

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2023.02.27 出刊 每週一發行

VOL. 742

發展基隆「郵輪城」 讓旅遊業成為齒輪 轉動百工百業



台灣位於亞洲心臟位置優勢

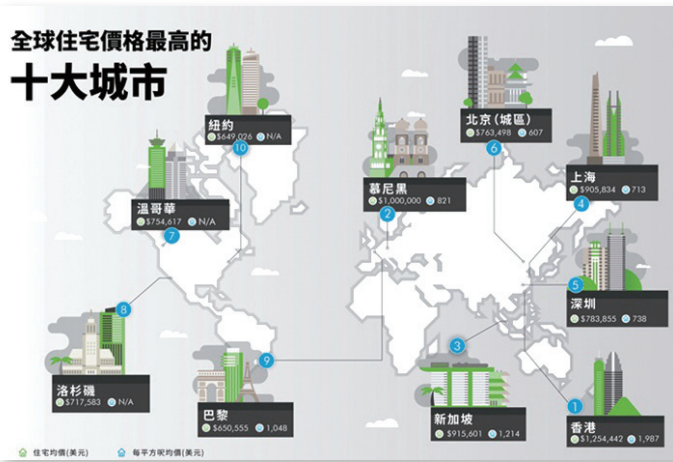
發展郵輪補給中心、安全友善LNG接收站、

擴展客運碼頭數量 讓基隆成為東方邁阿密

發展基隆郵輪城
讓旅遊業成為齒輪
轉動百工百業

根據不動產服務公司CBRE（世邦魏理仕）2020年《全球生活報告》，房價最高10個城市，其中香港、新加坡、上海、深圳、溫哥華、紐約，都是港口城市，顯示繁榮的港口城市可以帶動經濟，以及人流與物流。而能承載港口城市命脈的，就是完善的港埠設施與郵輪彎靠。

碼頭郵輪構成的產業鏈，直接串起了在地的經濟發展，包括郵輪旅客的消費項目，無論是生活餐飲、飯店住宿、伴手禮商品購買、旅遊景點門票、延伸的陸空交通，甚至是郵輪到港的建造維修費用、能源補給、碼



↑不動產服務公司CBRE（世邦魏理仕）2020年《全球生活報告》，房價最高10個城市。

頭碇泊費、進出港引航費，或是採購海上必需品：食材、日用品、淡水，都讓郵輪成為基隆不可忽視的經濟來源。

疫後基隆城市門戶大開
為何不見郵輪彎靠

基隆身台灣國際商港之一、以及北台灣首要的海運樞紐，在交通部完成執行將基隆港東岸碼頭貨櫃物流產專區遷移至台北港，這座港埠城市始轉型為觀光港，再配合基隆前市長林右昌將海洋廣場擴建，整體海港大門打開。加上基隆港東岸旅運大樓落成之後，點亮基隆內港外，亦可結合市區郵輪廣場、國門廣場，串聯西2、3倉庫旅客中心、基隆輕軌及市府之城際客運轉運站，營造更完善的旅遊環境，都能推升基隆國際能見度。但為何基隆城市門戶打開了，始終尚未成為一線港口城市，讓國際郵輪絡繹不絕的彎靠？這關鍵問題我認為是沒有強而有力的單位統籌，把基隆塑造成「郵輪城」，將多方產業納入，加入更多的旅遊元素，規劃整體的城市亮點，創造郵輪產業價值。

借鏡日本橫濱港成功模式 別讓旅客過門而不入



↑基隆條件不輸給橫濱，基隆在百年前的大海航時代中，是西班牙人建立聖薩爾瓦多城的首登之地。

基隆海港跟桃園空港，都面臨同樣的問題，有大量的旅客，卻沒有創造龐大的消費。以郵輪旅客消費來說，過往旅客下船之後，負責岸上觀光的旅行業者，會用大型巴士，把旅客載往台北101、故宮，或是熱鬧的商圈，甚至是前往野柳女王頭、九份老街等，都讓基隆市看得到旅客，卻得不到任何好處，就像《莊子·天運》中說到「推舟於陸也，勞而無功」。

因此，可借鏡日本橫濱，如何從貧窮



↑「橫濱紅磚倉庫」在入夜後打上燈光，夜晚景色別具一番風趣，還有富士山當背景，是不少人氣日劇取景地。

小漁村，一躍成為歐美流行文化中心，日本5大港口之一的成功案例。橫濱追溯到幕府時代開港，引進西方思維與商業模式，2011年起又進一步被日本政府列為「國際戰略港灣」，讓橫濱港從2016年起載客郵輪停靠次數連年超過128航次，每年創造約800億日圓的收入，讓人想到橫濱就會想到港灣與郵輪。為何橫濱能有如此驚人的收益與誘因？主要是這裡擁有日本首座西式公園落成，是居留地外國人的休憩場所，以及可將橫



↑ 基港大樓以海景與綠意美化為發想，在建物頂樓設計港灣之心—空中花園，採通透輕量設計，以郵輪甲板的視野景觀結合城市花園的綠意，提供旅客及市民休閒遊憩使用。



↑ 運用電動腳踏車的方式，可以讓旅客輕鬆自主探索城市的每一個角落。

中央跨部會協助地方發展 創造旅客佇留基隆誘因

基隆在百年前的大海航時代中，是西班牙人建立聖薩爾瓦多城的首登之地，在「大基隆歷史場景再現整合計畫」下，帶出基隆過去身處重要非常的歷史定位，是集文化與歷史於一身的城市，除了美食林立的基隆廟口之外，還有讓人食指大動的海鮮料理，以及在地風味十足的百年老店、古蹟建築，都讓旅客能追古溯今，感受不同於大城市的獨特面貌。

如有中央政府跨部會，協助基隆地方政府積極投入，定調基隆市的旅遊風貌，進而透過觀光、城市規劃等方式，無論是設置行李存放區、商店街，以及便利的電子消費系統，讓旅客的沒有行李的負擔之下，空閒的雙手就能購買更多的伴手禮。或是在永續旅遊趨勢之下，透過潔淨能源的交通政策，規劃郵輪旅客下船之後搭乘電動巴士，設立多個觀光站點，便利旅客遊覽基隆的山海之美，

甚至可以提供電動腳踏車，讓旅客自主探索基隆港灣魅力。

抑或是多樣的旅遊行程規劃，以無敵海景、自然奇景、登山步道、歷史古蹟、廟宇祈福、節慶活動等主題，無論是3小時、半天、1天的遊程，深入感受其璀璨內涵，都能大大增加旅客佇留在基隆的時間。一來能吸引旅客創造消費，不當過路財神，二來能招攬更多國際郵輪彎靠，更多外國觀光客前來體驗Fly Cruise，定能為地方帶來豐厚的經濟收入。

如果說郵輪城是個生命體，觀光旅遊就像是流經餐廳、飯店、交通、景點、商店各個產業的血脈，賦予產業生命力。旅遊也不是國家經濟發展的枝微末節，而是串起百工百業同時運轉的重要齒輪，唯有發展旅遊，才能讓國家經濟的巨輪持續轉動，接軌國際、邁向新猷。



↑ 橫濱港未來21 (Minatomirai) 是個充滿未來感的濱水區，坐擁擎天而立的觀景台，以及時髦精品店林立的橫濱地標大廈和廣場。

濱港美景盡收眼底的大棧橋國際客輪碼頭，還有橫濱紅磚倉庫、橫濱地標塔，讓旅客享受各種美食與逛街購物樂趣，也能喝杯咖啡悠閒愜意地度過下午，更能登上位於69樓的觀景台「空中花園展望台」，眺望整個橫濱港未來21地區，360度零死角一覽無遺橫濱景色，天氣晴朗時還可以眺望富士山、伊豆半島與東京都，多樣的旅遊亮點，吸引國內外旅客的目光，成功樹立郵輪城的商模典範。



↑ 基隆港自建港迄今，舟楫稠集、川流不息，一直伴隨著台灣經濟的奇蹟，因此看到基隆港都的繁盛，就等於目睹到「台灣的縮影」。

基隆坐擁郵輪地利優勢 補給中心成為整體發展的最後一塊拼圖



↑基隆港為亞洲第3大郵輪港，出現難得一見的「五輪會」，包括歌詩達新浪漫號、世界夢號、寶瓶星號、威士特丹號及中遠之星，5艘郵輪同時泊靠港口熱鬧景象。如圖中牛稠軍港可以發展成遊艇碼頭港，以及基隆港東9碼頭、港西18號的貨櫃碼頭，也改建為客運碼頭，屆時可以提供1到2艘，甚至更多郵輪彎靠，一舉突破五輪紀錄。

郵輪產業為透過郵輪與其相關聯服務，和附加價值所創造的複合型產業，除了碼頭彎靠與郵輪修繕等內容之外，後勤補給的需求，為提升郵輪港口競爭力不可或缺的一部分。台灣身為亞洲第二大郵輪客源市場，整體產業還停留在港口靠泊、旅遊接待，對於未來長遠發展的高度始終不足，以台灣為郵輪旅遊的新興市場來說，因應郵輪停靠快速成長的物流需求，建構郵輪船舶補給中心，是為提升郵輪產業經濟效益必走的一里路。

郵輪帶動地區生產總值成長 成為觀光不可逆的發展

郵輪的整個供應鏈以及郵輪營運所需之服務與實體商品涉及廣泛，為確保船舶需求與提供良好的顧客服務，因此郵輪航商必須在當地彎靠港找尋合格與可靠的供應商；來提供及時與穩定的補給內容。以陪伴台灣旅客走過20多年的麗星郵輪為例，是最早以台灣為母港的郵輪公司，根據「基隆港轉型郵輪港之經濟分析」中，估算麗星郵輪停靠基隆港總產出效果為3.7億，以個別產業來看，最大產業為住宿及餐飲業，占總產出效果的24.93%；其次為批發及零售業，占22.93%，第三位為運輸及倉儲業占20.57%，第四位為農畜林漁業占13.36%，無論

是台灣或是Fly Cruise國際旅客登輪前、離船後的住宿、在當地用餐、購買商品，以及郵輪相關物品採購，都對於郵輪旅遊相關產業皆有顯著成長。台灣位於亞洲地理位置中心，為何不能成為亞太區北上、南下郵輪航線的中繼站？我認為如果基隆港若能積極成功轉型為郵輪城，發展「郵輪船舶補給中心」，對基隆地區產業一定會有巨大的轉變。

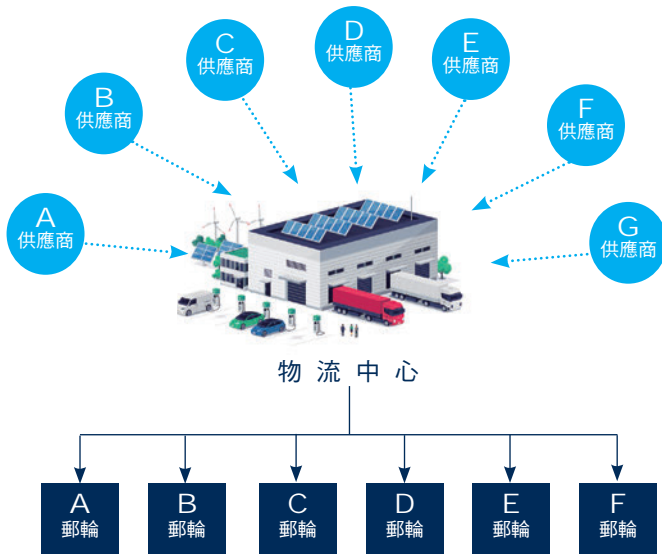
基隆港已具備郵輪城體質 物流中心搭起航商交易橋梁

其實基隆港已經具備郵輪城的體質，包括東岸旅客中心的外牆翻新，外表仿造郵輪造型設計，內部則是增加行李托運空間約(3,000m²)，上、下郵輪旅客動線分流，旅客通關效能由1,200人/小時提高到2,760人/小時，現在東岸旅運中心最大可服務15萬總噸郵輪。西1、西3倉庫旅客中心則是具有90年歷史的文化資產，整體修復工程兼顧了通關量能的提升及歷史韻味的保存，碼頭也修建浚深至11米，可服務目前世界最大之25萬總噸級郵輪。此外，基隆港場站內引進各項智慧化設施，多面向推行港口智慧化及旅客方便度，大幅提升通關效率。只可惜的是，基隆港埠尚未規劃整合物品、食品物流的處





1. 東岸旅客中心的外牆翻新，外表仿造郵輪造型設計。
2. 上、下郵輪旅客動線分流，旅客通關效能由1,200人／小時提高到2,760人／小時。



★ 設置統整後勤補給物流中心，配送網絡更加有效率。

理機制，無法讓境內出口之郵輪補給食品前整合運送，並妥善置於冷藏櫃儲放。因此，設置物流中心可協助航商與各產業間搭起一座橋梁，增加交易的效率，減少不必要的搜尋過程。

我認為基隆市政府可以成立物流中心，媒合、整合合法登記廠商，協助郵輪公司找到優質供應商，並協助台灣小農提升國際行銷能力，讓郵輪航商認識台灣產業特色，再透過食安委員會的機構，抑或是國際標章認證，以符合各航商的補給需求。甚至是可以提供優惠的補給政策來吸引航商的青睞，讓當地的產業能夠全面啟動，共同發展郵輪產業經濟鏈，以增加地方稅收，不斷挹注在相關產業建設與輔助發展，變成一個良善的循環。前任基隆市長在交通部的協助下，已經使用8年將基隆港做了翻天覆地的改變，不應該政黨輪替之後，就斷了後續的作為，應該以當地經濟為主，持續創造民生福祉。

LNG郵輪是未來趨勢 友善安全的接收站才是上策

能源也是補給重要的一環，隨著2050各國相繼宣布「碳中和」目標，液化天然氣（LNG）郵輪的發展也成為必然的趨勢，根據國際郵輪協會（CLIA）發布的2022年郵輪行業現狀展望報告中，2027年前將有26艘遠洋郵輪將使用液化天然氣作為燃料。順應趨勢發展，基隆港也計畫在港嘴規劃LNG接收站，盼讓基隆港成為北北基產業發展揚眉國際的重要門戶。

LNG站及船隻進出港口在國際上均有一定的安全規範及作業準則，在商港附近設天然氣接收站，國際上確實有類似案例，包括荷蘭鹿特丹港，以及日本橫濱港，各國際港有條件不

同之處，台灣並非首例。但是一艘大型郵輪造價動輒10億美元，如果有任何的閃失，無論是國際郵輪的賠償，甚至是基隆港的形象都將大打折扣。雖然台電承諾「增加堤防有助提高港內水面靜穩」、「錯開商船進港時間並禮讓郵輪進港」，及「會同港務公司擬定LNG船進出港與繫泊作業規定」等3個方法，全力促成港、站並存，「港、站共好」的模式，消彌各界的擔憂，但為了郵輪產業發展的未來，是否通盤整合各方意見，打造更安全友善的環境，讓郵輪航商不提心吊膽，才能持續吸引國際郵輪安心彎靠。

將基隆港打造成東方邁阿密 一舉突破2019「五輪」紀錄

除了LNG站外，基隆港我認為還有更多可能性發展。基隆港在2019年曾有「五輪」的盛況，同時有5艘郵輪彎靠基隆港，場面空前盛大，因為客運泊位不足的關係，其中噸位數較小的中遠之星必須彎靠在基隆港西18號碼頭，是不利旅客上下船的貨櫃碼頭。以世界郵輪之都邁阿密來說，目前提供8個客運碼頭，23條郵輪航線，可停泊55艘船，而且這個數字每年都在增加。邁阿密港不僅提供最廣泛的郵輪目的地選擇，它還擁有現代化的專用碼頭，以確保遊客到達和離開都做到高效、便捷。

根據臺灣港務公司統計年報統計，台灣郵輪定期與不定期郵輪彎靠從2018年首次破百萬旅客人次，2019年也維持105萬人次的好成績，顯示台灣客源市場相當穩定，如果有強大的組織與更多的國際宣傳，台灣郵輪的發展將不可同日而語。此外，像是牛稠軍港可以發展成遊艇碼頭港，基隆港東9碼頭、港西18號的貨櫃碼頭，未來全面配合郵輪城的發展，也可作為客輪彎靠的停靠站，這樣一來可以同時容納更多國際郵輪，更有一舉突破2019年「五輪」的紀錄。

10多年前各國不敢相信在地震如此頻繁的台灣，可以蓋出當時的世界第1高樓—台北101，或是連日本、美國、法國都放棄的世界工程奇蹟—雪山隧道，但我們要抱著作夢的野心，才能化不可為可能。因此，我看好郵輪城發展未來，真心期盼基隆有朝一日作為亞太區域的物流能源補給



