住。

(五) 3月7日：棉蘭觀光推廣會

本次觀光推廣活動於棉蘭 Marriott Hotel 2 樓辦理，本會參展成員於13時準備佈置展桌，13時30開始有華人記者及旅行社前來並逐一至攤位洽詢。農場準備平板電腦、導覽及名片與介紹農場觀光資源。約14:20台北駐印尼經濟貿易代表處葉非比公使蒞臨後，首先由交通部觀光局駐吉隆坡周士弼主任推廣臺灣觀光景點，接下來由清境農場林英志組長與武陵農場易媣君副技師分別介紹清境與武陵農場觀光特色與活動，並請當地華人大學生即時翻譯，由現場來賓反應，透過當地語言更能將所要表達觀光資訊真實呈現。

棉蘭為印尼北蘇門答臘省 (Sumatra) 首府，也是其最大的城市。棉蘭大部分華人可說流利的福建話 (閩南語)，除多為福建人外，也因棉蘭靠近北馬的檳城有關，兩地搭機約需一個小時，且不少棉蘭華人在北馬都有親友。由於閩南話是北馬華人的通用語，在深受北馬華人語言和文化的影響下，棉蘭華人即使在蘇哈托 (Suharto) 當權時期 (1966 到 1998 年) 面對強制同化政策，也仍保留說、聽福建話的能力，而不像印尼其他地區華人般已高度印尼化，也不會說華語。

也因此推廣會上，許多旅行業者反而是以福建話與代表團成員接洽居多。相較於雅加達少數用國語交談接洽業務，大異其趣。不過棉蘭的福建話因夾雜了許多馬來語，跟臺灣所說的閩南語腔調、語彙有些許不同，所以洽談業務時，雙方都需要放慢速度溝通與說明，才能瞭解內容。有業者向本會代表表示，到臺灣雖然無直航班機，需從吉隆坡或新加坡轉機，但

因為語言相近，而且許多景點具有特色，本身也曾帶過 3 團去過清境農場，現在又知道有心的景點－武陵農場，希望這樣的推廣會能多多舉辦，讓棉蘭業者多瞭解臺灣的觀光資源，進而包裝成旅遊產品。

本次棉蘭觀光推廣會一共吸引印尼旅行業者及媒體及 74 人到場。我駐印尼代表處葉非比公使、ASITA North Sumatera 副主席 J. Gultom 及中華航空印尼分公司呂總經理若阜等貴賓均出席與會致詞。臺灣與印尼雙方業者於推廣會中洽談熱絡，成功搭建兩地業者溝通平台。同樣的也舉辦抽獎活動致贈棉蘭當地旅行業者與媒體後，圓滿完成本次推廣會。

(六) 3月8日返國

早上06:00於飯店樓下用完早餐後於06:30與團員會合，完成退房手續後，搭乘巴士前往棉蘭Kuala Namu國際機場報到。搭乘09:10馬航MH-861前往吉隆坡國際機場轉機，團員於11:10抵達吉隆坡後，再轉搭14:25中華航空CI-722航班前往桃園機場，於18:55返抵桃園機場，結束8天印尼ASTINDO旅展及雅加達與棉蘭的觀光推廣活動。

參、心得及建議：

本次印尼旅展及觀光推廣活動由本會與清境、武陵農場代表參加，藉由旅展與推廣會之交流，更能了解當地民眾旅遊偏好、旅行業者希望解決的問題與需求，來吸引團客及自由行政眾赴臺觀光之意願。

印尼當地民眾對於臺灣的旅遊景點非常嚮往，大部分能提到台北101大樓、珍珠奶茶、夜市小吃，對清境農場綿羊與武陵農場櫻花相當驚訝，由於當地學生假期為6月、12月，大部分家長都有出國計畫，因此詢問清境農場當時氣候狀況、交通接駁、訂房方式等最多。整體而言，清境農場有較多民眾聽過甚至造訪過，也對於武陵農場櫻花有相當興趣。據當地民眾認知，櫻花只有日本才有，經過詳細解釋後，台灣比日本約早1~2月開花，花期約每年1~3月份。因此藉由推廣會與當地旅行業者面對面介紹，積極推動農場觀光資源。再透過當地旅行業者及各種套裝旅遊網行程的推廣宣導，讓當地民眾充分了解進而來臺觀光，以下幾點為本次旅展參展後提出心得與建議：

