

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.06.29 出刊 每週一發行

VOL. 916

AllGo

PENG WAITRAVEL AGENCY

朋威旅遊

開闢市場新藍海
多元布局搶攻旅遊商機

朋威旅遊總經理

陳芊妘



EDITORIAL | 旅奇社論

02 當「大家都去了」成賣點 跟風型忠誠度便成為切入點

COVER STORY | 封面故事

04 朋威旅遊重塑旅遊價值 以產品力創造競爭力

AIRLINES | 航空飛訊

06 中華航空2026績優代理商 感恩餐會台北場盛大展開

永不妥協的堅韌力量 林威助出任
台虎日本市場品牌大使

大韓航空機上葡萄酒榮獲6項大獎肯定

土航5度榮獲APEX肯定

荷航傳世名作A350即將啟航

阿聯酋航空舉辦同業說明會分享產品新訊

酷航《蜘蛛人：重生日》主題飛機

台灣虎航開啟空中數位新時代

MARKET TRENDS | 市場趨勢

12 不只賣座位 更賣「嚮往感」

JAPAN | 和風日本

16 千葉縣藝術盛事!房總國際藝術祭Art×Mix 2027

PERSPECTIVE | 看好台灣

19 從管理者到陪伴者 王茂城：打造永續、 觀光與產業共榮的台灣漁業新未來

從九孔池走向地方活化 返鄉十餘年的
李勝興用一生守住貢寮的海洋未來

DESTINATION | 實地探訪

24 2026泰國旅遊交易會TTM+登場 強調以品質為導向的成長方向

TRADE TALK | 旅業大小事

26 台南市旅行公會6/17舉辦觀光產業推介會 賀!趙一任連任第18屆台北市旅館公會理事長 豪斯登堡首座絕景雲霄飛車2027年即將誕生 台美航線新里程:長榮航空直飛華盛頓正式啟航

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
 執行編輯/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

AmGo

朋威旅遊重塑旅遊價值

深度規畫海內外旅遊行程 親民價格



▲朋威旅遊團隊憑藉豐富的市場經驗，打造出全面性旅遊產品。

於2015年成立的朋威旅遊（以下簡稱朋威）以出入境旅遊為發展主軸，從深耕國旅到發掘海外新興景點，活用豐沛資源打造出高CP值的旅遊體驗，也為其在競爭激烈的旅遊市場中創造新路。在熱門旅遊目的地穩定發展之下，朋威在近年開始著力拓展中東、中亞、南亞等旅遊地區拓展，期望以多樣化的旅遊產品，帶給旅客更多元的旅遊選擇。

今年初受到中東政治局勢影響，原本穩定成長的團體旅遊需求明顯下滑，不少旅客因安全疑慮選擇觀望。對此朋威旅遊總經理陳芊玟指出，隨著局勢逐漸穩定，加上實際赴當地旅遊的旅客普遍反映行程未受太大影響，市場信心正逐步恢復。為加速市場復甦，朋威除透過旅展、行銷推廣及退費保障措施降低旅客疑慮，同時亦組織同業考察團親赴當地了解現況，期望藉實地探訪向市場傳達正確資訊。據其觀察，目前已有部分自由行及團體需求回流，預估下半年將逐步復甦。



▶（左起）朋威旅遊總經理陳芊玟、產品部線控謝婉瑜。

中東市場逐步回溫 產品豐富度再深化

過去朋威於中東布局上以單一杜拜產品為主，近2年則擴大版圖，並活用市場資源，依客群需求推出多元價位選擇，產品朝向分眾化、高端化、深度化發展。陳芊玟提到，自阿提哈德航空於去年開放台北直飛阿布達比航線後，產品安排更為彈性，其具競爭力的票價也讓產品操作更加靈活，近期更祭出「買機票、送保險」的優惠策略，提高產品包裝優勢。別於杜拜的華貴風情，阿布達比的景點與建築更以壯麗聞名，因此未來朋威除強化杜拜行程豐富度，產品亦將深化阿布達比遊程，打造更完整的阿聯酋深度旅遊體驗。此外，朋威亦積極提升產品豐富度，未來將考量推出中東郵輪行程，並將旅遊線路延伸至更多海灣國家，串聯卡達、巴林、杜哈等多國旅遊產品，希望透過更多元的產品包裝，從而帶動中東市場穩定成長。



▲朋威旅遊在近期也組織多個同業考察團，藉由讓業者實際走訪以瞭解到當地情況並重建市場信心。

隨著10月將進入中東旅遊旺季，朋威旅遊產品部線控謝婉瑜表示，為刺激市場買氣，朋威以親民價格玩中東作為主打，推出39,900元起的促銷方案，期望藉此打破杜拜旅遊高不可攀的刻板印象，拉近旅客與中東旅遊的距離。在產品規畫方面，除維持高品質住宿與直飛航班優勢外，亦特別加入更多年輕化元素，期望拓展至2、30歲客群。如將阿布達比的法拉利世界主題樂園，以及結合F1賽事最終戰阿布達比大獎賽為賣點，包裝F1賽車場導覽與觀賽行程，打造別於傳統奢華購物與沙漠體驗的新玩法，搭配極具競爭性的價格，強化產品吸引力。



▲F1賽季的最終戰於阿布達比大獎賽登場，朋威旅遊推出涵蓋阿布達比賽道3日門票的主題式行程。



阿提哈德航空免費醫療旅遊保險

阿提哈德航空與阿布達比文化與觀光局合作，於7月至12月期間搭乘阿提哈德航空前往阿布達比的國際旅客，無需申請及登記即可自動享有最高15天免費醫療旅遊保險。旅客若使用阿提哈德航空免費中停計畫，在阿布達比停留時亦可於期間享有保障。

◀阿提哈德航空以阿布達比作為營運樞紐，其中台北—阿布達比於去年9月正式開航，並以B787-900執飛。

以產品力創造競爭力

多元主題促進市場買氣

撰文／陳妍潔

攝影／吳尚鴻

圖片提供／朋威旅遊、本刊圖庫

推出特色主題行程 強化離島產品競爭力

隨著國際旅遊市場全面復甦，國旅市場面臨更激烈的競爭，離島旅遊也進入重新定位與轉型階段。朋威旅遊國內部經理潘采琳提到，離島旅遊在疫情後已明顯轉向自由行與小團體模式，因此朋威透過包裝主題性與深度體驗行程，以強化產品吸引力。潘采琳指出，離島旅遊多以季節性與觀光資源包裝行程，其中金門受季節影響較小，加上小三通帶來的客源使航線需求相對穩定，配合金門大橋通車提升島內移動便利性，使自由行、小包車與客製化旅遊逐漸成為主流。澎湖則以水上活動、花火節等季節限定活動為觀光核心，旅遊旺季集中於5~8月



◀朋威旅遊國內部經理潘采琳。

期間。為突破產品侷限，朋威近期推出「澎湖海味小食光」2日及3日行程，結合澎湖名景與海鮮採購，並安排下午茶及享用5星級喜來登飯店自助餐，清晨再前往魚市場選購新鮮海產並協助宅配回台，搭配立榮航空優惠票價包裝，每人最低價8,999元起，藉由特殊行程安排與優惠價格吸引旅客。



▲澎湖花火節為當地重要的季節盛事。

▶朋威旅遊擁有立榮航空穩定機位資源，包裝出多元的國旅行程體驗。



精選海內外產品暢遊全球



日本 6人小包團 - 北海道洞爺湖火山函館雙溫泉5日 \$28,900起

日本 北海道洞爺函館百萬夜景6日 \$38,900起

日本 大阪阪九輪潮戶內海廣島岡山秘境5日 \$39,900起

日本 漫遊九州別府溫泉美食5日 \$36,900起

日本 四國高松淘金物語遊船5日 \$37,900起

沖繩 蔚藍陽光空氣沖繩美的冒泡4日 \$25,900起
海洋博水族館、可愛愛鳳梨園

沖繩 沖繩閃跳走自由行4日 \$17,900起

南亞 斯里蘭卡 5大世界遺產 斯基里雅 雅拉國家公園9日 \$59,900起
入住五星全包式渡假村、含稅簽證、送網卡、快速通關；6/17及6/23：2團特價第2人減6,000

