

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.08.17 出刊 每週一發行

VOL. 923

交通部觀光署 台灣國際郵輪協會

連袂參加2026亞洲國際郵輪論壇

領航西太平洋樞紐 台灣郵輪觀光力躍升重要地位



TAIWAN
WAVES OF WONDER

交通部觀光署
Tourism Administration, MOTC





當各大城市都在搶旅客，香港憑什麼勝出？ 「Only in Hong Kong」給出答案

香

港旅遊發展局近期推出「Only in Hong Kong（只在香港）」全球品牌宣傳，從登上天星小輪穿梭維港，到走進各個社區體驗傳統，或是發掘世界級酒店與酒吧，這座國際都市正邀請旅人由不同面向挖掘香港的獨特風貌。

有趣的是，相較於過往，此次宣傳模式選擇聚焦於真實街景的呈現，捕捉這座城市的動人瞬間，也宣告著香港在面臨鄰近目的地競爭日益激烈的情況下，仍不斷思考「旅客為什麼一定要來香港，而不是去其他地區？」的關鍵課題。

我們從最新公布的數據來看，6月訪港旅客數字為372萬人次，較去年同期上升7%，使得今年上半年迎來2,671萬訪港旅客人次，整體成長達13%。而針對會展部分，今年上半年有超過100個大型會展在香港舉行，使得1~5月份以會展為主要目的的旅客數較去年同期成長12%，為香港注入眾多高增值過夜旅客、提升旅遊消費。

值得關注的是，上半年訪港市場中，長程市場整體表現維持穩定，其中來自法國、加拿大、澳洲等市場的訪港旅客量皆有2成或以上的增加；短程市場則受到燃油成本上升的影響，使得部分航空公司縮減運力，加上部分客源市場的匯率走弱，多少影響旅客赴港的意願。

整體來說，赴港旅客人次仍穩步成長。然而觀光推廣就有如逆水行舟、不進則退，加上鄰近的日本東京、韓國首爾、泰國曼谷、新加坡等國際旅遊城市正虎視眈眈，各自憑藉著潮流文化、購物體驗、美食探索、夜生活巡禮等元素，積極搶攻全球遊客的目光。

雖說這些向來就是香港的強項，但過於侷限於同個領域行銷，反而無法讓自我的優勢被看見。而「Only in Hong Kong」的概念，便象徵著香港旅遊發展局跳脫了過去圍繞維多利亞港、太平山、迪士尼、購物、美食等觀光資源，選擇從過去觀光列強行銷上較少著墨的「生活

氛圍」切入，從邀請旅人們「看見香港」，轉為讓旅客「感受香港」。

廣告中，呈現香港的茶餐廳、獨特慶典、運動賽事、交通運輸，以及充滿溫度的人情味與文化體驗，一舉切入全球旅遊市場持續升溫的體驗經濟（Experience Economy），傳遞出「真正難忘的旅行，從來不只有景色，還有生活。」

在這樣的深度體驗下，物價相對偏高的劣勢反而被掩蓋，畢竟在這座亞洲國際都會（Asia's World City）之中，代表的是中西文化交融、國際金融中心、美食之都、國際藝術文化、世界級活動，以及都市與自然並存。對應的旅客自然是高消費旅客、商務旅客、MICE、年輕自由行、深度文化旅遊等更願意在旅遊上投資的客群，這也讓香港跳出純價格競爭的模式，以「Only in Hong Kong」建立品牌價值。

再者，是品牌傳遞出「只有香港才有」的記憶、建立起差異化旅遊選擇。在這裡，旅人可以上午登上龍脊、中午大啖米其林燒鵝、下午搭乘叮叮車穿梭街頭，傍晚欣賞維港夕照、晚上逛廟街夜市，深夜再到蘭桂坊舉杯。一天之內，將山海、城市、美食、文化，與夜生活高度濃縮，在短時間一次體驗的旅遊模式，正是「Only in Hong Kong」最難被複製的旅遊價值。

多姿多彩、活力、強烈對比、世界級，一直是這座亞洲國際都會與生俱來的DNA，透過「只在香港」為感受核心，說一個只屬於香港的故事。因此當各大國際城市都能提供購物、美食、潮流與夜生活時，香港沒有選擇販售更多景點，而是傳遞「只有這裡能提供的生活體驗」。

總編輯

王政

美國國家旅遊局250位推廣大使5位在台灣

官方授權正式聘任：尊榮、雄獅、山富、心典、美最時

撰文・攝影／張偉浩



▲（左起）美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）、尊榮假期總經理劉奕樑。



▲（左起）美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）、心典旅遊總經理方瑞文。



▲（左起）美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）、山富旅遊經理李揚善。

隨著美國今年迎來建國250週年，美國國家旅遊局Brand USA（以下簡稱Brand USA）首度開辦自全球主要國際市場遴選出250位「全球旅遊業大使」建立一個全球的旅遊業官方顧問布局，協助提升國際旅客赴美旅遊意願、深化對美國旅遊目的地的專業知識，並於美國250週年慶典期間及未來持續推動全球旅遊業合作。

表彰旅客決策專業人士 進而嘉惠美國相關產業

「美國國家旅遊局：全球旅遊業大使計劃Brand USA Global Travel Trade Ambassador Program」旨在尋求長期投入推廣美國旅遊的旅遊專業人士，同時透過教育、合作及交流，建立更緊密的全球旅業社群。Brand USA期望賦能深具經驗的旅遊顧問，將美國旅遊目的地知識分享給更多同業，發揮擴散效應，創造長期產業價值。

Brand USA總裁暨執行長Fred Dixon表示，與旅遊業建立穩固的合作關係是Brand USA成功的重要基礎，並持續提升國際市場對美國旅遊的需求，全球旅遊業大使計劃旨在表彰每天影響旅客決策的優秀旅遊專業人士，作為Brand USA至今規模最大的全球旅遊業計劃之一，此官方授權計劃讓大使們展現其對旅遊顧問、專業教育以及全球人脈的長



▲（左起）美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）、美最時旅行社協理吳漢唐。



▲（左起）美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如（Milane Tsai）、雄獅旅遊資深協理朱柏安。

期承諾，進而嘉惠旅客、美國眾多旅遊目的地夥伴及全美各地相關產業。

美國旅遊探索計劃 打造官方學習與銷售平台

本次入選大使來自歐洲、亞洲、拉丁美洲、墨西哥及各個重要國際市場，Brand USA首屆官方認證「全球旅遊業大使計劃」其中亞洲遴選了來自台灣5位、新加坡2位、越南4位以及菲律賓8位，共19位旅遊業推廣大使，獲選者將透過深化美國目的地知識、分享業界最佳實務，協助強化當地旅遊業界交流。

眾所矚目今年正式聘任的台灣市場旅遊業推廣大使分別是尊榮假期總經理劉奕樑、心典旅遊總經理方瑞文、雄獅旅遊資深協理朱柏安、美最時旅行社協理吳漢唐，以及山富旅遊經理李揚善，遴選標準包括推廣美國旅遊的熱忱、參與「美國旅遊探索計劃USA Discovery Program」的投入程度、持續專業進修，以及在當地旅遊業所發揮的影響力。

「美國旅遊探索計劃USA Discovery Program」是Brand USA專為全球旅遊專業人

士打造的官方學習與銷售平台，也是全球旅遊業大使計劃的重要基礎，該平台提供目的地知識、銷售資源及專業培訓，協助旅遊從業人員提升專業能力，深化對美國旅遊產品的了解。

大使可參與專屬培訓 運用Brand USA實用資源

Brand USA全球市場資深副總裁暨旅遊業產品發展部長Malcolm Smith表示，全球旅遊業大使計劃獲得熱烈迴響，展現全球旅遊專家對於推廣美國旅遊的高度熱忱。無論是申請人數或整體素質都遠超出預期，更令人振奮的是看見許多美國旅遊專家持續精進目的地知識並積極帶動旅遊產業共同成長。這250位大使將組成值得信賴的專業團隊，分享最佳實務經驗、協助培育更多旅遊同業，並在美國250週年之際及未來，持續提升全球旅業銷售美國旅遊產品的信心。

入選大使除可參與專屬培訓，也能運用Brand USA實用資源，包括整合了最新簽證與入境資訊的Get Facts. Get Going.工具指南，以及提供旅遊靈感、推薦行程與規劃工具的「America the Beautiful」平台，更有效率地為旅客規劃及預訂赴美行程。Brand USA期盼提升更多全球旅遊業者的專業能力，透過深化業界合作，帶動更多國際旅客來美國觀光旅遊。如欲了解更多美國旅遊項目，敬請造訪：
VisitTheUSA.com/Travel-Trade

CONTENTS

(VOL 923)

出刊日：2026／08／17

封面設計：葉美君

EDITORIAL | 旅奇社論

02 當各大城市都在搶旅客，香港憑什麼勝出？
「Only in Hong Kong」給出答案

FOCUS | 特別企劃

03 美國國家旅遊局250位推廣大使5位在台灣
帶您看8／7～8／13 網路熱門旅遊關鍵字

COVER STORY | 封面故事

06 交通部觀光署、台灣國際郵輪協會
連袂參加2026亞洲國際郵輪論壇

CRUISES TREND | 郵輪趨勢報

12 世紀遊輪巡迴說明會深獲好評
台灣遊輪產業發展協會合作台北城市科大

AIRLINES | 航空飛訊

13 中華航空 深度品味秋季廣島
長榮航空 將慕尼黑玩出新花樣
長榮攜手港旅局舉辦企業員旅說明會
大韓與韓亞合併邁入最終階段
阿聯酋航空推多項彈性措施

HOT NEWS | 當週要聞

18 品牌提升的最強槓桿
國際金旅獎讓同業用最小成本撬動最大收益
2026台灣好湯登場 串聯19個特色溫泉區
品保協會公布第4季各線團體旅遊合理參考價格

JAPAN | 和風日本

21 富士屋、箱根飯店 在百年歷史與蘆之湖畔間漫遊

PRODUCT | 焦點產品

22 尊榮假期 打造證券、投顧專屬紐西蘭過年之旅

MARKET TRENDS | 市場趨勢

24 觀光署日前公布台灣旅遊狀況調查
國旅、出境、入境關鍵趨勢一次看

TRADE TALK | 旅業大小事

26 不斷挑戰自我！金龍永盛新竹分公司喬遷
易飛旅遊台中分公司全新據點正式啟用
泰觀局台北辦事處迎新處長上任
F1睽違9年重返馬來西亞
日本岡山高雄觀光說明會

CHINA | 神州覽勝

28 「晉」入你「忻」
在山西最療癒的山河祕境忻州 感受最舒心的旅程

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／謝旻蓓 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

帶您看8／7～8／13網路熱門旅遊關鍵字

從颱風攪局、離島機票、煙火話題、日本返鄉旺季 看網友熱議動向

撰文／謝旻蓁 圖片提供／本刊圖庫、台北市政府



▲白海豚颱風襲沖繩，旅客行程受影響。

白海豚襲日行程受影響

白海豚颱風逼近日本沖繩及鹿兒島奄美地區，造成航班大規模取消，沖繩4座機場8／7一度取消航班，連續3天預估影響超過10萬名旅客；同時，逾10家產險公司陸續調整或暫停部分日本旅遊不便險承保。

◎網友都在問：已經訂好的沖繩行程怎麼辦？

颱風一來，除了航班取消，旅客也開始關注飯店、租車及景點行程能否更改或退費。尤其北部最大的主題樂園—沖繩叢林亞樂園也宣布休園3天，讓不少人在日的台灣人行程大受影響。

◎網友都在問：已經買了旅遊不便險，颱風造成的損失會賠嗎？

隨著航班陸續取消，已投保旅遊不便險的旅客也開始關注理賠問題。不過，是否符合「班機延誤」、「班機取消」等理賠條件，仍須依各家保單條款及實際事故狀況認定，並非只要遇到颱風就一定能獲得理賠。



▲雙十連假金、馬、澎離島機票開搶！

雙十離島機票開搶

民用航空局宣布，8／10上午9時全面開放2026年雙十連假金、馬、澎3大離島航線機票，預計在10／8～10／12疏運期間，將提供1,102架次、高達近9萬個座位。

◎網友都在問：為什麼金門機票又沒了？

雙十連假機票一開賣，社群隨即出現「金門到底有多難訂？」、「9點準時進去還是沒票」等討論。除了連假本身的旅遊需求，金門航線平日需求也不低，加上部分旅客選擇小三通前往中國大陸，讓航空機位更顯吃緊。

◎網友都在問：訂不到怎麼辦？

可持續刷新航空公司釋出的機位，同時民航局也已要求各家航空公司持續注意訂位狀況，視後續需求適時增班。



▲今年大稻埕煙火結合蜘蛛人IP一同點亮台北璀璨夜空。

大稻埕夏日節—煙火

一年一度的大稻埕夏日節於7／25登場，週六（8／15）20：00迎來最後壓軸場，攜手《蜘蛛人》IP主題，結合煙火與無人機展演，總長達20分鐘，成為近期台北熱門週末活動。

