

出國報告（出國類別：其他）

2024 年赴泰國曼谷參加 PATA Travel Mart 及理事會議報告

服務機關：交通部觀光署

交通部觀光署 駐曼谷辦事處

姓名職稱：林信任副署長

陳憶婷 主任

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：113 年 8 月 27 日至 8 月 31 日

報告日期：113 年 11 月 12 日

內容摘要：

亞太旅遊協會（Pacific Asia Travel Association—PATA）是一成立於 1951 年之非營利性國際旅遊組織，PATA Travel Mart（PATA 旅遊展）係由 PATA 每年度辦理之國際旅遊貿易展，係屬業者間之 B2B 性質。

2024 年 PATA 旅遊展於 8 月 28-29 日假泰國曼谷詩麗吉王后國家會議中心（Queen Sirikit National Convention Center, QSNCC）舉辦，PATA 臺北分會由本署林信任副署長率 16 位臺灣買家與賣家赴會。本年度 PATA 理事會於 8 月 30 日舉辦，會中揭示 PATA 2030 策略，包含 5 大主軸與 17 項子計畫。

本次出席會議心得如下：1. PATA 於疫後重新檢視組織定位與策略，宜持續關注並調整我參與 PATA 之策略、2. 持續角逐國際旅遊獎項，打造臺灣觀光口碑、3. PATA 鼓勵會員落實永續發展作為，下屆建議可搭建綠色展館。

目 錄

壹、目的	1
貳、參展及參與理事會議概況	1
參、其他拜會與活動	8
肆、心得與建議	11
伍、相關活動照片	13
六、附件	18
一、附件一：PATA Travel Mart 開幕流程	18
二、附件二：PATA 理事會議程	19
三、附件三：PATA 宣布 2025 Travel Mart 於泰國曼谷舉行	20

壹、目的

亞太旅遊協會（Pacific Asia Travel Association—PATA）是一成立於 1951 年之非營利性國際旅遊組織，結合了官方與非官方機構成員，協會會員涵蓋 90 多個國家及地區政府旅遊局單位、40 多家航空公司及郵輪公司、數百家旅行業及旅館業代表。該協會成立宗旨為協助各分會會員與各地區對內及對外之觀光發展，並推廣實踐旅遊產業對國際社區應有之責任。

PATA Travel Mart（PATA 旅遊展）係由 PATA 每年度辦理之國際旅遊貿易展，每年擇一成員國所在地舉辦，係屬 B2B 性質，此展提供旅遊業商務會議、展示旅遊產品與服務的交流空間等社交活動，以促進成員伙伴關係，共同創造合作商機，借助亞太地區旅遊市場的持續成長，提升旅遊產品價值。為紀念 PATA 在泰國成立 25 週年以及 PATA 新總部於 2023 年遷至 True Digital Park，2024 年 PATA Travel Mart（PATA 旅遊展）選擇泰國曼谷作為舉辦地。

2024 年 PATA 旅遊展於 8 月 28-29 日假泰國曼谷詩麗吉王后國家會議中心（Queen Sirikit National Convention Center, QSNCC）舉辦，為加強疫後臺灣觀光於 PATA 曝光機會，本署於 PATA 旅遊展租定 72 平方米大攤位設立臺灣館，PATA 臺北分會組成臺灣觀光推廣代表團，由本署林信任副署長率 16 位臺灣買賣家參展及參加 8 月 30 日舉辦之理事會，並由本署駐曼谷辦事處派員提供協助。

貳、參展及參與理事會議概況

一、PATA Travel Mart

- （一）日期：2024 年 8 月 28-29 日
- （二）地點：泰國曼谷詩麗吉王后國家會議中心
- （三）參展狀況：

1. 8 月 28 日上午舉行開幕典禮，由泰國旅遊局長 Thapanee

Kiatphaibool 主持。PATA 執行長 Noor Ahmad Hamid 表示：「2024 年 PATA Travel Mart 係亞太及其他地區高品質買家和賣家之重要平台，透過此活動展示 PATA 對推動亞太旅遊未來的承諾。此一活動也反映 PATA 促進亞太地區永續成長、推動創新和促進合作的使命」。PATA 主席 Peter Semone 致詞時提到，本年度 PATA Travel Mart 於曼谷舉辦係為了慶祝 PATA 在泰國成立 25 週年，除呼籲所有成員持續推動永續旅遊，並特別提及前一天於曼谷都喜天麗學院（Dusit Thani College）舉辦之青年論壇，肯定年輕世代對旅遊業的熱忱及勇於發聲。開幕典禮結束後，本署林副署長於臺灣館接待包括泰國旅遊局局長 Thapanee Kiatphaibool、PATA 主席 Peter Semone 與執行長 Noor Ahmad Hamid 等重要貴賓，介紹臺灣之美與觀光資源。

