

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.04.13 出刊 每週一發行

VOL. 905

無旅遊恐懼症

正在蔓延?!

分析2026年旅遊未來的3大關鍵





Notriphobia 下的旅遊新商機

在社群媒體高度滲透的現今社會，旅遊不再只是生活的調劑，而逐漸轉化為一種被放大的「存在證明」，近期在年輕族群間蔓延的Notriphobia（無旅行焦懼症），正是此一結構性轉變的具體體現。當「尚未安排下一趟旅行」成為焦慮來源，其背後反映的，不只是個人心理狀態，更是消費文化與價值體系的逐步轉換。

從源頭來看，社群平台無疑扮演這種現象產生的關鍵推手，在演算法與視覺濾鏡的雙重加乘下，被不斷放大的「理想生活樣貌」，使旅行從單純的休閒活動，升格為可被量化與比較的資本。每每打開手機，社群平台便充斥著異地風景與打卡紀錄，未出行者自然產生落差感，甚至進一步內化為「未旅行=落後」的潛意識判準。

與此同時，世代價值觀的轉變，也為此現象提供了土壤。相較過去強調資產累積，當代年輕族群更重視即時回饋與自我實現，在「情緒驅動」的消費邏輯下，旅行成為快速獲取愉悅與認同的途徑之一。尤其疫情後的報復性旅遊，已將「頻繁出遊」推升為常態節奏，進一步強化未參與者的邊緣焦慮。

值得關注的是，Notriphobia對市場並非單一面向的衝擊。從利多層面來看，它確實提升了出行意願與探索動能，為產業帶來實質需求；但也可能導致消費決策過度情緒化，甚至衍生財務壓力與價值錯置。當旅行從「選項」轉變為「義務」，其原本應具備的療癒功能，反而可能被稀釋，形成另一種循環性的心理負擔。

對產業端而言，這股心理趨勢開始反映在需求結構的轉變上。首先，「先訂再說」的預訂行為逐漸成形，「已規劃」本身即具備情緒安定與期待價值，讓旅遊

訂單不僅是交易，更是一種心理機制。同時，旅遊型態由過往集中式長假，轉向「高頻、短天數」的微旅行與快閃行程，顯示市場對時間彈性與即時滿足的高度依賴。

更關鍵的影響，是未來對於年輕客群的產品價值重新定義。當焦慮成為驅動力，旅遊的核心競爭已從功能導向，轉為情緒價值的提供。無論是強調療癒紓壓的溫泉與森林體驗，或是具挑戰性的戶外活動與深度文化探索，其本質皆在回應「我能在這趟旅程中成為誰？」的回饋。換言之，目的地的重要性正在下降，體驗意義則持續上升。

而扮演這種現象推手的社群平台，其擴散力的影響亦不可忽視，由於旅行已不只是消費行為，更是可被分享與再製的內容。因此具備影像張力與故事性的產品，更容易在平台上形成多次的傳播，進而轉化為實際銷售動能。

整體而言，Notriphobia的出現，標誌著旅遊產業正由「功能消費」邁向「情緒消費」的新階段，它既是需求擴張的助燃劑，同時也是市場競爭的壓力測試。未來的關鍵不在於誰擁有更多元的旅遊產品，而在於誰推出的商品更能精準理解消費者內在的不安，並轉化為具共鳴的體驗設計與敘事能力。

當「沒有旅行」成為一種壓力訊號，產業所面對的已不僅是市場機會，更是一道關於價值重塑的課題，如何在回應需求的同時，將這種焦慮轉化成商機，同時讓購買者能重新回歸探索與感受的本質，是產業最值得深思的關鍵。

總編輯

王政

EDITORIAL | 旅奇社論

02 Notriphobia 下的 旅遊新商機

COVER STORY | 封面故事

04 無旅遊恐懼症正在蔓延 從3大躉售型旅遊業者 分析看消費動態

AIRLINES | 航空飛訊

06 聯合航空慶祝全球百年 暨在台開航40週年

馬來西亞觀光局台北辦事處
攜手**亞洲航空**

台灣虎航宣布開賣冬季航班
酷航開通2條全新國際航線

TAIWAN | 國旅情報讚

08 大東北角永續實踐故事競賽火熱徵件中

HOTEL NEWS | 飯店新訊

09 桃禧飯店集團加盟IHG營運成長超有感 福容大飯店聚焦桃園 結合3地特色推出創意料理 桃園龍岡米干節4/25正式登場 展現在地觀光魅力

JAPAN | 和風日本

11 神戶須磨海洋世界 關西觀光一站式休閒新指標

TRADE TALK | 旅業大小事

12 隆祥31週年春酒盛會 深耕日本、布局全球 哪「郵」這麼好 搭郵輪玩美國再賺6萬元 航網擴張 地緣政治 雄獅機會與挑戰的1年 促進台灣旅遊產業發展 籌組觀光產業聯誼會 易遊網 發布2026年旅遊消費轉變預測 履約保險補助申請倒數中 觀光產業資訊協會 朝聖媽祖遶境 檳城環球旅遊機構帶領業者來台推廣檳城魅力 菲律賓觀光部舉辦產品說明會暨美食品嚐會 第28屆木蘭隊首場活動於4/7舉辦餐敘 ANTOR例會登場 特邀旅行公會總會簡報 賀! 鄭春綢當選遊覽車客運業品質保障協會理事長 2026 NTAI-EXPO基北北桃旅館AI科技博覽會圓滿落幕! 台灣商圈總會長周水美率6都商圈參加經濟部座談

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／謝旻蒨 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／彭可珺 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

無旅遊恐懼症正在蔓延 從3大 局勢動盪驅動轉單需求浮現 放眼未來「主題

因為服務量體巨大，許多躉售型旅行社在服務消費者之餘，也能透過訂單的背後判斷出旅客的習性、需求，以及未來趨勢。《旅奇週刊》特別針對3大躉售型業者發布的趨勢分析，為同業判斷出旅遊市場的未來風向球何在。

▲在無旅遊恐懼症 (Notriphobia) 的心理因素持續增生下，如何精準抓住旅客需求推出相應商品，成為業者的關注重點。

每當想到未辦事項中，竟缺少了旅遊的存在，就開始莫名焦躁，尤其看到週遭親友們紛紛在社群媒體上PO出旅遊中的成果，更讓這種焦慮逐漸強烈。」

這種焦慮並不是新型的心理病徵，而是現代人在社群當道的情況下，所衍生出一種「錯失恐懼」(Fear of Missing Out, 簡稱FOMO)的心理延伸，只是近期開始擴散到旅遊領域，因而成為網路的新興詞彙Notriphobia(無旅遊恐懼症)。

這個由No + Trip + Phobia單字組成的心理現象，泛指現代人因為「沒有安排旅遊計畫」，而開始出現焦慮、空虛或人生失去目標的心理狀態，多數流行於年輕世代，也展現出

「旅行」對於多數人而言，已被視為生活剛需必需品之一。

雖說旅遊已經成為生活之中的必需品，然而在全球局勢動盪與消費結構轉變之下，轉單效應也開始浮現，旅客更傾向轉往鄰近且安全的日韓、紐澳等區域，因此旅遊市場要如何判斷、布局，成為許多業者關注的重點。

而從多家業者觀察可見，未來旅遊不再只是移動與觀光的集合，而是由「主題驅動」、「價格理性」與「風險意識」3股力量交織而成，對於同業而言，未來關鍵不在只適提供產品，而是如何精準回應這些快速變動的需求訊號，在新一輪競爭中站穩腳步。

2025年10大熱門航點



2025年10大長程線目的地



*資料來源，易遊網機票銷售數據統計。

躉售型旅遊業者分析看消費動態

「驅動」、「價格理性」、「風險意識」成關鍵3本柱

療癒、運動、深度 實現旅遊的自主化

當旅遊已不再是新鮮事，「主題化與自我實現」逐漸成為吸引旅人們出遊的核心動機，療癒、運動、深度成為選擇旅遊的3個決勝點。

根據**可樂旅遊**的觀察，旅客不再滿足於走訪景點，而是傾向透過旅行回應內在需求，包括運動體驗、療癒放鬆與深度文化探索。滑雪、運動賽事等主題型旅遊興起，反映出「為興趣而移動」的趨勢。

同時，在高壓生活下，「慢節奏」與療癒型行程逐漸成為新奢華，強調身心平衡與旅程質感。此外，透過鐵道、節慶與在地文化串聯的深度旅遊，也顯示旅客更渴望與目的地建立情感連結，讓旅行成為一種自我延伸。



