

TRAVEL RICH

旅奇週刊
2026.03.30 出刊 每週一發行
VOL. 903



高振添的經營學



隆祥旅行社

如何靠「分眾、整合、包機」
實現業績連年翻倍？

華麗美洲

穿梭一場北美的盛宴

華航攜手 8大旅行社 經典之旅心動啟程



美西三大國家公園9日
TWD 74,900起

- ★三大國家公園 ★石中洞奇觀
- ★秘境羚羊峽谷 ★全球唯一藍色麥當勞
- ★66號公路小鎮



美西美酒酒莊10日
TWD 89,900起

- ★美西經典三城 ★大峽谷天空步道
- ★纜車酒莊 ★紅木森林蒸汽火車
- ★舊金山噹噹車體驗



西溫洛磯瑪琳湖10日
TWD 124,900起

- ★保證入住露易絲湖城堡飯店(9月除外)
- ★洛磯四大國家公園 ★傑士伯冰原雪車
- ★瑪琳湖精靈島遊船



加西洛磯雙堡10日
TWD 137,900起

- ★保證入住2晚城堡飯店
- ★露易絲湖X惠斯勒 ★四大國家公園
- ★季節限定冰原雪車



美加東全覽14日
TWD 154,900起

- ★九大城市 ★尼加拉瀑布面瀑房
- ★魁北克兩晚 ★白山國家森林公園
- ★紐約大都會博物館



阿拉斯加西雅圖10日
TWD 136,900起

- ★阿拉斯加極光 ★冰川健行
- ★極光列車 ★西雅圖市區遊



美東尼加拉面瀑10日
TWD 114,900起

- ★美加東經典城市 ★尼加拉瀑布面瀑房
- ★紐約高樓觀景台 ★經典遊船



美西黃石拱門六大公園
12日 TWD 145,900起

- ★保證入住2晚黃石飯店
- ★紀念碑谷吉普車體驗
- ★羚羊峽谷X馬蹄灣 ★六大國家公園

cola
tour

可樂
旅遊

可樂旅遊 百萬

香港迪士尼打造夢幻盛宴

▶可樂旅遊於3月7、8日在香港迪士尼樂園舉辦直售業務第六屆「百萬菁英會」盛典，合計超過200人齊聚一堂。



當夜幕降臨香港迪士尼樂園，154位可樂旅遊直售業務站在最佳觀賞位置，欣賞絢爛煙火在城堡上空綻放。前一刻，他們或許還在辦公室裡，向客人介紹這樣的旅遊行程；而此刻，他們則以旅人的身份，親自體驗這段旅程。

可樂旅遊再創紀錄，於3月7、8日在香港迪士尼樂園舉辦直售業務第六屆「百萬菁英會」盛典，邀請2025年個人業績突破5,000萬元的154位直售業務及各營業單位主管參與，合計超過200人齊聚一堂，總預算逾800萬。

可樂旅遊總經理李季柏表示，為感謝及激勵第一線直售業務同仁，自2017年開始規劃「百萬菁英會」活動，今年特別選擇香港迪士尼樂園舉辦，期盼透過充滿夢想與歡樂氛圍，讓長期站在第一線努力的業務同仁感受到榮耀與肯定，同時也凝聚團隊向心力。

👑 VIP煙火揭序幕 白色派對X迪士尼明星見面會嗨翻全場

兩天一夜的行程中，可樂旅遊首先安排所有業務同仁於香港迪士尼樂園內享用歡迎晚宴。晚宴結束後，全體前往城堡前的VIP觀賞區，欣賞香港迪士尼樂園20周年主題煙火秀，讓大家暫時放下工作，以旅人的身份享受旅遊帶來的快樂與美好。不少同仁笑說，平常是帶著客人出國旅遊，這次則是「公司帶我們出來玩」。



▲百萬菁英會今年首度移師海外，以純白色系搭配迪士尼元素為主題，在香港迪士尼樂園盛大舉辦。



▲站在第一線的業務同仁暫時放下工作，以旅人的身份享受旅遊帶來的快樂與美好。

隔日則迎來重頭戲「百萬菁英會」，地點選在香港迪士尼樂園酒店的仙杜瑞拉宴會廳。今年活動以純白色系搭配迪士尼元素為主題，現場準備各式迪士尼造型甜點，並設置擺滿迪士尼周邊商品的夾娃娃機，讓同仁挑戰手氣，把可愛的迪士尼玩偶帶回家。每位參與者還可獲得香港迪士尼樂園20周年限量版可樂，作為此次活動的專屬紀念品。

此外，米奇、米妮、唐老鴨與高飛等迪士尼明星也驚喜現身百萬菁英會現場，為活動掀起高潮；香港旅遊發展局亦特別安排醒獅表演，象徵為可樂旅遊帶來好運與財氣。



▲香港旅遊發展局特別安排醒獅表演，象徵為可樂旅遊帶來好運與財氣。



▲現場準備各式迪士尼造型甜點，並設置擺滿迪士尼周邊商品的夾娃娃機，讓同仁挑戰手氣，把可愛的迪士尼玩偶帶回家。

菁英會 首度移師海外

凝聚最強直售業務團隊

▼2025年度共有154位直售業務個人業績突破5,000萬元，成功拿到百萬菁英會入場門票。



▲米奇、米妮驚喜現身百萬菁英會現場，為活動掀起高潮。

154位業務達標百萬菁英門檻 北京祈福之旅再添好運

可樂旅遊表示，百萬菁英會是公司重要企業文化，年度個人業績必須突破5,000萬元，才能夠成功取得入場資格。今年共有154位業務成功達標，展現強勁的銷售戰術，其中更有24位業務年度業績突破1億元，另有2位更跨越1.5億元大關，表現相當亮眼，也顯示疫後旅遊市場回溫，帶動銷售動能持續升溫。

除了表揚優秀業務外，今年活動也特別向資深同仁致意。共有41位服務滿20年的員工獲得公司加碼準備的「愛的盲盒」紀念禮盒，感謝長年付出與陪伴。此外，現場也安排驚喜抽獎活動，共有26位幸運同仁獲得北京5日祈福之旅，行程將前往有「中國最靈驗寺廟」之稱的雍和宮祈福，為新一年的業績與旅遊市場增添好彩頭。



▲現場安排驚喜抽獎活動，共有26位幸運同仁獲得北京5日祈福之旅，將由可樂旅遊總經理李季柏帶隊，前往有「中國最靈驗寺廟」之稱的雍和宮祈福。

資深到新秀 不同世代撐起業務銷售戰力

蟬聯六屆業績冠軍 | 桃園分公司 陳嘉蔚

用心服務每一位客人，是陳嘉蔚成功的不二法門，已連續蟬聯六屆百萬菁英會業績冠軍的她，期許自己在新的一年可以有更多時間陪伴孩子成長，在平衡事業與家庭的同時，仍能再創最佳業績紀錄，持續為公司創造利潤，並將自己的經驗與後進分享，讓團隊都能「獎金領好、領滿」。



全場最資深 | 台北直售部 謝忠恭

已屆花甲之年的謝忠恭，人生有超過一半的時間都在可樂旅遊度過，服務資歷超過36年，也是活動中最資深的業務。對他而言，業務不只是銷售旅遊行程，而是與人分享旅途的驚喜與感動，以及他獨門的特殊玩法，透過他生動有趣的介紹，讓客戶這一趟還沒出發，就已經期待下一趟旅程。

歲月不退場依然發光 | 台北直售部 李月美

即使快70歲，仍活躍在銷售第一線，李月美因為喜歡挑戰，毅然決然在中年轉職投入可樂旅遊，憑著細心與熱忱服務，累積出穩定的客群與好口碑，不少旅客從年輕時就跟著她出國旅遊，到現在一家三代都成為她的忠實客戶。問到是否有退休計畫時，李月美毫不猶豫地說：「要做到不能做為止！」展現她對旅遊工作的熱情與投入。



新人黑馬8個月就達標 | 新竹分公司 林靖諺

來自新竹門市的林靖諺，以不到一年就成功達標百萬菁英會門檻，並獲得「年度最佳表現獎」。在進入旅遊業之前，林靖諺曾在百貨公司擔任專櫃人員。他認為旅遊業其實與百貨銷售很像，只要服務做到位，客人自然會回流。

甜美偶像變身超級業務 | 台北獎旅部 張羽翎

年僅22歲的張羽翎，是今年百萬菁英會最年輕的業務，表演藝術相關科系畢業的她，過去曾擔任廣告模特兒、參與舞台劇演出，還加入知名偶像團體，因為對旅遊業懷抱熱情，一腳踏進旅遊業的行列，從零開始一步步學習、累積經驗，到現在已經能負責規劃超過300人的企業大型團體，展現新世代的專業與企圖心。



挑戰百萬菁英 歡迎優秀人才加入可樂旅遊

因應旅遊產業成長，可樂旅遊持續進行人才招募計畫，並致力於用具競爭力的薪資條件及福利制度，打造讓員工安心工作的環境，可樂旅遊亦提供廣大舞台、強力資源，支持同仁盡情發揮所長。目前已開出業務、產品、行政、資訊等逾百職缺，誠摯邀請熱愛旅遊產業的你，與我們一同創造無限可能！

▶詳細職缺可查詢可樂旅遊104人力銀行網頁。



EDITORIAL | 旅奇社論

02 戰火不止、燃油上漲
短線成為避風港

COVER STORY | 封面故事

08 高振添的經營學
隆祥旅行社如何靠「分眾、整合、
包機」實現業績連年翻倍？

MARKET TRENDS | 市場趨勢

10 戰火下的旅遊轉移效應 安全考量促進
歐洲旅客激增 旅遊局積極布局2026年商機

AIRLINES | 航空飛訊

- 12 虎虎生風 再創高峰 台灣虎航超復古春酒登場
華航推出全新機上旅行包
國泰航空榮獲《AirlineRatings》多項殊榮
台北市航空運輸公會交接
星盟啟用洛杉磯轉機支援中心
感謝同業支持 越航2025繳出30年來最佳表現
紐航×紐觀局 攜手締造2025亮眼佳績

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

15 尊榮假期舉辦業界首場偏鄉孩童訪船活動

JAPAN | 和風日本

18 長榮航空直飛青森 旺季加碼每日增班

BUSINESS INSIGHT | 企業經營學

19 豈止於服務、更專注於完美
搬家界的精品——創勝包裝

TRADE TALK | 旅業大小事

- 24 僑興旅行社舉辦疫後首場斯里蘭卡推廣會
大榮旅遊集團 擘劃2026「榮馬精神」新局
台鋼燦星國際立下2026年3大目標
布局2026年！鼎運以6大趨勢重塑旅遊版圖
長汎假期期許2026繼續站在高崗上
企業差旅之王 金龍旅遊展現全新形象
加州俱樂部Club California 目的地全明星陣容
韓國忠清北道來台舉辦2026旅遊說明會
韓國春意正濃！跟著TAIWAN ONLY探索中部城市魅力
世群旅行社 歡慶35週年暨喬遷之喜
僑興春酒展望新興市場 一起「韌性」成長
低奢代名詞 帛琉太平洋度假村搶攻台灣
新北市旅行公會2026感恩春酒 新任理事長張志成
提出3大核心目標 助力同業再創佳績
眾望所歸 彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲連任
旅青會致力擔任消弭產業斷層的溝通平台
紅牛旅遊10週年春酒盛大舉行 宣示數位轉型

DESTINATION | 實地探訪

38 濟州島全面升級！主推ESG、MICE、親子
與四季旅遊產品 深化台韓連結

榮譽顧問／夏克堅
Frank Hsia
發行人／黃秀春
Josephine Huang

社長兼總經理／歐彥君
Winnie Ou
國際市場部部長／劉厚志
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／謝旻蓓 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／黃千珮 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

TPE ▶

◀ PRG

華航直飛布拉格

增航每週3班



全新服務接駁巴士	出發	抵達	營運日	更多詳細接駁資訊
布拉格機場-德勒斯登車站	09:30am	11:30am	三/五/日	
德勒斯登車站-布拉格機場	06:00am	08:00am	三/五/日	

中華航空
CHINA AIRLINES
 The best carrier from Taiwan



隆祥旅行社
LONG SHINE TRAVEL SERVICE

高振添 的經營學

隆祥旅行社如何靠

「分眾 整合 包機」實現業績連年翻倍？

隆祥旅行社（以下簡稱隆祥）邁入第31個年頭，在旅遊業高度競爭的環境下，董事長高振添帶領公司走出了一條與眾不同的路。透過精準的「分眾市場」與強大的「資源掌控」，不僅在後疫情時代迅速復甦，更創造了令人矚目的業績奇蹟。



▲（左起）隆祥旅行社總經理林宜靜、董事長高振添。

打破大眾旅遊紅海！鎖定「全素食」與「醫護隨行」利基點 以包機策略與一條龍資源 築起日本旅遊市場競爭護城河

撰文／張偉浩 攝影／江凱 圖片提供／本刊圖庫

隆祥旅行社董事長高振添分享，隆祥的成長動能極為強勁。2025年的整體業績較前1年幾乎翻倍成長。這股氣勢延續到了2026年，預計業績將較去年成長1倍。除了包機策略奏效外，表現最亮眼的莫過於「特殊旅遊路線」，包含全素食旅遊與醫護隨行（洗腎／透析）團，這2個部門的業績成長幅度高達150%。以素食團為例，最初僅規劃每月1團，隨後需求爆發，目前已發展到每月穩定出團6至8團，透析團更是一上架就秒殺的盛況。另外還有運動旅遊（自行車、馬拉松、高爾夫）、農業交流團、MICE旅遊。高振添自豪地表示，在特殊旅遊領域，隆祥已成為業界的標竿。

包機掌握獲利關鍵 深耕日本東北與大陸張家界

包機策略是隆祥掌控機位資源、確保獲利的關鍵。其中日本福島，目前維持每週2班、固定120席機位。首年包機的達成率約為89%，次年則提升至92%以上，載客表現極為穩定。另外，大陸張家界預計於6月底啟動，包下海航深圳往返張家界的機位，每週3班，主打5天與6天的產品，並預先包裝多樣星級飯店，以自由行旅遊吸引客群。

未來布局，隆祥於2026年取得東京、大阪、福岡、四國穩定機位，旨在擴大全台客源市場。更令人期待的是，2027年將推出全球首創的萊茵河全素食河輪產品，以及西伯利亞素食鐵路之旅，目前已積極與當地溝通評估可行性，讓老顧客引頸期盼。

價格戰轉向「體驗」與「資源」高振添 3大經營策略

1 垂直整合的一條龍經營

為了確保品質，高振添強調「資源掌控」的重要性，目前公司正規劃在福島直接買下2家飯店進行投資，並與當地巴士公司簽訂保障合約，解決旺季缺車與漲價問題。這種一條龍的整合策略，能將品質控制在自己手中，做到「業界最好、最實在」。

2 解決痛點的分眾藍海

旅遊業的未來在於能否解決消費者的不便。過去素食者在團體旅遊中常被視為「二等公民」，隆祥透過實地考察每一間餐廳與飯店，並與專業素食營養師合作，將素食團打造成秒殺產品。針對原本難以出國的洗腎病友，公司則安排醫護人員隨行，並預約當地大型醫院的透析資源。

3 航點開發的差異化思維

隆祥選擇避開人潮過度擁擠、競爭激烈的熱門城市，轉而開發景點豐富且適合團體、自駕的2線城市，如日本東北與四國。高振添指出，福島擁有豐富的自然景觀且四季分明，未來將開發蒸汽火車等特殊行程，能創造出更具差異化的產品。



透析旅遊部門 開創洗腎友「彩色人生」

隆祥旅行社協理林軒羽表示，部門核心優勢在於專業護理配置，每團必配備擁有30年以上臨床經驗的護理師，並維持1:8的高服務標配比，並嚴選氣候適宜的旅遊路線。為確保安全，部門會在報名前進行嚴格的醫學數據審核，並與海外院所合作，預先提供病歷。雖然團費較一般旅遊團高出約3成，但包含專業護理與當地中文翻譯陪同，讓腎友與家人能安心旅遊。目前正積極培訓更多護理人才，並擴展如克羅埃西亞、瑞士等歐洲透析路線。



▲隆祥旅行社協理林軒羽（前排中），與團隊合影。



深耕日本30載 打造高CP值深度主題遊

隆祥旅行社日本線部長李靜汶特別強調「官方資源」，透過長期與日本各地方政府（如福島、愛媛）的緊密合作，取得穩定的飯店與交通資源。其產品特色在於深度文化體驗，包含參與季節限定的祭典以及推廣運動主題旅遊，如馬拉松、單車及高爾夫行程。近期熱推的「四國7天3溫泉」行程，主打桃園直飛愛媛松山，跳脫常規天數，行程涵蓋香川、愛媛、高知3縣，定價不到5萬元，以極高的CP值鎖定中高齡與退休族群。



