

# TRAVEL RICH

旅奇週刊

2021.05.24 出刊 每週一發行

VOL. 650



撐不住了

疫情升溫!!

哀鴻遍野!!

觀光產業龍頭聯合疾呼交通部應正視業者困境

長期位處疫情海嘯第一排

薪資補助

是救命稻草不容中斷

# 撐不住了!!! 疫情升溫哀鴻遍野

觀光產業龍頭聯合疾呼交通部正視業者困境  
長期位處疫情海嘯第一排 薪資補助是救命稻草不容中斷

旅行商業同業公會全國聯合會理事長蕭博仁

第一時間爭取觀光局補貼停團損失

呼籲薪補拉到6成、營補依照營運規模、貸款利息再延兩年

面 對疫情再度崛起，國旅團體退團率近百，連後續的已付訂團體也備受影響，消費者紛紛要求退訂，旅行業又首當其衝造成毀滅性的影響，苦撐中的旅行業擔心又回到紓困前停滯的原點更加茫然。旅行商業同業公會全國聯合會理事長蕭博仁表示，本土疫情持續發展，全國疫情警戒目前升至第3級，旅行社業者為因應疫情紛紛暫停出團，加上爆發退團潮，勢必增加聯繫及人力等作業成本，蕭博仁第一時間與交通部觀光局長張錫聰通話，為業者權益發聲，觀光局也承諾會研擬補助停團損失，目前暫定補助每團團費5%，預計6月底公告要點。除此，蕭博仁也呼籲接下來的紓困方案也能超前部署，提出三大訴求：1、今年下半年的薪資補助能從目前4成提高到6成。2、依照旅行社營運規模給予營運補貼。3、貸款利息再延長兩年。

觀光局表示，國旅團補貼是新的紓困方案之一，觀光局將針對第三級警戒後，旅行業、旅宿業、民宿等觀光旅遊業的損失進行補貼，但是整體方案仍在討論

中，之後還要陳報交通部，詳細細節確認後才能對外公布。至於觀光產業紓困方案正在緊鑼密鼓推進中，會盡快公告。

自中央流行疫情指揮中心於5/11公告自即日起至6/8提升疫情警戒至第2級，又於5/15公告雙北提升疫情警戒至第3級，5/19則宣布全國疫情警戒升至第3級至5/28，再加上確診人數節節高升，顯示疫情嚴峻人人都必須堅守防疫陣線。針對旅行業配合防疫政策，旅行商業同業公會全國聯合會也發了一份防疫公告，希望旅行業者自主考量在6/8之前不出團，盡量減少群聚，讓客人延期或取消，為台灣的防疫盡一些心意；相關延期或取消則依據觀光局公告的辦法實施進行。針對此不出團的建議，蕭博仁也強調將積極盡力，為同業向政府爭取不出團的補貼政策，希望值此關鍵時期，全面配合國家防疫政策，雖然暫時犧牲暑假旺季將至的短期經濟利益，也是為了換取來日更好的旅遊空間及營運空間。



旅館商業同業公會全國聯合會理事長洪崇元

防疫要超前部署 補助更要從簡、從速、從寬

7大訴求懇請行政院積極推進紓困系列方案

疫 情警戒升到三級，對觀光旅宿業而言就是無法承受之重災害，旅館商業同業公會全國聯合會理事長洪崇元表示，所有遊客都立刻取消行程，旅宿業將面臨後續所有的善後程序，衍生的費用加上市場的歸零，慘況可想而知。他懇請行政院積極迅速超前部署紓困系列方案！薪資補貼及營運補貼等紓困救助從簡、從寬、從速辦理。

旅館商業同業公會全國聯合會發言人鄭生昌表示，旅館全聯會提出以下7大訴求，希望政府拿出即刻救援的精神，讓全國旅館業能繼續堅守崗位，為將來的觀光振興貢獻心力。

1、關於本年度營利事業所得稅、房屋稅及地價稅等，建請協調主管機關提供業者可無條件申請展延繳納期限或分期繳納稅款等方案。

2、建請協調各主管機關減免業者水、電費30%，及因疫情致水、電費及勞、健保費及勞工退休金等有繳納困難時，除免徵滯納金外，業者可無條件申請展延繳納期限或分期繳納等方案。

3、關於業者申請之相關貸款，請求協調主管機關及銀行業者還款期限展延1年，並暫緩本金清償1年以利資金周轉。因本次疫情造成企業資金周轉不靈而退票，協請金融單位消除退票註記。

4、建請交通部觀光局持續推行「交通部觀光局獎勵旅宿業品質提升補助要點」以促進業者持續提升服務品質及硬體升級；另懇請交通部同意有關觀光局承辦之旅宿業資本性支出貸款利息延長補貼1年。

5、暫緩推行有關耐震評估、星級評鑑等非緊急且增加旅宿業者額外負擔之政策至疫情結束後再行研議；已接受星級評鑑之業者屆期者因疫情展延期限1至2年。

6、協助因此波疫情受影響但仍持續經營的業者，補貼必要營運成本及員工薪資6個月，以穩定就業市場共度產業困境。

7、因應重大疫情對旅宿業營運之影響，為減少人才流失、安定就業市場及協助未來產業復甦所需轉型之準備，補助辦理「旅宿產業核心職能進階認證」



疫情的重新席捲，讓原先逐漸恢復元氣的旅遊事業瞬間歸零，在防疫大原則的情況下，相信旅遊業者都十分願意配合政府的防範措施，但同樣希望於此同時，政府能制定好相應的補助原則，讓業者能毫無後顧之憂的協助政府共同防疫，同時穩住就業人口的社會責任。會如此一說，是因為觀光產業環環相扣，食宿遊購行牽連著各個產業，從旅行社、遊覽車、飯店／民宿、導遊、領隊等，都會因此而受到波及，在疫情已經蔓延長達一年多的期間，業者早已面臨危急存亡之秋，對於未來也是毫無頭緒，十分迷茫。也因此《旅奇週刊》特別專訪各個產業鏈的理事長、彙整其訴求，提供主管機關做為規劃時的參考。

## 旅行業品質保障協會理事長許禔哲

### 國旅瞬間停團成災 損失補貼刻不容緩

### 業者從寬處理退費免除消費者爭議可省無形成本

新冠肺炎的疫情不斷升溫，旅行業者面對突如其來的國旅退團潮也擋不住了，這波疫情又如熊熊烈火延燒觀光產業，連帶旅行業、旅宿業、交通業等業者都再度面臨生存危機。旅行業品質保障協會理事長許禔哲表示，除了呼籲交通業者、飯店業者能從優處理因疫情取消所產生的必要費用，降低因消費者爭議衍生後續協調的不可預知成本；更呼籲主管機關針對旅行業持續面臨的經營困境提出新紓困之道，特別是當下停團的損失補貼方案更是刻不容緩。

交通部觀光局配合中央流行疫情指揮中心防疫措施，於5/12公告旅客參團解約退費處理原則（出團期間即日起至6/8）。由於目前並未達禁止旅行團出團階段，旅行社與旅客如照常出團時，應遵守防疫措施。如旅客欲延後出團時，建議旅行社妥善與旅客協商，改訂契約，降低雙方損失。

如旅客擔心，仍欲取消行程解除契約，則依據國內旅遊定型化契約應記載及不得記載事項第15點（國內旅遊定型化契約第14條）辦理，旅行社除得扣除已代

繳之行政規費及已支付之必要費用外，並得向旅客收取不超過5%旅遊費用作為補償。但旅行業品質協會接獲許多旅客及旅行社反應，由於許多離島機票，開票後航空公司不給退票；已支付的飯店費用不給延後或不退還；團體火車票取消消費高達2成，這些因旅客解約產生機票交通及飯店等必要費用非常高，依照國內旅遊定型化契約，這些必要費用將由旅客支付，造成旅行社與旅客很大糾紛爭議。

為此，籲請交通業者、飯店業者能從優處理因疫情取消所產生必要費用，降低旅客損失，減少旅遊糾紛。

旅遊解約請參考品質協會消費爭議懶人包

<https://www.youtube.com/watch?v=GxE3fLNicJM&feature=youtu.be>

旅行業品質協會發言人李奇嶽強調，未來針對旅行業的營運補助希望能擺脫齊頭式的補助，如此才能真正引導產業正面發展。他也舉例，日本因疫情補貼旅行社、旅館、餐廳、遊覽車等產業，補助依據端視疫情前繳稅的紀錄，稅繳的多、營業額高，補貼就多，這是較為公平及科學的作法，希望主管機關能做為參考。



## 台灣民宿協會理事長彭成裕

### 燃眉之急拉一把 齊心協力為觀光

### 建請政策性給予民宿業者原貸款展延至少1年

國旅市場因疫情延燒受到重擊，民宿業面臨瞬間退房率達到8、9成的龐大壓力苦不堪言，台灣民宿協會理事長彭成裕表示，針對疫情嚴峻勢必影響整個即將來臨的暑假旺季市場甚至到年底，希望政府各級主管機關能協助伸出援手拉一把，解決民宿業者在疫情重挫下的燃眉之急，待市場逐步復甦之際，共同振興觀光業。民宿業者也是觀光國家隊的一員，肯定會堅持與政府的防疫、振興等政策目標齊頭並進，也會持續提供民宿業好客的服務態度及優質的民宿服務，致力達到永續發展觀光的目標。

彭成裕也建請政策性給予民宿業者原貸款展延，以利資金周轉；以及資本性融資之貸款及周轉金等既有貸款的還款，可以協調銀行寬緩1年以上。

台灣民宿協會也感謝政府去年的紓困措施，實際幫助到很多民宿業者，希望在此既有基礎上延續德政，如下：

- 1、建請政策性給予原貸款展延，也就是在既有的房貸暫緩本金清償1~2年，以利資金周轉。
- 2、資本性融資之貸款~用途為更新設備、整（修）建、重建營業場所及資本性修繕所需之資金（民宿業者最高可貸款1,000萬）。以及周轉金~用途為支付員工薪資及其他維持基本營運所需之資金（民宿業者最高可貸款600萬）。希望上述兩點貸款申請期限可以再超前部署提前規劃延長，讓民宿業者在政府的保護傘下，不僅得到最適當的協助，更有助於國家長遠發展觀光的前瞻性。



## 觀光導遊協會理事長許冠濱： 建請政府保障第一線人員工作權 維持專業人才放眼國際開放

疫情的再度衝擊，讓市場急速降溫，而對於導遊領隊而言，原先便沒有國外市場能操作，現在連國旅市場都歸零，由於疫情已經肆虐1年多，因此更期盼已有經驗的政府，能帶來更有效率的方針，協助從業人員重振旗鼓。

許冠濱特別強調，非常感謝主管機關過去的關心與協助，但導遊領隊身為第一線從業人員，在面對疫情時，卻無法獲得相應的工作權，除了去年4~9月份短暫的補助外，大多都補助都針對公司與企業。

簡單數據的統計，針對1萬名導遊領隊，即使每人補助1萬元、為期長達6個月，也僅需6億元的預算，雖不能造成多大效益，但至少能解決這些人大半年的生計問題，達到正向的循環。因此建議政府能仿效日本，針對旅行社提供房租、水電等成本進行補助，而將預算直接補助在第一波從業人員身上。

此外，針對蓬勃的國民旅遊，建議國家公園、國家風景區管理處、各縣市政府景區、旅遊商圈，政府部門、學校團體、校外教學等國旅出團，應要派遣有證照的導遊導覽擔任解說導覽（隨團）工作，以利提升台灣導覽解說旅遊品質，增加導遊工作機會，創造三贏局面。但許多時候，卻因為地方創生與部落旅遊業者不需要導遊，也讓這些不合格的人員能在車輛行進間能起身服務旅客茶水，都間接造成危險。此外，約65%~70%導遊領隊人員因年齡（國旅需要年輕的人員）、語言別習性（日語習性、南向國家語言有腔調）或個人因素無法就業，更加影響生計。

根據協會與六都導遊公會統計，目前已有10~12%的導遊已經轉行，卻仍有大量的從業人員對於未來仍充滿憧憬，甚至為了難得的工作機會，願意提前踩線踩點，其企圖心都不亞於年輕人，因此更希望政府能對於導遊領隊伸出援手，為台灣的觀光市場超前部署，給予其生存權、工作權、維持未來旅遊一襲命脈。



## 租車業品質保障協會理事長蕭明仁： 小客車租賃業急需政府伸出援手 建議分業管理、補助、輔導轉型多管齊下

疫情的捲土重來，對於觀光產業造成相當巨大的影響，由於小客車租賃業分為企業長租、短租自駕、代僱駕駛，在國際未開的情況下，而許多專門從事機場接送的小客車租賃業者都無法生存。根據統計，相關業者的業績相較於前年同期甚至僅剩5%不到，加上疫情又再度肆虐、國民旅遊停擺，都讓業者有如面臨危急存亡之秋。

蕭明仁指出，政府適時的伸出援手，對於產業將有極大的助益，不僅能穩定企業減少巨幅虧損，也能讓從業人員能度過寒冬。去年在疫情期間，政府有針對小客車租賃業者進行教育訓練，提供18,960元的實際補助；而駕駛部分，則有為期3個月的相應補助，但也因為補助時間相當短，對於產業而言並未能解決燃眉之急。

因此蕭明仁建請政府的補助政策能區分為兩大塊，針對車輛部分，提供牌照稅、燃料稅的減半甚至減免。而對於司機部分，則是能設立專款補助。

由於小客車租賃業目前遭逢情勢十分緊急，因此租車業品質保障協會特別攜手許多公會單位向主管機關—交通部公路總局進行陳情與反應，建請主管機關提出對業者實質的協助及補助方案。