2. 2024 年 PATA Travel Mart 依大會統計，共有來自 45 個旅遊目的地的 900 多名代表參加，其中包括來自 168 個組織和 24 個旅遊目的地的 266 家參展商，以及橫跨 31 個客源市場、173 個組織的 191 名買家，並有包括觀光署、泰國、澳門、印度、尼泊爾等旅遊目的地設攤宣傳。臺灣本次由 PATA 臺北分會率 16 位臺灣買、賣家組成推廣團參展，包括：美崙商旅、福華大飯店、福泰飯店集團、宏祥旅行社、佳瑛旅行社、惠康旅行社與國立高雄餐旅大學，共計進行超過百場次的面對面洽談。
3. 本次臺灣館設計以「臺灣觀光品牌 3.0」為主軸，運用新品牌四季圖案為意象，呈現臺灣觀光美景，推廣臺灣之親山、親海、火車及自行車元素，背景景點包括：花蓮赤科山金針花海、臺北信義商圈、新北九份、南投武陵、日月潭、臺東綠島朝日溫泉、嘉義阿里山林業鐵路及馬祖藍眼淚等。加上新品牌之海浪結構，呈現「WAVE」之概念，並運用燈光強化現代感設計，提供舒適洽

談空間，除提供每個觀光單位展桌外，另有沙發區與洽談桌，以便參加此展之臺灣旅遊業界先進與各國買家進行適當交流。不只參展之臺灣業者表達臺灣館內之功能與質感均具，來訪洽談之參展者亦表示臺灣館軟硬體表現佳。透過此次旅展於現場之商務洽談，以及擺放文宣及答詢服務可宣傳臺灣景點，提高臺灣觀光單位與各個國家單位的合作機率，推廣臺灣特有之觀光資源及相關旅遊產品與服務，有效提升臺灣觀光品牌知名度。

4. 亞太旅遊協會金獎（PATA Gold Award）旨在表彰於推動旅遊業發展方面取得傑出成就與做出貢獻的組織和個人。本年度頒獎典禮於 8 月 28 日假 PATA Travel Mart 展場內盛大舉辦，依據大會統計，本年度 PATA 計有 47 個旅遊組織超過 100 件參賽作品，較 2023 年增加 19%，由 23 位獨立專家評審員選出 24 個得獎作品，涵蓋行銷、永續發展和社會責任兩大類別。香港旅遊發展局以「你好香港復興運動（Hello Hong Kong Recovery Campaign）」榮獲行銷組別總冠軍；Intrepid DMC 尼泊爾公司的「尼泊爾女性更勇敢（More Intrepid Women For Nepal）」活動獲得永續發展和社會責任組別總冠軍。

二、PATA Board Meeting：

（一）日期：2024 年 8 月 30 日

（二）地點：True Digital Park

（三）會議狀況：

1. PATA 理事會議該理事會作為全球性的一個提供交流和互動的平臺，共同探討旅遊業所面臨的挑戰、問題和機遇，以實現該地區盡責和可持續的旅遊業增長、價值和品質。理事會由主席 Peter Semone 主持。
2. 主席依據會議議程分別進行出席成員自我介紹、本日議程確認、

前次會議紀錄追認、主席報告、CEO 報告 PATA2030 策略、年度財務報告、榮譽理事報告、專家工作小組報告、未來活動宣布、主席結論及臨時動議。

(1) 主席 Peter Semone 首先強調過去一週活動的成功舉辦，包括：青年論壇、金獎第 29 屆的舉辦、PATA 於泰國成立 25 週年等，並對參與者的努力表示感謝。其次簡要介紹 PATA2030 策略的 5 大主軸（Pillars）：

- a. 諮詢服務：利用亞太旅遊協會的專家網絡，向各級政府和會議局提供諮詢服務，使協會的收入來源多元化。
- b. 研究與出版：提升研究品質與產出，重振 PATA 作為亞太旅遊知識與資源領頭羊的聲譽。
- c. 知識中心：改善國家、省、市各級的資料收集，以便更能反映亞太地區多樣化的旅遊景觀。
- d. 主題活動：從旗艦活動擴展到各地區的小型主題活動，以增強亞太旅遊協會的區域影響力。
- e. 能力建構：制定旅遊部門各級訓練計劃，探索專業認證計畫的可行性。

