

出國報告（出國類別：其他）

參加 2013 年馬來西亞春季國際旅展
(MATTA FAIR KUALA LUMPUR 2013)暨
觀光推廣活動報告

服務機關：行政院國軍退除役官兵輔導委員會

姓名職稱：清境農場組長 林俊雄

派赴國家：馬來西亞吉隆坡

出國期間：民國 102 年 3 月 13 日至 3 月 19 日

報告日期：民國 102 年 5 月 15 日

系統識別號：C10201161

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數：22 含附件：是否

出國報告名稱：參加 2013 年馬來西亞春季國際旅展 (MATTA FAIR KUALA LUMPUR 2013)暨觀光推廣活動報告

出國計畫主辦機關：行政院國軍退除役官兵輔導委員會

出國人姓名/職稱/服務單位：

林俊雄/組長/行政院國軍退除役官兵輔導委員會
清境農場

出國類別：1.考察2.進修3.研究4.實習5.其他：參加旅展暨觀光推廣活動報告

出國地區：馬來西亞吉隆坡

出國期間：民國 102 年 3 月 13 日－民國 102 年 3 月 19 日

報告日期：民國 102 年 5 月 15 日

分類號/目：

關鍵詞：馬來西亞、MATTA FAIR、國際旅展、行政院國軍退除役官兵輔導委員會、清境農場、交易推廣會

內容摘要：

配合交通部觀光局所推動的「Taiwan-The Heart of Asia」政策及「觀光拔尖領航方案」計畫，並打造台灣為東亞觀光交流轉運中心及國際觀光重要旅遊目的地，運用大三通及航線延遠權利基，積極爭取華語、穆斯林及東南亞國家新富階級等新興市場客源，推動 farmstay、「機場-高鐵-農場」行程，藉由參加馬來西亞春季國際旅展，透過觀光局吉隆坡辦事處與馬來西亞當地的旅行業者接洽和媒體業者的宣傳行銷，藉由台灣觀光推廣會暨業者聯誼餐會辦理，邀請在地旅行相關業者與會，增加媒體的曝光率，提高能見度，促進國際觀光交流，進一步掌握馬來西亞觀光旅遊市場趨勢與脈動，加深馬來西亞消費者對附屬遊憩區及農場良好觀光形象，於東南亞地區市場擴大行銷附屬遊憩區，提升知名度，尤其是清境農場近年來所推動的觀光旅遊新措施，以實質拓展馬來西亞來臺至退輔會所屬遊憩區觀光市場。

目 次

壹、馬來西亞春季國際旅展概覽暨參展目的.....	4
貳、過程.....	8
一、旅展暨觀光推廣活動行程	
二、旅展暨觀光推廣活動紀要	
參、心得及建議.....	20

壹、馬來西亞春季國際旅展概覽暨參展目的

馬來西亞國際旅遊展（MATTA FAIR）自 1991 年開辦，原係每年舉辦一次，約由 80 個展攤組成；到 2005 年，展攤數已超過 800 個，演進成每年分春、秋 2 季展出，每次展期 3 天，堪稱馬來西亞首屈一指的旅展盛事。主要係 MATTA（Malaysian Association of Tour and Travel Agents）主辦，提供旅遊、觀光及周邊業者一個 B to B 及 B to C 的交易平台。

2013 年 MATTA FAIR 已堂堂邁入第 22 個年度，台灣的旅遊業界前幾屆多半零星參展，各自奮鬥；2007 年 10 月，交通部觀光局於吉隆坡開設辦事處，積極拓展大馬地區客源，推介來台觀光旅遊，連續多屆邀集國內旅遊、觀光相關公、私部門組團參加春、秋兩季馬來西亞國際旅遊展，公私協力，耕耘數年，成效卓著。



