

出國報告（出國類別：其他）

2025 年印尼旅展及觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光署

姓名職稱：任柏融專員

派赴國家/地區：印尼/雅加達及萬隆

出國期間：114 年 8 月 18 日-23 日

報告日期：114 年 11 月 13 日

摘要

印尼向為我國重要的來臺客源市場之一，113 年印尼來臺旅客計 22 萬 4,477 人次，較 112 年成長約 11%；114 年上半年來臺人次則較疫情前 108 年成長 5%。考量印尼人口居世界第四，亦為東南亞人口及穆斯林最多的國家，近年經濟亦穩步發展(112 及 113 年均達 5%)，出境旅遊需求持續增長，具有高度開發的潛力與價值。

本署 113 年 5 月推出臺灣觀光新品牌 3.0 重塑臺灣新印象，同時積極推廣「遊臺灣金福氣」自由行旅客抽獎活動歡迎全球市場旅客來臺旅遊外，對於印尼市場亦擴大行銷積極於大眾交通樞紐與傳統媒體投放臺灣觀光宣傳影片、透過社群平台宣傳臺灣，本次更號召縣市政府、觀光公協會、旅行社業者等 15 個單位共 43 人組成臺灣代表團，於 8 月 18 日至 25 日赴印尼推廣台灣觀光。8 月 19 日及 8 月 20 日先後於第三大城萬隆及首都雅加達辦理台灣觀光 推廣會，再於 8 月 22 至 24 日假雅加達 Central Park Mall 舉辦台灣旅展。

本次出國參加「2025 年印尼旅展及觀光推廣活動」，心得及建議：

- 一、因地制宜，穆斯林友善的在地思維：標示彈性擴大商機。
- 二、巨型商場，貼近當地的宣傳媒介：精準鎖定中產階級生活軌跡。
- 三、推廣城市的選擇：多點佈局尋求市場效益。

目次

壹、目的	1
貳、行程暨活動內容	2
參、心得及建議	8
肆、活動紀要	10
伍、媒體報導	15

壹、目的

印尼向為我國重要來台客源市場之一，具高度開發潛力與價值。為鞏固既有市場並積極拓展新興客源，本署除透過駐雅加達臺灣觀光服務分處(印尼市場現由本署駐吉隆坡辦事處兼轄)投放線上及實體廣告、邀請印尼旅遊業者與媒體來台踩線熟悉旅遊外，亦持續參與印尼 ASTINDO 旅展，或辦理台灣旅展及推廣會。本年組團赴印尼辦理 2025 年印尼旅展及觀光推廣活動並由本署派員參加，主要目的如后：

直面消費者充分對話：旅展是銷售產品、提供促銷優惠、刺激立即訂購的最佳平台，透過於印尼雅加達市中心大型商場辦理旅展，直接面對消費者，提高臺灣觀光在印尼民眾間的品牌知名度與吸引力。

強化雙邊業者交流：分別於雅加達及萬隆辦理推廣會，向當地上百位出境旅遊業者介紹最新的臺灣觀光資源、穆斯林友善資訊及優惠措施，並透過洽談促進臺灣旅遊產品的包裝與銷售，期盼建立雙方業者長期合作關係。

掌握市場動態，了解業者需求：透過本署派員官方代表的參與，可以即時掌握市場脈動、瞭解當地業者需求，並協調國內業者共同推動更符合印尼民眾需求的旅遊產品，深化雙邊觀光連結。

貳、行程暨活動內容

一、行程概述

本次印尼旅展及觀光推廣活動係委託台灣觀光協會組團，前進印尼雅加達及萬隆二大城市，辦理為期三日的旅展及舉辦兩場推廣活動。本署則依照公務出國計畫原訂規劃，參與 8 月 18 日至 23 日之行程。

