

公務出國或赴大陸地區報告（活動類別：洽展）

# 2023馬來西亞春季旅展及觀光推廣活動 出國報告

服務機關：臺南市政府觀光旅遊局

姓名職稱：許伊齡約聘人員

派赴國家或大陸地區：馬來西亞

活動期間：112年3月16日至112年3月22日

報告日期：112年5月31日

# 目錄

目錄 .....	1
一、摘要 .....	2
二、活動人員名單 .....	3
三、緣由或目的 .....	4
四、過程 .....	5
五、心得 .....	13
六、建議 .....	15
七、效益 .....	17
八、附錄 .....	19

## 一、摘要

馬來西亞係東南亞地區來臺主要客源國，2019 年馬來西亞來臺旅客為 537,692 人次，居東協 10 國之首；Covid-19 疫情前(2017~2019 年)來臺南住宿之馬來西亞旅客平均達 13,000 人次，為本市推動國際觀光目標市場之一。本次海外參展係 Covid-19 疫情後首次應邀參加由交通部觀光局委託臺灣觀光協會籌組之臺灣觀光推廣代表團，成員除本府外，亦包含臺中市政府、高雄市政府、茂林國家風景區管理處、阿里山國家風景區管理處、退輔會、武陵農場、清境農場、福壽山農場等政府機關，以及全國各地旅館業、遊樂業、伴手禮業者及表演團體等總計 33 個單位共同推展臺灣觀光；代表團推廣行程安排精實，除至首都吉隆坡參加馬來西亞規模最大的國際旅展(MATTA FAIR)，亦安排拜會馬來西亞華人旅遊公會及檳城環球旅遊機構，進行交流與建立良好互動關係，並前往人口密度最高的城市-檳城辦理觀光推廣交流活動，與華人旅遊業者及穆斯林旅遊業者進行旅遊推廣簡報及商談，創造銷售臺灣優質旅遊產品契機。

馬來西亞春季旅展(MATTA FAIR)於 2023 年 3 月 17 日至 19 日舉行，今(2023)年首度移師新場館-馬來西亞國際貿易展覽中心(Malaysia International Trade & Exhibition Centre)辦理；為期三天活動中，約有 18 萬名遊客進場參觀；臺灣館融合知名都會地標、花季等自然景觀，結合減碳旅遊風潮宣傳「臺灣自行車節」、及鐵道觀光，於展攤中打造吸睛的集集車站和火車頭場景，讓大馬旅客感受臺灣鐵道旅遊魅力。為積極開拓穆斯林來臺市場，臺灣館特別設置「清真專區」，邀請 10 家穆斯林旅行社販售臺灣穆斯林旅遊產品，強化穆斯林族群來臺之信心。

本市亦配合於臺灣館展區中規劃臺南展攤，安排工作人員駐櫃介紹臺南觀光資源及現場為旅客提供遊程規劃諮詢；展會期間並辦理填寫問卷贈禮之集客活動，計收取 221 份問卷作為馬國旅客動向調查資料，供日後推廣觀光市場擬定策略之參考。參展期間亦至各展館及業者銷售攤位參觀，了解疫後國際觀光市場動向及遊程產品規劃趨勢，並與當地旅遊業者交流旅遊產品銷售經驗；旅展結束後，配合代表團行程拜會馬來西亞華人旅遊公會及檳城環球旅遊機構建立互動交流，以及前往檳城參與臺灣觀光推廣會，推廣本市觀光資源及特色遊程。

## 二、活動人員名單

編號	姓名	單位 職稱	工作項目
1	許伊齡	臺南市政府觀光旅遊局 旅遊服務科約聘人員	旅展及觀光推介活動 等相關事務執行

### 三、緣由或目的

馬來西亞係東南亞地區來臺主要客源國之一，2019 年馬來西亞來臺旅客為 537,692 人次，居東協 10 國之首；Covid-19 疫情前(2017~2019 年)來臺南住宿之馬來西亞旅客平均達 13,000 人次，為本市推動國際觀光目標市場之一。馬國華人目標客群眾多，除一般團客，亦適合拓展自由行及推動客製化家庭旅遊包車團等客源；此外，穆斯林族群為該國大宗人口，交通部觀光局亦將其列為重點搶攻國際旅遊市場之目標對象。此次海外參展係 Covid-19 疫情後首次應交通部觀光局及臺灣觀光協會邀請參加，由各縣市政府及觀光產業業者組成之臺灣觀光推廣代表團，共襄盛舉集結力量共同推展臺灣觀光；本府參展目的擬藉由參加展會活動爭取臺南旅遊海外曝光機會、直接接觸旅客推介本市觀光資源特色，並與馬國旅遊業者建立良好互動合作交流關係、推展華人及穆斯林旅遊市場，亦擬藉由疫後首次參加國際旅展，了解旅展操作模式及觀察國際旅遊市場動態，作為後續推廣方向評估參考。

## 四、過程

### (一)行程表

日期	行程	備註
3月16日 (四)	上午 臺南→臺北→吉隆坡 下午 展場整備	凌晨出發搭乘包車至桃園機場與代表團會合，搭乘華航CI-721前往馬來西亞吉隆坡
3月17日 (五)	參加2023馬來西亞春季旅展MATTA FAIR	
3月18日 (六)	參加2023馬來西亞春季旅展MATTA FAIR	
	馬來西亞華人旅遊公會幹部交流晚宴	
3月19日 (日)	參加2023馬來西亞春季旅展MATTA FAIR	
3月20日 (一)	拜會馬來西亞華人旅遊公會	
	吉隆坡→檳城	搭乘馬印航空OD2108抵達檳城
3月21日 (二)	上午 拜會檳城環球旅遊機構	
	下午 觀光推廣會(華人業者場次)及交流餐會	
3月22日 (三)	上午 觀光推廣會(穆斯林場次)	
	歸國 檳城→臺北→臺南	搭乘華航CI-732班機返抵桃園國際機場並轉搭高鐵返回臺南

