

壹、前言

亞太旅遊協會（The Pacific Asia Travel Association, PATA）係觀光旅遊界最重要的國際組織之一，1951年於夏威夷創立。協會成立之宗旨以促進亞太地區觀光旅遊發展。旅遊產品開發與行銷以及研擬觀光產業長期發展的策略，進而提昇亞太地區 PATA 會員國之旅遊品質與市場價值。

PATA 之行政總部（Administration Headquarter）設於美國，而業務總部（Operatioual Headquarter）則於1999年自美國移設於泰國曼谷。PATA 現有會員近二千個機構，包含(一)政府會員(二)航運會員（航空及遊輪）(三)旅行業、旅館業及相關觀光產業會員；會員人數超過一萬七千人。此外，並於世界各地建立起八十餘個分會的國際行銷及資訊網路，PATA 之組織規模及影響力，由此可見一斑。

我國於 1957 年加入 PATA 為正式會員，中華航空

及長榮航空則加入為航運會員。此外，旅行業及旅館業亦有加入為會員者，總計我國參加為 PATA 總會會員者計二十三人(單位)。本局賴副局長瑟珍為現任 PATA 理事會之理事。PATA 理事會每年開會三次，其中一次與年會併同舉行，本次所參加之活動係在印度新德里舉辦之 PATA 理事會及第五十一屆年會(四月十三日至十七日)，此外，並於 PATA 年會後參加南亞旅遊交易會(South Asia Travel and Tourism Exchange, SATTE; 四月十九日至二十一日)。

我國代表團係由觀光局賴副局長瑟珍領隊，參加人員有觀光局國際組組長汝洪海、台灣觀光協會黃淑儀、中信大飯店總經理黃炳彰及福樂旅行社總經理張奉文等人。

貳、會議議程及活動

- 四月十三日 上午 PATA 委員會會議
(PATA Committee Meetings)
行銷顧問委員會
(Marketing Advisory Committee)
永續觀光委員會
(Sustainable Tourism Committee)
- 下午 教育委員會
(Education Committee)
研究顧問委員會
(Research Advisory Committee)
- 四月十四日 上午 PATA 理事會
(PATA Board of Directors Meeting)
政府會員會議
(Goversment/Destination Members Meeting)
- 下午 PATA 理事會
晚間 印度觀光部歡迎晚宴
- 四月十五日 上午 第五十一屆年會開幕式
下午 全會專題討論
(Plenary Session 1)
主題：The Changing world and Its

Impact on Tourism.

四月十六日 上午 PATA 年會
(Annual General Meeting, AGM)
全會專題討論 (Plenary session 2)
主題 : Key Trends for the Future
and Main Influencers.

下午 拜會我國駐新德里台北經濟文化
代表處

下午 分組討論 A、B、C、D ; 四組主
題分別如下 :

A : Aviation : Where to From
Here ?

B : Global Marketing : New world,
New Challenges.

C : Economic and Demographic
Changes in the New World
Order.

D : Sustainable Tourism in a
Fragile Enviroment.

晚間 韓國晚宴接待。

四月十七日 上午 全會專題討論 (Plenary Session 3)
主題 : Learning From the Past to
Prepare for Future Success
分組討論 E、F , 主題分別為 :
E : Future Human Resources Needs

F : Spirituality

	下午	PATA 第五十一屆年會閉幕式
	晚間	PATA 第五十二屆年會主辦國提供“ 印尼之夜 ”表演活動
四月十八日	全日	佈置 SATTE (南亞旅遊交易會) 展場整理展覽用文宣資料、影帶 CD、紀念品等。
四月十九日 至 四月廿一日	全日	SATTE 展場說明及宣傳，並接受印度媒體採訪。

、會議經過

一、理事會部份

PATA 理事會，每年舉辦三次，於上屆年會後迄今所完成之二次理事會分別於 2001 年 9 月 21 23 日在台北舉行，以及 2002 年 1 月 19 20 日在馬來西亞古晉市舉行，本屆理事會先行通過上次古晉會議之會議紀錄。

由 PATA 新任之 CEO. Mr. Peter de Jong 作會務發展與分析報告：受到長期經濟不景氣，尤其九一一事件之影響，PATA 財務有日漸吃緊的徵兆，因此，對於 PATA 支持會務的三大財源應充份策劃：

1. 會費部份，建議成立“會員部門”
(membership department)以策劃最符合會員利益之會務運作，穩定會費來源
- 2.PATA 旅遊交易會 (PATA Travel Mart) 應積極籌辦，廣邀參展單位，使收入轉虧為盈。
- 3.PATA 廣告宣傳計畫 (PATA Advertising Campaign)，延續 2001 年之 PAC 參與者，並

擴大參與之會員數。

Mr. Peter de Jong 面對上述財務狀況，提出節儉文化（Culture of Frugality）之外。並呼籲三項工作方向：

- 1.以企業化精神策劃 PATA 之推廣宣傳工作，提供會員最實際有效的服務。
- 2.強化各分會領導功能，提供會員最佳行銷機會。
- 3.建立組織內之成本效益觀念。

