

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2024.01.01 出刊 每週一發行

VOL. 786

維京遊輪



2024航線全新上線

享受全包式價值雅奢體驗

持續看好亞洲遊輪市場 推中文化服務亮點
小型船體精緻化旅程 暢享歐洲內河移動酒店



維京遊輪 打造講中文也能通的 集河、海、探索遠征於一身的3棲遊輪公司 持續強



▲維京遊輪2024航線全新上線，2大經典航線《萊茵河魅力之旅》、《多瑙河繽紛之旅》開啟歐洲春季之旅。

維京遊輪2024航線全新上線，2大經典航線《萊茵河魅力之旅》、《多瑙河繽紛之旅》開啟歐洲春季之旅，遊覽西歐荷、德、法、瑞共10個目的地壯麗風光；解鎖中歐奧、德、捷斯、匈5國9個目的地的璀璨人文。帶旅客揭開歐洲神秘的文化精彩、盡收萊茵、多瑙河的人文精髓。

維京遊輪航線遍布全球7大洲，是全世界唯一擁有河、海、探索遠征於一身的3棲遊輪公司，開創出真正的「一價全包」及「中文化服務」為其特色。隨著日漸崛起的亞洲旅遊市場，維京遊輪也逐步布局整體亞洲遊輪，不僅在2016年進入中國大陸市場，更深入日本、新加坡、台灣等地，為亞洲旅客量身打造歐洲內河產品，推出「全中文化」的遊輪旅程，使華人旅客能輕鬆到訪歐洲，體驗在這座歐洲內河的移動酒店上，暢享舒適、輕奢、優雅的精彩旅程。

5年內達18艘中文化遊輪 持續與台業者密切合作

目前維京遊輪全球船隊擁有80艘河輪、10艘海輪及2艘探險遊輪，並預計會在近5年內增加到100艘河輪於全球的20多個河域；同時亞洲市場也將會在2028年達到12艘中文化河輪以及3艘中文化海輪產品提供給亞洲旅客。維京集團亞洲區業務發展總監Trey Hickey表示，目前亞洲海輪的基礎核心會以中國大陸及日本為主，將規劃2地的多樣化客製產品，提供給旅客選擇，同時陸續拓展亞洲各點的人力配置，與各國組成聯盟共同行

銷、銷售，將整體亞洲市場帶向更高峰。

而台灣作為亞洲的重要遊輪客源市場，已布局經營數十年，不僅具有優越的地理位置及豐富多元的島嶼觀光資源，在航線規劃上，往北可連結日本、韓國；往南則可與菲律賓、越南、新加坡、馬來西亞、印尼等東南亞國家串聯，吸引多艘國際遊輪彎靠，以及包船商的持續銷售，是相當成熟的市場。

因此相當重視亞洲市場的維京遊輪，展望2024年能為台灣業者帶來全新的遊輪品牌概念，規劃相關航程提供給旅客，持續與台灣大型業者及潛力業者洽談，商討出合適的遊輪產品，讓台灣旅客不只是



▲莫扎特故居 (Mozart-Wohnhaus) 位於薩爾斯堡舊城區的馬卡特廣場。

▶瑞士少女峰有歐洲屋脊、歐洲之巔的稱號。



百威旅遊推出萊茵河、多瑙河

在歐洲的河流之旅中，維京遊輪為旅客敞開一扇奢華之門，將您帶入一場無比精緻的河流巡遊體驗。這世界頂級的河輪品牌以其獨特的船隊、精心設計

的船舶和一系列豪華服務而聞名國際。穿越萊茵河和多瑙河，沉浸在世界各地令人嘆為觀止的風景中，盡情享受河流之旅的奢華與美好。為此，百威旅遊特別包裝「漫遊萊茵河輪13天~小孩堤防、科隆大教堂、盧森、少女峰地區（荷蘭或瑞士上船）」、「繽紛多瑙河輪13天~維也納、克倫洛夫、梅爾克、帕紹、布達佩斯（奧地利或匈牙利上船）」2支產品，帶領旅客感受大河文明的精粹。產品利用雙點進出的悠閒慢旅方式，讓旅客捨棄過往拉車的勞頓，每天醒來都能輕鬆拜訪一個絕美城鎮。

河輪產品 帶旅客領略歐洲河輪魅力

化華人旅遊市場 給予台灣業者全新遊輪品牌概念



▲維京遊輪目前船隊共擁有80艘河輪、10艘海輪及2艘探險遊輪。



▲維京河輪帶領旅客深入歐洲河畔小鎮，感受與城市截然不同的愜意。

體驗海輪，也能領略絕美歐洲河輪魅力。

瞄準華人旅遊市場 中文化服務帶來「家」的感覺

瞄準數十億的華人旅遊市場，維京河輪提供完善的中文服務，從旅客接、送機服務開始，就會有專人手舉指示牌接送至登船碼頭，更會在離船時協助辦理退稅及登機手續；同時為讓旅客更加了解當地的風土民情，在進行岸上觀光時，將配有中文導遊及無線語音設備以減少掉隊的風險，在河輪上也提供相對應的中文備品標示、頻道及電影等，克服旅客在語言上的溝通障礙。除此之外，維京河輪致力給予所有旅客賓至如歸的享受，帶給旅客「家」的感覺，最大特色就是會在餐食上提供亞洲人最愛的麵吧，在服務上全船還有小紅人給予細心的迎賓照顧，貼心的將房間布置成符合華人旅客需求的配置，讓旅客身處異鄉也能感受「家」的美好。



▲提供符合華人旅客的船上配置，讓旅客盡享絕佳尊榮體驗。



▲奢享家套房。

維京河輪8大全包式價值

1. 每個港口都包含1個岸上觀光活動。
2. 包含港口稅等相關費用。
3. 全船提供無線網路（連線品質根據航行地點可能有所差異）。
4. 提供接送機服務。
5. 每餐提供啤酒、紅白酒以及各類軟性飲品。
6. 提供各類咖啡、茶品或是瓶裝水等飲品。
7. 提供24小時客房服務以及備用餐廳可以享用餐點。
8. 包含船上服務費。

維京河輪（Long Ship）簡介

- ★船長：135公尺
- ★載客數：180人
- ★甲板數：4層
- ★船寬：11.5公尺
- ★艙房：90間



維京河輪（Long Ship）特色

- ★小型船體有助於更靠近目的地
- ★設計優雅低調，多寧靜空間、光線充足
- ★全船無內艙房，並提供更多附陽台的寬敞房型
- ★歐洲內河遊輪中最寬敞的套房之一
- ★更多的戶外用餐空間
- ★節能環保引擎，減少航行震動及噪音
- ★配置太陽能板，有助於進一步節能

13天之旅 雙點進出愜意巡遊

撰文／張耐力 圖片提供／本刊圖庫

雙點進出萊茵河 感受少女峰山湖之美

「漫遊萊茵河輪13天」行程規劃悠遊荷蘭阿姆斯特丹運河、貝姆斯特與艾登乳酪體驗、國立博物館畫廊深度遊、小孩堤防；德國則是暢遊科隆，深入大教堂風采背後的城市歷史，來場啤酒文化及美食之旅，並沿著萊茵河探訪德國之角一科布倫茨、施派爾、海德堡、黑森林慢遊蒂蒂湖區；法國則包括史特拉斯堡，走訪阿爾薩斯葡萄酒之路、小威尼斯—科爾馬；最後來到瑞士特別規劃少女峰地區，走進濃厚歷史及山湖之美，從蘇黎世機場轉機返台，行程輕巧又順暢。



◀小孩堤防風車群已成為荷蘭最著名的景點之一。

感受奧匈帝國遺跡 多瑙河沿途看點超繽紛

「繽紛多瑙河輪13天」行程安排匈牙利布達佩斯市區觀光（中央市場、國會大廈外觀、塞切尼鎖鏈橋等）；漫遊斯洛伐克首都布拉提斯拉瓦，遊覽格拉蘇爾科維奇宮、自由廣場、布拉提斯拉瓦城堡、舊城區、聖馬丁大教堂、舊市政廳建築群、梅爾克修道院；奧地利也有林茲老城區，拜訪莫札特故居外觀、薩爾茲堡；捷克則有童話古城克魯姆洛夫、品味瓦爾河谷中的迷人小鎮—施皮茨，最後來到奧地利，玩轉音樂之都，並從維也納國際機場返台，讓旅客一次沉浸在奧匈帝國歷史版圖的輝煌。



◀庫倫洛夫城堡是捷克第2大的城堡群，僅次於布拉格。

邁向2024 國際觀光市場有望重返疫前水準

2023年正式收官 中東、非洲、歐洲強勁復甦 國際機構高度看好龍年市場復甦力道

隨著煙火在各地冉冉升空，象徵著2023年落幕，也宣告著金龍年正式揭開序幕。放眼新的年度，由於過去1年全球各個旅遊市場皆已經逐步復甦，觀光產業的同業們也更添具信心面對新年度的挑戰。

這樣的樂觀氣氛並非毫無依據，根據聯合國世界旅遊組織（UNWTO）預估，受到疫後報復性旅遊潮推動，2023年全球旅客數將達到疫前水平的95%，相較2022年的63%大幅增加。