↑ 就郵輪度假目的地而言，邁阿密深受大部分酷愛陽光者的喜愛。

中心地位，一躍成為郵輪彎靠的必經之地，成為東方的邁阿密。



築起通往國際市場跳板 亞洲

台菲韓共創亞洲郵輪新里程碑 串連區域島嶼航線

為提升台灣在國際郵輪市場的能見度，交通部航港局與台灣遊輪產業發展協會主動邀請菲律賓海事產業署、韓國國際郵輪研究院等亞洲郵輪單位，以共同促進亞洲跳島郵輪發展為願景，推動籌組亞洲跳島郵輪聯盟（AACAA），並在2/17舉行合作意向書簽署活動，除台灣離島縣政府相關局處長到場觀禮外，亦集結台、韓、菲、日等國內外郵輪相關產業代表前往一同見證亞洲郵輪新里程碑。



▲（左起）台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬、菲律賓海事產業署署長Hernani N. Fabia、交通部常務次長祁文中、交通部航港局局長葉協隆、韓國國際郵輪研究院院長林福順。



交通部常務次長
祁文中



交通部航港局局長
葉協隆



台灣遊輪產業發展協會理事長
曾俊鵬

發展多元合作模式 串連亞洲郵輪航線

亞洲跳島郵輪聯盟期望藉由航線串聯來聚集聯盟國家在郵輪產業發展的策略，透過推廣、交流、行銷、踩線及洽商等合作模式，以吸引更多國家響應加入，藉此讓國際看見亞洲郵輪的經濟效益，將亞洲島嶼列為國際郵輪靠港點，並持續擴大到東北亞及東南亞地區航線，共同推進壯大亞洲郵輪產業。

交通部常務次長祁文中表示今年為觀光衝刺年，而郵輪產業則是推動觀光的核心，即使受到疫情影響也仍積極在發展郵輪相關業務。

近年來深度旅遊已成為觀光新趨勢，藉由小型郵輪、探索型郵輪結合旅行社與在地文史工作者去規劃遊程，以跳島方式更能深入不同國家體驗多元島嶼風

貌。加上台灣位於亞洲島鏈中心，在航線規劃上具極大發展潛力與空間，交通部亦樂見航港局及鄰國共同成立亞洲跳島郵輪聯盟，期待在臺灣郵輪港務建設逐步完成後為台灣郵輪產業帶來新的風貌。對於能獲得韓國及菲律賓2個重要郵輪夥伴他亦表達欣喜，同時期待未來能跟更多亞洲週邊國家合作加速郵輪產業的復甦。

跳島深入體驗各國風貌 合作擴大亞洲郵輪版圖

交通部航港局局長葉協隆表示，2年多前促成探索夢郵輪來台跳島讓台灣成為亞洲第1全球第2郵輪率先復航的國家，而東亞國家在島嶼觀光上擁有豐富資源，與探索型郵輪發展趨勢不謀而合，因此勢必要跳脫框架，從「國家隊」昇華至聯合鄰國成立「國際隊」，

共同推動跳島郵輪發展。期待未來能有更多國家加入亞洲跳島郵輪聯盟，有效串連跳島航線。合作意向書簽署是個很好的起點，後續會繼續和聯盟夥伴探討運作方式，有效整合各國在郵輪的行銷資源，共同爭取更多郵輪業者將亞洲作為靠港目的地，讓亞洲跳島郵輪成為全球郵輪市場的新亮點。

身為成立亞洲跳島郵輪聯盟的重要推手，台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬表示，協會是於2019年2月底成立，不久後即碰上新冠肺炎疫情，經歷過十分艱辛的時間。直至現今疫後國門開放，很榮幸能在交通部與交通部航港局的支持之下促成亞洲跳島郵輪聯盟的成立，意向書簽署只是個開始，期望未來能繼續組織亞洲週邊國家，推出亞洲版的郵輪旅遊。

跳島郵輪聯盟簽署合作意向書

建立多元合作模式 盼集結亞洲各國前進國際市場



◀（前排左起）韓國觀光公社台北支社次長金韓圭、台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬、菲律賓海事產業署署長Hernani N. Fabia、交通部常務次長祁文中、交通部航港局局長葉協隆、韓國國際郵輪研究院院長林福順、外交部亞東太平洋司副司長范厚祿、沖繩縣產業振興公社台北事務所所長上江洲辰德；（後排左起）澎湖縣政府旅遊處處長陳美齡、台北市政府觀光傳播局局長陳淑慧、金門縣政府觀光處處長張瑞心、台灣國際郵輪協會理事長林博宗、花蓮縣觀光處處長張志翔、商船三井客船株式會社社長富田瑞穗、商船三井客船株式會社顧問佐藤忠晴。



菲律賓海事產業署署長
Hernani N. Fabia



韓國國際郵輪研究院院長
林福順



挪威海達路德郵輪大中華區域銷售與市場經理
鄒亨達

建立產業合作平台 提升旅遊競爭力

菲律賓海事產業署署長Hernani N. Fabia指出，今年包含菲律賓著名旅遊勝地在內，預計共有136個航次郵輪會靠泊菲律賓43個港口，並強調菲律賓擁有相當充足的人力資源得以提供給郵輪產業及旅遊業，正是疫後亞洲各國團結最佳時機點，意向書的簽署亦可做為加強成員合作和友誼的平台。

韓國國際郵輪研究院院長林福順提到，韓國擁有3,358個島嶼，這些都能讓遊客在短時間內深入當地風土民情及享受自然生態，非常適合做為跳島郵輪靠港目的地。她亦指出亞洲跳島郵輪聯盟優勢，表示藉由相互合作得以整合亞洲島嶼觀光資源，且參與聯盟的國家能獲得更多推向國際觀光市場的機會，進一步推動該國觀光發展，提升旅遊競爭力。

響應永續發展 推廣環保郵輪航程

因應永續趨勢，亞洲跳島郵輪聯盟邀請挪威海達路德郵輪大中華區域銷售與市場經理鄒亨達分享海達路德如何在郵輪產業上結合永續理念。他表示海達路德郵輪在2023年將完成郵輪混合動力的改裝，並考慮在2025年規劃進入亞洲

市場，以歐洲為起點建立到台灣或其他亞洲國家的航線。而永續發展亦是他們品牌理念之一，在極地航行近130年的他們在過程中都親眼見證冰川消融，因此更積極於推展環保，在郵輪上禁用非必要的1次性產品，並發明出世界首艘混合動力探險船，期望透過在郵輪航程綠色投資上響應聯合國永續發展政策。



▲交通部航港局特別安排台灣離島馬祖與金門踩線行程，邀請日本、韓國、菲律賓等國家主要郵輪產業業者做在地考察活動。

當國際行銷開跑 扮演築底工程的觀光圈也應持續深化

17個觀光圈的下一步 發揮實質功能 推動跨域合作加上國際行銷

相比過去幾年疫情所造成的黑暗期，今年對於觀光業者而言絕對是璀璨光明許多，不僅邊境重啟，交通部也於日前的記者會正式宣布，爭取到特別預算推動「加速擴大吸引國際觀光客方案」，以雙管齊下的方式，對外運用各項國際行銷策略搭配獎助專案，對內則是補助飯店等觀光產業鏈解決缺工問題，以此放眼日韓、新南向、港澳、歐美4大主力市場，同時因應鄰近各國早已展開的加碼搶客措施，行政院院長陳建仁更喊出2023年600萬人次、明年1,200萬人次國際觀光客目標。

面對開放至今5個多月後，政府終於祭出加速觀光產業復甦的強心針，雖落後週邊各國腳步不少，但對於觀光業者而言無疑是荒漠甘泉，無論自由行來台便有機會獲得5,000元消費金，或是境外團體旅客來台提供每團1~2萬元的獎助金，都能進一步吸引國際旅客到訪。然扣除掉國際行銷後，加大台灣觀光競爭力的築底工程，雖有帶到過去多次倡議的「打造國際魅力景點、整備多元主題旅遊、推展數位旅遊體驗」，卻沒有進一步的說明與動作。

對於觀光業界而言，長達3年的疫情期，除了振興、補助之外，交通部所推出的有感觀光政策莫過於「觀光圈」，藉由這個擾動全台各地的新型策略，將各區域的觀光產業鏈進行串聯、挖掘地方魅力，進而打造成新穎的觀光品牌、推出亮點遊程，成為吸引國際觀光客到訪的新利基。但經過數年的推動下，至今全台17個觀光圈也已經陸續形成，但他們的下一步呢？

觀光圈的起始概念，來自於旅遊目的地營銷管理組織（Destination Marketing Organization，簡稱DMO），將DMO發揮到淋漓盡致的日本，於2015年在觀光廳推動「日本版DMO」後，短短時間內便發展出數量上驚人、種類眾多的DMO組織，從單一區域、跨地區到跨地域型，由小到大的方式層層挖掘地方亮點，以此解決人口下降與低出生率造成地方經濟停

滯等重大課題。對照這個將DMO玩得爐火純青的國家，台灣學到了什麼？

在發展DMO上日本做到了下列幾點：

獨立財源：除了內閣的補助金外，中央各個相關部門提供相應資源，也能藉由專案的方式爭取更多資源挹注，讓組織得以常態性的運作下去，甚至也有來自民間的資金挹注。

數據分析：在日本政府針對DMO的評估準則中，有提到須採用科學方式彙整數據進行佐證，讓DMO能制定出適合自身的行銷戰術、鎖定客戶群、創造關鍵績效指標（KPI）。

地方合作：DMO作為區域性的組織，應橫向連橫在地週邊公私單位，攜手這些利害關係人加深參與度，創建出專屬遊程或聯合行銷模式。

視線回到台灣，雖然全台已有17個觀光圈，但平心而論經過過去2年多的大張旗鼓之後，當邊境已經重啟、旅遊產業重心轉移後，是否已有觀光圈邁入「名存實亡」。交通部作為最初投入資源的主管機關，當前期的思想教育已奠定、利害關係人已收攏成隊、組織已經開始運行，更應該制定出長遠的計畫來完善，我們建議：

- 一、**確定台灣觀光圈的最終目的性、研擬中長期的計畫，讓觀光圈彼此互相跨域合作抑或整合。**
- 二、**訂定政府資源挹注程度與階段性，讓觀光圈業者了解何時將邁入自立自強階段。**
- 三、**將觀光圈與國際行銷整合，藉由外部壓力做測試，加速觀光圈更趨成熟。**

觀光政策關鍵在於延續性，而非走一步算一步，更不是成功度過某一個階段後，先前的工作就能視若無睹、置之不理，應該將觀光圈發展成「常態運作觀光組織」，藉由篩選機制去蕪存菁，才能發展出符合台灣觀光發展需求的夥伴，進而成為台灣觀光下一個引客來台的施力點。

李連權：文化觀光已成為形塑國家的重要關鍵

透過深度體驗、在地導覽 了解台灣文化進而發展觀光產業

撰文／謝旻菡 圖片提供／文化部

文化部之任務在於解決文化業務長久以來面臨人力、資源及事權不一的困境，將政府組織中原本分散的文化事務予以整合，並突破以往文化建設施政概念，以彈性、跨界、資源整合及合作之角度進行規劃，協助民間社會與產業邁向更多元且具深度的文化發展與成效。

「厚植文化力 帶動文化參與」 連結國際讓世界認識台灣

發展台灣觀光產業，各部會的串接極其重要，就如同文化部的宗旨任務，將跨界資源整合並進行規劃，亦發揮自身優勢，讓觀光成為文化的載體之一，以此成為台灣文化的創造者與享用者。文化部常務次長李連權表示，在全球化發展的環境下，國際間越來越重視差異化及在地化，並增加對文化的興趣，因此文化觀光的發展，已成為型塑地區和國家的對外形象，亦是國家發展經濟的重要推手之一。因此，文化部以「厚植文化力，帶動文化參與」為重要施政理念，致力推動系統性的文化保存，並透過再造歷史現場、國家文化記憶庫、重建台灣藝術史、社區營造、台灣文化路徑、台北時裝週等多項文化政策，進行跨部會合作，與地方政府及民間單位協力保護與珍藏世代相傳的文化資源。李連權也提到，為提高國家政策的推動力，將台灣的文化內涵融入產業，以此促進產業競爭力，並提升文化多樣性的認同、人民自信價值，在展現文化歷史意義的同時，亦連結國際讓世界認識台灣文化。



文化部常務次長 **李連權**

建立文化觀光品牌 推出多款路線供旅客深度體驗

為推動文化觀光概念，文化部積極將地方和民間資源整合，透過在地導覽及深度體驗等方式，以主題式行銷推廣地方文化旅遊活動，將在地文化串連成台灣風格且具有文化深度的廊帶，亦建立國家級的文化觀光品牌，促進文化資產與當代生活之連結，讓民眾在了解台灣

風土及在地文化的過程中，體驗美好台灣，達到地方共榮與全民參與目的。

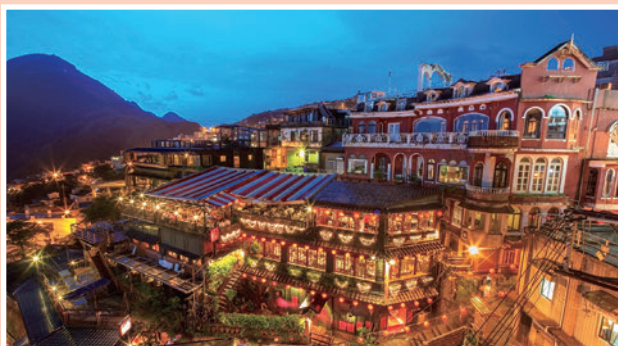
文化部自2021年開始參加「ITF台北國際旅展」，將平台整合文化場館、節慶活動，並結合旅遊業者及社區文化組織，以歷史、文化、藝術、人文的4大方向，讓旅客走入深度的在地歷史場景與城市風光，創新觀光體驗服務。2022年文化部共計推出28條文化觀光推薦遊程，主題包含台灣世界遺產潛力點、文化資產、多元族群文化、節慶文化等，路線涵括22個縣市，呈現在地產業及族群歷史縮影，包括以騎讀方式，探訪瑞芳、猴硐、九份的雙金礦業歷史之旅；串接嘉南地區糖鐵、鹽田及水圳的歷史深度旅遊；亦或是到屏東大武山腳下穿越新舊阿猴城，認識客家、原住民、眷村及新住民的生活軌跡等，透過不同的導覽解說，提供民眾豐富的旅遊體驗，期盼透過文化觀光的方式，為旅遊產業注入更多地方資源。

2023年持續原有活動 設計推廣主題式遊程

2023年文化部將會推動多項活動，除持續規劃台北時裝週、走讀台灣、台灣文博會等大型文化活動外，今年更研擬提出富有重要文化意義的景點，並與旅行社合作，以古蹟、表演團體基地、節慶、歷史、藝術、美食等為主軸，設計「主題式」文化遊程，亦會邀請特色文化景點及藝文場館，共同參與2023ITF台北國際旅展，希望帶動民眾走進文化場域、參與多元面向的文化活動，擴大推廣台灣文化旅遊之魅力特色。

文化部推出文化觀光特色遊程

▶ 以騎讀方式探訪瑞芳、猴硐、九份的雙金礦業歷史之旅。



◀ 串接嘉南地區糖鐵、鹽田及水圳的歷史的深度旅遊。



陳盛山看波音公司預估2022—2041

CMO預測：亞洲市場未來20年內持續強勁增長 佔全球新飛機長期需求40%



飛機是近代人們出遊的交通工具之一，隨著需求不斷加大，不僅各國皆有本國型的大型航空集團，各區域的LCC亦如雨後春筍般出現，使得航空公司對於對於影響旅遊市場的興旺擁有一定的話語權，更使得飛機製造商能藉由航空公司的訂單狀況，判斷全球航空旅運市場的恢復程度與未來趨勢。



言未來增長速度將遠高於各個區域，僅以東北亞市場為例，未來20年將年年穩定成長1.7%，亞太地區在2041年前將需要6,250架飛機，其中東北亞需要1,345架飛機，以滿足市場的需求。

中華科技大學航空運輸管理研究所教授陳盛山指出，2019新冠疫情爆發後，國際航空運輸協會（IATA）是最早提出預測，判斷疫情可能持續至2024年後航空產業才會回復到2019年前的榮景。該協會接續再評估從2023年後航空旅運的年均複合成長率是強勁成長，IATA預測（圖一）顯示與「2022~2041波音商業市場展望」趨勢一致。這份展望報告的精準度，最主要的是波音公司依據全球航空公司向其下飛機訂單及交機時間表，以此觀察全球航空產業發展與觀光旅運市場的前景。

疫情即將步入尾聲 航空市場有望恢復昔日水準

影響旅客恢復的動態因素包括：需求（Demand）、供應（Supply）、法規（Regulations），根據波音的CMO觀察，國際航空運輸協會（IATA）於2022、2023年報告統計中，反映出無論營收、客戶收益、淨利，都能感受到全球市場正在顯著復甦，尤其邊境限制帶來的「負相關（Negative Correlation）」效應，在各國陸續解除後，各地開始提升航班營運。影響復甦的短期主要因素，則從邊境封鎖過渡成簽證受限。