PATA 財務報告通過後，分別由下列各委員會提出報告：

a. 永續觀光委員會

（ Sustainable Tourism Committee ）

b. 研究委員會

c. 市場行銷委員會

d. 教育委員會

e. 長程工作小組（ Vision 2025 Task Force ）

4.理事會並決議未來一年之 PATA 理事會時間地點如下：

2002 年 9 月 20 22 日於菲律賓，馬尼拉；
2003 年 1 月 17 19 日於巴林，馬納馬；2003
年 4 月 13 17 日於印尼，巴里。

二、年會部份

本（第五十一）屆年會主題為：Tourism - Looking Ahead and Beyond, 由於觀光產業歷經一九九七年來之亞洲金融危機及二 一年九一一事件等一連串的衝擊，而亟思為亞太地區之觀光發展蘊釀出具有前瞻性的規劃。

印度政府對 PATA 年會在印度舉行，給予高度重視，年會開幕式由印度總理(Prime Minister) H.E. Atal Behari Vajpayee 致開幕辭；另由印度觀光文化部長（ Minister of Tourism and Culture) Mr. Jagmohan 致歡迎詞。

1. 自上屆年會後，召開二次理事會，分別為 2001 年 9 月 21 23 日於台北舉行，以及 2002 年 1 月 18 20 日於馬來西亞古晉市舉行，該二次理事會之決議予以追認通過。
2. 2000/2001 會計年度之 PATA 財務報告以及

財務監察人所作之監察報告經討論後通過。

3. 2002/2003 年度計畫，包含策略計畫（Strategic Plan）業務計畫（Business Plan）及市場計畫（Marketing Plan）經討論後通過。各相關計畫請參閱附件三。

4. 有關下屆 PATA 年會決定於 2003 年 4 月 18 日於印尼巴里舉行，印尼並宣佈下屆年會之主題為：「文化資產、青年及科技」（Heritage, Youth, Technology）。

5. 韓國申請 2004 年年會於韓國濟州島舉行以及澳門申請主辦 2005 年 PATA 年會，均於理事會討論，並於年會中通過。

三、全會專題討論部份

Key Trends for the Future and Main Influencers.

1. 星加坡 ZUJI 之商務主管 Mr. Martin Symes 提出：

網際網路及電子商務在現今市場宣傳與行銷的重要性；並對航空公司勢必減少旅行業

佣金以降低通路成本乙事提出預警。

2.世界連鎖洲際大飯店之 CEO Mr. Daniel Debaillets 提出：該公司目前增加市場投資以備經濟復甦時更具競爭力，為一積極性之經營策略。

3.香港旅遊局（HKTB）行政主管 Ms. Clara Chong 表示：政府觀光單位應該提供充份資訊（包含統計與分析），並減少投資障礙及風險，以活絡觀光產業之發展。

Learning From the Past to Prepare Future Success

1.英國旅遊局（British Tourist Authority）CEO, Mr. Jeff Hamblin 報告：

英國於九一一事件後，國外到訪觀光客減少 11%，觀光外匯收益亦減少 9%，政府與民間集資二千萬英鎊，加強廣告及國際宣傳，期使觀光客到訪人數增加一百萬人，外匯收益增加五億英鎊。

英國自口蹄疫事件後觀光發展大受影響，故

而設立觀光產業危機處理小組（ Tourism Industry Emergenay Response Group, T.I.E.E. Group ）以便有效應付觀光危機並擬訂恢復計畫。

2. 斯里蘭卡觀光局（ Sri Lanka Tourism Board ）

前主席， Mr. Renton de Alwis 指出：

面臨危機時，溝通與公關是非常重要的，唯與外界的溝通公關之前，須先達到內部意見之協調一致。溝通不良不但無法化解危機，甚至可能產生新危機。

四、分組討論部份

1. 星際航空聯盟（ Star Alliance Service ），財務

及策略副總裁 Mr. Brook Friesen 報告：

目前世界有四大航空聯盟：

- . Star Alliance
- . One World
- . Sky Team
- . Wings

世界民航界於 2001 年共計虧損 120 億美

元。

世界民航界於 2002 年預計會虧損 60 億美元。

為了降低成本，航空公司間朝整合方向發展將為必然趨勢，而目前最大的航空聯盟（Star Alliance）並未與中共之航空公司就聯盟乙事接觸。

未來航空業的發展，須掌握 3Cs：Convenient, Comfort, Cost.

