

出國報告（出國類別：其他）

參加 2017 年馬來西亞地區觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：周士弼 副工程司

派赴國家：馬來西亞

出國期間：106 年 9 月 5 日至 9 月 10 日

報告日期：106 年 11 月 30 日

「參加 2017 年馬來西亞地區觀光推廣活動」

出國報告

目次

壹、前言.....	2
貳、行程（活動）概要.....	4
參、心得與建議.....	7
肆、附件.....	10

壹、前言

馬來西亞位於馬六甲海峽航線樞紐位置，是東南亞地區前三大經濟體，2016年估計平均每人GDP（Gross Domestic Product）約達9,545美元，已具有相當程度之旅遊產品購買能力。另推估2016年馬來西亞全國人口約為3,174萬3,000人，前三大種族人口中，馬來人約達50.4%，華人約為23.7%，印度人則佔7.1%；其中華人族裔具有經濟優勢與高消費能力，且對台灣有特殊好感亦無語言隔閡，因此交通部觀光局（以下簡稱本局）自2007年起，即於馬來西亞首府—吉隆坡設置辦事處，以深耕當地華人旅遊市場，積極推廣台灣觀光。

由於我國自2002年起開放馬來西亞民眾來台觀光免簽措施，後續搭配本局吉隆坡辦事處2007年起之多元推廣作為，推動馬來西亞來台旅遊人次逐年攀升，至2011年起已逾30萬人次，2014年來台超過43萬人次，2016年更創下來台47萬4,420人次之新高，因此馬來西亞已成為東南亞地區來台最重要的客源市場。

近來隨著馬來西亞整體經濟發展，本局亦已著手針對其最主要的馬來族群（均為穆斯林）進行觀光宣傳，配合國內持續輔導相關業者建構穆斯林友善餐飲及住宿等優質接待服務，期望擴大吸引馬來西亞穆斯林旅客來台；因此本次推廣活動不僅於推廣會中以全台穆斯林友善旅遊環境為宣傳重點之一；在旅展整體展館佈置上，也特別結合台北清真寺圖片與造型，以強化傳達台灣為友善穆斯林旅遊意象，進而吸引穆斯林旅客安心來台旅遊。

MATTA Fair 為馬來西亞地區年度最大規模之國際旅展，係為馬來西亞旅行業公會（Malaysian Association of Tour & Travel Agents，MATTA）於春季與秋季主辦之兩場大型旅展，其中秋季旅展因接近年

底之傳統旅遊旺季，故為馬國民眾進行出國旅遊目的地決策之重要時機，因此具有最佳宣傳效益。

此次本局委託台灣觀光協會組團參加 MATTA 秋季旅展，共有政府機關、觀光相關協會與觀光產業等 87 個單位報名，為歷年參與 MATTA Fair 單位規模最大之台灣觀光推廣團；此外本次亦邀請休閒農業發展協會與幸福手創花式棉花糖團隊，於展場分享台灣特色風味美食，另外台灣表演團隊於旅展開幕典禮與主舞台的精采啦啦隊表演，更成為全場吸睛焦點。

依據 MATTA 統計，本次秋季旅展為期 4 天，累計約達 12 萬參觀人次，台灣相關套裝旅遊商品的銷售數量亦達 3650 套，均為近三年的最高成果，因此後續應如何延續台灣在馬國當地旅遊市場好感度，配合本局各年度宣傳主題（例如海灣、慢城與脊梁山脈），打造多元創新旅遊產品，以持續提升台灣旅遊商品在馬來西亞出國觀光市場的吸引力，擴大馬國旅客來台觀光熱潮。

貳、行程（活動）概要

一、活動日期：106年9月5日（星期二）至9月10日（星期日）
為期6天。

二、活動行程：台北→吉隆坡（馬來西亞）→台北

三、活動紀要：

（一）9月5日（星期二）

代表團首日早上於桃園國際機場集合，完成行李托運事宜後，上午搭乘華航直飛班機前往吉隆坡國際機場，下午入境馬來西亞後，即搭乘大巴士分別前往 Premier Seri Pacific Hotel Kuala Lumpur 與 Sunway Putra Hotel Kuala Lumpur 兩家旅館辦理入住手續；晚間由本局吉隆坡辦事處辦理歡迎餐會，餐會中並由台灣觀光協會再次說明本次推廣會與旅展期間相關配合注意事項，並提醒參與業者不得於現場販售旅遊產品，以免觸犯當地法規並破壞團體榮譽。

