

出國報告(出國類別：其他－業務接洽)

參加「2025年吉隆坡MATTA秋季旅 展及觀光推廣活動」出國報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會

姓名職稱：事業管理處朱志峯 技正

福壽山農場董紹明 場長

武陵農場陳暄茹 副技師

清境農場林宥丞 技術員

派赴國家/地區：馬來西亞

出國期間：114 年 9 月 3 日至 9 月 10 日

報告日期：114 年 11 月 7 日

摘要

本會所屬三高山農場(清境、武陵、福壽山)為積極拓展東南亞市場版圖，配合交通部觀光署推動「臺灣觀光邁向 2025 方案」政策導向，於 2025 年 9 月 3 日至 10 日組團赴馬來西亞，參加當地規模最大、影響力最廣之旅展—吉隆坡 MATTA 秋季旅展，並辦理臺灣觀光推廣活動，提升本會在馬來西亞市場的能見度與國際形象。

本次推廣活動以「臺灣高山之美」為核心主題，展現清境、武陵與福壽山三大農場獨特的四季景致與農業觀光魅力。透過旅展現場互動行銷推廣及問卷調查，期能直接觸及當地旅遊族群，同時深入了解馬來西亞旅客對於旅遊主題之需求與偏好。此外，本次參展亦參加 B2B 推廣會，與當地旅遊業者、媒體與協會代表建立雙邊交流平臺，掌握馬國旅遊市場動向。

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、行程規劃	2
(一) 吉隆坡 MATTA 秋季旅展	4
(二) 舉辦臺灣觀光推廣會(1)	4
(三) 舉辦臺灣觀光推廣會(2)	4
(四) 整體細部行程規劃如下	4
三、活動項目	6
(一)吉隆坡旅展(MATTA)	6
(二)臺灣觀光推廣會(吉隆坡、柔佛)	12
參、心得與建議	15
一、 瞭解族群文化差異，集中資源招攬主要華人客群	15
二、 掌握旅遊行為模式，強化活動亮點行銷	16
三、 強化數位行銷，提升宣傳效益	17
四、 整合國內資源，提升行銷接待能量	18
肆、結語	24

壹、前言

一、緣起

依據交通部觀光署「114 年度組團參加國際旅展委託案」，本會參加 2025 年吉隆坡 MATTA 秋季旅展及觀光推廣活動。選擇馬來西亞為本年度重點旅遊宣傳國家之一，主要參考觀光署資料，馬來西亞 2024 年經濟成長率達 5.1%，為東南亞第四大經濟體，消費能力穩定提升，出境旅遊市場日益攀升。爰本會配合交通部觀光署組團計畫，赴馬來西亞吉隆坡及柔佛新山辦理旅展及觀光推廣活動，將藉由 MATTA 大型旅展平臺，強化臺灣高山農場之形象推廣，拓展本會農場在馬國市場知名度。

二、目的

本次參加「2025 年吉隆坡 MATTA 秋季旅展」及相關觀光推廣活動，旨在配合交通部觀光署推動「臺灣觀光邁向 2025 方案」，拓展馬來西亞旅遊市場，強化本會農場觀光品牌形象。本次除前往馬國首都吉隆坡，亦前往柔佛州新山市辦理推廣活動。柔佛州為馬來西亞第二大經濟規模都會，人口達 401 萬人，雖距離首都吉隆坡 335 公里，但距新加坡僅有 30 公里，當地民眾國際化程度高、且出國旅遊相當便利，是一個具有開發潛力的城市。而臺灣擁有多樣化的美食、豐富的景點、濃厚的文化底蘊、飛行路途適宜、免簽證優惠，一直是馬來西亞民眾出國的優先選擇。

參考觀光署資料，馬來西亞 2024 年來臺人次達 46 萬 3,216 人次，為臺灣在東南亞地區第二大來臺客源國，已恢復至疫情前(108 年)八成水準，市場潛力深厚。此外，兩地往來航班密集、交通便利，且文化、飲食及語言相近，對臺灣觀光接受度高。本會將透過 MATTA 大型旅展平臺及雙方業者之觀光推廣活動，將清境遼闊草原與經典秀場、武陵四季花木與春櫻秋楓、福壽山楓蘋

果園與高山茶園為推廣核心，將三高山農場特色介紹予馬來西亞民眾，前來親身體驗高山農場生態旅遊的純粹與美好，同時維持本會高山農場旅遊在馬來西亞市場之熱度。

貳、活動過程

一、行前準備

為有效執行赴馬來西亞吉隆坡 MATTA 秋季旅展之整體宣傳作業，本會於出團前即統籌整合三高山農場(清境、武陵、福壽山)之行銷物資與展出重點，並妥善分配各農場應攜帶之宣傳品項，以確保展出內容多元且具辨識度。

本會提供農場宣傳摺頁、造型磁鐵、便利貼、杯墊及特色貼紙等等宣傳品，展現三高山農場整體品牌形象。此外，各農場亦依自身特色準備具代表性的宣傳贈品，如綿羊造型公仔、摺扇、茶包、茶糖、茶罐組等，強化農場特色並吸引現場民眾關注。宣傳期間，展場將運用平板電腦播放多媒體照片及影片，介紹各農場之四季景觀、休閒設施與旅遊體驗，藉由視覺呈現強化互動性與臨場感，提升推廣效果。

另為深入掌握馬來西亞民眾對臺灣高山農場之認知及旅遊偏好，本會設計問卷調查共 150 份，於展期間發放並回收。問卷內容涵蓋年齡階層、來臺旅遊計畫、行程偏好及對農場之服務建議等。後續依調查結果進行資料分析，作為未來行銷策略與農場服務改善之參考依據，以強化市場導向與行銷精準度。

