

出國報告（出國類別：其他）

參加 2015 年馬來西亞秋季 旅展觀光推廣活動報告

服務機關：國軍退除役官兵輔導委員會

姓名職稱：事業管理處技正 董育任

清境農場組長 林俊雄

福壽山農場組長 陳靖儒

武陵農場專員 王維安

派赴國家：馬來西亞

出國期間：民國 104 年 9 月 1 日至 9 月 7 日

報告日期：民國 104 年 11 月 26 日

摘 要

本會為落實國家提振觀光政策，配合交通部觀光局推動「觀光大國行動方案」與深化「Time for Taiwan—旅行臺灣 就是現在」等計畫，偕同福壽山、武陵及清境農場與其他政府機關與民間觀光、旅遊業者等共同前往參加馬來西亞 MATTA 旅展。參加交通部觀光局駐吉隆坡辦事處所舉辦之觀光推廣會，與馬來西亞當地的旅行業者接洽和媒體的交流，提高能見度與知名度。於 MATTA 旅展現場上與大馬民眾互動，以直接接觸旅遊消費者方式，掌握大馬觀光旅遊市場趨勢與脈動。同時也有利後續農場開發新的旅遊產品，進而包裝推廣含農場之遊程，充分掌握旅遊市場商機，有效拓展國際觀光客源。

目 次

壹、目的.....	4
貳、過程.....	5
參、心得及建議.....	15

壹、目的

依據交通部觀光局資料，103 年整體來臺旅客突破 990 萬人次創歷史新高，較 102 年的 801 萬 6,820 人次成長約 24%，增幅達 190 萬人次，亦為歷年最高漲幅。其中馬來西亞旅客來臺達 439,240 人次，較前(102)年成長 11.39%，已為東南亞地區來臺最大客源國。

配合政府深耕馬來西亞市場並持續開發自由行及穆斯林來臺旅遊市場，以觀光做為整合平臺將臺灣文創、地方風俗等具有優質、特色、智慧、永續的元素結合，參加馬來西亞當地國際旅展推廣臺灣觀光，藉由參展加強相互間觀光旅遊與商務等交流，讓業者更加了解當地旅遊市場脈動，充分掌握商機，同時結合政府與業界資源共同推廣，加強網站和旅展宣傳，規劃優質旅遊產品及服務，希望吸引更多旅客來臺深度旅遊，使臺灣觀光產業更蓬勃發展。

而本次參加的馬來西亞國際旅展 (MATTA FAIR)，係由 MATTA (Malaysian Association of Tour and Travel Agents) 自 1991 年開辦。原每年舉辦一次，約 80 個展攤成長至迄今之展攤數超過 800 個，並演進成每年分春、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，也是當地旅遊、觀光及周邊業者一個 B to B 及 B to C 的重要交易平臺。

為加強爭取馬來西亞市場客源，本次臺灣觀光代表團成員包括本會、縣市政府、觀光相關公會、旅館業、旅行社、休閒農場、主題遊樂園…等 66 家旅遊業者共 110 人赴馬來西亞吉隆坡推廣觀光。除參加 MATTA FAIR 外，並舉辦臺灣觀光推廣會，行銷多樣化的臺灣套裝行程。據交通部觀光局駐吉隆坡辦事處曹逸書主任表示：臺灣近年來在國際上持續發光，馬來西亞是東南亞國家到臺灣旅遊最多的國際觀光客。馬來西亞民眾每年到臺灣旅遊的人次近來逐年成長，今(104)年 1 月至 6 月來臺旅客達 198,895 人，已為東南亞地區來臺最大客源國。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「臺灣觀光年曆」。

本會三高山農場因天然資源豐富、風景秀麗，加上多元遊憩設施與氣候涼爽宜人，最符合位處熱帶的大馬地區民眾於休閒旅遊之需求。而這也是本會與農場此次參加馬來西亞秋季國際旅展行銷與推廣之重點。同時配合國際觀光推廣政策，深耕馬來西亞旅遊市場，延續大馬來臺觀光客源成長趨勢並活絡商機；再者可觀察亞洲（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。