(2) 執行長 Noor Ahmad Hamid 報告，2024-2026 年的亞太地區國際旅客到訪預測將呈現正成長，達到 6.99 億人次，惟此過程中將持續面臨氣候變遷、經濟不確定性與地緣政治之諸多挑戰。

- a. 截至 2024 年 7 月 31 日之財務狀況：收入美金 160 萬元，來自：會員收入美金 103.9 萬元（64.2%）、活動收入美金 44.7 萬元（27.6%）、其他如專案與研究收入美金 13.2 萬元（8.2%）。
- b. 截至 2024 年 7 月 31 日之會員數達 434 個（來自 59 個旅

遊目的地); 7 月份共有 44 名會員加入; 2024 年較 2023 年會員數成長 37.5%。

c. PATA2030 策略共有 17 項子計畫。



Strategy 2030



Advisory Services	Research & Publications	Knowledge Hub	Thematic Events & BE	Capacity Building
<p>Expert Pool Platform</p> <p>67 companies has registered for the Expert Pool</p> <p>Charting expert areas</p> <p>Planning for the first meeting in Q4</p> <p>Bespoke Consultancy Services for NTOs</p> <p>A survey will be conducted in early September</p> <p>Deadline for survey results end September.</p>	<p>VISA 39 Destinations Report</p> <p>Reports being delivered to respective NTOs</p> <p>RFP for Aviation Data and Forecast Report</p> <p>RFP has been opened</p> <p>IMTA Research Project</p> <p>To present to EB for endorsement</p> <p>Publish Journals with World Bank & World Economic Forum</p> <p>Q4</p>	<p>Recruitment of System Manager</p> <p>Q4</p> <p>Power BI SSO Platform</p> <p>Project start after the new recruitment</p> <p>PATA webinars</p> <p>2 webinars in Q4</p>	<p>Thematic Events</p> <p>PDMF 2025, Chiang Rai Sanya, MoU for 2025 to 2027</p> <p>PATA Adventure Travel Mart 2025</p> <p>To follow up with the Ministry of Tourism, Government of India</p> <p>World Forum on Gastronomy Tourism, Jeonbuk 2026</p> <p>Seasonality Summit & Routes World</p> <p>Members Activities</p> <p>Centralize system to collate and distribute resources to support members activities</p>	<p>PATA Certification Program</p> <p>Consultant for feasibility has been appointed. Results Nov.</p> <p>Training Programs</p> <p>Q4 - Macau & Sarawak</p> <p>Industrial Training with Universities (new)</p> <p>Information gathering and review</p>

37

(3) 財務長 Mr Pairoj Kiatthunsamai 與財政秘書 Mr Luzi Matzig 報告目前協會財務狀況穩定且持續改善，2024 年截至 7 月的總收入為美金 161.8 萬元、現金流為美金 140 萬元、整體支出為美金 104.6 萬元，低於預算 4%。影響收支的正面因素包括：招募新會員、活動績效、PATA 旅遊展買家品質、支出管理、

強大現金流等，影響收支的負面因素包括：會員是否續約（應關注國家旅遊局）、PATA 旅遊展參展商、匯率因素等。財務長表示，從 2025 年開始匯率波動將對營運支出產生重大影響。泰銖（THB）走強影響預算和財務整體規劃。由於 PATA 75% 的費用以泰銖支付（因 PATA 總部設在泰國），匯率每變動 1%，估計影響費用約美金 13,000 元。到年底，泰銖升值 7.7% 可能會對營運支出產生額外 10 萬美元的影響。

