

出國報告（出國類別：考察）

2025 年馬來西亞吉隆坡 MATTA 秋季旅展及觀光推廣活動

服務機關：農業部林業及自然保育署

姓名職稱：陳彥叡技士、林佳儒秘書

派赴國家/地區：馬來西亞吉隆坡

出國期間：114 年 9 月 3 日至 9 月 10 日

報告日期：114 年 11 月 18 日

摘要

農業部林業及自然保育署依據交通部觀光署年度國際行銷計畫，於 2025 年 9 月 3 日至 9 月 10 日派員前往馬來西亞吉隆坡與柔佛，參加「2025 年吉隆坡 MATTA 秋季國際旅展」及舉辦兩場「臺灣觀光推廣會」。本次旅展為馬來西亞年度最大國際旅遊盛會，參展單位達 334 家、展攤數 2,049 個，規模為歷年之最。臺灣館以「Taiwan - Waves of Wonder」品牌形象為主軸，整體聚焦鐵道旅遊與永續觀光，並以「親山・親海・樂環島」為主題展示臺灣多元的自然與文化魅力。

林業及自然保育署此次參展重點在於推廣全臺 19 處國家森林遊樂區、山海圳國家綠道及林業文化園區等森林育樂資源，透過摺頁宣傳、問卷調查及贈品活動，宣傳人數達 1,400 位民眾。問卷調查共回收 127 份，顯示受訪者以女性與青壯年為主，多以自由行方式來臺，約 84% 尚未造訪本署所轄森林育樂場域，但有 62.2% 表示願意規劃前往森林遊樂區旅遊，顯示海外市場潛力可期。

在企業對企業（B2B）推廣部分，於吉隆坡與柔佛共舉辦兩場觀光推廣會，邀集百餘位當地旅行業者參與。吉隆坡場以營運層面人員為主，柔佛場則有近半為高階決策者人員，顯示南馬旅遊業界對臺灣旅遊產品的高度重視，會中除進行洽談與簡報外，亦設計交流晚宴與互動活動，促進臺馬業者情誼，在推廣會後召開檢討會議，參訪各單位普遍肯定活動成效，並建議未來可增加市場考察與行銷在地化，深化合作關係。

整體而言，本次活動成功提升臺灣森林旅遊的國際能見度與品牌形象，並奠定與馬來西亞旅遊業者合作的基礎。建議未來持續強化本署森林遊樂區服務品質與交通接駁，拓展穆斯林友善旅遊與森林療癒行程，並結合數位媒體、多語宣傳及線上行銷，深化海外市場經營。此次出國參展不僅達成宣傳推廣目標，也促進臺馬雙邊觀光合作交流契機，為推動臺灣森林旅遊邁向國際化已展現初步成效。

目 次

壹、 前言	1
一、 緣起	1
二、 目的	1
貳、 活動過程	2
一、 行前準備	2
二、 參訪人員介紹	3
參、 活動內容	3
一、 吉隆坡 MATTA 秋季旅展推廣（企業對消費者 Business to Customer, B2C ）	3
二、 臺灣觀光推廣會-吉隆坡及柔佛場次（B2B）	7
三、 馬來西亞客群問卷分析	11
肆、 參訪心得與建議	13
一、 實際展攤心得	13
二、 參加吉隆坡及柔佛推廣會心得	14
三、 建議事項	15
伍、 結語	16
陸、 附件	17
一、 相關報導	17
二、 參考資料	18

壹、前言

一、緣起

馬來西亞為臺灣重要的觀光客來源國之一，長年穩居東南亞市場前段位置，該國人口約 3,400 多萬人，其中馬來裔人口占 69.9%、華裔人口占 22.8%，雙方因語言、文化與歷史淵源緊密，旅遊交流具高度潛力。受惠於雙邊航班便利、簽證政策及觀光推廣合作，馬來西亞旅客來臺人次持續穩定成長。依交通部觀光署統計，2024 年（民國 113 年）馬來西亞來臺旅客達 463,216 人次，目前臺馬之間每週約有 80 至 90 班直航航班，往返交通便捷，顯示馬來西亞市場對我國觀光產業具穩定貢獻與發展潛力。未來隨著航班持續增加及主題式旅遊（如生態旅遊、美食體驗、宗教文化等）推廣，預期馬來西亞旅客來臺旅遊人次仍有進一步成長空間。

本次參展規劃於 114 年 9 月 3 日至 9 月 10 日參加「2025 年吉隆坡 MATTA 秋季旅展及觀光推廣活動」，由交通部觀光署委託臺灣觀光協會辦理，參與的臺灣代表團總計有 53 個單位參展，出席總人數 104 人，參展單位涵蓋旅行社（35%）、主題樂園/休閒農場（23%）、政府單位（21%）、飯店/旅館（11%）、旅遊協會（6%）及伴手禮業者（4%），共同行銷及推展臺灣觀光旅遊。

