

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2021.06.14 出刊 每週一發行

VOL. 653

日月潭觀光圈聯盟

超前部署 展開網路聲量調查

從數據爬梳觀光圈發展脈絡
同步籌組PAK加大團體送客量能



Search

🔍 日月潭觀光圈



日月潭觀光圈聯盟 SEO, Taiwan

觀光圈第一回合接近尾聲 以網路聲量檢驗成果 同步

日月潭觀光圈聯盟 (SEO, Taiwan) 執行長
曾喜鵬



「觀光圈」是政府疫後振興觀光發展的重要策略之一，以觀光局所屬7個國家風景區管理處為平台，整合納入週邊行政轄區，共建立8個觀光圈，透過這項策略引導地方產業整合、盤點特色資源、整合跨部會成果、規劃創新主題遊程、形塑地方產業風格，更重要是孵化台灣的區域專業行銷組織 (DMO)。

政策執行一年多來，在各觀光圈聯盟努力之下，展現了不同的成果與風貌，著實在台灣旅遊市場掀起一股觀光圈旋風。在第一回合戰役即將進入尾聲之際，日月潭觀光圈聯盟繼品牌績效量化調查之後，又再次進行網路聲量的質性調查，來評估這一年努力的成果與績效，也驗證DMO的市場分析能力。

負責該項調查的日月潭觀光圈聯盟執行長曾喜鵬指出，在競爭激烈的旅遊市場中，旅遊地品牌化 (Destination Branding) 是很重要的策略，但發展品牌並非設計識別LOGO或Slogan那麼簡單，鎖定潛在競爭者，找出與競爭者不同的發展定位，再透過旅遊地行銷組織在市場傳遞一致的訊

息，經過若干時間才得以逐漸建立消費市場認同，品牌也才會逐漸產生價值。

以關鍵字挖掘 建構觀光圈大數據資料庫

近半年來，日月潭觀光圈聯盟在政府事先給定的題目下，努力打造「日月潭觀光圈」這個新興的區域旅遊地品牌，經過資源盤點與品牌工作坊，確立日月潭觀光圈是一個可以提供開闊、自由、清新、逃離、探索、驚豔、經典等體驗價值的旅遊目的，讓來此地旅遊的遊客可以獲得 Relax、Refresh、Recharge 三個旅遊效益，聯盟並據此建立「來探索！日月潭光圏 / Come Explore! Your SunMoonLakePLUS」的

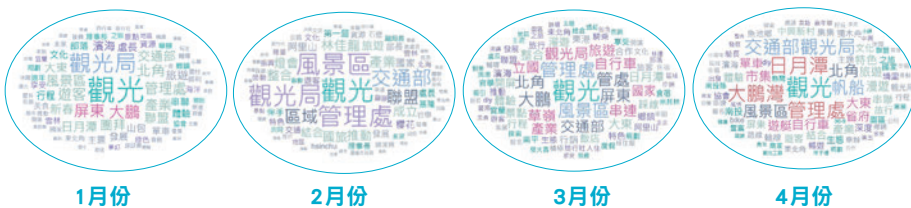
「觀光圈」關鍵字互動分析

1. 1~4月之文字雲

從這4個月之文字雲觀察，前兩個月大都以觀光局、風景區管理處、聯盟、林佳龍、產業、整合等關鍵字最突出，但自3月份開始，開始出現個別觀光圈的名字，包含大鵬灣、東北角、日月潭、阿里山、屏東等逐漸明顯被討論，特定主題旅遊與場域的關鍵字也開始出現，例如草嶺、林邊、宜蘭等場域名稱。

顯示各觀光圈歷經數個月努力後，逐漸開始一句其特色在市場中逐漸被記起。4月份這樣的趨勢更是明顯，日月潭觀光圈也在4月份霸氣頭角，幾乎位居前3名的討論度，此外，4月份也有更多的主題產品及場域被討論。

★以觀光圈為關鍵字分析之文字雲



3. 熱門貼文

觀察今年1月至4月間以觀光圈為關鍵字進一步分析，取影響力分數排名於每月前5名之熱門貼文，由下表顯示，1月份之熱門貼文排名第1為「林佳龍」，2月份之排名第1為「許淑華」，3月份影響力最高者為「雄獅旅遊 Lion Travel」，4月份影響力最高者為「林柏昇 KID」。

★觀光圈關鍵字熱門貼文互動影響力

熱門貼文	影響力分數	2021年			
		1月	2月	3月	4月
1 林佳龍	906.2				
2 林佳龍	695				
3 林佳龍	406.6				
4 劉建國	111.9				
5 蔡適應	95.6				
1 許淑華			1987.5		
2 蘇治芬			850.2		
3 正聲廣播公司			282.6		
4 日本人的日本旅遊指南			156.3		
5 周春米 立委			124.9		
1 雄獅旅遊Lion Travel				894.7	
2 正聲廣播公司				385.5	
3 正聲廣播公司				352.1	
4 正聲廣播公司				328.5	
5 林佳龍				306.4	
1 林柏昇 KID					728.6
2 林龍 (導遊)					286
3 ETtoday旅遊雲					280.8
4 木曜4超玩					266.4
5 丁小羽					209.7

調查結果出爐 用「觀光圈」及「日月潭

2. 關鍵字互動數

2021年1月至4月間，以「觀光圈」為關鍵字進行分析，平均每月有99則貼文數，其中貼文數最多於4月份，計有26,412次貼文心情互動。

★觀光圈關鍵字互動分析

觀光圈		2021年				
		1月	2月	3月	4月	
互動內容	Posts	貼文數	71	73	85	167
	Comments	留言數	499	855	2,297	1,165
	Shares	分享數	333	1,094	1,892	988
	Reactions	貼文心情	21,645	28,408	8,605	26,412
Reactions items	讚		21,451	28,135	8,504	25,977
	大心		166	242	85	357
	哈		8	13	4	50
	哇		9	18	12	22
	嗚		4	0	0	2
	怒		7	0	0	4

4. 意見領袖

由下表結果顯示可得，在貼文數與貼文分數影響力之排名，1至4月中以「林佳龍」的總影響力分數最高，進一步分析平均單篇文章影響力，以「許淑華」為最高。相較於前述以「南投旅遊」或「彰化旅遊」為關鍵字之分析，以觀光圈熱門貼文之意見領袖多出現以政治人物為主，也可知此觀光政策在網路社群中逐漸受到討論重視。

★觀光圈熱門貼文發布之意見領袖

月份	排名	粉絲專頁名稱	貼文	分數	平均單篇文章影響力	類別
1	1	林佳龍	3	2,007.80	669.27	政治人物
	2	劉建國	1	111.9	111.90	政治人物
	3	蔡適應	1	95.6	95.60	政治人物
	4	臺中市霧峰區公所	2	55.3	27.65	政府單位
	5	魅力基隆	2	46.8	23.40	政府單位
2	1	許淑華	1	1,987.50	1,987.50	政治人物
	2	蘇治芬	1	850.2	850.20	政治人物
	3	正聲廣播公司	1	282.6	282.60	媒體
	4	緹雅瑪 美食旅遊趣	2	186.8	93.40	媒體
	5	日本人的日本旅遊指南	1	156.3	156.30	媒體
3	1	正聲廣播公司	3	1,066.10	355.37	媒體
	2	雄獅旅遊Lion Travel	3	942	314.00	商家
	3	林佳龍	1	306.4	306.40	政治人物
	4	台灣觀光粉絲團	2	86.1	43.05	政府單位
	5	阿春仔in台南	1	76.2	76.20	部落客
4	1	林柏昇 KID	1	728.6	728.60	公眾人物
	2	丁小羽	4	539.1	134.78	公眾人物
	3	勇闖大鵬灣幸福小琉球	15	288.3	19.22	政府單位
	4	林龍 (導遊)	1	286	286.00	導遊
	5	ETtoday旅遊雲	1	280.8	280.80	媒體