二、行程規劃

配合交通部觀光署組團計畫，吉隆坡旅展規劃於 114 年 9 月 3 日至 10 日辦理，旅展期間行程安排如下：

(一) 吉隆坡 MATTA 秋季旅展

1. 展期：2025年9月5日(星期五)– 9月7日(星期日)
2. 地點：吉隆坡
3. 展場：Malaysia International Trade&Exhibition Centre (MITEC)
4. 展攤編號：3A01，Level 3

(二) 舉辦臺灣觀光推廣會(1)

1. 日期：2025年9月8日(星期一)
2. 地點：吉隆坡
3. 展場：The Westin Kuala Lumpur

(三) 舉辦臺灣觀光推廣會(2)

1. 日期：2025年9月9日(星期二)
2. 地點：柔佛(新山)
3. 展場：Renaissance Johor Bahru Hotel

(四) 整體細部行程規劃如下

9月3日 (星期三) 第1天	08:30	桃國國際機場第一航廈集合
	11:15 16:10	搭乘星宇航空JX725抵達馬來西亞吉隆坡國際機場
	17:10	辦理入境手續，前往住宿旅館
	18:30	抵達住宿旅館AMI Suites，辦理住宿手續
9月4日 (星期四) 第二天	09:00	業者自由安排拜訪
	15:45	全體團員前往展場進行準備工作
	16:00	臺灣館整備
	18:00	結束展場布置返回住宿旅館
9月5日	08:45	旅館大廳集合，步行前往展場

(星期五) 第三天	09:00	代表團團員抵達展場
	10:00 21:00	參加吉隆坡MATTAA秋季旅展 展場：Malaysia International Trade & Exhibition Centre 攤位編號：3A01，Level 3 (11:00臺灣館開幕典禮)
	21:15	團員自行返回住宿旅館
9月6日 9月7日 (星期日) 第四天、五天	09:30	代表團團員自行抵達展場
	10:00 21:00	參加吉隆坡MATTAA秋季旅展 展場：Malaysia International Trade & Exhibition Centre 攤位編號：3A01，Level 3
	21:15	團員自行返回住宿旅館
9月8日 (星期一) 第六天	07:00	團員完成Check-out手續，於旅館大廳集合，搭車前往推廣會場
	08:00	全體團員抵達推廣會場地準備
	09:20 13:30	舉辦臺灣觀光推廣會@吉隆坡 (地點：The Westin Kuala Lumpur)
	14:30 19:00	團員搭車前往柔佛，車程約4小時30分鐘
	19:00	抵達住宿旅館Renaissance Johor Bahru Hotel，辦理住宿手續
9月9日 (星期二) 第七天	09:00	業者自由安排拜訪
	12:00	工作人員及表演團體先行前往推廣會場地布置及彩排
	14:30	全體團員抵達推廣會場地準備
	15:20 20:00	舉辦臺灣觀光推廣會@柔佛 (地點：Renaissance Johor Bahru Hotel)
	20:20	檢討會議
9月10日 (星期三) 第八天	09:00	團員完成Check-out手續，於旅館大廳集合，搭車前往新加坡樟宜機場，車程約90分鐘
	11:00	抵達新加坡樟宜機場，辦理出境手續，準備返國
	14:00 18:50	搭乘星宇航空JX772班機抵達桃園國際機場
	19:30	搭乘專車人員請至行李轉盤前集合，返回台灣觀光協會
	20:30	抵達台灣觀光協會，全體解散

三、活動項目

本次吉隆坡旅展行程有兩大主軸，包括於吉隆坡 MITEC 會場舉行為期 3 天之 MATTA 旅展，及於吉隆坡 The Westin Kuala Lumpur、柔佛 Renaissance Johor Bahru Hotel 舉行之臺灣觀光推廣會，活動內容及過程如下：

(一)吉隆坡旅展(MATTA)

本次「2025 年吉隆坡 MATTA 秋季旅展」展期自 9 月 5 日至 7 日止，活動於馬來西亞國際貿易展覽中心(MITEC)盛大舉行。臺灣代表團由交通部觀光署委託台灣觀光協會組團參加，計有 53 個單位、104 名代表共同出席，參展陣容多元，涵蓋公私部門與觀光產業鏈各領域。其中，參展單位組成比例政府機構 21%、旅行社 35%、主題樂園與休閒農場 23%、旅館飯店 11%、旅遊協會及其他相關單位 10%。各單位皆依規定於展期全程派員駐點，進行現場導覽、產品解說及行銷推廣工作。

臺灣館的佈置以臺灣觀光品牌 3.0 版「TAIWAN-Waves of Wonder」(臺灣魅力·驚喜無限)為 LOGO，驚喜一波又一波的 WAVE 線條，勾勒出臺灣四季旅遊亮點，緊扣「親山、親海、樂環島」的行銷主軸，帶出臺灣山巒起伏、海洋魅力、蜿蜒公路與鐵道的流線氣勢，採用日出晨光的橘色，象徵臺灣觀光旅遊未來的發展性。此外，臺灣館特別邀請馬來西亞知名穆斯林網紅 SoyaBelacan(IG 追蹤逾 30.5 萬人、Facebook 追蹤近 39 萬人)登場推廣臺灣旅遊，現場氣氛熱烈。

