

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.03.16 出刊 每週一發行

VOL. 901



2026 雙艦齊發

世紀遊輪

兩大新船耀眼首航



歐洲航線

世紀之星



長江航線

世紀夢想



當資本市場只盯著股價 企業更需要守住長期策略的定力

作 在資本市場高度發達的今天，股價幾乎成為企業最直接的成績單，漲跌之間不僅牽動投資人的情緒，也影響經營層的壓力與決策，然而當市場過度專注於短期股價波動時，企業經營反而容易迷失方向。

真正的企業治理，不應只是追逐一時的股價起伏，而是必須將目光放遠，從長期策略與產業發展的角度思考。畢竟，股價有高有低，但企業的生命週期卻遠遠長於一個股市循環。

若所有焦點只落在股價，企業經營便容易變得短視近利，為追求短期股價表現而削減必要投資、延後長期計畫，甚至放棄策略轉型。長此以往，企業就不再是經營事業，而更像是「打帶跑」，只求短暫的市場掌聲。放眼全球，許多成功企業的共同特質，就是敢於進行長期投資。例如半導體龍頭台積電，近年大舉在美國與海外設廠，動輒數百億美元的投資規模，在短期財務報表上未必立即顯現成果，但卻是確保未來產業競爭力的必要布局。

同樣的道理也適用於航空業，這個高度資本密集且週期長的產業，無論機隊採購、航線開拓、人員訓練、品牌建立，都需要長時間投入，任何一項決策，不可能只用短時間的績效來衡量。

以台灣虎航為例，藉由航點快速擴張、日本市場深度經營、載客率與營運績效屢創新高，成功跨過最艱難的「存活門檻」。然而，當企業走過生存階段後，真正的課題反而是如何長久永續。因此台灣虎航經過縝密評估後，選擇啟動400億元的購機計畫，同時在現有的營運模式外，添增更多元的新穎服務。

疫情後台灣虎航的高獲利確實推升股價成長並配息，但更多是為了感謝股東支持，在疫情期間虧損獲得彌補後，選擇發放高額股息展現誠意。然隨著市場回歸

常態，仍必須回到正常的公司治理節奏。

這也意味著，企業不可能把當年度賺到的錢全部分配出去，而是必須保留資源進行未來投資，無論是機隊汰舊換新、機組人員培訓，或是航網擴張，都需要長期資本投入。更重要的是，台灣虎航的思考已不再侷限於「傳統低成本航空」的單一模式。

在未來10年藍圖中，它思考的是更多延伸策略，包括中轉航網、跨界合作、訂閱制會員，以及機上體驗升級等，這些措施表面上看似行銷策略，實際上卻是品牌經營的重要投資。畢竟當品牌信任度提升後，旅客對價格的敏感度自然下降，航空公司也能逐漸掌握定價權，換言之，品牌就是放大企業價值的槓桿。當旅客不再只是因為「便宜」而選擇，而是因為「信賴」而搭乘，航空公司才能真正建立穩定的市場地位。

因此，股東與市場其實也需要理解：企業經營並非扮家家酒，更不是只靠股價漲跌來評斷成敗。好的公司，不一定每天股價大漲；同樣地，股價一時下跌，也不代表企業價值消失。成熟的資本市場應該關注的是企業長期策略是否清晰、經營是否穩健。

從產業發展的角度來看，一家公司最終能留下的，不是某段時期亮眼的股價，而是長時間累積的信任。對投資人而言，股價波動或許令人焦慮，但真正重要的，是確保公司在10年、20年後仍然存在並持續成長。企業經營向來看遠不看短，唯有經營者堅守長期策略、股東理解企業發展節奏，資本市場才能真正成為支持企業成長的後盾，而不是左右企業方向的壓力。畢竟，一家公司的價值從來不是1天的股價所決定，而是時間。

喜鴻假期「大夜市」2026春酒熱鬧登場

2026年挑戰日本線出團量破萬目標 深化AI應用布局未來

撰文·攝影／張偉浩

旅遊業指標性業者—喜鴻假期（以下簡稱喜鴻）日前盛大舉辦春酒聯歡晚會，今年特別以充滿台灣味的「喜鴻大夜市」為主題，象徵旅遊產業如夜市般熱鬧非凡、生生不息的精神。喜鴻在會上宣示，隨旅遊市場持續回溫，公司將於2026年挑戰日本線1萬團的目標，並全面深化AI應用，展現引領科技旅遊的決心。

回顧2025年，喜鴻在各國旅遊路線均取得扎實成效。喜鴻假期總裁鄭穆誠指出，自疫情限制解除後，日本線的表現最為突出，此外如澳洲、韓國及大陸線在市場上也展現了強勁的動能。根據統計，喜鴻在2026年第1季的業績預計將較去年同期成長15%，為全年的成長目標打下堅實基礎。

「夜市」產品哲學 豐富多樣與精緻化

本次春酒主題「喜鴻大夜市」不僅是活動包裝，更隱喻了公司的產品策略。鄭穆誠認為喜鴻像是「寧夏夜市」，旅遊產品猶如夜市美食般「料多豐富」，但又不失精緻與品質。他表示，喜鴻假期的目標是建立一個「什麼都有」的品牌規模，從多樣化的商品選擇中滿足客人「一站式購足」的需求，並同時追求



▲（左起）喜鴻假期副總經理王湘潔、副總經理鄭詩涵、執行副總監一晴、總裁鄭穆誠、董事長葉友芳、副總經理陸一方、副總經理陳東隆、副總經理李柏樟。

比一般市場更精緻、更高品質的服務。

深化Google AI技術應用 加碼100萬現金

除了產品多樣化，數位轉型是喜鴻假期的另一大核心競爭力。公司在去年已成功將整體系統搬遷至雲端，並初步導入AI應用，這背後得益於Google等合作夥伴的技術支援。他強調，2026年的戰略重點在於「更深度的AI應用」，透過科技輔助提升作業效率與客戶體驗，讓喜鴻在數位化的浪潮中持續領先。為了感謝全體員工在2025年的辛勤付出，春酒現場氣

氛熱烈，除了長榮航空、中華航空、台灣虎航及星宇航空等航空合作夥伴提供的豐厚獎品外，更驚喜宣布現場加碼50萬現金大紅包，分配給表現優異的辛苦單位，現場亦抽出100位幸運員工各領取5,000元現金，闖氣出手100萬元，以實際行動回饋團隊的努力。

展望2026年，喜鴻假期將持續秉持「按部就班、持續向上」的營運基調。在面對日本線萬團的挑戰與AI技術的深度融合下，喜鴻假期期許透過豐富且具創意的旅遊商品，持續帶領旅客走遍世界，再創產業高峰。

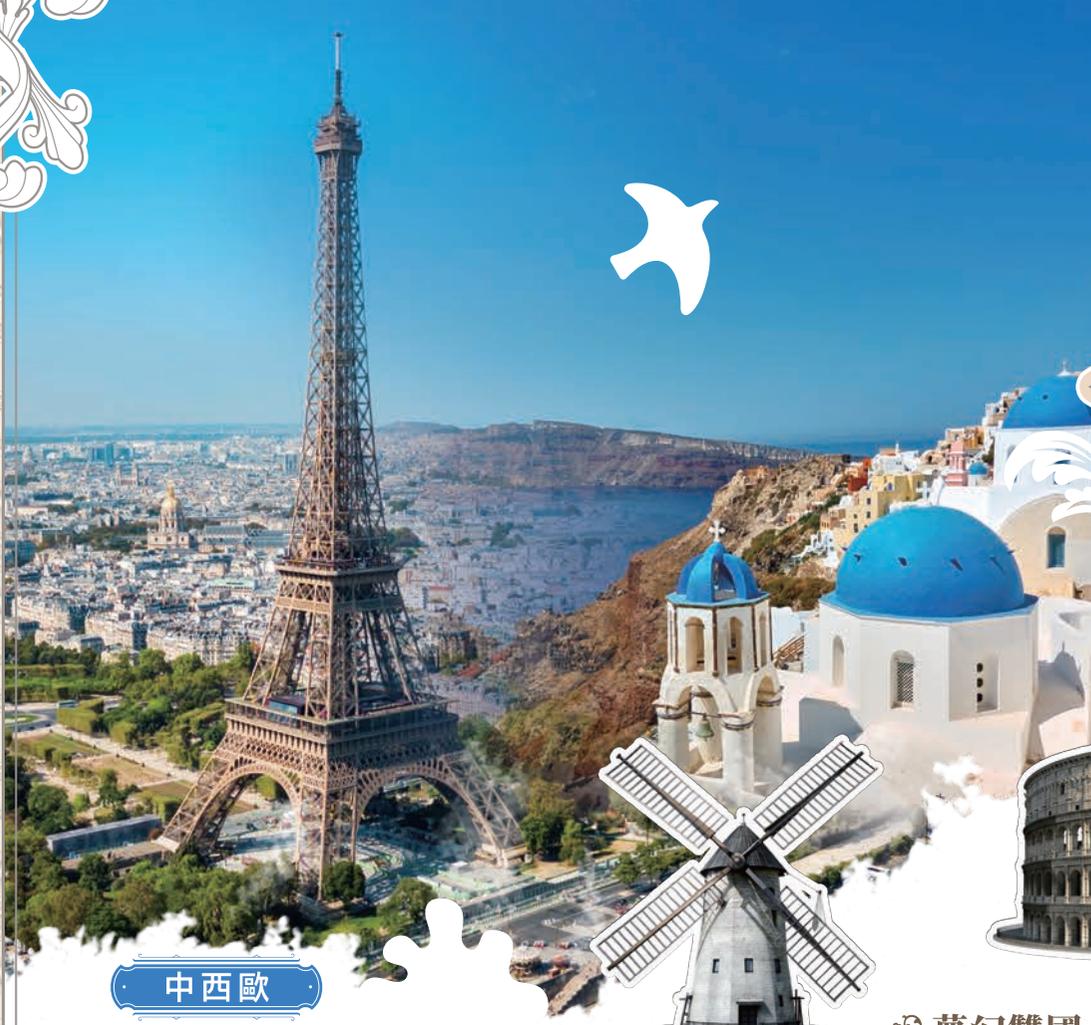


▲「喜鴻大夜市」春酒聯歡晚會中頒出多項獎項。

早鳥優惠

夏日歐

每人最高



中西歐

香頌法國13日

尼斯、卡卡頌、聖十字湖、波爾多酒莊、羅浮宮、凡爾賽宮、米其林

◆收訂前10名，優惠**15,000**元（第二人以上，每人7,500）元

◆深度探訪法國西南方：羅卡馬杜爾、法國最大地下探洞

NT\$ **157,800**起

經典荷比法10日

羅浮宮、凡爾賽宮導覽、三城遊船、羊角村、風車村、米其林推薦餐

◆收訂前16名，優惠**5,000**元（第二人以上，每人2,500）元

◆加碼安排：米其林推薦餐廳、精緻下午茶

NT\$ **97,800**起

德瑞精華10日

少女峰、新天鵝堡、景觀列車頭等艙、米其林推薦、升等一晚5星飯店

◆收訂前10名，第二人優惠**5,000**元

◆萊茵河遊船、羅曼蒂克街道、史特拉斯堡

NT\$ **115,800**起

純淨瑞士12日

四大名峰、三大景觀列車、葡萄園梯田、米其林推薦、策馬特

◆收訂前10名，第二人優惠**8,000**元

◆瑞吉山、冰河列車、伯尼納景觀快車、茵特拉根—盧森快線

NT\$ **183,800**起

南歐

夢幻環遊·義大利13日

夜宿威尼斯、拿坡里、卡布里藍洞、天空之城、羅馬、梵諦岡

◆第二人最高折**20,000**元

◆全程嚴選四星酒店、入住托斯卡尼莊園飯店、威尼斯島上旅館

NT\$ **153,800**起

夢幻雙國·經典西葡13日

聖家堂、佩納宮、巴特婁之家、入住六晚五星、巴黎輕旅行

◆第二人折**10,000**元

◆米拉之家、奎爾公園、風車村、法朵秀

NT\$ **169,800**起

擁抱愛琴海·遇見希臘11日

中段航班、愛戀三島、天空之城、海景米其林推薦餐、夜臥渡輪、雅典五星飯店

◆收訂前10名，優惠**10,000**元（第二人以上，每人5,000）元

◆聖托里尼連住2晚

NT\$ **159,800**起

東歐

樂遊秘境克斯10日

手搖船、絕美十六湖、城堡纜車、鐘乳石洞小火車、戴克里先宮

◆第二人折**4,000**元

◆盧比安納纜車、波斯托伊那鐘乳石洞、十六湖國家公園

NT\$ **93,800**起

歐洲經典奧捷12日

五星三晚、鹽礦、遊船、熊布朗宮、哈修塔特、庫倫諾夫、布拉格

◆第二人折**8,000**元

◆伏爾塔瓦河遊船、國王湖遊船、中世紀表演秀晚餐、啤酒廠、OUTLET

NT\$ **121,000**起

暢遊東北歐六國13日

丹麥、芬蘭、波蘭、波羅的海三國、雙郵輪、三城堡、狼穴

◆第二人折**8,000**元

◆馬爾堡城堡、狼穴、特拉凱水中城堡、隆黨爾宮、十字架山、圖雷達城堡、詩麗雅郵輪

NT\$ **145,800**起



喜鴻假期

台
桃

北 (02) 2542-2288
園 (03) 316-7213

新竹光復分公司
(03) 668-7180

限時登場

歐洲夢

省20,000



北歐

經典北歐挪威峽灣13日

羅弗敦群島、挪威縮影、索納峽灣、精靈峽灣、特羅姆瑟

◆ 第二人折**12,000**元

◆ 特羅姆瑟景觀纜車、高山火車、峽灣遊船、布里斯達冰河電動車上山、蓋倫格峽灣遊船

NT\$ **188,000**起

澳洲

夜尋極光·塔斯馬尼亞8日

尤利卡景觀台、神仙小企鵝、世界遺產搖籃山、酒杯灣

◆ 收訂前10名，第二人優惠**10,000**元

◆ 兩段內陸飛機、尤利卡景觀台+神仙小企鵝歸巢、卡塔拉克特峽谷(含峽谷纜車)

NT\$ **69,800**起

兒童最高省**5000**·黃金雪梨9日

歌劇院、藍山、動物園、酒莊品酒、無尾熊合照

◆ 收訂前10名，第二人優惠**6,000**元

◆ 布里斯本、黃金海岸、雪梨

NT\$ **72,800**起

加拿大

經典加拿大洛磯山脈10日

四大國家公園、冰原雪車、雙纜車、酒莊品酒、OUTLET

◆ 第二人折**6,000**元

◆ 班夫國家公園、優鶴國家公園、冰河國家公園、傑士伯國家公園、硫磺山纜車

NT\$ **118,800**起

北/高出發 郵輪

MSC榮耀號

四·五·六日航程，停靠日·韓

日本：沖繩、石垣島、宮古島、福岡、佐世保、鹿兒島、宮崎
韓國：釜山、濟州

◆ 早鳥優惠：3/11~4/30報名繳訂，享每房可優惠**5,000**元。

◆ 限時優惠（即日起~至3/31止報名付訂）：

指定航次——限6/13、6/25、7/04、7/12、7/25航次

指定房型——內艙、遮蔽陽台艙，享同房第2人半價優惠。

（優惠艙房數量有限，恕早鳥優惠無法併用！）

歌詩達莎倫娜號

基隆港出發

四·五·六日航程，停靠日·韓

日本：沖繩、石垣島、宮古島、福岡、佐世保
韓國：釜山、麗水

高雄港出發

五日航程 停靠日本沖繩·宮古島·石垣島

內艙、海景房、陽台房

同房 **第三·四人0元**



以上價格皆為直客價

台 中 (04)2326-5711
嘉 義 (05)278-6691

台 南 (06)213-0198
高 雄 (07)226-3399

喜鴻旅行社股份有限公司(綜合旅行社)
交觀綜2094 品保北1162

世紀夢想、世紀之星下半

32年管理經驗、雙團隊管理模式 放眼布局海外市場 長江、歐洲、

在全球河輪旅遊市場逐漸邁向高端與深度的趨勢下，世紀遊輪（Century Cruises）以成熟的營運經驗與技術優勢，結合綠色科技、文化融合與高端服務，透過不同市場的差異化布局，打造具品牌辨識度的全球河輪產品，逐步在國際市場中建立自身定位。



世紀遊輪憑藉30餘年在長江累積的營運經驗與品牌口碑，逐步將成熟的管理模式與服務標準延伸至海外市場，創下中國大陸遊輪品牌首次前進歐洲市場的重要壯舉。今年世紀遊輪將有2艘新船下水，一艘為8月首航於歐洲多瑙河及萊茵河流域的「世紀之星」；其次為9月航行於長江三峽的「世紀夢想」。2艘船皆主打「綠色」的豪華遊輪，以全電力推進系統船舶、裝備智能監控系統，實現節能環保的永續責任，也為推動遊輪產業的綠色轉型注入新動能。

長江航線

深耕長江航線32年 打造首支綠色智能遊輪艦隊



▲世紀夢想號主打5星級的奢華享受，提供細緻且即時的服務體驗。



▲▼世紀遊輪打造出長江首支全系列電力推進艦隊。



長江航線是世紀遊輪的發源地，也是其最具代表性的核心市場。目前世紀遊輪打造出長江首支全系列電力推進艦隊，能有效降低噪音與震動，也能減少能源消耗與碳排放；同時搭配環保建材設計，使船艙環境更加舒適且無油漆氣味，展現其對低碳永續的長期承諾。世紀夢想號主打5星級的奢華享受，全船設有約500個客位，配置近200名工作人員，提供細緻且即時的服務體驗。此外，船上還有配有中央廚房，選用當地食材進行加工，提供旅客豐富且具食品安全的美味佳餚；岸上觀光活動則全面配備無線耳麥導覽系統，提升解說品質、減少團體旅行的噪音干擾，展現精緻旅遊的細節管理。

行程設計上，世紀遊輪突破傳統「三峽遊」模式，推出從重慶至上海的「長江全覽」12日深度航程，串聯三峽、黃鶴樓、岳陽樓與九華山等重要人文景點，讓旅客能以更完整的方式探索長江流域的自然景觀與歷史文化。

