

出國報告（出國類別：其他）

出席交通部觀光局組團參加印尼 KOMPAS 旅展暨臺灣觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：陳佩岑科長

派赴國家：印尼—雅加達、棉蘭

出國期間：112年08月28日至09月03日

報告日期：112年11月17日

摘要

印尼人口現有人口約 2.7 億，是全球穆斯林人數最多的國家；為交通部觀光局（下稱本局）新南向政策的重要開拓市場之一，本次出國計畫係參加由交通部觀光局辦理「2023 年印尼秋季旅展及觀光推廣活動」，自 112 年 8 月 28 日至 9 月 3 日，本次總計 17 個觀光單位共 29 人組成臺灣觀光代表團。

8 月 29 日在雅加達 The Westin Jakarta 及 8 月 30 日在棉蘭 JW Marriott Medan 各辦理 1 場「B2B 臺灣觀光推廣會」，推廣會包含旅遊交易會、產品說明會與餐會，提供臺灣業者與當地主力旅行業者交易平台，以達後續實質產品銷售，兩場推廣會共計 226 位來自印尼雅加達與棉蘭業者參與。推廣會結束後參加印尼第一大媒體集團 KOMPAS 於雅加達 Indonesia Convention Exhibition(ICE BSD)舉辦的 KOMPAS Travel Fair 旅展，本次臺灣館面積為 72 平方公尺，本局現場安排臺灣競技啦啦隊表演、珍珠奶茶試飲、綠豆糕與觀光手冊摺紙教學等活動，吸引民眾參觀，加強印尼民眾對臺灣之印象，計有 1 萬 4,853 人次民眾參觀。另出席本局印尼臺灣觀光計程車廣告宣傳記者會，行程最後前往雅加達商業中心~中區與西區大型購物中心、捷運站等考察未來觀光行銷宣傳媒體。印尼疫後經濟復甦情況佳，購物中心民眾消費熱絡，各式宣傳媒體眾多，知名企業爭相刊登，可作為後續行銷廣告投放參考。

印尼出境旅遊蓬勃發展，本局近年來穆斯林友善旅遊環境建置已漸具規模，有助後續推廣，茲將本次考察心得與建議整理如下，期盼印尼市場不僅能恢復疫前來台人次，更期盼吸引更多穆斯林來臺旅遊，作為日後業務參考。

- 一、疫後經濟復甦佳，出境市場爆發力強，儘速重啟臺灣旅遊資訊中心
- 二、增加棉蘭泗水等城市推廣資源，以帶動航班復飛
- 三、展場參展與商場推廣會並行，以達到面子裡子兼具之效
- 四、善用多元媒體，密集宣傳擴臺灣為穆斯林友善旅遊目的地
- 五、續推動簽證申辦簡化作業，提升印尼民眾來臺觀人次

目 次

壹、目的	1
貳、活動概要	2
參、心得與建議	7
肆、活動照片	10

壹、 目的

印尼位於東南亞，為東協（ASEAM）創始會員國之一，全國現有人口約 2.7 億，為世界人口數第四大的國家，也是全球穆斯林人數最多的國家；印尼不僅資源豐富、強大的人口紅利更為經濟發展的強力後盾，近年來經濟成長快速，民眾出境旅遊市場日益擴大，為交通部觀光局（下稱本局）新南向政策的重要開拓市場之一，由本局駐吉隆坡辦事處兼轄觀光推廣工作，並於 2018 年 7 月於雅加達設立「駐雅加達臺灣觀光旅遊服務處」，加強與印尼旅行業者互動關係，深耕市場，惟受到疫情影響，暫停營運。

Covid-19 疫後，印尼經濟復甦顯著，帶動新一波出境旅遊紅利。本局駐吉隆坡辦事處疫後積極參與當地國際旅展與自辦推廣活動，並於網路與電子媒體加強投放廣告，為搶攻印尼疫後出境旅遊潮，本局本次以擴大加速吸引國際觀光客來台之優惠方案為宣導主題，委託臺灣觀光協會執行本次印尼組團計畫，參加印尼 KOMPAS 旅展，並辦理雅加達與棉蘭推廣會，期提升印尼組團業者推廣臺灣觀光產品之意願及信心。