蕭明仁指出，目前在小客車租賃業中，企業長租與短租自駕部分影響較少，但代僱駕駛方面，因為有車輛與駕駛的成本存在，因此在面對國門關閉、疫情重啟等雙重打擊下，整體情勢十分嚴峻，更需要政府適時的伸出援手，透過分業管理、補助、輔導轉型多管齊下，才能維繫產業不會面臨斷炊的可能性。



# 遊覽車品質保障協會理事長鄭春綢： 希冀政府救援遊覽車業 提供牌照、燃料減免與相應補助

台灣遊覽車產業過去因兩岸歷史情感連結、大批陸客團來台觀光，造就全盛時期，但後續政策改變，使得陸客團大幅減少，許多業者紛紛轉戰其他國家地區的觀光客來台市場，或加入國民旅遊客層業務，卻因為僧多粥少，致使許多遊覽車公司倒閉，而多數業者也早已陷入倒懸之危的困境。

而面對COVID-19（新型冠狀病毒）疫情影響造成全球不安，全國紛紛封鎖邊境，台灣雖仍能操作國旅市場，但因為近期疫情的捲土重來，更讓本來好不容易恢復大半的市場瞬間又進入冰凍期。

同時，產業鏈是環環相扣，當疫情影響導致旅遊人數大幅縮減，遊覽車產業大多數業者的出車率幾近停擺，因而衍生出許多急待解決的問題，如：車輛的貸款、員工的薪資、稅款、沒有停車格可供停車等。

也因此，當政府著重於救助觀光產業時，鄭春綢也呼籲相關部會長官，別總是把遊覽車產業放在最不起眼的角落，對遊覽車業者而言，此次的疫情可能是壓倒駱駝的最後一根稻草的臨界點，本業業者急需政府相關部門的大力關切與紓困。

因此鄭春綢建議，去年燃料稅與牌照稅採取減半的措施，對照今年希望能全免。同時，每家遊覽車業者能比照旅行社，一家給予30萬元補助；抑或是每部遊覽車，都能提供比照補助客運業的每個月3萬元補助，這些措施總造成的成本不多，但都能讓業者擁有更多存活的動力及空間。



# 觀光領隊協會理事長張榮坤：

## 補助能帶給領隊最後一絲希望 超前部署保留人才

隨著疫情的持續升級，旅行業僅存的國旅市場全部停止出團，讓已經長達1年多無法辦理出境業務的旅行業，猶如雪上加霜，更加面臨生存困境。

而同樣屬於旅行業最小的單位：領隊及導遊，自2020年9月之後所有補助歸零，歷時已超過半年以上，而這些領隊導遊等不到生機，生活壓力促使下不得不開始尋求兼差及轉業，但同樣未受政府協助，顯然這些旅行業個體戶已成為疫情下最悲情的一群人。

因此建議政府持續補助旅行業員工補助、團體秋冬補助等等政策時，也請關注這些卑微的領隊導遊，務必要為旅遊生機保住一絲希望及能量。

張榮坤指出，留住領隊人員，最大目的在於能以因應未來解封後的龐大旅遊潮，今日就必須預做準備、超前部署。因此建議政府能透過幾個面向著手處理，包括：1.重啟領隊轉型國旅人才紓困培訓。2.持續辦理生計補助以留住領隊專業人才，避免後疫情時代領隊斷層。3.領隊證效期因疫情無法帶團，應予以免帶團證明延長3年效期。

根據2020年疫情期間領隊補助方式及金額如下：

1. 領隊紓困培訓班：每小時補助158元，每人可上120小時，計可補助18960元/每人。
2. 紓困2.0領隊生計補助申請案2020年4~6月，每人可補助6萬元。
3. 紓困3.0領隊生計補助申請案2020年7~9月，每人可補助6萬元。

由於2021年疫情仍無消停的跡象，造成領隊生計越加困難，因此觀光領隊協會期盼政府能延續紓困補貼，凡合於政府規定之領隊資格者仍維持給予每月1萬補助，才能為產業奠定根基，放眼未來國際重新開放的龐大需求。





▲觀光產業代表聯合疾呼交通部等主管機關正視業者困境，期盼讓海嘯第一排的業者能安穩度過。

## 面對再次侵襲的觀光產業該如何自處？

**當**疫情再度席捲台灣，且攻勢相較於去年初甫爆發時更為迅猛，對於首當其衝的觀光產業而言，已經不是當初首次面對疫情時的徬徨無措，取而代之的是更加絕望。因為當去年初疫情正式爆發以來，隨著為了確保持疫情而實施國境封閉的策略，便讓全台大多數以出境為導向的旅行社面臨到首次的衝擊。

而在台灣卓越的防疫之下，讓整體社會終於逐漸回穩，也因而領先全球開啟國民旅遊市場，造就前所未有的全新榮景，而其中，許多旅行社為了不被市場淘汰，也紛紛轉而投入國民旅遊的操作，甚至未雨綢繆的將觸角延伸更多領域，進而開啟市場百花齊放的盛況。但這一切的榮景，卻又在5月份再度畫下休止符，因為突如其來的疫情重返，瞬間讓百工百業停擺，甚至連原先雖然競爭激烈、卻仍有獲利的國旅市場都無法操作，整體情況對於觀光業者來說，相比去年初更是有過之而無不及。

由於觀光產業是環環相扣，除了由旅行社擔負起盤點及統籌規劃的居中角色外，更牽連了飯店、民宿、餐廳、遊覽車、導遊、領隊等觀光供應鏈，當旅行社首當其中轟然倒下時，週邊的業者也將面臨到如同骨牌效應般的接連受傷。

也因為了解到市場的嚴峻，以及業者對於政府伸出援手的渴望，《旅奇週刊》特別針對旅行業、飯店業、住宿業、遊覽車業、領隊導遊業等產業代表進行專訪，透過他們的訪談時能了解到，產業皆對於政府於去年即刻伸出援手十分感激，其效率與速度亦給予高度肯定。

但面對重新捲土重來的疫情，眼下的情況勢必更為嚴

重，因此更需要目前不論在防疫控管及協助產業相較過往更有經驗的政府及主管機關，能夠快速反應與提供相應政策，讓產業在協助防疫控管時，也能有政府作為後盾，營造一個無後顧之憂的環境，讓企業跟著政府一同抗疫。

值得一提的是，為了防疫，許多業者正在積極協助消費者退訂或延長，卻也面臨到極少數飯店業者的不友善對待，在退訂款方面格外嚴苛，甚至要轉嫁到消費者身上，面對此情形自然無法接受的消費者便提起訴訟，而夾雜在其中的業者，其痛苦自然可想而知。而這一切的起源，最大部分可以歸咎在不合乎市場現況的國內定型化契約身上，國旅業者指出，國內定型化契約是參照過往出境的定型化契約衍伸而來，因此大多適用於散客成團的方式上，對於企業包團較偏向顧客至上的團型而言便相對不便。因為在順利走團的情況下都沒問題，但假使產生糾紛、甚至需要退費時，因為無法增列條例等、主管機關不認可的情況，便會讓旅遊業者面對極為不利的情勢。

從疫情的肆虐，衍生到國內定型化契約的問題，都是旅遊業者不願面對的痛苦，也因此如何協助產業度過疫情，為觀光立國奠定穩健基礎，同時針對不適合的法令進行修改或另訂，都考驗著層峰的智慧。

副總編輯 **王政**

榮譽顧問／夏克堅  
發行人／黃秀春  
社長／何昭璋

Frank Hsia  
Josephine Huang  
James Ho

副社長兼總經理／歐彥君  
國際市場部部長／劉厚志

Winnie Ou  
Jack Liu

**編輯部 Editorial**

副總編輯／王政  
採訪編輯／張偉浩  
設計／曾繁淵

John Wang  
Kevin Chang  
Joe Tseng

**文案部 Copy Writer**

經理／謝筱華  
資深專案經理／彭可玟  
文案／楊昀潼

Anne Hsien  
Poppy Peng  
Elsie Yang

**設計部 Art**

設計主任／林洋正  
資深設計／張曉元  
資深設計／吳需瑀

James Lin  
Neo Chang  
Wendy Wu

**行銷業務團隊 Marketing & Sales**

**eProject Unit**

資深專案經理／周威廷

Wayne Chou

**Process Control**

經理／李曉倩

Judy Lee

**業務部**

協理／王相涵

經理／王相淳

經理／王政介

Abby Wang 0922-671-775  
Sammi Wang 0922-566-614  
Randy Wang 0912-815-962

**國際市場部**

經理／蔡雅雯

企劃副理／黃千珮

企劃主任／徐意雯

企劃編輯／張語柔

企劃編輯／何昕穎

企劃編輯／張子凌

Yawen Tsai  
Pat Huang  
Dance Hsu  
Zoe Chang  
Hsinying Ho  
Tzuling Chang

**旅奇週刊**  
**TRAVEL RICH**

日本合作刊物：旬刊旅行新聞 Collaboration with JAPAN  
業界人的必  
の業界專門紙 **旬刊旅行新聞**



旅奇週刊官方網站 旅奇週刊粉絲團

**Establishment**

雜誌創刊・B2B網站開站／2005年10月17日  
Biweekly & B2B website are Established in Oct. 17, 2005.

**Publishing**

發行所：旅奇國際有限公司  
Rich International Corporation  
地址：臺北市信義區(110)基隆路一段159號4樓  
4F, No.159, Sec.1, Keelung Rd., Taipei, TAIWAN(110)  
客服專線  
Tel：(886-2)2747-9077 (代表號)  
Fax：(886-2)2747-9075 (代表號)  
客服E-mail：judy@richmarcom.tw  
印刷：威志印刷事業有限公司

中華郵政臺北誌字第825號執照登記為雜誌交寄  
本刊圖文版權所有，未經同意不得轉載或翻印！  
All rights reserved.

讓  
註明

# 國旅業者

✓ 擁有生存空間！



定型化契約限制國民旅遊市場企業包團發展 操作業者綁手綁腳  
面對防疫 飯店掌握退訂額度權  
**旅行業者**裡外不是人 建請修改或另訂新法保障業者

# 朱永達：

## 旅行社腹背受敵 成為防疫下犧牲者

### 定型化契約造成旅行社裡外不是人 僅能忍受責罵默默承受



**因**應疫情變化，為共同嚴守社區防線，交通部觀光局配合中央流行疫情指揮中心防疫措施，公告旅客參團解約退費處理原則，然而在抗疫的大前提下，卻仍有飯店堅持將產生的成本轉嫁給消費者與旅行社來承受損失。

旅行業國民旅遊發展協會創會理事長朱永達表示，面對疫情的重新席捲，旅行社積極協助防疫工程，然而在協助消費者進行延後或退款時，卻面臨到飯店業堅持要消費者承擔損失，使得旅客無法理解，讓夾在其中的旅行社裡外不是人的處境，而主管機關—交通部觀光局卻選擇不聞不問，業者極為受傷。

#### 積極協助防疫 旅行社面臨信譽受損

朱永達表示由於交通部觀光局公告之下，旅行社擔負起飯店及消費者溝通的橋樑，但因為雙方之間存在著巨大落差，使得夾在其中的旅行社裡外不是人，最後僅能進行訴訟的階段。

對於無法延期要取消的消費者認為，在扣除必要支出後，仍須收取取消的高額扣款極度不合理，加上民法大於定型化契約的概念，因而堅持無法接受的立場。

而在飯店部分，對於散客客戶極為禮遇，按照個別化契約進行退扣款；但面對團體業者時，因為合約並未標準制定，因此堅持要求消費者與旅行社承擔損失。

夾在其中的旅行面對這種處境極為困難，因為與飯店之間僅有約束，雙方並無合理的定型化契約可以作為參考，因此無法訂定旅行社與飯店的規範，在商業模式上僅行各自協調，因此在飯店方不願讓步的情況下，只能走向無解的方向。然而，在這種情況下，傷害最深的莫過於旅行業，不僅等承擔消費者的不信任，商譽上更會受到極大的影響。

#### 觀光局置身事外 任由飯店裁決退款額度

朱永達表示，主管機關在事件中僅擔任發號司令的角色，並未能參與居中協商，因此讓旅行社與飯店自行處理，對於相對友善的飯店來說，便會降低扣款額度，一同在防疫的大原則下尋求三贏的局面，值得肯定。然而也有不友善的飯店，不顧旅行社與消費者的需求，也不管政府法令，直接提出極度不合理的退費標準，令各界難以接受。

朱永達強調，國內團體定型化契約中，觀光局要求配合第13條中，旅客終止契約時扣除產生的必要行政規費進行扣除後，退給消費者。然而，旅行社的供應鏈也包括飯店，由飯店自行認定取消費用多寡，毫無準則的情況下，便會讓消費者增加吸收的費用，旅行社只能配合，最終得面臨旅客的無情責罵。因此建請在定型化契約的模糊地帶，應該更為清楚的訂定規範，框列出必要費用為何？上限應該多少？才能真正保障三方的權益。





# 林義順：

## 國內團體定型化契約 不符合現行狀況

集散成團不能適用企業團體報價  
業者綁手綁腳無法操作

**國**旅市場最常面臨到的，是旅行社與消費者之間的「國內旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」（以下簡稱國內定型化契約），由於過去沒有相關的依據，便以國外的團體定型化契約作為依據套用於國內市場。而這樣的模式，也讓國旅市場受到多年的發展困境，最終在疫情爆發、僅能操作國旅之際，問題便一一浮上檯面。

旅行公會總會國內旅遊委員會總召集人林義順表示，為什麼定型化契約僅適合於集散成團按「個人的包價」的旅遊，無法適用於「企業的包團式」的旅遊呢？最大主因在於兩者本質上並不相同。包括