雙艦齊發！ 年投入市場

埃及3大航線 打造國際化遊輪品牌



歐洲航線

撰文／謝旻蓓 圖片提供／世紀遊輪

首度進軍歐洲市場 打造中西兼容的文化之舟



▲▼「世紀之星」為中國大陸首個前進歐洲市場的遊輪。



「世紀之星」成為中國大陸首個前進歐洲市場的遊輪，它延續世紀遊輪在長江的第1艘船名，以「體驗流動的世界之美」，打造多瑙河、萊茵河的文化之舟，將西方文化精髓結合東方雅致美學，帶來跨越文明界線的沉浸之旅。

世紀遊輪將歐洲航線定位為「歐洲風情、東方味道」，主要目標客群為中老年族群及亞洲旅客。採用「雙團隊管理」制度，除了當地外籍船員與服務團隊外，亦會派駐長江航線的優秀經理人與廚師共同運作，提供中英雙語服務與船上廣播，確保亞洲旅客在旅程中的溝通無障礙。餐點設計上，同樣體現中西融合理念，旅客在探索多瑙河的沿岸時，除了可品嚐德國豬腳、奧地利特色料理等歐洲經典菜色外，船上亦提供高品質的中式料理，來兼顧東方旅客的飲食習慣；午晚餐期間還有提供，指定酒水無限暢飲的選擇，實現「一價全包」的核心精神。

埃及航線

布局尼羅河高端市場 明年底預計2艘新船下水



▲尼羅河航線採取包船「特拉瑪號」來培養經驗。

除了歐洲市場，世紀遊輪也將目光投向近年快速升溫的埃及旅遊市場，並在尼羅河推出高端河輪產品。這條路線不同於長江與歐洲的規模化營運，埃及主

打私密與奢華體驗，目前採取包船模式來培養經驗，營運的船隻為全套房遊輪「特拉瑪號」。特拉瑪號全船僅設20間套房，可載客40人，房間面積自30平方公尺至42平方公尺，享有寬敞的空間配置。在服務上，共配有50名以上的服務人員，超過1：1的服務比例，確保每位旅客都能獲得細緻且即時的照顧。

目前將投入埃及的新船正在設計中，預計今年中旬開工、明年底下水，規畫一次性完成2艘新船的啟航，帶旅客深入探索古埃及歷史文化，敬請各位同業保持關注。

滿足消費者需求 邁向全球河輪品牌

展望未來，世紀遊輪始終堅持創新、引領，在變中求新、求進，持續形塑品牌形象、拓展市場布局。同時，積極擁抱消費新需求，設計專屬個性化產品和服務，包括增加客人碼頭行李搬運、登船晚餐、兒童托管、每日宵夜、全程餐廳酒水暢飲、VIP管家以及套房客人尊享等服務，全面提升應對市場和滿足消費者需求的能力。

2026年將迎來「雙艦齊發」的重要里程碑，透過全球市場的深入布局、新船的不斷投入，以及深厚的市場實力與管理經驗，都讓世紀遊輪逐步邁向具國際影響力的全球河輪品牌。



EDITORIAL | 旅奇社論

02 當資本市場只盯著股價
企業更需要守住長期策略的定力

FOCUS | 特別企劃

03 喜鴻假期「大夜市」2026春酒熱鬧登場

COVER STORY | 封面故事

06 世紀遊輪2026年雙艦齊發！
世紀夢想、世紀之星下半年投入市場

AIRLINES | 航空飛訊

09 阿斯塔納航空 開啟中亞門戶新視界

華航啟動2026年度徵才儲備飛行戰力

華航再度攜手寶可夢推出全新彩繪機

亞利桑那州深耕原民文化與深度體驗

中華航空直飛鳳凰城 神助攻！

航空行銷學：台灣虎航WBC應援專機

航向東京 讓球迷吶喊響徹3萬英尺

中華航空高雄分公司積極強化同業連結

受惠赴日旅客破紀錄 ANA 2025業績歷史新高

新航慶新春 在台耕耘即將屆滿一甲子

萬事如意順風走 馬年亨通利祿財

長榮航空拜會合作夥伴祝福新春發發發

長榮大旅行家打造自由行機加酒最佳平台

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

21 公主遊輪深耕台灣 區域總監陳嘉榮親赴台
台灣國際郵輪協會第4屆第3次會員大會

PRODUCT | 焦點產品

22 紐西蘭三冠王新春報喜 鴻大帶您秋遊紐國

MARKET TRENDS | 市場趨勢

24 從對話到代操：AI代理人「Open Claw」將取代旅行社？！

TRADE TALK | 旅業大小事

26 創新、傳承、分享、共榮 北公會舉辦感恩餐會

靜岡縣觀光商談會 持續推動四季賞花與富士山

新駒創新局！新旅局3箭齊發迎2026新商機

新竹旅行公會春酒盛大登場

旅遊業二代會舉辦2026年春酒晚宴

時晴旅行社春酒歡聚 今年挑戰50%業績成長

Club Med攜手可樂旅遊舉辦高雄推介會

深耕日本市場23載 名生旅遊春酒貴賓雲集

凱旋掀起求職潮 新分紅制度、調高起薪

鳳凰旅遊2026春酒宴 盼達成團量增加20%目標

旅業珍媽！許素珍接任木蘭隊28屆會長

JAPAN | 和風日本

32 走進岩手！體感棒球建築歷史風韻

PERSPECTIVE | 觀光教母賴瑟珍 用情用心 看好台灣

33 穩步翻轉在地 從3條航線到26條 台中觀光正邁向永續

一桶味噌的時間哲學：味榮食品三代傳承80年的轉型之路

走進台中豐原 看陸家三代人的齊心胼手胝足 讓公老坪譜寫出觀光的新樂章

更正啟事

本刊第898&899期目錄頁所刊載之《KUONI TUMLARE攜手北歐19家業者舉辦NORDIC TRAVEL TRADE WORKSHOP》，誤植為「KUONI TUILARE」，特此更正為「KUONI TUMLARE」。

對於此次疏漏造成相關單位與讀者之困擾，本刊未盡編校之責，謹此更正及致歉。

《旅奇週刊Travel Rich》編輯部

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 John Wang
資深採訪編輯／張偉浩 Neil Chang
採訪編輯／謝筱菁 Jasmine Hsieh
採訪編輯／陳妍潔 Annie Chen
資深設計／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 Stefanie Liu
資深設計／林芳存 Tina Lin
資深設計／林韋志 Vick Lin

行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit

資深專案經理／周威廷 Wayne Chou
經理／李曉倩 Judy Lee

業務部 Business Department

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 International Marketing Department

經理／蔡雅雯 Yawen Tsai
企劃副理／黃千琨 Pat Huang
企劃編輯／何昕穎 Hsinying Ho
行銷企劃／游琮玄 Sougen Yu

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

阿斯塔納航空 開啟中亞門戶新視界

ALA新航廈 陸續交付A320neo、B787 提供更順暢轉機渠道

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／阿斯塔納航空、本刊圖庫



▲(左2起)阿斯塔納航空大灣區/東南亞/紐澳區域總經理Patty Leung、台灣總經理Gary Chang與團隊合影。



▲阿斯塔納航空A321LR以其燃油效率和執飛長程航線的能力而聞名。

隨著全球旅遊市場的重新洗牌，中亞地區以其神祕的絲路文化與壯麗的自然景觀，正成為台灣特殊主題旅遊的新寵。作為該地區的領導者，阿斯塔納航空（Air Astana）不僅在去年慶祝了成立24週年，更在2026年展現出強勁的擴張雄心，成為業者布局中亞市場的最佳夥伴。

上市企業的穩健經營 窄體機的豪華革命

阿斯塔納航空是一家正值24年、充滿活力的航空公司，目前在英國倫敦及哈薩克兩地上市，股權結構為Samruk-Kazyna（哈薩克斯坦國家主權財富基金）以及BAE Systems（英國），其中超過40%的股份由公眾股東持有。以阿拉木圖機場（ALA）為主要樞紐，隨著ALA於2024年啟用全新第2航廈，其運載能力與轉機效率大幅提升，為增加航班與新航線提供了堅實基礎。

阿斯塔納航空目前營運62架飛機，更已簽署備忘錄將引進50架A320neo家族客機，主打A321LR型號，預計2031年起陸續交付，以及15架B787夢幻客機，

強化其長程飛航能力。其中A321LR客機配置全球首創的豪華全平躺商務艙，特定航線提供獨特的「躺臥式經濟艙」（Economy Sleeper），旅客可包下整排3個座位並配有枕頭與備品，享受如「空中沙發」般的舒適。所有座位皆配備個人觸碰式螢幕與娛樂系統，機艙採用淡藍色氛圍燈光，營造舒適的飛行體驗。

從經典5國到主題深度遊 為業者打開藍海市場

針對中亞市場，目前包裝方式分為2大類：1.多國全覽（11~21天），包含「中亞5國」或「哈吉烏（哈薩克、吉爾吉斯、烏茲別克）」3國重點行程。2.主題旅遊：業者正積極推廣冬季旅遊



▲哈薩克廣大的草原、被聯合國教科文組織列入世界遺產名錄。

（11月至隔年2月），打破以往僅3~10月出團限制。加上哈薩克擁有世界級的滑雪場、健行、單車等特殊興趣（Special Interest）旅遊資源，適合開發小眾高端市場。

值得注意的是，目前台灣旅客持電子簽證進入哈薩克，須事先取得由當地地接社申請的邀請函（LOI），建議至少提前2個月作業。此外，電子簽證旅客不能從陸路離開哈薩克，必須搭乘飛機出境。

草原、沙漠與湖泊 天山下的多元景觀

哈薩克為世界第9大國，草原、雪山、沙漠與湖泊交織成壯闊景觀。最大城阿拉木圖依傍天山山脈，自市中心出發約半小時即可抵達專業滑雪場，城市與自然緊密相連。當地年輕世代多通曉哈薩克語、俄語與英語，部分更能以中文交流，展現多元文化優勢。除了哈薩克境內，透過阿拉木圖樞紐，亦可延伸至烏茲別克，走訪撒撒馬爾罕（Samarkand）與希瓦（Khiva）等絲路古城，發展跨國行程潛力十足。



▲千百年來哈薩克的祖先是游牧維生的民族，縱橫在中亞的大草原上。

阿斯塔納航空3大優勢 掌握轉機「黃金時間」

- 最佳路徑：**目前從台灣出發利用首爾（仁川）轉機最為便利，首爾段航線多採用廣體機（如B767）執飛，操作更具彈性。
- 時間優勢：**相較於競爭對手傍晚才抵達阿拉木圖，阿斯塔納航空的航班通常在下午1點至2點間抵達。這1至2小時的領先，能為旅客爭取更多過關緩衝時間，或方便銜接後段轉往他國行程。
- 新航線動態：**除了去年新增的印度孟買與中國大陸廣州，上海將於3月底（夏季班表）正式開航。

華航啟動2026年度徵才儲備飛行戰力

迎接全新機隊加入 積極培養航運人才強化飛行服務

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



▲中華航空2026年度機師招募全面展開，盼打造具專業、安全且備有國際視野的空勤團隊。



▲中華航空於3/7參與台大校園徵才博覽會，並請現職機師分享受訓與飛行經驗。

中華航空（以下簡稱華航）2026年度機師招募全面展開，預計延攬超過160名優秀人才，為機隊布局與航網發展儲備飛行戰力。3/7華航率先參與台大校園徵才博覽會，現職機師親臨分享，引領青年學子一窺飛行員養成之路，暢談報考準備歷程、受訓內容及多年實務經驗，交流互動熱絡，讓飛行夢想逐步化為具體行動。華航今年迎接

全新B787機隊，也持續引進A321neo及A350投入營運，面對航空市場穩健成長與國際航網綿密拓展，積極強化飛行人才開發與機隊發展，打造兼具專業素養、安全紀律與國際視野的空勤團隊。

華航機師招募全年開放官方網站接受報名，培訓機師須具備台籍與台灣戶籍、海內外公私立大學學士以上學位（不限科系背景）、2年內有效英文檢定

成績，且通過民航局航醫中心甲類航空人員體檢標準，考試期程涵蓋航醫中心心理衡鑑、紙筆測驗、中英文面試及綜合評量等。培訓機師錄取後，將在公司內先進行業務見習，再赴合作飛行學校接受訓練。華航4月起將陸續在台北、新竹、台中、台南、高雄等地舉行培訓機師對外說明會，同時亦歡迎具飛行經驗的機師報考，廣納多元背景專業人才，為各機隊增添新動能。

華航長期深耕校園人才招募，積極培育航空產業專才，提供紮實訓練與完善制度，連續3年榮獲「亞洲最佳企業雇主獎」、蟬聯「幸福企業金獎」、長年上榜Cheers雜誌「新世代最嚮往企業TOP 20」、人力銀行票選「新鮮人最嚮往的夢幻企業」等多項榮耀。

華航長期深耕校園人才招募，積極培育航空產業專才，提供紮實訓練與完善制度，連續3年榮獲「亞洲最佳企業雇主獎」、蟬聯「幸福企業金獎」、長年上榜Cheers雜誌「新世代最嚮往企業TOP 20」、人力銀行票選「新鮮人最嚮往的夢幻企業」等多項榮耀。

華航再度攜手寶可夢推出全新彩繪機

以飛向世界為主題 首航執飛桃園前往東京、西雅圖航線

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空

中華航空（以下簡稱華航）於3/12公開與The Pokémon Company合作的第2架「皮卡丘彩繪機CI2」，由A350-900擔綱，以飛向世界為主題，機身繪滿翱翔天際的寶可夢，預計4/2正式啟航，首波飛航桃園－東京成田及桃園－西雅圖，在春日綻放之際為旅客帶來驚喜亮點，揭開充滿期待的嶄新旅程。華航「皮卡丘彩繪機CI2」機身上共有13隻寶可夢，由宣告春天到來的毬子草領軍，飛翔皮卡丘與毬子棉相繼登場；迷你龍乘坐在快龍背上，與呼應台灣「蝴蝶王國」美譽的狩獵鳳蝶及彩粉蝶一同展翅高飛；在青綿鳥、七夕青鳥及哈克龍飛上高空時，毬子花乘風而起，與克雷色利亞與皮皮在空中翩翩起舞，一同飛向世界。

同時，機身上的祥雲與花磚靈感來自台灣傳統的花磚文化，以連續圖騰傳

遞台式工藝之美，結合象徵祝福的吉祥意象，獨一無二的粉彩色系主色調，與華航經典的梅花尾翼相互呼應，溫潤細膩且具國際辨識度。旅客在飛行途中也可以尋找

藏身在花磚圖騰中的寶可夢，為旅程增添一份探索樂趣。彩繪機的機上用品也結合寶可夢及獨特台灣花磚元素，從餐飲盤墊紙、綜合果豆、主題紙杯、座椅頭墊紙、枕頭套等都富有巧思，旅客只要搭乘，還有機會獲得超可愛的皮卡丘原子筆或便利貼專屬搭機小禮。除彩繪



▲中華航空於3/12公告推出全新寶可夢彩繪機，預計將於4/2正式啟航。

機執飛航班外，華航也將在其他航班陸續導入「皮卡丘彩繪機CI2」主題機上用品，不管是飛鳳凰城、雪梨、墨爾本、布里斯本、奧克蘭、大阪或曼谷等各熱門航點，都有機會體驗「皮卡丘彩繪機CI2」的無限魅力。



美好春天等你遇見
華航精選航線78折起

SPRING

華航
心旅伴

銷售期間：2026/03/11 - 2026/04/02 旅行期間：2026/03/11 - 2026/10/31



ARIZONA

亞利桑那州深耕原民文化與深度體驗

行程深入德謝利峽谷、石化林國家公園、紀念碑谷與霍皮藝術

隨著中華航空開航台北直飛鳳凰城航線，亞利桑那州正式與台灣市場建立更緊密的空中連結。亞利桑那州旅遊局（AOT）媒體公關總監Kimberly Todd表示，直飛航線大幅提升便利性，不僅有助於拓展休閒旅遊市場，也強化亞利桑那與亞洲的戰略布局。未來將攜手航空公司推動媒體與KOL踩線、同業考察團、旅展推廣及旅客行銷活動，全面提升目的地能見度。



▲亞利桑那州旅遊局（AOT）媒體公關總監 Kimberly Todd。

亞利桑那州擁有22個美國原住民族部落，本次踩線行程深入德謝利峽谷、石化林國家公園、紀念碑谷與霍皮族台地，結合原住民導覽、傳統工藝體驗與壯闊自然地景，展現文化與土地交織的獨特魅力。Kimberly Todd指出，台灣旅客偏好具質感與差異化的深度體驗，無論是原

民藝術、精品購物、國家公園探訪，或圖森「美食之都」的餐飲文化，皆具高度吸引力。

在產品規劃上，亞利桑那州旅遊局（AOT）建議旅行社可鎖定5至7天高端行程，串聯鳳凰城、史考茲戴爾與塞多納等地的奢華飯店、Aji Spa療程、豪華牧場與

高爾夫度假體驗，打造跳脫傳統大峽谷團體行程。此外，鳳凰城不僅是荒漠入口，更是一座充滿藝術與夜生活能量的都會城市。羅斯福街藝術特區、樂器博物館及多元餐飲選擇，正為亞利桑那注入年輕與當代魅力，翻轉市場既有印象。

傳承與靈性的交織 深入霍皮藝術文化之旅

這是一場跨越時空的感官饗宴。走進亞利桑那州的霍皮族（Hopi）保留區，不僅是在參觀遺址，更是在與活生生的歷史對話。透過專業的霍皮藝術文化之旅（Hopi Arts Trail）規劃，旅客能深入第1、第2與第3台地（Mesas），親睹工藝大師如何將土地的靈魂注入創作中。



指尖上的銀色詩篇： Dwayne Tawahongva

藝術之旅的第一站是銀器大師Dwayne Tawahongva的工作室。展示了著名的疊銀技術（Overlay technique）。這項技術起源於1947年，由二戰退伍軍人引進並發揚光大。Dwayne熟練地在第一層銀片上刻劃設計，隨後塗抹助焊劑以保護銀面不受火燄損傷，再將其焊接於第二層銀片上。



