

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年度因公出國計畫一赴新加坡辦理【2026新加坡市場觀光行銷推廣活動】—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

聯絡人：莊慧敏 電話：04-2228-9111 #58327

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱

廖偉志/臺中市政府觀光旅遊局/主任秘書

莊慧敏/臺中市政府觀光旅遊局/旅遊行銷科/辦事員

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8月4日 至 115年8月8日

出國地區：新加坡

報告日期：115年9月2日（填寫一級機關首長核定日）

內容：（500字以上）[內容應包含目的、過程、心得、建議。（各機關可依需要自行增加項目）]

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	主任秘書	廖偉志	1. 代表本局拜會與接待當地觀光旅遊組織、接待來訪業者 2. 行銷推廣臺中觀光旅遊
	辦事員	莊慧敏	1. 行銷推廣臺中觀光旅遊 2. 處理拜會行程及推廣會行政庶務 3. 紀錄拜會情況及推廣會狀況

二、目的

新加坡為亞洲重要出境旅遊市場之一，國民平均所得高、旅遊消費能力強，且長期位居臺灣重要國際旅客來源市場。依交通部觀光署統計，新加坡旅客來臺人次穩定成長，旅遊型態亦逐漸由傳統團體旅遊轉向重視深度體驗、文化探索、自然景觀、美食旅遊及生活風格等主題式旅遊內容，與中臺灣觀光資源特色高度契合。

中臺灣地區包含臺中市、苗栗縣、彰化縣及南投縣，擁有豐富多元之自然景觀、人文歷史、客庄文化、特色美食、創意聚落及慢活旅遊資源，具備發展國際深度旅遊市場之優勢條件。

為提升中臺灣於新加坡市場之國際能見度及品牌辨識度，特規劃辦理「2026中臺灣四縣市赴新加坡市場觀光行銷推廣活動」。

本次推廣將以「百WAYS·中臺灣(100Ways to Wander Central Taiwan)」作為整體品牌主軸，透過整合四縣市特色觀光資源，建立中臺灣共同品牌形象，並以「Every Road Leads to Wonder」作為國際溝通核心概念，向新加坡旅遊市場展現中臺灣多元且具深度的旅遊魅力。

活動期間辦理中臺灣觀光推介會、B2B商務媒合交流、國際媒體宣傳、市場拜會及觀光合作交流等活動，邀請新加坡旅行社、航空公司及觀光相關產業參與，促進產品包裝合作、通路拓展及實際送客機會，進一步提升中臺灣觀光產業國際競爭力，建立長期且穩定之海外市場合作關係。

三、行程表

行程	時間	內容
8/4(星期二) 臺灣→新加坡 第一天	08:05-12:35	搭乘華航 CI-753 抵達新加坡樟宜機場
	14:30-14:50	搭乘專車，由樟宜機場到住宿旅館 (Hotel Mi Waterloo)，辦理入住手續。
	16:00-17:00	行程說明及翌日拜會行程公告，並領取集運物資。
	17:30-19:30	自由時間，參觀克拉碼頭及周邊觀光環境。
8/5(星期三) 第二天	10:30	專車自住宿飯店集合上車
	11:00-11:55	分組拜會新加坡主要旅行業者：A 隊拜會 Chan Brothers；B 隊拜會康泰旅行社。
	12:00-15:30	步行前往 Nam Ho Travel。
	15:30-16:30	拜會 CTC Travel
	16:30-19:30	自由時間：參觀魚尾獅公園
8/6(星期四) 第三天	09:30-15:30	中台灣觀光推廣會暨 B2B 商務媒合交流