貳、 活動概要

本次赴印尼出國行程自 112 年 8 月 28 日(一) 自台北→雅加達出發，112 年 9 月 3 日(日) 自雅加達→台北。本次組團赴印尼雅加達及棉蘭舉辦臺灣觀光推廣會，推廣會包含旅遊交易會、產品說明會與餐會，提供臺灣業者與當地主力旅行業者交易平台，以達後續實質產品銷售；另一重點參加由印尼第一大媒體集團 KOMPAS 於雅加達 Indonesia Convention Exhibition(ICE BSD)舉辦的 Kompas Travel Fair 旅展，與印尼民眾及旅行業者進行宣傳，加強印尼民眾對臺灣之印象，擴大臺灣在印尼市場能見度，以提昇來台旅客人次。另出席本局印尼臺灣觀光汽車廣告宣傳記者會，再者，筆者為規劃疫後印尼宣傳投放計劃，自費停留一天，前往雅加達商業中心~中區與西區大型購物中心、捷運站等，概況如下：

一、 出席雅加達臺灣觀光計程車宣傳啟動記者會

- 日期：112 年 8 月 29 日(星期一) 11:00~13:30
- 地點：TUGU Kunstkring Paleis
- 媒體出席人數：30 人

本局駐吉隆坡辦事處與印尼視覺藝術家 KROOSYL 團隊合作，設計結合臺灣不同季節的自然景觀和主題旅遊元素，創作「Taiwan for Everyone」（每個人的臺灣）與「This is Taiwan」（這就是臺灣）兩項廣告設計，超過 300 輛繪有阿里山櫻花、鐵道列車及特色景點的觀光汽車，將於 112 年 9 月至 12 月中旬共計約 200 臺計程車將穿梭在雅加達街頭，宣傳臺灣同時，也安排推廣活動，印尼民眾若拍攝汽車照片上傳社群媒體可獲得特色禮物。

本次汽車廣告宣傳係配合本次參加 KOMPAS 旅展，密集式的在不同媒體曝光，拉高臺灣在印尼（雅加達）能見度，並為吸引印尼旅客於今年年底長假選擇臺灣為觀光目的地，首度於印尼推出為期 3 個月的車體廣告宣傳活動。啟動記者會安排了吉隆坡辦事處周主任士弼與設計師就臺灣觀光意象的對話，透過從印尼新稅設計師的觀察和分享，讓印尼媒體記者有不同觀點認識臺灣。再

者，記者會活動現場為畫廊與餐廳複合式之庭園建築，又曾為領事館之歷史意義，在當地頗為知名，臺灣觀光品牌於此相結合具有拉抬效果，本次活動受到關注，駐印尼代表處指派新聞組楊俊業組長現場致詞與期許。

二、臺灣觀光推廣會(雅加達)

- 日期：112年8月29日(星期一) 15:00至20:00
- 地點：The Westin Jakarta
- 活動內容：旅遊交易會、旅遊產品說明會、晚宴、表演節目、抽獎活動。
- 當地業者及媒體出席人數：129人

(一) 旅遊交易會

本次總計有印尼大雅加達地區約129位主力旅行業者及媒體參與，另邀請中華航空及長榮航空兩家國籍航空駐印尼分公司共同宣傳臺灣。活動由臺灣業者固定座位、印尼業者可自行選擇有興趣的臺方業者，定時輪流自由洽談，交易會中巧思安排集章贈禮活動，提高臺印雙方洽談機會，提高未來合作機會。

