

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.01.05 出刊 每週一發行

VOL. 891

開啟台灣航空史新篇章

桃園國際機場第三航廈北廊廳正式啟用

第3航站區建設預計2027年如期完工





旅遊競爭已不只是「人多就是贏」

全

球旅遊正式走過疫後修復期，2025年可說是一個關鍵的分水嶺，根據去年12月份Euromonitor International公布的《2025全球百大城市旅遊目的地》，即使在經濟逆風和地緣政治不確定性的影響下，全球旅遊業依然展現出非凡的韌性，前100大城市的國際遊客到訪量增長了8%，達到7.02億人次。

同時，報告中也清楚看出一個趨勢：城市之間的旅遊競爭，已不再只是比誰人多，而是比誰更有價值、更有策略。

在綜合吸引力排名中，巴黎再度蟬聯全球第一，馬德里、東京、羅馬、米蘭、紐約、阿姆斯特丹等城市緊追其後，前10名的排行裡，歐洲城市占了一半以上，亞洲僅有東京、新加坡、首爾擠入榜單，這樣的結果並不令人意外，卻值得深思。

因為若單看國際旅客「人次」，榜首卻是唯一進入3千萬人次俱樂部的曼谷，隨後是2千萬人次的香港與倫敦，隨後澳門、伊斯坦堡、杜拜、麥加、安塔利亞、巴黎與吉隆坡等千萬人次的城市急起直追。兩者比較之下，顯示出人流最大與吸引力最高，並非同一條跑道。

而這正是2025年全球城市旅遊最關鍵的分水嶺，旅遊競爭開始分成2條賽道。

一條是「量的賽道」，曼谷、香港、吉隆坡等國際城市，正憑藉航空樞紐地位、價格優勢與高度自由行市場，持續吸納大量國際旅客。這類城市的共通點，是交通便利、旅遊門檻低、延伸性高，對航空、住宿與零售產業具有立即拉動效果。

另一條，則是「質的賽道」，巴黎、羅馬、馬德里、阿姆斯特丹等著名城市，靠的不是低價，而是長期累積的

文化底蘊、城市品牌與高價值旅遊體驗。在Euromonitor的評比指標中，這些城市在文化吸引力、旅遊基礎建設、永續發展與政策穩定度上全面領先，也因此能在「人未必最多」的情況下，創造更高的旅遊產值與品牌溢價。

這個現象，對全球城市而言，是一個明確訊號：「未來的競爭，不只是把人帶進來，而是要留下來、留下錢、留下好評。」

畢竟單一城市人流雖大，卻無法有效留下，甚至分流到該國的其他城市，便會造成過度失衡的情況。

而另一個明顯趨勢，是亞洲旅遊市場的全面回歸。從國際抵達量來看，前10名之中的亞洲城市占據半數以上，顯示疫後解封效應與區域航空網絡的威力正在發酵。

但值得注意的是，東京、新加坡、首爾等城市，在排名中逐漸拉高「質」的比重，不再只強調購物與觀光，而是透過導入智慧旅遊、永續政策與城市體驗升級作為加分項。這也反映亞洲城市正試圖擺脫「高流量、低停留」的舊模式，向歐洲等老牌城市學習，積極打造更長期的旅遊競爭力。

整體來說，2025年的全球城市旅遊排名，表面看是名次消長，實質上卻揭示一個更深層的轉變：旅遊已從行銷競賽，進化為城市治理與價值選擇的競賽。

當「人次」不再等於「成功」，當旅遊開始與永續、文化、科技與城市品牌深度綁定，下一輪勝出的城市，將不只是熱門，而是值得一去再去。而這，或許才是全球旅遊市場真正成熟的開始。

總編輯

王政

專訪興富發集團飯店事業部營運長林靜如

從基層做起 運用35年從業經驗與人脈 協助集團精準布局

撰文・攝影／謝曼蒨 圖片提供／興富發集團



▲興富發集團元盛國際飯店事業部營運長林靜如。

在飯店產業深耕35年的林靜如，曾在任職於台北西華大飯店、台北華國洲際大飯店、台北花園大酒店、大地酒店、雲朗集團新莊翰品酒店、台北六福萬怡酒店...等多家知名飯店，是業界無人不知無人不曉的重要角色。今年，她加入興富發集團旗下的元盛國際興業股份有限公司（以下簡稱元盛國際），擔任飯店事業部營運長一職，將運用在自身廣泛人脈與豐厚實務經驗，協助集團精準布局多家飯店品牌策略。

展現產業熱愛與投入 提供優化建議提升飯店曝光度

談起過往的職涯歷程，興富發集團元盛國際飯店事業部營運長林靜如（Tina）從基層歷練至今，全憑對飯店產業的熱情與各職務熟悉，深化企業理解並掌握獲利關鍵。她視飯店為「人」本行業，親自面試培訓管理團隊，透過旅展駐點、顧客服務等行動以身作則，激勵士氣。

加入興富發後，她轉型資源整合者，優化旗下飯店營運流程與服務品質，兼顧通路拓展、行銷策略及成本控制，實現規模曝光效益。與多數管理者不同，



▲台南安平雅樂軒酒店主打年輕、時尚及價格親民定位。



▲今年底新開幕的新北北海溫泉洲際酒店，打造全台奢華度假溫泉酒店。

林靜如的職涯始終圍繞清晰一貫的核心——行銷思維。她不只執行行銷，而是將其融入管理，推廣工作成果與飯店產品，品牌曝光同時放大個人專業價值。除了服務品質管理、成本控管，她緊握行銷業務兩環，深知其影響短期業績至經營權責、品牌能見度與最終成果。此視角讓她在各職位創造明確成果軌跡，成為最具辨識、難取代的競爭優勢。

多品牌策略分散風險 依城市特性鎖定市場定位

興富發集團作為台灣知名建商，在全台重點地區持續購地，並跨足商場、餐飲、飯店等事業體。其中，飯店區塊採取多元化策略，攜手萬豪、洲際、凱悅等國際品牌合作，在臺南、新北、臺中、高雄等地建設飯店。林靜如表示，集團選以多個品牌合作，飯店結合品牌延伸與生活經營，不僅創造有溫度的體驗，也是穩定資產，帶動商業與城市發展，提升整體品牌與生活品質。

目前集團旗下的4家國際品牌酒店，各自依據不同城市特性，制定出符合市場需求的定位。如2022年開幕的臺南雅樂軒酒店，主打年輕、時尚，適合旅遊團

與年輕旅客；今年底新開幕的新北北海溫泉洲際酒店，則為洲際酒店最高端的Intercontinental系列，致力打造全台頂極的奢華度假溫泉酒店。另外高雄凱悅及由興富發集團總裁私人投資的台中安達仕酒店，則預計於2026下半年陸續啟用，勢必將成為各城市的指標性住宿選擇。

資源整合跨區域導流 與在地通路合作創雙贏

展望未來，林靜如將以集團飯店事業部營運長的身份，協助興富發進行整體飯店策略規劃，從品牌布局、資源整合到現場營運，打造更具競爭力的飯店體系。她將透過姐妹飯店的粉專、會員與通路力量，進行跨區域導流，並結合多品牌布局，觸及不同國際會員群，提升整體收益。而除原有國際品牌支持的全球通路外，還會積極開發自店票券與外部通路票券，提升非住房客人的消費，例如來金山泡湯並用餐，以擴大市場客群。在與旅行社的合作上，她則會與各飯店溝通，推行「固定加價」的模式，提供旅遊業者穩定的價格，來保障團體旅遊訂單的穩定，爭取更多MICE客群以創造雙贏局面。

興富發集團元盛國際飯店事業布局

飯店	品牌定位	房間數	開幕時間
台南安平雅樂軒酒店 Aloft Tainan Anping	萬豪酒店集團 精選系列	115	已營運3年
新北北海溫泉洲際酒店 Intercontinental New Taipei Hot Spring	洲際酒店集團 頂級奢華系列	211	2025/11/9 剛開幕
高雄凱悅酒店 Hyatt Regency Kaohsiung	凱悅酒店集團 Timeless Collection系列	173	預計2026年 第3季營運
高雄麗尊酒店	未定		

CONTENTS (VOL 891)