- (4) 榮譽理事報告：由委員 Jae-Pil Sho 報告，榮譽理事會於六至七月期間進行了榮譽獎提名程序。提名已在 8 月 16 日透過 Zoom 召開的會議上進行審查與投票。根據投票結果，2024 年 PATA 終身會員獎為加拿大卡皮拉諾大學的 Chris Bottrill 博士、2024 年榮譽獎為印度 DDP Publications Private Limited 的 SanJeet 先生。
- (5) 專家工作小組（Expert Task Force）報告：由前任主席、終身會員的 Bill Calderwood 先生代表報告。後疫情時代，PATA 成立「Future Post COVID-19」ETF，以分析 PATA 的組織定位與未來策略。
 - a. ETF 全面分析 PATA 的營運、財務與策略定位，找出 PATA 目前弱勢，包括：收入來源狹隘致營收不穩定；會員組成來源不平衡，較少來自郵輪、航空或飯店產業；過去具競爭優勢的某些領域正在減弱；分會與總會的網絡未有緊密而健全的網絡；應主張協會價值以留住會員。
 - b. ETF 提出的策略建議包括：關注分會的發展以及與產業需求之契合、加強 PATA 在影響旅遊業的政府決策方面的發言權、探索新的商業模式，如：培訓學院和諮詢服務、改善溝通和價值傳遞，以吸引和留住會員。

- c. ETF 未來工作方向：檢視會員級別、考慮與分會的新協議、研究如何更好地吸引學生分會會員、尋找新的商業機會、顧問機構、合資企業等、檢視活動策略、研究新的培訓學院和認證計畫。
 - d. Bill Calderwood 先生重申，PATA 必須擴大其在傳統活動之外的作用，例如擴大宣傳、諮詢和培訓服務，以提高相關性和會員價值。
- (6) 最後由執行長 Noor Ahmad Hamid 宣布 2025 年 PATA 兩大旗艦活動之舉辦日期與地點：
- a. 2025 年高峰會（Summit）將於 2025 年 3 月 16 日至 19 日假土耳其伊斯坦堡舉辦，由土耳其旅遊促進和發展局（Turkish Tourism Promotion and Development Agency , TGA）和土耳其航空公司擔任主辦單位。
 - b. 2025 年 PATA Travel Mart 將於中國深圳舉辦，舉辦日期待定。活動將與 Informa Markets China 合作，並由深圳市文化傳媒旅遊體育局（Culture, Media, Tourism and Sports Bureau of Shenzhen Municipality）擔任主辦單位。同時，PATA 正在思考品牌重塑，將 PATA Travel Mart (PTM) 更名為 PTM-X。
 - c. 本署林副署長發言恭喜本屆 PATA Travel Mart 圓滿成功，並樂意參與未來 PATA 各項活動。惟考量到會員權利與身為理事會成員的責任，建議並提醒執委會未來辦理 PATA 各項活動時，應堅持 PATA 創會時促進亞太觀光發展之初衷，並秉持包容性原則以確保所有會員參與。林副署長的發言獲得包括來自新加坡、菲律賓與印度之理事會成員之迴響並針對 PATA Travel Mart 舉辦地點是否已於深圳簽訂

合作長約、赴該地參展之簽證問題發言，並建議主要旗艦活動應於會員國之間輪流辦理。PATA 主席 Peter Semone 表示重視每位理事成員之發言與意見，並將納入執委會討論。

- d. 會後附記，PATA 於 2024 年 11 月 15 日於官方網站宣布 2025 PATA Travel Mart 將於泰國曼谷舉辦，而非執行委員會原先規劃的中國深圳辦理（新聞稿詳見附件三）。

參、其他拜會與活動

一、泰國旅遊廳（Department of Tourism）交流餐敘

（一）日期：2024 年 8 月 28 日下午

（二）地點：Lady L Bistro

（三）旅遊廳與會人員：副廳長 Mr. Boonserm Khunkaew

泰國旅遊產業聯合會副主席(Vice President of Tourism Council of Thailand) Mr. Surawat Akaraworamat

旅行從業者與導遊註冊組組長(Director, Division of Tour Operator and Tour Guide Registration) Ms. Ubolwan Sucharitakul

資深專業旅遊發展官員(Senior Professional Level) Ms. Oranee Anuttrametakul

（四）與談重點：泰國旅遊廳為泰國旅遊與體育部（Ministry of Tourism and Sports）下設單位，與泰國旅遊局為平行單位，掌管旅行業從業相關法規。雙邊就兩國旅行社成立、旅客權益保障、機場稅收等法令規範交換意見，泰國旅遊廳副廳長表示，泰國目前有超過 4 萬家旅行社，由於成立容易輔以法令規範尚未周全，管理旅行社不易；本署林副