(二) 旅遊產品說明會

為讓印方業者深入了解臺灣多樣觀光產品，交易後會接續安排產品說明會，臺方業者準備印尼文或英文簡報分述如下：

1. 本局駐吉隆坡辦事處已擴大加速吸引國際觀光客來台方案之優惠措施，向業者說明團客與自由行方案，並且簡報臺灣觀光資源、觀宏專案申請事項。
2. 參山國家風景區管理處簡報轄區內特色景點與創新觀光體驗及穆斯林友善環境設置，向印尼市場推廣中臺灣新景點。
3. 中華民國對外貿易推廣中心（下稱貿協）駐雅加達辦事處以 MEET TAIWAN 簡報讓印尼當地業者了解臺灣會展產業概況與資源、以及相關補助條件。
4. 中國回教協會介紹臺灣的穆斯林友善環境，以·穆斯林身份介紹讓印尼當地業者了解臺灣完善的穆斯林友善旅遊環境，更具說服力。

(三) 推廣晚宴

晚宴邀請駐印尼臺北經濟文化辦事處陳盛鵬公使蒞臨指導，晚宴邀請印尼業者及媒體參加，為增加晚宴亮點，遴選由榮獲世界競技啦啦隊冠軍的「臺灣競技啦啦隊協會」以充滿熱情活力的拉拉隊舞蹈表演揭開序幕，讓與會貴賓感受到充滿熱情臺灣力。

晚宴開場由筆者代表本局感謝現場臺印雙方業者嘉賓的蒞臨指導以及對臺灣觀光的支持，並向與會人士宣佈加速擴大吸引國際觀光客來台方案，鼓勵業者多加送客來臺。陳盛鵬公使致詞指導內容，以臺灣的角度說明臺印雙邊觀光旅遊發展現況及未來合作商機。晚宴過程中臺方參展單位提供的各項好禮、國籍航空贊助機票並搭配住宿券以及本局「遊臺灣金福氣」住宿抵用券等多樣獎項於現場抽贈，活絡現場氣氛。

三、舉辦臺灣觀光推廣會--棉蘭場次

- 日期：112年8月30日(星期三) 15:00至20:00
- 地點：JW Marriott Medan
- 活動內容：旅遊交易會、旅遊產品說明會、晚宴、表演節目、抽獎活動。
- 當地業者及媒體出席人數：97人

棉蘭市（Medan）為[印度尼西亞北蘇門答臘省](#)首府，位於該省北部。是印度尼西亞僅次於[雅加達](#)及[泗水](#)的第三大城市，亦是蘇門答臘最大城市。人口約220多萬人口，華人約有50萬人，具有相當的經濟實力，往來臺灣頻繁，疫前中華航空有棉蘭和台北直飛航線，目前已中斷。本次除安排雅加達推廣會，特安排棉蘭臺灣觀光推廣會，希望透過棉蘭與臺灣過往深厚的交流，尤其是華人對臺灣的認同和親友的連結，爭取疫後來臺旅客成長。推廣會的安排方式和雅加達相同，先旅遊交易會、產品說明會以及晚宴。共有棉蘭當地約97位主力旅行業者及媒體參與。

棉蘭推廣會的晚宴，駐印尼代表處由新聞組楊俊業組長代表蒞臨，全程以印尼文致詞，感謝現場臺印雙方業者嘉賓的蒞臨，並以臺灣的角度說明臺印雙邊觀光旅遊發展現況及未來合作商機，流利的印尼文增進與業者的距離。筆者亦代表本局說明加速擴大吸引國際觀光客來台方案措施，鼓勵業者多加支持送客來臺灣，體驗臺灣豐富多元的觀光資源。

四、 參加印尼 Kompas 旅展

Kompas Travel Fair 旅展由印尼當地最大之媒體 Kompas 辦理，每年秋季舉辦，今年展場位於大雅加達區坦格朗（Tangerang）的 Indonesia Convention Exhibition(ICE BSD)展館，該展出單位多元且豐富，包含旅行業者、國家旅遊組織、飯店業、航空公司及媒體等旅遊相關單位參展，相當受到旅遊行業及民眾青睞。今年參展單位包含旅行業者、國家單位及飯店業者等，3 天展期入場人數達 1 萬 4,853 人。整理本次展覽的基本資訊如下：

(一) 基本資訊

- 展期：112 年 9 月 1 日(五)至 3 日(日) 10:00 至 21:00
- 地點：Indonesia Convention Exhibition (ICE BSD)
- 參觀人次：1 萬 4,853 人次
- 攤位編號：K17-20
- 臺灣館面積：72 平方公尺