本次吉隆坡 MATTA 秋季旅展期間，適逢馬來西亞公共假日(先知穆罕默德誕辰)，入場人數眾多，本會及三高山農場(清境、武陵、福壽山)展區位置設於會場主要出入口鄰近區域，為觀展民眾入場後首先接觸之展攤，具高度曝光優勢。藉此區位優勢，得以有效吸引人流關注，主動推薦及介紹本會三高山農場的獨特自然風光、季節及特色農產，並透過現場互動解說及贈品活動提升民眾參與度。推廣期間，駐馬來西亞台北經濟文化辦事處葉大使非比、交通部觀光署駐吉隆坡辦事處周主任士弼特別親臨會場，為臺灣代表團業者加油打氣，展現政府對觀光國際行銷工作的高度重視；本會亦藉此機會，主動向大使及主

任簡介本會三高山農場旅遊資源特色，並邀請共同參與行銷推廣。

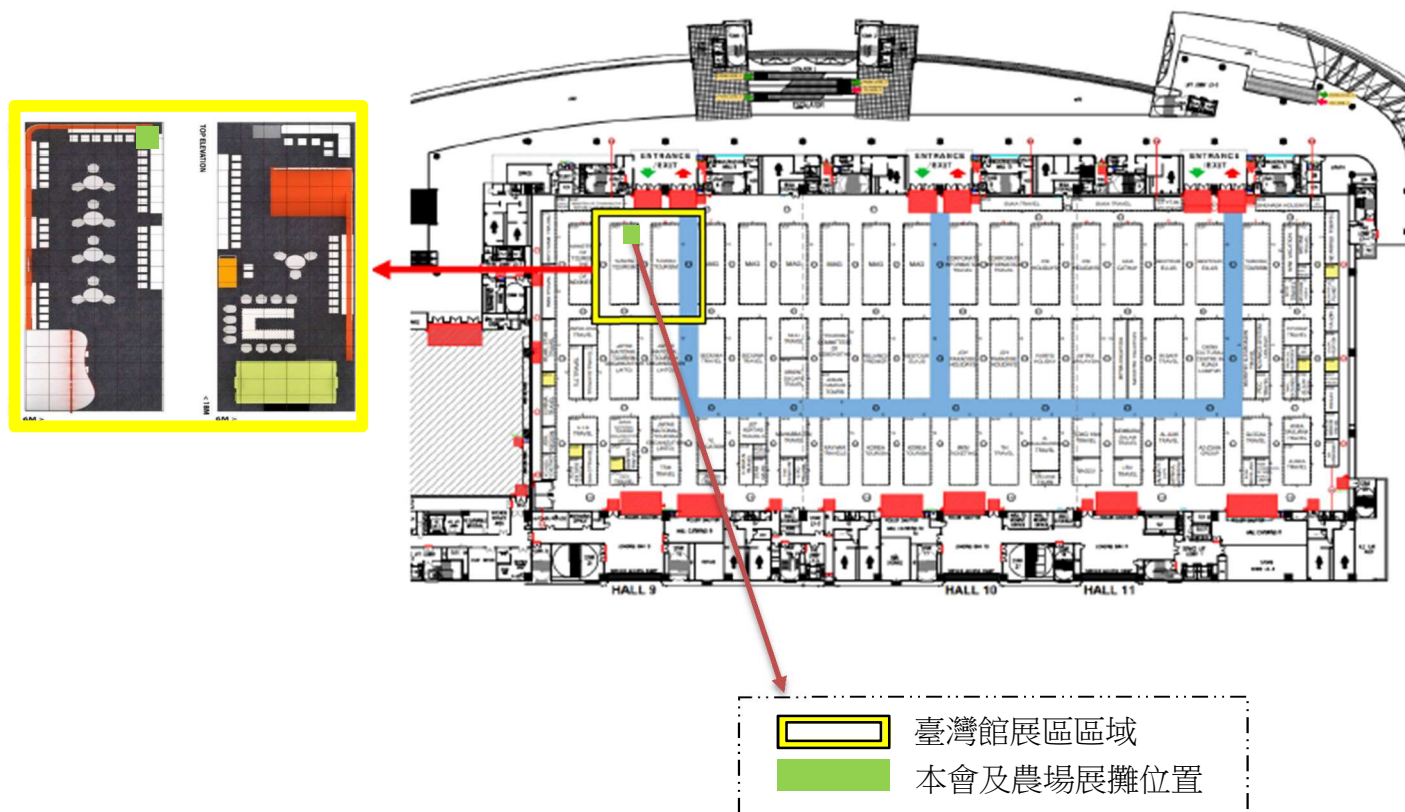
此外，清境農場更參加交通部觀光署舉辦之「星級旅館推廣活動」，以「清境農場一日遊」為主題進行簡報式介紹，內容涵蓋體驗活動、飲食住宿、自然景觀及生態教育等面向。透過精要的口頭解說與圖文並茂的多媒體展示，成功吸引現場旅遊業者與民眾的關注，活動現場並安排有獎徵答互動，現場民眾參與踴躍，聚集眾多粉絲駐足圍觀，增進馬來西亞國人對清境農場的認識，帶動整體展館人氣，達成顯著的宣傳加乘效果。整體而言，透過官方機構支持與現場互動推廣雙重助力，本會三高山農場的品牌形象在馬來西亞市場中獲得高度肯定，成效良好。

本會及農場運用造型玩偶、宣傳摺頁、明信片、及茶葉組，同時輔以多媒體工具進行宣傳行銷，不僅成功傳遞「臺灣山林魅力、友善旅遊體驗」之品牌形象，本會人員亦藉此機會邀請當地網紅拍照行銷農場，增加媒體曝光度，提升本會高山農場在馬來西亞市場之知名度與好感度。