	16:00-19:30	自由時間，參觀牛車水
8/7(星期五) 第四天	10:00-11:00	分組拜會航空公司：A 隊中華航空、B 隊星宇航空，交流新加坡市場及中台灣觀光發展。
	11:00-12:00	A、B 兩隊前往海南雞飯餐廳，進行當地餐飲市場考察。
	13:30-15:00	拜會 EU Travel。
	15:00-16:30	拜會 WTS Travel
	16:30-19:30	自由時間，參觀新加坡濱海灣及新加坡娛樂產業相關設施，觀察城市觀光、行人動線及觀光管理。
8/8(星期六) 新加坡→臺灣 第五天	08:00-09:00	飯店門口集合、團員完成 Check-out 手續，搭乘專車前往機場
	10:00-15:10	搭乘華航 CI-754 班機返回臺灣

四、過程

115年8月4日(星期二)

出發日

本日為本次中台灣四縣市新加坡觀光推廣行程出發日，臺中市與苗栗縣、彰化縣、南投縣共同組成中台灣觀光推廣團，赴新加坡進行為期5天之觀光市場推廣及業者交流。

抵達新加坡樟宜機場後，於Jewel星耀樟宜集合，搭乘專車前往住宿飯店Waterloo Hotel，完成入住及行程說明後，傍晚進行克拉碼頭周邊觀光環境考察。

克拉碼頭位於新加坡河畔，結合餐飲、商業及夜間休閒等觀光機能，河岸休憩空間設置大型風扇及遮蔽設施，即使新加坡全年氣候炎熱，仍能提供遊客舒適的戶外休憩環境。此項設施對同樣屬於夏季高溫炎熱氣候的臺中而言，具有城市觀光環境改善之參考價值。

河岸邊著名的肉骨茶和辣椒螃蟹觀光客大排長龍，新加坡把在地飲食文化轉化為具有辨識度

的觀光體驗，值得學習。

115年8月5日(星期三)

新加坡市場考察暨旅行業者拜會

本日以新加坡旅遊市場考察及主力旅行業者拜會為主，分組拜會Chan Brothers、康泰旅行社、Nam Ho Travel及CTC Travel等新加坡重要旅行業者，透過直接交流了解當地旅遊市場需求、產品組成及旅客偏好。

本次拜會除介紹中台灣整體觀光資源外，也特別針對臺中城市觀光、美食、休閒農場、採果體驗、親子旅遊及新興觀光景點等進行推廣，期望透過新加坡旅行業者的產品規劃能力，將臺中及中台灣景點轉化為具市場吸引力之旅遊商品。

從拜會交流中可觀察到，新加坡旅遊業者對於「深度旅遊」及「特色體驗」具有一定興趣，相較於單純景點參觀，結合自然、農業、美食、文化及親子活動的旅遊產品，更有機會融入未來中台灣旅遊行程。

115年8月6日(星期四)

中台灣觀光推廣會暨B2B商務媒合交流

本日為本次新加坡推廣行程之核心活動，舉辦「中台灣觀光B2B商務媒合會」，邀請新加坡旅行社及航空業者與臺灣四縣市政府及觀光產業代表進行面對面交流。

本次活動共有新加坡16家旅行社及3家航空公司代表出席，臺灣方面則由苗栗、臺中、彰化、南投四縣市政府及25個觀光產業單位共同參與，全場逾百人參與，並獲駐新加坡代表童振源及觀光署駐新加坡辦事處等單位支持。

推廣會透過開幕致詞、觀光簡報、午宴交流及分組B2B媒合，讓新加坡旅遊業者直接了解中台灣的業者帶來的旅遊資源及產品。可明顯感受到新加坡業者對中台灣旅遊產品具有高度興趣，部分業者認為過去赴臺旅遊產品較集中於北部及知名景點，中台灣仍有許多尚未被充分開發的旅遊資源，具備發展差異化商品的潛力。

本次推廣以四縣市主題遊程為核心，臺中以「城市生活美學」為主軸，並搭配休閒農場採果、特色餐飲、親子體驗、自然景觀及新興觀光場館等內容，強化臺中在新加坡市場的觀光形象。

活動結束後參觀唐人街牛車水，觀察新加坡如何透過歷史街區、餐飲、商業及文化活動，形成具高度辨識性的觀光區域。

115年8月7日(星期五)