依據全球現役機隊規模的統計，相比

疫情前，現役機隊數已達到93%、航班數則達到82%、運能則恢復至78%，載客率也達到81%。種種跡象都顯示，雖然經濟成長放緩，但全球航空市場持續復甦中，並趨近疫情前的水準，

然而復甦的動態則因區域而有所不同，主因在於各國政策的配套，綜觀來看，全球的空中旅遊恢復相比疫情前已達到75%，其中非洲為84%、歐洲87%、中東89%、拉丁美洲90%、北美92%，然而2022年3、4季才開放的亞洲與大洋洲，僅達到87%。

細部來看，亞洲地區的成长幅度慢於全球，其中現役機隊相比2019恢復92%，航班數來到70%，載客數則為51%，其中2022年12月更大幅增長50%之多。

波音報告特別舉例曾於2019年創下1.5億人次、2,500億美元收益的中國市場，於今年初正式開放邊境後，加快了全球航空運的快速增長，更預估兩岸航班可望於2023年第3季恢復31%，將有助於兩岸旅遊復甦的加速。

疫情帶來的產業轉變之一 新創LCC航空大量加入

在CMO的觀察中指出，許多國內市場幾乎從疫情大流行的影響中恢復，顯示出航空產業具有高度彈性，能隨著限制的放寬為國際運輸量增加了勢頭。

然而疫情的侵襲也為產業帶來轉變，其中最為顯著的是航空公司開始評估、調整飛航的網絡與航點，如單走道客機所營運的航線疫情前達到170,00條航線，相比

作為來自美國的飛機開發、生產商，波音公司已成為能與空中巴士公司分庭抗禮的全球2大民航機製造公司，隨著這個百年企業的不斷成長，其觸角也跨足了商用飛機、軍用飛機、國防、太空、金融等多元業務，進而成為全球500大企業。

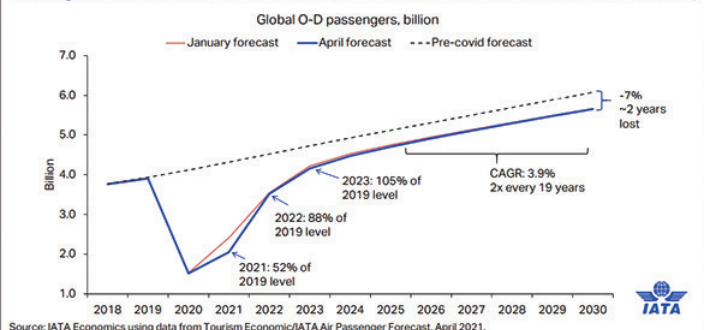
由於洞悉商用飛機市場，透過來自各國航空公司的訂單，加上長期關注市場動向，使得波音商業市場展望（CMO）自1961年推出以來，便因為洞察航空旅行未來的行業標準，每年成為航空公司、供應商和航空界最具價值的分析，從各項指標中判斷商業空中交通與飛機需求的預測，進而作為未來布局的參考。

根據最新的「2022~2041波音商業市場展望（CMO）」報告，日前特別抵台向媒體分享最新趨勢的波音商用飛機集團區域行銷董事總經理David Schulte指出，未來的幾十年全球重心將轉向亞太區，雖因為疫情影響、該區域復甦較為緩慢，但整體而

年航空商業市場展望朝樂觀發展

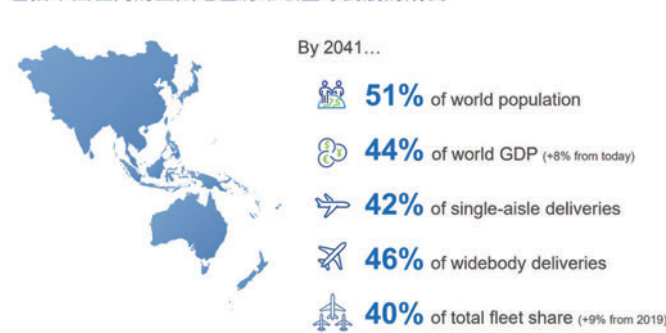
中小型窄體／寬體客機市佔比重日益增加 航機製造除碳化成下一關鍵

We estimate COVID-19 long-term loss of 2 years growth
Strong rebound when border travel barriers removed but not full recovery

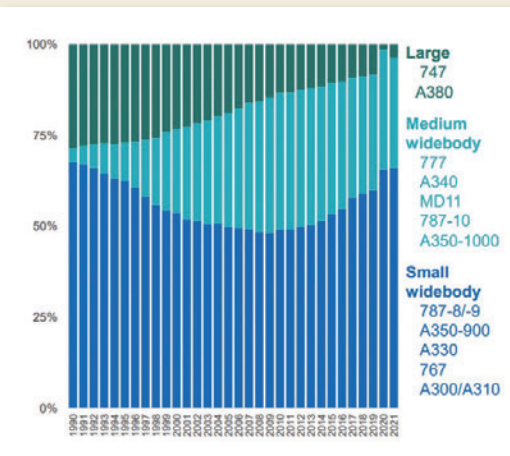


▲國際航空運輸協會（IATA）是最早提出預測疫情可能持續至2024年後航空產業才會回復到2019年前的榮景，與「2022~2041波音商業市場展望」趨勢一致。

Asia Pacific, including China, will lead passenger aviation growth
包括中國在內的亞太地區將帶領全球民航的成長



◀亞太市場將扮演帶動未來全球民航市場成長的火車頭。



▲根據預估，單走道型客機的需求將日益增加。

疫情前回復到97%，廣體客機的執飛航線也有所調整，相比疫情前約3,000多條航線，目前僅恢復到77%。

然而，即使航空產業仍面對巨大的挑戰、彼此之間也有強烈的競爭性，依舊沒有阻止新航空的加入，根據統計，過去承平時時期每年約有5~7家全新航空公司獲准成立並投入營運，然僅2022年一年之內，便有35家新創航空投入市場與全球航空公司競爭，其中LCC佔大宗。

疫情帶來的產業轉變之二 客機數量與種類需求提升

CMO也指出一個有趣的數據，隨著技術的日益精進，客機的最大航程與飛機的尺寸關聯性越來越低，因此客機機種的引進也成為航空公司高度評估的獲利關鍵。

過去許多航空公司為求營收最大化，因此引進的客機大多採取單一機型，尤其以單走道客機為主要機隊的主力。然而隨著疫情的影響下，高達92%專營單一機型的航空公司，開始追求更多種尺寸的單走

道客機。

如波音公司旗下的737-MAX家族，便提供了5種大小尺寸，對於經營單走道客機的航空公司，便擁有多元的選擇採購、進而投入更具競爭力的航線服務，因此造就小型、中型的客機市佔陸續提升。

廣體客機市場的變化，則因為航空公司追求燃油效率，效率更好的雙引擎廣體客機開始備受追捧，過去深受航空公司青睞的巨無霸型客機如A380、B747，每年逐漸遞減，取而代之的是中型的B777、787-10、A350-1000，以及小型廣體客機如B787家族、A350家族、A330家族、B767家族等，尤其疫情期間B787與B777成為全球航空公司使用最廣泛的廣體客機，且擁有787型客機的航空公司，有超過一半的企業都擁有2種以上的787機型，可以看出中小型的寬體客機需求，逐漸成為航空公司採購的主流。

未來20年航太市場正向爬升 亞太躍升成主流市場

放眼未來20年，波音公司預估全球的航空市場仍將正向發展，包括預期全球經濟GDP以2.6%增長，帶動航空產業整體機隊數以2.8%之勢提升，載客量將增加3.8%、載貨量則為4.1%。其中載客量的成長大於機隊數，主因是航空公司將逐步更換大型的客機投入市場服務，如737-900型客機可能轉為採買737MAX10等客機。

在客機數量上，波音公司預估全球未來20年將需要41,170架新客機，超過75%為單走道客機，20%則為廣體客機；

在區域分布上，北美23%、歐洲21%、亞太地區21%，中國同樣約21%。

根據統計，支援機隊汰舊換新的民航商業服務需求，總金額將達到1,900億美元（約台幣5.7兆）。直至2019年，全球約有25,900架客機，波音預估其中的6,000架將持續服役，接近2萬架需要汰舊換新，同時亦新採購2萬架，單單亞太地區未來20年便需要6,250架新飛機，其中4,161為單走道客機，廣體客機則為1,490架。

在台灣、日本、韓國等成熟市場組成的東北亞區域，波音預測未來20年內每年將穩定成長1.7%，因此需要1,345架新客機的投入，其中需要740架單走道與550架廣體客機，以支援亞洲區域內以及長程航線的載客量成長。此外，由於疫情期間航空貨運在該市場扮演吃重角色，由於亞洲進出口的航空貨運運能仍持續居高不下，因此未來20年內亞太地區將佔全球貨機機隊的38%。

整體來看，在波音這個全球名列前茅的商用飛機製造商預測中，未來20年全球商業航空市場仍呈現穩定的成長，而整體市場發展重心則會逐漸轉向亞太區域，並成為增長最為迅速的區域，因此飛機製造商仍會持續投入尺寸適宜的新型客機來滿足市場需求。

波音公司亞太地區民航機交付預測 (2022年~2041年)

區域性噴射機	70架 (約1%)
單走道客機	4,610架 (約74%)
廣體客機	1,490架 (約24%)
貨機	85架 (約1%)
總計	6,250架



COVER STORY | 總裁視野

02 發展**基隆郵輪城**
讓旅遊業成為齒輪 轉動百工百業
基隆坐擁郵輪地利優勢
補給中心成為整體發展的最後一塊拼圖

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

06 當國際行銷開跑
扮演築底工程的觀光圈也應持續深化

EDITORIAL | 旅奇社論

08 築起通往國際市場跳板
亞洲跳島郵輪聯盟簽署合作意向書

HOT NEWS | 當週要聞

09 李連權：文化觀光已成為形塑國家的重要關鍵
**陳盛山看波音公司預估2022—2041年
航空商業市場展望朝樂觀發展**

AIRLINES | 航空飛訊

13 積極恢復疫前運能 中華航空展現航運優勢
歐美航點位居龍頭 長榮航空結合轉機優勢
台灣虎航通關上市案 陳漢銘：秉持永續經營目標
寶可夢迷看過來！酷航×皮卡丘彩繪機3/24登台

FOCUS | 特別企劃

16 **台灣旅遊交流協會第3屆第3次會員大會暨
新春聯誼登場 賴瑟珍鼓勵觀光業「屢仆屢起」**
從外銷國際起家轉戰內銷市場
潭子觀光蘭園做出口碑發展蝴蝶蘭之美

TAIWAN | 台灣新視界

20 **全國觀光工廠促進協會理事長許立昇
呼應觀光工廠旅遊年 舉辦永續論壇響應旅遊發展趨勢**
幸福企業大舉徵才！麗寶集團廣發英雄帖
大東北角觀光圈顧問團深入鄉鎮交流 為疫後觀光找商機

JAPAN | 和風日本

25 **富山帶來更多觀光魅力 黑部峽谷冬季限定開放**

TRADE TALK | 旅業大小事

26 台北公會建議簡化開放流程 讓復甦之路加速
睽違3年春酒 鳳凰旅遊董事長張巍耀致新春祝福
釜山觀光公社社長李定實邀您重返魅力釜山
常典娜接任瑞士國家旅遊局大中華區主任
「從心」體驗 檳城旅遊機構舉辦推介會
林務局長接任台灣觀光協會聯合會總會長
愛 讓我找回溫暖堅強的自己
笑中取經再成長 旅遊路上帶團軼聞精選



官網



粉絲團

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 Winnie Ou
國際市場部部長／劉厚志 Jack Liu

編輯部 Editorial

總編輯／王政 John Wang
採訪編輯／張偉浩 Kevin Chang
採訪編輯／謝曼荷 Jasmine Hsieh
採訪編輯／陳妍潔 Annie Chen
設計／曾繁淵 Joe Tseng

文案部 Copy Writer

經理／謝筱華 Anne Hsien
資深專案經理／彭可玟 Poppy Peng

設計部 Art

設計主任／林洋正 James Lin
資深設計／葉美君 Mei-Chun Yeh
美術設計／劉靜宜 Satefanie

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
專案經理／林秀美 Hidemi Lin 0935-357-017

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

TRAVEL RICH

日本合作刊物：旬刊旅行新聞 Collaboration with JAPAN

業界人的必讀 月刊旅行新聞

Establishment

日雜誌創刊・B2B網站開站／
Oct. 17, 2005.2005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
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.



旅奇週刊官方網站



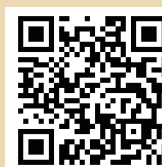
旅奇週刊粉絲團



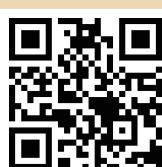
日本旅遊情報局官網



日本旅遊情報局粉絲團



玩買主意

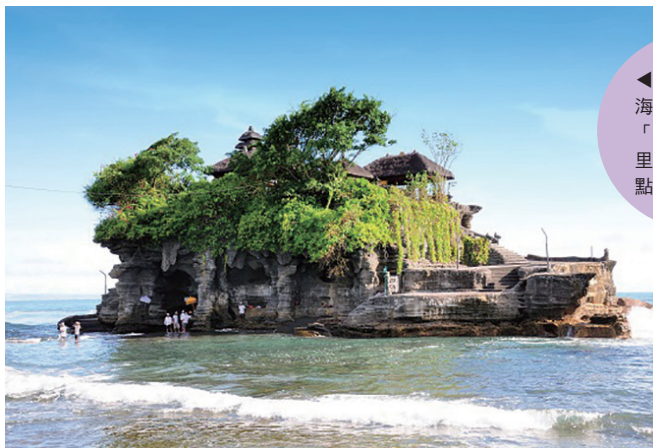


旅奇傳媒

積極恢復疫前運能 中華航空展現航運優勢

編織綿密國際航網布局 合作業者推出團體旅遊產品

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



◀ 印尼峇里島的海岸廟宇之一「海神廟」為峇里島行程必訪景點。

▶ 羅馬競技場為義大利首都羅馬的知名地標。

隨著疫後國門開放，出入境人數逐漸增長的趨勢實為觀光及航空業一大喜訊，對此中華航空亦開始調整航班數量，積極重返疫前榮景。

中華航空台灣地區行銷協理陳雅妮表示，自去年10月邊境開放後，台灣出入境成長率平均每月都成長約50%，以12月桃園機場出入境人數都各有約75到80萬人次，然而單就今年年假加起來就有72萬人次以上，顯見旅遊成長具極大動力，不過旅遊人次目前仍只恢復到疫前4成左右，仍有一定的成長空間。

歐洲增新航點直飛不中停 擁北美安大略展現優勢

華航自3/26起新增羅馬新航點，於每週二、四、日晚間11：45於台北出發，隔日上午7：45就能抵達羅馬，實現「睡一覺就到」的便捷旅程。加上目前華航擁有的法蘭克福、阿姆斯特丹、倫敦及維也納共5個航點，直飛不中停的服務再搭配歐洲鐵路連接各國城市，綿密的航網布局成為旅客最佳選擇。

藉由強化運能以滿足國人通往北美的

需求，華航在北美航線除現有班次外，4月起台北飛往大洛杉磯地區的航班增至每週17班，此外華航在大洛杉磯地區擁有洛杉磯及安大略2大航點，安大略更有出入關快速、交通順暢等優點，充分縮減旅客時間花費，凸顯華航在北美航線的優勢。

新增日韓航班 推出東南亞團體旅遊產品

在國人熱愛的東北亞地區航線中，在華航航點與班次數最多的日本，桃園飛往大阪航線將在3/26起新增為每日3班，並在今年配合立山黑部開山期間與6家旅行社合作，推出5天1班的富山包機。同時釜山也將在3/26起新增至每週4班，6月更會逐步新增至每日1班，同時開始天天飛高雄往返首爾的航班，滿足國航旅遊需求。

在東南亞方面航班規模與亦前相比已恢復至9成左右，華航在2月就開始祭出「玩樂交給你，安心交給我」的安心旅遊方案，聯合各大旅行社推出團體旅遊產品優惠，在3/26起峴港增至每週4班

與宿霧增至每週5班，也讓團體行程更優化，同時在渡假勝地峇里島也在2/22開始直到5月底提供直客促銷價，以及推出北越河內航點體驗世界遺產下龍灣的美麗景緻。

4大陸航點持續增班 機票折抵住宿優惠

大陸防疫政策鬆綁後，華航亦積極在北京、上海、成都與廈門4大航點持續增班，其中上海航線自3月起恢復疫前一天3班的運能。華航期許在未來能恢復16大航點之航班，並以復航台商需求量多的深圳、廣州、南京等航點為優先，另外由於飛往香港需求量顯著提升，因此台北往香港航線自3月起每天至少飛5班。