菲律賓 台灣首發 宿霧5日 \$33,900起
神鬼奇航大冒險（4人成行）

韓國 精彩首爾雙樂園5日 \$20,900起
愛寶樂園、樂高樂園、塗鴉秀；6—10月

韓國 饗食百匯首爾5日 \$14,900起
千等閣品酒店、塗鴉秀；6—10月

韓國 樂遊釜山5日 \$20,900起
LUGE滑車、海岸列車、塗鴉秀；6—10月

韓國 釜慶邱樂樂5日 \$21,900起
水營江遊艇、松葉蟹、摩天塔；6—10月

韓國 碧海藍天神話濟州4日 \$19,900起
神話樂園、藍鼎酒店、海鮮澎派鍋、彩妝一站；6—9月

越南 SUN玩富國島4星5日超值團 \$19,900起
神話樂園、藍鼎酒店、海鮮澎派鍋、彩妝一站；6—9月

越南 超SUN樂遊富國島5星渡假5日嚴選 \$26,900起

越南 輕奢4星度假6日（超值）出海巡航 \$23,900起

越南 超SUN樂遊富國島5星渡假6日嚴選 \$28,900起

巴里島 玩嗨峇里島吉利5日 \$13,500起

東南亞 幸福王國不丹之旅6日 \$99,000起
帕羅、虎穴寺、廷布、普納卡、結婚聖地（2人成行）

東南亞 夏日富國島5日（4星酒店）/（5星酒店） \$23,900起
珍珠樂園、大海龜水族館、野生動物園、跨海纜車

東南亞 夏日富國島6日（4星酒店）/（4+5星） \$26,900起
珍珠樂園、野生動物園、跨海纜車、日落小鎮、小龍王廟

中東 F1賽道狂熱·阿布達比盛典7日 \$99,000起
人生必看一次F1、阿布達比亞斯賽道、飯店自選場館（贈往返接駁）；12/3

中東 阿提哈德超值杜拜經典7日 \$39,900起
沙漠衝沙+BBQ、杜拜之框、5星酒店（贈杜拜簽證）；7—9月

中東 閃耀阿布達比杜拜7日 \$49,900起
季節限定桃樹、奇蹟花園、國家宮殿總統府；10—12月

離島 相約南北竿+大坵3日 \$8,988起
必訪馬祖天后宮、北海坑道、芹壁聚落、馬祖酒廠、八八坑道；7—8月

離島 花樣菊島澎湖自由行3日 \$8,588起
6—8月

離島 美拍南海澎湖花火3日 \$12,588起
必訪澎湖花火節、南海望安島+七美島、市區觀光、篤行十村；6—8月

離島 金門活島大小金3日 \$8,388起
必訪陳景蘭洋樓、翟山坑道、後浦老街、金門建功嶼；6—8月大小金

離島 暢遊武山大小金3日 \$8,688起
必訪莒光樓、金門新景點、漁村小艇坑道、大武山、金門老街、後浦；6—8月大小金

埃及 漫步埃及10日 東航+上海航空、5星尼羅河遊船、5星飯店 \$59,900起
夜臥火車體驗、送熱氣球+8G網卡+轉接頭

埃及 漫步埃及10日 東航+上海航空、5星尼羅河遊船、5星飯店 \$65,900起
虎加達達2晚（中段飛機）、送熱氣球+8G網卡+轉接頭

埃及 經典埃及10日 \$88,900起
阿提哈德航空、5星尼羅河遊船、5星飯店、駱駝+馬車雙體驗

歐洲 阿提哈德沉醉希臘10天 \$110,900起
聖托里尼、米克諾斯、國內段飛機；4—9月

中亞 中亞藍色圓頂國度 烏茲別克9日 \$79,000起
奇姆甘山、帖木兒陵墓、沙赫里薩布茲；贈烏茲別克簽證；6—10月

中亞 神秘絲路之心 中亞5國17日 \$229,000起
境內4段飛機、恰倫大峽谷、獵鷹秀；6—9月

中亞 塞外風情 蒙古西伯利亞鐵路9日 \$89,900起
西伯利亞鐵路、烏蘭巴托至伊爾庫茲克、哈斯台馬場、特勒吉；6—10月

中亞 古絲路 中亞3國13日 \$159,000起
恰倫大峽谷、科爾塞湖區小鎮、碎葉城、伊塞克湖遊船；8—10月

中華航空2026績優代理商感恩

首季創下營收最佳紀錄 因應國際局勢調



▲（左起）中華航空台北分公司台灣地區行銷協理宋道明、先啟資訊總經理黃達芳、中華航空客運處處長陳雅妮、總經理陳漢銘、董事長高星漢、資深副總經理彭寶珠、客運處協理魏怡卿、台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、營業行銷推廣部經理陳敏。

中華航空（以下簡稱華航）台北分公司於6/17假台北文華東方酒店，舉辦年度績優代理商感恩晚會，並特別頒發獎盃表揚績優代理商，感謝業者長期支持。活動現場更精心準備華航與多個知名品牌推出的機上甜品與飲料、華航客製化報紙拍貼機，並穿插歌舞表演與機票抽獎，讓每位賓客都能從細節中感受到華航的熱情與活力。

維持合理票價 依需求靈活調整航班

中華航空董事長高星漢在致詞中表示，憑藉與各界的緊密合作，華航於2025年交出亮眼成績單，並於2026年第1季創下成立67年來營收最佳紀錄。然而，2月底爆發的中東衝突，對全球航空業帶來嚴峻挑戰，航空燃油價格飆升致使營運成本大幅增加，部分地區更因燃

油供應考量限制航班與加班申請，進一步加重航空公司的營運壓力。面對市場變化，華航採取3大策略因應，包括全力維持既有航線不中斷、依據市場需求靈活調整航班布局，以及在成本上升的情況下仍維持合理票價，力求不將所有成本轉嫁給旅客。未來也期望與業界夥伴攜手合作，在變動的市場環境中，以穩健的發展並肩前行。

Paragon Award 績優代理商



▲（左起）中華航空董事長高星漢、東南旅遊副董事長李樹軍。



▲（左起）易遊網執行長陳志豪、中華航空董事長高星漢。



▲（左起）雄獅旅遊資深副總經理洪月玲、中華航空董事長高星漢。



▲（左起）可樂旅遊董事總經理陳政宏、中華航空總經理陳漢銘。



▲（左起）山富旅遊總經理陳宣融、中華航空總經理陳漢銘。



▲（左起）五福旅遊董事長許順富、中華航空總經理陳漢銘。



▲（左起）雄獅旅遊台中分公司資深經理張仲甫、中華航空總經理陳漢銘。



▲（左起）東南旅遊中山分公司副總經理李珮儀、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）雄獅旅遊桃園分公司副總經理侯玉珍、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）東南旅遊台中分公司資深協理林家弘、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）歐美亞商務旅行社客戶服務經理謝素娥、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）金龍永盛旅行社副總經理修雪蘋、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）良友旅行社總經理陳琰錚、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）美國運通總監林佳慧、中華航空資深副總經理彭寶珠。



▲（左起）可樂旅遊台中分公司協理官阿彩、中華航空資深副總經理彭寶珠。

餐會台北場盛大展開

整航運 提出 3 大策略 穩健布局

撰文・攝影／陳妍潔



▲中華航空台北分公司於6/17舉辦績優代理商感恩晚會。

銷售迎佳績 對市場抱有高度信心

回顧去年，**中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇**指出，受機票價格波動與外部因素影響，業界普遍對於暑期及後續市場表現持觀望態度，然而今年市場狀況卻明顯不同，在年初

即迎來銷售佳績，後續雖受到地緣政治出現短暫波動，多數業者對於市場卻抱有信心。對此他也表示相信未來華航發展將會更加穩健，並感謝同業對於華航的支持，在行銷團隊新想法與新計畫的投注下，為大家帶來更好的產品與服務。



▲（左起）中華航空總經理陳漢銘、董事長高呈漢。

Emerald award 績優代理商



▲（左起）凱旋旅行社董事長項國棟、中鼎旅行社總經理駱國宏、中華航空客運處處長陳雅妮、永信旅遊副總經理陳榮信、百威旅遊董事長蘇志斌。



▲（左起）可樂旅遊新竹分公司協理田如龍、鳳凰旅遊董事長張耀、中華航空客運處處長陳雅妮、山富旅遊台中分公司創新研發部經理陳其泓、易飛旅遊執行副總經理張瑞琳。



▲（左起）可樂旅遊中壢分公司協理游惠娟、品冠旅行社董事長關宏文、中華航空客運處處長陳雅妮、東南旅遊新竹分公司經理蔡真如、台鋼燦星國際旅行社業務部協理陳瑤娟。

Gold award 績優代理商



▲（左起）統一旅遊董事長孫運琦、金龍永盛旅行社台中分公司總經理簡清彬、中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、五福旅遊中區副總經理蔡汶錦、加利利旅行社營運長白民淨、上順旅遊總經理吳素月。



▲（左起）旅遊家旅行社執行長周順禹、華捷旅行社總經理周鳳子、泰星旅行社總經理曾百汾、中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、長汎假期台中分公司課長王戀雨、聯達旅行社執行副總經理吳雨菁。



▲（左起）世界旅行社副董事長黃竣銘、長汎假期協理廖明君、全華國際旅行社總經理陳汝淇、中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、鴻毅旅行社台中分公司總經理關佳昕、大榮國際旅遊董事長郭文瑞。



▲（左起）喜鴻假期執行副總經理藍一晴、中華航空台灣地區處長兼台北分公司總經理馮震宇、信安旅遊副總經理梁右承、華友旅行社線控經理徐宇辰。



▲（左起）太平洋旅行社副總經理劉維婷、福泰旅行社總經理楊秋瑛、台盟網旅行社經理孫千惠、中華航空客運處協理魏怡卿、理想旅運社企劃協理張純芬、帆華旅行社董事長黃美珠。



▲（左起）溫馨旅行社台中分公司總經理鄧邵聰、永達旅行社董事長林聖雄、中華航空客運處協理魏怡卿、智尋網旅行社總經理徐素珠、台灣西敏旅行社財務部經理張淑倩、永業旅行社董事長吳勳豐。



▲（左起）昂齊旅行社業務經理張娟娟、永利旅行社副總經理吳婷婷、易遊網台中分公司副總經理林怡誠、中華航空客運處協理魏怡卿、晴日旅行社黃清涼總經理、協成旅行社總經理楊惠瑪。



▲（左起）鴻毅旅行社總經理關佳昕、台灣中國旅行社董事長黃德貞、中華航空客運處協理魏怡卿、台灣英達旅行社業務副總經理殷士恩、誠旺旅行社協理陳秀雯。

永不妥協的堅韌力量 林威助出任台虎日本市場品牌大使

挾帶高人氣與深植人心的職人形象 助力推動日本客來台感受寶島魅力

撰文・攝影／王政



▲（左2起）日本知名搞笑藝人增田英彥、台灣虎航董事長黃世惠、台灣虎航日本市場品牌大使林威助、台灣虎航商務長暨發言人許致遠。



▲藉由新品牌大使林威助深植人心的「職人形象」及永不言敗的堅韌形象，台灣虎航期盼邀請更多日本旅客深入感受寶島風情。



▲台灣虎航董事長黃世惠表示，身為台灣第一家、也是唯一一家低成本航空（LCC），台虎一直將日本視為最核心、最重要的市場。



▲（左起）台灣虎航商務長暨發言人許致遠、富邦樂總總經理陳昭如、台灣虎航董事長黃世惠、台北駐大阪經濟文化辦事處處長范振國、台灣觀光協會大阪事務所所長張珣、副所長陳薇如。



▲（左起）日本知名搞笑藝人增田英彥、台灣虎航日本市場品牌大使林威助。

總能帶給市場驚喜的台灣虎航（以下簡稱台虎），隨著邁入營運第12年，依舊維持蛻變的步伐，繼新客機、新服務接續登場後，6/24更特別於日本大阪盛泰瀾酒店舉辦盛大記者會，正式宣布邀請在台日棒球界具備高知名度的前職棒名將、現任富邦悍將球團副領隊的林威助，出任日本市場新任宣傳大使。

記者會中除首度公開林威助拍攝的全新宣傳影片外，更邀請到重量級特別嘉賓—日本知名搞笑藝人「Masuda Okada」的增田英彥到場，本身即是資深阪神虎迷的他，與林威助在台上展開精彩的台日棒球文化對談，現場互動熱絡且溫馨。

與品牌形象相輔相成 共促赴台市場成長

台灣虎航董事長黃世惠表示，身為台灣第一家、也是唯一一家低成本航空（LCC），台虎一直將日本視為最核

心、最重要的市場。其中作為關西門戶的大阪，不僅擁有豐富的飲食文化與無窮活力，更是日台交流中不可或缺的特別據點。

台虎非常榮幸能邀請到林威助出任品牌宣傳大使，其當年懷抱著甲子園的夢想隻身來到日本，並在阪神虎隊等球隊中創造了無數輝煌的成就，其拚勁一直吸引著無數台日球迷。即使引退後轉任教練，仍持續為台灣棒球的發展傾注心力，成為連結日台兩地的橋樑。而這份真誠與熱情，與台虎的品牌價值完美

契合。

台虎始終致力於提供「從起飛那一刻起，就能感受台灣」的溫暖款待與貼心服務，目前在日本已開航22個城市、營運34條航線，擁有日台之間最龐大的航網架構。從桃園、台南、高雄等航點出發，直接連結台灣各地與日本，為日本旅客提供一趟探索「未知台灣全新魅力」的深度旅程。