▲隆祥旅行社日本線部長李靜汶（左1），與團隊合影。



歐洲精緻客製化 直營地接控管品質

隆祥旅行社總經理林宜靜表示，歐洲早期以帶領客戶參加各式國際會議展覽旅遊為主，後期轉為服務客製化員旅團、深度歐洲旅遊，定位為中高價位的深度遊。人力配置上堅持「台灣領隊+當地中文導遊」的雙導遊體制，避免翻譯造成的精華流失，大幅提升旅客的互動感與滿意度。針對中南部旅客還提供「6人即派9人座小巴接送至機場」的貼心安排。展望未來，歐洲部計畫開發摩洛哥、葡萄牙、東歐、北歐以及河輪等新興路線，並將透析旅遊的專業延伸至克羅埃西亞、瑞士。



▲隆祥旅行社總經理林宜靜。



同業部門共享包機資源，共創市場雙贏

隆祥旅行社業務部經理謝宜璋表示，隆祥重心從直客轉向同業合作，目前同業佔比已達7成。核心任務是「分享資源」，將公司辛苦取得的包機位資源、與其他航空的系列機位，分享給全台旅行社同業共同銷售。此外，由於與日本地方政府合作緊密，隆祥能提供具競爭力的後退利潤與穩定的產品質量，讓合作夥伴放心將客人交託。未來，該部門也計畫將這套成功的資源分享模式延伸至歐洲長線產品，協助更多中小型同業拓展高端及客製化市場。



▲隆祥旅行社業務部經理謝宜璋（前排右），與團隊合影。



行銷部門：數位轉型，用短影音抓住年輕族群

隆祥旅行社行銷經理高嘉呈表示，行銷是隆祥近年轉型的關鍵引擎，自2024年起啟動數位行銷戰略，專注於社群平台的精準投放。產出短影音（Vlog），以不到1分鐘的趣味內容呈現旅遊亮點，有效提升了互動率與點閱率。成功將隆祥的品牌形象年輕化，並累積大量潛在客戶名單，再由專業業務團隊進行後續轉單服務。數據顯示，在行銷部門的助攻下，團量成長約8%，整體營業額成長了近20%，顯示數位宣傳能有效帶動高單價產品的銷售。



▲隆祥旅行社行銷經理高嘉呈（前排右），與團隊合影。

戰火下的旅遊轉移效應 安全考量促進歐洲旅客

深度與主題化趨勢興起 台灣旅客高消費力與回訪率突顯市場價

根據聯合國世界觀光組織（UN Tourism）統計，歐洲於2025年共接待7億9,300萬人次旅客，年增3.8%，較疫情前高出6.4%，顯示在報復性旅遊熱潮趨緩後，市場仍維持穩定成長動能。此外，近期中東戰事的發生更致使旅客需求的轉移，旅客對安全的感知逐漸成為旅遊目的地選擇的重要考量，為避免戰事所帶來航班、油價上漲導致成本提升等不確定因素，旅客開始轉往相對穩定與安全性的歐洲地區，從而推動歐洲旅遊的成長。



▲歐洲旅遊位居全球第1名，在報復性旅遊熱潮消退後仍受全球旅客歡迎。

歐洲在台旅遊局看市場

瑞士國家旅遊局

永續串聯主題性旅遊 季節性產品分散旅客

疫後明顯可見人們從追逐打卡熱點，逐漸轉向探索特色景點與秘境，並追求深入當地的旅遊體驗。瑞士在過去即強調以「永續」作為產品設



▲透過瑞士的旅行通行證，可在購買天數內暢搭全國火車、巴士與渡輪。



▲瑞士國家旅遊局大中華區主任常典娜。

計核心，透過區域分散／季節分流、鼓勵使用瑞士成熟的大眾運輸，以及推廣自然體驗等方式，期以達到紓解過度集中的旅遊人潮，同時提升旅遊品質。其中，瑞士的戶外、文化、列車等主題產品，也成為主題性旅遊建興的趨勢下相對熱門的選擇。

根據瑞士國家旅遊局數據顯示，台灣在2024年在瑞士的過夜人次已超越疫前，其中也可明顯觀察到FIT佔比逐漸提升，其中不乏為家庭與小型團體旅遊，瑞士旅遊通行證銷售量較疫情前成長2倍，反映自由行旅客對於交通的高度依賴。此外，台灣旅客在頭等艙火車票銷量更高於全球平均，且經常選擇購買15天旅行通行證，對於高品質產品的追求、停留天數長都可足見台灣為高價值的旅遊市場。瑞士將台灣視為成熟且具備潛力的重要客源地區，因此在推廣策略上除透過舉辦大型活動深化與同業、直客的連結，今年更與KOL合作影音產品強化市場行銷與雙方文化交流。行銷重點不是在於引客前往瑞士，而是期望透過提供深入、多元的旅遊體驗，回應市場對於高品質及深度的旅遊需求。

法國旅遊發展署

獨旅成風潮 受惠巴黎奧運旅遊人次

疫後法國旅遊市場呈現明顯轉變，旅遊型態開始朝向個人化與彈性化，獨旅需求顯著增加，尤以女性與年輕族群（大學生族群）更傾向「說走就走」，突破過去以結伴同行為主的模式。同時，旅客由過去多點式觀光，轉為以單一主題或動機為核心，例如參與馬拉松或品嚐勃根地形式上，近年自由行（FIT）持續成長，但因客製化行程的需求仍在，目前團體與自由行運動、文化與身心靈療癒等行程逐漸受到青睞。



▲法國在疫後獨旅族群次尤為明顯。

受惠於2024年巴黎奧運帶來的基礎建設增強。目前台灣赴法國旅遊市場已恢復至疫力強、重視旅遊品質、且回訪率高，因而成未來在市場策略上，法國將積極推動主題式展、同業拜訪及媒體邀訪等方式深耕台灣市直飛歐洲其他城市的航線設計，也能進一步

激增 旅遊局積極布局2026年商機 值 多元旅遊體驗與航空助力人次成長

撰文·攝影／陳妍潔 圖片提供／本刊圖庫、捷克觀光局

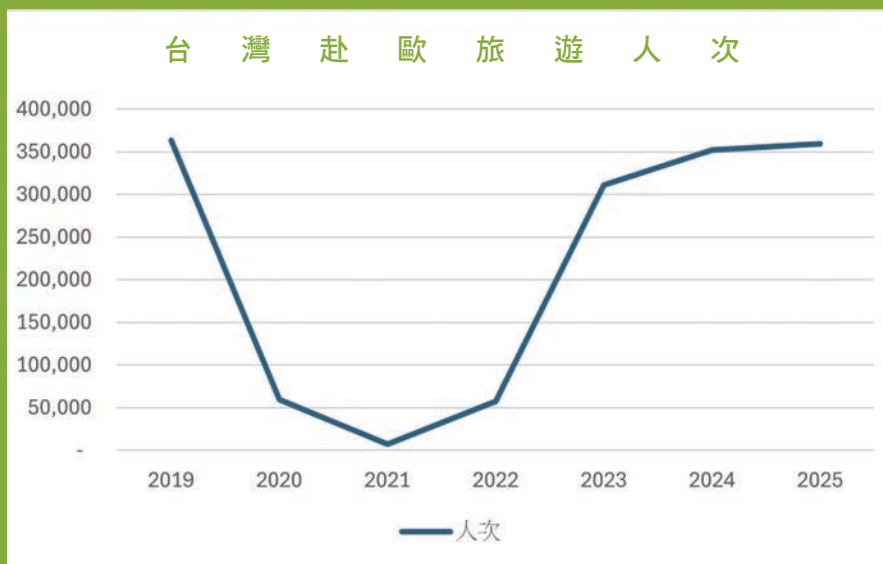
這篇文章想告訴你什麼？

1. 疫後全球旅遊回溫，歐洲旅遊型態變化
2. 以觀光局角度看台灣赴歐旅遊市場趨勢
3. 針對重要的台灣客源市場，歐洲旅遊局行銷推廣計畫

歐洲旅遊熱度居冠 台灣赴歐人次穩定成長

直至今日，歐洲仍是位居全球熱門旅遊目的地，隨著全球旅遊回溫，旅客的型態有逐漸產生轉變，別於疫前人們趨向「打卡熱門景點」，旅客開始追求深度體驗、文化探索與永續旅遊。據交通部觀光署資料，疫後台灣赴歐旅遊人次亦持續回升，依目前增長幅度觀察，今年有望逼近甚至超越疫情前水準，台灣旅客更憑藉高消費力、長天數停留及高回訪率，在歐洲亞洲客源市場中占有一席之地。隨著台歐航點與航班持續加密，也將進一步帶動整體旅遊市場回溫。

為因應旅遊型態的轉變及促進人次成長，歐洲各國旅遊局亦從旅遊產品的推廣方向，到行銷策略的調整，滿足旅客不斷變化的需求，本次專題透過多個在台歐洲旅遊局的分享，帶讀者一窺台灣赴歐旅遊市場的最新動向。



▲據交通部觀光署統計，台灣赴歐旅遊在疫後恢復迅速，顯見台灣旅客對於歐洲旅遊的喜愛。

新計畫搶攻2026年商機

捷克觀光局

航空助力旅遊增長 美食、運動成推廣主題

於亞洲市場來說，由於台灣往來歐洲直飛航點多元，因此旅遊人次受到中東戰事的影響相較日本市場較小。此外，除中華航空將於4/2於布拉格航線增至每週



▲隨著米其林評選拓展至全國，捷克當地入選餐廳大幅增加，美食將成為其在未來推廣主軸。



▲捷克觀光局日本兼台灣辦事處主任巴士杰。

3班外，星航空也將於8/1起開航每週3班直飛布拉格航線，更預計於10月增至每週4班，在航班穩定增加的助力下，不僅將有益提升捷克旅遊人次，台灣更可望成為亞洲轉機至捷克的重要樞紐。因應疫後報復性旅遊熱潮退燒，捷克觀光局積極透過多元旅遊主題推廣吸引旅客，今年觀光局更提出「Feel Free」作為品牌概念，強調「自由、多元、不受限制」的旅遊體驗，同時打破過去外界對捷克多為「建築觀光」的既定印象，轉而傳達旅客在捷克可以依照自身興趣與節奏，自由選擇各種體驗，更反映出捷克隨性、不受拘束的國家特質。

在主題性旅遊中，美食將成為捷克主題旅遊的重要賣點。隨著米其林評選不再侷限布拉格、入選餐廳遍及全國，結合米其林美食的行程設計，不僅貼近台灣旅客喜好，也能引導旅客深入探索首都以外城市。同時，隨著再訪旅客增加與深度旅遊需求提升，市場也逐步從奧捷等雙國行程，延伸至單國深度與東部新區域開發，朝向更成熟、多樣且高附加價值的旅遊市場邁進。

增長



▲法國旅遊發展署台灣區代表翁淑惠。

增加，其中以女性增長人。紅酒，顯示目的導向旅遊成為主流。在旅遊旅客時間有限且重視品質，透過旅行社規畫約呈五五比。隨著主題式與深度旅遊興起，如馬拉松賽事旅遊、酒莊體驗及朝聖之升級與國際曝光紅利，法國旅遊吸引力持續情前水準，台灣雖人口規模有限，但消費能為法國觀光業者積極經營的重要市場之一。旅遊，並與當地業者合作，透過說明會、旅場，提升產品曝光與銷售力，同時藉由台灣提升旅遊吸引力。

虎虎生風 再創高峰 台灣虎航超復古春酒登場

黃世惠：台虎只有入職潮 公司將全力與同仁建立倍授信賴的航空品牌

撰文・攝影／王政



▲台灣虎航春酒晚宴以「虎野人ㄟ好日子」為主題，展現出獨有的活力與特色。



▲台灣虎航董事長黃世惠（右）、營運長賴俊迪一同為精彩的開場舞畫下完美句點。



▲（左起）台灣虎航營運長賴俊迪、董事長黃世惠、商務長許致遠、財務長賈璋中。



▲台灣虎航董事長黃世惠（中）舉辦授階典禮，歡慶機師夥伴更上一層樓。



▲台灣虎航董事長黃世惠（左4）為榮獲年度最佳員工的五虎將們頒發獎牌。

為了感謝同仁與合作夥伴的大力支持，台灣虎航（6757）特別於3/20假大直典華舉辦春酒晚宴。現場除了席開50桌的超大規模外，更安排拍貼機、台虎週邊商品限購專區、樂虎卡申辦區，以及知名飲料一沐日帶來的多樣精選飲品，加上「虎野人ㄟ好日子」的春酒主題，讓當天湧進數百位身著復古造型的台虎同仁們，宛如穿越回到過去的錯覺，也展現出專屬於該企業的独特巧思與活力。

隨著活動正式開始，由董事長黃世惠、營運長賴俊迪、商務長許致遠、財務長賈璋中共同率領台虎主管們帶來精彩的開場舞，黃世惠更特別穿上40年前

媽媽預先準備的嫁妝—「復古大衣」，不僅呼應春酒主題，更宣示著已嫁給最熱愛的台虎，並將與其一同成長、共創美好未來。

黃世惠致詞時表示，感謝同仁與夥伴的支持，讓台虎成立以來即使經歷風風雨雨，也能穩健走到今日，無數的感激並非三言兩語能道盡。近期台虎同樣面臨眾多挑戰，許多不實的報導也讓關心的各界夥伴擔心，黃世惠強調，台虎沒有離職潮，只有源源不斷想要加入的人潮，如2026年首場客艙組員招募，便吸引數千人報名，爭奪僅2.5%的錄取門檻，展現出各界對於加入台虎這個大家庭的嚮往。



▲台灣虎航營業銷售部經理王瀛發（左4）率領營業夥伴合影。

放眼未來，台虎將依循「領航四部曲・定義新飛行」的計畫逐步推出新穎服務，也期盼同仁們都能當台虎的營業與人資尖兵，邀請更多夥伴加入，台虎也將會竭盡全力照顧好每位同仁，讓同仁們能心無旁騖照顧每位客戶，共促台虎成為消費者信賴、市場最具活力與代表性的航空品牌。



▲台灣虎航春酒特別邀請合作緊密的夥伴們共襄盛舉。



▲台灣虎航業務管理處協理林巧琬（右2）與競賽獲獎的同仁合影。



◀春酒當日舉辦眾多活動，豐富大獎外搭配有趣的競賽，讓現場氣氛持續沸騰。

華航推出全新機上旅行包

攜手2大國際知名品牌 內容物大幅升級

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



▲中華航空首度攜手紐約時尚精品Marc Jacobs與丹麥多方位設計品牌FRAMA，推出全新升級的機上旅行包。

中華航空推出全新升級的機上旅行包，首度攜手紐約時尚精品Marc Jacobs與丹麥多方位設計品牌FRAMA，全新旅行包自3/28率先於布拉格航線亮相，5月起陸續於美洲、歐洲、澳洲等長程航線登場。豪華商務艙特別推出2款包型，豪華經濟艙則結合Marc Jacobs標誌設計元素旅行包皆附有Marc Jacobs品牌的眼罩及整線器。此外，豪華商務艙內容包括FRAMA的保養產品，如護手霜與護唇膏，亦包含竹製環保潔齒套組、口腔清新噴霧與折疊鏡梳，不但適合機上使用，更驚喜加入實用3C配件，包括多插頭萬用快充充電線與手機掛繩。豪華經濟艙同步升級保養品容量，並提供同色系折疊拖鞋，進一步完善旅程體驗。

台北市航空運輸公會交接

立榮航空董座陳永裕出任理事長一職

撰文／王政 圖片提供／立榮航空



▲（左起）台北市航空運輸公會第12屆理事長陳大鈞、常務監事莊明哲、第13屆理事長陳永裕。

台北市航空運輸公會於3/24召開第13屆第1次會員大會暨第1次理監事聯席會，會中同時舉行理監事及理事長改選。

經過一致票選下，新任理事長由立榮航空陳永裕董事長擔任，並派任立榮航空企劃室經理鄭智中為秘書長，同時感謝第12屆理事長一華信航空董事長陳大鈞及秘書長劉守恕在過去任內的用心付出。

