

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：115年度因公出國計畫-2026年馬來西亞檳城及吉隆坡地區觀光推廣活動-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：邱淑樺		電話：04-2228-9111 #58332	
出國人員姓名/服務機關/單位/職稱			
林寶釵/臺中市政府觀光旅遊局/會計室/主任			
邱淑樺/臺中市政府觀光旅遊局/旅遊行銷科/科員			
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：115年5月13日 至 115年5月20日		出國地區：馬來西亞檳城及吉隆坡	
報告日期：115年7月28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	主任	林寶釵	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。
	科員	邱淑樺	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			
馬來西亞為東南亞重要來臺客源市場之一，具備穩定之出境旅遊需求。2025年馬來西亞來臺旅客達38萬5,787人次，仍為我國重要國際客源市場，且近年臺灣持續推動穆斯林友善旅遊環境，提升清真餐飲、祈禱空間及友善住宿等服務，市場發展潛力持續提升。臺中市觀光資源多元，並持續推動國際觀光行銷及穆斯林友善旅遊環境建置，具備拓展馬來西亞旅遊市場之條件。			

為持續深耕馬來西亞市場及拓展國際客源，爰參加馬來西亞旅展及辦理觀光推廣活動，透過旅展及觀光推廣會推介臺中觀光資源及特色旅遊產品，並與當地旅行業者及觀光相關單位進行交流洽商，掌握市場需求及旅遊趨勢，推動開發臺中旅遊產品及特色遊程，提升臺中觀光品牌於馬來西亞市場之能見度，吸引更多馬來西亞旅客來臺中旅遊，促進本市觀光產業發展。

三、過程

日期	行程內容
5月13日(三)	搭乘華航 CI731 臺北→馬來西亞檳城
5月14日(四)	臺灣旅展會勘場地，整備及開幕彩排 (地點：Queensbay Mall, Penang)
5月15日(五) 5月17日(日)	辦理臺灣旅展 (地點：Queensbay Mall, Penang)
5月18日(一)	移動：檳城→吉隆坡
5月19日(二)	舉辦臺灣觀光推廣會(穆斯林業者及華人業者場次) (地點：The Westin Kuala Lumpur)
5月20日(三)	搭乘華航 CI722 馬來西亞吉隆坡→臺北

115年5月13日(星期三) | 出發檳城

臺灣觀光代表團於上午9時30分搭乘中華航空 CI731 航班自桃園國際機場出發，於當地時間下午2時10分順利抵達馬來西亞檳城國際機場。完成入境通關程序後，隨即搭車前往本次參展住宿旅館 Eastin Hotel Penang 辦理入住。

Eastin Hotel Penang 鄰近本次旅展活動場地皇后灣廣場（Queensbay Mall），步行約5分鐘即可抵達。皇后灣廣場為檳城規模最大且最具代表性之大型購物中心之一，鄰近檳城國際機場及檳城大橋，交通便捷且人潮匯聚，除設有國際品牌商店、餐飲及休閒娛樂設施外，亦為當地舉辦大型展覽、品牌推廣及觀光行銷活動的重要場域，平日及假日皆吸引大量在地居民、商務人士及國際旅客到訪，具備高度集客效益與宣傳曝光優勢。本次旅展選擇於該商場辦理，有助於提升臺中觀光品牌於馬來西亞市場之能見度，並有效接觸目標客群，推廣臺中多元觀光特色。

完成住宿手續後，團員利用自由活動時間熟悉旅展場地周邊環境，為後續活動預作準備。

115年5月14日(星期四) | 佈展

為深入了解馬來西亞民眾旅遊偏好，上午由本次旅展臺中攤位工作人員帶領前往檳城喬治市古城區進行參訪考察。喬治市古城區於2008年獲聯合國教科文組織（UNESCO）列入世界文化遺產名錄，區內保存大量英殖民時期建築、中式會館、清真寺、印度廟宇及傳統店屋，完整呈現馬來、華人、印度及歐洲等多元文化長期交流融合所形成之獨特歷史風貌，為檳城最具代表性之文化觀光景點之一。

