



C R E S C E N T
C R A T I N G

Global Muslim Travel Index (GMTI)

Malaysia and Singapore take the top spots in the MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015

- Malaysia topped the list in the GMTI 2015 while Turkey, UAE, Saudi Arabia and Qatar also made the top five.
- Singapore topped the list for non-OIC countries which also included Thailand, UK, South Africa and France.
- In 2014, there were 108 million Muslim travellers spending \$145 billion. This is expected to grow to 150 million travellers in 2020 spending \$200 billion.
- To tweet this news, copy and paste <http://bit.ly/1wRsWIJ> to your Twitter feed with the hashtags #GMTI2015

Malaysia- March 4th, 2015

Malaysia has been named as the number one destination across the globe in the Muslim travel market, according to the most comprehensive research that has been released on the sector.

The "MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015" saw Malaysia take the top spot on the list, for the Organisation of Islamic Cooperation (OIC) destinations, followed by, Turkey, UAE, Saudi Arabia and Qatar.

Singapore came first for the non-OIC destinations, which also saw Thailand, UK, South Africa and France make the top five.

The GMTI looks at in-depth data covering 100 destinations, creating an overall index, based on a number of criteria. This is the first time such thorough insights have been provided into one of the fastest-growing tourism sectors in the world today.

It will provide travellers, Governments, travel services and investors comprehensive benchmarks across a number of important criteria enabling them to track the health and growth of this travel segment.

The study also revealed that in 2014, this segment was worth \$145 billion with 108 million Muslim travellers representing 10% of the entire travel economy.

This is forecasted to grow to 150 million visitors by 2020 and 11% of the market segment with a market value projected to grow to \$200 billion.

“The MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index has today set a real precedent for the tourism industry,” said Fazal Bahardeen, CEO of CrescentRating & HalalTrip.

“Not only is it the most in-depth research that we have undertaken so far on the fast-growing Muslim travel market, but has provided all stakeholders with some invaluable insight into how the halal-friendly tourism sector is growing and developing from a global perspective.”

“CrescentRating has seen a recent huge shift towards more destinations targeting this sector like Japan and Taiwan, and it is a trend we expect to continue,” he added.

“With the Global Muslim Travel Index, we are able to better understand what a Muslim traveller looks for when choosing a travel destination. We are proud that Malaysia is the top Muslim travel destination and with this Index, we are now able to equip partners in the travel sector to tailor their products and services to the needs of this unique traveller segment,” said Safdar Khan, group country manager, Indonesia, Malaysia and Brunei; group head, Islamic Payments, Southeast Asia, MasterCard.

Not surprisingly, Saudi Arabia saw the highest number of Muslim arrivals into the country in 2014 with 10.2 million followed by Turkey at 8.1 million.

All 100 destinations in the GMTI were scored against a backdrop of criteria which included suitability as a family holiday destination, the level of services and facilities it provides, accommodation options, marketing initiatives as well as visitor arrivals. Each criterion was then weighted to make up the overall index score.

Malaysia scored an Index score of 83.8, followed by Turkey at 73.8 and UAE at 72.1.

GMTI40, which will be updated quarterly around the year, will track the average score of the top 20 OIC and non-OIC destinations and will form the key index to monitor the performance of the Muslim travel segment.

The overall average score for 40 destinations (GMTI40) currently stands at 56 while the overall average GMTI score for the complete 100 destinations is at 43.8. From a regional perspective, Asia Pacific destinations lead with an average GMTI score of 54.

The Top 10 OIC destinations of GMTI 2015

RANK	OVERALL GMTI 2015 RANK	DESTINATION	SCORE
1	1	Malaysia	83.8
2	2	Turkey	73.8
3	3	United Arab Emirates	72.1
4	4	Saudi Arabia	71.3
5	5	Qatar	68.2
6	6	Indonesia	67.5
7	7	Oman	66.7
8	8	Jordan	66.4
9	10	Morocco	64.4
10	11	Brunei	64.3

The Top 10 non-OIC destinations of GMTI 2015

RANK	OVERALL GMTI 2015 RANK	DESTINATION	SCORE
1	9	Singapore	65.1
2	20	Thailand	59.2
3	25	United Kingdom	55.0
4	30	South Africa	51.1
5	31	France	48.2
6	32	Belgium	47.5
7	33	Hong Kong	47.5
8	34	USA	47.3
9	35	Spain	46.5
10	36	Taiwan	46.2

The full report is available here <<http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>>.