出刊日：2026/01/05
封面設計：曾繁淵

EDITORIAL | 旅奇社論

02 旅遊競爭已不只是「人多就是贏」

HOT NEWS | 當週要聞

03 專訪興富發集團飯店事業部營運長林靜如
奧地利旅遊局舉辦2026奧地利旅遊專家頒獎晚宴

COVER STORY | 封面故事

06 與亞洲大型機場分庭抗禮 桃園國際機場第三航廈朝客運量8,200萬人次邁進

AIRLINES | 航空飛訊

08 長榮航空榮獲「最佳全新豪華經濟艙」肯定
長榮航空全新機上安全影片上線
華航攜手星級餐廳「T+T」推出高空美饌
深耕南台灣 台虎帶您出發前往海島

JAPAN | 和風日本

10 酒酒井Premium Outlets®關東行程購物天堂

TAIWAN | 國旅情報讚

12 「醫療觀光」為主軸
台中觀旅局組織緬甸踩線團
「長岐山燒酌」重現屬於馬祖居民的回憶

FOCUS | 特別企劃

14 從心理出發，精準行銷
觀光旅遊業結合消費心理與銀髮市場的策略

TRADE TALK | 旅業大小事

15 感謝陪伴 易飛旅遊舉同業感恩餐會
賀！林英明擔任群英會第34屆會長
旅行公會總會攜手旅發會舉辦聯合年終晚會
迎接2026馬來西亞旅遊年 元旦機場送好禮
2026年京畿道主打深度具獨特的「近郊旅行」
首屆無雙聯盟兩岸旅行商交流論壇即將登場

榮譽顧問／夏克堅
發行人／黃秀春

Frank Hsia
Josephine Huang

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
資深採訪編輯／張偉浩
採訪編輯／謝曼蒨
採訪編輯／陳妍潔
資深設計／曾繁淵

文案部 Copy Writer

經理／謝筱華
資深專案經理／彭可玗
資深專案經理／楊詩涵

設計部 Art

設計主任／林洋正
資深設計／葉美君
資深設計／劉靜宜
資深設計／林芳存
資深設計／林韋志

行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit

資深專案經理／周威廷
經理／李曉倩

業務部 Business Department

協理／王相涵
經理／王相淳
經理／王政介
專案經理／林秀美

國際市場部 International Marketing Department

經理／蔡雅雯
企劃副理／黃千珮

企劃編輯／何昕穎

行銷企劃／游琮玄

BRAND USA | 旅奇週刊
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

奧地利旅遊局舉辦2026奧地利旅遊專家頒獎晚宴

海外過夜人次成長24% 深化與台灣同業合作增強雙邊交流

撰文・攝影／陳妍潔



▲奧地利旅遊局特別舉辦2026奧地利旅遊專家頒獎晚宴，頒發證書給通過認證的台灣業者。



▲（左起）奧地利美景宮旅遊負責經理Angelika Czerny、奧地利旅遊局台灣市場代表Nicole Kirchmeyr、奧地利商務代表辦事處專案經理孫瑞瑤。

為替充實且成果豐碩的1年畫下亮眼句點，奧地利旅遊局（Austria Tourism）於2025/12/17在台北舉辦「2026奧地利旅遊專家頒獎晚宴（2026 Austria Expert）」，頒發認證證書予本年度完成奧地利旅遊專家培訓計畫的台灣旅遊業者，感謝業界夥伴長期以來對奧地利旅遊市場的支持與投入。

建立B2B同業網站助業者推廣規劃產品

為深化與台灣同業關係，奧地利旅遊局先是建立「奧地利旅遊局台灣B2B同業網站」，而後推出「奧地利旅遊專家」認證，旨在透過同業網站學習奧地利相關知識，並經由線上測驗通過後取得該認證。此認證不僅經過旅遊局官方認可，更可藉由網站上所提供的旅遊資訊畫出深度旅遊體驗，取得標章後亦能增加產品吸引力，有助於業者市場推廣。

奧地利旅遊局台灣市場代表Nicole Kirchmeyr指出，「奧地利旅遊專家（Austria Expert）」自推出以來歷經2年深耕，已成功建立起與台灣旅遊同業之



▲奧地利旅遊局近年推出「奧地利旅遊專家」認證，協助業者認識奧地利旅遊資訊，持續優化相關旅遊產品。



▲活動布置設計以奧地利美景宮於歷史博物館舉辦的特展為靈感，將花藝融合繪畫展現奧地利藝文魅力。

間穩固且具前瞻性的合作平台，不僅有效強化市場專業度，也為雙邊交流奠定長期基礎。該計畫將於明年持續推動，攜手更多台灣旅遊夥伴，共同拓展奧地利旅遊版圖。Nicole Kirchmeyr在致詞中亦提到，根據統計，今年僅10月份奧地利海外旅客過夜人次即已成長近24%，反映出旅遊需求與市場信心同步回升，其中台灣旅遊業者的積極推廣更是重要助力之一。

活動攜手奧地利美景宮在台舉辦相關特展

此次活動奧地利旅遊局首度與重要文化夥伴奧地利美景宮共同主持活動，特別邀請奧地利美景宮旅遊負責經理Angelika Czerny來台共襄盛舉。現場花

藝設計即源自「維也納花卉繪畫百年經典—從斐迪南·喬治·瓦爾德米勒（Ferdinand Georg Waldmüller）到古斯塔夫·克林姆（Gustav Klimt）」特展。該展覽為美景宮與歷史博物館的重要國際合作，不僅為館方70週年重要展覽之一，也象徵歷史博物館整修後重新開館的首檔重量級展出。

藉由這層文化連結，Angelika Czerny特別準備來自美景宮的專屬紀念禮品致贈與會貴賓，讓當晚活動在旅遊專業交流之外，更融入藝術、人文與國際文化交流的深度內涵，為奧地利旅遊局年度重要活動再添精彩篇章。奧地利旅遊局也期待未來持續透過旅遊專家計畫與多元合作形式，與台灣旅遊產業攜手並進，共同開創更多市場成長契機。

與亞洲大型機場分庭抗禮 桃園國際機場啟台灣航空史新篇章 北廊廳正式啟用成最



▲桃園機場北廊廳正式啟用，總統賴清德與貴賓們共同見證嶄新國門迎接國際旅客。

近年來，亞洲各國積極投入機場建設，不論是擴建或新建機場硬體設施，從泰國、韓國、越南、新加坡，到鄰近的香港，皆可見大型國際機場加速升級、改造的腳步。「億級吞吐量」正逐漸從指標躍升為標配，而台灣也正站上這條競逐國際航空樞紐的賽道，全力加速衝刺。



▲桃園機場第三航廈主體航廈舉行上梁典禮，由交通部長陳世凱擔任主祭官，率領機場公司及工程團隊共同祈福，象徵第三航廈工程朝完工目標再邁進一大步。

國際機場不僅是國家對外的重要門戶，更承載著觀光、商務與產業發展的關鍵角色。隨著全球旅遊熱潮再起，許多國家看準龐大的旅遊與商務商機，紛紛針對機場硬體設施進行全面升級，或提前擘劃長期發展藍圖，以因應不斷成長的國際旅客需求。

在國際旅遊人次持續攀升的趨勢下，過往「千萬人次」的機場吞吐量已難以滿足現今需求，亞洲各國因而相繼啟動主要國際機場的擴建工程，並以「億」為單位，作為新一階段的發展目標。

致力成為亞洲航空樞紐的台灣，同樣在這場國際競逐中全力以赴。面對各國來勢洶洶的競爭，政府啟動斥資千億元的「桃園國際機場第三航站區建設計畫」，不僅是繼十大建設後台灣最大單一量體的公共工程，疫情期间更已完成南、北跑道整建，近期第三航廈北廊廳正式啟用，也宣告台灣邁入嶄新的「國門時代」。

在2025/12/25桃園國際機場第三航廈北廊廳啟用典禮上，**總統賴清德**表示，桃園機場自開航以來，一直扮演台灣「連結世界、首要國門」的重要角色。政府持續推動桃園機場重大建設，

不僅為全球供應鏈與產業發展提供關鍵後勤支援，也進一步提升台灣的國際競爭力。北廊廳選在耶誕節啟用，更象徵送給台灣最好的耶誕禮物。

他特別感謝桃園機場大聯盟團隊的努力，期許第三航站區能於2027年如期、如質完成啟用，並以「韌性、智慧、永續」3大主軸推動機場轉型升級，朝2045年客運量8,200萬人次、貨運量385萬噸、航機起降43.5萬架次，創造2.27兆元經濟效益的長期目標邁進。

目標打造亞太樞紐機場 展現台灣觀光魅力

行政院長卓榮泰指出，上任後即多次親赴桃園機場視察第三航站區建設進度，2025年11月初再度視察北廊廳工

程，並在耶誕佳節之際，與各界一同見證桃園機場走過近50年，以及第二航廈啟用後，再度迎來新航廈設施啟用的重要里程碑。

北廊廳設計兼顧開放感與機能性，候機空間寬敞明亮，出境旅客自報到至登機皆無須轉換樓層，簡化搭機流程，並以最短步行距離完成登機或轉機，大幅提升使用便利性。卓榮泰也感謝工程團隊不分晝夜的付出，期盼持續努力，為亞太地區打造一座最亮眼的航空樞紐。

交通部長陳世凱則指出，桃園機場作為台灣最重要的國門，北廊廳啟用是第三航廈分階段開放的第一步。試營運期間自2025/12/15首批入境航班進駐後，不少旅客、機組員，甚至機長一踏入空間便驚喜不已，才發現自己成為