於此同時，全球的商務旅行反彈的速度也比預期來得更快，根據全球商務旅行協會（GBTA）原本預估，整體的商旅無論貢獻值、人次，都要到2026年才會恢復到疫前水平，但經過2023年的快速催化下，該項預估已經提前至2024年。因此回顧2023年的表現，雖然全球各大機構尚未確認精確數字，然而根據國際機構們的普遍預估，可以看出整體復甦的力道依舊強勁、持續寫下亮眼的佳績，也讓各界皆高度看好國際旅遊業預計2023年全年可有望恢復到疫情前水準的近90%。如UNWTO統計2023年1月至9月期間，估計有9.75億人次的國際遊客出遊，相比2022年的同期增長38%之多。

而UNWTO最新的世界旅遊晴雨表也顯示，與去年同期相比，2023年第3季全球目的地迎來的國際旅客數量增加22%，尤其北半球夏季旅遊更擁有強勁的成長勢頭。其中第3季國際遊客人數達到疫情前水準的91%，7月達到92%，是疫情爆發以來迄今為止表現最好的月份。

總體而言，2023年的前3季度旅遊業恢復已達疫情前水準的87%，使得各界紛紛預計在2023年年底前恢復近90%，且國際旅遊收入可能達到1.4兆美元，約佔2019年目的地收入1.5兆美元的93%。

如同UNWTO秘書長Zurab Pololikashvili表示，根據統

計，國際旅遊業幾乎已從前所未有的COVID-19危機中完全恢復，許多目的地甚至超過了大流行前的入境人數和收入。這對於目的地、企業至關重要，以及高度仰賴觀光產業的區域。

有趣的是，數據佐證的2023年前3季度中，中東可說是持續引領各地區復甦的火車頭，9個月的入境人數相比大流行前水準高出20%，也是這段期間世界上唯一超過2019年水準的地區。探究其原因，包括簽證便利化措施、新目的地的開發、新旅遊相關項目的投資以及大型活動的舉辦，都是助於這卓越表現的關鍵。

於此同時，歐洲仍為全球最大的旅遊目的地地區，同期接待國際遊客5.5億人次，佔全球總量的56%，相當於大流行前水準的94%，原因則是歐洲區域內需求的強勁，以及美國的巨大需求支撐了這一反彈。

當然，坐擁龐大觀光資源的非洲，同樣恢復大流行前遊客數量的92%，美洲遊客數量在此期間達到了2019年的88%，主因是受益於美國的強勁需求，尤其是加勒比地區的需求相當高。

將視線放到其他區域，雖然受到開放速度相較歐美緩慢的因素，使得亞太地區旅遊水準僅達到疫情前的62%，然因為各次區域的表現參差不齊，因此出現東南亞已恢復到疫情前水準95%，但東北亞僅恢復50%左右。

總而言之，儘管全球仍面臨通膨、經濟成長疲弱等挑戰，加上多個地區的地緣政治緊張局勢和衝突，但國際旅遊業仍樂觀預計在2024年完全恢復到疫情前的水平。

因此，當新的年度已經揭開篇章，旅遊同業也應持續強化自身的服務競爭力，無論拓展服務範疇、依照需求恢復相對人力，或是進行整體服務優化，都宜進一步加快速度，以此搭上即將在今年重返疫前水準的反彈列車。



COVER STORY | 封面故事

02 **維京遊輪打造講中文也能通的河輪產品 帶旅客領略歐洲河輪魅力**

EDITORIAL | 旅奇社論

04 **邁向2024 國際觀光市場有望重返疫前水準**

HOT NEWS | 當週要聞

06 **陳盛山看日本布局2025大阪世博 政府祭出3大觀光政策為市場加溫**

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

08 **航港局正式亮相「臺灣遊艇入口網YaPo」 高雄港務分公司疫後展現多元化經營成績**

JAPAN | 和風日本

09 **放新年！暢玩東京去 順遊近郊樂趣更多**

AIRLINES | 航空飛訊

10 **長榮空廚×全家成立「長家國際食品公司」**
法航荷航使用永續航空燃料
國泰航空與韓國公司簽署協議
星宇航空正式首航舊金山
大韓航空延長優惠、調整票價

TAIWAN | 國旅情報讚

12 **桃園市政府觀光旅遊局舉辦年度展望會**
「桃園100碗」挖掘親民好味道
台灣公益CEO協會推出季節限定遊程
台灣好客民宿協會 當美學遇上民宿論壇

TRADE TALK | 旅業大小事

16 **旅天下再增高雄門市！中山加盟店熱鬧開幕**
台灣旅行業國民旅遊發展協會舉辦年度大會
菲律賓觀光部辦微影展 讓旅客跟影片旅行
6度流轉屢換生活環境 社工協助自立迎成長

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／謝旻蒨 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
 專業人的目的地 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

陳盛山看日本布局2025大阪世博

制定「2023~2025年入境旅遊行銷策略」 維溫亞洲、深化美



在2023年10月份已經創下單月旅客數超越疫情前水準的日本，象徵著國際遊客到訪的市場已全面復甦，而隨著已進入2024年，放眼明年即將登場的2025大阪世界博覽會，日本將如何借力使力推動觀光為其醞釀、加溫，進而帶動全球國際客看見日本，值得觀察。



▲日本制定「2023~2025年入境旅遊行銷策略」，積極推動旅遊市場重返疫情前水準。

中華科技大學航空運輸管理研究所教授陳盛山指出，隨著旅遊人次的持續回溫，旅日市場也開始斬獲佳績，甚至創下單月超過疫情前水準，因此讓日本政府開始將目光放在2025年的入境市場。為此，在日本首相岸田文雄等內閣的支持下，日本政府開始推動多項政策來刺激觀光發展，同時也為明年登場的2025大阪世博奠定基礎。

力拚觀光業復甦 2024迎接強勁反彈

時間拉回到2020年，為了防堵疫情的擴散，日本於該年12月關閉邊境，直至2022/10/11才全面重新開放，並於2023年4月取消入境疫苗施打等相關規範，至此日本入境市場正式迎來復甦。而這段時間中，2020年赴日旅客僅達412萬人次，2021年更下滑到25萬人次。

從數據中能看見日本的反彈力道，2023年1月時國際入境僅150萬人次，相比2019年同期仍減少44%，然而這項逆差到2023年8月時已縮小到14%，並於10月份超越疫情前同期水準。而在旅客市場分析，占比28%的韓國客位居榜首，台灣則以16.8%位居第2，隨後是美國的9%，且入境的95%皆為觀光旅遊目的。

基於以上的優異數據，許多專家紛紛預估2024年便能迎來反彈，然而目前日本仍需要解決多項問題，才能在2024年搶佔先機，包括1.永續發展；2.解決觀光人力短缺問題；3.口譯導遊制度的強化；4.促進出境旅遊；5.解決福島處理水的排放謠言。

深化美日關係 搶攻入境客群提升

除了韓、台等目標市場外，日本特別將重點放在第3名的美國市場，包括日前美國駐日本大使拉姆·伊曼紐爾和日本國土交通大臣齋藤哲夫簽署合作備忘錄，將2024年訂為「美日旅遊年」，以此加強雙邊的旅遊和商業交流。此一舉措的推動，不僅為經濟成長開闢新途徑，更將推動旅遊的成長。

由於美日有464個友好城市，透過旅遊年的模式，將進一步強化地方的交流，也可望讓日本成為美國長途旅遊市場的第2名。從數據中可以看見，受日圓兌美元貶值的推動，赴日美國遊客數量穩定增加，2023年10月赴日美國遊客總數約21萬人次，比2019年疫情爆發前同月增長40%。

隨著從疫情數年的陰霾中走出後，日本旅遊市場快速迎來反彈，加上日圓貶值、國際航班的增加等利多，更進一步帶動日本疫後市場恢復的整體速度，根據日本國家旅遊局（JNTO）的統計，2023年10月單月份全球訪日遊客已超越疫前水準，甚至相比9月份的218萬人次，增加至252萬人次。同時，自6月份起每個月的日本入境人數都維持在200萬人次以上，因此截至10月份已累積2,000萬人次的國際觀光客，整體復甦力道不容小覷。

隨著觀光市場重返，也為2025年即將在大阪登場的世界博覽會打下強心針，畢竟這場長達6個月的全球性活動所費不貲，如何進一步擴大效益、彌平社會上反對舉辦的聲音，也成為日本政府的重中之重。

政府祭出3大觀光政策為市場加溫

國成日本政府鎖定下一關鍵 力拚2025年超越疫前訪客水準



▲2025年將登場的大阪世界博覽會，可望為日本觀光注入一劑強心針。



▲看準市場復甦，ANA全日空推出的Air Japan品牌，以「Fly Thoughtful」為核心價值，將帶給乘客賓至如歸的搭乘體驗。

航空雙雄角力 放眼市場強勁復甦

市場的強勁復甦下，航空自然成為首要受惠的客群，為此日本籍的航空雙雄也紛紛加入這場國際觀光客爭奪戰。如瞄準東南亞市場的全日空，於2022年宣布成立全新低成本航空品牌Air Japan，以324座的B787-8為主力機型，並宣布於2024年2月正式開航，預計飛航東京—曼谷與東京—仁川，前者提供每週6班，後者則有一週5班的運能。這個繼樂桃航空之後的第2家LCC品牌，由於提供優惠的票價，加上可選擇多種餐點選擇、不同的托運行李限額，以及更為舒適的座位空間等服務，預計能在傳統LCC中挖掘出需要高品質的東南亞客群。