絲蘭編織的生命旋律： Iva Honyestewa

來自太陽氏族（Sun Clan）的編織藝術家Iva Honyestewa，擁有超過35年經驗的她，以線圈與篩筐編織聞名。Iva的藝術始於大自然，她採集野生的絲蘭（Yucca），使用自然植物染，如野菠菜、蜀葵花、向日葵種子。其作品中心常見到菱形圖案，名為「肚臍」，象徵「生命的開始」。



推薦住宿：Moenkopi Legacy Inn & Suites

這是近50年來首度興建於霍皮族保留地上的飯店，飯店以尊重與傳承為核心理念，邀請旅人走進霍皮族的日常生活與精神世界，深入理解其世代流傳的信仰與價值。館內空間設計細膩講究，從地毯到家具皆為專屬訂製，巧妙融入霍皮傳統藝術圖樣與象徵符號。設計靈感取自霍皮族台地與週邊沙漠地景的自然色彩—赭紅、沙金、岩灰與天空藍，在沉穩而溫暖的色調中，營造出濃厚且真實的在地氛圍。



▲►在Moenkopi Legacy Inn & Suites飯店晚餐內，可以欣賞到霍皮族的傳統表演。



中華航空直飛鳳凰城 神助攻！

文化之旅 打造差異化產品 向世界展現獨特魅力

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／亞利桑那州旅遊局（AOT）、中華航空



1



2



3

穿越時空的紅土地 紀念碑谷的自然奇蹟與納瓦霍文化

紀念碑谷（Monument Valley）座落於美國亞利桑那州、猶他州交界處，面積廣達10,700平方英里。1921年，哈利·古爾丁（Harry Goulding）夫婦來到此地，並於1924年建立貿易站，除為當地人提供生活物資與醫療協助外，更將好萊塢導演引進這片荒野，讓世人看見其壯麗地貌。

—— 山谷內的地景以形態各異的岩層聞名，多數根據其輪廓命名 ——

1. 哨兵台地（Sentinel Mesa）被視為進入山谷的大門，兩側岩層夾著一座如同守衛般的岩石。
2. 當地納瓦霍族（Navajo）至今仍維持傳統，遊客可見到傳統家屋「Hookah」。
3. 著名地標包括「大象丘」（Elephant Butte）、神似駱駝的「駱駝丘」（Camel Butte），以及像是3位天主教修女在祈禱的「三姐妹岩」（Three Sisters）。

推薦住宿：The View Hotel

位於紀念碑谷納瓦霍部落公園核心地帶的The View Hotel，是園區內唯一的飯店。由納瓦霍族（Navajo）經營，建築依地勢而建，低調融入荒漠景觀。幾乎每間客房皆設有面向紀念碑谷的私人陽台，清晨可迎接日出染紅巨岩，夜晚則仰望無光害星空。館內設計融入原住民文化元素，餐廳供應納瓦霍風味料理，讓旅人在壯闊風景



之中，也能感受土地與文化交織的深刻魅力。

亞歷桑那州潛力星景點 2大必訪推薦

★「報紙岩」跨越千年的訊息 石化林展現古文明印記



亞利桑那州石化林國家公園，擁有世界上最大的矽化木群，主要形成於約2億年前的晚三疊世。樹木被火山灰等掩埋隔絕氧氣形成矽化木，矽化過程中混入的雜質元素賦予化石多變色彩。這裡除了著名的彩繪沙漠（Painted Desert）外，還有猶如月球表面的Blue Mesa Trail的地層步道，還有由650至2,000年前生活在普埃科河沿岸的祖傳普韋布洛人（Ancestral Puebloan）所創作「報紙岩」（Newspaper Rock），被譽為「跨世代的雕刻」（Work of Generations），展現了深厚的歷史底蘊。



★窺探德謝利峽谷中的古老遺跡 絕無僅有的生活方式



德謝利峽谷是少數仍有居民生活其中的公園。這裡目前由納瓦霍族管理，最初是為了考古研究而設立，必須搭乘納瓦霍族經營的吉普車才能一探神祕面紗。峽谷社會遵循母系傳統，土地由女性繼承，目前約有70個家庭在此生活。



居民隨季節遷徙：夏季在峽谷內耕種與放牧，冬季則因溫差（頂部比谷底溫暖約15~20度）而搬回頂部居住。峽谷內可見多處鑲嵌於垂直砂岩峭壁間的古老遺址，展現先民卓越的建築智慧，記錄著數百年前的生活與信仰。



鳳凰城打開美國西南門戶 輕鬆玩轉亞歷桑納州國家公園

中華航空2025/12/3正式開通台北—鳳凰城航線，為華航於北美地區第7個航點，直航飛行時間約12小時，相較於轉機行程可省下6小時的時間，提供旅客往返美國新的選擇。目前為每週三、五、日飛航，採A350-900執航，提供豪華商務艙、豪華經濟艙、經濟艙3艙等，抵達時間為當地下午，讓旅客有充足的時間轉機前往其他熱門城市，也能直接開啟一天的旅程。像是亞利桑那州最著名的正統大峽谷南緣，直飛鳳凰城比洛杉磯少約430公里/4小時、比舊金山少約830公里/8小時、比安大略少約390公里/3小時車程，還可以順遊馬蹄灣跟羚羊峽谷，絕對是最佳選擇。

航空行銷學：台灣虎航WBC應援專機

最熱血沸騰的航班起飛 Team Taiwan 加油專機往返桃園



作為市場上向來擅長創造話題的航空品牌，台灣虎航長期以創意行銷與年輕化品牌形象在航空市場中建立鮮明定位。無論是機上活動、主題航班或跨界合作，台灣虎航總能以靈活的市場策略，將飛行體驗轉化為具有記憶點的品牌事件，此次更將創意延伸至國際運動賽事。

隨著WBC熱潮席捲台灣，在台灣即將迎戰各國賽事前夕，台灣虎航特別將往返桃園—東京的航班打造為「Team Taiwan應援專機」，讓球迷從踏入機艙的那一刻起，便沉浸於熱血沸騰的應援氛圍之中，也讓飛行本身成為賽事體驗的一部分。

棒球長年被視為台灣最具凝聚力的運動，每逢大型國際賽事登場，球迷不僅守在電視與網路前觀戰，更有不少人選擇親赴海外球場，用行動支持代表隊。

隨著球迷文化逐漸成熟，「運動觀光」正快速成為旅遊產業的重要商機。此次WBC賽事便是一個典型案例：航空公司推出加班機或放大運能，旅行社則推出東京應援自由行或含門票套裝產品，市場反應熱烈，幾乎是商品甫上架便迅速售罄。

在這波熱潮之中，對市場變化高度敏感的台灣虎航再次展現其靈活策略。不



▲台灣虎航IT200、IT201、IT202、IT203往返桃園及東京成田航班的航機，全面更換上應援頭墊紙。
▶針對IT202的熱血球迷，台灣虎航特別準備了豐富的「限定應援禮」，包含精心設計的應援毛巾。



▲（左起）旅遊家旅行社執行董事長周順禹、五福旅遊董事長許順富、台灣虎航董事長黃世惠、旅天下董事長李嘉寅、易飛旅遊董事長周均生、台灣虎航商務長許致遠、華泰旅遊執行董事長王志軒。



▲曾旅美發展的知名球星陳金鋒（右）低調搭乘同班機前往東京為中華隊加油，感受台灣虎航獨有的熱情。
◀台灣虎航特別贈送「虎將應援黑糖麻糬饅頭」機上小點心，結合台灣在地風味與虎將手持棒球、戴球帽的可愛造型，讓這趟應援之旅充滿幸福感。

同於單純增加航班供給，台灣虎航選擇將行銷與銷售結合，從活動前期鋪陳到現場應援氛圍營造，以長達1個月的操作週期，放大運動觀光所帶來的品牌與市場效益。

另一方面，**台灣虎航董事長黃世惠**也率領商務長許致遠與業務管理處協理林巧琬，邀請5家績優旅遊業者（旅天下、五福、易飛網、喜美、旅遊家）一同前往東京觀賽。此舉不僅是對銷售名列前茅的合作夥伴長期支持的回饋，也透過第一線觀察市場需求，探索未來航空與旅行業攜手發展運動觀光產品的更多可能。

限量套票開賣秒殺 銷售與品牌操作同步奏效

在銷售策略上，台灣虎航早於2月便攜手台灣運動觀光發展協會推出限量應援套票，共計30組。產品內容以來回機票搭配極為稀缺的賽事門票作為核心誘因，其中包含台日韓雙賽5組、台日大戰25組。

在這樣的誘因加持下，不難想像商品推出的市場反應，2款套票在開賣後分別於34秒與1分21秒內售罄，顯示球迷對於「飛往現場應援」的高度熱情，也印證運動賽事結合航空產品的市場潛力。值得注意的是，這波銷售熱度亦為台灣虎航即將推出的全新平台「tigertel虎加酒」預先鋪路。

「虎加酒」預計於第2季正式推出，整合了即時價格搜尋、一站式旅遊服務與多元附加產品，旅客可在訂票過程中輕鬆加入門票、租車、網路或保險等服務，

航向東京 讓球迷吶喊響徹3萬英尺

— 東京天際 攜手績優業者前進東京巨蛋為中華隊應援

撰文·攝影／王政



▲台灣虎航特別將往返桃園—東京的航班打造為「Team Taiwan應援專機」，讓球迷從踏入機艙的那一刻起，便沉浸於熱血沸騰的應援氛圍之中。



▲台灣虎航充滿活力的應援專機，讓當天搭乘的旅客們紛紛直呼超熱血。



▲台灣虎航董事長黃世惠（左）在「中華隊小知識有獎徵答」活動，送出全新虎將娃娃作為紀念禮物。



▲客艙組員於執勤時特別換上應援版的工作圍裙。

班氣氛達到高潮，也為這場空中應援行動畫下完美句點。

行銷策略觀察 創意比運能更能放大價值

從產業角度觀察，面對WBC所帶來的旅遊需求，多數航空公司選擇以增加航班或票量來搶攻商機；而台灣虎航則走出不同路線，將焦點放在「體驗設計」與「品牌互動」。

透過限量套票、應援專機與機上活動的多層次操作，台灣虎航成功將單純的航班運輸，升級為一場從起飛到球場的完整應援旅程。這種以內容與體驗為核心的行銷策略，不僅放大品牌聲量，也讓運動觀光的經濟效益延伸至更多層面，成為航空行銷的成功案例。

儘管中華隊在本屆預賽最終未能晉級，但台灣球迷所展現的熱情與海外觀賽需求，已清楚顯示運動觀光市場的成長潛力。在這股民氣可用的氛圍下，如何結合賽事、旅遊與航空服務，打造更具體驗感的產品，或許將成為未來旅遊產業值得持續探索的藍海。

同時導入AI智慧推薦機制，協助快速規畫行程，使航空公司從單純的運輸服務提供者，進一步轉型為整合型旅遊平台。

空中應援專機登場 把飛行變成賽事前哨戰

隨著台日大戰於3/6登場，台灣虎航提前一天（3/5）將IT200、IT201、IT202、IT203往返桃園與東京成田的航班打造為「Team Taiwan應援專機」。機艙內全面換上專屬應援頭墊紙，不少球迷甚至刻意選擇指定航班，只為感受這場空中應援盛會。其中搭乘IT202航班的旅客，更獲得加碼贈送應援毛巾，讓球迷能在東京巨蛋現場盡情揮舞。值得一

提的是，曾旅美發展的知名球星陳金鋒也低調搭乘同班機前往東京為中華隊加油，感受台灣虎航獨有的熱情。

航班起飛後，整個機艙更化身為充滿活力的應援舞台。從登機廣播開始便融入棒球元素，客艙組員於執勤時特別換上應援版的工作圍裙，到機艙座位上擺放著應援毛巾與主題頭墊紙，組員們更為旅客送上造型可愛的「虎將應援黑糖麻糬饅頭」，將台灣在地風味與棒球文化結合。在3萬英尺高空中，機組員還安排「中華隊小知識有獎徵答」活動，並送出全新虎將娃娃作為紀念禮物。最後，在董事長黃世惠與座艙長帶領下，全機乘客齊聲吶喊應援口號，讓整趟航



▲台灣民眾對於棒球擁有難以割捨的熱情，從此次WBC賽事便能感受到運動觀光的強勁需求與潛力。

中華航空高雄分公司積極強化同業連結

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空高雄分公司

新春之際，中華航空高雄分公司特於2/23~2/24期間，在中華航空高雄分公司總經理陳鵬宇帶領下，與同仁組成走春團隊前往拜訪高雄市旅行公會與旅行社。此外，響應中華航空為中

華隊前進世界棒球經典賽應援，高雄分公司亦特別於3/6舉辦中華航空業者聯誼晚會，共同為中華隊加油。中華航空高雄分公司航點目前擁有東北亞東京、大阪、福岡、熊本、沖繩及韓國；東南

亞曼谷、新加坡、馬尼拉，以及香港、上海、深圳、廈門、重慶等航點，未來規畫提升機隊運能，除持續增班及增加航網便利性之外，開發新航點以滿足市場需求。

拜 會 業 者 賀 新 春



▲中華航空高雄分公司由中華航空高雄分公司總經理陳鵬宇（前排左2）領銜，組走春團隊前往高雄市旅行公會拜會。

東南旅遊



溫馨旅行社



鳳凰旅遊



金龍永盛旅行社



百威旅遊



五福旅遊



可樂旅遊



捷利旅行社



京城旅遊



雄獅旅遊



飛揚旅行社



易遊網



山富旅遊



飛行家旅行社



聯 誼 晚 會 相 約 中 華 挺 中 華 隊



▲中華航空業者聯誼晚會邀上百人齊聚一堂，一起為中華健兒加油。

受惠赴日旅客破紀錄 ANA 2025業績歷史新高

B787-9機隊再升級 全新「THE Room FX」商務艙驚豔亮相

撰文·攝影／張偉浩



▲（左起）ANA台灣分公司營業部客戶經理姜怡瑄、副理管若堯、總經理古牧海、業務代表陳重宇、行銷傳播代表林維信。

全日空（以下簡稱ANA）日前於台北盛大舉行「2026年感恩晚宴」，旨在感謝各界合作夥伴長期以來的支持與提攜。ANA台灣分公司總經理古牧海於會中致詞，除分享去年亮眼的市場表現外，更正式揭曉即將於2026年投入服務的全新商務艙「THE Room FX」，展現ANA持續引領豪華飛行體驗的決心。

古牧海表示，過去一年對ANA而言是極具里程碑意義的一年。根據統計數



▲ANA績優業者頒獎。（左起）金龍永盛旅行社高雄分公司總經理簡清彬、雄獅旅遊資深副總經理王彩鳳、美國運通經理張珮珍、易遊網副總經理林怡誠、ANA台灣分公司總經理古牧海、東南旅遊副總經理李珮儀、長汎旅運副總經理蔡錦惠、可樂旅遊副總經理陳芝穎、山富旅遊副總經理施曉琪、五福旅遊副總經理郭健松。

據，2025年台灣旅客訪日突破676萬人次，寫下歷史最高紀錄，受惠於強勁的旅遊需求，ANA去年的業績也同步刷新紀錄。

晚宴亮點莫過於全新商務艙「THE Room FX」的介紹。這款座椅是ANA與法國航空座椅製造商Safran Seats以及英國設計公司Acumen深度合作的作品。其名稱中的「FX」代表「未來體驗」（Future Experience），旨在創造一

個兼具靈活性與奢華感的全新客艙空間。

「THE Room FX」專為波音787-9中型客機開發，是目前全球同級機型中空間最大的座椅。它延續了波音777-300ER備受好評

的「THE Room」設計DNA，並進行多項功能升級。這款領先業界的座椅預計將於2026年起，陸續配置於主要長程國際航線的波音787-9機隊上。

為了款待合作夥伴，ANA當晚也特別頒發績優業者獎項與豐富獎品。並在晚宴尾聲，古牧海再次舉杯向所有貴賓致敬，祝願大家身體健康、萬事如意，並期待在2026年與夥伴們繼續並肩同行，共創下一個業績巔峰。

新航慶新春 在台耕耘即將屆滿一甲子

NDC成同業熱門平台之一 展望未來持續著眼3大核心提升競爭力

撰文·攝影／王政



▲（左5起）新加坡航空台灣分公司業務經理蘇淑貞、總經理歐陽漢源、北亞區副總裁李錫榮與新航團隊一同舉杯感謝同業們的支持。



▲新加坡航空頒發績優NDC代理商獎項。（左2起）NDC最高使用率獎—易遊網、NDC最佳進步獎—雄獅旅遊、AFENT 360績優代理商—飛瑞旅行社。



▲新航台灣分公司總經理歐陽漢源（左）致贈商務艙機票給予幸運同業。



▲新加坡航空北亞區副總裁李錫榮（左）致贈商務艙機票給予幸運同業。

作為世界級的航空公司，新加坡航空（以下簡稱新航）以優越的空中服務、舒適的機上環境和廣泛的飛航網絡享譽全球，也成為同業操作的最佳後盾。為了感謝台灣市場長久以來的支持，新航特別於3/12假喜來登大飯店舉辦同業感恩春酒，新加坡航空北亞區副總裁李錫榮也特別再次飛抵台灣與老友們相會、共度美好夜晚。

值得一提的是，新航近幾年積極推動的NDC新分銷能力系統，藉由一站式同

業服務網站AFENT 360整合最新資訊、NDC訂位平台、各類服務等多元優勢，已成為廣大業者的常用平台之一，當天晚上也特別表現卓越的績優NDC代理商致贈獎項。

新航台灣分公司總經理歐陽漢源表示，感謝同業在過去的1年大力支持，讓新航在台灣市場能穩健成長，展望2026年旅遊市場充滿機遇，新航將持續為旅客提供世界級的空中體驗、拓展航網，與夥伴開拓更多商機。

新加坡航空北亞區副總裁李錫榮表示，

明年將是新航在台灣經營屆滿60週年，能走過近一甲子的時間，歸功於同業的大力支持與台灣分公司團隊的竭誠付出。新航長期以來秉持著卓越的服務、優質的產品、便捷的網絡等3大業務核心，未來除了將持續自我精進外，面對市場挑戰亦與業者們偕手共進、克服困難、開創佳績。