▲第三航廈由榮獲普立茲克建築獎的英國建築大師 Richard Rogers 設計，建築造型融入大量台灣



場第三航廈朝客運量8,200萬人次邁進

佳聖誕禮 第3航站區建設預計2027年如期完工



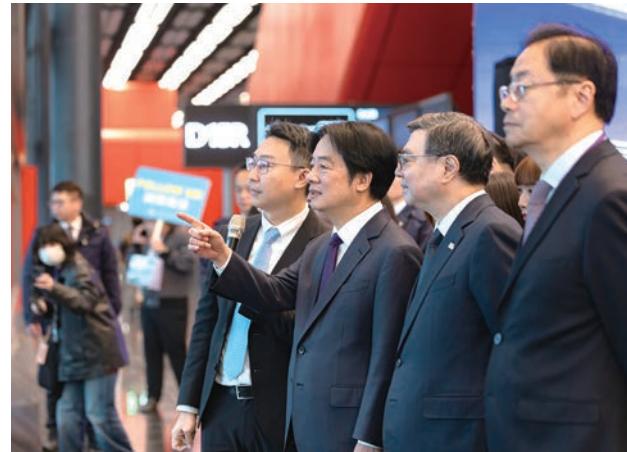
▲總統賴清德表示北廊廳啟用是台灣新篇章。



▲行政院長卓榮泰感謝團隊推動第三航廈工程不遺餘力，讓北廊廳能順利啟用。



▲交通部長陳世凱表示他上任後10次來到桃園機場，北廊廳整體滿意度4.6顆星。



▲總統賴清德、行政院長卓榮泰、交通部長陳世凱、桃園市長張善政一同視察北廊廳。



▲(右起)桃園機場公司總經理范孝倫、交通部司長韓振華、桃園機場公司董事長楊偉甫、交通部長陳世凱。

「第一批使用者」，現場回饋相當正面。

在服務設計、動線規劃與無障礙環境方面，北廊廳導入多項創新，包括「一站式安檢（One Stop Security）」讓轉機旅客免於重複安檢，出發與抵達層全面設置電動步道，並優化指標系統與航班資訊顯示，目標就是讓旅客一走進桃園機場，就能「看得懂、走得順、用得方便」。

北廊廳率先亮相 打造全新入境意象

北廊廳全長738公尺，挑高13公尺的開放式空間，搭配大面積玻璃帷幕設計，讓旅客能近距離欣賞飛機起降景象。此次新增8個靠橋停機位，其中2個

為全台首次導入的多架航空器機坪系統（MARS），可彈性容納1架大型廣體客機或2架窄體客機同時停靠，大幅提升機坪調度效率。

自試營運開放至2025／12／24止，已有超過5.8萬名旅客、259架次航班使用北廊廳。問卷調查顯示，不論在整體體驗、環境清潔、空間感與舒適度、公共設施便利性、登機門指示、航班資訊、現場標誌及服務人員等項目，整體滿意度皆超過4.6顆星。

未來第三航廈將進一步導入智慧化與綠能建築概念，融合在地文化與藝術美學，打造兼具先進科技、運輸機能與人文底蘊的多功能航廈，為國人帶來全新的國門意象。隨著國際觀光與旅遊市場持續復甦，北廊廳也將為旅客提供更寬敞、舒適的候機體驗。

第三航廈正式上梁 目標2027年完工

歲末之際，「桃園國際機場第三航站

區主體航廈土建工程」於2025／12／29舉行上梁典禮。隨著屋頂鋼構最後一根弧梁完成安裝，象徵工程再向完工邁進關鍵一步，也代表桃園機場正一步一腳印，穩健走向未來。

陳世凱表示，第三航站區建設計畫是桃園機場邁向樞紐機場的核心工程，而主體航廈更是其中的重中之重。這一路走來，仰賴政府與工程團隊接力投入、齊心協力，才能推進至今日的重要里程碑。

第三航廈由榮獲普立茲克建築獎的英國建築大師 Richard Rogers 設計，建築造型融入大量的台灣意象，雙曲面波浪外型象徵海洋與雲海，16根巨柱的設計靈感則來自台灣常見的榕樹。

機場公司指出，第三航廈是台灣歷來量體最大的單一建築，樓地板面積達58萬平方公尺，相當於台北101大樓的1.6倍。如此高度融合在地文化的航廈，在施工技術上同樣面臨國際級挑戰。主體航廈鋼構總用量約4萬公噸，其中每根巨柱重達200公噸、高約20公尺。工程團隊運用臺灣少見的RPS（Rail Platform System）工法，在三樓樓地板架設軌道，並配置220噸吊車，以軌道推進方式完成巨柱與屋頂桁架吊裝，有效縮短工期，展現營造團隊的技術實力。

未來完工後，桃園機場年旅客服務量可由現行3,700萬人次提升至8,200萬人次。機場公司與工程團隊將以「如期如質完工」為目標，持續推動桃園機場朝「亞太標竿樞紐」邁進，讓世界看見更加自信、開放的台灣。



意象，雙曲面波浪外型象徵海洋與雲海，16根巨柱的設計靈感則來自台灣常見的榕樹。

長榮航空榮獲「最佳全新豪華經濟艙」肯定

8架波音787-9全數配置全新豪經艙 3/29起派飛舊金山

撰文／王政 圖片提供／長榮航空



▲長榮航空第4代豪華經濟艙榮獲英國航空設計專業媒體TheDesignAir頒發2025年度TheDesignAir Awards最佳全新豪華經濟艙獎項。

長榮航空第4代豪華經濟艙榮獲英國航空設計專業媒體TheDesignAir頒發2025年度TheDesignAir Awards最佳全新豪華經濟艙(Best New Premium Economy Class)獎項，長榮航空自1992年率先推出全球首創的「經濟豪華艙」，多年來持續專注旅客需求進化豪華經濟艙產品與服務的升級，屢次獲得國際航空專業獎項評比的肯定。

TheDesignAir評審指出，長榮航空長



▲第代豪華經濟艙配置於波音787-9，把設計理念從「經濟艙升級」再提升為「類比商務艙」的規格。

期以來在豪華經濟艙領域具指標性地位，第4代豪華經濟艙在既有基礎上進一步拉高體驗層次，兼顧舒適性、靜謐感與整體設計，艙內氛圍透過細膩燈光與精緻用料、寬敞座椅空間，營造出沉穩且舒適的飛行環境，同時肯定長榮航空持續以「品質」為核心的設計理念，讓搭機過程成為旅程中的重要體驗。

長榮航空第4代豪華經濟艙配置於波音787-9，把設計理念從「經濟艙升級」

再提升為「類比商務艙」的規格，共設有28席座位，採2-3-2座位配置，前後椅距達42英吋，椅背後傾採用搖籃式座椅傾斜技術，以5英吋後傾實現等同於8英吋的舒適角度。

同時，座椅設計強調更好的隱密性，增設頭靠兩側隱私隔板，搭配專屬閱讀燈增添旅客使用的便利性。不僅如此，座椅的頭靠、扶手及腳靠皆採用皮革包覆，塑造舒適感與高級質感兼具的搭乘體驗。另配有15.6吋高畫質螢幕、餐桌提供個人行動裝置放置架，以及110V AC與USB複合式插座，滿足長程飛行中多元使用需求。長榮航空未來尚有9架波音787-9新機陸續交付，現有8架波音787-9已全數配置第4代豪華經濟艙，目前投入桃園—雅加達、米蘭、慕尼黑、達拉斯及維也納直飛航線，2026/3/29起亦將派飛舊金山日航班(BR08/07)，並將視市場需求與機隊調度安排後續執飛航線。

長榮航空全新機上安全影片上線

《Flying with EVA AIR》以寫意詩境重新演繹飛行安全

撰文／王政 圖片提供／長榮航空

長榮航空2026年全新機上安全影片《Flying with EVA AIR》正式上線，由多次擔綱金曲獎、金馬獎視覺統籌的羅申駿製作團隊量身打造，邀請金曲獎得主MUSDM音樂團隊負責音樂製作、歌手史茵茵擔任配音，以「安全，是一趟完美旅程的開端」為核心概念，高規格及國際級的製作視野，重新定義機上安全影片，並以3大特色打造如夢似幻的沉浸觀影體驗，將旅客帶入搭機安全注意事項的意境，成為旅程記憶的一部分。

特色1：安心感受

《Flying with EVA AIR》以旅人啟程為敘事起點，透過夢幻柔和的畫面與沉穩敘事節奏，強調長榮航空的細緻態度，並引導旅客瞭解各項安全指引，精心構建全新機上安全影片的和諧感，同時營造安定、放鬆的觀賞氛圍，讓旅客感受



▲長榮航空全新機上安全影片《Flying with EVA AIR》正式上線，以「安全，是一趟完美旅程的開端」為核心概念，高規格及國際級的製作視野，重新定義機上安全影片。

