

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.08.10 出刊 每週一發行

VOL. 922

看見福爾摩沙的永續之美

—— 國家公園署攜手產業推動低碳生態旅遊 ——





產值破兆的觀光市場 正走向「內容為王」的道路

隨著疫後旅遊市場逐步回歸常態，台灣出境旅遊已正式告別「報復性旅遊」階段，進入更加成熟且理性的成長週期。

根據觀光署公布的《台灣旅遊狀況調查》顯示，2025年台灣民眾出國旅遊率提升38.9%，全年總人次達1,894萬4,436人次，較2024年成長12.43%；全年出國旅遊總支出更突破1兆474億元，年增11.93%，顯示出國旅遊需求依然維持強勁動能。

不過我們深入探討調查內容便會發現，真正值得旅遊產業關注的並非單純的人次成長，而是整體消費行為與市場結構正改變，市場競爭的焦點早就從「誰賣得更便宜」，逐步轉向「誰能提供更高價值的旅遊體驗」。

首先，市場最大的訊號，在於出國人數持續增加，但旅客並未因此花費更多。調查顯示，每人每次平均出國支出約為5.5萬元，幾乎與前1年持平，平均停留夜數則略為縮短至7.12夜，顯示帶動市場成長的主因來自旅遊人口增加，意味著旅遊業者若希望提高營收與獲利，必須透過產品設計、服務品質與品牌價值，提高每位旅客願意支付的價值。

從目的地選擇來看，日本依舊穩居台灣旅客最重要的海外市場，無論到訪比例或吸引力都遠高於其他國家，且與第2名的中國大陸維持相當大的差距，印證日本短期內仍將是航空公司最重要的航線布局市場，亦是旅行社產品開發的核心。

然而，市場成熟也代表競爭更加激烈，若產品仍停留在東京、大阪、北海道等傳統行程，價格競爭勢必更加白熱化。相反地，二線城市、地方創生、深度文化、美食、鐵道、地方祭典等特色產品，將成為下一波產品差

異化的重要方向。

另一項值得注意的變化，是旅客選擇旅行目的地時，價格已不再是唯一考量。調查顯示，影響出國旅遊的重要因素中，「假期能否配合」及「行程內容是否具有吸引力」的重要性均高於單純預算因素。可見消費者們開始重視旅行是否值得投入時間，而非追求最低價格。因此旅行社的產品企劃能力的重要性將大幅提升，如何創造具有故事性、文化特色與體驗價值的旅程，比單純削價更具競爭力。

此外，雖說自由行持續扮演市場主流，然而調查也顯示，仍有不少旅客選擇旅行社，原因集中在品牌信任、價格合理、公信力以及過去良好的參團經驗，顯示出旅行社最大的競爭優勢，並非最低價格，而是多年累積的專業能力與品牌信任。畢竟當旅遊市場資訊愈來愈透明，品牌所代表的安心感與服務品質，反成為重要的決策因素。

而最後，則是出國旅遊幾乎回歸休閒旅遊市場，商務旅遊所占比例相對有限。對航空公司而言，休閒旅遊成為航線布局的重要支撐；對旅行社而言，如何掌握家庭、親子、高端及主題等休閒需求，將成為未來產品規劃的核心方向。

綜觀整份調查可以發現，出境旅遊市場已進入新的競爭階段，旅客不再只比價格，而是比體驗，這也意味著產業的下一場競爭，正從價格競爭走向「內容為王」的價值競爭。

總編輯

王政

CONTENTS

(VOL 922)
出刊日：2026／08／10
封面設計：曾繁淵

EDITORIAL | 旅奇社論

02 產值破兆的觀光市場 正走向「內容為王」的道路

COVER STORY | 封面故事

04 看見福爾摩沙的永續之美 國家公園署攜手中華觀光 管理學會 推動低碳生態旅遊

AIRLINES | 航空飛訊

06 華航攜手桃園璞園領航猿舉辦公益籃球營 華航「皮卡丘彩繪機CI2」躍上京成電鐵

FOCUS | 特別企劃

07 觀光署新任高階主管及風管處處長布達 搶攻首航話題 世群舉辦印度發表會

TAIWAN TRAVEL | 國旅專題

08 2026「台灣仲夏節」盛大升級啟動！

TAIWAN TRAVEL | 國旅專題

09 桃園珍珠海岸國際音樂節讓竹圍漁港水洩不通

Check in大東北角皇冠海岸開展發表會

北海溫泉洲際酒店中秋禮盒

遠雄悅來推出奢華中秋禮盒

桃禧「月光漫遊」禮盒正式開賣

凱撒飯店攜手糕餅老店「龍鳳堂」

JAPAN | 和風日本

12 青森秋冬深度遊 尋訪在地鐵道與文化據點

岐阜縣26單位齊聚台北 展現日本正中央魅力

富士急行迎接百週年 2026新設施說明會

TRADE TALK | 旅業大小事

14 韓國下半年3大TAIWAN ONLY活動登場

西藏雲途國際旅遊 重新定義世界屋脊美好

台灣美食展圓滿落幕！4天吸引超過13萬人

吉伊卡哇首度合作香港天星小輪現身維港

曾三餐不繼、居無定所 今成家族第1位大學生

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／彭可珏 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

看見福爾摩沙的永續之美 國家公園署攜

產官學3方攜手 淨零永續期望與產業銷售不再是



▲由國家公園署主辦、中華觀光管理學會承辦的「國家公園低碳生態旅遊行程行銷推廣教育訓練」於7/24登場。

作為北回歸線軸帶穿越的22個國家／地區中，擁有最高海拔、最短距離、最多樣地景變化，以及最豐富的垂直生態系，讓臺灣憑藉著豐富的自然景觀吸引著全球目光。

為了守護這座寶島上的高山、海洋、火山、濕地、戰地史蹟等珍稀自然及人文資源，國家公園署自成立以來便以永續發展為核心價值，結合在地夥伴關係推動環境教育及生態旅遊，實現生態與住民共生共榮的目標。而隨著國際旅遊趨勢不斷往淨零永續的方向邁進，國家公園署決定切入觀光產業，積極與觀光產學界攜手合作，找出觀光發展與淨零永續之間的平衡點。

為此，由國家公園署主辦、中華觀光管理學會承辦的「國家公園低碳生態旅遊行程行銷推廣教育訓練」於7/24登場，吸引到旅行社、導遊領隊、旅宿、餐飲、交通等旅遊服務業者，以及觀光相關公協會、學界與政府機關共同參與。

課程聚焦低碳旅遊發展趨勢、地方創生案例、國家公園示範遊程、遊程商品化

及行銷推廣策略，透過專題講座、案例分享及跨域交流，促進產官學合作，共同推動國家公園低碳生態旅遊，帶動生態保育、地方創生與綠色經濟協同發展。

站在國際趨勢的浪尖 與國際永續發展並行

中華觀光管理學會榮譽理事長李銘輝表示，全球對於永續發展的呼聲越來越高，無論是上市櫃企業、旅行業者在與國際對接、交易時，往往得面臨國際已將淨零碳排、永續發展列為門檻之一，因此產業要長遠發展，便需要與國際趨勢對接，將生態旅遊列為發展要素之一。感謝國家公園署舉辦教育訓練，從業者分享、旅遊行程規劃，到分組探討設計專屬生態行程，讓永續生態發展真正與觀光產業結合。

從低碳角度 看見寶島之美

國家公園署遊憩管理組組長陳乾隆

指出，此次活動報名踴躍，共吸引近40家旅行業者、近10個觀光相關公協會，以及近20位導遊與學界代表共襄盛舉。活動以國家公園10條低碳生態旅遊示範路線為核心，結合地方創生案例分享及世界咖啡館交流，促進跨域對話，並串聯旅行業、公協會及地方社區資源，強化低碳旅遊推廣量能，拓展臺灣永續旅遊產品的市場潛力。