貳、過程

一、2015 年馬來西亞秋季國際旅展暨觀光推廣活動行程

日期	時間	行程
9 月 1 日 星期二 (第一天)	06:30	代表團成員至臺灣觀光協會一樓集合
	06:40	專車由協會出發前往桃園中正機場
	07:40	代表團於桃園機場第一航站長榮櫃檯集合
	09:40	搭乘長榮 BR-337 班機前往馬來西亞
	14:15	抵達吉隆坡國際機場
	15:15	搭乘專車至住宿飯店
	19:00	觀光局吉隆坡辦事處曹主任宴請代表團團員 地點：Pavilion Kuala Lumpur 6 樓，寶香綁線肉骨茶
9 月 2 日 星期三 (第二天)	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 地點：Berjaya Time Square 1, Jalan Imbi, 55100, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur
	13:00	團員到達會場布置準備
	15:00	舉辦臺灣觀光推廣會第一階段簡報（地點：Berjaya Time Square）
	17:50	舉辦臺灣觀光推廣會第二階段餐會（地點：Berjaya Time Square）
	20:30	搭乘專車返回住宿飯店
9 月 3 日 星期四 (第三天)	08:00	晨喚
	08:30	早餐，上午業者自由拜訪客戶
	14:00	全體團員飯店大廳集合，協會帶隊至臺灣館整備
	14:30	全體團員至Putra World Trade Centre • 2號廳展館整備(臺灣館展攤編號 2234-2253)：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臺。 地點：41, Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur
	16:00	佈展結束
9 月 4 日 星期五 (第四天)	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	09:00	代表團團員抵達 MATTA FAIR 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。
9 月 5 日 星期六 (第五天)	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	09:30	代表團團員前往 MATTA FAIR 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。
9 月 6 日 星期日	08:00	晨喚
	08:30	於飯店享用早餐

(第六天)	09:30	代表團團員前往 MATTA FAIR 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。
9月7日 星期一 (第七天)	08:00	晨喚
	08:30	早餐
	11:30	團員完成 Check-Out 手續，全體於飯店門口集合
	12:00	團員搭乘專車前往吉隆坡國際機場
	15:20	搭乘長榮 BR-228 班機返回臺北
	20:10	抵達桃園國際機場
	21:00	搭乘專車人員於第一航廈集合前往協會
22:00	抵達協會，全體解散	

二、活動紀要

(一) 104 年 9 月 1 日：出發至吉隆坡

代表團成員於清晨 6 時許至臺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 9:40 長榮 BR-337 班機。因為團隊人數眾多，check in 時由和平旅行社協助排隊暨行李過磅，快速有效率。班機約於下午 15:30 抵達吉隆坡國際機場，隨即分乘 2 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。飯店住客多為本次參展國家、地區旅客，部分為中東穆斯林遊客。

晚間，由交通部觀光局駐吉隆坡辦事處曹主任逸書宴請團員，旅展前為大家勉勵，所有團員都是辛勤、有力的行銷臺灣觀光最佳團隊，除肯定所有業者為推廣臺灣觀光的努力，更勉勵於旅展期間，以臺灣人的熱誠與服務的熱情，提供馬國民眾充分旅遊資訊，並與業者交流、聽取業者意見，增進彼此情誼，藉此機會整合臺灣官方及民間資源，讓團員們互相交換意見，以促進臺灣觀光推廣會及旅展等業務順利推展。

(二) 104 年 9 月 2 日：2015 臺灣觀光推廣會及交流餐會

由交通部觀光局駐吉隆坡辦事處舉辦臺灣觀光推廣會，邀請當地旅遊業者及媒體與代表團員進行業務洽談，提供最新臺灣觀光行銷方案，藉由媒體曝光，開發新行程新產品，以促成實質交易，積極拓展來臺旅遊商機。

中午 12 時，著正式服裝團員於下榻飯店大廳集合後，集體前往臺灣觀光推廣會會場 Berjaya Time Square。下午 3 時即陸續有當地業者及媒體抵達現場，各參展團員無不卯足全力提供旅遊資訊及文宣贈品，招徠媒體注意，宣傳觀光行程並進行業務交流。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。三高山農場各自準備了文宣、茶包、平板電腦等解說自然風光與住宿遊憩設施等，許多馬來西亞業者在聽過介紹後，表達對於臺灣均有極佳好感，其中約有一半的業者表示未來可將來臺行程增加三高山農場。整個推廣會過程歷時約一個半小時，交談過程極為熱絡。