其中，古城區內的壁畫街為最受遊客歡迎的熱門景點，以立陶宛藝術家 Ernest Zacharevic 創作之《姐弟共騎》（Children on a Bicycle）、《追風少年》（Boy on Motorcycle）等互動式壁畫聞名。當地成功透過公共藝術結合歷史街區保存與活化，將原本傳統街區轉化為兼具文化深度及觀光吸引力之特色景點。現場觀察發現，許多遊客透過拍照打卡及社群媒體分享旅遊體驗，有效帶動景點曝光度及觀光行銷效益，值得作為臺中推廣文化觀光發展之參考。

下午續前往鄰近古城區之姓氏橋參訪。姓氏橋為19世紀華人移民於海上搭建之木造聚落群，因早期依不同姓氏聚居而得名，現今仍保有居民生活機能，完整保存傳統水上聚落文化景觀。該景點成功結合文化保存、社區營造及觀光發展，不僅成為檳城重要觀光據點，也展現文化資產活化再利用之成果。

下午4時返回旅展活動會場皇后灣廣場進行佈展整備作業，確認臺中攤位展示內容、文宣陳列及各項設備配置情形，並清點旅展期間每日預計發送之摺頁文宣、觀光宣導品及伴手禮等物資數量，以確保活動期間各項推廣工作順利進行。完成相關準備工作後，於晚間6時結束當日行程，團員自行前往周邊用餐，並於晚間9時返回飯店休息，為隔日旅展正式開展預作準備。

115年5月15日(星期五) | 旅展 Day1

旅展首日即吸引大量民眾參觀，展場氣氛熱絡，充分展現檳城民眾對臺灣旅遊產品之高度關注與興趣。本次檳城臺灣旅展由交通部觀光署統籌設置臺灣館，現場除設置大型主題視覺意象區外，並打造巨型喔熊充氣公仔及臺東熱氣球造景，吸引眾多民眾拍照打卡及索取旅遊資訊，有效提升臺灣觀光品牌曝光度。

本次臺中市作為臺灣觀光代表團成員之一參與旅展，除臺中市政府外，另有宜蘭縣政府共同參展。臺中攤位以「臺中意象」為主題，提供觀光主題手冊、「臺中精選必玩」、「登山健行」、「捷運旅遊」及「鐵馬悠遊」等英文版觀光摺頁，並準備壓克力裝飾牌、球型購物袋及中臺灣燈會姆明小提燈等宣導品作為互動贈品，吸引民眾駐足參觀並主動洽詢。

為提升服務品質及推廣成效，現場安排2名熟悉馬來文、英文及中文之工作人員駐點服務，並於展前完成相關教育訓練，充分了解臺中觀光資源特色及攤位互動內容。透過 Facebook 及 Instagram 按讚追蹤方式，鼓勵民眾主動參與，不僅有效增加本局官方粉絲團「大玩台中-臺中

觀光旅遊局」之社群曝光度，也進一步蒐集當地民眾對臺中旅遊之認知與偏好，作為未來海外市場行銷規劃參考。

旅展於上午11時30分正式開幕，由「留聲姬樂團」演奏臺灣傳統國樂樂器，帶來經典臺灣童謠《丟丟銅仔》等曲目，並由「飛翔運動空間（Flying Space）」帶來融合街舞與特技表演的精彩演出。透過音樂、舞蹈及文化展演，充分展現臺灣多元文化魅力與創新活力，成功吸引眾多參觀民眾駐足欣賞，為臺灣館聚集大量人潮，也進一步帶動各參展單位推廣效益。

旅展期間，陸續有民眾至臺中攤位洽詢旅遊資訊，其中以檳城當地華人族群為主。現場觀察發現，多數民眾對臺灣旅遊環境已有相當程度認識，不少人曾多次來臺旅遊。當提及對臺中的印象時，逢甲夜市及高美濕地仍為最具代表性的知名景點，顯示臺中既有觀光品牌已在馬來西亞市場建立相當知名度與辨識度，並具備良好口碑基礎。