（二）9月6日（星期三）

本日行程重點為下午假 Hotel Istana 辦理台灣觀光推廣會，因上午宜蘭縣政府亦自行委託專業團隊於同一地點舉辦宜蘭觀光特色推介會，因此本局代表、吉隆坡辦事處陳副主任憶婷、台灣觀光協會王副秘書長富民及宜蘭相關產業與公協會代表多人均到場共襄盛舉；其他部分團員則自行拜會當地業者進行交流。

下午推廣會先以交流洽談會模式進行，現場共設有 45 組洽談桌，由台灣業者與協會代表於固定桌次展示相關觀光特色資源，再由馬來西亞業者定時輪替至各桌與台灣業者進行交流；後續

則由本局吉隆坡辦事處、中國回教協會、本局北海岸及觀音山國家風景區管理處、彰化縣政府、南投縣政府及台東縣政府等單位進行相關觀光資源簡報。

最後傍晚則是以餐會型式進行交流，由台灣啦啦隊的動感表演節目開場，並邀請我國駐馬來西亞經濟文化辦事處章大使計平、台灣觀光協會王副秘書長富民及台灣觀光代表團康團長沛威代表致詞，餐會中穿插播放本局最新版之親山親水主題國際宣傳影片，以台灣秀麗風光搭配在地美食進行交流；最後則由台灣相關公私立單位贊助伴手禮、住宿票券及旅遊產品進行抽獎活動，創造當晚餐會最高潮並使活動圓滿順利落幕。

(三) 9月7日(星期四)

本日為旅展正式對外開放前最後一天，因此全力進行台灣館最後裝潢整備工作，上午仍開放團員自行安排行程，各自拜會當地業者進行交流，下午則共同至展場確認台灣館裝潢狀況，並由各單位依事前抽籤分配位置進行文宣資料整備作業。本次 MATTA Fair 於吉隆坡最大會展中心—太子世界貿易中心 (Putra World Trade Center) 舉行，台灣館位於 Hall3，佔地 180 平方公尺，現場佈設以台灣觀光品牌、台灣喔熊與台灣觀光年曆為主題，另外為宣傳明年之海灣旅遊年，台灣館並以澎湖雙心石滬為背板主視覺，以追求最高宣傳成效。

(四) 9月8日(星期五)

本日為 MATTA Fair 正式開展首日，由於台灣是大會推薦之「亞洲最喜愛目的地 (Asia's Favorite Destination)」，因此現場處處可見台灣觀光品牌之蹤跡；此外休閒農業發展協會定時於台灣

館舞台區推出的蔥油餅與茶葉蛋，以及現場手工捏製的幸福手創花式棉花糖，全都成為現場參觀民眾排隊索取的人氣紀念品；另外還有喔熊組長定時粉墨登場，在台灣館周邊穿梭並成為現場大小朋友合影留念的人氣主角。

(五) 9月9日(星期六)

本屆 MATTA Fair 開幕典禮於旅展第 2 天舉辦，因適逢周末假日，除便利各界貴賓出席外，現場參觀人潮亦不斷湧現；開幕典禮中安排本團之台灣啦啦隊擔任開幕表演節目，並邀請我國駐馬來西亞經濟文化辦事處尹公使新垣出席觀禮；尹公使並於典禮後親至台灣館替各參展單位代表加油打氣，期許大家妥善把握旅展機會，宣傳台灣多元特色。

(六) 9月10日(星期日)

本次參與推廣活動限於出國計畫日數，無法全程參與 MATTA Fair 的 4 日展期，爰於本日上午辦理旅館退房手續，並至台灣館確認現場推廣工作正常推動後，即於中午赴吉隆坡國際機場辦理行李托運事宜後，下午搭乘華航直飛班機返回台灣。