由於推廣會前主辦單位已先以電腦配對場次，除臺灣業者需於網路登記外，馬來西亞業者亦需上網登記，提供雙方業者深度洽談機會。雙方業者再依配對結果進行每場次約 10 分鐘之業務洽談，總計共有超過 100 家當地業者進行約 530 場次交易對談。對二國業者而言，是一交換心得、溝通之平臺，藉由交流增進雙方合作機會；同時也可讓馬來西亞地區媒體認識農場豐富旅遊資源，於展前將旅遊資訊露出，這樣的作法可增進旅展上臺灣行程的銷售，也是行銷宣傳的良好管道。

推廣會後隨即展開交流餐會。晚宴中，由吉隆坡辦事處曹主任逸書感謝臺灣及馬來西亞旅遊業的辛勞與努力，並期勉民間交流的力量，實為展現國民外交，促進兩國友誼的最佳表現。曹主任以簡報方式介紹臺灣觀光資源、針對馬來西亞市場推出之各項獎勵措施、旅遊方案及臺灣建置穆斯林友善環境成果，包括所需餐飲、住宿設施及相關認證取得家數，表達臺灣爭取該客源之企圖心，期待所有業者媒體協助推廣及宣傳來臺旅遊，且特別將本年度重要大型活動向與會嘉賓報告，有效增進馬來西亞當地業者與民眾對臺灣之認識與了解，進一步拓展來臺觀光之商機。

接著是一連串的精彩表演並播放臺灣觀光宣傳片，晚宴氣氛輕鬆愉悅，也拉近二國業者彼此距離。雙方利用此一機會，互相了解產品特色與市場需求，雙方進行交流與溝通，尋求未來合作之機會。晚宴中安排抽獎活動，獎項由參與本次推廣活動之臺灣業者提供，如住宿券、特色伴手禮等，清境農場提供 2 張住宿券及武陵農場提供茶葉禮盒，並由農場代表上臺頒獎。最後抽出由航空公司提供最大獎來臺機票，帶起最高潮，活動順利圓滿落幕。



推廣會現場福壽山農場與媒合旅行社洽談



推廣會現場清境農場與媒合旅行社洽談



推廣會現場武陵農場與當地穆斯林業者解說農場觀光資訊



推廣會上介紹出席單位



推廣會入口大型立牌宣傳臺灣觀光形象



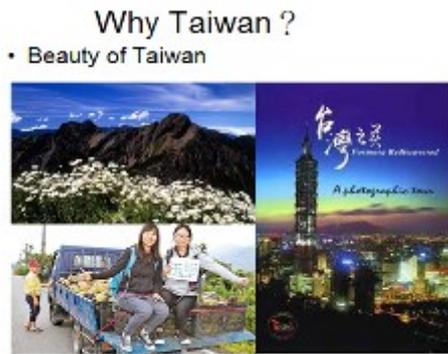
推廣會中現做龍鬚糖提供馬國民眾試吃



交流餐會曹主任臺上簡報



交流餐會現場



交流餐會簡報臺灣觀光資源



交流餐會簡報臺灣觀光年曆

<p>gourmet feast & local delights</p> 	 <p>Fascinating Attractions</p>
<p>交流餐會介紹臺灣美食</p>	<p>交流餐會介紹臺灣旅遊景點</p>
<p>Muslin Friendly Environment Restaurant</p> 	<p>Muslin Friendly Environment accommodation</p> 
<p>交流餐會簡報臺灣建置穆斯林友善餐飲環境成果</p>	<p>交流餐會簡報臺灣建置穆斯林住宿設施及相關認證取得情形</p>
	
<p>交流餐會簡報上介紹農場抽獎品</p>	<p>交流餐會上致贈抽獎品</p>

三、104 年 9 月 3 日旅展展攤攤位佈置

(一) 臺灣館整體意象

下午全體團員赴 MATTA FAIR 展場 PWTC (太子貿易中心) 清點託運之 DM、確認展攤分配，領取工作證，並進行展前佈置工作。今年臺灣館主題為「Time for Taiwan，旅行臺灣就是現