此外，透過工作人員介紹及互動交流，許多民眾進一步認識臺中近年積極推動之觀光建設與新興景點，包括自行車道、登山健行步道、谷關溫泉，以及台中海洋館、綠美圖、國家漫畫博物館等觀，多數民眾對結合自然生態、文化藝術、親子休閒及戶外體驗之旅遊產品表現高度興趣。由現場交流情形可發現，馬來西亞民眾除偏好夜市、美食及購物等傳統旅遊元素外，亦逐漸重視戶外休閒、生態體驗、文化探索及深度旅遊行程，顯示旅遊需求正朝多元化及體驗化方向發展，相關趨勢可作為未來臺中爭取馬來西亞觀光市場之重要參考。

下午交通部觀光署駐吉隆坡辦事處周士弼主任（下稱「周主任」）親臨臺中攤位參觀，對臺中近年持續推動新興景點與多元行銷策略表示肯定，認為有助提升馬來西亞旅客造訪臺中的意願。本局代表林寶釵主任致贈臺中特色宣導品予周主任，雙方期待透過中央與地方合作模式，共同提升臺中於馬來西亞市場之能見度與吸引力。

首日活動於晚間8時順利結束。臺中攤位整體參觀及互動情形踴躍，宣傳品發放及旅遊諮詢反應熱烈，達成預期推廣效益。團員於晚間9時返回飯店休息，並針對當日參展成果進行交流與檢討，作為後續旅展活動推廣之參考。

115年5月16日(星期六) | 旅展 Day2

旅展進入第二天，適逢週末假期，人潮明顯較首日增加，各展攤均吸引大量民眾參觀，顯示週末期間為旅展推廣效益最佳時段。

臺中攤位持續透過「Facebook 及 Instagram 打卡按讚追蹤送好禮」活動與民眾互動，藉由社群平台串聯線上與線下宣傳，吸引民眾主動參與並認識臺中觀光資源。本次提供之宣導品-姆明小提燈因造型可愛、辨識度高且兼具實用性，特別受到親子族群及年輕家庭歡迎，許多民眾經過臺中攤位時會主動停留詢問，現場洽詢人潮絡繹不絕，有效提升攤位曝光度及互動參與率。

觀察發現到馬來西亞年輕人及學生族群高度依賴社群媒體獲取旅遊資訊，許多民眾於旅展現場即透過手機搜尋景點資訊、追蹤官方社群帳號及分享旅展活動內容。由此可見，社群媒體已

成為旅遊資訊傳播及旅遊決策的重要管道，未來臺中若欲持續深耕馬來西亞市場，除參與實體旅展外，亦可強化社群平臺經營、短影音行銷及網紅合作推廣策略，以提高品牌曝光度及市場觸及率，建立長期且持續性的海外行銷效益。

旅展期間，團隊亦利用空檔時間前往其他展攤進行觀摩學習及交流，了解各單位之行銷推廣策略及市場操作模式。其中，宜蘭縣政府、交通部觀光署東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處攜手伊斯蘭商務發展有限公司，共同行銷穆斯林友善旅遊資源，積極爭取馬來西亞龐大的穆斯林旅遊市場。現場也發現當地民眾相當重視旅遊目的地是否具備清真認證餐飲、穆斯林友善住宿環境、祈禱空間及相關接待服務。顯示穆斯林友善環境已逐漸成為影響馬來西亞旅客旅遊選擇的重要因素之一，值得臺中持續強化相關設施及服務品質，以提升對穆斯林旅客之吸引力。

此外，各參展單位亦透過創新且具文化特色之展示來吸引民眾目光，例如，太平洋自行車博物館將特色自行車帶至現場展示，並搭配互動遊戲及贈品活動，成功吸引民眾參與；寶熊漁樂碼頭則以可愛玩偶及釣具展示吸引親子族群打卡拍照。顯示出具互動性、體驗性及話題性的展示方式更容易吸引民眾興趣進而參與，對於提升觀光品牌曝光具有顯著效果。

晚間7時至8時，臺中攤位辦理姆明小提燈 DIY 體驗活動，邀請現場民眾親手組裝小提燈。過程中除介紹提燈組裝方式外，也向現場民眾分享臺中的特色節慶活動。參與民眾紛紛表示提燈造型可愛且富有收藏價值，許多家長陪伴孩童共同完成組裝，不僅增進親子互動，也藉此認識燈會的傳統文化，達到寓教於樂之推廣效果。

