

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2023.10.02 出刊 每週一發行

VOL. 773

美食、美景、音樂

交織出最美的樂章



2023 農鄉食藝

秋水農情 · 浪漫漁鄉餐桌登場



在地美食、迷人景致交融 完美演繹雲林山海平原的動人時刻



將雲林的美好濃縮在餐桌上 2023農鄉

完美演繹「從產地到餐桌」 專業料理團隊、品牌主理

位於雲嘉南濱海國家風景區的最北方，有個優美的金湖休閒農業區，這裡坐擁著夕照、水鄉、田園、美食等多元旅遊特色，加上自行車道遊憩路線與豐富的濕地景觀，成為近幾年旅遊市場最吸睛的旅遊目的地。



▲在各界的推動下，「2023農鄉食藝—秋水農情、浪漫漁鄉餐桌」於9/27完美落幕。



▲(前排左8起)雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會營運經理蔡云嫻、交通部觀光署雲嘉南濱海風景區管理處處長陳煜川、農業部農村發展及水土保持署台中分署分署長陳榮俊、飛雀餐桌謝宜澂與團隊合影。

致力將在地風光呈現給旅客的雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會，在農業部與雲林縣政府的輔導下，攜手交通部觀光署雲嘉南濱海風景區管理處、勞動部勞動力發展署雲嘉南分署、口湖鄉公所、口湖農會、梧北社區發展協會、梧南社區發展協會、雲嘉南濱海產業文化觀光協會、雲嘉南觀光圈等單位，於9/27假口湖鄉梧北社區梧園三合院隆重推出「2023農鄉食藝—秋水農情、浪漫漁鄉餐桌」。

在微微秋風吹拂下結合著優美的音樂演奏，透過飛雀餐桌、口湖魅力農店服務團隊的精心操刀下，將在地最具代表性的物產一一入菜，成為一道道令人驚豔的美食，搭配社區宜人且靜謐的優美風光，成功將當地最迷人的元素通通濃縮在餐桌之中。

現場除了各個輔導單位的局處首長、縣市政府都到場支持外，活動也特別邀請深耕於國旅的萬商旅行社總經理朱永達，期盼藉由其對於國旅的專業性與操作策畫，帶領更

多旅客到訪口湖鄉。

雲林縣政府城鄉發展處處長林長造表示，此次餐桌舉辦的地點一梧北社區近幾年不斷提升，在各單位的協力之下，已逐漸成為台61觀光廊帶的亮點之一，甚至獲得營建署認證為社區營造示範點。特別感謝雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會營運經理蔡云嫻及團隊的全力推動，讓雲林在地的社區不斷被各界看見，尤其近年來打造「跟著小雨燕去旅行」的社區營造模式，已建立良好的根基，加上植梧滯洪池景觀生態、口湖遊客中心免費自行車騎遊資源的串聯，已吸引不少遊客參訪旅遊。縣府也將持續在地方進行各項軟硬體的加強與改善，相信未來必能帶動整個雲林濱海區域旅遊的觀光發展。

雲林縣政府農業處科長高建平表示，美景搭配美食最能吸引旅人的到訪，口湖鄉在金湖休閒農業發展協會等單位的推廣下，已逐漸成為休閒觀光的旅遊首選，尤其透過此次餐桌的舉辦，也讓各界看見當地發展的無

限潛力。

過去長期於在地耕耘、輔導的**農業部農村發展及水土保持署台中分署分署長陳榮俊**也特別受邀蒞臨此次餐桌，他表示，過去服務於南投分署時積極推動「秋天跟著海風去旅行」，一起在徐徐的秋風下，邀請旅人能以最舒服的方式看見最優美的秋景、美食。也因此，看見過去陪伴的農村夥伴們，共同打造如此令人驚豔的餐桌格外感動，將雲林豐饒物產與觀光魅力發揮到淋漓盡致。

交通部觀光署雲嘉南濱海風景區管理處處長陳煜川表示，食農小旅行與分眾旅行已逐漸成為現今觀光旅遊的重要成分，而雲林擁有豐富的觀光資源值得各界挖掘，也期許在各單位的推廣下，能將此次的餐桌逐漸發展成系列性、常態化的旅遊體驗，將更能抓住旅客目光。

雲林縣口湖鄉鄉長李龍飛也指出，非常感謝在地的團隊積極推廣下，將口湖鄉的旅遊特色不斷挖掘，隨著邊境重啟後國際參

完美演繹從產地到餐桌 口湖鄉特色全面呈現



食藝—秋水農情、浪漫漁鄉餐桌精采亮相

人、社區協會齊心協力 成功將在地的的美好濃縮於餐桌中



▲雲林縣政府城鄉發展處處長林長造。



▲雲林縣政府農業處科長高建平。



▲農業部農村發展及水土保持署台中分署分署長陳榮俊。



▲交通部觀光署雲嘉南濱海風景區管理處處長陳煜川。



▲雲林縣口湖鄉鄉長李龍飛。



▲雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會理事長陳玄茂。



▲雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會營運經理蔡云嫻。



▲農業部農村發展及水土保持署台中分署分署長陳榮俊（左4）與部落客合影。

訪團的需求暴增，他也多次率隊前往各國參訪，也期許在各界協助下讓口湖鄉的旅遊豐富度持續向上提升，逐漸成為國際的參訪首選。

雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會理事長陳玄茂表示，協會在農業部長期的資源輔導下，透過雲林縣政府農業處的推動協助，將休閒農業區的觸角延伸至跨域串聯，不但結合了雲嘉南濱海風景區的產業人文、生態景觀，也在勞動部勞動力發展署雲嘉南分署的人力資源挹注下，創造了青銀共生的就業平台，讓地方增加不少就業機會。此外，農政單位輔導設立的魅力農店，也讓小農及跨域的產業商品有一處共同展售的據點，協會將持續做好跨域整合的工作，如同

此次在跨域架構下呈現的餐桌活動便是最佳案例，將雲林山海平原的人與物作了一個美好的演譯。

集結在地之力 打造令人驚豔的餐桌

雲林縣口湖鄉金湖休閒農業發展協會營運經理蔡云嫻表示，活動結合雲林在地子弟謝宜澂所創立的飛雀餐桌，參與的品牌包括御鼎興、阿財圓圓、月光下、小黑農、雲嵩農園、媽祖埔豆腐張、建國眷村、魅力農店甘苦人等單位，成功將食材結合餐桌美學融入在地景觀。值得一提的是，此次推出的餐食葷、素皆宜，希望在中秋佳節來臨前，透過活動的辦理留下人、文、地、產、景的記

錄，也希望在美麗的秋陽下讓賓客體驗農鄉的美好。

為了將口湖鄉的美好轉化成味覺饗宴，此次的餐桌菜色豐富多元，舉凡涼拌蘿蔔紫蘇、素三絲、蔬果鰻鰻、和風鮮蝦、黑胡椒玉米筍、黑米大阪燒、蔬食打拋豬、黑金蘿蔔糕、天貝燒、西瓜綿虱目魚、味噌蕃茄香菇麵、松露野菇燉麥、花雕雞、臭豆腐鍋、臭豆腐滷味、文蛤雞湯、烏魚子鳳梨酥、飛雀包、古坑檸檬愛玉、雙色粉粿、黑米蛋糕、台式紅茶醬油布蕾、小麥黑豆茶、黑米拿鐵、桑椹香草水果醋飲，道道都是在地品牌參與人親手料理。如此色香味俱全的餐桌，讓參加農鄉食藝小旅行的遊客及獲邀與會的賓客們都給予高度的讚賞。

走進梧北社區 感受靜謐、純樸的美好風光



從梧北社區的產地到餐桌 看見台灣韌性觀光的無限潛力

全面整合在地各產業鏈 將精緻與質感2大關鍵導入農村旅行
部會宜加速整合、引導在地產業與觀光對接 達到「越在地越國際」

隨著出遊的門檻越來越低，人們對於旅遊的內容與要求便越發挑剔，過去常規的走馬看花行程在當今旅遊市場已無法滿足大眾，反而開始出現為數眾多、對於旅遊高度追求特殊性與體驗性的旅人，如行之有年的食農小旅行，便在過去幾年來開始獲得廣大關注，本週封面故事的「農鄉食藝」，便是個絕佳案例。

一個中南部常見到不行的偏鄉小鎮，一個老式的三合院空地，一個再尋常不過的鄉間生活搭配著南台灣獨有的爽朗天氣，卻因為一群人的加入而開始不同。在農業部、雲林縣政府等單位輔導下，由口湖鄉金湖休閒農業發展協會攜手眾多單位通力合作，選擇了梧北社區作為舞台，一起將這個中南台灣最常見的風景線賦予了新面貌。

除了將已盛行多年的「產地到餐桌」模式作為基調外，令人驚豔的是活動之中的「精緻度」，主辦單位透過在地青年所創立的專業外燴團隊親自操刀，將來自雲林各鄉鎮青農品牌進行加工，一道道代表著家鄉味的美好料理上桌，加上花藝師的精心設計、在地樂團帶來的美妙音樂，加上徐徐的晚風與一輪明月，瞬間讓農家樂的層級進行了大躍進。

值得注意的是，活動中所不斷強調的重點在於「在地性」，從在地青年所創立的農特產品牌，到專業的團隊進行分工、提升整體質感，到燈光、音樂、鮮花擺盤帶來的多重感官震撼，達到了真正的「越在地卻越國際」。

其實近幾年來這種充滿質感的餐桌並不少見，在疫情期間更有許多單位試圖將餐桌的整體質感進行提升，如日月潭觀光圈聯盟便曾在去年攜手幸福果食共同創辦人一簡家旗一起推動「稻田裡的餐桌計畫」，即使餐桌的售價不菲，卻依舊創下亮眼的成績單。

農業過去是台灣在國際的代名詞之一，至今仍有許多縣市仍以龐大的一級產業獲得「農業大縣」的美譽，然而如何將這一項優勢與觀光完美整合，成為台灣「韌性觀光（Resilience Tourism）」的一環，仍有賴農業部與交通部觀光署等單位持續腦力激盪、不斷創新。

翻開國際的案例，日本隨著通過「農山漁村活性化法」等法案後，積極進入農村活化的築底工程，包別與國土交通省觀光廳簽訂「農業觀光合作促進協議」共同帶動遊客走進農村；同時透過生鮮農產品直送農民超市的模式，將產品打造成伴手禮，吸引觀光客選購與走進產地，甚至透過政策將產品導入郵輪碼頭與機場，進一步抓住國際客目光。

同樣積極進行農村轉型的韓國，在「建立一個宜居農村」農村政策的主軸下，以振興農業旅遊作為策略，積極開發農業六級產業化等增值服務，將自然、文化、民俗轉換為觀光發展資源，透過大小型農協超市的平台，將農產品導入餐廳與學校，不僅利於在地農村展，亦能成為吸引國際旅客走進農村的關鍵。

農村旅遊，是以農業作為載體的新形態旅遊模式，由於每個農村社區的性質、特色各有千秋，反而能孕育出專屬於自己的旅遊特點與魅力。隨著觀光署的升格，同時也確定將朝著擴大農業部在內的「3部2會」合作、將台灣的觀光資源進行整合，豐富旅遊體驗的內涵。於此同時，民間單位也應該在農業觀光上不斷挖掘特色、提升質感，讓田野餐桌能更具品質、細緻，真正成為體驗者的享受，而不是單單為了豐富旅程獨特性的「將就」，民間、主管機關的雙管齊下，我們可以樂觀預期農業在內的台灣「韌性觀光」將不斷蛻變出新貌，成為觀光的新興競爭力。

專訪|Sabre亞太地區銷售副總裁Brett Thorstad

暢談疫情後航空旅遊自動化趨勢

AI和NDC成為旅遊業疫情後復甦的關鍵技術打造個性化旅遊新體驗

撰文·攝影/張偉浩

疫後台灣旅遊市場穩步復甦，儘管尚未達到大流行前的水平，但與2022年相比，乘客人數已大幅增加。台灣旅客出遊以東南亞的復甦最為強勁，佔比約72%，日本和韓國佔58%，中國大陸為37%。根據Sabre先啟資訊數據顯示2023年第3季度的座位數同比增長15%，10月份同比增長19%，也顯示了旅遊需求的強勁。《旅奇週刊》獨家專訪Sabre亞太地區銷售副總裁Brett Thorstad，暢談Sabre如何利用「人工智能與自動化」實現智慧型票價及優化銷售，節省旅遊從業人員的工作內容，簡化流程、提升銷率。

人力不足？Sabre有辦法實現非接觸自動服務

Sabre亞太地區銷售副總裁Brett Thorstad表示，隨著疫情結束，旅遊需求開始回升，但許多旅行社面臨的挑戰之一是人力資源的不足，無法應對大量業務，因此，如何讓工作流程更有效率？「自動化」絕對是最重要的關鍵。Sabre提供Automation Hub、Ticket Express、自動換票、自動退票的技術，減少旅遊業者的工作量，在不增加太多人力資源的情況下處理更多的業務，可以通過系統進行處理，是目前最熱門產品之一。例如PNR預訂、狀態檢查或時間更改，無論最初在何處進行預訂，Ticket Express實現完全非接觸式定價和票務處理，幫助旅行業者的客戶在每筆交易中節省至少5分鐘的處理時間。