成本劇增下的轉變 價格、安全、更超值成目前風向

受中東戰事影響，全球航班供應與成本結構持續變動，市場已出現高價預期心理刺激消費者提前購票的現象，顯示「價格敏感與價值最大化」正重塑消費決策。

易遊網的觀察，在旅遊成本持續上升的背景下，旅客行為明顯轉向理性與精算，從過往「目的地先決」轉變為「看價格再決定去哪」。同時，為了放大每一次出遊的效益，旅遊型態將成為出國次數可能下降，但停留時間拉長，甚至透過跨城市、多國行程提升整體體驗密度，形成「一次出遊、多重收穫」的新模式。

此外，地緣政治與國際情勢波動，使旅客更加重視安全性與可控性，傾向相對穩定的市場，同時在航空與行程安排上，也更偏好具備保障與彈性的選擇，以降低突發狀況帶來的不確定性。



選擇高頻還是深度 兩極化需求顯現

過去在旅遊市場的兩極化分法，多數體現在價格的區分上，然而近期的市場結構出現的「兩極化發展」，則是取決於旅遊的模式。

雄獅旅遊指出，在消費天秤的兩端，一端是以日韓為代表的高頻、短天數即時紓壓型旅遊；另一端則是7至11天以上、強調深度沉浸的長天數行程。這種現象意味著旅客對時間運用與旅遊意義的期待，正朝向更個人化與多元化發展。

此外，運動體驗與觀賞賽事也已躍升為新興主流，顯示旅遊正從單純觀光轉向「深度主題」與「自我實現」。



聯合航空慶祝全球百年暨在台開航40週年

雙世紀與四十載的輝煌交匯 3大航線持續帶動台美旅遊

撰文·攝影／張偉浩



▲（左起）聯合航空台灣區業務總經理唐靜儀、ANA台灣分公司總經理古牧海、高雄觀光局長高閔琳、聯合航空國際銷售董事總經理Leon Goldberg、美國國家旅遊局（Brand USA）台灣代表蔡璧如、美國在台協會（AIT）商務組組長歐潔（Janée Pierre-Louis）、台灣美國商會執行長魏凱（Carl Wegner）、聯合航空亞洲及密克羅尼西亞區域銷售董事桐山謙一（Ken Kiriya）。



▲聯合航空頒發2025績優業者獎座。（左起）龍達旅行社總經理朱慶華、歐美亞商務旅行社總經理林宗怡、易遊網執行長陳志豪、可樂旅遊副總經理陳芝穎、聯合航空亞洲及密克羅尼西亞區域銷售董事桐山謙一（Ken Kiriya）、國際銷售董事總經理Leon Goldberg、台灣區業務總經理唐靜儀、五福旅遊副總經理郭健松、雄獅旅遊資深副總經理王彩鳳、東南旅遊副總經理李佩儀、金龍永盛旅行社總經理簡清彬、山富旅遊總經理陳宣融。

聯合航空（United Airlines，以下簡稱UA）舉辦「UA 40黃金歲月·航向未來」同業感恩晚宴，展現了其深耕台灣市場的決心與對未來的宏偉藍圖。今年對UA而言是極具里程碑意義的一年，標誌著UA成立100週年的全球盛事，更是自1986年開啟台美航線、深耕台灣屆滿40週年的重要日子。

聯合航空投入巨資 進行3大軟硬體升級

UA在台灣的發展見證了台美航空市場的成長。除了原本表現優異、每日2班的台北—舊金山航線外，聯合航空持續擴大在台布局。去年，UA開啟了多條具戰略意義的新航線，包括從2025年4月開始每週2班的台北—關島航線，以及2024年7月開航的高雄—東京每日航班，顯見其對南台灣市場的重視。

聯合航空國際銷售董事總經理Leon Goldberg強調，UA的成功離不開台灣代理商夥伴的長期忠誠與支持。這場結合了UA 100週年、在台40週年，以及即將到來的美國250週年的慶典，不僅是回顧過去的輝煌，更是開啟未來更多合作機會的起點。隨著航線的擴張與機上服務的革新，UA將繼續作為台美之間最重要的空中橋梁，帶領更多旅客體驗「美麗的美國」。

1. 機隊更新：台灣出發的2條航線將從B737-800升級為B737 MAX，涵蓋高雄—東京及台北—關島等航線。



▲聯合航空（United Airlines）舉辦「UA 40黃金歲月·航向未來」同業感恩晚宴。

2. 高端產品：推出全新的商務艙產品Polaris Studio，配備業界最大螢幕，並於4月底在舊金山—新加坡航線首航。

3. 通訊革命：預計在2027年以前，全球機隊將透過Starlink（星鏈）提供高速Wi-Fi連線，且MileagePlus會員可享免費使用。

推廣「America The Beautiful」與美國3大盛事

美國國家旅遊局（Brand USA）台灣代表蔡璧如在致詞中表示，Brand USA今年將以「America The Beautiful」（美麗的美國）為主題，聚焦3大重要活動推廣：1. 美國建國250週年（America 250）：2026年將迎來美國250歲生日，慶祝活動將貫穿全年，核心慶典在7/4國慶日。2. 66號公路百週年（Route 66 Centennial）：被譽為「母親之路」的傳奇公路跨越美國8個州，將於

11/11慶祝誕生100週年，是自駕旅遊愛好者的朝聖首選。3. FIFA世界盃足球賽：6/11至7/19將在美國11個城市開打，預計吸引全球球迷湧入。

穩健經濟夥伴與觀光鏈結 AIT發起推廣活動

美國在台協會（AIT）商務組組長歐潔（Janée Pierre-Louis）也高度評價UA在加強台美聯繫中的角色。AIT指出，台灣是美國第9大貿易夥伴，而美國則是台灣的第2大貿易夥伴。在旅遊方面，2025年年成長7.2%達到427,470人次。2025年，美台航空連結再創新高，新增直飛關島、達拉斯與鳳凰城航線，每週最多達170班直飛航班，UA在其中扮演了不可或缺的角色。

為了慶祝美國250週年，AIT預告將在社群媒體發起「旅遊與觀光」推廣活動，邀請台灣旅客分享在美國的難忘回憶，並有機會獲得驚喜獎品。此外，AIT團隊每年也帶領台灣企業代表團參加「SelectUSA」選擇美國投資高峰會，長期以來與UA在招募與出行方面保持緊密協作。



▲聯合航空（United Airlines）團隊合影。

馬來西亞觀光局台北辦事處攜手亞洲航空

響應2026旅遊年 組織台灣同業考察推廣東海岸觀光亮點

撰文／陳妍潔 圖片提供／亞洲航空



◀馬來西亞觀光局台北辦事處攜手亞洲航空，邀請台灣旅遊業者前往馬來西亞半島東側實地考察。

▶馬來西亞觀光局以「2026馬來西亞旅遊年」為推廣主軸，透過一系列舉措強化與台灣旅遊業者交流。



為注入旅遊新活力並提升矚目度，馬來西亞觀光局台北辦事處攜手AirAsia亞洲航空（以下簡稱亞航），於4月初特別邀請台灣旅行業者前往馬來西亞半島東側的吉蘭丹與登嘉樓等地考察。這2個地區被公認為馬來傳統文化的中心，以豐富的美食、傳統藝術及地道的當地體驗聞名。此次考察亮點包括獨特的海島體驗，如停泊島及浪中島，同時深入探索當地美食與沉浸式文化遺產

活動，讓業者更全面了解目的地特色。透過此次合作，亞航與馬來西亞觀光局台北辦事處於「2026馬來西亞旅遊年」期間，攜手向台灣市場推廣馬來西亞的新旅遊目的地，提升台灣旅客對東海岸地區的認知與興趣。

亞航於2001年成立迄今，積極拓展航網與業務，航往遍布全球150多個目的地，憑藉著實惠的票價與便捷的飛行體驗，實踐「人人皆可飛」的創立宗旨與

口號。同時公司更積極響應2050年實現淨零排放的目標，於2025年透過19項提升燃油效率舉措，大幅減少碳排與燃油成本，實踐企業之社會責任。根據交通部觀光署統計，疫後台灣赴馬來西亞旅遊人次直線攀升，因此亞航亦積極拓展台灣往來馬來西亞航線，期能提供台灣旅客赴馬旅遊的多元選擇，並透過提供穩定機位與具競爭力的票價，給予旅遊業者更彈性的產品操作空間。