在本次旅展活動的空檔期間，本會代表團隊也特別走訪各國展館進行觀摩交流，深入了解各國創新手法展現文化特色的行銷策略。各展館以多元創意結合在地文化，成功吸引現場參觀者目光，現場氣氛熱絡非凡。如馬來西亞航空館以「3D 立體特效熊貓」為主題設計，打造極具互動感的體驗空間，吸引民眾與旅行業者前往打卡拍照，並同步推出優惠機票方案；Golden Destination 攜手迪士尼主打郵輪海上旅遊，以中國古代復古造型登場，呈現創意十足的視覺亮點與文化趣味；日本館則以傳統風景與文化展示為基礎，搭配趣味搶答活動，營造寓教於樂的參觀體驗，成功延長參觀者停留時間。最吸睛的臺灣館則以熱情活力的互動活動掀起高潮，邀請人氣部落客於主舞臺進行搶答互動，並舉辦「珍奶搖搖杯挑戰賽」，另推出「雞蛋糕 DIY」體驗與免費品嚐活動，香氣四溢、人潮絡繹不絕，充分展現臺灣的親切魅力與創意能量。整體而言，各國展館以創新活動與文化巧思交織出豐富的展覽氛圍，不僅促進國際間的文化交流，也為本次旅展注入多元精彩與無限活力。

本次為期 3 天之旅展活動，展場期間本會聯合展位每日解說人數概估達到 400 人次以上。

MATTA FAIR 2025
HALL 9 - HALL 11, LEVEL 3 (TOP FLOOR)
MALAYSIA INTERNATIONAL TRADE & EXHIBITION CENTRE (MITEC)
5th -7th SEPTEMBER 2025



圖：臺灣館展區位置圖



參與旅展之各國展區資訊



本會工作人員開幕合影



向葉大使介紹本會農場魅力



葉大使協助推廣本會農場觀光



進行觀光行銷宣傳



進行觀光行銷宣傳



進行觀光行銷宣傳



進行觀光行銷宣傳



聘用當地翻譯增加行銷工作效率



向當地網紅推薦本會農場



向當地網紅推薦本會農場



與穆斯林及馬來文化進行交流與推廣



行銷推廣並協助進行問卷填寫



推廣清境農場一日遊



進行有獎徵答並與當地民眾合影



進行有獎徵答並與當地民眾合影



透過活潑具親和力之活動共同行銷臺灣旅遊



臺灣館團體合影

(二)臺灣觀光推廣會(吉隆坡、柔佛)

為強化與馬來西亞當地觀光旅遊業者合作，MATTA 旅展結束後，觀光協會規劃 9 月 8、9 日，於吉隆坡及柔佛舉辦臺灣觀光推廣會，建立雙方互動平臺，提供最新臺灣觀光旅遊政策、新興景點及特色等資訊予媒體報導，增加臺灣曝光率，提升臺灣觀光市場能見度。

第 1 場推廣會於吉隆坡 The Westin Kuala Lumpur 舉行，第 2 場則於柔佛 Renaissance Johor Bahru Hotel 辦理，參與對象包括當地旅行業者、航空公司及媒體代表等。活動採「臺灣業者設置展桌、馬來西亞業者逐桌洽談」之形式進行，現場交流熱絡。

本會代表團藉此機會全力推廣臺灣農場觀光特色，向業者介紹清境農場的綿羊秀與馬術表演、福壽山農場的蜜蘋果與賞楓活動，以及武陵農場的櫻花與杭菊等，充分展現四季分明、風景宜人的自然魅力。本會代表團並鼓勵馬來西亞旅行業者優先將本會所屬農場納入旅遊行程，吸引更多國際旅客前來體驗臺灣獨特的農場旅遊風情。

此次推廣活動圓滿成功，現場逾百位當地業者熱情參與，並積極交流與交換聯繫資料，行銷成效顯著，充分展現臺灣觀光推廣代表團的專業形象與實質成果。

9 月 9 日於推廣會後，隨即舉行交流晚宴，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舉杯致意，為晚宴揭開序幕。現場安排趣味互動問答活動，氣氛熱烈、掌聲不斷。本會代表團特別準備「農場旅遊年背包」、「茶葉禮盒」、「住宿券」及「綿羊玩偶」等精美獎品作為抽獎贈禮，不僅帶動現場熱潮，也藉此行銷臺灣農特產品與在地觀光特色。整場晚宴互動頻繁、交流熱絡，充分展現臺馬旅遊交流的友好情誼與合作契機。

晚宴結束後，台灣觀光協會隨即召開檢討會議，邀集參與單位代表共同檢視本次馬來西亞旅展與推廣會活動成果。參與代表們普遍認為，未來可適度增加景點考察行程，於旅展前先行深入了解當地文化脈絡與市場趨勢，使推廣內容更貼近目標客群需求，達到事半功倍的行銷效果。本會代表亦建議，協會可