低碳生態旅遊不僅是落實淨零轉型的重要策略，更是兼顧生態保育、環境教育、文化保存及地方創生的重要實踐。本次教育訓練以「低碳旅遊x生態保育x地方創生x綠色商機」為主軸，協助觀光產業掌握國際永續旅遊趨勢，將節能減碳、綠色消費及在地採購等理念融入遊程設計與行銷推廣，提升旅遊品質與市場競爭力，並逐步建構「國家公園低碳生態旅遊合作夥伴」機制，攜手打造永續旅遊新典範。

陳乾隆強調，推動低碳生態旅遊並非重新建立一套旅遊模式，而是在既有生

手中華觀光管理學會推動低碳生態旅遊

2 條平行線 讓低碳、永續、生態的旅程落地、可行

撰文／攝影／王政 圖片提供／



▲此次活動報名踴躍，吸引近40家旅行業者、近10個觀光相關協會，以及近20位導遊與學界代表共襄盛舉。



▲此次教育訓練集結眾多專業師資。（左起）中華觀光管理學會前理事長吳政和、漁光島虱目魚主題館館長盧靖穎、觀光工廠促進協會榮譽理事長許立昇、達娜文化分享空間創辦人沙力浪、國家公園署遊憩管理組組長陳乾隆、中華觀光管理學會榮譽理事長李銘輝、原森旅行社執行長林純如、商品部經理趙玉芬。

►教育訓練的豐富資訊，吸引產業界熱情共襄盛舉。



▲國家公園署遊憩管理組組長陳乾隆指出國家公園署將於9/16~17在松山文創園區1號倉庫舉辦「國家公園低碳生態旅遊成果展」，展示國家公園推動成果。



▲中華觀光管理學會榮譽理事長李銘輝表示，永續發展已經是不可逆的國際趨勢，產業要長遠發展，便需要走在永續的浪尖上邁進。

「國家公園低碳生態旅遊遊程行銷推廣教育訓練」引領產業走向永續



態旅遊及環境教育成果基礎上，深化永續理念與友善環境作為，引導更多民眾以低碳方式親近國家公園，體驗台灣自然與文化之美。

值得一提的是，國家公園署將於9/16~17在松山文創園區1號倉庫舉辦「國家公園低碳生態旅遊成果展」，展示國家公園推動成果，並安排特色體驗及交流活動，共同實踐淨零永續、友善環境的旅遊新生活。

嚴選產業專家 分享永續精髓

整體而言，永續發展是條各行各業都必須面對的道路，但如何減少走歪的風險，便需要仰仗早已投身該領域多年的產業代表作為指引，從經驗分享中找出最適合自己的那條永續發展的道路。為此座談會特別從專題講座、案例分享、分組討論進行。

專題講座部分，便邀請到觀光工廠促進協會榮譽理事長許立昇，從低碳生態旅遊發展趨勢分享「永續觀光的產業



▲觀光工廠促進協會榮譽理事長許立昇從低碳生態旅遊發展趨勢分享「永續觀光的產業旅遊」



▲達娜文化分享空間創辦人沙力浪從「文化走進旅程—部落故事與低碳旅行」角度出發分享經驗。



▲漁光島虱目魚主題館館長盧靖穎以「漁村慢旅新風貌—地方創生與永續旅遊實踐」為主題，由實際面看見永續落實到產業經營區塊。

旅遊」；原森旅行社執行長林純如分享「國家公園低碳生態旅遊遊程商品化策略」，同屬原森旅行社的商品部經理趙玉芬，則從「國家公園低碳生態旅遊遊程行銷推廣」進行闡述。

案例分享環節，則由達娜文化分享空間創辦人沙力浪，從「文化走進旅程—部落故事與低碳旅行」出發，加上漁光島虱目魚主題館館長盧靖穎的「漁村慢旅新風貌—地方創生與永續旅遊實踐」，看見從山海之間實現永續落實到

經營的成功案例。

最後則由中華觀光管理學會前理事長吳政和舉辦「世界咖啡館工作坊」，並邀請到李銘輝、許立昇，以及景文科技大學旅遊管理學系副教授楊明賢、萬能科技大學觀光與休閒事業管理系助理教授鄧宏如／USR大學社會責任辦公室執行長莫桂娥等5位內部專家，從不同角度引導腦力激盪，探討低碳遊程路線的優化與行銷推廣策略，讓產業界從不同面向探討永續發展的可行與未來發展。

華航攜手桃園璞園領航猿舉辦公益籃球營

長期支持台灣體育發展 落實企業責任深耕青少年培育

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



▲中華航空資深副總經理羅雅美（前排中）致贈籃球和訓練道具予桃園大崗國中及竹園國中，協助基層學校建立正確動作觀念。活動邀請桃園璞園領航猿人氣球星陳將双（後排左）、林正（後排中）及白曜誠（後排右）同台，陪伴孩子們為夢想啟航。



▲中華航空透過與職業運動員攜手舉辦公益運動營，搭建經驗傳承的橋樑，助力青少年興趣培養。

中華航空（以下簡稱華航）公益籃球營今年邁入第10年，7／30攜手桃園璞園領航猿，由資深副總經理羅雅美為活動揭開序幕，邀集桃園竹園國中和大崗國中學生，與球星白曜誠、陳將双及林正展開近距離指導與趣味競賽，引領小球員從傳球、運球、投籃等基本功

出發，一同展翅感受籃球魅力。延續華航與桃園璞園領航猿支持在地體育發展理念，球星們化身1日教練，帶領孩子們從暖身伸展、球感熟悉開始，協助建立正確動作觀念，體驗如臨職業殿堂的難忘時刻。

中華航空資深副總經理羅雅美表

示，期盼透過公益營隊活動培養學員團隊合作、勇於挑戰的精神，將球場上的收穫化為未來成長的力量。

完成一系列基礎練習後，學員們隨即展開傳球突圍賽與夢想射手挑戰賽，增加活動趣味與豐富性，強化觀察場上空間、掌握攻守轉換節奏，體會籃球不只是個人技巧展現，更考驗團隊默契及臨場判斷。球星們也和學生分享訓練心得，如同飛機起飛前須做好萬全準備，場上的精彩表現來自日常累積和堅持。華航長期支持體育發展，首創台灣航空業結合運動與教育的系列公益運動營，秉持「飛更遠，愛無限（Flying beyond, Caring more）」核心理念，深耕基層教育與青少年培育，落實企業社會責任；藉由經驗傳承與互動交流，開創更多元寬廣的成長機會，陪伴孩子們為夢想啟航，勇敢飛向璀璨未來。

華航「皮卡丘彩繪機CI2」躍上京成電鐵

最佳航空攜手全球最強IP 陪同旅客往返東京成田機場

撰文／編輯部 圖片提供／中華航空

「皮卡丘彩繪機CI2」推出以來，便受到無數乘客與寶可夢粉絲追捧，而現在該彩繪機不只翱翔在天際，在日本東京也能看見！

中華航空（以下簡稱華航）將飛向世界的「皮卡丘彩繪機CI2」帶上京成電鐵Skyliner車身，機身上的寶可夢躍上東京地面交通，8月只要搭乘往返東京市區與成田機場的Skyliner，就有機會遇見「皮卡丘彩繪機CI2」彩繪列車，與13隻寶可夢一同展開充滿驚喜的旅程。

京成電鐵Skyliner是成田機場聯外的主要交通工具，此次「皮卡丘彩繪機CI2」彩繪列車加入營運，將華航A350彩繪機上的寶可夢元素轉化為列車視覺，在Skyliner車身上可看見寶可夢與飛機窗景交織的設計，為旅程寫下快樂的回憶。

除了車身彩繪，京成電鐵日暮里車站月台也同步設置「皮卡丘彩繪機CI2」主



▲中華航空將飛向世界的「皮卡丘彩繪機CI2」帶上京成電鐵 Skyliner 車身，8月只要搭乘往返東京市區與成田機場的Skyliner，就有機會遇見彩繪列車。

題的巨幅海報，整體設計聚焦旅程即將展開的期待感；東京是華航「皮卡丘彩繪機CI2」主要飛航的航點，從空中的飛機、地面的電車到車站月台，串聯出完整具連貫性的旅行體驗。

