

# 馬來西亞臺灣形象展

## 展覽規劃及介紹

經濟部支持 - 臺馬經貿、新創雙向交流旗艦平臺



1

2025年臺灣形象展  
展覽規劃

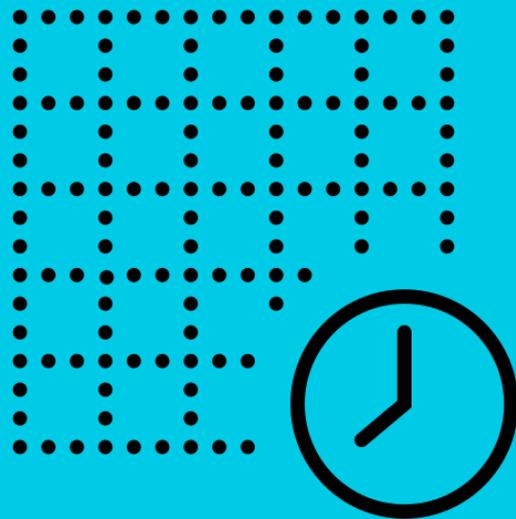
各展主軸及  
展區規劃

2

3

報名資訊

# 2025年 馬來西亞 臺灣形象展 展覽規劃



# 臺灣形象展歷年成果



## 8年成果

9國

35場  
臺灣形象展

5,515家  
臺灣企業參展

21億  
美元商機

786,00  
參觀人次

# 馬來西亞臺灣形象展展覽規劃

<b>國家</b>	馬來西亞吉隆坡
<b>展覽日期</b>	6/23-25
<b>參展家數</b>	170
<b>攤位數</b>	220
<b>展覽地點</b>	吉隆坡會展中心 KLCC Hall 4-5



# 展覽週邊活動

產業交流論壇



買主媒合洽談



貴賓及  
大型買主導覽



開幕及  
文化表演活動



# 馬來西亞臺灣形象展媒體宣傳

## 強力曝光臺灣產業形象

- ☑ 8大宣傳手法。
- ☑ 數位 + 社群 + 報紙 + 廣播 + 戶外廣告。
- ☑ TA鎖定馬國在地買主、代理商、經銷商、官方公協會。



# 2023年馬來西亞臺灣形象展成果

- 聚焦五大主軸，緊扣馬國產業發展商機。  
工業4.0、智慧醫療、清真、循環經濟、時尚生活。
- 展出規模每年成長，展示內容豐富多元。  
臺北市政府、桃園市政府、衛福部 共同參與。
- 臺灣企業建立企業品牌形象館。  
微笑單車、長庚醫院、東元電機、中華電信。

[▶ 馬來西亞臺灣形象展精采影片 \( 按此觀看 \)](#)



參展家數:  
170家

參觀人次:  
15,000

商機:  
8,241萬美元



# 2023年馬來西亞臺灣形象展宣傳效果

- 8大宣傳手法。

於Pavilion Mall戶外大型LED刊登影片廣告，人流及車流量約為 **250萬**。

馬來西亞媒體共計露出2則電視報導、18則平面報紙及136則網路新聞、部落客9則貼文及52則社群貼文，總計有 **217則**媒體露出。

- 開幕典禮貴賓，冠蓋雲集。

馬國全國工商總會(NCCIM)、馬國廠商聯合會(FMM)等，本展 **20個**支持單位公協會領袖都出席支持。



# 2023年馬來西亞臺灣形象展支持單位

- SME Association of Malaysia ( SMEAM )

馬來西亞中小型企業公會



- Malaysia Green Business Association (MAGBA)

馬來西亞綠色商業協會



- National Chamber of Commerce and Industry of Malaysia (NCCIM)

馬來西亞全國總商會



- Federation Of Malaysian Foundry Engineering Industries Association (FOMFEIA)

馬來西亞機器廠商總會



- Malaysia Retail Chain Association (MRCA)

馬來西亞連鎖公會



- Federation of Malaysian Manufacturers (FMM)

馬來西亞製造商公會



- Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers (MACEOS)

馬來西亞會議與展覽與供應商協會



- The National ICT Association of Malaysia (PIKOM)