114 年 8 月 18 日上午自桃園國際機場出發，下午抵達雅加達後即向萬隆移動，搭乘遊覽車約 3 至 4 小時車程。

8 月 19 日上午於 Hilton Bandung 飯店進行萬隆推廣會的佈置及彩排；下午辦理萬隆推廣會，結束後搭乘遊覽車返回雅加達。

8 月 20 日上午於 Pullman Jakarta 飯店進行雅加達推廣會的佈置及彩排，並參觀本署雅加達觀光服務分處；下午辦理雅加達推廣會，晚間接續辦理晚宴。

8 月 21 日會同本署駐吉隆坡辦事處前往 The Plaza 辦公大樓，場勘規劃雅加達觀光服務分處(即未來本署雅加達辦事處)新址之辦公場所，下午至雅加達市內大型商場 Central Park Mall 協助隔日旅展佈置。

8 月 22 日上午參加台灣旅展開幕式，下午會同本署駐吉隆坡辦事處及台灣觀光協會於雅加達市內 Lippo Mall Puri、Pondok Indah Mall 2、Pondok Indah Mall 3 等大型商場場勘未來辦理台灣觀光推廣會之候選地點。

8 月 23 日上午出發前往機場，搭乘下午航班返回臺北。

二、行程表

日期	時段	行程
8 月 18 日 (星期一) 第一天	上午	搭機抵達印尼雅加達機場
	下午	移動至萬隆
8 月 19 日	上午	萬隆推廣會佈置及彩排

(星期二) 第二天	下午	萬隆推廣會
	晚間	移動至雅加達
8月20日 (星期三) 第三天	上午	雅加達推廣會佈置及彩排
	下午至晚間	雅加達推廣會暨晚宴
8月21日 (星期四) 第四天	上午	雅加達觀光服務分處新址場勘
	下午至晚間	旅展場地佈置
8月22日 (星期五) 第五天	上午	旅展開幕活動
	下午至晚間	考察推廣會場地
8月23日 (星期六) 第六天	下午	搭乘班機返國

三、萬隆推廣會

(一) 活動流程

時間	內容
09:00~09:45	台灣代表團全體團員進場佈置
9:45~10:00	印尼業者報到(全體團員接待)
10:00~11:00	旅遊交易會(自由洽談)
11:00~11:05	開場表演節目
11:05~11:10	主辦單位致詞 貴賓致詞
11:10~11:55	旅遊產品說明會 ● 台灣觀光資源簡報-駐雅加達台灣觀光服務分處 ● 休閒農業協會 ● 中華航空 ● 長榮航空 ● 星宇航空

11:55~12:25	抽獎
12:25	活動結束

(二) 活動內容

旅遊交易會首先由台灣業者於攤位展示文宣，開放自由洽談與印尼業者互動。現場特別安排集點活動增加洽談機會，印尼業者每完成一次洽談可獲得 1 枚集章，集滿可參加 DIY 體驗活動，現場氣氛熱烈，業者交流熱絡。

自由交談時間後，由舞蹈與扯鈴跨界表演開場，接著由交通部觀光署駐吉隆坡辦事處周士弼主任致歡迎詞，接著由 ASITA、ASTINDO 協會分會長及駐印尼台北經濟貿易代表處林信任公使致詞。緊接著旅遊產品說明會則為全面介紹台灣多元觀光產品，由駐雅加達台灣觀光服務分處、台灣休閒農業發展協會及三家國籍航空分別針對觀光資源介紹、全台休閒農場分布與特色，以及航空公司航線與服務進行說明。

最後壓軸的抽獎活動最大獎由航空公司及本次參展業者共同提供來回機票及住宿券組合，邀請印尼旅行業者親身體驗台灣。

四、雅加達推廣會

(一) 活動流程

時間	內容
14:30~15:20	台灣代表團全體團員進場佈置
15:20~15:30	印尼業者報到(全體團員接待)
15:30~17:00	旅遊交易會（自由洽談）
17:00~17:55	旅遊產品說明會 ● 台灣觀光資源簡報-駐雅加達台灣觀光服務分處 ● 雅加達台灣貿易中心 MEET TAIWAN ● 休閒農業協會 ● 中華航空 ● 長榮航空

	● 星宇航空
17:55	台灣觀光推廣晚宴餐會入座
17:50~18:00	開場表演節目(第一段)
18:00~18:15	主辦單位致詞 貴賓致詞
18:15	晚宴開始(舉杯祝賀&大合照)
18:45~18:50	中場表演節目(第二段)
19:00~19:20	台灣旅遊 Q&A
19:20~19:50	抽獎
20:00	晚宴結束