旅展當日活動於晚間8時圓滿結束，團隊於晚間9時返回飯店休息，並彙整當日參展成果及市場觀察重點，作為後續觀光推廣及國際市場開發之參考。

115月5月17日(星期日) | 旅展 Day3

旅展第三日，各參展單位均把握最後推廣機會積極與民眾互動交流。臺中攤位除持續提供觀光旅遊諮詢外，也提供臺中花梁鋼橋圖案之套印明信片 DIY，深受現場民眾喜愛，紛紛蓋印於明信片或個人集章冊上留念。透過實際操作讓參與者對臺中留下更深刻的印象，有效提升推廣成效，可見得具有文化特色及紀念價值之文創體驗活動特別受到民眾青睞。

當日臺灣館特別邀請馬來西亞人氣網紅 Cayeloh 炸魚蒞臨分享旅臺經驗，其 Instagram 追蹤人數逾17萬人，於馬來西亞年輕族群及社群媒體間具高度影響力。活動中分享其多次來臺旅遊之所見所聞，值得一提的是，Cayeloh 炸魚特別提及曾造訪臺中高美濕地欣賞夕陽美景，並前往逢甲夜市品嚐在地特色小吃，對臺中的自然景觀、美食文化及友善旅遊環境留下深刻印象。

其親身旅遊經驗獲得現場民眾高度認同，也進一步提升臺中觀光景點於馬來西亞市場之曝光度與討論度。由此可見，透過具影響力之意見領袖（Key Opinion Leader，KOL）分享實際旅遊體驗，能有效提高潛在旅客對目的地之信任感與旅遊意願，對於海外市場推廣具有相當顯

著之行銷效益。活動結束後，Cayceloh 炸魚特別前往臺中攤位參觀交流，由本局代表林寶釵主任致贈臺中特色宣導品，並介紹臺中近年積極推動之新興景點，誠摯邀請其未來再次造訪，透過實地體驗進一步認識臺中多元觀光魅力，並持續協助向馬來西亞民眾分享臺中旅遊資訊。

三天旅展期間，臺中攤位持續吸引大量民眾造訪並獲得良好回響。從現場觀察可發現，馬來西亞旅客對兼具文化特色、體驗參與及社群分享效益之活動接受度高，未來臺中參與海外旅展時，建議可結合在地文化特色及數位行銷策略，透過互動體驗及社群傳播，來強化旅客對臺中的記憶點與品牌認同感，進一步提升國際市場推廣成效。

旅展於晚間8時圓滿落幕。活動結束後，工作人員隨即進行攤位撤場及物資整理作業，確認各項展示設備、文宣品及宣導物資完成清點與打包，並於晚間9時左右完成撤場工作返回飯店。

115年5月18日(星期一) | 前往吉隆坡

上午8時30分，臺灣觀光代表團全體成員完成退房手續後，於旅館大廳集合搭車前往吉隆坡。檳城至吉隆坡車程約4小時30分鐘，途中於打巴休息站（Kawasan Rehat Tapah Arah Selatan）短暫停留稍作休息。

下午3時抵達住宿旅館 The Westin Kuala Lumpur 辦理入住手續。該飯店位於吉隆坡核心商業區，鄰近武吉免登(Bukit Bintang)商圈、柏威年廣場(Pavilion Kuala Lumpur)及雙峰塔(Petronas Twin Towers)等重要觀光及商業據點，交通便利且觀光機能完善。周邊聚集大型購物中心、國際品牌飯店及多元餐飲設施，是旅客熱門住宿區域。

晚間，由周主任設宴款待臺灣觀光代表團，晚宴地點選於吉隆坡知名南洋風格咖啡館 Capitol Café 舉行。出席貴賓包括交通部觀光署國際組鄭智鴻組長、臺灣觀光協會鐘逸寧秘書長、本局代表林寶釵主任以及地方政府、觀光產業及公協會代表等。

晚餐採自由入座方式進行，透過輕鬆自在的交流環境，促進中央、地方政府、公協會及觀光業界代表間之互動與意見交換，分享本次檳城臺灣旅展推廣成果、市場觀察，增進彼此交流與合作契機。期間團員也品嚐多項馬來西亞經典美食，包括椰漿飯(Nasi Lemak)、沙嗲串燒(Satay)、烏達(Otak-Otak)，以及被譽為「水果之王」的榴槤，深入體驗馬來西亞飲食文化特色。