到長榮航空在每趟旅程的服務與守護。

特色2：連結台灣

以台灣著名地標為靈感，讓影片成為台灣文化風景的延伸，例如幾何般的鹽田、東海岸、四草綠色隧道、野柳的地質等元素，邀請旅客從空中重新認識台灣山海間的浪漫，讓資訊融入美麗風景裡，以最自然的方式展開全新視覺體驗。

特色3：AI影像、CG動畫及實景拍攝



▲長榮航空全新機上安全影片《Flying with EVA AIR》以台灣著名地標為靈感，將安全資訊自然融入風景中，讓影片成為台灣文化風景的延伸。

《Flying with EVA AIR》結合了AI生成影像、CG動畫合成與虛擬棚拍攝，透過場景間的光影轉換，呈現晨昏之間的不同時序感受，打造沉浸式觀影體驗與台灣超現實般的詩意之美。將機上安全影片提升至情感與文化層次，為旅客每次飛行注入滿滿的探索能量，並以「安全，是一趟完美旅程的開端」為核心概念，確保安全指引清楚傳達，陪伴旅客安全抵達目的地。

華航攜手星級餐廳「T+T」推出高空美饌

獻上獨特亞洲風味 歐美、大洋洲航線全艙等可享聯名餐點

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



▲中華航空攜手《台灣米其林指南》1星的餐廳「T+T」，共同推出融合亞洲多元文化的高空美饌。



▲餐點融合東南亞與台灣在地特色，即日起搭乘歐美、大洋洲長程航線旅客皆可在機上品嚐到星級美味。

中華航空（以下簡稱華航）2025/12/29宣布，攜手連續6年榮獲《台灣米其林指南》1星的「T+T」當代亞洲料理餐廳，即日起於台灣出發飛往歐美及大洋洲的長程航班全艙等，推出全新聯名機上餐點，以T+T一貫的多元亞洲風味為設計主軸，打造具東南亞風味且融合台灣在地特色的高空饗宴。T+T餐廳以「Tapas × Tasting」為創作靈感，運用法式技法為基底，結合亞洲

多元飲食文化，大膽創新的料理風格，完美契合華航希望為旅客設想的餐飲理念。

此次聯名餐點，豪華商務艙以T+T極具代表性的「玫瑰鴨松露車輪餅」作為核心發想，這道經典料理呈現了台灣街邊小吃的日常情懷，是旅客溫暖的驚喜。多層次的風味套餐，包含口感酥香的主菜「麥片鱈魚與綠胡椒醬汁」、前菜「青木瓜沙拉與干貝」、開胃小點

「香草軟絲與蓮霧&醃牛肉三明治」、溫潤安定的「瑤柱風味雞湯」，以及造型充滿趣味「南洋咖啡達克瓦茲」，讓旅客在萬呎高空也能享受近乎完整的Fine Dining餐桌體驗。豪華經濟艙獻上「紅咖哩炙烤雞腿與雞油飯」，以特製雞油飯為基底，搭配炙烤後香氣飽滿的雞腿，再以紅咖哩的輕辣與香料層次收尾；另外也同步端出招牌點心「玫瑰鴨松露車輪餅」，將台灣熟悉的小點化心為高空驚喜。經濟艙主菜「黃咖哩嫩燒雞飯」，以特製的雞油飯，搭配燉煮的雞肉與黃咖哩，帶給旅客跨文化旅行感的風味；而「青木瓜鳳梨沙拉」以酸、甜、脆的口感開啟味蕾，醬包有椰糖、檸檬、魚露3種泰式風味，讓旅客依個人喜好自由調整酸甜鹹的口味，展現華航餐飲的創新服務。

深耕南台灣 台南第2條國際航線正式首航

台虎帶您出發前往海島

旅客遊日更方便

撰文／王政 圖片提供／台灣虎航

繼2025/12/23盛大開航高雄—熊本、台南—熊本航線後，台灣虎航2025/12/25再接力開航台南—沖繩航線，這不僅是台灣虎航插旗台南的第2條國際航線，也說明南部旅運市場的暢旺需求。透過持續優化且綿密的航網佈局，提升南台灣出發旅遊的便利性，讓旅客僅需短短航程便能直奔沖繩，開啟碧海藍天的悠閒假期。

首航當日台南機場特別舉辦首航慶祝儀式，臺南市市長黃偉哲、臺南市政府觀光旅遊局副局長鄭道立、交通部民用航空局台南航空站主任楊益瑞等多位長官及貴賓齊聚一堂，台灣虎航總稽核宋仲奮亦代表出席，在眾人見證下完成首航啟動儀式，為此航線揭開序幕，並對未來發展送上無限期待與深厚祝福。

台灣虎航稽核室總稽核宋仲奮表示，沖繩擁有獨特的琉球文化、清澈迷



▲台南機場2025/12/25舉辦台灣虎航台南—沖繩首航慶祝儀式。



▲臺南市市長黃偉哲、臺南市政府觀光旅遊局副局長鄭道立、交通部民用航空局台南航空站主任楊益瑞等多位長官及貴賓齊聚一堂一同慶祝沖繩首航。

人的海水以及豐富的購物選擇，一直是台灣旅客赴日旅遊的首選之一。隨著台南—沖繩航線的開通，台南及週邊地區的旅客不再需要北上桃園或南下高雄，僅需約1個多小時的飛行，就能抵達深受旅客喜愛的沖繩，享受陽光、沙灘與美景。同時，也熱切歡迎更多沖繩的朋友

利用台南—沖繩之航班，深入體驗南台灣特有的古城文化與美食小吃。

台南—沖繩航線開航初期，每週營運2班，去程航班編號IT-796，每週四、日的下午15：20自台南機場起飛；回程航班編號IT-797，每週四、日的下午13：30自沖繩那霸機場起飛。

酒酒井Premium Outlets®關東行程購物天堂

參拜成田山新勝寺 漫步佐倉街道 銜接往返機場日最適首選

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊



日本知名複合式大型購物商場PREMIUM OUTLETS®現共設有10處據點，憑藉多元品牌、完善設施與便利交通，長年深受海外旅客喜愛，無論是團體旅遊或自由行，都能依照動線與時間彈性安排，兼顧購物與觀光需求。在關東地區行程規劃上，位於成田機場周邊的酒酒井PREMIUM OUTLETS®特別適合作為抵達後或返程前的順遊據點；若由關西機場進出則可搭配臨空PREMIUM OUTLETS®安排購物行程。商場內設有完善餐飲空間，購物與用餐可一站滿足，讓整體行程更加順暢。如有關於PREMIUM OUTLETS®的最新資訊需求，歡迎旅遊業者隨時與向日遊顧問有限公司洽詢。

►酒酒井PREMIUM OUTLETS®腹地寬廣，提供遊客舒適逛街空間。

酒酒井PREMIUM OUTLETS®

酒酒井PREMIUM OUTLETS®為成田國際機場周邊規模最大的購物中心，從機場出發僅約20分鐘車程，自東京都心搭乘高速巴士亦50分鐘即可抵達，交通手段選擇多元。由於位置介於機場與市區之間，無論作為旅程的開場或收尾都相當合適，商場內匯聚約220間品牌店鋪，商品類型涵蓋服飾、運動用品、生活雜貨與孩童用品等，並提供免稅服務，能滿足不同客層的購物需求。商場南北兩端設有小型遊樂空間，讓親子旅客在購物之餘，也能保有輕鬆活動的空間。而在餐飲方面，集結成田地區知名的鰻魚料理，以及日本各地美味與異國風味餐點，美食區亦貼心設置成田國際機場航班起降資訊，方便旅客隨時掌握返程狀況。

►用餐同時能隨時查看成田國際機場飛機時刻表，呈現商場的貼心巧思。



[東京地區出發]

新年參拜路線

東京都內飯店→成田山新勝寺參拜（停留60分鐘）→佐倉市（武家屋敷、街道漫步，停留60分鐘）→酒酒井PREMIUM OUTLETS®→返回東京都內

成田山新勝寺

成田山新勝寺創建於西元940年，是關東地區最具代表性的寺院之一，也是日本相當知名的新年參拜地點。寺院距離成田國際機場僅約10分鐘車程，交通便利，非常推薦安排為抵達成田後的順遊景點。境內擁有仁王門、大

本堂等多座歷史建築，沿著表參道漫步可感受傳統門前町的街道風情。不光僅限新年期間參拜祈福，一年四季都推薦到訪參拜、大啖成田山表參道最知名的鰻魚飯美食。

►成田山新勝寺是關東地區的熱門參拜寺院。



佐倉市

位於千葉縣內陸的佐倉市，保留了濃厚的江戶時代城下町風貌，是關東地區適合短時間散步的歷史城鎮之一。市內的武家屋敷群與傳統街景被指定為重要文化資產，漫步其中可感受靜謐而悠閒的氛圍。距離酒酒