航空公司及旅行業者拜會暨城市觀光考察

本日本日分組拜會中華航空及星宇航空，並進一步與新加坡旅遊業者交流，了解航空公司對新加坡赴臺旅遊市場的觀察，以及航線、旅遊產品與國際旅客流動對中台灣觀光發展的影響。

下午續行拜會EU Travel及WTS Travel，持續深化與新加坡旅行業者的合作關係。

下午自由時間前往魚尾獅等新加坡著名觀光景點進行城市觀光考察。魚尾獅周邊公共空間及行人動線規劃完整，遊客可順暢於不同觀景點移動，且拍照、休憩及觀景空間彼此銜接，對臺中觀光景點之人行環境及遊客動線規劃具有參考價值。

另觀察新加坡娛樂產業及大型綜合度假城的營運模式，除提供觀光娛樂功能外，亦創造大量就業機會及相關服務產業。其對國民及永久居民採取入場管理及限制措施，兼顧產業發展與社會管理，顯示新加坡在發展觀光及娛樂產業的同時，也重視相關社會管理機制，值得作為公共政策規劃之參考。

115年8月8日(星期六)

返國日

本日於上午10時自Waterloo Hotel集合出發，前往樟宜機場辦理報到及返國手續，結束本次中台灣四縣市新加坡觀光推廣行程。

本次出訪期間透過旅行業者拜會、航空公司交流及B2B商務媒合等方式，直接與新加坡觀光產業建立聯繫，除強化中台灣在新加坡市場的能見度，也進一步了解當地旅遊業者對中台灣旅遊產品之需求，作為後續市場推廣及觀光產品開發之參考。

五、心得

(一) 新加坡為中台灣值得持續深耕的重要國際客源市場

新加坡長期為臺灣重要國際客源市場之一，近年新加坡旅客赴臺人數已逐步恢復，且旅客具有停留時間較長、消費能力較高及重視旅遊品質等特性。本次實際拜會及B2B交流過程中，新加坡旅行業者普遍對中台灣展現高度興趣，尤其對自然景觀、農遊體驗、特色餐飲、親子旅遊及深度文化體驗等產品具有開發意願。相較於傳統以臺北、九份、日月潭等知名景點為主的臺灣旅遊產品，中台灣仍具有相當大的產品開發空間，因此值得持續投入新加坡市場經營。

(二) 新加坡旅客旅遊需求逐漸由「景點觀光」轉向「深度體驗」

本次與新加坡旅行業者交流後發現，旅客對單純「到此一遊」的旅遊模式逐漸降低，轉而重視在地生活、自然療癒、特色美食及文化體驗。中台灣四縣市具有山、海、農村、城市、文化及美食等多元資源，且彼此距離相對較近，非常適合規劃3日至7日的區域型主題旅遊。尤其臺中具有交通及城市機能優勢，可作為新加坡旅客進入中台灣的重要門戶。

（三）休閒農場、採果及農遊體驗具有新加坡市場潛力

新加坡全年高溫，天然農業體驗相對有限，因此臺灣四季水果、休閒農場及採果活動對新加坡旅客具有一定吸引力。本次B2B交流過程中，新加坡業者對休閒農場採果、親子體驗等產品展現興趣，顯示臺中可進一步將現有農業資源轉化為國際旅遊產品。例如結合季節水果、採果、農場DIY、在地餐飲及周邊景點，設計半日、一日或二日旅遊產品，可提高產品完整度，也有助於旅行社直接納入團體或自由行商品。

（四）B2B 商務媒合是拓展新加坡市場的重要方式

本次B2B媒合會共有16家新加坡旅行社及3家航空公司代表參與，讓臺灣觀光業者可以直接與產品採購及行程規劃端交流。透過實際面對面洽談，可以快速了解旅行社對景點、住宿、餐飲、交通及旅遊產品的需求，較單純參與大型旅展更能掌握市場資訊。因此，未來若要持續拓展新加坡市場，除一般旅展宣傳外，應持續辦理小型、精準的B2B媒合及旅行社拜會，建立長期合作關係。