Sabre與Google強強合作開發一系列智能產品

除了提高效率，Sabre也關心旅遊產業如何增加收入。為此，Sabre通過與Google的合作，開發一系列具有潛力的人工智慧（以下簡稱Travel AI）產品，透過Travel AI不斷從消費者行為模式中學習，幫助旅遊企業製造更多收入機會。第一個技術是針對航空公司的「Retail Intelligence」，航空公司可透過此項技術，使用Google AI/ML（Machine

Learning，機器學習）功能構建，幫助自動定價、個性化和打包優惠；Air Price IQ根據旅客和市場即時動態定價機票；Ancillary IQ則是透過各種輔助技術，進行動態定價來支援附加服務自助選購策略。

另一個「Lodging AI」的主要功能是幫助業者在旅程中找到替代飯店，當飯店售罄或不符合搜索條件時，可提供多達20種替代選擇。此外Lodging AI還可以用於追加機票預訂，當旅客透過線上工具預訂機票時，它可以在事後向旅客推薦飯店選項，特別是在亞太地區，與機票一起銷售的飯店數量相對較低，這將是一個巨大增加收益的方法。

2023是NDC繁忙年為旅客創造延伸體驗

談到Beyond NDC（New Distribution Capability，新分銷能力），NDC不是系統、數據庫或軟體，而是以XML進行資料傳輸及數據交換的標準。Brett Thorstad表示，這是一個令人興奮的技術，目前全球成千上萬的代理商已通過Sabre啟用NDC功能，以處理航空公司與旅行社間複雜的數據，讓航空公司得以零時差發布最新票價及票規予旅行社，使旅遊供應商和賣家能夠處理零售、分銷和執行越來越個性化和動態的報價。為旅客創造更多的延伸體驗，並為參與Sabre各項解決方案系統的旅行相關同業擴大了商機。

而NDC對Sabre來說是現代銷售的推動關鍵，也是航空業最大的戰場，2023年更是最繁忙的NDC年，Sabre與芬蘭航空、美國航空和聯合航空宣布今年開啟合作，加速推進卡達航空，並與國泰航



▲Sabre亞太地區銷售副總裁Brett Thorstad。

空加強合作關係，以及漢莎集團的4家航空公司，未來都將採用Sabre NDC技術，讓他們在航空產業中保持優勢。

NDC將在5年內成為主流仰賴各產業緊密結合

Brett Thorstad強調，未來如果一家旅行社或是航空代理商不使用NDC，他們將可能會錯失一些銷售機會。雖然NDC不會突然轉為主流銷售能力，而是一個漸進式的過程，現階段需要同時使用傳統方式和NDC。但如果把NDC想像成一個組合鎖，航空公司、代理商、旅行社、旅客都是轉盤，必須同時轉到正確的位置才能打開鎖，因此各層面的大力合作至關重要。為此Sabre鼓勵所有的旅行業合作夥伴思考自己的NDC策略，以及如何實現目標。Sabre未來也會持續提升技術和創新，幫助旅行業提高效率、增加收入並提供更好的服務。並致力於連接航空公司、旅行社和旅行者，以確保他們都能受益並滿足彼此的需求。



EUROPE | 歐洲專題

02 **將雲林的美好濃縮在餐桌上
2023農鄉食藝—秋水農情、
浪漫漁鄉餐桌精采亮相**

EDITORIAL | 旅奇社論

04 **從梧北社區的產地到餐桌
看見台灣韌性觀光的無限潛力**

HOT NEWS | 當週要聞

05 **專訪 Sabre亞太地區銷售副總Brett Thorstad
暢談疫情後航空旅遊自動化趨勢**

AIRLINES | 航空飛訊

07 **台灣虎航舉辦「SCI自助報到系統」說明會
阿聯酋航空致贈月餅 與旅客歡慶中秋**

HOT NEWS | 當週要聞

08 **陳盛山看新加坡藉由時尚與觀光的整合
致力邁向亞洲時尚之都行列**

**永信旅遊遷新址、開新店 看準桃園發展潛力
設立分公司強化在地服務**

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

12 **龐洛·卡地亞號 榮耀一身法國頂級精品
深入日本南方群島隱世天堂 錯過即絕響**

TAIWAN | 探索台灣

14 **搶攻泰國旅客來台觀光 台休農邀請
泰國國際先生擔任台灣農遊親善大使
西拉雅管理處率領山海戀觀光圈夥伴
赴日行銷 展現里山里海之美**

2023桃園萬聖城於10/21~31隆重登場

桃「原」電商新視界！原民產業轉型新商機

實踐永續概念 理想大地《慢食光饗宴》結合花蓮特色

坐擁山海美景的九號咖啡—石城館開幕

2023東北角貢寮鮑開採祭暨料理比賽登場

HOT NEWS | 當週要聞

23 **蟬聯5年！菲律賓穩坐亞洲最佳潛水目的地寶座**

JAPAN | 和風日本

24 **關東近郊購物首選 深谷花園PREMIUM OUTLETS®**

TRADE TALK | 旅業大小事

25 **思覺失調 轉彎後的美麗雲彩
與國際交流 桃園舉辦2023世界客家博覽會
有一種驚喜叫韓國 找尋你的韓國心發現！
DOMO集團進軍熊本 瞄準台積電進駐效益**

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

總編輯／王政 John Wang
資深採訪編輯／張偉浩 Kevin Chang
採訪編輯／謝旻蓓 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
資深專案經理／楊詩涵 Ginger Yang

設計部 Art

設計主任／林洋正 James Lin
資深設計／葉美君 Mei-Chun Yeh
資深設計／劉靜宜 Satefanie
資深設計／林芳存 Tina Lin

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

旅奇週刊

TRAVEL RICH

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

專業人的在地 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

台灣虎航舉辦「SCI自助報到系統」說明會

預辦登機節省等候時間 集中處理團體報到潛在問題

撰文·攝影／陳妍潔



▲台灣虎航即將推出團體自助報到系統，特舉辦「SCI自助報到系統」說明會。



▲台灣虎航營業銷售部業務組組長莊璧蓮（左1）、專員李為豪（左5）與說明會有獎徵答獲獎者合影。

隨著科技不斷進步，智慧化的生活已融入生活之中，航空服務也漸趨科技化，讓旅客能更加便利暢遊各國。近幾年航空公司開始推出自助報到，旅客可在表定起飛時間前48至2.5小時內，於網路上預先辦理登機手續後，即能至專屬櫃檯領取登機證與托運行李。自助報到系統讓旅客得以避開報到櫃檯的尖峰人潮，省去不少等候時間，為讓團體旅客也能同享此服務，台灣虎航預計在

今年9月底或10月初推出「SCI自助報到系統」，並舉辦說明會與業者做意見交流，期望能持續優化系統，並向旅客多加推廣自助報到的便利性。

自助報到系統申請流程為：1、輸入PNR及姓名；2、選擇報到項目，點擊自助報到；3、選擇報到航班；4、確認上述資料，並勾選確認後下一步；5、選擇回程航班；6、上傳旅行證件（護照）；7、確認加購項目；8、填寫Email，即可

完成自助報到。需特別注意的是，目前預辦登機後無法做取消，且座位將由系統直接分派，選位則需另外加價，未來台灣

虎航也會持續更新，提供預辦登機可做取消等功能。團體自助報到是由領隊操作全團，因此領隊需具備流程熟悉度，才能順利應對報到過程中可能發生的問題。然而自助報到系統不僅能減少旅客排隊時間、快速通關，增加逛免稅商店等自由時間外，還能集中處理報到過程中可能會發生的問題，確保團體成員皆能順利報到完成。

阿聯酋航空致贈月餅 與旅客歡慶中秋

10/29起A380客機執飛台北—杜拜 可享頭等艙舒適高級服務

撰文／陳妍潔 圖片提供／阿聯酋航空



▲阿聯酋航空將在中秋期間，贈送特製紅豆月餅給杜拜飛往台北的EK366航班上旅客。

阿聯酋航空與台灣旅客同慶中秋佳節！為了歡慶象徵豐收的中秋節，阿聯酋航空特於杜拜飛往台北的航班上為所有旅客送上特製月餅，希望能以這項特別獻禮，讓旅客在飛抵台灣前，即可在空中感受濃濃的家鄉味。中秋節在亞洲許多國家皆為重要且受歡迎的節日，也是人們慶祝、感謝大自然

賜予豐富收成的時刻。在台灣，中秋節也代表家人至親團聚、共享佳餚或於皎潔月光下烤肉共樂的美好時光；造型圓潤的月餅則有月圓人團圓、和諧與團結的意涵，更是親朋好友間相互贈禮、同慶佳節

不可或缺的重要象徵。

阿聯酋航空特於9/29~30的中秋假期間，為搭乘EK366航班自杜拜飛往台北的旅客，準備了充滿鬆軟紅豆沙餡的

月餅，讓旅客能與機上美饌一同享用，用細緻口感的好滋味為飛行增添綿密鄉情。同時，搭乘阿聯酋航空從杜拜飛往新加坡、香港、廣州、北京、上海和吉隆坡的旅客，亦能於航程中享用此份特別獻禮。作為引領業界的國際航空公司，阿聯酋航空在不斷創新、提升產品與服務之際，亦將世界各地的傳統文化納入考量，以持續提供飛悅卓越的飛行體驗，與全球旅客歡慶每個特別時刻。阿聯酋航空目前以2艙等A380客機，營運每日1班的台北—杜拜直飛航班，並將自10/29起改由3艙等A380旗艦客機執飛，台灣旅客可再次享受屢獲殊榮的頭等艙私人套房和機上沐浴水療服務。

阿聯酋航空杜拜—台北班次

航班	路線	出發時間	抵達時間	機型	總計航程
EK 366	杜拜—台北	03:40	16:15	Airbus A380-800	8小時35分鐘
EK 367	台北—杜拜	23:35	04:20+1	Airbus A380-800	8小時45分鐘

陳盛山看新加坡藉由時尚與觀光的

新加坡國際企業發展局、新加坡標新局、新加坡旅遊局相互整合扮演

當週要聞

HOT NEWS

中華科技大學航空運輸管理研究所教授

陳盛山



作為亞洲名列前茅的經濟體，新加坡一直以強勁的經貿發展享譽全球，雖僅有數百萬人口與狹小的腹地，卻能憑藉著高度國際化傲視亞洲各國，不僅列為高收入的代表，更成為觀光大國。即便如此，新加坡仍不斷透過不同元素的導入，積極帶動該國的觀光乃至於經濟的提升，如「時尚產業」便是新加坡的突破口之一。



▲藉由時尚產業的扶植，新加坡已成功將時尚觀光發展成為該國重要的經濟挹注之一。

根據新加坡旅遊局統計，新加坡旅遊業在2022年已恢復至疫情前的33%，國際遊客人數達到630萬人次，超出原先預期的400~600萬人次目標，旅遊業收入則達到138億~143億新幣，恢復疫情前2019年收入的50~52%，在今年國際旅客持續增長的支持下，預計新加坡旅遊業到2024年可望恢復至疫情前水準。

然而，一般人很難把新加坡和時尚產業畫上等號，尤其當時尚產業大多偏重於歐美國家，4大時尚之都更由巴黎、倫敦、米蘭、紐約等城市長期壟斷，時尚產業彷彿都是遠洋國度的專屬名詞。

然隨著經濟版圖不斷向亞洲傾斜，越來越多邁入現代化的亞洲國際城市，也開始虎視眈眈被歐美大國壟斷已久的時尚之都寶座，力爭成為亞洲最具話語權的時尚城市，經貿高速發展的新加坡便是其中一個強大的競足者。

中華科技大學航空運輸管理研究所教授陳盛山表示，作為島國的新加坡因為人力、資源皆有限，因此國際化成為

該國的唯一出路，而觀光便是讓新加坡急速發展的最佳通渠之一。依靠著國內強勁的國際金融、國際物流作為利基，加上新加坡旅遊局等政府部門在內的大力支持，新加坡透過多年來時裝週的舉辦，已經逐漸將「亞洲購物天堂」與該國畫上等號，也成功讓時尚與觀光相互激盪出最佳火花。

先天條件加持 成孕育時尚的搖籃

如此前所述，新加坡除是全球公認極具競爭力的經濟體之一，也是最開放多項有利於貿易發展政策的國家，在這樣環境帶動下，自然使得新加坡成為旅客熱愛的「免稅天堂」。

剖析新加坡的國內生產毛額（GDP），近7成由服務業所領軍，其中零售以17.6%位列大宗，其餘則有商業服務、金融保險、運輸庫存等二級產業占據3成，而該項佔比中又以22%的製造業為首，從此不難看出，零售與製造對於新加坡的重要，而這也成為該國邁向時尚購物天堂的

重要利基。

3大官方單位積極推動 加速新加坡時尚產業發展

一個產業的興盛，脫離不了政府這雙強而有力的巨手扶持。根據統計，自1998~2007年期間，服裝的貿易總額成長30%達到60億新幣；於此同時，2007年赴新加坡的旅客在購物產值達到35億新幣，佔總支出35%，其中時尚服飾與配件佔整體旅遊購物的30%，不難看見該市場的龐大潛力。