ENDS

For further information and interview requests, please contact:

PR enquiries:

Anas Kasak

CrescentRating

Tel: +44 7971 735090

Email: anas@crescentrating.com

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

Tel: +603 6209 5209

Email: hhoo@webershandwick.com

Editor's Notes

About Crescentrating Pte Ltd

CrescentRating is the world's leading authority on halal-friendly travel. The company's vision is to lead, innovate and drive this segment through practical and deliverable solutions in what is regarded today as one of the fastest growing segment in the tourism sector. The company uses insight, industry intelligence, lifestyle, behaviour and research on the needs of the Muslim traveller to deliver guidance on all aspects of halal-friendly travel to organisations across the globe.

CrescentRating's services now include rating & accreditation, research & consultancy, workshops & training, ranking & indices, event support/partnerships and content provisioning.

Website: <http://www.crescentrating.com>

Twitter: <http://twitter.com/crescentrating>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

About MasterCard

MasterCard (NYSE: MA), www.mastercard.com, is a technology company in the global payments industry. We operate the world's fastest payments processing network, connecting consumers, financial institutions, merchants, governments and businesses in more than 210 destinations and territories. MasterCard's products and solutions make everyday commerce activities – such as shopping, traveling, running a business and managing finances – easier, more secure and more efficient for everyone. Follow us on Twitter [@MasterCardAP](https://twitter.com/MasterCardAP) and [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews), join the discussion on the [Cashless Pioneers Blog](#) and [subscribe](#) for the latest news on the [Engagement Bureau](#).

Malaysia dan Singapura mendahului senarai Indeks Pelancongan Muslim Global (GMTI) 2015 Mastercard-CrescentRating

- Malaysia mengungguli senarai GMTI 2015 sementara Turki, UAE, Arab Saudi dan Qatar tersenarai pada kedudukan lima teratas.
- Singapura mendahului senarai negara bukan OIC yang turut disertai Thailand, UK, Afrika Selatan dan Perancis.
- Pada 2014, terdapat sejumlah 108 juta pelancong Muslim yang membelanjakan \$145 billion. Angka ini dijangka akan meningkat kepada 150 juta pelancong dengan perbelanjaan sekitar \$200 billion pada 2020.
- Untuk tweet berita ini, sila melayari <http://news.mstr.cd/17JISup> dan menggunakan hashtag #GMTI2015

Malaysia-Mac 4, 2015

Malaysia diumumkan sebagai destinasi nombor satu di seluruh dunia bagi pasaran pelancongan Muslim, bersandarkan kepada kaji selidik komprehensif yang dikeluarkan bagi sektor berkenaan.

“Indeks Pelancongan Muslim Global 2015 Mastercard-CrescentRating” atau dikenalkan sebagai ‘[MasterCard](#)-CrescentRating Global Muslim Travel Index’ (GMTI) menyaksikan Malaysia menyandang tempat pertama dalam senarai berkenaan, bagi destinasi di negara-negara anggota Pertubuhan Kerjasama Islam (The Organisation of Islamic Cooperation, OIC), diikuti oleh Turki, Amiriah Arab Bersatu (UAE), Arab Saudi dan Qatar.

Singapura pula muncul sebagai destinasi nombor satu bagi negara-negara destinasi bukan OIC, yang turut menyaksikan Thailand, UK, Afrika Selatan dan Perancis tersenarai dalam kedudukan lima teratas.

GMTI menilai secara mendalam data-data meliputi 100 destinasi dan mewujudkan indeks keseluruhan, yang dinilai berasaskan beberapa kriteria. Ini merupakan kali pertama maklumat lengkap seumpamanya

disediakan bagi antara satu sektor pelancongan yang paling pesat berkembang di peringkat global kini.

Ia akan memanfaatkan para pelancong, kerajaan-kerajaan, para penyedia perkhidmatan pelancongan serta pelabur dengan menyediakan penanda aras komprehensif merentasi beberapa kriteria penting. Ini membolehkan semua pihak berkenaan mengikuti tahap perkembangan dan pertumbuhan segmen pelancongan ini.

Kajian berkenaan turut mendedahkan, pada tahun 2014, segmen ini bernilai \$145 bilion dengan 108 juta pelancong Muslim yang mewakili 10 peratus daripada keseluruhan ekonomi pelancongan.