二、目的

- (一)配合觀光署的推廣主軸「臺灣觀光品牌 3.0」及「鐵道旅遊」，推展本署所轄森林育樂場域資源，介紹 19 處國家森林遊樂區、3 處平地森林園區、4 處林業文化園區、烏來台車、太平山蹦蹦車等特色設施及山海圳國家綠道，展現我國豐富的自然景觀與深厚的林業文化底蘊，且配合現場推廣解說，加深當地民眾對本署森林育樂場域印象及提升前來臺灣森林及自然步道旅遊之意願。
- (二)拓展企業對企業（Business-to-Business，B2B）媒合合作機會：透過吉隆坡和柔佛 2 場旅遊業者推廣媒合會，與當地旅遊業者（例如：I DREAM TRAVEL、Apple Vacations 等）交流及建立聯繫，鼓勵其發展更多以臺灣森林生態及自然步道為主題的旅遊產品。
- (三)呼應政府新南向政策、了解國際市場需求：蒐集馬來西亞旅遊市場趨勢與消費者偏好，了解當地旅客對臺灣森林遊樂區、自然步道及生態旅遊產品的需求，並藉由與當地旅行社業者交流，了解市場行銷通路與包裝方式，

作為本署後續調整國際宣傳策略及推廣森林育樂場域旅遊行程規劃之重要依據，調整市場需求，提升行銷精準度。

貳、活動過程

一、行前準備

本次代表團行程自 114 年 9 月 3 日至 9 月 10 日至馬來西亞吉隆坡和柔佛出訪考察。臺灣觀光協會為考量旅展展攤時間至晚上 9 點結束，安排離展場最近的 AMI Suites 飯店入住，步行約 10-15 分鐘可抵達會場，對於運送物品及人員休息都相關方便；9 月 4 日當日下午前往吉隆坡國際貿易展覽中心（Malaysia International Trade and Exhibition Centre, MITEC）確認展位位置、佈展內容及寄送物品確認；9 月 5 至 7 日於展覽中心進行展攤推廣活動；9 月 8 日於吉隆坡威斯汀酒店（The Westin Kuala Lumpur）進行吉隆坡推廣會 1 場；9 月 9 日於新山萬麗酒店（Renaissance Johor Bahru Hotel）進行柔佛推廣會 1 場；9 月 10 日從新加坡出境，詳細行程表參考如下：

表 1. 馬來西亞吉隆坡 MATTA 秋季旅展及觀光推廣活動行程表

日期	時間	行程內容
9 月 3 日（三） Day 1	11:15-16:10	搭乘星宇航空 JX725 抵達吉隆坡國際機場，辦理入境手續。
	18:30	抵達住宿旅館 AMI Suites，辦理住宿手續。
9 月 4 日（四） Day 2	09:00	業者自由安排拜訪。
	16:00	於 MITEC 進行臺灣館整備工作。
9 月 5 日（五） Day 3	10:00-21:00	參加 吉隆坡 MATTA 秋季旅展（MITEC, Level 3, 攤位編號 3A01）。
	11:00	臺灣館開幕典禮。
9 月 6 日（六） Day 4	10:00-21:00	參加 吉隆坡 MATTA 秋季旅展。
9 月 7 日（日） Day 5	10:00-21:00	參加 吉隆坡 MATTA 秋季旅展。
9 月 8 日（一） Day 6	07:00	辦理 AMI Suites Check-out 手續。
	09:20-13:30	舉辦臺灣觀光推廣會@吉隆坡（The Westin Kuala Lumpur）。
	14:30-19:00	搭車前往柔佛，車程約 4 小時 30 分鐘。

日期	時間	行程內容
	19:00	抵達住宿旅館 Renaissance Johor Bahru Hotel。
9月9日(二) Day 7	15:20-20:00	舉辦臺灣觀光推廣會@柔佛(Renaissance Johor Bahru Hotel)。
	20:20	本次旅展檢討會議。
9月10日(三) Day 8	09:00	辦理 Check-out 手續，搭車前往新加坡樟宜機場(車程約 90 分鐘)。
	14:00-18:50	搭乘星宇航空 JX772 班機抵達桃園國際機場。

二、參訪人員介紹

本次參展活動人員由林業及自然保育署森林育樂組經營服務科及遊憩發展科派員出席，主要介紹各處森林遊樂區、林業文化園區及平地森林園區特色，並推廣臺灣朝聖之路-山海圳國家綠道，另外野樵國際旅行也是本署臺中分署八仙山及大雪山國家森林遊樂區「生態旅遊策略聯盟」夥伴，共同推動生態旅遊不遺餘力，這次也主動出席協助本署展攤及業者推廣會，詳細人員名單如下：