黃世惠強調，未來，台虎將與新任品牌大使攜手並進，盼藉由林威助深植人心的「職人形象」及永不言敗的堅韌

形象，與台虎「熱情、溫暖、真誠」的品牌精神，攜手吸引更多日本旅客深入感受寶島風情，讓台灣成為大家更親近、隨時想出發的旅遊首選。

◀台灣虎航特別邀請大阪合作夥伴共襄盛舉，藉由全新品牌大使的布達，希望攜手業者共同擴大日本赴台的觀光市場。



中華航空 夏季旅展

S U M M E R



新加坡



SINGAPORE

沖繩



OKINAWA

從夏天起
留下你的旅行記憶

倫敦



LONDON

雪梨



SYDNEY

快飛向夢裡的遠方吧

時間眨眼就過了

收藏城市轉角的驚喜

享受河畔的午後微風

光是想像就讓人期待

有些風景



S U M M E R

2026台北國際
夏季旅展
世貿一館

大韓航空機上葡萄酒榮獲6項大獎肯定

世界航空葡萄酒大獎賽中 高階艙位再次榮獲全球殊榮

撰文／張偉浩 圖片提供／大韓航空



▲大韓航空榮獲2026年「空中酒窖大獎（Cellars in the Sky Awards）」多項殊榮，一舉斬獲1面金牌、4面銅牌及1項特別推薦獎。



▲大韓航空全艙等提供61種機上葡萄酒，以極致精選的頂級佳釀，為旅客奉上雲端之上的優雅飛行體驗。

「空中酒窖大獎（Cellars in the Sky）」由總部位於英國倫敦、創立於1976年的全球知名旅遊雜誌《商旅（Business Traveller）》主辦，是全球最具聲望的航空公司機上美酒競賽。大韓航空（以下簡稱大韓）在國際權威的航空公司機上用酒評選大賽—「2026空中酒窖大獎」中表現亮眼，一舉斬獲6項大獎。

在本次大賽的「頭等艙甜酒（First Class Dessert Wine）」項目中，大韓所

供應的「芝路酒莊2022年份」葡萄酒，以94分的超高分榮登榜首、摘下金牌。這款頭等艙指定酒款獲得評審團高度讚譽，評語指出：該酒款呈現濃郁的深金琥珀色澤，質地醇厚，香氣與甜點完美交融，令人驚豔。

此外，大韓在頭等艙服務的紅酒「思福酒莊1.5代卡本內蘇維濃紅葡萄酒2023年份（Shafer One Point Five Cabernet Sauvignon 2023）」，以及在商務艙服務的香檳「帕瑪香檳偉大風土2015年份

（Champagne Palmer & Co Grands Terroirs 2015）」，也分別在「頭等艙紅酒」與「商務艙氣泡酒」項目中位列第3，雙雙奪得銅牌。

同時，大韓選送的頭等艙與商務艙葡萄酒總分亦名列前茅，讓大韓在「空中頭等艙酒窖」和「空中商務艙酒窖」2個類別中再添2面銅牌。而大韓於頭等艙供應的「庫克香檳第173版（Krug Grande Cuvée 173 Édition）」也憑藉評審們的一致好評，榮獲「特別推薦獎」。目前，大韓在全艙等共提供61種機上葡萄酒，其中包括20種頭等艙美酒與30種商務艙美酒。大韓在選酒時，充分考量了與地面截然不同的高空機艙環境，以及與機上餐點的絕妙搭配。針對新引進的酒款，大韓航空更採取輪流供應的營運方式，確保旅客即使搭乘同一條航線，也能享受到豐富多樣的味覺饗宴。

土航5度榮獲APEX肯定

歐洲最佳機上餐飲服務獎 展現團隊實力

撰文／張偉浩 圖片提供／土耳其航空



◀土耳其航空持續結合土耳其式待客之道、優異品質、多元選擇與獨特風格，不斷提升機上餐飲體驗。

土耳其航空（以下簡稱土航）在由全球旅客體驗領域權威機構APEX（航空公司客運體驗協會）頒發的「2026最佳航空公司獎」中，榮獲「歐洲最佳機上餐飲服務獎」。這是土航第5次獲得此項殊榮，再次展現其在機上餐飲服務方面的卓越品質以及對旅客滿意度的重視。頒獎典禮於6/10在愛爾蘭都柏林舉行的「歐洲、中東和非洲未來旅遊體驗、輔助服務與零售展」活動期間舉辦。土耳其航空總經理Ahmet Olmüştür表示，能夠第5次獲得APEX頒發「歐洲最佳機上餐飲服務獎」的榮譽，土航感到非常高興。這項獎項充分體現了我們團隊從菜單設計到最終呈現給旅客的每一個環節所投入的熱情與專業。

荷航傳世名作A350即將啟航

命名為「夜巡」致敬林布蘭的傳世名作

撰文／張偉浩 圖片提供／荷蘭皇家航空



◀未來幾年，荷航將投入70億歐元用於機隊現代化升級。

荷蘭皇家航空的首架空中巴士A350客機將被命名為「夜巡」（The Night Watch），以致敬林布蘭的傳世名作。以此為契機，荷航正式開啟了空中巴士A350機隊的全新命名傳統—以荷蘭藝術史上享譽世界的名作命名。預計這架飛機將於8月底正式交付。一個多世紀以來，荷航始終致力於搭建連結荷蘭與世界的橋梁。此次，荷航選擇以「荷蘭傳世名作」為旗下的空中巴士A350機隊命名。林布蘭的《夜巡》不僅是荷蘭最負盛名的國寶級畫作，也是全球公認的藝術瑰寶，每年吸引著無數海內外遊客前往荷蘭國立博物館一睹其風采。選用這個名字，既彰顯了濃厚的荷蘭文化底蘊，又極具全球辨識度。

阿聯酋航空舉辦同業說明會分享產品新訊

全球航網恢復96% 10/1起亦將新增赫爾辛基航點

撰文·攝影／陳妍潔

阿聯酋航空於6/18舉辦台北同業說明會，分享其產品新訊與服務，並針對團體產品、企業會員方案做詳細解析，協助業者規畫產品並取得更具競爭性的票價。此外，說明會也邀請到杜拜觀光局分享當地特色觀光景點，讓業者能深度瞭解當地旅遊資源，使產品包裝更加多元化。阿聯酋航空近期歷經營運中斷後，現全球航網已恢復至96%，每週執飛超過1,300個航班，目前營運航點涵蓋72個國家137個航點，整體運能已逐步回復至中斷前75%。原先取消的第2班台北—杜拜航班，也於6/13再度復航；今年10/1起亦將新增赫爾辛基航點，涵蓋原有斯德哥爾摩、奧斯陸、

哥本哈根，阿聯酋航空於北歐將增至4條航線運營。

近年阿聯酋航空於機隊更新上挹注大量資金，並逐步引入新時代機型，其中A350-900現有22架，尚有51架等待交機，在目前A350使用的22個航點中，台北往返杜拜甫復航的EK387、EK386，即是使用該機型執飛。在服務上也維持高水準禮遇，針對商務艙與頭等艙旅客，阿聯酋航空於全球超過80個以上城市，提供免費往返機場接送服務，於機場方圓60公里內即可享免費專車接送。阿聯酋航空近期亦與Starlink合



▲阿聯酋航空於台北舉辦同業說明會分享最新產品與服務。

作，優化機上網路與娛樂服務，並成為全球首家於A380安裝該服務的航空公司，不限艙等旅客均可免費享優質的網路體驗。

在團體產品中，業者可活用其航網優勢搭配不同點進出，且行李直掛目的地，使行程安排更加彈性，經濟艙與商務艙團體人數亦可合併計算成行率，團體人數計算更靈活，也能提升成團機會，利於業者操作與銷售。

台北—杜拜航班時刻表

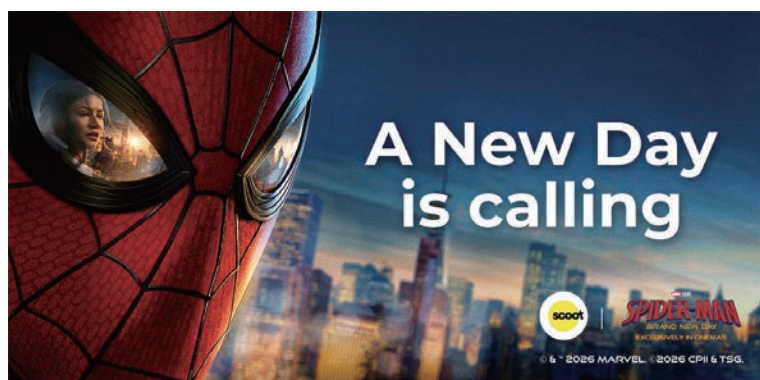
起訖點	航班號	起飛	抵達	機型
台北—杜拜	EK367	23:50	04:35+1	A380
杜拜—台北	EK366	03:45	16:15	

起訖點	航班號	起飛	抵達	機型
台北—杜拜	EK387	00:30	05:15	A350
杜拜—台北	EK386	08:45	21:20	

酷航《蜘蛛人：重生日》主題飛機

首航將由經新加坡至東京（羽田）與清邁

撰文／張偉浩 圖片提供／酷航



▲重磅聯名打造主題機艙內裝與獨家週邊商品，開啟沉浸式飛行體驗。

新航集團旗下低成本航空酷航宣布，與索尼影業《蜘蛛人：重生日》展開合作，電影亦將於7/29在台灣正式上映。即日起至9/13，這位友善的鄰家英雄將登上2架酷航飛機，空中巴士A321neo及B787夢幻客機，讓旅客在短程、中程及長程航班上，享受以這部經典電影為主題的獨特飛行體驗。主題飛機在客艙內設有主題裝飾，並配備訂製頭枕套，機上還將播放索尼影業《蜘蛛人：重生日》的音樂。首航將由新加坡起飛，B787於6/30執飛至東京（羽田）航線，A321neo則將於7/1首航清邁航線。此後，2架主題飛機將輪值飛往澳洲、中國大陸、日本、菲律賓及泰國的指定城市。

台灣虎航開啟空中數位新時代

全新機上娛樂系統「虎萊塢tiger.mov」

撰文／張偉浩 圖片提供／台灣虎航



▲為慶祝上線台灣虎航特別提供專屬體驗，凡於10/24日前搭乘台灣虎航的旅客皆可免費使用。

隨著行動裝置的普及，影片觀賞及數位娛樂習慣已深度融入大眾的生活。台灣第一且唯一的低成本航空公司台灣虎航，宣布正式與全球航空娛樂與數位服務領導品牌Bluebox Aviation Systems展開合作，即日起全機隊正式啟用並導入無線機上娛樂系統「虎萊塢tiger.mov」。旅客搭機時不需依賴傳統椅背上的螢幕，登機後達1萬英尺的高度，只需在機艙內透過自身的手機、平板或筆記型電腦等個人行動裝置連接無線機上娛樂系統，無需下載App即可享受強檔電影與熱門影集，還能輕鬆瀏覽電子版機上雜誌《tigertales》並掌握即時航程地圖，享受更豐富流暢的多功能數位體驗，為每段旅程注入更多樂趣。