華航「皮卡丘彩繪機CI2」機身結合寶

可夢與台式花磚工藝美學，此次在京成電鐵的車身上，把富有童趣的飛行氛圍延伸至地面熟悉的交通場景，邀請更多旅客自東京啟程前，或抵達東京後的第一刻起，感受華航與寶可夢共同打造的繽紛世界。

觀光署新任高階主管及風管處處長布達

主任秘書湯文琦走馬上任 劉士銘接新職、吳建志真除

撰文／王政 圖片提供／交通部觀光署

交通部觀光署於7／29上午舉行高階主管宣誓及風景區管理處處長交接暨宣誓典禮，由署長陳玉秀親自主持。此次人事異動涵蓋署內的重要幕僚長、單位主管及風景區管理處首長調動與履新，展現出觀光署期盼透過組織文化融合與職務交流的更新，凝聚共識並推動台灣觀光新局。

而此次履新的3位主管資歷完整、學經歷俱豐。新任觀光署主任秘書湯文琦，原任旅行業組組長，督導業務龐雜且多元，不僅處事富有原則，並具良好協調能力。新任旅行業組組長則由原旅遊服務中心主任劉士銘陞任，過去便曾在業務組擔綱組長一職的他，行政歷練多元，具豐富的溝通協調經驗。

而新任北海岸及觀音山風景區管理處處長吳建志，則由該處副處長陞任，畢業於中興大學森林學系碩士的他，歷經

多項職務歷練，具備豐富的行政及觀光業務實務經驗，加上2025年1月份便調至北觀處，對於轄區的熟悉，預料將為當地的觀光推動更添增助力。

觀光署署長陳玉秀於典禮致詞時表示，職務陞遷不只是個人階段性的展現，更是慎重的責任交託。面對快速變化的觀光環境，主管除須以身作則，更應重視傾聽與溝通，帶領團隊在合法的範圍內積極尋求創新突破，並以「有商有量」、相互補位與信任的精神，凝聚團隊力量、穩健推動各項業務。



▲交通部觀光署新任高階主管暨國家風景區管理處處長聯合布達暨交接典禮。（左起）交通部觀光署旅行業組組長劉士銘、主任秘書湯文琦、署長陳玉秀、北海岸及觀音山風景區管理處處長吳建志。

她特別期許3位新任主管秉持「溝通合作、創新領航、自我超越」的使命，發揮豐富經驗，帶領團隊克服挑戰，落實觀光署智慧與永續的發展願景，共同開創台灣觀光新局。

搶攻首航話題 世群舉辦印度發表會

迎接長榮航空12月直飛利多 為台印觀光市場揭開新序幕

撰文／王政 攝影／王相涵

國、新加坡等區域轉機，便能感受印度的美好風光。為此，世群旅行社特別於8／5舉辦「長榮航空首航印度利多發表茶會」，並邀請同業們共襄盛舉。說明會介紹了直飛航線優勢、旅遊產品規畫、商務往來前景，以及印度文化、宗教朝聖、養生醫療與深度旅遊等多元發展方向。會中也釋放利多，提供現場報名送客便可省5,000元的獨家優惠，而後續送客的旅遊同業們仍能保有豐厚的退佣。

世群旅行社董事長葉庭林表示，印度是許多人一生必訪的文明國度，以世界7大奇景泰姬瑪哈陵為核心，串聯德里、阿格拉、齋浦爾經典城市，是最受歡迎的印度旅遊行程。世群將持續結合航空公司、觀光產業及各界合作夥伴，推出更多兼具深度、文化與品質的旅遊產品，並積極推動台灣與印度在觀光、文化、教育、健康養生及商務等領域的交流合作，攜手打造互利共榮的新局面。



▲世群旅行社董事長葉庭林（右）為操作印度線路最具指標性的靈魂人物。

馬克吐溫在《赤道環遊記》曾盛讚，印度是「人類種族的搖籃，人類語言的誕生地，歷史的母親，傳說的祖母」，並直言這是世上唯一陽光所及最非凡的國家。

對於這個充滿特色的旅遊勝地，自成立以來，世群旅行社便以印度、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹等國家的旅遊操作



▲世群旅行社特別於8／5舉辦「長榮航空首航印度利多發表茶會」，並邀請同業們共襄盛舉。

為主要發展業務，經過長達35年的推廣，不僅成為該線路最具代表性的台灣業者之一，豐富的經驗更被台北印度協會等單位一致推崇與倚重。

而隨著長榮航空將於12／1開闢桃園－印度德里的直飛航線，並以A330-300寬體客機提供每週5班的飛航服務，宣告著台灣民眾無須再經由香港、泰

2026「台灣仲夏節」盛大升級啟動！

邀請全世界旅客一起來台灣「上山消暑、下海清涼」

撰文／張偉浩 圖片提供／交通部觀光署



▲交通部主任秘書沈慧虹致詞。



▲由交通部觀光署13個風景區管理處齊心協力推動的「2026台灣仲夏節」正式啟動。

台灣觀光夏季品牌「台灣仲夏節」今年全面升級！交通部觀光署7/28在交通部1樓大廳盛大舉行「2026台灣仲夏節（Solar Festival in Taiwan）」啟動記者會，將以「山海音樂祭」為核心，首度推出雙旗艦大型音樂展演，將「上山消暑、下海清涼」的品牌內涵轉化為可以親身體驗的夏日慶典，活動串聯全台13個風景區管理處與18個觀光圈，邀請海內外旅客走進台灣的山與海，體驗台灣多元魅力的夏天。

7位旅人7種旅遊風格 展現一場仲夏時尚旅程

本次記者會化身一場穿越山海的仲夏旅程時尚伸展台，由7位旅人各自代表台灣夏天的7種旅遊風格進行走秀，透過「涼夏」的高山避暑、「戲夏」的海上戲水、「嚐夏」的在地美食、「奇夏」的秘境探索、「慢夏」的深度旅行、「慶夏」的節慶狂歡及「行夏」的運具串聯，共同詮釋每個人都能在台灣找到屬於自己的度假節奏。記者會也特別邀請「海之旅人」Daniel Wong（黃偉豪）與「山之旅人」段慧琳擔任宣傳大使，與交通部主任秘書沈慧虹、立法委員許忠信、觀光署副署長王圳宏及氣象署長呂國臣共同注入沁涼飲品完成冰雕啟動儀式，象徵全台夏季觀光活動正式「清涼上場」。



▲（左起）宣傳大使Daniel Wong（黃偉豪）、氣象署署長呂國臣、交通部主任秘書沈慧虹、立法委員許忠信、觀光署副署長王圳宏、宣傳大使段慧琳。



▲1個台灣7個夏天Runway走秀。

式，象徵全台夏季觀光活動正式「清涼上場」。

扣合微笑南灣及北回之巔 把音樂轉化旅遊行動

交通部主任秘書沈慧虹表示，台灣擁有得天獨厚的山海地景，能在酷夏同時體驗高山避暑與海洋戲水的雙重清涼。2026台灣仲夏節以山海音樂祭為起點，讓「上山消暑、下海清涼」不只是口號，更扣合「微笑南灣」及「北回之巔」的政策推動方向，透過今年的仲夏活動，把音樂的感動轉化為旅遊的行動，讓觀光成為世代融合的媒介，歡迎大家一起愛台灣的山、愛台灣的海，體驗屬於台灣夏天的風景。

山海雙旗艦音樂祭2大盛典 北門、阿里山登場

觀光署強調，台灣仲夏節已從「夏季活動整合平台」轉型為「夏季目的地觀

光品牌」，「2026台灣仲夏節」特別策劃「山海雙旗艦音樂祭」2大盛典，打造專屬台灣夏天的品牌儀式。首場「海之主場音樂會」將於8/22在台南北門遊客中心前廣場隆重登場，結合鹽田與夕陽景緻，打造最具夏夜海風的音樂感官震撼；「山之主場音樂會」則於9/12移師至阿里山牛埔仔愛情大草原舉辦，在山林草地與星空的懷抱裡，帶來截然不同的音樂饗宴。2場旗艦活動均邀請極具人氣的實力歌手、人氣樂團與跨界原民音樂人輪番演出，並規劃涼夏市集、仲夏節主題區等多元內容，完整呈現「從山到海」的台灣多元夏季體驗。