（五）航空公司是推動中台灣國際觀光的重要合作夥伴

本次特別安排拜會中華航空及星宇航空，透過與航空業者交流，了解航空市場及新加坡旅客赴臺需求。國際旅客是否能方便抵達，以及抵達後能否有效串聯中台灣各縣市，是影響旅遊產品能否成功銷售的重要因素。未來可持續與航空公司及旅行業者合作，推動「中進中出」概念，將臺中作為中台灣國際旅遊門戶，並串聯苗栗、彰化、南投等周邊縣市，增加國際旅客在中台灣的停留天數及消費。

（六）新加坡城市公共環境及觀光動線規劃值得臺中參考

本次實際走訪克拉碼頭、牛車水、魚尾獅等觀光區域，發現新加坡在公共空間維護、行人動線、休憩設施及觀光節點串聯方面具有高度完整性。尤其克拉碼頭戶外休憩區設置大型風扇及遮蔽空間，在炎熱氣候下仍能維持舒適的遊憩環境；魚尾獅周邊亦透過清楚的行人動線及觀景空間規劃，讓大量國際旅客能夠順暢參觀。臺中同樣屬於高溫及炎熱氣候城市，未來可思考在重要觀光景點及戶外休憩空間導入遮蔭、降溫、通風及休憩設施，提高國際旅客旅遊舒適度。

（七）新加坡將特色飲食成功轉化為觀光品牌

本次考察期間品嚐肉骨茶、海南雞飯等新加坡特色料理，可以發現當地已將特色飲食與城市觀光緊密結合。旅客不只是「吃飯」，而是將品嚐肉骨茶、海南雞飯等視為新加坡旅遊的一部分。臺中同樣具有豐富飲食文化及特色餐飲，除既有糕餅、珍珠奶茶及在地小吃外，也可將燒肉、特色餐廳、農場餐桌及季節料理等納入國際旅遊產品，進一步將「臺中美食」轉化為旅遊吸引力。

（八）新加坡觀光產業發展兼顧經濟效益與社會管理

本次城市觀光考察亦觀察新加坡娛樂產業發展。大型娛樂設施除具有吸引國際旅客及創造就業機會之功能外，對本地居民亦設有相關入場管理及限制措施。此種在發展觀光產業、創造經濟效益的同時，同步考量社會影響及管理機制的作法，顯示新加坡在觀光政策推動上具有整體性思維，值得臺灣未來在相關觀光產業發展及管理政策上參考。

六、建議

（一）持續深耕新加坡市場，建立「中台灣旅遊」品牌形象

建議臺中持續與苗栗、彰化及南投共同推動新加坡市場，以「中台灣」而非單一城市作為國際旅遊推廣概念，透過四縣市不同主題產品互補，提供新加坡旅行業者完整的區域旅遊商品。尤其可將臺中定位為中台灣旅遊門戶，串聯周邊縣市，發展3日、5日及7日不同天數之主題遊程。

（二）將休閒農場、採果及農遊體驗進一步商品化

目前臺中已有許多休閒農場及農業體驗資源，建議進一步依季節整理「春夏秋冬採果行程」，並建立英文及華文旅遊資料。除提供景點基本介紹外，可進一步整理營業時間、最佳採果季節、接待人數、預約方式、交通、餐飲、DIY活動及適合客群等資訊，讓新加坡旅行社可以直接作為產品規劃素材，亦可將採果與親子、長者、企業獎勵旅遊等不同市場結合，增加產品多樣性，透過不同主題組合，可提高產品差異性並增加新加坡旅客停留天數。

（三）與航空公司合作推動「中進中出」

建議持續與中華航空、星宇航空及其他航空業者合作，研究新加坡旅客進出台灣的交通模式，並將臺中納入國際旅遊產品的重要節點。

透過航空公司與旅行社共同包裝，推動「臺中進、臺中出」或「桃園進、臺中出」等不同模式，減少旅客重複往返臺北的交通時間，提高中台灣旅遊產品的便利性，打造具有國際市場辨識度的中台灣主題旅遊產品。