(二) 臺灣館展攤設計與活動安排

本次臺灣館展攤設計以「美食購物」、「生態樂活」及「鐵道旅遊」等主題作為本次秋季印尼旅展之視覺圖像，以呈現臺灣觀光意象，另印尼民眾愛打卡的嗜好，攤位以具設計感的簡約風格構成，並善用展攤牆面製作多種主題拍照牆，供民眾於臺灣館拍照留念，如「生態樂活」之日月潭湖景及「鐵道旅遊」阿里山火車的拍照牆，「美食購物」之珍珠奶茶主題拍照牆，成功吸引民眾及媒體駐足拍照打卡分享。

現場舞台規劃「臺灣競技啦啦隊協會」表演及互動小遊戲，帶給印尼民眾驚喜連連，爭相拍照留影。臺灣競技啦啦隊協會也受邀於 Kompas 大會舞台進行表演，互動熱烈，加深民眾對臺灣的印象。舞台區的另一活動為互動遊戲，喔熊組長美食吃吃樂(舞台屏幕互動遊戲)，民眾透過互動遊戲，從喔熊吃美食可或是訪問臺灣知名景點得分不同之安排，提高當地民眾對臺灣的基本認識。滿足民眾對臺灣美食興趣探索。

臺灣館以五感體驗為主軸推出一系列體驗活動。如臺灣珍珠奶茶和綠豆糕的體驗製作，延長民眾至臺灣館參觀停留時間及黏著度。參展業者維格餅家現場現烤鳳梨酥

及自創手工糕餅一口酥，運用香氣成功推廣臺灣美食、伴手禮文化。此外，臺灣扶風文化國際級紙雕藝術家洪新富老師亦於現場教學臺灣立體書簡易製作，民眾在洪老師巧手下，折疊的小手冊(10公分*10公分)就可立即全覽臺灣經典美食及文化的魅力，嘖嘖稱奇，獲得印尼民眾的青睞，吸引現場民眾熱烈參與。旅展的第2天，臺灣館邀請印尼網紅夫妻 Anak Jajan 分享臺灣旅遊心得，現身說法並體驗臺灣館內DIY體驗，爭取印尼民眾深刻認識臺灣觀光提升臺灣館曝光率，加強臺灣觀光宣傳力道

臺灣館的參展業者 Kompas 旅展分別為中國回教協會、香格里拉冬山河渡假飯店、高雄信宗大飯店及維格餅家共4家業者7人於臺灣館共同行銷推廣臺灣，各家業者精心布置自己的展位，除了產品訊息，亦自備精美小禮物讓民眾驚艷，並於展期間與現場民眾互動頻仍，積極向現場民眾介紹自家旅遊產品。

五、雅加達觀光行銷宣傳考察

隨著印尼經濟成長快速，民眾消費意願和能力高，又加上印尼天氣炎熱，民眾休閒活動喜歡前往購物中心逛街、消費兼吹冷氣，因此雅加達市中心華麗的巨型購物中心鱗次櫛比，路上行人少，本次考察雅加達著名的購物中心蘭花廣場、Pacific Place Mall 與 Grand Indonesia 購物中心，彷彿雅加達民眾都在商場裡，人潮眾多，購物中心內聚集百貨公司，餐廳，全覽雅加達流行時尚趨勢，商場內巨型LED廣告平台吸睛，不少知名品牌運用宣傳。

雅加達交通壅塞世界知名，印尼政府計劃建立一個10年期整合的公共交通系統，包括捷運、輕軌(LRT)、[Transjakarta](#) (雅加達專線巴士)和機場火車，其中雅加達捷運共規劃3條，目前僅第一條路線於2019年3月通車，被視為改善雅加達擁塞交通的重要關鍵。筆者這次抓緊短暫空擋約1小時時間就近於下榻飯店最近的捷運站(Rasuna Said)搭乘體驗。車廂乾淨、印尼文和英文併同報站資訊，由於捷運費用相對較高，搭乘人數不多且以白領階級上班族為主，站內尚無商業廣告，但符合本屬市場目標族群。