## (二)、馬來西亞春季旅展 MATTA FAIR 參展

馬來西亞春季旅展(MATTA FAIR)於 2023 年 3 月 17 日至 19 日舉行，今（2023）年首度移師新場館-馬來西亞國際貿易展覽中心(Malaysia International Trade & Exhibition Centre)辦理；代表團於 3 月 16 日下午抵達馬國吉隆坡市，隨即進入展場整備及熟悉環境。3 月 17 日至 19 日為期三天展會活動中，依大會估計約有 18 萬名遊客進場參觀。由交通部觀光局籌備的臺灣館展示意象融合知名都會地標、花季等自然景觀，結合減碳旅遊風潮宣傳「臺灣自行車節」、「鳴日號」及「藍皮解憂號」特色觀光列車及「觀光支線鐵道」，於展區中打造吸睛的集集車站和火車頭場景，讓大馬旅客彷彿一秒到臺灣的感受鐵道旅遊魅力，成為參展民眾打卡拍照熱點成功聚客；臺灣更榮獲 MATTA FAIR 唯一推薦「亞洲最具特色旅遊國家」(Asia Featured Destination)殊榮。為積極開拓穆斯林來臺市場，臺灣館亦特別設置「清真專區」，邀請 10 家穆斯林旅行社販售臺灣穆斯林旅遊產品，強化穆斯林來臺之信心。



為吸引參展遊客聚集，展期四天活動不間斷，聘請表演團隊及活動主持人，於臺灣館舞臺定時進行精彩民俗技藝結合創意歌舞表演，呈現臺灣山河壯麗、富饒米其林美食、人文風情及節慶祭典熱鬧的文化氛圍；另外還有互動遊戲與「元宵提燈」、「柑橘精油清潔液」、「彩繪喔熊 OhBear 造型餅乾」DIY 體驗及品嚐「幸福手創花式棉花糖」等動態活動，吸引參觀人潮；臺灣觀光協會及大局吉隆坡辦事處特聘請星馬地區知名旅遊部落客 The DJ : Anson 阿晨、穆斯林網紅 Cupcake Aisyah、觀光大使穆斯林女明星艾達婕班(Ayda Jebat)、百萬穆斯林帥哥網紅 As'ad Motawh 等知名人士於活動期間現身臺灣館及分享旅遊經驗，藉由活動造勢增加曝光度，吸引更多參觀民眾及媒體露出機會。



本府亦配合於臺灣館展區中規劃臺南展攤，位置設於場內最明顯的大型鐵道火車拍照熱點場景及臺灣館活動舞臺旁，相當容易吸引參展旅客目光。展攤擺設以「400年臺南 想見你」為題，搭配臺南400年主軸，以喜慶亮眼的紅色主視覺古都意象搭配特色主題穿著，成功吸引遊客目光，創造鮮明吸睛形象；展桌擺設電子螢幕播放臺南觀光形象影片，以多媒體影音介紹搭配重點文宣手冊，安排工作人員駐櫃，實際與馬來西亞消費者面對面推廣本市觀光特色、介紹臺南觀光資源；現場與參觀民眾交談，不乏有多位都曾來過臺灣，隨著交通部觀光局宣佈國際旅客來臺補助措施的新聞發佈，亦讓許多馬國遊客詢問來臺旅遊規劃事宜，工作人員也立即提供遊程規劃諮詢，爭取旅客規劃造訪臺南觀光之機會；展會期間亦特聘熟悉馬來語、英語、華語工讀生協助現場即時翻譯，與當地民眾清楚溝通無障礙；開幕當日，身為臺南女兒的本國駐馬來西亞大使一葉非比女士亦蒞臨現場並駐留於臺南展攤，為本市參展人員打氣加油，一同推介臺南觀光。展會活動期間，工作人員利用臺南400年特製紀念御守及本市優質農特產芒果干作為獎品，辦理填寫問卷及拍照打卡贈禮之集客活動，現場人氣滿滿、活動氣氛相當熱烈，吸引許多旅客駐足停留索取文宣及詢問臺南景點遊程；集客活動計收取221份問卷作為馬國旅客動向調查資料，可供日後推廣觀光市場擬定策略之參考。







會展期間工作人員亦利用時間至各國展館及旅遊業者銷售展區，了解馬來西亞旅遊市場交易動態及國際旅遊產品規劃趨勢；並由臺灣觀光協會及吉隆坡辦事處周士弼主任帶隊，前往參展主流業者展攤參觀，與其交流臺灣旅遊產品之推廣銷售經驗，現場各大主流業者攤位均人潮滿滿、買氣暢旺，完全可以感受到疫後國際旅遊熱潮。



### (三)、參加華人旅遊公會幹部交流晚宴及拜會馬來西亞華人旅遊公會、檳城環球旅遊機構

本次除參加 MATTA FAIR 旅展，大局駐吉隆坡辦事處及臺灣觀光協會並用心安排與當地主流旅遊業者互動交流。為協助參展單位重溫及強化與馬國主流業者之合作關係，3月18日特邀請參展縣市政府及退輔會、風管處等公部門機關，與馬來西亞華人旅遊公會理事長包一雄及該會重要幹部、亦為馬來西亞華人旅遊主流業者、中華航空、長榮航空駐吉隆坡辦事處主管進行餐敘。席間本府參加人員利用時間向旅遊業者提供規劃獎勵旅遊、郵輪旅遊遊程連結等建議推介臺南觀光資源，建立良好互動加深對臺南之友好印象。



3月20日上午代表團安排拜會馬來西亞華人旅遊公會總部，由包一雄理事長代表接待；該公會成立於1992年，擁有超過1200名會員，係馬國旅遊業極具影響力之單位。包一雄理事長於座談中表示，臺灣與馬國語言隔閡小，且工商發展及留學僑居往來頻繁，係馬國出境旅遊之重要目的地；目前馬國旅遊市場疫後復甦熱絡，歷經三年疫情，臺灣在旅遊安全方面具有相當競爭優勢，華人旅遊公會將努力協助推展臺灣觀光，行銷臺灣優質旅遊行程，協助再創馬國旅客來臺人數新高佳績。下半年度，該會將於七月份籌辦馬來西亞國際旅遊展(MITM)，該展會係馬國有口皆碑的旅展，2002年吸引5萬8600名馬國民眾到場參觀選購，營業額高達4500萬令吉(折合臺幣約近三億元)，歡迎臺灣縣市政府及觀光旅遊業者日後能有機會踴躍共同參展。座談會間本府工作人員亦把握機會發言，推廣本市「沒有來過臺南,不算到過臺灣」之觀光品牌印象及宣傳本市輔導業者領取世界觀光旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, 簡稱WTTC)安全旅遊戳記計畫(Safe Travels Stamp)認證、以及臺南400年及2024臺灣燈會在臺南之盛事。



3月21日上午安排拜會檳城環球旅遊機構，該機構即新成立的檳城州旅遊局，除該機構執行長代表接待外，華人旅遊公會榮譽理事長陳三順拿督及當地酒店及旅遊業者亦出席拜會；檳城為馬國華裔人口比例最高之城市，其城市風格及文化發展上與臺南有相當多相近之處，故本府從2019年開始，即與檳城開啟文化交流，並二度於該地辦理「雙城之味」美食推廣活動，行銷宣傳本市觀光；本府工作人員亦利用此話題切入活絡座談氣氛，加深當地業者對臺南的友好印象連結，並邀請檳城環球旅遊機構以美食為題至臺南推廣交流。



