

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：其他)

參加 2011 年馬來西亞秋季旅展推廣活動

服務機關：臺中市政府觀光旅遊局

姓名職稱：主任顏蔚雯

科長李守銘

約僱人員游麗鳳

派赴國家：馬來西亞

出國期間：民國 100 年 8 月 9 日至 8 月 15 日

報告日期：民國 100 年 10 月 17 日

系統識別號：

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數：8

出國報告名稱：2011 年馬來西亞秋季旅展推廣活動

出國計畫主辦機關：交通部觀光局

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話：游麗鳳/臺中市政府觀光旅遊局/約僱人員/(04)
25152584

出國類別：其他

出國地區：馬來西亞吉隆坡

出國期間：民國 100 年 8 月 9 日至 8 月 15 日

報告日期：民國 100 年 10 月 17 日

分類號/目：H9/觀光

關鍵詞：馬來西亞、吉隆坡、旅展

內容摘要：

2011 馬來西亞秋季旅展自 8 月 12 日至 8 月 14 日假吉隆坡世貿中心 (Putra World Trade Center, Kuala Lumpur, Malaysia) 展出 3 天，因展場可直接交易，又為馬來西亞人準備年底連假出國之採買行程準備，因此參觀人潮踴躍。旅展期間，各國旅行業者均滙集於此，為國際旅遊業者交流平台，交通部觀光局藉此盛會舉辦之際，特委託財團法人台灣觀光協會邀請中央、縣市政府、公協會、旅行社、民宿、國際及一般觀光飯店、溫泉旅館、休閒農場渡假村、主題樂園、婚紗及其他觀光產業等觀光業界等 99 個單位、總計 159 人的代表團，前往參展並與其他國家旅遊業者交流，推展臺灣觀光。參展期間，采風樂坊團員及民俗藝人的雕剪人像、鋁線折字現場賣力表演與現場觀眾同樂之禮品贈送活動，吸引眾多民眾的注意與參與。

臺灣代表團除參加馬來西亞旅展之外，又於旅展開展前兩日舉辦「臺灣觀光推廣會」，進行臺灣觀光宣傳推廣；除提供馬來西亞業者業者最新的臺灣觀光情報，也有許多媒體前來採訪，有效增加臺灣觀光環境之曝光率。

2011 年馬來西亞秋季旅展推廣活動

目 次

壹、目的.....	1
貳、推廣方式.....	1
參、活動行程.....	2
肆、心得建議.....	3
伍、活動照片.....	5

壹、目的：

- 一、近年來馬來西亞來台旅客維持穩定成長，去(2010)年來台旅客超過 28 萬人次較 2009 年同期(166,981 人次)成長 71.11%，今年 1-6 月來台旅客達 141,805 人次，相較去年同期(129,563 人次)成長率達 9.45%，配合政府今(2011)甫推出觀光品牌新 Logo 「Taiwan-The Heart of Asia」、「旅行臺灣·感動 100」及「觀光拔尖領航方案」等政策，再次組團參加秋季馬來西亞(MATTA)國際旅展，持續深耕馬來西亞旅遊市場。
- 二、鑒於我國政府近年來積極對馬來西亞地區開拓觀光客來台，歷年來春、秋兩季皆定期參加馬來西亞國際旅展(MATTA)，加強相互間觀光旅遊與商務等交流，其成效可藉由來台旅客人次成長給予肯定。尤其藉參展機會深入瞭解與掌握整體旅遊市場之現況與變化，其間無論對我國觀光形象與實質的推廣宣傳及業者商機助益甚大。

貳、推廣方式

一、舉辦展前臺灣觀光推廣會

- 日期：2011 年 8 月 11 日(星期四)
- 地點：Hotel Istana, Grand Mahkota Ballroom
- 內容：邀請當地業者及媒體出席，增加未來業界合作機會並提高媒體曝光宣傳。

二、組團參加 2011 年馬來西亞秋季旅展

- 展期：2011 年 8 月 12 日(星期五)至 14 日(星期日)
- 展場：Putra World Trade Center, Kuala Lumpur, Malaysia