創意再現 用網路聲量調查看品牌績效

攜手21家業者共組PAK打造4大主題之旅滿足市場需求

溝通口號，展開品牌行銷溝通。

因此，日月潭觀光圈聯盟於今年5月委託大數據專業公司進行網路聲量調查，藉以評估品牌行銷成果。該項調查是以「觀光圈」及「日月潭觀光圈」兩組關鍵字進行網路社群挖掘，分析期間為今年1~4月，調查工具為QSearch Trend+。

整合菁英旅行社 打造日月繁星假期PAK品牌

根據旅遊數據與網路聲量調查結果後，日月潭觀光圈聯盟認為一個新興旅遊品牌，以及創新主題產品開發，可以透過組成PAK旅行社的形式，來加速客源市場的開拓。

因此，聯盟特別攜手業者建立日月繁星假期（Sunmoonstars Holiday）PAK，邀請專營泰國及東南亞入境旅遊的佳瑛旅行社董事長林玉華，召集21家旅行社組成堅強團隊，與日月潭觀光圈攜手合作開發客源。並於今年度完成4個主題旅遊商品設計，分別為療癒、星空、雙鐵、文創，產品以精緻中高端價位為主，商



◀ 日月潭觀光圈聯盟特別攜手菁英業者打造日月繁星假期（Sunmoonstars Holiday）PAK品牌，藉此讓更多旅客看見當地的優美風光。

品也已經開始上架銷售。

21家PAK旅行社包括：佳瑛旅行社（中心）、榮華旅行社、新亞旅行社、沂福旅行社、中春旅行社、惠康旅行社、八方行旅行社、發現者旅行社、鼎運（綜合）旅行社、同興旅行社、樂憶國際旅行社股份有限公司

國際旅行社、狀元國際旅行社、開新旅行社、大創亞旅行社、川流國際旅行社、勝芳旅行社台北分公司、天天旅行社、喜美旅行社、富友旅行社中山分公司、大德天下旅行社、金箭旅行社。

觀光圈」2大關鍵字觀察台灣市場

1. 日月潭觀光圈2~4月之文字雲

以日月潭觀光圈之網路聲量文字雲來看，2~4月被討論聲量快速成長，2月份主要出現聯盟、人才培育、團拜等少數關鍵字，可看出聯盟一開始著重組織整合之基礎整備工作為主之成果，3月份隨著組織健全發展，各區域也開始展開行銷活動，因此開始出現場域名稱；4月份可說是聯盟各項活動積極展開的月份，因此出現更多場域、主題產品的關鍵字，顯示日月潭觀光圈劃分成四個區域軸線之空間發展策略發揮了效果。

★以觀光圈為關鍵字分析之文字雲



3. 熱門貼文

今年1月至4月間以日月潭觀光圈為關鍵字之分析，1月份無資料，自2至4月間取影響力分數排名於每月前5名之熱門貼文，由下表顯示，2月份之熱門貼文排名第1為「茱莉亞DJ」，3月份影響力最高者為「雄獅旅遊Lion Travel」，4月份影響力最高者為「林龍（導遊）」。

★日月潭觀光圈關鍵字熱門貼文互動影響力

熱門貼文	影響力分數		
	2月	3月	4月
1 茱莉亞DJ	46.8		
2 作伙生活 廖志城	24.8		
3 處長帶路玩Nantou	22.8		
4 再發現。動感日月潭!	15.7		
5 南投新聞	6.8		
1 雄獅旅遊Lion Travel		894.7	
2 正聲廣播公司		385.5	
3 正聲廣播公司		352.1	
4 正聲廣播公司		328.5	
5 林佳龍		306.4	
1 林龍（導遊）			286.0
2 二水跑水馬拉松			30.4
3 處長帶路玩Nantou			29.5
4 茱莉亞DJ			20.4
5 作伙生活 廖志城			17.4

「日月潭觀光圈」關鍵字互動分析

2. 關鍵字互動數

1月至4月間，因1月份無分析資料，自2至4月間以日月潭觀光圈為關鍵字之貼文數逐漸增多，最多貼文數出現在4月份，共有48則貼文與3,883次貼文互動數。

★日月潭觀光圈關鍵字互動分析

日月潭觀光圈旅遊互動內容		110年		
		2月	3月	4月
Posts	貼文數	8	13	48
Comments	留言數	362	61	101
Shares	分享數	399	47	176
Reactions	貼文心情	15,980	852	3,883
Reactions items	讚	15,807	840	3,859
	大心	158	12	23
	哈	7	0	1
	哇	8	0	0
	嗚	0	0	0
	怒	0	0	0

4. 意見領袖

由下表結果顯示可得，在貼文數與貼文分數影響力之排名，因1月份無資料，自2至4月份間，以「許淑華」的總影響力分數最高，進一步分析平均單篇文章影響力，以「許淑華」為最高。在以日月潭觀光圈為關鍵字貼文表現之意見領袖，可見多以政治人物、政府單位或機關、公眾人物等為代表，也進一步顯示相較於「南投旅遊」或「彰化旅遊」之意見領袖身份上有較大的差異。

★日月潭觀光圈熱門貼文發布之意見領袖

月份	排名	粉絲專頁名稱	貼文數	分數	平均單篇文章影響力	類別
2	1	許淑華	1	1,987.50	1987.50	政治人物
	2	陳紀衡	1	16.5	16.50	政治人物
	3	再發現。動感日月潭!	1	12.0	12.00	政府單位
	4	集集鎮公所	1	6.6	6.60	政府單位
	5	陳宜君-南投縣議員	1	4.3	4.30	政治人物
3	1	茱莉亞DJ	1	46.8	46.80	公眾人物
	2	作伙生活 廖志城	1	24.8	24.80	政治人物
	3	處長帶路玩Nantou	1	22.8	22.80	政治人物
	4	再發現。動感日月潭!	1	15.7	15.70	政府單位
	5	南投新聞	1	6.8	6.80	媒體
4	1	林龍（導遊）	1	286.0	286.00	公眾人物
	2	Stingers 蜂刺固齒咖啡專門店	11	50.0	4.55	業者/商家
	3	作伙生活 廖志城	2	30.5	15.25	政治人物
	4	二水跑水馬拉松	1	30.4	30.40	政府機關
	5	處長帶路玩Nantou	1	29.5	29.50	政治人物



▲日月潭觀光圈聯盟啟動網路聲量調查，為未來的布局奠定基礎。

數據為王 日月潭掌握先機

不知道有沒有發現，在現代社會中，越來越多人開始將大數據（Big Data）掛在嘴邊，原因在於這個又稱作巨量資料的名詞，早已跳脫資料處理工具，更昇華成企業思維與商業模式，在科技的快速演進下，滿足了資料量的急速成長，也讓越來越多人能從大數據中挖掘到無數瑰寶，因為它可以套用在工作、理財，甚至觀光推廣上。

但其實數據十分容易取得，但是否真正對應自身所需，才是一大重點，日月潭觀光圈聯盟便是嗅到大數據對於產業的重要性，因此特別領先於其他觀光圈，透過專業機構的彙整與統計，進而從數據資料中提煉出自身所需的精華，同時也看見日月潭需要改變的現況。

不僅如此，網路聲量也成為日月潭觀光圈聯盟的觀察重點之一，當這1年來「觀光圈」一詞橫空出世在台灣觀光產業後，越來越多觀光業者投入其中，但對於消費者而言，觀光圈是否真的有直接的助益，或是有被民眾所關注，便是需要觀察了。

因此日月潭觀光圈聯盟特別於5月委託大數據專業公司進行網路聲量調查，藉以評估品牌行銷成果。該項調查是以「觀光圈」及「日月潭觀光圈」兩組關鍵字進行網路社群挖掘，分析期間為今年1~4月的搜查效果。以前者為例，能發現在10個觀光圈及產業聯盟的幾個月推廣後，市場逐漸記住觀光圈一詞，各個觀光圈的名稱也開始出現在搜尋行列之中。不僅如此，熱門貼文也是由一月份的前交通部部長林佳龍，逐漸轉為雄獅旅遊與林柏昇KID，都顯示出已經從官方的角色，逐漸導向業界。