觀光署誠摯邀請海內外旅客在今年夏天一同「上山消暑、下海清涼」，透過豐富的音樂、市集與深度主題遊程，感受台灣最精彩的夏季魅力，一起種下屬於您的仲夏回憶！更多詳細活動內容及相關資訊，請至「2026台灣仲夏節活動官網」查詢。

桃園珍珠海岸國際音樂節讓竹圍漁港水洩不通

國際卡司、職籃球星重磅齊聚 打造夏日跨界音樂盛宴

撰文／王政 圖片提供／桃園市政府



▲桃園市市長張善政（中）與貴賓們一同為「2026桃園珍珠海岸國際音樂節」揭開序幕。



▲►「珍珠國際」舞台匯聚頂尖卡司，邀請到周湯豪、玖壹壹輪番唱響。

於8／1、8／2登場的「2026桃園珍珠海岸國際音樂節」，在桃園竹圍漁港盛大開幕，為這場備受矚目的夏日濱海盛會揭開序幕，此次音樂節延續去年突破20萬人次的觀光熱潮，進一步擴大跨界整合規格，推出「珍珠國際」、「海岸熱血」及「築夢世界」3大舞台，以國際音樂演出、體育賽事與本土原創文化為核心，深化桃園珍珠海岸的觀光品牌定位，逐步打造具代表性的濱海音樂節品牌。

海內外卡司齊聚 扶植在地原創音樂

今年音樂節在演出陣容上展現高度的國際視野與跨界吸引力。「珍珠國際」舞台匯聚頂尖卡司，更邀集韓國、印尼、馬來西亞、日本、澳門等頂尖音樂人連袂演出，首日由KTS 烤吐司人聲樂團、孤寂輔導室、羊駝小姐、babychair（馬來西亞）、貳修斯、呂允、芒果醬、盧廣仲、周湯豪多組藝人登場演出。次日則邀請到The ACES、基姜、桃子A1J、SADOG、青原、七愛、Wonstein、GIGI Band、玖壹壹

輪番唱響。

值得一提的是，本次音樂節邀請到眾多桃園在地培育的音樂人才，提供在地表演者國際級舞台展示，包含KTS烤吐司人聲樂團（2025桃園客家音樂節潮樂派第1名）、孤寂輔導室（2024桃園星人秀樂團組冠軍）、The ACES（114年外國人才藝競賽舞蹈組冠軍）、基姜（2023年LALAI桃園原住民族音樂節參獎），另邀集羊駝小姐、貳修斯、SADOG、青原等為鐵玫瑰熱音賞培育音樂人才，帶來多元曲風的高水準聽覺饗宴。

「築夢世界」舞台則帶來「桃園鐵玫瑰熱音賞決賽」，為本土優秀音樂人才提供展示舞台。首日為校園組決賽，邀請到共振效應、FAAS演出；次日為社會組決賽邀請到Donsir、鯊魚煙囪、粗大Band表演。

「海岸熱血」舞台舉辦的「桃園盃全國三對三籃球賽及國際職籃球星交流賽」亦迎來重磅亮點，特別邀請2屆灌籃大賽冠軍、以驚人彈跳力與頂級得分爆發力著稱的灌籃王查克·拉文（Zach LaVine）親臨現場與球迷近距離互動及交流。查

克·拉文更於表演賽後特別現身至「珍珠國際」舞台與現場民眾打招呼，將國際體育巨星能量完美融入音樂節慶，帶來絕無僅有的跨界震撼。



購物節同步開跑 活絡在地旅遊及消費

暑假期間，桃園多場指標性城市活動接續登場。「桃園地景藝術節」以珍珠海岸為策展舞台，自竹圍漁港延伸串聯至永安漁港，打造橫跨桃園海岸線的大型地景藝術展演；此外，「桃園購物節」亦同步於8／1重磅開跑，推出「天天抽現金、週週抽禮券、月月抽汽車」等豐富獎項，歡迎民眾走訪桃園參與盛會，在遊玩消費之餘深度體驗桃園的多元特色與在地優質商品。

►「2026桃園珍珠海岸國際音樂節」吸引眾多人潮到訪。



◀NBA球星Zach LaVine（拉文）趁著來台參加「2026桃園珍珠海岸國際音樂節」的熱潮，也造訪大溪老街感受在地文化。

Check in大東北角皇冠海岸開展發表會

跨域串聯雙觀光圈 打造永續旅遊新風貌 邀民眾走進山海

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處



▲策展人「少年阿公」方子維（最前排左1）、（第2排左2起）宜蘭縣觀光協會理事長卓志宏、東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長游麗玉、技正兼基隆站主任鄭弘興與貴賓合影。

場結合聲音、藝術與地方文化，並串聯區域觀光能量的創新展演即將展開！「Check in傾聽大東北角 皇冠海岸」開展發表會於8／5，在福隆遊客中心1樓大廳正式登場，邀請民眾一同走進山海之間，傾聽東北角及皇冠海岸的故事。

致力於推動永續觀光 打造深度國際旅遊目的地

本次展覽首次跨域結合「大東北角觀光圈」與「皇冠海岸觀光圈」，串聯2大觀光圈內具代表性的永續品牌景點，展現區域合作與文化整合的成果。透過觀光圈資源整合與在地品牌參與，不僅深化旅遊體驗，更傳遞永續旅遊的價值，讓東北角成為兼具文化深度與國際魅力的旅遊目的地。

東北角及宜蘭海岸風景區管理處處長游麗玉表示，東北角長年致力於推動永續觀光，並持續深化深度人文體驗，從自然地景、生態保育到地方文化的保存與創新，逐步建立具有國際吸引力的旅遊品牌。本次透過跨觀光圈的合作策展，不僅展現地方多元樣貌，也讓永續理念能以更生活化、可感知的方式被看見與理解。

►策展人「少年阿公」方子維（左1）向外國旅客介紹「Check in傾聽大東北角 皇冠海岸」開展發表會。



▲展覽希望透過聲音與視覺的交織，讓下一位前來打卡的旅人重新認識東北角。



▲「Check in傾聽大東北角 皇冠海岸」以「Podcast × Exhibition」跨界形式，將旅行的片刻轉化為可被聆聽與凝視的地方記憶。



「Podcast × Exhibition」形式 讓日常變成收藏

「Check in傾聽大東北角 皇冠海岸」以「Podcast × Exhibition」跨界形式，將旅行的片刻轉化為可被聆聽與凝視的地方記憶。策展概念以「把生活的片刻，打卡成地方的記憶」為核心，重新定義旅行的意義。不只是抵達，而是在每一次停留中，讓風景有名字，讓回憶有座標。

策展人「少年阿公」方子維表示，這次展覽希望透過聲音與視覺的交織，讓下一位前來打卡的旅人重新認識東北角。「我們試著把一段段日常的片刻，轉化成可以被收藏的地方記憶。當你願意慢下來聽、停下來看，地方就不再只是經過，而是會留下來的感受。」他也強調，透過與2大觀光圈的串聯，讓更多具有永續精神的在地品牌被看見，進而形成一條兼具文化厚度與旅行深度的路徑。

展覽資訊

Check In傾聽大東北角 皇冠海岸

展出地點：福隆遊客中心1樓大廳
展出時間：即日起

Check In閱讀大東北角 皇冠海岸

展出地點：桃園市立圖書館2樓藝術廊道
展出時間：10／1～10／31

掃碼進入Podcast 不僅看見更能聽見

展覽從聲音出發，透過掃碼進入Podcast串聯地方人物、文化與風景，並結合視覺設計，以強烈色彩與簡約線條描繪東北角的文化輪廓。觀展者不僅能「看見」地方，更能「聽見」故事，透過多感官體驗，將旅途中的瞬間轉化為深刻記憶。同時，透過2大觀光圈永續景點的內容導入，讓觀眾在觀展過程中，也能認識友善環境、文化保存與地方創生的實踐案例。