**1. 規劃及參團的時程不同：**企業包團通常以前一年度或半年度就必須進行規劃，個人包價一般以數月前或數週前計畫即可。

**2. 企業旅遊與個人旅遊的出團旅遊規模差距甚大：**一般從事企業包團的業者，是以車輛數計算出團量的多寡；從事個人包價的業者是以人頭計算出團量的多寡。

**3. 企業包團一切的需求，是由旅客主導：**如：時程、行程、遊覽車、住宿飯店、餐費內容及價格等，旅行社只能事前就其最大值的數量及大約輪廓性的安排，無法定型。而個人包價旅遊由旅行社為主導。換句話說，即便是最簡單的在何地報到、何時出發，不是旅客說了算，旅行社也必須配合旅客想改就改的不確定的變數。因此，乍看之下很簡單的應記載，出發的時間與地點，對企業包團根本無法載明，只能填寫依《雙方再另行約定》。

**4. 企業包團由企業佔據主導權：**由於是依雙方的約定，且規劃且進行且隨時調整式的同步進行，旅客怎麼說、旅行社怎麼做，旅行社的建議旅客再裁量，雙方對於一切的權責相互負完全的責任。倘若要等到一切完全定案後，雙方再行簽定合約，那所有的企業團體幾乎不可能順利圓滿的成行，尤其是在假日出遊。因此，在企業團體變化繁多的情況之下，應記載最低的組團人數成行，完全不可行，而且會產生無窮無盡的爭議。

例如，出團人數寫多，成團人數不夠旅行社不願意出團，但是大部份的企業是有計畫，必須要按照公司的時程完成活動，不可能喊停就停，這時便引發雙方的爭端；若出團人數寫少，旅客應可出團而不出團，旅行社所支付前置作業的訂金，幾乎是血本無歸，而旅客僅負擔極少部分的損害賠償就了事。所以承辦的企業旅遊應記載最低出團人數，皆以《實際出團人數且實報實銷各項產品》來簽定合約。

林義順強調，目前現行的定型化契約整體而言並不適於企業包團，硬要套用在個人包價式的定型化契約裡，所產生的問題就是，不肖的業者欺負旅客的不專業，以及不負責的旅客利用法規上的漏洞來卸責，而誤解、曲解所產生種種的旅遊糾紛，縱使為了保障雙方的權益而簽訂了定型化契約，雙方卻無在法規上獲得實務上的保障。因此希望政府針對國旅市場部分，不是進行修法便是另訂新法，藉此區分企業包團式與個人包價來滿足市場需求，進而創造國旅更大的商機與熱度。





## COVER STORY | 封面故事

- 02 撐不住了!!! 疫情升溫哀鴻遍野  
觀光產業龍頭聯合疾呼交通部正視業者困境  
長期位處疫情海嘯第一排 薪資補助是救命稻草不容中斷

## HOT NEWS | 當週要聞

- 07 朱永達：旅行社腹背受敵 成為防疫下犧牲者  
08 林義順：國內團體定型化契約不符合現行狀況

## JAPAN | 和風日本

- 11 立山黑部豆知識 雪的日曆探索積雪軌跡

## SPECIAL | 特別企劃

- 12 泰安觀止與墨攻合作推出「旅圖OTA數位系統」利用數位整合 串接  
跨域觀光產業  
14 國立台中教育大學教授吳忠宏：如何促進永續觀光？

## TOPIC | 觀光圈專題

- 16 中彰區域觀光聯盟將午茶開啟新花樣 味無味享受春季最時尚的春  
盤體驗  
18 中彰區域觀光聯盟盤點新社亮點 全台最大茶花園—明月居茶花山莊  
20 竹竹苗區域觀光聯盟探訪北埔商圈 期盼打通交通 讓北埔5寶再次蕪  
露頭角  
22 阿里山業者主動停業防疫 一起等+0重現

## TAIWAN | 國旅專題

- 24 將府城美食推向國際 台南市府備戰《米其林指南》評鑑  
26 雲林縣政府文化觀光處 流動藝術三部曲《綻放》以成龍溼地自然  
生態為舞台  
28 源順芝麻觀光油廠 以製造對人體健康有益的產品為目標  
29 雅聞峇里海岸觀光工廠 一秒置身南國小島度假

防疫在家少出門  
宅配美味帶回家

玩界 fun idea mall  
主意



官網



粉絲團

# 立山黑部豆知識 雪的日曆探索積雪軌跡

## 開山一個月仍有13公尺震撼雪壁 盼早日再訪

撰文／張語柔・圖片提供／立山黑部賞光株式會社、向日遊



▲立山黑部的積雪是真真假？從期間限定的「雪的日曆」就能一探究竟。

春季訪日旅遊超人氣景點「立山黑部」在今年迎接開山50周年，4/15正式宣布開山至今已過1個多月，卻仍能保有不輸開山初期的13公尺高聳雪壁可賞！立山為世界中屈指可數的豪雪地帶，遊客得以看到夢幻雪壁除了地理位置、海拔高度等環境因素加持，也與當地因應春季開山疏通道路的例行性除雪作業息息相關。由除雪車作業而開闢出的車道，透過努力不懈的宣傳之下，成為吸引國內外遊客每年爭相到訪朝聖的「雪之大谷」，不僅可搭巴士穿梭其中，更開放讓遊客以徒步親身體驗，近距離感受雪之大谷的十足魄力。受疫情影響，觀光旅遊雖尚無法成行，但待疫情落幕後歡迎規劃魅力十足的富山之旅，再訪雪之大谷絕景。旅行同業若有立山黑部相關資訊需求，敬請隨時聯繫向日遊顧問有限公司。

### 必知！雪之大谷更多魅力

開山期幾乎每年都落在4月中旬的立山黑部，伴隨開山之際也會推出一連串的系列活動讓遊客暢玩，今年恰巧碰上開山50周年，便推出特別企劃「開業初期的雪之大谷」，主打重現50年前雪之大谷風貌。由於當時除雪技術尚未發達，因此僅去除單線車道積雪，巴士行駛而過就像被雪壁左右近距離包夾，今年透過復刻出長約50公尺的路段，讓遊客能以車窗欣賞的方式體驗穿越時空回到50年前的立山。

長年來廣受喜愛的「雪之大谷漫步」今年也照常舉行，預計將一路開放至6/22為止，行走在雪壁中除了驚嘆與留下紀念合照，更不能錯過仔細觀察沿途必經之處「雪的日曆」。宛如岩層剖面圖的「雪的日曆」今年在4/15~5/9期間限定登場，主要為展現該年度的積雪軌跡，層層堆疊起的積雪會根據每年環境狀況不同，而產生不同面貌。舉例來說，日前曾多次有黃砂飄洋過海侵襲日本，受到黃砂影響，今年的雪壁上也能明顯看出數條黃色的痕跡。真實呈現積雪當下氣候狀況的這些獨特雪痕，可說是反映立山自然環境變化的明鏡，為到訪立山黑部不可錯過的必看必拍區域。



▲「開業初期的雪之大谷」僅限巴士通行，為本年度限定復活的魅力。



▲開山至今已過1個多月，立山黑部仍保有13公尺高聳雪壁！（5/19攝）

### 必訪！日本第一稱名瀑布

「稱名瀑布」的高地落差約達350公尺，壯闊程度堪稱日本第一！不僅是國家名勝地、天然紀念物，也入列為日本瀑布100選。瀑布分為四段層層落下，每當開始進入融雪期、或在歷經大雨之後，稱名瀑布的旁邊就會出現由融雪水形成的夢幻瀑布「Somen瀑布」，當兩座瀑布的水流在山壁間交會，白色的V字型宛如刻印在自然山色當中，伴隨迴盪於山谷間的水聲，成為期間限定的獨特景緻。稱名瀑布以涓白水流劃過山谷紅葉的美景聞名，是秋訪立山的必拍景點，但其實在春夏時節這裡也充滿觀光魅力，值得遊客造訪一探。

◀自觀景台遠眺，將春季殘雪與涓白瀑布盡收眼底。（5/11攝）

更多立山黑部觀光情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

# 泰安觀止與墨攻合作推出「旅圖OTA數

## 全台唯一整合線上、線下票券訂房管理系統 協助飯店業者組成「銷

泰安觀止董事長  
**江德利**



順應科技時代的潮流，無論是飯店業或是消費者、旅行社都與OTA線上訂房平台無法脫鉤，快速的流量為業者帶來商機，也容易淪為價格戰，以價格競爭為本位，壓低成本，不得不走向紅海市場，消費者得到了最便宜的價格，訂房平台也獲得應有的利潤，而重傷的只有飯店業者，長期下來的惡性循環，阻礙了飯店業發展，更不是永續經營之道。

為了解決飯店業者的傷痛，泰安觀止董事長江德利與墨攻合作推出「旅圖OTA數位系統」B2B專區，利用數位整合，串接跨域觀光產業（票商、旅行社、散客、通路商）。讓希望合作的旅行同業可以免費註冊、取得專屬代碼、自訂優惠折扣，以銷售「優惠聯票」或「U代幣」，提供消費者購買使用，兌換飯店房間或是飯店套裝行程，讓飯店業者可以不用跳樓拍賣，旅行同業也能獲得定額退佣，消費者則用最優惠花費，享受最超值服務，達到旅宿業、旅行社、消費者三方共贏的局面。

### 飯店可同時成為供應商與通路商 與同等飯店組成策略聯盟

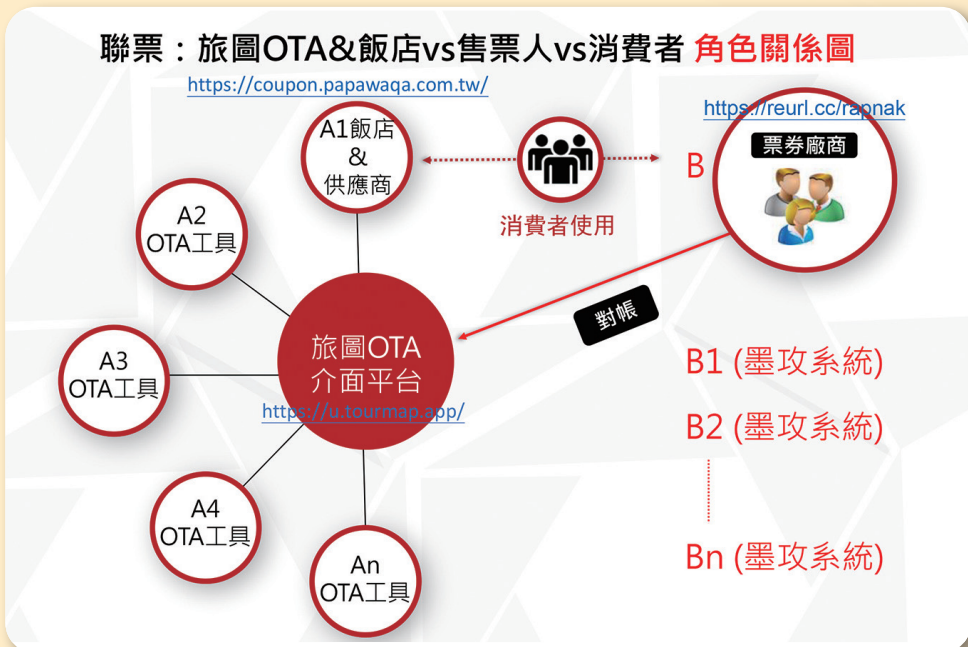
泰安觀止董事長江德利指出，推出以來獲得同業熱烈支持，為了求新求變，持續進化平台效能。全新的「旅圖OTA數位系統」，現在又擁有更多的功能，提供飯店業者多元的分銷管道。以「策略聯盟」來說，飯店業者可以尋求跟自身等級相當的飯店業者合作，共同組成聯盟，運用「旅圖OTA數位系統」自訂價格或是套裝行程，旅客可以用購買到的「優惠聯票」等值兌換聯盟內的各項商品。或是運用「U代幣」，購買與「旅圖OTA數位系統」簽約的所有飯店，享受最優惠的飯店價格。

對於飯店業者來說，「策略聯盟」可以吸引消費者的關注之外，也能自訂價格與包裝策略，維持最大的利潤與競爭力，不再單打獨鬥，形成最強的銷售戰隊，成為彼此的後盾。此外，消費者購買的「優惠聯票」將在聯盟流通，無論是兌換哪一家飯店的房間或是商品，都將錢留在聯盟之中，增進彼此的利益。江德利強調，飯店業在平台上定位也更加多元，除了可以擔任供應商，提供通路商或是票商銷售之外，也能主動組成聯盟，同時成為通路商的角色，化被動為主動，爭取更多的客源市場。

對於消費者來說，購買聯盟的「優惠聯票」可以享受超值價格，以及極大化的商品價值，猶如三倍券一樣；加上可以彈性自主選擇聯盟飯店產品，不受限於傳統OTA，只能退訂重來，形成不必要的手續費，把錢變大變好用。舉例老爺、晶華、君悅等10家飯店形成一個聯盟，消費者所購買的票券即能等值兌換聯盟飯店推出的商品，更改入住日期，不怕突發狀況無法入住而導致損失。

對於旅行社來說，只要加入「旅圖OTA數位系統」取得專屬代碼，即可上架在自己的網站，自己手上的客戶可以運用平台購買最優惠彈性的商品，除可以服務客戶之外，也能增加與客戶的黏著度，也能替自己賺取分銷利潤，成為後疫情時代不可或缺銷售工具。

