

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2026.10.12 出刊 每週一發行

VOL. 931



BRAND
USA

美國國家旅遊局年度盛會Travel Week

首度前進阿姆斯特丹 陸續規劃印度、巴拿馬、加拿大

活動聚焦市場研究與趨勢洞察、旅客入境資訊、
人工智慧與創新應用等主題 布局赴美旅遊需求深化各地市場合作



美國國家旅遊局
Brand USA總裁暨執行長
Fred Dixon





殞落的越竹跟蓬勃的越南航空業

曾

被視為越南最具潛力的新興航空公司，越竹航空（Bamboo Airways）自今年8月起已全面停止定期航班的營運，雖說9月仍有越南到澳門的航班包機執飛，但對比超過40架客機、全球航線目標120條的全盛時期，如今機隊只剩3架客機，僅保留未來可能的私人包機業務，整體令人不勝唏噓。

而從草創到邁向高峰，再到急速殞落的過程，越竹航空只用了不到10年的歲月。

回顧成立初期，作為越南第2家私營航空公司，規模排名第4大，越竹航空背靠著母集團—越南知名房地產開發商FLC集團的龐大資源，初期便跳過了從零累積的漫長過程，展開了極其快速的擴張期。

由於FLC屬於越南指標性開發商，不僅掌握數百個房地產專案，更持有遍布於河內、廣寧、富國等省市共計10萬公頃的土地，更跨足度假村、酒店、高爾夫球場等領域。因此根據原先的戰略定位，越竹航空將成為集團在天際的觸角，把全球旅客載運到越南，並走進集團旗下的度假村享受旅程。

因此自2017年正式成立後，2018年3月起越竹航空便與空中巴士簽署合約，斥資40億美元購買24架A321neo客機，同年11月取得營運許可。隨即2019年1月中開始運營，1個月內便開闢10條國內航線，6月便將首條國際航線「台北—峴港」收入囊中，12月再開闢「台北—河內」，一舉成為市場上高度期待、越南最具發展潛力的航空新星。

而隨後越竹航空的拓展一如成立初期的迅猛，短短幾年內擴張腳步不曾停止，羽翼覆蓋了台灣、日本、韓國、港澳大陸、東南亞，甚至歐洲英國、澳洲雪梨都能看見其身影。麾下機隊更曾擁有B787夢幻客機、Airbus A320、A321及Embraer E190等機型，加上遍及越南國內的國內線支撐，都讓越竹航空一度被各界視為挑戰越南航空、越捷航空的後起之秀。

然而即使撐過疫情的衝擊，越竹航空迅猛的成長之勢在2022年出現轉折，母集團FLC集團董事長鄭文決因操縱股價與詐欺遭逮捕，種種影響下不僅讓集團資金鏈出現問題，連帶使得越竹航空失去重要挹注與消費市場信心，該

年度以7.5億美元的虧損坐收。隨即便是一系列的地震，從經營層異動、飛機租賃糾紛、遭欠款的銀行與機場追討款項、機師與員工出走，一路到龐大的稅務壓力。

即使2023年5月曾轉由「Him Lam集團」在內的新團隊接手，透過集中火力於主要航線、機型簡化來降低各項成本等措施期盼挽救營運，卻仍力有未逮。因此當2025年9月控制權重新回到FLC手上時，機隊已大幅縮水，雖說一度與波音公司討論737 MAX窄體客機租用等合作，卻僅停於規劃階段，最終定期航班也全面停飛。

看見越竹航空受到母集團影響的窘境，對照目前呈現一片看好趨勢的越南客運市場就顯得格外諷刺。

根據越南官方統計，2025年全年越南國際入境客突破2千萬人次，讓政府單位將全年入境成長目標設定為雙位數。

於此同時，各大越籍航空紛紛加速擴張，包括越南航空6月份開航首條荷蘭直飛航線，7月則是飛入莫斯科增班；越捷航空則宣告10月開航布拉格；越旅航空除了強化國內航線外，同樣開闢前往中國大陸的航線。

而作為勢頭最猛的太陽富國航空，則是在機隊快速擴張下，已經將航往擴張到台北、首爾、香港、新加坡。值得一提的是，目前還有包括Masterise集團在內的3家航空公司正排隊進場。