◎網友都在問：大稻埕煙火到底哪裡看最好？

網路上熱議「最佳觀賞點」攻略：大稻埕碼頭、延平河濱公園、三重忠孝碼頭等河岸地點都是熱門選擇，也有人推薦從較高的觀景位置遠眺煙火，避開核心區域的人潮。

◎網友都在問：大稻埕煙火值得特地跑一趟嗎？

今年壓軸場以《蜘蛛人》為主題，結合煙火與無人機展演，不少網友認為是今年台北最具話題性的免費大型活動之一。不過也有人提醒，若不喜歡人擠人，可能需要衡量交通與觀賞品質。



▲日本一年一度的盂蘭盆節於8／13～8／16登場。

日本盂蘭盆節登場

日本一年一度的盂蘭盆節於8／13～8／16登場，適逢暑假旅遊旺季，也是日本人返鄉、出遊的重要時期，鐵路、高速公路等交通預期湧入大量人潮。日本國家旅遊局提醒，盂蘭盆節是日本一年中旅遊人潮及價格最高的時期之一，機票、火車及巴士票往往提早售罄。

◎網友都在問：撞上盂蘭盆節，日本還適合去嗎？

近期日本旅遊社群出現不少「已經訂好機票才發現撞到盂蘭盆節」的討論，不少旅客擔心住宿變貴、交通塞車及熱門景點人潮的問題。網友開始提前調整出發時間，因此「怎樣避開人潮」成為這波關鍵。

◎網友都在問：盂蘭盆節店家會不會休息？

盂蘭盆節是日本重要的返鄉時期，部分地方商家會配合返鄉而休息，讓台灣旅客開始討論「去日本會不會遇到想吃的店沒開？」、「餐廳需要提前預約嗎？」等問題。

交通部觀光署、台灣國際郵輪協會

「ACLN 台灣特別日」閃耀國際 領航西太



▲「ACLN台灣特別日」由台灣國際郵輪協會榮譽理事長吳勛豐開場，推介台灣觀光品牌價值。



▲台灣觀光研訓院院長楊勝評以「WHY CA」

隨著全球郵輪產業強勢轉型，根據國際郵輪協會（CLIA）發布的最新報告，2025年全球遠洋郵輪客運量已創下3,720萬人次的歷史新高，標誌著產業進入結構性成長的黃金期。在交通部觀光署的戰略指導下，台灣國際郵輪協會（ICCT）於7/23~7/25，與產官學研媒各界代表團，聯袂參加於韓國濟州國際會議中心（ICC Jeju）舉辦的第13屆「亞洲國際郵輪論壇」（2026 ASIA CRUISE FORUM JEJU），該論壇由濟州特別自治道和韓國海洋水產部主辦，是亞洲最具代表性的國際郵輪活動之一，本屆來自韓國國內外的郵輪專家、郵輪公司相關人士、學界及旅遊業界人士等15個國家、約700人出席本次論壇。

今年論壇以「亞洲郵輪4.0：跨越疆界、連結為一（Asia Cruise 4.0：Beyond Boundaries, Connected as One）」為主題，圍繞通過國家與產業間合作構建亞洲郵輪一體化平台的方案展開討論。台灣國際郵輪協會也攜手亞洲郵輪領袖聯盟（Asia Cruise Leaders Network, ACLN）首度策劃「ACLN台灣特別日」（ACLN Special Day with Taiwan），闡述備受矚目的「台灣郵輪產業鏈發展經驗」，也向各國航商與決策者，精準傳達台灣郵輪觀光力。面對全球市場年輕化與綠色環保轉型的雙重趨勢，協會積極推廣強化台灣作為西太平洋郵輪樞紐的戰略地位，吸引國際郵輪航商掛靠或以台灣為母港，進一步帶動國際遊客體驗「台灣百Ways」獨特的食、宿、遊、購、行魅力。

全球趨勢分析： 高增長、年輕化與綠色轉型



▲台灣國際郵輪協會與韓國海洋水產部在亞洲國際郵輪論壇期間，聯合主辦一場韓國郵輪台灣推廣交流會。（右3起）台灣國際郵輪協會榮譽理事長吳勛豐、韓國海洋水產部副局長JEONG JIN-HYEONG。

CLIA報告顯示，全球郵輪客運量正拉出一條亮眼的成長曲線：2023年為3,170萬人次，2024年攀升至3,460萬人次，2025年更推向3,720萬人次的巔峰。CLIA預估，2026年將突破3,800萬人次，並在2028年達到4,200萬人次的規模。

除了人數激增，也指出3大核心趨勢。首先是極高的重複搭乘率，高達90%的旅客計劃再次搭乘，創歷史新高。其次是客群年輕化，約3分之1的旅客年齡在40歲以下，台灣郵輪旅客平均年齡為46.5歲，亞洲平均為49.5歲。最後是綠色環保轉型，產業目標於2050年達到淨零碳排，新下水船隻全面提升能源效率並使用低碳燃料，這也促使台灣港口必須加速硬體與綠色服務的升級。

台灣國際郵輪協會： 整合產官學研媒的核心推手

在本次「ACLN台灣特別日」中，台灣國際郵輪協會展現了卓越的組織與國際影響力。台灣國際郵輪協會榮譽理事長吳勛豐擔任主持人，並邀請交通部觀光署國際組組長鄭智鴻、臺灣港務公司董事長周永暉、麗星夢郵輪副總裁徐牧柔以及協會首席顧問劉喜臨、副理事長李南山等嘉賓進行深度對談。

台灣國際郵輪協會副理事長李南山指出，台灣郵輪產業的啟蒙可追溯至

1997年，協會在推動產業成長中扮演了「催化劑」角色。最顯著的貢獻在於人才培力，協會至今已培育超過6,000位專業郵輪領隊與導遊，這群專業人才不僅熟悉郵輪流程，更能精準傳達郵輪旅遊的價值，成為產官學合作的基石。此外，台灣郵輪市場具備獨特的「銷售秩序」，透過協會與航商及旅行社業者的默契，避免惡性削價競爭，維持了產業的永續生態。

飛航郵輪（Fly-Cruise）： 高知名度與國際引客

麗星夢郵輪副總裁徐牧柔代表郵輪產業分享市場實務，她指出，郵輪產業的未來不再取決於船舶規模或硬體設施，而是內容、文化與旅客體驗。近年麗星夢透過母港營運、在地採購及文化內容的導入，持續為台灣創造觀光、經濟及文化價值。2023年高雄母港營運創造約新台幣17億元經濟效益；2024年僅3個半月，基隆在地採購突破新台幣1.7億元；目前台灣母港航線約2成旅客為Fly-Cruise國際旅客，也展現台灣發展亞洲郵輪旅遊樞紐的潛力。全球郵輪市場由傳統「靠港經濟」逐步轉向結合航空、港口、城市體驗與目的地品牌之「整合型體驗經濟」，其中Fly-Cruise已成為國際市場主要發展模式。台灣正積極發展Fly-Cruise市場，交通部觀光署國際組組長鄭智鴻指出，單一國家難以單獨支撐市場成長，「雙母港」、「多母港」合作才是亞洲郵輪經濟成功發展的關鍵。台灣憑藉優越的地理位置，正吸引東南亞及東北亞遊客飛來台灣，再搭乘郵輪前往其他亞洲郵輪港口，未來將積極拓展以台灣為軸心、結合便利空海運的Fly-Cruise國際旅客市場，與台灣港務公司共同推動台灣成為更有競爭優勢、更有亞洲精華特色的重要郵輪基地。

2025年外籍旅客中「船進機出／機進

連袂參加2026亞洲國際郵輪論壇

平洋樞紐 台灣郵輪觀光力躍升重要地位

撰文、攝影／歐彥君



LL IN TAIWAN?」為題進行簡報，全方位宣傳台灣之美。



▲「ACLN台灣特別日」座談會透過產、官、學專業視角深度對話，讓國際看見台灣經驗的實力與成果。（右起）台灣國際郵輪協會副理事長李南山、首席顧問劉喜臨、麗星郵輪副總裁徐牧柔、交通部觀光署國際組組長鄭智鴻、臺灣港務公司董事長周永暉、台灣國際郵輪協會榮譽理事長吳助豐。



▲「ACLN台灣特別日」座談會圓滿成功，台灣經驗造成熱烈迴響。



▲交通部觀光署、台灣國際郵輪協會與相關單位連袂參加2026亞洲國際郵輪論壇。



▲交通部觀光署、台灣國際郵輪協會代表擔任2026亞洲國際郵輪論壇開幕式貴賓。

船出」之Fly-Cruise旅客共計6.1萬人次，較前高峰2018年的3.8萬人次大增58.9%，前5大客源國為美國、日本、韓國、菲律賓與加拿大。交通部觀光署更提供具吸引力的補助政策：針對Fly-Cruise旅客以及國際郵輪掛靠皆有相應補助措施，以「觀光品牌、全球引客」方案，配合新形象標語「TAIWAN - Waves of Wonder」，顯著提高台灣在國際郵輪圈的知名度和影響力。

深具國際視野的策略： 7大國際港的全方位布局

臺灣港務公司董事長周永暉提出了具國際視野的布局概念，強調台灣擁有7個國際商港，能提供全天候、多樣化服務。目前採取「南北雙核心」戰略：

基隆港：深耕東北亞航線，對接日韓市場。

高雄港：布局東南亞、越南及香港航線，並將於2028年迎來開港120週年。

為了落實綠色環保，台灣正加速升級港口硬體。台灣將斥資進行設施提升，包括2027年在基隆港與高雄港建置與完善岸電（Shore Power）設施，使台灣成為亞洲提供此服務的港口群。此外，透過AI新技術升級智慧港口與自動化通關（E-gate），目標使旅客等待時間減少40%，大幅提升通關效率。

台灣港群憑藉優越的地理位置、便利的聯外交通及豐富的觀光資源，已成功建構最具競爭力的國際港群布局。在

「AI+ESG」的雙軌驅動下，台灣港群正從傳統碼頭逐漸轉型為智慧綠色港口，向全球航商與旅客展示台灣作為亞洲郵輪目的地的獨特魅力。

深度在地體驗： 打造無法複製的台灣魅力

為了在競爭激烈的亞洲市場脫穎而出，台灣致力於將台灣景色轉譯為具「故事性」的深度行程推向國際。台灣觀光研訓院長楊勝評分享了台灣5大區塊的觀光亮點，從北台灣的平溪天燈、台北24小時書店的心靈體驗，中台灣的台中國家歌劇院、日月潭、鹿港小鎮，到南台灣台南安平老街、高雄龍虎塔樣樣精彩。此外，台灣豐富的美食文化也是吸引年輕客群的利器。全台已有61家米其林餐廳及146家必比登推薦，甚至有遊客專程追尋黃仁勳的「美食地圖」。

台灣國際郵輪協會首席顧問劉喜臨強調，在全球觀光產業邁入永續轉型與智慧治理的浪潮中，郵輪觀光已不再只是海上旅行的一種選擇，而是串聯「國門、港市、在地」的重要節點。郵輪既是交通工具、也是旅遊產品，更是

牽動跨域產業鏈與國家形象的「浮動平台」，它不僅運送旅客，更承載地方品牌、文化敘事與永續治理的實踐責任。

誠如交通部觀光署積極宣傳具地方特色的文化體驗，如南方澳金媽祖、澎湖雙心石滬與原住民豐年祭，讓海外旅客在短暫停留中，感受到最溫暖的台式人情味和最在地的特色旅遊內容。

未來展望： 內容經濟與區域整合發威

台灣團隊參加2026亞洲郵輪論壇，展示了台灣在推動東南亞、東北亞區域郵輪圈的重要地位，透過「ACLN台灣特別日」，有效提升台灣觀光品牌的國際能見度。展望2028年全球4,200萬人次的高峰，台灣國際郵輪協會將在觀光署的引領下，持續發揮專業影響力，並以靈活的市場策略對接全球綠色旅遊需求。這場「亞洲郵輪4.0」的賽道，台灣已準備好以最強陣容領航前行，邀請全世界的旅客「飛來台灣搭郵輪」，感受驚喜一波波的無限魅力。



可樂
旅遊

可樂旅遊上半年 旅遊專門家展現深厚實力



◀2026年上半年度，可樂旅遊於全台各大旅展締造佳績，北中南6場旅展累積總營收直逼6億元。

2026年上半年度，可樂旅遊於全台各大旅展締造佳績，北中南6場旅展累積總營收直逼6億元，不僅開出亮眼紅盤，更大幅深化品牌在消費者心中的信賴度與影響力。

自今年春季以來，可樂旅遊旅展足跡遍及台北、台中與高雄，截至7月已參與全台共計6場指標性大型旅展，繳出直逼6億元的佳績，深刻強化了「旅遊專門家」的專業形象。可樂旅遊表示，隨著全球觀光供應商、各國觀光局及景區資源的傾力投入，旅展的功能已顯著升級，在「強強聯手」的乘數效應下，旅展不再只是單純的產品販售平台，更是品牌深度行銷、產業資源整合與市場趨勢發布的重要樞紐。