不只賣座位 更賣「嚮往感」

當航空品牌遇上明星效應

看見航空公司代言人的成功方程式

航空公司邀請代言人並非新鮮事，但隨著航空市場競爭加劇、品牌年輕化需求提升，以及社群媒體影響力持續擴大，航空公司對於「代言人」的需求，已從單純的廣告拍攝，進一步演變成品牌定位、市場溝通與目的地行銷的重要工具。

►對航空公司而言，一位成功的代言人，不只是替品牌「曝光」，更必須成為品牌價值的延伸，甚至成為旅客選擇航空公司的理由之一。



對航空公司而言，一位成功的代言人，不只是替品牌「曝光」，更必須成為品牌價值的延伸，甚至成為旅客選擇航空公司的理由之一。

為何航空產業需要代言人來為品牌加持？最關鍵之處在於產品本質上具有高度同質化特性，同樣是飛機、座位與航線，在安全標準相近的情況下，旅客最終選擇往往只能從品牌認同感、情感連結、社群話題與關注度、目的地等進行挑選，而代言人正好能補足航空產品較難被感性化的弱點。

例如知名偶像能協助建立年輕化的品牌，邀請國際巨星則是進行全球化的形象提升，運動明星能傳遞活力與挑戰精神等，簡單來說，代言人是航空建立品牌個性化（Brand Personality）的重要工具。這種挹注絕對不僅止於增加曝光度，而是能實質為航空公司帶來航線銷售提升、品牌轉型、市場定位等多重效益。

我們由幾個案例出發，從過去的經典實例，到反向出發、抓住外部旅客目光的國際代言人，看見各大航空公司所打的如意算盤與成效。

從賣座位到賣嚮往 到建立品牌忠誠度

從航空公司邀請代言人到拍攝廣告的成功案例可以看出，成功的航空代言所帶來的挹注通常具備2個核心要素：

1.不賣座位，賣「嚮往感」：不論是金城武的「I SEE YOU」，還是星宇航空今年邀請蔡依林的布拉格浪漫，都是在販售一種「生活方式」。

2.與特定產品深度綁定：讓日本旅客想出國，甚至想造訪台灣時，腦海中會不自覺先想請台灣虎航，抑或是將明星的特質（安妮斯頓的貴婦形象）與頭等艙硬體與體驗完美嵌合。

可以說，成功的代言必須建立在品牌定位、目標客群與市場策略之上，當代言人的形象、價值觀與航空公司的品牌精神一致時，代言人便不只是廣告主角，而是品牌資產的一部分。

在航空競爭日益激烈、產品差異逐漸縮小的今天，一位成功的代言人，能夠替航空公司創造情感認同、提升品牌溫度，甚至改變旅客對一家航空公司的想像，這也是為何從台灣到國際市場，航空公司始終願意持續投入代言策略的根本原因。



歌詩達莎倫娜號

義式海上新樂園

> 玩樂模式啓動



夏季航次
基隆港出發
KEELUNG



餐飲更新潮

全新潮感空間・味蕾全日盛宴

全面升級的餐飲場域，打造更舒適的用餐氛圍。
從經典義式風味到多國創意料理，豐盛呈現。
免費享用自助饗宴與特色佳餚，開啟一場從早到晚的味覺旅行。



玩樂更嗨心

時尚翻新升級・精彩不間斷

全新打造的豪華劇院、刺激滑水道、玻璃穹頂泳池一次到位。
酒吧、舞池與主題活動輪番上演，日夜皆精彩。
無論大人或孩子，都能找到屬於自己的快樂節奏。

詳情請洽各大旅行社

喜鴻假期 | 鳳凰旅遊 | 五福旅遊 | 世邦旅遊 | 可樂旅遊 | 百威旅遊 |

COSTA SERENA



4天3夜 **2,900** 元起

基隆 ▶ 沖繩

7/26、8/2.8

基隆 ▶ 沖繩 ▶ 石垣島

8/5.16.23



6天5夜 **6,900** 元起

基隆 ▶ 佐世保 ▶ 麗水

8/11



限 | 定 | 航 | 次

3人同行

1人免費



孩子更開心

全新潮感空間 · 味蕾全日盛宴

由COSTA思高兒童俱樂部專業團隊精心打造的歡樂天地。
多元互動活動、趣味遊程與專屬餐點皆可免費體驗。
讓每一段航程，都成為難忘的童趣冒險。



住宿更講究

全新艙房設計 · 義式優雅演繹

全艙艙房煥新升級，採用義式摩登設計語彙，細節質感全面提升。
配備乾濕分離衛浴，舒適媲美星級飯店。
在晨光與海景之間，靜享一段從容優雅的海上時光。

千葉縣藝術盛事！房總國際藝術祭Art×Mix 2027

結合地方創生74組頂尖藝術家齊聚市原、木更津、大多喜町

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊顧問有限公司



▲會場之一的木更津市「KURKKU FIELDS」於2019年開幕，是結合農業、美食、藝術、住宿的體驗型農場公園。

房總國際藝術祭 Boso Triennale

日本關東地方創生最具指標性的藝術盛事迎來全新里程碑！自2014年起由

千葉縣市原市發起的「市原Art×Mix」，以及近年官民協働舉辦的「百年後藝術祭-內房總藝術節」，透過藝術成功發掘在地魅力並擴大交流人口。在2027年度將由千葉縣、市原市、木更津市、大多喜町跨區域首度聯手，於2027/3/6~5/30舉辦「房總國際藝術祭Art×Mix 2027」。近期公開了第2波參展藝術家名單，包含日本與國際共計74組藝術家參與。春季前往日本包裝藝術與文化深度旅遊的同業，迎來了全新且最具話題性的黃金商機。旅行同業若有任何千葉縣資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

房總國際藝術祭 Art×Mix 2027



▲現場音樂表演《通底緣劇·通底音劇「super folklore」》，Nakamura Osamu／攝影。



▲位在月出工舎的裝置藝術作品，岡田杏里《月亮誕生之時》，Nakamura Osamu／攝影。



▲位在舊里見小學的裝置藝術作品，森靖《Start up - Statue of Liberty》，Nakamura Osamu／攝影。

房總半島位於日本千葉縣南部，氣候溫和舒適，以繽紛花卉聞名，距離東京僅約1至2小時車程。「房總國際藝術祭Art×Mix 2027」本屆的核心精神為「五感全開、旅行房總一大家的美術工廠」，期待將這片面向太平洋的土地，打造成向世界開放的國際藝術據點。在總監北川富朗的藝術策劃下，旅客將能透過鐵道、自駕或單車，穿梭於2市1町之間欣賞藝術品。總製作人小林武史更將發揮其

在木更津「KURKKU FIELDS」的深厚經驗，親自操刀結合在地特色的音樂與現場展演。除了藝術與音樂，本次活動也積極推動「地產地消」的飲食體驗，透過與各地餐飲設施合作，開發專屬菜單以促進地域交流。在「大家的美術工廠」構想下，藝術祭將不僅是單向的展覽，更將舉辦藝術家駐村創作、研討會與工作坊，讓在地文化與國際藝術在此碰撞出全新火花。

台灣藝術家也參展！74組日本國內外大師齊聚



▲位在Kurkku Fields的裝置藝術作品，Olafur Eliasson《Mirror my orgasmic journey in me》，Nakamura Osamu／攝影。



▲加藤美紗《滿溢》，Kioku Keizo／攝影。



▲八木秀人《所有的能量都從這裡開始》。

本次藝術祭邀請多達74組國內外頂尖藝術家。在「新作與新展開」單元中，還可以看到來自台灣的聲音藝術家王仲堃的作品，他將與淺井裕介、毛利悠子等日本當代指標性創作者依同出展。此外，展區內更結合了「KURKKU FIELDS」等地的常設珍藏作

品，包含享譽國際的當代藝術大師奧拉維爾·埃利亞松（Olafur Eliasson）、日本前衛藝術女王草間彌生、知名建築師藤本壯介等人的經典創作。橫跨多國的強大陣容，讓本屆藝術祭不僅是日本的創生舞台，更是一場具備國際頂尖規格的藝術博覽會。

更多千葉縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。



最懂台灣客的沖繩在地直營專家

自有車隊 · 專業導遊 精緻包裝一手操作行程

迎戰沖繩旅遊熱潮，您需要的是真正扎根在地的實力派夥伴。沖繩大榮深耕在地，整合一條龍核心資源，杜絕旺季外包斷炊風險，助同業先進輕鬆接单、完美出團。



一手操作 不轉手

控團 最安心

利潤共享 攜手共贏

CORE STRENGTH 三大在地實力



01

自有正規綠牌車隊

OWNED GREEN-PLATE FLEET

告別旺季訂不到車、隨意被調價的噩夢。旗下自有「貸切巴士事業部」與車輛整備工廠，調度最靈活。

- ✓ **主力車隊**：大巴13台、小巴5台，紮實自有運用。
- ✓ **多元手配**：舒適8人座，及10人座海獅彈性配車。
- ✓ **安全第一**：自家整備保養廠每日嚴格安檢，專業日籍司機把關。



02

在地專屬導遊團隊

DEDICATED CHINESE GUIDES

導遊是行程的靈魂。長期簽約、培訓的專屬中文導遊群，用高情商與專業服務創造回頭客。

- ✓ **高滿意度**：深諳在地文化與最新潮流，完美照顧老小各類客群。
- ✓ **緊急應變**：第一時間在地即時排解，台灣後方控團無後顧之憂。
- ✓ **口碑回流**：服務細節到位，帶團品質讓客人指名回購。



03

一條龍行程手配

END-TO-END ITINERARY

拒絕一成不變的罐頭行程。憑藉強大在地手配實力，提供同業極具市場競爭力的多元商品。

- ✓ **主流團體**：經典南北島精選包裝，保留最優利潤空間。
- ✓ **精緻小包團**：主題 Mini Tour、獨家海景包棟民宿手配。
- ✓ **MICE 會展**：企業員工旅遊、商務會展高規格客製化。

直營地接

全中文對接，拒絕層層轉手剝皮。

資源控管

車位房位一線掌握，溝通零時差零誤解。

出團零風險

一手操作不轉手，旺季出團最安心。

同業口碑

一致推薦的在地直營地接夥伴。



靈活因應市場需求 · 攜手打造沖繩爆款產品

不論是夏季蔚藍海景戲水、秋冬暖心高爾夫球團、家族免燒腦包車自由行，或是高端客群指名的高級度假村行程，沖繩大榮皆能快速報價、靈活包裝，提供同業客製化配套，讓您接单更具優勢。