#### (四)、參加檳城臺灣觀光推廣會及交流餐會

3月21日代表團前往馬來西亞人口密度最高的城市-檳城，於當地酒店 The Wembley - A St Giles Hotel 辦理 B2B 臺灣觀光推廣會，邀請當地旅遊業者及媒體共同參與，提供臺、馬雙方旅遊業者洽談合作平臺，使臺灣參展機關及觀光業者了解當地旅遊需求。觀光推廣會分為3月21日華人旅遊業者及3月22日穆斯林旅遊業者兩場次，3月21日華人旅遊業者觀光推廣會計有近百家業者參與，據當地業者表示為歷年與會最踴躍，成效相當良好。進行方式係由臺灣代表團各參展單位於固定展桌展示觀光相關特色資源，再由檳城業者自由走動至各桌與臺灣參展單位進行對談交流，並安排參展單位於舞臺區簡報。交通部觀光局駐吉隆坡辦事處率先簡報最新國際旅客獎勵措施，例如於4月15日起提供旅行業者組團最高2萬元優惠補助及自由行旅客電子票券優惠等獎勵措施，之後再由各參展機關進行簡報；本府以「六個必來臺南的理由 6 reasons why you must visit Tainan when you come to Taiwan.」為主題，闡述臺南何以成為必遊城市；摘要文字加上精采圖片，簡要精準地向旅遊業者傳達臺南為臺灣歷史文化起源地的城市地位及文化古都意象、綜整介紹國際知名權威旅遊刊物-米其林指南推薦景點與美食、臺南自然生態與人文地景、年度重要節慶活動等觀光特色及資源，並宣傳本市輔導業者取得世界觀光旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, 簡稱 WTTC)安全旅遊戳記計畫(Safe Travels Stamp)、穆斯林清真認證等旅遊友善安全環境面向之認證，讓當地旅遊業者快速建立鮮明的城市印象及清楚了解臺南旅遊行程產品的素材元件及特色。



交易會結束後，辦理交流餐會，以利參展單位與當地業者代表交流洽談。餐會席間除表演團體以創意歌舞結合觀光推介影片展現臺灣文化特色外，特邀請知名旅遊部落客 The DJ: Anson 阿晨分享旅遊經驗，讓旅遊業者更加了解臺灣遊程安排規畫方式，並由臺灣業者提供紀念禮品做為抽獎活動獎品，炒熱氣氛增加參與度。



3月22日代表團於離境前把握時間，於上午針對穆斯林客源辦理觀光推廣會，計有40位當地業者參加。活動比照華人業者場次，由各參展機關設置展桌擺設介紹文宣，再由穆斯林旅遊業者走逛進行商談。本府亦爭取於該場次進行簡報說明臺南觀光特色及穆斯林友善旅遊接待環境。



## 五、心得

以下以條列方式列出本次出國參展之心得：

### (一)、感受國際旅遊市場復甦熱度，民眾及業者熱切獲取最新旅遊資訊

本次參加馬來西亞春季旅展（MATTA FAIR）及參與檳城臺灣觀光推廣會期間，均可明顯感受經歷 COVID-19 疫情後，國際旅遊市場重啟，馬國民眾及旅遊業者期望獲取最新旅遊資訊的熱切，除了民眾踴躍靠櫃詢問旅遊訊息索取資料，在辦理推廣會及拜會業者時也都能感受旅遊業者熱情歡迎臺灣參展單位，重溫建立合作情誼。在旅遊交易市場部分，至各大展攤走逛，充分感受買氣暢旺的復甦熱度。經觀察及詢問，目前馬國熱銷旅遊行程，以臺灣、日本、越南、韓國為大宗，自然生態永續旅遊等親近大自然的戶外遊憩類型產品受到參展民眾青睞、郵輪遊程亦為旅遊業者熱推項目；臺灣產品行程囿於北部班機較多，故規劃上仍以中北部景點為重點遊程，不過已可見到中南部行程產品亦為旅遊臺灣的選擇之一，在與靠櫃詢問的旅客攀談，大多數重遊旅客都有極高意願來訪臺南及其他南部城市。

### (二)、展攤主題形象鮮明，搭配特色小禮吸引旅客關注焦點，有利行銷推廣

此次參加展會，臺南展攤以「400 年的臺南，想見你」為城市行銷主題，運用文化古都意象，以臺南喜迎 400 年為主軸，喜慶亮眼的大紅主視覺搭配工作人員身著安平旗袍與主題意象 T 恤的特色穿著，加上旅遊宣傳手拿牌，讓展攤整體形象更加出色，鮮明的城市主題意象也讓臺南在臺灣館成為吸睛亮點，前來索取旅遊資料的民眾更是大排長龍。展桌擺設電子螢幕播放臺南觀光形象影片，以多媒體影音介紹搭配重點文宣手冊，透過工作人員詳細說明遊程安排與景點推薦，讓馬國民眾都能感受臺南在地的服務熱情與多元豐富的旅遊元件，想像在臺南穿梭巷弄感受歷史與文化氣息的驚喜、品嚐米其林美食的幸福、與前往四草或七股享受大自然洗禮的快樂，喚起遊客心中對臺灣旅遊的悸動；現場並特聘熟悉馬來語、英語、華語工讀生協助即時翻譯，與當地民眾清楚溝通無障礙；展會期間同時搭配主題小禮-臺南 400 年的限量紀念御守及臺南在地優質農特產-芒果乾做為填問卷及打卡拍照送好禮的集客活動禮品，大幅增進參觀民眾駐足攤位填問卷的意願；旅遊宣傳手拿牌也成為與長官貴賓及攤位諮詢旅客合影留念的好用小物，更清楚加深來賓對臺南的城市印象。

### (三)、重點式文宣手冊及簡報精準傳達觀光推介內容，建立鮮明觀光品牌印象

此次展會主要係以特為海外推廣活動所製作的臺南觀光行銷手冊為發送之觀光宣傳文宣及推廣會簡報內容，該手冊重點式整理「六個必來臺南的理由 6 reasons why you must visit Tainan when you come to Taiwan.」針對國際旅客及旅遊業者精準傳達臺南的城市歷史文化發展地位、綜整國際知名權威旅遊刊物-米其林指南推薦景點與美食、臺南自然生態、人文節慶、活動體驗等觀光特色及資源，及列舉本市輔導業者取得世界觀光旅遊委員會(World Travel & Tourism Council, 簡稱 WTTC)安全旅遊戳記計畫(Safe Travels Stamp)、穆斯林清真認證等旅遊友善安全環境面向之認證，闡述臺南何以成為必遊城市；比起其他展攤發送瑣碎多種類型的觀光文宣，更能讓目標受眾重點式快速理解臺南觀光特色及感受臺南觀光魅力，成功行銷城市意象，亦讓旅行社業者更容易選用旅遊素材元件，組團行程吸客銷售。