於晚間8時結束後，本局人員與宜蘭縣政府代表共同前往吉隆坡著名地標雙峰塔(Petronas Twin Towers)進行參訪考察。雙峰塔高達452公尺，曾為世界最高建築物，現仍為馬來西亞最具代表性的國際地標之一，也是吉隆坡城市意象的重要象徵。周邊結合大型購物中心 Suria KLCC、商務辦公空間、會展設施及 KLCC 公園等公共休憩空間，形成集觀光、商業、文化及休閒功能於一體的重要城市核心區域，現場聚集大量國際旅客及在地民眾打卡拍照。

透過本次參訪，可觀察吉隆坡如何藉由國際級地標建築塑造鮮明城市意象，並結合購物、休閒、文化活動及夜間觀光等多元元素，延長旅客停留時間及消費機會，進一步提升整體觀光效益。相關經驗可作為臺中未來推動城市品牌行銷、夜間觀光發展及重要景點整體規劃之建議。

結束考察行程後，於晚間10時30分返回飯店休息，並整理當日市場觀察及考察心得，作為後續參與吉隆坡臺灣觀光推廣會之參考。

115年5月19日(星期二) | 臺灣觀光推廣會

上午8時20分，本局人員於本次臺灣觀光推廣會活動會場（The Westin Kuala Lumpur 二樓 Grand Ballroom）集合，進行展桌攤位布置、觀光文宣陳列及伴手禮包裝等整備作業，為當日推廣活動預作準備。

上午場次為穆斯林業者推廣會，邀請馬來西亞當地穆斯林旅行社、旅遊業者及相關觀光產業代表參與。於上午9時30分至10時30分自由交流時間，本局人員向與會業者介紹臺中多元觀光資源及近年新興景點，並針對穆斯林旅客關注之旅遊需求進行交流。觀察發現多數業者對臺中的認識仍以逢甲夜市、高美濕地等知名度高的景點為主，對於臺中豐富的山海景觀、溫泉旅遊、登山健行步道等特色資源較不熟悉，顯見臺中觀光產品於馬來西亞市場仍具相當大的開發空間與成長潛力。

其後推廣會簡報環節，本局以「穆斯林友善旅遊環境」為主題進行5分鐘英文簡報，介紹臺中重要觀光景點、特色節慶活動及旅遊環境優勢，並說明本市便捷交通系統、四季皆宜之旅遊條件，以及自然生態、文化藝術、溫泉休閒及自行車旅遊等多元產品特色。同時介紹本市穆斯林友善餐飲、住宿及相關旅遊服務成果，展現臺中打造國際友善旅遊環境之努力，進一步提升當地業者對臺中旅遊產品之信心與合作意願。

下午場次為華人業者觀光推廣會，在交流過程中發現，華人業者普遍對臺中旅遊產品較為熟悉，除持續銷售傳統熱門景點行程外，也相當關注臺中近年深度體驗型之旅遊產品。現場業者對臺中親子旅遊、登山健行及大型節慶活動表現濃厚興趣，並認為符合近年旅客追求在地體驗感及主題旅遊之市場趨勢。

晚上 B2B 交流晚宴，由駐馬來西亞台北經濟文化辦事處卜正珉副代表致詞揭開序幕。期間安排 Kahoot 互動問答活動，透過寓教於樂方式增進與會者對臺灣觀光資源之認識，本局提供「珍珠奶茶布偶變形頸枕」作為活動獎項，由林寶釵主任頒發予得獎者，並藉機推廣臺中特色伴手禮及觀光資源。活動現場氣氛熱絡，與會業者互動踴躍，有效促進臺中與馬來西亞雙方觀光產業之交流合作與市場連結。

晚宴結束後，交通部觀光署駐吉隆坡辦事處及臺灣觀光協會隨即召開檢討會議。各參展單位代表一致肯定本次檳城臺灣旅展及吉隆坡觀光推廣會整體辦理成效，並對主持人活潑生動且具親和力的帶動方式給予高度評價，認為有效提升現場互動氛圍及活動參與度。此外，與會代表亦建議未來可增加當地觀光景點考察行程，並適度延長自由交流及商務洽談時間，以深化與當地業者之合作關係，提升市場開發成果及推廣效益，作為未來辦理海外推廣活動之重要參考。