井PREMIUM OUTLETS®車程約1小時，推薦可安排為參拜或觀光行程後的中繼停留點，打造節奏感舒適的1日行程。

►佐倉武家屋敷曾是日劇「仁醫」的拍攝地點之一。

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



2019~2025 蟬聯7年
米其林必比登美食推介餐廳



年節這味

最對味

送禮 | 自用
兩相宜



霸王獅子頭



頂級絕品佛跳牆
\$ 4,680 [不含甕]

• 頂級絕品佛跳牆+香酥紅糟鰻+霸王獅子頭
\$ 6,380



花膠鮑魚燉雞湯
\$ 4,680 [不含鍋]

• 花膠鮑魚燉雞湯+香酥紅糟鰻+霸王獅子頭
\$ 6,380



八寶紅豆年糕禮盒
\$ 1,380 [含紙盒、提袋]



天下三絕麵食館
NOODLE CUISINE

電話：02-2741-6299

地址：台北市大安區仁愛路4段27巷3號1樓



掃描訂購去

頂級絕品佛跳牆

香酥紅糟鰻

「醫療觀光」為主軸 台中觀旅局組織緬甸踩線團

積極拓展東南亞市場 展現台中醫療 + 旅遊豐富觀光資源

撰文／陳妍潔 圖片提供／台中市政府觀光旅遊局



▲台中市政府觀光旅遊局積極推動醫療觀光行程，近期邀請緬甸旅行社業者赴台中考察相關資源。



▲考察首站前往台中慈濟醫院，讓業者能更加了解台中國際級醫療水準。

台中市政府為拓展東南亞觀光市場及**台中**展現台灣國際醫療量能，深化本市觀光城市形象，於2025/12/29邀請緬甸觀光旅行社業者來台中踩線，規畫以「醫療觀光結合休閒旅遊」為主軸，實地走訪台中慈濟醫院，並安排參觀麗寶樂園、中社花市等指標性觀光亮點，讓國際旅遊業者深入了解台中多元且具競爭力的觀光資源。

結合醫療技術開發產品 走訪名景一展城市魅力

台中市政府觀光旅遊局局長陳美秀表示，踩線團首站前往台中慈濟醫院，透過院方專業簡報與實地導覽，深入認識醫院在智慧醫療、國際化服務、完善照護流程及人文關懷等方面的特色。緬甸旅行社代表對台中醫療水準、友善環境及國際病患接待量能表示高度肯定，認為極具發展醫療觀光行程的潛力，未來國際旅客可結合健康檢查、術後休養

及家屬陪同旅遊，打造極具吸引力的客製化產品。

台中市政府觀光旅遊局（以下簡稱台中觀旅局）補充，除醫療觀光主題外，台中食宿遊購皆遠近馳名，踩線行程亦安排走訪台中重要觀光景點，包含深受親子與年輕族群喜愛的麗寶樂園，讓業者實地感受大型主題樂園、度假飯店、專業合格卡丁車賽車場及大型購物商場，體驗一站式服務的完整性；還有廣受亞洲遊客喜愛的中社花市，欣賞四季花海景觀，體驗台中豐富的農業觀光與自然風貌，展現先進城市兼具休閒、文化與生活美學的多元魅力。

多元美食文化體驗 積極推動醫療觀光

台中觀旅局指出，此次並邀請緬甸主力旅行社代表品嚐台中10大伴手禮「水果酥」，以精緻的外觀美感，搭配酸甜有層次的風味變化，讓到訪嘉賓皆讚不

絕口。隨行人員在踩線期間同時宣傳台中的飲食觀光魅力，有著歷久不衰的太陽餅，將華人飲茶推廣至世界舞台的珍珠奶茶，四季皆有人氣的火鍋料理，年輕族群最愛的烤肉店，還有遍布全市的夜市小吃等，多元豐富的美食文化，在在皆吸引國際遊客一再造訪、流連忘返。

陳美秀特別表示，入境遊客版圖自2024年起已有明顯的變化，東南亞旅客已日漸趨多，其總占比更勝於疫情之前，而台中多樣化的城市風貌更結合了現代建築、歷史軌跡與文創能量，成為東南亞旅客十分喜愛的旅遊目的地。而台中市具備優質醫療資源、便捷交通及豐富觀光亮點，透過此次邀請緬甸觀光旅行社踩線交流，期盼促成更多國際合作契機，吸引海外旅客以「旅遊+醫療」方式造訪台中，進一步提升城市國際能見度，推動觀光產業與醫療服務雙向發展。



◀行程亦走訪台中著名觀光景點，讓業者體驗台中多元的旅遊魅力。

「長岐山燒酎」重現屬於馬祖居民的回憶

從地方走進世界 現代化釀酒技術與品牌故事 將馬祖生活展現至全球

撰文／謝曼蒨 圖片提供／長岐山



▲王家酒業第4代負責人王詩傑。

在馬祖眾多酒類中，高粱酒是市場最熟悉的名字，但在高粱之前，真正陪伴馬祖居民生活的，其實是一款已消失數十年的「地瓜酒」。這種以地瓜為原料釀製而成的酒品，原料取得容易、成本低廉，與當時貴族所飲用的米酒形成鮮明對比，因此被稱為「母親酒」，象徵著馬祖居民的日常與生活記憶。

地瓜酒起源歷史 馬祖居民的生活記憶

談起地瓜酒的起源，**王家酒業第4代負責人王詩傑**指出，長岐山過去是北竿島古稱，也是重要的農作區域，在那個稻米難以生長的年代，地瓜幾乎是當地最穩定、也最仰賴的作物來源，不僅是家家戶戶的主食，更延伸出釀酒、甜品等生活技藝。而地瓜酒的出現主因是，當時馬祖地處海島，冬季氣候寒冷，加上漁民長時間在海上作業，酒精濃度不足的老酒難以抵禦寒流，反而是透過蒸餾技術製成的地瓜燒酒，更符合當時的生活需求，也因此逐漸成為庶民社會中最普遍的飲用的酒類。

然而，這樣的地瓜燒酒，曾一度在馬祖的日常中消失。1930～1940年代的戰



▲「長岐山燒酎」將地瓜酒的傳統風味完美還原，成為極具地方代表性的酒款之一。



▲長岐山於2024北區觀光圈市集向民眾分享專屬馬祖的醇厚風味。



▲長岐山燒酎（左1）榮獲2025年交通部觀光署區域觀光圈市集「最佳美味獎」金獎。

亂與土匪劫掠，加上後來的禁酒政策，使民間釀酒逐漸中斷。所幸近年在王家酒業的推動下，這款承載地方情感的酒品再次被世人所見，創造出「長岐山燒酎」，透過引進現代化設備，結合過去釀酒技術與專業製程，將地瓜酒的傳統風味完美還原，成為極具地方代表性的酒款之一。

品牌串聯馬祖觀光 展現在地化特色產品

王詩傑表示，過去馬祖酒品長期以高粱酒為主軸，產品形象相對單一，難以完整呈現馬祖多元的飲酒文化。地瓜酒的回歸，正好補足了馬祖酒品發展中被忽略的一塊拼圖，藉由敘事化的呈現，展現出特色化的品牌內容，讓地瓜酒成為能代表「生活文化」與「土地故事」的酒款。因此，「長岐山」將產品發展串聯起馬祖觀光，嘗試將酒與咖啡結合，推出「咖啡燒酒」，並規劃地瓜酒

餅乾、地瓜酒薯條等伴手禮，以及馬克杯、酒杯等文創商品；未來也更預計建設觀光工廠，透過體驗活動與文化導覽等，讓燒酒文化融入日常生活，同時為馬祖觀光注入新內容。

布局海內外市場 建立國際知名度

在市場布局方面，「長岐山」在台灣市場逐步透過高曝光通路提升品牌能見度，成功進駐高鐵、誠品、LINE禮物及各大農產品銷售平台，並拓展至企業採購與團購市場，整體銷售表現持續成長，顯示地瓜酒具備跨地域發展的潛力。除通路拓展外，產品亦獲得多項專業肯定，包含榮獲2024年美國舊金山世界烈酒大賽銀牌，以及2025年交通部觀光署區域觀光圈市集「最佳美味獎」金獎、農業部「天茶地酒」優質產品認證、農業部山手現標章認證等，進一步提升品牌在台灣市場的信任度與知名度。

在海外市場，「長岐山」將以日本燒酎文化為對標，透過跨境電商切入日本市場，將產品導入日本百貨線上銷售系統；同時與韓國《黑白大廚》中的米其林1星餐廳合作，進入韓國精緻餐飲體系；東南亞市場，則以禮盒形式布局新加坡與馬來西亞等地，逐步建立起國際能見度。