一、心得

(一) 印尼屬新興成長市場，旅遊潛力大

1. 中產階級人數持續增加

印尼人口總數逾 2 億 5 千 8 百萬人(2016 年)，僅次於中國、印度、美國，為世

界第 4 人口大國。而印尼華人約佔其人口數 5%，約 1,200 餘萬人。近年中產階級（每人年收所得逾三千美元者）快速成長，至今已逾 7 千萬人，為東南亞之冠。2017 年第 4 季經濟成長率達 5.10%（資料來源：經濟合作暨發展組織），經濟成長增加消費水準持續提升，國際旅遊出境人數亦持續上升。2016 年印尼國際旅遊出境人數已達 834 萬人次（資料來源：世界銀行）。其中 106 年來臺人數 189,631 人次較 105 年 188,720 人次，僅成長 0.48%（資料來源：交通部觀光局），但尚屬穩定成長。

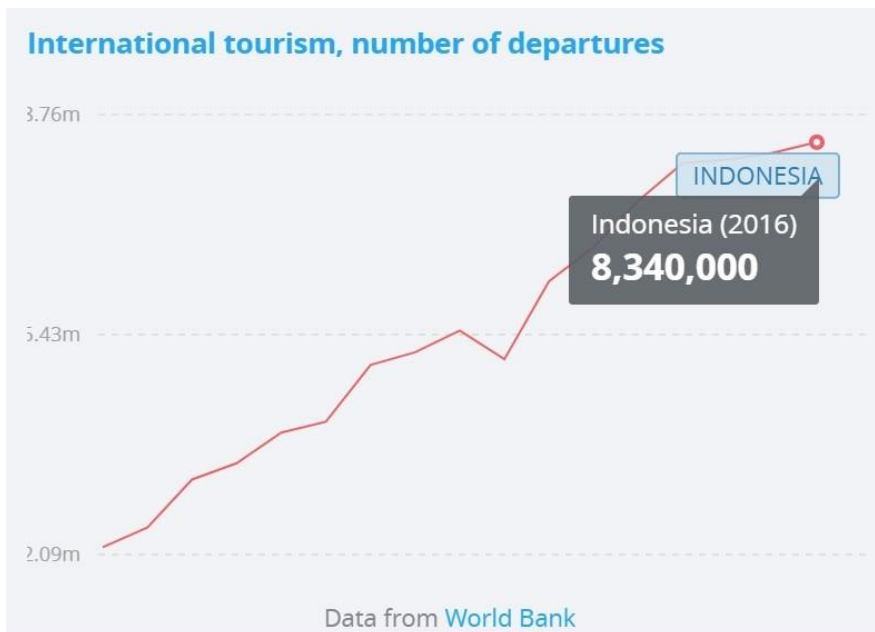


圖 1、印尼國際旅遊出境人數曲線圖（資料來源：世界銀行）

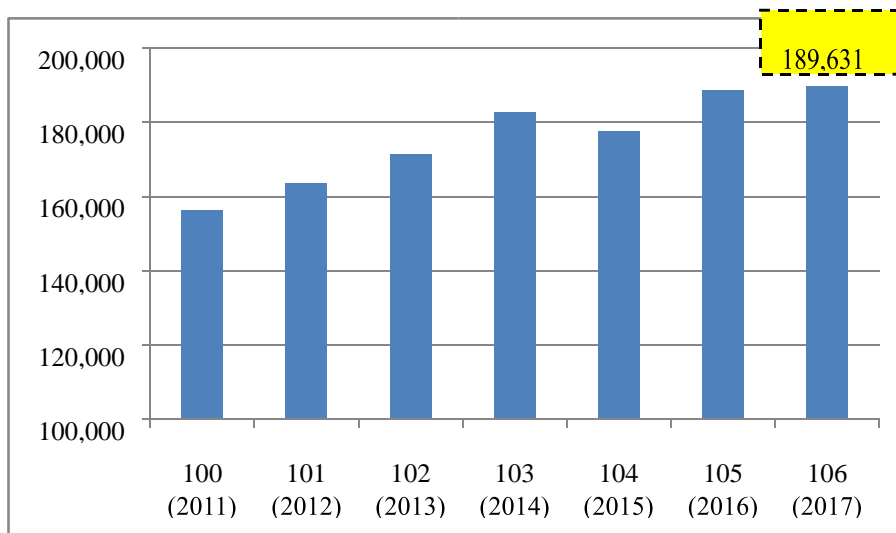


圖 2、2011~2017 印尼來臺人次統計表（資料來源：交通部觀光局）

2. 印尼旅遊型態以團體為主，可持續參展提高曝光率

經展覽期間參觀各展攤與印尼當地消費者與業者洽談，發現大部分展攤為當地旅行

社（組團社），少數為印尼鄰近各國主題形象館，顯示該國現階段出國觀光旅遊型態以團體為主。據當地旅行業者也表示，印尼民眾旅遊偏好美景、美食、購物、距離近，喜歡家族旅行和跟團，至現代化的城市旅遊；不喜歡太長的旅行時間，也不要參觀景點需花太多時間走路和排隊。而印尼旅客目前前往觀光旅遊目的地前 3 名依序為：新加坡、馬來西亞、沙烏地阿拉伯。行程最好只需轉機一次，票價要有競爭力，以及簽證便利，住宿儘量安排於市中心、能提供早餐、清真食物與米食等。