於旅展前預為提供馬來西亞旅行業者名單及相關資料，協助臺灣團隊提前建立聯繫與合作對象，以進一步強化雙方旅遊產業鏈結，強化市場合作契機。

整體而言，參與代表一致肯定本次活動的整體表現，認為無論在宣傳效益、業者互動或媒體曝光度方面，皆達預期成效，充分展現臺灣觀光魅力。

	
推廣會場現場工作前合影	與駐吉隆坡辦事處周士弼主任(右 2)共同行銷農場觀光魅力
	
向業者推薦農場特色與魅力	向業者推薦農場特色與魅力
	
向業者推薦農場特色與魅力	向業者推薦農場特色與魅力



向業者推薦農場特色與魅力



向業者推薦農場特色與魅力



向業者推薦農場特色與魅力



推廣會聯合餐敘晚會



歡迎馬來西亞業者參加推廣晚會



推廣會抽獎熱絡現場



推廣會抽獎熱絡現場



推廣會抽獎熱絡現場

	
推廣會後檢討會議	推廣會臺灣團大合照

參、心得與建議

一、 瞭解族群文化差異，集中資源招攬華人客群

馬來西亞是一個多元文化、多族群與多語言並存的國家，其豐富的文化多元性，體現在民族、語言、宗教、節慶、服飾和飲食等多個方面，被譽為「亞洲的縮影」。人民來自不同族群與文化背景，其中以馬來人、華人與印度人為三大主要族群。馬來人佔全國人口約 6 成，是最大的族群；華人約佔 2 成；印度裔則約佔 1%。在宗教方面，伊斯蘭教是馬來西亞的官方宗教，約有 3/5 的人口信奉此教。根據法律，所有馬來人皆被視為穆斯林，這也是區分馬來人與非馬來人的重要標誌之一。華人族群則宗教信仰多元，部分人奉行儒家思想與道德觀，同時信仰佛教或道教，也有部分人信奉基督教。至於印度裔與斯里蘭卡裔居民，大多信仰印度教，此外，也有少數印度裔基督徒與源自印度旁遮普邦的錫克教徒，信奉其獨特的錫克教。

本次旅展及推廣活動設定在吉隆坡與柔佛州，屬馬來西亞人口密集的經濟核心區，聚集了商業、金融與工業主要活動，可在行銷過程發現臺灣整體對於穆斯林族群旅遊環境相對陌生，雖交通部觀光署已致力於推廣會中介紹臺灣各樣穆斯林友善環境(含認證餐廳、旅館、購物商店、旅行社及清真寺等)，並邀請馬來西亞高人氣影歌雙棲女明星娜比拉·拉扎利(Nabila Razali)擔任觀光代言人，期開發及吸引更多穆斯林旅客至臺灣參訪觀光，積極促成馬來西亞穆斯林

旅客來臺旅遊之倍增目標；惟觀察前來臺灣展區索取資料和詢問的多為華人，雖然也有穆斯林和印度民眾進場，但主動洽詢的人數相對較少。這顯示目前吸引馬來西亞民眾來臺的主要族群仍以華人為主。其國內占大多數之馬來民族因文化宗教差異，對臺灣的興趣相對較低。因此，建議未來仍應集中資源深耕馬來西亞之華人市場，同時持續加強瞭解穆斯林文化，並將其作為次要目標族群，讓穆斯林市場有機會更加了解臺灣，擴大其對臺灣旅遊市場的興趣。

二、 掌握旅遊行為模式，強化活動亮點行銷

經調查，華人農曆新年(約於每年 1 至 2 月間)、穆斯林開齋節(約於 3 至 4 月間)以及印度裔的屠妖節(約於 10 至 11 月間)，都是馬來西亞的重要傳統節慶。此外，馬來西亞中小學的學期假期安排也影響著民眾的出遊時段，主要包括：第一學期假期(每年 3 月第三至第四週)、年中假期(每年 5 月第四週至 6 月第一週)、第二學期假期(每年 8 月第四週)，以及年終假期(自 11 月第四週起至翌年元旦)。這些節日期間，全國各地民眾往往會返鄉團聚或外出旅遊，深入瞭解這些年度節慶與學校假期的分布，對於規劃旅遊行程及推出相關促銷活動具有重要參考價值。本會已配合參加當地規模最大之 MATTA 秋季旅展，並主打各時節適合之特色活動，有效掌握當地旅遊市場的旺季節奏與消費趨勢。

此次旅展活動設定於 9 月辦理，主要吸引馬來西亞年度旅遊需求最為旺盛的年終假期(11 月至翌年 1 月)邀請其國人來臺旅遊。本會代表團透過與民眾的直接互動、觀察展區人流及親身走訪當地街區，深入體驗馬來西亞的民俗風情與消費文化。整體觀察發現馬來西亞旅遊偏好正逐漸趨於多元化，部分民眾喜好已從臺灣著名之城市觀光轉移至市郊的特色景點，並表現出高度興趣，甚至主動向農場詢問包含農場旅遊在內之整體旅遊行程規劃，顯示其旅遊模式逐步轉向戶外休閒放鬆體驗。

為瞭解馬來西亞市場對臺灣及本會農場的了解程度，本次旅展透過問卷調查，評估民眾對臺灣旅遊的認知與興趣，並收集潛在旅客對旅遊產品與政策的建議。統計分析結果如下圖(吉隆坡 MATTA 秋季旅展問卷分析)。據分析結果顯示，填寫問卷者的年齡層主要集中在 30~50 歲青壯年居多(53%)，填寫問卷

者有 110 位曾到訪臺灣(76%)，大部分係以自由行方式來臺旅遊(68%)；經現場洽談顯示，因臺灣有便捷的高鐵、臺鐵與捷運系統，對於來臺旅遊之便利性普遍感到滿意，並有意願再次到訪。

進一步分析與本會農場相關的資訊發現，40%的民眾在來臺旅遊中曾到訪三高山農場，以清境農場最受歡迎(39%)，武陵農場及福壽山農場明顯較少(1%)，顯示大部分馬來西亞國人對清境農場有較高的認知度，但對武陵及福壽山相對陌生。此外問卷分析顯示，農場的優美景色是吸引旅客的主要原因(50%)，且多期望於 1~3 月及 10~12 月期間到訪(櫻花季及楓葉季)，並規劃以 2 天 1 夜(43%) 及 3 天 2 夜(40%)的行程為主；顯示豐富的生態及花季是提升旅遊意願的重要因素，未來應持續加強宣傳與推廣。