表 2. 本署出席人員名單

姓名	單位	職稱
林佳儒 (Lin, Chia-Ju)	林業及自然保育署 遊憩發展科	秘書 (Secretary)
陳彥叡 (Chen, Yen-Jui)	林業及自然保育署 經營服務科	技士 (Associate Technical Specialist)
吳千慧 (Wu, Chien-Hui)	野樵國際旅行社	副理 (Assistant Manager)

參、活動內容

一、吉隆坡 MATTA 秋季旅展推廣(企業對消費者 Business to Customer, B2C)

馬來西亞吉隆坡 MATTA 旅展為一年一度最重要的國際觀光推廣平台，在吉隆坡國際貿易展覽中心 (Malaysia International Trade and Exhibition Centre, MITEC) 舉辦，為該國最大展館，參與人數可容納約 40,000 至 47,700 人，展會設有當地國內、國際旅遊攤位、主題館、旅遊媒體區及美食區，本次展覽強調多元旅遊主題(如生態旅遊、永續旅遊、穆斯林友善旅遊)為展會重點，民

眾可入場免費參觀，本次旅展共計有 11 個國家、334 個單位及 2,049 個攤位參展（創歷屆新高），總參觀人次達 15 萬人次，臺灣館約參觀人次 13.5 萬人次。

(一)臺灣館推廣活動：臺灣館（攤位編號 3A01）以「親山 親海 樂環島 臺灣無限魅力」為主題，重點推廣鐵道旅遊，設置有人氣列車「山嵐號」車廂模型。為吸引年輕族群，館內活動包含：

1. 舞台表演：邀請中華民國臺灣競技啦啦隊進行表演。
2. 網紅宣傳：於 9 月 6 日及 7 日邀請穆斯林網紅 SoyaBelacan(30.5 萬粉絲)及旅遊創作者 J 旅 Just Travel (39 萬追蹤者)進行臺灣旅遊分享活動。
3. DIY 活動：包含卷木森活館的木製山嵐號火車造型 DIY、茶參代的阿里山原葉紀念茶包製作，以及紅玉滿赤心雞蛋糕試吃體驗。

(二)本署參展攤位位置

林業及自然保育署攤位編號 7（位於臺灣休閒農業發展協會及孟宗山莊大飯店之間）。透過展攤設置、森林遊樂區及山海圳步道摺頁發送及填問卷送小禮物方式，吸引當地民眾前來，推廣臺灣森林及自然步道旅遊。

(三)主要推廣森林遊樂資源：本署提供的全臺各處森林遊樂區、林業文化園區、平地森林園區及山海圳國家綠道資訊，著重於自然森林景觀、森林步道與生態活動推廣，特色說明如下：

1. 北部：內洞（瀑布、負離子）、滿月圓（賞楓賞蝶、登山健行）、東眼山（柳杉林、雲海）。
2. 中部：阿里山（林業鐵路、神木、雲海、森林療癒步道）、大雪山（雲海、日出、森林浴）、合歡山（日出、賞雪、高海拔景觀）。
3. 南部：雙流（瀑布、負離子、森林療癒）、墾丁（石灰岩洞、銀葉樹板根）。
4. 東部：太平山（檜木原始林、雲海、蹦蹦車）、知本（溫泉、千根榕）、池南（林業文化、森林浴步道）。
5. 山海圳國家綠道：是臺灣首條以「朝聖之路」概念打造的長距離步道系統，串聯山、海、圳三大意象，從臺南出發一路走到玉山，象徵「從

海平面走向臺灣屋脊」的壯闊旅程。

(四)提供文宣品與抽獎贈品：林業保育署為本次活動準備了 800 份英文和 400 份中文遊樂區摺頁及 400 份山海圳國家綠道摺頁發送，並提供木製餐具組 4 份作為抽獎贈品。