而針對日月潭觀光圈的關鍵字分析中，則是看出聯盟一開始著重組織整合的基礎整備工作獲得正面的迴響，因為隨

著魔下的組織系統健全發展，以及各區域也開始展開行銷活動，市場上的關鍵字搜尋開始出現場域名稱，4月份更可說是聯盟各項活動積極展開的月份，出現更多場域、主題產品的關鍵字，在在都顯示日月潭觀光圈劃分成4個區域軸線策略發揮了效果。

近半年來，日月潭觀光圈聯盟在政府事先給定的題目下，努力打造「日月潭觀光圈」這個新興的區域旅遊地品牌，經過資源盤點與品牌工作坊，確立日月潭觀光圈是一個可以提供遊客開闊、自由、清新、逃離、探索、驚豔、經典等體驗價值的旅遊目的，讓來此地旅遊的遊客可以獲得Relax、Refresh、Recharge三個旅遊效益。

然而，即便在市場已經獲得不錯迴響，聯盟仍認為需要在團體客源上進行著力，透過一個新興的旅遊品牌加持，讓主題產品能獲得更多旅客的關注。因此特別攜手佳瑛旅行社，召集21家旅行社組成堅強團隊，與日月潭觀光圈攜手合作開發客源。並於今年度完成4個主題旅遊商品設計，分別為療癒、星空、雙鐵、文創，產品以精緻中高端價位為主，商品也已經開始上架銷售。

在台灣，大數據是最流行的科技詞彙之一，各行各業公司從大到小也積極展開數位轉型，而當這個概念已經導入觀光圈時，勢必將帶動更為驚人的成效，讓使用者更能掌握消費者的習性與需求，進而推出相應商品、投入精準的廣告行銷，達到更為精確的攬客，讓在地的觀光市場更為提升。而這，就是日月潭觀光圈聯盟的終極目標。

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

James Lin
Neo Chang

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

Abby Wang 0922-671-775

經理／王相淳

Sammi Wang 0922-566-614

經理／王政介

Randy Wang 0912-815-962

國際市場部

經理／蔡雅雯

Yawen Tsai

企劃副理／黃千珮

Pat Huang

企劃主任／徐意雯

Dance Hsu

企劃編輯／張語柔

Zoe Chang

企劃編輯／何昕穎

Hsinying Ho

企劃編輯／張子凌

Tzuling Chang

旅奇週刊
TRAVELRICH

日本合作刊物：旬刊旅行新聞 Collaboration with JAPAN
旅奇週刊 月刊旅行新聞



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.

從澳門宣布台灣入境實施21+7看見隱憂

隔離期加長增加眾多風險 業界呼籲加速疫苗施打才是良策

撰文／王政 圖片提供／本刊圖庫

隨著台灣的疫情仍尚未有效趨緩，許多外籍旅客紛紛選擇返國來避免，卻不料可能在台的感染，造成入境後查獲，連帶影響到台灣在國際的防疫形象。也因為事件持續增加，加上澳門不斷報告台灣入境旅客的感染相關案例，為了因應台灣疫情變化，加上截至6/10止，澳門已連續438天沒有出現本土病例（包括無症狀感染者），在防疫原則之下，澳門政府於6/10晚間宣布，6/11起將針對台灣入境的人士實施「21+7」的觀察期。

根據澳門新型冠狀病毒感染應變協調中心的公告指出，考慮到台灣地區目前新冠肺炎疫情變化，從6/11凌晨開始，所有入境前21日曾到過台灣地區的人士，其醫學觀察期由原來的21天，增加7天的自我健康管理，相關人士在第27天需要進行核酸檢測，結果呈陰性，健康碼才會轉為綠碼。

入境者接續在台染疫 防疫資優生備受考驗

過去台灣因為有效的防疫，成為享譽國際的防疫資優生，然而隨著疫情的防範逐漸失去控制，造成台灣本土的感染人數不斷提升，加上陸續有由台灣入境的感染案例，進而也衍生出其他區域開始宣布對台民眾入境的嚴格防範。

以近期的澳門為例，有名任職於貿易公司的38歲台籍男子，5/26由台灣桃園國際機場搭乘航班抵達澳門機場後，按衛生局檢疫措施被安排到鷺環海天度假酒店進行醫學觀察，入境後核酸檢測為陰性，但血清IgM抗體檢測結果呈陽性，評估其過去曾經感染，雖然目前尚



▲澳門政府於6/10晚間宣布，6/11起將針對台灣入境的人士實施「21+7」的觀察期。

無任何症狀，但由於具有復陽風險，已轉送公共衛生臨床中心進行醫學觀察。

此外，有位赴台就讀大學的21歲澳門公民於5/30入境澳門後，6/9酸檢測結果呈陽性，血清結果IgM為陽性，IgG為陰性，確診為新型冠狀病毒肺炎，同時間其在台灣的室友也確定已感染。

也因為陸續的案例發生，考慮到台灣目前疫情變化仍在觀察階段，因此澳門迅速宣布從即日開始，所有入境前21日曾到過台灣的人士，其醫學觀察期改為21天+7天。

延長觀察期連帶影響風險 加速疫苗施打才是良策

然而，從澳門宣布入境觀察期拉長

的事件中，顯示出對於未來有強烈需求前往澳門的民眾來說，勢必增加風險，其嚴重性值得深思。

業者受訪時指出，一般而言，由於旅客在外地旅遊、工作，除了住宿、交通、餐飲等成本之外，倘若遇到嚴重疾病需就醫，所產生的醫療費用在無健保給付的情況下，都將是難以想像的天價，其衍生的問題不得不重視。

也因此，旅遊業界、公協會近期皆不斷積極呼籲，台灣政府應盡速採購疫苗施打，藉此阻隔疫情的蔓延才是上上之策，因為隨著國際疫苗施打普及率不斷提升，當全球逐漸恢復旅遊需求時，台灣卻仍因為疫情蔓延而受到嚴格控管，勢必錯過市場先機。

▶截至6/10止，澳門已連續438天沒有出現本土病例（包括無症狀感染者）。





COVER STORY | 封面故事

02 日月潭觀光圈聯盟 SEO, Taiwan 創意再現 用網路聲量
調查看品牌績效

HOT NEWS | 當週要聞

05 從澳門宣布台灣入境實施21+7看見隱憂

SPECIAL | 特別企劃

07 駱炫宏、黃文卿、江百松聯合為同業發聲

TOPIC | 觀光圈專題

- 08 年產6億碼的台灣之光—緞帶王 用緞帶走向世界 獨霸歐美市場
- 10 感受中彰的豐沛產物餽贈 東勢區農會率先推出果樹認養宅配送達活動
- 12 魔菇部落讓您宅在家也吃得安心

TRADE TALK | 旅業大小事

13 看見意想不到的香港街頭藝術
大韓航空最新公告
關島台灣辦事處正式設立

TAIWAN | 國旅專題

14 流動藝術饗宴首部曲於圖南咖啡 故事館登場 開啟生活小旅行

JAPAN | 和風日本

16 日本東北謝謝台灣回禮企劃影片 JR仙台車站放映中
17 變身1日城主 搭《神隱少女》的海上列車

免出門！最安心！防疫美食送到家
米其林美食×國宴級料理

玩買 funidea mall
主意



官網



粉絲團

駱炫宏、黃文卿、江百松 聯合為同業發聲

旅行業紓困方案令人無奈 旅行業只能迎接倒閉潮到來？

行政院日前公布紓困4.0內容，其中面對海嘯第一排的旅行社業者，只給予「旅行業薪資及營運補貼」和「團體旅遊取消補貼」，方案與業界期待落差極大，引發強烈不滿，連日來抗議電話灌爆各大公協會。

也因為如此的紓困內容，讓中華文教經貿科技生活暨醫療及觀光產業協會理事長駱炫宏、台灣旅行業協會理事長黃文卿、新竹市旅行公會理事長江百松選擇站出來為同業聯合發聲，期盼將最基層的聲音傳遞給政府聽見。