越竹航空的故事值得產業思考的部分，並非一家航空公司的興衰，而是「快速成長」背後究竟需要什麼樣的支撐。越南毫無疑問仍處於擴張期，人口、觀光、製造業與國際投資持續帶動航空需求，新航線與新航空公司的加入，也讓市場競爭愈來愈激烈。

然而，越竹航空的殞落同樣提醒市場，航空業從來不只要有需求就能成長，當經營環節其中一個出現問題，原本快速擴張的航網也能在短時間內急速收縮。

可以說，越竹航空的離場並不代表越南航空市場降溫，反而是整體市場不斷擴大下，誰能在成長與基礎間取得平衡，才能建立更為強勁的競爭力。

總編輯

王政

EDITORIAL | 旅奇社論

02 殞落的越竹跟蓬勃的越南航空業

COVER STORY | 封面故事

04 美國國家旅遊局年度盛會Travel Week首度前進阿姆斯特丹 陸續規劃印度、巴拿馬、加拿大

AIRLINES | 航空飛訊

06 華信航空攜手國立台灣交響樂團 飛上雲端
台灣虎航與Dohop拓展亞太航網 虎里轉上線
國泰攜手FIZZ FIZZ 打造信義區快閃酒吧
萬鈞旅行社 在台總代理印度「靛藍航空」

TRADE TALK | 旅業大小事

08 華航全新紀錄片即日起於Discovery頻道上線
秋冬香港玩什麼？解鎖多元面貌
Caroline Beteta出任代理Brand USA總裁暨執行長
台灣旅客赴美熱度不減 今年前8月成長8.4%
2026第8屆TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽盛大開幕！

TRADE TALK | 旅業大小事

11 席開112桌！雙北觀光產業中秋論壇登場
日本東北鎖定南台灣450萬人赴日旅遊客源
商業發展署2026臺灣味：琥珀油香競賽 打造點油蔥成金的職人舞台
第12屆台灣觀光發展論壇 聚焦科技紅利
華速國際企業喬遷新址 積極擴大營運規模
帛琉觀光局高雄辦推薦會 百名業者齊聚
台灣東區觀光圈聯盟協會正式成立！
中華美食交流協會舉辦第3次會員大會暨晚宴

JAPAN | 和風日本

16 立山黑部進入紅葉季 室堂迎接最佳觀賞期
栃木縣台灣觀光商談會登場 16組單位齊聚
首度進駐北海道 札幌凱悅尚萃酒店開幕

TAIWAN TRAVEL | 國旅專題

18 北觀處「曜動北海岸 金山萬里溫泉季」圓滿落幕
2026亞洲生態旅遊聯盟海外年會在台盛大舉辦
東北角連續5年推動穆斯林友善計劃成果亮眼
2026草嶺古道芒花季於10／31～11／29登場

榮譽顧問／夏克堅 Frank Hsia
發行人／黃秀春 Josephine Huang
社長兼總經理／歐彥君 Winnie Ou
國際市場部部長／劉厚志 Jack Liu

編輯部 Editorial		行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit	
總編輯／王政	John Wang	資深專案經理／周威廷	Wayne Chou
副總編輯／林宥鈞	Ruru Lin	經理／李曉倩	Judy Lee
資深採訪編輯／張偉浩	Neil Chang		
採訪編輯／謝旻蒨	Jasmine Hsieh	業務部 Business Department	
執行編輯／陳妍潔	Annie Chen	協理／王相涵	Abby Wang 0922-671-775
資深設計／曾繁淵	Joe Tseng	經理／王相淳	Sammi Wang 0922-566-614
		經理／王政介	Randy Wang 0912-815-962
文案部 Copy Writer		專案經理／林秀美	Hidemi Lin 0935-357-017
經理／謝筱華	Anne Hsien		
資深專案經理／彭可玕	Poppy Peng	國際市場部 International Marketing Department	
資深專案經理／楊詩涵	Ginger Yang	企劃副理／黃千珮	Pat Huang
		企劃編輯／何昕穎	Hsinying Ho
設計部 Art		行銷企劃／陳品樺	Penny Chen
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		