萬事如意順風走 馬年亨通利祿財 長榮

總經理孫嘉明帶隊與業者面對面交流 營業部夥伴北、



▲（左起）可樂旅遊董事總經理陳政宏、長榮航空首席副總經理廖至維、可樂旅遊董事總經理謝雲苗、長榮航空總經理孫嘉明、客運營業本部副總經理王振興。



▲（左2起）雄獅旅遊總經理楊文彬、長榮航空客運營業本部營業部協理林玄修、雄獅旅遊董事總經理林淑貞、長榮航空總經理孫嘉明、雄獅旅遊董事總經理黃信川、長榮航空首席副總經理廖至維。

作為航空公司的堅實後盾之一，旅行社一直以穩定的送客量，支持著航空公司不斷在全球市場開拓疆土。反向來看，也因為航空公司所開拓的綿密航網、卓越的空中服務，成為同業在銷售上的最強助力。一如悉心在每個細節都追求完美的長榮航空，不僅是消費者出遊最喜愛的搭乘首選，也成為旅遊同業在操作行程時的最佳後盾與選擇。

延續長期與業者緊密合作的核心理念，為了歡慶新春的到來，長榮航空總經理孫嘉明、首席副總經理廖至維特別與客運營業本部副總經理王振興、協理林玄修一同帶隊，與經理陳洵善、林耀熙、馬瑜光、游憶雯及各線課長們於2/26、3/2期間共同前往旅行社走春，並與旅行社代表們面對面進行交流、交換市場訊息，除了分享長榮航空在新年度的拓展計劃，也傾聽業者的聲音，加深彼

此的連結。於此同時，總是年年開春為同業帶來驚喜的長榮航空客運營業本部營業部，也特別北、中、南齊動員拜會業者，如3/5、3/6便由協理林玄修帶隊，安排同仁組成的專業團隊與財神爺組成的賀歲團，走訪台北各大合作夥伴的公司，希望透過充滿趣味的賀年舞蹈與財神祝福，讓夥伴們能在新年度再創佳績、荷包滿滿。

長榮航空賀歲團走春去 北、中、南齊發 恭祝同業夥伴新春大吉發發發



▲長榮航空客運營業本部營業部協理林玄修（後排左7）帶領營業部夥伴們組成新春賀歲團，一同走訪台北各大合作夥伴。



▲長榮航空營業部夥伴組成專業的賀歲團，精彩的舞蹈深獲業者好評。



▲長榮航空台中辦事處在馬年開工前3日，帶著財神爺與金馬走春11家主要代理旅行社，當中財神帶來發財舞，現場熱鬧滾滾，誠意十足。

▲長榮航空高雄辦事處於2/23農曆初七之際，邀請高雄業者齊聚玉皇宮新春祈福團拜。



喜鴻假期



可樂旅遊



鳳凰旅遊



易遊網



航空拜會合作夥伴祝福新春發發發

中、南齊動員 攜手業者展望2026 一同再創佳績

撰文／王政 攝影／王政、陳妍潔 圖片提供／長榮航空



▲（前排左起）東南旅遊副董事長李樹發、長榮航空總經理孫嘉明、東南旅遊副董事長李樹軍、長榮航空首席副總經理廖至維、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修與同仁合影。



▲（左3起）長榮航空首席副總經理廖至維、五福旅遊董事長許順富、長榮航空總經理孫嘉明、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修。



▲（左2起）長榮航空客運營業本部副總經理王振興、首席副總經理廖至維、喜鴻假期董事長葉友芳、長榮航空總經理孫嘉明、喜鴻假期執行副總監一晴、副總經理鄭詩涵、長榮航空客運營業本部營業部協理林玄修。



▲（前排左3起）百威旅遊總經理吳再裕、董事長蘇志斌、長榮航空總經理孫嘉明、首席副總經理廖至維、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修。



▲（左起）世邦旅遊總經理呂汶中、長榮航空首席副總經理廖至維、世邦旅遊董事長陳屬庄、長榮航空總經理孫嘉明、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修。



▲（左起）長榮航空首席副總經理廖至維、大興旅行社董事長林大興、長榮航空總經理孫嘉明、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修。



▲（左4起）長榮航空首席副總經理廖至維、易遊網執行長陳志豪、長榮航空總經理孫嘉明、客運營業本部副總經理王振興、營業部協理林玄修。



▲透過與夥伴們的面對面交流，不僅能分享長榮航空新年度計畫，更能傾聽業者的需求與聲音，達到互利共贏。



金龍永盛旅行社



長汎假期



東南旅遊



雄獅旅遊



百威旅遊



五福旅遊



大興旅行社



名生旅遊



世邦旅遊



良友旅遊



翔順旅行社



美最時旅行社



長榮大旅行家打造自由行機加酒最佳平台

結合票價優勢與旅行社包裝實力 規劃個人化行程、強化品牌知名度

撰文·攝影/謝旻蒨 圖片提供/長榮航空



▲長榮航空客運營業本部營業部直客行銷二課副課長劉肇亞。

隨著自由行市場持續成長，旅客對旅遊產品展現更高需求。為因應市場需求，長榮航空推出「長榮大旅行家」品牌，透過整合航空公司票價資源與旅行社的產品包裝，打造具彈性與競爭力的機加酒平台，讓旅客能以更優惠的價格規劃個人化行程。

「長榮大旅行家」作為業界成熟的銷售平台之一，採取主題化分類策略，依據不同旅遊區域推出專屬系列。如主打日本旅遊的「日日是好日」、東南亞海島為主的「島嶼風情」，以及聚焦香港旅遊的「戀戀香港」等主題商品，讓旅客能更容易找到符合需求的行程，並強化品牌知名度。

攜手旅行社打造具競爭力產品 日本、美國成布局重點

長榮航空客運營業本部營業部直客行銷二課副課長劉肇亞表示，「長榮大旅行家」透過與旅行社的合作，旅行社可依自身資源及優勢，搭配不同飯店、交通或行程元素，進一步提升產品多元性。透過這樣的合作模式，旅行社包裝後的整體銷售價格，往往能低於旅



▲長榮航空大旅行家打造
自由行機加酒最佳平台。
▲6/26長榮航空開航台
灣首條台北—華盛頓直飛
航線。

在行銷宣傳上，長榮航空除了會在臉書「長榮航空陸玖伍旅行同業社團」，不定期分享航線資訊及獨家活

動消息外，也會藉由官方網站與社群平台進行品牌推廣。當旅客點擊相關資訊後，系統會列出合作旅行社名單，讓消費者回到熟悉或信任的旅行社通路完成購買。這樣的模式不僅能強化品牌曝光，也讓旅行社成為「長榮大旅行家」的重要合作夥伴，共同拓展市場。

劉肇亞指出，今年長榮將在日本及美國市場著重布局。其中，日本航線將持續深耕地方城市，包括神戶與青森等航點都將於6月起增加航班，提升至Daily航班，為旅客提供更具彈性的行程安排。另一方面，美國市場則將迎來重要里程碑，預計於6/26開航台北—華盛頓航線，也是台灣首條直飛美國首都的航班。屆時，在航班增班與航線拓展的情況下，旅客便可透過綿密的航網布局，規畫多點進出的雙城或多城旅遊行程，進一步提升自由行的靈活度。

優化訂位系統與行銷平台 強化長榮大旅行家品牌形象

此外，為給予旅客更直觀性的航點選擇，長榮航空將針對訂位系統進行優化，如整合神戶及關西機場為「OSA大阪區」，讓旅客在搜尋航班時，可同時看到2個機場的選項，讓其靈活規劃「神戶、關西進出」的雙點行程，不僅能避免走回頭路，也提升神戶機場能見度，提供更具彈性的自由行程。



▲神戶將於6月起增加每日1班，共為每週10班。



公主遊輪深耕台灣 區域總監陳嘉榮親赴台

「春季特賣」限時優惠 每房最高享1千元美金購物金

撰文·攝影／張偉浩

全球知名遊輪領導品牌—公主遊輪 (Princess Cruises) 3/10於台北舉行年終感恩聚會。公主遊輪區域總監陳嘉榮特別由香港飛抵台灣，親自向過去一年給予大力支持的業者與媒體夥伴表達誠摯謝意，並強調台灣在公主遊輪亞洲布局中的關鍵地位。

目前擔任公主遊輪區域總監的陳嘉榮，其管轄範圍橫跨韓國、香港、新加坡及台灣等4大核心市場。她在致詞中表示，儘管過去一年旅遊業面臨許多變動與挑戰，但憑藉著各界合作夥伴的鼎力相助，公主遊輪在亞洲地區依然取得了亮眼的成績。此次特別從香港飛來台灣，就是希望在歲末年初之際，能夠當面感謝台灣夥伴們的付出。她提到，雖然近期市場環境存在一些挑戰，但公主遊輪始終與夥伴們站在一起，共同面對問題並尋求突破。也特別點出台灣市場的重要性，並高度肯定台灣銷售團隊與合作旅行社的努力。並強調，公主遊輪



▲(前排左起)可樂旅遊董事總經理陳政宏、巨大旅遊協理蘇浩明、公主遊輪區域總監陳嘉榮、鳳凰旅遊董事長張巍耀、東南旅遊副董事長李樹軍；(後排左起)燦星旅遊總經理羅俊英、AsiaYo創辦人暨執行長鄭兆剛、奇寶旅行社資深經理蔡依穎、易遊網副總經理施桂瑛、雄獅旅遊資深顧問吳伯良、百威旅遊總經理吳再裕、公主遊輪業務發展經理張志君。

在台灣的成功，除了仰賴區域性的資源整合，更離不開第1線專業團隊對在地市場的深耕與服務。

值得關注的是，公主遊輪推出「春季特賣 (Spring Sale)」限時優惠，祭出雙重超值好禮：2026年及2027年遊輪行程享每間最高1,000美元船上消費使用金，再享特定航程第3、第4位賓客免費同行的超值促銷！超適合全台灣人一家大小



▲全球知名郵輪領導品牌—公主遊輪 (Princess Cruises) 3/10於台北舉行年終感恩聚會。

開啟專屬的難忘奢華遊輪旅程，即日起至4/30 (週四) 截止。

Princess Plus與Princess Premier套裝(包括Wi-Fi無線網路、飲料與船員獎勵等服務)可加購享受更超值豐富體驗。本次優惠涵蓋熱門航程，包括阿拉斯加、亞洲、歐洲、日本、紐澳、加勒比海、巴拿馬運河、墨西哥、夏威夷群島、加州海岸、加拿大新英格蘭、南美、南太平洋、橫跨大西洋以及世界航線。

台灣國際郵輪協會第4屆第3次會員大會

深耕郵輪產業新紀元 勾勒2026年台灣產業發展藍圖

撰文／張偉浩 圖片提供／台灣國際郵輪協會



▲台灣國際郵輪協會 (ICCT) 於3/10盛大召開「第4屆第3次會員大會」，匯集郵輪產業產官學研代表。

台灣國際郵輪協會 (ICCT) 於3/10盛大召開「第4屆第3次會員大會」，匯集郵輪產業產官學研代表。本次大會不僅回顧過往一年的豐碩成果，更針對產業面臨的法規挑戰與未來人才需求進行深入討論，為台灣郵輪市場的長遠發展策畫新藍圖。台灣國際郵輪協會理事長林博宗指出，去年台灣郵輪市場表現優異，達到150萬人次，展現出台灣市場的巨大進步，航次也從去年的500多航次，預計在今年增長至600航次。此外，協會每年皆穩定增加新會員，顯見業者對此領域的熱情，未來協會將持續推動專業培訓與實地

參訪，協助會員創造更高利潤。

麗星郵輪副總裁徐牧柔則分享了船方在台營運的最新動態。她表示，從台灣出發的航程已正式轉為常年營運。針對即將到來的市場需求，將全力搶攻親子與畢業生市場，暑假期間指定航次更推出12歲以下兒童免費的優惠，並開放「Open Day」供企業團體預約登船參訪。同時，也特別推薦全市場唯一的探索星號8天7夜航程，將帶領旅客深入日本四國(高知)與本州(東京、靜岡清水、大阪)。

台北市旅行公會理事長陳怡璇則認為台灣郵輪市場成長空間龐大，但也面

臨諸多不可抗力因素的挑戰，如近期中東戰爭引發的保險理賠問題，造成業者沉重負擔。公會將積極與立法委員及保險公司溝通，爭取更合理的定型化契約內容，不應將所有不可抗力風險皆由旅行承擔。此外，針對業者在申辦護照時的行政失誤，公會也已與外交部達成共識，建立預先通知與宣導機制，避免業者動輒面臨鉅額罰鍰。

2026年：4大工作計畫全面啟動

- 1.教育訓練：預計辦理4梯次共300人的郵輪專業人才培訓，並針對完訓學員舉辦郵輪海上研習團。
- 2.行銷公關：參與國際郵輪盛會如CCS、SeaTrade，並辦理郵輪登船參訪活動與港口導覽。
- 3.領隊導遊推薦：持續建立並推廣郵輪領隊、導遊及船上服務人員儲備名單，辦理研習講座以強化專業素養。
- 4.人才招募：舉辦船上服務人才招募說明會與面試會，並另定時間開設船員四小證培訓班，為產業注入新血。

紐西蘭三冠王新春報喜 鴻大帶您秋遊紐國

皇后鎮、瓦納卡、箭鎮披上絕美金黃外衣 秋季造訪紐西蘭正是時候

撰文／王政 圖片提供／鴻大旅行社、本刊圖庫

每到秋季便是大地煥發新面貌的絕美時刻，以4~6月的紐西蘭為例，此時正逢滿山遍野金黃與火紅交織的景致，搭配上涼爽宜人的氣候，自然成為牽引旅客前往的最強誘因。

鴻大旅行社產品開發總經理翁崧容指出，紐西蘭作為熱門旅遊目的地，一年四季都有不同的風貌吸引旅人的目光，然而相比於春、夏傳統旅遊旺季時間出遊，秋季出遊正值白樺、楊樹和楓樹變色，將湖畔、山坡渲染成豐富的金紅色系，並與蔚藍天空形成強烈對比，強烈的視覺饗宴搭配上避開大量人潮的優點，加上能在舒適的氣候下出遊，同樣深獲無數紐澳資深玩家的熱愛。



鴻大旅行社產品開發總經理
翁崧容

以南島著名的皇后鎮、瓦納卡來說，正是景色如畫的時節，而距離2大旅遊目的地僅短短幾十分鐘路程的箭鎮也同樣步入賞楓最佳時刻，讓到訪的旅客無論搭乘蒸汽船遠眺沿岸風光、乘坐纜車緩緩登高俯瞰金色山脈，甚至漫步於湖畔，印入眼簾都是被層層浸染金黃的美景，相比與春、夏更有一番風貌，宛如唐代詩人劉禹錫《秋詞》所述「自古逢秋悲寂寥，我言秋日勝春朝。」

為了讓旅客能欣賞到如此絕美景致，鴻大特別推薦經典款的紐西蘭12、13日選擇，搭乘紐西蘭航空直飛奧克蘭航班，一下機就能立刻展開旅程。由於鴻大過去便以穩定團量、優質行程享譽市場，更在紐航開票競賽一舉奪得豪華商務艙、豪華經濟艙、經濟艙的開票冠軍，穩定的機位讓同業安心送客、輕鬆獲利。

盤點秋遊紐西蘭3大亮點 皇后鎮、瓦納卡、箭鎮一次滿足



▲皇后鎮的Skyline擁有南半球首條且最陡峭纜車。
▶皇后鎮百年蒸汽船巡遊在瓦卡蒂普湖。

皇后鎮 Queenstown

秋季的皇后鎮美如大地的調色盤，湛藍的湖水與金黃色的樹葉相應，每處都美得令人屏息凝視。而來到這裡，自然不能錯過以不同的方式探尋。致力提供旅客最佳體驗的Skyline，擁有南半球第1條、也是最陡的纜車直達山頂，經典的皇后鎮明信片式景觀一覽無餘。同樣以南島為基地的RealNZ，則提供了在皇后鎮瓦卡蒂普湖上巡遊，深吸一口山間微風，也能搭乘南半球唯一仍在運營的蒸汽船—TSS Earnslaw，來趟彷彿穿越百年的旅程。



瓦納卡 Wanaka

曾榮獲LonelyPlanet票選「全世界前10大最佳旅遊訪問地點」的瓦納卡，每到秋季便成為攝影家與旅人的最佳造訪黃金期，此時的瓦納卡樹更顯得蕭瑟唯美，襯托著蔚藍湖水與遠方開始積累白雪的山頂，勾勒成一幅絕美名畫。



箭鎮 Arrowtown

距離皇后鎮僅20分鐘車程的箭鎮，是座因為淘金而走過繁榮與樸實2個極端的小鎮，然而時至今日，箭鎮再度因為秋季的優美而備受追捧。每到此時，迷人的金色、暖洋洋的橙黃、深邃的酒紅襯托下，讓小鎮宛如上帝盡情揮灑的一塊畫布般色彩斑斕。



✦ 30年紐澳旅遊專家 ✦

紐西蘭 秋日序曲 AUTUMN

3冠王

勇奪紐西蘭航空
開票活動冠軍

從瓦納卡到箭鎮 一場金色旅途

紐西蘭北島6日遊 6/4 \$ **69,800**起

紐西蘭南北島10日遊 6/23 \$ **118,800**起

紐西蘭南北島12日遊 5/5.12 \$ **142,800**起

紐西蘭南北島13日遊 5/2.9、6/25 \$ **152,800**起

同業AGENT TOUR團

紐西蘭北島6日遊回饋同業 6/4 \$ **49,800**起

以上均不含小費、簽證費 (名額有限, 請速報名)



鴻大旅行社

獲雙屆紐西蘭觀光局
全亞洲最佳旅遊行程金獎

台北總公司: 02-2567-5235

台中分公司: 04-2315-0580

高雄分公司: 07-3309-000

官網網址

www.tigertour.com.tw



交觀綜2091 品保北734

老虎旅遊 LINE @服務

從對話到代操：AI代理人「Open

旅遊從業人員即將面對一個由AI代理人 24小時全天候代理行政、



旅遊產業正站在一個前所未有的技術十字路口，我們過去所熟知的生成式AI，正在從單純提供資訊的「聊天機器人」進化為具備高度自主權的「AI代理人」。近期在科技圈引發熱烈討論的「Open Claw」，不僅是一款工具的誕生，更預示著旅遊從業人員即將面對一個由AI 24小時全天候代理行政、訂票與行程管理的新時代。對於B2B端的旅遊業者而言，這場變革的核心隱憂，在於「AI代理人（AI Agent）」特質，如何改變旅客與旅行社之間的需求與認同。