國泰航空榮獲《AirlineRatings》多項殊榮

優質機上設施服務屢獲肯定 注資提升飛行體驗

撰文／陳妍潔 圖片提供／國泰航空



▲國泰航空展現穩定品質，榮獲《AirlineRatings》2026年全球最佳航空公司多項殊榮。

國泰航空於國際航空安全與產品評級機構《AirlineRatings》公布的「2026年全球最佳航空公司」評選中獲得多項殊榮，包括榮登「全球最佳全服務航空公司」第2名，並以全新爾雅商務艙（Aria Suite）榮獲「全球最佳商務艙」，同時獲頒「全球最佳航空公司品牌貴賓室」獎項。此外，國泰貨運榮獲「全球最佳航空公司品牌貨運營運商」大獎，香港快運（HK Express）則榮獲「全球最佳低成本航空公司」大獎。展望未來，國泰航空將持續投資逾港幣1,000億元於機隊更新、機上及地面產品，以及數位創新等多個領域，進一步提升顧客體驗，並鞏固香港作為全球領先的國際航空樞紐的地位。

星盟啟用洛杉磯轉機支援中心

提供無縫轉機強化北美最繁忙轉機樞紐之一

撰文／王政 圖片提供／星空聯盟



◀星盟聯盟於洛杉磯國際機場啟用全新的「轉機支援中心（Star Connection Centre）」，為聯盟在全球設立的第9個服務據點。

為進一步落實在全球航網中提供多家航空業者順暢無縫的轉機體驗，星空聯盟即日起於洛杉磯國際機場（LAX）正式啟用全新的「轉機支援中心」，這也是星空聯盟在全球設立的第9個服務據點。每年有超過35萬名旅客透過星空聯盟成員航空公司在洛杉磯國際機場轉機，使其成為星空聯盟在全球最重要的轉機樞紐之一。

星空聯盟用戶體驗副總裁Ambar Franco表示，當轉機時間緊迫時，每分秒都至關重要，我們目標是讓旅客在安排多家航空公司的航班時，都能一路順暢。在轉機支援中心，各家成員航空公司攜手合作，無論旅客搭乘的是哪一家航空公司，都能獲得一致的服務體驗，這也正是星空聯盟的核心精神。

感謝同業支持 越航2025繳出30年來最佳表現

今年2月營收刷新歷史紀錄

積極提升運能滿足市場旺盛需求

撰文・攝影／王政



▲為感謝夥伴的大力支持與貢獻，越南航空特別於3/19假喜來登舉辦感恩春酒，並頒發年度績優業者，以感謝各界長期力挺越南航空。



▲（左起）品冠旅遊執行長關宏文、東南旅遊資深協理林家宏、允陽旅行社總經理陳秋萍、盈達旅行社總經理陳靜華、聯達旅行社副總經理吳雨菁、鴻毅旅行社董事長蔡家煌、越南航空台灣分公司總經理陶長流（Dao Truong Luu）、駐台北越南經濟文化辦事處代表潘喬鐘、長福旅行社總經理謝月里、帆華旅行社董事長黃美珠、信安旅行社副總經理梁右承、山富旅遊總經理陳宜融、世界旅行社副董事長黃竣銘。

作為飛航台越之間的天空橋梁，越南航空一直是同業包裝的絕佳選擇之一，也成為消費大眾出遊的首選，更在2025年繳出亮眼的營運成績。為感謝夥伴的大力支持與貢獻，越南航空特別於3/19假喜來登酒店舉辦感恩春酒，並頒發年度績優業者，以感謝各界長期力挺越南航空。

當天特別以中文全程分享的**越南航空台灣分公司總經理陶長流（Dao Truong Luu）**表示，由於合作夥伴的大力支持，讓越航在2025年無論客／貨

運、營收、台灣的飛安及出發準點率都刷新紀錄，達到進入台灣市場30年以來最亮眼的成績。值得一提的是，這股強勁的成長動能更延續到2026年，2月份寫下單月營收的歷史新高，這一切都離不開長期合作夥伴的信任與支持。為了回應市場的支持，越航也持續提升服務運能，包括夏季班表起，除了台北出發河內與胡志明市都維持Daily外，原先也提供Daily服務的高雄，針對河內將新增每週二四六，以及胡志明市每週一三五



▲越南航空台灣分公司總經理陶長流（Dao Truong Luu）（中）率領同仁感謝旅業夥伴大力支持。

日的新航班，加上能順暢銜接倫敦、巴黎、法蘭克福、莫斯科、米蘭等歐洲航點，全方位滿足市場所需。

越南航空績優業者

白金代理：品冠旅遊、東南旅遊、允陽旅行社。
金級代理：盈達旅行社、鴻毅旅行社、聯達旅行社、長福旅行社、帆華旅行社、信安旅行社、山富旅遊、世界旅行社。

紐航×紐觀局 攜手締造2025亮眼佳績

紐航台灣航線榮登全球績效之冠 訪紐遊客破5萬5人次

撰文／張偉浩 攝影／王相涵

為感謝台灣旅遊業界夥伴在2025年度對紐西蘭旅遊市場的卓越貢獻，並回顧這一年來攜手合作所達成的豐碩成果，紐西蘭航空與紐西蘭觀光局共同主辦「2025年卓越貢獻代理商感恩午宴」。活動邀請多位核心合作夥伴出席，共同慶祝台灣市場強勁成長動能。

紐西蘭觀光局大中華區旅業總監陳燕敏表示，截至今年1月的過去1年內，造訪紐西蘭的台灣遊客已達55,767人次，不僅較去年同期增長11%，更已超越疫情前2019年同期的53,720人次。這項佳績不僅歸功於紐西蘭自身的旅遊魅力，包括壯麗的自然景觀、豐富的戶外活動、優質美食及當地人的熱情好客，更是代理商夥伴與航空公司共同努力的成果。陳燕敏坦言，儘管國際情勢與經濟波動可能影響旅客信心，但紐西蘭憑藉其「純淨」與「安全」的地理優勢



▲（第2排左4起）紐西蘭觀光局大中華區旅業總監陳燕敏、紐西蘭航空亞洲及歐洲英國總經理張楊（Jonathan Zhang），與紐西蘭航空、紐西蘭觀光局團隊、代理商合影。

與品牌形象，成為許多長途旅客的首選避風港。她期許未來業者能持續優化產品，將紐西蘭從「世外桃源」轉化為遊客地圖上的必訪目的地。

紐西蘭航空亞洲及歐洲英國總經理張楊（Jonathan Zhang）也特別從總部赴台，表達對台灣夥伴的感激之情。張楊表示，紐西蘭航空台灣團隊展現了「小團隊大力量」，在過去2個月的春節期間，台灣航線表現更榮登紐西蘭

航空全球單線航班第1名，超越了洛杉磯、東京等熱門航點。為了回饋合作夥伴並提升旅客體驗，張楊宣布紐西蘭航空將持續優化服務。自今年4月起，紐西蘭航空將逐步恢復B787機隊的運能，預計7月份將達成100%的運力，並引入最新的客艙體驗與設施。他強調，紐西蘭航空會全力支持代理商，減少作業麻煩，並期許在新的年度裡，與大家共同創造更高的收益與更完美的旅客服務。



尊榮假期舉辦業界首場偏鄉孩童訪船活動

參訪MSC郵輪 開拓學童國際視野 回饋社會 展現品牌價值

撰文・攝影／陳妍潔



▲沙坑國小校長楊架捷（中）致贈感謝狀給尊榮假期經理劉奕樑（左）與MSC地中海郵輪台灣市場經理謝孟瑾（右）。▲尊榮假期舉辦「小小哥倫布 夢想啟航」MSC地中海郵輪榮耀號訪船活動，邀請偏鄉孩童親身體驗郵輪魅力。



▲新樂國小及瑞峰國小分別致贈感謝狀給尊榮假期、MSC地中海郵輪與國際同濟會台灣總會竹苗分區。

旅遊業領導品牌「尊榮假期」偕同國際同濟會台灣總會竹苗分區，於3/18特別邀請新竹偏鄉小學的學童登上豪華郵輪MSC地中海郵輪榮耀號（MSC Bellissima），進行實地參訪體驗。此舉不僅讓偏鄉學童開啟國際視野，同時向業界展現了尊榮假期深耕品牌價值、堅持「施比授更有福」的感恩企業文化。

親身體驗郵輪魅力 啟發孩童探索世界好奇心

尊榮假期以「小小哥倫布」為主題，為來自新竹偏鄉的學童們精心規畫一場獨特的郵輪生活與航海文化體驗，並邀請新樂國小、沙坑國小及瑞峰國小的學童們，分組參觀榮耀號上先進的設施、各式餐飲以及娛樂場所等，親身探索榮耀號奢華旅遊體驗、感受多元的娛樂與服務，從中學習跨國界的人文知識與航海歷史。此次台灣業界首創的沉浸式登船參訪活動，旨在打破地域限制，讓資源相對匱乏的孩童們透過親身體驗，培養

對世界的探索精神與學習興趣，為他們的心中播下國際視野的種子。

開闢孩童夢想新大陸 拋磚引玉盼企業一同響應

身為MSC郵輪的首選代理品牌，尊榮假期深信，一家優秀的企業不僅是追求利潤和商業價值，更應是懂得感恩與分享的團體。尊榮假期總經理劉奕樑表示，由於自身相當熟悉MSC郵輪，且在其進入台灣市場後也做出相當好的成績，然而他亦看到現仍有許多人沒有踏上郵輪的經驗，藉由自己是扶輪社成員的身分，因此特別與國際同濟會台灣總會竹苗分區合作，讓偏鄉小孩能夠親身

感受郵輪的魅力。尊榮假期訪船活動特別以「小小哥倫布 夢想啟航」為名，旨在期盼來參與的每位小朋友都能成為哥倫布，持續開闢自己的新大陸，並透過此次訪船成為其開拓夢想的契機點，並建立國際觀與構築廣大的夢想。

劉奕樑提到，期望透過這個活動能夠拋磚引玉，讓更多人能響應類似的活動。並感念尊榮假期之所以能穩定成長，皆源於社會給予的資源與信賴，因此更著力將商業成功轉化為社會回饋的力量。這場活動不僅是郵輪旅遊推廣，更是尊榮假期向大眾傳遞其核心價值觀「尊榮之前，必有謙卑」，未來也將舉辦更多相關活動，展現企業對於社會的關懷。



▲透過訪船活動，讓偏鄉孩童們都能開拓國際視野，並構築自己遠大的夢想。



限量銷售特價

- 長榮 | 北陸輕旅行五日 7/14、7/20 \$31,900起
- 長榮 | 關西絕景古韻之旅五日 5/5、5/19 \$30,900起

觀光列車



- 長榮 | 玩美北陸 雪月花列車絕景之旅六日 6/9 \$65,900起
- 長榮 | 京都丹後雙鐵浪漫觀光列車五日 6-10月 \$36,900起
- 長榮 | 伊豆秘境海景列車五日 5/13、6/10.24 \$47,900起
- 長榮 | 青森東北愉快列車EMOTION六日 7/24 \$79,900起
- 長榮 | 青森愉快列車EMOTION東北雙鐵道六日 6/13、9/5 \$69,900起



至福列車



雪月花列車

祭 2026東北4大祭典團

- 長榮 | 東北魂 祭典極緻旅程六日 8/2 \$72,900起



春日賞花遊

- 長榮 | 北海道春夏輕鬆遊五日 5/18、6/1.15 \$45,900起
- 長榮 | 北海道花海浪漫行五日 5/4 \$48,900起
- 長榮 | 東北櫻花名所六日 5/3 \$56,900起
- 長榮 | 立山雪壁紫藤花六日 4/26、5/15 \$47,900起
- 日航 | 立山雪壁紫藤花六日 4/15.18、5/12 \$53,900起
- 長榮 | 立山芝櫻紫藤祭五日 4/16.21.30、5/4.9 \$54,900起
- 長榮 | 關東富士芝櫻饗宴五日 4/27 \$39,900起



夏日風情

- 長榮 | 匠心東北深度體驗之旅五日 5/9、5/16、5/30、6/6、6/13、6/20 \$45,900起
- 長榮 | 東北沁涼夏日行五日 6/13、6/20、7/1、7/21 \$45,900起
- 長榮 | 東北巡禮仙台青森雙城物語五日 7/7、7/14 \$45,900起
- 長榮 | 東北宮城、山形、新潟五日 7/1、7/21 \$43,900起
- 長榮 | 伊豆秘境海景列車五日 6/10、6/24 \$47,900起
- 長榮 | 浪漫百選溫泉伊豆雙銀水漫遊鐵道五日 7/3、7/17、7/31 \$50,900起
- 長榮 | 關東甲信清涼避暑五日 7/7、7/21、8/4 \$41,900起
- 長榮 | 南東北夏日風情之旅五日 7/7、7/21、8/4 \$45,900起
- 長榮 | 中部北陸信州尾張沁涼五日 7/6、7/14、7/20、7/28、8/3 \$39,900起
- 長榮 | 京阪神奈4都環球五日 6/28、7/12、7/19、7/26、8/2 \$43,900起
- 長榮 | 四國人文經典巡禮五日 7/12、7/26、8/9 \$42,900起
- 長榮 | 經典四國山陰巡禮五日 7/12、7/26、8/9 \$42,900起
- 長榮 | 九州涼夏遊五日 6/7、6/8、6/15、6/21、7/6 \$37,900起



名生旅遊
MING-SHENG TOUR

(02) 25027588
www.msttour.com.tw

交觀綜字第2162號 品保協會北1417號



北海道

- 長榮 | 北海道東花仙子 浪漫春色五日 6/3 \$42,900起
- 長榮 | 秘境北海道五日 6-9月 \$47,900起
- 長榮 | 盛夏北海道五日 6-9月 \$45,900起

東北

- 長榮 | 匠心東北深度體驗之旅五日 4-6月 \$45,900起
- 長榮 | 東北經典名景全覽六日 5/10 \$51,900起
- 長榮 | 東北魂 祭典極緻旅程六日 8/2 \$72,900起
- 長榮 | 青森東北愉快列車EMOTION六日 7/24 \$79,900起
- 長榮 | 青森愉快列車EMTION東北雙鐵道六日 6/13、9/5 \$69,900起

關東

- 長榮 | 楓紅東北經典六日 10/20.24 \$59,900起
- 長榮 | 青森仙台秘境之旅六日 6/5 \$56,900起

關東

- 長榮 | 初夏關東松綠五日 7-9月 \$42,900起
- 長榮 | 南東北夏日風情之旅五日 7-9月 \$45,900起
- 長榮 | 關東甲信清涼避暑五日 7-9月 \$41,900起



中部北陸

- 長榮 | 北陸輕旅行五日 7-9月 \$31,900起
- 長榮 | 春日行立山雪壁古都風情五日 4/14、4/21 \$46,900起

關西

- 長榮 | 玩美北陸 雪月花列車絕景之旅六日 6/9 \$65,900起
- 長榮 | 北陸、阿爾卑斯、飛驒五日 7-9月 \$41,900起

關西

- 長榮 | 關西絕景古韻之旅五日 5/5.19 \$30,900起
- 長榮 | 京都丹後雙鐵浪漫觀光列車五日 6-10月 \$36,900起

關西

- 長榮 | 關西深度文化美景探索五日 5-6月 \$41,900起
- 長榮 | 春日福井風情之旅六日 5/26 \$46,900起

關西

- 長榮 | 京阪丹後伊根五日 4/20 \$27,900起
- 長榮 | 關西古都千年鵜飼巡禮五日 5-10月 \$39,900起
- 長榮 | 大阪丹後京都五日 6/23 \$32,900起

四國

- 長榮 | 道後四國湯旅五日 5/3.17 \$39,900起
- 長榮 | 道後四國湯旅賞櫻五日 4/5 \$35,900起
- 長榮 | 四國人文經典巡禮五日 7/12.26、8/9 \$39,900起

九州

- 長榮 | 九州涼夏遊五日 5-9月 \$37,900起
- 長榮 | 九州輕旅行五日 5-9月 \$32,900起



長榮航空直飛青森 旺季加碼每日增班

搭屋形船體驗八戶文化

享十和田藝術啖美食

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊



位於日本本州最北端的青森縣，以壯闊自然景觀與濃厚地方文化聞名，近年更透過交通便利化與多元觀光內容，持續吸引國際旅客目光。自台灣出發搭乘長榮航空直飛航班，大約3.5小時就能抵達青森機場，為了引領旅客感受更深度的青森之美，長榮航空青森航線自夏季班表起從原有的每週3班次增加為5班次，旺季更加碼推出每日直飛，給予行程規劃更多彈性。推薦安排串連八戶港町風情、釀酒文化與十和田市藝術美食之旅，打造更加深度的特色青森遊程。旅行同業若有任何青森縣資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

◀搭乘八戶屋形船自海面欣賞港灣景致、品味在地料理，享受舒適浪漫的青森之夜。

2026年長榮航空青森航線 夏季班表增班資訊

★長榮航空青森航線自2026年夏季班表（3/29~10/24）起，由原本每週3班增為週二、四、五、六、日出發的每週5班，並於春季（3/29~4/26）及暑期旺季（7/6~8/9）加碼擴充為每日直飛。