馬來西亞電腦及多媒體工業協會

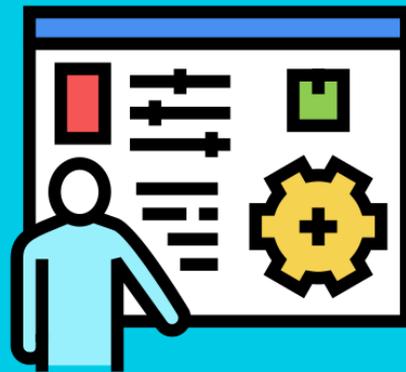


# 馬來西亞臺灣形象展參展商滿意度

- 繼續參加形象展**96%**
- 對臺灣產品滿意度突破**97%**
- 滿意媒合企業高達**98.8%**
- 將近**85%**尋得合作夥伴
- 整體滿意度達**98.9%**



# 2025年 臺灣形象展 馬展主軸及 展區規劃



# 2

# 馬來西亞市場特色



Area

**329,847** 平方公里 (臺灣面積9倍大)



Population

**3,456** 萬 (馬來60%、華人20%、印度7%)



Capital

**吉隆坡 (Kuala Lumpur)**



Religions

**伊斯蘭教為主(63.5%)**



## 市場特色

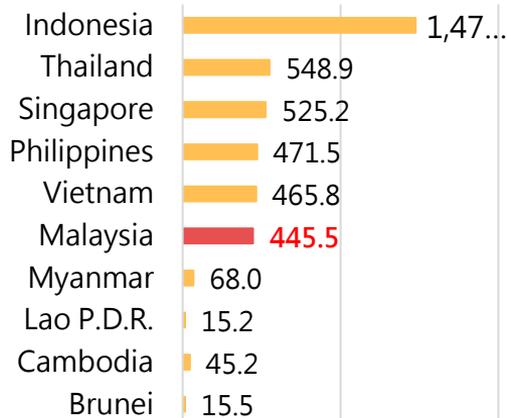
- # 2024全球競爭力排名第34、東協第4
- # 2024世界經商環境容易度排名第12、東協第2
- # 全球第五大的液化天然氣出口國
- # 「全球伊斯蘭經濟指標」排名第1



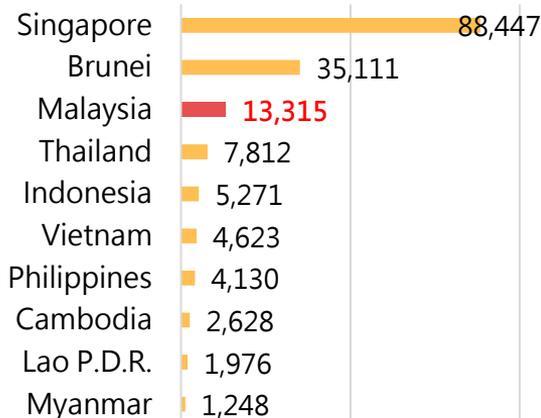
# 馬來西亞經濟條件

經濟規模中等，卻具有不錯的經濟實力。

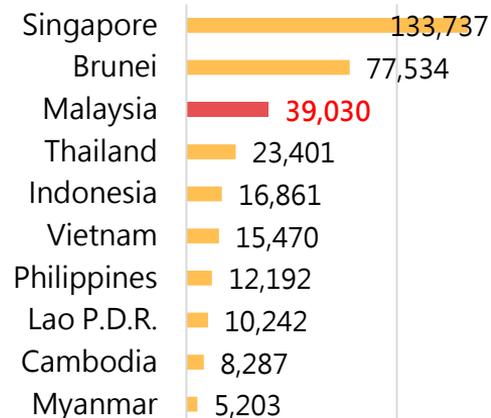
**GDP 規模東協第6**  
(Billions USD, 2024f)