參、心得與建議

一、疫後經濟復甦佳，出境市場爆發力強，儘速重啟臺灣旅遊資訊中心

根據印尼中央統計局資料顯示，2022 年印尼國內生產毛額(GDP)為 19,588.4 兆 印尼盾(約 13,198 億美元)，成長 5.31%，創 10 年新高，且高於世界銀行與 IMF 先前預測的 5.2%及 5.3%，其中交通及旅宿業為 2022 年成長最快的部門，分別為 19.9% 及 12%，全年航空運輸國內旅客人數成長 75.8%，外國旅客成長 1030.9%，經濟成長恢復佳。

本局前於 108 年 3 月成立「駐雅加達臺灣觀光旅遊服務處」，與印尼當地旅遊業者、航空公司、傳播媒體與普羅大眾有更直接且頻密的交流互動。可惜受到疫情影響而暫緩運作。現階段雖以公關輔導業者計畫方式重建關係鏈，但從本次考察中觀察印尼民眾消費意願高，出境市場大，建議儘速重啟服務中心，尤其鄰近競爭國家日本與韓國均已於印尼設置觀光推廣據點。再者，印尼為推動「觀光新南向政策」重點國家，具有指標性，如以正式辦事處方式派員深耕市場，將印尼市場設定在中產階層約人口(約佔人口 20%，即 5,000 萬人口)，市場成長可期，以 5 年期工作計畫投入，可從潛力市場躍升主力市場。

二、增加棉蘭泗水等城市推廣資源，以帶動航班復飛

台印航線目前僅有中華和長榮航空 2 家國籍航空飛航，現況僅有臺北雅加達、高雄雅加達、台北峇里島等 3 個航點，相較於疫前除前所述航點外，另有泗水、棉蘭等直飛航線，直飛航點尤顯不足。觀光推廣如直航點不足將影響成效，又加上目前僅有國籍航空，航班時間(晚抵早回)增加住宿與減少停留更不利推廣。泗水與棉蘭均為華裔人口較多之城市，為疫後首要爭取返鄉或探親的城市，後續期待透過推廣會等行銷作為帶動旅客赴台旅遊人潮，以鼓勵國籍航空復飛外，另也期待春節或開齋節等特定節日，以包機方式來臺，爭取較佳飛航時間帶。

三、展場參展與商場推廣會並行，以達到面子裡子兼具之效

KOMPAS Travel Fair 由印尼第一大媒體集團 KOMPAS 主辦，挾其多元媒體的宣傳優勢，增加在印尼曝光的機會，惟舉辦地點位於[印尼萬丹省唐格朗攝政區 PagedanganBSD 城](#)的會展中心。該會展中心於 2015 年 8 月落成，是印尼最大的會展中心。但該會展距離雅加達市中心約 40 公里，最近購物商場僅有一座，對於印尼民眾愛逛購物中心的習性，來展場買商品的吸引力有限。又加上今年印尼航空票務業協會 ASTINDO（The Association of Air Ticketing Companies in Indonesia，為印尼地區航空票務與出境旅遊業者共同組成之同業協會，致力協助會員推廣赴海外出境旅遊與航空票務相關工作）與 KOMPAS 傳出嫌隙，部分旅行社退出參展，降低民眾觀展意願，參展人數不如以往。

KOMPAS 旅展期間，ASTINDO 於 PIK AVENUE Jakarta 購物中心舉辦 ASTINDO Travel Fair 2023（8 月 31 日至 9 月 3 日），展場雖面積不大，但主力旅行社聚集，加上該購物中心新開幕，形塑高級奢華的品牌形象，深受印尼民眾喜愛，來此觀展購買旅遊商品更具價值。筆者於開展當日（星期四）下午前往參觀，現場雖為上班日，但參觀民眾人潮不少，旅遊商品詢問與成交率高。建議爾後可於知名度高之商場合作，自辦臺灣旅遊展銷會與商場促銷活動，可拉高臺灣觀光品牌形象，並達銷售實績，創造話題。