八戶屋形船



「八戶屋形船」以傳統日式木造船身搭配紅燈籠裝飾，營造濃厚江戶風情，結合海上觀光與餐食，可提供多種包船方案，航程大多為約1.5至2.5小時，基本可容納15至60人。餐飲依方案不同調整，包含刺身船盛、御膳料理、季節鍋物與甜點等；亦可選擇便當方案或不含餐僅乘船。含餐價位約落在每人5,700日圓至13,200日圓之間，依內容與時段有所差異，歡迎進一步諮詢利用。

◀屋形船提供豐盛的宴席料理，展現青森豐富海鮮魅力。

八戶酒造



八戶酒造可說是八戶市內最具代表性的酒造設施，使用青森縣產稻米與酵母搭配在地好水釀酒，自1775年創業至今已有超過250年歷史。境內6棟建築列入國家有形文化財、縣內重要景觀建築等，此處的好酒獲獎無數，也曾於「世界酒藏排行榜」奪冠，品質備受肯定。全年度平日皆開放酒造參觀，附加試喝體驗每人500日圓，時長約40分鐘，可透過官網線上預約。

◀八戶酒造釀造出多款屢獲國際肯定的日本酒，是到訪青森的最佳伴手禮之一。

飲酒過量有礙健康。未滿十八歲禁止飲酒

三六橫丁



▲三六橫丁匯集多間特色小店，可以體驗八戶在地夜生活。

八戶市以「橫丁文化」聞名，其中以「三六橫丁」最具代表性。由三日町與六日町串聯而成，聚集約20間小型餐飲店，空間雖小卻各具特色。最大特色為定期更新店家，持續注入新風味與話題性。旅客可品嚐牛舌、煎餃與各式居酒屋料理，深入感受青森庶民飲食文化。

十和田市現代美術館



▲館內首個展區就能欣賞澳洲藝術家Ron MUECK的巨型雕刻作品。

十和田市施行「Arts Towada」計畫將街區轉型為大型戶外美術館，核心設施就是十和田市現代美術館。展示奈良美智、草間彌生等日本知名藝術家與世界各地藝術家的作品，室內展區與戶外裝置藝術各具特色，體感藝術自然而然融入城市景觀的獨特體驗，是東北地區首屈一指的藝術重鎮。

十和田炒牛五花



▲牛五花與洋蔥透過鐵板炙烤後，濃郁肉香與甜味交織，香氣撲鼻非常下飯。

「炒牛五花」是十和田市的代表性美食，主角正是牛五花肉與大量洋蔥，搭配醬油基底的甜辣醬汁在鐵板上拌炒而成。相傳源自於二戰後三澤美軍基地前的小攤販，現今已是當地靈魂料理，也曾於B級美食競賽中獲獎，市內有40間以上的餐廳小店都能品嚐到此美味，根據店家不同各有獨特風情。

更多青森縣觀光情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

BUSINESS INSIGHT

企業經營學

豈止於服務、更專注於完美
搬家界的精品—創勝包裝



VVIP
MOVING
創勝包裝

創勝搬家

不只搬家

還搬走你的心



豈止於服務、更專注於完美 搬家

敢做夢就不只是夢想家 用一條龍搬家服務殺出紅海 成航空公司、上市



在台灣搬家產業長期被視為「勞力密集、價格混亂」的紅海市場中，一家名為「創勝包裝」的公司卻走出一條截然不同的路，從默默無名的師傅接案，轉型成藝人、網紅乃至企業高端客群指名的「搬家界愛馬仕」，這段轉型不只是商業模式的創新，更是一場關於品牌、價值與服務本質的重新定義。

創勝包裝VVIP Moving執行長 賴怡之

若網路上輸入「創勝包裝」，便能找到數百篇的影片與介紹，從電視節目的藝人分享，到網紅量身訂做的企劃，都展現這家搬家公司的與眾不同與精緻的服務，然而沒人能想到，這家公司其實也曾經歷過轉型的痛苦，甚至當時手邊僅有1台貨車、1萬元資金。

創辦人李宗叡早在2000年便投入搬家產業，長年在第1線累積經驗，直到2013年正式創立「創勝包裝」，但初期的經營模式，仍停留在傳統框架，倚靠著口碑接案、論件計酬、價格模糊。

到了2018年，公司帳戶僅剩1萬元，名下只有1台搬家車，儘管在業界小有名氣，甚至「李先生」3個字比公司名稱還響亮，但這樣的模式也埋下隱憂，不僅品牌無法打響、成本難以控管，服務品質也難以複製。而轉機則來自一位門外漢：太太賴怡之。

從顧客視角顛覆產業 老闆娘砍掉8成客戶

2019年原本從事旅行社活動企劃的賴怡之，因懷孕後辭去工作，在先生的延攬下加入公司，原本只是常規的夫唱婦隨，卻沒料到她所帶來的卻是一個巨大的轉變。

賴怡之加入的第1件事，就是提出一個簡單卻關鍵的問題：「為什麼價格不

能公開？」在她眼中，傳統搬家最大的痛點是資訊不透明，師傅經常臨時加價、報價模糊、服務不一致。於是她選擇大刀闊斧改革，將計價方式改為「以車計價」，明確拆分距離、車數、包材費、代購費，並強調「公開透明、實報實銷」。

隨後改革的大刀揮向先生原先累積的死忠客戶們，為了去蕪存菁，她毅然決然砍掉了8成客戶，向那些習慣殺價、要求贈品、追求低價的族群道別。如此巨大轉變可想而知勢必有一段長時間的陣痛期，然而賴怡之並不後悔，反而更堅定指出「我們不做沒有價值的服務。」

去李先生化 打造可複製的品牌

細分服務、砍掉客戶，賴怡之的下一個關鍵決策，便是「去李先生化」。

過去所有客戶都指定找李宗叡，導致服務無法擴張，因此她選擇讓創辦人退出第1線，把舞台交給團隊，並建立標準化流程，讓每位員工都能提供一致品質成為「李先生」。

這一步在內部引發極大反彈，然而賴怡之迅速導入月薪制取代論件計酬、建立完整教育訓練，讓公司成功走向企業化，更把創勝從幾個人的小團隊，逐步

擴展至全台破百人的規模。

搬家不再痛苦 而是無痛生活轉移

剖析創勝之所以能重新定義「搬家」本質的「搬運」思維，原因在於它將服務內容涵蓋到打包、搬運、新家歸位、垃圾清運，讓客戶真正做到「無痛搬家」。

為了達成這個目標，他們自行研發各式專用包材，從白箱（小物收納）、衣箱（附活動衣架）、鞋包帽專用箱（防壓設計）、廚房箱（碗盤專屬空間），以及成本超過5位數的高價電視專用保護箱，甚至連衣架都有10種以上分類，這種細緻程度，使搬家不再是破壞性的過程，而是一場精密的轉移工程。

於此同時，不同於傳統搬家多使用3.5噸貨車，創勝選擇研發可升降的貨車，容量可達一般搬家車4~5倍的容



◀▲憑藉著精細的服務，並首創結合女力搬家，創勝包裝開啟了新型態搬家模式。

界的精品——創勝包裝

櫃企業首選導入全台唯一雲梯車搬家拉開差距

這篇文章想告訴你什麼？

1. 堅持服務細膩，讓搬家業成功打進金字塔頂端客群。
2. 精準企業發展定位，找出差異化的決勝點。
3. 行銷是王道，用宣傳槓桿強化自己的獨特性。



▲隨著打出知名度，創勝包裝成為各大網紅節目的力邀對象。

1. 以活力與創意見長的創勝包裝，已成為業界的指標性公司。
2. 與插畫家Duncan合作的彩繪車超吸睛。
3. 為了創造差異化服務，創勝包裝特別獨家設計貨車。



創勝包裝LINE

創勝包裝官網

至於10大豪宅中90%都曾搬運過的

贈超過2,000公斤衣物，並提供家具與生活物資支援災區，這種堅持回饋公益的企業文化，也成為創勝邁向成功的關鍵核心。

量，大幅減少往返次數。這些投資不僅提高效率，也完成消費者普遍希望的「一次到位」願望。

成功案列，讓創勝逐漸站穩高端市場。

從千萬機艙到億元茶磚 堅持挑戰不可能

除了細節的優化，創勝的成功關鍵仍源於豐富經驗加持、敢接別人不敢接的案子。過去便有航空公司為了在旅展展示全新的機艙，找了10多家搬家公司評估，卻都因為規模浩大、本體過於昂貴、細部電子設備繁多，而紛紛打退堂鼓，唯有創勝在面對價值高達50萬美元的設備與極高風險，選擇接下挑戰並成功完成任務。

這僅僅是創勝榮譽榜其中一項，舉凡單件價值3,000萬元的清朝古董衣櫥，乃

從陣痛到爆紅 一支影片改變命運

真正讓創勝打開知名度的起點，是與網紅黃阿瑪的合作。2019年雙方以互惠形式拍攝搬家影片，在一切尚未明朗的情況下，創勝便毅然決然動員公司所有人力協助搬家，總數達到20車的規模，並且自掏腰包支付師傅們薪水。

沒想到的是，影片發布的當天早上8點起，公司電話便響個不停，當年業績一舉衝上數百萬元，效益延續長達1年。至此，創勝知名度迅速擴散，逐步建立「高端搬家」的市場定位。

隨著形象提升，創勝成功吸引大量藝人與網紅爭相合作，包括從貴婦王思佳、知名網紅蔡阿嘎，到木曜四超玩的影片，都能看到創勝的影子。這些合作不只是曝光，更顛覆大眾的刻板印象，原來搬家也可以像精品服務一樣，每位穿著制服的員工熟練的工作，甚至有女性收納師加入，搭配上彩繪車隊、全流程系統化管理，即使在工作中遇見鍾愛的偶像，也會壓抑情緒、維持專業。

不僅如此，創勝更取之於社會、用之於社會，每年多次偏鄉送暖，年度捐

從生存到品牌到頂級 創勝穩坐本土、放眼國際

回顧創勝的發展，可以清楚分為3個階段：1.李先生時代：靠高超技術與口碑生存；2.品牌重塑期：去個人化、建立制度、透明定價；3.高端定期：鎖定頂級客群，打造「搬家界愛馬仕」。

創勝策略背後的邏輯，其實與航空業高度相似，經濟艙雖然客源眾多，但在量體有限的情況下，更能創造價值的是頭等艙與商務艙，創勝選擇放棄低價市場，專注提升服務深度與價值密度，也成為引領市場走向的指標龍頭。

如今，創勝已不滿足於台灣市場，他們計畫進軍日本，將「精緻搬家」模式輸出海外，並導入更多國際技術，包括獨步全台的韓國雲梯車，提升高樓搬運安全與效率。

從1萬元、1台車，到成為高端市場的代名詞，創勝包裝的成功證明了一件事，即使身處於最傳統的產業，只要重新定義價值、建立信任、並勇於取捨，也能創造全新的市場位置，而這也正是它被稱為「搬家界愛馬仕」的真正原因。



▲創勝包裝特別引進韓國雲梯車，讓高樓搬運更便捷、安全。



世邦旅遊
SPUNK TOUR

疫後首發產品發表會

聚焦 4 條長程核心路線 做市場最強後盾

**超寵
同業**

4/1起至7/31推動「超商禮券『獎』不停」活動
同業網下單指定產品即可獲得超商禮券

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／本刊圖庫



世邦旅遊致力於深耕同業市場，將於4/9舉辦同業產品發表會，透過面對面的深度溝通，與同業夥伴共創商機，以「實踐旅遊心夢想」為核心開發多元產品，致力於成為同業最周到、最到位的服務後盾。此次專訪聚焦於4條核心路線的專業洞察，讓同業就算沒有時間參加說明會，也能提前布局銷售市場。值得關注的是，為了強化與同業的連結，世邦宣布自4/1起至7/31推動「超商禮券『獎』不停」活動，凡於世邦旅遊同業網下單指定產品即可獲得超商禮券，展現深耕同業市場並共創旅遊新高度的決心。



北美航點大爆發

6/26首航華盛頓DC，首發團10萬有找！

世邦旅遊行銷企劃部總經理呂汶中指出，隨著北美航線班機增加，團體機位數相對穩定，讓產品規畫更具彈性。西雅圖航點目前由4家航空共同經營，供給量充沛，成為包裝洛磯山脈、黃刀鎮與阿拉斯加極光的首選。費爾班極光出現機率極高，世邦甚至推出「看不到退1萬」的信心保障。

在美西方面，世邦推出「歡樂」與「奇幻」2大系列。「歡樂」系列採舊金山進、洛杉磯出，主打主題樂園；「奇幻」系列則規劃4大國家公園與拉斯維加斯的巨型球體（Sphere）元素。針對特殊族群，世邦善用長榮航空早班機優勢，結合MLB賽事，包裝7至8天的短天數產品，吸引廣大球迷。

全新亮點「鳳凰傳說」則利用鳳凰城進、洛杉磯出的雙航點設計，帶領旅客走訪塞多納、佩吉等特殊城市，比傳統路徑節省約6小時車程，更在66號公路百週年之際，加入旗桿鎮等歷史元素。針對6/26首航的華盛頓特區，規劃9天的美東慢遊，串聯華盛頓、紐約、費城與阿米希（Amish），讓旅客在短車程中深度體驗美東綠色旅遊行程，首發團優惠價只要99,900元。



歐洲行程全面再進化

推英國短天數、純瑞精華之旅

隨著4至10月歐洲旅遊旺季到來，世邦旅遊歐洲線控協理周祖修特別針對台灣旅客喜愛的英國與瑞士，推出多樣化的深度產品。今年世邦以「英國+愛丁堡11天」作為主力強打，這隻精選產品回應市場對天數與預算的彈性需求而生。該行程選用長榮直飛倫敦，特別安排市區蛋黃區（三環內）連住2晚與精緻莊園飯店，並納入達西莊園、史前巨石、雙遊船等經典體驗，更搭配米其林餐飲與傳統英式下午茶，讓旅客在預算內享受極致品質。針對深度玩家，世邦持續推廣熱銷多年的英國13天與英愛16天，透過搭配內陸飛機或火車縮短拉車距離，深度感受不列顛與愛爾蘭的自然山水。

在瑞士與德瑞部分，利用長榮直飛米蘭及慕尼黑的優勢，規劃「美哉瑞士13天」與「德瑞12天」。純瑞13天特別強調住宿與餐飲升級，安排入住格林德瓦5星級飯店並享用在地特色餐。德瑞12天則在市場中展現極高CP值，創新安排遊覽車搭乘「洛書堡快速火車」穿過隧道路線直達伯恩，節省車程之餘更增添體驗感，並入住慕尼黑5星飯店。

世邦旅遊同業網感恩回饋

為加強與同業間的互動並找回疫情期間中斷的連結，世邦積極規劃系列推廣活動，以及感恩回饋。世邦旅遊同業業務部協理吳書銘強調，世邦競爭優勢在於豐富的客製化團體，無論是公司行號或招待旅遊，皆能提供專業的行程規劃服務。雖然公司規模不見得是市場最大，但憑藉資深業務與主管的經驗，能提供「一條龍」式的周到服務。除了一般的團體行程，更針對同業需求提供額外的文書支援，協助不擅長文書處理的業者解決問題，甚至涵蓋簽證申請與文書作業等細節。



同業下單賺購物金

下單日期：4/1~7/31 公告日期：一、9/20；二、2027/1/20

出團日期：4/1~12/31 結算日期：一、出發日4/1~8/31；二、出發日9/1~12/31

結算方式：第1次結算，累積超過30人之後的人數即列入商品卡贈送張數，第2次結算人數為合併第1次人數，惟須扣除已發放之商品卡。

指定產品：限國外團體及國外團體自由行產品（限世邦旅遊自組產品）

※凡於活動期間內，同業透過世邦同業網下單指定產品，活動期間累計滿30人，自第31人起，每增加1人，即可獲贈面額100元之超商商品卡（上不封頂），統計以帳號（公司名稱+同業姓名）為單位計算，配合廠商除外。

注意事項：

1. 參加本活動者須遵守世邦旅遊約定事項及本活動注意事項內容。
2. 於同業網下單數量將於活動結束後，由世邦旅遊自成功訂單（不含取消）中統計。
3. 其他詳細注意事項及活動須知，請參考世邦旅遊 B2B 同業網站公告（<https://agent.4p.com.tw>）。



