

SEKRETARIAT SHOPPING MALAYSIA**Meningkatkan kedudukan Malaysia sebagai hab membeli-belah**

KUALA LUMPUR, 15 MAC 2014 –Malaysia telah lama menyedari kepentingan aktiviti membeli-belah sebagai pemacu pertumbuhan sektor pelancongan negara. Justeru, Sekretariat Membeli-belah Malaysia telah ditubuhkan pada 2002 di bawah kelolaan Tourism Malaysia bertujuan untuk mempertingkatkan usaha membangunkan Malaysia sebagai destinasi beli-belah yang unggul.

Kerjasama erat yang terjalin antara kerajaan dan para penggiat industri pelancongan Malaysia dalam membangunkan sektor beli-belah negara telah membolehkan Malaysia menerima pelbagai pengiktirafan antarabangsa. Umpamanya, Kuala Lumpur telah dinobatkan sebagai Bandar raya Beli-belah Ke-4 Terbaik dunia selepas New York, Tokyo dan London untuk dua tahun berturut-turut (2012-2013). Bandar raya ini berada di hadapan Hong Kong, Singapura dan Bangkok, justeru menjadikannya sebagai destinasi membeli-belah terbaik di Asia Tenggara dan antara yang terunggul di Asia.

Pengiktirafan Kuala Lumpur oleh *CNN Travel* adalah berdasarkan gandingan ciri hebat merangkumi aktiviti membeli-belah berkualiti, harga berpatutan dan jualan istimewa yang boleh dipercayai serta dianjurkan sehingga berbulan-bulan. Rangkaian berita global itu juga menyebut tiga daripada 10 pusat beli-belah yang terbesar di dunia terletak di Kuala Lumpur, termasuk 1Utama – pusat beli-belah yang ke-4 terbesar di dunia dengan lebih daripada 650 kedai serta mempunyai kemudahan memanjat tembok batu tiruan terbesar dan taman atas atap yang luas.

Pada 2012, Kuala Lumpur juga telah disenaraikan sebagai Destinasi Beli-belah Ke-2 Terbaik di Asia Pasifik oleh Globe Shopper Index yang diperkenalkan oleh Economist Intelligence Unit dan merupakan sebahagian daripada Kumpulan Ekonomi serta dikomisyenkan kepada Global Blue, sebuah syarikat pelancongan beli-belah berpusat di Switzerland.

Sebanyak 25 bandar di rantau Asia Pasifik telah dinilai mengikut lima kategori, iaitu rangkaian kedai, budaya dan persekitaran, hotel dan pengangkutan, keupayaan membeli dan kemudahan membeli-belah. Kuala Lumpur berjaya mendapat markah keseluruhan yang kedua tertinggi, iaitu 65 daripada 100, yang meletakkannya di hadapan destinasi beli-belah terkenal lain seperti Singapura, Bangkok, Sydney, Tokyo dan Seoul.

Mengikut laporan indeks tersebut, kekuatan khusus Kuala Lumpur adalah keupayaan menggabungkan harga rendah dengan pilihan barangan yang banyak serta terdapat di sejumlah besar kedai-kedai, termasuk tiga daripada 10 pusat membeli-belah terbesar di dunia. Saiz tiga



pusat membeli-belah ini adalah lebih besar daripada gandingan 10 pusat beli-belah yang menduduki tempat teratas di United Kingdom. Jika diambil kira ruang yang boleh disewakan, gabungan saiz tiga pusat membeli-belah di Kuala Lumpur adalah 20 peratus lebih besar daripada 10 pusat beli-belah tersebut di United Kingdom. Malaysia mempunyai lebih daripada 350 pusat beli-belah yang menawarkan ruang sewaan 100 juta kaki persegi bersih, dengan nilai harta tanah menjangkau lebih daripada RM100 bilion.

Malaysia juga dikenali sebagai syurga beli-belah bebas cukai dengan ratusan kedai bebas cukai di tempat-tempat yang strategik, termasuk lapangan terbang dan destinasi terpilih seperti Pulau Langkawi dan Labuan.

Lebih banyak pusat beli-belah premium akan dibangunkan di dalam negara yang menasarkannya para penggemar barangan mewah dan berjenama. Penubuhan pusat-pusat tersebut adalah bertepatan dengan strategi yang digariskan di bawah Bidang Ekonomi Utama Negara Pelancongan (*Tourism National Key Economic Area* atau *Tourism NKEA*) yang mengandungi 12 Projek Permulaan atau *EPP (Entry Point Projects)*.

Tiga daripada 12 *EPP* tersebut melibatkan pembangunan yang sesuai untuk aktiviti membeli-belah dengan cara mempromosikan negara sebagai destinasi beli-belah bebas cukai; menjadikan Bukit-Bintang KLCC sebagai lokasi beli-belah yang hebat; dan menubuhkan pusat-pusat beli-belah premium.