此外，為讓搭早、晚班機的旅客能有更好的旅遊體驗，因此華航與華航諾富特飯店合作，推出凡6月底前購買華航與華信航空國際機票的旅客，只要於班機起飛前2天即抵台後2晚入住，都能夠享有住宿打5折優惠，免去旅途通勤奔波的疲勞。



▲河內的下龍灣擁有「海上桂林」美稱。



▲馬來西亞檳城以充滿懷舊復古風情為特色。



▲泰國曼谷新舊建築對比強烈，兼具現代與古老風情。

歐美航點位居龍頭 長榮航空結合轉機優勢

積極增班提供多元選擇 擴大航班佈局吸引國際旅客來台

撰文／陳妍潔 圖片提供：長榮航空

面對疫後國門開放新局面，長榮航空在班次數量上積極做出調整，將持有國籍航空最多的北美8個航點及歐洲6個航點，在未來結合深耕多年的轉機市場，利用越太及歐亞2大航網，配合東南亞、東北亞及兩岸航線綿密航網，發揮其在航空業所握優勢，提供台灣旅客更加便利的飛行選擇，同時吸引更多國際旅客來台轉機。

歐美航線持續增班 調整航班提供旅客多元選擇

長榮航空歐美航線在夏季開始持續增班，北美航線的洛杉磯、芝加哥、舊金山自3/27起陸續增班，桃園—洛杉磯航線將新增每日飛航的BR06航班，從目前每日2班增至每日3班，每週航班數將達21班；桃園—芝加哥航線自5/1開始，將從目前每週飛航3班調整為每天都能直飛芝加哥；桃園—舊金山航線自5/15起，新增每日飛航的BR08航班，從每日2班增為每日3班，北美航線在5/15開始將恢復與疫前相當的每週84班班次規模。

在歐洲航線規劃上，長榮航空成為台灣飛歐洲線航點及航次數量的龍頭，尤

在去年開航的熱門航點米蘭在近幾個月平均載客量就高達九成，因此從5/15開始，長榮亦將桃園—米蘭航線由每週2班提升為每週4班，再加上現有歐洲航點如巴黎、倫敦、維也納、阿姆斯特丹、慕

尼黑的班次數，歐洲線將達到每週32班的規模。而針對亞洲及防疫政策逐漸鬆綁的港澳、大陸等航點，亦持續依市場需求增加班次與航點，抑或放大機型以迎接更多旅客。

★3/27起，BR06桃園—洛杉磯的夏季班表時間

航線	航班編號	飛航週期	起飛時間	抵達時間
桃園—洛杉磯	BR06	每日	10:10	06:50
洛杉磯—桃園	BR05	每日	11:55	17:05+

★5/15起，BR08桃園—舊金山的夏季班表時間

航線	航班編號	飛航週期	起飛時間	抵達時間
桃園—舊金山	BR08	每日	10:15	06:40
舊金山—桃園	BR07	每日	13:00	17:10

★5/15起，熱門航點米蘭將調整夏季班表時間

航線	航班編號	飛航週期	起飛時間	抵達時間
桃園—米蘭	BR095	一、二、四、六	23:15	07:50+
米蘭—桃園	BR096	二、三、五、日	11:15	06:00+



長榮航空走春拜會中南部業者喜迎新局面



▲（左起）長榮航空高雄辦事處課長廖秋雯、良友旅行社協理劉鍾岡、溫馨旅行社董事長唐鄧煦、五福旅遊協理劉惠棻、長榮航空高雄辦事處經理鄭竣介、可樂旅遊協理羅雪雲、雄獅旅遊總經理楊文彬、長榮航空總經理孫嘉明、高雄市旅行公會理事長蔡宗佑、京城旅行社董事長沈本立、東南旅遊總經理劉家禎、清晨旅行社總經理吳亮德、長榮航空客運營業本部副總經理王振興、客運營業本部營業部協理林玄修、永盛旅行社副總經理簡清彬。



▲（前排左起）長榮航空客運營業本部營業部協理林玄修、客運營業本部副總經理王振興、總經理孫嘉明、台中市旅行公會理事長馮國豐；（後排左起）長榮航空課長李華鈴、東南旅遊總經理蘇銘裕、可樂旅遊總經理曾信衡、金龍永盛旅行社總經理楊琮霖、五福旅遊業務副總經理季孝緯、星錡國際旅行社總經理林孟宏、長榮航空經理林孟婷、太平洋旅行社社長林志安、長汎假期協理黃彥勳、雄獅旅遊中部區域總經理陳奇漢、世興旅行社董事長傅沛文、長榮航空副課長劉達吟、副課長吳長娟、副課長高雅琳。

台灣虎航通關上市案 陳漢銘：秉持永續經營目標

持續創新行銷策略 推陳出新產品 營收、獲利穩定成長

撰文／謝旻蒞 圖片提供／本刊圖庫

華航集團旗下的重要公司台灣虎航，於2/21由證交所公佈董事會通過初次申請股票創新板上市案，為國內首家核准以創新板申請上市的航空業者。**台灣虎航董事長陳漢銘**表示，登錄創新板後，將持續秉持著熱情、溫暖、真誠的企業精神，以飛安第一為營運基石，藉由經營管理、環境永續及社會責任3大構面向永續經營目標邁進，保障股東權益並強化各項公司治理制度。

台灣虎航是我國第一也是唯一的低成本航空，營運模式有別於一般傳統航空公司，航網佈局乃運用台灣地理位置之優勢，以區域旅遊航線為主。持續以創新行銷策略及產品推陳出新，例如「虎單包」、「虎大位」、「微旅行」、「體驗營」、「tigerNFT」、「樂天桃猿棒球隊聯名彩繪機」等產品與活動，同時也發展「複合式空中商城」創新

經營模式，結合大數據交叉分析使用者行為並推薦合適產品，未來更計劃與會員系統整合，提升客戶黏著度，更以靈活且具彈性的組織架構，創造收益並獲得產業市場之認同。

台灣虎航曾在2021年申請上市，但因疫情重挫全球旅遊業，連帶影響航空業獲利表現，導致自疫情爆發以來連續3年陷入虧損困境，也打亂台虎原本



▲台灣虎航通過創新板上市案，秉持著熱情、溫暖、真誠的企業精神，以飛安第一為營運基石。

規劃的上市進度，直到去年底才決議轉往創新板掛牌。隨著各大機場的場站陸續恢復，台灣虎航也陸續增班，營收、獲利穩定成長，今年元月的營收更衝上9.02億元，年增率達2,060%。

寶可夢迷看過來！酷航×皮卡丘彩繪機3/24登台

深耕台灣市場 每週營運43班飛航4大航點 滿足旅客的出遊夢

撰文·攝影／王政 圖片提供／酷航



▲（左起）酷航銷售副總裁李榮新、台灣分公司總經理李育修。

看好台灣市場的潛力，酷航恢復台灣每週往返營運班次至43班，包括每天往返新加坡—台灣桃園，以及桃園出發飛往札幌、仁川和成田等航線，持續穩居外籍LCC在台運能第一的寶座。

為歡慶酷航成立10週年、以及抓緊台灣旅客出國需求提升的商機，酷航特別和寶可夢公司攜手聯名，推出皮卡丘彩繪機，成為東協首家、也是全球第一家

非日籍航空與寶可夢公司合作的航空公司，而這台飛機即將於3/24正式在台灣桃園國際機場首航亮相！

酷航銷售副總裁李榮新表示，期待藉由此次聯名合作，將酷航品牌精神中，創意與歡樂體現在我們的航班，並能帶給台灣消費者，充滿驚喜的飛行體驗。這次聯名除了機身上的設計，機內和周邊商品也充滿著寶可夢的身影；除



▲酷航在波音787夢幻客機的機身上展現出「Scoot x 寶可夢」的獨家彩繪設計。



▲酷航座艙內座位上方的置物櫃還有獨家寶可夢角色印花特寫

了喜愛酷航的旅客外，更是寶可夢粉絲們不可錯過的抓寶體驗。

台灣旅遊交流協會第3屆第3次會員大會暨新 旅行社、飯店、觀光工廠、餐飲、交通界賓客齊聚 展現協會整合

自成立以來，台灣旅遊交流協會便扮演著為台灣觀光產業搭建國際交流平台的重要任務，促進觀光產業界之間跨域合作與人才交流，讓台灣觀光在地深耕、放眼國際。尤其協會在賴瑟珍的接棒下，更是從過去兩岸的交流，延伸到國際旅展舉辦、專業人才培育、藍色公路、數位發展等多元領域，讓協會的重要程度不言可喻。

台灣旅遊交流協會理事長

賴瑟珍



▲台灣旅遊交流協會舉辦會員大會暨新春聯誼，來自各界的貴賓熱情出席、共襄盛舉，展現出協會的重要性與理事長賴瑟珍的好人緣。

Covid-19，長達50年的觀光人生中，面對種種挑戰，卻依舊看見觀光產業始終能硬挺而過，如同拿破崙曾說過：「人生的光榮，不在永不失敗，而在於能夠屢敗屢起」，她也以此來鼓勵會員與合作夥伴們，希望能持續保持熱情，以及永遠打不倒的決心。

而面對疫情長達3年的巨大挑戰，台灣旅遊交流協會也更弦易轍，從過去以兩岸交流為主要業務範疇，開始與縣市政府一同為產業轉型而努力，包括攜手交通部觀光局輔導轉型、人才培訓；與台北市政府推動人才培訓、服務品質提升。今年更爭取到交通部航港局「Taiwan Hi」品牌合作，透過一系列的

踩線，協助旅遊業者開拓藍色公路的新藍海。不僅如此，在強化會員競爭力部分，台灣旅遊交流協會更爭取到數位發展部數位產業署的「擴大5G應用」，將能協助飯店業會員們數位轉型，提升整體競爭力。

賴瑟珍強調，協會成立的最大目的，是希望幫產業發現新平台與新契機，近期觀光市場也不斷傳出佳績，包括交通部觀光局爭取下，港澳人士自由行於2/20正式開通，都讓觀光產業能明顯感受到2023是一個看見曙光、看見希望的一年，也期盼在各界的共同努力下，一同帶動產業提升，重回2019年的觀光市場榮景。

台灣旅遊交流協會2/16舉辦第3屆第3次會員大會暨新春聯誼，觀光產業各界長官、各縣市會員及各協會代表踴躍出席以行動表達支持，許多過去服務於公部門的老長官、老同事亦撥空共襄盛舉，不僅展現觀光人面對疫情下依舊不變的熱情與活力，也彰顯了賴瑟珍的好人緣與協會對於產業的重要性。

期許產業屢仆屢起 共促2023重返榮景

台灣旅遊交流協會理事長賴瑟珍於致詞時表示，自己於1973年進入觀光局服務開始，經歷過第一次世界能源危機、台日斷航、台韓斷航、921大地震、金融海嘯、SARS、88風災，直至



▲作為橫跨觀光產業界的最佳平台，台灣旅遊交流協會深獲產業界與會員的肯定。

春聯誼登場 賴瑟珍鼓勵觀光業「屢仆屢起」

觀光產業供應鏈優越平台能力 特邀呂正華分享數位創新競爭力

撰文·攝影／王政



交通部觀光局局長
張錫聰



交通部觀光局副局長
林信任



海基會前董事長
洪奇昌



東北角觀光圈共同召集人
張清來



▶ 數位發展部數位產業署署長呂正華



◀ 台灣旅遊交流協會理事長賴瑟珍（中）致贈紀念品給數位發展部數位產業署署長呂正華。

邀請數位發展部數位產業署署長呂正華分享「數位，看得見的競爭力」

數位發展部於去年8月份正式掛牌後，展現出台灣對於數位應用的高度重視與期盼，其中更邀請到過去任職於經濟部工業局局長呂正華，擔任肩負起各行各業轉型重任的數位產業署署長一職。

服務過交通部、經濟部的呂正華，對於觀光、經濟累積了深厚的經驗，也因此能於工業局局長任內，持續推動製造業轉型觀光工廠，與觀光產業接軌。此次受台灣旅遊交流協會的邀請，呂正華特別以「數位，看得見的競爭力」作為題目分享觀光產業如何與數位轉型完美鏈結。

數位產業署署長呂正華指出，數位產業署的最大宗旨，便是促進數位人才培養、推動產業轉型及強化資安產業保

護國人等3大目標，因此他歸納出「R、I、S、E」四大主軸，

R—韌性（Resilience）：產業的資通訊技術若提升，便能更加了解資訊、運用到各行各業，呼應數位部長唐鳳推全民數位韌性。

I—整合（Integration）：將數位轉型課題，通通整合至同一窗口，由數位產業署統一負責。

S—安全（Security）：資安即國安，產業如何達到資安的保護尤為重要，除了資安署和資安院擔任防護工作外，產業署則是找出轉機，帶動產業發展。

E—賦權（Empowerment）：讓各行各業做好數位轉型跟賦能，藉由數

位的導入，導入政策工具跟導引協助企業做數位產業研發。

呂正華強調，數位產業並非遙不可及，而是在默默之間已經影響生活多年，從過去膠捲相機到今日的誌為型手機，技術的創新都帶動著產業邁向數位化的進程。而觀光產業如何邁向數位化，呂正華則以觀光工廠前店後廠數位行銷作為舉例，透過政府的輔導與資源挹注，讓產業不僅能從製造跨足觀光，同時更能藉由數位技術的引進，用以成本控制、品質控管，讓過去處於夕陽產業的製造業得以成功蛻變，他也期許囊括了百工百業的觀光產業，能以數位不斷改變、提升自我競爭力，才能更有優勢迎接市場的挑戰。



從外銷國際起家轉戰內銷市場 潭子

打造蘭花大賣場 以高品質吸引回頭客增加客源 結合觀



▲改造原先不易走動的蘭花溫室，建立觀賞與銷售兼具的觀光蘭園。

▲（左起）潭子觀光蘭園總經理呂俊儀、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩嫻。

蘭花在地化 打造潭子特色

潭子觀光蘭園總經理呂俊儀表示，由於在過去台灣蘭花多在南部種植，中部地區種植蘭花業者相對較少，不過他的父親與哥哥剛好認識種植蘭花的朋友，因此決定與他們共同合作經營蘭花事業，並選擇以較好去人工培育的蝴蝶蘭做為主要種植品種，開始在家鄉台中市潭子區發展蘭花培育事業。他亦提到針對地理環境來看，雖然南部培育業者較多，然事實上台中擁有更好的地理位置，銷往北部花市的運輸成本相較南部來的低，宜人氣候更有利於植物種植，因此他期望透過在台中培育將蘭花在地化，並欲將蝴蝶蘭成為潭子除農產品以外的特色之一。

因應國內需求 從外銷國際轉戰內銷

起初蘭園是以外銷起家，同時在國內做批發，後來面臨油物料價格上漲，航空運輸成本跟著提升，同時面臨外匯匯差不佳、國外市場必須與大陸競爭，雖然保有

比中國大陸更好的蘭花品質，但在價格上因此無法低於

大陸蘭花售價，造成蘭花外銷困境。

然而國內市場也開始發生轉機，隨著台灣觀光蘭園漸增，台灣的消費者開始養成買花放家裡的習慣，消費市場的轉變讓國內需求提升，他們發現國內零售客的銷售量其實並不輸國外，因此在5年前決定將市場定位轉向國內，解決外銷困境，而這樣的市場轉變亦讓蘭園成功避過疫情影響銷售模式，並持續培育高品質的蘭花吸引許多回頭客穩定客源。

極端氣候影響種植 看見商機規劃觀光蘭園

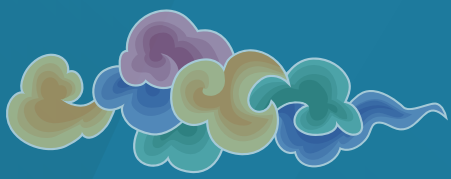
雖在培育上有相關經驗，然而地球環境變遷造成的極端氣候仍成為蝴蝶蘭成長的困境之一，由於花種無法一直存放在溫室，因此遇到乾旱季或極寒氣候都會影響花卉的種植，加上蝴蝶蘭在育種上需花費3年多的時間，即使成功育種出來也不一定符合市場需求，因此他們還面臨到無法提供足量蝴蝶蘭給合作廠商的困境。

過去台南是台灣生產蘭花的重鎮，因此擁有「蘭花的故鄉」這個美稱，不過隨著培育蘭花的技術進步，種植蘭花的地區持續在台灣擴大，中部亦開始有不少蘭園誕生，其中在台中潭子就建有一家占地廣闊的「蘭花大賣場」潭子觀光蘭園，並把蘭花做為潭子特色之一的目標為宗旨，從外銷國際到內銷台灣，透過優良的技術與包裝蘭花商品販售，將蘭花之美透過與觀光結合傳遞給更多社會大眾。