## 六、建議

### (一)、依據問卷分析進行遊程安排及進行行銷策略規劃

本次參展利用集客活動獲取了 221 份問卷，作為馬國旅客動向調查資料，可供日後推廣觀光市場擬定策略之參考。該份問卷統計結果分析如附錄一，該份問卷主要以 30 至 49 歲華人為填寫族群，其短期亞洲區旅遊以臺灣為首選，其次為日本及泰國；主要以文化、購物、溫泉度假類型為旅遊方式；旅遊目的地的獨特性及吸引力、便捷省時的交通、安全與保障措施以及當地食物均為海外旅遊的重要因素；抵臺後有近六成旅客預計會規畫 7 天以上的時間進行旅遊，考慮以遺跡旅遊、購物及溫泉度假為來臺主要旅遊方式；得知臺南的方式為透過旅遊導覽手冊、電視節目、社群媒體等方式，對臺南之行的印象以臺灣食物、自然及文化遺跡為主，並有 8 成左右民眾考慮到臺南旅遊；顯示本次參展之文宣及現場推廣方式奏效，對參展族群受眾達到重點行銷效果。日後在行銷推廣方面亦可以美食及溫泉、經典古蹟、自然生態等元素進行產品遊程規劃及旅遊品牌形象推廣。

### (二)、與鄰近縣市建立區域性合作關係，以區域聯合方式進行團體行銷，吸引組團社安排行程

此次觀察旅展銷售之臺灣行程產品，囿於北部班機較多，故規劃上仍以中北部景點為重點遊程；目前高雄已有亞洲航空（Air Aisa）直飛吉隆坡定期航班，疫情後高雄港亦開發了通航香港的名勝世界郵輪、及航向日本的歌詩達莎倫娜號(Costa Serena)等郵輪旅遊產品，建議可與其合作並聯合鄰近的屏東縣，以區域聯合方式進行團體行銷，搶攻馬國旅客重遊市場，吸引組團社至南部安排行程。

### (三)、持續與馬來西亞華人旅遊公會及商會、校友會等團體建立交流機會，並邀請本市觀光相關產業共同參展推廣。

本次海外參展，於旅展期間透過辦理餐敘、至主流旅遊業者攤會參觀等機會與馬國旅行業者交流，並特別安排拜會馬國華人旅遊公會及檳城環球旅遊機構，重溫建立合作情誼以及辦理臺灣觀光推介會及交流餐會，邀請馬國旅遊業者參加建立良好互動關係。在辦理推廣會及拜會業者時也都能感受旅遊業者熱情



歡迎臺灣參展單位，重溫建立合作情誼，建議於展會後，以辦理踩線接待、提供遊程產品元件宣傳等方式，持續加強與馬國華人旅遊公會及前來參加臺灣觀光推廣會的穆斯林族群旅遊業者間的交流機會，與其保持良好互動關係。

依據馬來西亞華人旅遊公會包一雄理事長於拜會座談中表示，臺灣與馬國語言隔閡小，且工商發展及留學僑居往來頻繁，係馬國出境旅遊及經商留學之重要目的地；目前馬國旅遊市場疫後復甦熱絡，歷經三年疫情，臺灣在旅遊安全方面具有相當競爭優勢。本市有成功大學、崑山科技大學、南臺科技大學等多所大專院校皆為馬來西亞僑生母校，建議針對這些校友會團體，宣傳推廣交誼旅遊，邀請馬國留學僑生及其家人重遊探訪臺南；以及鼓勵本市扶輪社、青商會相關國際協會團體邀請馬國友會組團至臺南進行交流。此外，日後海外參展，亦可邀請本市旅宿、觀光遊樂業、休閒農場、伴手禮、婚紗攝影業者一同參展，增加多元豐富性，與觀光相關產業攜手拚觀光。透過雙邊民間企業及團體合作，持續推動臺南觀光遊程產品，達到促進馬國來臺人數再創新高之目的。

#### **(四)、持續配合旅遊業者及媒體踩線團接待，善用影視戲劇拍攝機會行銷臺南觀光資源**

據耕耘臺灣入境旅遊市場多年，集合歐美、東北亞、東南亞各大入境旅遊市場地接社業者所組成之臺灣入境旅遊協會分析，星馬地區團體旅客遊程產品，基本上係由地接社安排推薦遊程產品，供星馬地區組團社招攬成團至臺灣旅遊；因此，持續配合安排國內地接社及國外組團社旅遊業者至本市踩線，推廣宣傳本市遊程景點至為重要，亦可藉接待期間加深互動交流，促進合作之機會。

此外，依本次海外參展現場工作人員與參觀民眾交談、以及問卷調查結果發現，馬國民眾對臺灣的認識多來自旅遊導覽手冊、觀看影視節目、社群媒體網紅介紹等管道，馬國華人旅客為臺灣綜藝節目、電影電視等影視作品之忠實觀眾，並對其相關拍攝景點很感興趣；建議可持續配合大局接待影視節目、社群網紅等媒體來訪拍攝，增加臺南觀光景點的曝光度及城市旅遊指名度。

## 七、效益

### (一)、提高臺南於國際旅遊市場知名度及建立鮮明城市意象

本次馬來西亞春季旅展臺南展攤，以「400 年臺南 想見你」為題，搭配臺南 400 年主軸，以喜慶亮眼的紅色主視覺古都意象搭配特色主題穿著，成功吸引遊客目光，創造鮮明吸睛形象；現場工作人員熱情向馬來西亞消費者推廣本市觀光特色、介紹臺南觀光資源及遊程規劃諮詢，爭取旅客規劃造訪臺南觀光之機會；展會活動期間，利用臺南 400 年特製紀念御守及本市優質農特產芒果干作為獎品，辦理填寫問卷及拍照打卡贈禮之集客活動，現場人氣滿滿、活動氣氛熱烈，吸引許多旅客駐足停留索取文宣及詢問臺南景點遊程；在檳城的兩場臺灣觀光推廣會，本府以「六個必來臺南的理由 6 reasons why you must visit Tainan when you come to Taiwan.」為主題，簡要精準的闡述臺南何以成為必遊城市，讓當地旅遊業者快速建立鮮明的城市印象，及清楚了解臺南旅遊行程產品的素材元件及特色，有效提高臺南於國際旅遊市場知名度及建立鮮明城市意象。