署長分享臺灣旅行社分類、成立、投保等規範與品保協會運作機制。我方提議未來可以啟動官方或非官方之臺泰觀光會議。

二、PATA 高層會談

(一) 日期：2024 年 8 月 29 日上午

(二) 地點：PATA 展場 VIP 室

(三) PATA 與會人員：CEO Mr. Noor Ahmad Hamid

Chief of Staff Mr. Paul Pruangkarn

Head of Member Engagement Ms. Aletheia Tan

(四) 與談重點：雙邊就觀光相關議題進行會談，CEO Mr. Noor 詢問兩岸觀光交流現況，並詢問我對本屆 PATA 旅遊展相關意見，另表示我方如有任何旅遊研究資料與訓練資源等需求，PATA 均非常樂意協助。雙方亦進一步討論有關我與 PATA 未來合作發展之可行性，例如：由分會主辦之目的地論壇，邀請指定區域之會員參加，強化目的地體驗。

三、指定區域永續旅遊會 (Designated Areas for Sustainable Tourism

Administration, DASTA) 交流餐敘

(一) 日期：2024 年 8 月 29 日中午

(二) 地點：Chez Milline

(三) DASTA 與會人員：General Director, Gp. Capt. Athikun Kongmee

Deputy Director, Chumpol Musiganont, DM.

Assistant to Director-General, Ms. Watcharee

Churugsa

International Relations Officer Ms. Pawita Inprasit

(四) 與談重點：DASTA 為隸屬泰國旅遊及體育部之公立組織，致

力透過永續觀光的創造與推動，確保指定區域於經濟、社會與環境上平衡發展。該組織已受聯合國世界觀光組織（United Nations World Tourism Organization）、Global Sustainable Tourism Council（GSTC）、綠色目的地基金會（Green Destinations Foundation）和亞洲生態旅遊聯盟（Asian Ecotourism Network）等國際觀光組織認可。該組織所推動之指定區域內之觀光景點，已有 4 處獲選為全球百大永續目的地（Global Sustainable Destinations Top 100）。雙邊主要討論有關永續旅遊發展、雙方旅遊特色與重要觀光景點。本署林副署長分享時任東海岸國家風景管理處處長之治理經驗與月光海音樂會推動歷程，DASTA 則就社區創生、推動世界遺產城市（UNESCO）經驗交換意見。我方邀請 DASTA 參與臺泰雙邊觀光人才交流計畫，雙邊亦就辦理高峰會或簽訂合作意向書之可行性初步討論。

四、長榮展銷會「Most loved Airline Most loved Destination 2024」開幕活動

（一）日期：2024 年 8 月 31 日下午

（二）地點：Siam Paragon 1 樓 Fashion Hall

（三）活動摘要：該活動係長榮航空泰國分公司年度最重要的盛事之一，

兩天展銷會邀請泰國本地旅行社、電信公司、保險公司與信用卡公司共同促銷長榮全航線機票與旅遊配套，觀光署駐曼谷辦事處亦於現場設攤提供最新旅遊文宣資訊，並執行購買機票加碼贈送行程贈品活動。開幕式由本署林信任副署長擔任致詞貴賓，林副署長致詞時表示，長榮航空為觀光署推廣國際觀光市場之重要夥伴，感謝其不遺餘力之貢獻；亦向在場民眾宣傳「Taiwan the

Lucky Land」活動，鼓勵民眾踴躍訂購臺灣旅遊產品。

肆、心得與建議

一、PATA 於疫後重新檢視組織定位與策略，我國宜持續關注並調整參與 PATA 之策略，並爭取相關會議、論壇、研討會來臺舉辦。

PATA 自 1951 年成立以後，一直擔任亞太地區推動旅遊產業的領頭羊角色，其擁有強大之觀光跨領域網絡，係亞太地區公、私部門交流、汲取不同國家或地區發展旅遊經驗與掌握國際旅遊趨勢之重要平台。每年舉辦之 PATA Travel Mart 提供旅遊業商務會議、展示旅遊產品與服務的交流空間，為促進會員間伙伴關係，共同創造合作商機，促成亞太地區旅遊市場的持續成長之重要場合。惟隨著各國旅遊產業不斷發展，各國家或地區性 B2B 與 B2C 旅遊展、商務會議亦與之茁壯，會員間之觀光交流、資訊交換或商機媒合平臺選擇更加多元。輔以 COVID-19 對全球旅遊產業的重創，均讓 PATA 這個亞太區域內老字號的旅遊組織面臨諸多嚴峻挑戰，包括：組織是否仍具備對亞太地區旅遊產業的影響力、會員是否仍能從協會得到優勢與資源、組織與會員的價值是否仍保有一致性…等。PATA 針對這些挑戰成立專家工作小組，並已納入本年度理事會的重要議題。我國身為理事成員之一，宜持續關注本項議題之後續發展，包括對我國於區域內與其他會員之互動、觀光資源之獲取或我國於亞太地區堆動臺灣觀光品牌有何影響或改變，均應持續關注並隨時調整我方參加 PATA 活動之策略，適時爭取相關會議、論壇、研討會…等活動來臺舉辦。

