

臺中市政府公務出國或赴大陸地區報告提要 類別：其他

出國報告提要名稱：113年度因公出國計畫-2024年吉隆坡MATTA秋季旅展及觀光推廣活動-出國報告			
含附件： ☒ 是 ☐ 否			
出國計畫主辦機關：臺中市政府觀光旅遊局 旅遊行銷科			
聯絡人：林詩敏 電話：04-2228-9111 #58331			
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱			
張俊生/臺中市政府觀光旅遊局/觀光管理科/科長			
林詩敏/臺中市政府觀光旅遊局/旅遊行銷科/助理員			
出國類別：其他 ☐ 國際會議 ☐ 業務接洽 ☒ 洽展 ☐ 表演 ☐ 比賽 ☐ 擔任裁判 ☐ 海外檢測 ☐ _____			
出國期間：113年9月5日 至 113年9月11日			出國地區：馬來西亞吉隆坡及檳城
報告日期：113年12月3日（填寫一級機關首長核定日）			
內容：（500字以上）			
一、出國人員名單			
機關	職稱	姓名	工作項目
臺中市政府 觀光旅遊局	科長	張俊生	1. 代表本局受訪。 2. 代表本局拜會其他參展單位、接待到攤位來訪的貴賓、拜會當地旅遊業者。 3. 行銷推廣臺中觀光旅遊。
	助理員	林詩敏	1. 接待到攤位來訪的業者/民眾。 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊。 3. 紀錄旅展攤位狀況。
二、目的			
根據交通部觀光局統計，隨著臺灣於2022年（111年）重新開放國門，來臺旅客人次從89萬增至648萬，顯示國際旅遊需求的迅速復甦。其中，馬來西亞旅客的增幅亮眼，從22,263人次（111年）激增至115,296人次（112年），成長幅度逾5倍，數據顯示，臺中對馬來西亞旅客的吸引力在後疫情時代逐步提升，得益於其豐富的觀光資源，以及針對東南亞市場的行銷推廣策略，臺中仍為馬來西亞旅客偏好的旅遊目的地之一，而在疫情後對馬來西亞市場的吸引力持續提升，			

亦展現其作為重要國際旅遊目的地之潛力。

因應東南亞市場吸引力逐步攀升，本市若能積極加強當地推廣，預期將延續這一成長趨勢，為此，參加馬來西亞秋季MATTA國際旅展及觀光推廣活動，並洽商開發臺中旅遊產品，吸引更多自由行旅客至臺中，進一步促進觀光產業成長。

日期		111年	112年
來臺旅客人次		89萬	648萬
來臺中旅客人次		72萬	128萬
外籍 旅客 住宿 臺中 人次	日本 (1)	63,146	163,859
	港澳(2)	12,808	152,846
	新加坡(3)	19,760	148,294
	馬來西亞(4)	22,263	115,296
	越南(5)	85,517	91,509
	其他地區	248,332	158,991

資料來源：交通部觀光署統計資料

三、過程

日期	行程內容
9月5日(四)	搭乘華航 CI-721桃園→馬來西亞吉隆坡 吉隆坡 MATTA 秋季旅展展場整備（地點：MITEC）
9月6日(五) 9月8日(日)	吉隆坡 MATTA 秋季旅展佈展（地點：MITEC）
9月9日(一)	吉隆坡→檳城
9月10日(二)	參加臺灣觀光推廣會 地點：G-Hotel
9月11日(三)	搭乘華航 CI-732馬來西亞檳城→桃園

113年9月5日(星期四) | 出發吉隆坡、佈展

臺灣代表團上午8：45搭乘華航 CI721航班自桃園機場出發，當地時間下午1：30抵達吉隆坡機場。完成入境手續後，乘車前往飯店辦理入住，隨即於下午5：30抵達馬來西亞國際貿易展覽中心（MITEC）進行佈展整備，並於晚間8時結束後，團員前往 Publika Shopping Gallery 用餐，約晚間10時返回飯店休息。

113年9月6日(星期五) | 旅展 Day1

上午09：30 抵達旅展現場，展場人潮洶湧，現場共分為三層樓。1樓設有輕食區及少量旅行社和航空公司攤位，2樓為國內旅行社的遊程，參展民眾可直接在攤位下訂；3樓則為國外旅遊，設展單位多為外國觀光旅遊機構、協會、部分旅行社及航空公司。