	
<p>臺灣館會場主舞台現場</p>	<p>臺灣館會場展攤情形</p>
	
<p>進行本署森林遊樂區推廣宣傳</p>	<p>進行山海圳國家綠道推廣宣傳</p>
	
<p>各處森林遊樂區景點介紹</p>	<p>進行本署森林遊樂區推廣宣傳</p>



競技啦啦隊進行表演



主舞台小遊戲與民眾互動



紅玉滿赤心雞蛋糕受到大小朋友喜愛



木製山嵐號火車造型 DIY 活動



臺灣觀光團隊大合照



向葉非比大使介紹本署森遊樂區場域



穆斯林網紅 SoyaBelacan 分享遊臺體驗



旅遊創作者 J 旅分享遊臺體驗

二、臺灣觀光推廣會-吉隆坡及柔佛場次（B2B）

本次觀光推廣會的性質為 B2B 旅遊業者媒合會，主要活動對象為臺灣當地旅行業者、航空公司及飯店業者。

（一）吉隆坡場次（9/8）：

1. 時間及地點：於 114 年 9 月 8 日 09:30-13:30、The Westin Kuala Lumpur 飯店辦理。
2. 推廣內容：設有雙方業務洽談會晤時段（進行約 1 小時），當地業者跑桌洽談方式進行、臺鐵鐵路公司和苗栗火車頭園區進行鐵道旅遊簡報；宜蘭縣政府穆斯林友善景點和臺中市政府觀光旅遊局簡介獎勵來臺旅遊措施簡報（進行約 1.5 小時）、餐敘及抽獎活動（進行約 1.5 小時）。
3. 當地業者參與：當地旅行業者包括 IDREAM TRAVEL、Apple Vacations、EVS TRAVEL & TOURS SDN BHD、Sedunia Travel Services Sdn Bhd 等 20 多家當地業者參與洽談，依來訪業者可分為以下類型：
 - (1) 營運執行人力（42.05%）：參與人數最多為營運/執行層，直接負責日常旅遊團操作、預訂和客戶服務的人員。
 - (2) 高階決策與產品開發並重（各佔 26.14%）：包括多位董事（Director）和總經理（GM）。許多公司的高層親自出席，表示對於臺灣旅遊產品的興趣及業務合作非常重視。
 - (3) 產品/市場開發層的比例也佔 26.14%，包括專注於 MICE（會獎旅遊）的職位和產品開發經理。主要重視新產品的設計和供應商關係，對於臺灣推廣新旅遊主題和路線開發至關重要。
 - (4) 航空公司支持：臺灣中華航空（China Airlines）派出了 1 名銷售經理和 2 名銷售代表參與，反映航空公司對於在國際交通鏈接上的重視。
4. 提供大會抽獎獎品：「一種飛行生活觀-火冠戴菊斗篷雨衣」3 份。

	
<p>向當地業者介紹本署森林遊樂區</p>	<p>向當地業者介紹本署森林遊樂區</p>
	
<p>駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處副代表 卜正倫致詞</p>	<p>觀光署國際組黃易成組長致詞</p>
	
<p>吉隆坡推廣會活動現場</p>	<p>吉隆坡推廣會晚宴活動</p>
	
<p>宜蘭縣政府穆斯林友善景點說明</p>	<p>晚宴抽獎活動贈送本署禮品</p>





	
當地業者獲得晚宴抽獎活動頭獎	吉隆坡推廣會臺馬與會人員大合照

(二) 柔佛場次 (9/9)：

1. 時間及地點：114 年 9 月 9 日 15:30-17:00 於新山萬麗酒店（Renaissance Johor Bahru Hotel）辦理。
2. 推廣內容：同樣聚焦設有雙方業務洽談會晤時段（進行約 1 小時），當地業者跑桌洽談方式進行、臺鐵鐵路公司和苗栗火車頭園區進行鐵道旅遊簡報；宜蘭縣政府穆斯林友善景點和臺中市政府觀光旅遊局簡介獎勵來臺旅遊措施簡報（進行約 1.5 小時）、餐敘及抽獎活動（進行約 1.5 小時）。
3. 柔佛地區因與新加坡僅一橋之隔，具有特殊的地理優勢，涵蓋馬來西亞都會區經濟規模和潛在客群，當地業者參與：出席單位以南馬地區旅遊業者，主要由各旅行社的董事、總經理等決策層和營運經理。與吉隆坡場不同旅行業者包括 SIN CHUNG TOURS、YANG YANG TRAVEL & HOLIDAYS SDN BHD、GO TRAVEL ZONE SDN BHD、Top-One Travel Services Corporation (m) Sdn Bhd、V TRAVEL SDN BHD 等 40 多家當地業者參與洽談，依來訪業者可分為以下類型：
 - (1) 決策層佔比最高（45.78%）：柔佛新山場有近一半的參與者屬於高階管理/決策層。這包括多位董事總經理（MD）、總經理（GM）和董事（Director）。柔佛新山（南馬）市場的業者更傾向於由主要負責人或最高決策者直接參與洽談與合作。
 - (2) 營運執行（32.53%）：營運/執行層是第二大群體，他們負責日常的行程安排和操作。在旅遊推廣會中，營運經理和旅遊顧問的參與是確保新產品能夠順利上架並有效推廣的關鍵。
4. 產品/銷售開發的集中（21.69%）：產品/市場開發層（如 Sales Manager