(二) 活動內容

雅加達推廣會的旅遊交易會亦採取台灣業者於攤位展示文宣，印尼業者跑攤的形式進行自由洽談。旅遊產品說明會則分由駐雅加達台灣觀光服務分處、雅加達台灣貿易中心、台灣休閒農業發展協會及三家國籍航空就觀光資源介紹、台灣 MICE 及獎勵旅遊、全台休閒農場分布與特色，以及航空公司航線與服務進行說明。

推廣會晚宴由表演團體的舞蹈揭開序幕，晚宴過程中安排台灣趣味問答，以輕鬆互動形式讓印尼業者更深入認識台灣觀光資源；最後的抽獎活動亦由三大國籍航空及本次參團業者共同提供機票＋住宿券組合，邀請幸運的中獎業者親自來台體驗。

五、雅加達觀光服務分處新址場勘

本署雅加達觀光服務分處於 113 年 2 月 28 日揭牌，位於西雅加達行政市的 GoWork Central Park。因現址租約屆期、撙節經費及尋覓更方正完整格局之辦公空間推廣台灣觀光等考量，規劃遷至位於中雅加達行政市、交通便利且鄰近代表處及業者公協會的 The Plaza 辦公大樓。

The Plaza 辦公大樓座落於雅加達中心商業區蘇迪曼大道周邊，並與大型購物中心 Plaza Indonesia 相連，辦公空間為 7 至 49 樓。為了解搬遷規劃及進度，藉本次出國參加旅展及推廣會之便與本署駐吉隆坡辦事處於 8 月 21 日一同前往場勘。該辦公大樓共分低-中-高三區電梯分流，每區 6 部電梯；每層樓中間部分為電梯及廁所、茶水間、電器室等公共設施設備區，外圍部分共切分成約 10 個辦公空間出租，每個單位約 40 至 100 坪不等。

經查本署雅加達觀光服務分處新址預計設於 40 樓，空間方正、採光佳，且正對電梯位於顯眼位置，確符合設為觀光服務分處之條件，當日駐吉隆坡辦事處周主任並與負責出租的仲介確認細節，盼進一步推動相關工項，早日完成搬遷作業。

六、雅加達台灣旅展

在兩場推廣會結束之後，接續於 8 月 22 日至 24 日假 Central Park Mall 舉辦雅加達台灣旅展，三天的活動約吸引 1 萬 9,000 人次參觀，辦理情形概述如下：

（一）展攤設計

台灣旅展位於商場一樓大廳，鄰近商場出入口，位置絕佳。其區域呈橢圓形，分為旅遊諮詢櫃檯區、造景專區、舞台區、業者攤位區及 DIY 體驗區，以觀光品牌 3.0「Taiwan - Waves of Wonder」展現台灣一年四季皆宜旅遊的獨特魅力，吸引印尼民眾目光。展區規劃為「親山、親海、樂環島」三大主題，輸出近 40 幅台灣美景大圖，成為民眾駐足拍照打卡的焦點。體驗區則安排 DIY 手作活動，造景專區並打造「海風號」車廂造景，增加趣味性。

（二）開幕儀式暨記者會

台灣旅展於 8 月 22 日上午舉行開幕儀式，在表演揭開序幕後，由駐印尼台北經濟文化辦事處林信任公使及觀光署駐吉隆坡辦事處周士弼主任共同進行啟動儀式，同時也邀請到三大國籍航空印尼分公司代表及當地 11 間重要旅行社業者共襄盛舉。儀式結束後林信任公使及周士弼主任接受媒體聯訪，旅展期間印尼當地媒體報導露出計 90 餘篇，充分強化印尼民眾觀光品牌印象。

(三) 舞台活動及旅遊講座

在開幕活動後的旅展期間，安排一系列活動，包括邀請表演團體於舞台演出、當地網紅前來分享來台旅遊經驗，更有絹印帆布袋、獅公館彩繪獅頭體驗及雞蛋糕、珍珠奶茶試吃等等，豐富活動吸引印尼民眾前來認識台灣。