**GDP per capita 人均東協第3**  
(USD, 2024f)



**GDP per capita, PPP**  
(USD, 2024f)

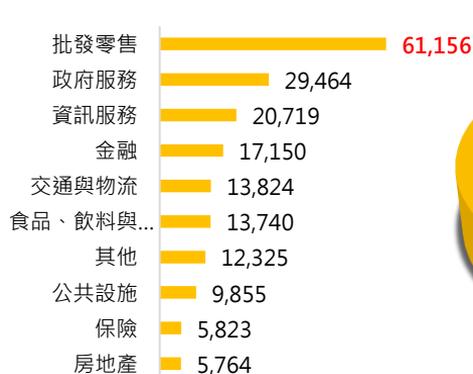


# 馬來西亞產業結構

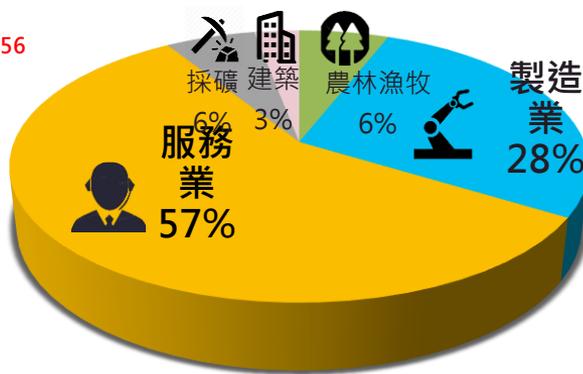
服務業(57%)最高，製造業(28%)居次。

服務業以批發零售為主，製造業以電子零配件最大，為觀察馬國景氣的重要指標。

服務業引領經濟成長。



單位：百萬美元



單位：百萬美元

資料來源：Jabatan Perangkaan Malaysia

# 馬來西亞進出口對象 (2023年全年)

臺灣是馬來西亞，第4大進口來源，第12大出口市場。

進口來源國		進口值↓ (萬美元)	占比 (%)	增減率 (%)
World		26,566,707	100.0	-9.6
China	1	5,662,814	21.3	-9.6
Singapore	2	3,147,277	11.9	2.6
United States	3	1,947,358	7.3	-14.4
<b>Taiwan</b>	<b>4</b>	<b>1,840,328</b>	<b>6.9</b>	<b>-23.4</b>
Japan	5	1,557,612	5.9	-17.5
Indonesia	6	1,324,308	5.0	-21.3
South Korea	7	1,213,509	4.6	-9.8
Thailand	8	1,194,699	4.5	-6.6
Saudi Arabia	9	958,369	3.6	11.7
Australia	10	763,308	2.9	-17.0

出口目的國		出口值↓ (萬美元)	占比 (%)	增減率 (%)
World		31,296,464	100.0	-11.1
Singapore	1	4,817,791	15.4	-8.7
China	2	4,207,573	13.4	-12.1
United States	3	3,536,735	11.3	-6.9
Hong Kong	4	1,970,956	6.3	-9.2
Japan	5	1,886,864	6.0	-15.8
Thailand	6	1,295,527	4.1	-13.4
South Korea	7	1,237,743	4.0	-0.8
Vietnam	8	1,137,387	3.6	-6.9
Indonesia	9	1,116,557	3.6	-11.6
Australia	10	1,095,054	3.5	0.5
India	11	998,899	3.2	-19.9
<b>Taiwan</b>	<b>12</b>	<b>951,312</b>	<b>3.0</b>	<b>-19.2</b>

# 馬來西亞進出口主要品項 (2023年全年)

馬來西亞出口大量電機設備及零件、礦物燃料、機器及機械用品。

	品項	出口值↓ (萬美元)	占比 (%)	增減率 (%)
85	電機與設備及其零件；錄音機及聲音重放機；電視影像、聲音記錄機及重放機	11,915,147	38.1	-7.0
27	礦物燃料、礦油及其蒸餾產品；含瀝青物質；礦蠟	5,187,814	16.6	-13.3
84	核子反應器、鍋爐、機器及機械用具及其零件	2,392,669	7.7	-11.7
15	動植物或微生物油脂及其分解物；調製食用油脂；動植物蠟	1,701,412	5.4	-28.1
90	光學、照相、電影、計量、檢查、精密、內科或外科儀器及器具；上述物品之零件及附件	1,364,899	4.4	-5.1
39	塑膠及其製品	903,112	2.9	-12.1
76	鉛及其製品	596,552	1.9	-20.3
72	鋼鐵	591,032	1.9	-18.6