強強聯手 品牌聲量加持、供應商資源湧現

可樂旅遊強調，近年來品牌聲量與市場好感度同步躍升，與全球分包商、供應商及觀光景區的合作日益緊密，龐大的資源挹注與合作默契，形塑出可樂旅遊在業界無可替代的競爭優勢，每逢旅展，各大供應商均主動提供豐沛資源與獨家優惠，與可樂旅遊深度串聯，不僅大幅提升產品豐富度，更在聲量與銷售上達成雙贏榮景。



旅展不再只是單純的產品販售平台，更是品牌深度行銷、產業資源整合與市場趨勢發布的重要樞紐。

實質獎勵慰勞同仁 旅展津貼與獎金雙加碼

為感謝第一線同仁在旅展期間的辛勤付出，可樂旅遊延續照顧員工的用心，針對旅展全日值班同仁，於既有薪水之外加碼發放「旅展特別值班津貼」，每人每日可額外領取500元，以最直接的肯定犒賞同仁辛勞。

同時，針對第一線衝刺業績的業務同仁，除了原本的業績獎金外，更特別發放「旅展特別業績獎金」，透過實質且具感的雙重獎勵機制，激勵團隊士氣、共創佳績。



可樂旅遊加碼發放「旅展特別值班津貼」慰勞值班同仁。

旅展營收直逼6億

全球資源強強聯手 翻轉旅展躍升品牌行銷新樞紐



▲每逢旅展，各大供應商均主動提供豐沛資源與獨家優惠，與可樂旅遊深度串聯，不僅大幅提升產品豐富度，更在聲量與銷售上達成雙贏榮景。

斥資近6百萬 打造企業專屬登機箱

每一趟完美的旅程，背後都是無數同仁默默耕耘的溫暖心意，為感謝全體同仁在崗位上的專注付出，以及總是在第一線陪伴、服務旅客的導遊與領隊夥伴，可樂旅遊今年特別斥資近600萬元，精心打造專屬的「品牌客製化登機箱」，作為致贈全體正職同仁以及長期並肩作戰之簽約領隊導遊的真摯謝禮，凡符合致贈標準者，每人皆可獲贈一個價值超過3000元的品牌專屬登機箱。

可樂旅遊表示，這不僅是一份禮物，更是可樂旅遊對夥伴們最真摯的感謝與承諾，品牌登機箱承載著團隊共同打拚的記憶與榮耀，象徵著公司與同仁之間緊密相連的情感。

當大家再次拉起行李箱、踏上旅途，不僅代表著隨時準備出發的專業態度，更能將這份幸福與熱情傳遞給廣大旅客，一同向世界分享旅行的美好，深刻詮釋幸福企業疼惜同仁、珍惜合作夥伴的深厚情誼。



可樂旅遊今年特別斥資近600萬元，精心打造專屬的「品牌客製化登機箱」，致贈全體正職同仁及簽約導遊領隊。

選對舞台 你就是明日新星

可樂旅遊現正盛大招募中！面對源源不絕的全球供應商資源與市場強勁需求，可樂旅遊業務版圖持續擴張，急需更多優秀人才注入新血。我們深信「人才，是企業永續發展的最核心基石；善待人才，才能攜手共創卓越」。

除了提供業界極具競爭力的薪酬福利與實質獎勵，可樂旅遊更打造了廣闊的發展舞台與豐沛資源，全力支持同仁揮灑長才。只要你對旅遊產業充滿熱情、勇於挑戰，「可樂旅遊絕對能給你最大的舞台」，培育你成為市場上最璀璨的明日之星。誠摯邀請熱愛旅遊的你加入我們，一同開創無限可能的精彩未來！



選對舞台你就是明星 可樂旅遊強力徵才中！

- ★產品：日本、韓國、東南亞、長程線、國內
- ★業務：直售、批售、商務、國內
- ★行政：行銷、法務、財務
- ★資訊：數位科技、AI工程、資安

超過百項職缺等你加入！詳情請洽104職缺列表
或電02-2522-1771#1181（人力資源 張小姐）



世紀之星號

8/28 全新首航



中西餐飲



中英雙語



酒水暢饗



歐陸美食



綠色船舶

傳遞生活的優雅與美好
A Destination of True Leisure



2026精選航線 可樂旅遊獨家包船

秋光萊茵德法、藝境荷瑞、
阿爾薩斯酒鄉、五大世界遺產10日
(台北 或 高雄出發)

出團日: 10/22 NET \$**178,800** 起/含稅

峰境萊茵義瑞、藝境荷德法、
阿爾薩斯酒鄉、六大世界遺產13日

出團日: 10/20 NET \$**248,800** 起/含稅



2027全新航線

萊茵河經典8日

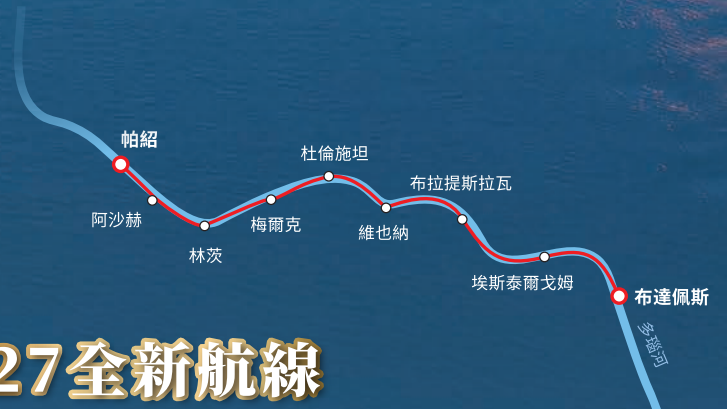
- ◆ 阿姆斯特丹－巴塞爾
出團日：6/8、10/26、11/9
NET \$**97,000**起
- ◆ 巴塞爾－阿姆斯特丹
出團日：6/29、7/13、11/2
NET \$**119,000**起

多瑙河經典8日

- ◆ 布達佩斯－帕紹
出團日：4/27、8/3、8/31
NET \$**112,000**起
- ◆ 帕紹－布達佩斯
出團日：4/6、5/4
NET \$**119,000**起

歐洲三河全覽15日 | 萊茵河·美因河·多瑙河

- ◆ 阿姆斯特丹－布達佩斯
出團日：7/20
NET \$**212,000**起





世紀遊輪巡迴說明會深獲好評

開啟郵輪輕奢世代 輕鬆徜徉長江三峽、歐洲、埃及

撰文・攝影／王政 圖片提供／世紀遊輪



▲世紀遊輪特別於7月份分別前進台北、桃園、台中舉辦巡迴說明會。

◀世紀遊輪台灣市場銷售經理孔彥蓉。

登船即是旅程的開始，30餘年的耕耘讓世紀遊輪已成為指標性的河輪品牌，旅人不僅能在其領航下領略長江三峽的美景，亦能將旅程延伸到歐洲、埃及，以優雅步調感受東方雅致服務與西方景致的完美兼容。

為讓同業能掌握最新資訊，世紀遊

輪7月份展開巡迴說明會，除了介紹旗下全系列商品，也分享船隊未來規劃。

世紀遊輪台灣市場銷售經理孔彥蓉表示，世紀遊輪近年來致力將成熟經驗複製到世界各地，隨著歐洲新船「世紀之星」與長江全新旗艦「世紀夢想號」陸續加入後，不僅為集團全球化布局邁出關鍵一步，主打「綠能服務」的旗艦船型也將為產業永續發展注入新動能。

產品方面，突破傳統「三峽遊」模式，推出重慶至上海的「長江全覽12

日」，串聯三峽、黃鶴樓、岳陽樓等重要人文景點。

8/28於歐洲首航的「世紀之星」，則將帶來盡覽世界5大遺產10日，以及走訪荷德法瑞義的13天，2027年也有8～15天的產品選擇滿足市場所需。

而近年需求強勁的埃及，則推出全套房遊輪「特拉瑪號」，全船僅設20間套房，並配有50名以上的服務人員打造超高服務比例，為每位旅客帶來最細緻的尊榮旅程。

台灣遊輪產業發展協會合作台北城市科大

搭建產學合作橋梁 打造國際郵輪專業人才培育中心

撰文・攝影／陳妍潔

郵輪市場迎來爆發性復甦，全球旅客人次破3千萬，掀起業界求才熱潮。為布局這波藍海商機，台北城市科技大學民生學院攜手高職夥伴學校與台灣遊輪產業發展協會，推動「國際郵輪專業人才培育中心」，並於8/10舉辦MOU簽署與揭牌儀式，期望透過產學合作培育專業人才，開啟海上就業通道。台北城市科技大學董事長鄭逢時表示，郵輪產業蓬勃發展，食衣住行育樂都在裡面，透過合作培育專業人才，對於經濟的貢獻和學生未來出路幫助都很大。台北城市科技大學校長馮美瑜則指出，郵輪是高度國際化與跨領域的產業，無論是觀光、餐飲、休閒娛樂、美容、企業管理甚至是維修都需要專業人才。因此未來將從民生學院開始，串聯商管學院、工程學院，打造跨領域培育基地，攜手旅遊產業專家、學者一同共備實務課程與參訪，協助學生考取相



▲（前排左8起）台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬、台北城市科技大學董事長鄭逢時、校長馮美瑜與貴賓合影。

關證照與職涯輔導，培育出兼具國際觀與專業能力的人才。

台灣遊輪產業發展協會理事長曾俊鵬提到，台灣憑藉地理位置優勢，從而促成郵輪產業蓬勃發展，據統計，2025年來台郵輪旅客超過115萬人次，於亞洲市場排名第2，僅次於中國大陸，足見台灣郵輪市場潛力。台灣過去受限於非聯合國會員等因素，使得人才難以直接進

入國際郵輪服務體系，去年其所經營的台灣遊輪服務顧問公司通過勞氏船級社核發之「船員招募與安置服務」認證，也讓台灣優秀青年能更加容易取得郵輪培訓與工作機會。曾俊鵬提到，在MOU簽署後，台灣遊輪產業發展協會將會傾注資源提供人才培育機會，同時搭建產業與學界的合作平台，提供更多郵輪就業機會。

中華航空 深度品味秋季廣島

8 / 22起再加開每週六限定航班 一享當地山海美饌與自然風光



▲中華航空8/22起再加開每週六限定航班，帶領更多旅客體驗廣島秋季美好。

日本廣島為本州西部最大的城市，廣袤的土地涵蓋深厚的歷史文化、自然美景與山海美饌，成為旅人追溯歷史與深度慢遊的極佳之地。在時序進入秋日之際，廣島舒適宜人的氣候與滿山楓紅不僅吸引諸多旅客探訪，更是品嚐鮮美海味的好時機。作為台灣唯一直飛廣島的航空公司，中華航空（以下簡稱華航）現提供每週5班（二、三、四、五、日）直飛航班，因應秋天旅遊旺季，8/22起再加開每週六限定航班，由華航帶路，引領旅客品味秋季廣島。

細數山珍海味 品味廣島美饌

廣島以其山珍海味聞名，從口感豐富的廣島燒、入口濃郁的頂級和牛、清爽

秋季的廣島更匯聚人氣美味，以不同主題舉辦市集與節慶活動，更是秋日訪廣島的一大亮點。活動於10月起陸續登場，不論是酒香滿盈的酒肴祭、集結廣島燒名店的Okonomiyaki Fes廣島燒祭，以及充滿特色美食的尾道美食高峰會與廣島美食節等精彩活動，都將為大家在熱鬧的氛圍中，帶來最令人難忘的廣島美味。

秋日花海環繞 週邊地區編織旅遊線路

除秋季楓葉染紅了廣島，各色花卉更為其點綴繽紛色彩。位於世羅郡的世羅町為地處廣島縣中央的高原城鎮，以其四季盛開的大規模花海聞名，從9月上旬開始秋季花卉祭、大理花與花園菊祭、玫瑰與花卉庭園將爭相綻放，讓秋季旅行不再僅止於賞楓，更以馥郁花香