而不落人後的日本航空，則是推出會籍計劃的改變，未來將會統計每個會員「一生」搭乘的日本航空航班（需為可以累積哩程的艙等），換算為新制的會籍點數，並按照會籍點數的數量，決定接下來的會員等級。值得一提的是，會籍點數即將可以從日常生活中獲得，不再只能透過搭乘航班累積，無論是信用卡消費、搭乘日航合作夥伴的聯營航班等，都能獲得額外的會員點數，此舉的轉變，也可望進一步吸引更多人選擇日本航空的航班出遊。

力拚2025超越疫前水準 觀光政策3本柱成關鍵

有鑑於2023年基本上已經繳出不錯的成績單，讓日本政府開始將目標放在何時恢復到疫情前水準，甚至超越過往，2025年則是目前內閣與專家們的共識。

為此，日本觀光廳（JTA）日前提出的2025年計畫，主要爭取在該年度訪客人數能相比2019年的3,188萬人次有所提升，加上2025大阪世博、東京世界田徑錦標賽等活動的相繼登場，有望寫下2024年觀光人次里程碑外，同時將年度旅遊產值達到5兆日圓（約340億美元），超越2019年4.8兆日圓，更朝著2030年接待6,000萬人次的目標邁進。

在這樣的目標下，日本制定「2023～2025年入境旅遊行銷策略」，包括「市場策略」、「高附加價值旅遊、探險旅遊（AT）和大阪關西世博會跨市場策略」和「MICE策略」3大支柱組成，期望藉此達成5兆日圓的觀光產值、入境觀光客至少入住當地2晚，並且國際入境客恢復至疫情前水準。

以「市場策略」為例，日本國家旅遊局（JNTO）正依照市場的不同制定具備吸引力的旅遊主題或內容，重點關注高消費遊客和打算前往當地地區的遊客作為目標，並制定更有效的促銷方式。

在「跨市場策略」方面，則是加強合作夥伴的關係網絡、旅遊內容收集和旅遊產品銷售，瞄準每次旅行花費100萬日圓的遊客。此外，也特別與探險旅遊行業協會（Adventure Travel Trade Association, ATTA）合作，以鼓勵到訪世博會的國際遊客能參觀日本當地地區。此外在「MICE策略」部分，JNTO將在「新時代入境拓展行動計畫書」的基礎上，積極推動吸引符合疫情後新要求的國際會議或獎勵旅遊。

於此同時，JNTO也在積極放眼在永續旅遊、地區環境、社會和經濟永續性等國際關注的議題重視，期盼藉此提高日本在永續旅遊的全球影響力。

陳盛山強調，預期2024日本觀光旅遊市場朝蓬勃發展，反觀台日觀光市場觀光人次長期存在逆差，從疫情前每年皆有200萬人次的巨大規模。以2019年台灣飛日本航班架次為例，總座位數1,671萬位，載客人數1,416萬人，搭載率達85%。雖目前航空公司飛航的運能仍在恢復中，加上機場人力缺乏使得許多航次尚未復飛，但可預料在赴日的熱潮下，該項觀光逆差將持續擴大。為解決台日觀光人次逆差問題，交通部、民航局、觀光署及台籍航空公司、大型出入境旅行社，應宜共同會商協調具體方案。



航港局正式亮相「臺灣遊艇入口網YaPo」

打造全新升級一站式遊艇服務 整合全方位4大功能滿足需求

為便利民眾取得遊艇資訊及使用服務，交通部航港局整合遊艇各項服務，推出「臺灣遊艇入口網YaPo」，並於2023/12/27舉辦上線發表會正式亮相。發表會除有海洋委員會海洋資源處副處長郭進興、交通部觀光署大鵬灣風景區管理處副處長王玟傑、台北海洋科技大學副校長呂曜志出席外，亦有台灣遊艇帆船協會理事長陳柏叡、台灣遊艇碼頭管理協會理事長鍾明華、台灣遊艇公會理事長陳朝南、亞果遊艇會總經理唐玉書、南投縣渡船遊艇公會理事長王英生、海翼遊艇俱樂部營運總監林飛宏、樂浪遊艇俱樂部執行長張耿豪等多位遊艇業界貴賓蒞臨，並同步給予一站式網站多項的肯定與支持，展現出台灣遊艇服務邁出重要的一步。未來航港局將與各界攜手合作，加速促進遊艇產業與活動蓬勃發展，推動遊艇產業成為

百億級的海洋產業。

交通部航港局局長葉協隆表示，現今遊艇已是民眾親近海洋的熱門管道，為推動遊艇建設及活動推廣，航港局2023年從4大面向全力推動。在系統精進面，繼2022年4月推出以遊艇玩家角度提供各項遊艇資訊之「遊艇通」網站後，今年更進一步整合遊艇相關網站服務功能，將遊艇入出境、泊位申請、出海報備及遊艇旅遊資訊服務4大功能一次到位，升級為一站式服務的「YaPo臺灣遊艇入口網」。入口網影音專區也特別導入VR影片，以虛擬實境方式帶給遊艇玩家全新



▲交通部航港局局長葉協隆（左5）特別出席台灣遊艇入口網發表會。

體驗，2024年更將進一步優化，新增多港進出、簡化非專屬泊區申請流程及提升系統順暢度等。在推動遊艇駕照測驗部分也有新的進展，學科測驗即測即評系統在2023/3/17上線使用，補測系統預計在2024上半年可完成，9月底前可開放民眾到航務中心補測，便利民眾考照測驗。

高雄港務分公司疫後展現多元化經營成績

7大2023亮眼佳績、4大2024展望目標 致力發展南台灣港務需求

撰文／謝旻蓓 圖片提供／高雄港務分公司

高雄港務分公司2023年藉由多元化的經營方向，加上全體同仁攜手打拚的努力，在貨櫃碼頭、離岸風電、郵輪及水岸觀光開發等方面締造眾多佳績。

- 1. 韓新遠洋公司76至78號貨櫃碼頭租賃案：**
韓新遠洋公司預計於10年內投資逾1.2億美元，進行櫃場改建及機具購置，鞏固高雄港貨櫃裝卸量。
- 2. 洲際1期A6碼頭離岸風電招商案：**
配合台灣能源政策，由高雄港務分公司興建，並出租高雄港洲際1期A6碼頭，再由華新麗華公司與洲鉅公司分別預計租用碼頭暨後線場地。
- 3. 國際郵輪到港艘次創歷史新高：**
高雄港2023年郵輪到港共計133艘次，其中母港104艘次、掛靠港29艘次。
- 4. 高雄港旅運中心商業及商辦空間招商：**
商業空間A、B區，由承億酒店取得最優投資人資格，並於2023年12月底完成簽約；商辦10樓辦公空間，由遠傳電信公司於2023/12/27啟用；2樓免稅貨物銷售空間，已由澎坊公司進駐並於2023/9/26正式營運。

- 5. 安平港招商案：**
安平港17及18號碼頭暨後線場地招商作業由海龍二號風電公司得標，租期自2023/12/1~2025/7/31。
- 6. 布袋港A1專用區招商：**
已於2023年2月完成簽約，業者預計投資1.5億元，規劃打造嘉義沿海地區第1個複合式親子樂園。
- 7. 馬公港郵輪港埠優化工程：**
配合「藍色公路十年整體發展規劃（2021~2030年）」重大海運政策，將馬公港打造為離島郵輪示範港，完工後可泊靠15萬噸級郵輪，提供郵輪安全且便利之設施。

展望2024年，高雄港務分公司將與航港產業夥伴攜手共進、共榮、共好，落實永續、智慧與安全的綠色港埠目標，打造優質且高效率之港口，重點工作如下所示。

- 1. 第7貨櫃中心第2期2.5座碼頭於2024年7月啟用營運：**
完成後可供4艘2.4萬TEU貨櫃輪同時靠泊，為全台首座全自動化及智慧化貨櫃碼頭，年作



▲高雄港旅運中心郵輪靠泊。

- 業量長期上看650萬TEU。
- 2. 與台灣東方海外公司完成長約簽署：**
台灣東方海外公司第65、66號碼頭將於2024年9月屆期，為提升高雄港整體櫃量及鞏固轉口櫃貨源，該公司已提出簽署10年長約意願，高雄港務分公司將積極洽談完成長約簽署。
- 3. 第5及第3貨櫃中心碼頭加深改建：**
為因應船舶大型化，貨櫃船靠泊碼頭作業需求，將進行第5貨櫃中心77~79號碼頭及第3貨櫃中心70號碼頭加深改建。
- 4. 持續強化郵輪到港作業服務：**
目前高雄港2024年郵輪預報到港共計159艘次，其中母港118艘次、掛靠港41艘次。

放新年！暢玩東京去 順遊近郊樂趣更多

一日遊採果＋購物最滿足 丸之內新春特別活動熱鬧滾滾

撰文／徐意雯 圖片提供／向日遊



▲以美國東岸為靈感打造的佐野PREMIUM OUTLETS®開放感十足。

佐野PREMIUM OUTLETS®

佐野PREMIUM OUTLETS®以美國東岸為靈感打造，充滿開放感的空間內約有180間店鋪，涵蓋國際知名品牌、運動品牌、生活雜貨、孩童服飾及玩具等多元面向。所有店鋪位於1樓，境內走道空間寬敞，無論輪椅族或推嬰兒車都能輕鬆逛街。暢貨中心內設有噴水池及兒童遊樂區等公共設施，在2024/1/21前，還有任天堂的瑪利歐快閃店以及彷彿瑪利歐遊戲世界的經典場景，都可提供遊客留下各種有趣的紀念照。另外，逛街之餘境內也能品嚐中式料理、拉麵、蕎麥麵、牛排、披薩或義大利麵等，更有咖啡廳、可麗餅專賣店或手搖飲料店進駐，滿足不同饕客味蕾。商場提供電子優惠券能使用，若有相關需求歡迎事前聯繫。