- 由左至右依序為：清境組長林俊雄、高鐵公司王副理雅蓓、佞旅遊公司楊美珠董事長、觀光局駐吉隆坡辦事處主任巫宗霖，高鐵公司林奎佑企劃

「Taiwan-The Heart of Asia」，本次參展台灣代表團展場布置

據本次參加馬來西亞春季國際旅展（台灣觀光推廣代表團）團長—觀光局國際組林組長坤源表示：臺灣近年來在國際上持續發光，馬來西亞是東南亞國家到遊台灣最多的境外旅客。馬來西亞民眾每年到臺灣旅遊的人次，近來逐年成長，從 2009 年的 16.6 萬人，到 2010 年達 28.5 萬（285,734）人次，2011 年訪臺旅客更一舉突破 30 萬（逾 307,898）人次，去年(2012) 年訪臺旅客更高達 30 萬 1,032 人次。今年代表團宣傳主題“Time for Taiwan” — 「旅行臺灣，就是現在」，及主打一年四季都精彩的「台灣觀光年曆」預計約可吸引達 39 萬人來臺旅遊。

去年外國觀光客來台觀光有 730 多萬人次，相較於赴大馬的國際遊客達 2,300 萬人次，台灣可與大馬交流推廣旅遊經驗，並期望在 2016 年赴台觀光人次能突破 1 千萬人次。



- 在觀光局和旅行業者努力經營下，台灣形象館前人潮不斷

- 大馬是多元宗教地區，旅遊業也提供多元相關配套行程。

行政院國軍退除役官兵輔導委員會以榮民之安置、就業、就養、及照顧為主要宗旨，附屬八大農林機構中，尤以武陵農場、福壽山農場及清境農場等三個高山農場，其轉型後所提供之觀光旅遊、服務設施最符合位處熱帶的大馬地區民眾於休閒旅遊特別期望能至氣候涼爽宜人之需求，本會今年仍以海拔 1,750 公尺以上之高山農場即符合前述大馬國人消費者市場需求，同時亦為本次馬來西亞春季國際旅展行銷、推廣重點。一方面配合觀光局結合民間業者，開發馬來西亞旅遊市場，延續大馬來台觀光客源成長趨勢並活絡商機；再方面可觀察亞洲（東南亞）旅遊趨勢；同時收集穆斯林旅遊資訊，做為後續評估新興市場開拓之可行性。



- 2013 年馬來西亞春季國際旅展下場旅館置歡迎牌。
- 台灣形象館整體外觀佈置。

2013 年馬來西亞春季國際旅展 (MATTFAIR 2013 KUALA LUMPUR) 於本 (102) 年 3 月 15 日至 17 日，假馬來西亞吉隆坡太子貿易中心 (Putra World Trade Centre, PWTC) 舉行，每日上午 10 時至晚上 9 時開放購票入場 (每張售價 3 RM, 約合台幣 30 餘元)，參觀人士包括：旅遊業及旅遊周邊產業商務客 (B to B) 和一般大眾 (B to C)。展場共分為 3 大區塊，Hall 1 及 Hall 2 以馬來西亞當地出境旅遊業者及亞太地區旅遊相關業者為主，Hall 3 以大馬本地國內旅遊業者為主。台灣形象館位於 Hall 1，展攤編號：1355-1374，展攤位於參觀出入口動線，人潮聚集效應大，同時也是全部展區租金最貴的區域，台灣形象館搶得先機，搭配有現場表演及獎徵答等造勢宣傳活動，成功吸引流動人潮。本會由清境農場林組長俊雄代表出席，隨交通部觀光局代表及其委託財團法人台灣觀光協會，偕同其他政府機關 (觀光局及高雄縣政府) 與觀光相關公會、民間觀光、旅遊業者、表演團體等，計 80 個單位團體、102 人參展。配合今年觀光局的宣傳口號是「Time For Taiwan」(旅行台灣，就是現在)。3 天展期計發出：清境農場 DM，中文版 1 箱 500 份，英文版 2 箱 1000 份，於推介會上送出心靈吊飾 100 份當地旅行業者交流活動。台灣館中亦舉辦憑馬來西亞→台灣機票兌換捷運悠遊卡活動；另外藉由旅展主要觀察馬來西亞旅遊趨勢、收集穆斯林旅遊資訊並提供附屬遊憩區旅遊現況與資訊，以利於旅展中引薦馬來西亞旅遊業進行推動馬來西亞消費者赴台至附屬農場觀光旅遊。