此外，「旅圖OTA數位系統」也不僅限旅行社，行銷公司，或是網路KOL、導遊領隊都能成為銷售產業鏈之一。



# 「位系統」利用數位整合 串接跨域觀光產業

## 售聯盟」提供旅行社「專屬代碼」讓旅客購買「優惠聯票」達到三贏局面

**現行票券市場 & 商業模式**  
後台登入各館之帳號、密碼。

- 建立商品
- 上架銷售
- 回收核銷
- 銀行撥款



- 「旅圖OTA數位系統」全台唯一整合線上、線下票券訂房管理系統商**
- ✓ 揮別傳統訂房系統，利用數位整合，串接跨域觀光產業！
  - ✓ 大數據分析受眾行為，幫助企業調整最佳決策，創造旅宿轉型新價值！
  - ✓ 以飯店為主體，一鍵綁定食、住、遊、購、行。
  - ✓ OTA串接PMS後台提供ERP數位即時數據，簡化資訊落差。
  - ✓ 大水庫共同庫存，精準簡化上、下架通路管理並可多元包裝選項。
  - ✓ 飯店相互間兼辦聯票聯盟：發行人（售票人）、獨立金流並各自包裝、加碼。

**現行票券市場 & 新商業模式**




購票

選擇飯店訂房

**吃、住、遊、購、行「一站式服務」讓旅客自行打包購物車**

「旅圖OTA數位系統」不只是限於房型選擇，還有和在地產業、景點結合的入住方案，例如租車、體驗行旅程、在地小農，或各種天數的微旅行，所有吃、住、遊、購、行的服務，都能「一站式服務」下訂完成，讓飯店等於扮演了地接社的角色，協助旅行社做後段服務，將來若在地產業開發出其他新體驗，飯店也容易優先成為合作對象。

江德利表示，旅客可以在飯店聯盟內或是「旅圖OTA數位系統」所有的飯店，自行打包購物車。舉例7天的環島旅遊行程，旅客可以第一天在台北預定飯店，選擇飯店的附加服務內容，或是套裝行程，成為一台購物車，再依序在其他天數，選擇不同的飯店與服務內容，形成多台購物車。好處是萬一中間有臨時更改路線或是獲得更新的飯店優惠方案，可以更機動的調整行程。旅客能夠隨時取消任何一台購物車內容，或是將購買來的「優惠聯票」以同等或是加價的方式，兌換更優惠的飯店方案。有別於運用其他的OTA需要取消預定A線上平台再轉換去B線上平台，大大提升旅客使用友善度。

**STEP 1 票券訂房**  
KEY入券號

**STEP 2 選擇產品**  
選擇日期

**STEP 3 選擇再優惠**  
選擇加碼

**STEP 4 選訂吃住遊購行**

**STEP 5 結帳**  
票券核銷或刷卡



**附加服務**  
增訂吃住遊購行



**飯店自賣**

1. 本保證金... 2. 臨櫃將... 3. 若未來您所預訂的飯店房間使用... 將引觀光光船取消規則自保證金扣除後的比例(但不扣除票券退還以外之金額)，餘額退還旅客。



**傳統票券 VS 旅圖聯票比較**

	傳統票券	旅圖聯票
消費者	票券購買	旅展現場或線上旅展，選擇單一商家
	票券使用及核銷	單一選擇、固定兌換
	票券訂房	人工作業(自行去電訂房、耗時、房況不確定因素致假期難以調配安排)
	履約保證	有
	額外附加服務功能	無，消費者若有需求須自行安排。
商家/業者	特定加碼優惠	無加碼，僅限定包裝於票券
	票券銷售	飯店自售單一通路
	票券使用及核銷	人工作業
	票券訂房	人工作業增加人力成本、服務對話易造成誤解，常態發生消費爭議。
	履約保證	有

# 如何促進永續觀光？

永續發展（Sustainable Development）已是世界各國的重要議題，目前國際上對永續發展的定義主要引自1987年世界環境與發展委員會（WCED）在「我們共同的未來（Our Common Future）」中發表的「布朗特蘭報告（The Brundtland Report）」，該報告將永續發展定義為「滿足當代的需要，同時又不損及後代子孫滿足其本身需要的發展」，並進一步指出永續發展必須是經濟、社會、環境的均衡發展；換言之，永續發展的落實必須同時兼顧環境永續性、社會永續性與經濟永續性。環境永續性為致力降低對環境與生態之衝擊；社會永續性乃既有社會文化、社會秩序與社會結構之維繫；經濟永續性是經濟發展與經濟秩序之維持。由此可知，觀光產業除了過往重視的經濟產值與財源收入外，如果要永續發展下去，也必須重視社會、環境的均衡發展，因此永續觀光（Sustainable Tourism）（註）的概念便應運而生。聯合國世界觀光組織（UNWTO）將永續觀光定義為「充分考量現在及未來的經濟、社會與環境衝擊後，同時又能滿足遊客、產業、環境與當地社區需求所進行的觀光活動」。因此，如何協調與整合觀光相關產業，使資源利用在可控的範圍內不過度消耗，乃全球觀光產業所希冀達成之目標，聯合國也在2015年提出了17項的「永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）」，其中包含169項細項目標及230個指標（詳見附件1），以此做為世界各國在2030年之前所必須努力達成的任務。觀光產業具有多元之面向，其發展亦需仰賴諸多層面、業別、資源、人力、預算……之綜整與配搭，方能提供旅客優質的體驗、服務、感動與回憶。因此，如何協調、整合、行銷觀光產業的縱貫面與橫斷面，以創造最大的價值與最佳的體驗，是所有觀光主管機關與旅遊業者念茲在茲的核心使命。

## 疫情後「報復性出遊」帶來的影響

台灣的自然景觀如珊瑚礁石海岸、火山熔岩地形、高山峽谷峭壁、雲海晚霞神木等，或文化史蹟如歷史建築老街、考古遺址聚落、傳統表演藝術、民俗工藝技法等都是國人津津樂道的旅遊勝地，目前也有許多景點獲國際知名旅遊雜誌或觀光組織票選為最佳旅遊目的地，成功打開知名度。由於新冠肺炎（COVID-19）疫情的影響，導致民眾無法出國旅行，因此政府提供經費補助及推動安心旅遊方案，使得國民旅遊的熱潮隨之而起，許多業者也把握機會趁勝追擊大賺一筆；然，值得深思的是這種「報復性出遊」的現象，造成旅遊景點承載量超出負荷，民眾不但沒有獲得該有旅遊品質，反而造成景點當地社會文化與生態環境嚴重的衝擊，居民與遊客的衝突時有所聞，遊客的負責任環境行為（Environmentally Responsible Behavior）越來越被認同，也唯有每位遊客對旅遊目的地展現負責任的環境行為時，觀光才有可能永續發展。

由於近年來對生態環境與社會文化的關注，觀光產業也開始重視永續發展的概念。本文帶讀者瞭解何謂永續觀光，台灣要如何推動，並提供民眾在旅行中的一些建議，以期每位遊客都可當一位有意識且負責任的旅人，真正體驗良好的旅遊品質。

因此遊客在從事觀光旅遊活動時，必須遵守以下的行為準則，才符合永續觀光的精神；例如：必須採用低環境衝擊之宿營方式與遊憩活動、必須支持當地的自然資源與人文保育工作、必須盡量使用當地居民之服務與載具、必須聘用瞭解當地自然生態或歷史文化之解說員、必須確保野生動植物不被干擾且環境不被破壞、必須尊重當地居民的傳統文化及生活隱私等。由此可見，相關業者應趁疫情期間盤點現有資源、重新包裝產品、加強教育訓練、改善基礎設施，結合雲端科技、落實創新思維，進而提升服務品質之細膩度、貼心性與精緻感，否則疫情過後，大批國人想出國旅遊，對國旅市場將造成無法抹滅的衝擊。

## 如何推廣並落實「永續觀光」？

台灣從北到南，從東到西，從本島到離島，處處充滿驚豔，在在都有亮點：古蹟遺址、客家文化、原民部落、養生樂活、農趣採果、漁遊體驗、戰地生活、海洋生態……等，透過完善的遊程規劃才可讓遊客體驗到景色之真、人情之善、文化之美，因為旅遊不能只有自然景觀，還必須搭配活動才能相得益彰，藉由一鄉一活動、一村一特色，讓遊客身歷其境，直接體驗人與人的交流，直接探索這片土地的底蘊，讓旅程不再只是去過哪裡，而是在那裡做了什麼？聽了什麼？看了什麼？吃了什麼？更重要的是自己得到了深刻永恆的回憶。旅遊過程中，遊客應透過自律的行為，業者也要善盡規劃的責任，共同來落實並體現永續觀光的精神，例如許多傳統技藝、原民知識及文化習俗正面臨逐漸消失的窘境，若能將其轉型應用在體驗活動上，使其達到文化傳承、寓教於樂及終身學習的目標，正是SDG目標4的重點；台灣農業技術名聞遐邇，可進行採收體驗、參與製程及購買產品，達到永續生產及消費，符合SDG目標12的主張；澎湖獨特的石滬景觀，隨著漁獲技術的提升，可開放為捕魚體驗活動並宣導珍惜海洋資源，此即SDG目標14的精神；以上所列舉的這些活動都說明了觀光發展是可以達成聯合國的永續發展目標。

## 放寬國外旅遊限制，民眾必須注意之處

目前全球COVID-19疫情仍持續蔓延，在台灣因為疫情控制得宜，我們可以幸運且幸福地正常生活，政府與業者們宜趁此期間好好檢視具潛力的觀光景點，整合資源、區隔特色，形塑亮點、串聯熱點、營造口碑，以迎接未來國內外旅客的造訪，此即交通部觀光局正推動的觀光圈概念。根據新聞報導，澳洲與新加坡、紐西蘭和澳





洲都在準備建立「旅遊泡泡（Travel Bubbles or Corridors）」，讓兩國人民可以安全地互通往來；位於波羅的海三小國愛沙尼亞、拉脫維亞和立陶宛

已經互相開放邊境，是歐盟首個旅遊泡泡；香港、澳門和廣東省計劃局部開放；另外，韓國、帛琉、紐西蘭，皆考慮與台灣成立相關的安全旅行圈。而台灣、帛琉旅遊泡泡已於4/1正式出團，是亞洲第一個旅遊泡泡，目前新加坡、日本、韓國、越南正在洽談中。疫情指揮中心指揮官陳時中部長也說，將分兩階段鬆綁邊境管制，因此，未來國境開放後，台灣將立刻面臨兩種情況：1.民眾出國躍躍欲試、2.迎接國際旅客來台。雖然鬆綁入境管制及放寬出國限制是眾多國人的期待，但，消費者仍應仔細思考以下7個問題，觀光活動才能永續發展：

**一、民眾出國旅遊是否安全？**在台灣防疫有成、相對安全的情況下，出國時應考慮造訪國疫情嚴重情況、政府防疫效率、民眾配合程度、疫苗接種普及率……等，以避免感染確診。

**二、國際旅客來台是否安心？**即使來台前有接種新冠疫苗，但旅客是否因過境、機上或旅途中與人接觸再次感染，帶來境外移入的隱憂，也是社會大眾所關切的議題。

**三、全球疫苗供應的普及率？**回顧1年多來的邊境控管，台灣防疫成績在世界上有目共睹，卻因一些外在因素，僅能取得數量有限的疫苗；再者，目前不是所有國家都已取得疫苗，因此新冠疫苗在國際上尚未普及。

**四、全球疫苗施打的普及率？**取得疫苗後，但因數量不足，未必所有的民眾都有機會接種疫苗；即便疫苗數量充分，民眾接種的意願也值得商榷，陳時中部長說，以台灣而言，國人接種率至少要達60%以上才有群體免疫的防護力，然而，目前大多數國人的接種意願不高。

**五、全球疫苗種類的有效性？**各家藥廠所研發的疫苗，在接種後的感染率、確診率及RO值（基本傳染數）是否下降，都值得消費者關切。

**六、全球疫苗類型的多樣性？**目前針對新冠肺炎（COVID-19）疫情所研發的疫苗有牛津AZ疫苗、輝瑞BNT疫苗、莫德納疫苗、嬌生集團疫苗、中國製疫苗、及台灣國產疫苗，其效力測試度與價格接受度，都還有待市場進一步考驗。

**七、全球疫苗能否應付病毒的變異性？**英國負責疫苗接種的官員Nadhim Zahawi表示，全世界大約有4,000種新型冠狀病毒的變種病毒，目前已上市的疫苗能否有效對抗這些變種病毒，實足堪慮。相信上述這7大問題都會影響未來永續觀光的推動。

## 結語及反思

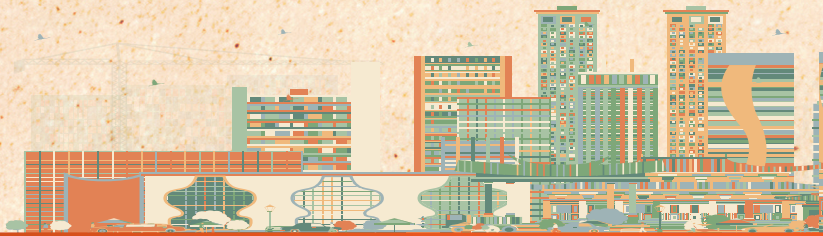
新冠肺炎（COVID-19）疫情的發生，重創了全球的觀光產業，業者們紛紛尋找出路、創造機會、展現創意，化危機為轉機；消費者日常生活作息也被打亂，許多新的防疫規定如出門戴口罩、開會用視訊……等都變成民眾的新常態（New Normal）；疫情期間，已促使各行各業進行數位轉型，各產業也開始思考如何透過雲端運算、實境科技，以因應快速轉變的5G網路時代之發展趨勢，觀光產業當然也不例外，未來會有不少旅遊活動將以非實體接觸的方式來進行，民眾透過手機、網路、AR、VR等來進行體驗，這些都將成為一種新常態。在疫情逐漸控制後，重新啟動觀光業的呼聲日益高漲，疫苗接種護照（Vaccine Passport）將成為各國必須推動的措施，也是觀光永續性的必要作為，更會是國際間往來的重要文件；聯合國世界觀光組織已開始呼籲各國用負責任的方式恢復觀光旅遊業以平衡人類、地球、和繁榮的需要，今年（2021）3月份在德國柏林開幕的國際旅展（ITB）立刻響應此呼籲，有史以來首次以數位化的方式舉辦，並以「重新思考（Rethink），重新生產（Regenerate），重新啟動（Restart）」做為大會的座右銘。由於永續觀光的落實必須充分考量現在及未來的經濟、社會與環境之衝擊，同時又要滿足遊客、產業、環境與當地社區的需求，因此在疫情尚未結束，國際觀光無法進行，國內旅遊持續發燒時，我們政府的政策、業者的理念、居民的意識、與遊客的行為要齊心致力於落實上述永續觀光的精神，善盡地球公民的職責，待全球觀光產業復甦後，可以逐漸走向永續常態化（Sustainable Normal）的觀光活動。

