

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2025.08.11 出刊 每週一發行

VOL. 870



泰國觀光局
台北辦事處處長

莎莉蔓

泰國觀光局
東亞區行銷處主任

林嘉澤

看好市場發展 泰國觀光局前進 台北、台中舉辦大型旅遊交易會

成長力「泰」強大 台灣躋身赴泰全球前10大客源市場之列

看好市場發展 泰國觀光局前進

成長力「泰」強大 台灣躋身前10大客源市場之列 下半年

根據泰國觀光局近期公布的數據指出，截至今年7月泰國共接待1,929萬人次，其中台灣更位列排名前10大客源市場之中，成為泰國觀光業重要發展地區。為加速達成人次目標，泰國觀光局亦積極透過來台舉辦泰國旅遊交易會，期盼能促成更多實質旅遊推廣，展現更多元的泰國旅遊產品。



▲2025泰國觀光局旅遊交易會台北場。



▲2025泰國觀光局旅遊交易會台中場。



▲台中場吸引眾多旅遊同業參加

據統計，今年1～7月份台灣赴泰旅遊人次已達到585,218人次，名列全球第9大客源市場，展現出強勁的成長力道。為了進一步拓展市場胃納量，泰國觀光局東亞區行銷處主任林嘉澤特別帶領32家泰國旅遊相關業者，分別在8/6前往台北、8/8前往台中舉行旅遊交易會，展開與台灣業者面對面交流洽商的機會。

為讓台灣業者有更多元的包裝資訊，此次32家來訪泰國業者類別，涵蓋飯店、海濱渡假村、旅行社、餐廳、購物及娛樂公司等，為62家台灣旅遊業者帶來多樣化的泰國新景點及新行程資訊，提供給產品包裝更多元的參考選擇。

泰國已整裝待發 歡迎台灣旅客再訪

泰國觀光局東亞區行銷處主任林嘉澤

指出，現泰國皆已整裝待發，迎接旅客的到來，在今年度「驚艷泰國盛大觀光體育年（Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year）」主題之下，積極推廣各式主題旅遊並發展多元產品，相信能讓台灣旅客在泰國留下美好回憶。

台灣不僅是泰國觀光局高度重視的旅遊市場，更是極具發展潛力與高品質的旅遊客群，因此透過此次旅遊交易會，泰國觀光局期望能為雙方業者搭建交流平台，透過面對面洽談直接傳遞泰國最新的產品與服務，並促成雙邊更多合作契機。泰國具備度假、文化歷史探索或現代化城市等多元旅遊條件，皆能滿足台灣旅客需求，未來泰國觀光局亦將持續透過更多元化的活動設計，提供更豐富的旅遊行程，並持續深化與業者的合作關係，

以強化市場信心。

此外，今年下半年度泰國觀光局亦將舉辦更多精彩活動，包括9月泰國高爾夫旅遊交易會、11月的水燈節，以及12月的國際煙火節，藉由一系列的活動與節慶舉辦，勢必將為旅客帶來極具魅力與難忘的旅遊體驗。

活動+政策雙管齊下 讓泰國更精彩

泰國觀光局台北辦事處處長莎莉蔓表示，旅遊交易會的主要目的是透過活動，讓台灣旅遊業者有機會與泰國業者進行面對面的交流與洽談，助其更深入了解泰國旅遊現況，掌握最新且完整的資訊，並依據各市場的旅遊資源與業者可提供的商品，促進更多合作機會、發掘新的旅遊產品，以滿足台灣旅客不斷變化的旅遊喜好。未

台北、台中舉辦大型旅遊交易會

精彩活動接續登場 邀您以全新視角感受驚艷泰國多元魅力



▲泰國觀光局東亞區行銷處主任林嘉澤。



▲泰國觀光局台北辦事處處長莎莉蔓。



▲泰國觀光局東亞區行銷處處長Boonrapee Damrongrat抽出幸運同業。



攜手泰國觀光局打造赴泰旅遊新面貌。



來泰國觀光局將更加著重於高品質旅遊、永續發展及運動觀光等面向，以期帶給旅客更優質且多變的旅遊行程。

為推廣泰國旅遊，泰國觀光局不斷努力加強泰國觀光產業，在泰國成為最受全球觀光客喜愛的旅遊目的地之一，被許多旅客認可為旅遊產品多樣化、購物天堂、以及物超所值的最佳旅遊地。而在泰國開放台灣旅客免簽證之後，旅客人數均持續增長，因此泰國觀光局也期望透過旅遊交易會以建立雙方業者更進一步緊密合作，同時為旅客提供多樣化的旅遊產品。由此可見，在旅遊型態不斷變化的狀態之下，泰國正採以祭出推陳出新的旅遊活動、優惠政策等方式，擴大吸引不同族群旅客到訪。

5大必體驗 重新定義旅遊美好

泰國觀光業屢獲國際獎項肯定，在多项全球市場調查中名列前茅，展現其旅遊商品與服務品質備受信賴。今年泰國觀光局透過主打「泰國5大必體驗（5 Must-Do in Thailand）」：必嚐泰式料理（Must Taste）、必試泰拳（Must Try）、必買時尚與在地商品（Must Buy）、必尋秘境與新體驗（Must Seek）、必看節慶活動（Must See），鼓勵旅客深度探訪泰國各府風貌，同時更推動「隱藏版秘境」的城市行銷策略，促進旅遊收益更均衡分配並平衡季節性旅遊差異，邀請旅客以全新視角感受泰國的多樣魅力，體驗物超所值的旅程，重新定義旅遊的美好意義。



▲泰國觀光局台北辦事處處長莎莉蔓抽出幸運同業。



◀泰國觀光局台北辦事處副處長黃俊陽抽出幸運同業。

「紐」轉新局！首發「紐西蘭旅遊專

台灣赴紐西蘭遊客人數恢復至疫情前水準94% 推出6

位於南太平洋的島國紐西蘭，被稱為「長白雲之鄉」，以其壯麗的自然景觀、豐富多元的文化、安全舒適的旅行環境和熱情好客的氛圍，深受來自世界各地遊客的喜愛。無論您的客人想追求冒險、渴望放鬆，還是希望沉浸在中土世界的奇幻美景中，紐西蘭都將為他帶來終生難忘的旅行體驗。



台灣一直是紐西蘭重要的客源市場，目前台灣赴紐西蘭的遊客人數已恢復至疫情前水準的94%。為深化與台灣旅業夥伴的合作，紐西蘭旅遊局特別推出全新升級的「紐西蘭旅遊專家」培訓課程，並貼心提供繁體中文版本。紐西蘭旅遊局誠邀台灣旅業同仁參與此培訓計畫，攜手為台灣遊客打造獨特的紐西蘭旅遊體驗。讓我們同心協力，引領更多旅客探索長白雲之鄉Aotearoa的無限魅力。

專家課程全面煥新 首發繁體中文版本

為協助台灣旅業夥伴更有系統、全面地掌握紐西蘭旅遊知識和最新資源，紐西蘭旅遊局特別推出繁體中文版「紐西蘭旅遊專家培訓課程」，科學劃分課程等級，助您從新手快速晉升成為紐西蘭旅遊專家。

1. 「紐西蘭旅遊專家」課程：全面了解紐西蘭全域旅遊資源。
2. 「紐西蘭高級旅遊專家」課程：持續更新主題課程，帶來更多產品設計視角和靈感。

新課上線 福利多多

★「新」朋友「新」驚喜—完課禮遇

前100位在活動期間內完成煥新版「紐西蘭旅遊專家」8個章節基礎課程、並成為「紐西蘭旅遊專家」的旅業夥伴，將獲得旅遊貼身收納包。

★限時升級「新」禮包—進階禮遇

前30位新成為「紐西蘭高級旅遊專家」的旅業夥伴，將獲得磁吸式行動電源1個（此獎勵與「新」朋友「新」驚喜活動不可同時享有）



★限量版紀念證書

前100位新成為「紐西蘭旅遊專家」的旅業夥伴及前30位新成為「紐西蘭高級旅遊專家」的旅業夥伴可獲得限量版實體紀念證書。



紐西蘭6大獨門旅遊魅力



1. 壯麗的自然奇觀

紐西蘭是一個悠閒的國家，卻擁有令人驚嘆的多樣化原始自然地形。在旅途中，遊客可「一站式」欣賞史詩般的海岸線、如鏡的湖泊、雄偉的峽灣、沸騰的泥池和璀璨的星空。北島以其地熱奇觀、田園詩般的海灘和文化中心而聞名，而南島則以其純淨的自然風光、自駕路線和世界級的滑雪勝地吸引遊客。



2. 獨特的地熱體驗

紐西蘭的地熱景觀堪稱世界奇觀。許多地熱景點是當地毛利部落的聖地，遊客可選擇導覽遊或自助遊，感受熱情的瑪納奇唐加（Manaakitanga，毛利文化中的待客之道）精神。在紐西蘭，遊客將漫步在充滿硫磺味的月球地貌，欣賞冒泡的泥池，感受間歇泉噴發的震撼，或探索世界上最年輕的地熱谷之一。



3. 老少咸宜的探險活動

紐西蘭是冒險者的天堂，從驚險刺激的高空彈跳到溫和的自行車騎遊、皮划艇和生態滑索，適合各個年齡層的遊客。無論客人是想挑戰自我，還是希望輕鬆探索大自然，這裡都有適合的活動。