參、心得及建議

一、因地制宜，穆斯林友善的在地思維：標示彈性擴大商機

此次印尼旅展及推廣會的核心洞察之一，在於對當地穆斯林旅遊市場的深入理解。印尼作為全球最大的穆斯林國家，其市場潛力不言而喻，然而，過往觀光署輔導業者取得清真認證（Halal certification）雖較為嚴謹正式，但同時也可能錯失部分商機。

經與當地旅遊業者交流發現，印尼穆斯林的飲食禁忌在實踐上相對具有彈性。相較於嚴格尋求清真認證，多數印尼穆斯林消費者對於「無豬肉、無豬油（No Pork, No Lard）」的標示已具備高度接受度。實際上雅加達當地眾多國際餐飲品牌，亦是採用此策略來取得穆斯林消費者的信任。

這不啻為台灣業者的一個「低門檻、高回報」契機。台灣餐飲業者（尤其是中小型店家）要取得完整的清真認證，往往涉及複雜的供應鏈、廚具分離乃至空間動線的全面改造，成本高昂且執行不易。然而，若僅需確保「無豬肉、無豬油」，並在菜單與店面進行清晰標示，對業者而言，幾乎不需額外成本或重大改變，卻能立即傳達「歡迎穆斯林」的友善訊息。

觀光署未來在推動穆斯林友善環境時，或可採取「雙軌並行」策略。除了持續輔導有意願的業者爭取既有的清真認證，以滿足高端或嚴格教義的旅客需求外；亦應推廣「無豬肉、無豬油（No Pork, No Lard）」作為基礎友善標示。如製作相關文宣、懶人包及多語言標示貼紙，主動提供給餐飲旅宿業者，並整合相關資訊，幫助印尼穆斯林在台旅遊時能更便捷、更安心地選擇餐廳，以極大化台灣觀光對印尼市場的吸引力。

二、巨型商場，貼近當地的宣傳媒介：精準鎖定中產階級生活軌跡

要理解雅加達，必須理解其獨特的都市結構與生活型態。作為南半球最大都會區之一，雅加達深受赤道炎熱氣候、高度集中的人口（西爪哇都會帶）以及荷蘭殖民時期遺留的道路規劃所影響。在現代汽車社會的衝擊下，「塞車」已成為市民的日常，深刻影響其通勤、居住與休閒模式。

本次考察發現，為應對上述環境挑戰，雅加達的中產以上階級發展出「以商場為核心」的週末生活模式。許多人選擇居住在鄰近辦公室的區域以縮短平日通勤，而週末假日，則傾向於攜家帶眷前往大型商場度過整天。

雅加達的商場規模極其巨大，遠超台灣經驗。它們通常結合 2 至 3 間百貨公司、精品商店、多樣化的餐飲，並與星級飯店、辦公大樓連通。相較於室外終年 30 多度的高溫，這些商場不僅提供舒適的空調環境，更具備完整的生活機能，已非單純的購物場所，可謂集社交、餐飲、娛樂、休憩於一體的「城市綠洲」。

鑑於商場已是雅加達中產階級生活不可或缺的關鍵場域一而這群人正是我們鎖定的高價值潛在來台旅客—未來觀光推廣策略或可再評估 B2C 的資源配置，將「大型商場」視為核心宣傳媒介。除雅加達觀光服務分處現址及預計新址均設於大型商場或其鄰接辦公大樓，及增加廣告投放外，未來亦可考慮增加在重點指標性商場進行實體推廣。例如：租賃中庭或黃金櫃位舉辦「台灣觀光快閃活動」、與商場內部的旅行社或銀行合作推出聯名優惠、或是在美食街舉辦台灣美食節等。透過這種「沉浸式」的行銷，將能更直接、更深入地進入潛在旅客的生活軌跡，在其規劃休閒活動的決策點上，有效地傳遞台灣旅遊的魅力。

三、推廣城市的選擇：多點佈局尋求市場效益

本次推廣會的城市擇選，亦引發了對未來市場佈局效率的深刻反思。印尼人口雖高度集中於西爪哇地區（包含雅加達、萬隆、勿加泗），惟部分參與業者反映，若在雅加達之後，緊接著於鄰近的萬隆辦理推廣會，實際上接觸到的業者常有所重疊—許多只是同一集團的總部與支部的區別，未必能有效開拓新的合作夥伴。