馬來西亞亦進口大量電機設備及零件、礦物燃料、機器及機械用品。

	品項	進口值↓ (萬美元)	占比 (%)	增減率 (%)
85	電機與設備及其零件；錄音機及聲音重放機；電視影像、聲音記錄機及重放機	7,284,795	27.4	-14.5
27	礦物燃料、礦油及其蒸餾產品；含瀝青物質；礦蠟	5,082,589	19.1	-7.0
84	核子反應器、鍋爐、機器及機械用具及其零件	2,511,356	9.5	-2.8
39	塑膠及其製品	848,447	3.2	-15.3
87	鐵道及電車道車輛以外之車輛及其零件與附件	824,063	3.1	10.9
90	光學、照相、電影、計量、檢查、精密、內科或外科儀器及器具；上述物品之零件及附件	665,576	2.5	-0.2
72	鋼鐵	594,816	2.2	-10.5
38	雜項化學產品	570,684	2.2	-9.1
76	鋁及其製品	515,716	1.9	7.0

資料來源：Trade Data Monitor, TDM

# 馬來西亞主要進口成長品項 (2024年1-8月)

近期馬來西亞進口成長潛力產品包括電機、電子、機械、塑膠製品食品、日用品等。

	品項	進口值↓ (萬美元)	增減率 (%)
85	電機與設備及其零件；錄音機及聲音重放機； 電視影像、聲音記錄機及重放機	5,410,159	13.3
84	核子反應器、銅爐、機器及機械用具；及其 零件	2,462,672	57.4
39	塑膠及其製品	608,824	7.8
87	感光或電影用品	535,562	0.8
90	光學、照相、電影、計量、檢查、精密、內 科或外科儀器及器具；上述物品之零件及附 件	463,861	7.4
71	天然珍珠或養珠、寶石或次寶石、貴金屬、 被覆貴金屬之金屬及其製品；仿首飾；鑄幣	447,177	35.6
72	鋼鐵	394,413	0.7
76	鋁及其製品	376,750	12.9
74	銅及其製品	300,170	6.4

	品項	進口值↓ (萬美元)	增減率 (%)
73	鋼鐵製品	272,957	14.8
40	橡膠及其製品	266,972	24.4
18	可可及可可製品	235,302	94.4
26	礦石、熔渣及礦灰	207,774	3.9
10	穀類	196,912	27.0
48	紙及紙板；紙漿、紙或紙板之製品	121,744	7.1
02	肉及食用雜碎	110,331	3.1
94	家具；寢具、褥、褥支持物、軟墊及 類似充填家具；未列名之燈具及照明 裝置；照明標誌、照明名牌及類似品； 組合式建築物	100,944	20.8
17	糖及糖果	99,920	4.3

資料來源：Trade Data Monitor, TDM

# 臺灣出口至馬來西亞主要品項 (2023年全年)

臺灣出口大量電子零組件至馬來西亞。

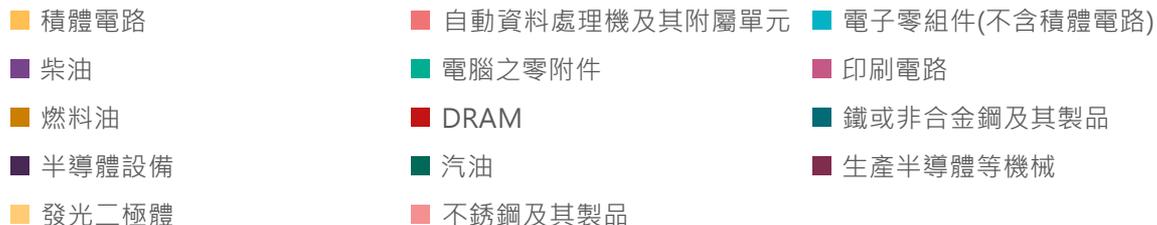
- 積體電路
- 柴油
- 電子零組件(不含積體電路)
- 鐵或非合金鋼及其製品
- 印刷電路
- 自動資料處理機及其附屬單元
- 電腦之零附件
- DRAM
- 汽油
- 燃料油
- 半導體設備
- 發光二極體
- 生產半導體等機械
- 不鏽鋼及其製品