以臺灣而言，大部分印尼旅客對臺印象多為南投日月潭、嘉義阿里山、屏東墾丁及花蓮太魯閣等經典風景區，對於其他景點認識有限，但透過參展仍有一定行銷效果。本會與清境農場今年係第三次至印尼參展，展攤現場有部分華人民眾表示聽過或去過清境農場，相較於第一次參展時，印尼民眾對農場毫無所悉的反應有天壤之別。而武陵農場今年首度參展，因提供櫻花季圖片的印尼語摺頁，深獲印尼民眾青睞並詢問旅遊資訊。可見持續推廣印尼市場，提高農場曝光率，能加深消費者印象。

3.自由民主國家較不受政治影響來臺意願

印尼為自由民主國家，旅遊市場較不受政治影響，而以市場經濟為導向。目前印尼旅遊業屬高成本市場無惡性競爭壓價的情形，多以直客出團方式而非 PAK（同業間聯合行銷出團）出團維持品質，可吸引高品質遊客來臺，亦能增加對臺印象。

4.印尼華人人數眾多，來臺自由行潛力高

華人在印尼屬 4 大族群之一，人口至少有 1,000 萬。因早期歷史及政治因素，會說華語的華人甚少。現印尼逐漸推動華語教學，部分年輕人也會說華語。基於同種同文，印尼華人來臺自由行阻力較小。且隨著旅遊經驗及資訊增加，逐漸成團體旅遊型態轉變為自由行，對於印尼華人而言，是可多加拓展該族群自由行市場。

5.印尼旅遊假期為臺灣觀光業淡季，可多加推廣吸客

印尼人旅遊期間多為 4 月下旬（機票較低廉）、6 月（開齋節）、7 月（暑假）及 12 月（聖誕節）。而本次 ASTIDO 旅展展期於 3 月初舉辦，許多至臺灣館詢問旅遊訊息民眾，大部分已訂妥 4 月及 6 月機票。而此段時期非屬臺灣國人旅遊旺季，利用淡季宣傳俾利拓展海外客源。

(二)熱門詢問項目：農場各季節花卉

臺灣館本次展覽以各地花卉、海洋及夜市小吃為主題，其中花卉看板（包含波斯菊、海芋、金針花及高山杜鵑等）因位於本會與農場展攤正後方，受到許多印尼民眾關注，尤其清境農場綿羊與武陵農場花海。臺灣館看板上所示花卉武陵農場多有種植，加上武陵印尼語摺頁附上花曆，受到印尼民眾熱烈詢問，尤其是 4 月盛開知紫藤花。另發現當