### (二)、成功宣傳臺南 400 年及 2024 臺灣燈會在臺南盛事

2024 年臺南即將邁向 400 年、國家重大觀光盛會--臺灣燈會亦將於 2024 在臺南舉辦，此次海外參展亦將這二件盛事列為宣傳重點，將「臺南 400」logo 置入作為展攤策展、文宣手冊、簡報檔案底圖主視覺，並於各項拜會及推廣簡報、座談會間，搭配「2024 臺灣燈會在臺南」議題宣傳活動，加深城市節慶活動印象，邀請旅客及組團社造訪臺南。

### (三)、與馬來西亞華人旅遊公會及穆斯林旅遊業者建立良好互動，促進雙邊觀光交流

歷經 Covid-19 疫情，全球旅遊市場停擺近三年，本次海外參展，為協助參展單位重溫及強化與馬國主流業者之合作關係，大局駐吉隆坡辦事處及臺灣觀光協會非常用心安排與當地主流旅遊業者互動交流。除了於旅展期間透過辦理餐敘、至主流旅遊業者攤會參觀等機會與馬國旅行業者交流，更安排拜會馬國

華人旅遊公會及檳城環球旅遊機構，以及辦理臺灣觀光推介會及交流餐會，邀請馬國旅遊業者參加建立良好互動關係。在辦理推廣會及拜會業者時也都能感受旅遊業者熱情歡迎臺灣參展單位，重溫建立合作情誼，有助於促進雙邊觀光交流。