在」及主打一年四季都精彩的「臺灣觀光年曆」(文化、浪漫、美食、購物、樂活、生態)與「臺灣觀巴」為宣傳主軸，輔以「亞洲精華心動臺灣」之印象加強宣傳。整個臺灣館以橘色的年輕色調為基礎，輔以大型臺灣風景及特色活動背板，吸引參展民眾之目光並駐足停留。



臺灣館以橘色的年輕色調為基礎，有助於營造臺灣年輕充滿活力的旅遊意象。



臺灣館主打一年四季都精彩的「臺灣觀光年曆」宣傳主軸。



展攤佈置會場佈置露出清境農場



臺灣館宣傳臺灣樂活之旅，幸福體驗。

(二) 臺北市主題館設計精緻

由於臺北市 2016 年將主辦「Velo-city Global 全球自行車城市大會」，第一次在亞洲城市舉辦，有鑑於馬來西亞民眾喜愛自然景緻及騎乘自行車，所以這次展館特別以「Velo & Fun @ Taipei」為主題，介紹臺北最夯的綠色運具、綠色旅遊及 FUN TAIPEI 臺北自由行，同時推薦臺北穆斯林友善環境，邀請穆斯林民眾來臺北旅遊。

臺北市另將珍珠奶茶、美味伴手禮以及臺北街頭藝人演出帶到旅展現場，讓當地民眾體驗、品嚐及欣賞。臺北市為積極打造穆斯林友善環境，今年特別與馬來西亞 Astro TV 合作旅遊節目，邀請知名演員與導演老公來臺北拍攝旅遊節目，介紹臺北穆斯林友善旅遊路線，知名景點如 101 大樓、信義商圈、松山文創園區、陽明山等，並安排入住有指明麥加方向的旅

館，享用清真認證的餐廳，讓名人夫妻檔親身體驗臺北市友善、便利、多元的旅遊環境及特色美食，藉此將臺北推薦給馬來西亞的旅客。

在市政府大樓內的臺北探索館設置穆斯林祈禱室，以貼心服務穆斯林旅客，而臺北「清真餐旅認證」的旅館及餐廳已達數十家，各式料理應有盡有，種類眾多。此次秋季旅展，更規劃穆斯林旅遊專頁，並推薦 3 條 BMW（Bus & Bike、Metro、Walk）旅遊路線，內容載有詳盡的美食、住宿、祈禱等旅遊資訊，讓到臺北旅遊的穆斯林民眾都能輕鬆的按圖索驥。



「傳統臺北」、「美食臺北」及「紓壓臺北」主題館設計精緻。



臺北市展館特別以「Velo & Fun @ Taipei」為主題，介紹臺北最夯的綠色運具。

四、104 年 9 月 4 日至 6 日：參加 2015 年馬來西亞秋季旅展 MATTA FAIR

今年馬來西亞秋季國際旅遊展（MATTA）假吉隆坡 Putra World Trade Center 舉行，展期從 9 月 4 日（星期五）至 9 月 6 日（星期日），共 3 日，每日展覽時間為 10 時至 21 時，開放旅遊專業人士及一般民眾售票參觀。上午 8 時，臺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，民眾也依序入場。第一天開放進場時間未久，臺灣館前即聚集大量人潮，應可歸功於臺灣觀光推廣會的媒體效益，顯見 MATTA FAIR 經過多年舉辦，已建立相當口碑，擁有基礎客群。三天的展期，估計超過 10 萬人次進場參觀。

為吸引馬國民眾停留於臺灣館，主辦單位於展館內加入小舞臺以進行現場表演。表演團體有魔術師及歡樂汽球人演出，深受馬來西亞民眾好評。另展現臺灣多樣與飲食文化與特色的傳統小吃花生糖捲冰淇淋、龍鬚糖及客家擂茶，也同樣吸引大批人潮排隊試吃，推廣成效良好。除了表演外，還有主持人進行有獎問答活動，與現場觀眾互動，吸引大批民眾圍觀。交通部觀光局駐吉隆坡辦事處準備多種的臺灣觀光旅遊摺頁於現場供馬國民眾索取外，另特別準備 6,000 份贈品。只要大馬民眾於旅展期間至當地旅行社展攤上購買臺灣旅遊行程，即可至臺灣館吉隆坡辦事處攤位上領取贈品，現場兌換人潮絡繹不絕，深獲當地民眾好評。