本次旅展由交通部觀光局統籌設置臺灣館，臺中作為臺灣代表團成員，攤位隸屬於臺灣館內。臺中攤位以「臺中意象」為主題，展示來自臺中的品牌行銷品及禮品，加強臺中於旅展的推廣成效。提供的文宣包括觀光主題手冊、臺中必玩精選、登山摺頁、捷運摺頁、自行車摺頁及29區絕景專書等（中英雙語版），並準備三杯雞醬、元明商店客製禮盒、麻布手提袋等作為行銷贈品。現場安排2名工作人員提供馬來文、英文及中文服務，展前已接受教育訓練，熟悉臺中觀光資源及攤位互動遊戲（如 IG 按讚送禮、臺中彈珠臺、臺中翻翻牌）。

旅展於上午10：00開幕，民眾陸續至臺中攤位諮詢。首日互動遊戲設計為「臺中彈珠臺問答」，問題涵蓋臺中特色，如：「珍珠奶茶的發源地是哪裡？」、「臺中知名的糕餅有哪些？」、「世界七大天空之鏡之一位於臺中哪裡？」等。透過問答遊戲，民眾深入了解臺中景點與自然生態行程，馬來西亞民眾普遍對臺中不陌生，許多人提到逢甲夜市、高美濕地、國家歌劇院、寶熊漁樂碼頭等地。經過互動介紹後，許多民眾對臺中自行車道、登山步道、溫泉及賞花行程表現出極大興趣，不少人也熱情舉牌合影留念。

上午11：30臺灣館舉辦開幕活動，由「創造焦點 Eye Catching Circus」帶來馬戲雜技表演，表演融入臺灣文化特色，背景螢幕展示臺中都市景觀、高美濕地夕陽及溫泉等畫面，表演風格新穎且富有互動，吸引眾多參觀者駐足欣賞。

自本機關參與國外旅展以來，本次旅展吸引國外媒體特地到場採訪，由本局代表張俊生科長受訪，顯示臺中推廣策略獲得關注。當日上午，除參觀民眾外，貴賓及媒體也陸續到訪臺中攤位，其中馬來西亞《星洲日報》記者陳佩莉及攝影記者特地前來專訪臺中攤位，張俊生科長於訪談中向媒體詳細介紹臺中的觀光魅力，涵蓋秋冬賞花、溫泉、舊鐵道騎行等特色行程。報導於隔日（9月7日）刊登於《星洲日報》，成功提升臺中觀光在馬來西亞的知名度，這次國外旅展推廣成效卓著。

接著，駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處代表葉非比（下稱「葉大使」）及交通部觀光署吉隆坡辦事處周士弼主任（下稱「周主任」）親臨臺中攤位，葉大使甚至參與了攤位的彈珠臺互動遊戲，並對臺中行銷策略表示高度肯定。本局代表張俊生科長致贈臺中特色「佳陽農場梨山茶包

禮盒」給葉大使及周主任，雙方期待未來進一步交流，持續加強臺中在馬來西亞的旅遊宣傳。

下午，周主任率領臺灣館代表團拜訪當地旅行社，包括 Golden Destination CEO 林瑞國、蘋果旅行社拿督斯里許育興、親善旅遊旅行社、Air Link 旅行社拿汀楊美珠及 Best Holiday 總監劉麗華，進一步拓展臺中與馬來西亞旅遊合作的機會。

旅展當日活動於晚間9：00圓滿結束，團隊於晚間10：00返回飯店休息。

113年9月7日(星期六) | 旅展 Day2

旅展進入第二天，適逢周末假期，現場湧入大量人潮。臺中攤位持續透過「臺中彈珠臺問答遊戲」進行行銷，發送宣導品包括三杯雞醬、元明商店-喔熊客製禮盒、及麻布手提袋。其中，麻布手提袋備受當地民眾喜愛，攤位洽詢民眾絡繹不絕，互動效果顯著，有效提升臺中觀光資源的知名度，成功將臺中品牌介紹給馬來西亞民眾。

在旅展的空檔時間，團隊成員也特別抽時間至其他國家展館觀摩。各國展館以創新且富有文化特色的展示方式，成功吸引參觀者的目光。例如，日本館透過傳統日語猜拳遊戲增添趣味體驗，並提供小禮品作為互動獎勵，觀眾參與踴躍；土耳其館的解說員穿著古裝軍服，營造身臨歷史場景的感受，並熱情地與民眾互動，成為全場焦點，展示土耳其的文化底蘊；韓國館的工作人員穿著可愛的 Q 版人偶裝，並以韓劇拍攝地為主題，成功推廣韓國的影視觀光特色；而臺灣館邀請人氣部落客於主舞臺出題搶答，隨後於臺灣館安排吃泡麵比賽，現場氣氛活躍，展現了臺灣的熱情與活力。整體而言，各國展館的創意活動為此次旅展增添豐富的文化交流氛圍。