展覽分為2大主題延伸：「Check In傾聽大東北角 皇冠海岸」於8／5在福隆遊客中心展出，帶領觀眾以聲音探索地方故事；10月份進行「Check In閱讀大東北角 皇冠海岸」，場景延伸至桃園市立圖書館，透過閱讀與視覺延伸，深化文化理解與旅行內涵。誠摯邀請全台民眾於開展期間蒞臨參與，一同用聆聽與凝視，收藏屬於東北角的動人記憶，並從中感受永續旅遊與區域共好的嶄新樣貌。

撰文／陳妍潔 圖片提供／新北北海溫泉洲際酒店、遠雄悅來大飯店、桃禧飯店集團、凱撒飯店連鎖

北海溫泉洲際酒店中秋禮盒

結合在地特產與文化 8／31前購買享早鳥優惠



▲「月映花藏」禮盒設計融合金山「蹦火仔」捕魚文化，與在地串起緊密連結。

今年中秋，新北北海溫泉洲際酒店以「月映北海·藏一份團圓心意」為主題，推出2款限量中秋禮盒。「月映花藏」以茶文化為核心概念，嚴選來自石門的阿里磅紅茶，禮盒內容包含桂花鐵觀音瓜仁月餅2入、金萱巧克力流心月餅2入、精選石門阿里磅紅茶1包，以及1組精緻陶瓷茶壺。金山擁有全台獨一無二、已有百年歷史的「蹦火仔」捕魚文化，今年推出的「月映花藏」便以此為創作靈感，將海上花火化為設計語言，禮盒內盛裝6入芋頭酥，以經典芋頭風味演繹中秋滋味。「月映花藏」每盒售價2,360元；「月映花藏」每盒售價1,080元。即日起開放預購，早鳥優惠至8／31止。

桃禧「月光漫遊」禮盒正式開賣

嚴選8款特色月餅 9／14前預訂享優惠



▲桃禧集團「月光漫遊」禮盒即日起開放電話與網路預購。

桃禧飯店集團中秋「月光漫遊」限定月餅禮盒正式開賣，今年以桃園大園著名的草漯沙丘為創作靈感，並以深邃藍色搭配燙金月亮，勾勒出靜謐優雅的中秋意境，象徵月光映照沙丘的浪漫景緻。同時，特別嚴選8款特色月餅，結合桃山、小桃廣月及廣式月餅工藝，融合茶香、水果、巧克力及經典中式餡料，打造層次豐富且兼具創新與傳統的中秋風味。月餅禮盒即日起於集團旗下桃園機場假日酒店、桃園喜來登酒店、台北車站智選假日酒店、八里福朋喜來登酒店、桃園智選假日酒店、桃禧漫遊渡假露營園區6間飯店全面開放預訂，組合禮盒原價980元，9／14前預付獨享早鳥禮遇880元，滿20盒再享免運。

遠雄悅來推出奢華中秋禮盒

首度攜手果醬女王柯亞 昇華味覺饗宴



▲「悅 MOON」中秋禮盒以山海美學結合永續巧思設計，兼具味覺與視覺體驗。

遠雄悅來大飯店推出奢華中秋禮盒「悅 MOON」，特別以東台灣蔚藍海岸與壯麗中央山脈為設計靈感，展現現代東方美學。禮盒嚴選金沙烏魚子、蓮蓉蛋黃、芝麻核桃、棗泥桂圓共4款海陸珍饈的廣式月餅，並首度攜手有「果醬女王」美譽的柯亞Keya Jam，推出特製雙口味世界金獎果醬蜜柑友達與茉莉島嶼，為中秋禮盒增添細膩且富有故事性的味覺體驗。「悅 MOON」禮盒除了內盒具備再利用設計，盛裝金獎果醬的玻璃瓶更採用100%可回收材質，兼具重複使用特性，有效降低資源耗損與碳足跡；隨盒附贈的木製調棒則可再作為咖啡、茶飲攪拌棒使用，讓環保理念自然融入日常生活。

凱撒飯店攜手糕餅老店「龍鳳堂」

以廣式月餅為設計核心 9／14前訂購享88折



▲凱撒飯店連鎖首度攜手新北蘆洲老字號糕餅品牌龍鳳堂，共同推出「月韻典藏」系列禮盒。

凱撒飯店連鎖首度攜手新北蘆洲老字號糕餅品牌「龍鳳堂」，共同推出全新「月韻典藏禮盒」系列。「凱薩映月禮盒」集結4款經典廣式月餅，以少油、輕負擔為研發理念，重新演繹傳統廣式月餅；「凱薩望月禮盒」則以永續送禮為核心理念，呼應綠色消費與永續生活趨勢，每盒售價1,280元，早鳥優惠價1,126元。同時，台北新板希爾頓獨賣推出「紫月映境」禮盒，以廣式經典月餅、桃山月餅與JING TEA茶包組合，每盒售價1,280元、8／31前訂購享早鳥優惠價1,088元。中秋禮盒即日起正式開賣，可至凱撒飯店連鎖全台各據點購買，凡9／14前完成訂購並付款可享88折優惠，企業及大宗採購另享專屬優惠方案。

青森秋冬深度遊 尋訪在地鐵道與文化據點

特色列車串聯立佞武多之館與ReLabo 豐富資源打造多元質感行程

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊顧問有限公司



▲「立佞武多之館」展示高達23公尺的巨型睡魔，仰望視角極具視覺震撼。

位於本州最北端的青森縣，以絕美自然景觀與深厚文化底蘊聞名，一年四季皆具迷人魅力。搭配長榮航空「台北—青森」直飛航班2026／6／1～2027／3／27期間，增班為每日飛航，僅需約3.5小時即可抵達，為行程規劃帶來極大便利。為了讓遊客深入感受在地風情，推薦以特色鐵道串聯文化景點的深度玩法。旅客可搭乘貫穿主要城市的「青森鐵道」輕鬆周遊；或轉乘「弘南鐵道」，在夢幻的金魚睡魔列車中體驗祭典氛圍；冬季則必搭「津輕鐵道」暖爐列車，邊烤魷魚邊賞雪景。此外，走進「立佞武多之館」仰望巨型睡魔花燈，能瞬間被夏日祭典的魄力震撼；行程尾聲再前往複合型健康設施「ReLabo」享受療癒的溫泉與水療。這些結合傳統與現代的亮點極具延伸性，絕對是同業包裝深度遊的絕佳素材。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。

弘南鐵道

穿梭津輕地區的弘南鐵道擁有「弘南線」與「大鰐線」，沿途盡是迷人的田園與蘋果園風光。為讓乘客感受濃厚祭典氛圍，弘南鐵道依季節推出特色主題列車。夏季廣受好評的「金魚睡魔列車」車廂內懸掛數百個職人手工製作的金魚燈籠，週末與假日夜晚點亮燈光時，車廂彷彿化身夢幻的祭典空間。這不僅展現青森獨特的農村文化與人情味，更讓鐵道之旅成為難忘的視覺饗宴。



▲弘南鐵道「金魚睡魔列車」懸掛滿滿手作燈籠，洋溢夢幻祭典風情。

津輕鐵道

全長約20公里的津輕鐵道，起自五所川原站至中里站，保留了日本少見的質樸鄉村風情。每年12月至隔年3月運行的「暖爐列車」是其最具代表性的冬季風物詩。復古木造車廂內燃起燒炭的鑄鐵暖爐，旅客可一邊取暖、一邊品嚐在暖爐上現烤的魷魚，並透過車窗欣賞外頭銀白色的雪國原野。這條路線緊密串聯在地文化活動，是規劃青森冬季懷舊與體驗行程的完美選擇。



▲津輕鐵道橘色復古列車「跑吧！美樂斯」號，帶領旅客感受質樸鄉野魅力。



立佞武多館

想感受青森夏日祭典的震撼，絕對不能錯過五所川原市的「立佞武多之館」。館內常態性展示高達23公尺、重達19噸的巨大「立佞武多」（站立式睡魔）花燈。特殊的迴旋式斜坡走道設計，讓遊客能由上而下、360度近距離欣賞色彩絢麗、做工精細的壯觀巨型燈籠。即便不在8月祭典期間造訪，也能在此深刻體驗睡魔祭的熱血沸騰與磅礴氣勢，是極具文化價值的必訪景點。