佐野PREMIUM OUTLETS®位於草莓生產量日本第一，且擁有「草莓王國」封號的栃木縣。因此冬季安排逛街行程時，推薦可前往周圍的農園，體驗現採草莓的樂趣。另外賞花知名景點「足利花卉公園」也有冬季限定的夜間點燈活動，三個點安排在一起，剛好是最佳的一日遊行程。

三菱地所旗下有許多大型暢貨中心或複合型商業設施，分佈於日本東北地區至九州地區之間。其中PREMIUM OUTLETS®是廣受遊客喜愛的大型暢貨中心，全國共有10處，在東京近郊就有4處，大部分車程1.5小時內皆可以抵達，為順遊東京周邊時的絕佳搭配組合。此外，三菱地所也擁有9處兼具購物、美食、娛樂等複合型商業設施，在東京及神奈川就佔了6處，東京車站旁的丸之內精華地區，更有丸之內大廈及新丸之內大廈兩處，冬季期間的彩燈裝飾璀璨動人，在新春時也會舉行新年特賣，是春節假期來東京時必逛的區域。旅行同業若有其他三菱地所相關資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。



▲暢貨中心境內也隨處能看到休息區，逛累就可以休息。

東京出發1日遊推薦行程

東京都內出發→佐野觀光農園Agritown採草莓體驗（停留約1小時）→佐野PREMIUM OUTLETS®（停留約3小時）→足利花卉公園 欣賞彩燈（停留約2小時）→返回東京都內

※佐野觀光農園Agritown的採草莓體驗期間為每年11月下旬～5月上旬

※足利花卉公園 光之花庭園

舉辦期間：2023/10/18～2024/2/14

地址：栃木縣佐野市越名町2058

交通：【電車】搭乘JR兩毛線或東武佐野線至「佐野」站下，轉乘公車約20分。

【巴士】新宿站JR高速巴士總站 或東京站八重洲南口搭乘高速巴士至「佐野新都市巴士總站」約90分鐘，下車後徒步約3分。



▲丸之內地區在開春的1/2當天也會獅子舞表演。

▲丸之內可以找到各種新奇的品牌，非常適合來尋找伴手禮。

丸之內地區新年活動暨新店開幕介紹

丸之內大廈、新丸之內大廈、丸之內紅磚廣場、丸之內OAZO、二重橋廣場及丸之內·有樂町地區等約有80家店，在1/2（二）～14（日）的13天期間，將舉辦2024年新春特賣活動「丸之內 WINTER SALE」。時尚的潮流單品、化妝品、室內裝飾雜貨等豐富商品，最低3折起。此外，部分店家還有準備限量福袋。另外丸之內大廈、新丸之內大廈在2023年冬天也有備受矚目的新店開幕。在丸之內大廈地下1樓，號稱「翻轉台灣鳳梨酥概念」的微熱山丘首次進駐丸之內地區。此外，同樣在地下1樓開業的富澤商店，以便宜價格，提供從麵包、糕點原料至香料、食材等9,000多種商品，滿足各種伴手禮需求。

【活動概要】

活動內容：依店家不同，折扣 5～70%

活動期間：2024/1/2（二）～14（日）

店鋪11：00～21：00（日・國定假日～20：00）

餐廳11：00～23：00（日・國定假日～22：00）

※包括丸之內·有樂町地區的部分店家，因應活動期間營業時間有所不同。

更多三菱地所相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：（02）2518-3587。

長榮空廚 × 全家 成立「長家國際食品公司」

結合雙方優勢打造全新品牌 開創跨產業合作之新藍海

撰文／謝旻蓀 圖片提供／長榮航空



▲（左起）長家國際食品總經理黃國龍、全家便利商店執行副總吳勝福、全家便利商店總經理薛東都、全家便利商店董事長葉榮廷、長榮航空董事長林寶水、長榮空廚暨長家國際食品董事長柯金成、長榮空廚總經理郭厚利、長榮空廚副總經理楊一騰。



▲▼長家國際食品自日本引進全台灣第1套自動化義大利麵產線。



由空廚業龍頭「長榮空廚」與「全家便利商店」強強聯手，共同成立「長家國際食品公司」，並於2023/12/27正式揭牌營運，宣布攜手跨足台灣鮮食市場。揭牌儀式由長家國際食品公司董事長柯金成、總經理黃國龍，邀請長榮航空董事長林寶水及全家便利商店董事長葉榮廷共同主持，期盼結合雙方優勢，開創異業合作的新藍海，提供喜歡鮮食產品的消費者更多的選擇。

跨產業技術交流 盼提升雙方獨特性

長榮航空董事長林寶水在致詞中表示，非常高興看到長榮空廚與全家便利商店聯手成立長家國際食品公司，從源頭的煮麵到後端的塗抹封裝都是一氣呵成，借助從日本引進的全台第1條自動化義大利麵產線，優化整體設備效能，期許為全家便利商店生產全通路所需要的義大利麵，成為全家義大利麵的生產基地。

全家便利商店董事長葉榮廷則表示，鮮食逐漸成為便利商店產業差異化的吸客關鍵，近3年全家泛鮮食皆保持至少1成以上的高速成長，2023年佔總營收比例更突破3成大關，顯示民眾對便利餐食的剛性需求強勁，故此次雙方合作將擴大全家鮮食產業鏈的布局，透過跨產業的技術交流與應用，推升全家鮮食產品的獨特性與競爭力。

結合設備優勢 共享經營成果

長榮空廚暨長家國際食品公司

董事長柯金成表示，長榮空廚致力於機上餐點業務開發及生產服務，其營運中心已於2018年5月移轉至桃園國際機場園區內的全新建造廠區。而為有效活化原有廠區，長榮空廚積極尋求異業通路商合作，並與正在研議如何提高快速成長鮮食產能的全家便利商店一拍即合，攜手成立長家國際食品公司，共同經營國內食品市場。在連鎖超商通路及未來鮮食產業需求激增的基礎下，雙方共同商議以長榮空廚陣容堅強的研發團隊為後盾，複製其在機上餐點的成功經驗，同步透過雙方的品牌加持、技術及管理層面的交流學習，對應全家便利商店全台超過4,200家店鋪的強勢需求，共享經營成果，共同提升品牌知名度及全球競爭力。

長家國際食品總經理黃國龍指出，



▲長家國際食品以專業自動化的生產模式，成為全家義大利麵品牌「Uno Pasta」生產基地。

近年來鮮食商品帶來的便利性，已成為現今多數消費者餐食選擇的主流，若要在競爭的市場上脫穎而出，勢必需要結合設備的優勢及完善的管理規劃，因此在雙方團隊共同努力下，預估2024年長家國際食品每日的產能可達10萬份，未來更可上看20萬份，產值相當可觀。

拓展雙方銷售通路 搶攻台灣鮮食市場

以長榮空廚對各國特色料理的精通、完備的硬體設備，將可大幅提升全家現有產品線的產能及品質，長榮空廚也能將空廚業務拓展至便利商店通路，讓民眾隨時享受各國美味料理。在長家國際食品公司成立初期，鮮食產品將主打不同麵體及多樣化口味的義大利麵，將同時在超過4,200家的全家便利商店鋪貨，以優勢的服務通路帶動鮮食產品新風潮，未來下一階段將開發個人調理包及料理半成品系列等產品，分進合擊再次搶攻台灣鮮食市場，為雙方開創嶄新的合作營運模式。

撰文／陳妍潔 圖片提供／法航荷航集團、國泰航空、星宇航空、大韓航空

法航荷航使用永續航空燃料

3大面向實踐 簽署MOU實現航空業脫碳承諾



▲法航荷航集團致力於產業永續發展。

為全面減輕環境影響，法航荷航集團以領先使用混合永續航空燃料、支援全球永續航空燃料生產能力建設為目標。集團已設立了超額完成監管要求的遠大目標，即與2019年相比，到2030年每座公里減少30%的碳排放，並且混合使用至少10%永續航空燃料，計畫通過3大槓桿實現：機隊更新、使用永續航空燃料，及其他行動措施。

2023年，法航荷航集團與全球永續航空燃料供應商簽署了多份合作諒解備忘錄，確保未來永續航空燃料供應以達成2030目標。通過與不同區域、採取不同永續航空燃料技術路線的供應商進行合作，法航荷航集團致力於構建一個全球化的永續航空燃料生產網路，不僅能夠滿足自身的需求，還能滿足產業的需要。

星宇航空正式首航舊金山

1 / 18 直飛清邁 開航台中國際航線

星宇航空2023/12/16正式首航美國第2個航點－舊金山，為往來亞洲及北美間的旅客提供更優質舒適的選擇。此次首航特別邀請誕生於舊金山灣區的SNOOPY和查理布朗人偶共襄盛舉，機上也安排SNOOPY玩偶陪著首航旅客橫跨太平洋回到家鄉！