地旅行業者將日本、韓國及臺灣櫻花併同放置宣傳賞櫻行程，可見賞花也是印尼民眾旅遊偏好之一。而武陵農場為臺灣首屈一指之賞櫻名勝，除了櫻花外，紫藤、桃花與李花等也陸續在每年 4 至 6 月開放，若搭配上便捷交通，可作為宣傳重點。

(三)善用當地語言能以最快時間達到推廣效果

若能善用當地語言進行攬客及解說、翻譯及印製發送印尼語 DM，能更快速有效的拉近雙方距離。本次旅展行程及推廣會均聘雇當地工讀生進行翻譯及解說，因語言無障礙民眾及業者停留意願及興趣增加，能放鬆直接交談細部層面問題，可增加推廣效益。

二、建議

(一)持續開發印尼市場拓展新客源：

印尼經濟成長快速，人口排名全球第四，旅遊市場極具觀光開發潛能及價值。就團客而言，可先行於推廣會將本會農場旅遊資訊提供予當地旅行業者（組團社），並請其積極與臺灣旅行業者（地接社）接洽；或與臺灣 Inbound 旅遊業者合作，共同開發該市場。另配合交通部觀光局的活動或踩線團等，將臺灣高山風景呈現於該國媒體與旅行業者的廣告上；至於自由行客人可利用展期時直接接觸民眾瞭解旅遊需求及偏好。清境農場連續推廣的結果，已逐漸打開知名度。武陵農場今年為首度參展，運用天然美景與各季花卉為特色賣點，對當地民眾與業者具有吸睛效果。建議應持續開發加強市場，並運用機會曝光以提高知名度，才能收到成果。

(二)善加運用影視節目與社群網路行銷：

- 1、與偶像劇拍攝合作：印尼當地電視台曾於 10 多年前購買臺灣製播的偶像劇，該劇播出後曾創下驚人的收視率，也讓劇中人物在當時成為印尼最受歡迎的偶像團體。然近年來印尼也深受日本與韓國影視文化影響，加上臺灣偶像劇輸出到印尼甚少，如今印尼新一代年輕人只對韓國明星如數家珍。如何再創當年臺灣戲劇席捲印尼市場的榮景，在這個講行銷與重包裝的年代，媒體營造出的偶像，無疑是最能在短時間內產生直接有效影響的重要力量。以新加坡為例，該國主流媒體播放臺灣戲劇、娛樂節目等，也因而直接或間接促使新加坡人到臺灣觀光，根據觀光局資料顯示，新加坡旅臺遊客也是亞洲國家中的第四名（繼日本、韓國、馬來西亞之後），由此可知強化在當地的媒體力量，實是有助於建立國家形象與影響力的捷徑之一。趁著印尼正處在對於華文的學習熱潮，如果能由政府相關單位帶領民間媒體，與印尼當地主流媒體談合作，「臺流」風潮是很可能在印尼捲土重來的，也能

帶動印尼來臺觀光熱潮。

- 2、邀請印尼電視台記者與知名部落客參訪：印尼人口眾多土地幅員廣大，透過邀請當地電視台旅遊報導增加臺灣旅遊景點曝光度，前來農場體驗不同季節景緻與風情，拍攝旅遊節目或同步於網路直播，加深印尼民眾對農場的認識，吸引來臺旅遊至農場。
- 3、利用網路與社群網站行銷：根據報導，印度以 2 億 4100 萬用戶人數，超越了美國的 2 億 4000 萬，成為全球使用社群網站人口最多的國家。而該網站用戶人數前 10 名的亞洲國家還有，第 4 名的印尼、第 6 名的菲律賓、第 7 名的越南以及第 8 名的泰國。最多使用者用戶的城市則由曼谷奪冠。可見，印尼也是重是使用社群網站的國家。農場可善用此媒介，於場內規劃設置具有特色打卡點，透過社群網站傳遞與發酵，讓到訪遊客透過社群網站的傳播力量，進而介紹給親友方式行銷。