115年5月20日(星期三) | 返回臺灣

上午8時15分，臺灣觀光代表團成員完成退房手續後，即搭車前往吉隆坡國際機場，搭乘中華航空 CI722航班返臺。班機於當日下午2時45分自吉隆坡國際機場起飛，晚間7時35分順利抵達桃園國際機場。完成入境及通關手續後，續搭乘接駁交通工具返回臺中，並於晚間9時40分抵達，結束本次為期8天之馬來西亞觀光推廣行程。

四、心得

(一) 臺中觀光品牌於馬來西亞市場已具一定知名度，惟仍有持續深化推廣空間

透過本次檳城臺灣旅展與吉隆坡觀光推廣會發現，馬來西亞民眾普遍對臺中具有高度好感，且不少民眾曾有來臺中旅遊之經驗，顯示在當地已具備一定市場知名度。然而，對於其他旅遊資源，如登山健行、自行車道、溫泉、節慶活動、歷史古蹟，及近年新興景點，如台中海洋館、綠美圖及國家漫畫博物館等，認識程度相對有限。未來可持續透過參加海外旅展、數位行銷及國際媒體宣傳等方式，擴大推廣臺中多元且深度的旅遊產品，吸引旅客重遊及延長停留時間。

(二) 社群媒體與網紅行銷已成為海外市場推廣的重要趨勢

本次旅展期間透過Facebook及Instagram按讚追蹤活動，成功吸引大量年輕族群及親子家庭參與，顯示馬來西亞民眾已高度依賴社群媒體獲取旅遊資訊及規劃旅遊行程。現場亦觀察到許多民眾透過手機即時搜尋景點資訊、分享旅展內容及參與社群互動，反映數位媒體已成為影響旅遊決策的重要工具。

此外，臺灣館邀請當地知名網紅分享旅臺經驗，也有效帶動現場人潮及話題討論。由此可見，相較於傳統宣傳方式，結合社群媒體經營、網紅合作及短影音行銷等數位推廣策略，更能有效觸及目標客群。未來可加強與馬來西亞當地網紅、自媒體及KOL合作，提升臺中觀光品牌於東南亞市場的曝光度及影響力。

(三) 穆斯林友善旅遊市場具高度發展潛力

馬來西亞為穆斯林人口比例較高之國家，穆斯林旅遊市場規模龐大且持續成長。本次參與穆斯林業者推廣會期間發現，當地業者除重視旅遊目的地之景點特色外，亦相當關注清真餐飲、祈禱空間、友善住宿及交通便利性等穆斯林友善服務條件。

近年來臺中持續輔導旅宿業及餐飲業取得穆斯林友善相關認證，逐步建構完善之接待環境。未來如能進一步整合穆斯林友善景點、住宿、餐飲及旅遊路線資源，並透過國際旅展、業者交流及專案行銷推廣，將有助於拓展馬來西亞及其他穆斯林客源市場，提升臺中國際旅遊競爭力。

(四) 文化資產活化與城市品牌營造經驗值得借鏡

本次參訪檳城喬治市古城區、壁畫街及姓氏橋等景點，觀察到當地成功將歷史文化資產、街頭藝術、社區參與及觀光發展相互結合，不僅完整保存珍貴文化資產，更塑造鮮明的城市意象，吸引大量國際旅客造訪。另吉隆坡雙峰塔亦成功透過地標建築打造城市品牌形象，成為馬來西亞重要觀光象徵。相關經驗值得臺中參考，未來可持續結合歷史建築、文化景觀、公共藝術及節慶活動，深化城市品牌特色，提升國際觀光吸引力。

五、建議

(一) 強化臺中多元觀光產品之國際分眾行銷，提升市場認知深度

建議未來持續針對馬來西亞市場進行分眾推廣，除既有已具知名度之逢甲夜市、高美濕地外，應加強推廣自行車旅遊、登山健行、溫泉療癒、海線景點及文化體驗等多元觀光產品，並結合新興景點如台中海洋館、綠美圖及國家漫畫博物館等亮點資源。透過主題式旅遊包裝與國際旅展、業者說明會及數位影音行銷整合推廣，提升臺中觀光品牌在當地市場之完整形象與旅遊吸引力。