星宇航空執行長翟健華表示，星宇航空自成立以來便致力於帶給旅客最精緻舒適的飛航體驗，為航空業樹立高標準，首航舊金山是星宇航空嶄新的里程碑，未來將持續擴張航點，1/18開航清邁、第2季開航台中國際航線，並預計於下半年開航西雅圖，建構更緊密的航網，提供旅客超越期待的飛航新選擇。

星宇航空台北－舊金山航班時刻表

班號	航線	飛航日	出發時間	抵達時間
JX012	台北－舊金山	每週二、四、六	23:30	18:15
JX011	舊金山－台北	每週二、四、六	23:40	05:30+2

國泰航空與韓國公司簽署協議

成首家與韓際新世界免稅店合作外籍航空品牌



▲國泰航空與韓際新世界免稅店簽署協議，攜手開啟互惠合作關係。

國泰航空宣布，將成為首家與韓國韓際新世界免稅店簽署業務協議的外籍航空品牌，自2024年2月起，會員將可在韓際新世界免稅店享有合作夥伴服務與優惠，簽約儀式在首爾威斯汀朝鮮酒店盛大舉行。根據協議，國泰航空會員在韓際新世界免稅店購物時將可以每1,000韓元賺取1「亞洲萬里通」里數，消費滿30萬韓元或以上再享額外250「亞洲萬里通」里數。

賺取的里數可在國泰航空全球800家合作夥伴中換購服務及商品。此次合作更為國泰會員帶來更多特別禮遇，包含價值約34萬韓元的電子優惠券（含購物金）及可在韓際新世界免稅店消費的各種優惠券，會員也可於「國泰亞洲萬里通網路商店」以「亞洲萬里通」里數換購韓際新世界免稅店預付卡，以及所有搭乘國泰航空前往韓國的乘客，都將收到1張可折抵韓際新世界免稅店消費的專屬電子優惠券。

大韓航空延長優惠、調整票價

23公斤內託運行李免費追加 微幅調整韓國線票價

大韓航空延長韓國線免費追加1件23公斤行李優惠，凡於2/20前購票，並在3



▲大韓航空延長托運行李優惠，韓國線票價各艙等微幅調整。

／20前搭乘，皆可免費追加23公斤以內託運行李1件，共可託運2件各23公斤以內行李。仁川航線適用艙等為經濟艙Y、B、M、S、H、E的單程及來回機票；釜山單程及來回航線除經濟艙N、T、X不適用外，其餘經濟艙等皆適用此優惠，另須注意預訂該航線K、L、U、Q艙時，僅限來回行程提供優惠。

此外其韓國線票價將自開票日1/2起調整，例如台北－仁川航線淡季K/CLS來回票價11,000元調降至10,500元；台北－釜山航線淡季K/CLS來回票價8,700元調漲至9,000元，各艙等皆有微調，開票前須再確認系統反映之最新價格。

撰文·攝影／王政

桃園市政府觀光旅遊局舉辦年度展望會

感謝夥伴長期支持 期許新年度繼續讓「樂遊桃園」綻放國際



▲（左起）桃園市風景區管理處處長廖育儀、桃園市副市長蘇俊賓、桃園市觀光旅遊局局長周柏吟舉杯感謝同仁與產業夥伴的大力支持。



▲桃園市副市長蘇俊賓。



▲桃園市觀光旅遊局局長周柏吟。



▲桃園市風景區管理處處長廖育儀。



▲（左4起）桃園市副市長蘇俊賓、桃園市觀光旅遊局局長周柏吟抽出大獎給予幸運同仁。



▲桃園市觀光旅遊局局長周柏吟（右）抽出幸運的獲獎同仁。



▲桃園市觀光旅遊局副局長施照輝（右2）與幸運的獲獎同仁們合影。

為了感謝同仁們過去一年的辛勞，桃園市政府觀光旅遊局特別於12/26舉辦「觀光旅遊局年度展望會」，更首次邀請桃園市風景區管理處的同仁們一同慶賀，以此感謝每一位夥伴對於桃園觀光推動的努力。晚宴除了桃園市副市長蘇俊賓、桃園市觀光旅遊局局長周柏吟、桃園市風景區管理處處長廖育儀親自特別出席，也邀請過去與觀旅局共同行銷的飯店、觀光工廠、旅遊業者、媒體共襄盛舉，一同歡慶新年到來。值得一提的是，為了感謝同仁們的辛勞，現場也精心準備好禮，加上來賓們的大力贊助獎項，都讓現場氣氛持續維持在最高點。

桃園市副市長蘇俊賓致詞時表示，隨著市長張善政團隊上任屆滿1週年，市府團隊們能從摸索到突飛猛進，都歸功於各局處、產業夥伴們的大力支持。尤其桃園觀旅局僅有70多位同仁，加上風管處的40多位夥伴，僅有百餘位的團隊卻肩負起桃園觀光推動的使命，並與桃園市的產業夥伴一起努力下，在2023年成功讓世界看見桃園。期許在未來的日子，能持續與合作夥伴們保持密切合作，繼續擦亮桃園觀光的招牌。

桃園市觀光旅遊局局長周柏吟表示，非常感謝過去的1年來同仁們與產業夥伴的支持，由於是新團隊上任，但面對後疫情時代觀光推動工程不容停歇，因此市府

團隊乃至於觀旅局同仁們都以最快的節奏持續推展工作。為了讓桃園能被世界看見，市府積極推動跨局處的平台會議，都將觀光推展列為第一要務，因此期許2024年能持續保持密切合作，共同推動桃園的國際能見度。

桃園市風景區管理處處長廖育儀致詞時表示，非常感謝周柏吟局長的熱切邀請，能首次與觀旅局同仁一起歡度新年度到來，在市府的支持下，風管處已經完成2.6億元計畫中的大部分工程，並為北橫增加如小烏來、上巴陵、下巴陵隧道、頭寮等許多景點，也期許能成為未來吸引旅客到訪的誘因之一。



▲桃園市風景區管理處處長廖育儀（左3）與幸運的獲獎同仁們合影。



▲168inn旅館集團董事長賴傳基（左4）抽出幸運兒。



▲台灣橫濱八景島Xpark總經理手嶋一雄（左3）抽出幸運兒。



▲桂林系列旅館董事長陳盈瑞（左）抽出幸運兒。

撰文／張偉浩 圖片提供／桃園市政府觀光旅遊局

「桃園100碗」挖掘親民好味道

融合多元族群美食特色 提供價格親民的庶民美食



▲桃園市觀光旅遊局局長周柏吟。



▲「胡同彭家老舖新疆拉麵」一舉拿下3碗，成為獲得最多碗數的單一店家。圖為羊肉饅子。



▲獲得2碗的好咖Thai—泰銷魂主廚饗宴雙人餐。

桃園是一座各族群融合的城市，由閩南、客家、眷村、原住民、滇緬、泰北等各地住民組成，庶民美食比起其他縣市更豐富、更充滿多變樣式與組合。除了族群多元而有各式的料理外，因地理環境的不同，也發展出不同之區域美食，水質優良而遠近馳名的大溪豆干、豆花；鄰近石門水庫名聲遠播且歷史悠久的活魚料理，都值得推薦給大家來品嚐。除了到大餐廳享受美食之外，桃園有很多價格親民又美味的小吃等待我們去挖掘，希望透過舉辦尋找桃園庶民美食，讓更多人來認識桃園美食，依照遴選出的美食名單品嚐桃園大街小巷內的美味，同時來桃園旅遊。

跨領域名人味蕾與記憶 分享心中難忘的美味

「桃園100碗」邀集不同領域喜歡品嚐小吃的美食家及桃園在地的10位名人擔任委員，依據價格親民、貼近日常生活的美味遴選出他們心中的美食，並與大家分享心中難忘的滋味，共同完成這一份口袋名單，透過「桃園100碗」，讓這些小吃美食躍然台上，讓更多愛好者一同挖掘，激盪更多的美食一飽愛好者口福。

參與名人包括：美食部落客「布雷克」及「神之領域」、美食旅遊主持人「吳鳳」、「莎莎」、「林莎」、資深美食記者「高靜玉」以及桃園名人：客家一哥



▲大溪賴祖傳豆花。

「小鐘」、三金獎主持人「楊千霈」、中職富邦啦啦隊成員「慈妹」、新生代演員「臧芮軒」，10位跨領域名人選出10票（碗）心目中最好的美食小吃，不是票投一家店而是一道小吃，有可能一家店有兩種小吃被不同的遴選委員選中。

桃園100碗分布13區 90間優質店家入榜

「桃園100碗」分布桃園13個行政區，共90間店家入榜，遴選結果由位於蘆竹區的新疆料理「胡同彭家老舖新疆拉麵」一舉拿下3碗，成為獲得最多碗數的單一店家。此外，中壢區「好咖Thai」與「國旗屋」；桃園區老字號的全牛料理餐廳「牛

家莊」、「村民食堂」與「老賊壽司」；還有楊梅區的「俏東北廣東粥」、龍潭區老店「橋頭老麵店」與大溪區的「大溪賴祖傳豆花」共8家店，分別獲得2碗並列第二。

遴選出來的美食包羅萬象，有傳統美食、冰品、異國風味料理，看到美食名單就忍不住想去造訪品嚐，逛大溪老街時能順道品嚐豆干、豆花，前往石門水庫賞景時，能品嚐當地知名的活魚料理，此外，大家平常喜愛的小吃雞排、蚵仔煎、臭豆腐、潤餅、肉包、蔥餅加蛋…等，以及讓人甜滋滋的甜點冰品豆漿豆花、芝麻花生霜淇淋、芋頭冰，還有桃園特殊的滇緬料理稀豆粉、米干等美食都在名單之中。