此外，臺北館和東京館分別獨立於臺灣館和日本館之外設立。臺北館以「TAP INTO TAIPEI」為主題，推廣臺北的觀光資源，並展示自然景觀如生態濕地、火山地形和溫泉等。當晚，臺北館率先舉行觀光推介晚宴，倡導友善穆斯林旅遊的理念。

下午，臺灣館特邀在馬來西亞人氣不輸臺灣歌手蔡依林的網紅 Nabila Razali (IG 追蹤人數達 290萬) 現身主舞臺獻唱。她以「Jom Taiwan」的口號(意即「來臺灣吧」)宣傳臺灣旅遊，下臺後也特地到臺中攤位參觀，並為「玩美臺中」文宣品簽名，吸引大批馬來西亞民眾前來支持。

旅展當日活動於晚間9：00圓滿結束，團隊於晚間10：00返回飯店休息。

113年9月8日(星期日) | 旅展 Day3

第三天的旅展為更深入了解馬來西亞旅客的偏好，我們於避開攤位人潮高峰時段，前往二樓觀摩當地國內旅展，重點包括展攤設計及展出內容。此次旅展特設穆斯林專區，展示傳統穆斯林糕點、美食及服飾等多樣產品。值得注意的是，馬來西亞、檳城及沙巴的旅遊局均積極推廣自然生態主題的旅遊路線，如馬來西亞旅遊局專推豪華露營 (Glamping) 體驗，並在展攤設置高級露營帳篷供民眾拍照；沙巴旅遊局則透過展攤背板展示海洋生態及登山健行等主題行程。

下午，由臺灣民宿協會副理事長賴淑薇引薦，促成了與《馬可波羅》雜誌創辦人蕭隆宏先生的會談，為推廣臺中旅遊開啟了新的合作契機。雙方希望未來攜手當地高質感媒體，從馬來西亞在地視角展現臺中的旅遊特色，進一步擴大臺中在國際上的知名度與影響力。

旅展於晚間9：00圓滿結束，工作人員於現場協助撤場，約於晚間10：00完成並返回飯店。

113年9月9日(星期一) | 前往檳城

上午整理吉隆坡臺灣觀光推廣會所需物資後，中午與臺灣代表團成員集合，自酒店搭車前往機場，搭乘亞洲航空 AK6135內陸航班前往檳城。航班於下午3時起飛，約莫4時抵達檳城，並於5時30分抵達飯店辦理入住。

晚間，由周主任於檳城知名餐廳美寶閣（Maple Palace Restaurant）設宴款待臺灣代表團。出席晚宴的貴賓包括本局代表張俊生科長及各縣市官員，並與周主任共坐主桌，其他縣市承辦人員、工作人員及業者另安排同桌交流，並享用精緻粵菜，晚宴於8時結束。

結束後，隨即前往檳城著名的 Chulia Street（牛干冬）考察。Chulia Street 為早年當地淡米爾裔穆斯林社群的中心，隨著華人移居並開設商鋪，逐步發展為喬治市的多元文化中心。如今 Chulia Street 已成檳城熱門旅遊景點之一，擁有多棟保存完好的歷史建築，吸引大量遊客。街道兩旁聚集著餐館、旅館、傳統小吃攤和咖啡館，夜晚氛圍熱鬧。此外，Chulia Street 鄰近多處文化和宗教景點，如清真寺、印度廟和華人廟宇，成為檳城多元文化的象徵和歷史建築保留的典範。

約於晚間10：00返回飯店休息。

113年9月10日(星期二) | 臺灣觀光推廣會

因出差適逢中秋節前夕，本局今年首度辦理2024臺中國際糕豐會，上午特別前往當地葛尼廣場（Gurney Plaza）考察中秋節伴手禮。馬來西亞在多族群、多宗教的背景下，節慶文化呈現豐富多元的特色，而馬來西亞華人重視中秋節慶，雖無法定假期，卻會提燈籠、吃柚子並贈送廣式月餅，與臺灣常見的蛋黃酥、鳳梨酥有所不同。近年穆斯林也參與中秋節，推出符合清真標準的月餅，展現馬來西亞包容多元的文化特色。這些月餅外觀精美、內餡豐富且價格合理，因而深受當地華人市場青睞。

中午返回飯店後，於下午2：00即前往 G-Hotel，展開下午觀光推廣活動整備，包括攤位佈置及伴手禮包裝事宜。於下午4：00至5：00的自由交流時間中，本局人員積極向當地業者介紹臺中的多元觀光資源。多數業者原本僅熟悉市區景點如逢甲夜市，但經介紹後了解到臺中還有登山健行、自行車道、溫泉、海線旅遊及古蹟巡禮等多樣化遊程，成功拓展業者對臺中旅遊的印象。