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

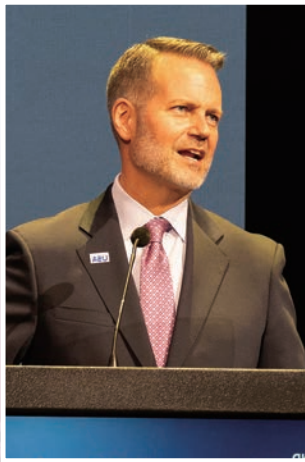


旅奇傳媒

BRAND
USA

美國國家旅遊局年度盛會Travel Week首度前

活動聚焦市場研究與趨勢洞察、旅客入境資訊、人工智慧與創新應



▲美國國家旅遊局Brand USA總裁暨執行長Fred Dixon表示，深化全球夥伴關係是持續帶動赴美旅遊的重要關鍵。

美國國家旅遊局Brand USA（以下簡稱Brand USA）於9／28正式揭幕年度盛會「2026 Brand USA Travel Week 英國暨歐洲旅遊週」。活動今年邁入第8屆，並首度於阿姆斯特丹舉行，為期4天至10／1。



▲美國國家旅遊局Brand USA行銷長Leah Chandler分享，America the Beautiful上線1週年的最新成果。



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」首度於阿姆斯特丹登場。

今年同時迎來Brand USA全球旅遊推廣平台America the Beautiful上線1週年，該平台於去年倫敦舉行的Brand USA旅遊週期間正式推出。美國國家旅遊局Brand USA總裁暨執行長Fred Dixon表示，「未來旅遊需求的成長，建立在今日持續深化的合作夥伴關係之上。英國與歐洲一直是美國重要的國際旅遊市場，而長期穩固的跨大西洋合作，也持續為赴美旅遊注入動能。透過Brand USA旅遊週，期望進一步深化產業夥伴之間的連結，吸引更多國際旅客探索美國，同時為全美各地的旅遊目的地、企業與在地社區創造更多經濟效益。」

Brand USA旅遊週 持續拓展全球布局

自2019年創辦以來「Brand USA英國暨歐洲旅遊週」已成為串聯美國旅遊業

者與國際市場的重要交流平台，累計促成數以千計的商務洽談與媒體交流。今年活動持續聚焦赴美旅遊市場發展，並針對旅遊業者、媒體與產業領袖規劃專屬議程，內容涵蓋市場研究與趨勢洞察、旅客入境資訊，以及人工智慧與創新應用等主題。

本屆亦邀請美國海關暨邊境保護局、美國國務院及國土安全部代表共同出席。美國駐荷蘭大使Joseph Popolo於全體大會致詞時表示，「荷蘭是美國在貿易、觀光與國家安全等領域的重要夥伴。」並特別提到阿姆斯特丹史基浦機場在美荷旅遊往來中扮演的關鍵角色，持續促進兩國之間緊密的人員交流與觀光發展。

早在Brand USA創立之初，Popolo大使即曾參與美國旅遊協會執行長圓桌會議，多年來也持續支持Brand USA的

發展，以及其推動美國在全球旅遊市場能見度與競爭力的角色。除英國與歐洲市場外，Brand USA今年亦持續擴大旅遊週的全球布局，已分別於印度與南美洲舉辦首屆活動，並將於10／26～10／29首次前進加拿大。2027年則預計於1／17～1／21重返印度清奈，並於3／14～3／18在巴拿馬舉辦規模擴大的拉丁美洲旅遊週。

2027年前進印度、拉美 秋季再度回到倫敦



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」在戶外路面電車車體上進行宣傳廣告。

進阿姆斯特丹 陸續規劃印度、巴拿馬、加拿大 用等主題 布局赴美旅遊需求深化各地市場合作

撰文／張偉浩 圖片提供／美國國家旅遊局Brand USA



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」促進美國旅遊業者與國際買家交流合作。



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」期望進一步深化產業夥伴之間的連結，吸引更多國際旅客探索美國。



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」共有超過450名美國代表，以及逾300名來自英國與歐洲各地的買家與媒體齊聚阿姆斯特丹。

各地旅遊週皆依市場特性量身規劃，延續英國暨歐洲旅遊週的核心模式，透過商務洽談、市場洞察分享、買家與媒體交流，以及專屬交流活動，協助美國旅遊業者深化與國際市場的合作關係。Brand USA 同時宣布「Brand USA英國暨歐洲旅遊週」將於明年重返倫敦，將於2027／10／18～10／21在Olympia London舉行。