（三）針對不同市場需求製作摺頁：

本次旅展清境與福壽山農場雖提供印尼語摺頁，但有農場摺頁的介紹卻無考慮國情不同與當地民眾需求，部分資料亦有錯誤或較難以理解之處。至國外旅展參展的摺頁，除以當地語言印製外，須剔除易使國外遊客迷惑及不需要之訊息（如：年份需由民國改至西元或是當地年曆方便辨識、票價與房價部分可不用放置特殊身份之優惠等），而非延用中文簡介資料直接翻譯。又對於印尼市場而言，武陵農場重要宣傳重點是花卉景觀，可繪製專用花曆地圖，清楚標示場內各季節花卉照片及開花地點，使民眾一目瞭然提高興趣。

（四）提供農場照片予駐外辦事處宣傳使用：

為配合新南向政策，本會與三高山農場近年來廣續至泰國、印尼、新加坡與馬來西亞等國參展。惟囿於出國預算有限，上開國家下半年旅展或推廣會，或其他東南亞國家的展銷會等，無法每一場均共襄盛舉。爰此，請農場已提供相關高解析度之宣傳照片予交通部觀光局駐吉隆坡辦事處使用，讓其他國家或展銷會等，看見農場之美，以提高農場曝光度。

（五）交通串連與接駁改善：

除了參加團體旅遊外，印尼華人對於再次來臺旅遊傾向於自由行，但到農場的交通如何安排就是首先要解決的問題。從桃園機場到高鐵各站後，接下來如何抵達農場，除清境農場與南投客運合作旅遊套票外，武陵農場目前也有 3 家客運業者營運。另外可與旅行業者合作，依出發地點包裝一至二日遊之行程；或者考慮與民間信用良好租車公司搭配交通住宿方案，吸引旅費預算較高的自由行親友團或親子團旅客，提供更為便捷交通接駁。

肆、附圖



圖一：2018 年印尼 ASTIDO 旅展臺灣展區展館一隅。



圖二：ASTIDO 開幕日由輔導會、清境農場、武陵農場及印尼翻譯鄭先生櫃台合影



圖三：本次印尼旅展 ASTIDO 國際旅展參展證及旅展資訊報導。



圖四：當地旅行社介紹台灣阿里山、日月潭、清境農場、台灣休閒農場套裝行程，其中雅加達陳氏兄弟旅行社主推清境農場旅遊



圖五、六：由清境農場參展人詳細介紹農場旅遊景點資訊（上圖），現場翻譯鄭先生向雅加達民眾介紹清境農場高山牧場與綿羊相關D I Y 遊程（下圖），民眾對於農場設計綿羊玩偶與真實原色羊毛具有相當興趣。



圖七：臺灣館每日定時舉辦戰嬌女子國樂團表演藉以吸引現場民眾。



圖八、九：臺灣代表團至旅展現場各大旅行社櫃台進行拜會活動、交換名片，介紹每家參展資源特色。



圖十：臺灣代表團特地拜訪台北駐印尼經濟貿易代表處，由陳忠大使親自接待，並與團員說明新南向政策成果與配合交通部觀光局將臺灣介紹給印尼遊客，提升印尼旅客來旅遊人數。



圖十一：印尼雅加達推廣會由清境與武陵農場代表上臺簡報農場旅遊資訊。



圖十二：棉蘭推廣會由清境與武陵農場代表上臺簡報農場旅遊資訊。



圖十三至十五：退輔會與農場代表分別於雅加達（左圖）、棉蘭（右圖）等二場推廣會與旅行業者進行交流。



圖十六：印尼雅加達旅行社業者名片



圖十七：印尼棉蘭旅行社業者名片

Mengenal Wisata Taiwan lewat Taiwan Tourism Workshop 2018

Diana Rafikasari

Senin, 5 Maret 2018 - 21:07 WIB



Taiwan Tourism Workshop 2018 memperkenalkan tempat menarik di Taiwan. Foto/SINDOnews/Diana Rafikasari.

JAKARTA - Taiwan terus menjadi incaran wisatawan dari berbagai negara, terutama Indonesia. Tak hanya memiliki pemandangan alam yang indah, keaneka ragaman budaya, keramahan penduduk serta kuliner yang lezat, membuat negara ini menjadi pilihan untuk dikunjungi.