◀近距離欣賞巨型睡魔燈籠，細緻華麗的武者造型與生動神采一覽無遺。

青森鐵道

橫跨縣內南北的青森鐵道，從青森市延伸至八戶市，全長約121公里，是串聯3大主要城市的交通大動脈。沿線可前往淺蟲溫泉、三澤航空科學館或八戶農市，部分車站更設有藝術裝飾與在地物產販售。目前青森鐵道與台灣觀光署合作推出「台灣觀光彩繪列車」，結合長榮航空直飛復航與「輕鬆輕鬆遊台灣」宣傳標語，吉祥物可愛合體超吸睛，是同業規劃周遊行程的最佳主軸。



▲青森鐵道車身上，可見官方吉祥物與長榮航空「青森—台北」直飛標語。

ReLabo

座落於青森市區的「ReLabo」，是近年備受矚目的全新複合型健康與療癒設施。館內結合醫療、水療、溫泉與健康飲食等多元概念，為旅人提供徹底放鬆身心的空間。這裡不僅擁有舒適的溫泉浴場與三溫暖設施，還提供針對現代人設計的紓壓方案。在結束一整天豐富的鐵道與文化行程後，造訪ReLabo享受高品質的療癒時光，無疑是為這趟青森深度之旅畫下完美句點。



▲複合型療癒設施「ReLabo」提供高品質的放鬆空間。

更多青森縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：（02）2518-3587。

岐阜縣26單位齊聚台北 展現日本正中央魅力

「Visit 岐阜縣」網站助力 搶攻體驗旅遊商機 深化台日合作

撰文／張偉浩 圖片提供／日盟國際



▲為進一步拓展台灣旅遊市場並深化台日觀光交流，日本岐阜縣於7／22在台北盛大舉辦「岐阜縣台灣商談會」。

▶下呂溫泉觀光協會會長兼岐阜縣觀光連盟副會長龍康洋。



為進一步拓展台灣旅遊市場並深化台日觀光交流，日本岐阜縣於7／22在台北盛大舉辦「岐阜縣台灣商談會」。本次活動由日盟國際協助舉辦，集結了縣內高達26個地方政府、觀光協會、溫泉旅館及景點設施代表來

台，與台灣旅行業者進行深度洽談，全面展現「日本的正中央」—岐阜縣的多元魅力。

參與此次商談會的單位陣容龐大，涵蓋了岐阜市、下呂市、大垣市、美濃加茂市、多治見市、郡上市及白川村等

地方政府。住宿業者方面，則有知名之下呂溫泉水明館、望川館、山形屋、阿魯美利亞飯店，以及奧飛驒穗高莊山之飯店、奧飛驒花園飯店燒岳、岐阜格蘭飯店、十八樓與飛驒八ツ三館等優質選擇。此外，關市觀光協會、岐阜各務原航空宇宙博物館、明寶高原開發、以及刃物屋三秀關刀物博物館等觀光相關單位亦到場，介紹最新的旅遊商品與設施資訊。

商談會中特別向台灣業者介紹了觀光預約網站「Visit岐阜縣」，該平台精選了多項深度體驗方案，包括清流中的「溯溪」（Shower Climbing）、穿著和服漫步老街、日本刀鍛造見學體驗以及組紐製作等。透過此次面對面的商務洽談，岐阜縣期望能將更具深度與特色的旅遊資源帶給台灣旅客，進一步強化雙方合作關係，共創台日旅遊市場新高峰。

富士急行迎接百週年 2026新設施說明會

3大亮點設施搶先看 聚焦富士山、箱根旅遊新玩法

撰文・攝影／張偉浩

為深耕台灣市場並迎接創立百週年的重要里程碑，富士急行株式會社於7／29舉辦「2026年度新設施與新服務說明會」。本次說明會由日盟國際全力協助辦理，吸引眾多旅遊同業先進共襄盛舉，現場交流氣氛熱烈。

說明會由富士急行株式會社台北辦事處所長戶嶋順一拉開序幕，特別以練習許久的中文向在座貴賓問好，表示自己剛派駐台灣不久，雖然是第一次說中文，但仍想親自傳達對台灣業者的感激之情。並提到，在日本熊本發生大規模地震的緊急時刻，許多同業仍撥冗出席，這份情誼令人動容，也承諾未來台北事務所將提供更即時的協助與服務。

隨後，富士急行株式會社營業部長岩田大昌表示，首先對熊本震災受災民眾表達慰問，並體恤台灣業者在處理旅客安全確認與行程調整上的辛勞。他強調，2026年富士急集團將迎來創立100



▲富士急行株式會社於7／29舉辦「2026年度新設施與新服務說明會」。

◀（左起）富士急行株式會社營業部長岩田大昌、台北辦事處所長戶嶋順一。

週年，這是一個極具意義的時刻，能與長年合作的台灣夥伴共同迎接這份榮耀，富士急感到非常榮幸。他希望透過持續創新的觀光設施，讓旅客在規劃日本行程時，能直覺地聯想到：「提到富士山，就想到富士急」。

說明會中重點介紹了富士急集團將於2026年度主打的3項新設施與亮點，期待能為台灣業者在商品開發上提供更多靈感：

1. 富士急樂園「San-X Paradise」全新園區：於8／1盛大開幕。此園區集結了多款在台灣擁有極高人氣的San-X系列角色，透過充滿童趣與奇幻色彩的氛圍，將成為親子族群與女性旅客的首選景點。
2. 河口湖富士山全景纜車：作為富士山地區必訪的熱門設施，搭乘纜車可登上展望台，一次將富士山與河口湖的壯麗美景盡收眼底，提供旅客極致的視聽享受。
3. 箱根蘆之湖新觀光船「箱根遊船 大茶會」：這是結合日本傳統茶文化與優美湖光山色的創新企劃。旅客能在船上體驗日本特有的傳統款待精神，讓箱根之旅展現更深厚的文化底蘊。

韓國下半年3大TAIWAN ONLY活動登場

尹男老主廚上菜、大邱辣炒年糕節、洪川江冬季節

撰文／張偉浩 圖片提供／韓國觀光公社台北支社

韓國觀光公社台北支社針對台灣市場規劃，以「台灣旅客專屬」為核心概念，串聯韓國各地方城市特色文化、節慶、美食與生活體驗，而特別為旅客準備了 TAIWAN ONLY 計劃。繼世宗落火遊戲、咸安落火遊戲後，在下半年還準備了3個 TAIWAN ONLY 活動，就是要打造台灣旅客限定的韓國深度旅遊體驗。

尹男老主廚活動

9/7 (一)

全州市 韓國傳統文化殿堂

此為台灣旅客限定參加活動，活動當天，尹男老主廚將親自示範以其獨家食譜製作的「全州拌飯」，並作為午餐提供現場參與民眾品嚐，帶領大家感受全州代表美食的魅力。



大邱辣炒年糕節

10/23~10/25 (五~日)

大邱DGB大邱銀行公園一帶

集結韓國各地知名的辣炒年糕品牌與特色餐車，從經典甜辣到創意口味一次滿足，現場特別為台灣團體旅客提供試吃用辣炒年糕及飲料，並結合傳統文化體驗及拍照區。



洪川江冬季節

2027年2月

洪川江一帶

韓國特別的冬季活動，主要包含冰上釣魚、徒手抓鱒魚以及傳統冰上雪橇體驗。現場特設台灣團體旅客專用冰釣區及徒手抓魚場次，還可獲得江原道特別的伴手禮「三養辣雞麵」。



西藏雲途國際旅遊 重新定義世界屋脊美好

導入「三位一體」健康管理機制 守護旅客雪域平安行

撰文／張偉浩 圖片提供／西藏雲途國際旅遊



▲西藏一直是許多旅人心中的夢想之地。壯闊的雪山聖湖、神秘的藏傳文化，獨有的自然景觀，吸引無數旅客前往朝聖。

擁有壯麗雪山、聖湖與神秘藏傳文化的西藏，一直是無數旅人心中的極致夢想與心靈之地。然而，高海拔環境與特殊地理條件帶來的高原反應風險，也讓旅客對旅遊安全與服務品質有著更高的期待。深耕高端客群的「西藏雲途國際旅遊（以下簡稱西藏雲途）」打破市場常規，將完善的健康管理機制納入服務核心，以「平安，是最重要的服務」為宗旨，引領西藏安全旅遊新格局。