「Brand USA英國暨歐洲旅遊週 2026」獲得愛爾蘭航空、美國航空、英國航空、BKNG Ads、Expedia、Miles Partnership、MMGY Global與Sojern等贊助商及合作夥伴支持。美國國家旅遊局Brand USA全球市場資深副總裁暨旅遊業務長Malcolm Smith表示，Brand USA旅遊週的規模與影響力持續成長。今年共有超過450名美國代表，以及逾300名來自英國與歐洲各地的買家與媒體齊聚阿姆斯特丹，讓與會者能夠分享最新旅遊產品、交換市場觀察並建立更緊密的合作關係，進一步提升國際旅客赴美旅遊的興趣。他進一步表示，Brand USA很高興看到旅遊週持續拓展全球版圖。下個月將首度於加拿

大登場，明年1月重返印度、3月前進拉丁美洲，並於秋季再度回到倫敦。

America the Beautiful 1週年 深化美國旅遊內容體驗

上線屆滿1年的America the Beautiful如今已發展為整合Brand USA消費者品牌內容、旅遊資訊與產業合作的完整平台。內容涵蓋「American Originals」故事系列、迎接歷史公路百週年的66號公路自駕企劃「A Beautiful Detour」、提供實用赴美旅遊資訊的「Get Facts. Get Going」專區，以及AmericaTheBeautiful.com推出的AI智慧行程規劃功能，從旅遊靈感到實際規劃，提供旅客更完整的赴美探索體驗。

美國國家旅遊局Brand USA行銷長Leah Chandler表示，America the Beautiful的初衷，是透過來自全美各地的真實故事啟發旅客，同時打造一個能與產業夥伴共同分享與延伸內容的平台。上線1年後，Brand USA已看到明確成果，接觸過這項行銷活動的旅客，表示計劃造訪美國的比例約為未接觸者的2倍；

American Originals累積觀看次數亦已突破1.97億次，平均觀看時間超過3分鐘。

上線1年來，在各市場持續獲得正面迴響：

- 1.各市場對行銷活動的好感度均維持在84%。
- 2.今年8月，77%的受訪者表示，相關內容提升了他們造訪美國的興趣，創下Brand USA過去10個月追蹤以來的新高。
- 3.曾看過行銷素材的旅客中，60%表示有意造訪美國，高於未接觸相關素材者的31%。
- 4.每10人中有7人表示，相關廣告讓他們更想進一步了解美國各地值得探索的景點與旅遊體驗。

2027年美國旅遊新亮點

隨著跨大西洋航空運能持續擴增，2027年歐洲往返美國預計新增21條直飛航線。伴隨多條新航線與增班服務陸續公布，屆時旅客將可從歐洲27個國家直飛美國，航網涵蓋全美27州、37座城市，赴美旅遊選擇將更加多元。

Brand USA亦同步向國際媒體及旅遊業合作夥伴公布多項2027年美國旅遊新亮點，提供更多內容與報導靈感，主題包括「美國旅遊新亮點」、「美國節慶假期」、「美國鐵道旅遊」，以及最新版本的美國奢華旅遊新聞資料。更多Brand USA最新資訊，請造訪近期全新改版的TheBrandUSA.com。



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」在交通要道廣告刊版上推廣活動。



▲「2026 Brand USA 英國暨歐洲旅遊週」在地鐵站廣告也能看到各式宣傳文宣，表達重視活動成效。

華信航空攜手國立台灣交響樂團 飛上雲端

10 / 10 起輪播台灣歌謠經典曲目 打造獨特機上音樂體驗

撰文・攝影／林宥鈞

華信航空與國立台灣交響樂團（以下簡稱國台交）10／7於松山機場舉行「台灣之聲 響徹雲霄」機上音樂簽約授權記者會，宣布雙方展開音樂跨界合作，自10／10起將台灣經典歌謠交響樂帶進客艙，作為登機迎賓及降落送客音樂，讓旅客從登機至抵達，都能透過音樂感受台灣文化。

經典歌謠登上客艙 交響編曲賦予旋律新生命

華信航空董事長陳大鈞表示，透過與國台交合作，將大家耳熟能詳的台灣歌謠帶上雲端，旅客進入客艙即可聽見熟悉旋律，結合航空與音樂，創造獨特的機上服務文化體驗。國立台灣交響樂團團長歐陽慧剛分享，此次為國台交首度與航空公司跨界合作，別具意義，讓音樂不只存在於音樂廳，也能走入日常飛上雲端，透過華信客艙播放交響樂，



