

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：114年度因公出國計畫－2025年新加坡秋季旅展(NATAS Holidays)及觀光推廣活動			
含附件： <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否			
出國計畫主辦機關：臺中市政府觀光旅遊局			
聯絡人：陳明婕		電話：04-2228-9111 #58321	
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱			
謝燕芬/臺中市風景區管理所/營運課/課長			
陳明婕/臺中市政府觀光旅遊局/旅遊行銷科/約僱人員			
出國類別： <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 國際會議 <input type="checkbox"/> 業務接洽 <input checked="" type="checkbox"/> 洽展 <input type="checkbox"/> 表演 <input type="checkbox"/> 比賽 <input type="checkbox"/> 擔任裁判 <input type="checkbox"/> 海外檢測 <input type="checkbox"/> _____			
出國期間：114年8月13日 至 114年8月19日		出國地區：新加坡	
報告日期：114年11月13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	課長	謝燕芬	1. 代表本局拜會與接待當地觀光旅遊組織、接待到攤位來訪的業者 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊
	約僱人員	陳明婕	1. 行銷推廣臺中觀光旅遊 2. 紀錄旅展攤位及推廣會洽談狀況及拜會情況 3. 處理旅展攤位及推廣會行政庶務
二、目的			
<p>(一)新加坡為東南亞經濟重鎮，人口約570萬，人均GDP高、消費力強，2024年更獲評為全球最具競爭力的經濟體第一名。新加坡民眾熱愛出國旅遊，消費力位居亞洲前段班，展現出龐大的觀光需求與市場潛力。新加坡與臺灣在語言與文化上高度相近，交流便利，加上航班往來密切，使旅遊規劃更具彈性與吸引力。根據交通部觀光署統計，2023年至2024年間，新加坡旅客來臺人次約達45萬，為東南亞第二大來源市場，旅客偏好以美食體驗與自然景觀為主，顯示對臺灣多元旅遊產品的高度興趣。另根據2024年新加坡秋季旅展民眾問卷，90.1%受訪者曾造訪過臺灣，且超過49%訪臺3次以上，重遊客比例高，尤其喜歡臺灣美食與自然景觀，顯示臺灣對新加坡旅客極具吸引力，市場穩定且商機龐大。</p>			

(二)本府為積極拓展新加坡入境旅遊市場，並提升臺灣及臺中在國際觀光舞臺的能見度，本次隨交通部觀光署赴新加坡參加秋季大型國際旅展（NATAS Holidays），旨在搶攻新加坡第4季出遊潮，向當地民眾展現臺灣多元旅遊主題與最新觀光亮點，並推出旅展限定優惠，吸引更多旅客來臺。同時，藉由舉辦「臺灣—新加坡業者媒合商談會」，促進雙方旅遊業界深度交流，探討自由行、親子遊及團體客製化行程等合作模式，強化臺中新加坡旅遊市場鏈結。透過旅展平臺與消費者直接互動，不僅展現臺灣友善熱情的城市形象，也全面提升臺中市觀光品牌知名度，期能吸引更多新加坡及國際旅客來臺，推動地方觀光的永續發展。

三、過程

114年8月13日(星期三)

出發日，搭乘中華航空CI753上午8:05班機，自桃園國際機場飛至新加坡樟宜國際機場，抵達時間為新加坡當地時間下午12:35。出關後，接獲下榻飯店通知因新加坡旅展期間當天飯店團體訂房數量多，需延後入房，爰等候期間由交通部觀光署安排代表團成員先至新加坡機場星耀樟宜Jewel商場自由活動參觀，該商場與機場複合經營，除有多家零售商店及餐廳，並設有雨漩渦(Rain Vortex)及森林谷(Forest Valley)等景點，讓遊客一進入新加坡即感受到一場視覺與感官的驚艷之旅，後於下午4:15搭乘臺灣代表團遊覽車前往下榻飯店，整備宣導品及貴賓伴手禮品。

114年8月14日(星期四)

由於展場開放下午才能進場佈展，上午把握時間前往牛車水區參訪，牛車水保留了華人移民早期聚落的歷史軌跡，也在街巷間隱見印度宗教廟宇、販售地道小吃的店家及當地特色建築，讓人彷彿穿越至往昔的新加坡生活場景，看到多元族群在此交織、共存的日常。