- 馬來西亞台灣形象館透過簡報強力放送清境農場照片對直接具效益

貳、過程

一、2013年馬來西亞春季國際旅展 (MATTA FAIR KUALA LUMPUR 2013)暨觀光推廣活動行程

本次台灣觀光推廣活動主要分兩部分執行：

- (一) 組團參加2013年馬來西亞春季旅展
展期：2013年3月15日（星期五）至17日（星期日）
時間：10:00~21:00（9:00赴會場準備）
展場：Putra World Trade Centre
地址：41, Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia
展攤編號：Hall 1 1355-1374
- (二) 舉辦台灣觀光推廣會（B to B，含交流餐會）
日期：2013年3月18日星期一）
時間：16:30~20:00
地點：Hotel Istana
地址：73, Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur, Malaysia

(三) 行程表

日期	時間	行程
3月13日 星期三 第一天	05:30	代表團成員至台灣觀光協會一樓集合
	05:40	專車由協會出發前往桃園中正機場
	06:30	代表團於桃園機場第一航站華航櫃檯集合
	08:50	搭乘華航 CI-721 班機前往馬來西亞
	13:30	抵達吉隆坡國際機場
	14:00	搭乘專車至住宿飯店
	15:00	整理行囊自由活動
3月14日 星期四 第二天	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	09:30	業者自由拜訪客戶
	16:00	全體團員飯店大廳集合，協會帶隊至台灣館整備
	16:20	全體團員至 PWTC 展館整備：確認運輸 DM、展攤簡易布置、領取工作證。表演團體熟悉會場舞台。
	18:00	觀光局巫代表宴請代表團團員
3月15日 星期五 第三天	07:00	晨喚
	07:30	早餐
	08:00	工作及表演人員前往開幕典禮會場，參加開幕活動
	09:00	代表團團員抵達 MATTA FAIR 2013 KL 會場

	10:00	MATTA FAIR 旅展第一天。
	21:00	展場閉館，收拾展攤返回住宿飯店。
3月16日 星期六 第四天	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	09:30	代表團團員前往 MATTA FAIR 2013 KL 會場
	10:00	MATTA FAIR 旅展第二天
	21:00	展場閉館，收拾展攤返回住宿飯店。
3月17日 星期日 第五天	08:00	晨喚
	08:30	於飯店享用早餐
	09:30	代表團團員前往 MATTA FAIR 2013 KL 會場
	10:00	MATTA FAIR 旅展第三天
	21:00	展覽結束，收拾展攤返回住宿飯店。
3月18日 星期一 第六天	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	09:00	業者自由拜訪客戶
	12:00	飯店大廳集合代表團搭車前往推廣會場地 Hotel Istana
	12:30	團員到達會場布置準備
	14:30	舉辦台灣觀光推廣會第一階段簡報
	17:50	舉辦台灣觀光推廣會第二階段餐會(地點:Hotel Istana)
	20:30	搭乘專車返回住宿飯店
3月19日 星期二 第七天	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	10:30	團員完成 Check-Out 手續，全體於飯店門口集合
	11:00	團員搭乘專車前往吉隆坡國際機場
	12:00	抵達吉隆坡國際機場辦理 Check-In 手續
	14:40	搭乘華航 CI-722 班機返回台北
	19:20	抵達桃園國際機場
	19:40	搭乘專車人員於第一航廈集合前往協會
20:30	抵達協會，全體解散	
<ul style="list-style-type: none"> ● 住宿飯店：吉隆坡 Best Western Premier Seri Pacific Hotel 100 Jalan Putra Above The Mall, Kuala Lumpur, 50350 Malaysia Tel:+60-3-40425555 Fax:+60-3-40417236 		