台灣虎航宣布開賣冬季航班

尊榮虎享優先強票 優惠活動至4/17止

撰／陳妍潔 圖片提供／台灣虎航



▲台灣虎航宣布開賣2026冬季航班，4/16起全員皆可搶購。

台灣虎航於4/10宣布將於4/15開賣2026冬季航班，並針對符合尊榮虎（tigerprime）資格的會員，提供優先搶購的專屬權利。尊榮虎優先搶票日：4/15上午10：00～23：59止；全員開賣期間為4/16上午10：00起至4/17晚間23：59止。首波促銷航線包括：桃園－濟州島、高雄－首爾金浦、桃園／高雄－沖繩那霸、桃園－首爾仁川、桃園－釜山、桃園／高雄－大阪關西、桃園／高雄－福岡、桃園－宮崎、桃園－佐賀、桃園－岡山、桃園／高雄－東京成田、桃園－東京羽田、桃園／台中／高雄－名古屋、桃園－小松、桃園／高雄－仙台、桃園－新潟、桃園－花卷、桃園－札幌、桃園－函館、高雄-札幌。本次推出的優惠價格皆為單程未稅價，促銷搭乘期間為10/25～2027/3/27。

酷航開通2條全新國際航線

5月起陸續開航新加坡飛往勿里洞、坤甸

撰文／陳妍潔 圖片提供／酷航



▲酷航即將開航的新加坡－勿里洞與新加坡－坤甸航線，將由巴西航空工業E190-E2機型執飛。

新加坡航空旗下的低成本航空公司酷航宣布，將於5/3起開通每週2班新加坡－勿里洞，以及於6/29起開通每週3班新加坡－坤甸之航班，全新航線將由巴西航空工業E190-E2執飛，為旅客提供更便捷、更多元的航線選擇。勿里洞是隱匿於蘇門答臘島東海岸的熱帶瑰寶，以獨特的地質地貌、豐富的生物多樣性與純淨海岸線聞名，該島也是勿里洞眼鏡猴的棲息地，這是該島特有的夜行性靈長類。坤甸則是西加里曼丹省首府，位於赤道之上並設有赤道紀念碑，遊客可在此雙腳橫跨南北半球。這座文化底蘊深厚的濱水城市坐落於印尼最長河流卡普阿斯河沿岸，更以當地特色美食種類豐富而享有美食天堂的美譽。

大東北角永續實踐故事競賽火熱徵件中

持續推動永續發展 競賽分享實踐經驗 鼓勵在地響應

撰文／陳妍潔 圖片提供／交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處



▲2024年頭城休閒農場以「綠色廚房故事」於柏林ITB旅展獲得綠色目的地故事競賽商業與行銷類別第2名。



▲宜蘭傳藝園區以「柑仔龜分福文化故事」於2025年柏林ITB旅展獲得文化與傳統類別第3名。

在大東北角地區，永續並不只是政策口號，而是發生在日常生活中的具體行動。從旅宿業者落實節能減碳、餐廳選用地產食材，到社區團隊推動文化保存與海岸環境守護，看似平凡的日常實踐，正逐步累積成推動地方永續發展的重要力量。為讓這些在地行動被更多人看見，交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處（以下簡稱東北角管理處）持續舉辦第4屆「大東北角永續實踐故事競賽」，邀請地方觀光產業、社群團隊及行動者，透過故事形式分享發生於東北角的永續實踐。

永續融入日常 連年獲選全球百大綠色目的地

東北角管理處表示，近年大東北角地區持續朝向「永續觀光目的地」發展，從治理制度、產業輔導到在地參與逐步建立完整推動架構。管理處自2016年投入國際性永續管理認證「綠色目的地標章認證計畫（Green Destinations Award and Certification Program, ACP）」系統，已連續10年獲選為全球百大綠色目的地，同時積極輔導區內業者投入國際好旅行標章（Good Travel Seal）認證，自能源管理、友善採購、文化保存及社區回饋等面向落實永續理念，逐步形成具地方特色的綠色旅遊供應鏈。

然而，永續旅遊真正的力量，往往來自地方最細微的日常行動。許多在地

業者與社區團隊透過自身專業與創意，將永續理念融入日常營運與生活實踐之中。例如透過在地食材建立綠色餐桌、結合文化故事設計體驗活動，或以社區合作方式守護海岸與生態環境。這些看似微小的行動，不僅讓旅遊更具深度與溫度，也逐步形塑出大東北角獨有的永續旅遊樣貌。

分享自身經驗 展現國際影響力

為鼓勵更多地方行動者分享自身經驗，東北角管理處自2023年起辦理「大東北角永續實踐故事競賽」，將「說故事」視為永續治理的重要工具。透過故事敘事方式，讓分散於各地的永續實踐得以被看見、被學習，也讓旅客在旅行過程中理解地方如何一步一步累積永續成果。歷屆優秀案例不僅成為區域交流

的重要素材，更成功登上國際舞台，例如頭城休閒農場以「綠色廚房故事」於2024年柏林ITB旅展獲得綠色目的地故事競賽商業與行銷類別第2名，宜蘭傳藝園區則以「柑仔龜分福文化故事」於2025年獲得文化與傳統類別第3名，展現地方故事的國際影響力。

2026年第4屆「大東北角永續實踐故事競賽」目前正持續徵件中，鼓勵地方業者、社區組織與各類觀光從業者，分享自身在永續旅遊、文化傳承與環境守護上的實踐經驗。東北角管理處指出，「大東北角永續實踐故事競賽」不僅是一項徵件活動，更是一項持續累積地方知識與經驗的過程。透過這些故事的分享與傳播，讓更多人看見地方日常裡的永續力量，也讓大東北角的永續行動持續被理解、被支持，並逐步觸發更多永續的旅遊活動。



▲大東北角永續實踐故事競賽舉辦至今已至第4屆，透過行動者分享永續實踐經驗，也鼓舞更多人跟進響應。



桃禧飯店集團加盟IHG營運成長超有感

品牌效益加成營運制度優化 國際旅客入住率穩定成長

撰文・攝影／陳妍潔 圖片提供／桃禧飯店集團



▲桃禧飯店集團總經理褚鴻鳴（左）帶領團隊參與洲際酒店集團大中華區巡展。



▲桃園機場假日酒店位處國際旅客往來要道，經國際酒店品牌掛名後業績可謂如虎添翼。

為積極吸引國際旅客，桃禧飯店集團近年宣布將其3間飯店加入洲際酒店集團（IHG）旗下，原有的桃園機場假日酒店、台北車站智選假日酒店、桃園智選假日飯店經過改裝升級後，正式加入IHG，盼藉由國際品牌的影響力增加更多國際客源。在今年度IHG大中華區來台巡展的展攤中，桃禧飯店集團即作為台灣唯一參展賣家，向業者展示經過重整煥新後的酒店特色與優勢。

桃禧飯店集團總經理褚鴻鳴在採訪中表示，飯店自去年5月正式掛牌加盟IHG，此後整體營運表現皆有顯著提升，不僅住房率持續且穩定成長，平均每日房價也有所增長，且據觀察訂單來源多以IHG官網與集團會員為主。此外，客源結構從過去以團體客為主（約7成團客、3成散客），轉變為現在以散客為主（約7成散客、3成團客），進一步帶動收益成長。在以散客為主的情況下，主要客源依序為

台灣本地，其次為美國、日本、新加坡、香港與韓國。其中美國市場成長尤為明顯，自加盟IHG後，明顯觀察到高卡會員增加，美國旅客更顯著成長，顯見國際旅客仍偏好選擇具有品牌保證的飯店。

褚鴻鳴指出，透過加入IHG集團也為飯店帶來完整的營運體系與制度，包括員工線上訓練、定期測驗、營運輔導與評論機制等，使整體管理更加標準化。在硬體之外，也涵蓋食品安全、環保規範與服務流程標準化等面向，也為酒店整體帶來正向成長。而透過IHG會員機制也為酒店業績增長帶來極大助益，對旅客而言，入住IHG集團旗下酒店可累積房晚與點數，提高忠誠度；對飯店而言，則能帶來穩定客源與直客預訂比例提升，因而達成雙贏局面，也讓桃禧飯店集團除擁有老牌飯店的口碑，還能再添品牌效益所帶來的多方位成長。

福容大飯店聚焦桃園 結合3地特色推出創意料理

主打料理全台連鎖同步登場 串聯在地觀光資源祭優惠

撰文／陳妍潔 圖片提供／福容大飯店



◀福容大飯店聚焦桃園，推出「福容大龍門·桃園三味」以3地特色入菜，並串聯在地觀光資源。

▶福容大飯店「福容大龍門·桃園三味」即日起至7/5推出「剁椒魚頭煲」創意料理，於全台連鎖據點同步登場。



為深耕台灣觀光市場，福容大飯店持續推動主打地方文化特色的「一期一會」系列活動，繼花蓮、馬祖與澎湖之後，2026年聚焦桃園，於即日起至7/5推出「福容大龍門·桃園三味」。以大溪、龍潭、石門3地特色為靈感，結合全台連鎖據點同步登場，主打「剁椒魚頭煲」1鍋3吃創意料理，並串聯在地觀光資源與優惠，深化品牌在地連結與旅遊體驗。主打料理「剁椒魚頭煲」，為福容大飯店行政主廚蔡長庚