旅行社必須提升AI能力 迎接AI代理人浪潮

傳統的AI應用多半停留在前端諮詢，協助旅客篩選景點或撰寫草案，但Open Claw的突破在於它將程式碼與電腦操作能力深度綁定，使其進入了真正的「執

行階段」。這意味著AI代理人能像一位全天候在線的私人秘書，在手機、電腦的通訊軟體的指令下，代為處理繁瑣的數位檔案與行程確認作業。未來如果成熟之後，可以直接操作瀏覽器辦理登機報到、預訂各種旅遊產品、比較商品價格等各種旅遊項目。

對於旅行社或票務平台來說，這意味著服務的對象可能不再是「人類旅客」本人，而是其背後的AI代理人，這種轉變將要求B2B端的後台系統具備更強大的自動化串接能力，以應對AI高頻率且精準的調用請求，否則將會錯失龐大的商業利益。

全球AI旅遊產業 3大旅遊趨勢與數據分析

根據全球領先的專業服務公司埃森哲（Accenture）最新發布的《消費者脈搏 Consumer Pulse Research》調查，探討了人工智慧在旅遊產業的應用。針對14個國家的18,000名消費者進行的一項調查顯示，80%的旅行者正在使用AI進行旅行，超過一半的旅行者願意讓AI完全管理他們的旅行計劃和預訂。為此，搜尋平台Google今年正式加入AI旅遊戰局，讓多年來「Google查詢」與「OTA預訂」2大生態系從此失衡。



趨勢與數據 ①

Google「旅遊工具」建立封閉迴路 讓旅客從尋找到完成預訂

Google挾帶著龐大的流量入口、無可匹敵的大數據（地圖、航班、評論）以及最頂尖的Gemini AI技術，正式將AI推動的「旅遊工具」功能擴展至全球超過200個國家與地區，支援60多種語言，打造一個從「旅遊靈感」到「完成預訂」的封閉迴路。不是單一產品，它是一套組合拳，拳拳命中了OTA平台要害，從加入AI模式、Canvas互動面板，以及AI代理預訂，讓用戶從頭到尾都留在Google，完全壟斷OTA的流量來源，吞噬本屬於OTA的佣金生意。

Claw」將取代旅行社？！

預訂行程與旅遊管理 前所未有的新時代

撰文／張偉浩 圖片提供／本刊圖庫 圖表提供／Accenture Consumer Pulse Research 2025



AI代理人擁有大數據 自主管理客戶旅遊行程

更值得旅遊從業者關注的是，AI代理人的「長效記憶」與「習慣預測」功能。根據來源顯示，這類代理人能記得使用者的固定行程模式，例如每週固定的往返通勤、每一季度的旅遊喜好，並在無需特別提醒的情況下，協助操作訂票、訂房、規劃行程。這種深度嵌入個人生活的數位代理，將改變消費者對於旅遊服務的期待。當旅客開始習慣「不用透過旅行社」就能完成任務時，旅遊品牌如何在這個自動化流程中保留影響

力，將成為巨大的挑戰。

然而，在技術狂熱的背後，旅遊產業必須冷靜審視背後的結構性風險。Open Claw的崛起伴隨著觀念的轉變，即大眾開始願意將極高的權限、甚至是API密鑰與個人資料授權給AI代為行事。但平台的資安防禦往往尚未跟上腳步，駭客可能打進資料庫，看見數以萬計的私訊與API認證金鑰。一旦這些代表旅客身分的「AI代理人密碼」外洩，將引發嚴重的資安災難，甚至可能被誘導進行惡意操作，其損害範圍遠超傳統聊天機器人。

旅行社應支持AI高效執行
嚴格把關服務本質

在旅遊多項服務中，如機票、飯店、交通發生聯動時，若其中一個環節出錯或因AI判斷錯誤而故障，極可能引發「牽一髮而動全身」的連鎖反應。這種複雜的危機處理，正是真人旅遊從業人

員展現不可替代價值的地方。也說明真實的旅遊服務，是建立在信任與口碑之上，可靠的AI代理驗證機制目前依然付之闕如。

旅遊產業策略應從「協助旅客規劃」轉向「支持AI代理人高效執行」。必須認知到，未來的一部分中低端行政工作將不可避免地由AI代理人接手。旅遊從業者的角色將轉變為高層次的行程架構師、資安風險監控者，以及在AI發生連鎖故障時的守護者。在追求極致便利的過程中，如何建立一套能與AI代理人安全對接，且能有效防禦「駭客入侵」與「判斷錯誤」的服務體系，將是未來幾年內決定旅遊業者能否在AI代理時代勝出的關鍵。

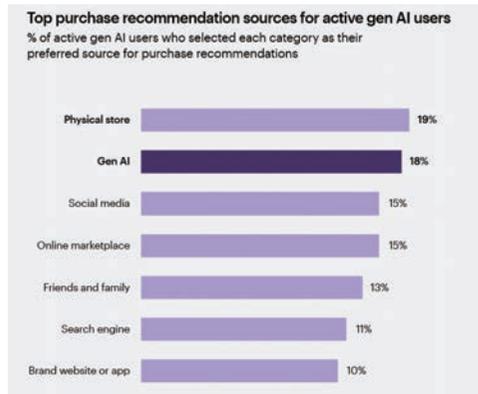


趨勢與數據 ②

93%的旅客使用AI支持購買決策 78%使用信賴度高的AI助理

生成式人工智慧正快速滲透旅遊產業。埃森哲調查顯示，在航空公司、飯店與旅遊平台中，約80%的受訪者已開始使用生成式AI工具。從旅客端來看，AI對消費決策的影響也日益明顯。93%的活躍生成式AI使用者，已經或計畫利用AI協助旅遊購買決策，而

活躍生成式AI使用者的主要購買推薦來源



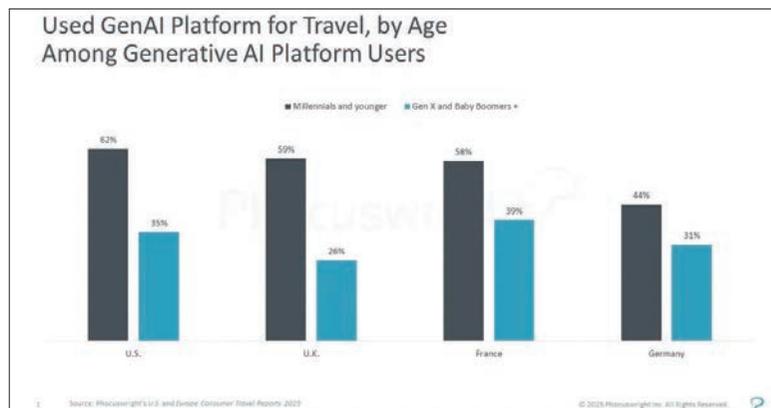
(各來源被選為首選推薦來源的比例%)

78%的受訪者已在使用的值得信賴的AI購物助理。此外，42%的受訪者表示，若品牌能主動提供改善旅行規劃體驗的解決方案，將更有可能選擇該品牌。顯示AI已逐漸成為影響旅遊決策與品牌選擇的重要關鍵。

趨勢與數據 ③

AI正快速滲透旅遊規劃流程 年輕旅客族群的採用速度最為顯著

全球旅遊業最具權威性的獨立市場研究機構《Phocuswright》最新針對美國、英國、法國與德國進行的消費者調查顯示，生成式人工智慧已逐漸成為旅客規劃行程的重要工具。調查指出，美國在過去12個月中，62%的千禧世代及更年輕旅客曾使用生成式AI平台進行旅行規劃，顯示年輕族群對AI工具的接受度明顯較高；相較之下，X世代與嬰兒潮世代的使用比例為35%。從各國市場來看，趨勢亦大致一致：英國分別為59%與26%，法國為58%與39%，德國則為44%與31%。



創新、傳承、分享、共榮 北公會舉辦感恩餐會

頒發榮譽理事長感謝歷任艱辛付出 舉辦委員會授證展望未來成業者後盾

撰文・攝影／王政



▲為了感謝顧問、委員會代表們的大力支持，台北市旅行公會特別於2/11假君品酒店舉辦感恩餐會。



▲各界全力支持與肯定，讓台北市旅行公會第20屆理監事團隊能持續落實選舉期間提出的8大政見，共同促進產業全面提升。



▲（左起）三鼎旅行社董事長林攸浩、旅館旅行業國際行銷協會理事長徐銀樹、台北市旅行公會榮譽理事長吳志健、連江縣旅行公會理事長楊耀誌、台南市旅行公會理事長蔡承鴻、台中市旅行公會理事長馮國豐、旅行公會總會長吳盈良、台北市旅行公會榮譽理事長曾盛海、理事長陳怡璇、監事會召集人翁炳贊、榮譽理事長姚大光、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭伯仁、開喜旅行社董事長高成功、台灣國際郵輪協會理事長林博宗、台灣入境旅遊協會榮譽理事長王金玉。



▲（左起）泰越捷航空台灣總代理金遠東國際旅行社副總經理陶紹瑜、山富旅遊副總經理王富民、高平旅行社總經理趙怡光、台灣旅行業國民旅遊發展協會理事長蔡子建、觀光產業資訊協會理事長白中仁、台北市旅行公會副理事長嚴從音、理事長陳怡璇、監事會召集人翁炳贊、觀光產業理事長交流協會理事長吳雁輝、台北市旅行公會監事會副召集人曾昭榮、中華兩岸旅遊產業發展協會副會長沈冠亞、大旺旅行社董事長葉正吉、甲聯會會長王丹鳳、星全安旅行社總經理林心評、聯達旅行社總經理吳啟雄。

繼1/6舉辦超大規模的歲末聯歡晚會後，為了感謝理監事、顧問、委員會代表們的大力支持，台北市旅行公會（以下簡稱北公會）特別於2/11假君品酒店舉辦感恩餐會，並席開近30桌，展現北公會的好人緣。

除了感謝各界的大力支持外，現場也特別為海外顧問、專任委員、27個委員會委員們頒發聘書；而過去在任期內大力推動各項事務的理事長們，也由現任理事長陳怡璇親自致贈感謝狀，並聘

任為榮譽理事長的殊榮以茲感謝，展現第20屆理監事堅持創新、傳承、分享、共榮的核心宗旨。

台北市旅行公會理事長陳怡璇表示，感謝夥伴們能在年前正值忙碌之際仍能齊聚一堂，同時一直扮演著最佳後盾，以實際的支持讓第20屆理監事們十分暖心。因此理監事特別透過此次的晚會感謝各界的長期支持、鼓勵與認同之餘，也針對上任以來積極招募的市場專家與新血們，授予27個

委員會的專任聘書。

陳怡璇強調，透過全方位囊括產業人才強化委員會的功能性，是理監事落實選舉期間所提出的8大政見，期盼在產業各界的緊密合作下，一同為旅遊市場提升而努力。值得一提的是，在顧問們的大力推動下，北公會分別與韓國全州市簽訂旅遊MOU，以及東京旅遊協會締結為姐妹會，共同翻轉台灣旅遊市場並與國際接軌。

感謝有您 台北市旅行公會理事長陳怡璇頒贈榮譽理事長殊榮



▲台北市旅行公會榮譽理事長曾盛海



▲台北市旅行公會榮譽理事長姚大光



▲台北市旅行公會榮譽理事長許禔哲，由副理事長陳玉鳳代為受獎。



▲台北市旅行公會榮譽理事長吳志健。

靜岡縣觀光商談會 持續推動四季賞花與富士山

富士下山體驗自然魅力 在伊豆半島感受渡假風情

撰文・攝影／黃千珮



▲日本富士之國靜岡縣駐台辦事處主辦觀光商談會。



▲日本富士之國靜岡縣駐台辦事處處長市川美奈子。



▲（左起）富士宮市產業振興物 ▲（左起）下田溫泉黑船飯店觀光課觀光企劃組長村瀨裕美 董事長山本正和、女將山本未子、保坂郷介。

根據日本觀光局2／27最新外國遊客住宿統計數據顯示，2025年靜岡縣吸引218.3萬人次的外國旅客，相較2024年約成長15.8%。為使更多台灣旅行同業了解靜岡魅力，日本富士之國靜岡縣駐台辦事處3／5率領12個團體，在疫情後首度舉辦實體商談會，透過面對面交流提供最新資訊，提升靜岡旅遊商品的內容與銷售。靜岡縣駐台辦事處處長市川美奈子受訪表示，針對同業推廣住宿、交通與觀光設施，特別是伊豆半島熱海地區，近2年新增飯店可供應更多房間，也將持續深化一年四季都能欣賞深受台灣旅客喜愛的富士山景觀與賞花景點。

會中以5大亮點：富士山、茶之都、賞花、溫泉與美食介紹靜岡魅力，提醒同業於最能看到富士山的冬季12～2月可活用富士山世界遺產中心、日本平陽台、日本平纜車等企劃富士賞景商品。大井川沿線則有疫情期間開幕的靜岡茶農業體驗主題公園KADODE OOIGAWA，可透過在地業者預約。

富士宮市推薦緊鄰世界遺產中心，適合4～6人小團體，每日限定1組住客的包棟住宿設施「MUKU Ten舍」，7.5萬日幣起。也有和交通業者合作的東京出發富士宮1日遊行程，以浮世繪大師葛飾北齋為主題，2人即可成行，團體最多至

80人，列車會停靠北齋招牌畫作的景點並有導覽。而相較於開山季節集中的登山人潮，建議體驗「富士下山」，從五合目往海拔更低處的健行步道，每團最多7人，時間約1.5～4小時，由嚮導陪同解說，7,000日幣起。

首次參加商談會的下田溫泉黑船飯店董事長山本正和表示，歷史風情十足的下田充滿魅力，希望更多台灣旅客造訪，飯店已配置中文經理可對應各種服務。伊豆半島東部則由東伊豆町觀光協會事務局長井坂浩樹介紹2025年11月最新改裝完成的旅館「粹光」，16間房皆附設露天溫泉，價位鎖定高端客群；而同業熟悉的百選旅館稻取銀水莊6樓也有嶄新型態客房登場。

新駒創新局！新旅局3箭齊發迎2026新商機

訪新旅客年增5% 攜手台灣業者朝「Tourism 2040計畫」邁進

撰文・攝影／謝旻蓀

共創2026旅遊新局。



▲新加坡旅遊局於3／10舉辦2026年春酒午宴。



▲新加坡旅遊局大中華區首席代表兼執行署長潘政志。

新加坡旅遊局（以下簡稱新旅局）於3／10舉辦2026年春酒午宴，以「新駒。創。新局」為主題，分享新加坡在景點娛樂、商務會展及長期旅遊藍圖3大面向的最新動態。新加坡旅遊局大中華區首席代表兼執行署長潘政志提到，台灣旅客對新加坡的熱情與日俱增，根據新旅局統計，新加坡在2025年

全球國際旅客到訪人次達1,690萬，較前年成長2.3%；其中台灣市場表現尤為亮眼，全年訪新的旅客人次達42萬，年增5%，持續展現穩健的成長動能。新的一年，新旅局將以「新開局」、「新格局」與「新布局」3局並進為核心，為台灣旅客與業界夥伴帶來更多元、更豐富的新加坡體驗，期待與各位先進攜手，

2025年1～9月，新加坡旅遊收益創下歷史新高，前3季旅遊收益達239億新幣，同比成長2.4%，全年表現有望超越預期，觀光、娛樂與博弈以及餐飲兩大領域各自成長15%，成為收益動能的核心支柱。強勁的成績推動新旅局持續朝「Tourism 2040計畫與藍圖」全速邁進。未來重點佈局包括2030年於南濱海開放全新康養中心，預計每年吸引約200萬名遊客，並且將近一半為國際旅客；樟宜機場第5航廈也將於2030年代中期投入運作，為新加坡帶來更龐大的旅客流量，鞏固新加坡作為亞洲旅遊樞紐的核心地位。與此同時，新旅局亦將持續開發差異化旅遊產品，涵蓋健康旅遊、世界級體育與娛樂活動，並積極發掘新興市場，使客源結構更加多元。

新竹旅行公會春酒3/12盛大登場

新竹市市長高虹安宣布觀光預算翻倍 攜手產業共創繁榮

撰文·攝影／張偉浩



▲ANTOR會長蔡璧如（左5）頒發出境旅遊傑出貢獻獎給予新竹市旅行公會理事長江百松（左4）並與ANTOR會員合影。
◀（左起）新竹市市長高虹安、新竹市旅行公會理事長江百松。



▲主桌貴賓匯集各國觀光局、航空公司、公協會貴賓合影。

新竹市旅行公會於3/12舉行春酒晚宴，現場匯集航空業、各縣市公協會代表及新竹在地旅行業者參與。新竹市市長高虹安、立法委員鄭正鈴及旅行業品質保證協會理事長張永成均親臨現場，共同為旅遊產業加油打氣。

新竹市市長高虹安致詞時表示，市府與公會關係緊密，為推廣觀光，觀光事務預算已從上任之初的4千萬大幅增加至1億7千萬。市府除開辦舊城觀光巴士，今年更計畫增設南寮、香山濕地等新路線，並首度推出質感刊物《新竹一刻》，以取自東門城磚色的「竹塹紅」作為城市限定色，強化在地觀光品牌。

立法委員鄭正鈴則特別關注觀光產業鏈的緊密關係，他強調旅遊業近年面臨挑戰，承諾將在立法院經濟委員會持續發聲，為業者爭取更好的經商環境。

品保協會理事長張永成除了現場加碼紅包助興，更帶來政策利多。他宣布

在各公會理事長努力爭取下，每家旅行社將可獲得最高1萬元的履約保證保險補助，預計4月由旅行公會總會受理申請。他強調，公協會將持續站在第一線，為會員爭取福利並保障產銷權益。