#經典南北島團體

#DTS專屬自駕租車

#海景包棟民宿手配

#企業獎勵旅遊

#客製化高球小包團

同行攜手 · 共贏沖繩

交觀綜2173 品保北1681

同業最挺的直營地接 歡迎旅行社、同業先進洽詢合作，掌握第一手在地商機

DTS GROUP 大榮旅遊

台北 02-2567-9315
台北市中山區南京東路二段66號12樓

台中 04-2299-4888
台中市北區文心路四段208之1號9樓之1

高雄 07-241-1688
高雄市前金區中正四路235號17樓之4



官方同業 LINE

嘉義縣FUN暑假 水陸雙玩法

親子旅遊新提案 從萌宠互動到滑板衝浪 一次玩遍山海平原

咩咩上樹萌宠樂園

主打能與羊駝、水豚、瓦萊黑鼻羊等超人氣萌宠近距離接觸，開心互動。

暑假向來是國旅市場最重要的親子旅遊檔期，如何在眾多目的地中創造差異化體驗，成為各縣市積極布局的重點。嘉義縣文化觀光局今年以「嘉義縣FUN暑假 水陸雙玩法」為主軸，串聯特色體驗場域與集章抽獎機制，整合18鄉鎮親子旅遊資源，打造兼具教育、娛樂與互動性的暑期遊程，讓旅客不只是走馬看花，而是真正深入感受嘉義的多元魅力。其中，「陸上萌宠體驗」與「水上潮流運動」兩大亮點，更為旅行業者提供規劃親子商品的新靈感。

萌宠互動×高空冒險 咩咩上樹打造陸域新體驗

位於嘉義縣太保市的「咩咩上樹萌宠樂園」，近年已成為南台灣熱門親子景點。園區跳脫傳統動物農場模式，以近距離互動為核心，除了能與羊駝、水豚、瓦萊黑鼻羊等超人氣萌宠近距離接觸，也能透過餵食互動，觀察動物可愛模樣，讓孩子在親近動物的過程中學習尊重生命。其中最具有話題性的「山羊上樹」景象，更是遊客爭相打卡的熱門畫面。

園區內的「魔法森林冒險樂園」則滿足喜愛挑戰的親子族群，擁有全台最長高空滑索，採用國際認證的瑞士Saferoller連續確保系統，兼顧刺激與安全；四層樓高的極限大擺盪，以近180度擺盪弧度帶來腎上腺素飆升的快感。從療癒萌宠到高空冒險，不同年齡層都能找到專屬樂趣。

如果說咩咩上樹萌宠樂園代表的是療癒與冒險兼具的陸域體驗，那麼同樣位於太保市的「芯浪國際滑板衝浪公園」，則展現嘉義水域旅遊的另一種可能。

芯浪國際滑板衝浪公園

有亞洲最大滑板衝浪公園。

亞洲最大滑板衝浪公園 引領水上潮流玩法

作為全台唯一、亞洲最大的滑板衝浪主題水公園，芯浪國際滑板衝浪公園導入人工造浪設備與專業教練課程，即使沒有衝浪經驗，也能安全體驗乘浪而行的刺激與樂趣。從初學者到進階玩家，都能依照程度安排適合的體驗內容。近年運動觀光蔚為風潮，兼具潮流感、體驗性與社群話題的滑板衝浪活動，也成為年輕家庭暑假出遊的新選擇。

小小達人集章 探索嘉義18鄉鎮抽Switch

除了特色景點，嘉義縣今年同步推出「小小達人集章活動」，串聯縣內超過70家合作店家與體驗場域，鼓勵親子家庭走入嘉義18鄉鎮探索在地特色。自2026年7月1日至8月31日止，民眾前往合作景點、觀光工廠、休閒農場及特色店家完成指定任務，即可蒐集專屬章戳。達成指定條件後，不僅可獲得象徵榮耀的「小小達人證書」，18歲以下孩童更有機會抽中Switch、統一禮券及特色體驗券等豐富好禮。

從萌宠互動、高空冒險、水上滑板衝浪，到串聯18鄉鎮的集章探索，嘉義縣正以創新的旅遊思維，重新定義暑假親子旅遊的樣貌。對旅遊業者而言，不論是一日遊、二日遊，或結合農遊、生態與觀光工廠的套裝行程，都具備高度包裝彈性與市場潛力。這個夏天，不妨帶著孩子走進嘉義，以「嘉義縣FUN暑假 水陸雙玩法」開啟一場充滿驚喜的親子冒險。

嘉義縣文化觀光局 廣告

魔法森林冒險樂園

有全台最長高空滑索，體驗高空冒險樂趣。



從管理者到陪伴者

【漁業署積極打造永續、觀光與產業共榮的台灣漁業新未來】



台灣旅遊交流協會執行委員會主委

賴瑟珍

漁業署署長

王茂城

從管理者到陪伴者 王茂城：打造永續、無數挑戰迫使台灣漁業轉型 漁業署積極陪伴產



台灣旅遊交流協會執行委員會主委
賴瑟珍

引言文 賴瑟珍

去年7月舉辦的台北國際夏季旅展，漁業署規畫「來到漁玩」主題館，集結12個特色的漁會、漁村社區及漁村青年參展，甫上任半年多的王茂城署長在會場如數家珍的介紹從最北的基隆到最南的屏東的漁村旅遊，他對漁村資源的了解、多聞強記及便給的口才令在場所有人印象深刻。

王署長具備深厚的漁業行政經歷，對於漁業發展願景充滿理想，他上任後即提出5大經營策略，期許漁業署要更接地氣並與國際接軌，將漁業署定位服務及陪伴漁民，心中有漁民，帶著漁業一步步向前。

這幾年嚴重的氣候變遷、漁業資源的減少、漁村人口的老化，都讓王署長認為漁業署必須重新思考面臨結構化問題的轉型定位。傳統漁業不能僅做一級生產，而是應該如何運用周邊文化、生態景觀與產業特色結合觀光旅遊元素，調整經營角度，吸引遊客食遊購，提供遊客體驗，轉型成為觀光商品。

也因此這些年在漁業署的努力及整合下，有系統的推廣漁村旅

遊及休閒漁業活動，整合全台特色漁港、海鮮美食與漁業體驗，推出主題路線。全台1,600公里海岸線，加上離島澎湖、金門及馬祖都蘊藏獨特的海洋生態、文化故事與地方美食，極具觀光發展潛力。王署長特別提到彰化王功漁港擁有豐富潮間帶生態，經過輔導後部分潮間帶正式公告為海洋保護區，業者發展以鐵牛車前往潮間帶體驗生態資源的模式，一年吸引700萬人次到訪；至於漁業生產轉型的台東富山漁業資源保育區，曾因過度捕撈而生態受損，自2005年宣告為禁漁區後，生態逐漸恢復。現在成為東海岸潮間帶生態豐富的景點，也是新興的觀光勝地；為鼓勵漁二代返鄉，漁業署也提供獎勵措施，透過導入物流、產銷履歷與食魚文化，落實推動漁村創生與轉型，成功樹立多個漁村典範，石斑魚之鄉的高雄永安新港就是最好的例子。王署長認為未來漁村旅遊要掌握2個趨勢，民衆消費趨勢及國際零碳減與永續觀光趨勢，友善生態、友善環境及低碳水產品勢在必行。在國旅相較低迷之際，漁業署邀請民眾跟著「漁玩」探索漁村好秘境，也歡迎旅遊業組團及企業ESG活動來體驗漁業生活的樂趣！

當全球漁業面臨資源枯竭、氣候變遷與人口老化等挑戰時，台灣漁業也正站在轉型的重要十字路口。於2024年上任的漁業署署長王茂城，擁有完整的地方政府、中央漁政與海洋事務歷練，上任後即提出「管理與輔導並重」的新思維，希望翻轉過去漁業主管機關與產業之間的對立關係，讓漁業署從單純的管理者，成為漁民最重要的夥伴與後盾。

在王茂城眼中，未來的台灣漁業不只是捕魚與養魚，更應結合觀光、文化、生態與永續發展，透過產業6級化創造新的價值，讓漁村成為吸引年輕人返鄉、企業願意投入、遊客樂於造訪的海洋新據點。

從法規管理 走向輔導陪伴

回顧台灣漁業發展歷程，王茂城坦言，過去漁業管理多半著重在法規制定與資源管制。由於海洋漁業利用的是公共資源，因此政府必須透過科學評估建立管理機制，包括捕撈配額、執照數量限制、漁具管理等措施，以確保資源得以永續利用。然而，在執行過程中，漁民往往感受

到更多的是限制而非協助。

「管理一定要做，但漁民在接受管理的過程中遇到的問題，我們更要幫忙解決。」這是王茂城上任後不斷向同仁傳達的核心理念。

他強調，政府制定法規前必須深入了解產業實際運作模式，否則再好的制度，如果產業無法執行，也難以達成管理目的。因此，漁業署近年積極調整角色定位，希望透過更多產業輔導、技術支持與資源媒合，協助漁民面對國際規範與市場挑戰。

「漁業署現在的新定位，就是服務漁民、陪伴漁民。」王茂城如此定義未來的漁政工作。

3大挑戰接踵而來 迫使台灣漁業走向轉型

談到台灣漁業現況，王茂城指出，目前產業正面臨3項結構性問題。

首先是漁業資源減少。全球的漁業資源幾乎已處於完全開發或過度開發狀態，而台灣沿近海漁獲量也逐年下降。過去沿近海漁業年產量曾高達40萬公噸，但在資

源壓力下逐漸下滑，迫使產業從追求產量轉向重視管理與保育。

其次是人口老化問題，少子化加上年輕人偏好高薪科技產業，導致需要高度人力的漁村勞動力不足、產業接班困難。

第3則是氣候變遷衝擊，近年極端氣候頻繁發生，颱風路徑改變、強降雨增加，都對養殖與海洋捕撈都帶來巨大風險。

面對這些挑戰，王茂城認為，漁業不能再只依靠傳統生產思維，而必須尋找新的價值來源。

打造漁業觀光 促進漁村轉型

王茂城指出，台灣擁有超過1,600公里海岸線，每個漁村都蘊藏獨特的海洋生態、文化故事與地方美食，這些都是極具潛力的觀光資源。

他強調，觀光不只是吸引遊客來拍照打卡，更重要的是透過旅遊帶動漁產品消費、餐飲服務、住宿體驗與地方創生，讓1級生產、2級加工與3級服務產業整合發展，形成完整的6級產業鏈。

例如彰化王功，過去以採捕螞蛄蝦與牡



◀四面環海的台灣，漁業實力在全球名列前茅，主要分為「遠洋」、「近海」、「沿岸」及「養殖」，近年產業在漁業署的輔導下，正加速朝向智慧化、冷鏈物流及永續生態轉型。

觀光與產業共榮的台灣漁業新未來

業向前行 多方策略建構台灣產業新競爭力

撰文·攝影/王政 圖片提供/漁業署、本刊圖庫



▲漁業署署長王茂城。

蠟養殖聞名，如今透過潮間帶生態體驗與觀光遊程設計，每年吸引超過700萬人次造訪。

台東富山漁業資源保育區則透過棲地復育、生態導覽與志工解說制度，不僅恢復海洋生態，也成為東海岸熱門旅遊景點。此外，賞鯨、娛樂漁船、夜間漁火體驗等活動，也讓許多傳統漁業逐漸發展出新的商業模式。