經典拿手名菜，此次結合桃園大溪、龍潭與石門3地特色進行創新演繹。料理發想自石門水庫鮮魚料理的鮮美意象，搭配以濃厚豆香與滷製後的鹹香回甘著名的大溪豆干。另外，搭配細緻滑順、富彈性的龍潭米線，堆疊出層次豐富的桃園風味，讓一道料理同時呈現山、水、人文交織的在地特色。

活動期間，「剁椒魚頭煲」將於福容大飯店連鎖旗下各館餐廳同步推出，每道售價1,980元+10%，可加價480元升

級加購「鮮蔬4品」享受更豐富滋味。饕客亦可透過LINE Pay購好券線上購買「剁椒魚頭煲」套餐券至福容大飯店鄰近據點兌換享用外，6/30前還可再享LINE POINTS加碼30%回饋。此外，桃園市觀光發展基金會亦大力支援，積極動員在地觀光業者共襄盛舉，活動期間同步提供桃園旅遊優惠，包含Xpark、郭元益糕餅博物館、太平洋自行車博物館、77共和國及手信坊等，可憑出示「福容家會員」享購票消費優惠。

桃園龍岡米干節4/25正式登場 展現在地觀光魅力

台韓交流引領文化節慶新高度 《美味當家》舞台劇重現眷村記憶

撰文／王政 圖片提供／桃園市觀光旅遊局



▲為了將米干節活動推向國際，桃園市政府觀光旅遊局此次特別將記者會移師至台北西門町紅樓廣場舉辦，由市長張善政（右5）以「走出桃園、前進國際」的精神，帶領桃園市政府以及龍岡地區特色美食攤商一同出席。

充滿異域風情的傳統慶典、華麗的民族服飾、長街宴美食饗宴，桃園最具異國魅力的「2026龍岡米干節」將於4/25於雲南文化公園、忠貞新村文化園區及龍岡大操場隆重登場。

桃園龍岡米干節自創辦以來已邁入第16年，除大力推廣滇緬泰多元文化、美食，帶動當地商圈發展，今年更再度榮獲2026~2027年交通部觀光署觀光雙年曆「國際級特色活動」殊榮，成為桃園年度最具代表性的觀光品牌活動之一。

今年活動除延續「水花火舞」主題，辦理具代表性之「潑水節」及「火把節」2大盛典，更首次辦理戶外大型舞台劇，藉由藝術詮釋龍岡的多元面貌，說出龍岡的地方故事，同時亦推出龍岡眷村懷舊遊戲，帶領遊客深入體驗在地人文風情。

水花火舞交織 米干香味躍動金三角

活動遵循傳統，4/25、4/26率先以緬、泰傳統的「潑水祈福」揭開序幕，邀請三寶寺高僧為民眾點水祈福，以水花洗淨厄運、帶來平安好運。現場更不能錯過主題踩街，在歡樂氣氛中與親友互相祝福，為新的一年祈求順利平安。

5/1將舉辦一場熱鬧長街米干宴，讓民眾在米干香氣中品嚐異域美味。5/2晚間忠貞新村將點燃篝火，以「火把求吉」儀式燃盡邪祟、照亮夜空，搭配少數民族的打歌表演，歡迎民眾一同圍火



▲桃園市市長張善政親自出席宣傳活動展現對於觀光的重視。

共舞、載歌載歡，祈求好運與平安。

活動期間更規劃3梯次不同文化主題的小旅行，帶領遊客深度走訪龍岡週邊聚落，認識滇緬文化、眷村歷史與在地風味，讓來自各地的遊客都能在水花與火舞中，感受米干節獨有的溫暖與活力。

跨縣市行銷米干節 走出桃園推向國際

為了將米干節活動推向國際，桃園市政府觀光旅遊局此次特別將記者會移師至台北西門町紅樓廣場舉辦，由市長張善政以「走出桃園、前進國際」的精神，帶領桃園市政府以及龍岡地區特色美食攤商一同出席，並集合全台多個商圈代表共同與會，展現跨城市的合作能量，象徵米干節邁向全台、接軌國際的重要里程碑。



▲龍岡地區特色美食攤商齊聚記者會，邀請民眾一起走進充滿異域風情的龍岡。



▲「2026龍岡米干節」以充滿異域風情的傳統慶典、華麗的民族服飾、長街宴美食饗宴，成為極具代表性的台灣慶典。

此外，今年適逢桃園市與韓國龜尾市締結姐妹市10週年，特別邀請龜尾市代表團來台參與米干節潑水節活動，現場更由韓國大廚提供限量韓國特色拉麵供民眾試吃，透過料理與飲食文化的交流對話，展現城市間的深厚情誼與文化連結，進一步推動米干節由在地節慶躍升為具有國際能見度的特色文化活動。

王偉忠團隊打造《美味當家》 重現眷村時代記憶

2026桃園龍岡米干節在延續經典「水花火舞」慶典的同時，今年更特別邀請王偉忠團隊，於活動主題日（4/25、26及5/1、2）於龍岡大操場辦理戶外舞台劇《美味當家》。以龍岡最具代表性的「米干」為敘事核心，帶領民眾穿越時光，回到六十年代的眷村與市井生活。

除舞台劇外，桃園市政府今年還特別規劃「忠貞的·那條街」、「藍白大集合」及「龍岡米干-黑白大廚」等創意活動，透過復刻眷村懷舊遊戲與情境體驗，帶領民眾走入龍岡早年的生活場景，感受在地歷史與多元文化的溫度，讓米干節不僅是美食饗宴，更是一場充滿故事感的在地文化旅程。

神戶須磨海洋世界 關西觀光一站式休閒新指標

西日本唯一虎鯨水族館 春季最新團體優惠與活動齊發

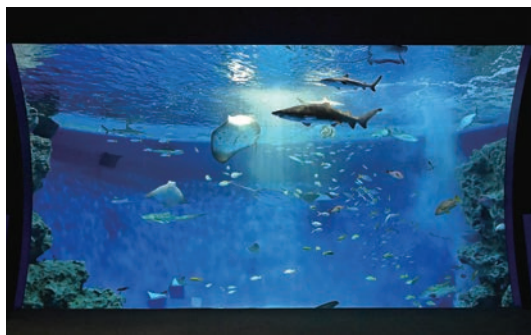
撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊顧問有限公司



▲巨大的虎鯨伴隨音樂與指令從水中躍起，景象非常壯觀。

神戶須磨海洋世界是關西地區首屈一指的超人氣設施，結合水族館、生態教育、餐飲與住宿等功能，以「與海共生」為主題設計，位於白沙灘環繞的須磨海岸。從神戶市區開車約15分鐘即可抵達，距神戶機場約30分鐘、關西國際機場約70分鐘，交通相當便利。這裡也是西日本唯一能近距離欣賞虎鯨表演的場所，氣勢十足的跳躍與水柱搭配音樂演出，震撼又壯觀。無論暢遊活動豐富的水族館、安排住宿餐飲、或僅搭配午餐用膳皆相當推薦，歡迎同業多加利用。旅行同業若有任何神戶須磨海洋世界資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

神戶須磨海洋世界～西日本唯一虎鯨殿堂與海洋生態教室



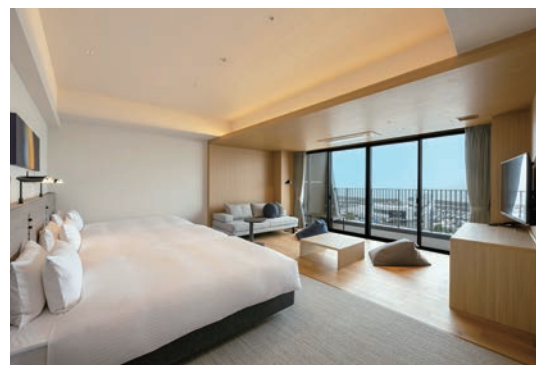
園區由「虎鯨Stadium」、「海豚Stadium」、「AQUA LIVE」及體驗設施構成。最大亮點「虎鯨Stadium」為西日本唯一虎鯨表演場，可近距離感受虎鯨躍起、拍水的震撼魅力。「海豚Stadium」則展現飼育員與海豚的默契互動。此外，「AQUA LIVE」設有大型沉浸式水槽，展示企鵝、海豹等逾300種海洋生物，搭配解說與餵食活動，非常適合親子客群與團體參觀。