三、活動內容

1. 組團參加馬來西亞秋季旅展，凸顯臺灣優勢與特色，有助於吸

引馬來西亞當地業者、媒體及民眾前來展攤，促進推廣宣傳
徠效果。

2. 由臺灣觀光協會負責邀請表演及展演團體，隨團於旅展現場展現觀光結合藝文強化旅遊深度，有助於吸引當地消費大眾來台意願與造勢，展現臺灣自然、人文及美食特色，促進推廣宣傳招徠效果。
3. 舉辦臺灣觀光推廣會，藉由業界交流，增進雙方業者合作機會，並促進馬來西亞旅客來台旅遊之商機。
4. 邀請相關航空公司、旅行社、飯店、遊樂區、休閒農場及政府單位等共同促銷推廣。

四、活動過程：

1. 旅展期間提供本市最新觀光資訊予當地業者、媒體及民眾，同時積極與南投縣政府合作，一併將日月潭、中臺禪寺、清境農場、鹿港龍山寺、苗栗三義、南庄等中臺灣景點納入「大臺中」旅遊行程，深受業者及當地民眾歡迎，踴躍索取本市山海花都觀光 MAP 及美術園道中英文折頁等文宣資料（現場共計發送 1 萬份），並深入詢問本市觀光景點及遊程規劃內容。
2. 主動聯繫、拜會當地南方假期、活力假期、五星旅遊、黃金旅程、中國運通國際旅遊、高峰假期、華府旅行社及親善旅遊社等旅遊業者，與資訊報、詩華日報、東方日報、101APPLE、星洲日報等新聞媒體，推銷本市觀光旅遊特色，並邀請其組團親臨本市體驗與採訪。

3. 由於吉隆坡連日來天候不佳，午後皆有間歇性大雷雨，致今年秋季旅展的買氣略較去年下滑（去年售出 5 千套），惟臺灣旅遊產品的多樣性選擇，在各大旅行社賣力銷售中，3 天展期售出 4 千 2 百多套旅遊產品。另據交通部觀光局吉隆坡辦事處張主任富南表示，若將當地旅行社店頭交易計入，今年銷售數量應已達 5 千套，和去年成績相同，亦頗為亮眼。

參、心得與建議：

1. 馬來西亞的年輕華人非常嚮往臺灣之旅，前來諮詢者以女性的自由行旅客居多，對本市觀光景點詢問度最高的為逢甲夜市及新社區（薰衣草森林）等，最關心的問題為交通工具、車程時間、住宿地點，由於在臺灣搭乘交通工具（高速鐵路、火車、計程車等）費用皆比馬來西亞昂貴很多（約 2~4 倍），故大部分自由行旅客在住宿地點的選擇上多會以景點附近或便宜的旅館（民宿）及日租套房為主。
2. 馬來西亞人對臺灣觀光景點及美食小吃的認識，大部分係透過電視旅遊節目（例如 TVBS 食尚玩家）或網路部落格、旅遊書籍、雜誌（例如：藝人劉 畊宏王婉霏著之「我們 EYE 旅行」）、媒體報導而來，由於馬來西亞的書籍價格昂貴（約為臺灣的 2~4 倍）較不普及，建議可透過網路、電視或平面媒體等通路，宣傳本市觀光旅遊資訊。

3. 參展期間與各參展代表廣泛交流討論目前馬來西亞的觀光旅遊趨勢與脈動，吉隆坡辦事處張主任特別提出全球熱門的穆斯林市場話題，尤其馬來西亞穆斯林約佔該國 6 成人口，更是臺灣觀光市場值得開發耕耘的新藍海。由於穆斯林出國觀光，必會挑選有穆司林認證的國家或城市，若能推動穆斯林認證，就有機會開啟馬來西亞穆斯林的觀光市場，因此建議先從本市的旅館與餐廳推動穆司林認證開始，或招商引入馬來西亞知名之連鎖旅館或餐廳到本市進駐，否則以目前的推廣，僅能吸引 4 分之 1 的馬來西亞華人市場，誠屬可惜。
4. 參展人員除充分瞭解本市著名觀光景點、文化節慶活動、節令特產及交通資訊等，並應對臺灣整體觀光資訊有基本認識，以利於展場中介紹。此外，由於 3 天展期時間每日自上午 10 時至晚間 9 時止，人潮絡繹不絕，故參展人員應隨時調適最佳身心狀態，做好事前準備配合整體推廣，善用平臺以達成觀光客倍增目標。

肆、活動照片：