▲（左3起）台北航空站主任鄭堅中、華信航空總經理莊明哲、董事長陳大鈞，國立台灣交響樂團團長歐陽慧剛、台勤董事長韓梁中、關務署台北關主任郭佩璇與國立台灣交響樂團副團長林麗如。



▲華信航空董事長陳大鈞（左2）與國立台灣交響樂團團長歐陽慧剛（右2）代表雙方簽署授權合作。

提供更多旅客接觸台灣歌謠與古典音樂的機會。

華信航空總經理莊明哲說明，機上音樂將採每月輪播方式，登機迎賓以台灣歌謠為主，10／10首播播放《滿面春風》；降落後則固定播放小約翰·史特勞斯《蝙蝠》序曲，營造輕快的送客氛圍。選曲包括《滿面春風》、《一個紅蛋》、《窗邊雨》、《江上月影》、《月夜愁》等5首台灣民謠，及《蝙蝠》序曲。

國台交創立於1945年，去年迎來創團80週年，長期投入古典音樂推廣與台灣音樂文化保存。此次與華信航空合作音樂取材自國台交歷時6年完成的《台灣歌謠傳鄉情》錄音計劃，收錄台語、客家及原住民族歌謠，並由台灣作曲家重新編寫為管弦樂版本。華信航空特別選用鄧雨賢、姚讚福等音樂前輩作品，透過交響編制重新詮釋，讓傳統旋律呈現不同音樂風貌。

台灣虎航與Dohop拓展亞太航網 虎里轉上線

串聯酷航打造一站式轉機服務 延伸旅客亞太旅遊版圖

撰文／林宥鈞 圖片提供／台灣虎航



▲（左起）Dohop亞太區戰略合作總監Benson、營運總監Hugh Aitken，台灣虎航董事長黃世惠、商務長許致遠。



▲台灣虎航董事長黃世惠（右）與Dohop營運總監Hugh Aitken攜手簽署MOU，宣布聯航轉機服務正式上線。

台灣虎航（以下簡稱台虎）10／1在日本北海道新千歲機場舉辦的CAPA航空領袖峰會（CAPA Airline Leader Summit）中，攜手旅遊科技業者Dohop簽署MOU，宣布聯航轉機服務上線，並推出「虎里轉tigerhop」訂票平台。首波與酷航（Scoot）合作，旅客可於單次購票流程預訂聯航轉機航點。

「虎里轉tigerhop」採用Dohop「RetailConnect」技術，串聯台虎與合作夥伴航班。新加坡旅客可經桃園國際

機場轉往秋田、鳥取、岡山等地；日本旅客則可經桃園國際機場前往新加坡，增加亞太航網串聯效益。

台灣虎航董事長黃世惠表示，透過與Dohop合作，彈性延伸國際航線，未來期待攜手更多航空夥伴，進一步深耕亞太，提供虎迷們更為完善、無邊界的飛行體驗。Dohop營運總監Hugh Aitken指出，台虎完美示範航空公司如何跳脫傳統雙邊聯航的繁雜程序與高昂成本，透過智慧聯網高效擴大航網，不僅能為台灣

旅客創造出更多元的出遊選擇，更為雙方在亞太市場的布局寫下全新里程碑。

轉機彈性再提升 行李服務與保障同步到位

透過「虎里轉」購買跨航空公司組合套票，若台虎為首段航程且有託運行李需求，將免費提供優先行李服務；目前尚未提供行李直掛，旅客仍須轉機時提領並重新託運。轉機時間為3至48小時，也可安排在台灣短暫停留。另可加購Dohop「ConnectSure」服務，若遇航班延誤等狀況，可獲轉接及補償協助。

除拓展航網，台虎亦強化旅遊服務。今年第2季與易飛網合作推出「虎加酒tigertel」；近期再導入AI行程助理，旅客填寫旅遊偏好後，即可獲得客製化推薦行程，簡化規劃流程，打造更貼近需求的旅遊體驗。

