

出國報告（出國類別：其他）

參加 2020 印度旅展及觀光推廣活動

服務機關：交通部觀光局茂林國家風景區管理處

姓名職稱：簡慶發處長

派赴國家：印度

出國期間：109 年 1 月 30 日至 2 月 6 日

報告日期：109 年 3 月 18 日

摘要

擁有 13 億人口數之印度共和國約佔總人口數的五分之一，僅次於中國。根據相關報告，在 2050 年前印度有潛力成為世界成長最快的主要經濟體因此印度，近年來印度積極進行經濟改革措施，市場發展迅速，其觀光消費力也隨之增加，觀光市場的潛力與商機不容小覷。雖然印度貧富差距甚大，能夠出國旅遊之印度人比例不高僅但因其擁有為數眾多人口，出國旅遊之人口數仍然十分可觀，況且印度之高端消費能力是十分驚人的，這是一個值得行銷的市場。

新德里旅展(BLTM)及孟買旅展(OTM) 均為印度規模最大且具專業性及規模的國際旅遊交易平台。本（109）年組團分別前往參加新德里 2020 BLTM、孟買 2020 OTM 旅展並於新德里舉辦臺灣觀光推廣會，並另辦理推廣會直接面對當地主力旅行業者，期與世界各地旅行業者進行洽談，加強相互間觀光旅遊與商務等交流，讓雙方業者更加了解彼此旅遊市場脈動，充分掌握商機，期望有效開拓此新興市場，本次參展並透過原住民舞團及調酒師的花式表演更吸引大眾目光，每每吸引許多名眾駐足觀賞及熱情參與，更加深了所有遊客對台灣特殊解多元文化之印象，亦吸引許多媒體之報導，期待招徠印度觀光客源，擴大臺灣觀光商機。

目 次

壹、組團目的.....	3
貳、推廣活動內容.....	5
參、成效檢討.....	25
肆、心得與建議.....	28

壹、組團目的

擁有 13.4 億人口數之印度共和國為南亞僅次大陸的最大國家，人口位列世界第二，約佔總人口數的五分之一，僅次於中國。根據 2011 年的普華永道事務所報告，印度購買力平價國民生產總值可能在 2045 年贏過美國。在接下來四十年，印度國民生產總額預計平均每年將增加 8%，因此在 2050 年前，印度有潛力成為世界成長最快的主要經濟體。報告中強調主要成長因素為：年輕且快速成長的勞工人口，因為發展教育與工程技術成長，使得工業成長力道強勁，快速增長的中產階級有效地活絡了消費市場。據「今日俄羅斯」電視台網站報告說：「印度是世界第五大經濟體，2019 年國內生產總值（GDP）達 2.94 萬億美元，超過英國和法國，躍居第五位。」根據這份報告，按購買力平價計算，印度 GDP 總計 10.51 萬億美元，超過日本和德國。報告還說，印度的服務業是世界上發展最快的，規模占全國經濟的 60%，從業者人數占全國就業者總數的 28% [維基百科]。另據「2018 年全球經濟展望」報告指出，印度該年經濟成長率估計達 7.3%，預計可成為該年全球經濟成長最快的經濟體，甚至許多專家均預測至 2050 年印度將僅次於美國和中國之後的經濟體，成為世界第三大經濟體，因此印度觀光市場的潛力與商機不容小覷。

由於印度積極進行經濟改革措施，市場發展迅速，其觀光消費力也隨之增加。根據聯合國世界旅遊組織 (UNWTO) 預測，2020 年印度將有超過 5 千萬出境人口。據印度國家旅遊局人口數據顯示 2016 年印度境內旅遊人數超過 16 億，出境人次則超過 2 千萬，出境旅遊潛力無窮。本局看中印度金字塔尖端的高消費族群，自 2006 年開始進入印度市場推廣，目前由交通部觀光局(下稱本局)駐新加坡辦事處主責，推動來台觀光行銷工作。近年來與外交部合作，提供印度旅客線上簽證、有條件免簽等簽證簡化措施，並且委託公關公司執行市場行銷推廣計畫，強化宣傳提高臺灣觀光形象等，據統計 2017 年印度來台 34,962 人次，較 2016 年成長 4.21%，2018 年印度來台 38,385 人次，較 2017 年成長 9.79%，已有成效，故自 2018 年 10 月在各大型旅行業者總部所在之孟買，於我外貿協會駐孟買辦事處內，設置台灣觀光孟買資訊服務處 (Taiwan Tourism Information Center in Mumbai)，由公關公司派員進駐；2019 年 1-11 月止來台人數 37,064 人次(相較去年成長約 4.29%，以觀光為目的人次則成長 29.29%)，