近年來，漁業署積極透過硬體改善與人才培育雙軌並進，協助漁村轉型。硬體方面，改善漁港景觀、魚貨直銷中心及公共空間；軟體方面則導入遊程設計、數位行銷、食魚教育及AI應用課程，提升地方經營能力。

王茂城特別分享幾個令他印象深刻的案例。新北卯澳漁村從10年前連一家餐廳都沒有，到如今已有9家特色餐廳，每月吸引上萬名遊客，更透過海女文化與ESG體驗遊程，獲得國際獎項肯定。

高雄永安新港社區則在青年返鄉帶動下，從養殖漁業出發，結合市集、藝術季與食魚教育活動，每年吸引超過5萬人次走進漁村。

屏東枋寮新龍與宜蘭東澳也分別透過石斑魚品牌化與里海精神實踐，成功發展地方特色觀光與體驗經濟。

從管理者走向陪伴者 漁業署積極輔導產業蛻變



▲為拓展鰻魚內銷市場，近日漁業署辦理「臺灣鰻好的」系列推廣活動，特別選在母親節前夕，推出「鰻滿幸福烤PIZZA活動」。



▲漁業署攜手全聯福利中心自有品牌「美味堂」合作開發推出的2款加熱即食新品——「浮水虱目魚羹」與「小卷芋頭炊粉湯」，主打加熱即享美味、快速上桌。
▶坐落於宜蘭頭城烏石漁港旁的凱渡廣場酒店為漁業署與連大烏石港公司合作之促進民間參與投資公共建設案件，透過「陸上郵輪」新體驗，體驗漁村慢旅的深度魅力。



▲漁業署號召12間水產品初級加工場與餐飲通路、食品加工廠、寵物食品等水產品產業鏈業者，進行煤合交流，以更多元之通路及形式與消費者享用台產優質水產品。

讓永續不是限制 而是產業競爭力

在王茂城看來，永續發展並非阻礙產業，而是未來市場競爭力的關鍵。他以東港櫻花蝦為例說明，過去因缺乏管理，導致資源面臨危機。後來透過資源評估、限額捕撈、禁漁期與產銷班制度建立，不僅讓櫻花蝦族群恢復穩定，也讓市場價格提升，最終獲得漁民支持。

目前台灣已設立31處水產動植物繁殖保育區，並持續推動漁船限建、體長限制、捕撈期限管理等措施，希望實現「邊利用、邊養護」的資源管理模式。

王茂城認為，當觀光收益成為漁民收入來源之一，對過度捕撈的依賴自然降低，保育與產業便能形成正向循環。

面對全球淨零碳排浪潮，漁業署也積極布局低碳轉型。養殖漁業方面推動魚電共生，希望透過綠電與養殖結合，打造具低碳標章的水產品。

海洋捕撈部分則規畫利用漁港天然條件發展再生能源，例如推動波浪能發電，

未來可望應用於漁港冷鏈設施及漁船用電需求。以宜蘭烏石港為例，漁業署正研議導入波浪能發電系統，提前因應國際碳關稅與綠色供應鏈要求。此外，藉由漁網回收再利用、循環經濟以及企業ESG合作計畫，也成為未來重點工作。

保留產業永續力 讓漁村成為願意留下來的地方

展望未來3至5年，王茂城將持續推動企業ESG資源導入漁村、培育青年返鄉投入漁業，以及加速漁業綠色轉型3大方向。

他相信，台灣漁業的未來不只是提高產量，而是創造更高價值；漁村的未來也不只是觀光景點，而是能夠讓青年返鄉、產業傳承、人與海洋共存共榮的生活場域。

「我的目標，是讓台灣的漁村不只是值得來一次的旅遊景點，而是一個有人願意留下來、世代傳承、人與海洋共好的地方。」這句話，也正是王茂城對台灣漁業未來最深刻的期許。

從九孔池走向地方活化 返鄉十餘年的

重拾貢寮昔日地方印記 投入千萬資金打造海洋永續循環



▲（左起）交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長游麗玉、鮮物本舖創辦人李勝興、台灣旅遊交流協會執行委員會主委賴瑟珍。



◀鮮物本舖創辦人李勝興捨棄高薪重返家鄉，只為了讓昔日的貢寮榮景重現。

▶李勝興將養殖場旁的石堤彩繪活化，使原本單純的生產空間，轉變為兼具教育與觀光功能的體驗場域。

提到貢寮，多數人首先聯想到的是夏季熱鬧登場的海洋音樂祭；然而對許多老一輩台灣人而言，真正讓貢寮享譽全台的，是曾有「九孔王國」之稱的養殖產業。

自1960年代起，坐擁太平洋純淨海域的貢寮，憑藉清澈水質與穩定鹽度，逐漸發展成台灣最重要的九孔養殖重鎮。鼎盛時期，東北角海岸線上遍布大大小小的養殖池，不僅孕育出享譽市場的優質九孔，也支撐起無數家庭生計。

然而，2000年前後爆發的疫病危機重創產業，九孔養殖幾乎全面崩盤，大批養殖戶被迫退場，昔日繁忙的海岸風光也逐漸歸於沉寂。

就在產業陷入低谷之際，一位原本在電子業發展的遊子選擇返鄉，投入這片逐漸被遺忘的土地，他是鮮物本舖創辦人李勝興。

多年來，他投入超過千萬元資金，整建荒廢已久的養殖池，建立自有品牌、發展體驗旅遊，並積極推動海洋保育與地方創生，只為完成一個看似簡單卻不容易實現的目標，讓貢寮九孔重新被世人看見。

從高薪職場返鄉 不讓父親留下的養殖場走入歷史

李勝興出生於貢寮的九孔養殖世家，

祖父輩便以養殖九孔維生，從小他的日常便是在養殖池邊幫忙餵養九孔。那個年代沒有自動化設備，許多繁重工作都得靠人力搬運。

退伍後，他曾短暫投入育苗產業，但考量家中兄弟都從事養殖工作，風險過於集中，因此決定離開家鄉，前往電子與醫療相關產業發展，甚至晉升至總經理特助職位。

然而人生的轉折來得突然，父親驟然離世，讓他重新思考自己的未來。「當時很多人以為我是因為在台北混不下去才回來。」李勝興笑著回憶。但真正促使他返鄉的原因，是不忍看著父親一生心血逐漸荒廢。

「那些養殖池陪著我長大，看著它們一座座破敗，真的很難受。」於是2007年，他放下穩定工作，回到熟悉的海岸邊，再次踏進兒時成長的九孔養殖池。

產業榮景不再 貢寮養殖快速凋零

然而，等待他的已不是記憶中的盛況。2000年前後，九孔產業遭逢嚴重疫病衝擊，產量從高峰時期超過2,500公噸急速下滑。短短幾年間，九孔幾乎從台灣養殖版圖中消失，大量養殖戶退出市場，留下許多廢棄的養殖池與沒落的海岸聚落。

時至今日，整個貢寮地區仍持續養殖九孔的業者已不到10戶。更令人感慨的是，台灣市場每年對鮑魚與九孔的需求量超過2,000公噸，但本土九孔年產量卻不到50公噸，市場早已被大量進口鮑魚取代。

李勝興始終認為，九孔不只是養殖產品，更是台灣珍貴的海洋文化資產。「中國大陸、韓國都養鮑魚，但九孔是台灣獨有的重要特色。如果連九孔都消失了，貢寮也將失去最具代表性的地方印記。」

投入千萬資金整建 打造海洋永續循環系統

返鄉後，李勝興做的第1件事，就是整修家族荒廢長達18年的養殖場。多年來，他陸續投入超過千萬元資金，進行環境整理、池體修復與設備更新。

如今養殖場除了九孔之外，也成功導入白蝦、海葡萄及海膽等多元養殖項目。其中白蝦採純海水養殖，每池放養約20萬尾蝦苗，培育出的白蝦肉質鮮甜；海葡萄則扮演天然生態濾網的角色，吸收水中的排泄物與多餘營養鹽，協助維持水質穩定。

透過九孔、白蝦與海葡萄之間的循環利用，原本單一的養殖模式逐漸轉型為兼顧生產與環境的海洋生態系統。

與其他人不一樣之處在於，李勝興始

李勝興用一生守住貢寮的海洋未來

環系統 養殖跨足觀光讓消費者親眼看見產地價值

撰文·攝影／王政



▲►如今養殖場除了九孔之外，也成功導入白蝦、海葡萄及海膽等多元養殖項目，透過養殖物之間的循環利用，建構出兼顧生產與環境的海洋生態系統。

終堅持一個核心理念：「把海洋建立成天然種源庫」。因此，場內海膽全面採用人工繁殖苗，九孔與白蝦也以人工育苗為主。他認為野生資源應該留在自然環境中持續繁衍，而非無止境地開採，只要天然種源得以保存，海洋就能維持生生不息的循環。

這樣的理念，也延伸到他對東北角海洋環境的關注。近年潛水旅遊快速興起，但部分熱門潛點因缺乏管理，導致珊瑚受損、海膽與貝類遭到濫捕。「秘境不該被過度包裝成觀光景點。」在他看來，觀光與保育必須取得平衡，否則最終失去的將是海洋本身。

從養殖跨足觀光 讓消費者親眼看見產地價值

或許待過其他產業，讓李勝興很早便察覺，光是把產品養好並不足以支撐，如果只能將產品賣給盤商，再好的品質也難以反映在價格上。因此2011年他成立自有品牌「鮮物本舖」，從網路銷售起步，逐步建立直客市場，並將產品線

擴展至各式優質海鮮，他始終堅持一句話：「自己不敢吃的東西，絕不賣給別人。」

因此，所有產品皆以天然、安全與可追溯為原則，同時拒絕販售拖網漁獲，優先與東北角小型釣船合作，希望透過消費力量支持友善漁業。

但他也明白，消費者最常問的問題是：「這真的是你自己養的嗎？」為了回答這個疑問，他選擇讓消費者親自走進產地。

十多年前開始，他便與旅行業者合作推出生態體驗行程，讓遊客穿上雨鞋走進養殖池，親手餵食九孔、認識海葡萄淨化水質的過程，甚至現場炙燒九孔、品嚐最新鮮的海味。透過親身體驗，建立消費者對產地的信任，也讓更多人理解養殖產業背後的價值。

近年來，李勝興更將觸角延伸至企業ESG活動，吸引企業員工走進貢寮認識海洋環境。他認為，企業支持地方產業，不只是協助單一養殖場，更能帶動整體地方經濟循環。

此外，他也串聯在地農漁業者共同成立「品味貢寮」品牌，從九孔開採季、市集活動到特色遊程與校園教育推廣，希望讓更多人重新認識這座東北角海岸小鎮。同時將養殖場旁的石堤彩繪活化，使原本單純的生產空間，轉變為兼具教育與觀光功能的體驗場域。