國泰攜手FIZZ FIZZ 打造信義區快閃酒吧

展現80週年品牌生活化 加速旅客哩程累積行銷新策略

撰文・攝影／張偉浩



▲歡慶成立80週年，國泰航空積極推動品牌生活化策略，攜手台北信義區人氣立飲酒吧FIZZ FIZZ，於微風南山廣場前打造「城市中的高空滋味」期間限定快閃酒吧。

◀國泰航空台灣區總經理洗蔚宗。

歡慶成立80週年，國泰航空（以下簡稱國泰）積極推動品牌生活化策略，攜手台北信義區人氣立飲酒吧FIZZ FIZZ，於微風南山廣場前打造「城市中的高空滋味」期間限定快閃酒吧。本次活動創下國泰首度將商務客艙與貴賓室招牌特調帶走出機艙與貴賓室、走入台北街頭的先例，展現航空業者打破

傳統機艙服務界線、透過日常生活場景強化與消費者連結的跨界行銷布局。

快閃酒吧於10／2、3及10／30、31，2個週末限定登場。**國泰航空台灣區總經理洗蔚宗**表示，現場特別引進2款機上經典特調（每杯售價280元），包括含有奇異果汁與椰奶風味的無酒精特調「國泰碧玉Cathay Delight」，以及特別以發光杯造型呈現的經典雞尾酒「樂上雲霄Cloud Nine」。現場同步結合

港風音樂派對氛圍、超人氣「國泰航空經典制服小熊」拍照打卡點，完成指定任務更可領取80週年限定紀念小卡，打造兼具視覺與味覺的旅行意象體驗。

在哩程方面，FIZZ FIZZ自10／1起正式成為「亞洲萬里通」合作夥伴，提供消費者日常每消費30元即可累積1哩。活動期間凡購買指定特調，每杯更可加碼獲贈150哩數，且現場不設累積上限，加速帶動消費者累積哩程動力。

此外，國泰會員購買2杯特調，或刷國泰世華亞洲萬里通聯名卡、台新國泰航空聯名卡購買1杯，還可獲得限量專屬紀念禮。目前國泰已與全球超過800個旅遊及生活品味夥伴合作，未來將持續深化非航空夥伴串聯，將高空飛行品質延伸至消費者的日常生活，為旅遊與航空產業的顧客忠誠度經營提供創新範例。

未成年請勿飲酒

萬鈞旅行社 在台總代理印度「靛藍航空」

印度最大航空公司 獲獎無數打優質飛航與團體旅遊體驗

撰文／張偉浩 圖片提供／靛藍航空



▲靛藍航空擁有441架規模的龐大機隊。

印度最大客運航空公司「靛藍航空」（以下簡稱靛藍）正式由萬鈞旅行社擔任台灣總代理。作為印度航空業的領航者，靛藍持續擴展全球航網，結合萬鈞旅行社豐富的代理經驗，將為台灣市場與旅遊同業提供更完善、優質的飛航銷售與票務服務。靛藍自2006年成立以來，秉持「優惠票價、準

點、友善且便利的旅行體驗」為核心理念。截至今年8月，靛藍在印度國內市場占有率高達65%；2025年全年載客量更突破1.24億人次，每日營運2,200以上航班。

在機隊與航網方面，靛藍擁有超過400架規模的龐大機隊，主力機型涵蓋A320 CEO、A320 NEO、A321及ATR

等。航網覆蓋全球142個航點（包含97個印度國內航點與45個國際航點），緊密連結印度主要城市並通往全球各大航點。此外，靛藍卓越的營運品質屢獲國際肯定，榮獲SKYTRAX 2025「印度及南亞最佳航空公司」、CAPA 2024「年度航空公司」，並連續3年獲ch-aviation評為「全球最年輕機隊」。

彈性團體規則 助同業輕鬆包裝旅遊產品

- 團體票價規定：**滿10人即可申請團體票價，票價有效期限為24小時，且機票已內含7公斤手提行李與15公斤托運行李；團體成行率要求為90%。
- 付款與名單期限：**確認訂團時支付票價25%之訂金，尾款須於航班起飛前18天結清，旅客名單則於起飛前10天提供即可。
- 開票後變更與取消規範：**
 - ★**部分取消／更改名單：**航班起飛前2天最多可取消預訂金額的10%（上限10人），費用為國內線每人每航段印度盧比3,500元、國際線印度盧比5,000元；起飛前2天更改姓名上限為團體人數10%，費用為國內線每人每航段印度盧比3,250元、國際線印度盧比4,250元。
 - ★**整團變更／取消：**起飛前7天變更整個團體日期或航班，改期罰金為國內線每人每航段印度盧比2,750元、國際線印度盧比3,750元（另加票價差額）；起飛前7天取消整團，罰金為國內線每人每航段印度盧比3,000元、國際線印度盧比4,500元。