直到後來問題逐一解決，銷量也逐漸步上軌道，蘭園因應市場趨勢開始重新規劃，將原本不便到處走動的蘭花溫室改造，將蘭園做成賣場的模式，讓到訪遊客能像逛超市般觀賞或購買蝴蝶蘭，潭子觀光蘭園就此誕生，每年也會利用當季新鮮花卉做主題裝飾，打造蘭花主題藝術公園，舒適環境讓一般人不只是要買花才會特別前來，而是將蘭園打造成遊客放鬆的「私人花園」。

導覽加深蘭花知識 體驗盆栽DIY

除觀賞或購買蝴蝶蘭外，潭子觀光蘭園亦提供園區導覽，深入講解蝴蝶蘭品種與外觀，比較與其他蘭類的差異，並介紹各培育溫室的特色，讓到訪遊客能更瞭解如何照顧蝴蝶蘭。透過詳細介紹不僅讓遊客瞭解到蘭園所種植的蝴蝶蘭，不論銷售到何處都保有最佳的品質，也能讓遊客更放心地去選購並學習照顧蝴蝶蘭，觀光蘭



觀光蘭園做出口碑發展蝴蝶蘭之美

光導覽創出遊客私人花園 讓蘭花成為潭子最大旅遊亮點

撰文／陳妍潔 圖片提供／潭子觀光蘭園



▲蘭園內花園錦簇，展現各種蝴蝶蘭風情。



▲蘭園內部販售多種蘭花，打造獨特蘭花大賣場。



▲提供蘭花換盆裝飾DIY讓遊客以多元形式認識蝴蝶蘭。



▲觀光蘭園曾結合公益弱勢團體在蝴蝶蘭簇擁環境下舉辦舞台秀。

▲蘭園內部提供到訪遊客免費咖啡與桌椅，能同時賞花與放鬆休息。

園亦提供團體遊客體驗蝴蝶蘭盆栽DIY活動，以及一般遊客拿舊盆器組裝蝴蝶蘭的服務，民眾只要拿乾淨無破損的舊盆器前來，就能在現場挑選喜愛顏色的蝴蝶蘭，藉由現場人員的巧手組合，讓大家將蝴蝶蘭的美麗繼續在家中綻放。另外，蘭園也提供年節特殊組裝服務等，大家都可透過官網得知活動最新消息。

高品質增加客源 結合觀光傳遞蘭花之美

在行銷方面，潭子觀光蘭園秉持職人精神，堅持所販售的蝴蝶蘭品質，因此除穩定舊有顧客外，還做出良好口碑吸引新的客源。加上參與蘭展增加曝光率與網路

資訊的流通，觀光蘭園成為民眾旅遊好去處，蘭園亦提供免費手沖咖啡給到訪賞花的遊客，讓遊客們在放鬆的狀態下享受被花卉擁簇的環境，蘭園更有大草地供小孩遊玩，成為家庭出遊的好選擇。而在針對與臺中產業故事館發展協會合作，潭子觀光蘭園力挺潭子區觀光產業的串聯，期望透過與台中各種觀光產業互惠的模式，帶來更多遊客前來欣賞蝴蝶蘭之美。

◀蘭園外擁有大片草地，最適合大人小孩一同奔跑嬉戲。

潭子觀光蘭園

地址：台中市潭子區大豐一路89巷8號

開館時間：09：00～18：00

服務電話：04-2532-8116





全國觀光工廠促進協會理事長許立昇呼應觀光

邀請專業人士分享成功案例 深耕在地文化發展國



▲全國觀光工廠促進協會舉辦永續論壇，特邀台灣各區域觀光工廠共襄盛舉。



▲（左起）台灣友善環境規劃執行專家博士林崇偉、頭城農場企劃經理林宏達、全國觀光工廠促進協會理事長許立昇、台灣永續能源發展基金會董事長簡又新、優樂地永續經營股份有限公司執行長蔡承璋。



▲（左起）全國觀光工廠促進協會理事長許立昇、經濟部工業局局長連錦漳、卓也藍染創辦人鄭美淑。



▲全國觀光工廠促進協會理事長許立昇（左）為台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建頒發協會顧問聘書。

環境永續是至今全球面對的共同議題，綠色旅遊亦成為觀光產業新趨勢，為此全國觀光工廠促進協會特別舉辦永續論壇及專題演講，邀請台灣結合永續與旅遊的相關專業人士分享案例與想法，並集結全國各地觀光工廠協會共襄盛舉，在會場內展示在地觀光工廠特色產品與大家交流。同時，觀光工廠亦舉辦春酒晚宴進行幹部交接儀式與頒發獎項，以此感謝同業在旅遊業上的付出與努力。

建立標章促進永續實踐 著重當地文化追求旅遊品質

全國觀光工廠促進協會理事長許立昇表示，永續不是一種標準，而是希望能變得比原本更好，因此才会有建立標章這個方式。同時他亦指出這些標準並不用每項都須達成，而是根據各自產業的強項盡量去做，並將此過程記錄下來宣傳給各種目標群眾，企業的永續發展在觀光工廠中的呈現，可以透過社會責任、公司治理、在

地文化、節能環保等面向去表現，讓遊客體驗感受而提升企業價值。

曾任前行政院環保署署長、現職台灣永續能源發展基金會董事長擔任無任所大使簡又新，在專題演講則指出，出生於網路元年的Z世代對世界產生極大影響，在環保議題上能藉由網路號召聚集更多人，以永續行動衝擊世界轉型速度。他亦表示永續旅遊有聯合國及全球永續旅遊委員會2種不同定義，前者是站在國家立場著重環境、經濟與社會3面向，後者則是新增對觀光旅遊來說特別重要的文化因素。而在永續旅遊最為關鍵的是著重在知識分享，以追求旅遊品質為重而非觀光客人數，並保持當地特色完整性，從而讓遊客將旅途中學習新知帶回家分享並推薦親友去當地旅遊，才是優質的永續旅遊概念。

分享成功案例 推動在地特色國際化

論壇邀請獲得全球永續旅遊議會

（GSTC）永續旅遊認證的頭城農場企劃經理林宏達分享農場永續旅遊實踐歷程，他以「越在地，越國際」為主軸，強調以在地資源達成國際永續目標，透過農場本身資源在土地、農夫、環境、農村及農場上做加值，並規畫出各種遊程，透過讓遊客親身體驗傳達環境永續理念，讓農場實踐永續發展與國際做交流，並獲得國際相關認證，同時將觀念深植在參與遊程的遊客心中達成教育目的。

優樂地永續經營股份有限公司則看準永續議題趨勢，開始透過協助企業實踐永續理念，以「創造永續經營的無限可能」為宗旨，長期投入教育與培力計畫。優樂地執行長蔡承璋表示，事實上ESG永續發展不單指環境保護，還涵蓋社區員工及商業營運模式，他亦指出永續議題其實價值是在協助找尋可能發生的風險進而創造商業的價值，並舉出優樂地協助過的旅行社與演唱會等獲得「ISO20121活動永續性管理系統」認證為例，強調在永續趨勢下透過國際嚴格審查系統認證後，其產生的社會影響所帶來的經濟價值。

撰文・攝影／陳妍潔

工廠旅遊年 舉辦永續論壇響應旅遊發展趨勢

際 期許優化商業模式提升觀光工廠歷史與產業地位



▲全國觀光工廠促進協會理事長許立昇。



▲頭城農場企劃經理林宏達。



▲優樂地永續經營股份有限公司執行長蔡承璋。



▲台灣永續能源發展基金會董事長簡又新。



▲（左起）全國觀光工廠促進協會理事長許立昇、台灣永續能源發展基金會董事長簡又新、雄獅旅遊董事長總經理黃信川、台灣旅行業國民旅遊發展協會創會理事長朱永達。



▲經濟部工業局局長連錦漳。



▲數位發展部數位產業署署長呂正華為觀光工廠發展重要推手。

輔導計畫迎20週年 感念各方支持頒發感謝狀

伴隨精彩的永續論壇及專題演講結束，全國觀光工廠促進協會第9屆就職典禮也隨之揭幕，總統蔡英文也特電祝賀，交由國策顧問毅太企業董事長洪團樟宣讀。典禮亦邀請長官致詞，其中全國觀光工廠促進協會密切合作的經濟部工業局局長連錦漳表示，恰逢觀光工廠輔導計畫推動20週年，3月開始會有一系列的活動，工業局與交通部觀光局亦針對創意生活產業與觀光工廠等觀光產業給予加碼贊助，期望現碰上疫後國門開放，能在今年回復疫前榮景。

連任觀光工廠促進協會的許立昇在就職典禮致詞中感謝工業局與經濟部中部辦公室長官、工研院輔導團隊全力支持，並對協會理監事、會員以及10個縣市的理事長致上感謝，他亦細數上任後受到旅遊業各方人士的幫助，並對2020年在旅奇週刊社長何昭璋與台灣旅行業國民旅遊發展協會創會理事長朱

永達、理事長王全玉和各行銷公關委員們的協助之下，順利完成觀光工廠盤點踩線行程表達感謝並頒發感謝狀。

協會拉開新帷幕 響應觀光工廠旅遊年

除感謝旅業人士支持與幫助，許立昇理事長亦為全國觀光工廠促進協會第8屆理監事頒發感謝狀，並頒發顧問聘書與新一屆協會理監事當選證書，正式完成觀光工廠交接儀式。最後連任理事長的他也發表對全國觀光工廠促進協會的未來展望，期望持續優化觀光工廠商業模式的創新與品質，並

全國觀光工廠促進協會第9屆理監事名單

理事長：許立昇
 副理事長：林世閔、陳勝騰
 常務理事：賴文典、蘇東鈺
 理事：吳睿麒、洪啟峰、梁金生、吳德利、鄭麗華、蔡佳益、溫錦儀、吳聖文、林肇維、林姿君、莊祐霖、莊偉中
 常務監事：吳佩娜
 監事：翁啟富、黃昱哲、蕭德勝、白美珠

結合永續概念促進觀光工廠獲得綠色場域認證，透過舉辦國際研討會去提升觀光工廠的歷史與產業地位，協助觀光工廠塑造國際旅客心目中的台灣深度旅遊品牌，呼應經濟部定調的2023觀光工廠旅遊年。



▲全國觀光工廠促進協會理事長許立昇（左12）頒發理監事當選證書，並偕同第9屆理監事與經濟部工業局局長連錦漳（左13）合影。



1. 福容大飯店擴大招募開出包含中高階主管，及基層人員。
2. 福容大飯店、麗寶建設、麗寶樂園渡假區於2022年榮獲幸福企業。
3. 麗寶集團旗下唯一上市公司「名軒開發」廣發英雄帖，開出數十個職缺。
4. 麗寶生醫向醫護人員招手，誠徵個案護理人員、醫療相關行政人員。
5. 麗寶樂園渡假區引進超人氣LINE FRIENDS明星IP。

幸福企業大舉徵才！麗寶集團

旗下飯店、建設、樂園、生醫徵才近千人

疫情延燒三年，不僅是觀光產業缺工，連建築、營造業缺工的現象也非常嚴重，隨著口罩禁令鬆綁、國門解封，民眾生活逐漸恢復正常，疫後各行各業大力拼經濟。才剛榮獲「2023台灣觀光特別貢獻獎」的麗寶集團董事長吳寶田，宣布集團旗下的眾多子公司，包含麗寶生醫、建設和營造體系、福容飯店、麗寶樂園渡假區等都將大舉徵才，總數近千人，歡迎各路好漢，一起來打拚！

福容大飯店新開三家分店 首開500個職缺

首先開出500個職缺的是目前已有15家分店的福容大飯店，今年預計還要再開三家分店。包括南投水里，高雄前金，以及嘉義店。位於嘉義市世賢路的福容嘉義店，預計今年第3季試營運。樓高33層，擁有370個房間，福容將在32樓將打造一個超過100公尺高的「高空觀景玻璃步道」，能遠眺阿里山絕美風景。另外屬於福容新旅宿品牌「徠旅」，高雄前金店和南投水里店，都預計在第二季試營運，高

雄前金區是高雄最早開發的地區，早年的高雄市議會的所在地，富有政治、經濟、文化特色。從高雄捷運橘線市議會站4號出口走路只需要1分鐘。連同原先的15家分店的人力需求，福容共開出了500個職缺，包含中高階主管及基層人員，歡迎有興趣的民眾踴躍報名。

福容過去三年面臨疫情衝擊，不但沒有裁員減薪，今年起還調整薪資，平均調幅超過6%。在員工待遇方面，提供生日禮券、員工餐食、制服送洗、住宿優惠、餐飲折扣、員工宿舍、員工旅遊等福利，對於績效好的同仁也給予良好的薪資獎勵。升遷制度方面則設立福容學院，以培育飯店經理人的角度，打造完善的職能教育，藉此儲備能量提升職場競爭力。

麗寶集團建設公司同步徵才 生醫誠徵護理人員行政人員

麗寶樂園渡假區疫情前每年創下上千萬人次的旅遊人潮，2022年更與韓國著名品牌LINE FRIENDS合作，不僅有主題房，更有超人



▲台南大員皇冠假日酒店舉辦聯合徵才。

台南大員皇冠假日酒店 3/2舉辦徵才活動 吸引求職者飯店辦實地導覽

由台南大員皇冠假日酒店自辦聯合徵才活動，於3月2日下午14:00-16:00在2樓宴會廳展開，酒店將提供約50名工作機會，職缺從安全員、行李員、賓客服務、餐廳服務員、餐廳經理、廚師領班、副主廚、房務員、工程部技術員、人資主管、到高階業務銷售主管等。

總經理林欣怡表示，飯店提供給員工的福利很優渥，包括：IHG洲際酒店集團的「英才培養學院」，透過因材施教的多元訓練，適才適所的人才佈署，提供暢通的晉升、輪調管道，甚至可申請集團旗下國外酒店工作，讓優秀人才獲得更多的良性發展；員工免費供膳、制服洗滌、多樣化的員工活動、健康檢查補助及年度健康檢查、專屬員工更衣室、休息室、淋浴間、個人更衣櫃；勞保、健保及團體保險；三節獎金及各項津貼(生育/結婚/喪葬)；IHG洲際酒店集團全球6,000多家旗下酒店享有員工訂房暨餐飲優惠等。

台南大員皇冠假日酒店也邀請20多家廠商一同加入徵才活動，包括：微笑單車股份有限公司-捷安特YouBike、全一電子股份有限公司、堤維西交通工業股份有限公司、全家便利商店股份有限公司、義美股份有限公司等，將提供1,000個工作機會。更多職缺資訊可登入台南大員皇冠假日酒店求職網站查詢相關的工作機會<https://reurl.cc/0EzrLM>，亦可電洽06-391-1899轉人資部。



▲香格里拉休閒農場提供遊客體驗食農教育。





HOTEL

HOT 本週新訊 NEWS LOOK

撰文／編輯部 圖片提供／麗寶集團、台南大員皇冠假日酒店
香格里拉休閒農場、台北福華大飯店、JR東日本大飯店台北、滬尾藝文休閒園區



3



4



5

廣發英雄帖

氣的「熊大的麗寶小鎮」，迎接疫後的報復性旅遊，渡假區同樣也開出上百個職缺。包括：副總、協理、總經理室幕僚等高階主管的職務，以及園藝、房務、工務等第一線服務的人員。員工除了全年免費玩樂園，親友也同享多項好康優惠，公司安排健身、花藝、語言等課程及相關證照與學費的贊助，不定期舉辦員工旅遊等活動，同樣也獲得幸福企業票選的肯定。

麗寶集團旗下的多家建設公司，也同步徵才，像是集團中唯一的上市公司「名軒開發股份有限公司」、還有「麗寶建設」和「麗盛建設」也各開出數十個職缺。麗寶生醫同時也向護理人員和醫療行政人員招手；麗寶集團旗下的子公司，共同的特色都是擁有完整的福利，以及員工在職教育訓練，生日、結婚、喬遷等禮金祝福，連員工配偶生產都能獲一份生育禮金，同仁進修都有獎勵。

麗寶集團表示，打造「幸福企業」，「以人為本」是麗寶集團永續經營方針，旗下麗寶建設，福容飯店，麗寶樂園渡假區連續幾年都同時得到幸福企業大賞的肯定。歡迎產業界的有志之士，一起加入，相關應聘詳情，請上104及1111求職網，關鍵字打「麗寶集團」即可查詢到相關職缺。

香格里拉傳承農村文化 發展食農教育不間斷

深耕宜蘭在地30多年，自觀光果園起家的香格里拉休閒農場，為了保護環境、永續發展，農場秉持維持最自然的生態發展，不強制種植單一類植物，大量保留原始林種，僅部分區域規劃成適合農場的作物種植區，供遊客從事採食體驗、食農教育與農村廚房使用，因此不同的季節，有最當季的農場樣貌迎接訪客。