此外，交通物流的挑戰亦需納入考量。雅加達與萬隆之間雖有「雅萬高鐵」連接，但萬隆高鐵站點距離市區仍有相當距離，接駁不便，搭乘遊覽車整體移動時間單程長達 4 小時，相對壓縮代表團在印尼的拜會與推廣時間。

為兼顧「接觸多元業者」與「提升推廣效率」，爾後在規劃印尼推廣會時，宜採取「雅加達+其他大城」的佈局策略。雅加達作為印尼政經首都，其地位不可動搖；但第二站的選擇，則應跳脫西爪哇地區。

如改為選擇如東爪哇的泗水（Surabaya）或蘇門答臘的棉蘭（Medan）等其他大型城市，這些城市擁有獨立且成熟的旅遊市場、龐大的人口基數以及不同的客群輪廓。透過搭乘印尼國內線班機前往，雖然增加機票成本，但能大幅縮短陸路交通時間，使代表團能以最高效率接觸到不同區域的全新業者，真正實現市場的深度開拓與客源的多元化。

肆、活動紀要(照片)

圖 1 萬隆當地旅遊業者等候進入推廣會會場



圖 2 林信任公使蒞臨雅加達推廣會指導，勉勵業者及公協會代表



圖 3 雅加達推廣會中介紹台灣最新觀光資訊



圖 4 雅加達推廣會互動熱絡，印尼業者體驗彩繪獅頭



圖 5 推廣會中辦理抽獎活動，本署駐吉隆坡辦事處周士弼主任偕同贊助單位與幸運中獎者合照



圖 6 場勘本署雅加達觀光服務分處新址及周邊環境

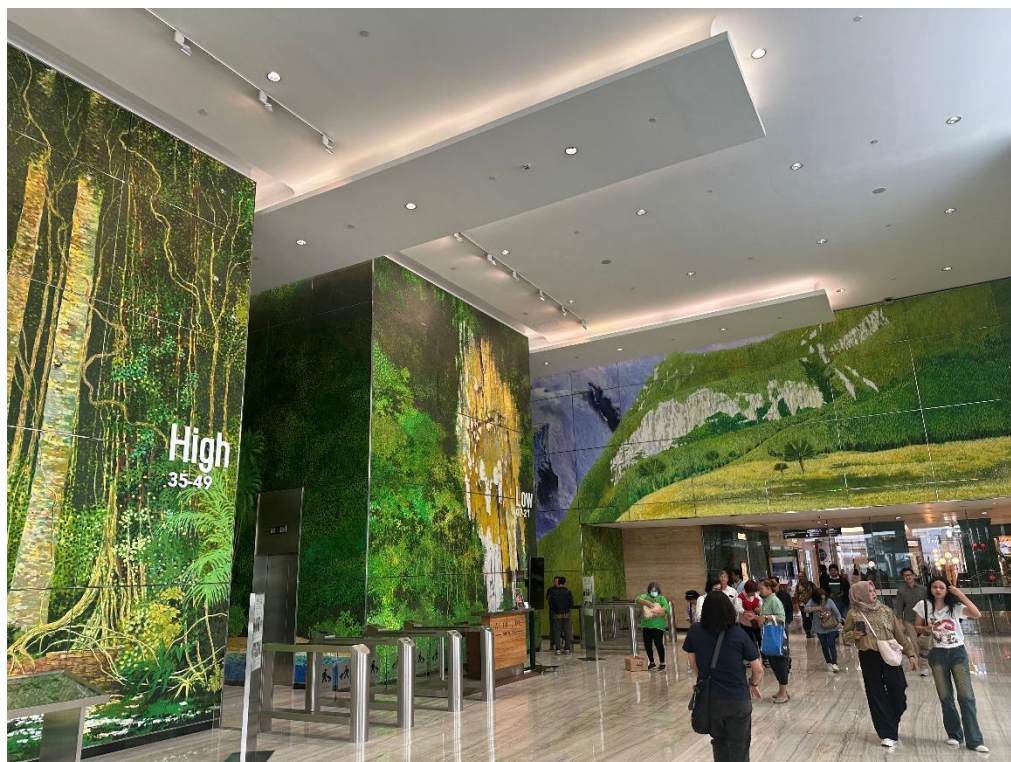


圖 7 場勘未來辦理推廣會備選場地



圖 8 雅加達旅展開幕式順利完成，駐印尼台北經濟文化辦事處林信任公使、本署駐吉隆坡辦事處周士弼主任與台灣觀光代表團團員合照



圖 9 商場內掛滿台灣觀光品牌 3.0 廣告，強化印尼民眾對台灣觀光印象



伍、媒體報導

一、臺灣媒體相關報導

日期	媒體	標題
8/23	中時新聞網	雅加達台灣觀光推廣會精彩登場 粉絲同樂 體驗台灣婚紗幸福喜悅樂
8/23	工商時報	雅加達台灣觀光推廣會精彩登場粉絲同樂體驗台灣婚紗幸福喜悅樂
8/23	經濟日報	提升農村旅遊國際能見度 高市農業局印尼辦觀光推廣會 熱門亮點
8/24	中央社	觀光署印尼推廣旅遊節目主持人難忘台婚紗攝影浪漫
8/25	工商時報	印尼影星成台灣觀光大使！成功掀起赴台熱潮

二、印尼媒體報導

日期	媒體	標題
8/20	Jabar Ekspres	Taiwan Gaet Wisatawan Asal Indonesia, Tawarkan Subsidi Paket Wisata Halal
8/20	Media Indonesia	Bidik Wisatawan Asal Jabar, Taiwan Adakan Workshop di Bandung
8/20	Warta Ekonomi	Genjot Promosi Wisata Halal, Taiwan Bidik Kenaikan 10 Kali Lipat Okupansi Wisatawan Indonesia
8/20	BandungRaya iNews	Taiwan Gencarkan Wisata Ramah Muslim, Targetkan Wisatawan Indonesia 2025