◀（左起）世邦旅遊同業業務部協理吳書銘、東南亞/南亞/蒙貝線控經理史宗煜、行銷企劃部總經理呂汶中、紐澳土希埃線控經理林欣賢、歐洲線控協理周祖修。



斯里蘭卡全包式奢華旅程 一圓搭乘西伯利亞鐵路夢

世邦旅遊東南亞/南亞/蒙貝線控經理史宗煜表示，針對斯里蘭卡與蒙古、貝加爾湖推出兼具文化與舒適度的深度行程。斯里蘭卡部分選用馬航，憑藉優異的轉機時間與系列位保障，行程涵蓋8大聯合國教科文組織遺址，如2,000年歷史的「天空之城」獅子岩、石窟寺、波羅那露瓦與聖城肯迪的佛牙寺。亮點之一是安排高山茶園觀光火車與海上火車，並特別入住2晚印度洋海濱的RIU全包式5星酒店。

在蒙貝跨國12日行程中，強調「飛機搭配火車」配置。棄絕動輒24小時的跨國火車通關之苦，改用1小時跨境飛機從烏蘭巴托飛往伊爾庫茨克，並將西伯利亞鐵路體驗精華縮短為8小時。不僅讓旅客在4人1室的獨立包廂內悠閒欣賞貝加爾湖西半部的波光粼粼，更能避免夜宿火車的疲累與環境不適。

蒙古段則安排入住離烏蘭巴托僅1小時車程的特勒吉國家公園，並升等現代化豪華蒙古包，內附衛浴、電熱器與冷氣，讓草原生活也充滿現代便利。此路線採取季節性推廣，夏季欣賞壯闊草原與湖水，2、3月冬末春初則能駕車直抵湖面，親睹世界絕無僅有的氣泡藍冰奇觀。



全台唯一南極光專賣 深入紐西蘭國境之南

世邦旅遊紐澳紐澳土希埃線控經理林欣賢指出，紐西蘭南極光以罕見的粉紅與橘色調聞名，極具浪漫情懷。世邦推出的「戀上南極光10天」是目前全台唯一的南極光產品，行程深入紐西蘭南島最南端的Stewart Island（斯徒爾特島），於7至10月期間每月限量出團。

為了極大化觀賞機會，林欣賢規劃在極光最佳觀賞區（如皇后鎮、蒂卡波、蒂阿瑙、因弗卡吉爾）連續入住6晚。效仿北極光產品，同樣提出「看不到極光退1萬」的承諾，足見對產品的信心。此行程還包含獨特驚喜：贈送世界最南端的Invercargill星巴克隨手杯給每位旅客。此外，特別升等1晚5星住宿，並在南島保證使用3排椅大巴，減緩長途拉車的疲累。

除紐西蘭外，中東線產品同樣亮眼。埃及行程運用東方航空優勢，規劃3種交通組合（火車、中段單飛、雙飛），其中雙飛版能大幅減少從胡加達拉車回開羅8小時的辛勞。埃及大博物館開幕後，行程更將參觀時間延長至3小時以上。土耳其則跳脫價格戰，堅持品質優先，搭配直飛土航或東航中轉，提供CP值極高的市場區隔。

僑興旅行社舉辦疫後首場斯里蘭卡推廣會

展現斯航靈活包裝優勢 安全、多元體驗有望成新興目的地

撰文・攝影／陳妍潔 圖片提供／僑興旅行社、本刊圖庫



▲（左起）僑興旅行社總經理何顯騏、Aitken Spence Travels副總裁Lalin Sumanasinghe。



▲斯里蘭卡航空台灣總代理僑興旅行社攜手Aitken Spence Travels，舉辦疫後首場斯里蘭卡同業推廣會。

為推廣斯里蘭卡旅遊，斯里蘭卡航空台灣總代理僑興旅行社特別攜手斯里蘭卡知名旅行社Aitken Spence Travels，舉辦疫後首場斯里蘭卡推廣會，透過景點與斯里蘭卡航空的詳細介紹，帶同業更加瞭解當地特色與產品包裝資源。

航班靈活串聯 混點、混艙操作更彈性

斯里蘭卡航空（以下簡稱斯航）為國營航空公司，以可倫坡班德拉奈克機場為樞紐，延伸出覆蓋亞洲、歐洲、中東共59個國家、117個目的地航網，機隊則以空中巴士為主，現有A330-300、A320、A321等具備永續、高效率與年輕化的機型執飛，作為寰宇一家成員，其密集的航班服務與品質更榮獲國際多項航空大獎肯定。

此外，靈活的航班銜接為斯航的重要優勢，透過與中華航空、長榮航空簽定「一本機票開立」合約，台灣旅客可藉由2家航空前往曼谷、吉隆坡或新加



▲斯里蘭卡航空以可倫坡機場為樞紐，飛往全球數十座主要城市目的地。

坡轉機至可倫坡，不僅可將行李直掛，旅客來回亦可選擇「混點進出」與「混艙搭配」，大幅提升轉機便利性，旅程規畫更彈性。

一本票延伸馬爾地夫 穩定系列票價成優勢

僑興旅行社總經理何顯騏指出，在中東地緣政治風險攀升，以及過往經由中東轉機前往歐洲的旅遊模式受限之下，台灣旅遊市場正加速尋找亞洲區域內具潛力及安全性的新興目的地。斯里蘭卡不僅兼具安全、乾淨且社會穩定的

環境，更擁有自然景觀、野生動物、佛教文化與茶園等豐富旅遊資源，不僅符合台灣旅客對安全的需求與旅遊喜好，也在產品創新與市場開發上具備高度潛力，成為疫後旅遊型態轉變趨勢下可發展的目的地選項。加上斯航現除與長榮航空、中華航空合作取得穩定系列票價外，更具備一本票延伸至馬爾地夫航線等票價優勢，因此「斯里蘭卡+馬爾地夫」雙國行程也將成為市場具發展潛力的行程。此外，推薦同業可朝客製化小團、生態旅遊及深度文化等差異化行程發展，其中每年10月至翌年3月的藍鯨觀賞季亦是季節性產品包裝亮點。

豐富自然人文資源 輕鬆探索印度洋珍珠

斯里蘭卡素有「印度洋珍珠」之美譽，具備豐富的自然景觀與人文魅力，在較為穩定的11月翌年4月為其最佳旅遊季節。斯里蘭卡境內擁有獅子岩、丹布勒石窟寺、波羅那魯瓦古城等世界遺產，其亦為重要的佛教聖地，流傳上千年的佛教文化深入當地人民的生活，其中位於康提的佛牙寺為當地重要的宗教建築。結合斯里蘭卡豐富的茶園、山海與野生動物資源，將可搭配出具美景與人文的深度旅遊體驗，透過斯航穩定的票價、可靈活銜接的航班時刻等優勢，也讓產品能更加順暢完整。

◀獅子岩是一座建於5世紀的古代皇宮，其壯麗之景被譽為南亞的馬丘比丘，為當地必訪名景。



斯里蘭卡航空 一本票直達

Free
感受斯里蘭卡的熱情款待
享30公斤
免費
托運行李



串聯斯里蘭卡與馬爾地夫 飛向雙重魅力之旅



斯里蘭卡航空(SriLankan Airlines, UL)是斯里蘭卡國家航空公司，以可倫坡為樞紐，航線網絡遍及亞洲、歐洲與中東主要城市；卓越表現榮獲APEX四星級航空公司與PATA金獎等國際殊榮，透過一本票便利開票，可從台灣出發輕鬆銜接馬爾地夫，感受南亞文化融合海島假期的多元風情。

斯里蘭卡 南亞最耀眼寶石

斯里蘭卡素有「印度洋珍珠」美譽，融合自然景觀與文化底蘊，是南亞最耀眼的旅遊目的地，斯里蘭卡航空帶您飛向文化與海島的雙重夢想！最佳旅遊季節為每年11月至翌年4月，氣候穩定，適合深度探索與度假享受。



世界遺產探索

- Sigiriya 獅子岩** 雄偉壯觀的古代石堡
- Dambulla 石窟寺** 精美壁畫與佛像的宗教聖地
- Kandy 佛牙寺** 佛教徒心中的聖殿



自然奇景與野生動物

- Yala 國家公園** 觀賞野生豹群與大象的最佳地點
- Pinnawala 大象孤兒院** 與溫馴巨獸近距離互動
- 海上火車** 沿著印度洋奔馳的浪漫鐵道



文化與生活體驗

- Nuwara Eliya 茶園** 品味世界知名的錫蘭紅茶
- 高山茶園觀光火車** 穿越山林茶鄉的經典旅程
- 香料園與海龜復育中心** 感受在地文化與生態保育

斯里蘭卡航空 飛越印度洋與全球連接

寰宇一家成員

與全球夥伴航空無縫銜接，旅客可輕鬆抵達世界各地。

現代化機隊

主力機型為空中巴士A330-300與A320/A321，兼具高效率、環保與舒適。

便利票務

與中華航空及長榮航空合作「一本票機票開立」服務，旅客可從台灣出發，經曼谷、吉隆坡或新加坡轉機至可倫坡，再延伸至馬爾地夫，享受票價優勢與「混點進出」的彈性。

國際肯定

榮獲APEX四星級航空公司、中亞最佳機上娛樂獎、PAX國際讀者票選獎-南亞最佳餐飲服務獎、PATA金獎-航空公司行銷獎、柏林ITB金城門獎-雙金星獎等多項殊榮，展現卓越服務品質。



大榮旅遊集團 擘劃2026「榮馬精神」新局

長榮、華航、台虎、日航、國泰 5大航空公司巨頭蒞臨

撰文·攝影／張偉浩



▲國泰航空客運客戶經理羅佩鈺（左1）、長榮航空客運營業本部副總經理王振興（左12）、（左14起）中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、大榮旅遊集團董事長郭文瑞、日本航空台灣支店長福田和磨、台灣虎航營業發展部組長楊栢源（右2），與5大航空貴賓、大榮旅遊集團團隊合影。



◀大榮旅遊集團董事長郭文瑞（前排中）與來自日本、航空界及演藝界的合作夥伴合影。



◀為了犒賞員工與慶祝馬年，郭文瑞特別安排「金馬盛宴·造型大賞」。

大榮旅遊集團（以下簡稱大榮）於3/26假台北格萊天漾大飯店舉辦「2026大榮集團春酒晚宴」，慶祝邁向新的一年。活動當晚，董事長郭文瑞以帥氣造型出席，與會長郭榮華及集團高層共同接待來自日本、航空界及演藝界的合作夥伴。

大榮旅遊集團董事長郭文瑞在致詞時感性回顧，2025年是一段「馬拉松式」的跋涉，過程雖然不容易，但他相信團隊

在今年能持續創造佳績。他強調大榮旅遊的核心價值始終是「以人為本」，並期許全體夥伴在2026年能發揮「榮馬精神」，以卓越的「溫度」與「態度」服務客戶，共同交出一張精采的成績單。

晚宴展現了大榮在業界的強大號召力。現場貴賓雲集，包括中華航空、長榮航空、日本航空、國泰航空及台灣虎航等航司巨頭皆親自出席。此外，多位藝人好友，以及知名餐飲界代表等也到場祝賀，

展現郭文瑞廣闊的政商與演藝圈人脈。

為了犒賞員工與慶祝馬年，郭文瑞特別安排「金馬盛宴·造型大賞」環節，員工組第1名獎金高達6萬元，最後甚至是抽出15萬元的大紅包。同時，他也為在場的藝人好友貼心準備了25張日本住宿券作為驚喜抽獎，現場氣氛熱鬧非凡。這場春酒不僅是慶功宴，更象徵新的一年「金馬奔騰·大榮領航」，與合作夥伴共創高峰。

台鋼燦星國際立下2026年3大目標

舉辦春酒之夜感謝夥伴支持 未來將持續深化產品與服務

撰文·攝影／陳妍潔



▲（左起）台鋼燦星國際旅行社產品處東南亞部經理邱尚德、日本部經理徐毓璐、副總經理陳雅萍、總經理羅俊英、產品處韓國&港澳大陸&郵輪部協理王靜萍、日本部協理何冠毅、票務及訂房部業務協理陳瑤娟、業務處資深經理楊翠韻共同舉杯感謝夥伴支持。



▲（前排左起）泰國觀光局台北辦事處處長沙莉曼、菲律賓航空台灣區總經理陳振聲、（前排左4起）濟洲航空台灣分公司總經理崔東榮、誠亞國際代表矢崎誠；（後排左起）HYATT HTL台灣環球銷售總監饒瑞名、台北市旅行公會理事長陳怡璇、台鋼燦星國際旅行社總經理羅俊英、遊日本總經理李曼珊與貴賓合影。

為感謝團隊的努力，台鋼燦星國際旅行社（以下簡稱燦星）於3/20舉辦春酒之夜活動，並邀請業界貴賓一同共襄盛舉。台鋼燦星國際旅行社總經理羅俊英在致詞中表示，感謝上、中、下游供應商與媒體的長期支持，透過上游給予資源、中游提供穩定品質，並經由下游燦星團隊共同衝業績，在媒體的助力下，才能讓燦星穩定發展。2025年歷

經股價、匯率飆升及局勢動盪，在市場不斷變化的情況之下，燦星透過團隊合作於產業鏈中找出生存商機；2026年燦星則將朝持續強化日本旅遊產品、深化東南亞旅遊體驗，健全企業客戶服務3大目標做努力。羅俊英認為，燦星並非一家公司，而是一個大家庭、一同打拼的事業夥伴，並持續攜手燦星團隊擘劃更美好的產業未來。



◀（左起）台鋼燦星國際旅行社總經理羅俊英、中國東方航空台灣分公司台北營業部總經理支勇。



中華航空
黑部立山雪壁團
 雪牆!溫泉!花賞!

北陸立山雪壁六日

牧歌之里・童話合掌村・兼六園・上高地

5/7~7/4

\$**35,900**起

立山雪壁五日 富山包機

紫藤季・上高地・高山古街・合掌童話村・溫泉

4/22、5/4

\$**39,900**起

初夏遊立山五日

繡球花祭・神之鄉上高地・合掌村・雪壁美景

6/10.11

\$**36,900**起

花見雪壁五日 富山包機

黑部立山・上高地・惠那峽遊船・採果樂五日

4/26、5/8

\$**39,900**起

北陸黑部立山六日

雪壁美景・合掌村・花桃之里・雙溫泉

4/15.21

\$**44,900**起

雪之大谷五日 富山包機

立山黑部・庄川遊船・上高地・牧歌之里・雙溫泉

4/18、5/16

\$**42,900**起

雪之大谷五日 富山包機

黑部立山・上高地・庄川遊船・兼六園・採果

5/12

\$**44,900**起

北陸仲夏花卉六日

上高地秘境・黑部立山+北阿爾卑斯最美火山湖
 仙境合掌村・花之驛名湯

7/13~8/16

\$**32,900**起

夏日繽紛名古屋五日

牧場動物大集合・黑部立山・夏日採果・冰淇淋

6/29~8/24

\$**35,900**起

北陸花見賞五日 富山包機

春之四重奏・櫻百選高遠城・惠那峽遊船・採果樂
 鐵道秘境

4/10

\$**38,900**起

富山櫻飛舞五日 富山包機

足羽川櫻花隧道・童話合掌村・兼六園・溫泉

4/6

\$**32,900**起



✈ 提供中華航空、國泰航空、星宇航空、長榮航空、台灣虎航、泰越捷航空，最多飛行選擇，我們幫您規劃。



布局2026年！鼎運以6大趨勢重塑旅遊版圖

舉辦產品說明會了解旅遊趨勢 深入分享市場發展策略

撰文·攝影／謝旻蓀



▲為讓同業了解旅遊趨勢，鼎運旅遊集團特別於3/25舉辦產品說明會。



▲鼎運旅遊集團董事長陳怡璇。

隨著全球旅遊市場逐步擺脫疫情影響，2026年正式迎來全面復甦。鼎運旅遊集團（以下簡稱鼎運）為讓同業了解現今旅遊趨勢及賣點，特別於3/25舉辦產品說明會。邀請多家合作夥伴向同業介紹其優勢，並以6大旅遊趨勢、全球展品布局、創新服務模式等面向，深入分享鼎運於市場的發展策略。

為產業發聲 推動制度優化與風險分擔

鼎運旅遊集團董事長陳怡璇表示，身兼旅行社經營者與台北市旅行公會代表，持續站在第1線為產業發聲，積極爭取更合理的經營環境。她指出，近期針對外交部在護照作業疏失開罰，以及中東戰爭等不可抗力因素所帶來的衝擊，公會皆已與相關單位展開溝通與協商，並朝「保險公司、旅行社、消費者」3方分擔的方向推動，藉此降低旅行社經營壓力。

在市場推動方面，她指出，目前正參與台灣與帛琉的觀光政策討論，期望透過政策支持帶動旅遊需求，並與業者共同推出相關產品；日本市場則持續深化發展，透過實地交流強化合作基礎。