#### (四)、媒體露出

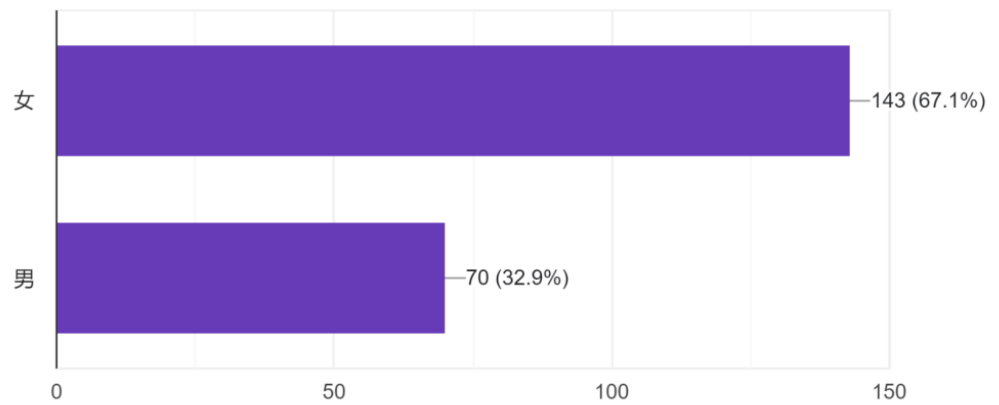
本次海外參展，於國內發布 1 篇新聞稿，彙整如附錄二。

## 八、附錄

### (一)、2023 馬來西亞 MATTA FAIR 旅展問卷調查統計結果

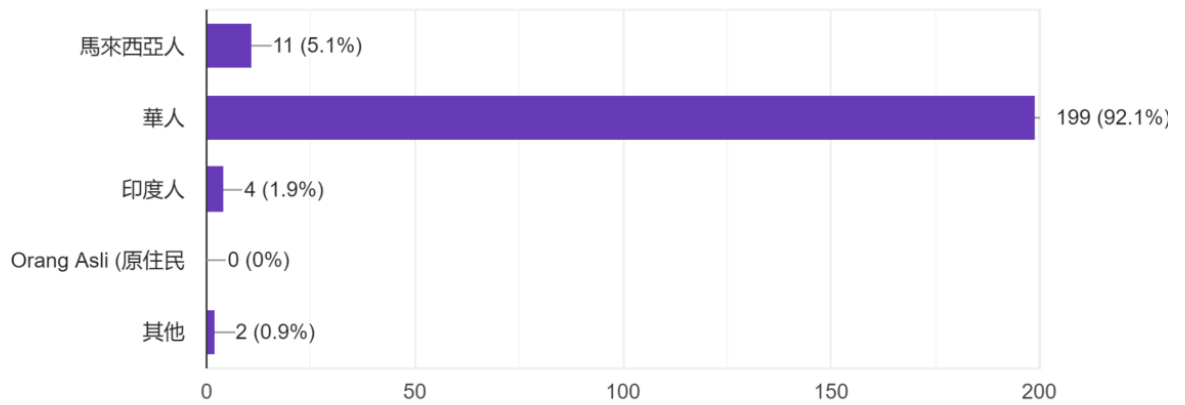
性別

213 則回應



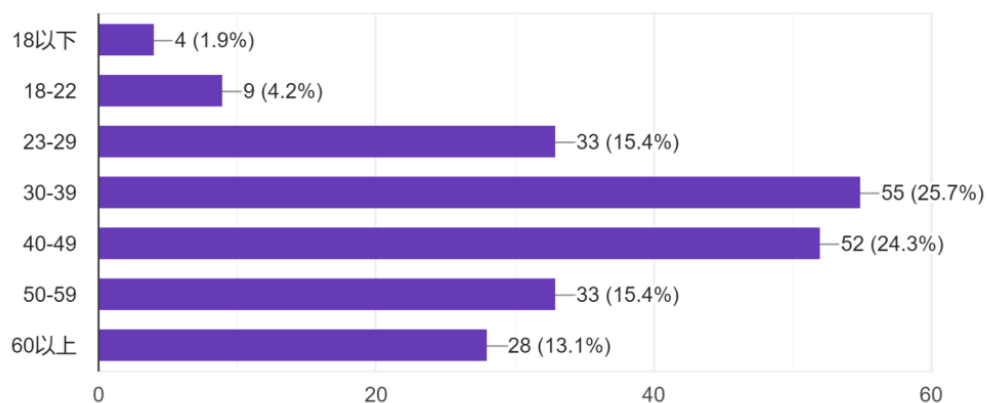
種族

216 則回應



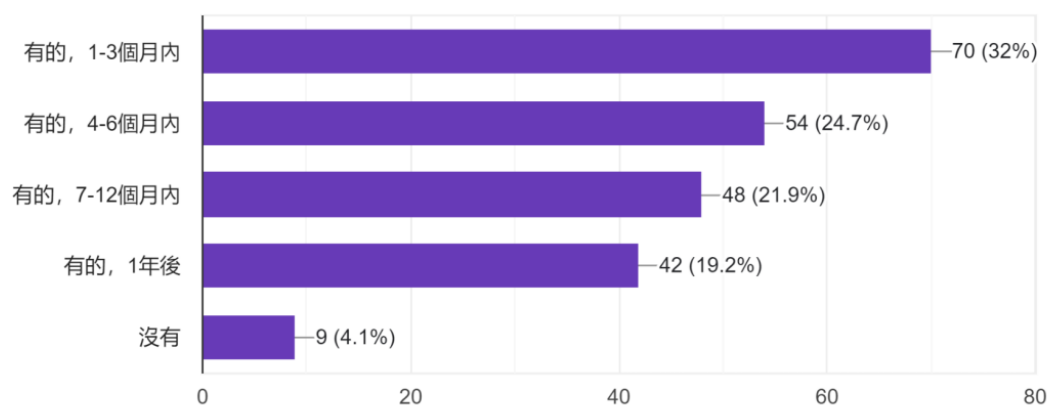
### 年齡

214 則回應



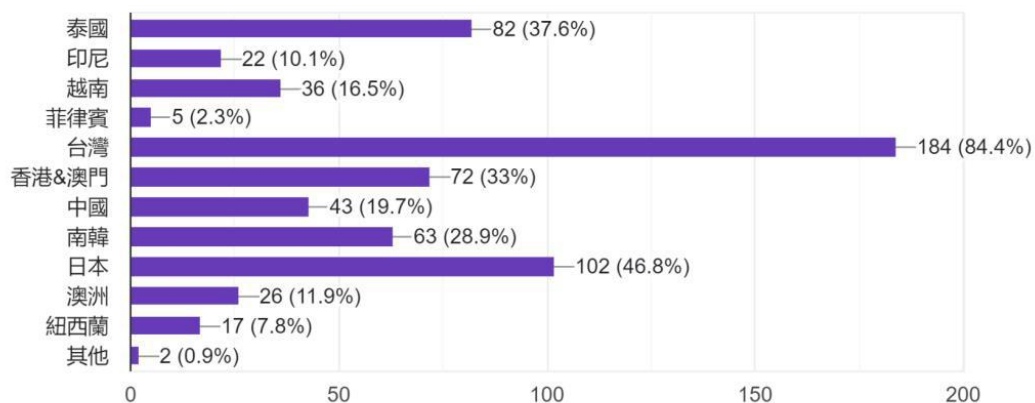
### 今年是否有出國計畫?

219 則回應



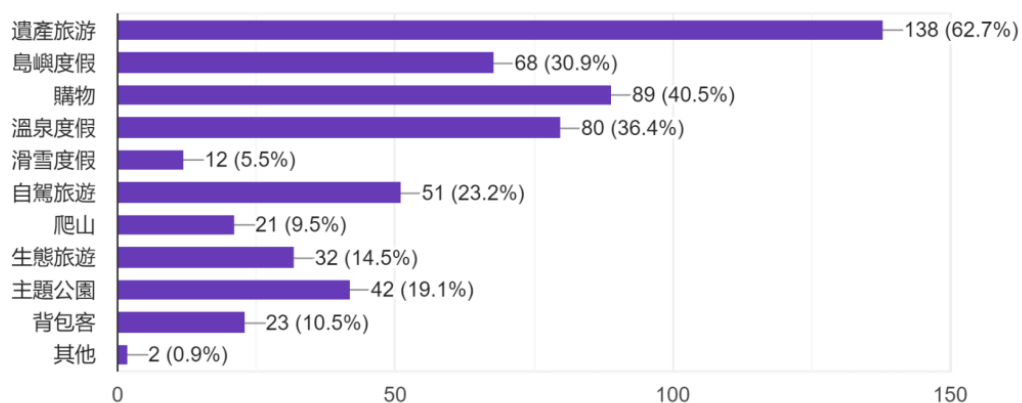
### 短期的亞洲區旅遊會選哪?