8/20	RRI	Taiwan Gencar Gaet Wisatawan Asal Indonesia

8/20	RMOL Jabar	Targetkan Wisatawan Indonesia, Taiwan Optimalkan Wisata Ramah Muslim Hingga Program Bebas Visa
8/20	Fokus Jabar	Taiwan Genjot Kunjungan Wisatawan Asal Indonesia, Berbagai Insentif Ditawarkan
8/20	Radar Bandung	Taiwan Genjot Wisatawan Asal Indonesia, Tawarkan Subsidi Paket Wisata Baru dan Promosi Destinasi di Luar Taipei
8/20	Tribun Jabar	Jawa Barat Jadi Target Taiwan, Tawarkan Wisata Ramah Muslim untuk Traveler
8/20	Koran Gala	Taiwan Tourism Workshop 2025, Tawarkan Ragam Strategi Promosi dan Program Perjalanan Wisata
8/20	Bisnis Bandung	Taiwan Bidik Wisatawan Asal Bandung, Targetkan Lampau 220.000 Kunjungan
8/20	IDN Times Jabar	Taiwan Genjot Wisatawan Asal Indonesia, Tawarkan Paket Wisata Baru
8/20	Teras Bandung	Taiwan Genjot Wisatawan Asal Indonesia, Tawarkan Subsidi dan Paket Wisata Baru
8/20	Inilah Koran	Bidik Pelancong Nusantara, Taiwan Suguhkan Program dan Paket Wisata Halal
8/20	Ayo Bandung	Taiwan Genjot Wisatawan Asal Indonesia, Tawarkan Subsidi Paket Wisata Baru dan Promosi Destinasi di Luar Taipei
8/20	PRFM Pikiran Rakyat	Wisatawan Indonesia Jadi Primadona, Taiwan Genjot Pariwisata Lewat Promo Khusus
8/20	VOI	Gaet Wisatawan Indonesia, Taiwan Tawarkan Wisata Halal