有鑑於自身對於零售、製造的高度佔比，加上新加坡政府意識到時尚、觀光、購物這個完整產業鏈將帶來的重大挹注，因此在2008年起，由新加坡國際



▶位於新加坡樟宜機場的星耀樟宜Jewel Changi Airport，是旅客購物的絕佳選擇之一。

整合 致力邁向亞洲時尚之都行列

後盾 搭配新加坡時裝週舉辦 有效帶動該國時尚產業國際能見度

撰文·攝影／王政



▲新加坡時裝週 (SGFW) 已成為聚集亞洲時尚產業人才的重要盛事

企業發展局 (IE Singapore)、新加坡標新局 (SPRING Singapore)、新加坡旅遊局 (Singapore Tourism Board) 3個機構齊心協力下，開始長達10多年的時尚產業躍進之路。

為了確認產業的需求，除了委託專業機構查詢與研究，也與產業鏈進行協商，以此找出產業的需求，進而透過政府的輔導策略促使自身的產業能與國際相互競爭，進而產出更多本地設計師，同時吸引仍在找尋國際能見度的亞洲設計人才，進而讓新加坡成為時尚、設計、採購等產業的最佳搖籃。

此外，3大機構亦各司其職、相互扶持，新加坡標新局主力在於協助在地品牌與企業強化時尚競爭力；新加坡國際企業發展局則向國際紡織與服飾公司等目標客群，展示該國的時尚產業特性，而新加坡旅遊局則是在旅遊推廣的同時，在國際觀光客心中建立時尚的品牌形象，同時將在地時尚產業藉由行銷



通路向世界擴散。

讓時裝週成為最佳平台 2009年起AFF成為時尚代名詞

時裝週可謂一個城市能否穩步邁向時尚之都行列的關鍵，能否吸引到海量的鎂光燈、能否被國際認可，都影響著世人對於該國時尚產業的定位。新加坡在過去有2大時裝活動，包括1988年起登場的時裝週 (Fashion Connection)，以及新加坡旅遊局於2001年推出的亞洲時尚交流會 (AFX)，兩者皆為年度性的時裝貿易活動，前者獲得奧迪汽車的冠名贊助後，改為「新加坡奧迪時裝節 (AFF)」；

而後者則是在新加坡旅遊局支持下，積極將新加坡定調為東南亞的時尚之都為目標。

隨著新加坡標新局宣布AFX於2010年起成為新加坡的代表性活動，並將整合AFF於其中，與貿易展、時尚產業會議高峰會、時裝設計師大賽等3大盛事，合併成AFX的時尚產業「四本柱」。透過AFX的舉辦，不僅有效帶動新加坡於國

際時尚產業的能見度，也讓時尚購物有效與觀光結合。

至2015年起，該項活動則更名為「新加坡時裝週 (SGFW)」，已成為聚集亞洲時尚產業人才的重要盛事，有效將新加坡本土與國際專家整合，進而奠定新加坡於亞洲時尚產業的話語權。

時尚與觀光相互契合 讓新加坡成為最佳旅遊天堂

雖然新加坡時裝週 (SGFW) 於2017年進入最後一屆，後續操辦權交還給新加坡紡織時裝聯合會 (TAFF)，後續新加坡政府也陸續推出「2023新加坡兒童時裝週」等活動，但整體時尚與觀光的風氣已逐漸成形。為了讓觀光能與時尚相互結合，新加坡旅遊局長期在國際宣傳時，亦將時尚列為重要元素之一，將其與遊程、自然、科技、傳統相互串聯，邀請到訪的旅客深度感受購物樂趣。如新加坡旅遊局的官方網站中，便貼心為旅客安排了1日的購物指南，或是長達3天2夜的採購之旅，遊程之中除了能探訪歷史文化街區，亦能在熱鬧的烏節路進行採購，或是到當地居民最喜愛的商場走訪，以及訂做專屬的手工製品等，都有效的展現出新加坡的購物多元性。

而觀光與時尚的相互結合，自然也創造了巨大的經濟效益。根據統計，2019年該年度僅旅遊購物的收入便達到56.4億新幣，而到訪的旅客中有高達45%在時尚產品與配件的花費最多。雖經過疫情的侵襲，但在2022年仍為新加坡帶來27.8億新幣的收益。

陳盛山指出，為了打破時尚之都長期由歐美壟斷的局勢，亞洲各國的指標性城市無不積極舉辦時裝週，期盼藉此吸引國際時尚產業的能見度，進而帶動採購、觀光等週邊效益的產生，如新加坡時尚週所帶動的採購，便能創造巨大的經濟產值。然而其中最關鍵之處，仍在於政府如何扮演強而有力的後盾，才能帶動產業的整合、政策有效的輔導，進而帶動該國的國際能見度，讓時尚真正成為觀光的助力之一。



▲新加坡烏節路是喜愛血拚的旅客朝聖地之一，亦在新加坡旅遊局的積極推廣下，成為購物天堂。



永信旅遊遷新址、開新店 看準

台中分公司重「心」出發 進駐市中心深化



永信旅遊以長程線產品深耕直客市場數10年，疫後再經由全新團隊接手，將品牌注入全新活力，各線產品部門亦更加完備，服務品質不斷提升。為讓產品能匯集更多同業，永信旅遊持續拓展新點，在臺灣重要的出入境樞紐桃園成立分公司，並將台中分公司擴大搬遷至市中心，期望能將服務擴及全台。

永信旅遊董事長
黃士元

永信旅遊團隊在各部門都擁有相當豐富的業界經驗，扎實的基礎與面對市場的靈活應對，讓永信旅遊在疫後能迅速調整，強化旅遊產品與服務。此外永信旅遊以創造同業間共榮、共利、共享為宗旨，各分公司發展與服務亦貫徹此精神，與在地旅行社業者建立良好互動關係，攜手迎接疫後旅遊產業復甦。

受限供需問題 旅遊市場尚未全面恢復

距離台灣解封已逾半年，永信旅遊董事長黃士元指出，現仍有許多人對於出遊保持觀望態度，因此整體旅遊市場目前僅

恢復約6成左右，加上今年機位供不應求，票價高漲也連帶降低出境意願。而在疫後台灣旅客出境旅遊目的地首選仍以日本為大宗，在東南亞方面越南則因其產品售價和特殊旅遊地，吸引不少旅客做選擇，旅客行程體驗回饋亦十分良好。

不過在歐洲線方面雖然相對較早開放，然而其人力短缺問題也讓價格呈15~20%漲幅，下半年更因飯店及租車公司資源銳減，更不利團體出遊，供不應求加上價格高漲也導致赴歐旅遊人數減少。在美加地區則因航線尚未恢復完備，台灣飛往美國班機可說一位難求，團體客相對較難取得機票。反觀在中東方面由於直飛航班供應量大，杜拜與土耳其產品供給陸續恢復，有望在明年更加回穩。



▲永信旅遊台中分公司經理江玲玲。

台中分公司遷新址 門市再擴大

永信旅遊台灣分公司搬遷新址至台中中區，同時擴大工作環境，以「重『心』出發」作為口號，期望在疫後以用心的品質，與同業站在同一陣線，攜手創造永信旅遊與同業、直客間的三贏局面。永信旅遊台中分公司經理江玲玲表示，新公司位處市中心，便捷交通讓服務同業也更加快速便利。加上總公司擁有經驗豐富的團隊與充沛資源，將永信旅遊的打下扎實的根基，也讓分公司同仁都能有足夠的發展空間，為在地同業提

供良好的服務品質。

江玲玲提到，由於台中出團人口平均年齡層約在50歲以上，擁有穩定的經濟基礎，因此未來會針對此客群規劃出休閒、短期旅遊等。同時因應大型公司網路客戶增加，客戶年齡層亦漸趨年輕化，之後也會規劃更多具靈活性、深度旅遊之產品，並貫徹永信旅遊共榮、共利、共享的企業理念，讓台中分公司成為與同業間相互交流、合作的重要平台。

地址：台中市中區成功路155號 電話：(04) 2213-7676

桃園發展潛力 設立分公司強化在地服務

同業連結 開闢桃園深耕桃、竹、苗區域旅遊業者合作

撰文·攝影/陳妍潔 圖片提供/永信旅遊



▲開幕現場熱鬧非凡，一同見證台中分公司「重『心』出發」。



▲永信旅遊台中分公司搬遷新址，與總公司團隊合影。



▲永信旅遊在桃園新成立分公司，期望深化與在地業者之連結。



▲(左起)桃園市旅行公會理事長呂中豪、永信旅遊董事長黃士元、永信旅遊桃園分公司經理鄭秋明、易遊網桃園分公司經理楊方。



▲桃園分公司以「夢想——從這裡開始」作為口號，期望幫所有旅客一圓完美的旅遊夢。

著力在地化服務 異業結盟共享資源

黃士元表示，永信旅遊相當注重員工工作環境，因此將台中分公司搬遷新址，將店面擴大化，期望能給予團隊夥伴舒適的辦公空間，進而提升產品與服務品質。為力求增展更在地化的服務，永信旅遊亦持續拓展分公司，並看準桃園具航空工程與位處藝文特區之優勢，極具發展潛力，因此近期在桃園新設立分公司，以深化桃園、新竹與苗栗等地區旅遊同業之服務，

未來亦計畫在桃園中壢、新竹、彰化與台南成立分公司，深耕在地、建立與同業間的信賴關係。

除持續深耕全台，永信旅遊亦秉持著與同業間共榮、共利、共享的原則，在疫後恢復舉辦旅遊講座，積極分享自身資源，未來更計畫透過同業或異業結盟的方式，擴大共享資源。此外永信旅遊旗下同業品牌如「阿聯假期」、「洋洋得意遊」等，都能針對同業特定需求給予值得信賴的服務品質，鞏固旅遊同業的客源，攜手達到資源互利共享的目標。

桃園展新店 「夢想從這裡開始」



▲永信旅遊桃園分公司經理鄭秋明。

桃園不僅是銜接台灣出入境旅客的重要樞紐，近期更陸續開發出藝文特區，展現其經濟發展巨大潛能。**永信旅遊桃園分公司經理鄭秋明**指出，以往台北總公司幾乎承包北部所有業務，在設立桃園分公司後，不只能協助總公司在桃、竹、苗地區之業務，還能就近服務同業，給予更及時、更緊密的合作關係。而桃園分公司位處藝文特區2期，擁有很多的住戶，鄰近的藝文特區3期也正在開發中，因此社區型的居民旅遊也成為重要客源。

鄭秋明表示，永信旅遊在長程線已有扎實根基，現亦持續發展出日韓、東南亞、海島度假等多元遊程，未來朝向做不同的行程變化吸引年輕客群選擇跟團，如開發半自助跟團，在行程安排更加彈性，有別於傳統團體旅遊的走馬看花，反而保留更多時間深入體驗當地風情，藉此吸引年輕族群選擇。而新成立的桃園分公司以「夢想——從這裡開始」為口號，期望能將此信念落實在地客戶，為旅客找到最理想的行程，一圓遭疫情受阻3年的出境旅遊夢。

地址：桃園市桃園區大興西路二段198號 電話：(03) 286-3899



PONANT

郵輪趨勢報

CRUISES TREND

龐洛·卡地亞號 榮耀一身法國頂級精品

百威旅遊2024/3/23限定起航 推出8天東洋亞馬遜、探索南方



想要體驗法式奢華生活方式及精緻餐飲，遊歷別出心裁的航線，從另一個角度看世界，開啟海上奢華探險之旅！或是深入日本南方群島鮮為人知的隱世天堂、島嶼秘境，一次蒐集閃著夢幻藍的海域。如此美的意境只有百威旅遊推出的「龐洛郵輪卡地亞號8天～東洋亞馬遜、探索南方秘境之旅」航程，才能一次透視。還可以在春暖花開的季節，上岸延伸「京阪神花見賞櫻11天之旅」，將在2024/3/23限定起航，錯過即成絕響。

◀龐洛郵輪卡地亞號是2022年10月下水的新型探索郵輪。

唯有探索型郵輪 才能帶您解鎖世界秘境

龐洛郵輪旗下小型高科技環保郵輪以「小即是美」為精神，探險型船隊僅配置92間艙房，打破一般人對豪華郵輪愈大奢華的迷思，適合喜歡悠閒或私人聚會的私密空間，已在高端郵輪市場蔚為風潮。此外，除了船上多元的頂級享受，探險型郵輪亦提供豐富登陸活動，小而美的噸位可停靠大型船隻無法造訪的港口，擁有專屬使用權，可解鎖人跡罕至的世外桃源，為觀光郵輪打開絕無僅有的新視野，引領全球奢華探險新風尚。