下午5：00至6：00為推廣會簡報時間，由本局代表林詩敏助理員進行5分鐘的英文簡報，搭配播放「Taichung: The Heart of Taiwan」影片，展示本市觀光資源和活動，影片展示效果極佳，

讓在場業者更深入了解臺中的地理優勢、便捷交通及四季活動的豐富特色。

晚間6：00至8：00舉行 B2B 交流晚宴，由周主任率領臺灣團隊上臺舉杯致意開場，席間穿插互動問答活動，優勝者可獲得交觀署精心準備的禮品。本市提供由大呷麵本家贊助的「餘韻」職人禮盒作為抽獎獎品，由本局代表張俊生科長親自抽出幸運得主並藉機宣傳臺中觀光工廠伴手禮，現場氣氛熱烈，交流互動頻繁。

晚宴結束後，周主任與臺灣觀光協會隨即召開檢討會議，各單位代表一致肯定此次旅展及推廣會的成果，特別讚賞主持人幽默風趣，成功活絡現場氣氛，並建議未來可增加景點考察行程，並延長臺灣觀光推廣會交流時間，以促進業者間更深入的互動交流。

113年9月11日(星期三) | 返回臺灣

上午11：45辦理退房手續後，於中午12：00出發前往機場，並於機場櫃檯辦理登機手續。搭乘華航 CI732航班，原定於下午4：00起飛，但因航班延誤，實際起飛時間為接近下午5：00。最終，班機於晚間8：30抵達臺灣，辦理出關後於晚間11：30抵達臺中。

四、心得

(一) 持續深耕馬來西亞市場

隨著本國於2022年重新開放國門，馬來西亞市場展現出色的潛力。根據交通部觀光局統計，來臺馬來西亞旅客人次從2022年的22,263人次大幅成長至2023年的115,296人次，成長幅度超過5倍。這顯示臺灣在後疫情時代的國際旅遊吸引力正在迅速回升，而臺中憑藉豐富的觀光資源與東南亞市場的精準行銷推廣策略，成功吸引大批馬來西亞旅客。

面對後疫情時代的旅遊復甦浪潮，將持續深耕馬來西亞市場，透過加強行銷、優化旅遊體驗，展現臺中作為國際旅遊重鎮的潛力。

(二) 開拓主題旅遊市場：

在本次旅展與觀光推廣活動期間，透過與業者及旅客的面對面交流，發現來臺中的旅客主要集中於市區景點，然而，旅客對於臺中的其他旅遊資源，如登山健行、自行車道、溫泉、節慶活動、歷史古蹟、宗教文化（如大甲媽祖）及農遊體驗等，也表現出濃厚的興趣。未來若進一步開發這些特色遊程，將有助於提升臺中在國際旅遊市場的多元化吸引力，並吸引更多具有不同需求的旅客。

(三) 深化在地媒體合作

本次旅展首日吸引了新加坡《星洲日報》現場採訪，由本局代表張俊生科長受訪，呈現臺中觀光旅遊的多元特色，並於隔日9月7日刊登於《星洲日報》，展現了臺中旅遊在國際上的亮點與關注度，成功提升臺中觀光在國際的知名度。此外，旅展期間，與馬來西亞知名

媒體《馬可波羅》雜誌創辦人蕭隆宏先生會談，亦展現出臺中旅遊推廣的多元合作可能性。

五、建議

(一) 強化觀光資源國際宣傳：

未來積極與馬來西亞當地業者及媒體的合作，持續推廣臺中多元觀光資源，包括特色景點及穆斯林友善設施（如飯店、餐廳及景點）等，藉由全面展現臺中友善且豐富的旅遊環境，吸引更多馬來西亞旅客，逐步提升臺中在馬來西亞旅遊市場的影響力，拓展雙方合作的廣度與深度。

(二) 分眾行銷策略

馬來西亞統計局估計，本(2024)年馬國總人口將達3,410萬人，其中華人約占22.4%，巫裔人口占總人口的70.4%，針對此兩大族群，未來可採以下行銷策略，精準吸引馬來西亞旅客，提升中臺灣國際觀光價值：