家」繁體中文培訓課程 三重福利限時開啟

大獨門旅遊主題 協助旅行社全年打造繽紛多元遊程

立即參與 成為紐西蘭旅遊專家

第1步

網站：<https://onlinemodules.newzealand.com/>



登錄／註冊帳戶

第2步

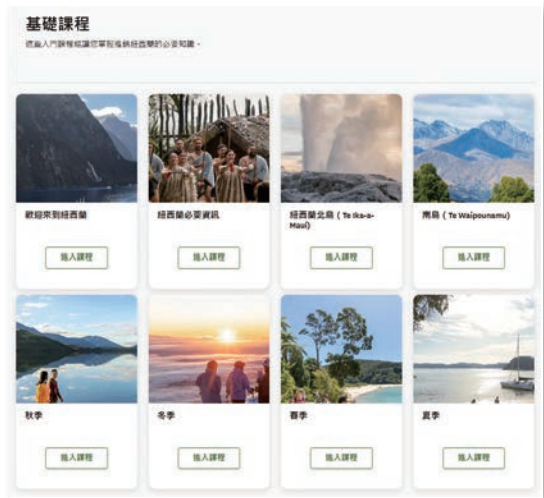
- 如您已註冊「紐西蘭旅遊專家」，可使用已有使用者名稱和密碼登入。
- 如您是首次訪問，需註冊新帳戶。註冊時，請點擊頁面右上角，將語言切換為「繁體中文」，「角色」一欄請選擇「旅遊銷售員」或「產品經理」，即可跳轉至繁體中文版本課程開始學習、升級專家等級。

第3步

完成8個單元基礎課程，即可獲得紐西蘭旅遊專家稱號；再完成任意4個單元高級專家課程並上傳5年內前往紐西蘭的旅行憑證，即可升級成為紐西蘭高級旅遊專家。

第4步

當您成為「紐西蘭旅遊專家」或「紐西蘭高級旅遊專家」後，可下載相應等級的旅遊專家電子證書及徽章。



新版課程晉級條件變更

目前等級	新等級	晉級條件	晉級後等級
進階中	新學員	完成8門基礎課程	紐西蘭旅遊專家
銅牌 & 銀牌	紐西蘭旅遊專家	完成4門進階課程 提交5年內造訪紐西蘭的憑證、通過審核	紐西蘭高級旅遊專家
金牌		完成4門進階課程	

活動諮詢信箱：helen.zhong@dragontrail.com

注意事項：

- * 如您是新註冊學員或之前註冊過紐西蘭旅遊專家課程，但是沒有獲得紐西蘭專家證書，您需完成8門基礎課程方可獲得紐西蘭旅遊專家稱號。
- * 如您是原銀牌／銅牌專家，您的等級將自動調整為紐西蘭旅遊專家，您在完成任意4門進階課程並上傳5年內到訪紐西蘭的憑證後，將升級成為紐西蘭高級旅遊專家。
- * 如您是原金牌專家，您只需完成任意4門進階課程，即可升級成為紐西蘭高級旅遊專家。
- * 工作人員將在活動結束後聯繫獲獎者，本文中的獎品樣式及照片僅供參考，實際以實物為準。重複獲獎者將按最高級別獎項進行發放。紐西蘭旅遊局保留本活動最終解釋權。

讓您一年四季都想來



4. 中土世界™的魔幻之旅

作為《魔戒》和《哈比人》三部曲的拍攝地，紐西蘭的風景讓全球影迷心馳神往。您的賓客可以造訪哈比屯™電影拍攝地，親身體驗哈比人的生活，或在嚮導的帶領下探索電影取景地，感受中土世界的魅力。



5. 世界級的美食美酒體驗

如果您的賓客是美食美酒愛好者，紐西蘭同樣能為他留下難忘的旅遊體驗。紐西蘭擁有許多屢獲殊榮的酒莊，可為遊客搭配新鮮時令食材烹製的道地美食，奉上頂級的味蕾盛宴。

禁止酒駕 🚫 飲酒過量，有害健康



6. 四季皆宜的安心之旅

紐西蘭人（Kiwis）以友善著稱，他們的熱情笑容和真誠關懷會讓您的客人倍感溫暖。同時，紐西蘭政治穩定，沒有危險的野生動物，是安全的旅遊目的地。無論春夏秋冬，這裡的每個季節都風景如畫，氣候舒適，全年適合旅行。

疫後旅運需求回溫、美中科技冷戰升溫，加上多方政經考量下促使台積電遠赴美國設廠所造成的「科技遷徙潮」，讓台美之間的直飛航線已成為各大航空公司眼中的黃金市場。從既有的西岸主幹線，到中部科技樞紐與東岸精英城鎮，多家航空公司正在加速評估下一個具有戰略價值的直飛航點。

不落人後的華航，看好鳳凰城作為西南地區新興科技重鎮，加上台積電大幅投資造成的龐大商務人士旅運需求，搶先於12／3開闢新航點鳳凰城，成為亞洲首家飛航的航空公司，並可經由鳳凰城連接四通八達的航網，延伸至其他美國內陸城市。

驅動台美籍航空不斷拓點的的主因，除了科技供應鏈重組與商務需求暴增、觀光與留學市場的持續復甦，更有

隨著基本盤穩定，各家航空公司開始積極尋找具潛力的下一個台美直飛航點，有哪些可望雀屏中選，也讓各界高度觀望。除了商務需求激增的鳳凰城外，長年為台灣留學生、醫學研究人員與生技產業的重要據點—波士頓，雖說地理位置上與紐約相對不遠，但近年來許多新創企業與半導體設立據點，使得該航點的需求攀升，目前市場也傳出積極尋找東岸新航點的台籍航空將其視為潛力候選者之一。

歸納航空公司的營運布局來看，未來台美直飛的選點將不再僅以「觀光人次」為考量，而會更偏重產業鏈聚落是否成熟、高端客群密度是否足夠、有無競爭者先行進駐，以及是否能與現有航網有相關互補性。

航空公司的航線開拓，不只是旅客選擇的便利指標，更是反映全球政經力量流動的風向球，可以說，下一條台美航線不僅是飛機的軌跡，更將是台灣參與全球競局的新航道。

總編輯

王政

品保公布第4季制價 季節主題旅遊夯全球

參團謹記SMART 5撇步口訣 保障消費者權益降低旅遊糾紛

撰文／陳妍潔 圖片提供／本刊圖庫



▲北海道將進入滑雪旺季，將為日本帶來一波新的旅遊熱潮。



▲極光產品為第4季歐洲旅遊亮點，追光行程有望促進市場買氣。



▲北土耳其團費普遍下調，價格具競爭優勢。

為保障消費者權益，維持優良的產業環境，旅行業品質保障協會（以下簡稱品保協會）於7／29舉辦第4季各線制價說明會，公布各線路旅遊合理參考價格及市場分析，並提出季節性秋冬產品亮點供消費者與同業參考。此外，品保協會亦再三強調參團須嚴格審視安全性，提醒消費者可透過「SMART 5撇步」口訣，保障旅遊品質與權益。

馬新泰菲印

第4季為東南亞旅遊旺季，更適逢台灣連續假期及當地重要節慶、活動舉辦期間，故始整體需求提升，當地房價連帶上漲。整體漲幅相較去年同期，除新加坡漲幅約15%外，其餘市場上漲約10%；然相較今年第3季除新加坡漲約10%外，其餘地區受市場不景氣影響，導致票價調降，降幅約落在10%。

東北亞

受美國債券影響，台幣升值大於日幣升幅，再讓日幣出現低匯率並遠抵飯店漲幅，也使團費總價相較去年便宜。第4季正值賞楓期，紅葉依地區氣候影響一路延伸至12月初，此外更接續迎來北海道滑雪季，冬日不再是日本淡季。韓國現團體旅客仍集中於大邱、釜山、濟州，加之10月中～11月中期間為賞楓期，受惠台

韓充足航班與匯率亦讓旅遊熱度不減。

美加線

第4季雖為美加淡季，但因適逢聖誕節前後仍致機票票價上漲，團費售價則受台幣匯率波動影響，相較今年第3季，則因匯率影響達到約10%～15%跌幅。此外在西雅圖航線則因新增更多航空公司加入直飛，強力競爭下亦導致團體售價調降。

歐洲線

疫情雖過但全球局勢仍不穩定，受到戰爭、貿易關稅戰、區塊鏈全球分化等因素，大幅影響民眾海外旅遊意願。可預見第4季歐洲旅遊市場已不復2023至2024年的榮景。面對低迷的旅遊消費市場，各大國籍航空公司紛紛推出機票優惠，業者也積極推出如聖誕市集、極光與古城堡巡禮等主題行程體驗，刺激市場買氣。

中亞非

阿提哈德航空將於9／7正式開啟每日台北－阿布達比直飛航班，為前往中東、北非及東非地區旅遊提供穩定的中轉選擇。第4季於非洲多數地區將進入旅遊旺季，南非與摩洛哥詢問熱度尤其提升，團費相對上揚約10%～20%。中亞、土耳其等地則因進入非熱門季節，團費普遍下調，價格極具優勢。

紐澳

10月起為南半球春季，且近期紐幣及澳幣匯率下降，為赴當地旅遊好時機。此外，國泰航空自12／17～2026／3／29 新增每週3班（2、4、6）飛往凱恩斯航班；以及今年12月至明年3月，紐航每週日新增1趟航班，同時華航也提供團機位，紓解紐西蘭在旺季期間機位一位難求的窘境，更盼能吸引旅客在最佳季節暢遊紐西蘭。

中南半島

整體市場有所回升，現已少見破盤團價，相較今年第3季團費則會因飯店與進站與否略有高低，其中峴港與河內銷售穩定，為台灣團體旅遊主要旅遊目的地。此外，越南未來有望開啟大叻包機，可靈活搭配芽莊包裝出雙點進出不走回頭路的行程，加上越南航空轉機航班，也讓機位供給擴大，提供消費者更多選擇。