神戶須磨海洋世界飯店～入住即附2餐與2日門票的超值選擇



緊鄰水族館的飯店為日本首座具備海豚互動池的住宿設施，全館80間客房皆為海景房，面積達28平方公尺以上，從房間即可眺望瀨湖中的海豚，非常適合團客入住。住宿享1泊2食與2日門票，能悠閒暢遊園區。館內餐廳提供神戶牛與當地鮮魚等自助百匯，住客更可預約閉館後的限定導覽，體驗獨家行程。若有相關需求，亦可洽詢飯店提供包廂或會議室，為包團與企業活動提供更多元的選擇。



自助餐廳「BLUE OCEAN」～與海洋王者共餐的夢幻時光

位於虎鯨Stadium內的「BLUE OCEAN」採完全預約制，是能邊享用美食邊欣賞虎鯨優雅泳姿的絕佳場所。餐廳設有面向水槽的觀賞座位，自2026年3月起推出春季菜單，嚴選兵庫縣時令食材，主打「神戶豬肉蜂蜜堅果燒」、充滿童趣的「虎鯨造型但馬雞」以及「西京味噌奶油烤鱈魚」等豐富和洋料理。



2026年春季最新活動情報

適逢春季與黃金週即將到來，園區也推出相關折扣與活動，提供團體操作或可推薦自由行遊客參考。

★春季展示：展出宛如春櫻的粉紅色「櫻鯛」，館內熱門的虎鯨娃娃抽籤活動亦推出期間限定粉色虎鯨。

★黃金週早鳥、星光票：5/3～5/5販售早鳥與星光票，門票售價約為8折非常划算。

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

隆祥31週年春酒盛會 深耕日本、布局全球

瞄準分眾市場、掌握豐富資源 完成一條龍的完整旅遊服務鏈

撰文·攝影／張偉浩

隆祥旅行社舉行2026年春酒晚宴，慶祝公司成立31週年，並邀請航空業、旅遊同業及媒體嘉賓齊聚一堂。晚宴中，隆祥旅行社、策略合作夥伴以及日本合作方代表分別發表致詞，揭示了公司在2025年的快速成長路徑，以及未來橫跨歐亞的全球擴張藍圖。

隆祥旅行社董事長高振添在致詞中首先感謝團隊與合作夥伴在2025年的鼎力相助，讓公司實現快速成長。他指出，隆祥自2016年起深耕日本市場，旨在提供一條龍的完整旅遊服務鏈。展望未來，高振添更宣示了2026年的戰略布局，除了現有的旅遊產品外，將規劃歐洲郵輪航線，並啟動中國大陸熱門地區的包機業務與鐵路之旅，持續為旅客創造更豐富的旅遊體驗。

喜美旅行社執行董事王志軒在致詞中，以三國時期諸葛亮的「隆」中對為喻，提出了隆祥專屬的發展戰略。隆祥如同火車，每一節車廂（員工與夥伴）的緊密串聯才成就了今日的規模，並特別感謝總經理林宜靜在財務資源上的全力支持，讓各項包機計畫得以成真。在戰略規劃上，採取從地方區域包圍城



▲隆祥旅行社舉行2026年春酒晚宴，慶祝公司成立31週年，並邀請航空業、旅遊同業及媒體嘉賓齊聚一堂。

市的策略，最終目標是全面覆蓋日本市場。

翔聖株式會社代表取締役大垣利哉則提到，與高振添擁有超過15年的深厚交情，始於在大阪的飯店服務時期，雙方從那時起就建立了長期的合作關係。從過去至今一直互相扶持，也非常看好未來的發展。並特別強調：「一起成立、一起創造」，展現對隆祥全力支持

的態度。

株式會社朝日旅行社社長王禹勝表示，今年對朝日旅行社而言是「創新」與「突破」的關鍵年，將聚焦以下3大發展主軸：1.深耕東北，服務同業、2.拓展亞洲，多元送客、3.資源轉型，布局全日。朝日旅行社將透過「資源整合」的優勢，為各位合作夥伴創造更高的邊際價值。

隆祥旅行社2026年春酒晚宴花絮



哪「郵」這麼好 搭郵輪玩美國再賺6萬元

NCL、美國國家旅遊局 攜手中僑旅行社 強徵郵輪夢想家

撰文／攝影／張偉浩 圖片提供／挪威郵輪公司 (Norwegian Cruise Line)



▲ (左起) 挪威郵輪銷售總監黃麗聰 (Crystal Wong)、中僑旅行社董事長林雲鶴、美國國家旅遊局台灣代表蔡璧如。



▲ (左起) 旅行業經理人協會理事長葉庭林、台灣國際郵輪協會理事長林博宗、挪威郵輪銷售總監黃麗聰 (Crystal Wong)、中僑旅行社董事長林雲鶴、美國國家旅遊局台灣代表蔡璧如、台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬、旅行業品保協會常務副理事長劉奕樑、台灣遊輪產業發展協會委員藍樹書。

隨著台灣郵輪市場持續成長，出境旅遊需求日益提升，「Fly + Cruise」已成為近年旅遊市場的重要趨勢之一。看準郵輪旅遊結合深度體驗與自由行程的優勢，挪威郵輪公司 (Norwegian Cruise Line) 以下簡稱NCL) 攜手美國國家旅遊局，並聯合中僑旅行社，於台灣推出全新企劃《NCL Cruise Dreamer to USA | 郵輪夢想家·美國啟航》。

中僑旅行社董事長林雲鶴表示，本次計畫以「創作X旅程」為核心，結合影音創作公開徵選1位「郵輪夢想家」，向台灣旅客展現美國郵輪旅遊的多元魅力與嶄新樣貌。活動開放年滿21歲、對旅遊與內容創作具高度熱忱之民眾報名參加，無論是旅遊愛好者或創作者，皆有機會透過本次徵選，開啟屬於自己的國際舞台。

美國旅遊熱度攀升 郵輪成新興旅遊趨勢

美國國家旅遊局台灣代表蔡璧如表示，台灣到美國人次屢創新高，佔居海外來客數第21名，台灣到美國的旅遊趨勢除了原有的商務、會議、探親、休閒、遊留學，近年來越來越多旅客鍾情於定點慢遊Staycation，自駕遊以及郵輪旅遊，並且會在鄰近城市順道遊。

此次徵選活動讓我們知道美國有些很多郵輪港口，例如：紐約、西雅圖、阿拉斯加、邁阿密、羅德岱堡、夏威夷、聖地亞哥，洛杉磯、加爾維斯頓...等等著



▲ 挪威郵輪成立於1966年，率先推出Freestyle Cruising®自由隨行郵輪體驗，徹底革新郵輪旅遊模式。

名觀光勝地，而今年正值美國國慶250週年，以及FIFA世界盃足球賽今夏開打，期待台灣旅客前來美國感受各式節慶氛圍。

挪威郵輪引領創新體驗 打造自由隨行旅遊模式

NCL是全球郵輪旅遊的領導品牌，得獎無數，屢獲殊榮。品牌口號「It's Different Out Here™」表現旅客在船上的情感連結，同時彰顯其開創郵輪體驗的歷史，以創新的船舶設計、靈活多元的

度假體驗，以及前往世界最受歡迎目的地的航線而享譽業界。

目前，NCL營運21艘世界級現代化郵輪，航線遍及加勒比海、阿拉斯加、歐洲、亞洲、澳洲、南美洲及夏威夷等數百個目的地。NCL同時擁有專屬私人島嶼大馬鐙礁 (Great Stirrup Cay)，位於巴哈馬，為賓客提供結合海上與岸上活動的沉浸式度假體驗。

挪威郵輪銷售總監黃麗聰 (Crystal Wong) 表示，挪威郵輪的最新船隻，包括Prima級及Prima Plus級郵輪，同時秉持對永續旅遊的承諾，挪威郵輪持續推動Sail & Sustain™環境計畫，重點涵蓋減少碳排放、強化廢棄物管理，以及與全球各地造訪社區建立長期合作關係。

打造郵輪夢想家·美國啟航代表

《NCL Cruise Dreamer to USA | 郵輪夢想家·美國啟航》計畫將公開徵選1位「郵輪夢想家」，無論您是旅遊愛好者、內容創作者，或者對海外郵輪旅行充滿嚮往的參與者，結合影音創作，皆可報名參加本次徵選。