四、善用多元媒體，密集宣傳擴臺灣為穆斯林友善旅遊目的地

穆斯林占印尼人口超過 85%，若要擴大印尼旅客來台人數，除了穩固華裔客群外，如何抓對穆斯林潛在需求，吸引來臺旅遊更為深耕穆斯林市場的必要，尤其在提高旅遊的價值性。本局駐吉隆坡辦事處搭配旅展臺灣觀光代表團前往印尼推廣期間，與印尼視覺藝術家 KROOSYL 團隊合作，推出臺灣觀光汽車車體廣告，藉由設計師的名氣，計程車穿梭主要道路，引動穆斯林討論、抓住民眾目光。再者記者會的現場選擇在具有歷史性又為知名度高的庭園餐廳，讓媒體記者驚豔，間接提高臺灣觀光價值。

後續如何延續本波段宣傳效果，建議可增加在購物中心廣告投放，如購物中心內的電影院，羅馬旗、巨幅 LED 或是贊助購物中心（百貨公司）促銷活動贈品。

再者，穆斯林年輕族群捨得消費出境旅遊，亦是我們爭取的客群，因此除了宣傳影片上傳至 YOUTUB、I G 外，製作 3D 動畫影片於大型購物商場投放，頗吸引穆斯林年輕族群注意。

另印尼電子商務發展快速，滲透率主要集中在爪哇地區，線上購物者主要是年齡在 20 至 37 歲之間的千禧一代，約佔總數的 88%，幾乎以智慧型手機，因此，如在銷售通道上建議加強與 OTA 合作，便利穆斯林旅客即時掌握臺灣友善穆斯林旅遊資訊，塑造穆斯林友善旅遊目的地意象，加強年輕穆斯林對臺灣旅遊品牌的黏著度。

五、續推動簽證申辦簡化作業，提升印尼民眾來臺觀光人數

為吸引印尼旅客來臺，除東南亞旅客線上簽證，觀宏專案以團體線上申請觀光簽證疫後仍賡續辦理，以提供更為便捷的簽證程序；惟印尼組團業者仍認為申請程序繁瑣，配合觀宏專案申請意願甚低。本局駐吉隆坡辦事處疫後立即於印尼市場啟動穆斯林業者輔導計畫，提供專人輔導產品包裝外，亦協助申請觀光專案，以降低來臺旅遊之疑慮。然為加速印尼市場開拓，建議可參考近期泰國政府提供臺灣民眾自 112 年 11 月 10 日起至 113 年 5 月 10 日 6 個月期間的免簽入境停留，並納入過往日本政府曾提供給持電子晶片護照的印尼民眾，試辦事先申請之 3 年多次免簽優惠措施，給予持晶片護照的印尼民眾限期性的免簽優惠措施，消除來臺疑慮，以提升印尼民眾來臺觀光人數。

肆、 活動照片

一、 出席雅加達臺灣觀光計程車宣傳啟動記者會



臺灣觀光計程車外觀



臺灣觀光計程車車內搭配優惠活動掃碼參加



本局駐吉隆坡辦事處周主任士弼與設計團隊對談

二、臺灣觀光推廣會(雅加達)



東風旅行社向穆斯林業者說明臺灣穆斯林友善旅遊環境



華府旅行社設計多套旅遊產品歡迎業者洽詢



維格餅家提供臺灣造型鳳梨酥讓業者一目了然臺灣景點地理位置



旅遊產品說明會提供業者深入瞭解臺灣景點資源與產品特色



臺印雙方貴賓致謝出席業者

由左向右貴賓：臺灣觀光協會陳家祥副秘書長、長榮航空印尼分公司譚自強總經理、ASTIDO 會長 Pauline Suharno、駐印尼台北經濟貿易代表處陳盛鵬副代表、筆者、本局駐吉隆坡辦事處周士弼主任、中華航空印尼分公司吳友仁總經理、雅加達台貿中心汪仲瑩經理、主持人