新竹市旅行公會理事長江百松表示，春酒展現了新竹旅遊業團結一致的氣勢，在市府預算支持與中央政策補助下，產官學研將攜手共創馬年觀光新契機。

旅遊業二代會舉辦2026年春酒晚宴

席開5桌眾星雲集 舉辦多場活動凝聚向心力、增進交流互動

撰文／謝旻蓓 圖片提供／旅遊業二代會



▲旅遊業二代會於3/10在兄弟飯店舉辦年度春酒晚宴。



▲旅遊業二代會會長陳政宇（左2）與幹部們共同感謝會員們這一年來的支持。

旅遊業二代會於3/10在兄弟飯店舉辦年度春酒晚宴。本次春酒宴席開5桌，特別邀請旅行業品質保障協會理事長張永成、中華兩岸旅行協會理事長許晉睿、台北市旅行公會理事長陳怡璇、觀光暨商圈聯盟總會會長駱炫宏、新竹市旅行公會理事長江百松、ANTOR外國駐台觀光代表聯合會會長蔡璧如、中華航空台灣地區行銷協理宋道明、台澳文

創經濟交流協會理事長詹林家、觀光產業國際行銷協會理事長秦文沂等來賓與會。二代會全體幹部們除準備美酒佳餚外，也準備好運抽獎樂和Bingo等活動來感謝全體會員這一年來的參與及支持。

旅遊業二代會會長陳政宇在致詞中提到，旅遊業二代會成立宗旨在於，促進旅遊業二代年輕族群之間的交流合作，增進彼此友誼，提供旅遊資訊與資

源共享平台，營造溫馨和諧的聯誼環境。今年二代會除了進行11次的交流餐會外，也已經安排4/18的富國島考察行程；下半年亦會安排台灣的拜訪交流活動，藉此提高會員出席率和對旅遊產業的熟悉度。另外，也會持續安排主題講座，提供會員職能提升和旅業資訊分享，並持續跟各公協會單位交流互動，共同創造更優質的旅業環境。

蒔晴旅行社春酒歡聚 今年挑戰50%業績成長

3大核心方向全面布局2026年 持續轉型拓展全球旅遊版圖

撰文·攝影／謝旻菡



▲蒔晴旅行社總經理藍挺書。

作為新生代的潛力旅行社－蒔晴旅行社（以下簡稱蒔晴）於2/26舉辦春酒晚宴，邀請多位合作夥伴與公司同仁共度歡聚時刻，同時還準備獎金、遊戲、美食佳餚等，讓整場活動笑聲不斷、精彩連連。

蒔晴成立至今走過5年，不斷透過「品質、服務、創新」核心精神，提供



▲蒔晴旅行社於2/26舉辦春酒晚宴，邀請多位合作夥伴與公司同仁共度歡聚時刻。

旅客高品質的產品內容。**蒔晴旅行社總經理藍挺書**表示，面對市場快速的變動，今年蒔晴將透過「小團化轉型」、「新線布局」與「精兵成長」3大主軸，挑戰業績成長50%的目標。

在市場操作上，現今產業已從過去的團體旅遊，逐漸轉向2~6人的小團型，這種模式不僅較容易符合當代旅客的需

求，更具有彈性及客製化的空間，能發揮出旅行社的專業。特別在2025年東南亞市場受動盪使表現下滑後，客製化小團成為近期旅客詢問熱門的選項，預期今年能拉回至少20%的成長幅度。而在整體的布局上，除鞏固東南亞既有基礎外，公司還會多線拓展新興線路，如韓國已開始與當地地接社建立穩定合作關係；紐澳、郵輪與

中國大陸市場亦被列為重點的發展方向。

藍挺書提到，蒔晴同仁個個是菁英，團隊成員多具有相關專業背景，部分由線控轉至業務端，因此專業性及成熟度備受認可。未來，蒔晴將透過更高效率與精準的市場判斷，提供消費者多元的產品組合，以達成年度成長目標。

Club Med攜手可樂旅遊舉辦高雄推介會

邀南台灣70位旅遊同業共襄盛舉 期推升南部銷售業績

撰文／謝旻菡 圖片提供／可樂旅遊



▲全包式度假品牌Club Med攜手可樂旅遊於高雄日航酒店舉辦同業推介會。



全包式度假品牌Club Med攜手可樂旅遊於高雄日航酒店舉辦同業推介會，現場邀請到超過70位旅遊同業共襄盛舉，期盼藉此讓高雄旅遊同業深度了解全球Club Med的度假魅力，進一步推升南台灣的銷售業績。

Club Med向來是可樂旅遊相當重要的銷售重點，除了大力進行各項行銷推廣外，透過可樂旅遊強大的批售系統，更

能提供同業豐富多元的Club Med旅遊商品，創造更高銷售佳績。本次推介會邀請到Club Med業務團隊主講，現場除介紹Club Med全球度假村產品基本概念外，更針對主力熱銷度假村地點做深入說明，進一步鼓勵業者推薦給公司行號操作團體旅遊，

此外，近年來隨著滑雪運動在台灣越來越熱門，推介會亦特別介紹Club Med

位在北海道的Tomamu、Kiroro Grand、Kiroro Peak、Sahoro等4座滑雪度假村，目前可樂旅遊也已提供2026春雪產品、以及2027年的雪季商品搶先預購。值得一提的是，Club Med屬於早鳥型商品，早訂早優惠，目前2027雪季熱門日期已經趨近滿房，希望同業把握時機、多多推廣。

深耕日本市場23載 名生旅遊春酒貴賓雲集

2003年SARS期間創立 董事長柯佳銘：感謝夥伴攜手同行

撰文·攝影／張偉浩



▲（前排左起）銀河國際社長村山正弘、鶴雅飯店株式會社營業部副部長宮川義久、科爾飯店總經理柳澤英孝、名生旅遊董事長柯佳銘、日本航空台灣分公司總經理福田和磨、長榮航空客運營業本部營業部經理游憶雯、中華航空台北分公司營業行銷推廣部資深營業代表劉中文；（後排左起）JCT取締役社長鈴木正人、JTB入境銷售總經理松井真吾、名生旅遊總經理廖培沅、喜來登營業推進部岡本勇輝。



▲名生旅遊副總經理黃榮利（後排左3）與貴賓合影。



▲名生旅遊營業行銷副總經理趙國瑩（前排中）與貴賓合影。

名生旅遊（Minsheng Travel）隆重舉行春酒晚宴，慶祝公司成立23週年。晚宴現場高朋滿座，匯聚了來自航空界、日本旅遊業者及觀光機構的多位重量級貴賓，場面熱鬧非凡。名生旅遊董事長柯佳銘在致詞中，感性回顧名生旅遊自2003年SARS期間創立至今的點滴，並對長期支持的合作夥伴表達由衷感謝。

此次春酒盛會吸引了眾多產業精英參與，展現出名生旅遊在旅遊業界的強大

號召力，受邀貴賓包括長榮航空、中華航空、日本航空代表，以及名生旅遊長期深耕日本市場的日方合作夥伴。柯佳銘在介紹來賓時特別提到，許多日方夥伴是支持名生旅遊多年的「老朋友」，這些堅實的合作關係是名生旅遊能持續提供優質旅遊產品的核心動力。

他強調，連續23年來，名生旅遊能不斷茁壯，並在每一年的春酒與大家相聚，這都要歸功於航空公司與日本業界代表們的全力協助。「春酒的名義是慶祝，但重點是希望能藉此機會，慰勞所有辛苦的同儕與夥伴。」柯佳銘開心地

表示，相信大家也都期待著晚宴後的摸彩活動，並祝願每位來賓都能抽到獎品，共享喜悅。

致詞結束後，柯佳銘帶領全體嘉賓共同舉杯致意，象徵著在新的一年裡，名生旅遊將持續與各界夥伴攜手並進，開創旅遊市場的新契機。晚宴現場氣氛也在佳餚、美酒與賓客的熱烈交流中達到最高潮。挺過SARS與新冠疫情，名生旅遊展現出強大的經營韌性，並以23年的專業底蘊為基礎，承諾未來將持續優化服務品質，為旅客打造更多元的旅遊體驗。

凱旋掀起求職潮 新分紅制度、調高起薪

深耕高端與深度市場 打造「幸福企業」布局2026旅遊新紀元

撰文／張偉浩 攝影／王相滄



▲（左起）巨大旅遊總經理吳永昌、凱旋旅遊集團董事長項國棟、巨匠旅遊總經理陳榮裕、凱旋旅遊集團總管理處總經理劉智堅。



▲中華航空台灣地區行銷協理宋道明（左5）率領華航同仁參與春酒。



▲各家航空公司嘉賓共襄盛舉春酒晚會。

凱旋旅遊集團（以下簡稱凱旋）展現出強勁的營運動能。在3/6舉辦的年度春酒晚宴上，凱旋旅遊集團董事長項國棟宣布，集團不僅成功度過國際環境的衝擊，更將透過制度優化與福利提升，為新一年的市場布局奠定堅實基礎。凱旋旗下包括巨匠、巨大、典華旅遊等全台團隊穩定運作，營運規模已展現顯著的復甦態勢。項國棟特別強調「幸福企業」的概念，為因應市場需求回升，公司自今年起全面調高起薪，並

針對資深同仁推動新分紅制度。

展望2026年，凱旋將持續強化「大陸豪華列車專家」品牌形象。在台灣市場少見的高端代理產品中，東方快車及跨足中亞、蒙貝、俄羅斯的獨特線路，將成為吸引高端客群的關鍵亮點。針對旅遊趨勢的變化，巨匠旅遊觀察到旅客對「深度旅遊」的需求日益增加。以日本線為例，打破市場常規，推出北海道+東北、7至9天的長天數行程。

歐洲線始終是凱旋主力，除了廣受

蜜月新人好評的奧捷、詢問度極高的瑞士鐵道與德瑞外，更在巴爾幹半島（克斯蒙）線路中加入獨家亮點，入住島嶼飯店與造訪有「斯國合掌村」美譽的景點。此外，針對不同季節，亦推出主題企畫，如北歐冬季極光、夏季5國峽灣，以及秋季限定的「紅葉與松露」。透過高差異化的產品布局，不僅在傳統市場中脫穎而出，更成功建立了高端且深度的品牌定位，為2026年的旅遊產業勾勒出明確的發展藍圖。

鳳凰旅遊2026春酒宴 盼達出團量增加20%目標

創下年營收31.41億元佳績 增加包機、包船業務深化市場布局

撰文·攝影／陳妍潔



▲鳳凰旅遊董事長張巍耀。



▲鳳凰旅遊春酒活動邀請旅遊業界貴賓一同共襄盛舉。

鳳凰旅遊於3/6舉辦2026春酒宴，並邀請航空公司、郵輪商、旅遊局與眾多合作夥伴參與盛會。回顧2025年，鳳凰旅遊創下年營收31.41億元佳績，秉持著持續突破的精神，在今年更立下出團量增加20%、合併營收雙位數成長目標。為此鳳凰旅遊亦增加包機、包船，涵蓋日本星悅航空包機、MSC榮耀號、歌詩達郵輪及麗星郵輪探索星號等業務，同時全面布局高端旅遊產品，

不論是頂級歐洲河輪、南極郵輪或特殊極光產品，給予旅客多元選擇。

鳳凰旅遊董事長張巍耀在致詞中表示，近期因中東戰事影響讓旅遊產業同時受到衝擊，鳳凰旅遊在第1時間即透過緊急應變群組協助處理，給予旅客最即時且安心的服務。鳳凰旅遊亦展現強大的動能，搶佔市場先機提前布局，因此先於多數同業握有充足機位資源，成為讓旅客都能相當放心的存在。張巍耀指

出，未來是AI領航的時代，在科技日新月異的趨勢下，服務業也面臨可能被取代的衝擊，然而AI無法取代人的服務與溫度，因此如何善用AI與科技共存並強化效率成為重要的課題。面對疫後旅遊紅利的消退與全球局勢的動盪，雖然加深挑戰的困難度，然而鳳凰旅遊仍會馬不停蹄，持續站在最前線給予旅客最好的產品與服務品質。

旅業珍媽！許素珍接任木蘭隊28屆會長

4位新進會員橫跨多方位 凝聚女力共創產業交流平台

撰文·攝影／張偉浩



▲木蘭隊會長交接儀式在第26屆會長駱炫宏（中）監交下，由27屆會長吳碧蓮（左）接棒給28屆會長許素珍（右）。



▲航旅業「木蘭女子高爾夫球聯誼會」於3/8婦女節舉行第28屆會長交接典禮，現在會員有53位。



▲木蘭隊28屆幹部合影。（左起）活動羅世玫、活動陳芊妤、公關陳宣妤、財務張玉芬、會長許素珍、文書葉雪紅、副會長陳菁徽、高球總召楊嘉明、總幹事鍾海薇、榮譽顧問王美美。

航旅業「木蘭女子高爾夫球聯誼會」（簡稱木蘭隊）於3/8婦女節舉行第28屆會長交接典禮，由珍禾旅行社總經理許素珍接任會長。許素珍致詞時表示，木蘭隊自1999年創立以來，已走過28屆歷程，從最初以高爾夫球聯誼為主的女子團隊，逐漸發展為航旅業女性重要的交流平台，象徵如同「木蘭不讓鬚眉」般的堅毅精神。

許素珍回憶自己約20年前在前輩引薦下加入木蘭隊，當時面對許多業界前輩與女強人，既新鮮又緊張，但隨著歷

任幹部與團隊合作，從小組長、財務長到總幹事的歷練，不僅深化對組織的參與，也結識許多志同道合的好友。她特別感謝歷屆會長與幹部的用心規劃與付出，透過各式活動、演講及海內外交流，讓木蘭隊留下許多難忘回憶，持續凝聚團隊情誼。

在會務運作方面，木蘭隊以促進身心健康與產業交流為宗旨，每月固定舉辦高爾夫球球敘與餐敘交流，並安排專題講座與主題分享。此外，每年也規劃會長盃賽事、聖誕活動及海內

外Outing行程，藉此強化會員間的情誼與產業合作機會。此外，也特別歡迎4位新進姊妹，包括中國南方航空台灣分公司市場銷售部經理蘭虹、首安旅行社董事長仲偉芝、Club Med台灣總經理江佩書、利百加旅行社副總經理廖千惠。許素珍表示，第28屆團隊由多位資深業界人士組成，未來將延續木蘭精神，持續透過多元活動促進航旅產業女性交流，並強化會員之間的互動與合作。她也邀請所有會員積極參與年度活動，共同為木蘭隊的傳承與發展努力。

走進岩手！體感棒球建築歷史風韻

大谷翔平故鄉 × 世界遺產 × 溫泉療癒之旅

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊、岩手縣



▲「岩手銀行紅磚館」於1911年建成，與東京車站同為日本建築大師辰野金吾旗下作品，是盛岡市的代表性建築物之一。

位於日本東北的岩手縣幅員遼闊，自然與人文資源兼具，是近年備受關注的旅遊地區。縣內的盛岡市被《紐約時報》評選為「全球必訪52地」之一，花卷東高校以孕育出大谷翔平、菊池雄星等棒球好手而遠近馳名，具備呈現出淨土思想的平泉世界文化遺產，或是重現平安時代風華的歷史公園江刺藤原之鄉等，住宿方面可參考交通便捷、一趟就能滿足食宿娛樂的花卷溫泉，為遊客帶來兼具文化與熱門話題的豐富旅程。自台灣搭乘台灣虎航直飛花卷機場約3小時35分鐘即可抵達，無論自由行或規劃團體行程都具備高度彈性。旅行同業若有任何岩手縣觀光資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

歷史公園江刺藤原之鄉



▲透過身穿平安時代服飾「十二單」或參與傳統文化活動，沉浸式體驗千年前貴族生活樣貌。

占地約20公頃的「歷史公園江刺藤原之鄉」最初為配合NHK大河劇《炎立》拍攝而建，現已是日本多部電影與大河劇拍攝地，境內重現出平安時代的貴族宅邸與寺院建築等，為縣內知名文化觀光景點。可安排體驗平安時代傳統服飾「十二單」、穿著盔甲等變裝體驗或傳統射箭活動。春季能欣賞櫻花及紫藤花接力盛開美景，10月中旬至11月上旬的秋日紅葉更是不容錯過。

世界遺產中尊寺



▲世界文化遺產平泉中尊寺，參道莊嚴靜謐，展現東北佛教文化深厚底蘊。

呈現出佛教淨土思想的「平泉世界文化遺產」由中尊寺、毛越寺、觀自在王院跡、無量光院跡和金雞山五處設施構成，在2011年被登錄為世界遺產一員。相傳創建於西元850年的「中尊寺」以華麗無比、雕刻精細的「金色堂」聞名，境內更擁有約3,000件國寶，夏季沁涼，秋季則是知名紅葉景點，推薦安排在11月上旬左右到訪，飽覽古剎紅葉交織絕景。

盛岡市漫步



▲盛岡名店「東家」本店外觀保留傳統町家風格，是體驗碗子蕎麥麵文化的代表性餐廳。

盛岡市區完整保留明治與昭和時期建築風貌，是適合步行探索的城市典範。自1911年落成、由設計出東京車站的建築大師辰野金吾作品「岩手銀行紅磚館」展開行程，接著造訪盛岡3大麵之一名店「東家」，體驗一口一碗、連續挑戰的碗子蕎麥麵文化。喜愛懷舊氛圍者則可安排至紺屋町或材木町，漫步尋訪藝文氣息濃厚的咖啡廳與各式各樣在地老店，感受盛岡市區特有的韻味。

棒球聖地花卷東高校



▲花卷東高校境內展示兩位棒球明星相關物品，成為近年來吸引許多棒球迷爭相朝聖的觀光熱點。

MLB美國職棒大聯盟球星大谷翔平與菊池雄星皆出身岩手縣，兩人母校正是花卷東高校。校內可見多處為選手加油打氣的標語與紀念展示，花卷溫泉鄉觀光推進協議會亦設置紀念碑與手印留影區，成為棒球迷必訪的朝聖地。

花卷溫泉



▲祭典廣場每月的表演列表可見花卷溫泉官網最新公告。的「祭典廣場」晚間則有免費盛岡三颯舞、鹿舞等傳統藝能可欣賞；而獨棟旅館佳松園，則以高品質款待聞名，曾接待日本皇室入住。