未 滿 1 8 歲 請 勿 飲 酒 ★ 酒 後 請 勿 開 車



從心理出發，精準行銷： 觀光旅遊業結合消費心理 與銀髮市場的策略

撰文／陳善珮 圖片提供／本刊圖庫

在

競爭激烈的觀光旅遊市場中，單靠價格戰已難以突圍。要真正吸引並留住顧客，必須從旅遊消費心理學出發，瞭解旅客的情感、認知與社會動因，並將這些洞察轉化為精準的宣傳、促銷與產品規畫策略。

旅遊消費心理的4大驅動力

- 情感動機**：旅客渴望放鬆、浪漫、冒險或療癒，並對「夢想目的地」有情感投射。
- 認知動機**：追求新知、文化探索與技能學習，偏好資訊透明、細節明確的行程。
- 社會認同與從眾心理**：受朋友、社群媒體與KOL影響，喜歡熱門打卡點與限量體驗。
- 價值與安全感**：重視性價比、品質保障與售後服務，並對永續旅遊與在地文化有好感。

行動藍圖：從心理到策略

精準鎖定族群：依年齡、動機、消費力與旅遊型態進行市場區隔，滿足核心需求。

情感共鳴：透過故事化影片、旅客見證與夢想目的地形象，激發情感動機。

降低不確定感：價格透明、行程細節清楚、保障條款明確，提升信任感。

社會認同：與KOL合作、鼓勵UGC分享、設計熱門打卡點，放大從眾效應。

促進即時決策：限時優惠、限量名額與季節限定，刺激稀缺心理。

社群互動玩法：讓顧客參與品牌故事

回憶接力：邀請粉絲分享旅行故事與照片，累積UGC內容。

打卡挑戰賽：設定指定景點打卡抽獎，製造話題熱度。

限時互動直播：直播公布限量優惠碼或隱藏行程，促進即時轉換。

永續旅遊承諾牆：鼓勵粉絲留言支持環保旅遊，建立價值連結。

旅遊冷知識問答：每週趣味問答，提升專業形象與互動頻率。

行程票選活動：讓粉絲投票決定下季特色行程，增加參與感與期待感。

銀髮族市場：新藍海的精準切入

銀髮族旅遊市場具備高消費潛力與穩定需求，但需考慮其生理、心理與資訊接收習慣：

行程偏好：靜態、低刺激、文化深度、自然生態、溫泉、美食、賞花、懷舊古蹟。

時間長短：55~70歲可接受4~6天長程，70歲以上偏好1~3天短程。

資訊來源：年輕銀髮族偏好網路與雜誌，高齡銀髮族依賴親友與社團。

P R O F I L E

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
艾瑪迪斯資訊公司（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、觀光署國家考試命題審題委員
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

服務需求：無障礙設施、貼心協助、養生餐食、少轉乘交通。

心理訴求：安全感、被關懷感、社交互動與價值認同。

銀髮族產品組合與社群推廣實務

產品組合：

文化懷舊遊（古蹟導覽、傳統工藝）

養生療癒遊（溫泉、SPA、養生餐）

自然生態遊（賞花、湖泊遊船、森林步道）

社交團體遊（協會包團）

短天數微旅行（1~3天、節奏慢）

社群推廣：

多通路整合：Facebook社團、LINE官方帳號、YouTube短片 + 社區大學與協會說明會。

互動玩法：故事分享、健康挑戰、知識問答、社團專屬優惠。

內容呈現技巧：大字體、高對比圖片、簡短文案、情感化標題（如「陪爸媽走一趟回憶之旅」）。

實地執行關鍵

1. 分齡行銷：55~70歲主打網路與雜誌；70+歲主打口碑與社團合作。

2. 安全與便利優先：交通少轉乘、全程協助。

3. 社交與情感連結：鼓勵親友同行、團體互動。

4. 持續追蹤回饋：活動後收集意見，優化下一檔產品。觀光旅遊業若能從消費心理出發，結合精準的市場區隔、情感化行銷與社群互動，再針對銀髮族等高潛力市場設計專屬產品與推廣策略，不僅能提升品牌好感度，更能在競爭激烈的市場中建立長期優勢。

感謝陪伴 易飛旅遊舉同業感恩餐會

分享 2026 年 布局 計畫 期盼 攜手 夥伴 共織 未來

撰文・攝影／王政



▲為感謝同業的大力支持，易飛旅遊特別於2025/12/26首次舉辦同業感恩餐會。

作為台灣指標性的旅遊業者之一，走過20多年的易飛旅遊不僅開創了台灣網路訂票機制，更在票務、自由行、團體等市場穩坐一席之地，尤其同業市場更在疫後加大力度，致力以質量俱佳的商品與服務，成為同業的最強後盾。

為了感謝夥伴們全年度的支持，易飛旅遊特別在歲末之際舉辦首次同業感恩餐會，不僅邀請眾多合作夥伴到場，現



▲（左起）易飛旅遊策略長曲杰、同業組副協理林偉任、長程線副總經理蔣建勳、執行副總經理張瑞琳、日本團體協理朱俊榮、國外團體副總經理李道玲。

場更抽出機票等大獎，加上2026年度長短線的商品搶先曝光，都展現出易飛旅遊深耕同業市場的決心。

易飛旅遊執行副總經理張瑞琳表示，易飛旅遊長期以來持續深耕同業市場，但過去業界普遍對於我們仍停留在OTA的印象，因此耕耘期間相當辛苦。所幸有同業夥伴們的支持與努力，才讓易飛旅遊的團體能不斷繳出好成績。

對此易飛旅遊在疫情後不斷加大資源

投入，從獨家的佐賀包機、每天1班的峴港包機，並從過去側重LCC包機，轉而取得更多傳統航空長短線的穩定系列機位，都是同業支持之下創造的卓越成就。未來易飛旅遊仍將推出好賣、好賺、好品質的商品，期盼與夥伴們共榮共好。

值得一提的是，易飛旅遊繼續與日本航空（JAL）旗下新世代航空品牌ZIPAIR推出包機合作，並針對春節包機提供優渥的退佣，同時也積極強化長程線，推出經典的義大利、奧捷、克斯，乃至於萊茵河河輪等優質選擇，並且在東南亞、日韓等系列商品添增亮點區隔市場，致力在新年度繼續扮演同業獲利的最佳後盾。

易飛旅遊邀您跟樂天桃猿出征石垣島

中職總冠軍海外參賽 2026 亞洲門戶交流賽 2月正式開打



▲長期深耕棒球與運動觀光市場的易飛旅遊再度承辦「亞洲門戶交流賽」，推出4天3夜主題套裝遊程。

甫榮膺2025年中華職棒年度總冠軍的「樂天桃猿」，將帶著霸主氣勢，跨海出征2026年2/10~11登場的台日交流盛會：「亞洲門戶交流賽」，再度交手日職強權「千葉羅德海洋」。作為長期深耕棒球與運動觀光市場的易飛旅遊（股票代碼：2734），再度承辦「亞洲門戶交流賽」，推出4天3夜主題套裝遊程，這也是易飛旅遊第4年參與該賽事的策劃與執行，更首度與日本航空（JAL）集團旗下「日本越洋航空

（JTA）」展開深度合作，為全台「10號隊友」打造更臻完美的觀賽與旅遊體驗，共同見證新科冠軍的王者風采！

為提供球迷更完善的「觀賽X旅遊」體驗，易飛旅遊將以JTA即將開航的「台北－沖繩」定期航線推出專屬應援行程，帶領球迷經由沖繩那霸轉往石垣島，旅客在熱血觀賽之外，也能於那霸享受購物與美食時光，讓這趟旅程同時兼具應援熱情與輕鬆度假氛圍。

此次獨家應援套裝行程，每人售價為

去程		回程	
國際段 2026/02/09		國內段 2026/02/11	
10:10 桃園國際機場(TPE) → NU602	12:40 那霸機場(OKA)	18:50 新石垣機場(ISG) → NU626	19:50 那霸機場(OKA)
國內段 2026/02/09		國際段 2026/02/12	
15:00 那霸機場(OKA) → NU617	16:05 新石垣機場(ISG)	08:00 那霸機場(OKA) → NU301	08:45 桃園國際機場(TPE)

▲獨家應援套裝行程將以JTA即將開航的「台北－沖繩」定期航線包裝4天3夜主題套裝遊程。

29,900元（含稅）起，安排石垣島入住2晚，飯店以簡約工業風設計，提供貼近在地風味的海鮮早餐，並設有迎賓飲料與住客專屬休息Lounge空間；另安排那霸入住1晚，飯店座落於市中心，往返機場僅需短程車程，館內以現代簡約風格打造，兼顧舒適度與機能性，讓旅客在應援之餘也能享有便利與放鬆的住宿體驗。相關商品細節，歡迎洽詢易飛旅遊。