和 BDM)專注於市場拓展和新業務的引入，顯示南馬業者在評估臺灣產品時，對其市場潛力和銷售可行性給予了高度關注。

5. 提供大會抽獎獎品：刺繡帆布手提包（Embroidered Canvas Tote Bag）2 份。

	
<p>推廣會場現場同仁合影</p>	<p>與洽詢遊樂區資訊當地業者合影</p>
	
<p>向當地業者介紹本署森林遊樂區</p>	<p>向當地業者介紹本署森林遊樂區</p>
	
<p>柔佛推廣會現場洽詢交流熱絡</p>	<p>駐吉隆坡辦事處周士弼主任率臺灣代表人員向大家致敬</p>

	
<p>與駐吉隆坡辦事處周士弼主任與臺灣觀 協副秘書長陳家祥合影</p>	<p>宜蘭縣政府穆斯林友善景點報告</p>
	
<p>晚宴抽獎活動贈送本署禮品</p>	<p>當地業者獲得晚宴抽獎活動頭獎</p>
	
<p>柔佛推廣會臺馬與會人員大合照</p>	<p>晚宴後召開旅展檢討會議</p>

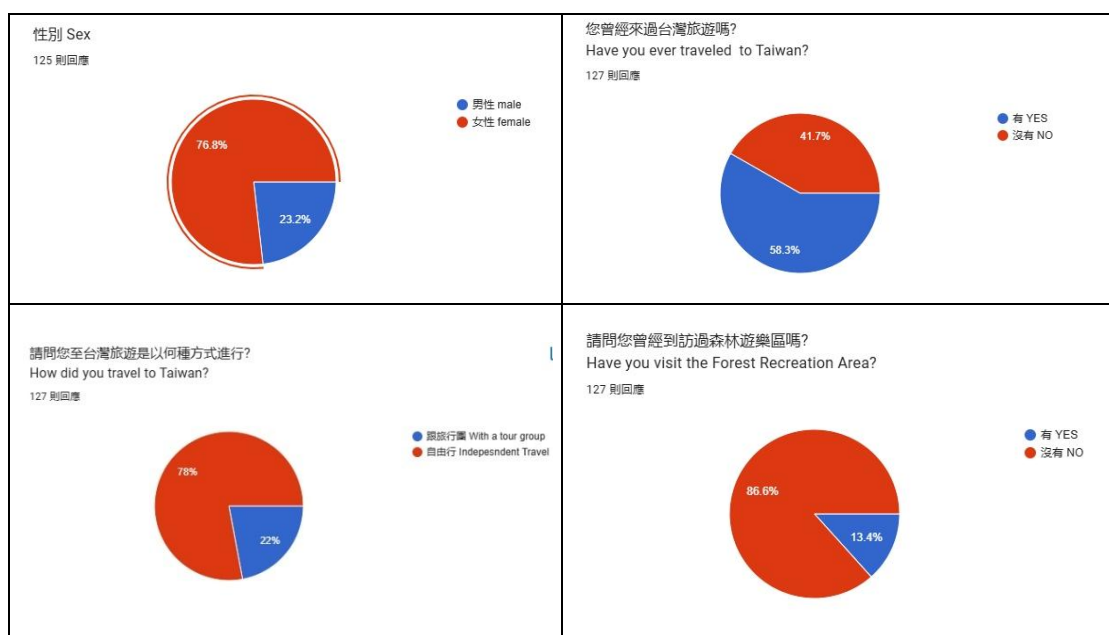
三、馬來西亞客群問卷分析

(一) 馬來西亞客群問卷分析：114 年 9 月 5 日-7 日旅展期間，共蒐集 127 份，根據活動問卷分析，在受訪者中，男性比例（29 人）佔 22.8%、女性比例（96 人）佔 75.6%、不願意透露（2 人）佔 1.6%，年齡以 30-39 歲（37 人）的青壯年佔 29.1%比例最高；職業方面，以工商服務業（59 人）佔 46.5% 為最大宗。曾經來臺灣旅遊（74 人）佔 58.3%，自由行（99 人）佔 78%，曾經到訪臺灣森林遊樂區（17 人）佔 13.4%、曾經到訪過自然步道（32 人）佔 25.2%、曾經到訪過平地森林園區（15 人）佔 11.8%、

曾經到訪過林業文化園區（17 人）佔 13.4%，顯示平均有 84%當地民眾尚未造訪本署上述四類場域；透過本次旅展活動說明後，有高達（79 人）62.2%受訪者表示有意願到森林遊樂區旅遊；受訪者對於臺灣的觀光目的地偏好，地區分布相對平均：北部（12 人，包括臺北 101、九份、野柳、烏來）、南部（12 人次，包括臺南、高雄、雲林）、東部（10 人，包括花蓮、宜蘭、太魯閣、鹿野熱氣球）、中部（8 人次，包括臺中、合歡山、國家森林遊樂區），以及離島（5 人），但有高達（57 人）44.9%的回答屬於「其他/無法分辨/尚未計畫」。