雀躍分享美食清單 歡迎大家共遊桃園嚐美食

當遴選結果揭曉，桃園市政府觀光旅遊局長周柏吟不諱言看到榜單當下很雀躍，也有嚇一跳的感覺，驚呼「天啊，有這麼多我不認識的店家」，相信有一堆上榜的美食小吃，連住在桃園這麼久的同仁，也會嚇一跳居然沒注意。這次透過不同的視角和體驗，跳脫以往傳統的推薦方式，也不是美食雜誌寫了又寫的小吃，要花不少時間品嚐體驗，期待大家來桃園旅遊時，能夠來品嚐看看桃園在地的好滋味。

「桃園100碗」活動網址：https://topic.udn.com/event/taoyuan_100bowlsaward

撰文／陳妍潔 圖片提供／台灣公益CEO協會

台灣公益CEO協會推出季節限定遊程

連結虎尾百年糖業文化 鐵路串聯雲林在地歷史故事



▲（左起）雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君、雲林縣副縣長謝淑亞，與台灣公益CEO協會秘書長林淑娥（左5）及貴賓合影。

▲台灣公益CEO協會今年再度攜手雲林縣政府，推出「甜蜜蜜 追五分車 玩糖藝」季節限定遊程。

▲五分車載運甘蔗行駛於台灣糖業鐵路歷史，是雲林虎尾當地重要的文化資產。

連續5年台灣公益CEO協會在雲林縣虎尾糖都推出「甜蜜蜜追五分車」季節限定遊程，與雲林縣政府再度合作推出「甜蜜蜜 追五分車 玩糖藝」季節限定遊程，台灣公益CEO協會秘書長林淑娥表示為彰顯百年糖業的虎尾，2024年追五分車旅遊的特色，第1為留下糖「藝」、糖「技」、糖「玩」，也在遊程中加入虎尾糖糖藝DIY活動；第2為呼應全球淨零碳排放趨勢，首次結合共享單車「MOOVO」推廣遊程，期許透過騎乘電動腳踏車慢遊虎尾糖都，能更輕鬆探訪虎尾鎮週邊景點；第3首次與虎尾魅力商圈合作「騎馬找碼」活動，亦即在虎尾騎鐵馬到店家掃QR Code條碼，更深度與趣味的探訪虎尾巷弄消費文化共創及提升在地經濟。

活化在地資產 回溯「糖都」虎尾

雲林縣虎尾糖廠每年12月至3月進入製糖期，雲林縣政府大力推廣活文化資產，除2023年12月初於北港1911好庫文化產業園區（北港糖廠）落幕的「The MEGA Yunlin 雲林厚工學」外，雲林縣副縣長謝淑亞表示，製糖的流程包含將原料甘蔗由專用鐵道運至糖廠壓榨，將蔗汁壓濾分離出透明之糖液與濾滓，再將透明糖液用現代化科技減壓蒸發濃縮成糖膏，糖膏再送到結晶罐煎煮至某一程度，最後用分蜜機除去糖蜜，產生晶粒整齊之分蜜糖，製糖的「厚

工」流程，再再呈現雲林厚工的精神。

虎尾鎮是因為虎尾糖廠而起的，虎尾糖廠全盛時期，其產糖量為全台之冠，使虎尾鎮享有「糖都」的美譽，時至今日仍為全台唯二還在製糖之糖廠，更是全台唯一用五分車載甘蔗製「台灣本土二砂糖」及「虎尾糖」的糖廠，也造就了五分車沿著台灣糖業鐵路穿梭於農村景觀與虎尾市區的特有畫面，虎尾鎮可說是活生生的歷史現場，處處都能感受糖業文化足跡，即日起歡迎全台民眾一同親臨甜蜜糖都吃糖追車遊雲林。

追尋雲林文化脈絡 鐵道串聯糖業故事

雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君強調，文化底蘊一直是雲林發展觀光重要基礎，而甜蜜蜜追五分車系列遊程更是典型文化觀光實例，不論是沿虎尾鐵橋、虎尾糖廠、虎尾驛、中山老街至虎尾4館（合同廳舍、布袋戲館、雲林故事館、雲林記憶

cool）的糖業文化路徑，或是虎尾糖廠、虎尾市區、建國眷村、三鐵同框打卡點等五分車運糖路徑，伴隨著季節限定的甜蜜糖香，更能讓遊客擁有完整的深度文化觀光體驗，搭配本次最大亮點—五分車與古蹟鐵橋同框場景，絕對能讓全台遊客與鐵道迷留下最甜蜜美好的回憶。

林淑娥特此感謝，雲林縣政府文化觀光處特別向台灣糖業公司虎尾糖廠借展五分車火車頭，期間至2024/3/31，重現甜蜜糖都百年風華最大神秘亮點！邀請全台遊客與鐵道迷把握特展時期造訪甜蜜糖都慢遊雲林；而追五分車季節限定遊程，因全台遊客及鐵道迷熱烈反應加開出12梯次，也歡迎自行揪團報名，邀請全台朋友在虎尾糖廠製糖時期一起騎共享單車「MOOVO」追五分車。活動詳情請參閱活動網址：說糖—HUWEI SUGAR <https://www.huweisugar.com/>，或是到「雲林記憶Cool」FB詢問相關資訊。【報名網址】https://yunlin.pse.is/sugar_train_trip



▲遊程中響應永續趨勢，以騎乘自行車的方式探訪虎尾鎮各式景點。

撰文／陳妍潔 攝影／林秀美 圖片提供／台灣好客民宿協會

台灣好客民宿協會 當美學遇上民宿論壇

邀請美學大師分享經驗 提升民宿業者美學素養



▲台灣好客民宿協會以「當美學遇上民宿」為題，舉辦「好客民宿領航論壇」。



▲台灣好客民宿協會理事長黃秀惠。



台灣好客民宿協會秉持「推動民宿產業精進、擦亮好客民宿品牌」的宗旨，於2023年12月特別選擇文化古都台南，舉辦「好客民宿領航論壇」，以「當美學遇上民宿」為主題，邀請境內外知名文化、美學、設計等領域大師同場論述，為想要提升美學素養的民宿業者開啟新視野。

6大精神篩選 豐富民宿內涵

近年來台灣民宿產業蓬勃發展，總數已達1萬多家，民宿經營品質與服務皆有顯著提升，並逐步成為台灣觀光的新亮點。此外，交通部觀光署更推動「好客民宿」認證，以親切、友善、乾淨、衛生、安心、素養等6大精神，篩選出台灣最優質的民宿業者，向境內外旅客推薦，盼能為台灣觀光產業加分。

由於台南深富文化美學底蘊，且為民宿產業發達的文化古都，加上2024年恰逢台南建城400年，因此活動特選於台南舉辦，而台南美術館2館乃台南美學展演的焦點，其跨域展演廳則為美學交流論述



▲活動安排民宿業者於台南熱門文創場域「南埕街事」進行文化空間導覽。



▲台灣好客民宿協會顧問陳盛山身兼中華科技大學航空運輸研究所教授，在論壇上分享其相關經驗與介紹其新書《開航之神》。

◀論壇邀請文化、美學、設計等領域大師，分享論述其經驗與美學概念。

絕佳場地。台灣好客民宿協會盼能藉由舉辦此次活動，讓來自全台灣各地的優質民宿業者在置身美學殿堂的同時，還能透過聆聽大師論述與實境參訪中，提升美學素養、豐富民宿內涵。

協會搭建交流平台 促進業者共好成長

台灣好客民宿協會理事長黃秀惠指出，協會匯集台灣各地優秀民宿菁英業者，透過互相交流與參訪，達到共享、共榮、共好的目的，此次論壇更邀集多位專家，分享其在美學上的創意發想。而在好客民宿6大精神裡，交通部觀光署特別加入素養，除了涵化素養以外，美學素養亦是相當重要的部分，讓會員們透過學習保留自身核心價值外，同時配合政府政策，汲取更多相關資訊與養分，讓民宿產業更加茁壯。

交通部觀光署旅宿組科長李中彥認為，台灣好客民宿協會舉辦的活動十分有意義，其6大精神中唯有素養能讓好客民宿與一般民宿做出差異化，民宿主人擔任著分享者與實踐者的角色，讓民宿與旅館做出區隔，經過訓練與培養帶給民宿旅客更深刻的美好體驗。

台南市副市長趙卿惠提到，非常感謝台灣好客民宿協會在台南舉辦大型論壇活動，為台南帶來不同的意義，2023年1~8月台南旅宿產業即突破累積近90億的消費金額，相較以往有大幅成長，顯見台南旅遊熱度不減反增，同時也彰顯民宿的重要性。

舉辦2場活動 感受藝文美學

「好客民宿領航論壇：當美學遇上民宿」活動於2023/12/4舉辦，並邀請邀請台鐵鳴日號列車計設者邱柏文、王菱儀、W春池計畫主理人吳庭安、台南天下南隅飯店設計者謝欣曄等大師，同場論述美學、文化、永續與民宿之間的關聯與運用。晚間則於台南最新熱門文創場域「南埕街事」進行文化空間導覽與晚餐，以及安排台南文化古蹟巡禮。該活動除協會會員之外，亦開放給全台好客民宿及台南在地民宿業者報名參與。