218 則回應



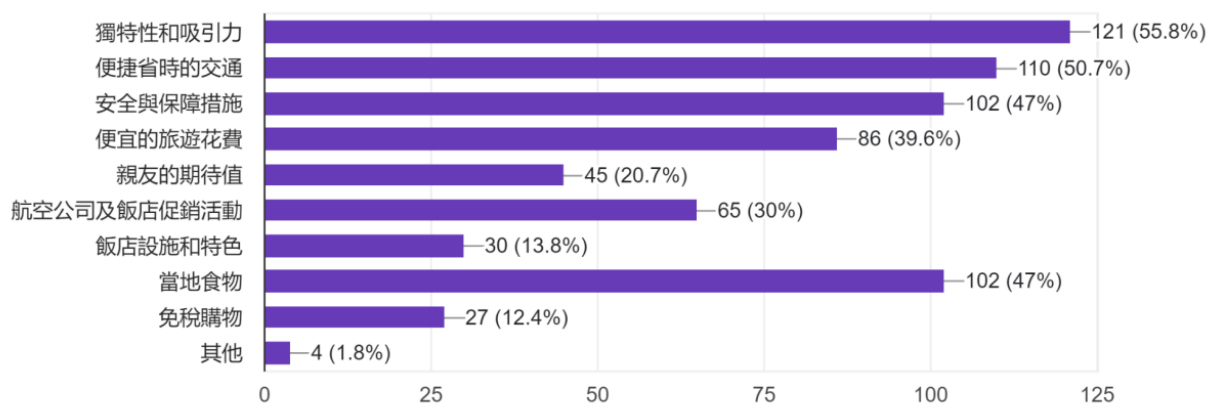
### 承上題，主要會以哪種旅遊方式？

220 則回應



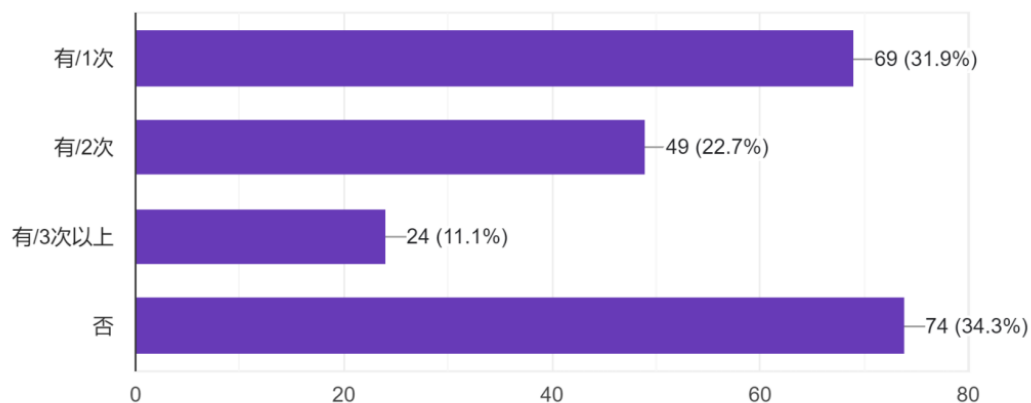
### 下列哪項是影響你選擇海外旅遊的重要因素？

217 則回應



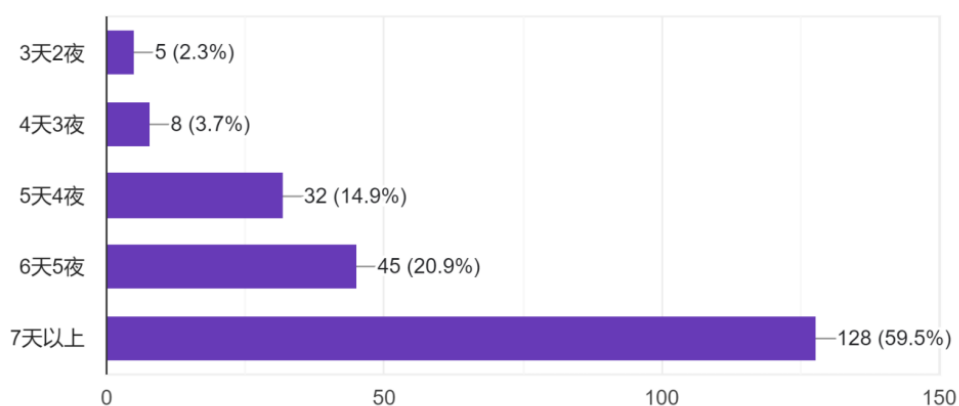
### 自2015年至今，你是否曾到台灣休閒旅遊？

216 則回應



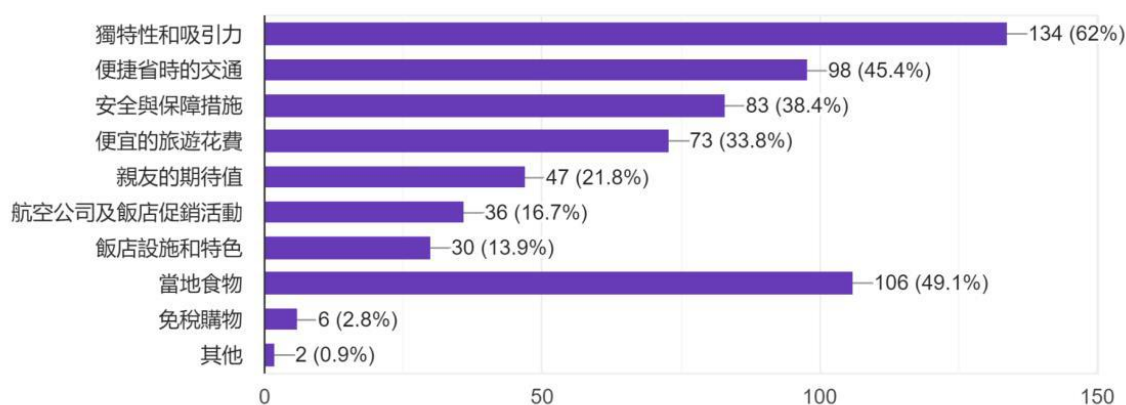
### 到台灣旅遊的話，預計會規劃多久？

215 則回應



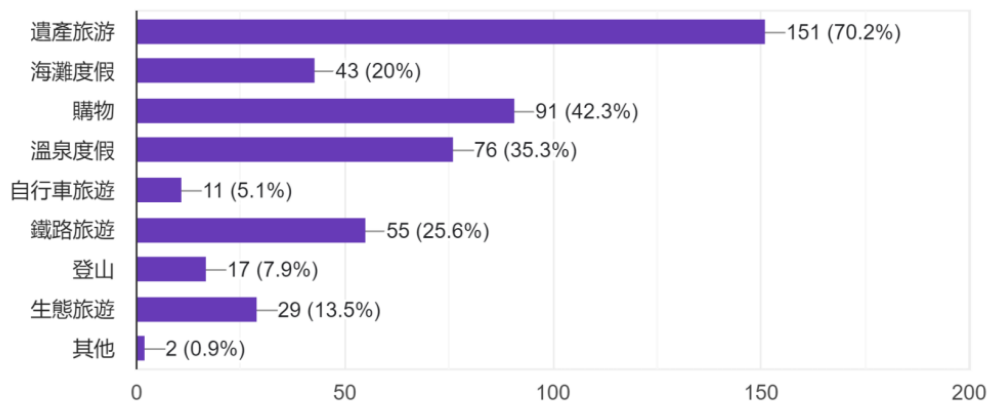
### 選擇訪問台灣的主要原因為？

216 則回應



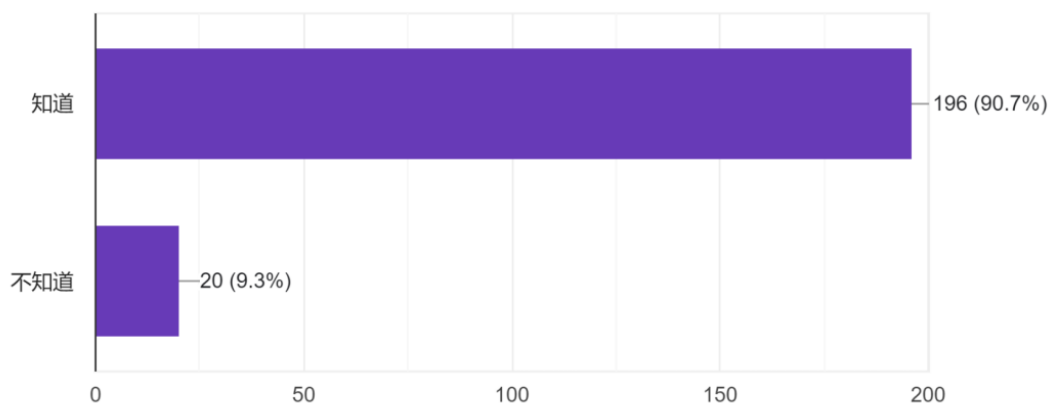
### 承上題，當你去台灣旅遊時，你會考慮以下哪種旅游方式？

215 則回應



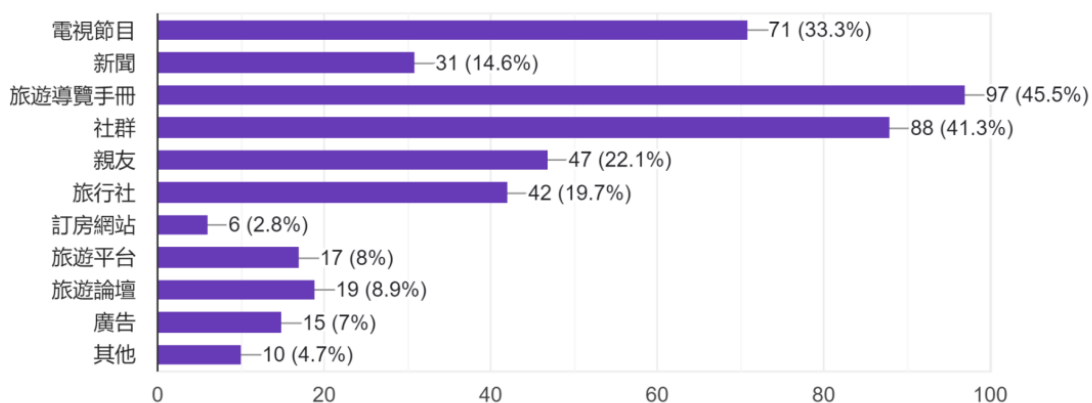
### 你聽說過或是知道台灣城市之一的「台南」嗎？

216 則回應



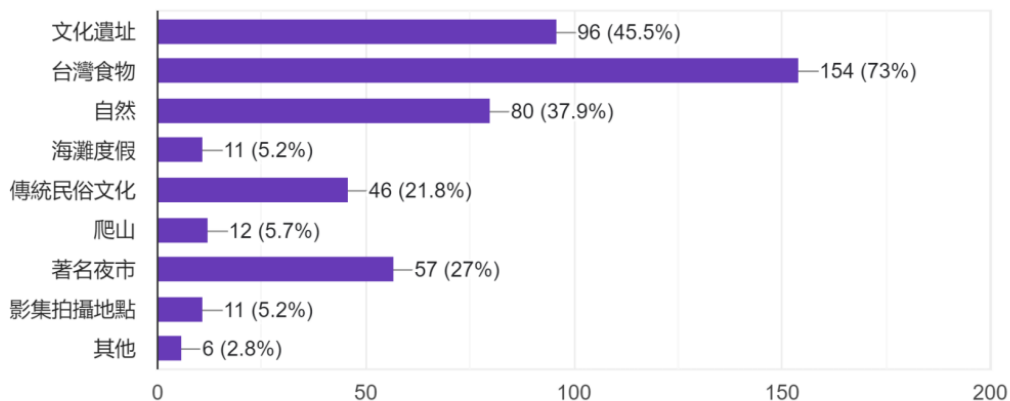
### 你是從哪種方式得知「台南」的？

213 則回應



### 你對「台南之行」有哪些印象？

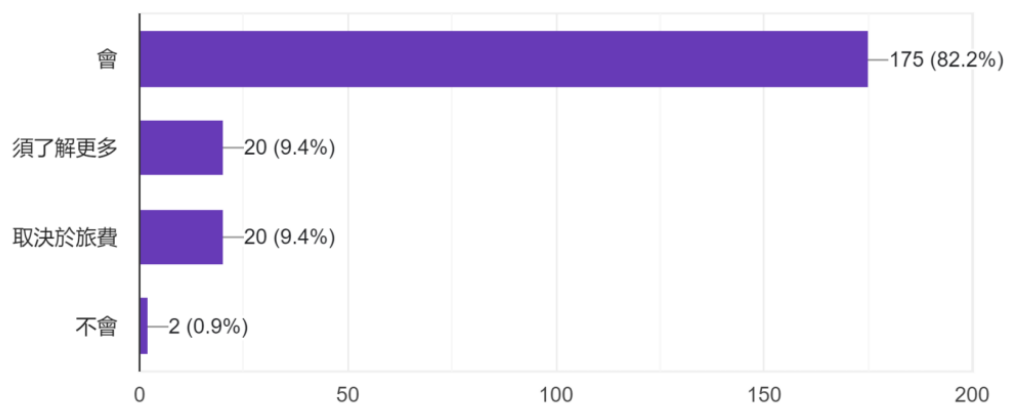
211 則回應





### 如果有機會到台灣旅遊，你會考慮到台南玩嗎？

213 則回應



【備註】問券共計執行回收 221 份，其中有些問卷中有未填項目，因此每項回應數量會略有不同。

## (二)、新聞露出彙整

1120322 南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 以臺南 TrulyTainan 400 年古都·想見你主題盡展風采 新聞露出彙整 共 10 則

### 1.中華日報

前進馬來西亞旅展 市府行銷  
拚觀光

<https://www.cdns.com.tw/articles/768411>

### 2.Yahoo 新聞 匯流新聞網

臺南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 古都特色穿搭吸遊客目光

<https://ppt.cc/foVb5x>

### 3.CNEWS 匯流新聞網

臺南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 古都特色穿搭吸遊客目光

<https://ppt.cc/faBMEEx>