1. 華人市場：從旅展觀察發現，馬來西亞華人對臺灣甚至是臺中已有一定程度的了解，多數曾來訪臺灣並具中文溝通能力。而傳統團體旅遊的大眾化行程已難以滿足其需求，客製化和家庭旅遊包車服務更符合其偏好。建議未來入境旅行社針對華人市場推出家庭旅遊包車服務，並結合中臺灣7縣市的資源，設計符合需求的客製化行程，進一步提升旅遊體驗。
2. 巫裔市場：巫裔旅客對臺灣尤其是臺中在穆斯林友善設施方面仍存有疑慮。因此，可加強宣傳臺中完善的穆斯林友善設施，如清真認證的住宿與餐廳等，同時結合四季節慶活動與多元主題遊程進行包裝，吸引穆斯林旅客前來體驗臺中的多元魅力。

9月7日星洲日報：張俊生：台中有不同賣點 秋冬季賞花海 泡溫泉

8

【市政新聞】

中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://www.taichung.gov.tw/2750678/post>

輿情收集（9月11日 下午5：45）

網路新聞：9則

1. 自立晚報：臺中觀旅局推中臺灣遊程赴馬來西亞參展

https://www.idn.com.tw/news/news_content.aspx?catid=4&catsid=5&catdid=1&artid=20240911shin006

2. 民生電子報：中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://lifenews.com.tw/180944/>

3. 全國旅遊時報：臺中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://z98737406.tw/?p=58935>

4. 臺灣新聞電子報：中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

https://enn.tw/550124/#google_vignette

5. 媒事 看新聞：中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://times.586.com.tw/2024/09/714134/>

6. 火報：中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://reurl.cc/lyz5lE>

7. owlnews：中市觀旅局赴馬來西亞參加 MATTA 旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://news.owlting.com/articles/806793>

8. 熱訊生活新聞網：臺中觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://hotmessage.co/archives/163797>

9. 好視新聞：中市觀旅局赴馬來西亞參加MATTA旅展 力推中臺灣精彩遊程

<https://newsday.tw/news/372607>

照片



佈展前日抵達會場
現場施工趕工中



工作人員旅展禮品整備中



旅展期間與臺灣民宿協會副理事長
賴淑薇共同推廣臺中景點



駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處代表葉
大使體驗臺中彈珠臺



臺中彈珠臺吸引老少同樂



馬來西亞穆斯林市場詢問熱烈



市府代表張俊生科長接受星洲日報
記者採訪



臺中攤位現場，臺中翻翻牌互動熱烈



臺中攤位現場，臺中彈珠臺互動熱烈



臺灣館表演-「創造焦點」主舞臺表演



拜會 Golden Destination 旅行社
(林瑞國 CEO)



拜會 Air Link 旅行社(拿汀楊美珠)



拜會 apple 蘋果旅遊
拿督斯里許育興



拜會 Best Holiday 旅行社
(劉麗華 Director)



拜會馬來西亞親善旅遊旅行社



拜會展館2F 臺灣館



周主任至臺中展攤



與當地知名雜誌《馬可波羅》雜誌創辦人
蕭隆宏拜會交流



葉大使與周主任與臺中展攤合照



當地網紅於29區專書中簽名



馬來西亞民眾熱情持手舉牌拍照



日本館用日語與現場民眾互動划拳，贏家可獲得精美好禮



臺灣館舉辦趣味吃泡麵比賽



土耳其展攤工作人員著古裝軍服



韓國館著 Q 版大頭人偶裝出場



韓國館推影視觀光，以韓劇知名景點作為行銷主軸



韓國館以韓劇景點互動行銷



臺北館於展場角落另獨立佈展



東京館獨立於日本館獨立佈展



馬來西亞航空公司展攤



臺灣館獅頭彩繪 DIY



臺中展攤擺設(臺中彈珠臺)



臺中展攤擺設(臺中翻翻卡)



臺灣館所有工作人員合照



臺中展攤工作人員及業者合照



臺中展攤工作人員合照



周主任設宴款待臺灣代表團地點



晚宴臺灣代表團主桌



推廣會展攤佈置



推廣會伴手禮



推廣會工作人員合照



與臺中展攤所有業者合照



推廣會 B2B 向業者介紹臺中山海屯都觀光資源



推廣會 B2B 向業者介紹臺中山海屯都觀光資源



推廣會 B2B 向業者介紹臺中山海屯都觀光資源



臺中所有參與推廣會成員合照



推廣會由林助理員英文簡報



周主任偕拿督陳三順前來拜會臺中市府



周主任率臺灣團隊上臺前舉杯致意



創造焦點於晚宴表演



大呷麵本家贊助職人禮盒-餘韻，由
本局代表張俊生科長抽出



晚宴結束，周主任與臺灣觀光協會主持
本次推廣會之檢討會



檳城 Chulia Street 街景考察



檳城 Chulia Street 街景考察



當地月餅伴手禮考察



當地月餅伴手禮考察



當地月餅伴手禮考察



回程工作人員與臺中旅行社業者之合照