▲峴港仍為越南旅遊熱門首選，團體銷售穩定。

國民旅遊

近年政府積極投入各地觀光建設，完善基礎設施，提供良好旅遊環境，建議業者整合地方特色資源，規劃具有主題與深度的創新行程，增添國旅亮點。此外，高山健行旅遊逐漸興起，建議與專業高山嚮導及隨隊高山協作，規劃安全且具有挑戰性的登山路線，吸引喜愛登山的客群，開發登山旅遊的藍海市場。

SMART 5撇步

- S** Safety，注意外交部發布的旅遊警示燈號，並遵守景區安全規定，隨時留意自身安全。
- M** Money，付款交易要留意，匯旅行社戶頭、不匯個人戶，並要求旅行社做好個資保護。
- A** Agency，選擇國內合法旅行社，才能提供履約保證保險與旅行業責任險保障。
- R** Receipt & Contract，要簽訂旅遊契約，並索取代收轉付收據，個人權益有保障。
- T** Travel Itinerary & Insurance，看清楚行程內容減少履約爭議，視個人需求投保旅遊平安險及不便險，讓旅遊更有保障。

COVER STORY | 封面故事

02 看好市場發展 泰國觀光局前進台北、台中舉辦大型旅遊交易會

FOCUS | 特別企劃

04 「紐」轉新局！首發「紐西蘭旅遊專家」繁體中文培訓課程 三重福利限時開啟

EDITORIAL | 旅奇社論

06 台美直飛潮 航空布局的下個航點在哪？

HOT NEWS | 當週要聞

07 品保公布第4季制價 季節主題旅遊夯全球 觀光運用廣告媒體成功案例的關鍵及借鏡

AIRLINES | 航空飛訊

11 華航聯名飲品再+1！台泰美味躍上雲端
高餐大結合先啟資訊Sabre打造產業導向課程
長榮航空10/21正式開航桃園—釜山
ANA將依序於國際線航班提供全艙等免費

TAIWAN | 國旅情報讚

12 東區觀光圈旅遊資源交流會北區場圓滿落幕
「外澳月夜·浪花市集」8/16、17盛情登場
2025通霄沙雕藝術節 鯨舞沙城·風動全台
融合傳統與創新風味 精選6大飯店中秋禮盒

JAPAN | 和風日本

16 神戶須磨海洋世界
觀賞虎鯨&海豚、入住海景飯店

TRADE TALK | 旅業大小事

17 回饋用戶支持 可樂旅遊App再推獨享優惠
尊榮假期攜手溫士凱一起征服南極、實現夢想
Brand USA聘任百夫長創辦人陳志彬為品牌顧問
東南旅遊 同業會員日限定回饋方案開跑
易遊網攜手中信兄弟 打造主題式旅遊體驗
韓公社K-Stage in台北韓流公演觀光特展
35家業者齊聚台北 九州觀光說明會盛大登場
台灣美食展圓滿落幕 觀展人次成長逾17%
在地深耕·向光而行 蒔晴花蓮分公司成立

榮譽顧問／夏克堅		Frank Hsia		社長兼總經理／歐彥君		Winnie Ou	
發行人／黃秀春		Josephine Huang		國際市場部部長／劉厚志		Jack Liu	
編輯部 Editorial				行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit			
總編輯／王政		John Wang		資深專案經理／周威廷		Wayne Chou	
資深採訪編輯／張偉浩		Kevin Chang		經理／李曉倩		Judy Lee	
採訪編輯／謝旻蒨		Jasmine Hsieh					
採訪編輯／陳妍潔		Annie Chen		業務部 Business Department			
資深設計／曾繁淵		Joe Tseng		協理／王相涵		Abby Wang 0922-671-775	
資深設計／鍾沛彤		Joanne Chung		經理／王相淳		Sammi Wang 0922-566-614	
				經理／王政介		Randy Wang 0912-815-962	
文案部 Copy Writer				專案經理／林秀美		Hidemi Lin 0935-357-017	
經理／謝筱華		Anne Hsien					
資深專案經理／彭可玟		Poppy Peng		國際市場部 International Marketing Department			
資深專案經理／楊詩涵		Ginger Yang		經理／蔡雅雯		Yawen Tsai	
				企劃副理／黃千珮		Pat Huang	
設計部 Art				企劃編輯／何昕穎		Hsinying Ho	
設計主任／林洋正		James Lin		行銷企劃／游琮玄		Sougen Yu	
資深設計／葉美君		Mei-Chun Yeh					
資深設計／劉靜宜		Stefanie Liu					
資深設計／林芳存		Tina Lin					
資深設計／林韋志		Vick Lin					

BRAND USA | 旅奇週刊
TRAVEL RICH
美國國家旅遊局★台灣旅行同業指定合作夥伴

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

Publishing
發行所：旅奇國際有限公司
Rich International Corporation
地址：臺北市信義區(110)基隆路一段159號4樓
4F, No.159, Sec.1, Keelung Rd.,Taipei, TAIWAN

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



觀光運用廣告媒體成功案例的關鍵及借鏡



撰文／陳善珮 文字整編／王政

近

2年觀光旅遊業中，廣告媒體應用的案例發揮實質效應，可以發現4大關鍵核心，包括1.「內容即廣告」：廣告不再只是促銷，而是以故事、文化與體驗為核心，讓消費者「先感動，再行動」。2.「平台即通路」：社群平台不只是曝光工具，更是轉換與預訂的關鍵節點，建議業者與平台深度整合。3.「數據即資產」：透過CRM與廣告平台數據整合，實現個人化推薦與預算最佳化。4.「互動即價值」：直播、短影音、互動問答等形式，讓廣告成為顧客旅程的一部分，而非干擾。我們可以從以下實例參考：

一、航空業

1.紐西蘭航空

推出以毛利文化為主題的安全影片，透過YouTube與社群平台廣泛傳播，結合品牌故事與目的地文化，提升品牌辨識度與旅客好感度。

2.香港航空

與旅遊KOL合作，發起「#飛香港過週末」主題活動，結合短影音與限時優惠，成功吸引年輕族群回流，提升航班載客率。

二、旅行社與OTA平台

1.攜程X小紅書X抖音

攜程與社群平台深度整合，旅客可在看到旅遊靈感後一鍵跳轉至預訂頁面，實現「廣告即預訂」的閉環行銷模式。透過AI推薦系統，根據用戶行為推播個人化行程與飯店選項，提升轉換率。

2.雄獅旅遊：直播導購

結合Facebook與抖音直播，推出「線上旅展」，由導遊與旅遊達人即時介紹行程，並提供限時優惠，創下單場破百萬銷售額。

三、旅館業

1.CitizenM Hotels（荷蘭）

提供免費咖哩飯與電影，鼓勵顧客在社群分享，增加社群曝光與品牌好感度。

2.安達仕酒店（美國）

無前台接待，改以平板與紅酒迎賓，創造輕鬆氛圍，顧客滿意度提升，獲得高評價。

3.BOOK AND BED（日本）

結合書店與膠囊旅館，打造「可睡的書店」，成為IG打卡熱點，吸引全球旅客。

4.凱賓斯基酒店（中國大陸）

利用微信生態系統打造專屬小程序，整合會員制度、預訂、客服與廣告推播，實現精準再行銷與客戶關係管理。

PROFILE

中華觀光管理學會 常務監事
旅行業經理人協會 理事

陳善珮

學歷：

台北科技大學技術及職業教育研究所 博士
世新大學觀光研究所（EMBA） 碩士
中國文化大學觀光事業學系 學士

經歷：

台北城市科技大學觀光事業系副教授兼系主任
台北城市科技大學旅館學士學位學程籌備主任
台灣觀光協會台灣美食展籌備委員評審委員會副召集人
亞瑪迪斯資訊公司（Amadeus GDS）業務部專案經理、培訓講師
台灣凱亞資訊（TravelSky GDS中國航信唯一代理）行銷總監
交通部觀光署城市好旅宿縣市政府管理績效評比委員
交通部觀光署好客民宿遴選實地訪查委員
交通部觀光署旅行業經理人講座講師
考選部、觀光署國家考試命審題委員
教育部體育署職能基準與內涵審查委員
旅行業品質保障協會校園國際金旅獎旅遊行程設計競賽評審委員

從內容出發創造體驗 善用多元媒介強力曝光

上述的案例中，能看見觀光旅遊業廣告媒體成功的關鍵因素不外乎幾個，

1.內容即體驗：無論是紐航的毛利文化安全影片、泰國觀光局與抖音合作的沉浸式挑戰活動，皆透過故事與文化包裝，讓廣告成為「預先體驗旅程」的媒介。其關鍵在於結合在地文化與品牌精神，並使用影音與互動形式提升參與感，進而讓消費者在情感上產生連結。

2.數據即策略：透過整合CRM與社群數據、即時追蹤廣告成效並優化，以及建立閉環行銷（從曝光到轉換），讓攜程與小紅書、抖音的整合，成功使用戶從靈感到預訂一氣呵成，並透過AI推薦個人化行程，

3.平台即通路：無論是雄獅直播導購、凱賓斯基酒店微信小程序，皆將廣告與服務整合，提供即時互動與優惠誘因，讓「看廣告」即「下單」。

在觀光週邊產業同樣有鮮明的案例，擅長營造沉浸式體驗與IP行銷的迪士尼，廣告不僅推銷樂園，更講述角色故事、創造夢想場景，結合電影、遊戲、商品與旅遊，形成完整的體驗生態系。