下午前往旅展會場—Singapore Expo佈置臺中攤位，確認文宣摺頁、行銷宣導品數量擺設以及舞臺活動所用物品等，並與交通部觀光署共同討論運用集章活動共同集客，及舞臺時間與手作活動時間之相互配合事宜。另此次同行臺中觀光業者包含麗寶樂園、臺中市觀光旅館商業同業公會、臺中市民宿協會、裕元花園酒店、風自然親子時尚旅宿、烏日璞旅、新社花田民宿及華府旅行社等協力參與，故互相參觀展攤位置以及行銷重點，以利旅展期間向民眾介紹本市觀光資源，互相拉抬聲量。

晚上交通部觀光署黃荷婷副署長邀請各餐與團體與縣市政府代表聚餐，由觀光署駐新加坡辦事處施志忠主任向來訪各單位介紹新加坡觀光環境特色，黃副署長並向各單位宣傳觀光署未來之引客計畫，包含將啟動34億擴大內需，針對團客、重遊客、會展遊客等客群，改善住宿費太高等問題，並與各縣市政府互相交流觀光推動心得，以期各單位共同強化臺灣觀光推廣。

114年8月15日(星期五)

旅展第一天

本次由交通部觀光署組團，參加新加坡秋季旅展及觀光推廣活動，為臺灣代表團成員。本次臺灣館69個觀光單位參展，其中縣市政府參展者除本府之外，尚有宜蘭縣政府、新竹縣政府、新竹市政府、苗栗縣政府、南投縣政府、嘉義市政府、嘉義縣政府、臺南市政府。

本次旅展開放時間為上午10:00至下午9:30，地點為新加坡博覽中心(Singapore Expo)，位處新加坡捷運綠色線(東西線)以及藍色線(市中心線)交會處，交通十分便利，捷運站下車即為會場，周邊大樓為購物中心、旅館飯店以及賣場，可供參展單位以及民眾多樣選擇；臺灣館以臺灣觀光品牌3.0色彩繽紛設計，特別打造一節觀光列車，讓新加坡民眾拍照打卡留念，也將「來臺灣喝一杯」主題意象融入現場活動，展現臺灣獨有的待客之道與豐富飲食文化；而往年最受歡迎的文化體驗專區，則以「彩繪扇子」、「專屬茶包」及「傳統窗花杯墊」等手作活動，吸引現場民眾體驗臺灣農遊文化與工藝精神。從旅遊列車乘載臺灣的山海風光、四季之美，到文化工藝與創新體驗，臺灣館如同一站式濃縮版寶島，讓新加坡民眾感受一場風格多元、驚喜不斷的臺式慢活旅程。另外，這次旅展臺灣旅宿雙品牌「星級旅館」及「好客民宿」也聯手出擊，舉辦「好客民宿知識王大挑戰」、打卡抽旅宿包活動，更祭出新加坡-臺灣來回機票大獎，期望讓每一位來場的新加坡民眾都滿載而歸。

上午為臺灣館的開幕儀式，由觀光署舉行熱鬧開幕活動，以珍珠奶茶扯鈴表演為旅展拉開序幕，活動後駐新加坡台北代表處童振源大使至各展攤與參展單位交流，勉勵臺中市政府持續行銷臺中，提高旅遊品質，由本局謝課長代表致贈臺中特色伴手禮臺中高山茶葉禮盒。臺中攤位由謝課長接待，與麗寶樂園及璞旅集團共用展攤，共同行銷臺中，攤位提供的文宣有觀光精選必玩、捷運暢遊、登山健行及FUN!臺中從A到Z大玩臺中專書等中/英文版文宣摺頁，另準備有多樣行銷宣導品。另外本局攤位聘用1名具英文及中文能力之工作人員，考量對臺中熟稔度，選用在新加坡工作之臺灣人，並於旅展開展前進行教育訓練，介紹臺中觀光資源、說明文宣發放方式、追蹤大玩臺中IG或FB送好禮等。