(二) 本次問卷調查顯示，超過半數馬來西亞民眾曾造訪臺灣。由於語言相通，馬來西亞華人來臺意願相對較高，且多以自由行為主要方式，受訪者年齡以 20 至 39 歲之間具經濟能力的青壯年族群為主，據調查顯示有高達 8 成受訪者仍未造訪本署所轄之森林育樂場域（包含國家森林遊樂區、林業文化園區、平地森林園區及自然步道），顯示本署場域在吸引國際旅客方面仍具發展潛力。

(三) 在臺灣旅遊地點選擇上，阿里山為多數旅客首次來臺的首選，其次則為臺北、高雄等城市或離島地區。經說明介紹後，有高達 79 位（約六成）受訪者表示有意願前往國家森林遊樂區旅遊。其中，離市區較近的林業文化園區及平地森林園區更具吸引力，建議可持續強化海外宣傳與行銷，並結合旅行包裝行程，積極推廣給來臺旅客；另有其他想造訪臺灣的旅遊地點有受訪者 44.9%顯示潛在客群對臺灣旅遊目的地認識仍有限，未來可持續加強宣傳與提供資訊引導。





肆、參訪心得與建議

一、實際展攤心得

本次 MATTA 秋季國際旅展參展單位及展攤數量均創歷年新高，展場規模盛大，活動期間，臺灣觀光協會特別邀請駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處葉非比大使到場致意為臺灣館的代表團們加油打氣，現場氣氛熱烈。由多個縣市政府、觀光業者及旅遊相關單位共同設置主題展攤，展出內容涵蓋生態旅遊、森林育樂、文化體驗、美食觀光及永續旅遊等多元面向。活動現場除安排表演節目及互動遊戲外，亦透過旅遊推介會及媒體採訪，加深當地民眾對臺灣旅遊資源的認識與興趣，成功吸引眾多參觀者駐足諮詢，展現我國觀光推廣的豐碩成果與臺灣旅遊魅力。

多數前來參訪的民眾對於 MATTA 秋季國際旅展臺灣主題館佈展及節目活動規劃給予高度肯定，本次為期 3 日展期活動臺灣館參觀人次達 13.5 萬人次，而本署展攤推廣人數達 1400 人次，由於馬來西亞華人多能以華語溝通，對臺灣旅遊有一定的吸引力。對於前來詢問尚未造訪過臺灣的民眾，阿里山仍為最具吸引力的來臺首選，以其著名的森林旅遊及林業鐵路體驗成為來臺旅遊的代表性景點；若已有來臺旅遊經驗的民眾，會建議可從離市區較近的森林遊樂區開始體驗，例如：新北市近郊的內洞森林遊樂區，另外還可搭配烏來台車、烏來溫泉及老街遊玩；亦可選擇交通較為便利之森林遊樂區，如北部滿月圓、東眼山，中部八仙山、南部墾丁等、或者是離市區較近的林業文化園區及平地森林園區開始體驗；已前來臺灣多次又喜愛戶外健行或者已經有環島體驗的民眾，則會推薦山海圳國家綠道行程，除了可體驗臺南傳統文化、在地美食外，透過行走方式體驗不同的臺灣在地自然風景。

展場僅看到當地旅行社規劃阿里山的旅遊行程，表示其他森林育樂場域景點尚有待開發，若能在行程中導入自然教育中心課程、森林療癒及原鄉部落遊程等特色活動，可與其他旅行業者作出市場區隔，吸引不同客群遊客前來，同

時也期待有相關理念的旅行業者共同推廣森林生態旅遊，進一步推展到海外市場，讓更多人看到臺灣山林的美好。

此外，也有部分民眾提到來臺前會優先考慮天氣因素，如遇到颱風將會影響旅程計劃；另外，臺海政治情勢變動，造成旅遊安全的疑慮。上述因素可能影響當地民眾的來臺意願。因此，仍需持續加強宣傳臺灣的旅遊安全與多元特色，並提供更靈活的行程選擇與應對措施，以提高潛在遊客的信心與興趣。同時，也應加強海外推廣，讓國際市場了解臺灣的豐富資源與優勢，以抵消外在不確定因素對旅遊產業的影響。以下提供強化本署育樂場域優點之建議：