**註** Sustainable Tourism一般在台灣學術界、產業界、公部門都翻成「永續觀光」，因此本文使用永續觀光而非永續旅遊。Tourism在台灣一般都翻成「觀光」，在中國大陸則翻成「旅遊」。除非一些約定俗成的名詞，例如：生態旅遊，不然多數情況都使用觀光一詞，例如：觀光產業、觀光巴士、觀光夜市、觀光工廠、文化觀光、醫美觀光、宗教觀光、交通部觀光局、各大學的觀光科系……等。

- ★目標1：消除各地一切形式的貧窮。
- ★目標2：消除飢餓，達成糧食安全，改善營養及促進永續農業。
- ★目標3：確保健康及促進各年齡層的福祉。
- ★目標4：確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習。
- ★目標5：實現性別平等，並賦予婦女權力。
- ★目標6：確保所有人都能享有水及衛生及其永續管理。
- ★目標7：確保所有的人都可取得負擔得起、可靠的、永續的，及現代的能源。
- ★目標8：促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業，讓每一個人都有一份好工作。
- ★目標9：建立具有韌性的基礎建設，促進包容且永續的工業，並加速創新。

- ★目標10：減少國內及國家間不平等。
- ★目標11：促使城市與人類居住具包容、安全、韌性及永續性。
- ★目標12：確保永續消費及生產模式。
- ★目標13：採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響。
- ★目標14：保育及永續利用海洋與海洋資源，以確保永續發展。
- ★目標15：保護、維護及促進領地生態系統的永續使用，永續的管理森林，對抗沙漠化，終止及逆轉土地劣化，並遏止生物多樣性的喪失。
- ★目標16：促進和平且包容的社會，以落實永續發展；提供司法管道給所有人；在所有階層建立有效的、負責的且包容的制度。
- ★目標17：強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係。

資料出處：<https://www.ait.org.tw/wp-content/uploads/sites/269/un-sdg.pdf>



# 中彰區域觀光聯盟將午茶開啟新花樣

## 四季午茶沙龍・裁紅暈碧做「春盤」 用巧思將綠意

中彰區域觀光聯盟所推出的「食旅中彰・午茶生活節」，不單單只是一個串聯兩個縣市午茶的活動，其目的，更是深掘出台中、彰化兩個城市的魅力與亮點呈現，透過餐飲、生活模式、娛樂節慶的串聯，開啟中彰更多元璀璨的面貌。



▲（左起）中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、味無味創辦人陳冬梅。

為了讓活動更具深度與廣度，中彰區域觀光聯盟在「食旅中彰・午茶生活節」的設定中，安排了記者會、午茶市集、午茶沙龍、工作坊，透過多元的模式藉此讓午茶業者能激盪出不同火花，甚至衍伸出全新的商業模式。

以午茶沙龍為例，中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，午茶沙龍百百種，如何運用自己的優勢，並加入業者獨特的文化元素，讓消費者可以感受到店家的品牌溫暖，便是午茶沙龍的重點。透過數十場的午茶沙龍，讓所有業者願意不私藏的示範與分享，凝聚共識並碰撞出成長的契機，也為日後合作奠定下深厚的基礎。

### 春盤裡的詩情話意 味無味打造四季午茶沙龍

味無味創辦人陳冬梅表示，華人自古注重節令食物，立春有「春盤」食俗，「春盤」源於漢代，是將春季萌生

的各種蔬菜匯集，搭配麵餅皮和自製沾醬使用，春盤中的蔬菜一般都是生吃，故稱生蔬，顯示出古人早已了解到「生機飲食」的妙處。而時至唐朝，每當立春節氣時，還會舉家辦活動共食春盤，盡享時尚的養生團聚歡樂。

從現代的科學角度來看，生命的萌動都來自酵素的作用，春天尤其是身體細胞萌發最旺盛的季節，剛發芽的各種蔬菜富含酵素，也因此在這個季節享用生吃的食物，也便是最好的時機。

也因此，味無味四季午茶沙龍以時令對應五行五色養五臟，透過食材顏色了解營養成分對身體的幫助，並從動手手作春盤開始，將自然飲食保養身體的概念帶入你我的生活日常。

味無味的午茶沙龍以春盤為主題，為了配合主題的意境，陳冬梅準備了3首詩讓大家來誦讀應景，從唐朝杜甫「春日春盤細生菜，忽憶兩京梅發時。」、



▲味無味舉辦今年春天最時尚的「春捲（春盤）」派對。

白居易「歲盡後推藍尾酒，春盤先勸膠牙錫」，到宋代蘇軾「蓼茸蒿筍試春盤，人間有味是清歡」，句句都讓人神往。其中參山國家風景區管理處代理處長曹忠猷特別以閩南語誦讀，而中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林則是用吟唱的方式表現，同樣令人感到驚艷。

而朗讀結束後，眾人便開始體驗春盤手作與自然飲食概念分享，以春盤細生菜搭配味無味養生飲品，獨特的午茶饗宴讓與會的嘉賓都難以忘懷。

### 走進味無味 感受食物的真味

不僅活動極具特色，味無味的獨特設計與理念也受到參與的午茶業者們驚豔。由於陳冬梅從小便在中區長大，即使在外取得卓越的工作成績，仍希望能回饋家鄉，因此人生下半場選擇義無反顧的回到從小生長的环境，開啟一個充滿禪風與文青感的健康餐廳—味無味。

店名取自於道德經第六十三章「為無為，事無事，味無味」，陳冬梅表示，無味是世界上真正的好味道，就是食物原本的真味、淡味。味無味是將老子無為哲學融入生活與飲食中，這裡的一草一木一磚一土，都有著無入而不自得之感。

餐廳的據點選在中區曾經最繁華的中山





撰文／王政 圖片提供／中彰區域觀光聯盟、味無味、本刊圖庫

## 味無味享受春季最時尚的春盤體驗

### 芽菜香草、堅果香鬆、手作醬料 混搭出春天的味道



▲味無味創辦人陳冬梅特別準備了3首詩讓大家來誦讀應景。

◀(左起)參山國家風景區管理處代理處長曹忠猷、味無味創辦人陳冬梅。

▲透過味無味的精心設計，讓中彰區域觀光聯盟及午茶業者感受到獨特的飲食體驗。

路上，這個超過一甲子年紀的老宅，在設計師與陳冬梅的堅持下，蛻變出新貌，成為好食物展現生命力的舞台。如一樓的後方，陳冬梅便打掉兩面牆，做成落地窗形式，陽光隨時隨地都能造訪，而最尾端則是以竹子覆蓋住原本冰冷的水泥圍牆，推開窗戶微風就能自在穿梭，更在餐廳裡注入一股濃厚的禪風。而二樓多功能廳則是一個寬敞的空間，一旁更設有一排長椅，窗外就是台中舊城區的美景。

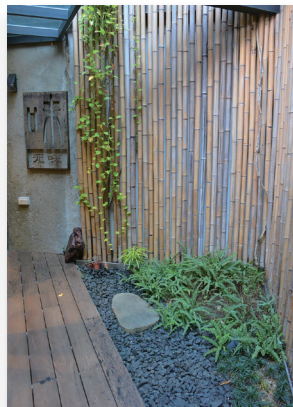
味無味的名字也彰顯在餐點之中，單單從茶飲便看出，如陳冬梅推薦的四季養生飲，讓她從工作傷神中解救出來，養身飲經過數十小時的煨悶，口感溫潤具有厚實感，很好入喉，讓人在無意之間慢慢調節、休養身體。



◀▲▼味無味以春盤細生菜搭配味無味養生飲品，獨特的午茶饗宴讓與會的嘉賓都難以忘懷。



### 走進味無味 感受食與文化的美學真諦





# 中彰區域觀光聯盟盤點新社亮點

## 走進占地6千坪的神祕花園 繽紛茶花搭配百

致力盤點區域內亮點的  
中彰區域觀光聯盟，在  
總召集人柴俊林及成員  
們的奔走下，已將區域  
內的精華一一羅列而  
出，如同前陣子走訪台  
中新社時，便特別拜會  
了知名的明月居茶花山  
莊，並藉由與老闆黃春  
隆的對談與爬梳，剖析  
他打造這個全國最大茶  
花園的理念，期盼讓新  
社的旅程精彩之餘，也  
充滿溫度。



▲(左起)中彰區域觀光聯盟觀光學術召集人吳政和、明月居茶花山莊總監黃春隆伉儷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、新社花田民宿主人賴淑薇、阿美族藝術家阿信·沙華克。

位於台中新社的明月居茶花山莊，號稱為全台最大茶花園，佔地約2公頃，這裡視野遼闊，可以遠眺景致壯麗、翠峰環繞的新社山城，也可以近看山莊裡面的花草、綠草老樹，都如同一幅優美的畫作，搭配上山風徐徐拂面，有種置身於人間仙境的感受。

山莊內種植茶花多達4~5萬棵之眾，從初長成的茶花樹苗到數百年的茶花樹皆有，其中園中最大的一棵600歲茶樹，更被視作鎮店之寶。此外，明月居茶花山莊中還有百年的茄苳樹及落羽松等大樹，整個園區綠意盎然令人心曠神怡，尤其每逢11月到隔年3月茶花綻放的期間，更是繽紛多彩，美不勝收。

而明月居茶花山莊不僅僅只有茶花收藏，老闆黃春隆除了愛花如癡，種植養護整座園區的茶花之外，更喜好收藏古董文物，其中最讓人驚豔的，是他從30~40年前便陸續收購來自大陸四川的三星堆出土文物，其所擁有的數量甚至超越中國大陸，加上唐代汝窯等多樣的收藏，可說到了令人瞠目結舌的地步，都讓中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、觀光學術召集人吳政和大力讚賞。

### 打造圓夢展廳 近距離欣賞三星堆文物

對於台灣民眾而言，三星堆雖然耳熟能詳，但若不是有機會前往四川，很難

有機會近距離欣賞到這些古文物。有感於台灣人對於其的不了解，加上自己蒐羅甚眾，黃春隆多年來一直希望能將收藏展出與眾人分享，但因身體不適而作罷。

所幸在太太楊敏華的大力支持，以及於寰瀛法律事務所擔任資深合夥律師的兒子黃國銘協助下，於2020年正式圓夢，他們重新規劃與整理明月居茶花山莊的婚宴大餐廳，改造成寬敞的博物館，將黃春隆一生的收藏—神秘古文明三星堆文物，在2020年底正式向人們展出，開幕式當天便吸引超過500位民眾入園參觀。

三星堆是中國西南地區的青銅時代遺址，位於四川廣漢南興鎮，自1929年被一位老農民發現之後，便陸續挖掘出許多祭祀坑，坑



▲明月居茶花山莊總監黃春隆收藏各類骨董。



▲明月居茶花山莊博物館



▲(左起)明月居茶花山莊總監黃春隆伉儷、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。



撰文·攝影／王政 圖片提供／本刊圖庫

## 全台最大茶花園——明月居茶花山莊

### 年茄苳與落羽松 營造綠意盎然的心曠神怡感



▲明月居茶花山莊擁有5萬顆茶花。



▲阿美族藝術家阿信·沙華克介紹明月居茶花山莊特色。



▲明月居茶花山莊2樓茶花走廊點綴著各式茶詩，極具巧思。



▲中彰區域觀光聯盟觀光學術召集人吳政和手持汝窯。

▲旅奇週刊社長何昭璋欣賞明月居茶花山莊總監黃春隆所收藏的骨董。

內大多埋放玉石器和青銅器。出土的文物包括大量青銅器、玉石器、象牙、貝、陶器和金器等，金器中的金杖和金面罩製作精美，青銅器除壺、尊、盤、戈外，還有大小人頭像、立人像、爬龍柱形器和銅鳥、銅鹿等。

其中，青銅人頭像形象誇張，立人像連座高2.62公尺，大眼直鼻，方頤大耳，戴冠，穿左衽長袍，佩腳鐲，充滿著神秘的色彩，據考古學家研究這些文物屬於3,000~5,000年前，三星堆文化來自何方？三星堆人究竟是何方民族？古蜀國是

如何誕生又如何消失？大量的青銅器祭祀品意味著什麼？如今仍是歷史的謎團。

若是想要瞭解三星堆文化，現在不需遠飛中國四川，到明月居一樓的博物館便可一窺究竟，這裡規劃了藝品區、古物博物館，展出三星堆古文物，數百件青銅器、價值逾億元，媲美故宮博物院收藏。