更多岩手縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

穩步翻轉在地

從3條航線到26條 台中觀光正邁向永續

台中市觀光旅遊局局長陳美秀的城市練習曲：讓台中，慢慢走向國際



台灣旅遊交流協會執行委員會主委
賴瑟珍

台中市觀光旅遊局局長
陳美秀

穩步翻轉在地 從3條航線到26條

台中市觀光旅遊局局長陳美秀的城市練習



台灣旅遊交流協會執行委員會主委
賴瑟珍

引言文 賴瑟珍

認識陳美秀局長是在她擔任交通部路政司專員時，對其在會議中的論述表現及協調能力留下深刻印象。為此觀光局借重她的專才，挖角擔任北海岸風景區管理處副處長，她後來分別在局本部業務組、技術組及北海岸管理處、東北角管理處擔任組長、處長，行政歷練涵蓋景區規畫、開發及旅遊行業輔導管理，資歷十分完整且表現傑出。

印象最深刻的是陸客來台安全及意外事件處理，2010年梅姬颱風暴雨導致蘇花公路嚴重坍方事件，有250多位陸客受困，甚至有1團陸客連人帶車20人失蹤，此一事件受到兩岸高度關注，她不眠不休動員公協會全力協助善後，對陸委會訊息通報高達400次，以其堅韌與高EQ特質將事件處理完竣後，更加强許多旅遊安全的預防措施。

她帶領的風景區管理處也是屢獲台灣與國際獎項的常勝軍，東北角管理處是亞洲第一個取得綠色旅遊目的地的金獎認證，陳局長的人格特質、完整歷練成為她帶領台中市觀光全方位發展

的基因。

陳美秀一步一腳印累積實力與能量，善用人脈資源，讓推動台中國際觀光最重要的航線增加為26條，帶動遊憩據點與住宿人次的增加。秉持「責任」與「共好」核心價值，扮演中台灣區域治理平台領頭羊，營造中部8縣市觀光共榮，擴大區域觀光發展。面對台灣各個城市的競爭引客，陳局長發揮中央與風景區的經驗，找出台中觀光發展的利基，將推動台灣與國際觀光概念帶進台中，導入她堅持的永續理想，不僅推動低碳永續綠色旅遊、輔導產業取得國際永續標章外，台中也成為世界綠色旅遊新標地。

她是位思維靈活、行動力十足的非典型公務員，「推動觀光不是放煙火，而是長跑」、「發展觀光是為了讓更多在地人留下來」的觀念，這些都是非常獨到的見地理念。在這樣的創見下建構的「幸福台中」旅遊版圖，讓台中的景區及飯店住房率持續成長。台中目前已成為很多人居住的首選，以永續發展為基地的台中勢必將會被更多世界旅人看到。

「做觀光，其實是做服務。」採訪一開始，台中市觀光旅遊局局長陳美秀單刀直入的切入，篤定的語氣，一如她向來如此的行事風格：不搶話、不張揚，但步伐穩、方向清楚。

從中央到地方，從海岸線到城市核心，走過觀光體系不同位置的她，也見證台灣觀光從團客年代走向自由行時代的轉型。

而如今，她在台中進行一場更大的實驗：讓觀光成為城市升級的引擎，而不是煙火式的短暫熱鬧。

擺脫「三條線局長」的束縛 讓台中蛻變新貌

不同於多數工作都有新手適應期，對於陳美秀2023年剛上任時便遇到一個極艱難的開局：台中國際機場僅剩3條國際航線。

「大家開玩笑叫我『三條線局長』。」她笑著回憶，也將這種揶揄式的稱呼視為一場壓力測試。

疫後復甦初期，航空市場正處於全面盤整，但當各大航空紛紛搶進桃園國際機場，使其已幾近飽和後需求便外溢，台中如何說服航空公司回來？她沒有空談願景，而是回到最根本的問題：為航空公司指出市場在哪裡？

從客運需求面來看，中部8縣市擁有超過700萬人口的利基點；若看貨運需求，中台灣產業聚落完整，科技、機

械、自行車產業聞名國際。

更令航空公司無法抗拒的是，這裡的消費力道強勁，不僅坐擁無數隱形富豪，更讓新光三越、百貨商場營業額常年名列前茅，消費力道驚人。而這一切的利基搭配上中部的都會景觀與自然風貌，自然能讓航空公司願意重返。

「航空公司會算帳，他們看到的是經濟實力。」於是，航線一條一條談、航空公司一家一家跑，航線從3條增至26條，並涵蓋東北亞與東南亞市場。

當天空重新熱鬧起來，她反而更冷靜：「航線不是目的，是通路。真正的重點，是讓旅客願意留下來，型塑自身觀光利基便成為關鍵。」

不亂槍打鳥追求短期紅利 慢慢堆疊強調「集中火力」

台中自行車道總長達1,190公里，是全台自行車產業重鎮。陳美秀結合產業與低碳理念，導入APP碳排計算，讓企業團

旅可以量化減碳成果；串聯觀光工廠與DIY體驗，讓一趟騎行變成完整經濟循環。

美食，是另一張王牌。珍珠奶茶發源地、百年糕餅文化、米其林餐廳密度高，加上寬敞的餐廳空間與創意餐飲文化，讓台中成為餐飲品牌試水溫的首選城市。「台中人懂得吃，那是3代累積的生活文化。」她笑說。

至於節慶，她更精打細算，畢竟身處地方，觀光相關預算有限，但陳美秀總



台中市觀光旅遊局局長
陳美秀

台中觀光正邁向永續

曲：讓台中，慢慢走向國際

撰文・攝影／王政 圖片提供／本刊圖庫



能在有限的資源進行強化。如中央公園燈會運用地景優勢，營造小燈海與水岸氛圍；踩舞嘉年華在預算增加幅度有限的情況下仍增加場次；新社花毯節結合農業資源，吸引近400萬人次，帶動週邊商圈。可以說將「預算有限，但創意可以無限」的概念發揮到極致，也成功帶動旅宿人次。

成長的背後 是「不掉隊」的堅持

談到台中觀光的數字，陳美秀沒有誇張語氣。2023年至今，台中主要遊憩據點人次平均每年成長約12%，住房率穩居六都第2，僅次於台北。全市約2萬4,000間客房，平均住房率從疫情後的50%逐步攀升，指標型國際飯店更長期維持8成以上。

「在入境尚未全面復甦的大環境下，我覺得數字沒有掉下來，就是台中觀光業的一種成功。」她語氣平實。但她心

裡想的，始終不只是人潮，永續，才是她真正的關鍵字

觀光核心理念 讓台中邁向永續

如果要用一個詞形容陳美秀入職至今的觀光哲學，那便是「永續」。

早年在東北角暨宜蘭海岸風景區管理處處長任內，她便積極推動綠色旅遊，讓當地成為全台第1個獲得綠色旅遊認證的目的地。來到台中，她把永續從「景區概念」拉高到「城市治理」。

在觀旅局帶頭衝的情況下，台中的各大觀光產業鏈也積極在永續觀光的賽道上響應，使得台中連續2年入選全球百大綠色目的地故事獎，並在《天下雜誌》永續旅遊準備度評比中獲六都第1。

「永續不是為了拿獎，而是讓偏鄉有機會。」她指出，山線、海線、屯區這些相對資源較少的區域，若沒有觀光，年輕人只能外流。但當旅客走進來，農產品有人買、餐廳有人坐、民宿有人

住，地方才有留下的理由，如同她所強調：「觀光是無中生有，但一定要有根，而永續就是讓觀光進一步深植的根基」

◀台中擁有豐富的自然景致，成為吸引國際觀光客的最佳利基。

堅持區域共好 讓台中被看見

台中雖坐擁海空雙港，但仰賴自身魅力仍無法與台灣其他一級城市，乃至於國際都市相互抗衡，因此陳美秀選擇繼續發揮台中作為中台灣門戶城市的特質，並透過中台灣區域治理平台，台中與彰化、南投、苗栗、新竹、雲林、嘉義市等縣市共同出海，在首爾、新加坡舉辦聯合推廣活動。

「台中是門戶，是交通樞紐。」她定位清楚一旅客從台中進來，行程可以延伸到日月潭、阿里山或鹿港，當停留天數拉長，整個中台灣都受惠。

而隨著2026年的到來，她沒有喊出驚人的人次目標，而是談城市氣質。

深化東北亞、深耕東南亞，持續強化航線；辦理國際B2B媒合；提升國際城市能見度等，這些都是工作清單。但更重要的是，她希望台中成為一座「自在暢遊的城市」，從低碳交通更順暢、步道更友善、文化更被看見、地方更有能見度。

在陳美秀的觀念裡，「觀光不是煙火，是長跑。」一如從3條航線到26條，她沒有大鳴大放，而是一步步鋪路，在正確的方向之下，讓城市會慢慢發光。

在這場城市練習曲裡，陳美秀不是主角，而是指揮者，她讓山海成為旋律，讓產業成為節奏，讓旅人走進來，也讓在地人留下來。而台中，正在成為一座既能被看見，也能被好好生活的城市。



一桶味噌的時間哲學：味榮食品

從戰後碾米廠到 AI 智慧觀光工廠 許家 3 代同心協力 把



台灣旅遊交流協會執行委員會主委
賴瑟珍

引言文 賴瑟珍

一提到味噌，大多數人的印象都以為是來自日本的健康發酵食品，台灣早期生活中味噌也是扮演重要角色，猶記得小時候是在柑仔店的大木桶或陶甕裝著發酵好的味噌，以秤重方式零賣。到了台中豐原「台灣味噌釀造文化館」，才了解味噌的歷史可追溯至中國大陸西元前的周朝，經過僧侶傳至日本，在日本落地生根也發揚光大。

「台灣味噌釀造文化館」是味榮食品公司為延續台灣釀造文化精神，推廣在地特色與農產品成立的台灣第1座味噌觀光工廠。許立昇總經理曾擔任觀光工廠促進協會理事長，熱情介紹自家的產品與釀造文化館歷史，更驕傲的要求在進入場館前的百年古董級杉木桶前合影，因為它代表的是台灣生活與社會歷史的演進，也是3代傳承與永續創新發展的最佳見證。

隱身於巷弄內的味榮食品公司，以超過80年的釀造職人精神，成為豐原人記憶中的醇厚家鄉味，許立昇的祖父以碾米廠及專業釀造生產工廠起家、父親導入醬油與醃製罐頭生產線，

第3代的許立昇則以所學及自身經營企業的經驗，因應民眾健康需求與趨勢將製程標準化，突破傳統產業模式，提升品牌價值。

在「台灣味噌釀造文化館」內，完整記錄3代工作樣貌、味榮發展歷程、味噌與醬油的小知識與五感手作體驗。由食品公司轉型為觀光工廠，許立昇總經理功不可沒，從對支持台灣農民、環境生態的初心到開創食物原味，且與時俱進，投入數位轉型、永續環保、設置穆斯林友善設施、導入智慧科技，讓「台灣味噌釀造文化館」獲得許多的獎項與認證，成為最值得參觀的保證。

許立昇祖父堅持真正好的味噌必須讓時間慢慢說話，父親則強化品質控管及穩定生產供銷體系，許立昇則為老味道找到新定位，「味榮賣的不是味噌，而是釀造文化」，在他的品牌重塑以及科技轉型的努力下，味榮產品已行銷到海內外，更成為海內外遊客到訪台中必遊的觀光工廠，它同時也訴說著豐原5美「水清、米白、柴乾、餅香、查某水」的精采人文故事。

在台中豐原的空氣裡，偶爾飄來淡淡麴香。那是一種低調卻引人入勝的氣味，象徵一家走過80載卻持續蛻變的老企業。創立於1945年的味榮食品，是台灣罕見的3代傳承釀造品牌，從潭子「復興碾米廠」起家，到現任總經理許立昇接棒後，打造全台首座味噌釀造文化館，並導入AI智慧導覽系統，將傳統釀造轉型為觀光與科技融合的多元體驗。

味榮的故事，不僅是家族接班史，更是一場「時間」與「改變」的釀造實驗。



▲走過80年歷史的味榮食品，因應時代的演進，不僅仍保有製造業的競爭力，亦開拓出觀光的新面貌。



第1代米鄉創業 優質農產釀進發酵桶

1945年台灣戰後百業待興，創辦人許火烈於潭子鄉潭北村創立「復興碾米廠」，以在地優良農作物製作味噌、紅糟與豆瓣醬，當時心願單純：「解決溫飽、養家糊口。」

他很快發現單靠碾米難以長遠，於是逐步轉投入味噌與傳統醬料釀造。那年代無品牌包裝、無市場調查、冷藏設備也稀缺，唯有純正風味能脫穎而出。因此許火烈堅持天然發酵，細控時間與溫度變化，深信好味噌需「讓時間說話」，這份匠心成為味榮品牌精神核心。

在物資短缺的戰後，味榮憑穩定品質

贏得地方信任，不求速成，而是緩慢堅實擴張。

第2代堅守本業 經濟起飛的守成者

1979年隨著台灣經濟起飛，各食品業邁向工業化，第2代許宗琳接棒後，面對大型品牌與進口競爭，不再侷限地方市場。他務實選擇強化基本功，從擴充黑豆醬油與醃製蔬菜產品線、優化工廠流程與品質控管，到穩固經銷供應鏈。

許宗琳並無二代常見衝動改革，而是如精算師般，讓企業在經濟浪潮中穩健成長，體質健康扎實，至此味榮從地方廠蛻變全台知名品牌。從第1代奠定「信用」，第2代建築「規模」，轉折則出現在第3代。



▲總經理許立昇引領味榮食品從傳統製造業跨足到觀光，進而邁向永續與AI領域。

3代傳承80年的轉型之路

— 門釀造手藝做成跨世代的文化事業

撰文・攝影／王政



▲（左起）台灣旅遊交流協會執行委員會主委賴瑟珍、味榮食品總經理許立昇。



◀▲透過明亮的設計、完善的動線規劃、多元的商品，以及清晰的製造過程呈現等，讓民眾清楚能了解釀造產業的特色。

AI即時回答遊客提問，並講述產品故事與食譜，打造智慧互動的新體驗。

創立、傳承、創新 3代讓釀造蛻變新貌

回顧味榮的3代經營歷程，可以看到清晰分工，從許火烈的創業與價值建立、許宗琳的制度化與規模擴張，再到許立昇的品牌重塑與科技轉型。

否定、碰撞，不是味榮的家族模式；承先啟後、層層堆疊，才是他們的傳承之道。許立昇指出，正因有祖父的耐心與父親的穩健，他得以在前2代基礎上拓展更寬廣的轉型空間。這或許是家族企業最珍貴的特質：世代之間既有差異，也孕育默契。

在快速變動的產業環境中，許多老品牌選擇守舊或退出市場，但味榮走出第3條路：讓時間釀造價值，將傳統化為創新的素材。從碾米廠到觀光文化館，從百年杉木桶到AI智慧導覽，味榮證明真正的傳承，不是簡單複製，而是以核心精神為軸，重新定義每個時代的意義。這場跨越80年的發酵，不只是味噌的甘醇，也有食農教育與永續發展的底蘊，更是「時間與改變」交織出的家族哲學。

傳承與創新的交響曲 許立昇領航釀食文化新篇章

1999年接棒家族使命的許立昇，面對飲食西化與市場萎縮的挑戰，毅然提出轉型願景：「我們必須勇於改變，讓台灣釀食文化成為華人的典範。」

在政府與工研院的輔導下，他於2010年創立全台首座「台灣味噌釀造文化館」，將傳統工廠轉型為文化體驗空間。從百年杉木桶到麴菌祕境，訪客在DIY釀造的過程中感悟「時光釀造的滋味」，並透過產品與台菜料理的結合，體驗從產地到餐桌的完整風味旅程。

對許立昇而言，這場說服長輩的冒險極具意義：「當產品與記憶相連，品牌便擁有了靈魂。」如今，味榮不只是傳統製造，更承載文化傳承，在家族的支持下守護這份百年情感與醇厚香氣。

持續優化產品線 跨足永續、有機與友善

從製造跨足觀光後，味榮取得亮眼轉型成績，但許立昇並不自滿。他深知，轉型不能只停留在體驗層面，傳統產業若想走得長遠，必須持續追隨消費者重視的面向。

因此，他持續優化產品線，有機產品累積71項、產銷履歷產品4項、銀髮友善食品12項；生產過程強調無添加、自然發酵，並導入國際食品安全標準，同時將ESG理念納入企業核心策略。這讓味榮在全球市場對永續日益重視的背景下，順利將產品鋪上各國百貨與超商貨架。

近年來，味榮也將台灣農產與伴手禮推廣融入策略，除了與旅遊業夥伴合作吸引遊客到觀光工廠外，更開發了可帶走的常溫即食調理包，將傳統釀造產品轉化為在地農產的台菜料理，讓海內外旅客輕鬆享受台灣風味。文化館亦導入AI導覽機器人與互動系統，透過生成式

走進台中豐原 看陸家3代人的齊心胼手

不是接班、而是接力 從果園到觀光度假型安養中心 流



台灣旅遊交流協會執行委員會主委
賴瑟珍

引言文 賴瑟珍

時序2月，一進入台中豐原公老坪的「流星花園·幸福樂活園區」，映入眼簾的是滿園黃澄澄的橘子樹與尚未滿開的櫻花樹，海拔僅約500公尺，但視野遼闊，可將大台中景色盡收眼底。以「流星花園」來命名休閒農場，可知它成立的年代，它的前身是「公老坪觀光果園」，為台灣最早期的觀光農場，而台灣第1個結合「農業」與「觀光休閒」的宜蘭香格里拉休閒農場，張清來創辦人亦專程前來參觀交流。

「流星花園」成立於1988年，歷經觀光農場、休閒農場、經營民宿與企業教育訓練設施的轉型，期間更運用農場優勢創立田園幼稚園，首創「大自然教室」；隨著台灣社會的高齡化，因應長者尊嚴照護的迫切需求，設立「田園老人養護中心」，以慈善公益為目標，提供需要照顧及低收入戶優先入住。歷經年代的「流星花園·幸福樂活園區」能夠屹立不搖的發展，親自走一趟園區就會發現關鍵因素在於父子的質樸與傳承。第2代同時也是公老坪產發協會榮譽理事長、台中民宿協會