未來榮景可期。

新德里旅展(BLTM)是印度國內知名 B to B 專業旅遊展，每年均吸引來自 24 個國家，110 家參展業者以及超過 1,200 名優質買家。根據 2020 BLTM 旅展調查，有超過 9 成的參展業者對展覽以及買家品質給予高度評價。另外孟買旅展(OTM) 為印度規模最大的 B to B 專業旅遊展，每年吸引來自 50 國、超過 1,000 家參展單位、超過 15,000 買家及訪客，是具專業性及規模的國際旅遊交易平台。本（109）年組團分別前往新德里及孟買參加 2020 BLTM、2020 OTM 旅展，並另於新德里辦理推廣會直接面對當地主力旅行業者，期於旅展期間與世界各地旅行業者進行洽談，加強相互間觀光旅遊與商務等交流，讓雙方業者更加了解彼此旅遊市場脈動，充分掌握商機，期望有效開拓此新興市場，招徠印度觀光客源，擴大臺灣觀光商機。

貳、推廣活動內容

本次奉派代表本局出席「2020 印度旅展及觀光推廣活動」，全程委託財團法人台灣觀光協會辦理組團工作，本次代表團成員共有 9 個單位，總計 22 人，包含中華航空、永業、天友、惠康、宏祥、蘋果、榮美旅行社以及「台東高商原住民舞蹈團」、「BarMood Taipei 吧沐」等表演團體；本次參展及推廣活動並配合印度當地旅客喜好，以「臺灣豐富夜生活」為行銷宣傳主軸，另搭配「2020 脊梁山脈旅遊年」以及傳統文化等延伸元素，以強化推廣主題，及旅遊相關業者配合主題推出相關旅遊資訊及產品，共同提升推廣效益。代表團於 1 月 30 日出發、2 月 6 日返國，共 8 天 7 夜，在本局駐新加坡辦事處林主任信任的安排下，並感謝駐印代表處田大使光中伉儷多次親臨會場，讓活動增光不少，透過推廣會及旅展各旅行社與當地業均建立了未來接洽的管道，過程非常順利。

本次參展之表演團體為「台東高商原住民舞蹈團」及「BarMood Taipei 吧沐」。其中「台東高商原住民舞蹈團」為臺灣東部原住民族青年所組成的團隊，團長林蕙瑛是臺灣東部唯一連續十年獲得原住民舞蹈大賽特優的指導老師，副團長范文凱為原住民傳統歌謠指導老師，已連續三年榮獲鄉土歌謠大賽冠軍，2018 年榮獲團隊藝術貢獻獎殊榮，團員都是臺灣原住民族群文化傳承的重要人物。另「BarMood Taipei 吧沐」，營業地點位於台北東區，為全亞洲 TOP50 酒吧之一，其調酒師榮獲多項國際級獎項，為國內知名專業酒吧。現場將呈現花式調酒表演、提供特色調酒及無酒精飲料。都是深具特色的表演團隊。

2020 印度地區觀光推廣活動行程與推廣概況如下：

一、新德里臺灣觀光推廣會

日期：109 年 1 月 31 日(四)19:00~22:00

地點：Hyatt Regency

地址：BHIKAIJI CAMA PLACE RING ROAD, Delhi 110066

為強化行銷力道，本次組團行程另一重點是於新德里舉辦臺灣觀光推廣會與交易會，除進行台灣觀光資源簡報外，將舉行交易會，提供印度當地業者與台灣代表團商

務洽談平台，雙方可針對當地旅客需求共同策劃旅遊行程，激發更多旅客來台觀光旅遊。

本次活動包含旅遊交易會、表演節目、推廣晚宴、經驗分享、抽獎活動等。印度商務文化作息較晚，為了因應當地的商務習慣，台灣觀光協會安排活動於晚間 7 點開始，駐印度代表田大使中光夫婦親臨晚會現場，為台印業者加油，並鉅細靡遺的向新德里業者說明台灣觀光特色，鼓勵業者們加入推廣臺灣觀光的行列。本局駐新加坡辦事處林主任信任亦向業者簡報本局在印度市場的觀光作為，未來工作規劃及孟買觀光資訊服務處設置，就近服務業者等資訊，以展現本局對印度市場企圖心。