Ini dijangka akan berkembang kepada 150 juta pelancong menjelang 2020 dan pertumbuhan kepada 11 peratus daripada segmen pasaran itu dengan perkembangan nilai pasaran kepada \$200 billion.

“Indeks Pelancongan Muslim Global (GMTI) 2015 Mastercard-CrescentRating” hari ini telah menetapkan satu teraju sebenar bagi industri pelancongan,” ujar Fazal Bahardeen, Ketua Pegawai Eksekutif CrescentRating & HalalTrip.

“Indeks ini bukan sahaja merupakan satu kaji selidik yang paling mendalam yang dijalankan untuk memerhatikan pasaran pelancongan Muslim, ia juga memanfaatkan pelbagai pihak berkenaan dalam sektor ini dengan maklumat terperinci dan berguna tentang perkembangan sektor pelancongan halal dan pembangunan daripada sudut pandangan global.”

“Baru-baru ini, CrescentRating telah menyaksikan peralihan besar terhadap destinasi yang mensasarkan sektor ini seperti di negara Jepun dan Taiwan, dan corak ini dijangka akan berterusan,” tambah beliau.

“Dengan adanya GMTI, kita mampu memahami dengan lebih baik apa yang dipertimbangkan oleh pelancong Muslim ketika memilih destinasi pelancongan mereka. Kami amat berbangga kerana Malaysia menjadi destinasi pilihan utama dalam sektor pelancongan Muslim, dan dengan indeks ini, kami kini mampu untuk melengkapi rakan-rakan kongsi di dalam sektor pelancongan dengan informasi yang membantu mereka menawarkan produk dan khidmat pelancongan untuk menampung keperluan segmen pelancongan unik ini,” jelas Safdar Khan, Pengurus Kumpulan Negara, Indonesia, Malaysia dan Brunei; Ketua Kumpulan, Pembayaran Islamik, Asia Tenggara, MasterCard.

Tidak mengejutkan, ialah Arab Saudi yang menyaksikan jumlah ketibaan pelancong Muslim tertinggi negara itu pada tahun 2014 dengan 10.2 juta pelancong diikuti oleh Turki dengan sejumlah 8.1 juta pelancong.

Semua 100 destinasi di dalam GMTI dinilai melalui kriteria tertentu, termasuk kesesuaian sebagai destinasi percutian keluarga, tahap perkhidmatan dan kemudahan yang disediakan, pilihan tempat penginapan, usaha pemasaran serta ketibaan pelancong. Semua kriteria ini membentuk penilaian keseluruhan indeks ini.

Malaysia mencatatkan bacaan markah indeks 83.8, diikuti oleh Turki dengan 73.8 mata dan UAE pada 72.1 mata.

GMTI40, yang akan dikemaskini setiap suku tahun, akan menjejak markah purata 20 destinasi di negara-negara OIC dan bukan OIC serta akan

membentuk indeks utama untuk meninjau prestasi segmen pelancongan Muslim.

Markah keseluruhan bagi 40 destinasi (GMTI40) kini berada pada 56 mata manakala purata keseluruhan markah GMTI bagi semua 100 destinasi adalah pada 43.8 mata. Dari sudut pandang serantau, destinasi di Asia Pasifik mendahului dengan purata GMTI 54 mata.

10 Teratas GMTI 2015 Bagi Destinasi OIC

KEDUDUKAN	KEDUDUKAN KESELURUHAN GMTI 2015	DESTINASI	MARKAH
1	1	Malaysia	83.8
2	2	Turkey	73.8
3	3	United Arab Emirates	72.1
4	4	Saudi Arabia	71.3
5	5	Qatar	68.2
6	6	Indonesia	67.5
7	7	Oman	66.7
8	8	Jordan	66.4
9	10	Morocco	64.4
10	11	Brunei	64.3

10 Teratas GMTI 2015 Bagi Destinasi Bukan OIC

KEDUDUKAN	KEDUDUKAN KESELURUHAN GMTI 2015	DESTINASI	MARKAH
1	9	Singapore	65.1
2	20	Thailand	59.2
3	25	United Kingdom	55.0
4	30	South Africa	51.1
5	31	France	48.2
6	32	Belgium	47.5
7	33	Hong Kong	47.5
8	34	USA	47.3
9	35	Spain	46.5
10	36	Taiwan	46.2

Laporan lengkap boleh dicapai di

<http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>.