▲船尾提供小型遊艇，便利旅客探訪更深入的島嶼秘境。

◀在龐洛郵輪上，法國餐高水準的視覺與味覺盛宴，天天呈現！



▲廣闊的戶外甲板區，讓旅客可以自由體驗各式海上活動。



法式精髓陳設 聚集10大法式奢侈名品

卡地亞號由法國知名設計師Jean Philippe Nuerl打造，優雅放鬆的灰與白絕妙搭色艙房，柔和自然原木將溫尚典雅的法國美學，發揮到淋漓盡致，為航程留下絕倫記憶。龐洛也與各領域頂尖法國知名品牌合作，期許賓客於海上續享法式輕奢。像是客房中寢具用品，使用的是致力於設計、織造室內裝飾織物的Pierre Frey織品；備品則是有「沐浴界愛馬仕」美名的Diptyque；為您準備的茶包，是法國5星級飯店標配的PALAIS DES THS（茶宮殿）；頂級皮件品牌Bottega Veneta則將其經典編織工藝帶進郵輪生活中，如小羔羊皮抱枕就是出自BV之手！還有迷人舒服的香氛為Fragonard，一次囊括10大奢侈名品，帶領旅客走入法式典範。

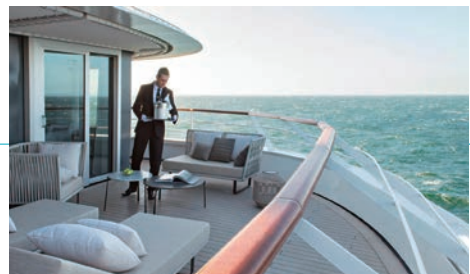


▲卡地亞號由法國知名設計師Jean Philippe Nuerl打造。

▶舒適奢華的個人浴池，可將廣闊的海景一覽無遺。



▶如果想要悠閒的在房間露台享用Room Service也不成問題。





撰文／張偉浩 圖片提供／百威旅遊、本刊圖庫

深入日本南方群島隱世天堂 錯過即絕響

秘境 11天延伸京阪神花見賞櫻之旅 感受日法風情交織的獨特航程

難以到達的秘境6島 歷時6年探勘規劃

龐洛郵輪歷時6年探勘規劃，帶領旅客深入日本南方群島鮮為人知的隱世天堂、島嶼秘境，唯有搭乘具小型遊艇優勢的卡地亞號，可一次蒐集透著夢幻藍光的海域，以及一般行程難以到達的秘境6島，像是度假天堂石垣島、世外桃源竹富島、世界自然遺產西表島、終極之浜絕景久米島、座頭鯨會洄游的座間味島、珊瑚島喜界島，探訪完整保留原始風貌，亞熱帶自然生態寶庫。

此外，每逢日本賞櫻4月初滿開期，機票飯店都是一位難求。跟著從海上追櫻，不但季節剛好，海上行程結束後，旅客也能從海上一路延伸到日本本島，保證入住《京都千酒店》、《大阪希爾頓》等頂級飯店，讓旅客一次盡覽京阪神3地賞



▲宮古島川平灣迷人的Tiffany藍，讓人陶醉。



▲海上旅程結束後，剛好可以銜接日本櫻花祭。圖為大阪城櫻花盛開。

櫻名所，包含京都醍醐寺、蹴上傾斜鐵道與南禪寺策、嵐山渡月橋、二條城，大阪萬博公園、大阪城，神戶櫻花百選夙川河川敷綠地，讓旅客徜徉在春櫻的花花世界。

美好法國生活體驗 就從講究細節的法餐開始

龐洛郵輪提供24小時美食免費享用，或是想在客房內隨點Room Service Menu，從前菜、主餐、甜點、雞尾酒、烈酒、香檳、葡萄酒都任您選擇！從您登船的那一刻起，整個航程中的任何時段，都「無限暢飲」服務。

此外，郵輪上餐廳由摘下18顆米其林星星的傳奇主廚「Alain Ducasse」所經營的《Ducasse Conseil》，打造經典法國料理，將法餐美好生活，傳遞海上C'est la vie！讓旅客天天享用法國餐高水準的視覺與味覺盛宴。另外還有名氣勝過藍帶的Lenôtre，在法國人心中是精緻甜點和餐廳的代表；由Lenôtre所出品的長棍麵包、三明治麵包和特色麵包天天新鮮出爐。下午茶

時刻，也可以品嚐Ladurée的馬卡龍，啜飲一口Palais des Thés，讓優雅氛圍蔓延開來。或是來口Jean-Yves Bordier波迪的手工奶油、Lenôtre selection雷諾特甜點和麵包，都讓旅客盡享法式甜點的活力與迷人香氣。

值得關注的是，法國官方排名中，位列第1等（Premier Grand Cru Classe）的5大酒莊之一的「拉圖酒莊」，在龐洛郵輪上的限定酒單上CHATEAU LATOUR，或是Charles Heidsieck哈雪香檳都可以無限暢飲。還可配上法國KAVIARI晶鑽魚子醬，提升舌尖味蕾的絕妙滋味。



▲精緻的法式料理，讓旅客每餐都有驚喜。



▲Alain Ducasse所經營的《Ducasse Conseil》，打造經典法國料理，將法餐美好生活，傳遞海上C'est la vie！



▲餐廳由摘下18顆米其林星星的傳奇主廚Alain Ducasse，設計料理。



▲法國KAVIARI晶鑽魚子醬，提升舌尖味蕾的絕妙滋味。

龐洛郵輪卡地亞號

基本資料

- 船籍：法國
- 建造年份：2022年10月下水
- 總噸位：9,976噸
- 總長度：131公尺
- 總樓層：7層
- 客人甲板：5層
- 賓客數：168人
- 服務人員：118人
- 醫務室：1間
- 負壓隔離病房：1間
- 緊急隔離艙房：1間



▲藍眼（The Blue Eye）酒吧位於水下，可以欣賞神秘的海底世界。



特殊資料

- 餐廳：全景餐廳（Le Nautilus）設有酒窖、燒烤餐廳（Grill Restaurant），可俯瞰泳池甲板、酒吧：主酒吧（Main Lounge）、全景酒吧（Panoramic Lounge）、藍眼（The Blue Eye）酒吧：位於0層（水下），可容納40名乘客。
- *於基本酒單上的酒精、非酒精飲料，無限享用；另可加購《Pass Premium》，享用更多品項飲品。
- 劇院：1座，可容納188人
- 休閒：與CLARINS™ 合作的水療中心：按摩和護理室、美容室KÉRASTASE／巴黎歐萊雅髮廊 免費使用桑拿、健身房（白天開放）
- 通訊：全程免費提供WIFI服務

◀舒適愜意的開放休憩空間，就算不下船來本好書也相當適合。

百威旅遊 02-2772-3388



搶攻泰國旅客來台觀光 台休農邀請

行程走訪多處台灣農遊場域 體驗各式各樣的主題農遊、休閒



▲泰國國際先生與農業部農村發展及水土保持署、台灣休閒農業發展協會代表長官，以及冬山良食農創園區、香草野園、藏酒酒莊、飛牛牧場、頭城休閒農場等業者合影。



▲(左起)台灣休閒農業發展協會秘書長游文宏、農業部農村發展及水土保持署產業創新科科長廖麗蘭、產業發展及休閒組組長楊欣佳、台灣休閒農業發展協會理事長徐文良、泰國顧問高偉淳。

泰國為東南亞及東協成員國當中第2大的經濟體，也是台灣觀光重點市場。根據交通部觀光署的統計，今年1至7月來台旅客數達215,424人次，預估2023全年有機會突破40萬人次，與越南、菲律賓同列為東南亞新興市場的超級潛力股，且年輕自由行族群的占比極高。為持續爭取泰國旅客來台，台灣休閒農業發展協會邀請5位泰國國際先生擔任「台灣農遊親善大使」，並且來台獲頒授證、參訪宣傳，向泰國民眾呈現台灣農遊的多元及魅力。

透過高人氣及良好形象 讓台灣農遊族群年輕化

作為國際選美賽的常勝軍，每1位泰國國際先生，總能引發全民高度關注；透過其高人氣及良好形象，透過多樣的社交媒體平台宣傳，勢必能為台灣農遊在泰國旅遊市場創造熱潮回響。台灣休閒農業發展協會此次共邀請5位泰國國際先生來台，分別為前3名得主，以及2位前10名高人氣國際先生，並特邀韓國友誼先生、台灣友誼先生一起體驗4天3夜的行程，行程走訪多處台灣農遊場域，體驗各式各樣的主題農遊、休閒農場及品嚐農村美食等，並將親身感受到的台灣農遊氛圍及趣味，與泰國民眾分享，吸引更多泰國旅客來台體驗農遊魅力。



▲農業部農村發展及水土保持署產業創新科科長廖麗蘭(左)，品嚐泰國國際先生與業者合力完成的料理，並給予評分。活動也由知名泰國知名KOL娘娘擔任主持人。



▲(前排左5起)台灣休閒農業發展協會秘書長游文宏、農業部農村發展及水土保持署產業創新科科長廖麗蘭，與台灣休閒農業發展協會、泰國國際先生、韓國友誼先生、台灣友誼先生合影。

泰國先生與業者攜手 完成廚藝競賽 氣氛歡樂

9/27的授證儀式，特別選在頭城休閒農場舉辦，包含農業部農村發展及水土保持署產業發展及休閒組組長楊欣佳、台灣休閒農業發展協會理事長徐文良等貴賓均到場，親自頒發「台灣農遊親善大使」證書。活動當天，泰國國際先生也以「農村廚房」的方式，偕同冬山良食農創園區、香草野園、藏酒酒莊、飛牛牧場、頭城休閒農場等業者合力完成廚藝競賽，在歡樂氣氛中學習及認識台灣農村道地好滋味。

台灣農遊與泰國國際先生，就像溫厚樸實的農人與摩登時尚的少年，乍聽很衝突、卻又意外的協調，看似傳統、卻又充滿希望活力。如此特殊的搭檔組合，隱含著農業新思維及與世界同框的意涵，讓台灣農遊產業與泰國更親近，深入泰國年輕朋友的心中，吸引他們來台灣農場一探究竟。



▲(左起)頭城休閒農場業者、泰國國際先生合影。



▲(左起)泰國國際先生、冬山良食農創園區業者合影。



▲(左起)飛牛牧場業者、泰國國際先生合影。



▲(左起)香草野園業者、泰國國際先生合影。

撰文·攝影／張偉浩 圖片提供／台灣休閒農業發展協會

泰國國際先生擔任台灣農遊親善大使

農場及品嚐農村美食 透過社群平台宣傳吸引年輕旅客目光



▲農業部農村發展及水土保持署產業發展及休閒組組長楊欣佳（左4）頒發5位泰國國際先生擔任「台灣農遊親善大使」。



▲農業部農村發展及水土保持署產業發展及休閒組組長楊欣佳（前排左5）與5位泰國國際先生、韓國友誼先生、台灣友誼先生，以及冬山良食農創園區、香草野園、藏酒酒莊、飛牛牧場、頭城休閒農場等業者合影。



▲農業部農村發展及水土保持署產業發展及休閒組組長楊欣佳在活動中致詞。



▲泰國國際先生與冬山良食農創園區、香草野園、藏酒酒莊、飛牛牧場、頭城休閒農場等業者合力完成美味料理。



▲（左起）泰國國際先生、韓國友誼先生、藏酒酒莊業者合影。



▼「台灣農遊親善大使」在頭城農場體驗放天燈。

農業部農村發展及水土保持署產業發展及休閒組組長楊欣佳表示，農業部一直在進行農業交流與合作，與泰國之間有非常密切的關係。未來台灣的休閒農業也希望能夠不斷擴展，讓國際旅客知道，來到台灣不僅僅是參拜龍山寺或行天宮，或是品味饒河街夜市。實際上，台灣有許多其他值得參觀的地方。加上台灣是一個特殊的海島國家，經歷了多種不同族群的結合，帶來了多元文化，因此農業部也需要努力加強文化和產業歷史，以繼續發展農村地區的產業特色。

疫情過後，台灣的休閒農業已經開始重振，農業部也進行了許多轉型努力。除了成熟的香港、新加坡和馬來西亞市場以外，泰國和韓國也是我們非常重視的市場；也期許台灣遊客也應該成為一個重要目標。我們希望每年台灣人出遊10次時，有一半的時間能夠前往農村旅遊，鼓勵大家認識台灣農村，珍惜在地生產商品，並



▲「台灣農遊親善大使」在水月藍鯨魚寮一博魚體驗。



▲新峰農場的葡萄樹下「台灣農遊親善大使」與自己採摘的葡萄拍照。

用金錢支持當地產業的發展，以維持農村社區的繁榮。此外，我們也希望吸引國際遊客來台灣體驗農村遊，1千萬名國際遊客，其中一半會前往農村地區，體驗當地的文化和美景。

這不僅僅是農業部的責任，而是所有業



▲泰國、韓國及台灣先生代表與花露休閒農場老闆大合照。



▲新社百菇莊二代導覽解說農事體驗。

者、媒體和台灣人民的共同努力，讓更多人認識台灣的農村、產業和文化，並且符合當今全球對於地方永續、產業永續和文化保存的趨勢。農業部期許與泰國合作，並借助泰國國際先生的力量，進一步推廣台灣的休閒農業。