資料來源：財政部進出口統計

# 臺灣出口至馬來西亞主要品項 (2024年1-9月)

臺灣出口大量電子零組件至馬來西亞；馬來西亞在進口「HS 8471 電腦及週邊裝置」，臺灣為其第2大進口來源，且進口比重自3.7%躍升為31.6%。



資料來源：財政部進出口統計

# 馬來西亞經貿政策

## 新工業大藍圖 (NIMP 2023)

- **目標**：創造5,875億馬幣(約**1,263**億美元)經濟附加價值、薪資中位數達4,510馬幣(約**970**美元)。
- **四大要務**：提高經濟複雜性、促使馬國成為數位化國家、推動淨零排放目標、維護經濟安全和包容性。
- **21大工業領域**。
- **綠色商機**：電動車、再生能源、循環經濟、碳捕集、利用與封存(CCUS)項目。

## 清真產業大藍圖 (HIMP2030)

- **目標**：將清真經濟貢獻擴大至2,300億馬幣(約**481**億美元)，即占GDP之**10.8%**。
- **範圍**：食品與飲料、藥劑、化妝品、供應鏈、金融服務、技術以及環境保護、社會責任和企業治理 (ESG) 等。

## 第十二大馬計畫 (12th Malaysian Plan · 2021-2025)

- **目標**：
  - 經濟賦能：每年平均GDP成長**4.5%**至**5.5%**。
  - 社會再造：2025年跨入高收入國家。
  - 環境可持續性：2050年成為碳中和國家。
- **範圍**：旅遊、電子與電機 (E&E)、全球服務、航太、創意產業、清真產業、生質能產業。

# 馬來西亞市場趨勢

## 高齡化 慢性病 個人健康管理需求升高

- 2020年65歲以上人口比例達**7%**，正式進入高齡化(aging)社會。
- 馬來西亞2024年60歲以上人口比例**11.6%**。
- 糖尿病患病率東南亞第一，全國超過**15%**成年人罹病。
- 超過**50**萬馬來西亞人同時有糖尿病、高血壓、高膽固醇、肥胖問題。

## 健康意識抬頭 關注永續發展

- 健康食品需求增加：消費者對健康食品、有機食品和功能性食品的需求日益增長。
- 環保意識提升：消費者越來越關注環境保護，對具有環保標籤的產品和服務青睞有加。
- 永續消費成為趨勢：消費者開始選擇具有社會責任感的品牌，並考慮產品的生產過程和對環境的影響。

## 購買力強勁的月光族

- 中產階級快速增長，有較高消費意願和可支配收入，他們對高品質的產品和服務有更大的需求。
- 馬國民眾平均每月花費**4,032馬幣**(約新臺幣**23,000**元)。
- 扣除基本開銷，馬國家庭花費依序為：外食、旅遊、**3C**與美妝消費。