Sekretariat Membeli-belah Malaysia juga menerajui Kempen Membeli-belah Kebangsaan untuk membantu meningkatkan kedatangan pelancong asing. Sejak 2007, kedatangan pelancong asing telah meningkat antara 0.4% hingga 7.6% semasa kempen membeli-belah kebangsaan yang diadakan tiga kali setiap tahun berlangsung:

- **Jualan Grand Prix 1Malaysia (15 Mac hingga 6 April):** Kempen jualan ini diadakan untuk menyemarakkan lagi Formula 1 Petronas Malaysia Grand Prix dengan mengadakan suasana membeli-belah yang hebat.
- **Karnival Jualan Mega 1Malaysia (28 Jun hingga 1 September):** Jualan terbesar pada pertengahan tahun ini menarik para pembeli dengan tawaran mega dan “medan” menarik untuk tawar-menawar.
- **Jualan Akhir Tahun 1Malaysia (15 November hingga 4 Disember):** Jualan ini bertepatan dengan kehendak orang ramai untuk berhibur, bercuti dan berehat pada hujung tahun.

Aktiviti membeli-belah juga merupakan komponen yang lumayan dalam industri pelancongan. Ia merupakan komponen kedua terbesar daripada jumlah keseluruhan perbelanjaan pelancong selepas sektor penginapan. Tahun 2013 mencatatkan pendapatan sebanyak RM65.44 bilion dengan peningkatan sebanyak 8.1% berbanding RM60.6 billion pada tahun 2012.



MALAYSIA TOURISM PROMOTION BOARD
(MINISTRY OF TOURISM & CULTURE, MALAYSIA)
No. 2, Tower 1, Jalan P5/6, Precinct 5, 62200 Putrajaya, Malaysia
Tel: +603 8891 8000; <http://www.tourismmalaysia.gov.my>
www.facebook.com/friendofmalaysia; twitter.com/tourismmalaysia; blog.tourism.gov.my





Pada tahun lepas, pelancong telah membelanjakan sebanyak RM19.76 billion untuk membeli-belah di Malaysia, meningkat sebanyak 6.3% daripada RM18.59 bilion yang dibelanjakan pada 2012. Aktiviti membeli-belah menyumbang sebanyak 30.2% daripada jumlah keseluruhan pendapatan pelancongan pada tahun tersebut berbanding 30.7% pada 2012.

Semasa Karnival Jualan Mega 1Malaysia mula-mula diperkenalkan pada tahun 2000, aktiviti membeli-belah hanya menyumbang 23.1% daripada keseluruhan pendapatan pelancongan.

Tourism Malaysia dan Sekretariat Membeli-belah Malaysia akan terus berusaha untuk meningkatkan kedudukan Malaysia sebagai hab beli-belah sekaligus menjadikan Malaysia sebagai salah satu destinasi membeli-belah yang utama dan terunggul di dunia.

Untuk maklumat lanjut, sila hubungi:-

Ms Salinda Sany, Penolong Pengarah Kanan, Sekretariat Shopping Malaysia

Tel: + 603-8891 8531

Email: salinda@tourism.gov.my

TAMAT

Untuk mendapatkan siaran media, media info dan artikel berkaitan industri pelancongan di Malaysia, sila lawati Pusat Media di laman web Tourism Malaysia di <http://www.tourismmalaysia.gov.my/>.

LEMBAGA PENGGALAKAN PELANCONGAN MALAYSIA ATAU TOURISM MALAYSIA ialah sebuah agensi di bawah Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia. Tourism Malaysia bertanggungjawab untuk mempromosikan Malaysia di semua peringkat. Sejak penubuhannya, Tourism Malaysia telah membangun dengan pesatnya dan telah muncul sebagai pemain utama dalam dunia pelancongan antarabangsa. Pada 2013, Malaysia telah mencatatkan kedatangan seramai 25.7 juta orang pelancong asing dengan pendapatan pelancongan sebanyak RM65.4 bilion sekaligus menjadikan pelancongan sebagai penyumbang kedua terbesar negara menerusi tukaran mata wang asing dan penyumbang keenam terbesar kepada Pendapatan Negara Kasar (PNK).

Tahun ini, Malaysia menyambut Tahun Melawat Malaysia (TMM) buat kali keempat dengan tema "Celebrating 1Malaysia Truly Asia". Kempen promosi TMM 2014 dipenuhi dengan pelbagai acara istimewa dan aktiviti-aktiviti menarik sepanjang tahun. Penganjuran kempen TMM 2014 dijangka akan dapat membantu kerajaan mencapai sasaran untuk menerima kedatangan pelancong seramai 36 juta orang dengan pendapatan sebanyak RM168 bilion menjelang 2020 seperti yang digariskan dalam Pelan Transformasi Pelancongan Malaysia 2020.

Hubungi:

Unit Perhubungan Media:

Encik Razaidi Abd Rahim, Penolong Pengarah Kanan, Bahagian Komunikasi dan Publisiti

Emel: razaidi@tourism.gov.my

Unit Editorial:

Puan Anis Rozalina Ramli, Senior Editor, Bahagian Komunikasi dan Publisiti

Emel: anisramli@tourism.gov.my



MALAYSIA TOURISM PROMOTION BOARD
(MINISTRY OF TOURISM & CULTURE, MALAYSIA)
No. 2, Tower 1, Jalan P5/6, Precinct 5, 62200 Putrajaya, Malaysia
Tel: +603 8891 8000; <http://www.tourismmalaysia.gov.my>
www.facebook.com/friendofmalaysia; twitter.com/tourismmalaysia; blog.tourism.gov.my