1. 鐵道與森林的結合優勢：

本署阿里山林業鐵路已於 113 年全線通車，除提升運能與乘車體驗外，未來也持續與旅行社合作規劃套裝行程，結合森林旅遊產品與鐵道特色，增進旅客吸引力。透過串聯沿線自然景觀、林業文化及在地社區，可形塑具深度體驗的永續旅遊路線，帶動地方經濟發展。同時藉由國際行銷與品牌推廣，提升阿里山林鐵作為臺灣森林旅遊代表形象，吸引更多海外旅客造訪。

2. 穆斯林市場及在地化需求：

馬來西亞以穆斯林人口為主要族群，本次推廣活動特別邀請穆斯林網紅協助宣傳，藉由影響力行銷提升穆斯林旅客對臺灣森林旅遊的認識與興趣。未來在產品設計與行程規劃上，應同步考量本署場域周邊是否具備穆斯林友善的食宿設施，以利旅行社包裝成整合性行程。例如，宜蘭縣政府已建立多處穆斯林友善旅遊環境，提供清真餐飲、旅宿及祈禱空間等完善服務，具吸引穆斯林旅客來臺旅遊的發展潛力。

3. 借鑑森林療癒國際經驗：

雖然本次為觀光推廣，但從過去經驗來看，國際間已將森林療癒融入健康管理和社會福利。本署持續推動將森林遊樂區內部的森林浴步道或森林療癒活動包裝成具有健康效益的旅遊產品，進一步提升臺灣森林旅遊的附加價值和國際競爭力。

二、參加吉隆坡及柔佛推廣會心得

由於推廣會活動前一日適逢吉隆坡 MATTA 秋季旅展結束，故本次吉隆坡參與廠商及業者出席人數較少，故建議後續可視情調整推廣會辦理時程，錯開與大型旅展的時間，以提升參與及推廣成效，本次除了與國內旅遊業者進行交流外，亦與吉隆坡當地 5 家旅遊業者進行媒合座談，提供本署所轄各地森林遊樂區及山海圳國家綠道相關旅遊資訊，同時亦推薦臺灣從事生態旅行社業者，

期待國內外旅行業者對接，共同將這些景點可納入當地旅遊產品；另於新山（柔佛）推廣會中，共有 14 家當地旅遊業者參與媒合，並同步提供本署森林遊樂區資料與相關旅遊資訊。

推廣會與業者交流活動結束後，皆舉辦交流晚宴，由交通部觀光署駐吉隆坡辦事處周士弼主任率領臺灣代表團上臺致意，向在場業者表達誠摯邀請。現場安排趣味問答與互動抽獎環節，臺馬兩地業者熱情參與、氣氛熱絡。本署代表團亦特別準備具林業特色禮品作為抽獎贈品，藉由輕鬆交流增進彼此認識，充分展現臺馬旅遊業界的友好關係。

在柔佛場晚宴結束後，臺灣觀光協會隨即召開檢討會議，邀集參與單位代表共同檢討本次旅展與推廣會之整體成效。與會代表團人員普遍肯定本次旅展宣傳推廣、業者互動及媒體曝光等面向，成功提升臺灣觀光形象與能見度。我國業者亦提出建議，認為未來可於活動前安排實地考察，深入了解穆斯林文化與旅遊趨勢，使推廣內容更貼近當地需求，進而提升合作契機帶來更多觀光效益。針對國內外旅行業者後續合作追蹤機制，建議可創立線上聯繫平台群組，了解媒合後具體合作成果，以利評估推廣會實質效益。整體而言，本次吉隆坡及柔佛推廣會不僅促進臺馬兩地旅遊業者互動，亦進一步強化臺灣生態旅遊形象，為未來國際市場推廣奠定良好基礎。

三、建議事項

實際參與 MATTA 秋季國際旅展及推廣會的體驗，建議以下事項，以推動本署森林育樂場域及推展山海圳國家綠道進一步發展：

1. 森林遊樂區交通與接駁服務

多數森林遊樂區位於山區或郊區地帶，部分區域大眾運輸班次有限，為提升旅遊便利性及安全性，應持續改善交通可達性及園區內接駁服務，或與當地業者規劃多元接駁服務。以便利遊客造訪國家森林遊樂區、山海圳國家綠道等育樂場域。

2. 持續精進場域設施與服務：

應持續提升各森林育樂場域設施及服務品質，並發展場域特色與旅遊業者資源整合，以推動多元化及客製化森林旅遊產品，並優化森林遊樂區的導覽、住宿及餐飲服務，以滿足東南亞多元文化客群的需求。