因現代都市化發展，很多人少有親近大自然的機會，農場提供導覽解說服務，不只讓前來的客人了解農場的本身自然環境、傳統農村文化的意涵與回歸食農文化的親身教育。參加《食農樂遊》系列專案的客人，不只採食香格里拉種植的有機蔬菜，試吃土生土長的季節水果，還有機會將採好的野菜現煮成料理享用，再搭配用風味葉片製成的茶飲，從產地到餐桌，飲食、環境與農業的連結，就是如此親近！農場另外提供許多DIY活動，加深遊客對農場的認識與體驗，像是葉拓環保袋，從認識農場的植物開始，親手感受不同葉片的樣貌；蠶寶寶DIY，最簡單的餐巾紙，製作出蠶寶寶生動的型態，藉此介紹自古流傳養蠶文化與很多人小時候有趣的養蠶體驗；還有景觀生態瓶等等，結合農場的活動與景觀，讓客人不只帶滿滿的回憶回家，還有獨一無二的紀念品可以回味。



台北福華 2023雙春年閏二月 蓬萊邨豬腳禮盒 去霉添壽神助攻



台北福華大飯店蓬萊邨台菜餐廳主廚王永宗為延續傳統文化「呷麵線添福壽、呷豬腳增勇健」，閏年特別獻上「喜悅添福壽 豬腳麵線外帶禮盒」，每份1,280元，讓出嫁的女兒

▲豬腳麵線外帶禮盒，正是長輩去霉運、增福添壽好幫手。

能帶著豬腳麵線回娘家探望父母，聊表希冀雙親身勇健與添福壽的心意。「喜悅添福壽 豬腳麵線外帶禮盒」主廚採用肉質肥厚軟嫩的豬前腳帶蹄花分切塊狀後做汆燙，再去油炸定型後，再爆香蔥燒後倒入多種中藥材滷製的老滷汁，文火慢慢燉達一個半小時，膠質滿滿黏口不膩，食材本身的天然滋味與主廚30多年來累積的料理真工夫，造就了這獨一無二的絕頂佳餚。另外搭配象徵長壽吉祥的金門手工麵線，佐以紅蔥酥油，麵線更加噴香彈牙。此時配上滿滿膠質的豬腳，再淋上香濃特製滷汁及滷蛋，三者結合在一起，自然否極泰來。

JR東日本大飯店台北 啟動「山形·高島」美食之旅 HAYASE 鐵板燒推「A5山形牛套餐」



▲A5山形牛套餐，午餐套餐「優嗜曇」共有7品樣式。

JR東日本大飯店台北的HAYASE日本料理鐵板燒區即日起至4/24期間特別推出「山形·高島鐵板燒套餐」，選用A5等級、有著大理石肉紋的山形牛及鮭姬米、三奧屋漬物及高島產日本酒、葡萄酒等開

啟一趟日本山形美食之旅，在料理長的巧思下賦予料理不同的食藝風味。午餐套餐「優嗜曇」3,500元，晚餐套餐「文殊」3,800元、「鳩峰」4,300元、「真秀場」4,800元。

以和牛美食為主要食材的JR東日本大飯店台北HAYASE頂級日式鐵板燒料理區，呈現精緻有如藝術品般並搭配不同食器的呈現意境。「山形·高島鐵板燒套餐」推廣期間更推出一系列來自山形高島日本酒及葡萄酒款，可經由HAYASE日本料理專業的喇酒師推薦下進行餐酒搭配，千萬不能錯過。

將捷金鬱金香酒店 推「春季香草饗宴」 品嘗到春日限定的清新香甜滋味



▲嚴選溯源履歷雞腿，上層塗抹上鼠尾草泥，增添餐點料理清爽滋味與濃郁香氣。

位於將捷金鬱金香酒店LF的河畔餐廳，自3/1~5/31全新推出「春季香草饗宴」，本季主餐點運用春日各種香草入菜，增添了料理豐富多層次的口感，要給顧客們一場清新香甜的味蕾饗宴。主餐點部份主

「法式紙包魚」，運用烤盤紙與鱸魚包覆結合，加上白酒、檸檬葉、蒔蘿等，再放入新鮮蛤蜊和橄欖油烘烤後，微微酒香中混和散發出鮮甜魚肉以及清新香草氣息，最後搭配著香蒜麵包沾著湯汁享用；而「鼠尾草抹醬烤雞腿」，嚴選使用溯源履歷雞腿，肉質鮮嫩多汁且美味健康，上層塗抹上鼠尾草泥，增添餐點料理清爽滋味與濃郁香氣，提升豐富口感層次。此外，為迎接白色情人節到來，河畔餐廳於3/14限定推出「你儂我儂」半自助晚餐，用精緻餐點與紅白酒暢飲，為戀人們打造浪漫微醺情人夜。訂位專線：02-2626-9970。



撰文／陳妍潔 攝影／林秀美 圖片提供／交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處

大東北角觀光圈顧問團深入鄉鎮交流 為疫後觀光找商機

新北坪林區茶鄉體驗參訪 瞭解生態保育成果和產業需求

涵蓋新北市7區及宜蘭縣12鄉鎮大東北角地區結合而成的大東北角觀光圈，擁有多變的自然地景及豐富的人文資源，觀光圈以「跨域共享」、「品牌型塑」、「創新遊程」、「數位轉型」、「精準行銷」5大構面為發展方向，透過交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處積極協助在地觀光業者，邀請區域內的各觀光產業的代表擔任顧問，並在每2個月固定召開顧問團會議與安排當地產業交流參訪行程，深入瞭解觀光業者需求，持續推動觀光圈正向發展。



▲大東北角觀光圈盛大舉辦顧問團會議。

此次東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處聯合新北市坪林區公所舉辦顧問團會議，並交由雅比斯國際創意策略股份有限公司偕同新北市坪林區商圈發展協會共同執行，安排會議與當地特色產業參訪，除提出大東北角觀光圈的工作進度報告，同時深入加強區域內特色產業的交流，並讓顧問們給予產業夥伴更多的建議支持與鼓勵，共同合作找商機。

展現坪林茶產業特色 期許顧問團發揮影響力

由於坪林區是文山包種茶的主要產地，滿山翠綠的茶園成為坪林特色景觀。新北市觀光旅遊局局長楊宗珉表示，雖過去地區開發受限，卻也因此保留坪林區的美麗景致，透過這次的參訪行程亦能充分感受到坪林區的美麗景致與茶香繚繞。同時他也強調觀光是要靠大家的力量推動，並期望未來能將更多旅行團與遊客帶來坪林區感受此地山水人文。

為讓顧問團加深坪林區印象，新北市坪林區公所區長周慶珍以季節劃分出4大主軸介紹坪林四季壯麗景觀與人文風情，同時她認為坪林的好山好水有無限發展可能，認真努力地幫地方發展好才更能凸顯自身價值，並期望未來能透過自己的熱忱與藉由產學界及觀光界領導人的協助，持續幫助坪林區蓬勃發展。

深入感受地方之美 推行4大計畫行銷國際

交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處處長馬惠達表示，從產業需求的角度去推動觀光，讓產業夥伴獲得更多觀光資源、讓在地居民發現居住地變得更好，這些都是觀光局一直在努力的方向。這幾年來一直期盼整個大東北角觀光圈的不論小商家乃至大飯店等都能激發自身的特質與魅力，引導產業去詮釋個人角色，他堅信在不遺餘力的推動之下必定會有成功的機會，再



▲交通部觀光局東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處處長馬惠達。



▲新北市坪林區公所區長周慶珍。

透過於各產業上具影響力的顧問團協助，持續發展大東北角觀光圈。

東北角管理處在今年以4大重點做為觀光圈發展主軸，包含觀光圈產業亮點提升執行案、大東北角整合行銷計畫案、觀光發展主軸計畫案及青年培訓暨小旅行計畫案。而計畫實行著重於集結大東北角地區山、海、農漁村資源以及各地的鄉鎮文化產業特色重新包裝，透過打造大東北角觀光圈品牌形象來推動區域觀光發展，繼而行銷國際觀光市場。



▲新北區顧問團藉由參訪活動瞭解坪林區當地產業特色與文化。



▲顧問團參訪坪林茶產業文化館，瞭解茶油製作與茶產業歷史發展。

富山帶來更多觀光魅力 黑部峽谷冬季限定開放

鬱金香四季彩館全年度賞花 遊國寶勝興寺入住富山新飯店

撰文／張語柔·圖片提供／向日遊

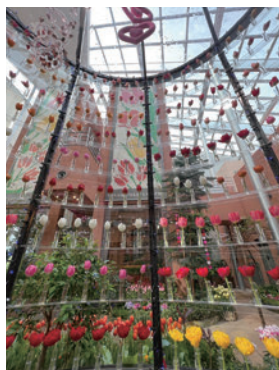


富山縣擁有充沛多元的觀光資源，大啖富山灣新鮮漁獲、欣賞立山連峰與世界遺產五箇山合掌造等代表景點外，也推薦將2021年起才推出的期間限定冬遊黑部峽谷加入行程，體驗徜徉於過往無法進入的夢幻冬雪峽谷當中。縣內有許多花卉景點，主打世界唯一全年度都能欣賞鬱金香的「鬱金香四季彩館」鄰近五箇山，不受季節與天候影響隨時都能到訪。去年剛入列日本國寶的「勝興寺」建築宏偉歷史悠久，流傳不可思議的七大傳說，境內亮點十足。此外，雖遭受疫情衝擊，富山站周圍仍有許多飯店新開幕，便捷度極高，無論團體或自由行入住都相當推薦，旅行同業若有任何富山縣觀光資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

◀「冬季黑部峽谷Premium Tour」在2月~3月期間限定登場。

鬱金香四季彩館

鬱金香四季彩館位於礪波市，距離五箇山合掌造車程約50分鐘。這裡以獨特技術培育鬱金香，是世界唯一全年度都能欣賞鬱金香的設施。具備360度展示鬱金香的「Tulip Palace」、花海無限延伸的「Pallet Garden」以及介紹鬱金香球根的小型劇院等。年度盛事「礪波鬱金香博覽會」將在4/22~5/5登場，可欣賞300種品種、約300萬株鬱金香綻放。高達4公尺、長約30公尺的「花之大谷」震撼吸睛，各種造型花壇也不容錯過。



▲可體驗360度被鬱金香包圍的「Tulip Palace」是熱門打卡地點。

日本國寶·勝興寺

勝興寺位於高岡市，位置鄰近富山灣，車程10~15分鐘內可串聯遠眺立山連峰絕景的「雨晴海岸」，或是美食寶庫「新湊Kittokito市場」，提供行程多元選擇。境內的本堂、大廣間、式台具有深厚歷史意義，2022年12月入列成為日本國寶一員。此外，還流傳著從天而降的石頭、不會乾枯的水池、不會結果的銀杏樹等不可思議的七大傳說，周圍店家也以勝興寺為靈感，製作七大傳說上生菓子、烙印本堂模樣的煎餅等，能買到許多特色伴手禮。



▲日本國寶「勝興寺」境內看點十足，歡迎搭配行程多多利用。

冬季黑部峽谷Premium Tour

過去受到積雪影響，黑部峽谷鐵道小火車僅在每年4月中下旬至11月下旬行駛，2021

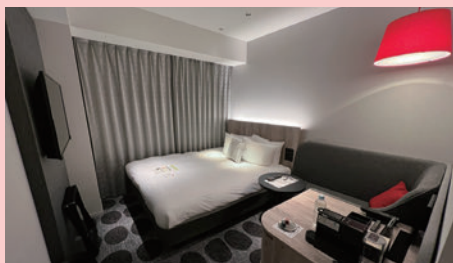


▲黑部峽谷小火車往常能選擇無窗或有窗車廂，冬季期間則統一使用有窗車廂。

當地首次推出期間限定的「冬季黑部峽谷Premium Tour」，遊客能感受冬雪點綴的黑部峽谷，成功吸引觀光人潮到訪。今年度行程於2月~3月舉辦，乘車前會先參觀維修車庫或是美術館，再從宇奈月站搭乘小火車至新山彥橋後折返，全程約1.2公里。「冬季黑部峽谷Premium Tour」明年度預計持續舉行，推薦可搭配冬季行程活用。

富山縣內新飯店資訊

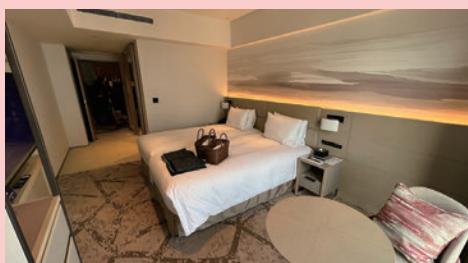
富山日航城市飯店



▲館內亦具備單人房型，面積約21平方公尺。

富山日航城市飯店於2022年開幕，距離富山站徒步只要3分鐘，概念主打「Touch富山」，備品能看到錫製杯具、藥包紙造型茶包等，從細節中呈現富山在地特色。全館共252間客房，平均面積為25平方公尺，自助式早餐能品嚐富山最知名的醃漬鰻魚、炸魚丸等當地物產入菜的佳餚。

富山希爾頓逸林飯店



▲客房以富山連峰為設計靈感，搭配木質家具打造悠閒空間。

富山希爾頓逸林飯店是希爾頓首次進軍北陸的分館，具備大浴場、餐廳及酒吧等，距離富山站徒步3分鐘。全館201間客房的面積皆在26平方公尺以上。自助式早餐能品嚐富山灣新鮮漁獲的海鮮丼飯及日本三大手拉烏龍麵之一的冰見烏龍麵，各樓層更設有飲水機，讓住客暢飲水質優良的富山水。

富山比佛奇飯店



▲飯店樓下為複合式商場，大廳及大浴場等設施位於5樓。

JR西日本飯店集團旗下的富山比佛奇飯店與富山站鄰接，客房分佈於6樓~12樓，面積介於17.7~38.9平方公尺。館內以立山連峰為靈感設計，備品結合富山玻璃杯、越中三助燒的咖啡杯等，能體感傳統工藝之美。自助式早餐以時令食材入菜，提供鄉土料理等約60種美食能自由選擇。

更多富山縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

台北公會建議簡化開放流程 讓復甦之路加速

包括兩岸商務旅客、紐澳導遊領隊ETA入境、台韓K-ETA簡化

撰文／張偉浩 圖片提供／台北市旅行商業同業公會



▲感謝委員羅致政（左3）擔任北公會顧問，委員一直以來關心旅遊業者，與台北市旅行公會理事長駱炫宏（左4）及公會幹部會談，針對陳情提案持續協助旅行業者解決困境。



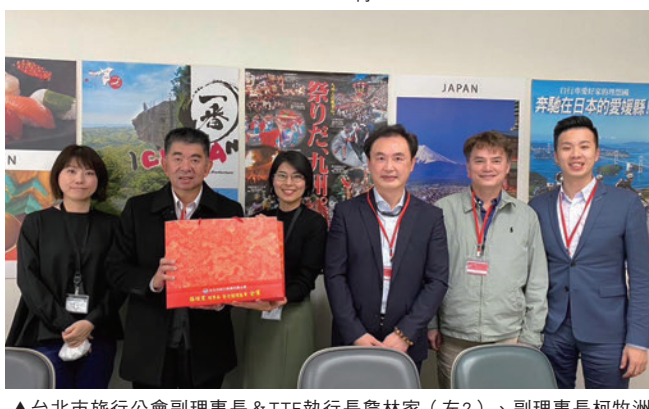
▲台北市旅行公會理事長駱炫宏（右）拜會香港旅遊發展局處長徐維妮（左）。



▲2/10北海道深川觀光協會會長廣野勝利（左）一行拜會，由台北市旅行公會理事長駱炫宏（右）、副理事長柯牧洲、常務理事藍一晴、亞洲委員會日本主任委員曾焯榮與副主委吳武鴻（六和國際）共同接待。



▲日本靜岡縣河津町町長、東伊豆町岩井町長、觀光協會代表團訪問台北市旅行公會，由台北市旅行公會理事長駱炫宏及幹部接待。



▲台北市旅行公會副理事長&TTE執行長詹林家（左2）、副理事長柯牧洲（左4），前往日本台灣交流協會拜會主任柏木彩（左3）、主任平澤友紀（左1）。

從國門開放之後，旅遊業逐漸朝向正常化邁進，但由於疫情3年下來，國與國之間的交流中斷，因此在旅遊重啟道路上，還是遇到諸多困難與問題。為此，台北市旅行公會理事長率領團隊積極走訪各地爭取對於會員的權益，並建議各國代表持續研擬開放流程簡化程序，讓旅遊業復甦之路可以倍道而進。