Karena itu, dalam rangka memperkenalkan pariwisata Taiwan, Biro Pariwisata Taiwan bersama industri pariwisata Taiwan menggelar acara Taiwan Tourism Workshop 2018 di Hotel Pullman, Jakarta pada Senin (5/3/2018) dan di Hotel Marriot, Medan, Rabu (7/3/2018).

"Saya senang sekali dapat membawa rombongan pariwisata Taiwan ke Indonesia dan dapat mempromosikan pariwisata Taiwan. Ada 41 peserta delegasi terdiri dari 29 instansi yang akan mempromosikan dan menyediakan informasi terbaru dan terbaik perjalanan wisata ke Taiwan," kata Ketua Delegasi Pariwisata Taiwan Jerry Chen saat acara Taiwan Tourism Workshop 2018 di

Hotel Pullman, Jakarta, Senin (5/3/2018).

Acara yang menjadi ajang pertukaran informasi dengan travel agency lokal ini diawali dengan perkenalan produk wisata oleh beberapa instansi Taiwan yang diwakili travel agency terkemuka, maskapai penerbangan, hotel dan lainnya.

Salah satunya Veterans Affairs Council, Peternakan Qing Jing. Terletak di pertengahan Taiwan, peternakan ini menawarkan wisatawan alam yang indah dan memanjakan mata.

"Qing Jing Farm sangat alamiah. Peternakan Qing Jing ada dipertengahan Taiwan di Kabupaten Nantou. Di sana ada jembatan kaya skywalk jadi bisa liat pegunungan, pengelolaan dombanya juga dari New Zealand. Banyak acara menarik seperti akhir tahun ada acara malam tahun baru dan di dalam peternakan sendiri sudah tersedia hotel," jelas perwakilan peternakan Qing Jing.

Dalam kesempatan yang sama, Director of Taiwan Tourism Bureau Kuala Lumpur, Chou Shih-Pi mengatakan Taiwan cocok untuk semua jenis wisatawan. Mulai dari wisatawan berpasangan hingga wisatawan muslim.

"Saya rasa Taiwan pilihan yang tepat untuk berlibur. Untuk pasangan, ada romantic blossom. Untuk wisatawan Muslim, udah banyak label halal. Ada ruangan sholat, muslim friendly disetiap tempat. Di stasiun, mall dan hotel," kata Chou Shih-Pi.

Sementara, mengingat penduduk Indonesia didominasi oleh muslim, Taiwan terus berusaha memberikan yang terbaik untuk wisatawan Muslim. Salah satunya dengan banyaknya label halal baik untuk makanan hingga akomodasi dari MR (Muslim Restaurant, MFR (Muslim Friendly Restaurant), MFT (Muslim Friendly Tourism) dan MCH (Muslim Convenient Hotel) sehingga wisatawan Muslim dapat dengan nyaman dan tidak takut saat berwisata di Taiwan.

"Pemandangan Taiwan yang unik, adanya empat musim, kuliner akomodasi, transportasi, fasilitas lainnya menyediakan lingkungan ramah bagi wisatawan Taiwan. Lingkungan ramah bagi wisatawan juga berlaku bagi wisatawan Muslim. Di mana Chinese Muslim Asosiasi sudah memberikan sertifikasi halal sehingga tidak perlu khawatir dan perjalanan ini akan terasa sangat berharga," tambah Jerry.

Beberapa tahun terakhir ini, pemerintah Taiwan secara aktif meningkatkan kualitas pariwisata. Hal ini juga didukung dengan penyederhanaan perolehan visa wisata dan travel award yang diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Taiwan. Dengan adanya kegiatan ini, Jerry Chen pun berharap bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke Taiwan

hingga 21.000.

"2017 lalu wisatawan Indonesia ke Taiwan meningkat. Ada sebesar 189.000 wisatawan Indonesia yang mengunjungi Taiwan. Ini meningkat 46% jika dibandingkan dengan tahun 2016. Kami yakin tahun ini wisatawan akan terus bertambah. Saya mendorong untuk mengunjungi Taiwan sesegera mungkin dan menjadi kesaksian kami tentang keindahan Taiwan," tutup Jerry.

來源 <https://lifestyle.sindonews.com/read/1287112/156/mengenal-wisata-taiwan-lewat-taiwan-tourism-workshop-2018-1520253986>