西拉雅管理處率領山海戀觀光圈

傳遞山海戀旅遊概念 2大觀光圈泥漿溫泉、獨特美



▲交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能（前排左4）率領西拉雅、雲嘉南2大觀光圈共14位業者拜訪日本，透過參訪在地DMO組織與拜會日方組團社，積極爭取山海戀旅遊的國際能見度。



▲山海戀考察團拜訪墨田區觀光協會，體驗相撲文化的發源地。



▲交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能（左）致贈紀念品給予墨田區觀光協會。



▲交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能（左2）與美好伊豆創造中心代表團合影。



▲（左起）H.I.S總公司營業本部長有田浩三、交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能。



▲（左起）美好伊豆創造中心常務理事林田充、交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能。

橫跨嘉義、台南的西拉雅風景區坐擁多座知名水庫，不僅是南台灣重要水資源的區域，轄區中也擁有許多知名景點，深受旅客喜愛。隨著邊境解封後，西拉雅風景區管理處便積極爭取國際觀光客到訪，為此處長徐振能特別於9月下旬攜手雲嘉南、西拉雅2大觀光圈組成的「山海戀」業者一起造訪日本，透過參訪當地的DMO組織、拜會當地最大組團社等，希望將台灣獨特的山海景致與產業文化魅力傳遞給日方，而在地之便利交通、獨特風光、歷史、美食等，都深獲日方業者讚嘆，期盼能在雙方合作下吸引更多日籍旅客到訪。

交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長徐振能表示，此次管處攜手14位在地業

者前進東京行銷，目的除了希望將山海戀極具競爭力的觀光亮點傳遞給日本組團社了解外，同時也讓觀光圈的夥伴們能有機會實地考察，借鏡DMO組織的起源是如何運作、推廣，以此強化台灣觀光圈的整體競爭力。

走訪在地DMO組織 強化山海戀行銷能力

DMO (Destination Marketing Organization, 目的地行銷暨管理組織)，最早可追溯到19世紀歐美發展的「目的地服務 (destination services)」，其目的是將區域內的百工百業進行整合，並與觀光結合、提供在地競爭力，進而創造觀光效益。台灣於疫情期間開始推動觀光圈政策，便是參考國際DMO的概念進行推動。

而亞洲市場最具代表性的DMO便是日本，自2015年日本觀光廳推動後，嚴格的審核制度與政府扶持下，短時間發展出數量

驚人的DMO組織，也因此成為此次西拉雅觀光圈、雲嘉南觀光圈的「山海戀」最佳取經對象。

如橫濱便拜會了黃金町，在管理中心事務局次長西倉潔的帶領下，考察團參觀了過去二戰時期原本當地所充斥的紅燈區，在橫濱市府與非營利組織「黃金町管理中心」的共同努力下，不僅將在地的閒置空間承租轉為工作室、商店、咖啡館等，亦打造藝術工作室邀請國內外藝術家駐村，帶動整體轉變。

而靜岡的DMO組織「美好伊豆創造中心」，則是將伊豆半島上的城市與城鎮進行串聯，希望藉由鄰近首都圈的優勢，將伊豆的美好展現給世人。美好伊豆創造中心會長暨三島市市長豐岡武士特別指派常務理事引導考察團，針對在地的觀光亮點進行分享，尤其當地隨著日本最長的大吊橋「三島Sky Walk」落成後，長400公尺、高70公尺的吊橋成為盡情眺望富士山美景的最佳觀賞點，

撰文／王政 圖片提供／交通部觀光署西拉雅管理處

夥伴赴日行銷 展現里山里海之美

食、製鹽文化、豐富美景等多元亮點成功驚豔日方



▲在黃金町管理センター事務局長西倉潔（前排左3）的帶領下，考察團深度探訪黃金町如何從過去紅燈區轉變為創生中心的模式。



▲考察團特別拜會日本大型旅行社之一的H.I.S總公司。

成功吸引大批國內外旅客前往朝聖，美好伊豆創造中心也成功整合在地觀光業者、導覽解說人員等，加上將在地物產入菜等創意方式，成功帶動在地觀光效益，成為DMO組織的典範。

第3個DMO則是走訪日本著名的墨田區觀光協會，這個於2009年成立的觀光組織，以代表子孫昌盛的葫蘆為意象，更將在地的相撲文化融入於觀光圈中，在協會理事長森山育子的引導下，考察團也深入墨田區探訪。由於首屆相撲比賽便是於1768年於墨田區兩國的惠光院所舉辦，至此成為相撲文化的發源地與代表區域。旅客能在導覽解說下參訪相撲銅像、紀念手印等代表景點，以及欣賞年輕相撲選手充滿活力的訓練，更能品嚐到相撲火鍋等在地代表美食，深度體驗相撲的文化與魅力。

徐振能強調，藉由DMO的參訪，印證了觀光圈成員應密切合作才是成功的關鍵，山海戀匯集了2大觀光圈的亮點，彼此成員如

能有效串連、以自身優勢相互拉抬，自然能發揮加乘的效果，將雲嘉南3縣市的山海觀光向上推升。

拜會日本代表性組團社 積極行銷山海戀之美

除了參訪DMO組織增加觀光圈成員們的經驗外，徐振能亦率領考察團拜會日本大型旅行社之一的H.I.S總公司營業本部長有田浩三等團隊，這家於1980年創辦的老字號品牌在全球70個國家、163個城市設立了271個據點，在全日本亦有263個門市，是日本海外旅遊、自由行的重點成為引領日本旅客進入南台灣、走進山海戀的關鍵。

由於該旅行社的主要幹部鮮少到訪過雲林、嘉義、台南等地，加上出團也大多集中於台北101、阿里山、日月潭等代表性景點，因此對於南台灣的觀光資源相對陌生。然而在徐振能的親自簡報下，H.I.S團隊對於

山海戀東京考察團

NO	名前	職務
1	徐振能	交通部觀光署西拉雅風景區管理處處長
2	林憲堂	台南市西拉雅觀光產業協會理事長
3	侯春男	台南市南寮農村文化產業協會理事長
4	曾界崇	雲林縣馬蹄蛤主題館館長
5	蔡云珊	雲林縣金湖休閒農業發展協會營運經理
6	翁廷芳	台灣觀光休閒產品聯盟協會理事長
7	洪志堅	台南市春院子民宿負責人
8	林明賢	嘉義縣中埔觀光發展協會理事長 台南市梅嶺神秘氣場負責人
9	陳啟宗	台南市馬沙溝觀光休閒協會理事長
10	蔡岳靖	嘉義縣Night Out Village美式漁村負責人



山海戀的在地觀光資源與亮點十分驚豔，也期待能在觀光圈夥伴的安排之下親自前往踩線體驗。

徐振能特別指出，過去日本旅行社大多認為團體行程延伸到中南部天數便會延長，但在高鐵的便捷串聯下，旅客其實僅需短短1個多小時便到嘉義，然後快速體驗山海戀的山海景致與在地人文風情，行程能控制在3天2夜。

尤其雲嘉南與西拉雅各自擁有的獨特魅力，加上有情感連結的八田與一紀念園區、關子嶺的泥漿溫圈，或是雲嘉南沿海累積百年歷史的製鹽文化，乃至於芒果冰等日本人難以抗拒的強大美食，還有南部獨有的人情味等誘因，都將是吸引日本旅客的觀光亮點，也期待在此次的參訪拜會下，讓更多日本旅客看見專屬於雲嘉南里山裡海的觀光美景。

撰文／謝旻蒨 圖片提供／桃園市政府

2023桃園萬聖城於10/21~31隆重登場

「可以吃的萬聖節」為主題特色 搶先開箱5款原創角色



▲2023桃園萬聖城將於10/21~31在藝文廣場盛大登場。

桃園一年一度的搞怪盛事「2023桃園萬聖城」將於10/21隆重登場，活動今年邁入第4屆，市府不僅特別擴大規模舉辦，更將期程拉長至10/31止，規劃為期11天歷年最長的萬聖節活動，目的就是讓所以大小朋友玩得盡興，一路嗨到萬聖節！此次活動將把桃園藝文廣場化

身成「魔幻廚房」，讓民眾體驗最好吃的萬聖節，同時現場還會有許多豐富活動，萬聖變裝演唱會、萬聖變裝大賽、電音派對、萬聖踩街、舞台親子活動及各式主題市集等，邀請全台民眾到訪桃園度過歡樂又驚喜的萬聖節。

5款原創角色6座必拍藝術 等你一同來體驗

此次萬聖城活動以「可以吃的萬聖節」為特色，特別準備5位搞怪可愛的原創角色貫穿主題，分別有喜歡躲在棺材裡睡覺、最喜歡吃棺材板和大溪豆乾的貪吃「阿財吸血鬼」；愛吃麵食所以把麵條捆在身上、迷戀龍岡米干的「麵麵木乃伊」；喜歡四處拍照踩點魔幻咖啡廳、甜點系網美的「泡泡糖女巫」；台灣最夯QQ球、調皮又可愛的「QQ南瓜球」；最後是熱愛吃龜山水果乾的「阿乾殭屍」。這5款角色都各自代表桃園的熱門食物，以寓教于樂的方式，帶更多民眾認識桃園代表性美食。另外還會獨家製作萬聖城的特色餐點，以及透過AR濾鏡與鬼怪們互動玩樂，都將讓民眾留下難忘的萬聖節回憶。

活動現場設置6座萬聖節必拍裝置藝術

術，「吸血鬼血紅之屋」、「彩虹女巫咖啡屋」、「木乃伊中餐廳」、「南瓜萬聖QQ球」、「萬聖小屋」及主舞台「貪吃大嘴巴」，廣邀民眾一起變裝打扮入場，相約體驗魔幻氛圍，享受邊拍照打卡邊大啖美食當網美的樂趣！

精彩可期的活動內容 讓桃園夜夜都精彩

「2023桃園萬聖城」已成為桃園指標性活動之一，今年也因應疫後解封趨勢，擴大規模舉辦並打造多項主題活動，讓不同客群都有豐富的萬聖節體驗。活動期間週一至週五將會設計不同的特色主題之夜，假日則會舉行「萬聖節變裝大賽」和「踩街大遊行」，以及全台唯一的「萬聖變裝演唱會」，同時每天晚上還會有精采的展演動畫，種種精彩的活動內容，將讓桃園這11天夜夜都精彩，邀請民眾一同到訪桃園，享受視覺與聽覺的雙重饗宴，讓桃園化身全台最嗨萬聖節嘉年華會！活動開始時間為平日下午17:00至22:00；假日中午12:00至晚間22:00，詳細活動資訊請持續關注臉書「樂遊桃園」(<https://reurl.cc/DAzr5Q>)查詢。

6座萬聖節必拍裝置藝術，絕不能錯過！



★貪吃大嘴巴（主舞台）



★吸血鬼血紅之屋



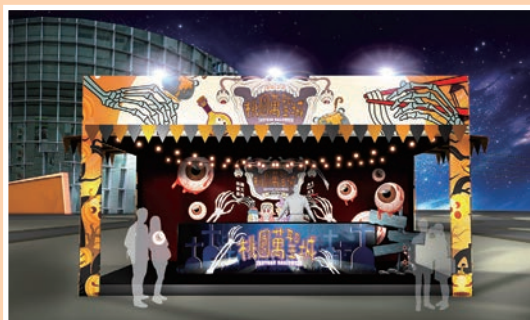
★彩虹女巫咖啡屋



★木乃伊中餐廳



★南瓜萬聖QQ球



★萬聖小屋

撰文／謝旻蒞 圖片提供／桃園市政府原住民族行政局

桃「原」電商新視界！原民產業轉型新商機

輔導10家原民業者上架跨境電商 將原民特色推向全球市場



▲桃園市政府於9/26舉辦「桃原電商新視界－原住民族商家銷售平台上架及亮點形塑成果發表」記者會。



▲桃園市市長張善政。

桃園市是台灣的國境之門，不僅擁有16個原住民族的多元首善之都，同時也是全台都會區原住民居住的第1大城。為讓桃園市的原住民族人及業者，能增加疫後的消費模式和掌握電商的商機，桃園市政府原住民族行政局特別於5月開辦一系列「桃原電商新視界－數位電商行銷課程」，6～9月則透過「原住民族商家銷售平台上架輔導計畫」徵選10家原民業者，協助20件產品包裝優化型塑，並上架到5個跨境國際電商平台，未來還會透過虛實整合上架到實體通路上，且於9/29～10/2安排參加2023台北秋季旅遊展聯合行銷，希望藉由積極的宣傳，增加原民產品的競爭力與銷售成績。

讓外界了解原民產品 感受原住民族的獨有魅力

桃園市市長張善政於9/26受邀出席「桃原電商新視界－原住民族商家銷售平台上架及亮點形塑成果發表」記者會

中表示，原住民族在音樂、歌唱、舞蹈、手工藝及藝術美感上都相當具有才華，並將這些才華屢屢展現在創業商品中，因此市府特別舉辦原民優質產品電商上架記者會，希望讓這些商品被外界看見，繼而提升銷售額，也期盼原民業者持續蓬勃發展。張善政也提到，為輔導原民業者善用電商資源，培養在電商平台銷售商品的能力，自5月起就舉辦系列課程，並吸引近200人次參與，以此不斷強化產品發展。而推廣原民優質產品需要藉由多重的管道，因此電商加上實體展示是現今的最佳做法，期盼各界能多加支持原民商品，讓原住民族的產品有更多經濟支撐。