台印旅遊業者出席推廣晚會共推臺灣觀光



推廣晚會抽獎活動--由中華航空與福容飯店贊助台印來回機票一張及飯店住宿券。(由左向右)中華航空吳友仁總經理和陳盛鵬副代表共同頒發獎品



臺灣香格里拉冬山河度假飯店提供農村親子渡假旅遊行程



天天旅行社向業者提供獎勵旅遊商品資訊



高雄信宗大飯店展現全館穆斯林友善環境爭取業者訂單



中國回教協會現身簡介臺灣友善穆斯林環境更具說服力



棉蘭推廣會~邀請貴賓共同上台祝酒
 由左而右貴賓：中華航空印尼分公司業務經理丘賢偉、長榮航空印尼棉蘭區資深專員 Endah Mahanani、ASTINDO 棉蘭分會主席 Wilson Halim、駐印尼代表處新聞組楊俊業組長、筆者、本局駐吉隆坡辦事處周士弼主任、雅加達臺灣貿易中心汪仲瑩經理、臺灣觀光協會陳家祥副秘書長及主持人曾秀情致詞感謝臺灣代表團的造訪



棉蘭推廣會抽獎活動~中華航空公司與晶華酒店提供印尼臺灣來回機票一張及住宿大獎

三、參加印尼 KOMPAS 旅展



臺灣館的設計



舞台區設計喔熊互動遊戲吸引民眾駐足認識臺灣觀光資源



提供珍珠奶茶體驗臺灣特有飲品



本次組團邀請「臺灣競技啦啦隊協會」，以精湛熱情的表演吸睛參觀民眾



印尼網紅夫妻 Anak Jajan 赴展區設計拍照打卡區，臺灣特色一次體驗



臺灣扶風文化國際級紙雕藝術家洪新富老師現場教學臺灣立體書簡易製作



維格餅家以教學製作五彩綠豆糕~與印尼民眾愛吃甜食對話



高雄信宗大飯店參展



印尼民眾蒞臨臺灣館索取資料踴躍

KOPAM 參展單位販售臺灣旅遊商品旅行社集錦





四、考察雅加達行銷宣傳媒體



Grand Indonesia 購物中心超大型螢幕



雅加達捷運內部



雅加達捷運站內安全閘門



雅加達捷運入口處



蘭花廣場~亞洲最大戶外 LED 看板



Pacific Place Mal 內環形 LED 看板



特製行動宣傳車



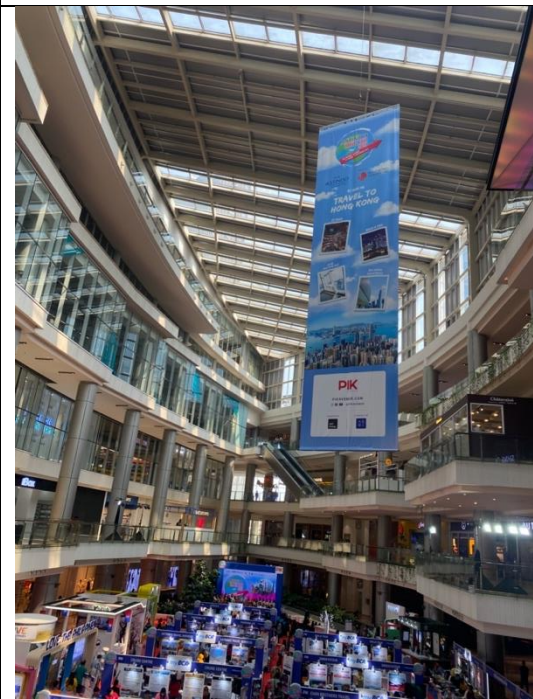
Pacific Place Mal 水舞表演搭配商品宣傳



市區大型超市設置中秋佳節購物專區



ASTINDO 於 PIK AVENUE Jakarta 購物中心舉辦 ASTIDO Travel Fair 2023



香港旅遊局於 ASTIDO Travel Fair 2023 展場掛上大型羅馬旗



ASTIDO Travel Fair 2023 吸引民眾購買