回歸產業本質，陳怡璇強調，無論市場如何變化，旅遊產品的核心仍在於品質與服務，唯有在合理價格下持續優化內容與體驗，才能在競爭激烈的市場中站穩腳步。未來，鼎運將與同業一同並肩作戰，持續開拓更美好的旅遊藍圖。



▲邀請多家合作夥伴共襄盛舉，透過分享讓同業獲得寶貴知識。

6大核心趨勢發展 全球產品版圖展開

面對市場復甦情況，2026年鼎運的旅遊產品將圍繞6大核心趨勢發展。包括4~10人的「小團化旅行」；5星住宿、VIP服務的「高端深度旅行」；具深度歷史文化的「古文明探索」、結合美食、攝影、運動與藝術等元素的「主題旅遊」；串聯多國的「全球遊輪與移動度假」；彈性需求的「客製化多國行程」。

目前鼎運產品版圖涵蓋全球8大區域，包括日韓、中國大陸、東南亞、中亞古文明、歐洲、紐澳、中南美洲及全球遊輪。在區域規劃上，東北亞為台灣出境主力市場，日韓以都市潮流、運動主題及季節性旅遊（如賞櫻、賞楓、滑雪）為主軸，並呈現高FIT比例；中國

大陸則強調「自然景觀+歷史文化」雙主軸，透過航點與轉機優勢優化行程。東南亞持續以度假型市場為定位，其中富國島熱度不減，搭配泰國、峇里島與菲律賓等成熟產品，形成穩定發展的海島版圖。長程市場方面，中亞與古文明路線成為亮點，涵蓋土耳其、埃及、印度、不丹與尼泊爾等地；歐洲則強化北歐3國與英愛地區的深度旅遊；中南美洲則鎖定高端客群，以馬丘比丘、亞馬遜雨林與南極探險等極致體驗為核心。

另外，鼎運透過「鼎旺團票中心」整合資源，提供穩定機位與價格優勢，協助同業進行產品包裝與行銷，提升整體競爭力。同時積極發展Mini Group（2~10人）小包團與高端客製化服務，並延伸機加酒產品，結合接送與加購行程，進一步提升產品附加價值。

長汎假期期許2026繼續站在高崗上

集團鼎力支持、同仁齊心協力 無數市場挑戰持續創佳績

撰文·攝影／王政



◀ (前排左起)長榮航空總經理林大淵、長榮航太總經理謝新文、新台旅行社(長汎假期前身)創辦人朱哲彥、長汎假期董事長葉時忠、長榮航空總經理孫嘉明、立榮航空董事長陳永裕；(後排左起)長榮空廚總經理郭厚利、長汎假期副總經理曾麗鵠、產銷副總經理蔡錦惠、產品副總經理王寶明、長榮空運倉儲總經理林宗彥、長榮航空客運營業本部副總經理王振興。



▲ (前排左3起)長汎假期產品副總經理王寶明、產銷副總經理蔡錦惠、董事長葉時忠、副總經理曾麗鵠與主管們攜手祝賀同仁馬年「馬」載而歸。

為感謝同仁在2025年竭盡全力、為公司繳出亮眼的成績單，同時勇奪多項國際金旅獎肯定，長汎假期特別於3/13在張榮發基金會舉辦「2026春酒聯歡晚會」。活動現場以「汎！帶我走」為主題，除了送出機票、禮券、住宿券等價值百萬的各式獎項外，餐點更由長榮桂冠酒店團隊操刀，搭配上精彩的表演，讓當晚氣氛持續維持在高點。

長汎假期董事長葉時忠表示，回顧2025年的旅遊市場，雖說第一季表現仍

相當穩健，然而4月初便面臨美國祭出關稅政策所帶來的巨大影響，7月份又有末日預言衝擊日本旅遊市場，都為企業經營帶來巨大挑戰。所幸在集團的全力支持，以及同仁的努力不懈之下，長汎假期依舊繳出不錯的成績單。

而展望2026年，即使各種挑戰仍層出不窮，但相信在集團的支持與同仁的齊心下，長汎依舊能創造轉機、開創佳績。值得一提的是，隨著去年長榮航空分別開闢韓國釜山、美國達拉斯等航



▲長汎假期董事長葉時忠(中)頒發績優領隊表揚。

點，今年度義大利米蘭提升為Daily服務，搭配美國華盛頓的開航，將繼續為市場注入全新動能。

企業差旅之王 金龍旅遊展現全新形象

穩步邁向70年 辦公空間升級、強化資安 持續蛻變新貌

撰文／王政 攝影／王相涵



▲金龍旅遊(金龍永盛旅行社)特別於3/14假新板希爾頓盛大舉辦春酒晚宴，並邀請北、中、南同仁與夥伴共襄盛舉。



▲金龍永盛旅行社執行董事長朱光志(中)、總經理楊琮霖(左4)與團隊感謝同仁們與合作夥伴的大力支持。

作為市場上鮮少能屹立一甲子的旅行者，金龍旅遊(金龍永盛旅行社)無論在高端旅遊市場、企業差旅都奠定穩固的地位，憑藉著高品質的客製化服務和旅遊商品，以及遍布新竹、台中、彰化、嘉義、台南、高雄的服務據點，成為該領域的佼佼者。在公司經營即將邁入70年之際，金龍旅遊仍維持進步的動力，以「老品牌、新靈魂」的概念，從國際商務平台合作、高端品牌代理、永續與資安治理、人才培育及品質認證等全面投入，展

現全面升級的企圖心。

為了感謝同仁的支持，金龍旅遊特別於3/14假新板希爾頓盛大舉辦春酒晚宴，並邀請北、中、南同仁與夥伴共襄盛舉。席間除了安排抽獎外，更特別頒發10週年貢獻獎，期許能與同仁們繼續緊密合作，攜手開創旅業新面貌。

金龍永盛旅行社執行董事長朱光志表示，從台北總公司全新營造的複合式辦公空間、與全球知名商務旅行管理平台完成簽約合作，以及取得台灣

限控管、內外部資安規範與AI使用準則，全面提升客戶資料保護與企業信任度，都展現出金龍旅遊在面對市場的挑戰下，不斷調整企業經營架構與策略轉型，以確保品牌的獨特性和競爭力，並能彈性面對種種挑戰。放眼2026年，商務差旅仍將是金龍旅遊最重要的成長引擎之一，將與高端團體雙軌並行，結合國際平台、百年品牌、永續治理與人才培育，鞏固其在旅遊市場的佔比，繼續譜寫老字號品牌轉型的新篇章。

加州俱樂部 Club California 目的地全明星陣容

旅程結合「溫泉」與「啤酒」讓業者體驗加州 Playground 氛圍

撰文·攝影／張偉浩



▲加州旅遊局台灣辦事處於宜蘭力麗威斯汀度假酒店舉辦了年度盛事「加州俱樂部 (Club California)」。



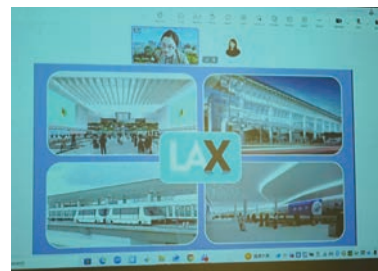
▲安排「吉姆老爹」精釀啤酒廠行程，深刻體驗加州引以為傲的精釀啤酒文化。

加州旅遊局台灣辦事處於3/18~19舉辦了年度盛事「加州俱樂部 (Club California)」，由台灣總監蔡壁如 (Milane) 親自主持，此次活動選址於宜蘭力麗威斯汀度假酒店，旨在透過團隊建設 (Team Building) 與目的地資訊更新，讓台灣的旅遊業夥伴與KOL在輕鬆的氛圍中掌握加州最新的旅遊動態。

本次活動匯聚了歷年來最龐大的目的地陣容，包括舊金山旅遊局、舊金山灣39號碼頭、猛獁湖旅遊局、太浩湖旅遊局、洛杉磯會議旅遊局、爾灣旅遊局以及大棕櫚泉旅遊局。在娛樂與購物方面，加州迪士尼樂園度假區、好萊塢環球影城、南海岸購物廣場與Desert Hills

Premium Outlets也帶來了精彩的資訊更新。活動特別安排在宜蘭員山溫泉區，正是為了呼應大棕櫚泉地區著名的溫泉度假特質，並結合「吉姆老爹」精釀啤酒廠行程，讓參與者深刻體驗加州引以為傲的度假與精釀啤酒文化。

此次也特別邀請最重要的戰略夥伴—長榮航空，其飛航北美10大航點，每週提供98班次。作為加州旅遊最堅實的航空夥伴，目前洛杉磯與舊金山航線皆維持每日3班的高運能服務，每週共42班直飛加州。透過此次加州俱樂部的深度交流，旅遊業者與航空夥伴緊密串連，將持續為台灣旅客提供最多樣、最安全且高品質的加州夢幻假期。



◀洛杉磯會議及旅遊局華南事務總監林琳特別線上連線分享。



▲活動中安排小遊戲讓成員贏取百夫長登機箱。



▲本次活動匯聚了歷年來最龐大的目的地陣容，讓同業感受加州獨有的超Chill氛圍。

「加州俱樂部 (Club California)」目的地亮點

- ★Desert Hills Premium Outlets：擁有40餘個美西獨家品牌，提供自由行旅客專屬禮遇。
- ★大棕櫚泉旅遊局：共有9個區域，坐擁約書亞國家公園，適合多樣戶外運動。
- ★加州迪士尼樂園度假區：VIP Tour享有同業佣金10%，最少規劃7小時。
- ★洛杉磯會議旅遊局：即將開通LAX SKYLINK，推出2026冬季米其林餐廳指南。
- ★爾灣旅遊局：大公園設有棒球、足球、網球場。以及升空122公尺的熱氣球俯瞰全市。
- ★好萊塢環球影城：玩命關頭好萊塢飄移，體驗115公里極速快感，將在夏季開放。
- ★南海岸購物廣場：超過250個精品、30家餐廳、4個表演藝術場所，及威斯汀酒店。
- ★舊金山旅遊局：以金門大橋聞名，可造訪最新的Salesforce空中花園。
- ★舊金山灣39號碼頭：提供一站式購物與娛樂體驗，還有成群的野生可愛海獅。
- ★猛獁湖旅遊局：擁有76萬年歷史的莫諾湖，與隨時可見彩虹的彩虹瀑布。
- ★太浩湖旅遊局：擁有絕美的翡翠灣與夢幻小島。冬季滑雪，夏季則可體驗遊船。

世群旅行社 歡慶35週年暨喬遷之喜

「台灣印度觀光文化發展協會」正式成立 深化雙邊交流

撰文·攝影／張偉浩



▲（左起）榮華旅行社董事長彭培興、品保協會理事長張永成、世群旅行社董事長葉庭林、觀光領隊協會理事長嚴從音，與貴賓合影。



▲（左起）世界佛教協會聯合會理事長明毓法師、世群旅行社董事長葉庭林、台北印度協會副會長偉敏慧。



▲活動中特別安排觀影環節，放映紀錄片《冠軍之路》，分享2024年世界盃奪冠的團隊故事，藉此為旅遊同業打氣。

世群旅行社（以下簡稱世群）隆重舉辦喬遷慶暨成立35週年慶祝茶會，現場邀集旅遊、飯店、宗教、學術與文化界等多位貴賓共襄盛舉。活動除了回顧企業發展歷程，更宣布成立「台灣印度觀光文化發展協會」，標誌著台印觀光合作邁向新里程碑。

世群旅行社董事長葉庭林表示，

世群從小型旅行社起步，至今走過35年，未來將更致力於台印間的互動。新成立的「台灣印度觀光文化發展協會」將整合旅遊、文化與教育資源，開拓台灣旅遊市場的新面向。台北印度協會副會長偉敏慧也對世群持續推廣印度文化表示感動，期待更多台灣旅客親自走訪印度。

活動中特別安排觀影環節，放映紀錄片《冠軍之路》，分享2024年世界盃奪冠的團隊故事，藉此為旅遊同業打氣。此外，明毓法師也感念葉庭林長期支持佛教聖地朝聖行程，以優惠方案成就僧眾參拜願望。此次茶會不僅是企業的喜慶時刻，更展現了世群在促進文化交流與觀光發展上的深厚影響力。

僑興春酒展望新興市場 一起「韌性」成長

深耕 B2B 航空、河輪代理 冰島再旺10年 看好中南亞潛力

撰文·攝影／張偉浩



▲（左5起）僑興旅行社總經理何顯騏、理想旅運集團董事長蔡榮一與主桌貴賓合影。



▲僑興旅行社舉辦2026年春酒晚宴贈送每位貴賓「黃金萬兩」作為伴手禮。

僑興旅行社舉辦2026年春酒晚宴，總經理何顯騏在致詞時感性表示，旅遊業在過去3年共同熬過了艱辛的復原期，如今大眾已逐漸積累「糧草」，產業正迎來重要的轉機。並強調，旅遊從業者應如同看股票一樣觀察「趨勢」，不必糾結於過往的訂單取消，而應將目光投向未來的成長動能。

身為多家航空公司的總代理（GSA），僑興旅行社總經理何顯騏指出，冰島航空的表現極其亮眼，目前訂單甚至已

排至明年3月，市場熱度絲毫未減。他預測，由於冰島每年遊客量僅約300萬人，而台灣每年赴冰島旅遊的人數僅約2萬人，仍有極大的開發空間，預計冰島市場還能再「旺10年」。此外，冰島航空正積極升級設備，預計在未來2年內交機5至6架A321neo新機，屆時將提供旅客更舒適的體驗，並以親切的女性機長作為服務亮點。針對冬季旅遊，僑興也持續推廣高能見度的極光行程，並將夏季行程延伸至東格陵蘭島與法羅群島。

何顯騏也特別點出斯里蘭卡與烏茲別克的市場潛力。他提到，目前仍有95%的台灣人未曾造訪斯里蘭卡，而烏茲別克更是高達99%的人未曾去過。斯里蘭卡不僅安全、乾淨，且擁有許多新的5星級飯店，長期深受大英國協與歐洲旅客喜愛。僑興目前積極推廣烏茲別克延伸中亞3國、5國的行程，並持續向尼泊爾航空申請增加航班，以滿足後續的發展需求。

在高端河輪市場方面，何顯騏將前往法國巴黎參加美好河輪（Viva River Cruises）第10艘新船下水儀式，與船公司CEO共同宣告未來的布局。這艘新船不僅設計精緻，且載客量僅112個人，更具私密性。除了傳統的萊茵、多瑙河航線外，僑興已規劃在2026年至2027年加入義大利波河（Po River）的行程，提供同業更具競爭力的優質產品。

低奢代名詞 帛琉太平洋度假村搶攻台灣

業務督導袴田俊太親訪業者 鎖定高端與永續旅遊商機

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／帛琉太平洋度假村（Palau Pacific Resort）



▲（左起）太平洋島國際旅行社總經理雷均、帛琉太平洋度假村業務與行銷督導袴田俊太（Shunta Hakamada）、帛琉觀光局台灣辦事處行銷推廣經理楊萬博。



▲PPR是帛琉目前唯一提供水上屋（Water Bungalow）的度假村，僅有的5間水上屋讓旅客能直接接觸湛藍海域。

帛琉太平洋度假村（Palau Pacific Resort，以下簡稱PPR）位於科羅爾州（Koror State），距離帛琉國際機場僅30分鐘車程，坐擁熱帶花園與私人白色沙灘，提供頂級住宿、多元餐飲與專業的自然教育體驗，是帛琉最具代表性且唯一的5星級度假村。負責亞洲市場的**帛琉太平洋度假村業務與行銷督導袴田俊太（Shunta Hakamada）**親自訪台，拜會指標性旅行社，展現對台灣市場的高度重視，並訂下今年度訪客人數倍增的目標。

袴田俊太指出，目前PPR的主要客源來自歐美、中國大陸及日本，台灣目前的占比相對較小，去年約500人次入住。然而，台灣與帛琉之間擁有華航便捷的直飛航線，載客率也很優異。在這樣的利基點上，PPR今年的目標是將台灣遊客人數翻倍，達到1~2千人次。計畫透過增加社交媒體、報紙等多元媒體的曝光，並與華航及旅遊業者建立更緊密的合作關係，以更精準地接觸高品質客群。



▲房間仿照帛琉傳統建築，旅客從露臺就能直通湛藍的大海。



▲PPR提供2種不同的婚禮場地：一種是私人海灘舉行儀式；另一種是在碼頭涼亭下，伴著輕柔的海浪聲。

帛琉唯一「水上屋」政商名流度假首選

作為帛琉歷史悠久且最具規模的5星級度假村，PPR擁有160間度假客房，以及包含水上屋與池畔別墅在內的「The Pristine Villas and Bungalows」共12間高階房型。袴田俊太特別強調，PPR是帛琉目前唯一提供水上屋（Water Bungalow）的度假村，僅有的5間水上屋讓旅客能直接接觸湛藍海域，極具稀缺性與吸引力。