西藏雲途隸屬於西藏自治區人民政府在內地的唯一5星級西藏飯店，於2020年



▲沿途精選西藏觀景位紮營，享受戶外茶歇。隨後移步湖畔，在星級服務中品味輕茶歇。

通過嚴格審核，成為具備台灣遊客接待資質的優質旅行社之一。面對高原挑戰，公司創新構建了「預防—干預—應急」三位一體的高原健康守護網路。在行前，西藏雲途提供1對1深度行程規劃與專業調適建議；旅途中則安排「健康管家」全程貼心陪伴，提供實時生理指標檢測與健康預防措施，降低高原病發生率。

為了提供更堅實的安全保障，西藏雲途引進了尖端健康設備：隨團配搭載微壓氧艙的房車隨行，作為移動的安全防線以應急緩解高反；針對高原徒步與登



▲健康管家全程貼心陪伴，即時守護您的身體狀況，成為您安心探索每個風景的堅實後盾。

山，則提供碳纖維瓶身、能智能同步呼吸節奏的「一罐氧」便攜氧瓶，保障旅客暢快無負擔地探索雪域。

在極致安全的守護下，旅客得以更從容地探訪經典的布達拉宮、宛如桃花源的林芝美景，以及被譽為神山之王的岡仁波齊山。行程中更融入輕奢下午茶與精緻藏服文化體驗。西藏雲途憑藉完善的應急預案與全流程責任機制，創下公司成立至今「零投訴」的卓越口碑，重新定義了安全、舒適且深度的世界屋脊精緻之旅。

台灣美食展圓滿落幕！4天吸引超過13萬人

向世界展現台灣風土及創新魅力 2027／7／30～8／2不見不散

撰文／張偉浩 圖片提供／台灣觀光協會



▲2026台灣美食展8／3圓滿落幕。



▲4天進場觀展共133,023人次，較去年成長8.2%。

台灣美食展8／3圓滿落幕，4天進場觀展共133,023人次，較去年成長8.2%。展期間，超過400位廚師與職人共襄盛舉，舉辦逾500場廚藝秀、美食講座及廚藝教室等活動，參與職人、現場體驗及展演活動場次創近年來最高！

美食展呈現3趨勢 混搭、年輕化、消費升級

台灣觀光協會會長簡余晏於閉幕典禮致詞時感謝所有參展夥伴的努力，本屆美食展呈現3大趨勢，其一為「混搭美學」，年輕主廚懷抱傳統並以創意詮釋台灣味，小魚乾冰淇淋、鹹豬肉可麗露、宜蘭津津蘆筍汁啤酒等創新商品熱賣，近乎缺貨。其二為飯店餐券消費升級，民眾選購不再只看折扣，會更精挑細選內容及品項，展現全新消費型態。其三為整體客群年輕化，年輕消費者進入展場不僅要購買商品，更重視攤商與策展者分享背後的理念與故事。簡會長指出，從去年的「海洋」到今年的「風土」主題，年輕世代逐漸展現強勁的台灣生命力。



▲台灣好食館推出多家必比登推薦熱食，人潮絡繹不絕。

台灣觀光協會榮譽會長葉菊蘭則表示，台灣這座寶島孕育出豐富的物產食材，各種醬料、佐料聞名全球，而醞釀出台灣味的不只是風和土地，傳承與創新也讓台灣味得以一直延續，今年在美食展最深刻的體悟，就是台灣的生命力是前輩傳承的智慧結合年輕人的創意，創造出更多台灣豐富的美食。葉菊蘭認為，台灣美食展這個平台讓所有廚師、職人，以及來自各地的農林漁牧專家在此互相交流與學習，讓台灣味一年比一年精彩。

民眾用新台幣下架商品 4天買氣熱絡、完售

各展館展期4天買氣熱絡，民眾以新台幣支持，多項人氣商品提早完售。參展單位表現亮眼，台灣好食館人氣滿滿，台南名店「阿文米粿」、「鮮蒸蝦仁肉圓」、台中「滬舍餘味」、「鄧師傅功夫菜」、「品香肉粽」、「聰明鍋」及「趴利趴利台灣冰淇淋」全數完售。

交通部觀光署展館也展現超高人氣，來自台東部落的「少妮嬌手工烘焙

坊」、「麻糬寶寶」、「鈴蘭碗粿」、澎湖「信興名產」及台南「有間冰舖」更提前收攤；「星寶蔥達人」、「存德堂中藥房」、「毫饕客棧」、「合計東山鴨頭」、「三立冰淇淋」以及首次參展的米其林綠星餐廳「小小樹食」泡芙皆全數售出。

客家館「攪人森果O' MIRO」、「金萱茶油工坊」，羽台灣農業館的「真情食品館」、「天然茶莊」、「長盈海味屋」皆有好成績。日本館的「JC水產部會」明太子麵包、每日限量的「大船渡地域戰略」。慈濟人文館「五郎時食」，屏東館的「阿珠媽肉肉萬巒豬腳」多品項及嘉義館「飛鼠咖啡」的藝伎日曬咖啡豆亦全數售罄。

老字號、新面孔皆有好成績 攤商明年願意再參展

值得一提的，此次首度參展單位皆表現亮眼，包含慈濟人文常不輕、宜蘭直送X宜蘭嚴選館，除商品熱銷外，大會舞台及宜蘭館、屏東館、嘉義館、瓊漿玉露館、慈濟人文館、日本館等各展館自辦活動，展期間皆吸引民眾熱絡參與。

超高的人氣，讓老字號到首次參展的新面孔皆繳出亮眼成績，不少單位更表示明年願意再度參展，顯示台灣美食展的市場潛力及超高人氣。

而台灣觀光協會也宣告台灣美食展2027／7／30～8／2將再度重返，歡迎各界支持在地美味、創造美食新潮流，年年讓台灣美食更上一層樓！



▲慈濟人文館「五郎時食」白色餐桌預購即額滿。

吉伊卡哇首度合作香港天星小輪現身維港

歡慶吉伊卡哇首次電影化 聯名推出限量前賣券套裝

撰文／陳妍潔 圖片提供／羚邦集團



▲CHIIKAWA首度與天星小輪聯名，即日起至9／27期間將在維港兩岸天星碼頭現身。



▲▶ 限定版天星小輪的船頂與船艙皆可見熱門角色吉伊卡哇、小八、兔兔的身影。



今年8月CHIIKAWA首度與天星小輪聯名，即日起至9／27期間，於維多利亞港兩岸天星碼頭接載各位粉絲，一同向於8／6在香港上映《劇場版CHIIKAWA人魚島的秘密》當中的「神秘人魚島」出發！吉伊卡哇（CHIIKAWA）、小八（HACHIWARE）、兔兔（USAGI）亦換上劇場版度假造型登上天星小輪等候大家結伴啟航，粉絲們從踏進天星碼頭準備登船前開始，至踏上天星小輪暢遊維港，都能夠透過遍布各處的可愛角色，感受劇場版帶來的勇氣與搞笑氣氛。

串聯劇場版故事 跟著熱門角色登輪去

粉絲於活動期內，到尖沙咀天星碼頭海港遊售票處購買《劇場版CHIIKAWA人魚島的秘密》天星小輪限定前賣券套裝或到朗豪坊《劇場版CHIIKAWA人魚島的秘密》主題活動CHIIKAWA'S ADVENTURE，均即可免費獲得《劇場版CHIIKAWA人魚島的秘密》主題限量明信片1張，紀念這次到「人魚島」的特別之旅。

以大海藍色作為主色的明信片，正面印有人魚島的神秘生物賽蓮，背面則印有吉伊卡哇、小八與兔兔、人魚島全貌以及劇場版故事大綱，為粉絲投入這段神奇旅程前做足準備。粉絲可帶著明信片前往以草裙打扮登場印章加油站集齊