值得注意的是，多組民眾更詢問清境農場除了綿羊秀和馬術秀之外，現在和以往有什麼不一樣？民眾會前來再次探詢，研判應曾到過清境農場且留有良好印象，並期望再度造訪，惟希望會有不一樣的活動、體驗吸引其再度造訪。本會團隊細心向民眾說明近年新開發之牧羊人體驗、騎馬體驗、DIY 羊毛氈吊飾等，並可搭配高山夜間觀星、登百岳等週邊活動，豐富多元，民眾獲悉後均表示期待有機會再次造訪，可見持續創新開發遊憩活動，對遊憩區保持活力及吸引力有正向之影響力；此外本會團隊順勢介紹武陵及福壽山農場，介紹其四季皆宜之豐富遊程，包含春季的繁花盛開、夏季的沁涼秘境、秋季的楓紅詩意及冬季的純淨媚力，此外亦有多條登山步道提供更多元的戶外探險等。民眾大多表達有聽過但未有深入了解，經本會團隊細心解說及輔以多媒體展示，大多表達驚艷，並有約 3 成民眾願意嘗試規劃至武陵及福壽山農場旅遊，並進一步詢問前往農場的行程規劃與交通接駁細節。

三、 強化數位行銷，提升宣傳效益

本會於旅展活動現場共發放 145 份紙本問卷供民眾填寫，問卷設計有必填項目與邏輯跳題。惟資料須待當天結束或回國方能彙整與分析，無法於會場即時進行趨勢判讀與行銷策略調整，降低了即時回饋的效益。建議未來可導入數位問卷系統取代部分紙本問卷，以提升資料蒐集與分析效率，並新增符合當

地語言的多國語介面，強化跨國參與者的填答便利性與意願。

數位問卷可即時彙整與統計資料，讓團隊於活動期間即時掌握成效、快速調整行銷策略，有效提升宣傳效益與決策參考價值。同時，考量現場可能有高齡族群、不熟悉數位設備的民眾，或遇網路連線不穩的情形，建議仍保留部分紙本問卷作為備援，以兼顧多元族群需求，確保資料蒐集的完整性與連續性。

此外，根據此次旅展的經驗，若僅發送宣傳 DM 與贈送小禮，民眾在索取後可能不會對旅遊點留下深刻印象。然而，若能透過視覺與互動，瀏覽官網短片並輔以打卡抽獎活動，將能有效提升農場官網(社群媒體)能見度及加強民眾對農場的記憶度。因此建議未來在設計文宣及小禮品時，可同製做農場官網及主要社群媒體 Qr-code 手板，供民眾現場點閱及透過影片了解農場四季風情及特色文化，增強民眾的興趣和農場的曝光度。

四、 整合國內資源，提升行銷接待能量

本次旅展發現，自由行旅客已成為旅遊客群大宗，旅展現場多組民眾詢問到達臺灣旅遊最適交通工具或如何搭乘公共運輸前往農場，顯示交通便利性為吸引外籍遊客到訪的重要因素。

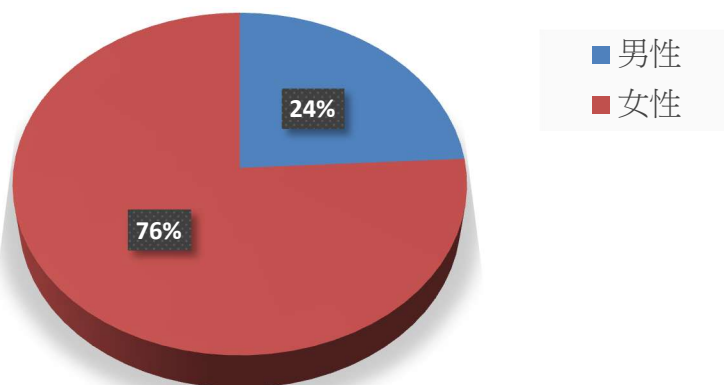
有鑒於此，本次旅展與推廣會活動中，本會與臺中市政府、南投縣政府及中部地區多家旅行社及民宿均積極參與，共同推動區域整合與行銷合作，強化臺中及南投清境地區的整體旅遊帶，也強化旅行業者間的跨域合作。在結合產業特色與體驗活動方面，對於文化及語言背景相似度較高之華人民眾，本會積極推薦農場各項豐富旅遊行程；另考量穆斯林客群之飲食及清真文化的尊重與重視，該部分將由旅遊及民宿業者提供符合穆斯林旅客需求的友善行程，供應穆斯林飲食、禮拜空間等貼心服務，並規劃旅遊路線導引至本會農場進行 1 日遊程；透過此合作模式，將進一步拓展本會農場在馬來西亞國際旅遊市場的吸引力與能見度。

此外，本會農場目前已啟動與旅行社及客運業者的合作模式，致力於滿足

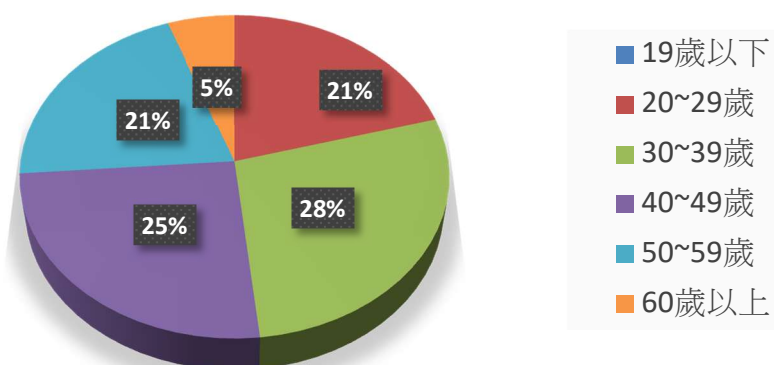
旅客快速且便捷的交通需求。其中，清境農場已率先推出交通旅遊套票，並導入「臺灣好行」景點接駁公車服務，以臺鐵臺中車站及高鐵臺中站為主要轉運樞紐，藉由軌道與客運運輸體系，快速串聯清境農場與國際機場、臺北及高雄等都會區，大幅提升國際旅客前往農場旅遊的便利性。