另本次臺中市亦特別申請臺灣館舞臺活動介紹臺中四季觀光資源，包含後續月份即將展開之國際花毯節、燈會等大型觀光活動，並與本市業者麗寶樂園、裕元花園酒店、風自然親子時尚旅宿、烏日璞旅共同行銷，與民眾互動有獎徵答遊戲，贈送精美宣導品，於舞臺活動中向新加坡遊客介紹多種臺中觀光特色，包含好吃、好玩及住宿行程，新加坡旅客特別喜歡臺中小吃，及觀看自然風光、農場漫遊及採果體驗等親近自然行程，相關介紹內容吸引民眾的高度興趣。晚間7點至8點排定有燈籠組裝DIY，雖然本局燈會小提燈組合上對小朋友來說有點難度，需父母協助完成，不過這也是可以享受親子互動的好機會更是吸引不少遊客報名參加，有效行銷本市觀光節慶活動。

114年8月16日(星期六)

旅展第二天

本日為周六，今日等候進場購買遊程的民眾大排長龍，人潮最多的一天。

本局持續向新加坡民眾推廣臺中市觀光特色，介紹本市著名景點、活動與伴手禮，包括高美濕地、台中海洋館、臺中綠美圖及登山步道等，並舉辦「追蹤大玩臺中IG或FB送好禮」活動，提升民眾參與度。展場推廣期間於臺灣館舞臺區於下午及晚間時段安排與民眾互動遊戲及小提燈DIY體驗，吸引許多現場遊客熱烈參與。

在處理臺中攤位相關業務之餘，亦至其他攤位觀摩交流。新加坡秋季旅展參展國家包含韓國、日本及巴布亞紐幾內亞，其餘攤位多為新加坡境內大型旅行社，主力銷售各國旅遊行程，此次發現各旅行社展攤推廣許多低價中國旅遊行程，對新加坡旅客前往亞洲各國之旅遊市場皆有所影響。另本局並蒐集各國文宣品及宣導小物，作為未來製作宣傳品之參考，以精進本市觀光行銷成效。

114年8月17日(星期日)

旅展第三天

旅展第3日，本局人員持續於會場推廣臺中觀光，並安排拜會新加坡五家主要出境旅行社，包括曾兄弟旅行社、南和旅行社、歐美假期、康泰旅行社及WTS Travel等。拜會過程中，雙方就新加坡旅客之旅遊偏好與疫後國際旅遊市場結構變化進行深入交流。由於臺灣與新加坡語言互通、交通便利且消費相對實惠，臺灣長年為新加坡旅客首選旅遊目的地之一。業者普遍表示，新加坡遊客對臺灣旅遊環境與文化具高度熟悉度，建議市府未來可著重推廣深度體驗型、會展觀光、推廣除逢甲夜市及高美濕地以外的新興景點，及主題遊程，如辦桌主題、換裝主題、手作活動主題、職場體驗主題、穆斯林友善旅遊等，以吸引重遊客群並延長旅客於臺中停留時間，另建議把握新加坡旅客重點旅遊月份6月及12月，強化推動相關旅遊產品。三天旅展共吸引106,497人次參觀。

114年8月18日(星期一)

今日推廣會於下午舉辦，於是把握上午時間前往小印度區參訪，印度裔族群佔新加坡約8%比例，該區滿滿的濃厚印度文化色彩，沿街宗教廟宇建築及人潮及香料店鋪，彷彿置身印度，十分佩服新加坡多元族群的融合生活文化也確實值得臺灣借鏡學習。

參訪完小印度後，本局人員於中午12:30前往本次重點活動之一——「臺灣觀光推廣會」現場（Hilton Orchard Singapore），進行場地佈置及伴手禮整備工作。本次推廣會採電腦報名配對系統，安排臺灣與新加坡業者進行商務媒合，共有20家新加坡旅遊及旅遊平臺業者、共計30人參加。本局共媒合9家業者，每場推介時間為10分鐘。會中，本局人員詳細介紹臺中市豐富的觀光資源與新興景點，並重點推廣「臺中國際踩舞嘉年華」、「臺中國際花毯節」等具國際特色之活動。活動過程中，新加坡業者普遍對臺中的自然景觀、美食文化及交通便利性表達高度興趣，並提出多項具體建議，例如：增加適合親子及銀髮族的行程內容、獎勵旅遊及會展觀光等相關規劃、結合在地節慶活動行銷等，部分業者亦建議強化臺中與鄰近縣市的串聯行程，以提升整體旅遊吸引力。本局對業者提出之寶貴意見均詳加紀錄，並作為後續觀光行銷與國際合作策略的重要參考依據，期能持續優化臺中市的國際旅遊形象與市場競爭力。

