

2019 境內體驗創新行銷方案 正式啟動：

馬來西亞、菲律賓方案介紹

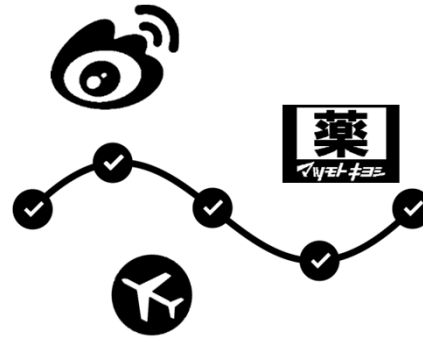
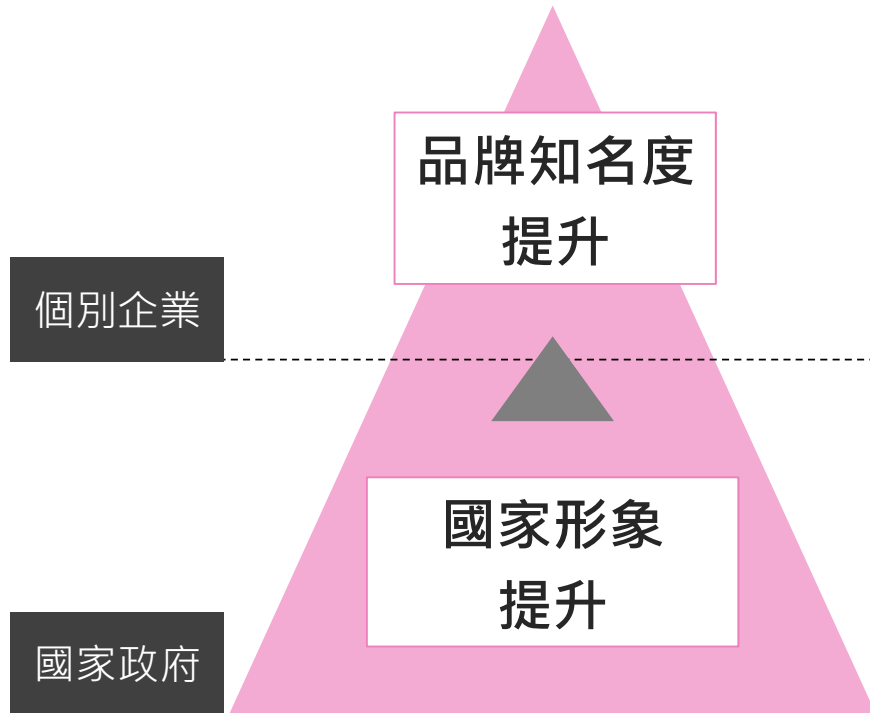
簡永昌

財團法人商業發展研究院

行銷與消費行為研究所

Flash Your #Taiwan

☑ Why Inbound Marketing?



日本中小企業護膚品牌，用有限行銷資源
佈局境內旅客接觸點，如：松本清、
機上誌、免稅店等，成功打入中國市場



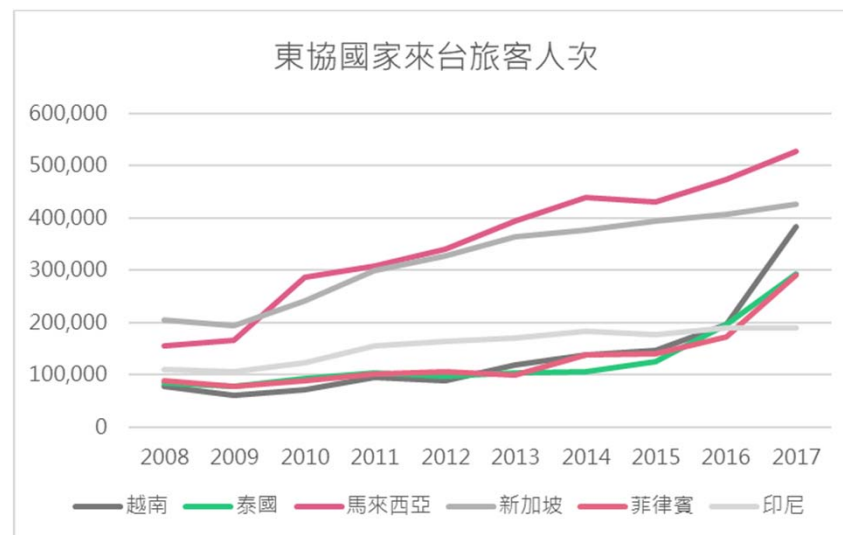
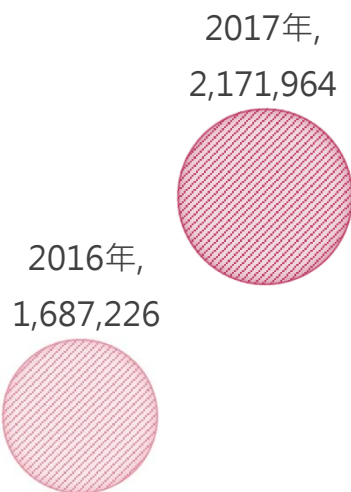
日本經產省100 Tokyo：
邀請外國人境內體驗於東京，將產品
置入境內體驗行程，打造與日本生活場景
產生連結的產品形象