二、2013 年馬來西亞春季國際旅展 (MATTA FAIR KUALA LUMPUR 2013) 暨觀光推廣活動紀要

如前所述，觀光局今年再度委託財團法人台灣觀光協會組團參加馬來西亞春季旅展 (MATTA FAIR 2013 KL) 暨相關台灣觀光推廣活動，活動內容按日紀要如次：

◇ 2013 年 3 月 13 日：路程

代表團成員於清晨 5 時許至台灣觀光協會一樓集合，隨即搭乘專車前往桃園國際機場，搭乘上午 8:50 華航 CI-721 班機。因為團隊人數眾多，共計 80 個單位、102 人參展，check in 時由和平旅行社協助排隊暨行李過磅，快速有效率。本會計有清境林俊雄組長參加。

班機約於下午 13:30 抵達吉隆坡國際機場，隨即分乘多部遊覽車前往下榻飯店：吉隆坡斯麗太平洋酒店 (Seri Pacific Hotel Kuala Lumpur)。飯店臨近旅展展場，步行即可抵達，交通十分便利。住宿旅客多為本次參展國家、地區旅客，部分為中東穆斯林遊客。



- 抵達吉隆坡國際機場，設計別具風格
- 吉隆坡斯麗太平洋酒店 (Seri Pacific Hotel Kuala Lumpur) 可從房內遠眺雙子星大樓

◇ 2013 年 3 月 14 日：業務交流、布展

下午代表團全體團員赴 MATTA FAIR 展場 PWTC (太子貿易中心) 清點運

送 DM、確認展攤分配，並領取工作證，俾便旅展期間通行。本會展攤位置仍鄰近出入通道，與觀光局主要諮詢攤位只隔一家旅行社，舞台、活動區位於後方通道。台灣形象館主要構造呈現心型，呼應觀光局主打台灣觀光品牌：Taiwan-The Heart of Asia（亞洲之心—台灣）。



藉由清境農場布偶綿羊推廣附屬遊憩區套裝旅遊行程



- 大馬旅行社櫃檯現場廣告及販售馬來西亞來台至清境農場套裝遊程。

是（14）日晚間，由觀光局駐吉隆坡辦事處主任巫宗霖，設宴歡迎並接待所有代表團團員交流餐敘。代表團由下榻飯店搭乘專車前往餐廳，路程雖短，但適逢下班時間，交通壅塞，讓人見識了吉隆坡的車陣。席間公私單位團員相互交換名片，氣氛熱絡，部分團員已多次隨同觀光局參展，也都不吝分享 MATTA 的概況。

觀光局巫主任親切招呼在座台灣代表團團員及大馬當地旅遊協會代表都是辛勤、有力的「行銷台灣觀光最佳團隊」，並期許本次旅展能夠大有斬獲，銷售更多台灣行程。



- 清境農場、高鐵公司及親善旅行社於攤位區接待客人



清境農場與第一旅遊旅行社於攤位區合照

◇ 2013年3月15日：MATTA FAIR開幕、觀光推廣

上午8點台灣觀光協會工作人員先至會場準備參加開幕儀式，其餘團員於9點前就定位，展攤布置完畢，觀眾也依序入場，開幕第一天，觀眾人數頗多，顯見 MATTA FAIR 經過多年舉辦，已建立相當口碑，擁有基礎客群。



- 巫主任帶領拜訪 Apple 許董事長



- 高鐵公司 DM 宣傳並介紹清境農場



馬來西亞辦事處巫主任宗霖帶領清境農場林俊雄組長等拜訪 apple 旅遊有限公司許育興董事經理。

展場開放沒多久，台灣館前即聚集大量人潮，應可歸功於台灣觀光推廣會的媒體效益，另一方面因為展攤位於出入要津，要前往 2、3 館都會經過，再者只要購買台灣行程即提供豐厚贈品，也提升了買氣。小舞台不時也穿插有獎徵答活動提供小贈品，捏麵人與氣球人展攤更吸引許多女性與孩童排隊索取。主舞台區也有台灣觀光推廣代表團表演團嚕寶圖五樓等勁歌演出吸引觀眾。