接續進行之交易會中台灣觀光協會安排印度業者桌次，固定座位，而台灣代表團業者每一單位進行公司與行程簡介之商務洽談，增加交流機會，並安排「台東高商原住民舞蹈團」舞蹈表演，熱鬧氣忿頗獲好感，在地業者對於台灣原住民表演深深驚艷印象深刻。

為提高印度旅遊業者參與推廣臺灣觀光意願，增加台印(度)業者的商務會談機會，特別安排印度網紅兼部落客的馬洛特拉（Aakash Malhotra）分享到台灣參加「來去總統府住一晚」活動的心得。馬洛特拉表示，台灣雖然很小，交通卻很便利，相互連接，對國際觀光客來說相當容易上手，在觀光局的安排下進行環島 10 天的旅程，前往日月潭、墾丁國家公園以及太魯閣國家公園等地從事旅遊的趣事。印度業者對於馬洛特拉的親身旅遊體驗深感興趣，相信對於日後行銷台灣觀光應更感高度意願；旅遊交易會結束後提供餐會，並安排「BarMood Taipei 吧沐」表演高難度之調酒藝術，透過調酒師高超的藝術表演，除讓在地業者眼睛為之一亮之外，更透露出本次行銷宣傳主軸，台灣有多元且豐富的夜生活，更為有效吸引印度業者。

推廣會最後的抽獎活動亦是與會者關注的，獎品包含中華航空公司贈送台印來回機票、代表團成員提供的住宿券等相關產品獎項，以及鳳梨酥、油紙傘等具有臺灣味的精美獎項，加深與會人員對「臺灣」旅遊目的地印象。

2020 新德里臺灣觀光推廣會 流程表

2020 Taiwan Tourism Roadshow Agenda New Delhi

Date : 30th Jan. 2020 (Thu)