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空、本刊圖庫



▲嚴島神社的海上鳥居被列為世界遺產之一，為廣島必訪的旅遊景點。



▲於備後地區的千光寺山搭乘纜車，可以不同角度欣賞尾道街景與瀨戶內海風光。

增添秋旅廣島的浪漫氣息。

從城市、老街、海島到高原，廣島與其週邊地區串連起廣島慢遊的最佳路線，自宮島週邊的世界文化遺產與「日本3景」之一的嚴島神社開始，走入廣島的歷史人文，再到富涵古韻的安藝地區，漫步於港町街景。喜好自然美景的旅客，則推薦前往備後地區，沿著島波海道騎行於瀨戶內海的明媚風光；或是到備北、藝北地區，遊覽壯麗峽谷與溫泉小鎮神樂門前湯治村的多樣風光。

達人領路分享私人玩法 輕鬆開啟廣島之旅

為讓旅客能深度體驗廣島魅力，華航特別與旅遊達人施宛兒（Waner）攜手，分享廣島私人玩法，並精心整理機場對外交通，利於自由行旅客輕鬆開啟行程。此外華航亦與Klook合作，旅客在抵達廣島機場後即可尋找Klook宣傳海報，免費領取1G的eSIM專屬優惠。

若想解鎖廣島更多玩法，也可選擇可樂旅遊、東南旅遊、雄獅旅遊、五福旅遊、旅遊家等合作旅行社，根據天數與主題行程找出最適合自己的秋遊廣島體驗。

台北－廣島航班時刻表

航線	航班號	起飛／抵達時間	飛行日
台北－廣島	CI112	07：15／10：35	_2345_7
		07：20／10：40	6（8/22起）
廣島－台北	CI113	11：35／13：15	_2345_7
		11：40／13：20	6（8/22起）



秋季廣島
旅遊資訊

* 實際航班時間請依照官網公告為準。



長榮航空 將慕尼黑玩出新花樣

經典德瑞、北歐極光一次滿足 放大機型助攻銷售熱度

撰文・攝影／王政 圖片提供／本刊圖庫



▲（左起）長榮航空客運營業本部營業部美加歐澳課課長張靜萍、副課長何俊益。

▲針對商業與旅遊兼具的重要城市，長榮航空飛航慕尼黑提供每週4班的充足運能。

▲透過慕尼黑的直飛，旅客能輕鬆走訪新天鵝堡等知名景點。

作為台籍航空中布局歐洲最多城市的佼佼者，長榮航空以直飛巴黎、倫敦、阿姆斯特丹、維也納、慕尼黑及米蘭，且每週提供35班往返的龐大運能，一直是同業在進軍歐洲最佳空中夥伴。有鑑於市場對於歐洲旅遊的需求居高不下，長榮航空特別攜手魅力歐洲PAK，以每週4班的慕尼黑作為進出點，推出一系列新穎選擇滿足市場所需。

長榮航空客運營業本部營業部美加歐澳課課長張靜萍表示，作為德國的重要商業大城，吸引全球重要工商企業設廠的慕尼黑，不僅擁有強勁的商務需求支撐，更因為坐擁如聖母教堂、國王湖、BMW博物館、英國花園等著名景點；加上一一年一度的啤酒節，使其成為歐洲極具代表性的旅遊城市。

而旺盛的需求也反映在機位使用率上，即使今年4月改由B777-300ER執飛，提供38席商務艙、64席豪經艙、221席經濟艙，9月份啤酒節登場期間使用率仍達到100%，10月份需求也同樣強勁。

下班即刻出發 多元商品超吸睛

每週提供4班的慕尼黑，憑藉著23：25出發、07：35抵達的優勢，讓旅客能下班直接出發、少請1天假，落地後立刻展開精彩的旅程。

針對慕尼黑，魅力歐洲PAK推出眾多旅遊商品，舉凡純德、德瑞雙國、奧捷德等皆能滿足市場所需，明年1月更將推出純瑞選擇。且除了常規的8／10天選擇外，也有業者包裝出7天輕巧商品讓售價更具競爭力。

8天商品中，PAK提供能走訪德瑞雙國之旅、探訪如羅騰堡與司徒加特的冬季特惠南德行程，以及一次囊括3國的超值奧捷德選擇。

如果假期更有餘裕的旅客，則能選擇10天商品。PAK推出「德瑞FUN享」系列，將雙重高山鐵道、夢幻城堡、觀光小火車等元素一次囊括。或是選擇5星版本的德捷之旅，行程安排3晚5星設定，搭配新天鵝、赫盧波卡雙城堡，以

及羅騰堡與庫倫洛夫2大童話小鎮，讓行程夢幻感拉滿。

而想感受壯麗少女峰的旅客，則能選擇「德瑞雙峰」系列，透過黃金快線列車、冰河景觀火車、少女峰與馬特洪峰登山火車的相互搭配，以最省時的方式一次蒐羅德瑞必訪景點。

商品持續推陳出新 PAK讓冬遊歐洲更精彩

根據長榮觀察，歐洲市場今年11月～隔年1月的進單量相當不錯，尤其米蘭因為Q3招待團湧現，讓團體遞延到11月份出發。

且為了讓市場擁有多元的選擇，魅力歐洲PAK也不斷推陳出新，如運用慕尼黑、阿姆斯特丹等航點包裝北歐商品，搭配過去的巴黎進出，讓北歐極光的商品供給總量，已達到去年的2倍之多。而市場同樣反應熱絡的南歐，目前則提供南法西班牙14天的商品，加上經典的荷比法等中西歐商品長盛不衰，都讓整體銷量優於去年同期，且後勢持續看俏。

長榮航空慕尼黑航班表

航線	班號	飛航班次	起飛時間	抵達時間
台北—慕尼黑	BR071	1_3_5_7	23：25	07：35+1
慕尼黑—台北	BR072	12_4_6_	12：00	06：20+1



▲在魅力歐洲PAK的包裝下，推出能一次走訪如少女峰等知名景點的德瑞商品。

長榮攜手港旅局舉辦企業員工旅遊說明會

充足運能打造台港天際橋梁 BIZFAM專屬平台服務最全面

撰文・攝影／王政



▲長榮航空攜手香港旅遊發展局於7/30舉辦「香港企業員工旅遊暨獎勵旅遊說明會」，將最新的旅遊趨勢與亮點傳遞給各大企業客戶。



▲（左起）香港旅遊發展局台灣處長徐維妮、長榮航空客運營業本部副總經理王振興、營業部協理康財義。

過100項的會員尊享等貼心服務，深獲企業們喜愛。

港旅局也分享眾多獎旅優勢，除了航班時間短、運能充足的交通優勢，以及旅遊時間彈性、奢華與親民並存外，香港更擁有環球美食、海陸空

多元的娛樂體驗，以及大型樂園、多元住宿等優勢。

於此同時，針對大型獎勵旅遊、招待團，港旅局更提供專屬企業的禮遇，包括迎賓紀念品、機場電子歡迎標語，還有如詠春、剪紙藝術、彩虹書法、茗茶活動等文化體驗，可以說團體規模越大、專屬禮遇越多。

香港作為民眾最喜愛的旅遊目的地之一，自然也成為無數公司行號、大型獎旅團首選，為讓市場了解日新月異的香港旅遊特色，長榮航空（簡稱長榮）特別攜手香港旅遊發展局（簡稱港旅局），於7/30舉辦「香港企業員工旅遊暨獎勵旅遊說明會」，將最新的旅遊趨勢與亮點傳遞給各大企業客戶。

作為旅客翱翔天際的翅膀，長榮僅台港線便提供1天最多9班的選擇，從早上07：00直到晚上19：00任君挑選，並派遣A321、A330、B787、B777-300ER等多元機型執飛。於此同時，長榮去年上線的「BIZFAM」平台已被無數企業客戶譽為差旅神器，不僅提供眾多好康，更擁有機票優惠的企業會員購票，以及超

大韓與韓亞合併邁入最終階段

雙方董事會通過協議 12/17完成合併登記

撰文／陳妍潔 圖片提供／大韓航空



▲大韓航空與韓亞航空整併案進入最終階段，雙方正加速各項營運準備工作。

大韓航空董事會與韓亞航空股東已正式通過合併協議，為2家航空公司於12/17正式啟動整合後的新航空公司，完成一項重要里程碑。此次獲準正式確認雙方董事會於今年5月簽署的合併協議。在完成債權人保護程序及後續行政手續後，企業合併登記將於12/17正式完成。大韓航空持續推進合併後整合計畫（PMI），繼6/25獲得韓國國土交通部（MOLIT）有條件核准合併，以及7/24完成合併登記申報書的審查程序後，目前正與相關主管機關密切協商，推進航空運輸業許可證（AOC）的修改及國際航線營運許可等工作。隨著合併正式獲得批准，2家航空公司正加速各項營運準備工作，重點包括系統整合、聯合培訓，以及加強團隊參與與合作，為正式啟動整合後的航空公司做準備。

阿聯酋航空推多項彈性措施

提供旅客多元選擇 彈性規劃旅遊行程

撰文／謝旻蓀 圖片提供／阿聯酋航空



▲阿聯酋航空推出免費改票、降低退票手續費等多項彈性措施。

阿聯酋航空持續提供旅客更多彈性及多元的選擇，讓旅客從訂票到抵達目的地，都能依自身需求靈活規劃行程，讓旅行更加安心無虞。最新彈性措施包括自即日起「不限次數免費更改飛往杜拜航班日期」，並「大幅調降飛往杜拜航班的退票手續費」；同時凡於4/2後訂購的機票「全球航網均享有免費更改航班日期1次」權益。

另外，阿聯酋航空Skywards會員自即日起至8/31前可享有以下權益：1、晉升銀卡、金卡與白金卡會員等級所需哩程數減少20%；2、搭乘阿聯酋航空和flydubai航班，可賺取20%紅利等級哩程數；3、使用現金+哩程數享有特別兌換優惠。

頂級遊輪 極致典範

維京 遊輪

河海盛宴
慢旅美學

一價全包

輕鬆享受奢華假期

售價包括

- ★ 國際線經濟艙來回機票及旅平險
- ★ **遊輪** 兩人一室標『精緻陽台艙（V2）』
- 河輪** 兩人一室『標準客房』
- *以上單人報名或指定單人房須補房價差

贈送 岸上觀光及行程安排中的餐食、住宿、景點門票

贈送 兩地機場稅、燃油稅、遊輪靠港稅

贈送 全程領隊／導遊／司機服務費小費共130歐元
(折合台幣約4,500元)

贈送 遊輪・河輪服務費

贈送 遊輪・河輪上的無線WIFI

贈送 遊輪・河輪上的午、晚餐用餐時段間的酒水飲料

贈送 全程導覽講解耳機



歐洲海輪

浪漫地中海



歐洲河輪

優雅萊茵河＋多瑙河

詳情請洽各大旅行社 五福 | 東南 | 世邦 | 百威



希臘，亞得里亞海浪漫12天

聖托里尼、科孚島、黑山科托爾、杜布洛尼克、札達爾、皮蘭半島

10/4(日) 保證出發 **179,900**起

地中海文明精華之旅15天

聖馬可島、希本尼克、杜布洛尼克、科孚島、那不勒斯風情、奇蹟廣場、馬賽舊港

10/13(二)、11/24(二) 保證出發 **206,900**起

地中海文明精華之旅15天

蒙地卡羅、比薩斜塔、愛奧尼亞海巡航、科孚島、科爾丘拉、希本尼克、威尼斯

10/25(日) 保證出發 **206,900**起

東地中海鄂圖曼循跡之旅13天

威尼斯、安科納、杜布洛尼克、黑山科托爾、哈尼亞老城、艾菲索斯、伊斯坦堡

11/5(四) 保證出發 **186,900**起

東地中海鄂圖曼循跡之旅12天

伊斯坦堡、艾菲索斯、雅典、哈尼亞老城、黑山科托爾、杜布洛尼克、安科納

11/15(日) 保證出發 **169,900**起

西地中海經典10天

巴塞隆納巡禮、法國賽特、馬賽舊港、蒙地卡羅、比薩奇蹟廣場、山城聖吉米納諾

12/6(日) 保證出發 **155,900**起

義大利文藝魅力之旅11天

那不勒斯風情、西西里島墨西拿、克羅托內、巴里老城、希本尼克、聖馬可島

12/12(六) **175,900**起

義大利文藝魅力之旅10天

聖馬可島、希本尼克、巴里老城、愛奧尼亞海巡航、西西里島墨西拿、那不勒斯風情

12/20(日) 保證出發 **159,900**起

2027

希臘及亞得里亞海古跡10天

聖馬可島、斯普利特、杜布洛尼克、科托爾峽灣、科孚島、奧林匹亞遺跡

1/24(日) 保證出發 **189,900**起

神采威羊賀新年

義大利與東地中海瑰寶之旅10天

雅典考古博物館、艾菲索斯、哈尼亞、墨西拿、那不勒斯

1/31(日) 保證出發 **209,900**起

神采威羊賀新年

經典西地中海11天

羅馬聖殿、比薩、聖吉米納諾、蒙地卡羅、馬賽、法國賽特、巴塞隆納

2/06(六) 保證出發 **219,900**起

限量 免費升等高級陽台艙房 (DV)