2023/12/5~12/6活動則開放協會會員及眷屬報名，實地參訪台南美術館1館、特色民宿珍友愛、餘光、暮，及舊飯店翻修典範天下南隅，並拜訪完美結合裝置藝術與公共空間的台南總圖書館，觀摩台南民宿如何將古都文化與藝術內涵融入生活中，形成吸引遊客的特色。

旅天下再增高雄門市！中山加盟店熱鬧開幕

搶攻高雄旅遊市場 2023年底再迎開幕誌慶 盼滿足南台灣旅客需求

撰文／謝旻禔 圖片提供／旅天下



▲（左起）旅天下高雄中山加盟店－冠呈旅行社總經理李憲明、旅天下董事長李嘉賓。

◀旅天下於2023/12/22與冠呈旅行社合作再增高旗中山加盟店。

旅天下透過多元的行銷模式、完整資訊系統以及其產生的品牌效益等，不僅提供豐富、優惠的遊程給消費者，同時也成為加盟旅行社背後的堅實後盾。為搶攻2024年高雄旅遊市場，旅天下趕在2023年底與冠呈旅行社合作成立高雄中山加盟店，並於2023/12/22盛大開幕，除來店打卡抽機票、折價券外，還在當天祭出多樣優惠行程，吸引大批人潮圍觀詢問。

企業品牌形象成關鍵 打造有保障的旅遊產品

旅天下高雄中山加盟店－冠呈旅行社總經理李憲明表示，會選擇加盟旅天下除過去擔任雄獅旅遊日本線領隊的經驗背景外，「企業的品牌形象」更是成選擇的一大關鍵。藉由自身為消費者的角度做發想，境外旅遊的突發狀況遠比在台旅遊的風險來的高，因此若能有大品牌對旅行社蓋上合格印章、把關品

質，就能招攬更多散客達到成團機會，同時也能成為消費者海外旅遊的安心後盾。

冠呈旅行社向來以客製化、高檔的旅遊行程為主，透過總經理對集團產品線及品質的熟識，不僅增加南台灣旅客對公司產品的信心，更會在加盟後設計出與市場差異的特色旅遊行程，滿足原有消費者的客製化需求，開發新顧客對產品的全新旅遊體驗。未來除長期深耕的日本主打市場外，也計畫朝拓展歐美、東南亞地區為目標，設計高雄出發香港再轉機至歐美地區的航程，省去旅客奔波北部的不便，緩解交通上的體力負擔。

加盟小組維繫情感 計畫開發日本、中國大陸產品線

連同甫開幕的高旗中山加盟店－冠呈旅行社，目前高雄共有6家旅天下門市，目標預計於年底再新增4~5家門市，整個南部地區則希望拓展8~10家

門市，以完成南台灣旅客的旅遊需求。

旅天下高雄分公司加盟平台發展部經理方泓翔提到，南部地區有組織「加盟小組」來為旅行社服務，不僅會透過例行性的巡店了解各門市經營狀況，還會擔任起總部與加盟商之間的溝通橋樑，以在地窗口的方式對接加盟商，讓業者能感受到旅天下總部的關心及滿滿誠意。

旅天下屬於經營LCC為主的品牌，目前高雄分公司已有整個東南亞線部門進駐，包括越南、泰國、新加坡、馬來西亞等產品都會陸續上架，並將透過亞航、台虎、越捷、越竹等航空公司的搭配，達到較便宜的優惠價格、獲取相比傳統航空充足的機位數，與市場做出有效的產品區隔。方泓翔表示，疫情前南部旅客從高雄出發飛往其他國家的比例達5~7成，因此將考量現有航空公司的恢復量能，選擇高雄出發為首的航線，輔以台中、台北、桃園機場出發做搭配，吸引南台灣旅客輕鬆前往鄰近國家旅遊，同時還會開發出長程線旅遊商品，利用國泰航空高雄－香港－高雄的航段，讓旅客實現高雄出發至歐美地區的美好願景。

高雄分公司於2023/10/16新設高雄辦公室，未來除朝向補足日本線、中國大陸線產品為主要目標外，還會持續招募相關線路經驗人才，拓展南部加盟門市，擴大整體團隊營運實力，將旅天下優勢發揮得淋漓盡致。



▲旅天下高雄中山加盟店－冠呈旅行社團隊向來以客製化、高檔的旅遊行程為主。



▲高雄分公司於2023/10/16新設高雄辦公室。

台灣旅行業國民旅遊發展協會舉辦年度大會

以永續旅遊為主軸 期望觀光產業一起轉型 龍年大發利市

撰文·攝影／張偉浩



▲台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建。



▲台灣旅行業國民旅遊發展協會與主桌貴賓共同合影。

台灣旅行業國民旅遊發展協會（以下簡稱國旅協會）在2023/12/28舉辦第3屆年度會員大會，從下午的媒合會揭開序幕，並陸續召開會員大會、專題演講、感謝晚宴，其中也特別邀請基隆市水巷內產業發展協會的會員分享「基隆SHOW TIME文化路徑上的永續旅遊」，讓台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建期待未來有更多的合作機會，從台灣頭開始舉辦考察團，強化協會旅遊資源實力。

正式告別疫情 2024迎向更多商機

台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建表示，國旅協會很開心能夠邀請到貴賓代表蒞臨，參加一年一度國旅協會大會。並指出疫情在2023年應該已經正式告一段落，從此次設計背板視覺可以感受到，在過去的2020到2023年過

程當中，旅遊業其實都是層層疊疊、起伏伏伏的。但是國旅協會希望在2023、2024年之後可以讓所有的業者，包含食、宿、遊、購、行5個單位的所有觀光業者可以有充分的媒合機會，不單打獨鬥，更多商機共同激盪。

此外，國旅協會從下午開始舉辦媒合會、專題演講，也在2022、2023這2年辦2次永續觀光論壇，希望在2024年的大型論壇上，能減少更多交通上的碳足跡，把永續的議題內容，分享給更多的業者，讓跟更多的旅行同業跟企業一起轉型。也特別感謝所有的理監事、顧問群、貴賓到訪，今年的桌數又比去年更多了，也提供豐富的資源與旅遊產業多方交流，顯示產業正在走向欣欣向榮的道路上。最後很開心大家能在年末齊聚一堂，並在2024在新的一年度裡，業績蓬勃、龍年大發。

觀光工廠與國旅協會緊密結合 8家業者獲GTS標章

全國觀光工廠促進協會理事長許立昇表示，每年觀光工廠都與國旅協會合作，帶領觀光工廠在疫情時期獲得巨大的效益。這段時間，感謝國旅協會對觀光工廠的支持，一同成長。過去這20年中，觀光工廠通過教育導覽、職人手作等活動，努力保持活力。2023年也舉辦各種活動，包括從2023/3/3開始的觀光工廠嘉年華，一直到2023/11/20的國際論壇。在論壇中，討論了觀光工廠未來5年的發展方向，並強調了永續觀光的重要性。永續觀光主要著重在地事物，也很高興8家觀光工廠今年都獲得了GTS綠色旅行標章（Green Travel Seal），為荷蘭「Green Destinations B.V.公司」創立的標章制度。接下來，觀光工廠將著手進行國際行銷，以推動

永續觀光。未來也希望通過保護在地社區文化和生態，實現最小環境影響，同時促進經濟發展。這是觀光工廠未來的發展目標，也期待得到台灣夥伴的支持。最後，新年即將來臨，祝福大家新年快樂、發大財。



▲台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建（左8），與理監事合影。



▲（左4起）臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜、台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建、全國觀光工廠促進協會理事長許立昇、旅行社聯保聯誼會會長朱永達，與觀光工廠理監事合影。

菲律賓觀光部辦微影展 讓旅客跟影片旅行

力邀夢多 & 杜力、艾爾文、Peggy 海陸空高規格拍攝紀錄

撰文·攝影／張偉浩 圖片提供／菲律賓觀光部



▲(左6起)《食尚玩家》主持人夢多、美女潛水教練 & 水中攝影師Peggy、菲律賓觀光部台灣分處處長海瑟博士、全方位幽默藝人杜力、知名旅遊生活YTR艾爾文，與各大航空代表、貴賓合影。



▲菲律賓觀光部台灣分處處長海瑟博士(左)、菲律賓航空台灣區總經理陳振聲(右)，抽出商務艙機票加住宿大獎。

千島之國菲律賓，榮獲2023年世界旅遊獎(World Travel Awards)，連年獲選為亞洲和世界最佳潛水目的地；長灘島、宿霧、巴拉望3大海島，陸續榮獲《Conde Nast Traveler》雜誌讀者票選為「世界最佳島嶼」。為將菲律賓之最，完美呈現在台灣民眾眼前，菲律賓觀光部台灣分處創下高規格宣傳紀錄，拍片辦微影展、LINE旅遊直播，並在台北信義區舉辦聖誕跨年非常快樂活動，期盼透過連串精彩盛事，與台灣民眾同樂，而且場場都有機會拿好禮，把大獎帶回家。