★獲選者將可獲得：

1. NCL指定美國航線郵輪體驗1名
2. 66,666元旅遊金
3. 「NCL Cruise Dreamer to America NCL 郵輪夢想家！美國啟航」聘書

3階段徵選機制 全面開放報名

本次徵選分為3階段進行：

★第1階段「海選」將於即日起至5/7開放報名，參與者需提交創意自我介紹影片及相關資料，由評選委員選出10位入圍者。

★第2階段「複選」將於5/20至5/31進行，入圍者作品將於活動官網開放線上票選，票選前3名晉級決選。

★第3階段「決選」預計於6/5舉行，最終由評審團進行面試評選，選出本屆「郵輪夢想家」。

※本活動限台灣國籍且年滿21歲之民眾參加。

航網擴張 地緣政治 雄獅機會與挑戰的1年

4大成長引擎 AI賦能、精準分眾、服務擴圈、全球布局

撰文·攝影/張偉浩



▲雄獅旅遊舉辦「2026春季媒體餐敘」。(左起)雄獅集團媒體關係部總經理單蔚、財務長黃國瑜、總經理兼發言人賴一青、董事總經理黃信川、董事總經理林淑貞、行銷&場域暨商品開發總經理陳曉穎、行銷長張有群。

去年全台出國旅遊人次達1,894萬創下歷史新高，隨著航空業擴張航網，地緣政治局勢波動影響，雄獅旅遊指出今年是機會與挑戰並存的1年。相較於去年Q1同期，日韓、紐澳訂單年增近3成；美加線為成長黑馬，訂單年增4成；北歐極光訂單能見度已延伸至2027年3月。亞非旅遊需求出現「轉單效應」，

不過整體旅遊需求並未減少，旅客轉向如紐澳、日韓等地區，唯國際油價攀升亦帶動機票燃油附加費上調，進一步推升交通、住宿等旅遊供應鏈成本，未來團費調漲將視國際情勢進行滾動式調整。

展望今年，雄獅將深化國際化布局，透過多元產品組合與彈性供應鏈調整，有效分散區域風險，並強化全球市場連結。同時積極展現品牌承諾，聚焦提升服務品質與顧客體驗，以旅客安全與權益為優先，並導入數位化工具，提升營運效率與消費者滿意度。今年雄獅將以「AI賦能、精準分眾、服務擴圈、全球布局」作為2026年度4大成長引擎，強化營運韌性與成長動能。

此外，雄獅自去年10月啟動會員新

制以來，會員規模已突破200萬大關。現階段會員年齡層以30至50歲為主，不過今年第1季30歲以下新會員占比提升15%，顯示透過自由行、機票與住宿等年輕族群偏好的旅遊商品，已有效拓展會員結構、吸引更多年輕族群加入。

緊扣航司全球拓點步伐，雄獅繼去年3月深耕日本熊本、9月布局美國鳳凰城後，今宣布將進駐捷克布拉格，預計海外據點總數將達16處。除經營既有團體旅遊市場外，亦積極布局高附加價值的「商務差旅」與「在地體驗」領域，並藉由海外據點優勢，擴大「Day Tour」產品線，精準掌握自由行成長趨勢。

目前日本分公司推動之「Day Tour」產品，已成功拓展至歐美及東南亞客群。未來將持續深化2線城市產品開發，推出具差異化之獨家行程，進一步提升品牌於全球市場的能見度與競爭力。

促進台灣旅遊產業發展 籌組觀光產業聯誼會

以台中為發展起始點 廣邀公協會代表加入整合業內資源

撰文/陳妍潔 圖片提供/觀光產業聯誼會



▲觀光產業聯誼會串聯觀光相關公協會資源，以促進觀光發展為目標。

為強化全台旅遊產業連結，整合業界資源助力觀光發展，台中市國際觀光發展協會理事長楊琮霖於今年特別籌組觀光產業聯誼會，並擔任聯誼會首屆理事長一職，協助串聯全台旅遊公協會資源，期開創產業新榮景。觀光產業聯誼會在創立之初以台中市作為發展起點，邀請在台中市立案觀光產業相關的各協會或團體性組織加入，待會務運行順暢推動

後，將擴大邀請台中市以外的公協會和團體組織入會，增加聯誼會之效能。聯誼會成員則以各觀光相關產業公協會或團體組織之現任理事長為主要代表，並廣邀曾任台灣各公協會或團體組織之各屆理事長即團體組織參與，旨在透過跨各公協會暨團體組織資源整合，並導入公部門的支持或互助，以利加速產業交流與會務推動，達到促進觀光發展的創立宗旨。



▲(左起)觀光產業聯誼會會長楊琮霖、台灣鄉村旅遊協會理事長林勁潔、中華TJ台日文化經濟交流協會理事長李明儒、台中市旅行公會理事長馮國豐。



▲交通部觀光署參山風景管理處長曹忠猷。



▲台中市觀光旅遊局副局長蔡宗昇。

易遊網 發布2026年旅遊消費轉變預測

跟團旅遊「平台化」合作超過50家旅行社 覆蓋率85%

撰文·攝影/張偉浩

2025年旅遊市場動能持續暢旺，易遊網去年整體營運表現再創新高，個人機票（FIT）銷售突破350萬航段數，年成長達40%之外，全球訂房營收亦達75億元，雙雙刷新歷史紀錄。於數位經營表現方面，易遊網App累積超過400萬下載數，相當於台灣每6人就有1人使用，不僅穩居台灣旅行社之首，且超過7成訂單來自App，顯示品牌已成功建立以行動為核心的消費服務生態。

在跟團旅遊的營運表現上，2025年營收突破60億元規模，易遊網以「平台化」作為跟團旅遊的核心經營策略，除自營出團行程外，更整合超過50家旅行社商品，覆蓋市面上超過85%的跟團行程，讓消費者可一站式比價與行程篩選，快速找到符合自身預算與需求的旅遊方案。此外，針對跟團顧客最在意的

成團不確定性，今年更進一步推出「成團訂閱通知」功能，協助旅客即時掌握出團狀態，不僅有效降低決策門檻，亦同步提升整體交易轉換。

今年受中東戰事情勢影響，全球航班供應與成本結構持續變動，首先，面臨票價的調漲，消費者決策模式將由過往的「目的地導向」逐步轉為「價格探索導向」。在目的地的選擇上，根據機票銷售成長數據觀察，易遊網推薦4個2026年值得造訪的寶藏潛力城市供旅人參考。

包括被CNN評選為年度必訪城市的金澤，有「北陸小京都」之稱，結合文化底蘊與較低旅遊密度，提供高品質深度體驗；擁有世界自然遺產、溫泉與在地美食的青森，具備療癒型慢旅條件，同時可搭配北海道或仙台雙點進出，規劃多城玩法；烏魯木齊則以壯闊自然景觀與濃厚西域文化，加上社群網紅擴散效



▲（左起）易遊網資深公關經理林昭君、執行長陳志豪、行銷長林宜頻。

應，逐步累積旅遊關注與嚮往；若想安排長程旅遊，伯斯憑藉相對親民的物價、安全宜居環境與獨特自然生態，成為澳洲旅遊快速崛起的新興選項。

履約保險補助申請倒數中

旅行公會總會籲業者把握6月底前申請

撰文/王政 圖片提供/本刊圖庫

為協助旅行業者降低營運成本並強化履約保障機制，「114年度旅行業履約保證保險費用補助」申請將於今年6/30截止。旅行商業同業公會總會特別提醒，目前仍有部分業者尚未提出申請，呼籲符合資格者可儘速辦理，以免錯失補助機會。本次補助適用對象涵蓋綜合、甲種及乙種旅行社，無申請門檻限制。透過政府補助機制，業者可有效降低保險支出，並進一步提升履約保障與消費者信任。

旅行公會總會表示，符合資格的業者多已具備申請條件，僅需依規定備妥文件提出申請。建議尚未申請之旅行社，儘速至觀光署行政資訊網/業務資訊/觀光推廣/新促進旅行業發展方案專區下載相關表格（附件4），並詳閱「新促進旅行業發展方案」Q&A（Q9、Q10），以掌握申請流程與所需資料。