而本會與農場參展人員在展攤上主要工作包含：觀光諮詢服務、分送文宣品以及與馬國當地旅遊業者同業交流。由於馬來西亞由三大族群組成，馬來人約占 57%，另以華人及印度人為大宗，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。開展首日觀察，華語及英語民眾較多，穆斯林也不少，但通常不會主動詢問。為了推廣農場觀光業務，對於前來展攤的民眾發送摺頁。針對旅遊同業、媒體記者或展現較大興趣赴臺旅遊，詳細詢問前往高山農場方式的訪客則致贈茶包，以加強行銷宣傳。

在這幾天的展期中也發現到，年輕族群的大馬民眾偏好以自由行方式旅遊並且選擇搭乘廉價航空，而且已經事先完成年底至臺灣的訂位購票手續。部分民眾因來臺行程尚未規劃，故到本會農場展攤上希望參展人員建議遊程內容以作為參考。詢問度最高的遊程有：阿里山或花蓮加清境農場、宜蘭礁溪加武陵農場、三高山農場巡禮等。期間辦事處曹主任也帶領本會農場人員拜訪當地各大旅行社，加強宣導農場遊資訊，為農場往後在馬國的觀光行銷業務建立良好合作關係。例如與馬星泰旅遊有限公司李芝羚總經理洽談現有所販售之臺灣行程加入三高山農場的可行性，並溝通農場現有遊憩與住宿服務等業務。

	
<p>吉隆坡太子貿易中心外觀</p>	<p>旅展現場展攤配置圖</p>
	
<p>展場開放不久即湧入大量人潮</p>	<p>本會與農場人員與辦事處曹主任合影</p>



本會與農場參展人員於攤位上合照



農場參展人員熱忱提供旅遊諮詢



展場解說推廣



展場解說推廣



展場解說推廣



馬來西亞旅行業者行銷臺灣套裝行程



馬國業者行銷清境農場行程



臺灣館人潮不斷

	
<p>小舞臺有獎徵答活動提供小贈品</p>	<p>「花生捲冰淇淋」吸引民眾排隊領取</p>
	
<p>魔術表演</p>	<p>氣球表演</p>

五、9月7日：回程、返抵國門

11時30分完成飯店Check-Out手續，所有團員分乘專車前往吉隆坡國際機場，搭乘15:20長榮長榮BR-228班機，約於20:10返抵國門，搭乘專車返回臺灣觀光協會，結束7日旅展行程。

參、心得與建議

有鑑於交通部觀光局製作國外宣傳海報、三高山農場納入觀光巴士旅遊路線等配套行程，很多馬來西亞遊客對於清境農場有一定程度知悉。加上近年來至馬國旅展推廣結果，也引起遊客對其他農場，例如武陵農場的櫻花季及福壽山農場的楓葉美景、蘋果和茶葉等農產品，詢問度也相對高，本次參展觀察心得與建議如后：

一、積極參與國際旅展，開拓行銷管道，提升形象與知名度

旅展與媒體行銷不同，媒體宣傳重視意象，將農場特色透過簡單的影像直接烙印在看到廣告的民眾，在視覺接觸的瞬間，得到大部分的效果，可以引起來訪興趣的開端，所以目標是一般大眾。但旅展則是經過篩選，透過多樣的旅遊資訊與面對面的接觸，將心中想法變成

作法，是非常直接的宣傳作為，其行銷旅遊的成效相當良好。或許基於地緣性、國際關係及文化等因素，馬來西亞地區民眾對於臺灣印象普遍極佳，外國觀光客來臺，因各國家、宗教信仰不同，各國人民旅遊方式習性有別，藉由旅展、觀光推廣會可當面相互溝通，除推薦自我產品外，更重要的可了解當地業者、消費者之旅遊需求，作為未來接待方式之參考，更可提升服務品質，有利業務推展。