參、心得與建議

- 一、 由於 MATTA Fair 為馬來西亞地區年度最大規模之國際旅展，因此成為日本、韓國與香港等我鄰近競爭國家同場較勁的重要戰場；本局吉隆坡辦事處積極爭取與 MATTA 合作機會，成為今年春秋兩季旅展推薦的「Asia's Favorite Destination」，不僅在大會展場佈置物均可露出台灣觀光新品牌；另外民眾只要購票入場均可獲贈印有台灣觀光代言人—OH BEAR 的大型不織布袋，方便民眾攜帶逛展收集資訊，因此在旅展現場隨處可見 TAIWAN-The Heart of Asia 品牌與 OH BEAR 可愛圖案，對於台灣意象的能見度，發揮極大宣傳效果。
- 二、 本次推廣活動除參加 MATTA Fair 直接向消費民眾宣傳台灣特色（B to C）外，亦循例於旅展前先行假 Seri Pacific Hotel 辦理觀光推廣會，期增加台灣參展單位代表與當地業者交流機會（B to B），鼓勵當地業者販售台灣觀光套裝行程，擴大產業效益；惟當地業者實際出席推廣會人數未達百人，較前兩年推廣會參與狀況有下降趨勢；經與出席業者代表意見交流結果，主要因業者推廣會係於旅展前一天舉辦，適逢當地旅遊相關業者於旅展前全力投入展攤佈設與商品販促準備工作階段，較無意願分身派員參與同業推廣交流活動；因此建議未來規劃類似 B to B 型態的業者交流推廣會，其辦理時期宜配合當地業者運作模式，與旅展活動脫鉤，以提升辦理成效。
- 三、 由於佔人口比例最高的穆斯林族群為目前本局於馬來西亞地區重點推廣目標，故將全台穆斯林友善旅遊環境建置成果，作為本次業者推廣會之宣傳重點之一，並邀請中國回教協會派遣專人於

推廣會中簡報並設置宣傳攤位，以擴大吸引穆斯林旅遊業者包裝推廣台灣相關旅遊產品；惟本次推廣會係共同將華人旅遊業者與穆斯林業者，於同一場次進行簡報，未能參依族群喜好特性進行分眾宣傳推廣，無法有效滿足不同族群業者產品規劃需求；因此建議未來可配合活動期程與辦理模式調整推廣會規劃，針對華人與穆斯林旅遊業者 B to B 合作需求，分別規劃辦理推廣會；另針對 B to C 的推廣模式，建議亦可參考本次 MATTA Fair 之日本館推廣穆斯林旅遊作法，於旅展現場針對穆斯林群眾另外租賃中型會議場地，單獨辦理穆斯林旅遊推廣說明會，以直接面對特定族群民眾深化宣傳成效。

- 四、 本次推廣活動全程委由當地熟稔華語、英語與馬來語之專業主持人負責主持舞台活動，改善往年活動主持人僅以華語及英語主持之缺點，有效貼近當地馬來民眾溝通喜好；此外由於當地馬來族群對華人世界均為非清真飲食之刻板印象，造成對於台灣積極宣傳之穆斯林友善餐飲認證環境多所疑慮；因此本次台灣館現場除了邀請中國回教協會代表以教親身分與馬來民眾溝通外，另外特別邀請當地曾多次來台參與台灣美食展之馬來籍知名型男主廚拿督法斯力（Dato' Fazley Yaakob），擔任現場活動神秘嘉賓，在週末傍晚的重點時段於台灣館舞台區分享來台旅遊體驗與介紹台灣特色美食。活動是日當型男主廚現身台灣館時，只見路過的馬來民眾紛紛駐足觀賞，其中尤以跨年齡層的女性馬來民眾為多，顯示以馬來族群名人代言模式推廣台灣旅遊，可借力使力立即突破原有之種族藩籬，應為未來可加強努力方向。因此建議後續可評估結合馬來名人與清真美食代言模式，規劃辦理專案性穆斯林

族群行銷宣傳工作，以擴大吸引穆斯林旅客安心來台旅遊，積極達成「新南向政策」所揭櫫的國際觀光藍海市場開發目標。

肆、 附件（活動相關照片）



台灣啦啦隊於推廣會開幕表演



章大使計平於餐會前致詞



章大使計平於餐會與出席貴賓敬酒



章大使計平於餐會與貴賓及表演團隊合影



代表團成員於推廣會後合影



代表團成員於開展前假台灣館外合影



現場參觀民眾人手一組喔熊提袋



現場參觀民眾人手一組喔熊提袋



尹公使新垣至台灣館慰勉工作人員



尹公使新垣至台灣館慰勉代表團人員



休閒農業協會現場手作台灣小吃－蔥油餅



台灣小吃風靡現場參觀民眾



馬來型男主廚擔任現場活動神秘嘉賓



當地型男主廚吸引馬來女性民眾駐足



當地型男主廚參與創意棉花糖製作



台灣觀光品牌露出於展場



台灣觀光品牌露出於展場



喔熊組長風靡現場民眾