抑或是服務即口碑行銷的海底撈，雖非使用傳統廣告，但透過社群分享、顧客拍攝影片等UGC（用戶生成內容）形成強大口碑。

上述的成功案例，建議觀光旅遊業可朝向4點強化，包括1.強調品牌故事與文化連結；2.導入數據驅動的行銷科技；3.打造廣告與服務整合的體驗流程；4.鼓勵顧客參與內容共創（UGC）。讓廣告不只是「看見」，而是「感受」、「參與」與「行動」，從而心動再感動出發！

華航聯名飲品再+1！台泰美味躍上雲端

台灣經典手搖伴飛長程線 合作泰國品牌上機即享手標泰奶

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空

中華航空機上餐飲服務再掀新潮，首推飲品跨國合作，未來泰國國民茶飲品ChaTraMue的「泰式奶茶」，與台味手搖飲Sharetea歇腳亭的「黑糖珍珠鮮奶茶」及「百香果珍珠氣泡飲」將同步躍上雲端，為旅客打造多層次口感的飲品新體驗。成立於1992年的Sharetea歇腳亭，位居台灣原創手搖飲文化的始祖之列，目前全球門市有500家，已成為世界知名的台灣手搖飲品牌之一。其黑糖珍珠鮮奶茶選用地新鮮牛乳，淡淡紅茶香融合醇香鮮乳，配上Q彈的黑糖蜜漬珍珠，讓人回味無窮；百香果珍珠氣泡飲則酸甜爽口，每喝一口都沁涼。華航將這份台灣味分享給全球旅客，台北出發美、加、歐、澳航線的豪華商務艙



▲8/10起將提供Sharetea歇腳亭「黑糖珍珠鮮奶茶」及「百香果珍珠氣泡飲」，給予搭乘華航台北往返美、加、歐、澳航線的豪華商務艙與美、加、歐航線的豪華經濟艙旅客。



▲8/18起曼谷出發飛往台北及高雄的航班全艙等供應泰國國民茶飲品牌 ChaTraMue的泰式奶茶。

與美、加、歐航線的豪華經濟艙，8/10起將供應「黑糖珍珠鮮奶茶」，回程則提供「百香果珍珠氣泡飲」。

華航領先業界，首度攜手泰奶第1品牌ChaTraMue展開跨國合作，同時亦是該品牌首次進軍航空通路。其招牌的泰式奶茶，口感香濃滑順，不只象徵當地的飲食文化與日常生活，更是遊客最喜愛的代表性飲品。8/18起，限定曼谷出

發飛往台北及高雄的航班全艙等供應，讓旅客在旅途中即可品嚐道地風味，滿足不論是正要結束旅程，或者正要展開新旅途，這杯充滿文化記憶的泰式奶茶，都為旅客增添了一份專屬於味覺的儀式感。華航餐飲服務不斷拓展海外異業合作並精進提升，現再添跨國聯名飲品，帶給旅客不同的味蕾饗宴，讓每一趟搭機都是期待。

高餐大結合先啟資訊Sabre打造產業導向課程

產學培育合作再進化 精準銜接航空與旅遊業界需求

撰文／張偉浩 圖片提供／先啟資訊Sabre



◀（左起）先啟資訊Sabre業務部副總經理陳桂森、高雄餐旅大學旅運管理系博士徐伯一。

如何提升學生在航空訂位與票務領域的實務操作能力與職能素養，已成為高等教育課程發展的重要課題。為回應此需求，高餐大攜手先啟資訊Sabre共同合作開設「初

級訂位計價認證」課程，針對專業教師授課，協助培訓學生對接航空與旅行業界之專業標準，進而取得職能認證。

本課程以全球分銷系統GDS（Global Distribution System）的領導者—Sabre為操作平台，結合高餐大深厚之產學教學經驗，課程設計從PNR（Passenger Name Record）建立、航段選擇、票價查詢至開票流程，完整涵蓋基礎訂位至票務計價全流程，並與產業實際操作標準無縫

銜接。透過系統性訓練與情境模擬，學生可有效掌握航空票務作業邏輯，培養符合業界需求的實務操作能力。修畢課程後，學生則具備航空訂位與票務相關之核心職能，符合台灣主要航空公司與旅行業者徵才之技能門檻，為其就業競爭力奠定堅實基礎。

此次產學合作充分體現教育與產業資源整合之多元價值。先啟資訊長期深耕於航空資訊系統領域，憑藉多年累積的實務經驗與技術專業，致力於提供高效、穩定且創新的解決方案，高餐大則長期專注於觀光與餐旅領域之專業人才培育。雙方合作推動「初級訂位計價認證」，透過此計畫，除強化學生職場接軌能力外，亦期望為台灣航空與旅遊產業注入更多具備實務能力與產業敏感度之專業人才，以因應未來市場需求與挑戰。

高雄餐旅大學（簡稱高餐大）自1995年創校以來，致力於培育具備創新思維、專業技能與國際視野之觀光與餐旅人才。面對全球經濟與旅遊產業的快速演變，以人為本的「專業服務體驗」持續為此產業的核心價值，並在人才培育策略中佔有關鍵地位。

鑒於航空產業自動化票務系統與產業鍊工具已發展成熟並持續創新，加以消費者對於國際旅遊市場需求更趨多元，

長榮航空10／21正式開航桃園—釜山

看準釜山旅遊熱潮 睽違13年長榮再開韓國新航線

撰文／王政 圖片提供／長榮航空

看準赴韓旅遊熱潮，長榮航空10／21起開航桃園—釜山航線，即日起正式開賣，提供每日1班的飛航服務，這也是長榮航空睽違13年再度開闢韓國新航點，屆時可搭配松山—首爾金浦以及桃園、高雄飛往首爾仁川航班，每週飛往韓國將達32班。

韓國向來是台灣民眾最喜愛的旅遊景點之一，根據韓國觀光公社統計，尤其以釜山的成長幅度最為驚人，平均每4位訪韓的台灣旅客中，就有1位前往釜山旅遊，展現出釜山在台灣市場的人氣持續升溫，此次釜山航線的開闢，除可搭配現有長榮航空松山、桃園及高雄直飛首爾的航班外，對於歐美、東南亞國家出發延遠至韓國的旅客來說，不管是出差或是旅遊皆能有更便利多元的選擇。

長榮航空桃園—釜山航線以空中巴士A321-200機型飛航，座位數共184個，配置8席商務艙、176席經濟艙，飛行時間僅需2小時25分，安排午後班機，讓旅客不累不趕、輕鬆出遊。

釜山擁有「國際港都」的美譽，除了集結眾多美食及觀光景點，也被視為高性價比的旅遊城市之一，知名景點包含夏季渡假聖地「海雲台海水浴場」，還有韓國馬丘比丘美譽，由許多可愛藝術作品及色彩繽紛房屋組成的「甘川文化村」，以及可以眺望整個釜山港的「釜山塔」和近年深受旅客喜愛的「天空膠囊列車」等，讓釜山快速躍升為高人氣的旅遊勝地。



▲長榮航空將開闢釜山航線，以空中巴士A321-200飛航，時間安排午後起飛，讓旅客不累不趕、輕鬆出遊。

長榮航空桃園—釜山航班資訊

航線	航班編號	飛航日	起飛時間	抵達時間
桃園—釜山	BR164	10／21	12：30	15：55
釜山—桃園	BR163	10／21	18：00	19：25
桃園—釜山	BR164	10／22	14：25	17：45
釜山—桃園	BR163	10／22	18：55	20：20

ANA將依序於國際線航班提供全艙等免費

8／5起波音767-300ER客機 可觀看影片的高速機上Wi-Fi

撰文／張偉浩 圖片提供／全日本空輸股份有限公司



全日本空輸股份有限公司（以下簡稱ANA）採用美國衛星通訊企業Viasat公司的最新系統，自8／5起於202座的波音767-300ER客機（機身編號JA625A）提供全艙等免費，且可使用串流平台※1觀看影片的高速機上Wi-Fi。該服務亦將依序

導入多數的ANA國際線航班，讓旅客在機上也能享受接近地面網速※2的Wi-Fi。

ANA執行副總石井智二表示，透過整合Viasat的Wi-Fi設備，波音767-300ER機型亦能提供無縫接軌且持續的上網體驗，媲美在地面的網路性能。ANA將致力於提升機上上網體驗，未來亦將持續改進，提供旅客更便利的使用環境。ANA台灣分公司總經理古牧海亦表示，期待在不久的將來，搭ANA經東京轉機前往北美的台灣旅客，能盡快在長程航段上體驗到高速Wi-Fi的便利。

ANA預計於2026年3月前完成3架202座的波音767-300ER的Wi-Fi設備升級工程，並於2026年度中讓全數共6架，投入中短程航線的202座波音767-300ER客機搭載高速Wi-Fi功能。此外，於2026年度起陸續接收的

18架長程版波音777-9及19架長程版波音787-9新機，亦將配備Viasat的產品。配備該產品的機型，機上將貼有標示供旅客辨識。

備註

※1：使用Amazon Prime、Hulu、Netflix等串流平台時，旅客本身須已訂閱該服務。

※2：全艙等免費且高速的網路服務僅限機上貼有相關標示之機型。



東區觀光圈旅遊資源交流會北區場圓滿落幕

品牌、體驗、手作全到齊 50位觀光好夥伴互動收穫滿滿



▲縱管處處長許宗民致詞。



▲「東區觀光圈旅遊資源交流分享會」大合照。

交通部觀光署花東縱谷風景區管理處為促進轄內觀光圈資源整合與合作，於7/29下午，在花蓮縣吉安鄉「阿美小米文化館」舉辦「東區觀光圈旅遊資源交流分享會－北區場」，現場集結來自花東縱谷、東海岸地區的業者、公協會、觀光圈聯盟夥伴與亮點店家代表，超過50位觀光好夥伴齊聚一堂，共同交流資源、分享品牌故事，現場氣氛熱絡、交流成果豐碩！