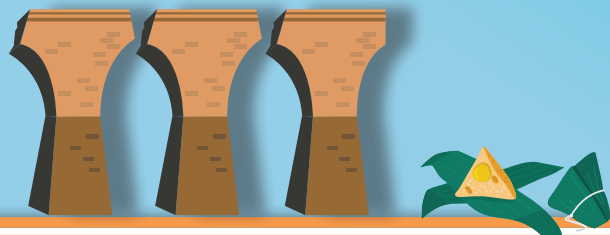
### 走進茶莊感受茶花環抱 恍若置身人間仙境

在明月居茶花山莊這個全台最大茶花園中，您可以盡情飽覽多達50,000株的

茶花，每到秋冬之際，便是茶花的綻放季節，此時各色茶花爭奇鬥豔，純白、紅色、桃紅色、金黃色等色彩豐富，加上因為品種不同多達上千種，造就各類花型各異，舉凡牡丹型、玫瑰型、單瓣型，讓人目不暇給。茶花山莊的茶花除了供人欣賞，也常有愛茶花的朋友前來購買。

當您走進2樓茶花走廊，能發現一旁的玻璃牆上點綴著各式茶詩，搭配周遭的茶花海，走在其中頗覺風雅。明月居除了整園茶花及博物館，這裡還有中餐廳及西餐廳，養心殿提供精緻富創意的懷石料理及下午茶，明月廳則提供中式團體合菜，適合大宴小酌。在美麗的茶花園中欣賞茶花並遙想人類的起源與古代文明，充滿著感性與知性。餓了，還可享受美食料理，可以說從視覺、觸覺、味覺、嗅覺，都獲得極致的饗宴。





# 竹竹苗區域觀光聯盟探訪北埔商圈



## 膨風茶、擂茶、柿餅、客家月光餅、客家米食 用客家飲食



▲(左起)新竹縣旅館商業同業公會理事長鄭建宏、新竹縣北埔鄉魅力商圈發展促進會理事長彭美善、哈客愛負責人暨新竹縣觀光協會副理事長莊碧芳、竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松。

北埔觀光產業因地理位置與觀光資源兼備快速興起，客家美食、客家擂茶、石柿餅、蕃薯餅、膨風茶等特色文化，都在旅客的傳播與行銷下快速發展，更在交通部觀光局將北埔編納入參山國家風景區的經營管理範圍內，以及行政院客家委員會所舉辦桐花祭的加持之下，各項節慶與活動，成功推銷了北埔成為著名的觀光景點，也形成北埔獨有的文化與特色。然而客家文化為北埔的主體，隨著全台各地客家村落如雨後春筍般冒出，也讓北埔發展觀光不得不面臨轉型。

為了協助北埔觀光發展，竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松特別前往北埔商圈，拜訪北埔鄉魅力商圈發展促進會理事長彭美善，以及新竹縣觀光協會副理事長莊碧芳，探討北埔發展觀光的問題與解決之道。竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松表示，2001年交通部觀光局將北埔編納入參山國家風景區經營管理範圍中，使得北埔的觀光發展更進一步進入到國家風景區時代，北埔產業特質和政府政策輔導之下，北埔地區展現傲人的老街聚落觀光發展榮景，但觀光一直緊扣著交通的易達性，如果沒有便利的運輸工具，也會讓旅客打退堂鼓。

### 獅山線假日增班添加便利性 台北巴士直達竹東延伸北埔

北埔鄉魅力商圈發展促進會理事長彭美善則指出，多年前就有積極跟新竹縣政府爭取接駁巴士從台北直達北埔，但始終沒有下文，隨著高鐵的興建，全台旅客能夠快速到達新竹，可以銜接火車的內灣老街變得越來越興盛，而北埔則是越來越衰退。雖然目前有台灣好行一獅山線從新竹高鐵串聯竹東、北埔老街、峨眉、獅山，但是無論是平假日都是一個小時一班車，對於旅客來說風險太大，等待時間太久。如果是從竹東火車站出發，也必須從下公館分段轉乘。不超過20分鐘車程的距離，卻像是偏鄉一樣難以抵達，觀光要如何發展？

浪漫台三線是一條美麗的觀光廊帶，錯落其中的小鎮猶如一顆顆璀璨的珍珠，而北埔位於其中，是豐富的歷史、人文、古蹟與農特產品的客家山城，老街裡珍藏著歷史的味道，四面環山，以慈天宮為中心的老街，天水堂、金廣福公館、姜阿新故宅等，有濃濃的歷史味道，值得旅客細細品味。



▲北埔老街是遊客來訪必走的景點之一。

江百松也建議，目前有台北直達竹東火車站的巴士，未來是否能夠在假日的時候延伸到北埔、峨眉等地區，除了便利觀光客前往旅遊之外，當地居民也同樣受惠。此外，隨著浪漫台三線的旅遊發展，無論是平日或是假日都有旅客沿著路線觀光，台灣好行也能以平日不減班，假日增班的方式，讓較為淡的平日，以及旺盛的假日都能服務旅客，讓整體運輸量能提升，也能解決旅客自行開車塞車、停車場不足的問題。

### 5寶作為伴手禮贈團客 品嚐北埔獨有鹹擂茶

北埔商圈內的店家以客家美食等飲食產業居多，最具代表的產業為5大項：「膨風茶」、「擂茶」、「柿餅」、「客家月光餅」、「客家米食」統稱北埔5寶。哈客愛負責人暨新竹縣觀光協會副理事長莊碧芳表示，為了讓民眾更加容易了解北埔的飲食文化，北埔也特別將5寶裝袋，當作伴手禮送給預約的團體旅客，但目前也積極將5寶設計特色外包裝，提升美學與產品價值，讓旅客能夠感受到北埔的客家好客精神。

北埔一年之中也舉辦多樣節慶與活動，包括2月油笏火節、6月客家婚禮、7月膨風節、8月擂茶節、9~10月北埔客家文物大展嘉年華會，都成功推銷北埔文化，其中擂茶是北埔飲食文化最重要的部分，除了現在旅客常吃到的甜口味擂茶，莊碧芳也解釋，最早的擂茶其實是鹹口味的，就是將茶葉、芝麻、花生仁以擂的方式擂成粉狀，再以開水沖泡成擂茶，倒入家常菜裡再加上些許米仔，攪拌均勻之後，便是一碗香噴噴的傳統客家鹹擂茶。現在為了客家文化的推廣，推出即沖即泡，像是杯麵一樣的客家鹹擂茶，讓旅客帶回去作為伴手禮。

## 期盼打通交通 讓北埔5寶再次嶄露頭角

### 文化入門 帶領旅客感受北埔老街古蹟、地方節慶、自然景觀 多重魅力



▲6月客家婚禮。



▲2月油笏火節。

#### 北埔姜太公柿餅

北埔姜太公柿餅受有4種柿子所製成的柿餅，由農曆7月到8月的四周柿開始，接著9月底到11月底的石柿、牛心柿，然後是農曆11月底至元宵節的筆柿。北埔的第一株柿子樹，即是北埔開拓先驅將姜家所種植，目前仍隱匿於國定古蹟天水堂內。這也是店家之所以取名為「姜太公柿餅」，由姜家後代所經營，頂著「姜太公」名號，讓店家多了一份推廣北埔柿餅的責任。



▲新竹縣北埔鄉魅力商圈發展促進會理事長彭美善經營的姜太公柿餅。

#### 哈客愛擂茶

哈客愛以「堅持製造生產健康養生的客家美食」的經營理念，只生產自己滿意的產品。這些年來，夫妻倆不斷精益求精，將擂茶改良與創新，憑著3種優良香醇的擂茶，建立了極佳的口碑，累積了眾多的忠實客戶。後來與學中醫的妹妹聯手，將擂茶與養生緊密結合，走向品牌化經營，更以黑馬之姿榮獲「新竹縣第一屆10大伴手禮」，如今哈客愛已搖身一變成了北埔鎮上的擂茶名店。



▲哈客愛負責人暨新竹縣觀光協會副理事長莊碧芳。

### 北埔5寶



#### 膨風茶

又稱為東方美人茶，需要的是一心二葉或是短小的茶菁，並且以受到小綠葉蟬所啃噬茶菁較佳。相傳百年前，英國茶商將此茶呈獻英國維多利亞女王，女王飲後很喜愛，賜名東方美人茶。

#### 北埔擂茶

1999年客家擂茶產業誕生在北埔小鎮，擂茶產業所掀起之旋風，成全台灣所有文化創意產業的典範，客家人的擂茶，茶味純、香氣濃。不僅能生津止渴，清涼解暑。



#### 柿餅

是一種以柿子削皮曬乾而成的客家點心，北埔鄉所產的柿餅聞名全省，同時也是當地居民賴以維生的行業。每年10月中旬至11月中下旬的柿子產季，一整排黃澄澄的柿子曬在客家庭院，也成為觀賞特色。



#### 客家月光餅

北埔的蕃薯餅、芋頭餅、擂茶餅聞名全台，最大的特色即是內餡獨特的傳統配方，加上甜而不膩的酥皮，使人吃了口齒留香、讚不絕口，使之在糕餅業開創出另外一番新天地。

#### 客家米食

客家人對得來不易的食物，格外非常珍惜，因此客家食材美味，易保存、容易與其他食材搭配的特色，則反映出客家人節儉的本質，所以富具傳統文化色彩而又美味的「客家米食」應衍而生。



# 阿里山業者主動停業防疫 一起等+0重現

## 防疫第一優先 業者自主休業降低群聚風險 攜手政府共度疫情



大阿里山產業聯盟盟主 黃昶豪

隨著疫情的大規模爆發，讓各地原先發展十分熱絡的國民旅遊市場瞬間歸零，取而代之的是每天不斷新增的病例，也讓台灣各縣市紛紛宣布進入警戒。雖然嘉義縣仍舊身處於0確診的安全範圍中，但為了協助政府防堵疫情，減少群眾群聚的風險，大阿里山產業聯盟特別攜手旗下的業者主動停業，一同與政府嚴正以待面對疫情，共同期待市場重啟的一天。

作為世界級景點的阿里山，早已是無數旅客的首選旅遊目的地，而隨著觀光圈的政策加入，更讓當地迅速活絡。以2019年3月成立「大阿里山產業聯盟」為例，在阿里山國家風景區管理處（簡稱阿里山風管處）的輔導下，目前成員匯集了在地的觀光產業夥伴、當地小農、民宿業者、農會、各社區發展協會、民宿發展協會、茶、咖啡協會等成員，一同為在地觀光貢獻心力。

### 積極協助政府防堵疫情 阿里山業者主動停業

大阿里山產業聯盟盟主黃昶豪表示，在疫情肆虐的情形下，於全國發布3級警戒前，嘉義縣便先行啟動3級的防護措施。以阿里山國家風景區管理處為例，包括圓潭、文峰、觸口遊客中心，以及觸口、奮起湖線之行動旅服，自5/16~5/30止，全面停止志工值班，並暫停提供遊客中心預約導覽服務，預計於5/31才恢復志工值勤及導覽服務。此外，林務局也於即日

起至5/28暫停開放轄內所有森林育樂場域，嘉義林管處也關閉阿里山森林遊樂區、森林鐵路等設施。

在政府等各個單位皆努力控管疫情之下，阿里山地區業者有感疫情嚴峻，即使當日維持0確診的優異表現，即使停業將造成的損失甚鉅，卻仍選擇響應防疫、主動停業，只希望能將疫情的擴散控制住，期盼疫情平安度過後，旅客們能再度重返阿里山，感受在地的優美風光。

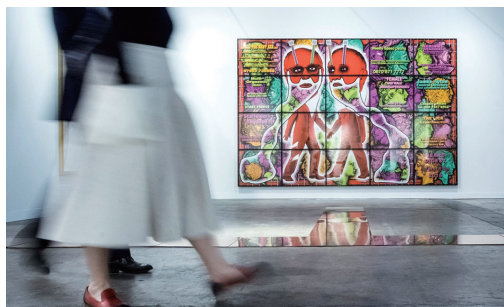
黃昶豪特別表示，目前停業的業者範圍包括十字路社區、山美社區、中埔鄉、太平社區、太興社區、文峰社區、石棹社區、光華社區、里佳社區、來吉社區、逐鹿社區、新美社區、瑞里社區、瑞峰社區、達邦社區、碧湖社區、隙頂社區、樂野社區、奮起湖、觸口等，業者性質從民宿、工坊、餐廳、體驗式部落、茶園、咖啡廳等多達63家以上，全部皆暫時休業，僅有宅配商品不受限，因此消費者能仍透過宅配的服務，或是「阿里山EASYGO電商平台」，一同遙想阿里山的美好，靜待疫情趨緩後，再一起攜手前往阿里山及當地，享受在地無盡魅力。



# 藝術文化 · 就在香港雲端欣賞國際級展覽

## 藝文能量5月在港不間斷 全新藝文景點先收錄筆記

撰文／王政 圖片提供／香港旅遊發展局



▲香港巴塞爾藝術展今年以線下加線上展覽呈獻（圖片Art Basel提供）。



▲Art Central雲集亞洲革新畫廊新銳菁英（圖片Art Basel提供）。

最近台灣疫情嚴峻，相信很多人都已經待在家減少出門，雖然還不能海外旅遊，幸好拜網路科技所賜，人們仍然可以透過雲端旅遊一解旅行之癮。受到廣大藝術迷追捧的「香港巴塞爾藝術展」今年將以線上加線下方式在5/19~23登場，香港旅遊發展局趁勢推出「藝術文化·就在香港」推廣活動，整合包括巴塞爾藝術展、Art Central以及鹽田梓藝術節等活動。

港旅局同時也整理香港全新藝文景點—即將落成的M+視覺文化博物館、翻

重新開的香港藝術館、以藝術為主題的「K11 MUSEA」商場，以及HKWalls在西貢的全新街頭壁畫藝術等，旅客可以將新景點先收錄筆記，待旅遊開通時再好好前往朝聖一番。