旅行公會總會也特別呼籲，補助申請期限將至，逾期將無法受理，請業者把握最後時程，善用政策資源，強化企業營運基礎。



觀光產業資訊協會 朝聖媽祖遶境

與桃園龍德宮展開合作 吸引國際遊客瘋媽祖

撰文/張偉浩 圖片提供/觀光產業資訊協會



▲由觀光產業資訊協會理事長白中仁（左6）帶領的微型體驗朝聖之旅，讓會員直呼明年一定還要參加。

桃園龍德宮媽祖起駕遶境，自4/4晚上8時桃園龍德宮正式展開9天8夜從北到南縱貫台灣的媽祖遶境活動。為了推廣國際遊客參與台灣媽祖遶境信仰的旅遊行程，觀光產業資訊協會理事長白中仁於媽祖起駕當天帶領會員們參與這場宗教盛會，親身感受媽祖遶境魅力，體驗台灣版的朝聖之旅。白中仁指出，以西班牙朝聖之旅、麥加朝聖為例，認為4月是台灣媽祖月，所有人都在追縱媽祖，跟著媽祖遶境全台走透透，其中以桃園龍德宮的媽祖遶境最具特色，加上桃園龍德宮所在位置就在桃園機場附近，鎮守國門保護旅客出入境平安，帶給國際旅客首入眼簾的深刻印象。

檳城環球旅遊機構帶領業者來台推廣檳城魅力

台灣為檳城第4大客源市場 以3大主題邀旅客體驗當地旅遊資源

撰文・攝影／謝旻蒞 圖片提供／檳城環球旅遊機構



▲（左起）檳城彭加蘭哥打州議員YB王宇航、檳州旅遊與創意經濟委員會YB黃漢偉、檳城環球旅遊機構CEO黃茁原、經理袁寶琳、黃柯以。



▲檳城環球旅遊機構帶領12家機構的16位業界代表來台，積極深化台檳雙邊合作。

在最新的統計資料中顯示，2025年台灣旅客共有42,386人次入境檳城，成為第4大國際客源地，展現台灣旅客對檳城的高度關注與喜愛。

檳城擁有豐富多元的旅遊資源，能滿足不同類型旅客的需求，無論是熱愛文化歷史的探索者、追求美食的饕客、鍾情自然生態的旅人，

為配合2026馬來西亞旅遊年，檳城環球旅遊機構積極布局台灣市場，於3/26來台舉辦年度推廣活動，由檳州旅遊及創意經濟事務行政議員黃漢偉再次率團訪台，帶領12家機構的16位業界代表，涵蓋旅遊景點、酒店、旅行社、購物中心、教育機構以及馬來西亞第二家園（MM2H）等多個領域，全面展現檳城觀光與生活的多樣風貌。

活動中特別播映全新形象宣傳短片《戀戀檳城》，以「心動，從這一刻起」為主標語，從「戀戀・穿越」、「戀戀・本色」與「戀戀・舌尖」3大主題出發，帶領旅客走進百年喬治市、多元文化日常與南洋美食之旅，同時也呈現豐富的自然生態與多元旅遊體驗。

檳城環球旅遊機構表示，台灣長期以來為檳城重要的國際客源市場之一。

或是尋求獨特體驗的打卡愛好者，都能在此找到屬於自己的玩法與故事。另外，除觀光往來，檳城與台灣在經濟、教育及文化領域亦互動頻繁。包括台灣企業前往檳城投資發展，為當地經濟注入動能；同時亦有眾多檳城學生來台升學，在台北、台中及高雄等城市深造，形塑緊密的連結，使台灣成為檳城最重要且親近的國際夥伴之一。

菲律賓觀光部舉辦產品說明會暨美食品嚐會

台灣為菲律賓重要客源市場之一 今年整體入境目標同比成長8%

撰文・攝影／謝旻蒞 圖片提供／ABV南洋餐酒館



▲菲律賓觀光部台灣分處於4/10舉辦菲律賓觀光產品說明暨美食品嚐會。



▲菲律賓觀光部台灣分處處長梅顏寶。



▲多樣的菲律賓地道美食風味，體驗當地獨有特色文化。

菲律賓觀光部台灣分處（以下簡稱菲觀部）於4/10於ABV南洋餐酒館，舉辦「菲律賓觀光產品說明暨Salosalo! Filipino Food Experience菲律賓美食品嚐會，現場邀請眾多經營菲律賓路線的業者、航空公司及媒體共襄盛舉，除了針對今年菲律賓市場布局介紹外，更透過地道美食風味，帶領大眾深度體驗菲律賓獨有的分享文化與熱情好客。

菲律賓觀光部台灣分處處長梅顏寶

表示，根據資料顯示，2025年台灣有213,928人次入境菲律賓，相比去年成長約6.32%，為全球第8大客源市場。目前台灣及菲律賓的直飛航線有台北－馬尼拉、宿霧、克拉克以及高雄－馬尼拉，共有宿霧太平洋航空、中華航空、亞洲航空、星宇航空、菲律賓航空、長榮航空等6家航空公司執飛。台灣觀光客旅遊目的多為休閒度假、探訪親友、商務會議、教育遊學等，而其中有57%為回訪

旅客，主要的熱門造訪地為宿霧、邦板牙省、薄荷島、長灘島、巴拉望。

展望今年，第1季繳出亮眼成績單，約有65,088人次台灣旅客入境，相比去年同期成長約16.43%。梅顏寶提到，今年菲觀部最大的目標是，同比去年入境人次成長8%，因此菲觀部將透過「菲律賓旅遊團體推廣計畫」，提供迎賓、禮品方案協助業者著重推廣，進而吸引更多旅客選擇菲律賓作為首選旅遊目的地。

第28屆木蘭隊首場活動於4/7舉辦餐敘

邀王瑞芹老師進行專題分享 集結產業菁英打造女力交流平台

撰文·攝影／謝旻蒨



▲木蘭隊會長許素珍。



▲邀請王瑞芹老師以「女性領導者聲音影響力」為題進行分享。



航旅業木蘭女子高爾夫球聯誼會（以下簡稱木蘭隊）於4/7舉行餐敘活動，並邀請王瑞芹老師以「女性領導者 聲音影響力」為題進行分享。木蘭隊會長許素珍表示，此次為上任後的首個活動，特別選址於國王大酒店用餐，其目的是鄰近旅行社大本營附近，方便姊妹們抵達。因此未來也將採用此形式，並選用接地氣的餐廳，讓大家能更迅速的團聚在一起。

他提到，木蘭隊是在28年前成立，從最初以高爾夫球聯誼為主導向，到現在逐漸發展為航旅業女性重要的交流平台，完美展現出女性力量的魅力。此外，她也在會中特別邀請新進姊妹Club Med台灣總經理江佩書、利百加旅行社副總經理廖千惠與大家認識，期藉由互動交流增進感情，進而促成合作機會，共同讓木蘭精神發揚光大。



▲航旅業木蘭女子高爾夫球聯誼會於4/7舉行餐敘活動。

ANTOR例會登場 特邀旅行公會總會簡報

強化縣市、公協會合作面向 打造會員行銷宣傳最強平台

撰文·攝影／王政

由世界各國國家或州政府觀光組織在台觀光代表處所組成的外國駐台觀光代表聯合會（ANTOR），自1995年成立以來，ANTOR便致力提供會員之間的觀光資訊交流，同時提升市場的旅遊品質與海外旅遊便利性。

隨著現任會長—美國國家旅遊局台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）接棒下，邁過30年的ANTOR開始深化與產業界的合作，透過與公協會的緊密合作，進一步擴大會員們的旅遊服務觸角。如4/1登場的雙月例會中，在蔡璧如的邀請下，旅行公會總會秘書長曾雅惠特別蒞臨，並分享預計8/21登場的「2026台灣國際旅遊展（TiTE）」的細項，邀請會員們共襄盛舉。值得一提的是，擔任協會副會長的非洲駐台經貿辦事處主任林志強（Richard）博士已於日前正式退休，現場會員除了特別獻上祝福即將開啟的下段人生旅程，新任副會長也將由法國旅遊發展署台灣區代表翁淑惠接任。



◀（左9起）ANTOR會長蔡璧如、旅行公會總會秘書長曾雅惠與ANTOR會員合影。

當天除了分享未來的例會日期外，ANTOR會長蔡璧如也分享即將拜會率陸台北市市長蔣萬安，同時也分享未來將陸續登場的全台大型旅展，如4/24~4/27台中國際旅展、5/17~5/20的高雄國際旅展、5/22~5/25的TTE台北國際觀光博覽會、7/17~7/20台北夏季旅展等。而此次特別邀請到旅行公會總會現場分享8月份登場的旅展，也將為會員們提供更多元的宣傳舞台。

旅行公會總會秘書長曾雅惠表示，8/21登場、為期4天的台灣國際旅遊展

（TiTE），並非只是延續夏季促銷的平台，而是針對「國家品牌深耕」與「跨季風險控管」的核心戰略窗口。相比於上半年旅展多為暑假旺季的前哨戰，TiTE將能更著重於文化體驗、深度主題展示，對於行銷、建立觀光品牌高度的ANTOR會員們而言更為合適。