◆即日起報名並付訂者，限量**免費升等價值46,000元高級陽台艙房 (DV)**

◆加碼贈送1人1張歐洲陸地使用網卡



萊茵河

漫遊萊茵河13天

盧森、少女峰地區、海德堡、科隆、小孩堤防 瑞士上船

8/28(五)、10/7(三) 保證出發 **209,000**起

經典萊茵河10天

巴塞爾、海德堡、科隆大教堂、阿姆斯特丹 瑞士上船

10/17(六) 保證出發 **170,000**起

多瑙河

繽紛多瑙河10天

長榮直飛、布達佩斯、瓦豪河谷、維也納、布拉提斯拉瓦、帕紹 匈牙利上船

10/21(三) **186,000**起

璀璨聖誕多瑙河13天

聖誕市集、雷根斯堡、克倫洛夫、維也納、布達佩斯 德國上船

11/27(五) 保證出發、12/17(四) **175,000**起



品牌提升的最強槓桿

行銷、競爭力、產品面一次提升

國際金旅獎讓

把握9 / 8最後送件

劉奕樑
旅行業品質保障協會國際金旅獎遴選委員會主任委員



走過13屆的國際金旅獎，至今已認證超過千支的獲獎商品，不僅成為消費者出遊的參考首選，更為同業帶來經營本質上的提升，而這個被譽為旅業奧斯卡的獎盃，也成為商品同質性高度氾濫的現代，品質保證的最佳象徵。

自旅行業品質保障協會（以下簡稱品保）推出國際金旅獎，10多年來依舊吸引業者爭先投入評選的關鍵，在於獲獎後帶來的龐大效益，甚至有業者喊出「今年獲獎、明年滿團」的肯定。

「參加國際金旅獎評選，就是業者們從4,000家旅行社中脫穎而出，讓自家優秀商品被大眾看見的最佳途徑！」旅行業品質保障協會國際金旅獎遴選委員會主任委員劉奕樑指出，對旅行業者而言，獲利前提是把產品銷售出去，但全台超過90%的業者皆為中小型規模，財力、人力都極其有限之下，商品被大眾看見、被採購的成本無法想像。但在品保團隊的全力推動下，這個被看見的機會成本被壓至幾乎可以忽略不計。

旗艦國際成團率大增 品質與信任是旅遊的核心

旗艦國際旅行社總經理張錦仲認為，獲得旅遊業「金旅獎」是對旗艦國際旅行社最大的肯定，猶如業界的「奧斯卡」，為品牌建立了深厚的信任感。這份榮譽不僅提升了業績，更鼓舞了從產品企劃、業務到領隊的



▲旗艦國際旅行社總經理張錦仲。

整個團隊。以獲獎的紐西蘭行程為例，旗艦國際特別優化細節，減少長途拉車時間，將重點轉向深度體驗、優質住宿與交通提升。獲獎後產品能見度大幅提升，詢問度從原本每日1、2團躍升至10多團，成效顯著。此外，金旅獎是品質的承諾，未來將持續推動產品升級，讓每位旅客都能感受到真正有價值的旅遊體驗。

樂虎國際品牌與業績雙成長 客戶青睞增至8成

樂虎國際董事長劉念生提到，樂虎國際以「阿里山」行程榮獲「金旅獎」肯定，對於成立僅4年的樂虎國際而言，獲獎帶來的廣告效益與曝光度遠超預期，品牌能見度顯著提升。在品保協會金旅獎的背書下，消費者



▲樂虎國際董事長劉念生。

的信任感與黏著度與過往有著「非常明顯的差異」。數據顯示，獲獎後公司的詢問度成長逾6成，成團率提升3成以上，客戶的信任度更顯著增加至8成。有趣的是，雖然獲獎的是國旅產品，但受「金旅獎光環」影響，樂虎國際的全方位產品（如越南、日韓等國外線路）皆受到高度關注，形成整體的加持效應。

同業用最小成本撬動最大收益

日 讓質量兼顧、讓企業永續

撰文／王政、張偉浩、陳妍潔 圖片提供／受訪業者

撬動轉型的槓桿 帶動產業質變

品保的核心理念是「提高旅遊品質、保障消費者權益」，然而協會業務卻多數著重於事後的糾紛調處，因此理事長張永成上任後導入「防範未然」的概念，讓國際金旅獎成為減少糾紛、提升業者競爭力的關鍵。

劉奕樑強調，獲獎是結果，但重點是參賽過程的「質變」。當旅行社決定參賽，便需要嚴格把關商品各環節，同時與飯店、遊覽車、餐廳等供應商溝通，讓旅程更符合消費者期待，不僅帶動旅行社的「個體」提升，更擴散到產業鏈「群體」向上，自然大幅降低事後的糾紛產生可能。

讓好商品被看見 同時解決缺工問題

雖說參賽門檻極低，但品保團隊仍嚴格把關整體評選過程，不僅事前舉辦5場全台說明會，劉奕樑甚至個別輔導業者，只為了讓更多業者願意投入。隨後便是極其嚴格的評選過程，品保特別安排30%評選不得為產業人士，要讓評選更為嚴謹。典禮舉辦後，則是藉由官網、廣告投遞、新聞宣傳等方式，達到宣傳的長尾效益，尤其2023年特別邀請時任總統蔡

國際金旅獎 讓品牌建立不再遙遠

1. 競賽評選嚴格，帶動旅行業者策劃能力提升，達到質變效果。
2. 事前輔導、事後大規模宣傳，讓好商品被大眾看見。
3. 好商品不怕比較，大幅降低事後糾紛產生可能。

英文蒞臨，更讓獎項的能見度與話題達到全新高度。

不僅如此，品保近幾年更推出校園金旅獎的選拔，讓就讀觀光科系的大專院校學子也能參與商品策劃，並在得獎之後，提供與同樣得獎的代表旅行社媒合，等於直接為旅行業者提供已有專業策劃能力的人才，進一步舒緩缺工與人才難尋的問題。

劉奕樑強調，全台有數千家旅行社、數萬支商品，其複雜程度便宛如走進便利商店般令人目不暇給，當面對架上玲瑯滿目的商品，如何一眼就吸引消費者目光，除了憑藉宣傳、企劃、包裝等能力，更關鍵是品牌的建立，對於業者而言國際金旅獎就是成本最低、效益卻最高的品牌形象，歡迎同業把握機會、盡速報名。

皇朝國際堅持品牌建立 在國旅市場成功殺出重圍

皇朝國際旅行社總經理陳永翔表示，不同於建築師與設計師會留下具體的作品，旅遊業提供的產品設計與服務是無形的，雖然業者在行程操作上花費許多心力，卻難以用專利等方式來證明，最終產品上架後反容易淪為消費者



▲皇朝國際旅行社總經理陳永翔。

比價基礎。因此參與國際金旅獎不僅能展現自身在產品包裝上的特色與能力，獲獎本身更得以正名行程的特殊性與價值，同時讓更多消費者看見，對於公司品牌與產品銷售帶來正面影響。

他認為獲獎的關鍵在於創造產品價值，在眾人所熟悉的國旅市場中，業者更需努力創造出產品特色，形塑景點特殊性並優化行程安排，唯有如此才能突破比價市場，提升市場競爭力。

提高公司品牌能見度 展現產品優勢助力銷售成長

合勝旅遊董事長陳梅花指出，去年公司憑藉南法13天、南義西西里島15天獲得國際金旅獎青睞，對於初創立的公司而言，在評選中獲獎更有助於產品提升與行銷推廣增添助益，不僅提高市場可見度，也讓產品更易取得消費者肯定。在產品獲獎



▲合勝旅遊董事長陳梅花。

後，西西里島行程憑藉其市場稀有性與金旅獎加乘，整體銷售增加70%；南法行程則約增加30%，更帶動其延伸性產品賣況成長。陳梅花認為，參與國際金旅獎對於新創立的旅行社而言是必經之路，國際金旅獎不僅行之有年，在業界或消費者間也具有其公信力。於合勝旅遊而言，西西里島在公司創立之初即開始深耕，而今成為市場具競爭力的產品，透過參與評選，不僅能讓優秀的行程被眾人看見，亦讓更多消費者能深入了解到產品優勢與公司品牌。

2026台灣好湯登場 串聯19個特色溫泉區

黑白大廚 Edward Lee 助陣 體驗四季泉癒台式幸福感

撰文／張偉浩 圖片提供／交通部觀光署



▲交通部觀光署副署長黃荷婷。



▲交通部觀光署在北車召開記者會，突破傳統形式，邀請8位橫跨海內外美食、設計、時尚、文化、影像及旅遊等領域的重量級名人擔任「泉旅引路人」。

進台灣溫泉區，感受四季皆宜的療癒溫泉旅遊，體驗台式幸福感。

交通部觀光署副署長黃

交通部觀光署在台北車站召開記者會，宣布將以「四季泉旅·台式療癒」為行銷主軸，串聯全台19個特色溫泉區，推出年度超值泡湯優惠，雙11購物節祭出「299元通用券加1元多1張」的限時搶購。今年更邀請Netflix《黑白大廚》人氣主廚Edward Lee擔任泉旅引路人，為活動揭開序幕。年度啟動儀式將於9/4在台中谷關盛大登場，將有超過500人主題踩街、山谷燈光節同步點燈，同時舉辦部落健行音樂晚會等等，精彩系列活動接力展開，邀請海內外旅客走

荷婷表示，「台灣好湯」為觀光署4大觀光節慶品牌之一，今年由參山風景區管理處佔（以下簡稱參山處）主辦，以品牌國際化、產品創新化及市場精準化3大策略推動，除串聯全台19處特色溫泉區，同時結合「東亞溫泉聯盟」辦理交流論壇。9/4上午將於台中日光溫泉會館邀集台日韓溫泉協會成員分享及探討各區域Wellness Tourism（療癒旅遊）發展趨勢。今年台灣好湯鎖定日本、韓國、香港、東南亞及歐美市場，透過國際影音、數位社群、海外旅遊平台及組

團旅行社合作，全面提升台灣溫泉品牌國際能見度，打造具國際辨識度與市場競爭力的四季旅遊品牌。

參山處指出，今年啟動記者會突破傳統形式，邀請8位橫跨海內外美食、設計、時尚、文化、影像及旅遊等領域的重量級名人擔任「泉旅引路人」，透過趣味走秀及分享，展現不同泉質與地方風景特色。陣容包括Netflix實境節目《黑白大廚》人氣主廚Edward Lee、台灣好湯主視覺設計師顏伯駿、台灣蔦屋董事長兼總經理大塚一馬、Taiwan Plus主持人暨演員周厚安、模特兒白彌兒MIA及《食尚玩家》主持人風田等，共同從料理、設計、美學、旅行及生活風格等不同視角，詮釋台灣溫泉文化的多元魅力，並推薦各地特色農產、美食及生活選品，讓泡湯旅行從溫泉延伸至城鎮文化與地方產業，展現「四季泉旅」的全新樣貌。

品保協會公布第4季各線團體旅遊合理參考價格

賞楓、賞雪、溫泉、極光、避寒等元素 成為旅客最佳出遊季節

撰文・攝影／謝旻蒨

迎戰第4季賞楓、溫泉、極光、滑雪及聖誕跨年旺季，品保協會於8/13發布「2026年10~12月各線團體旅遊合理參考價格」與市場最新趨勢分析，協助消費者精準掌握秋冬旅遊行情！

東北亞日本穩居旅客最愛目的地寶座，光是今年上半年就有397萬人次入境，高達20.9%的成長。但值得注意的是，目前日本受通膨影響民生物價上漲，旅遊業成本高於去年；且從11月開始實施退稅新制，建議民眾多提早1小時抵達機場。韓國則是在中部觀光年、Taiwan Only政策，以及台韓航線的增班加持下，旅客入境人次穩定成長，目標今年突破230萬。

東南亞第4季進入氣候黃金期，告別雨季成為避寒勝地，加上清邁水燈節、新加坡F1國際賽事、年末購物折扣季等活動，預計將帶動自由行客群前往。中南半島則因氣候及地理條件的差異，呈



◀品保協會於8/13發布「2026年10~12月各線團體旅遊合理參考價格」記者會。

現出「北熱、中平、南爆發」的銷售格局，尤其免簽的富國島成為家族及親子旅遊的熱銷冠軍。美加地區進入傳統淡季，11/1~12/15為全年最低區間，加上多家航空公司增班直飛航線，能有效抑制票價漲幅，預估相比暑假會跌幅約15~20%。紐澳則即將迎來旅遊旺季，氣候溫和、百花盛開，成為避寒勝地，加上從10月起紐西蘭航空、中華航空皆增加航班運力，能有效紓解機位難求的狀況。