華航全新紀錄片即日起於Discovery頻道上線

安全為企業經營核心 展現華航維修品質與飛安堅持

撰文／陳妍潔 圖片提供／中華航空



▲Discovery頻道全新紀錄片《工程先鋒：飛航守護者》於10/9首播，影片記錄中華航空維修與飛安體系。

Discovery頻道全新紀錄片《工程先鋒：飛航守護者》，首度深入中華航空（以下簡稱華航）修護工廠，帶領觀眾走進飛機維修的第一線，揭開幕後的維修與飛安體系、專業技術、人才培育與安全文化。紀錄片將於即日起晚間21：00在台灣Discovery頻道首播，並陸

續於東南亞及日本播出。《工程先鋒：飛航守護者》於10/6搶先公開精彩片段，中華航空董事長高星漢與總經理陳漢銘亦出席觀影，展現華航長期以飛安為核心與修護專業的堅持。紀錄片探索工程師專注檢測零件與修護作業，捕捉深夜的修管中心守護全球機隊的身影，以專業技術與團隊合作，確保每一架航機安全投入飛行任務。中華航空資深副總經理李榮輝、修護工廠總廠長李志偉及各專業領域的一線修護同仁也在影片中分享航機修護的幕後祕辛，訴說飛行背後日復一日的使

命感與專業堅守。

《工程先鋒：飛航守護者》收錄外界難得一見的航機修護與保養作業，紀錄片也深入華航24小時修管中心，呈現地面團隊在航機飛行全球各地時，如何即時監控機隊運行，確保每一架航機維持最佳飛航狀態。此外，華航修護訓練中心運用MR混合實境與模擬教學設備，培育新世代修護人才，展現完整教育訓練與經驗傳承。華航致力將安全視為企業經營最核心的價值，持續投入機隊維護、安全管理制度及修護人才培育，為飛航安全奠定穩健基礎。《工程先鋒：飛航守護者》除展現華航修護團隊的專業，更邀請觀眾一同走進飛行幕後，看見每一架飛機背後所匯聚的技術、制度與團隊力量。華航積極培育修護人才，歡迎更多對航空維修懷抱熱情的年輕世代加入，共同守護每趟飛行旅程。

秋冬香港玩什麼？港旅局推薦多元亮點

萬聖、美酒佳餚、舊城中環 人氣玩法接力登場

撰文／王政 圖片提供／香港旅遊發展局

當涼爽秋風吹起，香港節慶盛事正輪番上場，從10月萬聖節的狂歡熱浪，到全球饕客期盼的「香港美酒佳餚巡禮」，城市的夜晚正被美酒美食與歡笑點亮。

今年10月的香港很萬聖，不僅推出大型跨區Cosplay變裝派對，10/17、24舉行預熱派對，10/31多個地標街區化身主題狂歡熱點，打造沉浸式變裝舞台與特色聯乘活動。2大主題樂園亦帶來節限定體驗，香港迪士尼樂園度假區即日起至11/1期間舉行「Disney Halloween Time」，由氣勢十足的惡人派對、萬聖節主題娛樂演出；香港海洋公園同樣推出「哈囉喂全園祭」，帶來沉浸式驚嚇體驗。

而作為年度盛事之一，「香港美酒佳餚巡禮」今年將以更盛大的姿態登場，10/29～11/1期間在維多利亞港天際線襯托下，超過300個攤位將帶來味覺



▲香港美酒佳餚巡禮將於10/29～11/1期間在維多利亞港天際線襯托下登場。

盛宴，今年還有氣泡茶、低酒精手工啤酒及創意雞尾酒等新潮選擇。同樣令人期待的「品味館」將推出限定菜單，並邀請到《黑白大廚》走紅全球的Edward Lee等名廚獻藝。

而鑒於疫後旅客轉向深度旅遊，港旅局則推薦「舊城中環」，以全球最長的戶外有蓋扶手電梯系統—中環至半山自動扶手電梯為核心，引領旅客由日與夜感受社區活力。全新策劃的主題體驗鼓勵旅客穿梭大街小巷，發掘中環的日