於此同時，透過實際旅展的舉辦，除了能傳遞最新穎的旅遊資訊給與消費者，也能鎖定9~11月份出發、更具消費力與行動力的「秋季樂齡族」目光，創造更多元的推廣利基。

賀！鄭春綱當選遊覽車客運業品質保障協會理事長

再續理事長一職 聯合觀光工廠舉辦媒合會 積極為產業發聲

撰文·攝影／謝旻蓁



▲遊覽車客運業品質保障協會第4屆理事長林建宏（左）正式交棒給新任理事長鄭春綱。



▲遊覽車客運業品質保障協會第5屆理監事團隊合影。



▲（左起）遊覽車客運業品質保障協會第5屆理事長鄭春綱、第4屆理事長林建宏、創會理事長張文演、台灣省遊覽車客運公會聯合會理事長陳麗英、遊覽車客運業品質保障協會第5屆副理事長潘士宏。



▲台中區監理所副所長王英泰。



▲協會與觀光工廠促進協會合作，向會員夥伴介紹台灣在地特色產品。

遊覽車客運業品質保障協會於3/31假台中新幹線花園酒店舉辦第5屆第1次會員大會，針對各項會務進行報告及審查收支預算，並同時進行理監事的改選。最終，由鄭春綱當選理事長一職，未來將率領新團隊繼續為產業提供最優質的服務。

此次會員大會特別邀請交通部公路總局台中區監理所、旅行業品質保障協會、遊覽車客運公會總會、台灣省遊覽車客運公會聯合會，以及各縣市遊覽車客運公會共襄盛舉，展現出協會對產業的重要性。此外，除理監事改選，協會更特別與觀光工廠促進協會合作，邀請全台多家觀光工廠以及旅宿業、風景區等單位齊聚，向會員夥伴介紹台灣在地特色，讓協會成為平台，共同攜手打造更優質的台灣旅遊環境。

產官合作營造安全環境 攜手團隊優化產業發展

台中區監理所副所長王英泰表示，職業駕駛須從專業訓練做起，因此政府針對大客車駕駛的招募與專業訓練，皆

有設有專案經費補助，鼓勵從業人員善加利用。另外他也肯定協會這些年的努力，成為政府及民間溝通的最佳的橋樑，特別是在交通運輸界艱辛的情況下，協會都能持續互助合作，共同營造安全無憂的環境。

遊覽車客運業品質保障協會第5屆理事長鄭春綱表示，再次承擔理事長重擔，深感榮幸之餘，更覺責任艱巨。這不僅是一份重任，更是一項帶領協會突破

現狀的挑戰。在未來4年的任期中，我將以「對外發聲、對內改革」為核心目標。對外，我必全力投入會務運作，完善與主管機關間的溝通管道，積極為產業爭取公平且友善的經營空間；對內，則將與新任理監事團隊共同努力，在有限的資源下，力求開源節流，建構協會永續穩健的財務根基。我們願以實際績效贏得會員的信任與尊重，將協會打造成為受主管機關及業界重視、具備公信力的指標性平台。

遊覽車客運業品質保障協會第5屆理監事

- 理事長：鄭春綱
- 副理事長：馮福壽、潘士宏、楊景山
- 常務理事：莊家卉、陳麗英、王思梓、張東義、黃宗彥、周文灝、楊茂松
- 理事：盧泚林、梁禮仁、劉貴福、柯福登、李鴻藤、陳慶鴻、鄧雲天、盧讚祥、丁良德、陳建勳、陳箴榮、林鴻哲、張金龍、賴皇觀、林勝利、張益彰、許濟滢、張宏銘、賴玉珍、潘漢賓、吳勝威、紀明德、肖鈞瑜、周智賢
- 監事會召集人：顏信雄
- 常務監事：歐百淨、曾綉粉
- 監事：盧森嬌、楊忠賀、許素珠、林添福、趙保貴、林昱勝、林正麒、蔡明君



▲第5屆理監事選舉現場。

2026 NTAI-EXPO 基北北桃旅館AI科技博覽會圓滿落幕！

4市旅館公會攜手推動AI轉型 吸引近200家旅館業者參與

撰文／謝旻菡 圖片提供／台北市旅館公會



▲2026 NTAI-EXPO基北北桃旅館AI科技博覽會吸引近200家旅館業者及逾百位高階經理人參與。



▲台北市旅館商業同業公會理事長趙一任。

由台北市旅館公會、新北市旅館公會、桃園市旅館公會及基隆市旅館公會，共同攜手推動的「2026 NTAI-EXPO基北北桃旅館AI科技博覽會」，於3/25在台北凱達大飯店舉行並圓滿落幕。作為北台灣旅館產業首度跨縣市整合舉辦之大型科技交流平台，本次活動吸引近200家旅館業者及逾百位高階經理人參與，現場交流熱絡，展現產業對

AI應用與數位轉型的高度關注。

台北市旅館商業同業公會理事長趙一任表示，面對旅館產業人力結構轉變與市場競爭加劇，導入AI與智慧科技是產業升級的關鍵動能。此次博覽會透過跨縣市公會合作，整合產業資源與科技能量，不僅促進業者與解決方案提供者之間的實質交流，也為旅館業者提供具體可行的轉型路徑。未來公會將持續扮

演平台角色，推動智慧旅宿發展，協助業者提升營運效率與服務品質，強化整體產業競爭力。

此次博覽會以「AI賦能旅宿產業」為主軸，聚焦科技如何協助旅館業因應人力短缺挑戰，並提升營運效率與服務品質。透過多元內容展現的形式，促

進旅館業者與科技廠商的實務交流與合作契機。展區部分則集結超過20家海內外科技廠商，展示內容涵蓋PMS（飯店管理系統）、RMS（收益管理系統）、ERP整合系統、AI智慧應用、服務型機器人及整合型Total Solution等多元領域，提供旅宿業者一站式數位轉型解決方案，並協助業者更具體掌握導入方向與效益。

台灣商圈總會長周水美率6都商圈參加經濟部座談

塑膠製品供需穩定、呼籲店家理性採購 持續攜手政府穩定市場

撰文／謝旻菡 圖片提供／台灣商圈文化觀光產業聯合總會

為守護民生消費環境並協助商圈店家穩健經營，經濟部於4/7召開「關懷商圈塑膠製品影響現況座談會」。台灣商圈文化觀光產業聯合總會總會長周水美親自率領全台6都的商圈理事長連袂出席，與政府



▲台灣商圈文化觀光產業聯合總會總會長周水美（前排左6）率領全台6都的商圈理事長出席參加經濟部座談會。



▲經濟部於4/7召開「關懷商圈塑膠製品影響現況座談會」。

府部門展開深度對話。針對塑膠製品供應現況、成本波動及應變機制提出精闢建言，充分展現商圈公協會與政府攜手穩定市場的決心。

台灣商圈文化觀光產業聯合總會總會長周水美在會中指出，台灣商圈涵蓋夜市、文創市集及各類特色店家，經營樣態極具多樣性，對塑膠袋的使用需求亦有所不同。根據總會第一線觀察，目

前全台商圈塑膠袋供貨量能尚屬穩定，雖部分特殊品項受全球物料波動影響而有價格微調，對經營成本造成些許壓力，但整體供應體系運作正常，並無短缺之虞。

她表示，我們高度肯定經濟部及商業發展署第一時間建立透明的反映與媒合機制，這對強化供需資訊流通、提升市場應變韌性至關重要。並向全台商圈夥

伴發出號召，強調目前存貨充足，各店家應秉持「理性採購、無需囤積」的原則，共同維護市場供需平衡。未來，總會將持續扮演「關鍵溝通橋樑」，即時彙整地方需求並精準對接政府資源，在變動的供應鏈環境下，全力確保店家安心運營、民眾消費順暢，攜手中央與地方政府，共創台灣商圈經濟的繁榮與永續。



奧捷斯匈

奧匈帝國 世紀風情10天

5/8、6/19、7/3.17. 8/7. 21、9/4. 7. 11. 14、
10/12. 16

NT **62,900** 起

早鳥優惠
前10名
優惠 **3,000**

東歐

俄羅斯—莫斯科.聖彼得堡風情9天 **雙點進出 松山來回**
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

南亞區

五星印度—東方金三角古文明經典7天 **松山來回**
5/ **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/ **20**. **27**、6/3.10.17.24 NT **49,900**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**
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
6/ **12**、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
5/ **23**. 28、6/4.11.18.25 NT **36,900**起

川越土耳其—醉戀蕃紅花.布爾薩11天
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
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