（四）改善國際旅客於臺中旅遊之交通及資訊取得便利性

相較於新加坡觀光區域具有清楚且完整的步行動線，臺中景點較為分散，國際旅客自行串聯景點時仍存在交通及資訊取得不易的問題。

建議逐步強化重要觀光景點之英文、多語導覽、交通資訊及電子導覽服務，並整合大眾運輸、觀光接駁及自行車等交通方式，提供外國旅客容易理解的「如何抵達」資訊。

（五）改善戶外觀光環境之遮蔭及降溫設施

新加坡與臺中皆屬高溫、炎熱氣候城市，本次考察發現新加坡在克拉碼頭等戶外觀光區，透過遮棚、大型風扇及休憩設施改善遊客體驗。

建議臺中可於重要觀光景點、觀光廊道、遊客集散區及戶外排隊區域，評估增加遮蔭、通風、降溫及座椅等設施，提升夏季觀光舒適度，尤其可針對國際旅客常到訪的景點優先改善。

（六）持續蒐集新加坡市場資訊，建立國際觀光產品資料庫

建議建立新加坡市場專屬的觀光業者聯繫及產品資料庫，持續追蹤旅行社對臺中景點的需求，以及哪些景點實際被納入旅遊商品。

透過「拜會→B2B 媒合→提供素材→踩線→商品上架→送客」的完整流程，追蹤推廣成果，不僅可掌握宣傳效益，也能作為未來國際市場行銷策略及資源配置之依據。

（七）以「臺中作為中台灣國際旅遊門戶」持續拓展區域觀光

本次新加坡推廣最大的成果之一，在於透過四縣市共同推廣，讓新加坡旅行業者認識中台灣具有完整的旅遊資源。

建議未來持續以臺中作為中台灣國際旅遊門戶，整合苗栗、彰化、南投及臺中之山、海、農村、文化、美食與城市觀光資源，打造具有國際市場辨識度的中台灣主題旅遊產品，並透過新加坡市場持續驗證產品銷售成效，逐步擴大至其他東南亞國際客源市場。

七、新聞輿情蒐集

（一）事前稿

【市政新聞】

搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市將攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://www.taichung.gov.tw/3335163/post>

網路新聞：11則

1. Yahoo新聞：觀旅局搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://reurl.cc/4Y1eyD>

2. 風傳媒：搶攻東南亞秋冬旅遊市場 中台灣四縣市8/4-8赴新加坡拓展送客商機

<https://www.storm.mg/article/11153203>

3. 蕃新聞：觀旅局搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://n.yam.com/Article/20260731152586>

4. 觀傳媒：觀旅局搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://www.watchmedia01.com/archives/535595>

5. Life生活網：觀旅局搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://reurl.cc/xe9M94>

6. 獨家報導：觀旅局搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://reurl.cc/LemrM7>

7. 引新聞：精準對接星國通路！中台灣觀光推廣團8月出擊 布局下半年旅遊商機

<https://reurl.cc/NOAygq>

8. TWN新聞：搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市將攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://taiwannews.com/industry/n-2042f68a>

9. 墨新聞：搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市將攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://more-news.tw/681189/>

10. 668新聞網：搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市將攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://668enews.com/42555/>

11. 環球日報社：搶攻星國秋冬旅遊市場 中台灣四縣市將攜手赴新加坡拓展送客商機

<https://www.worldnews-tw.com/page/news/show.aspx?num=51611&kind=8&lang=TW>

(二) 事後稿

【市政新聞】

中台灣觀光推廣獲新加坡業者熱烈迴響！中市觀旅局整合星國觀光資源 佈局區域旅遊商機
<https://www.taichung.gov.tw/3341935/post>

網路新聞：12則

1. 中時新聞網：中台灣4縣市 齊赴星國引客

https://www.chinatimes.com/newspapers/20260809000448-260107?utm_source=yahoo_news&utm_medium=rss&chdtv