### 線上神遊 感受藝術饗宴

「巴塞爾藝術展香港展會Art Basel Hong Kong」去年因疫情取消，闊別一年，今年終於在5月重磅回歸，除了實體展覽將呈現來自23個國家及地區與104間頂尖藝廊的作品外，全新數位平

台「巴塞爾藝術展：香港現場」將呈獻網上展廳及一系列直播活動，每日都有不同節目放送分享展會的精選項目以及虛擬導覽體驗，更打造56間無法親身出席的藝廊衛星展位，虛實整合的展覽形式，免費提供給海外藝術迷最完善的感官體驗。

值得一提的是，香港作為亞洲藝術重鎮，不僅有國際級的藝術盛宴，位於西貢的小島「鹽田梓」擁有天主教與百年客家珍貴文化，現已成為全新的藝術村落，島上隨處可見海外藝術家和香港年輕創作者的多元藝術作品，讓鹽田梓像是一所開放式藝文博物館，漫遊其中便能感受處處驚喜。「鹽田梓藝術節2021」官網現已推出360度AR（擴增實境）實景導覽功能，讓海外觀眾透過網上導覽就能如同身歷其境，了解小島背後的動人故事。

## 新航持續提供專業服務

### 集團每週10班往返台北、新加坡

撰文·攝影／王政



▲新加坡航空台灣分公司總經理蔡建華（右5）、台灣區業務經理蘇淑貞（左5）與團隊合影。

為了感謝同業的支持，新加坡航空於4月中特別假台北喜來登大飯店舉行交流晚宴，去年12月甫到任的新加坡航空台灣分公司總經理蔡建華也特別與業者面對面交流，並為同業帶來新航最新訊息。

蔡建華表示，新航自今年4月起恢復一週3班往返新加坡—台北航班，搭配酷航每天1班往返台北—新加坡航班，集團每週提供10班由台北出發前往新加坡，為市場帶來更為便捷的服務。值得一提的是，為了旅客搭乘更為安心，新航也將提供嚴格的把關，包括榮獲APEX推出的「全球航空公司健康安全評鑑」鑽石級認證，展現機上安全的準備。而放眼未來，在後疫情的新常態市場，新航除了團散並重外，也將積極發展套裝行程與MICE區塊，提供市場全方位的服務。

## 韓國觀光公社讓你宅家做韓食

### 在家防疫 600份韓食料理體驗組合包免費送

撰文／張偉浩 圖片提供／韓國觀光公社



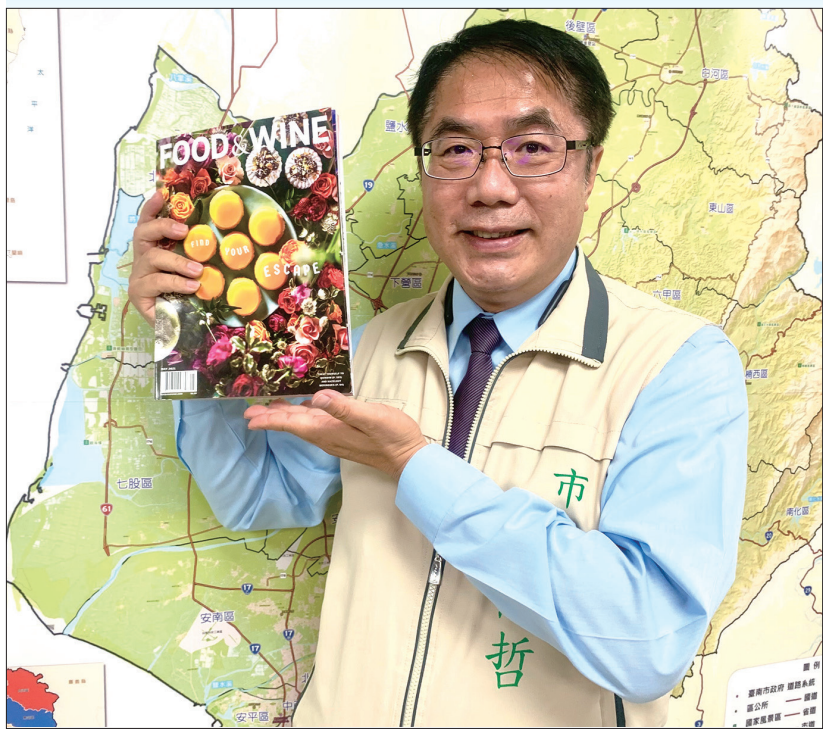
◀韓食料理體驗組合包，讓民眾宅家做韓食也能為台灣齊心抗疫。

為了讓更多的台灣朋友更接近韓食、認識韓食文化，韓國觀光公社台北支社用「Cooking at Home」自己在家動手做的概念，也為讓在疫情當下，不能外出的台灣民眾能享受到美味的韓食料理，提供各式「韓食料理體驗組合包」合計600份，多達12道不同的韓國料理調味材料包及製作方法隨機送出乙道，讓民眾宅家做韓食也能為台灣齊心抗疫！

料理的難度分為初、中、高三種級別，內含辣炒年糕、大醬湯、煎餅、陶鍋烤牛肉等韓式料理，依照製作方法手冊或是影片即可簡單在家動手做！即日起至5/25前只要完成相關指定任務，皆有機會可以獲得【韓食料理體驗組合包】不挑款料理包1盒。

# 將府城美食推向國際 台南市府 與國際知名美食雜誌《Food&Wine》合作 藉由媒體與名人

已經有1世紀歷史的《米其林指南》，是國際級的餐飲指標，也是全球餐廳與主廚們心中最想獲得的夢幻逸品殊榮。台北、台中均已有美食入圍米其林指南，作為台灣美食之都的台南，為備戰米其林，將台南好食推向國際，特與國際知名美食雜誌《Food&Wine》合作，同時藉由國內媒體與名人的力量協力推廣府城美食。



▲台南市長黃偉哲手持國際美食雜誌《Food&Wine》5月刊台南美食專文。



▲國際美食雜誌《Food&Wine》5月刊台南美食專文。

**台南市長黃偉哲**表示，台南地域位置背山面海，孕育了豐饒的漁產山產；在文化歷史地位上，台南則是台灣歷史的起源，保存了近400年本土文化與異文化的飲食特色，再加上職人嚴選食材、存古法創新意的廚藝手法造就了台南美食小吃的獨特性，也成就了「美食之都」的稱號。

## 台南獲米其林綠色指南肯定 年年辦理美食主題活動

台南已獲全球知名美食旅遊評鑑雜誌《米其林綠色指南 Michelin Green Guide》肯定，列為國際人士到台灣旅遊的必遊城市之一；美國世界華爾街日報美食作家亦曾專文報導，推薦台南市是世界美食博物館，可見台南美食極具國際潛力；對於爭取國際美食餐飲指標《米其林指南》推薦更是勢在必得。

台南市府不斷推陳出新、年年辦理台南美食節、清燙牛肉湯節等各項美食主題活動，邀請國內外遊客旅行台南，享受台南特有的慢食樂活，體驗台南的文化美食及美食文化，也藉此機會讓美食業者互相切磋交流、為台南美食進化再上層樓，以厚植台南好食力，爭取國內外饕客的認同及米其林國際美食評鑑的推薦，使台南美食登上國際舞台讓更多美食家認識台南。

## 台南庶民小吃及經典大菜多樣 成為米推評鑑最佳應援

台南市政府觀光旅遊局為向全球展現府城好「食」力，特與國際美食媒體之星《Food&Wine》合作推出台南美食專題文案，旨在讓米其林看見台南。**台南市觀光旅遊局局長郭貞慧**表示，台南美食中庶民小吃及經典大菜相當多樣，在這次宣傳中限於篇幅可惜無法一一全面報導，團隊只能依符合米其林歷來遴選類型中選擇了具有代表性的5家美食餐廳做了撰述。

其中包括曾受知名國際旅遊書籍《寂寞星球Lonely Planet》報導最具府城美食基因的溫體牛肉湯—阿村牛肉湯；創意燒肉料理卻保留了老屋元素的咩肉鋪，新生代時尚鐵板燒料理的代表ROBIN'S；將中華料理一脈相承的遠東香格里拉醉月樓餐廳；還有最能為台菜、南台灣辦桌文化代言的阿霞飯店進行報導；被宣傳到的這些只是台南美食的靈光片羽，在古城巷弄及山海線各區還有很多私房特色料理，未來在對台南美食宣傳中還是會陸續做推介，也歡迎旅客來實地旅遊品嚐台南物產的鮮與甜和料理職人的好手藝，為台南美食爭取米其林評鑑報導做最佳應援啦啦隊。



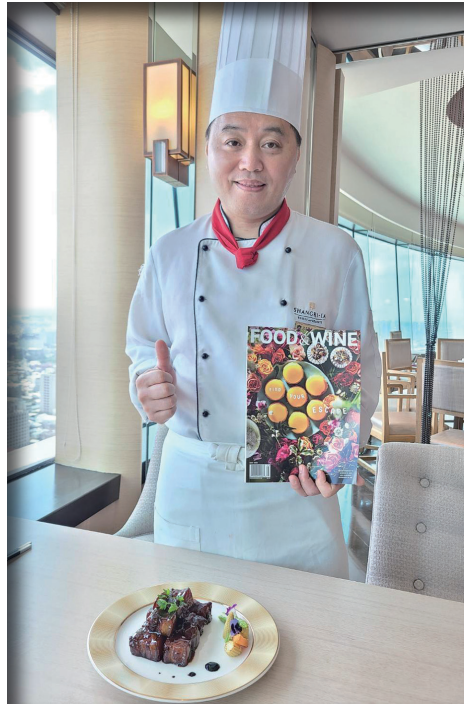
# 備戰《米其林指南》評鑑

撰文／張偉浩  
圖片提供／台南市觀光旅遊局

## 力量 讓世界了解府城好「食」力 旅行中享受美好「食」光



▲晶英酒店ROBINS鐵板燒主廚鄭安宏呈現創意料理秋刀魚卷。



▲香格里拉台南遠東國際大飯店醉月樓主廚許忠賢，端上招牌菜上海紅燒肉。

### 飯店業者兢兢業業做好準備 隨時等待海外美食家蒞臨

受訪的晶英酒店及香格里拉台南遠東大飯店等業者則表示，非常感謝市府主動出擊將台南美食專題在國際知名高端美食雜誌FOOD&WINE做曝光，業者也將兢兢業業在餐飲及服務品質上做好準備；尤其身處競爭激烈的美食之都台南，爭取米其林秘密客及在地饕客的青睞需要更努力精進，將嚴加預備隨時等待海內外美食家的蒞臨。

國際美食媒體之星《Food&Wine》團隊也表示，雖然因篇幅有限無法撰寫到更多美味餐廳，但在此次採訪中也確實了解到更多台南美味，如秉持古法料理，百分百呈現食物鮮美的新化區「王家燻羊肉」；在地深耕80年的新營區「華味香鴨肉羹」；就地取材表現台菜經典的善化區「新萬香餐廳」；將台南海產發揮得淋漓盡致的將軍區「豐の海鮮漁府」等美食；除了阿村牛肉湯，位於善化區的溫體牛產地及鄰近的永康區，也隱藏了不少牛肉湯頂尖好手店家。

希望以此次宣傳為起點，大力向外籍人士行銷宣傳台南美食，使台南美食登上國際舞台；待疫情趨緩，可以吸引尚未到台南旅遊或是定居台灣的外籍人士，親自到台南感受這個蘊含悠遠的歷史及享有美食博物館之譽的甜蜜城市，了解府城好「食」力，旅行中享受美好「食」光。



▶ 香格里拉台南遠東國際大飯店醉月樓上海紅燒肉。



▲ 咩肉舖。



▲ 台南晶英酒店Robin's鐵板燒秋刀魚卷。



▲ 阿村牛肉湯。



▲ 阿霞飯店紅蟳米糕。

# 雲林縣政府文化觀光處 流動藝術三部曲

## 蔦松藝術高中豎笛三重奏拉開序幕 前雲門舞集團員演出精采絕倫

一場突如其來的疫情，迫使大家停下腳步，在疫情的限制下，我們嘗試學著海明威的視角，回頭看著雲林，雲林是旅人的家鄉，城市人刻意追求身心靈陶冶，嚮往自然，但這卻是雲林人生活的日常。從雲林生活的哲思角度出發，結合各型態的藝術展演，透過場域移轉、媒材置換等方式，呈現出一場場精彩的流動藝術饗宴。



▲雲林縣長張麗善（後排左3）、雲林縣政府文化觀光處長陳璧君（後排左5），出席「微醺餐桌」讓所有在場的人驚喜連連。

**雲**林縣長張麗善表示，Ernest Hemingway海明威曾於1950《致友人》寫道：「如果你夠幸運，在年輕時待過巴黎，那麼巴黎將永遠跟著你，因為巴黎是一席流動的饗宴。」流動藝術饗宴活動於2020/5開跑，分別於圖南咖啡故事館、虎尾糖廠酒精槽為背景，建構出展覽與表演活動，場場獲得熱烈迴響，而第3站來到雲林縣口湖鄉成龍溼地，不同於前兩場場域背景，以自然景觀及當地民眾生活日常為發想，策畫出不同以往的表演形式與展覽。

### 成龍溼地生態園區經營管理示範計畫 關注溼地與人的環境議題

成龍溼地原本為農耕地，但由於地勢較低且長年超抽地下水，地層嚴重下陷，且受到1986/8的韋恩颱風、1996/7的賀伯颱風強烈侵襲，海水倒灌淹沒農地，20多年來長期積水無法耕種，也成為國內唯一因地層下陷及海水倒灌而形成的溼地。2005年，農委會林務局與口湖鄉公所開始在當地進行「成龍溼地生態園區經營管理示範計畫」；2009年起，為強化社區參與，因此與觀樹