# 2025年馬來西亞市場五大商機



## 經濟

- 電子電機產業創造有利投資環境
- 導入工業4.0提高企業競爭力，推進國際市場



## 社會

- 邁入老齡化社會
- 醫療結合ICT技術
- 改善衛生及醫療
- 主打清真醫療



## 環境

- 永續的循環經濟模式
- 2050年碳中和國家，運用碳定價和碳稅



## 科技

- 數位經濟
- 改善教育和寬頻網路



## 所得

- 中高所得消費市場
- 疫後崛起
- 清真市場

## 關鍵發展產業



### 數位轉型

基建：雲端、5G、資料中心  
工廠：自動化設備  
企業：數位管理工具  
零售：智慧零售系統



### 大健康

醫療器材  
智慧醫院系統  
遠距醫療  
個人健康管理  
居家照護



### 綠色科技

節儲能產品  
智慧能源管理系統  
綠色工廠設備  
碳排查與捕捉  
綠色建材



### 新科技服務

AI 個人工作應用  
AI 企業應用服務：  
零售、金融、物流  
資訊系統整合



### 零售服務

連鎖加盟、食品加工  
運動休閒、美妝  
手機遊戲、旅遊  
網購服飾、家飾

# 馬來西亞臺灣形象展展覽主軸



**綠色永續**  
淨零碳排館  
減碳包裝館  
循環經濟區

**AI 智慧生活**  
台灣精品館  
數位生活館  
未來生活藍圖

聚焦**5**大主軸

**智造未來**

綠色智慧工廠區  
智慧零售應用區  
智慧系統設備區  
AI新創區

**智慧大健康**

健康產業館  
智慧健康管理區  
未來美學實驗室

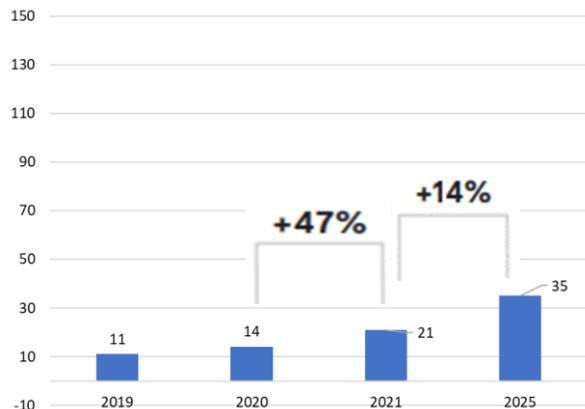
**臺灣文化大街**

JOM TAIWAN館  
TAIWAN SELECT  
連鎖加盟館  
MEET TAIWAN



# 聚焦東南亞數位經濟與AI發展，AI應用暨新創企業區

圖：馬來西亞數位經濟規模快速成長。  
單位：十億美元。



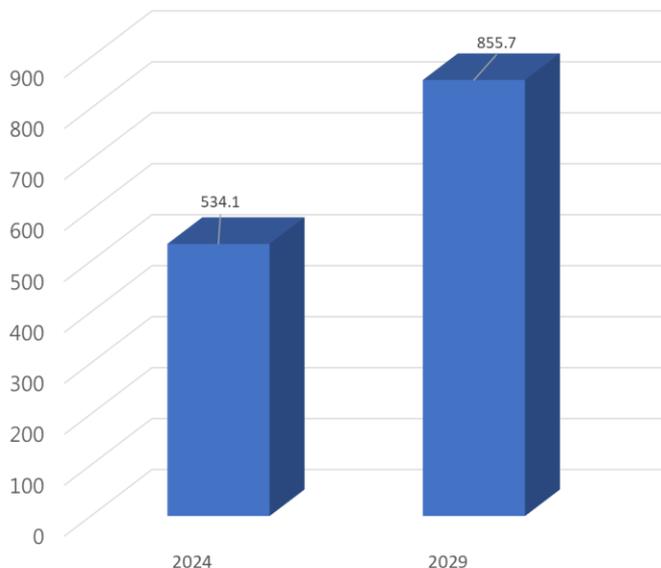
圖：馬來西亞各項數位服務規模快速成長。  
單位：十億美元。



“大馬數位經濟規模由2020年110億美元，預估2025年350億美元，成長率高達218%，2022至2025年之間的年複合成長率估計達20%。”

# 2024年馬來西亞智慧醫療市場

圖：馬來西亞智慧醫療市場規模。  
單位：百萬美元。



- 2023年，大馬國會批准健保部（MOH）健康白皮書，推動未來15年醫療保健系統改革。
- 主要推出電子病歷（EMR）和電子終身健康記錄（ELHR）以及健康資訊交換（HIE）等措施。目前，大馬僅3%診所所有數位健康紀錄。
- 健保部於2024年推動數位醫療，確保每位大馬國民只有1份健康記錄，在未來4到5年內，建立馬來西亞醫療保健系統。
- 大馬智慧醫療市場2024年市場營收5.341億美元。2024-2029複合年增長率年9.89%，到2029年將達8.557億美元。

# AI應用暨新創企業區，預計規劃參訪單位

- MYSTARTUP

Malaysia's Single Window For The Startup Ecosystem

<https://www.mystartup.gov.my/home>



- Mystertr

Crowdfunding in Malaysia

<https://www.mystertr.com/>



“Discover Malaysia’ s Startup Ecosystem: Engage directly with top Malaysia VCs, tech companies, and government-backed innovation hubs to learn what drives Malaysia’ s tech landscape.”