中亞非旅遊進入傳統旺季，目前土耳

其、埃及、杜拜等主要旅遊目的地維持正常運作，整體漲幅相比去年同期成長約10%，不過因戰事及簽證影響，部分地區價格略為下修，期能刺激消費者需求。因此，歐洲地區除自身的需求外，也承接部分亞非旅客，導致旅遊成本飆高，加上油價波動及匯率的影響，團費相比往年漲幅3~5%。

最後，第4季的國旅產品聚焦「秋季賞楓」、「溫泉養生」、「部落體驗」與「ESG旅遊」，針對不同地區進行主題產品包裝，提升秋冬旅遊精緻度。

富士屋、箱根飯店 在百年歷史與蘆之湖畔間漫遊

住宿體驗湖光山色以及日式頂級款待 團體午餐方案大歡迎

撰文／游琮玄 圖片提供／向日遊



▲箱根飯店坐落於蘆之湖畔，擁有開闊的綠意中庭與極佳視野。

富士屋渡假飯店集團在箱根地區擁有兩間最具代表性的旅宿－「富士屋飯店」與「箱根飯店」，分別詮釋了箱根「山」與「水」的極致魅力。前者是日本首座度假飯店，以濃厚歷史文化底蘊傲視群倫；後者則坐落於蘆之湖畔，以絕佳視野與靈活的活動接待機能著稱。2間飯店皆不僅提供頂級住宿，亦大方歡迎旅客單獨預約午餐體驗，無論是規劃深度文化之旅，或是企業獎勵旅遊的團體包場，皆是關東遊程中最亮眼的選項。旅行同業若有相關資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

【富士屋飯店】有形文化財裡的時光散策



▲富士屋飯店極具歷史底蘊的接待大廳。

位於箱根宮之下的「富士屋飯店」，自1878年創業以來，便以和洋融合的獨特設計與優雅款待成為箱根象徵。飯店於2020年完成大規模整修，在保留明治至昭和時期古典雕刻、彩



▲富士屋飯店傳統和洋融合的特色房型。

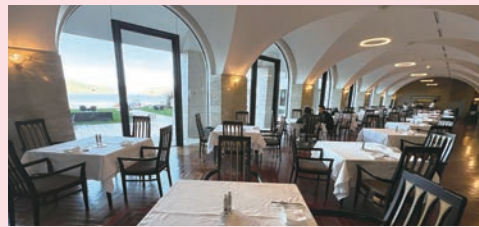
繪與細節的同時，導入現代舒適設備，讓旅客宛如住進一座活的博物館。館內擁有4棟各具工藝風格的建築，住客不僅能享受自家源泉「宮之下溫泉」，更能在大廳欣賞經典的唐破風屋頂與紅地毯階梯。此外，極具指標性的主餐廳「THE FUJIYA」，天花板繪有636種高山植物，挑高6公尺的空間氛圍，即便是單純安排午餐或下午茶，也能讓旅客深刻感受百年的歷史底蘊。



▲富士屋飯店餐廳挑高空間與精緻天花板設計展現百年歷史感。

同業規劃建議

2間飯店均提供靈活的「午餐方案」，方便旅遊同業在規劃箱根遊程時，將其作為行程中的精緻停靠點。無論是偏好深度歷史巡禮的散客，還是追求包場彈性與戶外體驗的獎勵旅遊團，富士屋渡假飯店集團皆能提供最貼合需求的完美方案，歡迎同業多加諮詢與活用。



▲箱根飯店的景觀餐廳。

【箱根飯店】蘆之湖畔的感官絕景與靈活運用



▲箱根飯店中庭可提供中小型團體與獎勵旅遊靈活的空间運用。



▲旅客在房內即可眺望壯麗的蘆之湖與富士山絕景。

擁有百年歷史的「箱根飯店」，於2022年重啟開幕，全館48間客房皆可透過落地窗飽覽蘆之湖與富士山絕景。飯店地理位置優越，步行即可抵達海盜船碼頭，週邊更有箱根神社、成川美術館等景點，極適合安排文化參訪與散步行程。針對企業團體，箱根飯店展現了極高靈活性，除了設有多功能會議室與宴會廳可舉辦獎勵旅遊頒獎或交流餐敘外，戶外中庭更可靈活變身為迎賓酒會或活動拍照區。此外，飯店擁有私人碼頭，可結合湖畔水上活動體驗，滿足中小型高品質團體對於互動性與行程獨特性的高度需求。

更多富士屋渡假飯店相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

尊榮假期打造證券、投顧專屬紐西蘭過年之旅

股市封關日隔天直接出發 純南島9天高規格設定玩好玩滿

撰文・攝影／王政 圖片提供／本刊圖庫



▲尊榮假期董事長劉正輝。
▶尊榮假期安排旅人們搭乘直升機俯瞰塔斯曼冰河湖。



▲尊榮假期董事長劉正輝（中）率領紐西蘭專業團隊合影。



產品包裝優勢

1. 市場唯一豪奪紐西蘭線路10座國際金旅獎，操作掛保證。
2. 紐航團體機位使用量全台第1名，展現強大集客力。
3. 明年2/2出發南島9天，旅館揮別同級等字眼，讓旅客安心入住、同業安心送客。

由於已提前掌握紐航寒假過年的充足機位，尊榮特別推出紐西蘭全系列商品，團型從9～13天任君挑選，出發日期更覆蓋整個寒假、過年區間，還能提供同業無論包團、客製化、遊學等多元需求，加上高規格的商品設定，致力成為同業搶佔過年商機的最佳後盾。

堅持高規格設定 飯店、機位、餐標全提升

特別為股民們打造的「戀戀紐西蘭南島9天」，延續尊榮一貫的高規格設定，餐食全面提升，不僅中式餐標成本提升1倍，除夕特別安排中式圍爐餐，搭配鮭魚風味餐、峽灣龍蝦每人半隻、網紅馬廐餐廳、紐西蘭酒吧3道式西餐，可謂餐食全面升級。

住宿方面更強調皇后鎮入住3晚希爾頓酒店、瓦納卡的湖濱飯店1晚、但尼丁1晚精選飯店，且不同於坊間多以「或同級」的設定，尊榮已全數付訂、全面保證入住，讓同業能安心銷售、減少客訴爭議。

同時，尊榮特別運用紐航奧克蘭直飛皇后鎮的國內線銜接，讓旅客次日就可以直抵著名的瓦納卡欣賞湖中樹，接著依序順暢走訪箭鎮、第阿納、峽灣國家公園、皇后鎮、基督城，再返回奧克蘭。

行程不僅一次網羅了各大名勝景點，還能在庫克山國家公園享受步道輕旅行，搭配上搭乘直升機俯瞰塔斯曼冰河湖等，在榮獲10座國際金旅獎的專家帶領下，讓旅客從不同視角深度品味紐西蘭之美。

台股今年以來表現極其亮眼、指數屢創高點，也使得證券與投顧業荷包滿滿。有鑑於這群正攀向金字塔頂端的高階客群背後消費潛力，加上紐西蘭旺季即將到來，尊榮假期（以下簡稱尊榮）特別推出專屬的寒假過年度架商品，以符合其身價的高規格設定，加上特別挑選非開盤日出發，要讓這些神經緊繃近1年的投顧業與證券業者，好好在紐西蘭享受身心靈的放鬆。

尊榮假期董事長劉正輝表示，台股加權指數從今年初至今已大漲超過萬點，不僅熱錢湧現讓投顧業、證券業收穫甚豐，更誕生眾多高淨值的消費族群。作為市場上紐西蘭航空（以下簡稱

紐航）團體機位使用量第1名的尊榮，特別以2027/2/2出發的機位，包裝出「戀戀紐西蘭南島9天」，行程鎖定在台股封關（2/1）後隔天出發，並於2/10返台，無論投顧或證券業，次日即可迎接開紅盤日。由於僅此1團，歡迎同業踴躍洽詢，也能整團需求。

紐航充足機位加持 全系列商品出爐

2027年的寒假區間落在1/21～2/10，過年則為2/4～2/10期間共7天，劉正輝指出，旅客若選擇多請2天假，便能將假期擴充到整整11天，輕鬆領略紐西蘭的風光。



▲透過紐西蘭航空奧克蘭直飛皇后鎮的國內線銜接，讓旅客能在一次旅程盡覽南島優美風光。

奇異旅人 飛向紐西蘭的 尊榮時光

市場唯一
10座紐西蘭
金旅獎品質保證

市場唯一
拿最多庫克山
隱士飯店面山房

南島行程
保證三年
新車舒適三排椅



寒假 / 春節檔



愛戀紐西蘭南島10/11天

金旅獎·早鳥·隱士冰河船·東海岸

2027 1/22.25.28.29 ; 2/03.04



奇遇紐西蘭13天

2024金旅獎·峽灣·國家公園巡禮

2027 1/23.30



新一品紐西蘭10天

早鳥·金旅獎·南北島·冰河峽灣

2027 1/21.23.24 ; 2/02



2025 金旅獎 紐西蘭FARM風趣 逐夢觀星-南北島深度13天

2027 1/24

太會紐-紐西蘭南北島9+1天

湖景·東海岸·螢火蟲洞·文化之旅

2027 1/30

山嵐之境10/12/13天-紐西蘭

超值經典南北島·長段國內線·東海岸·直飛

2027 1/25.26.29 ;
2/01.03.05.06.07.08.10

紐西蘭南島漫遊- 五湖四high10天

2024金旅獎·峽灣·國家公園巡禮

2027 1/26 ; 2/09

戀戀紐西蘭南島9天

瓦那卡·皇后鎮希爾頓3晚·庫克山直升機

2027 2/02

紐西蘭南島風情10/11天

庫克山·冰河峽灣·東海岸

2027 2/05.07

• 以上報價皆為直客價 •

早鳥優惠實施中 歡迎洽詢



觀光署日前公布台灣旅遊狀況調查 國旅、旅遊需求全面升溫 行為消費模式出現轉變 偏好高頻、短天數出遊 來台



根據交通部觀光署公布的《台灣旅遊狀況調查》及《來台旅客消費及動向調查》報告指出，在旅遊需求爆發的情況下，民眾不僅在出境人次創新高，同時國旅的總次數也相比2024年成長11.52%，顯示「旅遊」已成為民眾生活中的重要元素之一。但反觀入境市場，雖來台人次較去年同期增長，但總體消費支出依舊遠低於疫前水準，可見目前台灣旅遊業仍未填補缺口，使台灣觀光結構呈現明顯的落差。若用一句話形容2025年台灣旅遊市場，「熱」與「不均」大概是最貼近的關鍵字。



國旅關鍵趨勢

① 政策紅利加持 國旅規模創新高

2025年國旅總次數達2億4,761萬旅次，較上年成長11.52%，相比2019年更是大幅提升了46.28%。其成長動能來自於主管機關修正法案，新增教師節、光復節等統一放假日，提升國旅需求；並透過推動台灣觀光100亮點、交通票券加碼優惠、災後振興方案、普發萬元現金等多元措施下，為旅遊市場注入消費動能。

② 1日遊成主流 週間出遊頻率增加

國旅市場由過去較長天數的行程，轉向高頻次、中短程的當日來回旅遊。2025年「當日來回」旅次占比高達79.1%，平均旅遊天數縮短至1.32天。其原因主要在於交通運輸及共享運具的便利性提升，以及彈性辦公模式的普及，促使週間短程旅遊增加，驅動民眾即興出遊意願。

③ 樂齡族崛起 平日旅遊成市場新藍海

隨著台灣進入超高齡化社會，「樂齡旅遊」成為旅行業者的重點對象。相比青壯年族群超過9成的個人旅遊比例，樂齡族有2成以上選擇參與團體行程，主要交通工具為汽車（50.9%）及遊覽車（20.5%），並有超過5成的民眾於週間出遊，能有效提升平日旅宿與觀光景點的接待機會。



▲淡水穩坐國旅到訪據點寶座。



▲交通運具的便利性，促使民眾平均旅遊天數縮短至1.32天。

④ 北部仍稱霸 地方景點各自尋找突破

旅次分析報告指出，北部地區為民眾最主要旅遊目的地，佔45%，接續是中部地區29%、南部地區24.9%、東部地區3.6%、離島地區0.8%。除北部地區到訪比例有成長外，其餘皆微幅下降，全台熱門據點前3名也以北部的「淡水、八里」、「東區信義商圈」及「礁溪」為主。不過相比上年統計，「日月潭」、「台中一中街商圈」、「國華友愛商圈」的排名皆有上升，顯示出不同地區仍對民眾有一定的吸引力。

⑤ 數位化資訊普及 自由行成出遊大宗

民眾旅遊資訊來源以「網路網絡與社群媒體」（55%）為最多，其次是親友介紹佔44.5%，在2025年整體旅次中，有超過9成的民眾以自行規劃的方式出遊，並有13%使用網路訂購相關產品，近6成下單「旅館、民宿、露營營地」商品。