在建築設計上，PPR巧妙融合了帛琉傳統文化。其客房外觀效法帛琉傳統的「男人會館」（Bai）建築，擁有高聳的三角屋頂，營造出濃厚的異國度假氛圍。儘管度假村已有42年歷史，但憑藉著優良的維護與充滿自然氣息的景觀，依然是各國政商名流與明星在帛琉度假的首選。

永續旅遊新標竿 自然中心與ESG實踐

在永續旅遊意識抬頭的今天，PPR走在產業前端。度假村內於2025年12月新

開幕「自然中心」（Nature Center），這是一個專為親子與生態愛好者設計

的教育場所。旅客能在中心學習帛琉豐富的生態知識，包括魚類、珊瑚礁及紅樹林生態系統，並參與由專業導遊帶領的自然導覽行程。

此外，帛琉一向以環境保護領航者自居，PPR亦將永續旅遊視為核心使命。袴田俊太透露，PPR正積極實踐ESG理念，除了擁有水資源循環系統，讓水可以生飲減少保特瓶使用，更計畫於2026年全面導入太陽能系統，運用再生能源，讓旅客在度假之餘也能為地球盡一份心力。

超過50%帛琉在地員工 高端定位與市場挑戰

不同於帛琉其他度假村大多聘僱外籍勞工，PPR引以為傲的特色是其員工中，超過50%為帛琉當地居民。不僅是為了支持當地就業環境，更重要的是讓旅客能與在地人真實交流，感受道地的帛琉式微笑與待客之道。

面對東南亞高端度假村的競爭，袴田俊太坦言，PPR的價格定位確實較高，但其優勢在於帛琉整體的環境純淨與度假村內的寧靜質感。他形容PPR是「低調奢華」的代名詞，適合追求身心靈放鬆、不喜歡吵鬧環境的成熟旅客。期望透過此次密集的業界拜訪與未來長期的品牌宣傳，PPR期待能在台灣旅遊業者的支持下，讓更多台灣旅客發現帛琉太平洋度假村那份與自然共生的純淨之美。

新北市旅行公會2026感恩春酒 新任理事長張

累積會員家數顯著成長 承諾延續公會優良傳統活



▲新北市旅行公會理監事團隊合影。

為感謝會員支持，新北市旅行公會於3/18假板橋希爾頓飯店舉行春酒晚宴，並邀請觀光單位、公協會代表、航空公司等合作夥伴共襄盛舉，會上嘉賓雲集、場面熱絡，一同在歡樂的交流活動中展望新年度，盼攜手共創產業新局。



◀(前排左起) 高雄市旅行公會理事長蔡宗佑、省公會聯合會理事長樓麗萍、旅行業品質保障協會理事長張永成、交通部觀光署旅行業組副組長陳嘉穎；(後排左起) 觀光領隊協會理事長嚴從首、景文科技大學校長黃榮鵬、新北市觀光旅遊局副局長莊榮哲、新北市旅行公會理事長張志成、榮譽理事長林毓淳。

活動開場由**新北市旅行公會新任理事長張志成**致詞，先是對支持公會的會員表達誠摯謝意，感謝大家願意讓自己接任理事長一職，承擔重要的使命與責任。他表示，理事長並非個人的工作，而是團隊共同努力的成果，而在新北市旅行公會歷任會長與理監事團隊的執行下，創下許多卓越的成果，並延續優良的傳統。在6年前上一任理事長林毓淳接任時，公會會員家數共計195家，直至今年1月，累計家數已達241家，足見新北地區是個優良的產業環境，亦持續歡迎旅行業在此地發光發熱。

張志成強調，在AI將取代人力的時代，旅遊業也面臨人力吃緊的境況，為

讓更多優秀人才加入產業，因此在其上任後有3個重要的核心工作目標：1、延續歷任理事長與理監事團隊的優良傳統及公會價值；2、持續深化會員服務，整合地方與中央與業者相關的資訊讓會員皆能即時悉知；3、加強與各大公協會與政府相關部門的連結，維繫歷任理事長的人脈資源，並不斷向前輩學習請益，以促進公會進步、再創佳績。

旅行業補助方案上路 助力產業提升與數位轉型

交通部觀光署旅行業組副組長**陳嘉穎**提到，旅行業補助方案於3/16推行，補助項目涵蓋履約保證保險費用最

高可申請50%，上限為1萬元（分公司上限2,500元）；觀光署亦持續致力於數位與永續發展，因此針對取得海內外永續相關認證之業者，最高亦可申請查核相關費用90%，同時首次建置電商系統業者，則可申請建置費用及首年服務費用90%，依人數分別制定最高5萬元與10萬元補助上限。此外，為加強產業人力培訓與從業人員訓練，因此也提供各旅行公會教育訓練相關補助最高50萬元，期以透過一系列補助協助產業提升與數位轉型。

持續迎接挑戰 攜手共創美好未來



志成提出3大核心目標 助力同業再創佳績

用業內資源 持續深化會員服務 培育產業優秀人才

撰文・攝影／陳妍潔



▲（左起）花蓮縣旅行公會理事長謝東穎、基隆市旅行公會理事長王壽山、台北市旅行公會副理事長林聰益、旅行業品質保障協會副理事長張東周、新北市旅行公會理事長張志成、榮譽理事長彭鴻湘、桃園市旅行公會副理事長李恩承、新北市旅行公會監事會主席張家民、新北市旅館公會理事長陳建揚、旅行業經理人協會理事長葉庭林。



▲（左起）新北市旅行公會理事游重器、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、課員魯志駿、新北市旅行公會監事會主席張家民、榮譽理事長林毓淳、旅行業品質保障協會理事長張永成、新北市旅行公會理事長張志成、總顧問洪啟洲、中華航空台北分公司營業行銷推廣部營業元蕭有盛、華信航空營業部協理吳友仁、北區營業組主任黃世賢。



▲（左起）新北市旅行公會理事李敏華、海峽交流基金會專員李純惠、科長謝幸姿、新北市旅行公會理事長張志成、交通部觀光署旅行業組科長胡詠芝、新北市旅行公會副理事長盧進鎰、榮譽理事長張榮坤、監事盧駿壬、悅榕集團台灣總代理新悅行銷董事長段業榮、新北市旅行公會常務理事顧健生。



▲（左起）觀光產業理事長交流協會創會榮譽理事長蘇乾亮、新北市小客車租賃公會副理事長陳維增、理事長楊晨禾、宮城觀光局台灣辦事處董事長特助高涓鈞、總經理黃玉雲、法國旅遊發展署台灣區代表翁淑惠、新北市旅行公會理事長張志成、非洲駐台經貿聯合辦事處處長林自強、新北市旅行公會理事陳建忠、常務理事方德興。

新北市觀光旅遊局副局長莊榮哲指出，過去一年在同業先進的努力之下，讓全台的旅遊業都能蓬勃發展，對他也祭出最高的敬意與感謝。近年觀光業面臨諸多考驗，然而同業們仍然熱情不減，持續迎接新的挑戰。新北市從過去至今持續開發出多元的遊程，未來也將會持續加強與公會的合作，唯有團隊合作方能走得長遠，共創新北市乃至於台灣更美好的產業未來。

旅行業品質保障協會理事長張永成在致詞中也對去年觀光產業迎來市場佳績表達恭喜，並以新北市公會榮譽理事



長的身分，恭喜新任理事長張志成與其團隊接任會務，並勉勵團隊要持續為公會會員強化服務，同時對於新北公會會員對其連任的支持表示感謝。他亦提到，在協會與全台旅行公會理事長們的

爭取之下，終於成功為旅遊同業爭取到旅行業補助方案，並呼籲未來協會與公會因持續攜手，為保障消費者與業者權益、提升產業品質做努力，共同為全台4千家旅行社打拼出更健全的產業環境。

◀（左起）三通國際法律事務所總顧問陳忠富、新北市觀光旅遊局副局長莊榮哲、觀光領隊協會理事長嚴從音、旅行業品質保障協會理事長張永成、前新北市副市長李四川、新北市旅行公會理事長張志成、榮譽理事長林毓淳、新北市政府經濟發展局局長盛筱蓉、景文科技大學校長黃榮鵬。



◀活動抽出機票、現金與禮券等多項大獎。

眾望所歸 彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲連任

第5屆理監事就任典禮盛大舉辦 將強化「打群架」聯盟 創新價值走向國際

撰文·攝影/歐彥君



▲彰化縣旅遊產業協會第5屆理監事就任典禮盛大舉辦，來自全台各地近百位的觀光產業領袖親臨祝賀。



▲彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲感謝旅遊產業各界支持，並立下新目標。



▲彰化縣城市暨觀光發展處副處長林豐翔（左）代表縣長王惠美頒發當選證書給彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲（右）。



▲參山風景區管理處處長曹忠猷（左）贈禮，恭賀彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲（右）連任。



▲（左起）彰化縣旅遊產業協會理事黃信彰、理事長黃昱哲、旅行社聯保聯誼會前理事長朱永達。



▲（左起）彰化縣經濟暨綠能發展處副處長洪世益、彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。



▲（左起）台灣觀光協會聯合會總會長林吉財、參山風景區管理處處長曹忠猷。



▲彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲（左7）率領理監事向貴賓致意。



◀（右起）旅行業經理人協會中部召集人劉旭晃、台中觀光旅館公會理事長姜文偉、台中市產業故事館發展協會理事長吳德利、彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲、參山風景區管理處處長曹忠猷賢伉儷、台中市國際觀光發展協會理事長楊琮霖、旅行業經理人協會南部聯絡處召集人蔡旻珊、理事長葉庭林。

彰化縣旅遊產業協會於3/20假成美文化園盛大舉辦「第5屆理監事就任典禮暨新春團拜」，產、官、學、媒各界代表雲集，來自全台各地近百位的觀光產業領袖親臨祝賀，足見彰化縣旅遊產業協會多年來深耕地方、積極向外拓展的成果豐碩，備獲各界肯定。

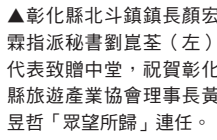
彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲感謝各界對協會的支持，也直言產業面臨巨大挑戰，彰化旅遊資源雖非大山大水，卻擁有無數充滿文化底蘊的「小而美地方」。未來的破局之道唯有「打群架」聯盟，透過創新體驗，將這些珍珠串聯成一個巨大的觀光亮點，讓遊客看見不一樣的彰化。

黃昱哲強調，過去幾年，協會不僅推動了彰化金好禮、中友百貨彰化週、觀光工廠嘉年華與旅遊美食大賞，更將觸角延伸至戶外與水域，與彰化縣政府協辦卦山大縱走、慶安與彰濱水樂園活動，取得亮眼成績，為推展地方旅遊產業發展盡展實力。同時，積極促成海外旅行業者踩線團、推動南投彰化旅遊串聯，並與經理人協會合作舉辦「彰化旅遊達人大會師」。在經濟部國際貿易署與彰化縣政府的輔導帶領下，協會腳步更跨出海外，前往日本、新加坡、香港等國際市場精準推廣，也透過公私協力，成功共創鹿港老街與八卦山風景區，成為全台灣遊客人次最多的觀光景點。為了實踐「跨域整合」的策略，第5屆理監事團隊也融入前所未有的多元性，新任團隊涵蓋了觀光工廠、旅館、餐廳、伴手禮、交通、文創園區，也延伸至運動觀光領域，希望旅遊產業整合邁向新前景。



▲台灣觀光協會聯合會總會長林吉財（左）贈禮恭賀。

▲台中市產業故事館發展協會理事長吳德利（左）贈禮恭賀。



▲彰化縣北斗鎮鎮長顏宏霖指派秘書劉崑荃（左）代表致贈中堂，祝賀彰化縣旅遊產業協會理事長黃昱哲「眾望所歸」連任。



▲台中民宿協會理事長陸冠全（左）贈禮恭賀。



▲觀光工廠產業促進協會前理事長許立昇（左）贈禮恭賀。



▲工業技術研究院經理蔡秀如（左）贈禮恭賀。



▲貴賓合影。



▲中區觀光圈聯盟協理理事長李吉田（左）贈禮恭賀。



▲會後貴賓參觀彰化成美文化園。

旅青會致力擔任消弭產業斷層的溝通平台

春酒席開多桌、高朋滿座 展現旅遊產業高度重視

撰文·攝影／王政



▲台灣旅行業青年永續協會舉辦春酒晚宴，當晚高朋滿座，旅遊公協會、航空公司代表踴躍出席，展現出協會的好人緣。



▲(前排左3起)台灣旅行業青年永續協會理事長李恩承、監事主席陳乃瑜與會員合影。



▲旅行業品質保障協會理事長張永成。



▲兩岸旅行協會理事長許晉睿。

作為旅遊業新興的公協會代表，去年8月底正式成立的台灣旅行業青年永續協會（以下簡稱旅青會），致力凝聚全台旅行業青年從業者的力量，以協會作為溝通平台，不僅為產業新血提供接觸公共事務的機會，也讓經營數十年的觀光產業注入全新活力。

為了感謝產業界與會員的鼎力支持，旅青會特別於3/4舉辦第一屆春酒，當日高朋滿座，包括旅行業品質保障協會理事長張永成、兩岸旅行協會理事長許

晉睿等人皆親自出席，展現出協會的好人緣與產業高度重視。

台灣旅行業青年永續發展協會理事長李恩承指出，雖說協會定義為旅青會，但「青年」只是個形式，並不是區分年齡層，成立的緣由來自於自身投入公協會活動後，發現旅遊產業有巨大斷層，甫加入產業的新血們多數集中火力在公司經營，無暇接觸到公共領域，也因此缺乏與產官學的資源對接。因此期盼透過協會成立扮演溝通平台，讓會

員們在經營事業上擁有更多助力，同時也讓經營數十年的台灣觀光產業帶來結構轉變，達到雙向溝通的成長，共同推動旅行產業的長遠經營與永續發展。



▲台灣旅行業青年永續協會理事長李恩承。

紅牛旅遊10週年春酒盛大舉行 宣示數位轉型

李恩承從領隊到產業標竿 深耕離島、開拓中國大陸市場

撰文·攝影／張偉浩



▲紅牛旅遊董事長李恩承回顧創業艱辛歷程，除了感謝同業，還有默默支持的賢內助。



▲紅牛旅遊於台中盛大舉行10週年春酒晚宴，活動主題定為「勢不可擋，奔向未來」。



▲紅牛旅遊春酒吸引眾多旅遊同業與觀光產業領袖齊聚。

紅牛旅遊於台中盛大舉行10週年春酒晚宴，活動主題定為「勢不可擋，奔向未來」，吸引眾多旅遊同業與觀光產業領袖齊聚。紅牛旅遊董事長李恩承（小楓）在會中回顧創業20年的艱辛歷程，並正式宣布紅牛旅遊未來的核心戰略將聚焦於「數位轉型」與「AI技術應用」，致力於帶領團隊迎接科技新紀元。

旅行業品質保障協會理事長張永成蒞臨現場指出，李恩承從20年前擔任帶領學生團的領隊起家，一步一腳印地經營，最終在2016年正式創立紅牛旅遊，以經營澎湖航線奠定堅實基礎，並以卓越的活動策劃能力聞名，強調將每段旅程包裝成感動的回憶。

面對未來10年的產業變革，李恩承

強調，紅牛旅遊將投入更多資源協助同業進行數位轉型。他透露，早在疫情期間便成立資訊公司開發數位系統，針對目前觀光署提供的數位系統補助計畫，紅牛已準備好整套解決方案，協助同業申請補助並導入AI應用。李恩承直言：「過去10年大家支持我，未來10年我會用更多工具協助大家轉型獲利。」

濟州島全面升級！主推ESG、MICE、 豐富自然資源、獨特地質奇觀、濃厚人文底蘊、美

位於韓國最南端的濟州島，憑藉獨特的火山地貌與豐富的人文底蘊，成為全球旅客爭相造訪的度假勝地之一。這裡擁有以漢拏山為核心的壯麗自然景觀，以及6大UNESCO世界自然遺產、世界7大自然奇觀等，展現出濟州島將自然與生活融合的独特魅力。

▲（左起）信安旅遊中南半島及韓國線經理林仁豪、韓國觀光公社台北支社職員辛恬、易飛旅遊副總經理李道珩、雄獅旅遊東北亞部線控湯文綺、真航空台灣分公司課長柯智達、百威旅遊韓國線團控李佳蓉、濟州特別自治道駐台觀光推廣辦事處處長蔡孟珊、可樂旅遊產品部產品二部副組長副理趙允璇、KKDAY新事業部總監梁筱翊、聯翔國際旅行社團體部經理林政德。