晚上把握最後參訪時間前往濱海灣花園參訪，新加坡道路沿途可見乾淨街道及高度綠化之城市環境，而濱海灣花園環境綠化豐富，有許多居民沿河邊道路慢跑，環境綠化手法值得臺灣學習。濱海灣花園的「天空樹」以夜間燈光秀「Garden Rhapsody」聞名，這場免費的燈光秀在每晚7:45和8:45各有一場，燈光會隨著音樂變化，營造出絢麗夢幻的視覺效果，吸引眾多遊客駐足等待觀賞，可作為相關活動夜間光環境設置呈現之參考。

114年8月19日(星期二)

返國日，搭乘中華航空CI754班機返回臺灣，約13:45起飛，18:35抵達臺灣。

四、心得

本次隨交通部觀光署赴新加坡參加「2025年NATAS Holidays秋季國際旅展」，整體行程規劃周延、執行順利，成果豐碩。旅展期間，新加坡民眾對臺灣旅遊之熟悉度與好感度皆高，尤其對臺中豐富的自然景觀、美食文化及親子遊資源反應熱烈，顯示本市觀光品牌在新加坡市場具有穩固基礎與發展潛力。

臺中市攤位以多元主題行銷及互動活動為亮點，透過「打卡送好禮」、「小提燈DIY」及舞臺有獎徵答等活動，成功吸引民眾駐足參與，現場氣氛熱絡，進一步提升臺中觀光品牌的曝光度與辨識度，並於旅展期間發現新加坡遊客對臺中在地小吃十分有興趣，更甚於米其林星級餐廳，未來可針對臺中特色小吃強化行銷以吸引新加坡遊客。此次展出亦充分展現臺中市友善、熱情及創意的城市形象，增進新加坡民眾對本市之印象與興趣。

除面向消費者的行銷外，於「臺灣—新加坡旅遊業者媒合商談會」中，臺中市代表團亦與多家當地主要旅行社進行實質交流。雙方針對自由行、親子遊及客製化團體行程等議題交換意見，新加坡業者普遍肯定臺中的旅遊環境與交通便利性，並對臺中市節慶活動與新興景點展現高度合作意願，提供後續推廣深度遊程與市場開發的重要參考方向。

此外，透過此次活動亦觀察到新加坡旅遊市場重視品質、體驗與文化內涵，顯示臺中若能結合在地節慶、特色民宿、美食體驗及永續旅遊概念，將更能符合新加坡旅客需求，吸引重遊客群。整體而言，此次參展不僅成功拓展新加坡市場能見度，亦有效促進兩地業者合作與交流，達成推動臺中觀光國際化及行銷城市品牌之目標。

五、建議

(一)強化旅遊主題與分眾行銷策略

新加坡旅客普遍關注不同季節之特色活動與體驗行程，顯示深度旅遊具高度發展潛力。建議持續推廣節慶文化與在地特色活動，如媽祖繞境等民俗文化體驗，並依季節規劃專屬主題遊程，以吸引重遊客群與高價值旅遊市場。並建議未來可依據新加坡旅客之旅遊習性與興趣偏好，規劃「親子遊」、「美食文化體驗」、「自然生態探索」及「輕旅行」等主題套裝行程，並配合社群媒體、數位廣告及KOL合作等多元行銷管道推廣，藉此強化臺中觀光品牌形象，提升旅遊誘因與市場競爭力。

(二)強化交通規劃完整性與相關配套

臺中市在自由行交通市場具潛力，自由行旅客對包車服務需求高，建議強化臺中交通服務的多元性與專業性，包含主要景點與大眾運輸間之串聯資訊，讓旅客更易掌握交通時刻與路線規劃，另新加坡旅客普遍熟悉Grab等數位叫車平台，顯示其對智慧交通接受度高，建議可於宣傳與導覽資料中強化相關資訊，凸顯臺中旅遊結合數位科技之便利性，完善自由行旅客之交通規劃需求。