與民意背道而馳 紓困令人無法接受

自從去年3月宣布禁止國外出團及今年5/15宣布暫停國內出團後產業環境更糟，旅行社在所有疫情下的行業中受疫情傷害最重、補助最不成比例，申請規定過於繁瑣，旅行業都已經全面停業完全沒收入，不只補助限定條件，還得提供所謂的業績衰退證明，難道政府不知道旅行業現在很苦嗎？

補助應本著從簡、從寬、從速處理，即時到位即時幫助業者渡過難關的原則，今年補助項目和金額不但比去年更少，且不清不白的項目更造成混亂，讓人無所適從，例如補助薪資和營運，到底是補薪資還是營運，受益對象根本不同？造成業者和員工為了是補助款給誰而爭執、對立，根本令人難以接受。

觀光產業本身是個巨大的服務產業，涉及無數就業人口，但政府根本不重視，旅行業被禁止經營團體業務，和被停止營業同義，政府不但沒針對旅行業特性訂定補助適宜的紓困措施，業者要被停多久也不知道，當局也沒有長期協助業者的計畫，看不出任何主管觀光產業的專業性。

旅行業即使有人勉強挺過去年，也恐怕撐不過今年，因此在此呼籲政府主管機關在做決策不是只有找幾個固定團體及大型旅行社背書就

駱炫宏
及觀光產業協會理事長
中華文教經貿科技生活醫療



江百松
新竹市旅行公會理事長



黃文卿
台灣旅行業協會理事長



了事，旅行業者分布在全台，真的要傾聽地方觀光產業的心聲，廣納建言。不要閉門造車、坐在辦公室裡作決策，還有做無意義的大內宣，自我感覺良好，和民意背道而馳。

提出3大訴求 希望聽見產業心聲

對於政府的紓困，駱炫宏、黃文卿、江百松鄭重對政府提出以下呼籲：

一、應分別明定補助旅行業者營運和從業人員的薪資，真正幫助勞資雙方

行政院公告的旅行業薪資及營運成本補貼案，把過去2種不同的補助項目合在一起，含糊不清不知到底補助對象是誰，每個月營運補貼及薪資補助應明確規定分別補助旅行社和從業人員，才能真正幫助到旅行業雇主與勞工，不應該是要造成勞資雙方爭議和對立。

二、應減輕旅行業者經營成本負擔，不倒閉才能拯救員工不失業

1. 旅行業者很大負擔在房屋租金，應該補貼部分房屋租金至少到今年底。
2. 旅行業今年度的勞工保險費用企業負擔部分、應由政府協助負擔。
3. 旅行業已無法組團，法律規定之履約保證保險費用可免投保1年，減輕旅行業者投保負擔。

三、疫苗和雞腿不一樣，觀光立國淪為口號

政府對疫苗護照要超前部署，疫苗購買不是買雞腿，觀光產業是國民外交的第一線，歐盟及鄰近國家相繼解封開放境推行旅遊泡泡或疫苗旅遊，為保障旅行業後疫情時代出入境業務需求，應規劃相

關人員優先施打國際認證的疫苗，觀光產業才有可能復甦，旅行社才有生存空間。



年產6億碼的台灣之光——緞帶王

傳產也能轉型出頭天 吳世長一手建立緞帶王國 同

隨著時代的巨輪不斷轉動，許多傳統產業也面臨式微的局面，為了不被洪流淘汰，因此許多企業紛紛加入轉型的行列。然而在彰濱的工業區卻有一家傳統產業，以看似不起眼的緞帶作為跳板，憑藉著不懈的努力，成功叩響國際、甚至獨霸歐美市場，它便是知名的緞帶王觀光工廠。



中彰區域觀光聯盟副總召集人暨觀光工廠業召集人／緞帶王董事長

吳世長

走進緞帶王觀光工廠占地6,000坪的廠區，能發現寬敞的空間裡劃分成兩大區域，一區是明亮的展示空間，一個個精美的緞帶被妥善安放在一排排貨架上陳列，其精細做工令人抑制不住購買的慾望；而透明玻璃的另一頭，則是由上百台編織機傳出「咔、咔、咔」聲響，正有條不紊地勾勒出各種獨特的花樣緞帶，從紡紗到製成後染色一條龍完成。而這，便是台灣緞帶的隱形冠軍——緞帶王的日常面貌，也正是這家看似尋常的製造業，打造出傲視全球的緞帶王國，年生產量達6億碼，甚至站穩歐美市場成為台灣之光。

爭力再度寫下新的里程碑。

一手扶起夕陽工業 成功進軍國際

創辦吳世長的創業故事，可以說是一頁台灣傳統產業傳奇故事。出身宜蘭農家的他，於1976年國中畢業時便遠赴台中投靠從事服裝輔料中盤生意的叔叔，一邊跑業務一邊讀夜間部。後來面對兵單時，他也毅然決然選擇報考志願役，經過5年的服役生涯退伍後，再度重回老本行賣服飾配件。

而隨著叔叔的公司準備西進中國，已經



▲隱身於彰濱工業區的緞帶王，是將台灣推向國際的緞帶專家。



▲緞帶王觀光工廠擁有繽紛的五彩色系，十分吸引目光。

摸熟織帶產業的吳世長，選擇繼續留在台灣，並毅然決然於1988年拿著積蓄與老家貸款的農地，買了2部緞帶機台，和太太及師傅3人一起在彰化和美開了間家庭工廠創業，而這便是緞帶王國的開端。

過去，台灣曾有相當完整的紡織產業鏈，然而在大環境變遷的衝擊下，工廠紛紛外移另謀出路。在紡織產業出走潮中，從內銷代工到進軍國際的緞帶王，在吳世長的堅持下，用30多年的時間成功從供應內需市場，到進軍歐美市場，甚至能以整面貨架的商品，陳列於歐美Walmart（沃爾瑪）、Costco（好市多）等賣場，成為台灣緞帶產業的第一把交椅，一年生產6億碼，可以環繞地球15圈。

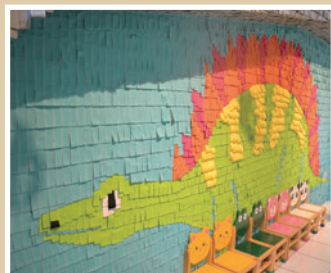
目前緞帶王累積有數萬種緞帶品項，除了成衣緞帶之外，吳世長還開發出化妝品緞帶、食品緞帶等各種新品項，讓緞帶可以被塑膠或玻璃封裝在拐杖、雨傘甚至廚房砧板下，絢麗的花紋不會磨損、褪色。



撰文·攝影／王政 圖片提供／緞陽企業、本刊圖庫

用緞帶走向世界 獨霸歐美市場

步打造全台首個緞帶觀光工廠 用緞帶牽起幸福感



◀◀用緞帶拼成的巨幅圖形，是許多人拍照打卡的首選。



▲▼在觀光工廠中，旅客可以親上前線，執行紡織中最辛苦的「穿紗」。



▲DIY是緞帶王觀光工廠最夯的體驗項目。



▲雖然獲得國際認可、成功於歐美數國銷售，但也因為超高實力，讓美國貿易部在2008年開始指控其反傾銷的疑慮，為此吳世長不僅將控訴單放在工廠顯眼的位置，更堅持耗資數千萬元跟美國政府週旋，數年的努力終於贏得訴訟不受罰的成績。

從爭取訂單到與美國訴訟 看見吳世長的堅持不懈

努力不懈對於吳世長而言，可說是最佳的寫照，從兩個事件中便能看出他異於常人的堅持與毅力。

當1990年整體產業開始外移時，台灣的客戶也紛紛出走，了解緞帶若是西進被學走，產業便會面臨崩塌，因此他決定出國主動敲開市場，攜手同仁勇敢前進義大利米蘭、德國法蘭克福等國際禮品大展。