▲透過「原住民族商家銷售平台上架輔導計畫」徵選10家原民業者，協助20件產品包裝優化型塑。

輔導10家原民業者 將特色產業推向全球

本次計畫透過公開徵選並輔導10家優秀原民業者，其中包含雅鏡企業社（河那灣民宿）、代亞社會企業、希利克工坊、培雅境休閒露營等4家遊程；伴手禮業者則有，拉鋸家族工坊、台灣原住民南島產經文教關懷協會、揪趣吧工作室、瓦利斯·哈勇工藝室、卡帝塔安國際品牌設計有限公司、鑫揮淵源豐藝品苑等6家。透過輔導加強內容包裝與亮點形塑，並將伴手禮、體驗活動產品上架到5個跨境電商銷售平台，如包括Pinkoi、蝦皮、旋轉、KKday、Trip等，預計每家會輔導2項商品，一共將上架20項產品。

桃園市政府全力支持推動桃園產業亮點政策，今年「桃原電商新視界」是一個開始，未來還會持續徵選更多業者，一同搭上數位轉型的經濟快車，把原住民的特色產業推向國際市場，讓全球旅客感受到桃園原住民的獨特魅力，發揚原住民族智慧與文化傳承。



▲輔導原民業者，將產品上架跨境平台，放眼全球旅遊市場。



1. 理想大地渡假飯店實踐「慢食」(slow food) 概念，配合自然時序製作、享用料理。
2. 前菜「花蓮十三鄉山海野味」使用花蓮13個鄉鎮的經典食材，製作出具在地特色料理。
3. 理想大地渡假飯店住宿專案：慢活竹筏生態體驗。
4. 花蓮理想大地渡假飯店住宿專案：應許遊船。
5. 《慢食光饗宴》同時搭配住宿專案每房13,999元起，特別限定2階段的早鳥優惠。
6. 專案入住西班牙主題房型。

實踐永續概念 理想大地 《慢食光饗

5星主廚活用地食材 傳遞花蓮食農故事 住宿專案

近年來全球都在討論「慢食」(slow food) 概念、「回歸自然」的精神，讓人們重新認識過往尊重大地的自然飲食方式，要找回人類傳統對待食物的方式，配合食物生長的自然環境與時令，以天然、手工的方式料理在地食材，並透過品嚐與分享美食，拉近人與人之間的距離。理想大地5星主廚聯手以中央山脈的野味、太平洋洄瀾的海鮮聞名的陶甕百合春天共5大原民廚師，聯手推出一場《慢食光饗宴》，於10/13及10/20登場，限定2場饗宴，每場限定30位。《慢食光饗宴》中，主廚們將傳遞花蓮在地食農故事，以多年廚藝完美的詮釋上桌，讓旅客從在地食農瞭解部落文化的底蘊，從產地餐桌追求純淨安全的食物，讓旅客品嚐到鮮食的原汁原味。

**結合花蓮13鄉鎮食材
推出6道特殊菜色**

致力於永續旅遊的理想大地渡假飯店，這次推出的《慢食光饗

宴》也從永續的核心延伸，結合花蓮13鄉鎮的山野與海潮元素，設計出一套讓美食家讚嘆的《慢食光饗宴》晚餐。總共6道菜，前菜「花蓮十三鄉山海野味」使用13個鄉鎮的經典食材，以細緻豐富多元口感來打開味蕾，隨後而來的是用椰子殼所裝的佛手瓜綠彩湯，以在地佛手瓜熬煮出細緻口感的美麗翠綠甜湯。副菜為「螯蝦佐刺蔥奶油醬」以火烤在地壽豐濕地河鮮螯蝦融合壽豐鄉的刺蔥香味，搭配白酒熬煮與螯蝦調性契合。

主菜「小米酒燒熟成美國牛肉佐焦糖鳳梨」使用小米酒提升烤炙牛肉的風味，搭配鳳梨軟嫩鮮甜果肉口感微醜酸甜，或是可選擇炫麗的野味大主菜「炭烤脆皮全乳豬」結合原焗原民部落私廚秘技，全豬豪邁的透過大火慢烤讓乳豬的外皮達到金黃酥脆口感，內裡肉質又柔嫩多汁。另外再加上火烤麥飯石的「阿美之魂石頭火鍋」，石頭火鍋秀除了用台灣檳榔鞘之美展現原民野菜魅力，更加上洄瀾海鮮的鮮甜讓山海美味完美呈現。最後的重要甜點「甜蜜食光」，



▲台南大皇冠假日酒店6週年慶，健走活動匯集900人共襄盛舉。

台南大員皇冠假日酒店「健走嘉年華」

慶祝開業6週年 體驗台江公園生態景致

台南大員皇冠假日酒店迎接9/27開業6年，疫情後恢復舉辦第3屆健走嘉年華活動，依舊獲得民眾熱烈迴響，9/24上午將近900人參與盛會，希望以健康樂活、全民參與的概念為出發，推廣安平的美好，也透過健走不競速的方式，沿著鹽水溪體驗台江公園的生態景致之美。千餘人健康齊步走場面熱烈，特別規劃經過了西門國小、安平樹屋、安平河堤步道，再到四草大橋，沿途就能欣賞到鹽水溪的風光景緻，順利完成4.5公里健走、2個中繼站關卡的印章任務，終點回到酒店取得摸彩資格。

這次再度端出總統套房當作摸彩最大獎，活動現場也安排胖卡車隊與大廳文創市集，今年的健走獎項眾多豐富，總價值高達500萬，其中最大獎是價值88,000元的總統套房。彩豐樓袁東海主廚也特別準備880顆紅蛋組合立體的雞蛋塔，邀請所有完成健走的朋友大聲高唱生日快樂歌，為酒店一起慶生分享喜悅，場面溫馨歡樂，所有參與民眾直呼好玩又有趣、獎項豐富又超值，同時也感受到酒店活動舉辦的用心，也相約2024年再齊聚同歡，成為安平指標性的健走活動。



▲台北凱達大飯店家宴中餐廳全新推出的「絕代雙椒魚頭」奪下「2023年度亞太10大名菜點金獎」殊榮。





HOT 本週新訊 NEWS LOOK

撰文／陳妍潔

圖片提供／理想大地渡假飯店、台南大員皇冠假日酒店
台北凱達大飯店、麗寶樂園渡假區、台北福華大飯店、遠雄悅來大飯店



麗寶樂園渡假區 會員可領500元住宿金

OUTLET推出服飾、美食優惠 最低下殺1.5折起



▲麗寶樂園渡假區送住宿500元抵用金，可與福容連鎖會員享福卡合併使用。

雙十連假即將到來，麗寶樂園推出12歲以下只要99元的門票優惠，加入麗寶樂園渡假區會員，還可領飯店500元住宿抵用金，連假也適用！OUTLET還有推出男女服飾、美食優惠活動，最低下殺1.5折起，還有街頭藝人表演，千萬不能錯過。「500元住宿抵用金」

活動，凡加入會員並完成問卷即可獲得抵用券，12/28前於官網訂房，平假日及連續假期皆可使用，不論是入住麗寶福容大飯店或賽車主題旅店都能折抵，還可以與福容連鎖會員享福卡優惠合併使用。趁放假來到麗寶OUTLET搶好康，女裝品牌LaFeta全面出清指定商品限時優惠1.5折，XLARGE閃閃特賣全面5折等多種折扣，此外眾多潮牌服飾也聯合推出優惠，PUMA鞋服包全面3件5折、KANGOL包款2件6折等，在以上櫃位消費不限金額，還再加碼贈送1張滿千抵百抵用券。指定期間購買Melons波蘿麵包再加10元，即贈手沖咖啡1包、Mister Donut甜甜圈10入推薦價只要299元、頂呱呱購買超值套餐飲品免費升級大杯、GLORY WINE的J'ADORE 200ml義大利小氣泡酒4入組特價1,000元（原價1,280元），加10元多送1件。

台北福華「微甜午後，德式風情」下午茶

主題融合德國元素 製出10款精緻甜點



▲微甜午後德式風情雙下午茶，每套1,580元+10%。

台北福華大飯店七賢吧繼7月推出的「仲夏果漾英式雙下午茶」，於10/1再度以歐洲國家為設計概念，由點心坊的甜點職人巫政翰主廚打造出兼具質感及創意的全新主題下午茶套餐「微甜午後，德式風情」，其巧妙地將「德國」元素融入於餐點之中，像是以經典的黑紅黃國旗顏色做為色調裝飾、發揮創意玩轉傳統德式蛋糕等等，讓來訪的賓客體驗一次絕無僅有的微甜午後饗宴。

主廚巫政翰此次以「德國」為主題的下午茶套餐，即是結合「巧克力」「櫻桃」「酒香」做為主要的味覺元素，發展出10樣口味多變的午茶餐點；此外，下午茶套餐中甜、鹹點的色彩搭配，更與德國國旗的黑、紅、黃相互呼應，例如：巧克力的「優雅黑」、櫻桃或雪藏乳霜杯上刷色巧克力的「一抹紅」，以及人氣商品的「金黃色」招牌司康。別緻的巧思除了發揮在甜點製作上，也一併顧及到完美的視覺呈現，提升品嚐甜品的食感享受。

遠雄悅來大飯店主廚榮獲廚藝賽金獎

研製專屬台灣風味 在地滋味讓世界看見台灣



▲遠雄悅來大飯店「英倫西餐廳」主廚黃琦璋，以「舒肥國王鮭佐檸檬優格醬、炙烤果香豬里肌佐洋蔥醬」榮獲2023大洋洲國際名廚挑戰賽金獎。

來自台灣代表隊選手—遠雄悅來大飯店「英倫西餐廳」主廚黃琦璋，於「2023大洋洲國際名廚挑戰賽」以專業廚藝和創新手法，從眾多國際參賽廚師中脫穎而出，榮獲金獎！此外，更以全場最高分，另再榮獲最高榮譽的特別金獎！此挑戰賽共有來自台灣、紐西蘭、澳洲、日本、越南、德國以及加拿大等7國計67名廚師選手參賽，挑戰賽以「競演」方式呈現各國特色美食，黃琦璋參與其中「主餐靜態展示組」，展現了深厚的廚藝功夫底蘊，將台灣美食特色精神融入料理中，完美呈現予外國朋友們。

由於賽事規定，須使用紐西蘭在地食材來烹煮，因此相對考驗著參賽者們對於舌尖味覺的敏銳度。黃琦璋在賽前即嘗試各種食材和醬料組合，努力研製將台灣獨有的酸、甜、苦、辣等風味，自然融合至料理當中。其所製出的2道菜餚更特別加入花蓮山海的元素，不論是擺盤、食材和風味，充分傳遞在地風土滋味，讓外國朋友們透過味蕾看見台灣、認識花蓮！

宴》結合花蓮特色

每房13,999元起

採用理想大地今年研發以花東縱谷洛神花蕊、米麩製作獲得多項殊榮大獎的明星商品「西班牙達克餅」，以及花蓮鳳林冰淇淋品牌「三立冰淇淋」搭配原住民的樹豆製作的提拉米蘇，讓這《慢食光饗宴》有個最完美的ending！

入住西班牙主題房型 再享專車來回接送

《慢食光饗宴》同時搭配住宿專案每房13,999元起，專案包含入住西班牙主題房型住宿1晚，迎賓開床禮，陽光活力早餐、慢食光饗宴、應許運河遊艇環湖湖遊覽，慢活竹筏生態體驗，慢活瑜珈，花蓮機場車站定時定點來回接送。若已預訂指定年度專案，每人只要加購2,000元，原自助晚餐即可升級《慢食光饗宴》，東部在地朋友把握僅2場的機會，歡迎前來訂購《慢食光饗宴》晚宴，每人3,000元+10%。

台北凱達大飯店 「絕代雙椒魚頭」

榮獲亞太年度餐飲金獎 選用頂級料理製出多層風味

年度美食盛會「中華美食文化國際交流論壇」舉辦的「2023亞太年度餐飲金獎」選拔活動，被譽為米其林摘星前指標的美食盛事，台北凱達大飯店以新推出的「絕代雙椒魚頭」，從世界各地的參賽者中脫穎而出，拿下「2023年度亞太10大名菜點金獎」殊榮。獲獎最大幕後功臣正是擁有40年廚藝經驗的行政主廚戴于益，擅長江浙及廣東菜的他，不斷追求創新，賦予在地食材全新風貌。曾於2011年獲得台灣百大名廚，2019以招牌菜「凱達脆皮豬腳」、2020年則是以創意川菜「農家酸菜魚」拿下兩岸10大名菜，而今年也延續這股氣勢，以全新推出的「絕代雙椒魚頭」拿下金獎，成為今年的強勢人氣料理！