TAMAT

Untuk keterangan lanjut, hubungi:

PR pertanyaan:

Anas Kasak,

CrescentRating,

Tel: +44 7971 735090

Email: anas@crestrating.com

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

Tel: +603 6209 5209

Email: hhoo@webershandwick.com

Nota Editor

Mengenai Crescentrating Pte Ltd

Crescentrating Pte Ltd, sebuah syarikat pelopor bagi pelancongan mesra-halal. Wawasan syarikat adalah untuk mendahului, menginovasi dan memacu segmen yang disifatkan sebagai sektor pelancongan paling pesat berkembang ini dengan penyelesaian yang praktikal dan berkesan. Syarikat menggunakan sumber dalaman dan kepintaran industri, gaya hidup, tingkah laku dan kaji selidik terhadap keperluan pelancong Muslim untuk menyediakan garis panduan terhadap semua sisi pelancongan mesra-halal kepada organisasi seluruh dunia.

Perkhidmatan CrescentRating kini termasuk penarafan dan akreditasi, kajian dan perundingan, bengkel & latihan, kedudukan & indeks, sokongan acara/kerjasama dan peruntukan kandungan.

Laman web: <http://www.crescentrating.com>

Twitter: <http://twitter.com/crescentrating>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

Mengenai MasterCard

MasterCard (NYSE: MA), www.mastercard.com adalah sebuah syarikat teknologi dalam industri pembayaran global. Kami mengendalikan jaringan pemprosesan pembayaran terpantas di dunia, menghubungkan pengguna, institusi kewangan, peniaga, kerajaan dan perniagaan di lebih 210 negara dan wilayah. Produk-produk MasterCard menjadikan urusan jual beli harian seperti membeli-belah, melancong, menjalankan perniagaan dan menguruskan kewangan dengan lebih mudah, selamat dan efektif untuk semua. Ikuti kami di Twitter [@MasterCardAP](https://twitter.com/MasterCardAP) dan [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews), sertai perbincangan di [Cashless Pioneers Blog](#) dan [langgani](#) berita terkini di [Engagement Bureau](#).

马来西亚和新加坡在 2015 年万事达卡与 CrescentRating 全球穆斯林旅游指数中分别名列榜首

- 马来西亚在 2015 全球穆斯林旅游指数中荣获榜首，而土耳其、阿联酋、沙地阿拉伯和卡塔尔也分别位列前五。
- 新加坡在非伊斯兰合作组织成员国组别中高居榜首，该组别也包括泰国、英国、南非及法国。
- 在 2014 年，约有 1 亿 800 万名穆斯林游客共消费了 1450 亿美元。到了 2020 年，这个数字预计将增长至 1 亿 5000 万名游客和 2000 亿美元的消费。
- 复制和粘贴 <http://news.mstr.cd/17JISup> 至您的推特并加上 #GMTI2015 标签以分享此新闻

马来西亚- 3 月 4 日讯

根据业界公布最全面的研究显示，马来西亚被列为全球穆斯林旅游市场中首屈一指的旅游目的地。

根据“2015 年万事达卡与 CrescentRating 全球穆斯林旅游指数 (GMTI)”显示，马来西亚在伊斯兰合作组织(OIC)成员国组别中成功夺冠，而土耳其、阿联酋、沙地阿拉伯和卡塔尔则紧随其后。

新加坡在非伊斯兰合作组织成员国组别中荣登榜首，而泰国、英国、南非和法国也位列前五名。

全球穆斯林旅游指数(GMTI)在收集了 100 个目的地的详细资料后，根据一定标准建立了一个总体指数。这个在全球快速成长的旅游领域也是首次获得这么透彻的见解。

这个指数也为游客、政府机关、旅行社和投资者提供根据多个重要标准所作出的全面基准，以让他们能够追踪这个旅游领域的健康和成长。

这个研究也显示该领域在 2014 年的总值为 1450 亿美元，并有多达 1 亿 800 万名穆斯林旅客，占整个旅游经济的 10%。

这个数字预计将在 2020 年之前增长至 1 亿 5000 万名旅客，该领域的 11% 预计将增长至市值 2000 亿美元。

CrescentRating 与 HalalTrip 执行长法扎勒巴哈丁说：“这个万事达卡与 CrescentRating 全球穆斯林旅游指数已经为旅游业首开先河。”