▲天星小輪限定前賣券套裝涵蓋限定成人單程船票、特別版電影門票與劇場版主題磁鐵。

主題印章，印章加油站分別位於尖沙咀往灣仔碼頭及往中環碼頭上層、中環碼頭上層、灣仔碼頭上層。

此外，粉絲一登船即可以見到掛滿船艙的劇場版主題彩旗。彩旗上的一眾角色正熱烈歡迎各位登船，吉伊卡哇、小八、兔兔亦已從船頂到達船艙與大家見面，粉絲記得把握機會與角色合照，於維多利亞港美景環境中留下珍貴回憶。

推出14款角色造型海報 限定套裝熱烈搶購中

於尖沙咀碼頭往灣仔方向，由劇場版角色打造而成的主題樓梯正在迎接各位。14款劇場版限定角色造型海報包括

吉伊卡哇、小八、兔兔與飛鼠、栗子饅頭、海獺師傅、風獅爺，以及於今次劇場版中登場的新角色島二郎、賽蓮、人魚、一葉、二葉的限定角色海報，以及2款電影宣傳海報。到戲院啟動人魚島之旅之前，與14張海報打卡，搶先深入了解劇場版角色。

想將CHIIKAWA首次電影化的時刻升級紀念，就要留意CHIIKAWA與天星小輪聯手推出涵蓋限定成人單程船票、特別版電影門票、劇場版主題磁鐵的「天星小輪限定前賣券套裝」。以燙金線作為點綴的劇場版主題設計船票，正面印有來自人魚島的賽蓮，背面印有吉伊卡哇、小八、兔兔；特別版電影門票同樣配以燙金線設計，正面印有吉伊卡哇、小八、兔兔以及於海上航行的劇場版天鵝船，背面印有劇場版中的吉伊卡哇、小八、兔兔於木船上遇到的神秘場景情節；劇場版主題磁石則以他們奮力航行向前一刻作為設計主題。即日起可至尖沙咀天星碼頭海港遊售票處搶購，售完即止。

曾三餐不繼、居無定所 今成家族第1位大學生

CCSA 陪伴失家兒穩定生活，找回選擇未來的勇氣

整編／編輯部 圖片提供／CCSA



▲CCSA以獎助學金支持失家兒升學。



▲阿福感謝在社工幫助下讓自己能找到興趣，成功考上大學。



▲阿福樂與CCSA社工及少年互動。

「毒癮上來的時候，我就拿針或原子筆插小腿脛骨，插到流血見骨，痛到一個程度，就不會想吸了。」阿福淡然說起過去，語氣平靜，卻藏著一段跌宕人生。阿福9個月大時進入寄養家庭。童年的他喜歡閱讀、熱愛運動，每晚9點準時睡覺，是個乖巧懂事的孩子。直到12歲，他才知道自己是名寄養童，同住家人中僅有姊姊與自己有血緣關係。

離開寄家回到部落 為生存打工卻誤入黑暗

為了讓阿福與親生家人建立連結，社工開始安排他定期回到部落與姑姑一家互動，為未來親屬安置做準備。14歲那年，阿福正式離開寄養家庭，回到部落生活。他原以為這代表自由，卻沒想到迎來的是無人照顧的孤單。姑姑、姑丈長期酗酒，經常爛醉如泥不省人事，根本無法提供基本生活照顧。那時候他才發現，原來「沒有人管」才是最可怕的事，因為太餓，他只能在放學後摸索著搭公車下山，回到寄養媽媽家，吃頓飯、睡個覺，隔天清晨再搭車返回部落上學。

為了填飽肚子，阿福跟著部落青少年到溪邊插魚、宰殺烘烤，也到小吃店打工。寒暑假期間，他前往同學親戚家搬大理石。這些工作沒有薪水，卻能換到當天的晚餐和睡覺的地方。因為缺錢，他連換洗衣物都需要向別人借，常穿著學校制服工作、睡覺。生存的壓力也讓



▲阿福擔任CCSA少年代表致詞。

他逐漸被危險事物吸引。不肖業者看上弱勢青少年的處境，網羅他們從事非法工作，甚至為了讓他們保持夜間清醒而餵毒。阿福因此染上毒癮，也成為毒販及車手。

遇見改變轉折點 重新選擇人生

姊姊因阿福情緒不穩、精神恍惚，很快便察覺他涉毒，痛心責問他這樣是否對得起寄養媽媽，最終姊姊將他帶到CCSA，希望他也能獲得改變的機會。起初阿福十分抗拒，以為社會會報警抓他，但在一次次陪伴與溝通中，他重新看見回到正常生活的可能。CCSA提供生活費、學雜費支持，協助他與寄養媽媽重新建立連結。寄養媽媽表達願意無償提供食宿，但條件是要他戒掉壞習慣，每天去上學，16歲的阿福把握這份真

心，花了1個月，靠著強大意志力克服毒癮上來的感覺。當過去一起接觸毒品的朋友陸續被查緝逮捕離開原本的生活圈，他也決定為自己的人生努力一把。

從失落到肯定 成為家族第1位大學生

過去為了生存，他長期曠課，國中沒有畢業，高一也差點被退學。在CCSA與寄養家庭的支持下，他重新建立生活規律，每天準時上學、努力讀書。高二上學期，他獲得全勤獎，成績更進入班級前3名。首次領到CCSA獎助學金時，他驚訝的發現原來好好上學也有錢領，社工陪伴他探索興趣、準備升學資料，鼓勵他相信自己也能追求更遠的未來。最終，阿福成功考上大學歷史系，成為家族中第1位大學生。

高中畢業典禮上，學校頒發「家長會長獎」給他，並向全校分享他的轉變，螢幕上呈現「改邪歸正」4個字。阿福靦腆的笑著，第一次被公開肯定，也第一次感受到自己原來真的做得到。

阿福不是特例。許多失家兒離開安置體系後，必須獨自面對住宿、生活、就學、就業與心理創傷等挑戰。他們需要的，不只是努力，更需要有人相信他們、陪他們走過人生轉折。CCSA成立 24年來陪伴失家兒走過成長關鍵期，提供生活支持、教育培力、心理陪伴。您的支持，能讓孩子多一個機會、多一種選擇，也多一份相信自己能翻轉未來的力量。

社團法人 中華育幼機構兒童關懷協會

瀏覽官網：搜尋CCSA「中華育幼機構兒童關懷協會」
勸募字號：衛部救字第1141364348號

一、請捐款支持「失家兒自立」事工
銀行：台北富邦 永春分行（銀行代碼 # 012）
帳號：620-102613471
郵政劃撥：19741137
戶名：社團法人中華育幼機構兒童關懷協會
匯款後請來電：（02）2378-8585 # 204
二、線上捐款 可使用信用卡、Line Pay

三、請以愛心碼 # 1717，「捐發票，送愛心」
與CCSA一起扶助自立青少年穩定生活！
四、台灣大哥大 手機用戶 請直撥 518040 捐款
中華電信 手機用戶 請直撥 51111 捐款
五、Podcast《窩是什麼東西》，歡迎搜尋追蹤，
聽聽失家兒的勇氣和希望。



敬請踴躍
分享&參與~伸援手，
讓失家兒也有未來！

奧捷斯匈-世紀風情10天

9/4. 9/11. 10/5. 10/12

★早鳥前10名優惠3,000

NT **64,900** 起



聖誕市集【奧捷斯匈】奧匈帝國 世紀風情11天

11/18.25、12/2.9.16.20.27 ★早鳥前10名優惠3,000 NT **61,900**起

克·斯-鐘乳石洞探秘·十六湖國家公園10天

10/11 ★早鳥前10名優惠3,000

NT **79,900**起

新春賀歲 五星布拉格

【奧捷斯匈】奧匈帝國 玩饌東歐10天

1/30. 2/4.6 ★早鳥前10名送領司導小費

NT **79,900**起



土耳其

★早鳥前10名送領司導小費

醉戀蕃紅花, 布爾薩10天

11/8.15.20.28 12/4.5.12.19.26

NT **33,900**起

1/1.8.15.29 2/5.12.19.26