### 4.好視新聞

南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 以臺南 TrulyTainan 400 年古都·想見你主題盡展風采

<https://newsday.tw/news/60602>

### 5.Owlnews 奧丁丁

臺南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 古都特色穿搭吸遊客目光

<https://www.owlting.com/news/articles/310120>

### 6.Hinet 生活誌

臺南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 古都特色穿搭吸遊客目光

<https://times.hinet.net/mobile/news/24464715>

### 7.蕃新聞

南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 以臺南 TrulyTainan 400 年古都·想見你主題畫展風采

<https://n.yam.com/Article/20230322780885>

8.大成報

南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 以臺南 TrulyTainan 400 年古都·想見你主題畫展風采

[https://greatnews.com.tw/home/news\\_pagein.php?iType=1010&n\\_id=277051](https://greatnews.com.tw/home/news_pagein.php?iType=1010&n_id=277051)

9.PCHome 新聞

南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展 以臺南 TrulyTainan 400 年古都·想見你主題畫展風采

<https://news.m.pchome.com.tw/society/greatnews/20230322/index-67947848325957209002.html>

10.里報

南市府前進馬來西亞 MATTA 旅展以臺南 TrulyTainan400 年古都·想見你主題畫展風采

[https://www.life-information.com.tw/li\\_zhang\\_bo/news\\_info.php?ids=Rs23032219520308](https://www.life-information.com.tw/li_zhang_bo/news_info.php?ids=Rs23032219520308)