# MALAYSIA' S STARTUP ECOSYSTEM 4,057 Startups

States of Malaysia	No. of Startups	Industries of Startups
 SELANGOR	1890	Technology & Innovation, Retail & Marketplace, Financial Services
 KUALA LUMPUR	1505	Technology & Innovation, Retail & Marketplace, Financial Services
 PENANG	176	Technology & Innovation, Financial Services, Retail & Marketplace
 JOHOR	148	Technology & Innovation, Retail & Marketplace, Financial Services
 SARAWAK	50	Technology & Innovation, Retail & Marketplace, Financial Services
 SABAH	41	Retail & Marketplace, Technology & Innovation, Sustainability & Environment
 NEGERI SEMBILAN	36	Technology & Innovation, Sustainability & Environment, Retail & Marketplace
 MALACCA	33	Technology & Innovation, Retail & Marketplace, Financial Services
 KEDAH	32	Retail & Marketplace, Technology & Innovation, Sustainability & Environment

# Building Billion-Dollar Startups: Malaysia's Success Keys



Grab

\*Grab is often considered Malaysia's first unicorn due to its founding and early growth in the country, achieving significant milestones and investor attention.

**Year Achieved Unicorn Status:** 2014

**Valuation:** USD 39.55B

**Industry:** Technology & Innovation, Retail & Marketplace

**Technology:** Sharing Economy

**Founders:** Anthony Tan and Tan Hooi Ling

**Significance:** Grab, Malaysia's first unicorn, transformed Southeast Asia's transportation industry. Founded as MyTeksi in 2012, Grab expanded rapidly, acquiring Uber's Southeast Asian operations. In 2021, Grab debuted on the Nasdaq through a USD 40B merger with SPAC Altimer Growth Corp, raising USD 4.5B—the largest IPO by a Southeast Asian company in U.S. history.



CARSOME

**Year Achieved Unicorn Status:** 2021

**Valuation:** USD 1.7B

**Industry:** Retail & Marketplace

**Technology:** E-commerce

**Founders:** Eric Cheng and Qin Jia Zheng

**Significance:** Carsome became Malaysia's first unicorn in automotive e-commerce, offering a transparent platform for buying and selling used cars. Its rapid growth and regional expansion highlighted the potential of digital marketplaces in Southeast Asia.



ALPS  
ETRIICAL LIFE SCIENCE

**Year Achieved Unicorn Status:** 2024

**Valuation:** USD 1.6B

**Industry:** Sustainability & Environment

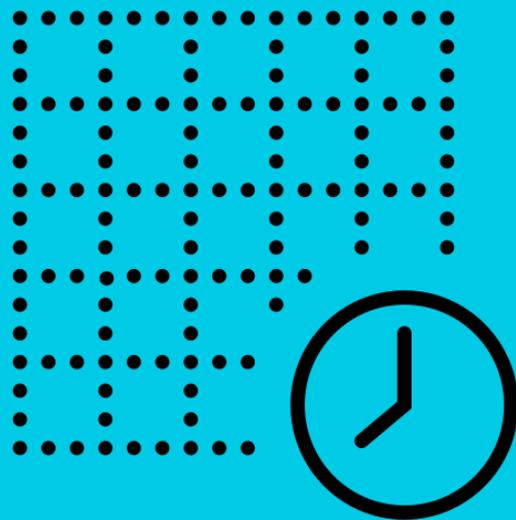
**Technology:** Biotechnology

**Founders:** Dr. Tham Seng Kong

**Significance:** Alps Global, Malaysia's first biotech unicorn, revolutionized the sector with its anti-aging medical and wellness services. Establishing a global R&D hub, it advanced stem cell research and attracted top international talent, reinforcing Malaysia's status as a leader in medical innovation.

3

2025年  
馬來西亞  
臺灣形象展  
報名資訊



# 馬來西亞臺灣形象展攤位費用



標準攤位 (9 m<sup>2</sup> Standard Booth)

新台幣 4.5萬元/攤



空地攤位 (9 m<sup>2</sup> Raw Space)

新台幣 4萬元/攤 (最少承租4個攤位以上 /10個以上8折)

# 馬來西亞臺灣形象展徵展日程及聯絡資訊

即日起

2/15

2/28

開始徵展

早鳥截止 (8折)

報名截止

馬展  
6/23-25

活動聯絡人：杜耀羽 先生

電話：02-2725-5200 #1808

eMail：MYS@taitra.org.tw

報名網址：<https://events.taiwantrade.com/MAL2025-999>

立刻報名