出境、入境關鍵趨勢一次看

旅客以新南向7國為主力市場

這篇文章想告訴你什麼？

1. 國旅、出境旅遊熱，短天數、高頻率成旅客首選。
2. 來台旅客人次雖提升，但出入境比例差距仍未補足市場缺口。
3. 民眾出遊地區及旅遊足跡多數集中北部地區。

撰文／謝旻蓁 圖片提供／本刊圖庫

✈️ 出境旅遊關鍵趨勢



① 出境人次增長 旅遊需求持續擴張

2025年台灣民眾出境總次數較上年成長12.43%，達1,894萬旅次，其中交通工具的選擇以飛機（94.9%）為大宗，其次是渡輪（3%）及郵輪（2%）。首次出境的民眾相比上年增加4.3%，達到38.9%，顯見旅遊需求持續上漲中。

② 平均停留時間縮短 短天數旅遊成常態

與國旅趨勢相似，出境旅遊平均夜數呈現減少趨勢，從上年的每次7.25夜降至7.12夜。主要影響民眾出境旅遊意願以「假期長短或時間可以配合」（26.2%）為首，其次為「行程內容具吸引力」（17.9%）等，可見短天數快閃、主題性等元素，能成為未來吸客關鍵。

◀民眾的海外旅遊首選多集中在亞洲地區，並以日本佔比最多。



▲有6成的出境民眾選擇透過網路訂購相關旅遊產品。

③ 高度集中亞洲市場 日本穩居出遊首選

民眾前往亞洲地區比例高達9成，其中以日本（45.3%）最多，其次為中國大陸（15.1%）及韓國（10.2%）。值得注意的是，東南亞地區相比上年呈減少趨勢，由19.2%降至14.6%，其中「泰國」已跌至5%以下，是業者需要注意的地方之一。

④ 自主性提升 旅行社代辦比例下滑

旅客逐漸偏好自行安排與網路訂購，約有近62%的旅客選擇自行安排出遊，並有60.1%的出境旅客使用網路訂購產品，主要以「國際機票」與「國際訂房」為大宗。相較之下，委託旅行社代辦的比例逐年減少，旅客選擇團體旅遊原因大多為公司學校安排、價格合理等因素。

國際VS國旅比較分析

- ★有海外旅遊經驗者的國旅比率與支出，均高於未出境者，且67.6%的出境旅客並不會因此減少國旅次數。
- ★無論海內外旅遊，女性比率皆高於男性；國旅年齡中位數為47歲，出境旅次則為42歲。
- ★北部地區為海內外旅遊主要客源，國旅佔50.2%，出境旅遊則為52%。

🏠 入境旅遊關鍵趨勢

① 人次回升仍有缺口 觀光效益成課題

2025年來台旅客約為857.45萬人次，較上年成長9.12%，但相比2019年則減少27.73%。消費支出方面，觀光總支出達110.33億美元，比上年約增加10%，每人每日平均支出為185.14美元。而旅客來台旅遊整體滿意度高達99%，且有99.76%旅客表示有再度訪台意願，近3年實際再訪比例為42.25%。



▲「美食」成為吸引旅客來台的最主要原因。

② 核心客源市場消費 多數市場各有成長動能

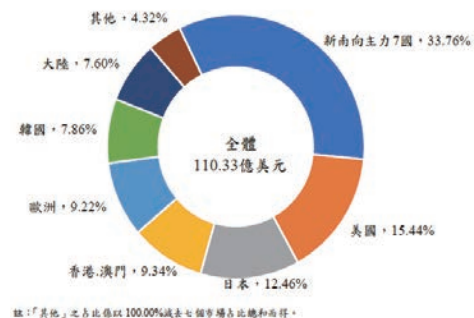
以新南向主力7國（星、馬、印、菲、越、泰、印尼）總支出37.25億美元（占33.76%）最高，其次為美國（15.44%）及日本（12.46%）。2025年除港澳地區消費支出減少5.68%外，其餘皆有成長，其中以歐洲地區成長14.92%為最多，其次的中國大陸、日本、新南向主力7國皆有達到超過10%的漲幅。

③ 美食、風景成吸客關鍵 社群網路影響決策

訪台旅客中有超過6成民眾以度假休閒為主要目的，他們透過社群網站、搜尋引擎來獲取資訊，且「遊記」成為旅遊決策的關鍵影響要素。吸引旅客的訪台主因，以「特色小吃」、「自然風景」、「風俗文化」、「治安良好」等為重要關鍵。



▲「日月潭」獲選為來台旅客最愛景點。



▲目前來台的客源結構以新南向7國為主力市場。（圖表來源／交通部觀光署）

④ 旅遊足跡集中北部 日月潭獲旅客最愛

高達76.4%旅客透過「自由行」方式來台，並以北部為主要遊覽地區，熱門遊覽景點為夜市（86.88%）、台北101（60.59%）、西門町（57.55%）、中正紀念堂（46.52%）、九份（42.55%）等。而在所有景點中，則是由「日月潭」獲選為旅客最愛，其次為九份、駁二藝術特區、淡水、陽明山。

⑤ 新興關注點：低碳旅遊

在環保意識抬頭的情況下，有34.25%旅客將「低碳環保」納為選擇旅遊的評估因素，其中又以「交通」與「住宿」的考量最為普遍。

不斷挑戰自我！金龍永盛新竹分公司喬遷

從6樓角落到1樓黃金店面 展現深耕新竹科學園區決心

撰文・攝影／張偉浩



▲（左2起）金龍永盛旅行社董事長朱光志、新竹分公司副總經理苟巧雲、總經理楊琮霖與新竹團隊合影。



▲旅遊產業老字號企業—金龍永盛旅行社，8／10迎來新竹分公司喬遷新址盛大開業典禮，並與來訪的航空公司代表與貴賓合影。

旅遊產業老字號企業—金龍永盛旅行社，8／10迎來新竹分公司喬遷新址的盛大開業典禮。典禮上，台北總公司與新竹分公司團隊，以及各大航空公司代表齊聚一堂，共同見證這座科技重鎮服務據點的全新里程碑。

回顧新竹分公司的奮鬥歷程，是一部充滿勇氣與毅力的成長史。**金龍永盛旅行社董事長朱光志**透露，2年前在新竹分公司副總經理苟巧雲提議在新竹設立據點時，最初只想成立一個僅需2人的

「辦事處」。但在公司堅持合規營運的考量下，最終正式成立了分公司。

剛起步時，新竹分公司僅租用同棟大樓6樓一個極為狹小的辦公空間。然而，憑藉著專業的商務差旅（TMC）服務，以及與國際合作夥伴CWT累積長達30年的深厚歷練，新竹團隊成功與國際接軌，迅速贏得週邊科學園區眾多大企業的信賴與支持。經過2年汗水與努力，新竹分公司的業績蒸蒸日上。當大樓1樓店面釋出空間時，團隊在苟巧雲的帶領

下，毅然決定挑戰自我，頂著租金與營運費用暴增近10倍的巨大壓力，將辦公室擴大搬遷至1樓轉運站的黃金店面。

金龍永盛旅行社總經理楊琮霖則在致詞時強調，遷至1樓不僅意味著硬體設備與空間的升級，更代表著金龍永盛旅行社長期深耕新竹科學園區、服務科技巨擘的堅定決心。苟巧雲也率領業務與航線營運團隊向在場貴賓致謝，並表示，新竹分公司能有今天的成績，離不開華航、長榮、阿聯酋、馬航、國泰、新航、聯合等到場的航空夥伴與客戶的長期相挺，未來團隊將持續以最專業的態度服務客戶。

對於未來，楊琮霖更打趣地許下「3年後包下整棟大樓」的宏偉願景，並將下一個拓點目標鎖定桃園。金龍永盛旅行社新竹分公司的成功喬遷，不僅是過去2年奮鬥的豐碩成果，更吹響了未來持續做大做強、邁向全新高度的號角。

易飛旅遊台中分公司全新據點正式啟用

深耕中部市場整合多元服務 擴大在地團隊與產品布局

撰文／陳妍潔 圖片提供／易飛旅遊

易飛旅遊台中分公司8／10正式啟用全新據點，並舉辦喬遷開幕茶會。新址為2層樓自有門市暨辦公空間，象徵易飛旅遊中部市場布局邁入全新階段。此次喬遷不僅因應團隊擴編與業務發展需求，也展現易飛旅遊長期深耕台中、擴大中部市場布局的決心。

全新台中分公司為醒目的三角窗2層樓店面，整合旅遊諮詢、門市服務、團隊辦公及活動交流等多元功能。看好北屯人口成長、區域開發與生活機能，以及台中串聯彰化、南投的地理優勢，易飛旅遊此次選擇購置自有辦公及門市空間，並將新據點定位為拓展中彰投市場的重要營運基地。**易飛旅遊董事長周昀生**表示，台中分公司未來不僅將成為公司規模最大的分公司之一，也將肩負中部營運與市場開發的重要角色。此次購置自有店面，不只是因應人員及業務成



▲易飛旅遊台中分公司新址8／10正式啟用，易飛旅遊董事長周昀生（左4）和與會貴賓共同剪綵歡慶開幕。

長所進行的空間升級，更代表易飛旅遊將以長期經營的角度扎根台中，持續擴大在地服務團隊與產品布局。

為拉近品牌與消費者的距離，新門市2樓特別規劃寬敞的活動空間，未來將不定期舉辦旅遊講座、產品分享會及行前說明會，邀請旅遊達人、產品企劃及專業領隊分享目的地特色與實際旅遊經驗，讓消費者在選擇行程前，能更深入

認識不同的旅遊方式與產品內容。為歡慶喬遷開幕，易飛旅遊台中分公司，自即日起至8／31推出「喬遷回饋月・5重驚喜送」活動。活動期間除可享指定旅遊商品優惠外，來店旅客還可獲得來店禮；凡於台中分公司下訂海外團體旅遊行程，再加贈折疊行李袋、行李飄帶、行李束帶等實用好禮，以多重優惠回饋中部旅客長期以來的支持。

易飛旅遊台中分公司 地址：台中市北屯區梅川東路五段2號 電話：（04）2296-7788

泰觀局台北辦事處迎新處長上任

看好台灣市場發展 整合國際市場經驗助力旅遊人次提升

撰文／陳妍潔 圖片提供／泰國觀光局台北辦事處

泰國觀光局台北辦事處於8／7假台北晶華酒店舉辦「泰國旅遊產品說明會暨新任處長布達晚宴」。活動除分享泰國最新旅遊產品及市場發展方向外，也藉由處長交接，感謝前任處長莎莉蔓3年來對台泰觀光交流的貢獻，並歡迎新任處長張瑞祺正式履新，期待延續泰觀局台北辦事處與產業夥伴長期建立的合作基礎，共同開啟台泰觀光合作的新篇章。莎莉蔓於2023年至2026年任內，帶領台北辦事處創下多項重要成果，包括促成台灣旅客赴泰免簽政策，大幅提升兩地往來便利性，並於2024年首次達成台灣旅客赴泰突破100萬人次的重要里程碑。

近2年更透過「Summer Blast」推廣計劃，攜手航空公司及旅行業者拓展泰國各地航線及包機產品，讓台灣旅客得以更便利地深入探索泰國不同城市與特色



◀（左5起）泰國觀光局台北辦事處處長張瑞祺、前任處長莎莉蔓與泰國觀光局台北辦事處全體同仁合影。

旅遊資源。截至8／6，台灣旅客赴泰累計已達626,624人次，較去年同期成長約4.4%，展現台灣市場持續穩健成長的動能。

接任台北辦事處處長一職的張瑞祺，於泰國觀光局服務逾30年，兼具策略規畫、行政管理及國際市場推廣等多元歷練。職涯期間曾負責永續旅遊、企業品牌形象及策略規劃等重要業務，也曾擔任泰國觀光局局長及副局長秘書，累積

豐富的行政協調經驗。在國際市場推廣方面，曾派駐泰國觀光局倫敦辦事處擔任副處長，並於來台履新前擔任泰國觀光局歐洲市場處處長，長期參與海外市場行銷策略規劃與國際合作，具備完整且豐富的國際觀光行銷經驗。未來，其將延續泰觀局台北辦事處與台灣旅遊產業長期建立的良好合作基礎，結合自身國際市場推廣經驗，持續深化台泰雙向觀光交流。

F1睽違9年重返馬來西亞

3大國際賽事打造10月運動旅遊熱潮

撰文／張偉浩 圖片提供／馬來西亞觀光局台北辦事處



▲雪邦國際賽道睽違9年再次舉辦F1賽事。

「2026馬來西亞旅遊年」再添重磅亮點，世界一級方程式賽車（F1）睽違9年重返馬來西亞！賽事將於10／2～10／4在雪邦國際賽道登場，並與第30屆環蘭卡威自行車賽及吉隆坡渣打馬拉松同週舉辦，3大國際賽事聯動，預計帶動10月運動旅遊熱潮。