理事長陸冠全開著高爾夫球車載著父親陸桂森導覽園區的每個角落，陸桂森驕傲的如數家珍說著「流星花園」轉型歷程、滿園的橘子樹、園區的一花一木、幼稚園小朋友最親近自然的學習、老人養護中心的照護、農產品加工過程與體驗，甚至子女的教育也圍繞著園區發展，兒子學習農場經營管理、女兒修習護理專業，經營流星花園是全家的事業，也是陸桂森的志業。聽著陸冠全眼睛發亮的說著退伍即接棒父親，思考的是永續經營與未來理想，看到他沿路與農家話家常、關心柑橘的產量與銷售，就知道他不只經營自家事業，而是懷抱農村與產業再創新的理想，甚至以年輕人的思維順應國際趨勢，推動里山計畫，運用園區內旱溪水源生態池、保留百年土角厝與洞洞屋等，獲得國際里山倡議組織肯定，成為企業安排ESG學習的最佳場域。

家族企業的永續發展，傳承就是核心，從陸家父子身上看到經營理念、在地共好與投入公益價值觀的一致，打造園區滿足不同年齡層的需求，成為名符其實的幸福樂活園區。

代代傳承，是許多企業主的心願；子承父業，既是血濃於水的牽絆，也是理念延續的期待。然而，現實中接班往往伴隨衝突與磨合，理想的碰撞未必總能圓滿收場。

但在台中豐原的公老坪流星花園，陸家3代的故事，卻是另一種版本：不是權力的交接，而是志業的接力；不是世代的對立，而是價值的延續。他們從農業出發，走向觀光，再跨入社會福利，最終以「在地共好」為核心，走出一條融合產業與公益的地方創生之路。這是位於公老坪的流星花園的3代故事。

第1代起家 從山坡果園出發的夢想

被稱為「豐原的陽明山」的公老坪，隨著時代的推進，已讓柑橘與柿子成為這片丘陵的一級產業命脈。

1977年，陸家第1代陸昌鼎在這裡創業，打造全台第1座觀光果園—「公老坪農場」。在那個農業尚未「觀光化」的年代，他便意識到農村不能只靠收成，而要讓人走進來、體驗它。於是他開放採果、導覽解說，甚至接待海內外參訪團體，讓公老坪聲名大噪。這份前瞻思維，為日後陸家的多角化經營奠下基礎。

從教育到老人社福 完成人生的起與終

由於陸昌鼎自幼受戰亂影響，求學之



▲公老坪流星花園已成為台中最具代表性的休閒娛樂基地，更兼具老人養護中心的慈善功能。

路坎坷，因此始終懷抱「興學夢」，因此1990年，他創立公老坪田園幼稚園，首創「大自然教室」，讓孩子在果園與山林間學習，孫子陸冠全便是第1代的學生。

而當陸昌鼎步入晚年，看見社會快速高齡化，又萌生另一個更大的願望：為長者打造有尊嚴的晚年生活。隨著社會高齡化加劇，另一個更迫切的需求：「長者的尊嚴照護」也因應而生。因此1998年，他選擇投入畢生積蓄，並向銀行貸款龐大資金，成立社福慈善事業基金會，籌設田園老人養護中心。



▲公老坪流星花園第3代陸冠全正扮演企業乃至於社區的轉變推動者，帶領家鄉向上提升。

當時社福單位並不看好這個位於半山腰、以「觀光度假型」為概念的安養機構，從申請到正式營運，歷經多年波折，直到2005年才正式開幕。這是一場理想與現實的拔河，而接下來的重擔，落在第2代陸桂森的肩上。

承擔壓力的第2代 守住尊嚴的安養理念

並非社工背景出身的陸桂森，為了完成父親的夢，他赴東海大學修習社會工作學分，深入了解高齡社會的趨勢與需求。不僅如此，他更走訪各地安養機

胼足 讓公老坪譜寫出觀光的新樂章

星花園寫下以社福為根、以產業為翼的地方創生路

撰文・攝影／王政 圖片提供／公老坪流星花園



▲（左起）公老坪流星花園第3代陸冠全、台中市觀光旅遊局局長陳美秀、台灣旅遊交流協會執行委員會主委賴慧珍、公老坪流星花園第2代陸桂森。



▲在公老坪流星花園第3代陸冠全的努力推廣下，憑藉著獨有的視野與景觀，讓公老坪流星花園成為各大活動指定選地。

構，思考一個問題：為什麼住進安養中心，往往被視為「被遺棄」？

於是，他將養護中心打造成「觀光度假型」空間。寬敞的前庭花園、遠眺山景的視野、專業復健室與輔具設備、免費復健師服務、日間照護與陪診服務，讓長者不只是被照顧，而是有尊嚴地生活。

然而，理想並不等於順遂。營運初期僅10餘位長者入住，虧損壓力沉重。最終，他靠著「流星花園景觀餐廳民宿」的營收補貼養護中心，撐過最艱難的時刻，只為守住父親那句話：「給長者有尊嚴的晚年。」經過多年的努力，終於讓田園老人養護中心被市場認可，更多次獲得政府評鑑優等，成為中部具指標性的安養機構。

第3代的轉型 從農產到里山倡議

如果說第1代是開創者，第2代是守護者，那麼第3代陸冠全便是家族企業的轉型者。

退伍後返鄉的他，不僅一肩挑起家業，更在接下公老坪產業發展協會理事長後，成為青年返鄉的代表人物。作為鄉里間的推廣者，他總是熟練駕駛高爾夫球車，沿著果園步道穿梭，從柑橘品種到鄰里作物如數家珍，並且能熱情分享農作故事。

然而返鄉接棒的他，在轉型的路上也常面臨來自家裡乃至於社區的阻力，

但他沒有急著推翻傳統，而是從傾聽開始。透過一次次與農友對話，逐步凝聚共識，讓長輩理解：如果不改變，農村只會更快凋零。面對傳統農村老化與產業衰退，他思考的是如何讓公老坪「一年四季都有理由上山」？

在自家的流星花園，他選擇在民宿之外擴大整體園區的附加價值，寬廣的空間不僅成為中部地區學子們校外活動的最佳場域，更在婚宴、親友聚會等功能性之外，擴大成公司行號、公部門舉辦各式活動的首選，一如農村水保署台中分署補助的「天茶地酒英雄會」選擇在園區舉辦，便是看中寬闊的場域搭配絕美景致等優勢。

而在公領域部分，陸冠全則推動「農業六級化」，將一級生產、二級加工與三級行銷整合，讓農產品不再只以「斤兩」計價，而是以品牌與體驗創造價值，包括：

- ★ 春天賞橘花如雪
- ★ 夏天舉辦「仲夏荔枝夢」與果醋DIY
- ★ 秋天柿子食農教育
- ★ 冬天柑橘節與柑橘饗宴

同時，他開發柿葉冷泡茶、柑橘吸凍、柑橘軟糖等加工產品，解決盛產滯銷問題，甚至利用專利瓶蓋與奈米技術，讓柿葉茶可鮮泡現飲，提高附加價值。

在環境面，則爭取農村水保署補助，

推動里山倡議計畫，打造旱溪生態池與示範空間，保留百年土角厝與洞洞屋。公老坪以「永續發展及坡地水資源調控之里山地景」成果，獲國際里山倡議組織肯定，並榮獲台中市建築園冶獎。公老坪，從單一柑橘產地，蛻變為結合生態、教育、觀光與加工的示範社區。

3代交織的價值： 產業為翼，公益為根

回望陸家3代，脈絡清晰可見，第1代的陸昌鼎，用觀光農業打開農村的門；隨後接棒的第2代陸桂森，以社會福利守住人的尊嚴。而目前正一肩扛起3代招牌的陸冠全，則用創新與永續翻轉農村未來。

他們並非單純經營企業，而是在經營「地方」。果園帶來人潮，民宿創造現金流，養護中心守護長者，產業協會凝聚社區。商業與公益並非對立，而是互為支撐。在高齡化與農村凋零的雙重挑戰下，公老坪沒有選擇離開，而是選擇扎根。

3代人的胼手胼足，不只是家族事業的延續，更是一場關於土地、尊嚴與未來的長跑。他們用半世紀證明，地方創生不是口號，而是一種願意留下來、慢慢耕耘的態度。在公老坪，接班不是權力的移轉，而是永續的接力。



麗星郵輪

春季旅展

母親節最暖心的禮物
帶媽媽出海看世界



日韓跳

每人每晚最低

3/1~4/30

限時加碼送

預訂5、6月指定五晚航次，每房加贈**4,000**元

出發日期

02.17~12.08



基隆出發

Welcome aboard

- ★優惠艙房，數量有限，售完即止！
優惠不可合併使用。
- ★暑假指定航次：出發日未滿12歲之兒童作為第三/第四人同艙入住可享船票免費（仍需支付港務費）。每航次限量50間，售完為止。

8天7晚 東京大阪遊 週日出發

高知、東京（橫濱）、清水、大阪 8/2

6天5晚 日韓雙國遊 週日出發

日韓

濟州、鹿兒島/佐世保*、那霸 3/29*、4/12、5/3、8/16.30
釜山、長崎、那霸 5/24、9/27、11/22

日本

鹿兒島、熊本、那霸 5/17、6/7.21、7/12、8/23、9/13、10/18、11/15
福岡、長崎、那霸 5/10、7/26、8/9
神戶、高知 11/29
高知、大阪 6/28、10/25

請洽麗星郵輪銷售聯盟 或 上FB搜尋「麗星郵輪2.0官方粉絲頁」◆依國際公法及慣例，船長有權因航行及旅客安全

大登旅行社
(02)2531-2541

上順旅行社
(02)2517-1157

永業旅行社
(02)2515-5989

永信旅遊
(02)8979-5588

良友旅行社
(02)2507-2323

捷利旅行社
(07)335-1250

探索星號

搶先開跑

畢業季一起跳島
好友團出航最嗨！

島航線
3,600元起



郵輪消費金



暑期指定航次兒童免費



非周五出發全航次 7/5.8.12.19.22.26.8/2.9.16.23

5天4晚 沖繩三島遊 週日出發

那霸、石垣島、宮古島 4/26、10/4

4天3晚 那霸遊 週四出發

4/30、10/8

4天3晚 沖繩雙島遊 週日、二出發

那霸、石垣島

週日出發 3/22、4/5、5/31、6/14、7/5.19、9/6.20、11/8

週二出發 4/21、10/13、11/3、12/8

3天2晚 那霸遊 週日、三出發

週日出發 4/19、10/11、11/1、12/6

周三出發 3/18.25、4/8、6/3.17、7/8.22、9/9.23、11/11

3天2晚 石垣島 週五出發

3/20、4/3.17.24、5/8.22、6/5.19、7/3.17.24、8/14、
9/4.18.25、10/16.30

3天2晚 海上遊 週五出發

3/27、4/10、5/15.29、6/12.26、7/10.31、8/21.28、
9/11、10/2.23、11/6.13.20.27、12/4

全等因素，改變航程或取消靠岸。◆麗星郵輪保有最終解釋權，並有修改、變更、暫停及取消本活動之權利。

統一旅行社
(02)2546-0101

翔順旅行社
(02)2567-9229

新進旅行社
(02)2561-7788

鳳凰旅遊
0800-089-789

AsiaYo
(02)7755-0575



搶訂優惠航程

麗星郵輪2.0

歌詩達莎倫娜號 全新海上 義大利風格潮旅

4人同行
2人免費
超值搶購



餐飲空間 全新潮感升級
全日美食滿足



娛樂設施

全面時尚翻新
活動滿檔不停

詳情請洽各大旅行社

易飛旅遊 | 東南旅遊 | 雄獅旅遊 | 喜鴻假期 | 鳳凰旅遊 | 五福旅遊

春季航次 | 基隆出發

4天3夜

2,900

元起

基隆 ▶ 沖繩
4/10.21

5天4夜

4,900

元起

基隆 ▶ 沖繩 ▶ 宮古島
3/28、4/6

6天5夜

6,900

元起

基隆 ▶ 佐世保 ▶ 鹿兒島
4/13

COSTA SERENA



夏季航次 | 基隆.高雄出發

4天3夜

2,900

元起

基隆 ▶ 沖繩

7/18.26、8/2.8

基隆 ▶ 沖繩 ▶ 石垣島

7/15、8/5.16.23

5天4夜

4,900

元起

高雄 ▶ 沖繩 ▶ 宮古島

6/28、7/2

高雄 ▶ 沖繩 ▶ 石垣島

7/6

基隆 ▶ 沖繩 ▶ 宮古島

7/11

基隆 ▶ 沖繩 ▶ 石垣島

7/29、8/19

6天5夜

6,900

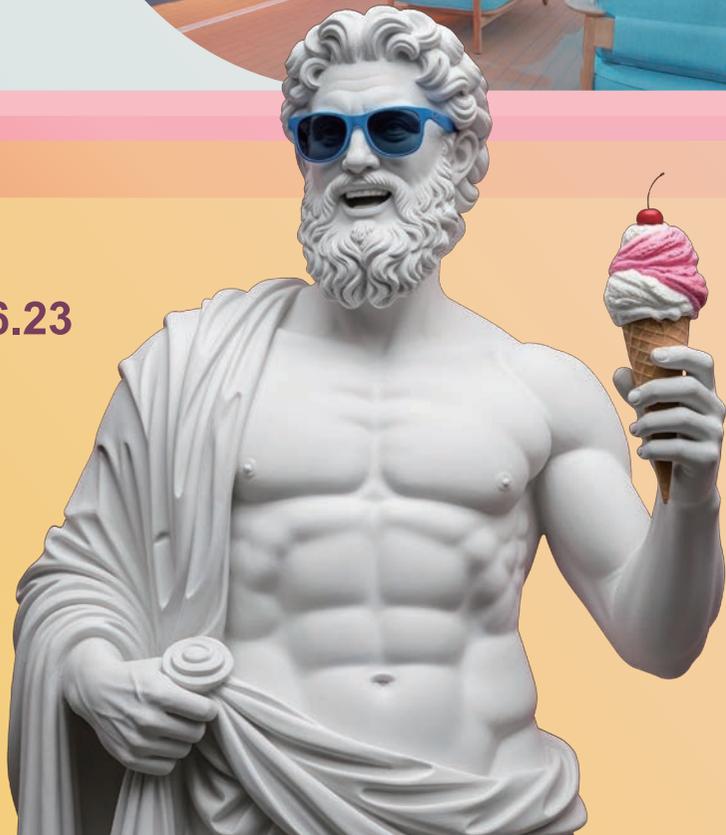
元起

基隆 ▶ 福岡 ▶ 釜山

7/21

基隆 ▶ 佐世保 ▶ 麗水

8/11



兒童天地

思高俱樂部
孩子專屬樂園



時尚艙房

義式摩登裝潢
優雅質感滿分

熱情南歐 風華慢旅

西班牙-榮耀帝國 大城小鎮11天 NT**55,900**起

4/15、5/6.15.27、6/3.12.17.22 **早鳥前10名優惠3,000**

川越西班牙-拉丁風情南歐經典11天 NT**69,900**起

5/29、6/12.26 **早鳥前10名優惠3,000**

南航西葡-伊比利半島經典12天 NT**69,900**起

4/3、5/20、6/12 **早鳥前10名優惠3,000**

西葡-伊比利半島直布羅陀經典13天 NT**89,900**起

4/6.13、5/4.11.18.25、6/8.15.22 **早鳥前10名優惠5,000**

義大利-濃情蜜意 比薩奇蹟 天空之城11天

5/5.26、6/16.30 NT**69,900**起

米蘭進-羅馬出 早鳥前10名優惠3,000

希臘-眾神之國 天空之城 愛琴海跳島遊10天

5/17 NT**105,900**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



東歐

奧捷斯匈-奧匈帝國 世紀風情10天 NT**59,900**起

4/24.29、5/8.17.25、6/5.19、7/3.17

羅馬尼亞-吸血鬼城堡·中世紀秘境10天 NT**64,900**起

4/26、5/13.20

克羅埃西亞.斯洛維尼亞·十六湖10天 NT**92,900**起

5/16 **早鳥前10名優惠3,000**

俄羅斯-莫斯科·聖彼得堡風情9天 NT**69,000**起

4/26、5/17.24.31、6/7.14.21.28 **雙點進出 松山來回**

俄羅斯-雙城風華·金環三鎮10天 NT**79,000**起

5/11.18.25、6/8.15、8/24.31、9/6.7 **早鳥前10名優惠3,000**

北歐

北歐四國-丹麥.挪威.瑞典.芬蘭.雙峽灣10天 NT**97,900**起

5/7、10/8.22 **早鳥前10名第二人優惠10,000**

北歐峽灣-丹麥.瑞典.挪威.雙峽灣經典11天 NT**89,900**起

5/31、6/3.7

北歐冰島五國-斯堪地那維亞·峽灣經典13天 NT**188,000**起

5/21.28、6/4.11

北波波-北歐~波羅的海·波蘭八國15天 NT**139,000**起

9/15

中東

國航土耳其-醉戀蕃紅花·布爾薩10天 NT**35,900**起

4/11.14.18、5/8.16.24、6/4.11.18.25

東方土耳其-醉戀蕃紅花·布爾薩10天 NT**35,900**起

4/18、5/8.16.24 **桃園出松山回**

川越土耳其-醉戀蕃紅花.布爾薩11天 NT**36,900**起

4/24、5/8.15.22.29、6/5.12.19.26 **松山來回**

直飛土耳其-醉戀蕃紅花·奇幻鄂圖曼10天 NT**49,900**起

4/27、5/20.22.27、6/10.17.26、7/27、8/3.12.24、9/2.16.23.30

快閃埃及-尼羅河遊輪紅海10天 NT**46,900**起

4/2.11、5/2.23、6/9.20

南亞

五星印度-東方金三角古文明經典7天 NT**34,900**起

4/28 **松山來回**

五星印度-金三角古文明經典7天 4/18 NT**43,900**起

五星尼泊爾-神佛國度·喜馬拉雅胡光山色·奇旺動物獵奇10天

4/15.22、5/13.20.27、6/3.10.17.24 NT**49,900**起



友泰旅遊

www.lux-holiday.com

台北(02)2563-6119

台中(04)2326-7288

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