此次獲獎的家宴中餐廳「絕代雙椒魚頭」，選用高達5斤重的水庫大頭鱸，品質佳、沒有土味又富有豐厚的膠原蛋白。鮮紅色辣椒選用香辣濃郁的泡燈籠椒與二荊條辣椒，翡翠綠辣椒則選用微甜的糯米椒與微酸的泡野山椒，炒香後好鋪滿在魚頭上蒸製而成。一入口濃郁且層次分明的香辣氣息漸漸襲來，肥而不膩魚頭則香嫩入味，宴客特顯氣派的10人份，售價2,100元+10%。



撰文／謝旻菡 圖片提供／九號餐旅休閒事業

坐擁山海美景的九號咖啡—石城館開幕

Fun! 放大東北角：體驗石城在地藝術 品味不同過往的風情



◀「九號咖啡—石城館」於9/26舉行開幕茶會，邀請（左4起）黃春明老師、交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長馬惠達等貴賓一同到場支持。

坐擁宜蘭無敵山海美景的「九號咖啡—石城館」於9/26舉行開幕茶會，透過空間設計結合天然景觀資源，更以大面採光落地窗注入滿滿山海綠意，讓旅客可以在自然光影的美景中用餐。為讓旅客感受宜蘭的人文風情，還特別邀請黃春明老師展出膾炙人口的系列作品，透過

與家鄉宜蘭的強烈土地情感，在作品《龜山島》一詩中，描寫遊子離鄉、在異地生活以及歸鄉的心情。

另外長期力推永續旅遊的交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處，也將今年石城園區的整建交給九號餐旅休閒事業營運管理，邀請旅客一同走入石城館休憩

放鬆，並近距離欣賞藝術創作，品味不同以往的石城風情。

九號餐旅休閒事業總經理謝欣樺表示，「九號咖啡石城館」位於舊草嶺隧道南口，地面的鐵路軌道和懸掛的油燈燈罩，充滿濃濃的復古風味，再加上出隧道後一邊是海景，一邊是山景及鐵路的絕佳搭配，都是專屬於石城的特殊風景。無論是騎車或是在石城散步、休憩，停下來喝杯咖啡及享用美食，感受大自然給予的舒服、自在，是輕鬆旅行的最佳安排。

九號餐旅休閒事業多年來致力於推廣宜蘭在地觀光發展，旗下擁有礁溪九號溫泉旅店、鮮九鼎餐廳、九號咖啡—外澳館、九號咖啡—石城館、位於中興文創園區的九號藝文及九號製造所、清水地熱賣店及清水泉湯屋等。希望到訪的遊客能感受九號咖啡與宜蘭迷人的城市風情，一起探索、創造精彩的宜蘭生活！

2023東北角貢寮鮑開採祭暨料理比賽登場

Fun! 放大東北角：貢寮鮑開採祭登場 喜迎產季大啖海味



▲交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處於9/24辦理「2023東北角貢寮鮑開採祭暨料理比賽」。

為迎接「貢寮鮑」產季的到來，推廣東北角漁村美食，交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處（以下簡稱東北角管理處）及新北市政府漁業及漁港事業管理處，結合在地業者「鮮物本舖」，於9/24辦理「2023東北角貢寮鮑開採祭暨料理比賽」，帶領民眾親身體驗

產地食材的現場，並邀請5組料理達人為其進行料理比賽，讓民眾能一邊體驗東北角海岸風光，一邊品嚐在地美味貢寮鮑及產地限定美食。

交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長馬惠達表示，東北角因有得天獨厚的海岸地形、天然無污染的海域條



▲邀請達人為貢寮鮑進行料理大賽。

撰文／謝旻菡 圖片提供／鮮物本舖

件，孕育出許多山產海產，因此希望透過「貢寮鮑開採祭」活動凝聚地方活力，並帶領民眾體驗貢寮在地獨特的飲食文化，一展東北角產地山海餐桌的好食力。

新北市政府農業局表示，貢寮鮑飼養在潮間帶養殖池，皆餵食天然海藻，且養殖業者也會定期

潛水照顧，才能產出碩大肥美的貢寮鮑，而每年10月至隔年4月為東北角貢寮鮑魚、九孔的主要產季，新鮮現撿的鮑魚，除了可以直接乾煎，品嚐爽脆多汁的口感外，還可以將鮑魚做為火鍋湯底，熬煮鮮美湯頭。在地業者鮮物本舖也提到，期以透過活動，共同推廣貢寮鮑，帶給遊客除了海鮮餐廳外，另一種品嚐在地貢寮鮑美食的方式。

蟬聯5年！菲律賓穩坐亞洲最佳潛水目的地寶座

守護原始生態深獲國際認可 邀請全球旅客一起「潛」進菲律賓的海底世界

撰文／王政 圖片提供／菲律賓觀光部台灣分處



▲菲律賓南方第二大城宿霧海域擁有眾多驚艷潛點。
 ▲菲律賓獲世界旅遊獎連續5度頒發亞洲最佳潛水目的地。

坐擁著豐富自然生態與人文歷史的菲律賓，一直是台灣民眾的旅遊首選之一，根據交通部觀光署統計，今年1~8月份台灣旅客前往菲律賓便達到14萬人次之多，不難看出該國對於台灣市場的強大吸引力。

不僅受到台灣民眾喜愛，菲律賓對於自然保育的維護同樣受到國際任課，近日菲律賓不負「海洋亞馬遜」的盛名，今年再度憑藉水下無與倫比的美麗與繁不勝數的海洋瑰寶，受到世界各國遊客與專業潛水員的喜愛，在世界旅遊獎（World Travel Awards）中，連續5年成功擊敗亞洲各國、衛冕年度最佳潛水目的地的殊榮。

世界旅遊獎（World Travel Awards）自1993年開辦旨在表揚獎勵旅遊觀光領域卓越成就表現，由全球產業代表評鑑與消費者票選，獎項榮耀被譽為「旅遊業奧斯卡」，極具權威代表性。本屆其他獲殊榮肯定還包含馬尼拉Okura飯店獲頒「亞洲最佳賭場度假飯店」與Discovery Shores Boracay奪「菲律賓最佳海灘度假飯店」等。

菲律賓觀光部長Christina Garcia Frasco表示，未來將強化與在地業者攜手合作，致力守護菲律賓珍貴的生態資源，追求永續觀光的平衡發展。無論攀越山頂或潛進深海，菲律賓散發的原始魅力，



▲到馬拉帕斯瓜島（Malapascua）來一趟長尾鯊潛旅。旅程隨處都能發現熱愛菲律賓的理由。

宿霧「潛」力無窮 CP值最高

菲律賓南方第2大城宿霧，目前長榮航空、中華航空、星宇航空、亞洲航空與宿霧太平洋航空等多家航空公司皆提供直飛航班，航程便捷僅需3小時內即可抵達，鄰近熱門人氣度假勝地薄荷島。

在宿霧旅遊時，藍寶石般清澈海域下蘊藏著眾多令人驚豔的世界級潛點，滿足進階好手前來挑戰，也因此造就當地潛業蓬勃發展、服務價格親民，對於想體驗海外潛水的新手也絕對是入門首選目的地。

「潛」進宿霧 尋找長尾鯊與沙丁魚風暴

宿霧「菲」凡的潛水體驗，絕對不能

錯過一探海洋裡可愛的魚種。宿霧西南方潛點墨寶（Moalboal），潛客既不需深潛探尋，也不用費時等待，僅需沉潛水下幾秒鐘，瞬間湧上千萬隻的沙丁魚大軍好似一陣呼嘯而過的龍捲風，氣勢磅震撼感官，連《國家地理雜誌》也推薦的海中奇景，保證遊客到訪難忘。

而在宿霧北邊的小島一馬拉帕斯瓜（Malapascua），暱稱菲律賓媽媽島、媽媽怕絲瓜島，這也是潛水者天堂，更是世界上唯一幾乎能天天看到長尾鯊的地方。

長尾鯊的尾巴與身長以1：1而聞名，他們優雅的擺動尾巴，其實也是將獵物打量的武器；在繽紛的珊瑚礁叢與可愛小魚包圍中，還有機會能與長尾鯊圓滾滾的眼睛四目相對，一整天都有美好心情。可以說島下的海底世界風情萬種，島上則有許多原始叢林與純樸村落，緩慢的步調與景色，整體像是一幅美麗畫作令人沉醉不已。



▲《國家地理雜誌》驚艷推薦墨寶獨特海下奇景「沙丁魚風暴」。

關東近郊購物首選 深谷花園PREMIUM OUTLETS®

集結百大品牌與光雕藝術 日本首座嘎哩嘎哩君樂園

撰文／張語柔 圖片提供／向日遊



去年10月全新開幕的深谷花園PREMIUM OUTLETS®位於埼玉縣北側的深谷市，是三菱地所集團旗下大型購物設施PREMIUM OUTLETS®睽違10年拓展版圖的全新營業據點。具備交通手段多元、易達性高等優勢，無論團體或自由行遊客都能輕鬆安排遊程，推薦搭配鄰近的小江戸川越、長瀨遊船或是嚕嚕米主題公園MOOMINVALLEY PARK等魅力景點加以規劃充實1日遊或慢活2日遊，讓關東之旅更加豐富多元。旅行同業日後若有任何PREMIUM OUTLETS®資訊需求，敬請隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

◀「深谷花園PREMIUM OUTLETS®」結合多種新興概念，為遊客帶來嶄新購物體驗。

深谷花園PREMIUM OUTLETS®

深谷花園PREMIUM OUTLETS®以頂級奢華品牌為中心，目前進駐約130間店鋪包含國內外知名品牌與餐飲名店，販售涵蓋不同類別的商品與特色美食。商場整體設計風格跳脫以往PREMIUM OUTLETS®系列常見的重現國外市街氛圍，改為主打與當地共生，更結合永續旅遊、再生能源與寵物友善環境等概念，帶給遊客不同與以往的購物體驗。

深谷市的紅磚產業發展蓬勃，自古以來便是提供日本各地紅磚建材的製造重鎮，商場境內的建築物外觀便結合這項在地魅力加以打造，再融入埼玉縣西北側的自然豐饒生態，呈現出雙重魅力。境內各處能欣賞雕刻、壁畫或是裝置藝術等不同類型藝文作品，夜幕低垂後還有夢幻無比的光雕投影秀登場，將購物與藝術完美結合。

此外，深谷市同時也是日本國民冰棒品牌「嘎哩嘎哩君」的總公司所在地，因此打造出日本首座「嘎哩嘎哩君冰棒樂園」，具備室內外遊樂場、休憩區與伴手禮商店等區域，讓親子遊客逛街之餘還能開心玩樂、大啖沁涼冰品與購買嘎哩嘎哩君限定商品。



▲寬敞的商場內部藝術作品林立，宛如來到開放式美術館。



▲光雕投影與約10名藝術家攜手合作，帶來鮮艷奪目的視覺體驗。

地址：埼玉縣深谷市黑田169

交通：【電車】JR熊谷站換乘秩父鐵道至「深谷花園」站下，徒步約3分鐘。

【巴士】東京站或新宿高速巴士總站搭乘高速巴士，車程約100~140分鐘。

【自駕】關越高速公路「花園IC」下，行駛約5分鐘（1.5公里）。

★行程範例★

【秋季彼岸花之旅】東京出發→嚕嚕米主題公園MOOMINVALLEY PARK（停留約1小時）→巾著田曼珠沙華公園彼岸花田（停留約1小時）→深谷花園PREMIUM OUTLETS®（停留約2小時）→返回東京

【夏季薰衣草漫遊】東京出發→川越地區散步（停留約1小時）→千年之苑薰衣草園（停留約1小時）→長瀨遊船體驗→深谷花園PREMIUM OUTLETS®（停留約2小時）→返回東京

※彼岸花最佳欣賞期：9月中旬~10月上旬；薰衣草最佳欣賞期：6月上旬~7月上旬。

更多三菱地所相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。



▲璐璐在CCSA自立工作坊合影。



▲璐璐出席7/1「Mentor巡迴誓師大會」。



▲璐璐參加CCSA團輔活動。

「上一秒還好好的，下一秒就說『我不要妳』，把我丟在夜市，他常覺得別人對他有敵意，想衝上去打架，基本上都會被我攔下來。」璐璐雙親皆為思覺失調症患者，這讓她成長過程飽受艱難。

「瘋子女兒」 屢遭嘲諷欺凌

18歲的璐璐是家中的獨生女，打從幼年就能感受自家和別人不太一樣，爸媽經常吵架、打架，鄰居喊她「瘋子的女兒」，總叫孩子別跟她玩，免得被帶壞。媽媽被送進精神療養院後，爸爸獨力撫養璐璐，但家事幾乎全由她承擔。爸爸原都疼愛女兒，但毫無預警發病，卻讓他一次次變臉咆哮、丟下女兒，自己回家，小學時的璐璐已經學會走進警局，警察也熟門熟路熱心的帶她回家。