二、持續角逐國際旅遊獎項，打造臺灣觀光口碑

亞太旅遊協會金獎（PATA Gold Award）旨在表彰於推動旅遊業發展方面取得傑出成就與做出貢獻的組織和個人。依據大會統計，本年度 PATA 計有 47 個旅遊組織超過 100 件參賽作品，較 2023 年增加 19%，

由 23 位獨立專家評審員選出 24 個得獎作品，涵蓋行銷、永續發展和社會責任兩大類別。2023 年亞太旅遊協會金獎，本署北海岸及觀音山國家風景區管理處所轄之和平島阿拉寶灣秘境獲得 Tourism Destination Resilience 獎項（旅遊目的地韌性），今年則可惜未獲得任何獎項。

永續旅遊與負責任的旅遊係全球旅遊發展趨勢，本署多年來不僅致力推動旅遊環境優化，更注重觀光與在地生態的平衡，與民間企業合作提升旅遊品質，更藉由參與各類型之國際組織，搭建交流橋樑。近年來除參與國際組織讓臺灣觀光被看見，也藉由角逐國際旅遊獎項，讓臺灣在觀光發展的作為與努力被國際肯定，世界百大綠色旅遊故事我國更是連年取得世界第一的領先地位，打造臺灣觀光口碑。有鑑於亞太旅遊金獎為觀光界之奧斯卡，宜持續號召管理處、縣市政府與產業夥伴，將推廣成果展現世界舞台。

三、PATA 鼓勵會員落實永續發展作為，建議未來展出可搭建綠色永續展館，PATA 大力鼓吹成員及觀光相關產業儘速啟動永續發展的腳步，經觀察本屆 PATA Travel Mart 各參展單位之展攤搭建與建材仍以既有模式為主，建議未來可參照聯合國永續發展指標，以發展綠色展館為目標，運用環保建材搭建，成為亞太地區綠色展館之領頭羊，落實企業社會責任、減廢及強化對於旅遊目的地的貢獻，讓觀光產業能夠對環境及當地社群帶來更多正面效應並同步達到永續發展與循環目的。

伍、相關活動照片

一、PATA Travel Mart 臺灣館設計以「臺灣觀光品牌 3.0」為主軸呈現臺灣觀光資源



二、臺灣館洽談氣氛



三、PATA 開幕式貴賓大合照



四、VIP 參觀臺灣館



五、國家旅遊局攤位設計(泰國、澳門、印度、尼泊爾)



六、理事會開會情形



七、其他拜會與活動
PATA CEO



泰國旅遊廳



泰國指定區域永續旅遊發展廳(DASTA)



長榮展銷會開幕活動





八、PATA 金獎頒獎典禮(照片來源：PATA 官方公告)



伍、附件

附件一：PATA Travel Mart 開幕流程



OPENING CEREMONY - PATA TRAVEL MART 2024
Wednesday, August 28
Ballroom Foyer, 1st Floor, QSNCC

Opening Ceremony Programme:

Time:	1000 hrs to 1020 hrs Ballroom Foyer, 1 st Floor
0945	Arrival of Guests & Delegates
1000	Welcome Guests & Delegates
1005	Welcome remarks by PATA Chair
1010	Welcome speech by H.E. Minister of Tourism and Sports Kingdom of Thailand
1015	Opening Performance
1020	Officiating Ceremony

VIP Walk Through Exhibition:

Time:	1020 hrs to 1100 hrs Walk Through from Ballroom 1 to 3
-------	---

End with note of thanks

附件二：PATA 理事會議程

PATA BOARD MEETING
Friday August 30, 2024
14:00-16:30 hrs
True Digital Park West Building
Room: Classroom 3, 2nd Floor
Bangkok, Thailand

A G E N D A
 (as of July 18, 2024)