2. yahoo! 新聞：中台灣4縣市 齊赴星國引客

<https://tw.news.yahoo.com/中台灣4縣市-齊赴星國引客-201000600.html>

3. 鴨鴨新聞：中台灣觀光推廣獲新加坡業者熱烈迴響！中市觀旅局整合星國觀光資源 佈局區域旅遊商機

<https://n.yam.com/Article/20260808421814>

4. 互傳媒：搶攻新加坡旅遊市場！中台灣觀光推廣獲業者熱烈迴響

<https://reurl.cc/WzDa9x>

5. PChome新聞：星國旅行業者看好中台灣 四縣市攜手拓展國際旅遊商機

<https://news.pchome.com.tw/public/pronews/20260808/index-78619147237480353016.html>

6. 台中人新聞網：中台灣出擊搶攻新加坡旅遊市場！觀旅局推「深度遊」獲16家旅行社力挺

<https://twainews.com/taichung/news/ESKMPzGAzIRDhhsOuTi>

7. 蕃新聞(今傳媒)：中台灣四縣市赴新加坡推廣觀光 星國業者看好深度旅遊潛力

<https://n.yam.com/Article/20260808209827>

8. 蕃新聞(創新聞)：星國旅行業者看好中台灣 四縣市攜手拓展國際旅遊商機

<https://n.yam.com/Article/20260808310047>

9. 創新聞：星國旅行業者看好中台灣 四縣市攜手拓展國際旅遊商機

<https://pronews.tw/2026/08/08/298480/?r=017091>

10. 今傳媒：中台灣四縣市赴新加坡推廣觀光 星國業者看好深度旅遊潛力
<https://focusnews.com.tw/2026/08/714911/>

11. 記者新聞網：星國旅行業者看好中台灣 四縣市攜手拓展國際旅遊商機
<https://newsdaily.tw/news/hfqd424meow>

12. Life生活網：星國旅行業者看好中台灣 四縣市攜手拓展國際旅遊商機
<https://reurl.cc/27W4a9>

附件：



新加坡樟宜機場室內瀑布



新加坡魚尾獅公園



拜訪康泰旅行社



拜訪南和旅行社



媒合會盛況



臺灣駐新加坡代表處童振源大使蒞臨媒合會現場為中臺灣推廣團加油打氣



媒合會以現場頌鉢療癒演奏開場



媒合會現場台中展桌



媒合會-台中觀光業者與新加坡業者洽談 1



媒合會-台中觀光業者與新加坡業者洽談 2



媒合會-台中觀光業者與新加坡業者洽談 3



媒合會-台中觀光業者與新加坡業者洽談 4



拜訪星宇航空



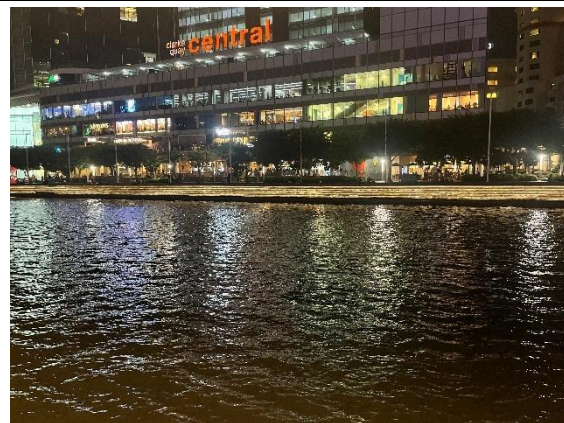
拜訪 WTS 旅行社



拜會 EU 旅行社



新加坡著名餐廳-松發肉骨茶



克拉碼頭河岸風光



克拉碼頭河岸休憩空間設置大型風扇及遮蔽設施



克拉碼頭河岸休憩空間設置大型風扇



濱海灣金沙賭場



濱海灣金沙賭場-外國人進賭場前，在入口處要出示護照嚴格入場



印度廟