圖片來源：100 Tokyo

☑ 境內體驗行銷@台灣，正是時機！

2017 與 2016年
東協十國和印度來台旅客
總人次與總成長率

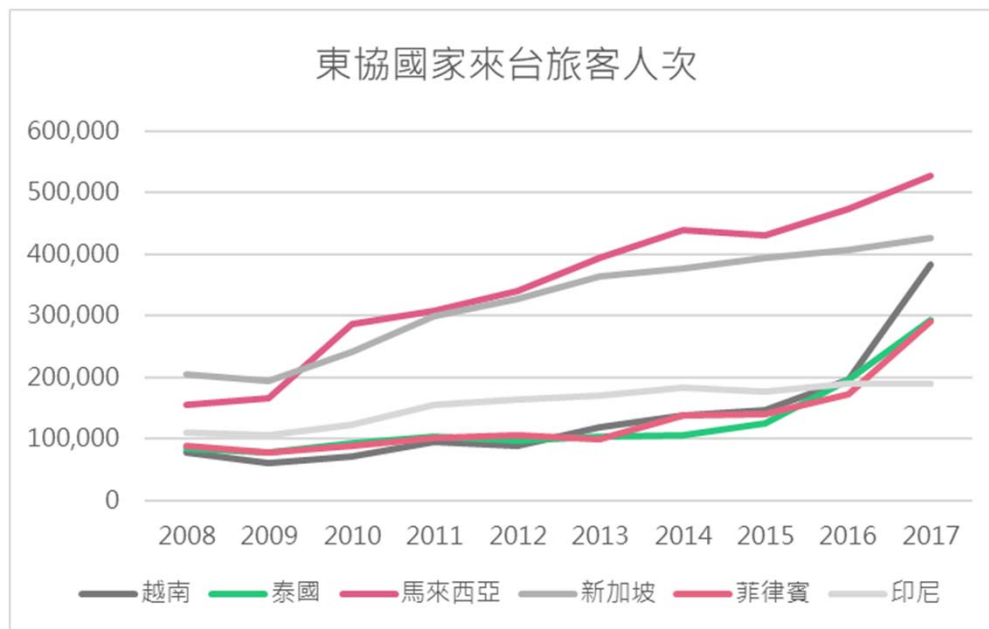
▲
28.73%



- 2016到2017東協十國與印度來台旅客，人數增加48萬，成長率達28.73%

	越南	泰國	馬來西亞	新加坡	菲律賓	印尼
2016到2017年成長率	94.94%	49.53%	11.30%	4.50%	68.59%	0.48%

☑ 來台旅客人次 馬來西亞東協國家最高 菲律賓成長快速



	越南	泰國	馬來西亞	新加坡	菲律賓	印尼
2016到2017年 成長率	94.94%	49.53%	11.30%	4.50%	68.59%	0.48%

資料來源：台灣交通部觀光局

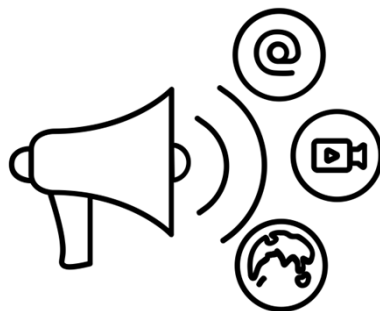
✔ 2019境內體驗行銷 再升級



數位方式市場洞察
更精準



內容傳播渠道
更多元



買主精準媒合+境內體驗
更有感



☑ 馬來西亞市場概況



東協國家第三大經濟體，
2017年GDP年度成長率
達5.9%。人口數3262萬



熟台流且清真商機大 (2018
年馬人口3200萬，華人佔
24%，穆斯林族群佔60%)



馬國2018年最常使用智慧
型手機購物搜尋(77%)，高
居東南亞國家榜首



自然健康、天然成分為消費趨勢，
包含食品、個人護理產品、美妝
保養品等，特別是千禧世代

資料來源: Euromonitor(2018)