“这个指数除了包含快速成长的穆斯林旅游市场的最详细研究，也从全球视野为所有的利益相关者提供关于清真旅游业如何成长及发展的宝贵意见。”

他说，CrescentRating 察觉到近期内一个巨大转变，更多目的地如日本和台湾已经锁定这个领域，而我们预测这趋势将持续下去。

万事达卡区域经理（印尼、马来西亚、汶莱）暨东南亚伊斯兰付款部门主任 Safdar Khan 说：“有了这个全球穆斯林旅游指数，我们能够更加了解穆斯林旅客在选择旅游目的地时的需求。我们对于马来西亚成为穆斯林首选的旅游目的地感到骄傲。这个指数也让我们能够协助旅游业的合作伙伴，并根据这个独特旅游领域的需求为他们量身定制产品和服务。”

在 2014 年，沙地阿拉伯不出意料地吸引了最多的穆斯林游客，共有 1020 万名游客选择到该国旅行。土耳其则紧追其后，吸引了 810 万名穆斯林游客。

全球穆斯林旅游指数里全部 100 个目的地是在一系列的标准下被评分，包括作为家庭假期目的地的合适度、所提供的服务及设备的水准、住宿选项、营销举措以及访港旅客人数。每个标准将被加权以组成最后的总体指数评分。

马来西亚获得 83.8 分的指数评分，接着是土耳其获得 73.8 及阿联酋获得 72.1。

每一季，GMTI40 将被更新一次，以追踪排名前 20 的伊斯兰合作组织 (OIC) 和非伊斯兰合作组织成员国的平均评分，并将建立关键指数来检测这个穆斯林旅游领域的表现。

目前，40 个目的地(GMTI40)的总体平均评分是 56，而所有 100 个目的地的总体平均 GMTI 评分是 43.8。从区域的角度看来，亚太地区目的地以 54 分的平均 GMTI 评分领先。

GMTI 2015 十大伊斯兰合作组织(OIC)目的地

排名	总体 GMTI 2015 排名	目的地	评分
1	1	马来西亚	83.8
2	2	土耳其	73.8

3	3	阿联酋	72.1
4	4	沙地阿拉伯	71.3
5	5	卡塔尔	68.2
6	6	印尼	67.5
7	7	阿曼	66.7
8	8	约旦	66.4
9	10	摩洛哥	64.4
10	11	汶莱	64.3

GMTI 2015 十大非伊斯兰合作组织目的地

排名	总体 GMTI 2015 排名	目的地	评分
1	9	新加坡	65.1
2	20	泰国	59.2
3	25	英国	55.0
4	30	南非	51.1

5	31	法国	48.2
6	32	比利时	47.5
7	33	香港	47.5
8	34	美国	47.3
9	35	西班牙	46.5
10	36	台湾	46.2

请浏览 <http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html> 以获取完整报告。

完结

欲知更多详情和预约访问，请联络：

公关查询：

Anas Kasak

CrescentRating

电话: +44 7971 735090

电邮: anas@crescentrating.com

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

电话: +603 6209 5209

电邮: hhoo@webershandwick.com

编辑说明

关于 **Crescentrating** 私人有限公司

CrescentRating 是全球首屈一指的清真旅游专家。本公司的愿景是透过实际和有效的方案来领导、创新及驱动这个目前被视为旅游业里最快速成长的领域之一。本公司通过洞察、业内情报、生活方式、作风和研究来获知穆斯林游客的需求，以便能够提供各方面的清真旅游指引予全球各个机构。

CrescentRating 目前所提供的服务包括评分与认证、研究与咨询、研讨会与培训、排名与指数公布、活动支援/合作伙伴及内容供应。

网址: <http://www.crescentrating.com>

推特: <http://twitter.com/crescentrating>

领英: <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

关于万事达卡

万事达卡(NYSE: MA), www.mastercard.com, 是一个全球支付行业里的科技公司。我们在超过 210 个地方和地区运作全球最快速的支付处理网络, 连接着顾客、金融机构、商家、政府及企业。万事达卡的产品和方案让每个人日常生活里的商业活动如购物、旅游、经营生意及理财变得更加容易、安全和有效率。在推特加入 [@MasterCardAP](https://twitter.com/MasterCardAP) 与 [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews) 以追随我们, 也可以参与 [Cashless Pioneers Blog](#) 的讨论, 并订阅最新消息于 [Engagement Bureau](#)。