為讓更多台灣旅客深入認識濟州特色，由濟州特別自治道、濟州觀光公社、韓國觀光公社台北支社、真航空4方聯合主辦，特別於3/5~9邀請易飛、聯翔、雄獅、信安、可樂、百威、KKDAY共7家業者，共同搭乘真航空前往濟州島，實地體驗當地最新觀光資源與產品規劃，進一步深化台韓雙方的觀光合作與市場連結。

濟州觀光公社觀光行銷室室長康榮桓表示，濟州島的觀光發展已從傳統觀光，逐漸轉向ESG、親子及MICE領域，並將台灣市場視為重要的成長動能。根據資料統計，2025年超過23萬台灣旅客造訪濟州島，相比去年整體成長了約46%，透過與台灣旅遊同業的交流合作，推動差異化與深度體驗的旅遊產品，成為吸客關鍵。

在整體發展策略上，濟州島強調「保護、共存、尊重」3大價值，串聯政府、業者、居民與旅客，共同參與永續觀光。產品面則朝向主題旅遊、kareum stay村落旅遊、Wellness療癒體驗等面向發展；並同時拓展教育旅行，運用UNESCO世界自然遺產、地質資源與海女文化等，打造具學習與文化交流價值的深度旅遊內容。

特色景點



▲Arte Kids Park有豐富的設施及空間，能讓小孩盡情奔跑、玩耍。

Arte Kids Park

2024年4月開幕的Arte Kids Park，是主要為親子家庭打造的體驗式媒體藝術空間。豐富的遊樂設施結合燈光、音效、互動裝置，打造出16種互動體驗及3個互動空間，讓小孩能盡情在這裡玩耍。

參觀時間 10:00~19:00
(全年無休)

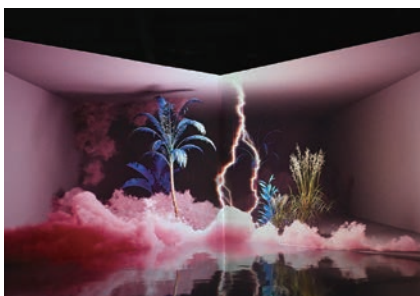


▲思索之苑被評比為世界10大庭園。

思索之苑

思索之苑自1968年由創始人親自打造開始，經歷近60年的時間，將庭園營造出綠意盎然的舒適空間，更被譽為世界10大庭園。除庭園參觀外，這裡還有美食餐廳、DIY體驗、MICE場域等空間，相當適合同業包裝。

參觀時間 09:00~18:00
(全年無休)



▲將濟州島特色融進光影、聲效及視覺中，打造沉浸式媒體藝術空間。

Arte Museum濟州

Arte Museum濟州是由世界級數字設計公司d' strict，於2020年9月底打造的首家沉浸式媒體藝術美術館。以島嶼為主題，利用光影、聲效、視覺、氣味等元素，將17組作品精彩呈現。

參觀時間 10:00~20:00
(全年無休)



▲航空宇宙博物館收藏著多架真實參戰過的戰鬥機。

航空宇宙博物館

航空宇宙博物館是一座融合科技、教育和娛樂的主題博物館，這裡收藏著真實參戰過的26架戰鬥機，以及天文學歷史、宇宙起源、互動教育空間等，同業可包裝開發親子旅遊及學生旅行。

參觀時間 09:00~18:00

親子與四季旅遊產品 深化台韓連結

味 特色佳餚 一步步打造屬於濟州島的 Life Style

撰文·攝影／謝旻蓓



▲(左起)濟州觀光公社觀光行銷室觀光行銷組代理金敬訓、室長康榮桓、濟州特別自治道駐台觀光推廣辦事處處長蔡孟珊。

台灣業者看濟州成長 深度、慢活成轉型關鍵

綜合各家業者與航空公司觀察，濟州島在疫情後呈現出明顯的轉型與成長。而隨著廉價航空航班大幅增加，帶動整體旅遊人次快速攀升，市場規模持續擴大，也讓濟州島從過去以團體為主的目的地，轉向以自由行、自駕為主的年輕客群市場。同時，旅遊型態也由過往走馬看花的低價行程，逐步升級為強調深度體驗與高品質住宿的慢活旅遊，提

升旅客對高單價產品的接受度。此外，濟州島亦逐步突破過去明顯的淡旺季界線，旅遊熱潮從夏季延伸至冬季，形成全年化發展趨勢；並且透過網紅行銷與話題包裝，有效提升市場能見度，進而帶動企業獎勵旅遊客群的成長。

「濟州四季」打造全年旅遊 鎖定台灣35萬入境人次目標

今年，濟州島以「濟州四季」(The+Jeju Four Seasons)計畫為發展主軸，透過整合全年節慶、運動、美食與

文化活動，建立四季皆可旅遊的目的地形象。在春季欣賞櫻花、油菜花；在盛夏進行馬拉松感受滾燙汗珠；秋季進行自行車、騎馬及炸雞啤酒節，享受最Chill的時光；冬季則可在偶來小路進行徒步登山，欣賞漢拏山雪景。針對台灣市場，濟州觀光公社亦提供完善的獎勵機制，包括MICE企業獎勵旅遊、教育旅行及SIT產品提供補助，期盼能借助台灣旅遊同業將濟州島讓更多台灣旅客認識，以此達成35萬的送客目標。

★常用支援制度

企業會議及獎勵旅遊支援制度

支援對象：在濟州島舉行「企業會議」或「獎勵旅遊」團體，並且在濟州島停留2個晚上以上。

支援金額：

30人以上，支援1萬韓幣／人

500人以上，支援1.5萬韓幣／人

1,000人以上，支援2萬韓幣／人

支援內容：活動場地費、紀念品費、午／晚餐費、租車費、歡迎活動費(擇1)

★特色場地及MICE旅遊商品獎勵支援制度

支援對象：使用1個以上特色場地或使用MICE旅遊商品時

支援標準：非濟州島內參加者20人以上。

支援金額：2萬韓幣／人，依等級標準給予支援。

例如：使用特色場地1處+MICE旅遊商品1個時，支援4萬／人

支援內容：活動場地費、宴會費(擇1)／MICE旅遊商品使用費

*更多詳情資訊請洽濟州觀光公社



▲濟州石文化公園展示著最古老的石頭爺爺。

濟州石文化公園

說到濟州島大家肯定會想到「石頭爺爺」。在濟州石文化公園內的戶外展覽場就有48個石像，其中還包含最古老原始的石頭爺爺也被完整保存。另外，這裡還有傳統草屋、石牆、森林小徑，還原純樸濟州風貌，亦是多部韓劇的取景場景。

參觀時間09:00~18:00



▲旅客可在森林步道中，感受陽光的沐浴。

漢南里村莊體驗

在森林步道中漫步，吸收大自然芬多精。在這裡您可以身心靈放鬆，閉上眼睛細細聆聽蟲鳴鳥叫、溪水聲，讓陽光透過樹葉灑滿全身，享受在森林裡沐浴的感受。結束後，還可以進行足浴，並一邊欣賞漢拏山風景，是休閒放鬆的絕佳去處。



▲神話主題樂園內有一個MOMO ZOO，能讓旅客近距離與動物互動。

神話世界

神話世界為韓國首個世界級的綜合度假園區，占地約250萬平方公尺，擁有3家5星級酒店、2個主題樂園、MOMO ZOO，以及娛樂場、美食街、購物中心等，不僅是濟州知名的一站式旅遊目的地，更適合所有年齡層客群前來體驗。

特 色 美 食



▲四面環海的濟州島讓其擁有豐富多樣的海鮮美食。

▶濟州黑毛豬的肉質緊實Q彈，一口咬下滿是幸福。

來到濟州島怎麼能錯過「黑毛豬」跟「海鮮」呢？濟州島的黑毛豬大多以生肉下去烤的方式，烤到外脆裡嫩，再搭配生菜、小菜的點綴，一口咬下濃郁的肉香飄散而出、Q彈有嚼勁，簡直是最高享受。而以「海鮮」出名的濟州島，四面環海的地形，孕育出豐富的海鮮物種，包括白帶魚、鮑魚、方頭魚等，都成為旅客到訪必吃的美食之一。

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

找到了旅遊 | 易飛旅遊 | 東南旅遊 | 雄獅旅遊 | 喜鴻假期 | 鳳凰旅遊 |



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

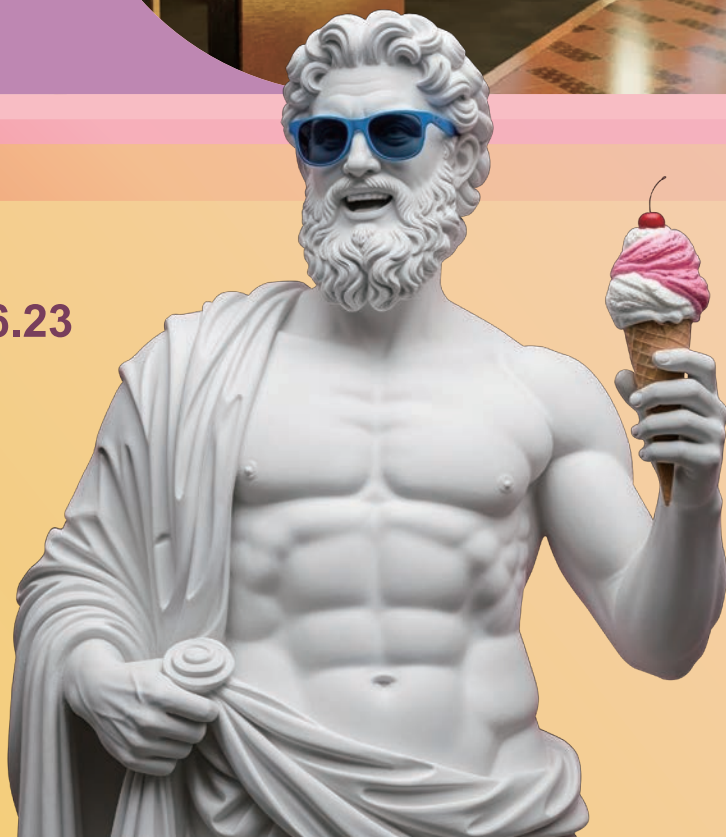
基隆 ▶ 沖繩 ▶ 石垣島
7/29、8/19

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



首爾

Fun遊首爾5日【無購物】

樂天世界+水族奇境、韓屋漫步、益善洞、北村韓屋村

4/06 ~ 10/19 每週一、六出發 NT\$26,900起



首爾

森戀首爾5日【台中出發 | 不走人蔘保肝】

南怡島、星空圖書館、聖水洞、明洞、塗鴉秀

5/03 ~ 10/19 每週日、一出發 NT\$17,500起



首爾

京彩首爾4日【不走人蔘保肝】

LUGE滑車、鐵道自行車、極光、聖水洞、明洞

4/20 ~ 10/20 每週一、二、四出發 NT\$13,900起

濟州

暖旅中部韓遊5日【不走人蔘保肝】

世宗落火、提川泡腳、清風湖纜車、加平湖遊船

5/15出發 限量一團 NT\$22,900起

釜山

慢遊釜蔚GO 5日【不走人蔘保肝】

巨濟島、蔚山自然、膠囊列車、五星汗蒸幕、積木村

4/11 ~ 10/19 每週二、四、六出發 NT\$20,500起



釜山

嗨玩釜山5日【不走人蔘保肝】

樂天世界、LUGE滑車、侏儸紀公園、海景汗蒸幕

4/16 ~ 10/20 每週二、四、六出發 NT\$17,500起

釜山

浪漫釜山4日【不走人蔘保肝】

佛國寺、海岸列車、蔚山奇景、甘川洞

4/10 ~ 6/29 每週一、五出發 NT\$13,900起



鼎運

全球 為你盛開

Glob
One Endless

濟州

藍鼎森遊濟州4日【不走人蔘保肝】

藍鼎一晚、神話世界、森林小火車

4/01 ~ 10/21 每週日、一、三、五出發

NT\$17,500起

濟州輕鬆GO 4日【不走人蔘保肝】

探訪城邑古村、森林小火車、羅馬島

4/12.13.15.19.20.22.26.27

NT\$12,900起

童趣濟州5日

【不走人蔘保肝】

藍鼎一晚、牛島、史努比、亂打秀

4/18 ~ 6/30 每週二、六出發

NT\$20,900起



旅遊 花季 一整個春天

Global Bloom Season
Spring Around the World.

追隨春天的腳步
從東方到西方
跨越緯度與時區
旅行全球最動人的花季

東京

浪漫紫藤・粉芝櫻・童話合掌村

立山雪壁溫泉5日

4/14 ~ 4/25、5/10 ~ 5/15 NT\$36,900起

九州

九州夢幻紫藤・柳川水鄉

金鱗湖溫泉5日

4/15.16.17.18.21.22.24 NT\$39,900起

四國

百花爭妍四國・金刀比羅宮

土佐之國4日

4/15.22、5/06.13.20.27
6/03.10 NT\$19,900起

東北

春櫻東北・大內宿・松島灣

雙溫泉4日

3/31、4/07.21.28 NT\$21,900起

東北

週末相遇秋田小旅行4日

浪漫銀山、琉璃之眼、雙溫泉

4/09、5/07.14.21.28、6/04.11 NT\$21,900起

東北

繽紛東北・紫藤芝櫻・鐵道

三溫泉5日

5/09 ~ 5/14 NT\$33,900起

北海道

相戀雲蔚粉芝櫻・北國道東

三大蟹吃到飽・溫泉5日

5/10 ~ 5/25 NT\$45,900起



五星 印度·尼泊爾

千年梵音 萬年雪頂

五星印度-

東方金三角古文明經典7天 **松山來回**

5/12.26、6/2.16.23.30 NT**36,900**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

5/13.20.27、6/3.10.17.24 NT**49,900**起

東歐

奧捷斯匈-奧匈帝國 世紀風情10天 ★早鳥前10名優惠3,000元
4/24、5/8.17.25、6/5.19、7/3.17 NT**62,900**起

羅馬尼亞-吸血鬼城堡.中世紀秘境10天
5/13.20 NT**64,900**起

俄羅斯-莫斯科.聖彼得堡風情9天 **雙點進出** **松山來回**
5/17.24.31、6/7.14.21.28 NT**74,900**起

俄羅斯-雙城風華.金環三鎮10天 ★早鳥前10名優惠3,000元
5/11.18.25、6/8.15、8/24.31、9/6.7、10/5.12 NT**84,900**起

克羅埃西亞.斯洛維尼亞.十六湖10天
5/16 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT**95,900**起

北歐

北歐峽灣-丹麥.瑞典.挪威.雙峽灣經典11天
5/31、6/3.7 NT**89,900**起

北歐四國 丹麥·挪威·瑞典·芬蘭·雙峽灣10天
10/8.22 ★早鳥前10名第二人優惠10,000元 NT**99,900**起

北歐冰島五國-斯堪地那維亞.峽灣經典13天
6/4.11 NT**198,000**起

北波波-北歐~波羅的海.波蘭八國15天
9/15 NT**139,000**起

南歐

西班牙—榮耀帝國 大城小鎮11天 ★早鳥前10名優惠3,000元
4/15、5/18.27、6/3.12.17.22 NT**59,900**起

川越西班牙—拉丁風情南歐經典11天
5/29、6/12.26 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT**69,900**起

南航西葡—伊比利半島經典11天
5/6.20、6/12 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT**69,900**起

西葡—伊比利半島直布羅陀經典13天
5/18.25、6/8.15.22 NT**89,900**起

義大利—濃情蜜意 比薩奇蹟 天空之城11天 **米蘭進-羅馬出**
5/5.26、6/16.30 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT**69,900**起

南義—詩情畫意 卡布里島.西西里島觀火山跳島12天
5/22、6/12.27、7/31、8/28、9/18、10/9 NT**139,900**起

希臘—眾神之國 天空之城 愛琴海跳島遊10天
5/17 NT**105,900**起

中東

國航土耳其—醉戀蕃紅花.布爾薩10天
4/28、5/7.12.23.28、6/4.11.18.25 NT**35,900**起

川越土耳其—醉戀蕃紅花.布爾薩11天
5/8.15.22.29、6/5.12.19.26 **松山來回** NT**36,900**起

東方土耳其—醉戀蕃紅花.布爾薩10天
5/8.16.24.29、6/6.18 **桃園出松山回** NT**37,900**起

直飛土耳其—醉戀蕃紅花.奇幻鄂圖曼10天
4/27、5/20.27.29、6/3.10.17.26 NT**49,900**起

快閃埃及—尼羅河遊輪紅海10天
5/2.23、6/9.20 NT**43,900**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