8/21	JPNN Jabar	Naga Kecil Asia Mulai Jadi Tujuan Wisata, 220 Ribu WNI Pilih Liburan ke Taiwan
8/21	Elshinta	Kolaborasi Pariwisata Taiwan - Indonesia Makin Erat, Taiwan Travel Fair 2025 Akan Menjadi Puncak Perayaan
8/21	Akurat	Kerja Sama Pariwisata Taiwan-Indonesia Makin Erat, Taiwan Travel Fair 2025 Jadi Puncak Perayaan
8/21	Kapanlagi	Kerja Sama Pariwisata Makin Solid, Taiwan Travel Fair 2025 Siap Digelar di Jakarta
8/21	Suara Merdeka	Taiwan Perluas Pasar Pariwisata di Indonesia, Taiwan Travel Fair 2025 Akan Jadi Puncak Perayaan
8/21	Harian Terbit	Taiwan Perluas Pasar Pariwisata di Indonesia, Travel Fair 2025 Jadi Magnet Wisatawan
8/21	Inews	Daftar Destinasi Wisata Taiwan yang Disukai Orang Indonesia, Tak Hanya Taipei
8/21	RRI	Taiwan Travel Fair 2025 Pererat Pariwisata Indonesia-Taiwan
8/22	Jawa Pos	Kerja Sama Indonesia-Taiwan Kian Erat, Akan Gelar Travel Fair 2025 Menjadi Puncak Perayaan
8/22	JPNN	Taiwan Travel Fair 2025 Menjadi Puncak Perayaan Kerja Sama Pariwisata dengan RI
8/22	Tabloid Bintang	Bidik Lebih Banyak Wisatawan Indonesia, Taiwan Travel Fair 2025 Hadirkan Sederet Promo Menarik

8/22	VIVA	5 Alasan Mengapa Taiwan Sangat Cocok untuk Traveler Indonesia
8/22	Medcom	Taiwan Ingin Mempermudah Masuknya Wisatawan Indonesia
8/22	Genpi	Pasar Indonesia Besar, Taiwan Tourism Workshop 2025 Digelar di Bandung dan Jakarta
8/22	Rakyat Merdeka	Taiwan Tourism Workshop 2025 Sambangi Jakarta
8/22	Antara	Taiwan Berupaya Menarik Lebih Banyak Wisatawan Indonesia
8/22	Tribunnews	Wisatawan dari Indonesia Sumbang Kunjungan Terbanyak ke Taiwan, Ini yang Menjadi Daya Tariknya
8/22	VOI	Gelaran Taiwan Travel Fair 2025 Incar Generasi Muda Indonesia
8/22	RRI	Taiwan Travel Fair 2025 — (artikel terkait: Bidik generasi muda Indonesia)
8/22	IDN Times	Taiwan Sukses Pikat Wisatawan Indonesia Lewat Travel Fair 2025
8/23	Harian Terbit	Taiwan Genjot Pasar Wisata Indonesia, Bidik Generasi Muda dan Wisatawan Muslim
8/23	JPNN	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai, Generasi Muda RI Target Utama Pariwisata
8/23	Akurat	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan
8/23	Suara Merdeka	Taiwan Travel Fair 2025 Digelar, Bidik Wisatawan Muda Indonesia untuk Jalan-jalan ke Taiwan

8/23	Hops	Kereta Mewah Haifeng jadi daya tarik di Taiwan Travel Fair 2025 sekaligus targetkan wisatawan dari Indonesia
8/23	Pantau	Taiwan Travel Fair 2025 Resmi Dibuka, Bidik Generasi Muda Indonesia
8/23	Elshinta	Taiwan Travel Fair 2025 dibuka: Generasi muda Indonesia jadi target utama
8/23	Apakabar	Taiwan Travel Fair 2025 Dibuka — Bidik Wisatawan Muda Indonesia
8/23	TVRI News	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan
8/23	Disway	KEREN! Taiwan Travel Fair 2025 Sasar Anak Muda Indonesia Jadi Target Utama Wisatawan
8/23	Poskota	Taiwan Travel Fair 2025 Bidik Pasar Wisatawan Muda Indonesia
8/23	Republika	Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan Lewat Taiwan Travel Fair 2025
8/23	Rakyat Merdeka (RMOL)	Taiwan Travel Fair 2025 Bidik Generasi Muda Indonesia
8/23	TodayNews	Taiwan Travel Fair 2025 Bidik Wisatawan Muda Indonesia
8/23	Suara Karya	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama
8/23	Indotimes	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan

8/23	Indoposco	Sangat Potensial, Tren Perjalanan Generasi Muda ke Luar Negeri Meningkat
8/23	Koran Jakarta	Taiwan Travel Fair 2025 Digelar di Jakarta, Fokus Bidik Wisatawan Muda Indonesia
8/23	Urbanvibes	Taiwan Travel Fair 2025 dimulai, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan
8/23	Humaniora	Taiwan Travel Fair 2025 Resmi Dibuka di Jakarta, Fokus Bidik Generasi Muda Indonesia
8/23	Jakarta Showbiz	Taiwan Makin Serius Ajak Anak Muda Indonesia Liburan, Ini Gebrakannya
8/23	Hypetoday	Spill: Destinasi Baru Taiwan : Liburan Estetik Naik Kereta Mewah, Berani Coba?
8/23	Kontan	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai — Sasar Wisatawan Muda Indonesia
8/23	Kabarindo	Taiwan Travel Fair 2025 Resmi Dibuka
8/23	Suara Pembaharuan	Taiwan Travel Fair 2025, Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata
8/23	Shangbao	旅遊合作升溫 台灣觀光局聚集印尼年輕市場
8/23	Harian Indonesia	【海風號】駛進印尼 雅加達台灣旅展 展現台灣觀光【浪】滿魅力！
8/24	Tabloid Bintang	Taiwan Travel Fair 2025 Kenalkan Destinasi Ramah Muslim Terbaik di Dunia
8/24	Kapanlagi	Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama di Taiwan Travel Fair 2025
8/24	BeritaSatu	Potensial, Generasi Muda Indonesia Jadi Bidikan Pariwisata Taiwan
8/24	GenPI	Taiwan Travel Fair 2025 Resmi Dibuka, Generasi Muda Indonesia Jadi Fokus Utama

8/25	Jawa Pos	Menjelajahi Keindahan Taiwan, Destinasi Liburan Favorit Anak Muda Indonesia
8/25	VIVA	Banyak Destinasi Halal—Inilah Alasan Taiwan Cocok untuk Traveler Muslim
8/25	Medcom	Ini Destinasi Favorit Generasi Muda Indonesia jika Berwisata ke Taiwan
8/25	Koransatu	Taiwan Travel Fair 2025 Hadir di Jakarta Tawarkan Pengalaman Wisata Ramah Muslim dan Kekinian
8/25	Harian Indonesia	台灣觀光局與印尼業界合作 推出台灣觀光推介會和台灣旅遊博覽會 2025
8/25	Shangbao	台灣旅遊推廣新篇章 “Waves of Wonder” 品牌吸引印尼遊客
8/25	Huan Qiu Ri Bao	【海風號】駛進印尼 雅加達台灣旅展 展現台灣觀光【浪】滿魅力！
8/26	Antara	Generasi muda Indonesia jadi target utama pariwisata Taiwan
8/26	iNews	Kereta Mewah Haifeng di Taiwan Jadi Incaran Anak Muda, Ini Potretnya
8/26	Merahputih	Taiwan Bidik Pasar Wisatawan Indonesia, Khususnya Kalangan Generasi Muda
8/26	NusantaraTV	Taiwan Travel Fair 2025 Dimulai — Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama
8/26	Wartakota / Tribun	Taiwan Andalkan Kereta Haifeng untuk Pikat Wisatawan Indonesia
8/26	Media Indonesia	Generasi Muda Indonesia Jadi Target Utama Pariwisata Taiwan
8/26	Huan Qiu Ri Bao	台灣與印尼深化觀光合作 簽證便利化助推廣遊客交流

8/26	Harian Indonesia	台灣觀光推介會亮相雅加達 聚集年輕世代 吸引多遠遊客
8/27	Huan Qiu Ri Bao	台灣觀光局推動印尼市場合作 台灣觀光博覽會 2025 將成旅遊亮點
8/27	Shangbao	台灣旅遊展亮相雅加達 主打年輕遊客市場