未來，本會將持續深化與旅行社及客運業者的合作，規劃以臺鐵宜蘭站及高鐵臺中站為雙核心樞紐，串接宜蘭與臺中地區主要景點，並導入預約制小團包車與共乘交通服務。透過多元且彈性的交通方案，將有效提升國內外旅客造訪本會三座高山農場的意願，讓更多遊客能輕鬆體驗臺灣中部高山之美。

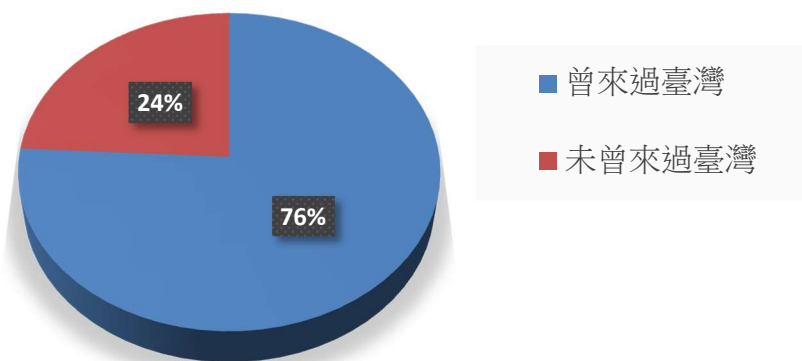
性別比例



年齡分布

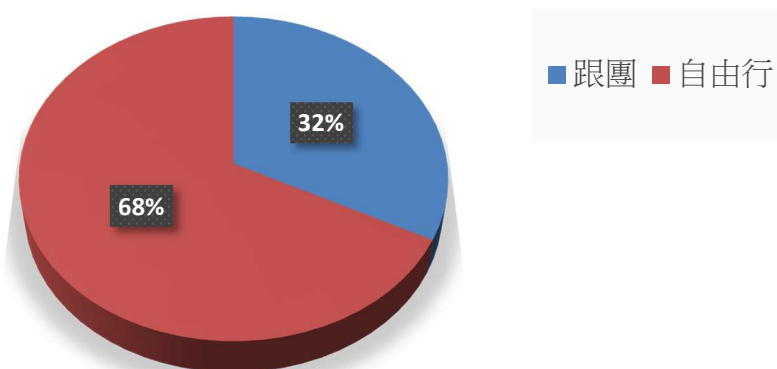


是否曾赴臺旅遊

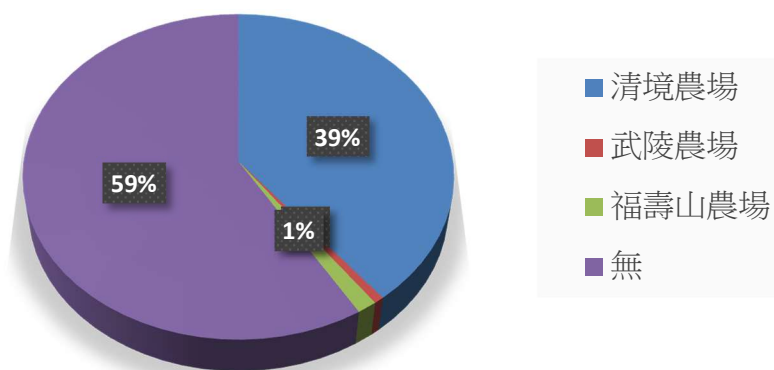


圖：吉隆坡MATTA秋季旅展問卷分析(1/4)