Item	Time	Agenda	Paper	Action
1	14:00-14:20 (20 mins)	Welcome and Call to Order Self-Introduction of Board Members – Mr Peter Semone, Chair		
2	14:20-14:25 (5 mins)	Adoption of Agenda In Memory of Mr Pierre Doley, Life Member, USA – Mr Peter Semone, Chair		Review and Adopt
3	14:25-14:30 (5 mins)	Approval of previous meeting minutes (May 2024, Macao, China) – Mr Peter Semone, Chair	Link	Review and approve
4	14:30-14:40 (10 mins)	Chairman's Report – Mr Peter Semone, Chair		For information
5	14:40-15:10 (30 mins)	Management and PATA Strategic Business Plan 2030 Progress Report – Mr Noor Ahmad Hamid, CEO		For information
6	15:10-15:30 (20 mins)	Financial Report as of July – Mr Luzi Matzig, Secretary/Treasurer – Mr Pairoj Kiatthunsamai, CFO	Link	For information
	15:30-15:45	----- Coffee Break -----		
7	15:45-15:50 (5 mins)	Honours Committee Report – Tunku Iskandar, Chair of Honours Committee		For endorsement
8	15:50-16:05 (15 mins)	PATA: The Future Post Covid 19 Expert Task Force Report – Bill Calderwood, Life Member	Full Report & Summary Report	For information
9	16:05-16:15 (10 mins)	Future PATA Events - PATA Destination Marketing Forum 2024 - PATA Annual Summit 2025 - PATA Travel Mart 2025		For information
10	16:15-16:30	Future Board Meeting & Other Business – Mr Peter Semone, Chair		

附件三：PATA 宣布 2025 Travel Mart 於泰國曼谷舉行

2024/11/26 上午8:49

PATA Travel Mart 2025 Returning to Bangkok, Thailand — Pacific Asia Travel Association



About Membership Events

Research Programmes Initiatives

Sustainability News



Member Login

PATA Travel Mart 2025 Returning to Bangkok, Thailand



BANGKOK, November 15, 2024 – The Pacific Asia Travel Association (PATA) has announced that PATA Travel Mart 2025 will be held in Bangkok, Thailand, from August 26–28, 2025. This announcement, made by PATA CEO Noor Ahmad Hamid during the closing of the PATA Destination Marketing Forum 2024, marks the second consecutive year the event will take place in Bangkok.

PATA Travel Mart has long been a key platform for industry stakeholders to gain firsthand insights into the dynamic Asia Pacific market, establish new relationships, and seize emerging opportunities. To be organised at the [Queen Sirikit National Convention Center \(QSNCC\)](#), the event will feature a one-day conference, a two-day business-to-business travel mart, and numerous networking opportunities. Building on the success of past editions, the event will bring together buyers and sellers from across the region and beyond, with thousands of expected business appointments and a broad representation of destinations across six regions.

Reflecting on the success of PATA Travel Mart 2024, which brought together more than 900 buyers and sellers in Bangkok, Noor remarked, “The Asia Pacific region

<https://www.pata.org/press-release/pata-travel-mart-2025-returning-to-bangkok-thailand>

1/3



About Membership Events

Research Programmes Initiatives

Sustainability News



Member Login

opportunities and partnerships shaping the future of tourism.”

He added, “PATA Travel Mart 2025 reaffirms the Association’s commitment to driving sustainable growth, fostering innovation, and promoting partnerships within the Asia Pacific region—advancing the industry’s reach and impact. We are excited to welcome industry professionals worldwide to PTM 2025 to share their unique offerings, explore new partnerships, and contribute to a thriving tourism landscape.”

As one of Asia Pacific’s most established travel trade shows, PATA Travel Mart 2025 is designed to connect global tourism and travel leaders in an environment dedicated to growth, collaboration, and opportunity. Attendees will have the opportunity to engage directly with decision-makers, explore new market opportunities, and strengthen relationships that drive the industry forward.

Further details about PATA Travel Mart 2025 will be shared in due course.

For further information, please contact Events@PATA.org, or visit www.pata.org/calendar/pata-travel-mart-2025 for future updates.

< **Phetchaburi Shines as a Culinary Gem Following the PATA Destination Marketing Forum 2024**

PATA: Asia Pacific Tourism Set for Continued Growth Following Strong 2023 Recovery >

About the Pacific Asia Travel Association

Founded in 1951, the Pacific Asia Travel Association (PATA) is a not-for-profit membership association that acts as a

- [Youth Members](#)
- [Blog](#)
- [Contact](#)
- [About](#)