雪邦國際賽道自2017年後再次舉辦F1賽事。賽道全長共5.543公里，設有15個彎道與8段直線道，是知名賽道設計師赫爾曼·提爾克（Hermann Tilke）首座為F1操刀的作品，寬闊的路面設計提供車手多元的超車路線與並排競速的機會。即使不熟悉F1規則，觀眾也能從天候變化與超車攻防中，體驗賽事的緊張刺激。

日本岡山高雄觀光說明會

頂奢麝香葡萄、白桃瞄準南部旅客

撰文／陳品樺 圖片提供／岡山縣台灣推廣事務所



▲（左起）岡山縣知事伊原木隆太、「高雄－岡山」來回機票得主、台灣虎航營業發展部組長莊璧蓮、岡山縣議長太田正孝。

台灣虎航「台北－岡山」航線今年正式邁入開航10週年，而「高雄－岡山」航線也即將迎來開航2週年里程碑，目前北高雙向直飛每週共有12班往返。為感謝南部旅行同業活用此航線，岡山縣知事伊原木隆太親自率隊訪台，睽違10年，於8／5前進高雄舉辦觀光說明會，除感謝南部旅遊業界送客，也邀請日本台灣交流協會高雄事務所、台灣虎航及高雄市旅行公會共襄盛舉。

伊原木隆太親自簡報位處西日本交通樞紐的地理優勢，為規劃關西、四國、山陰山陽跨區域的商品提供最彈性路線，也介紹當季奢華水果，更安排體驗倉敷傳統工藝「玉島不倒翁」，台灣虎航也提供機票抽獎同歡。

晉入你忻



當世界轉動得越快，人們開始選擇放慢步伐，在資訊爆發的這個世代，以「慢活」來追求身心靈的富足。旅遊也是如此，「走馬看花的觀光打卡」已不再搶手，取得代之是「身心靈的修復與安頓」，而忻州，將是旅人們享受五感療癒體驗的絕佳選擇。

在山西最療癒的山河祕境忻州 感受最舒心的旅程



▲中華兩岸旅遊產學發展協會於日前舉辦「2026發現忻州交流分享會」，並邀請眾多操作中國大陸旅遊的業者共襄盛舉。

從五感品味忻旅程 從忻感受在地特色



▲活動特別邀請到覺旅旅行社總經理張高與擔任主持人。



為讓業者們了解忻州的特色，活動特別邀請到古稀創意股份有限公司創辦人呂協翰分享，他強調，忻州是個集結名山勝境、千年邊關、煙火古城、非遺民俗、溫泉康養與美食的目的，適合包裝成康養避暑團、邊關文史研學團、國風攝影團、親子慢旅團、輕戶外徒步團、美食尋味團等產品。

為讓市場更了解忻州優勢，他特別將忻州的旅遊魅力拆解成療癒5層次，並賦予專屬的主題標籤，包括：

►古稀創意股份有限公司創辦人呂協翰。



神怡忻曠 走進名山、祕境與邊關史詩

過去提到山西忻州，直覺聯想到五台山，但忻州其實擁有極度豐富的文化底蘊，除了五台山，還有小紅書與影音平台爆紅的祕境—蘆芽山，主峰海拔2,736公尺，不僅有寬闊草原，更有高山湖泊與萬年冰洞，還有中華第一關—雁門關，見證千年民族交融與邊關風雲。



療癒忻情 溫潤身心的棲息之所

雲中河景區是忻州城市裡的溫柔治癒祕境，這裡水系環繞、綠植繁茂，四季風光柔和雅緻，適合旅程中途放鬆休憩。此外，忻州擁有全域天然的地熱溫泉集群，極度適配康養療癒的需求。



▲（左起）海峽兩岸旅遊交流協會台北辦事處主任何婕、中華兩岸旅遊產學發展協會理事長齊雁蘋。



▲經過深度且充滿趣味的分享，台灣旅遊產業對於忻州的旅遊規劃充滿高度興趣與意願。

位於山西省北部的忻州，東臨河北，西靠黃河，素有「晉北鎖鑰」之稱。在這裡，沒有都市的喧囂，也不像熱門景區人潮洶湧，卻擁有令人驚嘆的文化厚度與自然景觀。

走進忻州，能瀏覽世界文化景觀遺產的五台山、被譽為「中華第一關」的雁門關、鬼斧神工的萬年冰洞、原始森林環抱的蘆芽山，以及療癒身心的天然溫泉，更擁有流傳數千年的歷史故事與人文底蘊。

然而對於這個充滿魅力的旅遊城市，在台灣旅遊市場卻相對陌生，甚至往往被知名度更高的五台山所掩蓋，因此由忻州市文化和旅遊局主辦、中華兩岸旅遊產學發展協會承辦的「2026發現忻州交流分享會」，於8／5假君品酒店登場，並邀請到數十位旅行業代表參加，現場不僅邀請到專家身歷其境的分享，搭配上宣傳影片，以及斥資遠從忻州帶來的當地文旅物產與特色，從全方位的角度，讓台灣業者深度感受忻州的旅遊特色與魅力。

承辦單位—**中華兩岸旅遊產學發展協會理事長齊雁蘋**表示，自成立以來，協會致力透過多元的方式，讓台灣旅遊業能從方方面面，看見與掌握中國大陸旅遊的最新旅遊資訊。以忻州為例，市場上大多並不甚熟悉，然而隨著雄忻高速鐵路的串起，將讓旅客們不用再匆匆忙忙的旅遊，而是能多停留時間，感受這一座藏在山西晉北、值得遊客放慢腳步、留下來深度慢遊的城市。

導入工作坊概念 從數據看見忻州發展潛力

不同於常規的宣傳，分享會中特別安排工作坊環節，邀請旅遊業者以手機加入線上工作坊，藉由匿名方式探討忻州的旅遊特色與包裝意向。

經過現場統計後，能發現業者認為忻州的核心旅遊資源，以「忻州古城煙火氣與打鐵花」及「五台名山勝境與古建底蘊」為最鮮明的雙核心，表示業者對忻州皆認為有文化厚度、有代表性地標，極其適合發展深度旅遊。

同時業者也相當重視在豐富資源之外，如何有效串連旅程景點，包括從台灣出發後由哪裡前往、機位與票價是否穩定、進入忻州後景區之間如何移動，以及遇到航班變動時是否有替代方案。

總體來說，忻州的豐富資源令長期操作大陸旅遊的業者們充滿高度興趣，也期盼隨著交通條件持續提升下，能讓更多台灣民眾看見忻州的旅遊特色與魅力。

吃得忻安 撫慰腸胃的晉北煙火

忻州是一座懂得『溫度』的城市，在低商業化的古城中，物價親民、業態豐富，舉凡現蒸的莜麵栲栳、現壓的蕎麵河撈、宴席必吃的定襄蒸肉，道地的邊塞名菜：代縣熬魚，都讓饕客們一口口感受晉北邊關的飲食風華。



送到忻禮 質感獨具的在地心意

忻州的伴手禮，充滿東方美學與在地底蘊，從令人驚豔的河曲剪紙衣服及李斌傑剪紙捲軸，被譽為中國樂高的森雅軒佛光寺斗拱積木，到細膩絕美的晉繡坊刺繡擺件與晉繡坊刺繡扇子，都值得旅客購買留念。

滿滿忻藝 歲月靜好的文化共鳴

忻州古城晝夜玩法不同，白天街巷遍布面塑、剪紙、北路梆子等非遺體驗工坊。入夜後，古城燈火次第點亮，夜市小吃與古風街巷的氛圍感拉滿，加上宛如萬千金色星火漫天綻放的打鐵花表演，如同星河墜落古城。



日本 *Japan*

福島・秋田・輕井澤・立山



金秋楓彩 東北名城秘超值4日
◆松島灣 ◆大內宿 ◆JR只見線第一鐵橋 ◆塔崖

出發日期 10/13.20.27 11/3.10.17.24 \$22,900 元起/人



楓遇秋田 週末輕旅行溫泉4日
◆鳴子峽 ◆銀山溫泉 ◆藏王空中纜車 ◆狹鼻溪輕舟

出發日期 10/15.29 11/5.12.19.26 \$26,900 元起/人



楓染輕井澤 江戶風情溫泉5日
◆富士山河口湖 ◆輕井澤 ◆川越小江戸 ◆白絲瀑布

出發日期 10/28.29.30.31 11/4.6.7.8.11 \$36,900 元起/人



楓林立山 飛舞紅蝶溫泉5日
◆立山黑部 ◆白川鄉合掌村 ◆富士山河口湖

出發日期 10/27.28.29.30.31 11/5.9.10.16.17 \$36,900 元起/人



2026 跟著 我們 金秋 Travel, Let's walk into



無購物 無自費
尋秘南疆 西域流金13日
◆胡楊林 ◆天山神秘大峽谷 ◆喀什古城

出發日期 11/5.14.21.26 12/3.10.19 \$49,900 元起/人



無購物 三排橋
遇見巴蜀 重慶成都8日
◆都江堰 ◆洪崖洞 ◆大足寶頂石刻 ◆成都樂山大佛

出發日期 11/3.10.17.24.28 12/1.5.8.12.15.19 \$29,900 元起/人



笑澳張家界8日
◆鳳凰古城 ◆百龍天子山 ◆雲天渡玻璃橋

出發日期 10/16.11/7.17.19 12/1.3.5.8.10.12.15 \$29,900 元起/人



雲南昆大麗石林8日
◆玉龍雪山 ◆麗江古城 ◆石林風景區 ◆洱海

出發日期 9/10.16.28 10/1 \$42,900 元起/人



中國 *China*

南疆・重慶成都・張家界・雲南



韓國 *South Korea*

濟州・首爾・清州・釜山

超值釜慶邱5日【不走蔘肝】
◆甘川文化村 ◆海東龍宮寺 ◆升等一晚五星海景酒店
出發日期 9/8.13.15.20.29 10/4.11.13 \$23,900元起/人

中秋瘋釜山4日【不走蔘肝】
◆海東龍宮寺 ◆海雲台海岸列車 ◆松島天空纜車
出發日期 9/24 中秋限定 \$18,900元起/人

首爾輕旅4日【不走蔘肝】
◆升等一晚五星飯店 ◆韓服體驗 ◆聖水洞、明洞
出發日期 9/1.8.15.22.29.30 10/13.14.20.21.27 \$14,888元起/人

濟州森旅4日【不走蔘肝】
◆ECOLAND森林列車 ◆海女文化 ◆紅白燈塔
出發日期 9/10.28 10/4.5.11.18.21 \$9,999元起/人

鼎運去旅行 一起玩轉世界

the most beautiful autumn together!

精緻奧捷斯甸 經典暢遊10/11日
◆五星布拉格二晚 ◆庫倫洛夫 ◆薩爾斯堡 ◆哈爾斯達特湖
出發日期 10/7 \$76,900元起/人

克斯甸愛戀巴爾幹11日
◆全程四星 ◆16湖國家公園 ◆布雷德藍湖 ◆盧比安納
出發日期 10/21, 11/1.18 12/2.16.27 \$81,900元起/人

英姿卓越 詩情畫意英國10日
◆全程入住當地4星級酒店 ◆雙遊船 ◆巨石群
出發日期 10/25, 11/22 12/20 \$80,900元起/人

香頌法荷比10日
◆巴黎鐵塔 ◆布魯日 ◆荷蘭大運河 ◆羊角村
出發日期 10/6.13.20.27 11/3.10.17.24 \$78,900元起/人

歐洲 *Europe*
東歐・中西歐・南歐・北歐

秋冬圓夢之旅

友泰感恩大回饋

趁秋冬，出發去圓一場期待已久的旅行夢！

尋訪歐洲古城風華、邂逅冰島極光奇景、感受杜拜奢華魅力、探秘埃及古文明，乘熱氣球翱翔土耳其...，友泰旅遊感恩回饋，讓你的夢想旅程更超值！

- ◆ 最低 NT **33,900** 起
- ◆ **早鳥優惠** 最高省 NT **10,000** (名額有限，送完為止)
- ◆ **加碼贈送** 領司導小費、阿布辛貝神殿、必要自費等超值優惠

秋冬精選行程

土耳其10天

NT **33,900** 起

早鳥前10名送領司導小費

杜拜7天

NT **33,900** 起

早鳥前10名送領司導小費

埃及10天

NT **59,900** 起

早鳥前10名送阿布辛貝再送領司導小費

感恩回饋

克斯10天

NT **59,900** 起

感恩回饋

直飛捷克10天

NT **59,900** 起

奧捷斯匈11天

NT **61,900** 起

義大利10天

NT **65,900** 起

早鳥前10名優惠3,000

西葡12天

NT **82,900** 起

早鳥前10名優惠3,000

破冰船極光11天

NT **169,900** 起