雖然不諳英語，展場方也限制當場推銷，卻仍阻止不了吳世長拿到訂單的決心，經過幾次的拒之門外，甚至在大雪之中苦等，終於取得荷蘭老牌緞帶公司Koopman International，以及美國百年緞帶老店Berwick Offray的肯定，目前也都成為緞陽企業兩大重要客戶。

其次則是勇敢與美國打官司，雖然努力

不懈獲得國際認可，成功於歐美數國銷售，但也因為緞陽企業的超高實力，讓美國貿易部在2008年開始指控其反傾銷的疑慮。

雖然打官司耗時花錢，但不願服輸的吳世長選擇將控訴單放在工廠顯眼的位置，並且堅持耗資數千萬元跟美國政府週旋，數年的努力終於贏得訴訟不受罰的成績。

根留台灣 打造觀光工廠

而當緞帶王成功在國際奠定一定地位後，吳世長又開始尋思公司的下一個階段該如何運營。

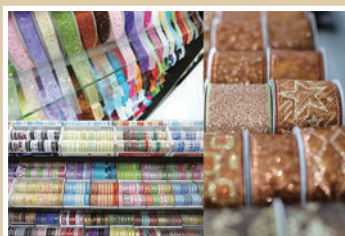
「做緞帶做了大半輩子，總覺得應該讓緞帶業在台灣留名，向這塊土地上

努力的身影致敬。」因為這樣的動心起念，讓吳世長決定將緞陽企業轉型，在維持原有生產力的情況下，他投資約2億多元購地、裝潢，成立「緞帶王觀光工廠」，保存緞帶完整的生產流程，希望吸引更多遊客來認識一條鞭的織造生產過程，並感受到一條蝴蝶結繫起的幸福感。而這座堪稱亞洲首座緞帶博物館，並連續榮獲「優良觀光工廠」美名。

在緞帶王觀光工廠內，旅客可以在外頭的步道盡情拍照打卡，五顏六色的彩繪構成一條彩虹步道，讓人經過基本上都會停留很長一段時間拍照。而在園區內，除了可以在無數緞帶交織成的七彩走廊，一邊購買各項緞帶商品外，還可透過偌大的玻璃窗，親眼目睹緞帶整經、織造、染整、印刷、針車、包裝的一貫作業。

當然，您也可以親上前線，執行紡織中最辛苦的「穿紗」，在專家的指引下，親手釐清經紗，將它們正確穿過整經機上的停電片與鋼扣進行織造，然後進行第二次穿紗，絕對會成就感滿滿，同時也會由衷佩服第一線作業人員的巧手及辛苦。

從一手將外移的產業重新穩固在台灣、成功進軍國際，到轉型開闢觀光工廠，吸引數百萬人次造訪，吳世長都憑藉不懈的努力，如同製造出優美緞帶一樣，不斷翻轉出新穎亮點。



▲廠區的展示空間中，陳列了緞帶王董事長吳世長的畢生心血與驕傲。



感受中彰的豐沛產物餽贈 東勢區農會

因應防疫控管進行2021梨果季計畫滾動式調整 預計

提到梨子，絕對會聯想到梨子栽種面積約3,400公頃的台中，憑藉著全國第一的產量，讓初夏開跑的5、6、7月高接梨，9月新世紀梨、蜜梨，一直到隆冬11月的雪梨，供應滿滿的梨子給國人品嚐。雖然因應疫情，但東勢區農會仍持續規畫相關活動，同時調整成宅配模式，期盼在響應中央疫情指揮中心的政策之餘，也能讓東勢的物產被消費者看見。



▲四季宜人的東勢區，一直是無數旅客喜愛的旅遊目的地。

為了讓觀光能與農業結合，中彰區域觀光聯盟年初便特別前進盛產水果的東勢區，並拜會台中市東勢區農會，期盼透過雙方交流之下，能挖掘出更多旅遊特色與亮點。中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林便曾表示，農業與觀光結合一直是政府部會與民間積極著手的目標，如台中的霧峰與東勢便是兩者完美融合的最佳案例，在蓬勃發展的農業中添增觀光元素，成功為在地產業發展出截然不同的面貌。

雖然目前全台正受到疫情的影響，許多大型活動皆紛紛喊卡，而東勢區農會原先針對梨子的梨果季與果樹認養等也都紛紛遇到防疫問題，但在農會迅速地滾動式調整下，除了梨果季將視6/28的第3級警示後續進行調整外，過去深受民眾歡迎的果樹認養計畫，也將調整成宅配方式進行，讓民眾在家一樣能感受到台中東勢梨子的甘甜。

宜人氣候加持 讓東勢成為農特產天堂

東勢四季氣候宜人，適合多樣性水果生長，加上天時地利，因而獲得水果之鄉的美名，享譽海外，開創東勢水果王國的一片天。

在地生產的水果以梨子、柿子、柑橘等為大宗，由於長期專業種植經營，產出水果特別香甜多汁，不只提供國內市場販售，販售通路也延伸至海外，並獲得當地好評。

以季節為區分，春天能享用到茂谷柑、枇杷、桃子、梅子；夏季則有桃子、梅子、葡萄、高接梨；而宜人的秋天則是大啖高接梨、熱帶梨、筆柿、甜柿的最佳季節。即使到了冬天，也有雪梨、蘋果、椪柑等水果選擇，讓東勢的水果王國稱號不脛而走。

農會產銷班投入 延續產地到餐桌精神

由於近年來越來越多人開始重視食安問題，隨之也讓「產地直接到餐桌」的概念開始風行，藉由縮短食物到消費者的距離，讓大家意識到農業生產過程安全課題，讓許多不瞭解生產的大多數消費者，能建立起對台灣農業的信心。



▲(左起)中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、台中市東勢區農會休閒旅遊部主任楊炳煌。



撰文／王政 圖片提供／東勢區農會、本刊圖庫

率先推出果樹認養宅配送達活動

7/3~8/8期間登場 將東勢農特產帶給全台消費者



▲梨子是東勢引以為傲的農特產之一。
◀東勢擁有優美的山水與農產品，值得旅客到訪。

有鑑於此，東勢區農會便積極輔導規劃梨樹認養活動，其概念就是把消費者帶到生產區來，體驗水果種植及收成，創造農業生產走向休閒觀光化三級產業整合，來提高農業經濟收入，讓消費者走向大自然真正體驗農村環境優美樸實風光，享受最新鮮水果，並帶動周邊產業及景點觀光。

梨樹認養期間，只要有時間與果農約好，就可以親自到農園施作農務、幫果樹除草施肥澆水等，果農會親自教導如何嫁接梨穗、梳果、套袋等種植過程，以及種植果樹應注意事情，等到每年六月開始果子採收，滿滿水果就是自己努力成果。

雖然為了防堵疫情，許多民眾選擇減少外出居家防疫，也讓今年東勢區農會決定暫停旅客親自到訪體驗採收的體驗，而是轉而透過農會麾下的梨之鄉休閒農業區及產銷班來負責採收與宅配，讓認養梨樹的消費者不用出門，也能品嚐到東勢區引以為傲的農作物。

滾動式調整梨果季宣傳 多元活動蓄勢待發

雖然疫情尚未結束，但由於許多活動都須提前籌備，因此東勢區農會仍加緊部署梨果季，透過滾動式的調整方式，先行策畫眾多梨果季的相關活動，但大前提仍是依循著中央疫情指揮中心的判斷來進行活動的舉辦規模。

目前東勢區農會針對梨果季部分預計於7/3~8/8期間登場，屆時將辦理如攜手各政府單位的推廣記者會、遊客採果活動、超吸睛的採果巴士、假日果市、食農教育料理廚房，同時也將針對旅客熱愛攝影的趨勢，搭配如藝術家駐村活動、地景藝術布置、網紅打卡點規劃，以及深受民眾喜愛的野餐活動等，讓更多人能關注水果之鄉—東勢，進而前進台中感受在地的的美好。