旅行公會總會攜手旅發會舉辦聯合年終晚會

召開會員大會推進會務發展 持續強化教育訓練推動兩岸交流

撰文・攝影／陳妍潔



▲(左起)旅行公會總會理事長吳盈良、大陸委員會經濟處處長葉凱萍、交通部觀光署副署長黃荷婷、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁。



▲四川航空總經理蘇建穎(前排左2)、吉祥航空總經理唐帥(前排左3)、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁(前排左5)、旅行公會總會理事長吳盈良(前排左6)、中國南方航空總經理肖偉(前排左7)、中國國際航空總經理金峰(前排左8)、中國東方航空總經理支勇(前排左9)、海南航空總經理戚謝峰(前排右1)、廈門航空總經理鄭松漳(後排左2)與貴賓合影。

2025/12/30旅行公會總會舉辦第8屆第2次會員大會，針對2024~2025年進行會務工作報告，並提出2025年工作計畫，同日晚間攜手台灣海峽兩岸旅行發展協會（以下簡稱旅發會），共同舉辦2025年聯合年終晚會，邀請眾多旅業貴賓共襄盛舉。

加強專業人員培訓 強化兩岸交流合作

在第8屆旅行公會總會理事長吳盈良上任後，2025年初即積極率領團隊，前往海峽兩岸旅遊交流協會、交通部觀光署、陸籍航空代表、大陸委員會等觀光單位，並負責主辦台灣國際旅展、國際航空票務從業人員認證，亦協助辦理「宣導赴陸旅遊安全暨國人赴港澳動態登錄系統注意事項說明」「經濟部商業發展署30人以下服務業數位轉型補助課程」等專案。同時針對新年度，旅行公會總會提到未來將持續加強教育訓練、活動辦理等各項業務推動，支持會務發展。

展望2026年，旅行公會總會將於每3個月定期舉行理監事聯席會議，並參與海內外及與兩岸關係相關會議，同時協助政府調解兩岸旅遊糾紛，維護合法業者權益。此外，明年亦會透過舉辦從業人員專業訓練與業務講習、建構海外旅行安全機制，以加強會員專業知識，防範旅由意外的產生。

聯合年終晚會上，**旅行公會總會理事長吳盈良**提到，自2024年接任至今已



▲(左2起)中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮慶宇、旅行公會總會理事長吳盈良與中華航空團隊合影。



▲(左3起)旅行公會總會理事長吳盈良、長榮航空客運營業本部副總經理王振興、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁與長榮航空團隊合影。



▲(左起)台灣虎航營業銷售部專員龔家年、旅行公會總會理事長吳盈良、台灣虎航實體通路組組長楊栢源、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁。



▲旅行公會總會理事長吳盈良(左4)與駐外觀光單位代表合影。

屆1年，旅行公會總會是會務繁多的工作，但在理監事、會員代表與旅業夥伴的幫助下，讓旅行公會總會在2025年寫下美好的篇章，相信2026年會務發展與旅遊產業會發展得更好。**旅發會理事長蕭博仁**在致詞中也祝福大家在新年度大發，同時提到旅發會為因應兩岸交流而生，因此他期望兩岸能維持共好，不論局勢變化，旅遊業都能隨時因應，相信2026年能更鴻圖大展。

交通部觀光署副署長黃荷婷表示，行政院近期已核定觀光署所提出的「Tourism 2030—臺灣觀光邁向2030方

案」，4年至少會有500億元的觀光建設與活動舉辦經費，觀光署不僅要持續提升來台旅客人次，亦期望觀光旅遊能達到質量並進的目標，因此觀光署也會持續開發新的國際觀光亮點，提供台灣與國際觀光客更多元的旅遊選擇。**海峽交流基金會副秘書長蔡孟君**指出，海峽交流基金會（以下簡稱海基會）為服務兩岸民眾往來的第一線，旅行業則是海基會相當緊密的合作夥伴，作為輔助政策發展與服務業者的角色，凡是旅遊業者有相關需要，海基會都會盡全力回應需求。

賀！林英明擔任群英會第34屆會長

旅業貴賓雲集齊聚交接典禮 致力會務發展迎新氣象

撰文・攝影／陳妍潔



▲群英會第33屆會長張金平（左）正式交接給第34屆會長林英明（右），由第4屆會長林博宗（中）擔任監交人。



▲群英會第34屆幹部合影。（左起）群英會第34屆秘書長劉奕樸、財務長駱炫宏、風紀組召集人林博宗、會長林英明、活動組召集人紀正德、公關組召集人彭培興、攝影組趙曼白。

群英聯誼會（以下簡稱群英會）於2025/12/26舉辦第33、34屆會長交接典禮，由33屆會長張金平交棒給新任會長林英明，活動邀請眾多業者、觀光單位與航空公司共襄盛舉，一同見證群英會持續邁向新氣象。

持續豐富例會活動 促進旅業交流

群英會於1992年創立至今已歷經33屆，會內集結旅行業眾多高階管理人，秉持著「提昇旅業人員之風尚，博學他行資訊」宗旨，透過每月會務活動邀請專業講師參與，豐富會員知識同時促進同業間的業務交流。群英會第33屆會長張金平表示自己入行已逾40餘年，感謝同業提攜讓自己能進入群英會並接任會長一職。他認為少有產業能像旅遊業一樣，認識數十年還能一同聚首吃飯，還能廣交朋友與合作夥伴，此次交接典禮嘉賓眾多，顯見新會長林英明的廣大人脈，期望新



▲群英會歷屆會長合影。

群英會第34屆幹部名單	
會長：	林英明
秘書長：	劉奕樸
財務長：	駱炫宏
風紀組召集人：	林博宗
公關組召集人：	彭培興
活動組召集人：	紀正德
會務組召集人：	徐麗敏
攝影組：	趙曼白
財務組：	劉佩青

會長上任後能為群英會帶來嶄新的氣象。

群英會第34屆會長林英明在致詞中指出，人生70才開始，恰逢今年自己邁入70之齡，因此接任群英會會長可謂人生第2春，很高興能藉此次典禮邀請眾多旅業好友及前輩前來，也讓會員能有與貴賓們交流的機會。他亦感謝前輩的提攜，以及同業間的幫助，讓他在退休之後還能持續在業界活動，未來也期望能在例會中帶給大家更多元的議題演講內容。

典禮活動上貴賓雲集，場面熱鬧非凡。**旅行業品質保障協會理事長張永成**

表示，今年旅行業可說是豐收之年，旅行業者對於今年營收有良好的反饋。品保協會的使命即是協助產業提升，而品保協會也為旅行業者成功向政府爭取到2026年補貼每家旅行社1萬元履約保證保險金，相關辦法未來會再正式公告。

活動除舉行交接儀式外，群英會更安排12月壽星慶生環節，並準備禮金給予全勤的會員以及第33屆辛勞的幹部成員，還有卡拉OK歡唱以及每人1份精緻的伴手禮，讓與會貴賓與會員們在美酒佳餚的助興之下，一起歡度愉快的夜晚。



▲交接典禮現場邀集眾多旅業貴賓一同共襄盛舉，歡度愉快時光。

迎接2026馬來西亞旅遊年 元旦機場送好禮

台灣每週56班直飛 全年300場慶典目標吸引4,700萬國際旅客

撰文／陳妍潔 圖片提供／馬來西亞觀光局



▲迎接2026馬來西亞旅遊年，馬來西亞觀光局特於1／1假吉隆坡國際機場舉辦迎賓活動。



▲元旦當天馬來西亞國際觀光局台北辦事處也於報到櫃台舉辦驚喜快閃，贈送前往馬來西亞的旅客精美紀念品。

為迎接國家級觀光盛事

「2026馬來西亞旅遊年」(Visit Malaysia 2026，簡稱VM2026)，全馬來西亞13個州屬、55個重要出入境關口將於1／1同步展開迎賓行動之外，馬來西亞觀光局台北辦事處清晨更驚喜現身桃園國際機場，為搭乘中華航空與長榮航空直飛吉隆坡與檳城的旅客送上限量歡迎好禮。

此舉不僅宣告VM2026全球推廣計畫正式開跑，更展現馬來西亞對台灣市場的高度重視，讓旅客從啟程即感受馬來西亞的熱情款待。

機場快閃送主題紀念品 旅遊年宣告正式啟動

活動當天，馬來西亞觀光局台北辦事處於報到櫃台舉辦驚喜快閃，向新年度首批赴馬旅客致贈VM2026限量主題紀念品。包含官方吉祥物馬來熊「Wira」與「Manja」週邊小物，以及融合馬來西亞風情的「峇迪蠟染圖騰」零錢包與手機吊繩等特色贈品，為元旦旅程增添濃厚驚喜。