- 台灣觀光代表團於舞台演出實況

馬來西亞由三大族群組成，馬來人約占 57%，另以華族及印度族為大宗，還有其他少數族群，官方語言為馬來語及英語，使用華語人口也不少，為呼應此一人口結構，有效推廣附屬三高山農場旅遊，開展首日觀察，華語及英語觀眾較多，穆斯林通常不會主動詢問。本會清境農場準備 200 份清境農場推廣茶包（上載清境農場全球資訊網網址），但因人潮陸續聚集，擇主動詢問顧客致贈茶包，其餘則發送中、英文對照版 DM。針對旅遊同業、媒體記者或展現較大興趣赴台旅遊，詳細詢問前往高山農場方式的訪客，以加強行銷宣傳本會所屬遊憩區。

各式出版文宣品索取踴躍，晚間 8 時許展場人潮陸續散去，閉館時間為晚間 9 點，收拾完畢約近晚間 9:30 返回住宿飯店。

◇ 2013 年 3 月 16 日：旅展第二天、觀光推廣

本日延續前一日參觀人潮，旅客持續洽商赴台自由行遊程。展場近午時分人潮反而更多，第一日與第二日上、下午 MATTA 所發出提袋顏色不同，搭配不同色系門票手環，可以清楚分辨。

晚間由觀光局馬來西亞事辦處巫主任帶領訪問當地各大旅行社，加強宣導附屬農林機構旅遊資訊。展覽結束時間仍為晚間 9 點。



積極推介高山農場相關行程



積極推介高山農場相關行程



本會展攤前和高鐵公司聯手答復旅客

◇ 2013年3月17日：旅展第三天、觀光推廣、撤展

本日為旅展最後一日，人潮會在晚間6時開始消退，持續到8時許斷斷續續仍有遊客來詢，本會清境農場(清境農場)運抵的文宣品(DM、摺頁等)及隨身攜帶的茶包、紀念品已悉數發放完畢。

◇ 2013年3月18日：市區巡禮、場地布置、台灣觀光推廣會、晚宴

利用本日上午自由活動，搭乘大眾運輸工具 LRT 捷運由 PWTC (太子貿易中心) 至 KLCC (雙子星塔)，該捷運票價較台北捷運便宜些，都會區交通尚稱便捷，但車內設施、指示牌誌及乾淨度都遠不如台北捷運親民，部分月台非以陸橋連接，而且封閉，必須繞行，上下樓又無電梯設備，安全及對殘

障人士而言非常不便。另外，雖有購票機器，但未提供收據，即使臨櫃購票，站務人員也不會主動提供收據，如發生收款與實際出站點錯誤，而且部份自動售票機僅能使用 coin 所以也不是很方便外國旅客。



• LRT 是輕軌高架捷運



• 客服中心感覺不是很親民

今年中午 12 至太平洋斯麗酒店集合，換著正式服裝前往台灣觀光推廣會會場 Hotel Istana (73, Jalan Raja Chulan, 50200 Kuala Lumpur, Malaysia) 清點運送 DM、布置交易會場。下午 2 時 30 分即陸續有當地業者及媒體抵達現場，各參展團隊無不卯足全力提供必要資訊及小型廣宣贈品，俾招徠媒體注意，有效宣傳觀光行程，並洽談旅遊交易。



清境農場洽談桌次位於入口處第一桌，明顯易達。參展同仁準備宣傳冊頁、布偶綿羊等。



• 上：洽談展桌前佈置。

清境農場洽談桌次獲分配於入口處，明顯易達，有效吸引來客目光。團員並攜帶布偶綿羊作為裝飾，清境農場則準備綿羊油保養品及茶葉，展示並搭配 iPad 解說場區風光，推廣會場成功吸引眾人目光與駐足洽談。

台灣觀光推廣會上，除了用九份的花生冰淇淋留住旅行業者的味蕾之外，觀光局同時洪新富老師示紙雕，以利行銷、推廣，惜因現場索取人數眾多，洪老師預先製作以大眾所熟悉卡通、早期童玩為主，包括：紙昇機、花朵、12 生肖摺紙、泰迪熊寶寶等，有效吸引媒體造訪。