教育基金會合作進行學習參與計畫，透過打造環境教育基地的理念，推廣了多樣式的環境保護行動，例如：以成龍國小為據點，以溼地生態調查與鄉土文化探索的主題，藉由學校深入社區，並引導學童與父母祖輩共三代參與溼地環境保護行動；舉辦成龍溼地國際環境藝術節活動，經由駐地藝術家與當地居民的合作，在就地取材、在地參與、共同創作、引介後續交流的種種裝置藝術等過程，引領社區居民與社會大眾關注溼地與人的環境議題。

### 流動藝術三部曲《綻放》 歡敬意體與音樂薰陶的饗宴

雲林縣政府文化觀光處長陳璧君表示，流動藝術饗宴已經舉辦兩場，皆以歷史建築為背景，三部曲跳脫前面兩場的框架，以自然景觀為舞台。本次活動以《綻放》為主題，搭配著成龍溼地優美的環境，進行一場環境議題探索、音樂薰陶的藝術饗宴。因疫情的影響下，大家只能放下腳步，靜靜等待疫情舒緩；而身處台灣，幸運的我們，在疫情暫緩之際，透過現場感受，透過網路分享，細細品味著藝術帶來的心靈療癒。

▼成龍溼地擁有著特殊的地理環境，在《綻放》表演安排上，運用現地環境進行演出。



# 《綻放》以成龍溼地自然生態為舞台

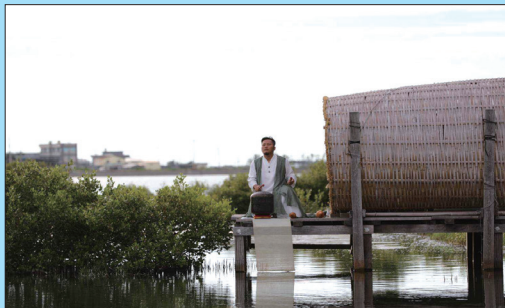
## 的舞立方 最後走入社區享受「微醺餐桌」 讓視覺、聽覺、味覺盡享



▲蔦松藝術高中在「賞鳥牆」（賞鳥貨櫃屋）由豎笛三重奏為本次表演拉開序幕。



▲蔦松藝術高中於「高腳屋」由弦樂團為大家帶來美妙的音樂。



▲流動藝術三部曲《綻放》。



◀▼由前雲門舞集團員趙敦毅結合雲林縣傑出表演團隊—太日樂集，以水面景色與嫣紅夕陽為背景，進行演出。



▲氣勢磅礴的鼓聲節奏，為表演增添張力。



▲鼓聲搭配舞立方，讓人看了血脈張張。



### 「樂活魚鄉·微醺饗宴2日遊」套裝行程

搭配活動進行環境導覽解說，解說過程中，除深入介紹成龍溼地的成因以及現況外，更帶領參與本次活動的民眾了解當地著名裝置藝術。此外，成龍溼地擁有着特殊的地理環境，在《綻放》表演安排上，運用現地環境進行演出，蔦松藝術高中在「賞鳥牆」（賞鳥貨櫃屋）由豎笛三重奏為本次表演拉開序幕；接著於「高腳屋」則由弦樂團為大家帶來美妙的音樂；最後「連結」裝置藝術區，則由前雲門舞集團員趙敦毅，以水面景色與嫣紅夕陽為背景，結合雲林縣傑出表演團隊—太日樂集，氣勢磅礴的鼓聲節奏，演出精采絕倫的舞立方，為本場表演帶來最高潮的演出。

為搭配海洋音樂祭活動，推出「樂活魚鄉·微醺饗宴2日遊」套裝行程，其中一站除結合《綻放》活動外，更為遊程民眾推出「微醺餐桌」隱藏版計畫。成龍溼地，因地理環境的關係，物產豐饒，食材新鮮美味；在夕陽西下的三合院前埕，吹拂著微風，享用著「成龍社區發展協會」負責的「微醺餐桌」料理，讓所有在場的人驚喜連連，沒想到在雲林的偏鄉竟能嚐到比擬米其林料理水平的美食，讓「食」不僅品嚐到食材美味，也讓「食」成為一種藝術品。

陳壁君表示，從漁村溫馨浪漫的環境氛圍，貝殼鮮花淡雅的餐桌擺設，每一道餐點的擺盤，社區媽媽輪番上菜的節奏，加上協會年輕經理專業仔細的講解，井然有序的儀式，伴著微風與輕柔的音樂，這個成龍溼地獨有的仲夏微醺餐桌，讓大家重新認識了成龍村，再一次愛上雲林。



▲成龍溼地獨有的仲夏微醺餐桌，讓大家重新認識了成龍村。



▲貝殼鮮花淡雅的餐桌擺設。



▲漁村料理中提供新鮮肥美的蚵仔。



▲特別擺盤的鮮蝦麵線，讓料理的視覺提升一個層次。

# 源順芝麻觀光油廠以製造對人體健康有益的產品為目標

## 曾通過消費者文教基金會抽驗 品質把關 有目共睹



▲源順芝麻觀光油廠負責人吳武雄（右）與夫人合影。



▲源順芝麻觀光油廠入口處寫著「芝麻開門」！

「古今磅秤型式各異，道德良心始終不移」這是一進源順芝麻觀光油廠會看到的斗大標語，也是創辦人吳武雄的信念努力以製造對人體健康有益的產品為目標，即便在盈虧時期，也不受利潤誘惑，有所改變。加上發現夫人頸部脊椎長了腫瘤，並受了「食物是最好的醫藥」一書的啟示，以及抗癌鬥士李秋涼的協助之下，把生機概念導入油品產業，研發出全國首創已催芽冷壓芝麻油萃取技術。源順產品多年前曾通過消費者文教基金會抽驗，更轉型為觀光工廠，直接對消費者深度解說健康用油的觀念，懷著感恩的心，更加堅定信念回饋社會。

### 堅持使用好的原料 寧願少生產也不願屈就

源順製油位於雲林土庫，以生產「冷壓芝麻油」為主，為了能讓民眾了解芝麻油的好處以及製油過程，成立源順芝麻觀光油廠，門市部份除了多款油品，現場還有



▲源順芝麻觀光油廠也有台北、台中、雲林、高雄等4個行銷分處。

許多芝麻健康產品可以購買，館內主要分為4大區域：源順故事區、油品知識區、芝麻文化區及芝麻小試DIY區，是大小朋友寓教於樂的好場所。

源順芝麻觀光油廠主任歐俊聰表示，源順堅持使用最好的原料，製作出最好的食用油，如果沒有優質的原料，寧願少生產，也不願意銷售不合規格的商品，其中包括新鮮度、黃麴毒素、農藥殘留，並須通過檢測才能進入製程。早年大賣場初改變通路業生態後，部分廠商不顧消費者健康，以添加劣質油在市面上惡性競爭，讓源順在經運上倍感壓力。甚至有大賣場直接找源順洽談，希望能生產廉價的混合油品或幫忙代工，但都沒有被吳董事長接受，一直堅持為消費者把關。

### 與抗癌鬥士李秋涼合作 利潤捐給華光智能發展中心

1996年初，一位因罹患癌症，開始生機飲食來抗癌的李秋涼老師，透過新竹關西華光智能發展中心找到了吳武雄，她替癌症病患向吳武雄請託，希望能製作適合癌症病患食用的油品。

李秋涼因為罹患癌症，對於用油特別小心，多年來癌症病患只能食用國外進口的冷壓橄欖油，但進口油品價格貴、還含有腥味，台灣人吃不習慣。就此機緣下，源順研發了已催芽的冷壓芝麻油，將芝麻炒熟後，先冷卻再擠壓，最後化作一瓶透亮



▲源順芝麻觀光油廠展示著早期製作芝麻油的器具，讓人鑑古知今。

的琥珀色芝麻油，可以涼拌，味道不油不膩不燥熱，只有滿口的芝麻香氣。雖然因為冷卻使得出油率變小，成本提高，但基於對癌症病患的關懷，源順將利潤依照比例捐給華光智能發展中心，讓芝麻香味中更多了對社會關懷的真情感。

### 獨家販售已催芽冷壓芝麻油 歡迎旅客網路下單

源順運用獨家催芽技術，保持溫度與濕度的控制，讓芝麻催芽後，提供人體優質的營養。歐俊聰指出，將芝麻催芽，必須找到最適合的催芽程度，因為催芽過程中，不新鮮的芝麻孵不出芽來；催芽過度，將氧化、口感不佳，對身體形成不必要的負擔。因此推出的「已催芽冷壓芝麻油」是市面上買不到的產品，只有源順才有，疫情期間雖然門市還有在營運，但歡迎旅客運用網路購物平台下單，協助台灣度過疫情難關。

# 雅聞峇里海岸觀光工廠 一秒置身南國小島度假

## 觀光工廠連鎖化 用打卡美景吸引旅客上門 推廣產品理念



▲園區內栽種數十種、上千株的各式玫瑰，旅客能在發呆亭裡面休息觀賞。



▲充滿南洋風味的雅聞峇里海岸觀光工廠，讓人猶如置身峇里島。

提到雅聞倍優就會想到代言人「蕭敬騰」在廣告中的形象與歌聲，其中雅聞（ARWIN）是集團最早的品牌，除了保養品之外，更涵蓋內衣、頭髮保養、身體保養、美容輔助食品等，從頭到腳，從裡到外，而倍優（BIOCHEM）是以平價、優質為主要訴求的品牌。麾下還有3家觀光工廠：雅聞魅力博覽館、雅聞七里香玫瑰森林、雅聞峇里海岸，以及1家觀光景點—雅聞香草植物工廠，讓保養品除了實體店面外，還有另外一種獨特的行銷模式。

### 觀光工廠補足實體店面不足 未來旅客能就近購買

其中位於斗六石榴班百年火車站附近，舒壓、藝術、美學、購物的雅聞峇里海岸園區，是國內最大的南洋風情景觀，擁有大規模的茅草屋群、棕櫚樹、迎賓瀑布、鏡面水池、3D美式塗鴉牆及明媚的海岸沙灘風景，彷彿置身異國天堂。

雅聞峇里海岸觀光工廠經理蘇裕智表示，雅聞的觀光工廠從楊梅、頭屋，一直到斗六，3個據點都有不一樣的景觀設立，



補足一般保養品只有百貨公司、網路的不足，打造引人注目的打卡景點，以及有趣的體驗，吸引旅客上門，進而了解產品特性，增加購買意願。此外，未來旅客能在就近的門市消費，用多樣的行銷管道，增加業績與知名度。

### 園區參觀、停車都免費 多樣DIY預約體驗

進到園區，穿過茅草屋的門廳，宛如進入峇里島的度假村，諾大的鏡面水池迎賓瀑布近在眼前，當您迫不及待想要進入峇里海岸主題園區，也可以注意附近的庭院造景廊道，不同區域景觀各異，每一塊，都是雅聞別出心裁設計打造，例如「千手禮佛」、「湧源幸福」（寓意永遠幸福）。

蘇裕智指出，創辦人喜歡峇里島的風格，因此將園區打造成濃濃的南洋風情，讓旅客不用出國，或是受限於生活就能有身處異國的感受，一秒飛到南國小島度假。另外，為了讓旅客每次來訪都有不一樣的感受，特別與知名玫瑰專家「台北玫瑰園」合作，於園區內栽種數十種、上千株的各式玫瑰，每到4月與11月都能沉浸在一片花海之中，猶如斗六人的後花園一樣。旅客也能在觀光工廠內體驗沐浴球、香氛娃娃、多肉植物小盆栽的DIY製作（以上都需預約），都是療癒生活的小物。值得注意的是，旅客來訪停車、參觀都是免費，希望用最輕鬆無負擔的方式讓更多民眾有機會共享品牌的美好。

◀ I LOVE BALI的裝置景觀，讓旅客打卡拍照、偽出國！



### 讓產品全年齡化 推出脈輪系列產品

雅聞倍優雖然以女性保養品為主力，也希望成為全家人的健康保養的後盾，上千種的商品除了臉部的保養：洗面乳、化妝水、乳液，也有沐浴乳、洗髮精等清潔產品，以及彩妝、香氛、精油、防曬，適合男女的機能調整型內衣，讓服務全年齡化。

蘇裕智表示，為了提供消費者全新感受，雅聞倍優也推出7種脈輪系列產品，讓民眾依照脈輪檢測結果，或依照喜愛的精油香氣、顏色選擇、成分與意涵，打造自己的專屬療癒保養。例如第四脈輪心輪，顏色為綠色，運用佛手柑、天竺葵、玫瑰、茶樹、廣藿香等天然精油帶來的香氣與效果，除了能幫肌膚補充缺失的養分，更能藉由顏色、香氣，帶動身心靈的感覺，進而更有能量與動力去面對挑戰。消費者可以購買系列保養品，依照脈輪香皂→脈輪美妍體油→脈輪微囊雙星→脈輪香霧順序使用，使身心感受到真正的放鬆。

# 防疫在家少出門 宅配美味帶回家

簡單加熱即食  
輕鬆澎湃上桌

滿NT\$2,000

即可免運

天下三絕

極品紅寶石B腱牛肉鍋



天下三絕

上湯豬腳麵線



金都餐廳

黑蒜老菜脯燉雞湯



金都餐廳

手作紅麴滷肉



寧菠小館

經典韓式  
蘋果泡菜



金都餐廳

手作紅麴肉燥



寧菠小館

珍珠糯米雞湯



玩買主意 funidea mall

玩買，是我們的生活方式  
旅遊玩玩玩，出門買買買，生活 fun fun fun !  
精彩的玩買人生，創意沒有設限！

www.funideamall.com



官網



粉絲團