在他看來，唯有養殖戶、農民、餐飲業者與導覽員都能共同受益，地方才真正擁有持續發展的動能。當產業重新恢復活力，年輕人才願意返鄉，這

才是真正的永續。

守住九孔養殖 也守住貢寮的未來

如今站在養殖池邊，海浪依舊打著石牆，與過去不同的是，池底石磚下孕育的，不只是九孔，更承載著貢寮最後一絲產業復興的希望。

李勝興明白，這條路仍充滿挑戰，無論是育成率偏低、市場競爭激烈，都是產業必須面對的課題。但對他而言，九孔不只是商品，而是家族3代人的記憶，也是貢寮最珍貴的海洋文化。

從養殖、生產加工、品牌經營到體驗觀光，李勝興一步步走出屬於貢寮的6級產業發展模式，也證明傳統產業不必停留在守成，而能透過創新重新創造價值。而他最大的心願始終沒有改變，希望離開家鄉的年輕人能像自己一樣重新回來，看見這片海、這座養殖池，以及九孔產業依然存在的希望。因為守住九孔，守護的不只是產業，更是一座海岸小鎮的未來。



◀◀為了活化在地，李勝興除了養殖外，也推出現場炙燒九孔，以及不同的產品呈現，從披薩到花枝丸，讓到訪的旅客品嚐最新鮮的海味。

2026泰國旅遊交易會TTM+登場

「Value over Volume」策略 讓健康、盛事、美食、安全

泰國年度旅遊交易盛會「TTM+ 2026」於6/10~6/12在芭達雅NICE會展中心隆重登場。現場除了提供商務媒合，更發布了泰國旅遊業的全新發展方向：未來將透過健康養生、深度體驗、永續發展與加強國際合作，全面實現以「品質為導向」的價值成長。



▲(左6起)泰國觀光局亞太及南太平洋地區國際行銷副局長Pattaraanong Na Chiangmai、局長Thapanee Kiatphaibool、台北辦事處處長莎莉蔓，與台灣團隊旅行業者代表合影。

作為泰國觀光局(以下簡稱泰觀局)最重要的年度旗艦盛事，本屆交易會首日便由春武里府的7條精選旅遊路線拉開序幕，充分展現當地旅遊優勢。隨後登場的TTM講座則以「Thailand: Your Source of Healing Vitamins」為主題，分享泰國旅遊的最新動態。

開幕儀式巧妙融合了在地美食、沉浸式藝術、文化表演、音樂與海濱活動，生動詮釋了由「靜修、儀式、體驗、節奏、連結」組成的「5R」概念。這樣的體驗模式也貫穿為期3天的展會，透過一系列感官活動展現泰國5大區域的養生之旅，不僅凸顯地方特色，更成功將「Amazing Thailand: Healing is the New Luxury」的抽象概念，轉化為具體的市場商品。

從追求人數轉向創造價值 讓旅遊走向永續

泰國觀光局局長Thapanee Kiatphaibool表示，TTM+ 2026的舉辦，期盼將「Amazing Thailand: Healing is the New Luxury」的理念推向全球貿易舞台，展現泰國旅遊業如何精準滿足國際旅客對健康、深度體驗與負責任旅行的需求。

泰國觀光局行銷傳播副局長Nithee Seepree則指出，作為官方主辦的旗艦級貿易盛會，本屆TTM+匯聚了全球429位買家、428位泰國在地旅遊業者(賣家)，以及114位媒體與合作夥伴，共同將產業轉型方向轉化為實質商機。透過「價值領先數量」(Value over Volume)

的核心策略，為泰國市場創造更大的經濟效益、更有意義的旅遊體驗，並攜手走向更廣泛的永續旅遊。

旅客數強勁成長 年度營收目標挑戰2.65兆泰銖

泰國旅遊業目前正迎來強勁復甦。截至今年6/2，泰國已接待超過1,400萬人次的國際遊客，創造約6,790億泰銖的觀光收入。

為了增強旅客信心並提升產業韌性，泰觀局正全面推行「品質導向」策略，全力衝刺2026年國內外旅遊總收入達2.65兆泰銖、國際旅客到訪量達3,300萬人次的宏偉目標。

在「Healing is the New Luxury」的願景下，泰觀局將泰國重新定位為結合「自然風光、文化底蘊、泰式熱情、美食養生與在地互動」的身心靈療癒聖地。這一策略完美契合了「Value over Volume」的精神，將泰國的觀光優勢與現代旅客追求平衡、休憩和寧靜的需求緊密結合，這項轉型方針一體適用於所有客群與旅行動機。

長途旅客部分，目標鎖定追求自我提升、心靈蛻變與短暫逃離現實的體驗者；短途市場則主打以美食、娛樂和放鬆為核心的便捷愉悅之旅。

國內市場部分泰觀局特別與BLACKPINK的LISA合作，推出「Amazing Thailand x LISA 'Feel All the Feelings」活動，將旅遊與情感、當代文化及民族自豪感緊密連結。

此外，大型節慶活動與世界級賽事仍

是驅動泰國旅遊價值與目的地形象的核心引擎。未來的精彩亮點包含：

大型節慶：2026年普吉島國際驕傲節(InterPride 2026)、曼谷驕傲節(Pride Show Bangkok 2026)、全球健康高峰會(Global Wellness Summit)，以及國際貨幣基金組織與世界銀行集團(IMF-WBG)年會。

音樂盛事：芭達雅舉辦的Tomorrowland Thailand音樂節與Wonderfruit音樂節。其中，世界級電音節Tomorrowland首度移師東南亞並落腳泰國，將大幅促進「活動主導型」的旅遊發展，拉動觀光消費並拓展夜間經濟。

體育賽事：曼谷馬拉松(Amazing Thailand Marathon Bangkok 2026)、HYROX耐力賽、泰國斯巴達勇士賽(Spartan Race Thailand)，進一步擦亮泰國「活力旅遊」的招牌。

建構觀光核心 健康永續成亮點

與此同時，健康養生產業依然是泰國的核心成長領域，其範疇已從傳統的產後或病後復健，升級至延年益壽、預防保健與生活方式管理。泰國健康產業的經濟規模在2024年已達427億美元。隨著全球健康市場成長，預計在今年逼近7.9兆美元，泰國的成長潛力將更加巨大。

為此，泰國巧妙將「泰式傳統智慧、自然療癒環境、現代醫療技術與標誌性的熱情好客」融為一體，提供涵蓋草藥療法、冥想靜修、先進醫療、試管嬰兒(IVF)、醫美服務及預防醫學等全方位

強調以品質為導向的成長方向

旅行 成為實現高價值、永續的旅遊成長動能

撰文・攝影／王政介 文章編整／王政 圖片提供／泰國觀光局台北辦事處



▲泰國觀光局局長Thapanee Kiatphaibool。



▲泰國觀光局行銷傳播副局長Nitheer Seeprae。



▲泰國觀光局台北辦事處特別邀請旅行社、媒體一同前往泰國參加年度盛事。



▲東南旅遊東南亞部泰國線課長劉怡君（左1）參加交流會。



▲雄獅旅遊東南亞部資深協理朱柏安（中）參加交流會。

服務。在永續發展方面，本屆TTM+ 2026將綠色概念貫穿各個層面，並在去年的「碳中和策略」基礎上更進一步。泰觀局今年全面減少紙質胸牌的使用、與省級電力局合作進行碳排放追蹤，並落實垃圾分類、回收利用、剩餘食物捐贈，以及活動資材的重複整合。透過這些具體行動，全力支持泰國會展產業向「負責任的活動管理」與「淨零排放旅遊」轉型。

從4大方向激發旅客旅遊消費價值

泰國觀光局亞太及南太平洋地區國際行銷副局長Pattaraanong Na Chiangmai表示，疫後全球迎來報復性旅遊熱潮，但也讓許多熱門目的地面臨過度觀光（Overtourism）帶來的挑戰，對於泰國而言，觀光發展除了追求成長，更需要兼顧地方承載能力、居民生活品質及環境永續。因此，泰觀局逐步將「旅客消費價值」納入重要KPI，而非單純追求人數成長，並聚焦4大方向，包括療癒與身心靈旅遊（Wellness Tourism）、永續旅遊（Sustainable Tourism）、高價值旅遊（High-



Value Tourism），以及大型活動與運動賽事旅遊（Event Tourism）。希望吸引願意深度體驗、停留更久、消費更高且尊重在地文化的優質旅客，讓旅遊收益能夠更有效回饋到地方社區與產業鏈。

以品質為導向 看見泰國邁向永續的多元性



▲泰拳館體驗Kru Ped Muay Thai Gym。



▲榮獲2025、2026米其林推薦餐廳Mae Pong Sri米粉湯。



▲芭達雅PADO媒體藝術空間。



▲芭達雅Fisherman Village。



▶亞特蘭蒂斯海天盛宴PLUS。



▲羅永Pa Boon Café。



▲羅永Pak Nam Prasae Tung Prong Thong紅樹林餵老鷹。



▲尖竹汶府—泰國經典的「釀豆腐」粉紅酸辣湯麵。



▲羅永Samaesan潛水與浮淺。

▶羅永Dok Krai無繩衝浪。



▲尖竹汶府Chaba渡假村，也是榴槤產地。

▶尖竹汶府Gelatonia冰淇淋咖啡館。



▲▶芭達雅象營奇遇樂園（Camp Chang Adventure Park）。



台南市旅行公會6／17舉辦觀光產業推介會

北中南旅遊青年委員會簽署MOU 設定4大核心方向

撰文／張偉浩 圖片提供／北中南旅遊青年委員會



▲台南觀光產業媒合會全台共103間廠商參加，參觀會員達260人、晚宴席開50桌。



▲(左起)台南市旅行公會理事長蔡承鴻、南區旅遊青年委員會召集人劉士誠、台南市長黃偉哲、北區旅遊青年委員會副召集人荊柏翰、中區旅遊青年委員會召集人蕭佳聖，進行簽署儀式。

餐廳，盛大舉辦「2026台南市旅行公會觀光產業推介會」。匯聚全台旅行相關業者及廠商，包括泰國、馬來西亞、菲律賓、美國、台灣地方景區，如苗栗鐵道自行車等，與大台南地區旅行社業者做推介交流。

為促進台灣觀光永續發展，台北市、台中市及台南市旅行公會於6／17舉行「北、中、南3地旅遊青年委員會MOU」簽署儀式，台南市長黃偉哲親臨見證。本次跨縣市合作明定「活動資源共享、青年人才交流、產業活化、跨縣市產品與行銷」4大核心，透過青年創新思維，全面提升台灣觀光能見度。

本次MOU簽署展現了跨縣市觀光資源

整合的雄心。台北市擁有國際門戶與都會資源，台中市具備區域交通與生活風格優勢，而台南市則以其文化古都與美食之都的深厚歷史底蘊著稱。透過3地青年世代的力量串聯，旨在提升台灣旅遊內容的深度、亮點與國際競爭力。