東勢區農會打造多元化體驗 讓旅客一到訪就不願離開



東勢區農會打造多元化的梨之國度

★**新世紀梨**：果皮為青色皮，經過遮光套袋後，果皮轉為白色、果形扁圓、果肉細脆、果汁多、糖度在10-11度間，產期在5月下旬至9月下旬。

★**豐水梨**：果皮為青褐色，經套袋後為黃色，果形呈長圓、果點細、果肉細緻、清脆多汁、味甜、糖度在10.5-13度之間。產期在6月上旬至9月上旬。

★**幸水梨**：果皮為赤褐色，套袋後呈黃、果形呈正圓形、果頂凹下且深度，果點稍粗、果肉細緻、多汁、味甜、品質甚佳，糖度在11-13度。產期在5月下旬至8月下旬。

★**新興梨**：果皮為青褐色，套袋後呈黃色、果形較大、呈長圓形，果點粗、果肉細、但石細胞較多、多汁、清脆、糖度為10-13度。產期較晚，在7月上旬至9月下旬。

魔菇部落讓您宅在家也吃得安心

聯名推出「魔菇地中海健康蔬食蔬菜箱」輕鬆提升免疫力



▲「魔菇部落」是由擅長農業科技的韋優集團所創立。



▲以人為本、順應自然、尊重生命的原則下，「魔菇部落」打造出一個以推廣親子休閒、生態旅遊和樂活美食結合為目標的休閒農場。

位於彰化埔心鄉產業道路旁的「魔菇部落」，是由擅長農業科技的韋優集團所創立，在以人為本、順應自然、尊重生命的原則下，打造出一個以推廣親子休閒、生態旅遊和樂活美食結合為目標的休閒農場，加上「魔菇部落」致力於食品安全的嚴格把關，讓民眾不僅能輕鬆認識各式菇類，也能享受到美味且安心的料理。

而隨著疫情的升溫，許多民眾為了響應防疫僅能居家生活，雖然有效與外界區隔，但採買民生用品卻十分不便。了解到民眾期望在家防疫之餘也能吃的安心，魔菇部落特別與升陽農產股份有限公司聯名打造安心宅配專案「魔菇地中海健康蔬食蔬菜箱」，透過魔菇部落對於菇類的專精研究，搭配升陽的一條龍專業，讓民眾宅在家的期間，也能營養健康不間斷，輕鬆提升免疫力。

讓民眾安心宅在家 營養提升不間斷

魔菇部落表示，為了讓民眾能輕鬆購買到優質的產品，魔菇部落一直都有宅配相關新鮮蕈菇食材和自身蕈菇加工產品的服務。因應此波疫情的延燒，以及響應防疫指揮中心政策，請大家安宅在家，共同守護台灣的理念下，魔菇部落期望推出讓消費者在家就能輕鬆煮、健康吃的蔬菜箱、魔菇私廚料理，甚至是多樣的好康魔菇產品加價購，協助消費者在家防疫期間也能夠均衡飲食、營養不間斷，自己烹飪出更多好看又好吃的料理。

魔菇部落強調，我們最大的優勢是新鮮的菇類都是自家一條龍的生產，從原料到包裝出貨消費者都可以安心。同時魔菇部落擁有慈心及采園的有機驗證，也是第一家通過ISO22000和HACCP認證的菇蕈廠商，蔬果箱裡面的其他蔬果也是跟嚴選的

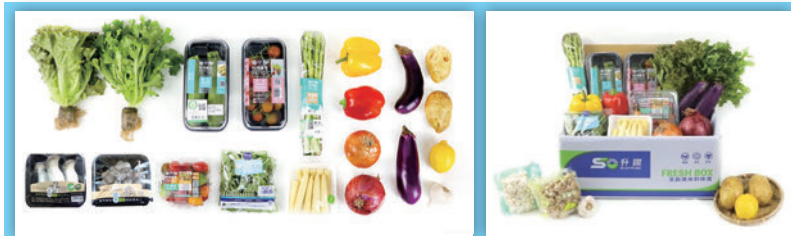
產地及廠商進行合作，確保品質無疑，給消費者最新鮮的蔬果。

此外，除了新鮮蔬果之外，消費者也能夠搭配魔菇部落自家研發的特色蕈菇產品，舉凡蕈菇拌醬、菇麵、杏鮑菇香腸、黑美人菇貢丸、泡菜菇等，都可以為消費者提供更多元化更便利的料理選擇。

推出立即狂銷2百箱 持續推出新穎選擇滿足需求

因為用心的搭配，加上自家嚴選的優質蕈菇食材，搭配上宅經濟的旺盛需求，讓魔菇部落從6月初上市至今，便已經賣出200組以上的蔬菜箱，顯示出需求之強勁。

而放眼未來，隨著警戒的延長，魔菇部落未來除了基本的蔬果和招牌的活株系列以外，更會再搭配嚴選的調味料或是蕈菇相關的加工產品，藉此增添消費者在料理變化上的豐富度，歡迎拭目以待。



▲地中海蔬菜箱（999元，免運）。



▲天天蔬果料理箱（699元，免運）。



▲菇GoodDay組合箱（599元，免運）。

魔菇地中海健康蔬食蔬菜箱

★嚴選在地當季頂級農產品、生菜沙拉等級葉菜蔬果，神農菇類新鮮美味，是您地中海養生健康輕食的首選。

★優惠期間：即日起~6/28止。

★訂購專線：(04) 852-1898#583

★Google表單輕鬆訂購 <https://forms.gle/EdbFzQHV1z3vV6ze6>

★備註：蔬果的部分由於氣候節氣影響，品項可能會有調整，請依實際收到包裝為主。同時會依照菇況進行搭配，但都會有5~7種菇，共10包



看見意想不到的香港街頭藝術

最活躍的藝術文化中心 巷弄成為創意揮灑舞台



▲法國籍藝術家Elsa Jean de Dieu作品。(圖片由Elsa Jean de Dieu提供)



▲梅慧欣與連佩汶兩位作家的得意之作。(圖片由梅慧欣與連佩汶提供)



▲廣受歡迎的巨大龍蝦壁畫。(圖片由Szabotage提供)

撰文／王政 圖片提供／香港旅遊發展局

Szabotage，則以老派塗鴉美學而聞名，他常常結合東西文化的創作靈感，融入香港獨一無二的元素，所以他的街頭壁畫往往展現濃厚的香港特色，如廣受歡迎的巨大龍蝦壁畫，就坐落於香港郊區安靜的住宅區村屋外。由於他

香港作為亞洲其中一個最活躍的藝術文化中心，展現了創意十足的精神，在街頭藝術上尤其突出。這幾年來，街頭藝術為香港的城市景觀換上大膽創新的外貌，隨處可見因中西文化而碰撞產出的塗鴉藝術，在地與國際藝術家把香港大大小小的街頭當作畫布，揮灑創意，畫出一幅又一幅美麗多彩的壁畫。一起來聽聽三位在港的街頭藝術家分享他們的創作，以及盤點他們最愛的那些藝術感滿滿又能激發創作靈感的社區。

定居於香港的法國籍藝術家Elsa Jean

de Dieu，在香港留下了不少精采的手繪壁畫，畫作主要充滿笑容的人物為主，位於酒吧、夜店和異國餐廳林立的SoHo荷南美食區卑利街，一家餐廳外牆上的歡樂大笑少女壁畫，就是她的得意畫作之一。而位於荃灣的南豐紗廠由舊工廠活化改造，如今已成了文創與零售的新地標，紗廠活化項目的壁畫中，則能看見梅慧欣與連佩汶兩位作家的創意，希望通過手繪綠意盎然的壁畫，讓大家看到大自然之美。

英國出生的當代城市藝術家兼設計師

在住家的牆面上畫了龍蝦壁畫，結果在社區裡大獲好評，鄰居紛紛請他在他們的房子外牆上畫畫，而這些位在香港郊區壁畫讓他證明了文化並不只是專屬於國際大都會，也可以如此平易近人，走入民間。此外，作為亞洲藝術樞紐的香港，雖然疫情尚未結束，但藝文工程仍持續前進，港旅局也特別精選多處別具特色、潛藏文化力量的藝文景點，提供旅客先列入口袋名單，筆記收藏，期待下一次的訪港藝術之旅，包括西九文化區：M+視覺文化博物館、香港藝術館、K11 MUSEA、HKwalls藝術節—西貢。