▲主題紀念品包含官方吉祥物馬來熊週邊小物，以及充滿馬來西亞風情的精緻禮品。

配合全球啟動儀式，**馬來西亞旅遊、藝術及文化部長拿督斯里張慶信(YB Dato Sri Tiong King Sing)**親自坐鎮吉隆坡國際機場主會場。

他表示，2026馬來西亞旅遊年不僅是一項觀光推廣活動，更是馬來西亞團結精神、熱情好客與多元文化的展現。元旦當天，全馬來西亞13個州屬、55個重要出入境關口同步展開迎賓活動，展現全國一致「開門迎客」的決心。

豐富節慶與文化活動 直飛航班助力市場發展

透過VM2026推廣計畫，馬來西亞目標於2026年吸引4,700萬名國際旅客，全年度將推出超過300場重點活動，從華人農曆新年、穆斯林開齋節到原住民族的「沙巴豐收節(Tadau Ka'amatan)」



▲馬來西亞將在旅遊年推出上百場豐富節慶活動，目標迎接4,700萬國際旅客。

與「砂拉越達雅節(Gawai Dayak)」等，將透過美食、傳統文化表演與創意體驗，帶領旅客深度感受「亞洲魅力所在」。

同時，全國州政府、航空公司、旅遊產業夥伴及企業亦將陸續推出2026馬來西亞旅遊年專屬優惠，包括住宿、景點門票、餐飲、紀念品及旅遊套裝折扣，全面迎接全球旅客。

台灣市場方面，目前則共有6家航空公司營運台灣直飛馬來西亞的航線，包括中華航空、長榮航空、星宇航空、馬來西亞國際航空、亞洲航空及峇迪航空，每週共56班直飛航班，串聯台北、高雄與吉隆坡、檳城、亞庇等熱門城市，持續強化台馬之間的旅遊連結，也讓台灣旅客在規畫馬來西亞行程時，擁有更便利、多元的選擇。

2026年京畿道主打深度具獨特的「近郊旅行」

韓劇、綜藝拍攝地成打卡景點 新興資源展現當地多元魅力

撰文／謝曼蒨 圖片提供／京畿道觀光公社



▲韓國知名炸雞品牌「僑村炸雞」，將於2026／1／12開幕「僑村1991炸雞學校」。

隨著台灣旅客赴韓旅遊次數逐年攀升，旅遊型態已從單純的首爾市區購物，轉向追求更具深度與獨特性的「近郊旅行」。環繞首爾、交通便利的「京畿道」，憑藉豐富的自然人文景觀與影視聖地優勢，成為現今最夯旅遊趨勢。不論是追隨韓劇熱點，或是體驗最新的手作文化，京畿道正以「深度停

留」的魅力，擄獲台灣遊客的心。

以台灣25~44歲的女性族群在規劃韓國旅遊時，越來越重視「體驗感」與「差異化」。因此，京畿觀光公社持續優化旅遊資訊，與台灣旅遊業者深度合作，將傳統文化如馬格利釀酒、辣椒醬製作等體驗融入行程；針對自由行遊客開發1日遊行程，讓「近郊旅行」成為來

韓旅遊放鬆與療癒的首選。同時京畿道也向來是韓劇與綜藝節目的首選拍攝地。2025年話題韓劇《暴君的主廚》中，充滿異國風情的「小法國村」與「小義大利村」成為旅客拍攝美照的必訪清單；而人氣韓劇《背著善宰跑》中的「水原行宮洞」、「華城東灘湖水公園」等場景，也展現出京畿道多樣化的迷人氛圍。

在新興資源上，韓國知名炸雞品牌「僑村炸雞」，將於京畿道烏山市設立「僑村1991炸雞學校」，預計2026／1／12全新開幕，提供更具互動性與教育意義的5感體驗。而作為聯合國教科文組織世界地質公園的抱川市漢灘江，也正積極籌備全新的「生態公園夜景及燈光秀」，預計於2026年5月正式對外公開（以官方公告為準）。

首屆無雙聯盟兩岸旅行商交流論壇即將登場

匯聚兩岸旅業菁英齊聚廈門

歡迎旅遊同業共襄盛舉

撰文／王政 圖片提供／紅牛國際旅行社

疫 情結束後，兩岸旅遊市場快速回溫，大陸各省官・舉辦各種旅行商交流活動，台灣組團社與大陸地接社合辦各種同業考察踩線，兩岸旅行商交流活動頻繁且熱絡，但是卻看不見帶給兩岸旅遊業者真正的實質幫助。

有鑑於疫情後市場更新迭代，為了讓旅遊業者能更即時掌握食、宿、遊、購、行等最新資訊，因而誕生「無雙聯盟兩岸旅行商交流論壇」。

首屆論壇將於廈門舉辦，預計聚集四川、雲南、湖南、貴州、北京、山東、江西、福建、東北三省、華東三省、廣東、豪華鐵道旅遊等12大旅遊區塊。

活動將規劃成6天5夜的深度行程，松山、台中、高雄接可出發，活動期間為2026／1／29~2／3，從分組學習、實地踩點、商業媒合等，全方位讓台灣同業能清晰掌握各類旅遊資訊，參加費用每人9,900元（活動對象為旅行社負責人、經理人、會員代表、管理幹部、業務專員）。

值得一提的是，全程參加活動者，將贈送旅遊抵用金2萬元，歡迎洽詢活動主辦單位：紅牛國際旅行社。

西班牙

榮耀帝國
大城小镇11天

NT 49,900 起

3/23、4/15、5/6.18.27、
6/3.12.17.22

東歐

奧捷斯匈 夢幻湖區・東歐帝國經典10天

2/22. 3/1. 8. 11.18

NT 49,900 起

新春賀歲【奧捷斯匈】夢幻湖區・東歐帝國經典10天
2/18 NT 59,900 起

快閃克斯—鐘乳石洞探秘 十六湖國家公園10天
3/15.22 桃園出松山回 NT 64,900 起

俄羅斯—雙城風華 金環三鎮10天

3/2. 9.16.23.30、4/6.13.20 松山來回 ★早鳥前10名優惠3,000元
NT 79,900 起

中西歐

德荷比法10天

3/3.18 ★早鳥前10名優惠3,000元

NT 69,900 起

德瑞—湖光山色、新天鵝堡、萊茵瀑布10天

3/10.24

NT 69,900 起

新春賀歲【德瑞】冰雪鐵力士山、新天鵝堡、萊茵瀑布10天
2/10 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 89,900 起

南歐

川越西葡11天 2/27 松山來回

NT 64,900 起

樂遊西葡—伊比利半島經典12天

2/23、3/16

NT 74,900 起

西葡—伊比利半島直布羅陀經典13天

★早鳥前10名優惠5,000元

2/9.17、4/6.13、5/4.11.18.25、6/8.15.22

NT 89,900 起

希臘—衆神之國・天空之城・愛琴海跳島遊10天

4/12、5/17

NT 104,900 起

北歐

北歐冰島五國—斯堪地那維亞・峽灣經典13天

5/21.28、6/4.11

NT 188,000 起

北歐四國 丹麥・挪威・瑞典・芬蘭・雙峽灣10天

★早鳥前10名第二人優惠10,000元

3/26、4/11.16.22、5/7.13、6/3.10

NT 89,900 起

【快閃北歐】挪威・瑞典・丹麥・超值峽灣10天

1/30、3/6.13

NT 65,900 起

俄羅斯—雙城風華・金環三鎮10天

3/2. 9.16、4/6.13.20

★早鳥前10名優惠3,000元 NT 79,900 起

義大利

義大利濃情蜜意—比薩奇蹟・天空之城11天

★早鳥前10名優惠3,000元 米蘭進・羅馬出

2/24、3/3. 10. 17.31

NT 62,900 起

威尼斯面具嘉年華 義大利濃情蜜意・天空之城11天

★早鳥前10名優惠3,000元 米蘭進・羅馬出

2/3.7

NT 64,900 起

南義詩情畫意-卡布里島・西西里島觀火山跳島12天

5/22、6/12、7/31、8/28、9/18、10/9 NT 139,900 起

南亞

五星印度—金三角古文明經典7天

1/31、3/7. 21、4/4.18

NT 43,900 起

快閃【五星印度】東方金三角古文明經典7天

2/27、3/6 桃園出松山回

★早鳥前10名優惠3,000元

NT 42,900 起

中東

快閃國航土耳其安卡拉城堡・布爾薩10天

2/7.26

NT 29,900 起

國航土耳其—醉戀番紅花・布爾薩10天

1/20.24、2/3.5. 7.17.26

NT 32,900 起

東方土耳其—醉戀番紅花・布爾薩10天

3/15.29、4/2.10.18 桃園出松山回

NT 33,900 起

川越土耳其—醉戀番紅花・布爾薩11天

2/1.6.22 松山來回

NT 32,900 起

直飛土耳其—醉戀番紅花・奇幻鄂圖曼10天

2/8.21.28、3/7.9.14.16.23.28.30

NT 42,900 起

快閃埃及—尼羅河遊輪紅海10天

2/3.25、3/4.11 松山來回

NT 49,900 起