加入郵局i郵購電商平台 開通設定費「免費」

這場分享會不只是聊聊未來合作方向，更邀請阿美麻糬、新味醬油、七星柴魚博物館、青陽農園等地知名品牌，以及林業及自然保育署花蓮分署、花蓮郵局等單位，現場介紹自家產品與遊程亮點，彼此交流行銷經驗，也讓參與者對花東觀光的多元面貌有更深刻的認識。

其中，林業及自然保育署花蓮分署帶來了許多可愛又吸睛的布偶，推廣山林



▲「新味醬油」豆腐乳手作體驗課程講解。



▲「林業及自然保育署花蓮分署」商品展示。

保育的同時也深獲大家喜愛！花蓮郵局更是好康大放送，祭出只要是參與此次分享會的業者加入郵局i郵購電商平台，僅收履約保證金，開通設定費「免費」的大方優惠。

花東魅力來自彼此分享 持續挖掘潛力亮點遊程

活動下半場，特別安排的新味醬油「豆腐乳手作體驗」更是讓大家眼睛一亮，帶領與會者深入從製作到品嘗的過程，每一步都感受到在地職人的用心與文化的傳承，大家紛紛表示：「這場活動不只學到了知識，也吃到了故事！」、「這次的活動真的

很棒，期待後續推廣更給力，讓更多人看見花東的魅力！」。縱管處處長許宗民表示，花東觀光的魅力來自於彼此的分享與合作，交流不再只是單純的會議，而是觀光圈夥伴們互相認識、激發創意、共同前行的重要一步。未來也將持續打造更多這樣的交流平台，串聯在地資源、發展創新旅遊內容，讓花東走得更遠、被更多人看見。花蓮縣休閒旅遊協會理事長劉玲玲也表示，深深感受到，越在地、越國際！並期許縱管處能持續挖掘更多具有潛力的旅遊亮點與遊程，促進區域串聯與整體推廣。

「外澳月夜・浪花市集」8/16、17盛情登場

在東北角外澳浪花聲與音樂節拍中 共度最Chill仲夏夜



▲「外澳月夜・浪花市集」於8/6在交通部觀光署旅遊服務中心舉辦啟動記者會，現場包含立法委員吳宗憲服務處特助蕭丞左、交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長游麗玉、交通部觀光署旅遊服務中心主任劉士銘、宜蘭縣政府工商旅遊處科長方彥仁、宜蘭縣觀光協會理事長卓志宏及大東北角觀光圈產業夥伴們等重量級人物親自到場支持。



▲攜手知名市集品牌「好好手感微笑市集」，由來自全台的手作職人與創意品牌，在沙灘布置饒富海洋風格的「浪花市集」。

交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處主辦的「外澳月夜・浪花市集」，每年受遊客熱烈響應，將於8/16至17，在外澳服務區前沙灘盛大展開，8/6於交通部觀光署旅遊服務中心舉辦啟動記者會，現場多位重量級人物親自到場支持，共同拉起象徵出航的風帆旗，為活動揭開序幕，邀請全台旅人來到東北角外澳沙灘，在浪花聲與音樂節拍中共度最Chill的仲夏夜。

外澳、龜山島為主題 實踐永續旅遊理念

交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長游麗玉表示，外澳月夜・浪花市集」活動，自推出以來受遊客好評，已為本處年度重點活動，今年持續擴大舉辦展開為期2天的夏夜盛會，並實踐永續旅遊理念，結合在地商家共同推動，並將營造以外澳、龜山島為主題的特色展演，帶給民眾不同以往的夏夜創新體驗。本年度並攜手旅行社及宜蘭旅宿業者，推出遊程及住宿方案，提升前往外澳參與活動的便利性，歡迎全台民眾來到宜蘭外澳，深度感受東北角海岸魅力。

「好好手感微笑市集」超好逛 還有多組人氣歌手上陣

「外澳月夜・浪花市集」內容豐富，特別攜手知名市集品牌「好好手感微笑

市集」，由來自全台的手作職人與創意品牌，在沙灘布置饒富海洋風格的「浪花市集」，並邀請大東北角觀光圈夥伴進駐展售在地特色產品與美食。此外，現場由「阿秋派 Art Chill Vibe」藝術團隊策劃的藝術互動區，推出羽毛木板畫、人體彩繪、玩印章等DIY體驗，提供遊客創作屬於自己與東北角的島嶼印記。

8/16晚間將在外澳沙灘以龜山島為舞台背景舉辦「浪舞月曲」音樂晚會，由多組人氣歌手輪番上陣，包括Shawn尚融、晨悠、張若凡、魏嘉瑩、吳汶芳、理想混蛋，用音樂為海灘灑下一層浪漫光影；8/17「島影舞浪」由凡徒藝術表演團隊與即將成真火舞團聯手演出，透過火焰與光影交織，體現傳統與現代激盪，為民眾在頭城的夏夜留下一段炙熱回憶。

「鐵道浪花小旅行」遊程 8家旅宿推住宿專案

活動期間結合旅行社推出「鐵道浪花小旅行」遊程，結合自行車活動、牽罟文化與濱海景觀的豐富遊程，每人僅需499元，即可參與這趟從白日慢遊至夜晚沉醉的特色路線。白天欣賞東北角壯闊的山海風貌，傍晚抵達「外澳月夜・浪花市集」活動現場，在光影、音樂與海浪交織中，體驗一場浪漫旅程。售票資訊：<https://ilantourbus.rezio.shop/zh-TW/product/>

RWTU0114

本次活動亦與8家宜蘭旅宿業者合作，推出住宿專案或是專屬好禮活動，包含礁溪九號溫泉旅店、凱渡廣場酒店、烏石港 OA HOTEL、蘭陽烏石港海景酒店、村却國際溫泉酒店、春和大飯店、中冠礁溪大飯店、雪山溫泉會館等。8/16至17入住上述飯店，除可獲得限量帆布袋兌換券，至市集現場兌換限量設計紀念帆布袋，各家業者也提供住房專案，歡迎民眾參考入住。詳細資訊：<https://www.facebook.com/share/p/19QLbmUJyA/>

※更多活動資訊請至「東北角觀光資訊網」或至「東北角之友」粉絲專頁查詢。



2025通霄沙雕藝術節 鯨舞沙城・風動全台

強力吸客 短短3週突破20萬人次 風箏展演掀起夏日高潮



▲白日裡，陽光灑落沙雕，展現細膩立體的視覺層次。



▲可愛的企鵝風箏，成為大小朋友拍照打卡新寵兒。

2025通霄沙雕藝術節自7／12盛大登場，短短3週已吸引超過20萬人次參觀，展現驚人吸引力與文化魅力。活動以「永續與和平」為主題，結合藝術創作、自然景觀與環境教育，成功打造苗栗夏季最具人氣的觀光盛事。

8國國際藝術家齊聚 共同創作22座沙雕作品

今年通霄沙雕藝術節邀集來自8個國家的國際級藝術家齊聚通霄，共同創作22座風格迥異、工藝精湛的沙雕作品。其中，長達70公尺的大型主題沙雕「永續與和平」，以巨型鯨魚與地球意象為主體，寓意深遠，成功引發大眾對海洋保育與環境永續議題的熱烈關注，成為現場最具話題的打卡焦點。

白日裡，陽光灑落沙雕，展現細膩立體的視覺層次；傍晚夕陽餘暉與作品相互輝映，而入夜後的藝術燈光點綴，更賦予沙雕作品夢幻氛圍，讓遊客能從早到晚沉浸在不同風貌的沙雕魅力之中。

鯨魚風箏快閃展演活動 吸引近3萬人共襄盛舉

為呼應主題並豐富活動內容，亞洲國際風箏聯合會於8／2特別在通霄海水浴場舉辦「鯨魚風箏快閃展演活動」，施放多隻長達18米以上、由國外設計的大型鯨魚軟



▲通霄海灘上空，巨型鯨魚風箏迎風翱翔，展現磅 動感與海洋生命力，成為沙雕藝術節最壯觀的空中焦點。

體風箏，並搭配海馬、海豚、章魚等各式海洋主題風箏與地景裝置，讓通霄上空宛如變身海底世界般繽紛壯觀。展演當日吸引近30,000人共襄盛舉，創下今年通霄沙雕藝術節單日參觀人數新高，現場歡笑聲此起彼落，親子共遊氛圍溫馨感人。

苗栗縣文化觀光局表示，樂見各界團體熱情響應，以創意活動結合藝術與環境議題，不僅提升通霄沙雕藝術節整體豐富度，也進一步實踐「環保永續、在地共好」的核心理念。風箏展演不僅吸引大批遊客走進通霄，更深化民眾對海洋生態與永續議題的認識與關注。