3. 旅遊業者合作推廣行程

持續透過國內外旅展、推廣會及業者媒合會等活動，與國內外旅行社接洽，

介紹本署所轄國家森林遊樂區、林業文化園區、自然步道及平地森林園區等旅遊資源，讓旅遊業者瞭解場域特色，開發具市場吸引力之主題產品，例如：「森林鐵道之旅」、「森林療癒體驗」、「林業文化巡禮」、「親子生態探索」等，串聯周邊社區、農產與文化體驗，形成具深度的旅遊動線。並配合旅行社行銷通路進行聯合宣傳，提升森林遊樂區旅遊的能見度，並吸引國際市場旅客關注。

4. 強化數位行銷與跨境宣傳

近期本署各分署發展行銷影片及各式特色商品，若透過線上行銷，將可持續促進本署森林遊樂區能見度，另外可運用數位媒體及社群平台，結合多語內容製作（如英文、馬來文、印尼文等），推廣本署轄下森林育樂場域。可與線上旅遊平台及旅遊網紅合作，透過影音行銷、故事化內容及主題活動增加曝光度，強化海外市場對臺灣森林遊樂區及山海圳國家綠道旅遊認識與吸引力。

5. 持續辦理旅展及推廣會

本署持續結合國內外旅遊市場推廣趨勢，持續辦理參加各類旅展及旅遊推廣會，透過實體設攤展示、主題行銷及與旅行業者合作推廣等方式，強化森林遊樂區與山海圳國家綠道品牌形象，拓展多元客群，提升國內外旅客對森林育樂與生態旅遊的認識與參與度。

伍、結語

本次本署前往馬來西亞參加吉隆坡 MATTA 秋季旅展及觀光推廣活動，深刻體會到臺灣旅遊在國際市場上的吸引力與潛力。許多馬來西亞民眾對臺灣的印象多停留在阿里山、日月潭等知名景點，但透過這次展攤介紹及互動，我們發現當地旅客對於「森林遊樂區」、「自然步道」等主題旅遊也相當有興趣，特別是自由行族群與年輕旅客，對具有自然體驗與文化深度的行程表現出高度意願。

從現場問卷訪查可以看到，馬來西亞旅客對臺灣旅遊仍抱持熱情與好感，但對森林相關景點的認識有限，這正是未來推廣的重要方向。也發現穆斯林旅客市場潛力龐大，若能搭配穆斯林友善設施與清真餐飲，將有助吸引更多南向客源。同時，阿里山林業鐵道、山海圳國家綠道及森林療癒活動等特色，若能結合在地旅行社的包裝推廣，將能展現臺灣多元且永續的旅遊魅力。

整體而言，這次出國推廣活動不僅讓我們更了解國際市場需求，也促進臺馬雙邊旅遊業界的交流。未來本署可持續透過旅展、推廣會與數位行銷等方式，強化森林育樂區的國際能見度，並結合鐵道旅遊與生態體驗，打造具故事性與品牌特色的森林觀光形象，讓更多海外旅客認識並親身感受臺灣山林的美好。

陸、附件

一、相關報導

	
<p>駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處報導</p>	<p>馬來西亞星報報導</p>
	
<p>交通部發布新聞稿</p>	<p>外交部發布新聞稿</p>
	
<p>當地旅行社販售臺灣旅遊行程</p>	<p>穆斯林朝聖旅遊吸引當地民眾洽詢</p>



吉隆坡旅展臺灣相關報導

旅遊快報刊登臺灣旅遊行程資訊

二、參考資料

1. 2025 MATTA Fair Kuala Lumpur Taiwan Pavilion Presents a Culinary and Five-Senses Experience (https://www.roc-taiwan.org/my_en/post/12272.html?utm_source=chatgpt.com)
2. 2025 MATTA Fair Kuala Lumpur Taiwan Pavilion Presents a Culinary and Five-Senses Experience (https://nspp.mofa.gov.tw/nspp/news.php?post=275358&postname=2025-MATTA-Fair-Kuala-Lumpur-Taiwan-Pavilion-Presents-a-Culinary-and-Five-Senses-Experience&unit=409&unitname=officeactivities&utm_source=chatgpt.com)
3. Taiwan showcases endless wonders at recent MATTA Fair 2025 (https://www.thestar.com.my/news/nation/2025/09/25/taiwan-showcases-endless-wonders-at-recent-matta-fair-2025?utm_source=chatgpt.com)
4. 搭上山嵐號，喝一杯台灣阿里山的好茶！ 2025 馬來西亞吉隆坡 MATTA 旅展 台灣館美味登場，五感體驗感性之旅 (https://www.motc.gov.tw/ch/app/news_list/view?id=14&module=news&serno=725d9cac-724d-41aa-9d3c-3af848003cf5&utm_source=chatgpt.com)
5. 交通部觀光署觀光統計資料庫(<https://stat.taiwan.net.tw>)