(二) 加強社群媒體與網紅合作行銷，擴大數位國際曝光效益

鑒於馬來西亞年輕族群高度依賴Instagram、Facebook及短影音平臺獲取旅遊資訊，建議持續強化社群媒體經營策略，並與當地具影響力之旅遊網紅、自媒體及KOL合作，透過實地體驗分享、短影音或直播等方式提升擴散效果。同時可規劃「臺中旅遊主題標籤（Hashtag）」及互動式線上活動，強化使用者參與感與品牌記憶點，以提升臺中觀光國際能見度。

(三) 深化穆斯林友善旅遊環境整合與行銷，爭取高潛力客源市場

馬來西亞為穆斯林旅遊重要客源市場，建議持續整合本市穆斯林友善餐飲、住宿及旅遊服務資源，並輔導業者取得清真認證或友善標章。同時應加強於國際旅展及業者推廣會中系統性呈現穆斯林旅遊資訊，例如祈禱空間、清真餐飲地圖及友善旅遊路線等，提升業者及旅客信任度，進一步擴大穆斯林旅客來臺中旅遊之比例。

(四) 發展體驗型與親子導向旅遊產品，提升旅客停留時間與消費深度

依據本次市場交流觀察，馬來西亞旅客對體驗式、互動式及親子友善旅遊活動接受度高，建議未來加強推動具參與感之旅遊產品設計，例如DIY體驗、文化或生態導覽、節慶活動參與等，並結合臺中既有自行車道、溫泉及海線景點，規劃完整主題旅遊路線，以提升旅客停留天數及整體觀光消費效益。

六、新聞輿情蒐集

【市政新聞】

中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://www.taichung.gov.tw/3281074/post>

輿情收集（5月22日上午9時30分）

網路新聞：20則

1.Yahoo!新聞(中華日報)：觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/X2beXD>

2.Yahoo!新聞(中廣新聞網)：觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/6GRyg6>

3.Yahoo!新聞(互傳媒)：臺中赴馬來西亞辦「臺灣旅展」 搶攻東南亞觀光客源

<https://reurl.cc/7EqyX1>

4.LineToday：拓展東南亞旅遊市場 中市觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://today.line.me/tw/v3/article/gzKyX6g>

5.蕃新聞：臺中拓展馬來西亞觀光市場 力推穆斯林友善旅遊

<https://n.yam.com/Article/20260521234870>

6.PChome新聞：臺中赴馬來西亞辦「臺灣旅展」 搶攻東南亞觀光客源

<https://reurl.cc/epo96j>

7.中華新聞雲：觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://www.cdns.com.tw/articles/1404235>

8.中國廣播公司：拓展東南亞旅遊市場 中市觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://bccnews.com.tw/archives/790463>

9.互傳媒：臺中赴馬來西亞辦「臺灣旅展」 搶攻東南亞觀光客源

<https://hoomedia.com.tw/2026/05/21/143149/>

10.墨新聞：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://more-news.tw/621086/>

11.Life生活網：拓展東南亞旅遊市場 中市觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/18WgoX>

12.好視新聞：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://newsday.tw/news/524872>

13.崛起新傳媒：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://rise-mediacorp.com/archives/119554>

14.元丰傳媒：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/18Wgv8>

15.創新聞：臺中拓展馬來西亞觀光市場 力推穆斯林友善旅遊

<https://pronews.tw/2026/05/21/269003/>

16.天天上新聞：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://mknews.com.tw/2026/05/950322/>