- 嚙寶圖五樓勁歌熱舞。



- 在推廣會攤位以逗趣的紙童玩吸引旅行業者駐足

第一階段由嚙寶圖五樓熱力演出，穿著代表客家的花布衫加上勁歌載舞，立即炒熱現場氣氛。觀光局國際組林組長坤源致詞時則表示，這次參展的陣容為歷年之最，包括觀光局、行政院退輔會、高雄市政府等政府單位及民間觀光組織、旅行社、飯店業、休閒農場與渡假村等，總計 80 個單位 102 人，其中高雄市長陳菊市長還臨會場。馬來西亞春季國際旅遊展（MATTFAir）台灣館將提供參觀民眾各式旅遊文宣資料和諮詢服務，以台灣觀光年曆為特色主題，介紹台灣一年四季都精彩的相關旅遊配套行程。緊接著由駐馬來西亞代表處羅由中代表致詞，期許透過與大馬經驗交流，持續推廣台灣觀光旅遊，2016 年赴台觀光人次可望突破 1 千萬人次



• 觀光局國際組林組長坤源代表致詞



• 觀光局駐馬來西亞辦事處主任巫宗霖致詞



第一階段推廣會合照



• 與會貴賓舉杯預祝展會圓滿成功以推廣台灣觀光



上圖：馬祖耀博士簡報為什麼穆斯林要到台灣旅遊
右圖：高鐵週遊券簡報



馬祖耀博士則進行分享穆斯林觀光資源精彩簡報，包括穆斯林旅遊所需餐飲、住宿設施及相關認證取得。台灣目前合於標準的穆斯林旅宿設施數量仍有限，以附屬三高山農場而言，包括浴廁淨下設備更新及餐飲烹具尚須取得認證，現階段仍較不易達成。

第二階段推廣會，交易洽談會後隨即展開推廣餐會，首先由駐馬來西亞代表羅由中代表致詞，晚宴在魔術表演中進入尾聲，透過彩精的互動表演在場的貴賓都留下了深刻的印象。

抽獎活動是晚宴壓軸，各相關觀光旅遊、航空公司提供豐富獎項，本會清境農場共提供茶葉禮盒乙份及清境農場心靈吊飾 100 份。

台灣觀光推廣會行程表列如下：

14:00	會場布置
14:30	開場表演(三太子)
14:35	交通部觀光局國際組組長致詞
14:40	高雄市市長致詞
14:50	高雄市政府最新觀光資源簡報
15:20	穆斯林觀光資源簡報-馬祖耀博士
15:35	交易洽談會開始吉隆坡媒體接待、旅遊業者業務洽談、交易
16:15	臺灣藝文展演人員靜態演出(花生冰淇淋及紙雕藝術)
17:45	移動至 Mahkota II
17:50	第二階段推廣會
17:50~18:00	推廣會開幕式 <ul style="list-style-type: none"> · 駐馬來西亞代表處羅由中代表致詞 · 觀光局駐馬來西亞辦事處主任暨代表團團長巫宗霖致詞

18:00~18:30	臺灣觀光簡報暨影片欣賞 1. 經濟部專案簡報 2. 高鐵公司周遊券專案簡報
18:30	舉杯祝福臺馬觀光交流，合影，開始用餐
18:40	臺灣觀光資源有獎問答
19:10~19:30	表演節目~「嚐飽圖五樓」流行舞蹈
19:30~19:50	抽獎活動及交流
20:30~	晚宴結束

◇ 2013 年 3 月 19 日：路程、返抵國門

11 點前完成飯店 Check-Out 手續，所有團員分乘專車前往吉隆坡國際機場，搭乘 14:40 華航 CI-722 班機，約於 19:20 返抵國門，搭乘專車返回台灣觀光協會後各自返家，結束 7 日旅展行程。