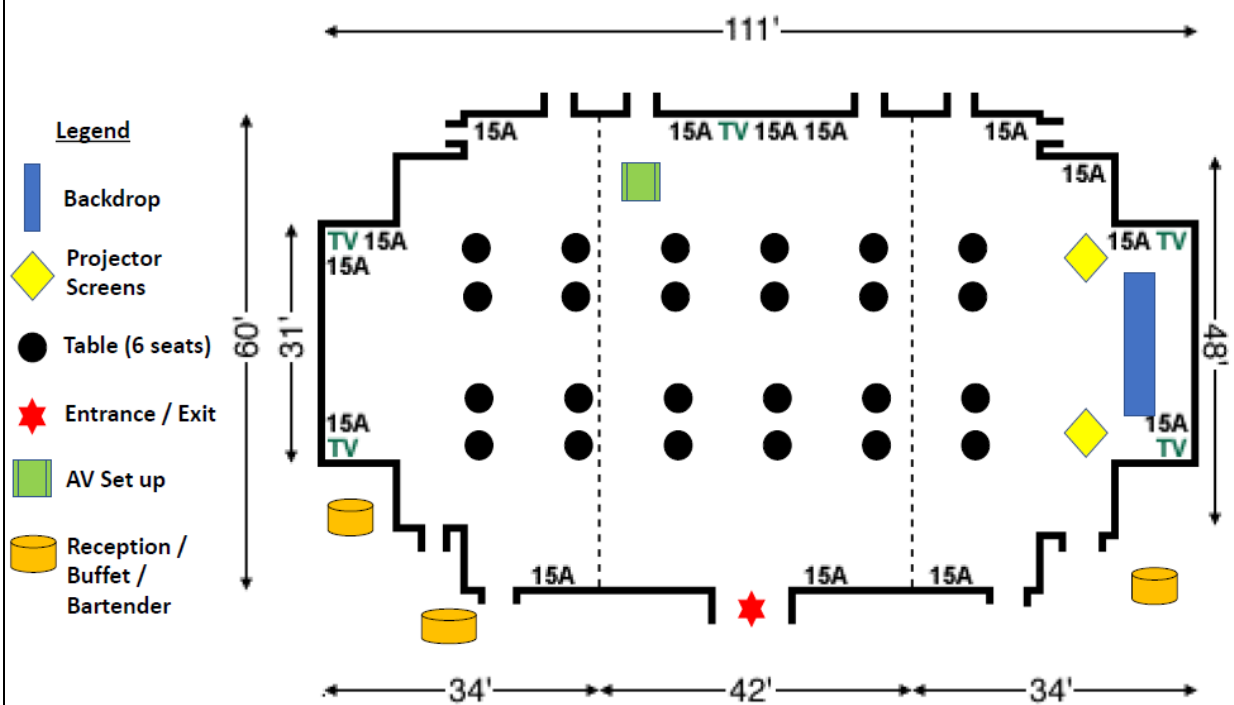
Time : 19:00-22:00

Venue : Hyatt Regency

Time	Duration	Schedule
15:00- 16:00		Info bag packing
16:00- 18:30		Setup & Rehearsal (Delegation & Performers & MC)
19:00-19:30	:30	Registration and info bag handout
19:30-19:40	:10	Guests to be seated Opening Show
19:40-19:50	:10	Taiwan Tourism Presentation
19:50-20:00	:10	Workshop –Taiwan delegation Intro
20:00-20:45	:45	Workshop - B2B Meetings- Rotation - 7 Taiwan delegates
20:45-20:55	:10	Opening Speeches (10 min.) : - Mr. C.K. Tien, Ambassador of India (Representative, Taipei Economic and Culture Center In India) - Dr. Trust Lin, Director of Taiwan Tourism Bureau Singapore Office Group Photo - Toast
20:55-21:00	:05	Entertainment Performance - BarMood-Flair Bartending
21:00	-	Buffet Dinner & Networking
21:10-21:30	:20	Aakash Malhotra - Presentation (TBC)
21:30-21:40	:10	Lucky Draw
21:40-21:45	:05	Aboriginal Dancing Performance
21:45-22:00	:15	Farewell to guests at the door and retrieve the survey



★新德里臺灣觀光推廣會現場布置圖



★新德里臺灣觀光推廣會現場平面圖



★「台東高商原住民舞蹈團」



★「BarMood Taipei 吧沐」



★駐印度代表田中光大使向印度業者分享臺灣之美



★交易會與眾多印度業者合影



★印度網紅分享台灣觀光經驗



★交易會代表團業者把握機會相互交流

二、新德里 BLTM 旅展

日期：2020 年 1 月 31 日(五)至 2 月 1 日(六)

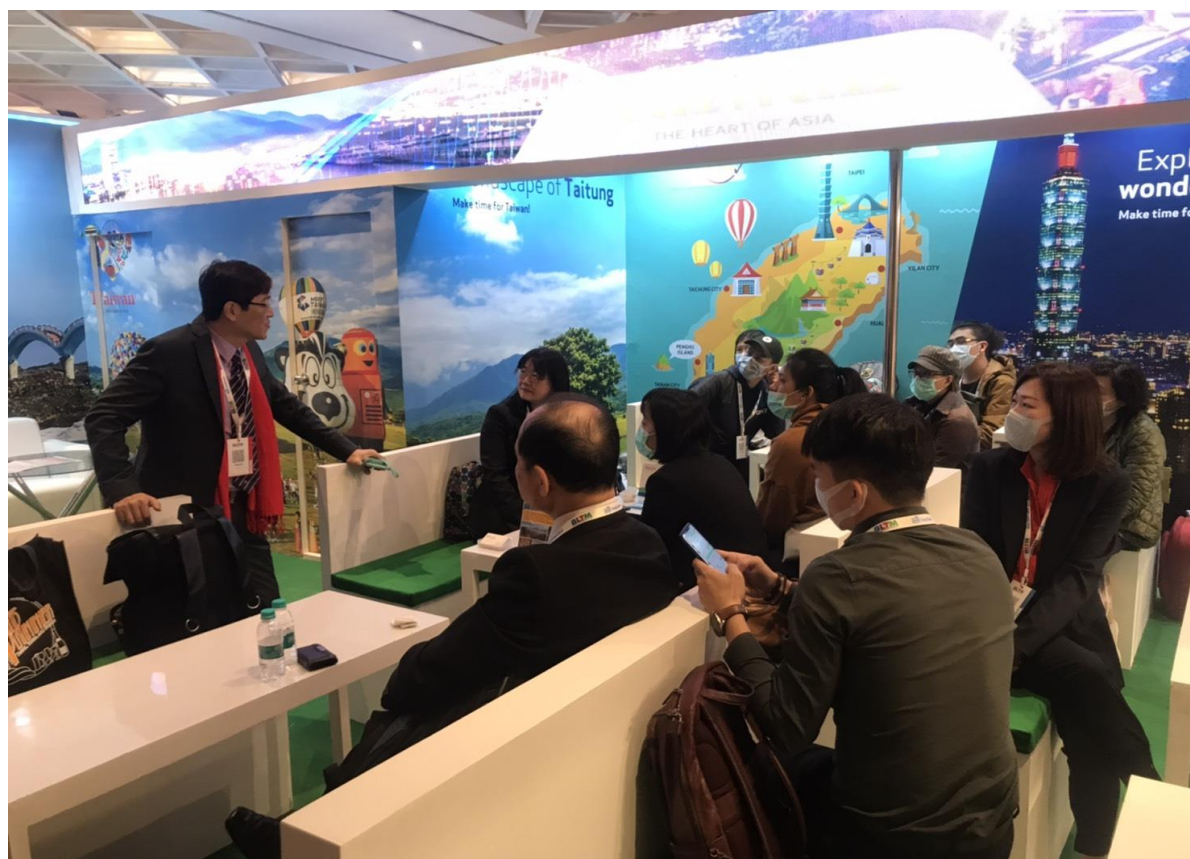
地點：Leela Ambience Convention Hotel, Delhi