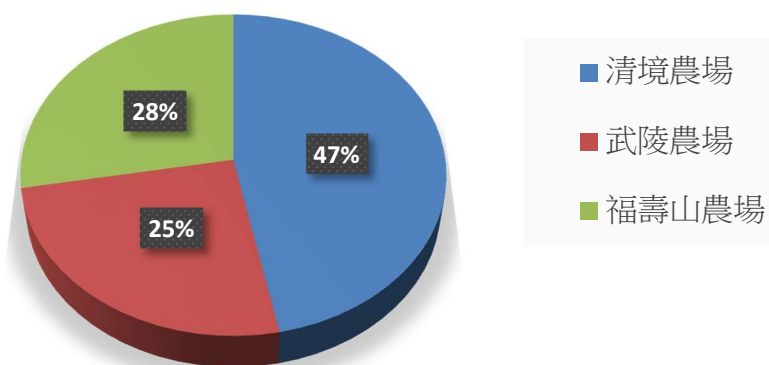
來臺旅遊形式



曾到訪本會農場

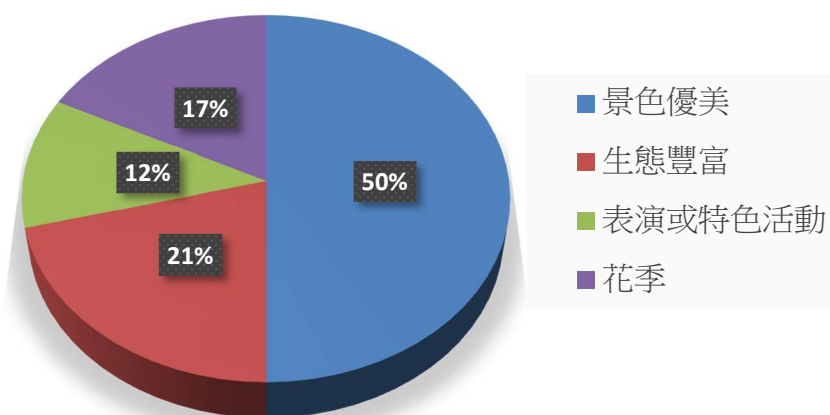


有興趣規劃至農場旅遊

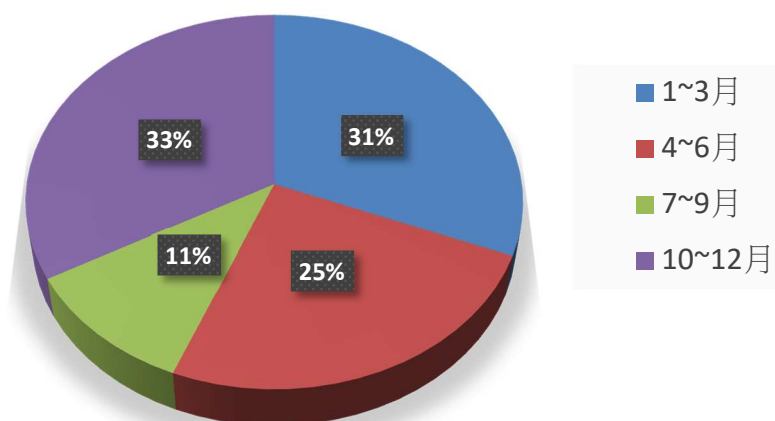


圖：吉隆坡MATTA秋季旅展問卷分析(2/4)

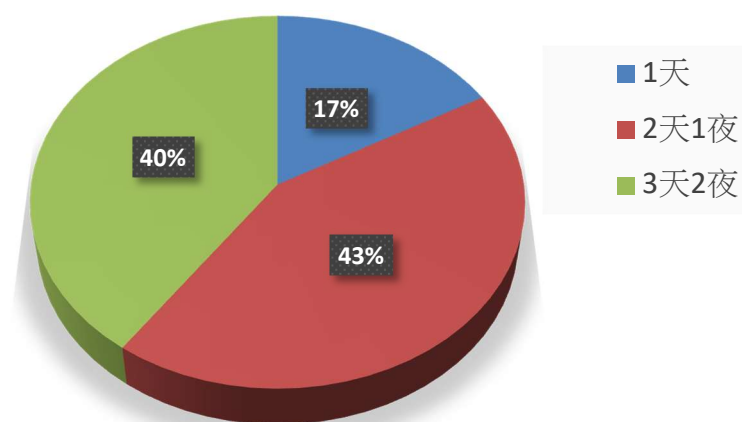
農場吸引到訪特色



將規劃哪個月份前往農場旅遊

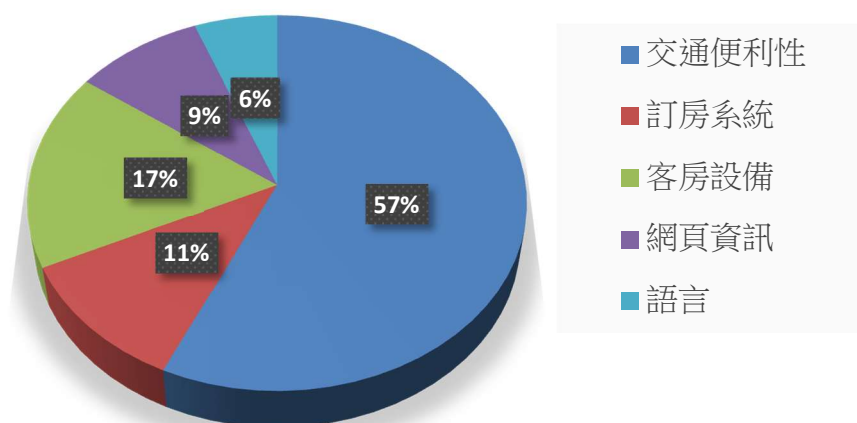


規劃至農場旅遊天數



圖：吉隆坡MATTA秋季旅展問卷分析(3/4)

農場需加強的服務



圖：吉隆坡MATTA秋季旅展問卷分析(4/4)

肆、結語

隨著疫情結束與國際旅遊需求恢復，馬來西亞民眾的海外旅遊興趣顯著上升，特別是對文化體驗、自然生態及氣候宜人的地區有高度興趣。臺灣兼具友善環境、治安良好與豐富農業資源的特點，對馬來西亞旅客而言具有吸引力。然而，近年臺灣國內旅遊市場受到人口老化、出生率下降及自然災害(如地震)影響，成長動能受限。若要維持觀光收益，積極開拓東南亞市場已成為必然方向。

對本會三高山農場而言，馬來西亞市場具備語言優勢(英語與華語普及)、旅遊偏好契合(偏好自然景觀與氣候涼爽的地點)、航班便利性(吉隆坡、檳城與臺北之間航線密集，航程約 4.5 小時)；此外，根據問卷分析結果顯示，仍有 59% 的曾來臺馬來西亞旅客尚未造訪本會所屬農場，顯示馬來西亞市場仍具相當的開發潛力，未來應持續投入資源於國際宣傳與參展行銷，以提升本會農場於國際市場的知名度與吸引力。

未來，本會將以深化國內合作行銷為基礎，積極整合旅遊業者資源與通路，擴大品牌能見度，攜手推廣「臺灣特色農場」的獨特形象，打造具競爭力的聯合行銷模式。除掌握國際旅遊趨勢與市場脈動外，亦將持續投入軟、硬體設施之升級與優化，全面提升遊客體驗與服務品質，吸引更多國際旅客來臺，為臺灣觀光產業注入新動能，推動農場永續發展。