活動持續至9／14止 感受藝術自然海洋夢旅

亞洲國際風箏聯合會理事長鄭凱元指出，通霄海水浴場地處西部海岸，夏季

南風穩定，具備絕佳飛行條件，是舉辦大型風箏展演的理想場域。此次更集結全台北、中、南優秀風箏好手，希望以壯觀演出吸引更多目光，帶動地方觀光與國際能見度。

儘管近期西南氣流頻繁降雨，沙雕作品仍完好如初，顯見主辦單位在沙雕保護與現場維護方面的專業與用心。苗栗縣文化觀

光局也提醒，通霄沙雕藝術節將持續至9／14止，錯過將再等1年，尚未造訪的朋友不妨把握暑假與初秋良機，前往通霄體驗一場融合藝術、自然與海洋意象的夢幻之旅。通霄沙雕藝術節每日開放時間為上午9時至晚間9時，免費入場，適合闔家出遊、親子共賞。更多活動資訊，請上苗栗縣政府文化觀光局官網或「2025通霄沙雕藝術節」臉書粉絲專頁查詢。



▲企鵝與瓢蟲風箏萌翻沙灘。

撰文／陳妍潔 圖片提供／花蓮理想大地渡假飯店、桂田酒店、JR東日本大飯店台北、天成飯店集團、圓山大飯店、台南大員皇冠假日酒店

融合傳統與創新風味 精選6大飯店中秋禮盒

結合在地食材與文化特色 多款精緻月餅傳遞團圓情意

每逢中秋，總想用一份好禮，說出心中最暖的祝福。無論是記憶中家的味道，還是融入創新巧思的節慶風味，月餅始終是串連人與人之間情感的載體。今年中秋，多家飯店延續品牌精神，攜手職人主廚、結合文化底蘊與地方食材，打造出一款款具故事性的月餅禮盒。從傳統工藝到設計美學，讓每一口滋味都成為節日裡最動人的回憶。以下為各飯店中秋禮盒亮點，一同感受這份關於味道與心意的節慶提案。

結合在地文化美學 餅香寄情於中秋

花蓮理想大地渡假飯店

4款人氣點心 8／31前預購享85折

中秋限定「拾秋·理饗」禮盒，秉持「嚴選手作×花蓮在地×秋意禮讚」的精神，精選「西班牙達克餅」、「理想蛋黃酥」、「柚香花生」，以及「南棗核桃」4款人氣點心，展現土地與節慶交融的風味哲學。每盒980元，即日起至8／31預購享85折優惠，10盒以上免運。



▲理想大地中秋限定「拾秋·理饗」精選4款純手工製作甜點。

桂田酒店

設計富文化意涵 大量訂購享優惠

桂田酒店「卡桑的起家櫥」中秋禮盒以懷舊記憶出發，設計靈感源自傳統菜櫥，傳遞家的溫度與親情的深度。禮盒內含4款創意桃山餅皮月餅與嚴選茶包，並附上七巧板遊戲，讓團圓更有互動樂趣。每盒售價1,680元，9／5前預購享95折優惠，大量訂購另享優惠，單筆訂購6盒以上並預付訂金，享台灣本島免運。



▲桂田酒店溫暖獻禮「卡桑的起家櫥」中秋典藏禮盒，售價1,680元。

JR東日本大飯店台北

創新傳統交融 9／15預購前享88折

以職人精神打造出的2款中秋禮盒：「東韻明月」廣式月餅結合台灣果物與傳統技藝，推出6款創新風味；「經典蛋黃酥」，展現紅豆與蛋黃的鹹甜平衡與細膩工藝，包裝設計融合東亞地標與日式祝福圖騰，兼具文化美感與節慶儀式感。即日起至9／15預購享88折，31盒以上享免運，為中秋送禮注入東方美學的品味選擇。



▲今年中秋推出2款應景禮盒，主打台日共融、風味層次分明的「東韻明月」及經典蛋黃酥。

天成飯店集團

多元選擇 滿足各客群送禮需求

天成飯店集團推出3款風格各異的中秋禮盒：經典「聚寶映月」主打廣式月餅與包種茶；「雙冠映月」與麵包冠軍王鵬傑聯名，推出抹茶蜜柚與桂花烏龍酥；創意「玩遊嬉月」結合4款流心酥餅與自家設計桌遊，還能參加挑戰賽抽飯店住宿券。9／6前付清享9折，Cosmos會員再享88折，傳統到創新，滿足不同世代與場合的送禮需求。



▲天成飯店集團搶攻中秋送禮商機「經典×聯名×食玩」隆重鉅獻3款中秋佳禮。

圓山大飯店

展現文化美學 綻放茶與餅香

圓山大飯店延續經典國宴手藝與文化美學，以「花綻月燦·蝶舞團圓」為題，推出2款限量中秋禮盒。「金綻花月」結合2款廣式與4款低糖桃山月餅；「晶燦花月」則以4款經典廣式口味如雙黃蓮蓉、棗泥核桃為主，每盒皆附蔣宋美齡指定宴客烏龍茶。即日起至8／15預購享88折優惠，20盒以上另有專屬折扣。



▲圓山大飯店今年再度攜手沙畫藝術家，以「花綻月燦·蝶舞團圓」為主題，融合台灣在地文化。

台南大員皇冠假日酒店

環保結合在地 大宗訂購最低7折

「歲熙成圓·祥獅納月」中秋禮盒以安平「劍獅」文化為靈感，象徵驅邪避凶與團圓吉祥。禮盒採用再生紙包裝，融合劍獅浮雕與「拔劍開盒」設計，展現節慶儀式感與環保理念。內含3款月餅與2款台灣茶，兼具風味與文化底蘊。售價1,788元，8／15前預購享85折優惠，大宗訂購可低至7折，滿20盒以上單一地址免費宅配。



▲「歲熙成圓·祥獅納月」每盒售價1,788元，禮盒內含月餅6入與茶包6入。

神戶須磨海洋世界 觀賞虎鯨&海豚、入住海景飯店

水族館結合餐廳與住宿，憑星宇航空登機證還能兌換限量好禮

撰文／游琮玄、何昕穎 圖片提供／向日遊顧問有限公司

2024年6月全新開幕的「神戶須磨海洋世界」，結合水族館、生態教育、餐廳與住宿設施，迅速成為關西地區備受關注的新旅遊亮點。園區位於白沙灘環繞的須磨海岸，位置便利，開車從神戶市區約15分鐘；神戶機場約30分鐘即可抵達。距離大阪市區約45分鐘，關西國際機場約70分鐘車程，是安排自由行或團體行程的理想地點。園區分為「虎鯨Stadium」、「海豚Stadium」、「AQUA LIVE」、「神戶須磨海洋世界飯店」四大區，帶來多感官、跨年齡層的體驗內容。最大亮點之一為全日本西部唯一能觀賞虎鯨表演的場地，演出結合高躍、水柱與音效，展現虎鯨的壯觀體態與靈巧智慧，演出座席設計具臨場感，是旅客必排節目之一。旅行同業若有任何神戶須磨海洋世界資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。



▲神戶須磨海洋世界可觀賞虎鯨演出。

持星宇航空登機證送限量好禮！機上廣告同步展開

即日起凡持星宇航空登機證（神戶或關西機場入境）前往神戶須磨海洋世界，即可兌換吊牌鑰匙圈紀念品乙份（數量有限、送完為止）。自8月起，園區也與星宇航空合作推出機內宣傳影片，強化目的地曝光與品牌形象。



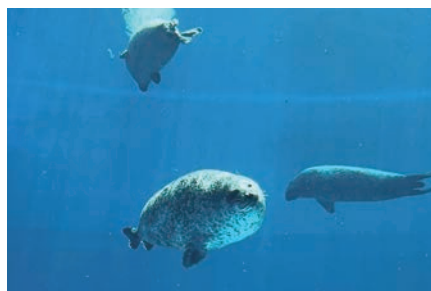
◀紀念吊牌鑰匙圈

震撼虎鯨秀 x 可愛海豚秀

除了「虎鯨Stadium」有魄力滿點的虎鯨表演之外，「海豚Stadium」也帶來節奏明快的海豚表演，並提供約20分鐘的互動體驗（另行收費），讓旅客可近距離觀察並與海豚互動，特別適合作為親子團體的安排亮點。



企鵝、海獅、海豹...療癒系海洋生物齊聚



「AQUA LIVE」展示館涵蓋超過500種海洋生物，從水母、熱帶魚、魷魚、鯊魚到海龜與海獅皆有。重現南極生態的企鵝區更具話題，春季期間還有機會一睹企鵝媽媽育雛的稀有畫面。



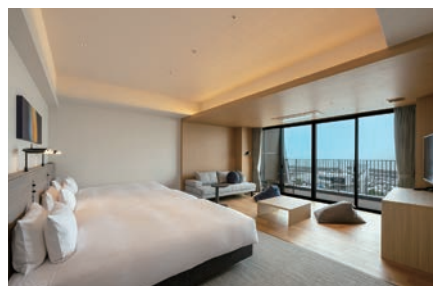
邊用餐邊看虎鯨！海景餐廳 BLUE OCEAN



館內自助餐廳「BLUE OCEAN」最大特色是設有觀賞虎鯨水槽席位，旅客可邊享用餐點、邊欣賞虎鯨游姿。料理使用關西在地食材，包括神戶炒麵飯、淡路牛漢堡排等地方名物。

全客房面海！入住專屬導覽服務的官方飯店

園區附設的「神戶須磨海洋世界飯店」提供80間海景客房，可觀賞飯店前潟湖海豚，頂樓還設有明石海峽展望台。住客可參加開館前／閉館後的專屬園區導覽行程（另外收費）。餐廳提供早晚自助餐，也有包廂席可供團體使用。