新德里（New Delhi）是印度的首都。位於印度西北部，座落在恆河支流亞穆納河西岸，東北緊連德里舊城（沙賈漢納巴德）。2013 年 4 月「世界城市區域研究」

（Demographia World Urban Areas）發布第 9 屆調查報告，世界大都市依照人口數排名第 4，2282 萬人。新德里是全國的政治、經濟和文化中心。新德里是一座典型的放射型城市，城市以姆拉斯廣場為中心，城市街道成輻射狀、蛛網式地伸向四面八方。宏偉的建築群大多集中於市中心。新德里還是全國交通的中心，有 5 條國家級公路、6 條鐵路與全國各地相通，還建有兩座機場[維基百科]。

新德里旅展(BLTM)是印度國內知名 B to B 專業旅遊展，每年均吸引來自 24 個國家，110 家參展業者以及超過 1,200 名優質買家。根據 2020 BLTM 旅展調查，有超過 9 成的參展業者對展覽以及買家品質給予高度評價，透過參加旅展與當地業者進行深度交流，有效推廣台灣觀光。

此次參加 BLTM 旅展亦透過台灣館多采多姿展現台灣特色之布置，結合表演團隊詮釋台灣文化之多元，完全彰顯台灣具有豐且多元的生活，以提高印度旅行業者帶客來台旅遊之意願；再加上參展業者盡心設計行程努力向當地業者洽談，有效吸引業者的興趣，並有效建立日後的聯絡平台，對於日後推動印度來台旅遊能更為助益。



★旅展前的叮嚀會議



★原住民表演團與遊客之互動



★獲獎的喜悅



★林信任接受當地媒體採訪



★代表團與當地業者洽談



★代表團合影

三、孟買 OTM 旅展

日期：2020 年 2 月 3 日(一)至 5 日(三)

地點：Bombay Exhibition Centre Goregaon East, Mumbai

孟買（Mumbai），印度城市，馬哈拉施特拉邦首府。孟買市人口為 1300 萬，都會區在 2007 年 9 月已達 2,340 萬人，是印度人口最多的城市，也是世界人口最多的城市之一。包括鄰近郊區的孟買大都會區（MMR）人口為 2500 萬，按城市轄區人口計算，也僅次於中國的重慶市，是全世界人口第二多的城市行政區。孟買是排名世界第八位的大都會區。由於年平均人口增長率達到 2.2%，預計到 2015 年，孟買大都會區的人口排名將上升到世界第四位。孟買位於馬哈拉施特拉邦西海岸外的撒爾塞特島，面臨阿拉伯海。孟買港是一個天然深水良港，承擔印度超過一半的客運量，貨物吞吐量相當大。孟買是印度的商業和娛樂業之都，擁有重要的金融機構--諸如印度儲備銀行、孟買證券交易所、印度國家證券交易所和許多印度公司的總部。該市是印度印地語影視業（稱為寶萊塢）的大本營。由於其廣闊的商業機會，和相對較高的生活水準，孟買吸引了來自印度各地的移民，使得該市成為各種社會群體和文化的大雜燴。孟買擁有賈特拉帕蒂·希瓦吉終點站和象島石窟等數項世界文化遺產，還是非常罕見的在市界以內擁有國家公園（桑賈伊·甘地國家公園）的城市[維基百科]。