保留足夠團體系列機位 讓業者與航司互利共生

目前團體旅遊，或是商務旅客在出國簽證程序上較為繁瑣，常常就算有取得穩定的機位數量，卻卡關在簽證手續上，導致煮熟的鴨子飛了，政府應該積極作為、協調，協助旅遊業者，保障旅遊產業的生存空間。台北市旅行公會理事長駱炫宏表示，目前大陸有北京、上

海、廈門、成都4個兩岸直航航點，加上大陸倡議優先恢復其他16個兩岸直航航點，應該積極朝開放方向努力，並爭取兩岸商務旅客申辦作業簡化。此外，航空公司應為旅遊業者的最佳後盾，隨著FIT市場的爆發，但也不該放棄GIT市場，應保留團體系列機位給予業者包裝產品，未來航空公司在拓展新航點，旅行社必定會全力以赴，一起開拓市場，才能讓雙方互利，共生共榮。

另外台北市旅行公會理事劉奕樑也提案，紐西蘭、澳洲領隊建議應免辦理工作簽證，持一般旅客之ETA入境，以作業簡化。台北公會也與韓國觀光公社討論研擬，簡化台韓觀光旅遊入境簽證



▲台北市國際觀光業者推介會，由台北市政府觀光傳播局主辦，台北市旅行公會應邀出席。

提建言，並期許2023年觀光旅遊大爆發，大力促進台韓出入境旅遊而努力。此外，改台北市旅行公會代表率領會員參加台灣燈會，為入境旅遊協助推廣台灣觀光，期望打開台灣入境旅遊市場大門。

台北旅行商業同業公會未來計畫

1. 產業人才流失，協助會員培訓人才，招聘新秀加入產業。
2. 因人才流失產生作業問題，協助增加數位轉型及工具來取代人力不足困境。
3. 持續為會員爭取觀光旅遊業相關的合作資源及溝通。

睽違3年春酒 鳳凰旅遊董事長張巍耀致新春祝福

突破局面創新品牌 邀請貴賓攜手迎接觀光旅遊業新篇章

撰文·攝影／陳妍潔



▲（左起）鳳凰旅遊總經理陳慧真、作業處執行長陳樂強、長榮航空美加歐澳課助理副課長張育豪、客運營業本部副總經理王振興、鳳凰旅遊董事長張巍耀、長榮航空客運營業本部營業部經理林耀熙、美加歐澳課課長翁耀毅、鳳凰旅遊總經理卞傑民。



▲（左4起）中華航空台灣地區行銷協理陳雅妮、台灣地區處長兼台北分公司總經理李宜洲、鳳凰旅遊董事長張巍耀。



▲（左起）鳳凰旅遊經理吳珮瑜、總經理陳慧真、董事長張巍耀、泰國航空經理吳崇瑛、業務部推廣組主任葛曉倩、鳳凰旅遊業務部協理陳勳蘭、經理黃可欣。



▲（左起）鳳凰旅遊董事長張巍耀、土耳其航空銷售營運經理Sinan。



▲（左起）鳳凰旅遊董事長張巍耀、歌詩達台灣辦公室資深銷售經理林耿宇。

鳳凰旅遊為全台首家獲准上市上櫃旅行社，並以「率先看到顧客需求」為宗旨，不斷推出全球各地團體乃至自由行、獎勵旅遊、主題旅遊、郵輪旅遊、親子旅遊、蜜月、高爾夫、台灣旅遊、海外人士來台旅遊等全面且多元化的旅遊產品，行程規劃不斷推陳出新。

即使面對新冠疫情在全球肆虐，鳳凰旅遊亦不斷在艱困的時局下尋求新的突破，並在2020年跨足運動產業，建立全新的健身中心品牌「Fitnxxx」，顯見他們在事業上的企圖心與創業經營能力。同時也在今年國門大開之際，率先推出日本鳥取包機行程，以及7、8、9月歌詩達郵輪，基隆港上船玩日、韓，以及2024南極郵輪精品之旅。

睽違3年再辦春酒晚宴 感謝各方人士支持

過去因疫情阻撓，鳳凰旅遊數度停辦春酒活動，時隔3年終於再度舉辦春酒晚宴，在疫情國門開放之際與員工及旅遊夥伴共同迎接新的觀光旅遊年。晚宴上也邀請樂團與多項精彩活動炒熱氣氛，並安排抽獎環節，抽出多張機票等豐富獎項，以感謝各位員工過去一起共體時艱，並讓鳳凰旅遊在疫情期間仍能繼續推廣品牌理念與創造新的價值。

鳳凰旅遊董事長張巍耀表示，很開心能在睽違3年後再度舉辦春酒活動，並對過去至今所有合作夥伴、旅遊局、航空公司、飯店及各供應商的支持與合作致上誠摯感謝，歷經3年的空轉後很



▲鳳凰旅遊董事長張巍耀舉杯敬祝與會貴賓新春愉快。

開心能與大家歡聚一堂，希望大家能好好享受餐點與活動，並感謝貴賓提供春酒禮品，今後將加倍努力回應大家的信任及支持。最後他也向所有到場貴賓舉杯，並致上兔年新春祝福，期望未來鳳凰旅遊能繼續蓬勃發展。

釜山觀光公社社長李定實邀您重返魅力釜山

全新景點+精彩節慶讓釜山更精采 放眼2023年目標20萬人重返

撰文・攝影／王政 圖片提供／釜山觀光公社



▲釜山觀光公社社長李定實。

釜山是個極富魅力的旅遊天堂，這個韓國第2大的城市，不僅擁有多名列世界前茅的貿易港口城市，更坐擁眾多歷史遺址，加上獨特的美食、充滿海洋氛圍的熱情，因而成為全球無數年輕人喜愛的旅遊勝地。為了吸引更多台灣旅客重返，釜山廣域市、釜山觀光公社（BTO），以及釜、蔚、慶觀光產業代表們特別抵台，並於2/17舉辦「2023釜蔚慶—台灣旅遊同業Travel Connect」，向產業分享最新的旅遊資訊。

釜山觀光公社社長李定實於專訪時表示，台灣是釜山的主要客源市場之一，僅2019年台灣赴釜山的訪問人數便達到26萬人次。因此隨著疫情逐漸趨緩後，釜山觀光公社將投入各類行銷活動加大宣傳力度，舉凡B2B說明會與洽談會、參加ITF、TTE等博覽會，加上攜手旅遊同業、OTA、航空公司舉辦促銷活動，一同為市場加溫加熱，希望能恢



◀（左起）釜山航空台北分公司總經理金承澤、韓亞航空台北分公司總經理姜炳旭、釜山觀光公社社長李定實、台灣虎航經營發展處協理林巧婉、韓國觀光公社台北支社社長李長儀、華航台北分公司營業行銷推廣部營業經理林智義、德威航空台灣營業支店支店長全優贊。

▼釜山觀光公社社長李定實特別與航空公司簽訂合作MOU。

復到疫情前的水準。而對於2023年的訪客人數目標，隨著航空公司不斷加開運力，希望能達到台灣旅客15~20萬人次，全球遊客恢復至150萬人次的水準。

航空運力持續加開 BTO祭出獎勵措施加溫

李定實指出，隨著去年10月中旬台灣開放邊境後，11月份起各家航空公司便陸續恢復台灣—釜山的直航航班，包括11月份的台灣虎航、12月的釜山航空、2023年1月的濟州航空，以及華航即將於3/26首航。隨著運力陸續回升，釜山觀光公社短期期望希望能在今年上半年盡快促使原本有飛釜山的航班恢復，下半年則是能回復到疫情前每天都有航班的狀態。

為了刺激市場回升，釜山觀光公社也特別祭出獎勵措施來支援觀光產業，針對航空公司部分，包機支援至少500萬韓元以上，倘若是首航或是特殊的航班，則能協助歡迎儀式等活動。旅行社部分同樣積極研議中，將針對特殊主題、新穎商品開發等部分，提供相對應的獎勵宣傳。



新亮點持續登場 邀您走訪驚豔的釜山

作為被國家地理雜誌票選為「2023全球最佳旅遊目的地」之一，釜山對於闊別3年的台灣旅客來說絕對格外驚艷，李定實特別推薦旅客能走訪疫情期間新登場的觀光景點或體驗，舉凡Busan X The Sky展望台、海雲台海濱列車、Osiria觀光園區的釜山樂天Adventure、松島龍宮雲橋、廣安里SUP等。此外，今年3/10太宗台將推出全新的戶外汽車電影劇場，7月份則有亞洲最大、佔地千坪以上的沉浸式藝術空間「Arte Museum」，加上持續落成的新飯店，以及知名的釜山國際電影節、BOF同一個亞洲文化節及釜山煙火節等活動加持，絕對能再度吸引無數旅客到訪。

釜山廣域市於疫情期間落成許多新穎的景點與體驗項目，值得旅客一訪



▲Skyline Luge



▲松島龍宮雲橋



▲海雲台海濱列車

常典娜接任瑞士國家旅遊局大中華區主任

推瑞士旅行通行證優惠 體驗絕美列車 台灣市場有望復甦60~65%

撰文·攝影/張偉浩 圖片提供/瑞士國家旅遊局



▲瑞士國家旅遊局大中華區主任常典娜 (Daniela Chiani)。

瑞士擁有壯麗的高山和湛藍的湖泊、美麗的鄉村木屋錯落在山谷間，豐富的自然環境令全世界讚嘆，是許多台灣旅人夢想中的國度。為了喚起旅客對於瑞士的記憶，**瑞士國家旅遊局大中華區主任常典娜 (Daniela Chiani)** 特別訪台，向台灣媒體介紹瑞士旅遊最新景點與趨勢，最特別的是，她的中文老師是台灣人，說了一口流利的中文，更讓人輕易地深刻認識瑞士，未來也將頻繁來訪台灣，與合作夥伴、旅客交流，以更深入了解在地市場需求。

「瑞式」永續旅遊Swisstainable 專注更多永續與自然體驗

在疫情前10年台灣是大中華區瑞士旅遊業增長最快的客源市場，2009年有3萬人次過夜數，到了2019年數字攀升到18萬9千人次，暴增了6倍多，比中國大陸的5倍增長率還要高。雖然疫情讓台灣旅遊市場停滯，2022年與2019年相比萎縮91%，但仍有不少台灣旅客在瑞士開放國境時來訪，前5大目的地包括1.蘇黎世 (Zurich)、2.策馬特 (Zermatt)、3.琉森 (Lucerne)、4.格林德瓦 (Grindelwald)、5.茵特拉肯 (Interlaken)。

常典娜 (Daniela Chiani) 表示，2023年瑞士國家旅遊局將重點放在市場的復甦，到年底計畫將大中華區的回流率



◀艾格快線 (The Eiger Express) 僅需15分鐘即可將客人從全新的格林德瓦纜車總站前往艾格冰川站，甚至通往歐洲之巔。

提升至40~45%，由於台灣豁免申根簽證，有望復甦更快，將達到60~65%，並預計在2025年完全恢復，甚至逐步增長。台灣對瑞士來說是個高質量與價值的客源市場，也期望更加成熟發展，無論是旅遊目的地的選擇多樣化，停留時間更長，甚至是全年分布，無論是春秋冬季，都能持續來訪。為此，瑞士國家旅遊局將推出「Swisstainable (瑞式永續發展旅遊計畫)」是瑞士整體戰略重要支柱，希望在全世界各地推廣專注於永續意識旅行和自然體驗的行程。

瑞士名峰、藝術、美酒 經典且值得一再回味

瑞士以宏偉的高山湖泊聞名世界，經典且值得一再回味，近年來也有一些精彩的新亮點等待旅客來一一發掘。包括多樣的交通與纜車、美術館、博物館，以及許多台灣遊客不常去的目的地和城市，但絕對值得一遊，例如適合滑雪的克萊恩蒙塔納 (Crans-Montana)、瑞士東部的聖加侖 (St. Gallen) 或堤奇諾州 (Ticino)，以及瓦萊州 (Valais) 秘境山谷以其豐富的美食和葡萄酒文化與非凡自然體驗。

★**艾格快線 (The Eiger Express)** 一是最先進的纜車不僅是永續發展，而且僅需15分鐘即可將客人從全新的格林德瓦纜車總站前往艾格冰川站，甚至通往歐洲之巔的道路比以前快了47分鐘！

★**跨越阿爾卑斯 (Alpine Crossing)** 一將於2023年春季開放，該纜車連接瑞士的Klein Matterhorn和義大利的Testa Grigia，途經海拔超過3,000公尺的高空，其中透明水晶車廂裝飾有數以

千計的水晶，為勇敢的旅客提供了壯觀的景觀！

★**黃金列車 (The Golden Pass Line)** 一從去年底開始，黃金列車直接連接茵特拉肯 (Interlaken) 和蒙特勒 (Montreux)，無需在茲懷斯文 (Zweisimmen) 轉車，對於所有年齡層的初訪和經驗豐富的遊客來說都是一大亮點。

★**蘇黎世美術館擴建 (Kunsthaus Zürich)** 一收藏經典藏品和當代展覽，擴建部分由明星建築師David Chipperfield設計，讓建築本身就是一大亮點。(2022年開幕)

★**Plateforme 10** 一博物館區緊鄰洛桑 (Lausanne) 火車站，將3個博物館合而為一，周圍環繞著可愛的商店、咖啡館和藝術空間。藝術愛好者必看！(2022年開幕)

通行證額外增加天數 自駕遊也越來越流行

瑞士您想得到的應有盡有，無論乘坐火車、公共汽車和輪船旅行，都是舒適且永續探索瑞士的最佳方式。瑞士旅行通行證對於來自世界各地的客人來說是一種超值且方便的产品。今年春天，瑞士國家旅遊局將推出促銷活動，額外加贈瑞士旅行通行證的使用天數，可以搭乘瑞士的全景觀列車，例如冰河列車或伯連納列車，絕對都是瑞士的必遊清單項目。另一種越來越流行的好方法則是自駕遊 (包括電動車)，其中瑞士大環遊包括43個頂級景點、22座湖泊和5個阿爾卑斯山口，全程1,600公里，貫穿瑞士全境，自由自在的探索瑞士的每一處角落。

「從心」體驗 檳城旅遊機構舉辦推介會

全新景點、世界8大奇觀 感受現代、古城融合的檳城

撰文／謝旻蓁 攝影／王政 圖片提供／檳城環球旅遊機構



▲（左起）歌手方洞鑛、馬來西亞友誼及貿易中心經濟處處長兼副代表Mrs. Syajaratud Durri Abdullah、檳城州立法議會議長劉子健、檳城環球旅遊機構執行長黃茁原、馬來西亞友誼及貿易中心首席代表何瑞萍、馬來西亞觀光局副處長娜伊瑪荳。



▲（左起）檳城環球旅遊機構執行長黃茁原、歌手方洞鑛。

為推廣檳城觀光旅遊，馬來西亞檳城環球旅遊機構於2/21帶領15家當地業者來台舉辦推介會及晚宴，並邀請檳城出身的歌手方洞鑛為活動獻唱，以「從「心」體驗檳城古城新玩法」為主題，希望台灣旅客重新到訪，感受古城與現代交織的全新檳城。

此次檳城環球旅遊機構帶來全新景點，如浮羅山背、直落巴巷、威省等地，

更介紹8大世界奇觀，期盼民眾一同到訪。檳城環球旅遊機構執行長黃茁原表示，檳城除了是個保有相當多歷史的地方，獨特奇觀也是世界之最，且檳城的喬治城、升旗山，都是擁有聯合國教科文組織遺址所認證的地方，加上130萬年歷史的熱帶雨林，讓民眾可以在這個環島僅需3、4小時的地方，暢遊於自然、都市、古城之間，體驗檳城的多樣風貌。

疫後逐步解封，目前台灣直飛檳城的班機有中華航空及星宇航空，且根據當地政策，入境已不再需要PCR等疫苗接種證明，當地口罩令也逐漸解禁，僅需在公共場所戴上。因此，黃茁原希望能藉由寬鬆的政策，讓旅客入境不再感到困難，以此

增加到訪人數，並透過多元的種族、文化、宗教及美食元素，成為吸引旅客重點之一。



▲世界最高的海拔懸帶橋—烏葉猴樹冠吊橋 Langur Way。

林務局長接任台灣觀光協會聯合會總會會長

捐出101萬做會務基金 盼協會與國際接軌 活絡地方經濟

撰文／謝旻蓁 圖片提供／台灣觀光協會聯合會



▲國內觀光旅遊業界菁英共襄盛舉，齊聚台南白河萬里長城。



▲台灣觀光協會聯合會總會會長林務局長（中）捐出101萬作為會務發展基金，盼與協會齊力拼觀光。



▲台灣萬里長城董事長林務局長（後排左6）成為新任台灣觀光協會聯合會總會會長。

台灣觀光協會聯合會於2/13在台南白河台灣萬里長城影城，召開第9屆第1次會員大會暨理事長交接大會，會中有來自台澎金馬旅行同業公會、各縣市觀光協會及各地商圈總會、觀光工廠、觀光產業聯盟及觀光相關行業人員、海峽交流基金會的共同參與。