大韓航空最新公告

敬請遵守預訂規則與轉機時間

撰文／王政 圖片提供／本刊圖庫



疫情期間，為了保障旅客順利乘坐航班，請各位同業嚴格遵守大韓航空聯程航班的預訂規則。訂位時，須輸入KE航段的出發地和目的地，查詢艙等後預訂聯程航班，嚴禁分段預訂！對於同業分段預訂的違規行為，一經查出，將按規則重罰。

另外，請留意仁川機場（ICN）轉機時間，以免預留時間不足，影響旅客搭機。目前，韓國仁川機場（ICN）國際線轉機時間如下：

航廈	最短時間
T2內	70min
T1-T2之間	90min

關島台灣辦事處正式設立

積極推動雙邊經貿與觀光及商務投資

撰文／王政 圖片提供／關島台灣辦事處

關島台灣辦事處（Guam Taiwan Office，以下簡稱GTO）於近日取得外交部核發之在台駐外機構證明函，成為具有關島官方代表性的台灣辦事處。GTO



▲美國關島與台關係深化，特別設立「關島台灣辦事處」。

並於6/1正式取得駐台美國各州政府辦事處協會（American State Offices Association）會員資格，除了要感謝駐關島台北經濟文化辦事處（TECO）、外交部北美司、美國在台協會商務組（AIT Commercial Section）的鼎力支持和協助外，GTO表示未來擴大在台推廣的業務範圍將包含，經貿、文化交流和觀光旅遊。GTO將積極建立與台灣官方機構和民間組織的互動，支持企業投資和擔任雙邊溝通重要橋樑的角色。GTO前身為關島觀光局台灣辦事處，多年來致力於推廣關島是一個令人嚮往的海外度假勝地，每年吸引約3萬名我國籍旅客前往度假勝地關島，此次正式更名為「關島台灣辦事處」，業務範圍也將擴大到推動經貿相關領域。

流動藝術饗宴首部曲於圖南咖啡

讓雲林縣優秀團隊及歷史建築讓更多人看見 紓解民

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、口湖鄉成龍溼地、北港水道頭園區，以文化及自然地景建構出展覽與表演活動，場場獲得熱烈迴響。首站於圖南咖啡故事館展開，整合縣內傑出表演藝術工作者及展覽藝術家於縣內歷史建築等地，策劃推出流動藝術饗宴影片特集，紓解民眾疫情期間的煩悶。



▲（左5起）雲林知名畫家高惠芬、雲林縣縣長張麗善、雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君，與團隊、貴賓合影。

「流動藝術饗宴」首次宣傳記者會，於2020/5/16在雲林縣圖南咖啡故事館舉辦。雲林縣長張麗善、雲林縣副縣長謝淑亞、文化觀光處處長陳璧君均到場與會，現場畫家高惠芬更捐贈畫作予財團法人雲林縣文化基金會義賣，義賣所得也將用於雲林縣境藝文活動之用，藉由藝術的流動，帶來美的饗宴。

縣府也邀請在地優秀的策展人王信智與獲得美國獨立音樂大獎現場演出照片獎之專業攝影團隊參與流動藝術饗宴的策劃與拍攝，以及樂耕農室內樂團現場演出，並於雲林縣政府文化觀光處臉書、慢遊雲林YOUTUBE推出，藉由流動藝術饗宴帶領全台民眾開啟生活小旅行，發現旅行大藝術，記錄屬於我們的藝術旅行日常。

雲林藝文底蘊美不勝收 揉合經典與當代、時間與空間交雜

雲林縣縣長張麗善表示，新冠肺炎疫情全球延燒至今，雲林縣政府配合中央流行疫情指揮中心指揮規定，規劃縝密的防疫措施。隨著疫情的發展，流動藝術饗宴也能讓民眾在家，透過網路平台觀賞優質影集，在家也能瀏覽與了解雲林縣境內優秀的藝術工作者，在家就能享受一場場藝術的饗宴。也期待在疫情期間，能透過網路平台方式，讓雲林縣優秀團隊及歷史建築讓更多人看見，也為疫情舒緩後的觀光產業振興超前部署。

雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君表示，雲林縣有豐富的藝文底蘊和美不勝收

的景點，揉合經典與當代、時間與空間交雜，製播影片於雲林縣政府文化觀光處臉書、慢遊雲林Youtube等平台播放。歷史建築「圖南咖啡故事館」目前因應防疫政策暫停開放，希望隨著疫情趨緩後，歡迎旅客再次參觀，讓旅行不必捨近求遠，帶領大家親臨生活日常的藝文之旅。



▲旅客可以在圖南咖啡故事館品味雲林藝術氛圍。



◀圖南咖啡故事館提供藝術家展示自己的作品，無論是書法、繪畫、插花、音樂等各種形式。

▶圖南咖啡故事館是日治時期圖南產業株式會社的員工宿舍。



故事館登場 開啟生活小旅行

眾疫情期間的煩悶 也為疫情趨緩後的觀光產業佈局



▲畫家高惠芬更捐贈畫作予財團法人雲林縣文化基金會義賣，義賣所得也將用於雲林縣境藝文活動之用。



▲雲林縣縣長張麗善（左3）在圖南咖啡故事館品嚐香醇咖啡。



▲圖南咖啡故事館提供民眾一起感受雲林歷史建築的魅力。



▲圖南咖啡故事館展示畫家高惠芬的畫作與樂耕農室內樂團的樂器。



▲流動藝術饗宴帶領全台民眾開啟生活小旅行，發現旅行大藝術，記錄屬於雲林的藝術旅行日常。

圖南咖啡故事館 見證雲林咖啡的過往

雲林縣政府在2019年修復一座歷史建物，是日治時期圖南產業株式會社的員工宿舍，而圖南株式會社則是當年在古坑種植咖啡的日本企業，當時在斗六設有實驗室和栽培室，宿舍即是為這些員工所打造。這座員工宿舍目前規劃作為圖南咖啡故事館招租營運中。

戰後圖南株式會社產權由政府所接收，在農復會以及美援的支持下，雲林縣經濟農場在現在雲林縣審計室建立咖啡工廠，當時廠區內有遠東最大、最先進的烘焙機，一次可烘200磅的咖啡豆。不過當時國際咖啡市場因為巴西恢復產量，加上其他中南美洲咖啡的種植和生產量也大增，使得咖啡價格大舉下滑，最後這座咖啡工廠停工，並遭到拆除的命運。

所幸僅存於雲林溪畔旁的宿舍群被保留下來，留存著雲林人對這段歷史的記憶，不但見證了雲林咖啡的過去，也將驗證雲林咖啡的未來。就像也是雲林出身的政務委員張景森所說的，台灣咖啡市場的需求量就足以撐起台灣咖啡，現在要做的是要如何擦亮台灣咖啡這塊招牌，而圖南咖啡故事館將繼續講述這段台灣咖啡在雲林的故事。



▲雲林溪畔旁的宿舍群被保留下來，留存著雲林人對這段歷史的記憶。

雲林知名畫家高惠芬 獲頒文化藝術獎「貢獻獎」



▲知名畫家高惠芬（左4）榮獲雲林縣文化藝術獎「貢獻獎」、「雲林之光」等殊。

曾榮獲雲林縣文化藝術獎「貢獻獎」、「雲林之光」等殊榮知名畫家高惠芬，在繪畫領域耕耘多年，曾旅居美國、加拿大10多年，在傳統水墨畫風中揉合西方水彩油彩油畫技法，勇於創新，不拘一格，並在當地開設畫室指導藝術後進，讓東、西方藝術彼此交融。