將菲律賓3地風光濃縮短短20分鐘影片

菲律賓觀光部台灣分處處長海瑟博士表示，首波「菲律賓旅遊微影展」活動，菲觀部力邀知名旅遊生活YTR艾爾文，美女潛水教練 & 水中攝影師Peggy，還有超高人氣的前《食尚玩家》主持人夢多 & 全方位幽默藝人杜力，前往長灘島、宿霧 + 薄荷島、巴拉望3地拍片，請他們用影像說故事，帶領觀眾先睹為快。這幾支影片的最大特色，除了企劃十分用心、風景引人入勝之外，4位影像大師也以其敏銳的觀察力，帶來震撼心弦的內容，把不同海島所有景點的精髓，濃縮在短短20分鐘內呈現，每部作品都能引起極大共鳴，加深觀眾對菲律賓的美好印象，希望有機會一遊，跟著影片去旅行。

艾爾文任務解鎖長灘島 夢多、杜力壯遊宿霧

首支長灘島影片，由艾爾文與Peggy聯手以出任務的方式，來到白沙灘的聖母岩礁，梁靜茹婚紗拍攝地之一的普卡貝殼沙灘，D'mall逛街、感受夜生活，並體驗潛水、立槳(SUP)、香蕉船、UFO、海上拖曳傘5種水上活動，還有直升機空中之旅，更前往新沙灘(Newcoast)的Boracay Keyhole，這處網紅祕境也是攝影愛好者的熱門取景地。整個旅途中，他們精彩呈現長灘島的日夜之美，從水下到高空，帶大家海陸空玩全體驗，盡情探索長灘島屢獲國際大獎肯定～亞洲最美沙灘、世界最佳島嶼的魅力。

而由夢多、杜力與金鐘團隊通力合作的宿霧 + 薄荷島影片，帶大家親近世界上最溫柔的鯨鯊、超迷你的眼鏡猴，在樸實的小島感受純真、釋放壓力，並且登高遠眺巧克力山，俯視這片數以千計的壯麗山群，這才突然發現，所謂的世

界7大奇景，不只是個頭銜，巧克力山真正魅力在於，不管時間多久、看過幾次，每次見到巧克力山，總是如此觸動人心，帶來滿滿的療癒感。

各大航空贊助機票 歡迎旅客親自菲去體驗

首映會(12/15)當天嘉賓雲集，包含菲律賓觀光部台灣分處處長海瑟博士，盛情贊助各獎項的菲律賓航空、長榮航空、中華航空、星宇航空、宿霧太平洋航空、亞洲航空、菲律賓皇家航空等業界代表，還有近百位幸運粉絲，均親臨誠品電影院一起觀影，現場亦提供了菲律賓甜點Bibingka及椰子汁，讓大家體驗一場融合視覺與味覺的雙重饗宴。菲觀部也安排4位影像大師與現場觀眾互動，在影片首映前，分享實地體驗的拍片心得；並於影片播映後，抽出菲律賓機票、住宿、機+酒大獎，更歡迎所有觀眾到菲律賓玩，拍出屬於自己的菲律賓精彩故事！

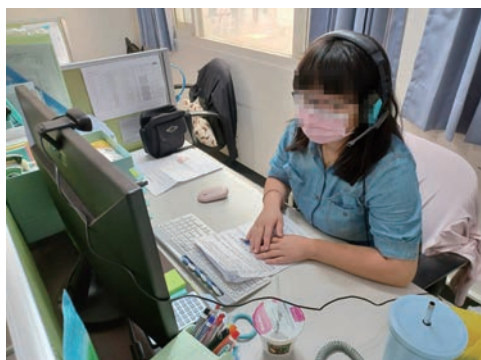


▲Peggy與艾爾文長灘島出任務，海上嗨玩、遇水則發。



▲夢多、杜力在薄荷島看見了世界級的巧克力山奇景。

詳情請瀏覽：「2023菲律賓旅遊微影展」活動網站 https://event-2.7to.com.tw/landingpage/23ph_movie



▲疫情期間小柔首度擔任Mentor講師。



▲小柔參與CCSA戶外支持團體活動，嘗試SUP。



▲於線上分享自立故事，獲秘書長洪錦芳鼓勵。

他們說：生下我是個錯誤！我躲在樓梯間一直哭。」這是小柔唯一記得的幼年回憶，此後，她再也沒有見過當時對話的2個大人。

屢換生活環境 適應成為難題

小柔出生後，父母離異，將她送往育幼院，爸爸與家裡關係決裂，媽媽就此失聯，至小四時姑姑將她接至阿公阿嬤家，她才得知自己身世。儘管感受親人盡力照顧她，但離開機構的熟悉環境，仍讓她感受失落不安，當阿公管教時，她爆發情緒，處處頂嘴唱反調，氣得阿公血壓飆高，健康每況愈下，姑姑深覺憂慮，將小柔轉往寄養家庭。

寄養媽媽溫和有耐心，而家中尚有1名阿茲海默症的阿嬤，2人成天吵架，學校生活也因2次轉學，課業進度跟不上，友誼人際也有適應障礙，成為同學口中很難相處的人。小六時再住進第2個寄養家庭，餐桌上聊天說笑、分享氣氛讓她驚奇又嚮往。

人際關係失衡 謹記規勸調整

原本不善經營人際關係的她，至國中遭同學取笑「不洗澡」與排擠，加以過去多次轉學經歷，讓她被鑑定為學習障礙，必須於資源班上課。經與寄媽討論，她決定轉新國中，開始大家相處融洽，但當同學給她取綽號，她誤將解讀為惡意嘲笑，立刻化身「刺蝟」，強硬態度回擊。國三畢業前夕，班導舉辦了



▲小柔與CCSA夥伴一同出席Mentor巡講誓師大會。

「談心之夜」，多位同學表達不喜歡她充滿敵意的口氣，她這才意識到：「同學老師人人皆有綽號，沒有人存心欺負我，而且，大家即使知道我的缺點，仍然包容我直到畢業。」

升上高中餐飲建教班的她，謹記這番規勸，工作時聽見他人急促語氣不再下意識反擊，當寄家有新人入住且散發挑釁意味，她懂得迴避現場衝突，直至高一再轉進「少年之家」過起團體生活，她也因此學到很多生活技能和才藝樂器。

入住自立宿舍 勇敢求助社工

或許總被迫轉換新環境，18歲離開少年之家轉銜入住CCSA「自立宿舍」時，生活態度相當「擺爛」，社工屢被氣哭，卻仍待她冷靜後陪她好好談話。最後小柔學著低頭道歉，好好跟社工對話，一起梳理自己雜亂無章的生活。

生活漸進穩定、自行租屋後，小柔遭遇有史以來的最大挑戰，臨產友人向她請求借住一陣子，她張開雙手給予幫助，卻來了5人堂皇入住，整天吹冷氣霸佔床鋪，餐食垃圾堆滿地，單月水電



▲CCSA自立青少年相約餐敘。

帳單逼近萬元。按照以往習性，遇到困難她總是咬牙硬撐，但在跟CCSA社工相處的過程中，她感覺對方就像自己一直嚮往卻缺位的家人，於是勇敢向社工求助，報警趕走這群人，並斷絕聯繫。

輔助6大改變 自立撐起未來

在CCSA協助下，小柔整理了自己的6大改變：房間從髒亂不堪、到懂得清潔打掃；經濟從入不敷出、到懂得平衡收支；工作態度從遲到翹班，到穩定長達1年多受老闆肯定；求職、租屋從被動、懶惰，到積極努力；情緒從常常煩悶、暴躁，變得快樂而開朗；從活動的旁觀者、參加者，變成帶領者、教導者。她常在Mentor巡講時，分享維持意志力的辦法。

小柔亦非常感謝CCSA不厭其煩的關懷和協助，即使已經結案，關係卻更加堅韌，即使自立路上還會遭遇許多難關，心中對爸媽也仍有過不去的結，她卻明白：有人在我最不可愛時，都沒有放棄我，我一定能夠撐起自己未來的一片天！



2024

好運龍總來

出國迎春趣

2/2 星期五

埃及10天

早鳥前10名送阿布辛貝再減3,000

N T 64,900 起

土耳其10天

卡帕多奇亞 升等兩晚五星

升等兩晚洞穴飯店
N T 49,900 起

2/3 星期六

北歐極光10天

特別安排 兩段中段+雙點進出

N T 159,900 起

奧捷斯匈10天

全包裝

N T 67,900 起

2/4 星期日

德瑞10天

鐵力士山、新天鵝堡

N T 79,900 起

川越土耳其11天

N T 36,900 起

2/5 星期一

川越古文明埃及10天

早鳥前10名送阿布辛貝

N T 69,900 起

2/6 星期二

義大利10天

贈送千泉宮、威尼斯面具節

早鳥前10名優惠5,000

N T 79,900 起

杜拜 輕奢7天

N T 39,900 起

2/7 星期三

川越義大利10天

贈送千泉宮、威尼斯面具節

早鳥前10名優惠5,000

N T 82,900 起

2/7 星期三

伊比利半島12天

早鳥前10名減10,000

N T 129,900 起

2/8 星期四

德奧捷斯匈11天

雙點進出、布拉格2晚五星

N T 79,900 起

義大利10天

贈送千泉宮、威尼斯面具節

N T 87,900 起

2/9 星期五

東方土耳其10天

升等兩晚洞穴飯店

N T 48,900 起

川越土耳其11天

升等兩晚洞穴飯店

N T 49,900 起

荷比法8天

N T 59,900 起

荷德比法10天

N T 79,900 起

2/10 星期六

義大利10天

威尼斯面具節

早鳥前10名優惠5,000

N T 79,900 起

東方土耳其11天

N T 49,900 起

2/12 星期一

埃及10天

早鳥前10名送阿布辛貝

N T 79,900 起



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