孟買旅展(OTM) 為印度規模最大的 B to B 專業旅遊展，每年吸引來自 50 國、超過 1,000 家參展單位、超過 15,000 買家及訪客，是具專業性及規模的國際旅遊交易平台。透過參展促進台印雙方業者交流，提升台灣觀光之宣傳效益。

孟買 OTM 為印度境內最大的旅展，由於孟買是印度最大的旅行產業聚集地，如同寶萊塢和外包式服務產業般，幾乎所有出境旅行產業的總公司選擇設立在孟買，同時孟買也是西印度與南印度出境最大的地方，全印度有 45%出境旅客來自孟買。因此，參加孟買 OTM 是進入印度市場的重要敲門磚。

為吸引印度業者及遊客目光，旅展期間台灣館特別安排表演團體於舞台區進行表演活動，每次表演均聚集多數遊客圍觀，吸睛力極高；甚至「台東高商原住民舞蹈團」還特別以繞場的方式進行遊行表演，所到之處總能喚起其他國家地區參展人的互動，

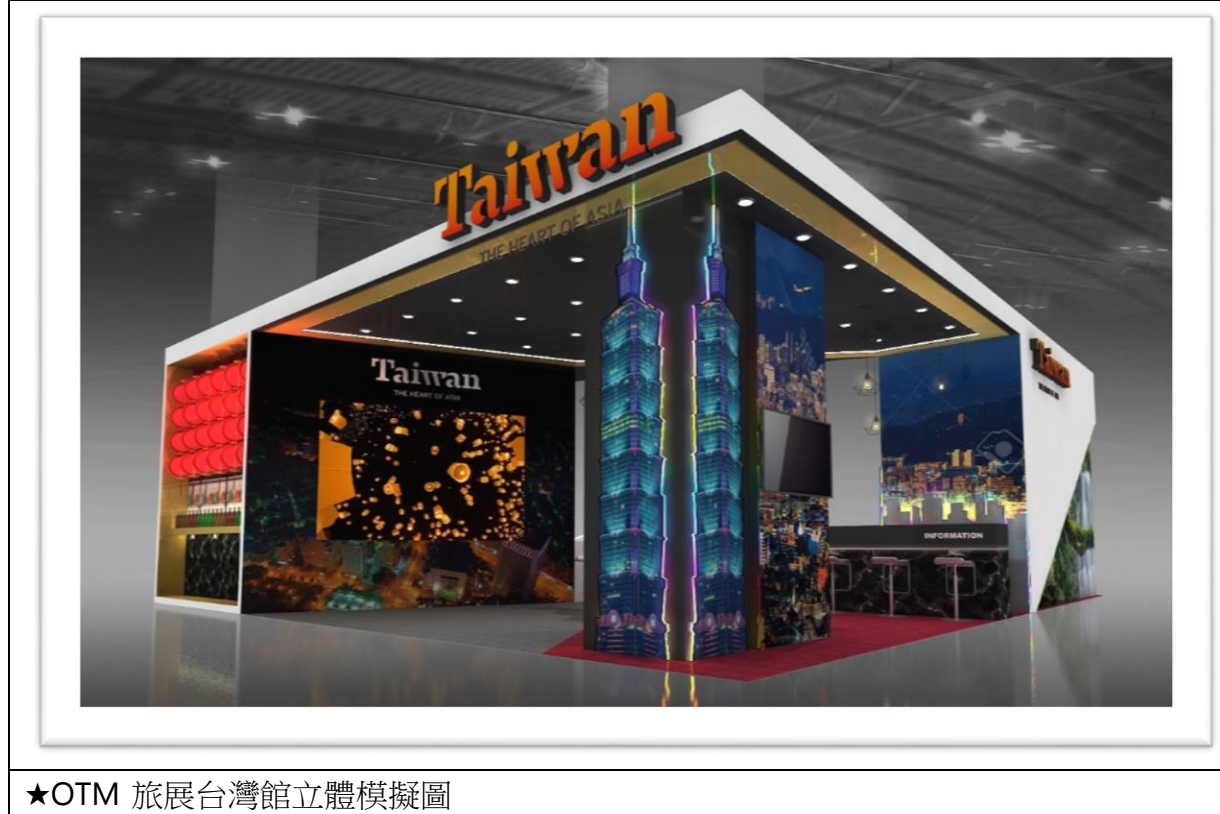
行銷效果極佳；另外在表演的空檔時刻他們還教起遊客製作原住民花環 DIY，吸引眾多民眾排隊製作，除了良好的觀光元素行銷之外，更搭建了良好的國民外交橋梁。