(三)深化與新加坡業者合作模式

建議持續與本次拜會之主要旅行社及旅遊平臺建立穩定合作關係，研擬聯合包裝行程、旅展限時優惠及共同宣傳專案，並鼓勵業者將臺中具代表性節慶活動（如「臺中國際踩舞嘉年華」、「臺中國際花毯節」等）納入團體行程設計，擴大新加坡旅客來臺中旅遊之動機與人次。

(四)聯合行銷打造區域聯盟

鑑於新加坡旅客普遍偏好跨區深度旅遊，建議臺中市可與彰化、南投、苗栗等中臺灣鄰近縣市攜手合作，共同推廣「中臺灣觀光圈」，透過自然景觀、文化藝術、美食體驗等多元主題串聯，形塑區域整體品牌效益，提升整體國際市場吸引力。

六、新聞輿情蒐集

【市政新聞】

市政新聞：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://www.taichung.gov.tw/3069838/post>

【網路新聞】：13則

1. Yahoo新聞：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://tw.news.yahoo.com/臺中觀旅局深入經營新加坡市場-四季魅力行程迎星旅客-025325388.html>

2. 新華報導：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

https://ccss3172.blogspot.com/2025/08/blog-post_999.html?m=1

3. 臺灣新聞雲報：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://www.fclnews.com/127829/>

4. 互傳媒：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://hoomedia.com.tw/2025/08/17/85697/>

5. PChome：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://news.m.pchome.com.tw/travel/morenews/20250817/index-75540916054609350015.html>

6. 蕃新聞：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://n.yam.com/Article/20250817958589>

7. 睿傳媒：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://www.right-media.news/archives/154102>

8. 墨新聞：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://more-news.tw/372422/>

9. 屏東時報電子報：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://pingtungtimes.com.tw/?p=355460>

10. 民生電子報：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://lifeneews.com.tw/390269/>

11. 臺灣人民報：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客 展現全年無休的觀光魅力

<https://www.peponews.tw/2025/08/17/225845/>

12. 好視新聞：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅客

<https://newsday.tw/news/447589>

13. 新華報導：臺中觀旅局深入經營新加坡市場 四季魅力行程迎星旅

https://ccss3172.blogspot.com/2025/08/blog-post_999.html#google_vignette

現場照片



臺中攤位佈置



民眾追蹤大玩臺中 IG 或 FB 互動



臺灣館開幕



童振源大使至臺中館加油打氣



臺中攤位人潮不斷



舞臺活動介紹臺中觀光資源及有獎徵答活動



體驗中臺灣燈會小提燈 DIY



與新加坡媒體交流



拜會當地入境旅行社-南和旅行社



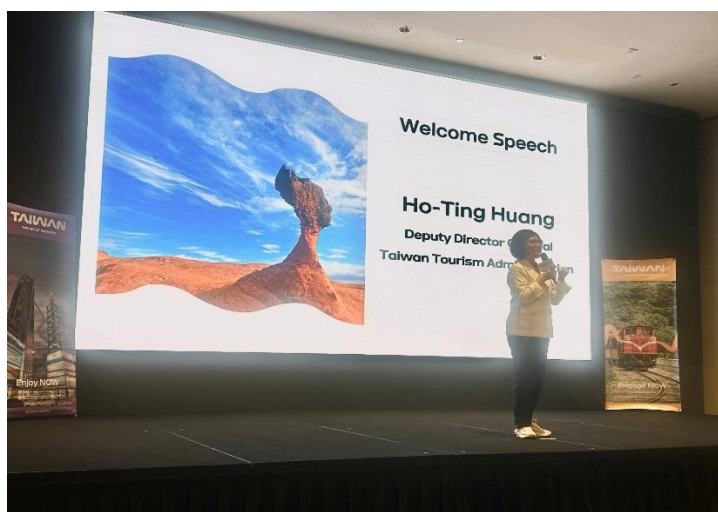
拜會當地入境旅行社-曾兄弟旅行社



拜會當地入境旅行社-WTS travel



拜會當地入境旅行社-康泰旅行社



交通部觀光署黃荷婷署長於觀光推廣會向新加坡業者介紹臺灣觀光資源



向新加坡業者推廣情形（臺灣觀光推廣會）



向新加坡業者推廣情形（臺灣觀光推廣會）



新加坡業者及臺灣代表團合影(臺灣觀光推廣會)



參訪小印度



參訪濱海灣花園