2. 日本航空（Japan Airlines）副總裁 Mr. Nobutaka Ishikure 報告：

日本國民出國旅遊人數受九一一事件影響，於 2001 年 9、10、11 月分別下降 19%、27%、39%；以致 2001 年全年出國人數下降 9.1%，計減少出國人數 160 萬人。

亞太地區之中、韓、台、澳、紐則為九一一事件後，日本出國旅遊人數相對受影響較小之國家。

九一一事件後，日本政府之外交、教育及交

通部門對日本國民所作過度反應之警告，各該部門已進行檢討。

未來國際觀光趨勢為：安全及短距觀光。

3.波音印度公司總裁 Mr. Suvendoo Ray 報告：

目前國際航空旅客人數尚未恢復至九一一事件前之數字，連帶影響旅館、渡假區等相關觀光產業之營業收入，依據現況分析，預計 2003 年可恢復至九一一前之水準。

航空工業則積極研發快速航空器，藉由節省飛航時間達到縮短空間距離的效果，以協助促成業內復甦。

4.Credit Suisse First Boston. Singapore 首席經濟主管 Mr. P.K. Basu 報告：

日本與中國之人口結構，均以中年人為多，而印度則以年輕人佔最大人口比例，可預見印度在未來可展現最大的生產力。

1998 至 2001 年間，亞洲各國僅中國之 foreign invest 增加，但同期間，ASEAN 所獲美國 FDI 之補助則為中國所獲之三倍。

外資投資之增加，將使區域內各國的輸出競爭加遽。

印度係世界最大的民主國家，在過去 20 年間，平均年經濟成長率高達 6%，預期觀光將為印度帶來新一波的經濟成長。

5.英國旅遊及觀光委員會（WTTC）主席 Mr. Jean-Claude Baumgarten 報告：

依據 WTTC 之觀光衛星帳顯示，由於經濟不景氣及九一一事件的影響，觀光衛星帳顯示，由於經濟不景氣及九一一事件的影響，觀光市場表現將下跌 8.5%，2003 年可望復甦，亞洲地區觀光產業投資之需求與機會增加，產業內之人力需求（亞洲地區）約三百三十萬人。

預訂 2004 年 2 月 23 日（亦即九一一事件後約十七個月）為 Travel & Tourism Freedom Day，以慶祝該時間觀光產業就業人數將達到 2001 年 9 月 10 日（九一一事件前）之水準。

五、其他

PATA 與 National Geographic 自五年前合作宣

傳，本年將廣續辦理，將以“ See You in Pacific Asia ” 為宣傳主題，由各會員國付費參與，自本年(2002 年) 九月下旬起分別運用 National Geographic 之平面媒體管道、網路、電子郵件及 DM 等方式推動國際宣傳，預期將一如往年發揮良好的宣傳效果。

肆、南亞旅遊交易會

期間：2002 年 4 月 18 21 日

地點：印度新德里 Pragati Maidan 展覽園區。

活動時程：4 月 18 日 世界觀光組織 (World Tourism Organization) 合作辦理區域觀光研討會

4 月 19 日 SATTE 開幕
SATTE 旅遊交易會，限旅遊業者參加，進行交易洽談。

4 月 20 日 SATTE 旅遊交易會繼續進行。
下午及晚間開放民眾參觀。

4 月 21 日 交易會及民眾參觀。

此次交易會由印度文化觀光部觀光次長 Ms. Vinay Rathi Jha 及世界觀光組織秘書長共同主持開幕，我國

駐印度代表處錢代表剛鐸亦率 同新聞組組長謝麒龍蒞場指導。

伍、感想與建議：

一、整體而言印度仍呈現普遍貧窮與貧富懸殊的現象，惟近二十年來印度保持良好的經濟成長（平均年成長率 6%），近年來更因電腦軟體人才輩出，在世界舞台上據有一席之地，致使印度人民對未來充滿信心與希望，且印度逾十億之人口中，雖然高所得人口比例偏低，但其數目仍多，為拓展觀光旅遊不可忽視之新興市場。

二、中國對我在國際上之打壓及矮化不遺餘力且無所不在，去年（2001 年）之 PATA 會員廣告宣傳計畫，係與「世界地理雜誌」（National

Geographic) 合作辦理，成效良好，惟因中共反對我以 TAIWAN 名義參加該項廣告宣傳計畫而使我坐失國際宣傳之良好機會，本年經觀光局賴副局長瑟珍參加此一“SEE YOU IN PACIFIC ASIA”廣告宣傳計畫會議後，拜會 PATA President 兼 CEO, Mr. Peater de Jong 表達我國參與 PATA 活動之誠意與立場，獲得 Mr. de Jong 之充份瞭解，惟其顯受其他壓力，未能立即允諾接受我以 TAIWAN 為標題參加該宣傳計畫，經賴副局長返國後去函溝通，後續之協商必將全力以赴持續進行，以維我基本立場與尊嚴。

三、全世界觀光市場受到世界性經濟不景氣及九一一事件影響，衝擊甚大，預計至 2003 年可望復甦，而就長期觀點視之，於市場低迷時，適度增加投資，以備經濟復甦時更具競爭力，為積極性之經營策略。而未來國際觀光之趨勢為

安全及短距觀光，亦值得作為訂定推廣策略之參考。