2020 印度 OTM 旅展 臺灣館表演活動時間表

Performance Timetable			
Time	03 - FEB	04 - FEB	05 - FEB
10:30-11:30	Aboriginal Cultural Experience	Aboriginal Cultural Experience	Aboriginal Cultural Experience
11:30-12:00	Flair bartending	Flair bartending	Flair bartending
14:30-15:00	Flair bartending	Flair bartending	Flair bartending
15:00-16:00	Aboriginal Cultural Experience	Aboriginal Cultural Experience	Aboriginal Cultural Experience
16:30-17:00	Flair bartending	Flair bartending	Flair bartending



★OTM 旅展台灣館平面圖



★OTM 旅展台灣館立體模擬圖



★OTM 旅展台灣館內部布置模擬圖



★OTM 旅展台灣館服務台布置模擬圖



★駐印度代表田中光大使主持台灣館開幕儀式



★田大使率表演團隊繞場遊行



★調酒師花式表演



★原住民表演團隊與遊客之互動



★代表團與當地業者之洽談



★調酒表演活動與遊客之互動



★原住民表演團隊於舞台區之表演



★本局林信任主任參加旅展舉辦之座談會



★當地業者於台灣館服務台詢問情形



★現場洽談氣氛熱絡

參、成效檢討

一、展攤布置展現台灣特色並結合印度民眾偏好榮獲雙料獎項

本次參加新德里 BLTM 及孟買 OTM 旅展在展攤視覺設計上除展現台灣著名之特色之外，並融入印度民眾喜歡夜生活之視覺效果，在本年的展場中吸引眾多目光，獲得高評價，分別榮獲「最具發展前景新興商業暨豪華旅遊目的獎」及「最具前景獎勵旅遊目的獎」，是台灣在印度首次獲得旅遊領域的雙料獎項，殊屬難得且可謂實至名歸。

二、表演活動創新傳統文化兼具動態與互動性遊客反應熱烈

本次參展之表演團體為「台東高商原住民舞蹈團」及「BarMood Taipei 吧沐」。原住民舞團具有色彩鮮豔華麗服飾，舞蹈更具力與美震撼力，而調酒師調製美味可口雞尾酒的花式表演更吸引大眾目光，他們除了於展場定時定點表演之外，另外也跟遊客進行座花圈 DIY 及酒吧經營之互動，每每吸引許多名眾駐足觀賞及熱情參與，原住民舞團更不定時以繞場遊行表演方式，更加深了所有參展各國代表及當地遊客對台灣特殊解多元文化之印象，亦吸引許多媒體之報導。

三、鎖定當地目標客群大力推廣

邀請具潛力旅遊相關業者參與而舉辦之交易會，臺灣業者特別設計具特色旅遊行程詳細介紹給每位當地買家，務必讓他們都能充分瞭解並解答疑慮，以提高來台旅遊之意願，並建立聯絡管道以為未來可能帶來之商機預作準備，代表團準備資料充分且多元，特色文化並具吸引力，受到當地旅遊業者熱烈回響；本活動應可增加當地業者來台旅遊之意願。未來對於印度市場來台旅遊應值得期待。

另外據本局新加坡辦事處表示當地的一家製藥公司擬於明年將該公司之獎勵旅遊來台辦理，人數有四千人之眾，該製藥公司會考慮將獎勵旅遊規劃來台辦理應該是近年來本局於當地行銷有成吸引注意之故，目前新加坡辦事處正積極與業者洽談當中，期待能成功將該獎勵旅遊帶來台灣，為未來之印度來台市場注入更多動力。