張麗善表示，高老師屢獲國際藝術大獎肯定，卻不忘回饋地方，曾擔任雲林縣青溪新文藝學會及雲林縣濁水溪書畫學會理事長等職，長期經營藝術教育推廣，鼓勵培育雲林藝術人才，足為藝壇表率。

樂耕農室內樂團 以音樂農夫的身份深耕鄉里

樂耕農室內樂團於2001/1萌芽於雲林。以音樂農夫的身份深耕鄉里，從民族樂器出發，透過有機多元的創作及演出，讓音樂走進生活並兼顧傳統與創新，同時放眼國際舞台。

「樂」無所不在，展現生命、敘述生命。

「耕」萌芽，開枝，結穗，細心栽培。

「農」生生不息，樂意永存。



▲圖南咖啡故事館同時結合畫家高惠芬現場作畫與樂耕農室內樂團的表演，讓藝術更提高了一個層次。

日本東北謝謝台灣回禮企劃影片 JR仙台車站放映中

311東日本地震10週年 台日友好 謝謝台灣感恩日本 迴響不斷

撰文／蔡雅雯 圖片提供／向日遊



▲由JR東日本企劃發起的我愛東北回禮企劃影片，正在JR仙台車站播放中。

2011年3月11日東日本大震災中遭受嚴重破壞的日本東北，當時收到了台灣民眾非常多的捐款，還透過各種方式努力為東北民眾打氣加油。今年2021年是東日本大震災10週年，3月時擔任東北觀光推廣的向日遊顧問有限公司向井純為了表達對台灣的感謝，特別在台北捷運中山站以大型壁面廣告刊出「日本・東北謝謝台灣！我愛台灣！」的主題企劃，共募集了1210位東北在地人的致謝照片，在台灣引起熱烈迴響。



▲我愛東北回禮企劃共募集了約300位台灣民眾的感謝照。

JR東日本企劃株式會社的原口幸社長相當認同這個理念，也發起了向台灣人募集「我愛日本東北」的回禮企劃，在台協力單位包括向日遊、JR東日本創造旅遊、JR東日本台灣事業開發、JR東日本大飯店台北，共募集了300則感謝留言照片，計有「好想快點去日本東北」、「最愛東北」等令人感動的熱情聲援。這些溫暖的應援被製成影片，自6月7日至20日，在JR仙台車站的大型電子螢幕「Date VISION」上以影片方式播放「我愛東北！（大好き東北）來自台灣的訊息」，期盼能更加深日本和台灣之間的友誼，並再次表達日本東北對台灣人的感謝。



▲今年3至5月在台灣由向日遊發起的謝謝台灣壁面企劃，迴響熱烈。



馬上刷QR CODE點入網址看
回禮企劃「我愛東北」影片

播放期間：2021年6月7日週一至6月20日周日
播放地點：JR仙台車站2樓中央口附近的電子螢幕
「Date VISION」



<https://reurl.cc/7rD53D>

更多日本旅遊諮詢或相關合作，請洽向日遊顧問有限公司：(02)2518-3587。

變身1日城主 搭《神隱少女》的海上列車

來長崎體驗不一樣的旅行！



©平戶市



連結長崎及佐賀的西九州新幹線預計於2022年秋季完工，屆時不管是從福岡前往長崎，或是長崎與佐賀間的連接等，交通便利度都將大幅提升，也讓將來的旅行商品操作上增加更多選擇。

長崎縣平戶市的平戶城歷經3年大規模改修工程後，於本年度4月開放，同時城內的懷柔櫓也作為住宿設施開放預約，為日本國內首座提供常態型住宿服務的百名城。此外，島原鐵道的大三東站也在日本知名飲料大廠的廣告中登場，彷彿動畫《神隱少女》中的夢幻海景，吸引不少討論。

平戶城開放遊客來去城堡住一晚



▲懷柔櫓1樓的客餐廳，室內設計極為優雅。

(圖片提供/平戶市)



▲可選擇於松浦史料博物館的閑雲亭體驗鎮信流茶道。

(圖片提供/平戶市)

位於長崎縣平戶市的平戶城為日本百名城之一，是當地代表性的地標。在整修後於2021年4月1日重新對外開放，導入最新數位技術，讓遊客透過各種互動娛樂設施，輕鬆瞭解平戶的歷史。另外，最受矚目則是同日起開放的「平戶城CASTLE STAY懷柔櫓」，提供遊客包棟入住懷柔櫓，享受當城主的快感。

利用此次翻修，懷柔櫓內部也重新裝修成2層樓的和洋式風格，總面積約36坪，內部設施包括客餐廳、和室、露臺等，最多可收容5名住客。早晚餐皆在懷柔櫓中享用，由平戶海鮮揭開美食序幕，享受作為城主的快意時光。另外，更可以購茶道或坐禪等體驗，從文化、歷史各方面，深入理解平戶市。懷柔櫓目前只有周五及周末三天開放入住，一日僅限接待一組客人，收容上限為五名。5人入住一晚含早晚兩餐約日幣96萬，平均一人要價約5萬新台幣出頭。



▲從大三東站月台上可眺望到無敵海景。



▲鮮黃色的車身在湛藍的天空與大海映照下格外搶眼。
(圖片提供/島原市)

彷彿《神隱少女》中的海上車站

位於長崎縣島原市，號稱離海最近的大三東站，因為彷彿動畫中的夢幻場景，近來受到許多注目，加上演出多部日劇的人氣藝人「上白石萌歌」在此拍攝飲料廣告，也讓此地的知名度再度上升。

大三東站為島原鐵道的其中一站，起於諫早站的島原鐵道，沿著島原半島的北方一直往東岸走，直到島原外港站為止。沿線能欣賞到島原地方的田園風景，過了吾妻站後大部分路段都是臨海而行，因此能欣賞到沿途的有明海風景。大三東站的月台就是以整片海洋為背景，湛藍的天空與波光粼粼的海面，搭配上鮮黃色的單節小火車，甚為美麗。

遠遠望去，當列車緩緩駛進大三東站時，與動畫《神隱少女》中的海上列車極為神似。這般恬靜的風景也吸引了日本知名飲料大廠來此拍攝4月開始放送的最新電視廣告，伴隨知名藝人上白石萌歌的甜美歌聲，將大三東站的風光透過鏡頭宣傳給更多人知曉。

大村花菖蒲祭 〔大村市〕



每年5月下旬至6月中旬，是花菖蒲盛開的時候，大村公園內有多達30萬朵的花菖蒲，規模為九州最大。

豪斯登堡「光之幻想城」 〔佐世保市〕



「光之幻想城」是日本遊樂園中，首個以體驗型數位設施為主題的室內區域，運用投影互動等技術，展現出用5感體驗的迷幻世界。

最適合初夏品嘗的「寒湯圓」 〔美味甜點〕



島原半島代表性的傳統的點心就是「寒湯圓」，Q彈的湯圓加入冰涼蜜糖水中，就是道消暑甜品。

免出門!最安心!

防疫美食

送 到 家

#STAY HOME

米其林饗宴

× 國宴級料理



2019/2020 米其林必比登美食餐廳

A 極品饗宴餐 \$2500元

免運費

- 極品紅寶石B腱牛肉麵 | 單人包 | 2份 |
- 上湯豬腳麵線 | 單人包 | 2份 |
- 紅寶石蕃茄牛肉湯 | 1包 |
- 精選滷味

牛腱 150公克 | 1份 | 牛肚 150公克 | 1份 |
 牛筋 150公克 | 1份 | 豬耳朵 150公克 | 1份 |



國宴大廚的私房料理



B 風味美食餐 \$2500元

免運費

- 黑蒜老菜脯燉雞湯 | 1份 |
- 鴨香豆腐鍋 | 1份 |
- 手作紅麴滷肉 | 3份 |
- 手作紅麴肉燥 | 1份 |
- 古早味肉燥 | 2份 |
- 茭白筍美人丸 | 1包 |



玩買主意 fun idea 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



Google play



App Store

下載 玩買主意 邊玩邊買