參、心得暨建議事項：

根據 MATTA FAIR 官方統計資料，本次總展示面積達 23,200 m²，展攤與參展單位都突破歷年新高，本次參觀人次超越 90,000 人。

本會本年度由清境農場代表出席展會，據台灣休閒農業發展協會統計，近年馬來西亞來台旅遊觀光客約有三成選擇休閒農場，展現公私協力，多年耕耘成果，同時也顯示除了城市旅遊，美食與購物行程外，呼應全球生態保育趨勢及 LOHAS 慢活旅遊新型態，暫別塵囂，反璞歸真的休閒農場旅遊行程，也已另闢蹊徑。

鑑於觀光局協助製作國外宣傳海報及觀光巴士等配套行程，很多大馬朋友都知道清境農場，詢問度也相對高，本次參展觀察，有以下幾點建議：

- (一) 開發學生海外旅遊市場：馬星等 2 國市場仍可針對消費族群特性，鎖定需求，如以馬、星國學生海外旅遊市場為主體，可因應該國英國學制之假期(5 月份放 3 週及 11 月中放 6 週)，鎖定家庭親子(中、小學生)及大專學生族群推廣來台遊憩方案，積極開發各種 DIY 及農場獨特性體驗課程，將有效吸引的境外學子至農場旅遊，以彌補淡季平日住宿率，以提

高整體住房率。

(二) 多元經營採異業結盟合作模式：

- 1、清境農場於當地具有一定知名度，未來可朝向結合當地旅行業者、婚紗業者等一併開發馬國結婚婚紗攝影拍照市場，及所衍生相關住宿及餐飲市場。
- 2、評估與高鐵公司或各大航空公司合作，推出「高鐵+農場」或「機場+農場」(機+酒)行程特色行程，安排適合行程以吸引境外快速抵達農場旅遊。

(三) 建置行銷宣傳平台：建議各農場逐步建立行銷宣傳平台，專人負責與國內及外當地大型旅行社（尤其是國外大型旅行通路，可由臺灣觀光協會引薦）、航空公司（機+酒自由行市場）、高鐵公司所推出的高鐵假期及媒體保持聯繫，以逐步建立行銷管道，並能互相分享聯絡平台。

(四) 開發農場套裝或旅遊套票：為把握於參加國際旅展宣傳機會及推展農場套裝行程，建議各單位於行前與相關出國代表相互橫向聯繫與溝通，俾利瞭解各遊憩區對專屬旅客的套裝行程，研擬與二個以上之遊憩區相互之策略聯盟與串接行程，並可事先連繫觀光局旅展所在辦事處協助安排拜訪在地旅行業者，以便增加旅展銷行效益。

(五) 主動開發旅遊市場：馬國至台旅遊遊憩市場目前可分為馬國旅行社直接接洽、透過地接旅行社及自由行等三種旅遊模式，

- 1、經了解國內外旅行社普遍不知本會清境農場的房價包含青青草原票、小瑞士門票及早餐等，故間接影響了安排至本會清境農場住宿之意願，因此應致力宣傳週知旅行社有關此訊息。
- 2、自由行的遊客已逐漸由「走馬看花」轉變成「深度慢遊」之趨勢，本會清境農場所發行的「清境旅遊套票」相當適合自由行的旅客，未來附屬三高山農場如能串連成套裝行銷，將有效推展深度之旅。

(六) 開發穆斯林客群：因本會清境農場目前於各房間內僅佈設朝拜指示方向，觀察馬來西亞至台旅遊客群仍以華人居多，故目前先以華人市場為主，穆斯林客群為輔，俟相關穆斯林客群所需設施已臻完善後，進一步

認證穆林飲食後，屆時再予以積極宣傳推動。

- (七) 使用運用數位產品行銷：在旅展推廣會使用平板電腦或 iPad 工具等，以圖片式及影片方式逕行宣傳行銷效果甚佳，相較於紙本宣傳，使用平板電腦較為現代人所接受的的感觀圖相式宣傳手法，未來各農場辦理國內外旅展參考辦理，直接有效說明與增進消費者對農場印象。