經投票由台灣萬里長城董事長林務局長高票當選，成為新任理事長及總會會長，並在會中宣布捐出101萬做為會務發展基金，盼與協會齊力拼觀光。

台灣觀光協會聯合會總會會長林務局長於致詞中表示，21世紀是觀光發展的世紀，協會為與國際接軌，將配合交通部觀光局政策，加強與海外產業界交流，希望以美麗台灣、特色台灣、友善台灣、品質台灣及行銷台灣5大面向，將地方產業、自然生態、文化地景與史蹟等特色資源，推向國際舞台，吸引國外遊客到訪，帶動地方住宿、餐飲、娛樂、藝品與農特產品銷售，促進地方觀光事業發展，活絡地方經濟。

新旅局2024全面復甦

署長潘政志再訪台表達重視

撰文／張偉浩 圖片提供／新加坡旅遊局



▲新加坡旅遊局大中華區首席代表兼執行署長潘政志（中）歡迎更多台灣旅客再次前往新加坡，一起「即刻隨心所往 心想獅城」。

新加坡旅遊局特別重視台灣市場，新加坡旅遊局大中華區首席代表兼執行署長潘政志（Andrew Phua）繼去年10月來台宣傳後，2/17再度來台向台灣旅客招手。他表示新加坡旅遊業在2022年恢復至疫情前水準的33%，國際遊客人數達到630萬人次，超出原先預期的400~600萬人次，預計2024年可望恢復至疫情前水準。未來將會更加積極與台灣的旅行業者、航空公司合作，共同推廣新加坡，讓旅客重新體驗不同的新加坡。

周水美連任總會長

台灣商圈總會辦聯合春酒餐敘

撰文／謝旻蒨 攝影／林秀美



▲（左起）台北市溫泉發展協會理事長林致宇、台北市商圈產業聯合會理事長洪文和、台灣商圈產業觀光發展聯合總會總會長周水美、台灣亞太國際溫泉旅遊協會理事長林致安共同舉辦聯合春酒。

台灣商圈產業觀光發展聯合總會總會長周水美偕同台北市商圈產業聯合會、台北市溫泉發展協會、台灣亞太國際溫泉旅遊協會於2/13聯合舉辦春酒餐敘，並於會中頒發台灣商圈產業觀光發展聯合總會第1屆理監事感謝函，同時也選出第2屆的理監事，由周水美連任第2屆總會長。周水美提到，自2019年接任台灣商圈產業觀光發展聯合總會，至今已超過3年，非常感謝各地方政府長官、公協會理事長、各商圈協會理事長等的支持，希望共同為台灣商圈努力。

凱旋旅遊家族春酒

感謝航司參與 對GIT市場支持

撰文、攝影／張偉浩



▲凱旋旅遊集團董事長項國棟（中）、巨匠旅遊總經理陳榮裕（左2）、巨大旅遊總經理吳永昌（左5）率集團主管們上台敬酒致意。

凱旋旅遊家族包括巨大旅遊、巨匠旅遊、典藏旅遊，在2/17舉辦2023春酒聯歡晚宴。凱旋旅遊集團董事長項國棟開場即對同仁、合作夥伴振呼好久不見。他表示疫情3年真的非常辛苦，當初以為會跟SARS一樣很快度過難關，很感謝公司的同仁配合公司的經營政策，讓集團能在疫情中屹立不搖，更特別謝謝航空公司、旅遊局長官的共襄盛舉，代表他們沒有放棄GIT市場，對凱旋旅遊集團的未來發展，注入一劑強心針。

北觀處「2023掀風潮」

以基隆風、雨為主軸展開活動

撰文／謝旻蒨

圖片提供／北海岸及觀音山國家風景區管理處



▲「2023掀風潮」翻轉北海岸的冬季旅遊印象，邀民眾擁抱風雨。

交通部觀光局北海岸及觀音山國家風景區管理處主辦的「2023掀風潮」於基隆和平島地質公園正式揭幕，現場邀請立法委員、基隆市政府代表、基隆市議會、基隆各公協會代表及在地業者等貴賓到場共襄盛舉。2023掀風潮活動，以基隆的「風、雨」作為主軸，結合在地氣候與文化，翻轉北海岸的冬季旅遊印象，並持續推出冬季北海岸限定的玩法，透過3大展區、水路串聯等活動，展開為期1個月的「2023掀風潮」活動。

觀傳局迎疫後觀光

建立溝通平台 行銷北市觀光

撰文／謝旻蒨

圖片提供／台北市政府觀傳局



▲台北市觀傳局與韓國地接旅行社、郵輪地接社及線上旅遊平台業者交流。

為儘速迎接睽違3年的國際旅客，2023年台北市政府觀傳局馬不停蹄地舉辦2023台灣燈會，且同步進行多場小型旅行業者交流座談咖啡會，向不同市場的旅行業者取經珍貴意見，致力再創新型態活動體驗，吸引旅客重遊台北、愛上台北。觀傳局局長陳淑慧也強調，市府會建立溝通平台、多方吸取業者經驗，對於業者提出的務實建議，都會有積極回應、全力精進，攜手業者向國內外旅客招手，大力行銷台北市的觀光。

「九份紅燈籠祭」上線

新北市觀旅局設置多款打卡裝置

撰文／謝旻蒨

圖片提供／新北市政府觀光旅遊局



▲「九份紅燈籠祭」規劃提燈夜遊活動，將由在地嚮導帶領遊客，走訪蘊藏豐富文化和自然美景的九份山城。

新北市政府觀光旅遊局為因應後疫情觀光發展，吸引觀光遊客回流及促進產業振興，於2/24~3/26首度舉辦「九份紅燈籠祭」活動，於五番坑公園、金山岩等地設置打卡裝置，還規劃提燈夜遊路線，透過紅燈籠打造九份鮮明的旅遊意象，建立在地嶄新亮點，更藉由特色伴手禮的禮盒設計，創造屬於九份獨有的新品牌及產業價值。此外，新北市觀旅局也與九份在地商圈合作推出「新北幣」的優惠方案，盼吸引更多遊客造訪九份山城。



愛 讓我找回溫暖堅強的自己

失家兒自信自立 療癒自己後更願回饋社會

19歲的君君是醫專護理科學生，具備準護理師身份的她，臉上常帶著親切笑容，深受師長同學及醫院病患的好評；然而，陽光笑容背後，君君有著讓人鼻酸的童年陰影，身上還留下一道道自殘傷疤……

君君幼年時父母離異，從此與中國籍生母失聯，父親獨自扛起家計，養活奶奶、君君及有智能障礙的妹妹。君君長相酷似母親，總招來奶奶嫌厭苦待；父親卻因家貧對她寄予厚望，逼著科科都要100分，少一分打一下。缺乏呵護的君君，從小學時以說謊、逃學等偏差行為博取關注，卻只等到父親的責打辱罵。在學校，她不明白同學為何敵意針對，不只分組時排擠她，也經常耳語說她的壞話、撕掉她的考卷…。曾經有新來的老師制止同學們的霸凌行徑，但君君仍難以融入團體交誼。

嚴厲管教逃家街頭遊蕩人生

輔導老師鼓勵君君參加舞蹈表演，當觀眾投以目光，她終於感受到自己存在的價值。然而，隨著年級增長，父親管教愈發嚴厲，老師注意到她身上的血痕，通報社會局，最終只以管教過當不了了之。君君的生活愈發痛苦，一夜裡不堪抽打的她逃出家門，父親沒有追上來，君君卻整夜不敢回家在街上遊蕩，帶著滿身滲血的傷口，她好恨這個世界！升上國中後，同學大多為舊識，君君持續遭受排擠霸凌，她開始有自殘行為，每天都想自殺。父親將君君送去補習班，藉此要求一定要考全班第一名，甚至全校第一名。一天晚上，君君10點離開補習班，她沒有去趕最後一班公車回家，而是茫然遊蕩到便利商店，只要想到父親又會因她書包裡那些非滿分的考卷抽打她，就說什麼也不肯回家。補習班老師開車找到她，將她載到警察



▲君君出席CCSA回顧與傳承團體。



▲參加CCSA生涯定向團體講座，全員合影。



▲君君及mentor夥伴一起分享生活點滴。



▲君君擔任mentor前往少年之家巡迴演講。

局。幾天後，社工到校找君君定要將她帶往安置機構。君君終於鬆了一口氣，父女一分離，就是6年的歲月。

在愛與溫暖大家庭尋回真我模樣

君君來到充滿愛和溫暖的機構大家庭中，學習舞蹈、太鼓、繪畫、攝影，這是她第一次可依喜好選擇，不再過著被安排、使喚的生活。她與同儕們建立姊妹般深厚的情感，每當有院生為她留一份好吃、好玩的東西，都感動不已，這是過去在原生家庭從未有過的對待。朋友建議她「多笑」，她意識到自己過去一直端著臭臉防衛這個世界，「學笑」對她來說很難，但當接收到同學的友善、老師的稱讚、醫院病患的感謝，她開始卸下心防，做一個愛笑而溫暖的女孩，君君說：「我發現，這好像才是我原本的樣子。」

目標成為護理師 回饋社會鼓勵後進

6年後，爸爸以監護人身份來為辦理

離院手續的君君簽名，為女兒即將從醫專畢業感到欣慰。「成為一名護理師」乃是君君依從自己的真心，選擇一條能夠回饋社會的路。在CCSA的協助下，君君積極規劃並展開半工半讀的自立生活，醫專生的課業與實習相當繁重，課後還須打工，幸有CCSA提供經濟和物資補助，讓她能專注於課業，成績優異的她不斷獲得學校獎學金的肯定；經歷生活的挑戰入住CCSA自立宿舍，百忙中也受邀擔任Mentor向還在育幼院的學弟妹分享自立經驗。

君君在Mentor巡講中強調「時間管理」的重要，提醒院生要平衡半工、半讀時間，努力讀書拿到好成績，除了獲得獎學金減輕壓力，也能為出社會後的專業能力打下良好基礎。君君總帶著陽光笑容鼓勵學弟妹：「想清楚，然後好好過生活。」一次巡講結束，CCSA社工告訴大家君君真的很努力，她頓時潸然淚下，經過一路風雨，在許多人陪伴扶持下，她終於長成一個更好更堅強的自己，迎向不完美但處處有良善的世界。

社團法人 中華育幼機構兒童關懷協會

瀏覽官網：蒐尋CCSA「中華育幼機構兒童關懷協會」
勸募字號：111年度衛部救字第1101364147號

一、請捐款支持「失家兒自立」事工～
銀行：台北富邦 永春分行（銀行代碼#012）
帳號：620-102613471
郵政劃撥：19741137
戶名：社團法人中華育幼機構兒童關懷協會
匯款後請來電：(02) 2378-8585 #204

二、請以愛心碼 #1717，「捐發票，送愛心」
與CCSA一起一起扶助自立青少年穩定生活！
三、請線上捐款～贈「限量版悠遊卡」
CCSA官網”單筆線上捐款滿2000元”，即獲贈
「CCSA 20周年限量紀念版—失家兒悠遊卡」乙張！



敬請踴躍
分享&參與～伸援手，
讓失家兒也有未來！

笑中取經再成長 旅遊路上帶團軼聞精選

beach或bitch、snake或snack、cement或semen 外語發音出洋相

透過母語導覽解說，是導遊的本份，若需要以外文做翻譯，在音階、音節與字意的轉換和拿捏上，更需要格外留意，常言道：不怕丟臉才能成長出類拔萃，從錯誤中學習吸取經驗，內化為自身內涵而成為本事。

【憶當年】

回首60年來的英語養成與對話交流，加上成為國際導遊帶團的路上，其中有許多點點滴滴，此時思及也不禁莞爾。在中文與英文切換解說上，還真有過不少出洋相的回憶。多年來個人在職場上，以華語英語帶團，曾經出過許多笑話，其中「英文洋相」出得特別多，細數其中回味無窮，至今年屆80多歲，洋相已經少了許多，偶爾仍會再突槌。

英語導遊 留意發音與音階

在導覽解說上，作為一個英語導遊面對每一次國際旅客的導覽解說，在英文解說時要特別留意音階！如果面對英語系國家，英美、紐澳、加拿大的國際旅客，英語隨便講都會懂，但若來自北歐、中非、東南亞、越南、泰國等非英語系國家地區，就不一定啦！

一趟八天、十天的旅程，每天朝夕相處，有很多的生活經驗分享、日常趣事都是導遊與團員間增添感情的橋樑，而每到一個景點或故事，都要提前準備，也因為是自學英文，沒有語言教學系統或條理，經常為了一個故事結構、字彙發音傷腦筋，這正是需要格外留意之處。從單字的發音，句型段落整理，因而產生不正確說法，更無法理會文法對錯了，造成不少笑



▲認真導遊帥氣專注。

話，出盡洋相，確實會讓國外嘉賓留下種種印象，也會造成台灣導遊素質提升的影響。

作為一個英文導遊要正確發音，注意重音的音階在前或在後，基本上超過三個音階的字彙盡量少用，最多兩個音階，口條發音上比較有把握，比如：Learning disability（學習障礙或學習困難）、advisability（明智的）音階比較長，就可盡量少用。

記憶中，曾經帶團到太魯閣時，途經台泥、環球水泥工廠，此時即需要介紹東部成為台灣礦業中心的典故，過往的礦產幾乎都在「水金九」、東北角，水泥產業也遍佈左營高雄地帶，後來遷移至東部，成為礦業中心。水泥產業可隱藏著單字笑話呢，東部的「水泥」，cement（水泥）、semen（精液），一不小心發音抓不精準，就帶來哄堂大笑的錯誤笑話。

前後音節抓不准 同音不同意 超尷尬

其實美國英語也有很多外來語，法語RSVP（邀請函），Restaurant（餐廳）來自法語發音；中文wind and water（風水），風水就是風水，直接講出來；日語卡啦OK、拉麵，短音長音之間，就要



留意。記住：千萬不要把beach（沙灘）讀成bitch（婊子），snake（蛇）和snack（夜市小吃）發音，就特別要請同儕留意長短音；另外，一個句子的結構語法要注意，例如吃飯前，午餐、晚餐前提醒客人要不要使用刀叉，「Do you use (need) knife and fork for dinner or lunch」刀和叉順序，不是叉和刀，否則又鬧笑話，就此，有一次就差點被一位英國太太很生氣的殺了！

另一個洋相，則是音階的運用。某次帶到美國團客人時，遇到一位很棒的美國領隊，兩人合作無間，將團員照顧妥妥當當，在車上時想說點什麼為這位領隊道謝時，卻因為音節的疏忽，將important（重要的）講成impotence（陽痿），瞬間讓場面尷尬，只好以幽默自嘲回應緩解。



▲與貴賓合照於忠烈祠。



▲到訪阿里山，於奮起湖吃便當。

土耳其11天

NT **43,900**起 第2人減
減3,000

線上旅展 4/04.15.18.24 5/02.09

埃及10天

埃及尼羅河遊輪10天

NT **59,900**起

4/17.24 6/12.19.26

中東古文明系列

土耳其11天 ▶ 5/22.30 6/06.09.13.17.27 \$ **54,900**起 早鳥減3,000

東歐系列

奧捷斯匈10天 ▶ 4/16.30 5/07.13.21 6/04.12.18 \$ **75,900**起 早鳥減3,000

克羅埃西亞+斯洛維尼亞10天 ▶ 5/13 6/12 \$ **84,900**起 早鳥減3,000

中西歐系列

荷德比法10天 ▶ 4/14.22 5/06.20 6/03.17 \$ **77,900**起 早鳥減3,000

南歐系列

義大利10天 ▶ 4/04.11.18 5/02.18 6/15 \$ **69,900**起 早鳥減3,000

西葡12天 ▶ 4/16 5/07 6/11.25 7/08.22 \$ **92,900**起 早鳥減3,000
8/05.12.19.26 9/02.16.23

南義西西里、馬爾它、塞浦路斯15天 ▶ 4/13 5/03 \$ **148,900**起 早鳥減3,000

南法西葡+摩洛哥18天 ▶ 6/04.18 7/09 8/13 \$ **149,900**起

北歐系列

北波波8國15天 ▶ 3/22 5/24.31 6/21.28 \$ **134,900**起 早鳥減3,000

北歐冰島五國13天 ▶ 5/04.11.18 6/01 \$ **164,900**起 早鳥減10,000

北歐冰島北角五國15天 ▶ 5/26 6/16.23.30 \$ **219,900**起 早鳥減10,000



友泰旅遊

www.lux-holiday.com

電話 (02)2563-6119

傳真 (02)2521-0963

友泰國際旅行社 交觀綜2175 品保北1605

產品價格時有調整
請以實際報價為準