肆、心得與建議

一、印度市場潛力雄厚既為本局新南向政策行銷重鎮之一，於當地參加旅展進行行銷，應可善用與台灣有淵源的印度人現身說法，由這樣的當地人自己跟同胞介紹，應該會更具說服力，應該會比我們自己苦口婆心說明自己很好的效果多上許多倍；如今年邀請印度網紅兼部落客的馬洛特拉（Aakash Malhotra）分享到台灣參加「來去總統府住一晚」活動的心得。馬洛特拉把到台灣旅遊的趣事及便利性、文化多元性用他們習慣的表達方式做說明，我們可以感覺到那樣的宣導與當地民眾是零距離的。印度業者對於馬洛特拉的親身旅遊體驗深感興趣，相信對於日後行銷台灣觀光應更感高度意願；又以去年為例，代表團也邀請在臺灣深耕 16 年的印度人-迪立老師，也非常成功的說服印度人來台旅遊飲食無障礙。迪立老師本身是茹素者，也是蔬食料理師，對於美食選擇的專業度自然信服度高，又加上於活動現場中分享自身在臺生活及旅遊經驗，並提供由臺灣產青菜製成的咖哩腰果給當地民眾食用，獲得熱烈迴響。連續兩年的有感行銷應可為開拓中的印度來台旅遊市場帶來更值得期待的希望，甚至我們到其他地區行銷也建議可採用此一方式進行行銷。

二、印度貧富差距甚大，能夠出國旅遊之印度人比例不高僅約 2%，但因其擁有 13 億的人口，換算印度出國旅遊之人口數約有 2 千 3 百萬，恰巧與台灣人口總數差不多，況且印度之高端消費能力是十分驚人的，這是一個值得行銷的市場；近年來透過每年的用力行銷，應該已有相當的基礎，未來或許有機會可以迎接更多的客人來台灣一遊。但是印度人對傳統印度咖哩等食物偏執度高，平時生活語言文化也跟台灣差異很大，因此要吸引印度人到台灣旅遊，需要下更大的功夫做許多的檢視；以飲食為例，印度人所習慣的食材及口味均非許多台灣人所能接受的，更遑論生活習慣及語言文字等，如果未來有一天台灣真的能夠成為印度人出國旅遊的首選、次選、五選或是十選目的地，只要比起現在來台人數多上好幾倍，我們就要反問自己：我們有準備好接待的能力了嗎？也許我們該設定一個來台遊客數的目標值，一旦超過，就應該要開始相關提升接待能力的積極作為，就如同現在政府推動接待穆斯林的各方面作為一樣。

三、既然能夠出國旅遊的印度人係屬少數的高端人士，這些高端民眾在印度當地

應該有專屬且固定模式的生活圈，建議對於他們時常進出、消費的場地或是行為可以更深入掌握，相關的行銷可以善加利用而露出行銷資訊，據與辦事處人員了解，印度中高端人士性喜購物、健身房、馬球、高爾夫球、INOX 六星級電影院或是寶萊塢影視等等場域或是生活，或許尚不只這些，或許可以再深入了解掌握更精確，以方便我們做更有效率的行銷推廣，爭取對台灣的好奇心，並激發其旅遊動力，進而選擇台灣為旅遊目的地，或許能更有效接觸印度中產階級以上之客源。

本局孟買服務處於 107 年 10 月開館，該服務處的營運模式有別於過往本局駐點合署辦公或於外館外另租辦公處所，孟買館址係向貿協租用於其駐孟買辦事處內商務中心，並創先由公關公司派員進駐，委託專業公關公司協助行銷推廣工作。

本局為持續拓展印度市場，委託財團法人台灣觀光協會組團參加 2020 年印度旅展並於新德里舉辦臺灣觀光推廣會，過程可謂圓滿完成。感謝外交部田大使所率同仁及貿協所有同仁的積極協助、感謝本局駐新加坡辦事處與台灣觀光協會合作無間，給予參展團員最大的支持，也期待為業者帶來更大的商機，同時提升新南向政策的執行績效。

印度空氣品質經綠色和平組織（Greenpeace）與空氣品質偵測機構 AirVisual 發表，擁有超過 2000 萬人口的新德里是全球空污最嚴重首都，全球空汙最嚴重的 20 個城市，印度就囊括了 15 個，嚴重影響台灣外派人員意願；而且印度生活環境衛生條件很差，本次參展代表團成員雖僅短短 8 天就有數人腹瀉，外派人員其實是很辛苦的。看到少數台灣同胞在這樣人生地不熟的異域辛苦的工作，內心其實是有許多感慨的，除了要慶幸自己所生長的台灣是寶島之外，更由衷敬佩及感謝這些在異域為台灣付出的同胞。