17.Yes新聞：中市深耕東南亞旅遊市場 赴馬來西亞辦臺灣旅展搶攻國際觀光商機

<https://reurl.cc/xW8gGz>

18.號角新聞網：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

https://buglenewsnet.com/news_detail.php?NewsID=3445

19.行銷人：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/qpq8MD>

20.商傳媒：中市積極拓展東南亞旅遊市場 觀旅局偕觀光業者赴馬來西亞辦「臺灣旅展」

<https://reurl.cc/qpqm1E>

照片



佈展整備，旅展現場趕工中



檳城旅展臺灣館



臺灣館表演-「飛翔運動空間 (Flying Space)」融合街舞與特技演出



臺灣館主舞臺-民眾踴躍參與 Kahoot 互動問答



臺灣館-DIY 體驗區



臺灣館所有工作人員合照



臺中展攤擺設



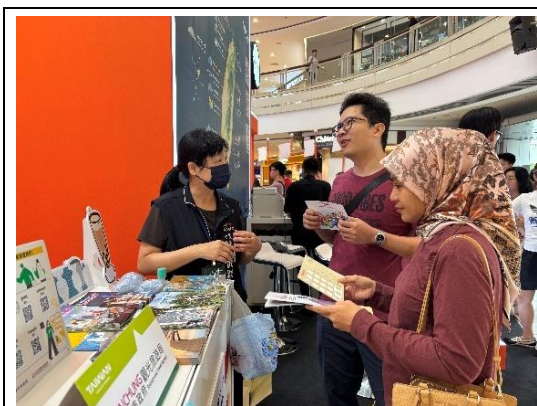
臺中展攤擺設



周主任至臺中展攤



交觀署國際組鄭智鴻組長與駐吉隆坡
辦事處周士弼主任蒞臨臺中展攤



馬來西亞穆斯林民眾詢問熱烈



臺中展攤現場互動熱烈



花梁鋼橋特色套印明信片深受民眾喜愛



花梁鋼橋特色套印明信片深受民眾喜愛



馬來西亞民眾熱情持手舉牌拍照



本局人員於臺中展攤合照



臺中展攤吸引民眾駐足參與



馬來西亞人氣網紅 Liz Qin 分享來臺
旅遊經驗



馬來西亞網紅 CayeeloH 炸魚提及曾
造訪臺中高美濕地欣賞夕陽美景



馬來西亞網紅 CayeeloH 炸魚前往臺中
攤位參觀交流



馬來西亞民眾體驗中臺灣燈會姆明小
提燈 DIY



馬來西亞民眾體驗中臺灣燈會姆明小
提燈 DIY



本局代表林寶釵主任頒發珍珠奶茶禮盒予得獎者



本局代表林寶釵主任頒發傻瓜相機予得獎者



東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處與伊斯蘭商務發展有限公司，共同行銷穆斯林友善旅遊資源



寶熊漁樂碼頭攤位以可愛玩偶及釣具展示，吸引親子族群駐足拍照



宜蘭縣政府攤位以摺頁宣傳年度節慶活動



太平洋自行車博物館將特色自行車帶至現場展示



手信霧隱城以轉盤遊戲吸引民眾同樂



臺中展攤工作人員合照



本局人員與宜蘭縣政府、東北角及宜蘭海岸國家風景區管理處工作人員合照



周主任設宴款待臺灣代表團



交觀署國際組鄭智鴻組長於晚宴致詞



品嚐馬來西亞經典美食-沙嗲



品嚐馬來西亞著名水果榴槤及紅毛丹



推廣會展攤佈置



臺中所有參與推廣會成員合照



推廣會工作人員合照



交觀署國際組鄭智鴻組長及周士弼主任於推廣會與臺灣代表團團員合影



與臺中展攤業者-星漾商旅合照



推廣會 B2B 向業者介紹臺中山海屯城觀光資源



推廣會 B2B 向業者介紹臺中山海屯城觀光資源



推廣會 B2B-穆斯林旅遊業者熱烈詢問臺中新興景點資訊



推廣會 B2B-穆斯林旅遊業者熱烈詢問臺中新興景點資訊



吉向馬來西亞旅遊業者宣傳臺中觀光



周主任率臺灣團隊上臺前舉杯致意



創造焦點於晚宴表演



本局代表林寶釵主任頒發珍珠奶茶頸枕予得獎者



推廣會內容豐富有趣，旅遊業者高度關注與互動



旅遊業者積極與參展單位洽詢最新觀光資訊



推廣會華人業者場，雙方交流熱烈



本局代表林寶釵主任與駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處卜正珉副代表合影



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



檳城考察-姓氏橋



檳城考察-喬治市世界遺產機構



吉隆坡考察-雙峰塔