更多神戶須磨海洋世界相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：（02）2518-3587。

回饋用戶支持 可樂旅遊App再推獨享優惠

海外旅遊行程下殺54折起 新會員下載再領千元大禮包

撰文／陳妍潔 圖片提供／可樂旅遊



▲可樂旅遊App使用人次及訂單量倍數成長，即日起再度推出「App限定獨享」回饋用戶。

可樂旅遊5月推出首波App限定優惠活動，開賣不到5分鐘即創下9支專賣行程搶購一空的热銷紀錄，同時帶動可樂旅遊App使用人次及訂單量連續2個月倍數成長，單週下載最高突破1萬次。為回饋用戶支持，可樂旅遊

將於8月、9月再度祭出「App限定獨享」優惠，共計超過50支海外團體旅遊行程，最低下殺54折起。此外，可樂旅遊App全新改版，新增台灣自由行、高鐵假期下單功能，新會員下載還可再領「千元大禮包」，買團體旅遊、機票、住宿、票券皆可折抵。

可樂旅遊8月App限

定獨享優惠現已正式上架，折數最有感首推「首爾猛男秀、樂天雙主題5日」猛男秀保證VIP席、暢玩樂天世界與水族館下殺54折。「秋楓北海道、安藤忠雄美學5日」特價24,888元起，走訪紅葉勝地與瀧野大佛，還有3大蟹吃到飽。

東南亞則有馬新雙國的「亞洲雨林探險園、世界遺產旅行5日」27,900元起，享受生態與古城之美的同時，亦可入住黃金棕櫚水上渡假村。

長線方面，「快閃土耳其、伊斯坦堡舊城區10日」促銷價42,900元起，安排卡帕多奇亞飯店連泊。「超值德奧捷、3城巡禮8日」直飛雙點進出，順遊德勒斯登、布拉格及維也納，貼心安排雙首都連住，充分感受文藝氛圍。「走進絲綢古道、中亞3國11日」App下單現省萬元，一次走訪3個絲路神祕國度與多處世界遺產。台中出發的「環球影城、有馬溫泉老街5日」搭乘星宇航空直飛日本，探訪歷史超過1,300年的有馬溫泉，優惠價27,888元起。高雄出發「夏日泰曼芭、全明星夜遊船5日」帶領旅客海上夜遊芭達雅灣，遊覽東芭樂園與大城動物園，每人20,888元起，保證入住1晚曼谷5星飯店。

尊榮假期攜手溫士凱一起征服南極、實現夢想

11／14僅此一檔 搭上海洋信天翁號展開精彩的極地探秘之旅

撰文・攝影／王政 圖片提供／尊榮假期、本刊圖庫



▲（左起）尊榮假期產品總監李英明、知名主持人溫士凱。



▲作為市場上最先進的環保極地探險郵輪，海洋信天翁號將帶領



▲南極可說是無數資深旅遊玩家終其一生只為蒐集的最後拼圖。

南極，一直是無數旅人們最終的嚮往，許多遊歷世界的資深玩家們，也將這個世界上最後的淨土視為旅遊的終極目標。

看準市場對於南極的渴求與商品稀缺性，在行程操作累積豐富經驗、並獲得12座國際金旅獎肯定的尊榮假期，特別推出今年11／14搭乘海洋信天翁號深入南極的17天商品，更邀請到多次勇奪廣播金鐘獎殊榮的知名主持人—溫士凱一

同參與，跟著團員們一起前進南極、將這個旅遊世界的最後空白一同補上。

如同溫士凱在介紹時所說「這不是一趟普通的旅行，而是一次人生轉折的契機，走過世界的盡頭，回望自己的初心。」南極旅程之所以吸引人，在於所企及的並非過去常規旅遊的感受，無論是遠眺海上的壯闊冰山，或是近距離踏上南極大地，以冰上健行、冰上露營等體驗，都將讓旅客的

五感重新昇華，深刻感受這個最後淨土的魅力。

且為了確保旅客圓夢時的舒適與安全，尊榮假期特別安排搭乘2023年下水的海洋信天翁號，在這艘市場上最先進的環保極地探險郵輪上，從舒適的船艙、貼心的服務、精選的餐食，到豐富的娛樂設施一應俱全，搭配經驗豐富的專業團隊隨侍在側，都將為旅客的南極探訪之旅添增保障。

Brand USA聘任百夫長創辦人陳志彬為品牌顧問

蔡璧如實地走訪美國多州 以永續與品牌精神推動赴美旅遊

撰文・攝影／張偉浩



▲Brand USA台灣代表蔡璧如（左）聘任百夫長行李箱創辦人陳志彬（右）為品牌顧問。



▲Brand USA舉辦媒體交流餐酒會並贈送由百夫長設計的限定款行李箱與南投鹿谷茶園出產的全有機野放茶葉給每一位到場的媒體。

為深化美國旅遊品牌在台推廣，美國國家旅遊局（簡稱Brand USA）台灣代表蔡璧如於8／4正式宣布，聘任百夫長行李箱創辦人陳志彬擔任品牌顧問，未來雙方將共同推動結合永續、文化與創新精神的美國旅遊形象，並強化台美雙向旅遊交流。

美國自駕旅遊完善 66公路邁向百年慶

Brand USA台灣代表蔡璧如甫於7月完成為期1個月的美國多州自駕之旅，從芝加哥出發，橫跨密蘇里州、奧克拉荷馬州、德州、新墨西哥州、亞利桑那州、加州等地，行程超過6,000公里。她沿途實地感受到美國中西部與西南部的地貌人文、各地居民的友善與協助，以及完善的交通與補給設施。

「很多人對美國內陸州份有刻板印

象，認為偏遠、危險，但這次親身走訪證明當地不僅安全，更充滿熱情。」蔡璧如分享，她與同行友人原本計畫走訪66號公路，但因臨時轉往德州探訪友人，便改走10號洲際公路橫越西南。沿途在新墨西哥州旅遊中心甚至收到當地人主動遞上的冰水，「那份熱情令人難忘，也讓我們的旅程充滿溫度。」

旅行箱傳遞美國價值 每一州都有背後故事

此趟深度自駕體驗不僅讓蔡璧如對美國旅遊資源有更直接、全面的理解，也更加堅定推動「真實美國」品牌形象的決心。她表示，美國旅展每年在不同城市舉辦，由美國旅遊協會（U.S. Travel Association）主辦，Brand USA為最大支持單位，「從參展

到親身走訪，我深知每一州、每一條路線背後都有故事值得被看見。」

為了加強品牌推廣力道，蔡璧如此次特別延攬長期關注旅遊永續與文化價值的百夫長行李箱創辦人陳志彬擔任品牌顧



▲葡萄酒講師Vivian搭配菜單設計品飲體驗，展現「文化與旅行的結合」品牌精神。

問。百夫長行李箱以「旅行箱也能傳遞價值」為理念，從品牌創立之初便將聯合國永續發展目標（SDGs）融入設計，推出海洋、森林、動物保護等主題旅行箱，深獲旅遊界肯定。

文化與旅行的結合 實踐對地球的關懷

百夫長行李箱創辦人陳志彬表示，百夫長行李箱不是以盈利為出發，而是用品牌實踐對地球的關懷。」此次受聘為Brand USA顧問，期望能透過更多元的跨界合作，將理念延伸至旅遊內容與國際推廣。活動發布當日，Brand USA亦舉辦媒體交流餐酒會，由葡萄酒講師Vivian搭配菜單設計品飲體驗，展現「文化與旅行的結合」品牌精神。現場並贈送由百夫長設計的限定款行李箱與南投鹿谷茶園出產的全有機野放茶葉，象徵品牌結合土地、旅行與人情味的核心價值。



▲Brand USA台灣代表蔡璧如在媒體交流餐酒會，分享7月開始為期1個月的美國多州自駕之旅。

東南旅遊 同業會員日限定回饋方案開跑

每月28日限時3天 利潤放大50% 再享獎金最高4萬元

撰文・攝影／張偉浩



◀（最前排左起）東南旅遊東南亞歐美部副總劉綉燕、北區出境本部台北同業部經理陳華如，與同業合影。

標打造「穩定獲利、共同成長」的互利節奏，並讓東南旅遊成為同業最堅實的後盾。搭配高品質、高成團率的經典團體行程，與90天前早鳥報名優惠等多重優勢，透過「毛利放大50%」之指定商品，讓同業在市場競爭中更具價格與利潤彈性。

此外，針對表現傑出的白金級會員，更推出限定加碼獎金最高40,000元的達標獎勵方案，實質回饋長期支持東南旅遊的同業夥伴。東南旅遊創立於1961年，為台灣具指標性的旅行品牌，服務涵蓋海內外團體、自由行、獎勵與主題旅遊，60幾年來精英團隊的努力，專業態度和資深實力，備受各界的好評。近年積極推動數位轉型與會員經營，整合內容、通路與數據資源，攜手同業夥伴共創旅遊市場新價值。

為強化與同業夥伴的合作黏著度，東南旅遊8/1舉辦產品說明會，正式宣布推出「同業會員日限時回饋方案」，自2025年8月起，每月28日至30日為期3天，以閃購話題搭配分級權益，每月推出不同主題的限時促銷方

案，並提前公開完整銷售預告與商品規劃資訊，方便同業提早布局銷售策略，掌握每月業務成長契機。

東南旅遊東南亞歐美部副總劉綉燕表示，本次推廣主軸為「利潤放大最高50%」，透過制度化的會員日推動，目

易遊網攜手中信兄弟 打造主題式旅遊體驗

一站式服務 打破傳統框架 結合偶像、動漫與運動創話題

撰文・攝影／張偉浩

不再侷限於傳統團體行程、機加酒自由行或郵輪產品，易遊網正走出一條與眾不同的旅遊路線。透過結合偶像演出、熱門運動賽事與社群話題元素，打造充滿故事感與分享價值的「主題式體驗旅遊」，吸引年輕與特殊客群的目光。