✔ 菲律賓市場概況



經濟成長快速，2017年
GDP成長率達6.7%，東協
五國表現最佳。人口數1億



2018Q1，消費者信心
指數排名全球第二



2018，社群媒體使用時數
全世界居冠；2018年，平
均每人每日使用網路時數，
全球第二長



選美在菲律賓社會是全民
運動，港台的菲律賓移工
也熱衷自行舉辦選美比賽，
愛美愛現的觀念深植人心

☑ 2019年 境內體驗方案



馬來西亞



菲律賓

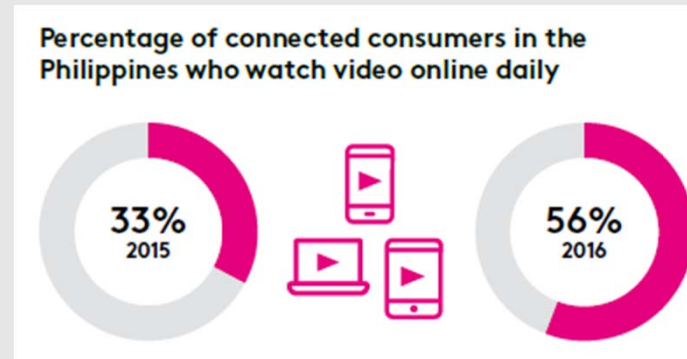
境內體驗行銷 主題	Flash #Taiwan Nature	Flash #Taiwan Beauty
目標對象	喜愛天然健康、追求簡單純淨 千禧世代	愛美愛現 都會新女性
主力拓銷產品	#食品飲料 #美妝保養產品 #家務維護用品 ※搭配其它 快銷品 (如服飾配件)	#美妝保養品 #服飾配件 #食品飲料 ※搭配其它 快銷品 (如影音設備)

☑ 影片是王道 (Video Content is King)

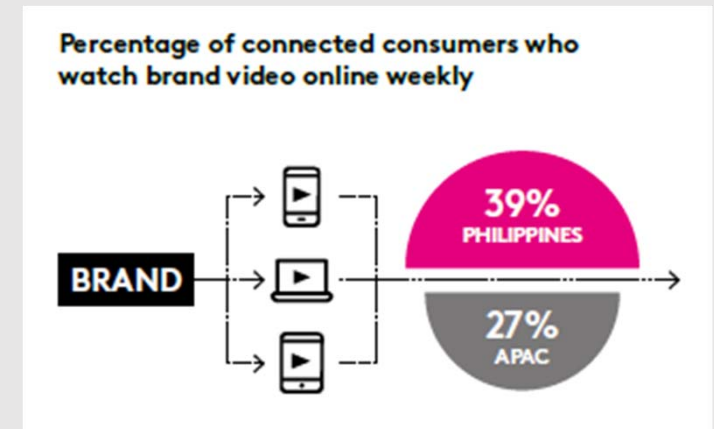
- 在馬來西亞，81%有連網裝置消費者每天都會在網路上看免費影片
- 在菲律賓，觀看網路影片人口比例快速成長，2015年33%，2016年成長到56% ← 政府致力於網路普及
- 在菲律賓，消費者相對信任品牌在社群媒體、影片中傳遞的訊息



馬來西亞具連線裝置消費者每天在網路和社群媒體觀看影片之比例 (2016)

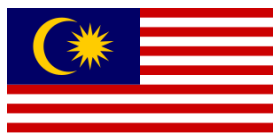


菲律賓具連線裝置消費者每天在網路觀看影片之比例



菲律賓具連線裝置消費者每天在網路觀看品牌影片之比例

☑ 2019年 境內體驗方案時間表



馬來西亞



菲律賓

境外媒合

5-6月

7-8月

**境內體驗行銷
暨媒合**

6-7月

8-9月

☑ 馬來西亞、菲律賓 境內體驗行銷


- 參與名額：每一個目標市場15家
 - 參與對象：依據貿易法辦妥登記之台灣進出口廠商
 - 參與費用：每一獲選業者新台幣3萬元整（含稅）
-

申請繳交資料



1. 報名表1份：請完整填寫並加蓋公司章及負責人印鑑
2. 產品資料表
3. 品牌LOGO圖檔
4. 參展產品白底去背照片圖檔，及產品或品牌形象情境照片
5. 公司或商業登記核准函證明文件1份

簡永昌

 (886) 2-7707-4911

 johnsonchien@cdri.org.tw

歡迎加入

Flash Your #Taiwan