小五時的遭遇為璐璐留下很深的陰影。她在奶奶家玩，奶奶同居人卻將她喚進小房間，對她上下其手，使得璐璐驚恐尖叫。一向非常關心璐璐的基督徒班導忽然蒙上帝感應提醒：「璐璐有危險，快去救她！」老師即刻趕到奶奶家，及時救出差點落入狼爪的女孩。這件事卻也讓璐璐從此罹患「創傷後壓力症候群」，開始害怕人群，不敢上學。國中後，屢遭同學以苛薄字眼嘲笑自己的圓潤身材，加上爸爸發病時常跑到學校胡亂叫喊，讓同學看盡醜態，自此璐璐頻遭同學霸凌，最終只能躲進輔導室。



▲璐璐接受CCSA邀請，擔任自立Mentor機構巡講。

療癒創傷 共感堅韌成長

國三時，璐璐病況加重，住進精神療養院，她成為院中唯一的未成年孩子，其他病患和志工非常照顧她，每天都有人來和她說話，期間璐璐感受從未有過的人群溫暖，很快3個月就康復回到校園，也順利拿到畢業證書。之後諮商會談中，璐璐表達自己從小因爸媽的關係非常自卑，諮商師卻引導她看見自我優勢。

之後璐璐下定決心升上高中要搬離家裡，在外租屋生活，自此，CCSA支持她的學費，她自己靠2份打工維持開銷。她發現自己在拳擊館打工、在學校樂隊裡打鼓，特別能抒解壓力，她也重拾笑容，結交好友。一次爸爸在發病中到租屋處搶她的薪水，2人發生衝突、打架，爸爸報警，璐璐則趕緊打給CCSA社工求救，並在社工協助下申請「家暴保護令」，再搬進姑姑家生活。

自信善良 感恩助人前行

儘管只是高中生，缺乏自信的璐璐，生活愈發穩定自主，她接受CCSA邀請，擔任「自立Mentor講師」。受訓期間非常緊張，一上台就語無倫次，經與社工多次練習，實際至育幼院分享，表現流暢、超乎想像，她以為：「自我修復，是自立路上很重要的能力，不要總覺得自己很爛，要學會喜歡自己、肯定自己。人生很難，但只要相信自己很棒，堅持走下去，一定會看見美麗的雲彩。」

由於璐璐身經百戰，同學常常向她求助生活上的疑難，得知她的家庭背景後更讚許她「意志力堅韌」。璐璐非常感謝每位幫助過她的社工和老師，因有他們的付出，才有現在的自己。她說自己也會有埋怨爸媽「製造八點檔劇情」的時候，但罹患思覺失調症也不是他們的錯，她希望自己永保善良的心，不被世界的黑暗滲透。

最後，她感謝CCSA不只帶給她金錢物質上的幫助，也帶給她精神上的鼓舞和信心，CCSA多位學長姐穩健自立的生活，以及在各領域發光發熱的榜樣，讓她勇敢立志向前走，相信自己也能將成長所累積的養分，化為幫助他人的力量！



與國際交流 桃園舉辦2023世界客家博覽會

融合科技呈現多元文化特色 3大旅行業協會共襄盛舉

撰文·攝影／陳妍潔 圖片提供／群英聯誼會、甲種旅行業聯誼會



▲甲種旅行業聯誼會組團參訪2023世界客家博覽會。



▲群英聯誼會組團參訪2023世界客家博覽會。群英聯誼會會長葉正吉（前排左5）。

1850年代客家族群大量外移，並受移入國各方面影響，發展出自身獨有的客家文化。而今年台灣首度以「族群」作為展覽主軸，舉辦「2023世界客家博覽會」，在8/11至10/15期間，以台灣做為起點，串連全球多元的客家文化，讓台灣成為世界客家族群的文化交流平台，接軌國際。

位處交通核心 分區展出各國客家文化

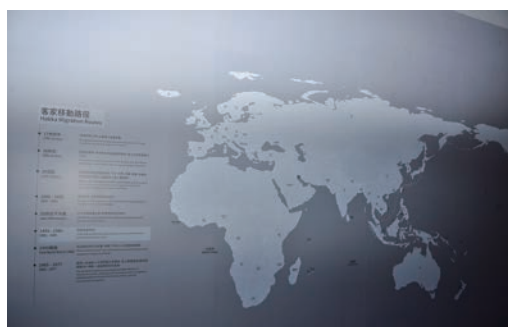
2023世界客家博覽會於桃園青埔的會展中心舉辦，由於此處位於機場捷運、高鐵站核心，因此亦貫徹博覽會與世界接軌的概念，將更多國際人流帶至週邊區域，活化區域發展。博覽會以「Travel to Tomorrow」天光日个客家為主軸，展出客家族群歷經不同國情文化的洗滌，淬鍊出專屬該地區的客家文化，展現多元的客家風土民情，並透過分區展覽呈現，向民眾傳遞屬於台灣乃至世界的客家精神。



▲2023世界客家博覽會台灣館以圖清楚呈現島內客家族群歷史之演變。

劃分4大展區 多元模式呈現

世界客家博覽會共分為4大展區：客家主展區、人文地景區、企業響應區與多元文化區。其中客家主展區劃分為「台灣館」與「世界館」2大主展館，展區內亦活用桃園智慧城市特色，結合科技展出，將客家歷史脈絡透過具未來感的形式訴說，拉近與民眾的距離。展區內除豐富的展覽內容外，也有許多動態表演活動、光雕展演，以及「桃客饗樂」、「好客等路」、「串客派對 Hakka Youth Party」、「好客農市」等4大特色市集，



▲2023世界客家博覽會世界館將世界地圖以燈光變化，追尋客家人在各個世紀的移動路徑。

以不同形式呈現客家特色。

而人文地景區則以老街溪流域為中心，在沿岸設置地景藝術裝置，並結合多媒體投影技術進行光雕展演；企業響應區為世界客家博覽會透過與在地企業合作，藉由集結政府與民間企業的力量，共同帶動週邊經濟效益；多元文化區劃分出2大副展館，融合台灣在地原住民文化與客籍書法藝術，透過展演活動、市集等形式呈現台灣多元化特色。

組織旅行同業參與 響應客家博覽會精神

為讓更多旅行同業都能更加瞭解台灣在地特色文化，並響應世界客家博覽會舉辦精神，群英聯誼會、甲種旅行業聯誼會與觀光產業資訊協會亦特別號召，與會內成員共同組團前往桃園參訪世界客家博覽會。透過與會員們共同參與，觀賞台灣及世界各地不同的客家文化交流、享用客家在地美食，藉此感受客家族群獨特魅力，感受客家文化的歷史脈絡與生生不息的硬頸精神。

有一種驚喜叫韓國 找尋你的韓國心發現！

韓國觀光公社舉辦豐富線上活動 旅遊選韓國、好禮拿多多

撰文／王政 圖片提供／韓國觀光公社



▲韓國觀光公社推出「有一種驚喜叫韓國」秋冬加碼線上抽獎活動，將送出大量好禮。



▲瞄準短影音的族群大增，韓國觀光公社透過「我的韓國心發現！韓國主題YT Shorts短片徵集」，將決選出6名幸運兒，送出雙人韓國來回機票。

截至今年7月台灣訪韓人數已突破50萬人次，韓國觀光公社為加強下半年在時尚服飾、潮流文化、特色美食，及漂亮景色等各方面的宣傳推廣，藉著秋冬出遊的季節特殊性，舉辦了適合各年齡層，不論是團體遊或自由行皆可以參加的線上抽獎活動，提供豐富的獎品及推廣方式，鼓勵大家在秋冬前往韓國旅遊。

第一項活動為「有一種驚喜叫韓

國」，韓國觀光公社與10家航空公司、17家旅行社合作，即日起至12/10推出秋冬加碼線上抽獎活動，回饋台灣民眾的韓國行，只要於出發前至官網進行簡單登錄步驟，即有機會參加刮刮樂和每週3次的拉霸遊戲，愈早登錄，中獎機會愈大！

活動2則是「我的韓國心發現！韓國主題YT Shorts短片徵集」，由於近年來喜愛觀看短影音的族群大增，為鼓勵大

家拍攝、分享與韓國有關的短影音，韓國觀光公社於即日起~11/10舉辦徵集活動，分為「韓國美食」、「韓國旅遊」、「韓國文化」3大主題，每個主題再區分成網紅組及素人組，台灣的朋友只要將對韓國的新發現、韓國的美、精彩的韓國旅遊瞬間等，拍攝剪輯成15~30秒的shorts短影片，並且上傳YouTube平台公開分享，主辦單位將決選出6名幸運兒，送出雙人韓國來回機票。

除了上述的活動鼓勵民眾前往韓國旅遊之外，10月份在韓國當地陸續舉辦極具吸引力的K-POP演唱會，勢必將進一步帶動觀光人數的提升，韓國觀光公社台北支社支社長李長儀表示，接下來台灣有中秋節年假、國慶連假，而韓國也進入賞楓的旅遊旺季，希望藉由各式的活動，激發台灣朋友更多前往韓國旅遊的動力，期盼今年訪韓人數能突破100萬人次。

DOMO集團進軍熊本 瞄準台積電進駐效益

斥資30億日幣 攜手打造熊本公寓式酒店滿足商務客

撰文／王政 圖片提供／DOMO集團

看準台積電熊本設廠的商機，台灣觀光業者搭乘華航於9/18首航熊本的航班，鎖定台積電進軍熊本的差旅市場，簽下30億日幣合約興建公寓式酒店，預計於2025年3月完工投入市場。

DoMo集團（7622）董事長李奇嶽表示，日本旅遊大爆發的熱潮中，旗下在日本東京開設的民宿連續8個月的住房率都在9成5以上，而看好台積電熊本建廠後的發展，今年初即在熊本設立辦事處，並積極洽談拓點事務，今獲同為台灣觀光業的業主支持，挹注30億日幣簽下熊本公寓式酒店建案。

DoMo熊本館（暫名）位於菊陽町光之森車站800公尺，距離台積電開車約12分鐘，是距離台積電最近的鬧區，購物中心、麥當勞、餐廳一應俱全，生活機能便利。飯店規劃樓高14層樓，一層5戶，共65戶，為3房2廳型態，每戶約



▲DoMo集團（7622）董事長李奇嶽（左）看好台積電熊本廠的後續商機，宣布將進軍熊本住宿市場。



▲DoMo熊本館（暫名）位於菊陽町光之森車站800公尺，劃為樓高14層樓，一層5戶，共65戶。

70~80平方公尺，客廳設計為多功能商務用途，可視訊會議，電腦與辦公事務機齊全，可提供商務人士做為熊本的行動辦公室，也會提供商務郵件代寄代收服務，並備有近百車位提供商務客停車需求。

李奇嶽特別強調，會採3房的型態，主要是籌備期間與前往台積電的商務旅客

多次訪談與市場調查後發現，每次出差多為2~3人為一組，常有會議與辦公需求，住宿商務飯店皆為一人一室，空間有限加上無法提供便利型服務，因此特別打造公寓式酒店提供會議辦公，以及廚房、陽台、洗衣機等設施能滿足需要。目前已有台積電的供應商來洽談落成後的企業包房，未來要做為熊本的據點。

西葡 伊比利半島 經典12天

早鳥減3,000

NT **89,900**起

出發日期 12/05.12.19.26 1/10.19.26.31



西葡11天

NT **72,900**起

▶ 10/04 11/13 12/11 **早鳥前10名減3,000**

義大利羅馬假期10天

NT **54,900**起

▶ 10/19.31 11/02.07.09.16.23.30 **早鳥減3,000**

德奧捷斯匈11天

NT **51,900**起

▶ 10/26 11/01.15.16.29 12/13 2/01.07.08

奧捷斯匈10天

NT **49,900**起

▶ 11/09.11.23.25.28 12/09.21.28

荷德比法10天

NT **49,900**起

▶ 10/15 11/17 12/01.15

德瑞10天

NT **59,900**起

▶ 10/18 11/06.12.18.19.24 12/01

荷比法巴黎輕旅行8天

NT **39,900**起

▶ 11/17

北歐四國雙峽灣10天

NT **92,900**起

▶ 10/08 **早鳥前10名減3,000**

北波波8國15天

NT **132,900**起

▶ 12/06.27 **早鳥前10名減3,000**

芬蘭波羅的海10天

NT **54,900**起

▶ 10/27 11/24

北歐冰島極光10天

NT **129,900**起

▶ 12/01 **早鳥減3,000**

魔幻北歐極光之戀10天

NT **145,900**起

▶ 1/24 2/28 3/06 **早鳥前10名減3,000**

東方土耳其10天

NT **29,900**起

▶ 10/13.16

川越土耳其11天

NT **33,900**起

▶ 11/03.10.17.24 12/01

土耳其11天

早鳥前10名減3,000 NT **49,900**起

▶ 12/10.28.29 1/07.20.23 2/13.18.23

土耳其、杜拜11天

NT **43,900**起

▶ 10/30 11/04.12.20

川越古文明埃及10天

NT **49,900**起

▶ 10/25 11/01.15 12/06.13

埃及10天

NT **69,900**起

▶ 11/11.25 **早鳥前10名減3,000**

以色列、約旦11日

NT **89,900**起

▶ 11/10. 12/08. 1/12. 2/16 **早鳥前10名減3,000**



友泰旅遊

www.lux-holiday.com

台北 (02)2563-6119

高雄 (07)215-8588

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