以近期獨家推出的中信兄弟中職開幕戰「易遊網獨家尊榮VIP席」為例，活動提供專屬進場通道、現場啦啦隊互動抽獎與高價值限量紀念品，包括球星簽名球（每場10顆）、全隊簽名球衣與啦啦隊簽名大球1顆，讓參與者享有前所未有的尊榮體驗。凡購票者還可獲得球團主題日限量紀念品，以及金車公司贊助的柏克金啤酒、噶瑪蘭威士忌與奧利多氣泡水，在熱血賽事中盡情享受。

易遊網總經理陳志豪表示，身為全台最大線上旅遊平台，易遊網不僅銷售門票，更提供機加酒、飯店、跨縣市甚至跨境的一條龍服務。「像是中南部出發或從海外起飛的客人，易遊網都能為其量身打造專屬的體驗組合。」這樣的操作方式跳脫以往旅行社販售「商品」的模式，轉而提供完整的「體驗設計」，不再只是靠價格競爭，而是用內容的獨特性與價值打動消費者的心。

8/2、3推出的「K歌主題週」，邀請超人氣韓國男團與女團接力登台，讓球迷不僅能觀賞熱血球賽，還能同步享受韓流演唱會的雙重盛宴。接下來，8/23、24還將推出《排球少年》主題演出體驗行程，目前僅剩零星席次，熱愛動漫與運動的粉絲們千萬不要錯過。



▲易遊網總經理陳志豪。



▲Passion Sisters為中信兄弟棒球隊專屬啦啦隊，也特別到VIP區與球迷互動。

韓公社K-Stage in台北韓流公演觀光特展

攜眾星來台推廣公演觀光 9／4～7北藝中心藍盒子登場

撰文／張偉浩 圖片提供／韓國觀光公社台北支社

據2024年統計，台灣不僅是韓國第3大旅客送客市場，在訪韓公演觀光客中更第1位大市場，佔比約53%。為了讓台灣旅客認識更多的韓國公演進而前往韓國旅遊，韓國觀光公社特於9／4～7在台北表演藝術中心藍盒子舉辦「K-Stage in台北 | 2025韓流公演觀光特展」。活動集結5部韓國代表性公演作品，包含當紅小說改編的話劇、經典重現青春韓劇的音樂劇、傳統民俗表演與韓國國樂精華，並邀來多位韓流明星現場演出，打造結合娛樂與文化深度的沉浸式體驗，更推出現場限時限量2折起音樂劇優惠，是喜歡韓國公演的朋友絕不能錯過的活動。

本次活動為避免NO SHOW及黃牛票的發生，售票採抽選實名制，需於8／21前至活動官網登錄申請，抽中者方能進入付款流程，每個場次票價250元，觀賞完演出後完成問卷填寫即可獲得豐富的超值歡迎禮包。韓國觀光公社也特別在社群網站加碼，完成申請者皆可於台北支社粉絲頁完成指定任務，將有機會抽中韓國來回機票、小說《不便利的便利店》中文版、演員親簽週邊等的機會。



購票及報到方式

敬請詳閱購票官網及「韓國觀光公社台北支社」官方臉書粉專。

活動名稱：「K-Stage in台北 | 2025韓流公演觀光特展」

活動地點：台北表演藝術中心

活動官網：<https://go.fansi.me/partner/K-StageInTAIPEI2025>

韓國觀光公社台北支社粉絲頁：<https://www.facebook.com/freeatkorea>

35家業者齊聚台北 九州觀光說明會盛大登場

目標2025年吸引918萬人次住宿九州 邀請台灣業者共推多元商品

撰文・攝影／王政



▲九州觀光機構海外事業部部長德本裕子。

位於日本最南端的九州，以其豐富多樣的自然景觀和深厚的歷史文化而聞名，一年四季都有絕佳景點吸引著全球遊客爭相造訪。看好台灣民眾對於日本的熱愛，九州觀光機構特別攜手來自福岡、熊本、大分、鹿兒島、宮崎、長崎等地共35家業者，於8／6舉辦「九州觀光說明會・商談會」，希望藉由面對面的交流，



▲九州觀光機構特別邀請35家九州代表性的業者共襄盛舉，希望藉由面對面交流的方式，為旅遊市場注入新活力。

攜手台灣業者一同帶動九州觀光市場邁向下個里程碑。

九州觀光機構海外事業部部長德本裕子專訪時指出，根據日本政府觀光廳《2025年6月訪日外客統計推計》，2025年上半年台灣訪日的旅客總計達3,284,700人次，相比2024年同期已成長10.3%；6月單月人數為58.5萬人次，年增1.8%，同樣創下6月新高。值得一提的是，2024年國際觀光客造訪九州也成長162%之多。

有鑑於台積電前往熊本設廠的利多，

加上北、高持續開拓前往九州的運能，因此相當看好未來台灣與九州之間的觀光、經貿交流將日趨火熱。而九州觀光機構過去訂定的「九州觀光戰略」中，2024年原定國際觀光客住宿人次為723萬，並順利達到1,213萬人次，今年再將2025年目標訂定為918萬人次。因此此次特別將九州地區的觀光業者齊聚，從飯店、景點、租車、樂園、高爾夫球俱樂部等觀光產業鏈一應俱全，期盼與台灣業者密切合作，進一步包裝更多元的旅遊商品，一同擴大市場胃納量。

台灣美食展圓滿落幕 觀展人次成長逾17%

展期促成B2B合作機會 創造美食與觀光產業嶄新商機

撰文／陳妍潔 圖片提供／台灣觀光協會

美食之島的聲音，傳遞給全世界的觀光客。台灣觀光協會榮譽會長葉菊蘭亦感謝所有參展單位全力以赴，以全台各地的海鮮、美食與冠軍物產款待民眾，也感謝飯店、餐飲業者與廚師的大力支持，讓台灣美食展愈來愈精彩。交通部觀光署副署長黃勢芳表示，感謝主辦單位打造交流平台，今年美食展規模與內容皆創新高，各地觀光圈帶來的特色產品更讓民眾收穫滿滿。他更鼓勵大家循著味蕾深入產地旅遊，感受美食背後的故事。



▲台灣美食展集結超過200位廚師與多元參展廠商，為民眾帶來獨特的美食體驗。

台灣美食展於8/4圓滿落幕，4天進場觀展共122,939人次，較去年成長17.56%。展期間，各展館活動多元，有超過200位廚師與職人共襄盛舉，更舉辦近400場廚藝秀、美食講座及廚藝教室等活動，為觀眾帶來目不暇給的美食體驗。不少參展廠商表示今年美食展人潮、買氣比去年更旺，展期尚未結束但許多商品已銷售一空，現場亮眼的銷售表現讓參展廠商直言明年一定

再來。除過往主力服務消費者的B2C模式外，今年也有廠商回饋在展期間獲得許多同業或異業的B2B合作機會，開啟新的商機，期待今後共同推動美食與觀光業界更上一層樓。

台灣觀光協會會長簡余晏在閉幕式上感謝所有參展單位與夥伴，並強調今年是人潮最多、米其林必比登最多與補貨備貨最多的一屆美食展。觀光與飲食業者主動發起「美食月」活動，把台灣的



▲活動在展期間吸引逾12萬人次，也為商家帶來亮眼的銷售成績。

在地深耕・向光而行 蒔晴花蓮分公司成立

秉持「與客為友、真誠服務」初衷 讓花蓮走出去、世界看見花蓮

撰文／王政 圖片提供／蒔晴旅行社



▲看好花蓮的發展潛力，蒔晴旅行社正式成立花蓮分公司，期盼透過旅遊產業的力量，打造屬於花蓮的觀光亮點與生活美學。



▲（左起）天海旅行社協理曾得剛、蒔晴旅行社總經理藍挺書、尊榮國際旅行社總經理劉奕樑。



◀成立於2021年的蒔晴旅行社，經營團隊皆為年輕人，有著獨有的衝勁與熱忱為產業服務。

地上，值得有更多機會，讓世界看見它的魅力與美。

花蓮擁有豐富的大地能量、純淨的自然風光與獨特的人文

底蘊，蒔晴期許自己成為橋樑，不僅將全台與國際旅客導入花蓮、促進地方觀光產值，也致力於為在地民眾提供貼心完善的旅遊服務，讓旅遊不再是奢望，而是生活中的一部分。一起從花蓮出發，走向世界，也讓世界走進花蓮。

成立於2021年的蒔晴旅行社，誕生於世界快速變動、網路銷售通路多元化的旅遊新時代，因此經營團隊皆為年輕人，秉持「與客為友、真誠服務」的理念，除了充滿拼勁，更有無限的創意與年輕化的服務，為提升旅遊價值與滿足旅客對旅遊想像而努力。

在山海交會、資源豐沛的花蓮，旅遊不只是移動的距離，更是一場與土地連結的對話。蒔晴旅行社秉持「將更多資源帶

入花蓮」的初衷，於2025年正式成立花蓮分公司，期盼透過旅遊產業的力量，打造屬於花蓮的觀光亮點與生活美學。

蒔晴旅行社總經理藍挺書表示，如同公司名「蒔晴」，希望在旅途中播下晴朗、美好的每一刻，我們相信旅遊不只是走訪風景，更是創造難忘回憶的過程。

對於成立花蓮分公司的初衷，是僅僅是為了企業經營，更希望讓花蓮成為資源的匯聚地，在這片值得更多關注與投入土

蒔晴旅行社花蓮分公司

負責人：總經理藍挺書

地址：970026花蓮縣花蓮市富裕八街5號

電話：(03) 831-0055