二、分析自由行族群及家庭旅遊習性，規劃合宜配套措施

臺灣擁有豐富的文化、多元性的飲食、便利交通及購物等條件，加上語言上的優勢，向為馬來西亞地區民眾所嚮往，據臺灣休閒農業發展協會統計，近年馬來西亞來臺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，且因廉價航空使旅遊費用低廉，鼓舞自由行的旅遊風潮，詢問的族群以家庭旅遊和自由行族群為主，家庭旅遊客層較重視遊程的便利、安全、大眾化景點，結合登山健行、蜜月婚紗及農業觀光等元素，推出包裝 2 天 1 夜或 3 天 2 夜行程；由於年輕族群自主性高且無語言障礙，來臺自由行詢問度不斷增加，該等所需的係自下機後之行程、交通、住宿、導覽等規劃安排，尤以個人行之遊客為最，三高山農場天然資源豐富，山明水秀，農特產品遠近馳名，如能串連成套裝行銷，將更有效推展深度之旅。

馬來西亞係屬英國學制，5 月份、11 月份各有 3 週及 6 週假期，可針對中、小學生家庭及大專學生族群推出特色行程，強調期間內農場特色活動或景色，將有效吸引當地學子至農場旅遊。而大馬銀髮族市場重視銀髮族體能之休憩活動、可強化健康養生、Longstay 等，彌補淡季平日住宿率，以提高整體住房率。

三、異業結盟，並加強網路及 e 化應用，有利行銷

觀光首重包裝和行銷，從參展中，體認到行銷宜整體規劃，發展觀光勢必要立足臺灣、放眼世界。馬來西亞旅遊市場近年來在觀光局計畫性宣傳並積極辦理推廣活動下，維持著相當不錯的成長率，當地業者亦對未來表達樂觀看待的態度。該國當地旅行社主力的旅遊產品為臺灣、香港、韓國、大陸等地區旅遊產品。販售的臺灣旅遊產品中，必有休閒農場行程，為臺灣休閒農場業者經營此市場多年的成效。團客市場可持續與主力旅行社合作，鼓勵旅行社針對不同目標客群開發不同主題之新行程與優質行程。自由行市場部分，則搭配航空公司「機加酒」行程商品提供多重不同主題遊程，包裝如「高山農場休閒渡假」、「自行車親子遊」及「櫻花美食饗宴」，供自由行旅客多元選擇，並逐步建立行銷管道與互相分享聯絡平臺。而年輕族群習慣使用網路、社群或智慧型手機 APP 等的媒介宣傳管道，可提供自助旅行者於行前豐富的旅遊訊息，增加其來農場旅遊意願。

四、持續開發穆斯林客群旅遊市場

2015 年 3 月穆斯林旅遊諮詢公司新月評比(Crescentrating)與萬事達卡公司(MasterCard)首度合作的一份涵蓋 81 個非穆斯林地區以及 29 個穆斯林國家的調查顯示：新加坡是非伊斯蘭教國家中的穆斯林旅遊首選，臺灣也擠進第 10 名，成為清真旅遊目的地熱門選項。在交通部觀光局與中國回教協會合作之下，目前全臺共有 70 家餐旅業及 3 家中央廚房取得穆斯林餐飲認證，13 個國家風景區設置祈禱室與洗手間淨下設備，在穆斯林旅遊環境整備日益完備。

三高山農場目前狀況雖仍無法取得穆斯林餐飲及住宿相關認證，目前僅有清境農場於各房間內佈設標示東南西北方位以利進行膜拜朝拜指示方向，而餐飲的部分則可先配合回教不吃豬、帶殼海鮮、鰻魚、禁酒等特殊飲食習慣，再研發相關料理。農場景點優美，對穆斯林旅客有一定程度的吸引力，如果能日後餐廳及旅館通過認證，打造符合接待穆斯林的旅遊環境，應可順利爭取穆斯林族群來場意願。

五、以旅遊節目行銷農場

馬來西亞華人普遍喜愛收看臺灣電視節目，尤其是美食旅遊節目所介紹的臺灣各地美食與旅遊景點，在當地蔚為風潮。甚至當地旅行社主力行程就以節目名稱及所到之旅遊景點，招徠消費者，可見運用媒體的宣傳之成效。以節目介紹景點之置入性行銷方式，擄獲大馬民眾目光與提升旅遊動機，進而增加其來農場旅遊之意願，亦是另一個宣傳利器。