為將MOU精神即刻轉化為商機，台南市旅行公會緊接著於14：00至17：00，在台南機場正對面的大象寬庭宴會

台南市旅行公會理事長蔡承鴻強調，旅遊業充滿挑戰，公會將持續扮演橋樑。一個下午的相聚，便可能開啟下一個合作商機。現場除了促成同業間的高效人脈交流，更準備了豐富的摸彩活動，全程參與的夥伴即有3次機會將住宿券等精美好禮帶回家。各界期許今日的MOU簽署與推介會，能為台灣觀光產業整合資源，攜手開創合作共贏的新未來！

賀！趙一任連任第18屆台北市旅館公會理事長

積極推動會務運作重現榮景 合作市府推廣台北觀光發展

撰文·攝影／陳妍潔



▲台北市旅館公會舉辦於6／23第18屆會員大會暨理監事改選，新團隊將持續致力於會務與旅館產業發展。



▲(左起)台北市市長蔣萬安、台北市旅館公會理事長趙一任。

用後帶來的人潮與經濟效益，自其啟用以來已吸引超過260萬人次參與活動，創造超過187億元的經濟效益，也進一步帶動旅館住宿需求，2025年台北市旅館業整體營收突

台北市旅館公會於6／23舉辦第18屆第1次會員大會暨理監事改選與晚宴，趙一任成功再度連任理事長一職，並攜手新一屆理監事團隊繼續為會員打造更優質的產業環境。晚宴活動更是冠蓋雲集，邀請到交通部觀光署與台北市政府長官、旅遊產業先進與各縣市旅館公會理事長共襄盛舉，場面熱鬧非凡。

台北市旅館公會理事長趙一任於致詞中提到，8年前受前任理事長邀請加入公會，於當年競爭激烈的選舉見證過公會輝煌的時代，直至3年前接任理事長一職後，恰逢疫情期間公會旅遊產業較為艱

困的時期，感謝在第17屆理監事團隊共同努力之下，積極推動公會運作、參與各公會事務與觀光產業活動，以此重建台北市旅館公會能見度與影響力。他亦感謝會員肯定與支持，讓他繼續擔任理事長的職責，並期望能與第18屆理監事團隊共同攜手，為產業與公會發展持續努力。

台北市市長蔣萬安表示，台北市旅館公會一直是市府團隊重要的夥伴，在彼此密切的合作之下，共同推動著台北觀光發展。去年台北觀光可謂表現亮眼，其中最大的助力之一來自台北大巨蛋啟

破321億元，不僅全面復甦，更已超越2019年疫情前的水準，展現產業強勁成長動能。未來，台北市府團隊將持續跟各縣市旅館公會與旅遊產業公會持續合作，推出更多聯合優惠方案並結合台北市主題性活動，吸引更多旅客到訪一同促進產業成長。

第18屆理監事名單

理事長：趙一任
 常務理事：邱樂芬、郭碧琴、蘇玉盈、陳尚志、吳宗霖、郭懿昌
 理事：方素蝶、王燕鴻、余俊澤、李政勳、林明瑜、林瑞麟、林福建、邱佳宜、邱松山、張嘉芳、章少琴、莊觀菁、陳靜瑩、曾琬玲、黃振翔、賈瑩、蔡承霖、蔡培堂
 常務監事：呂濟譯
 監事：徐正文、吳盈輝、馬連凱、陳莉菊、陳彥丞、王立強

豪斯登堡首座絕景雲霄飛車2027年即將誕生

開業最大規模計畫啟動 「精彩樂趣不停歇」 高速加速進行

撰文／張偉浩 圖片提供／豪斯登堡



▲「豪斯登堡」宣布將於2027年推出開業以來的首座雲霄飛車設施。



▲豪斯登堡自2025年起陸續導入世界唯一以miffy為主題的園區，以及2026年4月開幕的「新世紀福音戰士·飛行劇場-8k-」。

以「憧憬的異世界。」作為品牌理念的長崎縣主題樂園度假區「豪斯登堡」，宣布將於2027年推出開業以來的首座雲霄飛車設施。作為成長策略第4彈，本次將打造只有在豪斯登堡才能體驗的絕景雲霄飛車。

本遊樂設施是豪斯登堡開業以來投入

最大投資金額的大型計畫，提供一邊飽覽豪斯登堡獨有的美麗歐風街景，一邊穿梭於壯闊絕景之中的前所未有的體驗。豪斯登堡將藉由這座全新象徵的遊樂設施，加速實現「精彩樂趣不停歇！」的精神。

在全新成長戰略下，豪斯登堡自2025

年起陸續導入世界唯一以miffy為主題的園區「Miffy夢幻小鎮」、可欣賞超壯麗景色的騎乘式遊樂設施，以及以深受全球喜愛的《新世紀福音戰士》為主題、日本首創的8K騎乘式遊樂設施。而本次的絕景雲霄飛車將定位為成長策略的第4彈。

作為第3彈於2026年4月開幕的「新世紀福音戰士·飛行劇場-8k-」，在開幕後首月的入園人數較去年同期成長130%。在今年日本黃金週期間，依然持續「便宜、近距離、天數短」的旅遊趨勢下，該設施對於整體入園人數的成長做出了極大貢獻。

豪斯登堡將秉持「精彩樂趣不停歇！」的精神，以絕景雲霄飛車的誕生為契機，持續帶給遊客前所未有的感動與刺激。敬請期待「憧憬的異世界。」豪斯登堡所帶來的嶄新體驗。

台美航線新里程長榮航空直飛華盛頓正式啟航

長榮航空總經理孫嘉明：期望深化北美布局 邁向每日營運

撰文·攝影／張偉浩



▲（左起）華盛頓都會機場管理局（MAAA）航空業務發展副總裁代表Paul Bobson、首席營運長Chrissa Westerlund、桃園國際機場董事長楊偉甫、美國在台協會處長谷立言（Raymond F. Greene）、長榮航空總經理孫嘉明、華盛頓特區旅遊局旅遊／體育及訪客體驗資深副總裁Theresa Belpulsi、美國維吉尼亞州駐台辦事處處長劉詩凱、外交部政務次長吳志中。



▲長榮航空客運營業本部副總經理王振興（左4）攜手客運營業本部團隊與旅行社業者合影。

長榮航空宣布開闢桃園直飛華盛頓國際機場（IAD）的新航線，這不僅是台灣與美國首府之間的首次直達聯繫，更象徵著兩地商務、文化與旅遊交流邁入全新階段。此航線的開通將為旅客節省7至8小時的轉機時間，顯著提升跨境往來的便利性。

長榮航空總經理孫嘉明表示，華盛頓航線的加入標誌著公司發展史上的重

要里程碑。隨著此新門戶的開啟，長榮航空在北美的航點已順利擴展至10個，每週提供高達98班次的密集服務。孫總經理對美國在台協會（AIT）、華盛頓都會機場管理局（MAAA）及波音公司的支持表達謝意，並強調長榮團隊將持續優化北美市場服務網絡，並以爭取華盛頓航點每日營運為未來目標。

華盛頓都會機場管理局（MAAA）航空業務發展副總裁代表Paul Bobson指出，這項合作自2024年初便展開深耕，經過無數次的溝通終於成行。他強

調6/26是一個極具象徵意義的開航日，恰逢長榮航空營運35週年以及美國建國250週年的慶祝前夕。Bobson表示，任何新航線的啟航都是社區的連結，非常感激能透過強大的夥伴關係將台灣與華盛頓特區連結在一起。

華盛頓特區旅遊局旅遊／

體育及訪客體驗資深副總裁Theresa Belpulsi則帶領大家領略華盛頓特區的旅遊潛力。她指出，華盛頓不僅擁有著名的博物館與紀念碑，更是一座擁有多元文化、匯聚180多個大使館的國際都市，且擁有22家米其林餐廳。她提到，華盛頓是探索維吉尼亞州酒鄉與馬里蘭州帆船之都的絕佳基地，並對長榮航空的信心表示感謝，承諾將全力支持此航線的成功運作。此次直航不僅強化了台北作為東南亞轉運樞紐的角色，更讓華盛頓成為台灣旅客探索美國東岸的新起點。

الإتحاد
ETIHAD
埃及

古文明尼羅河
遊輪紅海10天

11/2.10.17.22

★早鳥前10名送阿布辛貝

NT 59,900起

埃及土耳其

快閃埃及—尼羅河遊輪紅海10天

9/5.12、10/3.10、11/7.14.21.28 NT 49,900起

川越土耳其—醉戀蕃紅花.布爾薩11天 **松山來回**

9/25、10/9 NT 39,900起

升等三晚五星【直飛土耳其】醉戀蕃紅花 布爾薩10天

10/31、11/14.28、12/5.19
2027 1/2.16、2/20.27、3/6.13 NT 42,900起

升等三晚五星【直飛土耳其】安卡拉城堡 綠色布爾薩10天

10/2.9.16 ★早鳥前10名送遊船 NT 59,900起

【直飛土耳其】安卡拉城堡 綠色布爾薩10天

1/30、2/13 ★全程五星 ★早鳥前10名送遊船 NT 69,900起

新春賀歲【直飛土耳其】安卡拉城堡 綠色布爾薩10天

2/6 ★全程五星 ★早鳥前10名送領司導小費再送遊船 NT 79,900起

東歐

奧捷斯匈—世紀風情10天 ★早鳥前10名優惠3,000元

8/16.21、9/4.7.11.14 NT 64,900起

奧捷斯匈—玩饌東歐10天 8/26、9/13.20、10/7 NT 69,900起

克·斯—鐘乳石洞探秘·十六湖國家公園10天

7/26、8/23、9/6、10/11 NT 79,900起

俄羅斯—雙城風華·金環三鎮10天

8/31、10/5 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 84,900起

北歐

北歐峽灣—丹麥·瑞典·挪威·雙峽灣經典11天 10/18 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

【冰島極光】瑞典 芬蘭 冰與火的國度10天

11/6.13 NT 109,900起

魔幻北歐 極光之戀—破冰船 玻璃極光屋 捕帝王蟹10天

1/21、2/4 NT 169,900起

南歐

義大利—濃情密意 比薩奇蹟 天空之城10天 **米蘭進·羅馬出**

11/4 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 65,900起

聖誕市集【義大利】義往情深 比薩奇蹟 天空之城10天

11/22、12/6.20 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 65,900起

南義—詩情畫意 卡布里島·西西里島觀火山跳島12天

8/28、9/18、10/9 NT 145,900起

西葡—伊比利半島.安達魯西亞12天

11/10.26、12/8.27 NT 89,900起

希臘—眾神之國、天空之城、愛琴海藍白雙島跳島遊10天

8/24、9/7、10/22 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 119,900起

南亞

五星印度—東方金三角古文明經典7天 **松山來回**

8/18.25、9/1.8、10/13.20 ★早鳥前10名優惠3,000元 NT 39,900起