▲香港歡迎旅客一起投入全城cosplay變裝派對。

常生活、歷史底蘊、街坊滋味及藝文拾趣。旅客可索取實體版「舊城地圖」，輕鬆尋訪社區的隱世好去處；凡於指定商戶即日消費滿港幣200元或以上，即可在中環街市、大館、PMQ元創方等免費隨機換領限量版街牌磁扣。

於此同時，Klook與香港電車跨界合作推出香港首創地區直送電車移動餐飲體驗「叮叮美食團」，約1小時的電車漫旅精選7款新鮮出爐招牌經典港味，旅客可邊品嚐在地美食邊聆聽文化故事。

Caroline Beteta出任代理Brand USA總裁暨執行長

協助創立及領導美國國家旅遊局 活躍深耕觀光產業30年

撰文／張偉浩 圖片提供／美國國家旅遊局



▲卡羅琳·貝特塔（Caroline Beteta）將自11／9起出任美國國家旅遊局Brand USA代理總裁暨執行長。

美國國家旅遊局Brand USA（以下簡稱Brand USA）宣布任命卡羅琳·貝特塔（Caroline Beteta）出任代理總裁暨執行長，自11／9起正式生效。此項任命確認經由Brand USA董事會通過。卡羅琳·貝特塔於今年9月卸任加州旅遊

局（Visit California）總裁暨執行長一職，圓滿完成其近30年的領導任期。她深耕觀光產業多年，具備豐富的組織管理與目的地行銷經驗，與Brand USA亦淵源深厚，過去曾擔任董事會主席及代理執行長。

卡羅琳·貝特塔自1998年1月起擔任加州旅遊局總裁暨執行長，直至2026年9月退休，任內亦曾出任加州觀光事務副廳長，並擔任州長商業與經濟發展辦公室策略顧問。在她的領導之下，使加州持續穩居全球熱門旅遊目的地之列。根據加州旅遊局資料，目前加州觀光產業直接支持約120萬個工作機會，每年創造超過1,500億美元旅客相關消費。

卡羅琳·貝特塔與Brand USA的淵源可追溯至組織創立初期，在她擔任美國旅遊協會全國主席期間，曾參與推動旅遊

產業協會（Travel Industry Association）與旅遊商業圓桌會議（Travel Business Roundtable）進行整合，並為Brand USA的成立奠定重要基礎。此後，她後來陸續擔任Brand USA營運副主席、董事會主席及代理執行長。在全美旅遊產業領域，卡羅琳之前獲得美國商務部長任命為美國旅遊暨觀光諮詢委員會委員，並擔任世界旅遊暨觀光理事會執行委員會委員。2016年，她更入選美國旅遊協會「領袖名人堂」表彰其長期對美國旅遊產業的貢獻。

卡羅琳·貝特塔將接替Fred Dixon，其在擔任Brand USA總裁暨執行長逾2年後，將於11／13正式離任，並於12／1返回紐約市，出任紐約市觀光會展局（NYC Tourism + Conventions）總裁暨執行長。

台灣旅客赴美熱度不減 今年前8月成長8.4%

運能擴張、主題多元 台灣穩居美國19大長程客源市場

撰文、攝影／張偉浩

在全球觀光市場競爭日益激烈之際，台灣旅客赴美旅遊熱情依然強勁，持續穩健成長。今年截至8月，美國共迎來逾31.5萬人次台灣旅客，台灣赴美旅客人次較去年同期勁揚8.4%。

美國旅遊推展協會會長唐靜儀表示，由於強勁的消費力、較長的停留天數，以及對多元旅遊體驗的高度興趣，台灣持續成為美國旅遊目的地最具價值的長程客源市場之一，根據美國國家旅遊與觀光辦公室（NTTO, National Travel and Tourism Office）8月統計數據，台灣赴美旅客人次較去年同期勁揚8.4%，位列美國第19大長程客源市場。

美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如深入介紹全新升級的TheBrandUSA.com。本次平台改版以升級的智慧搜尋功能、全新的行銷資源庫（Asset Library），以及優化的旅遊業



◀（左起）美國旅遊推展協會執行長蘇泳如、僑興旅行社總經理何顯騏、美國達美航空台灣總代理達盛旅行社總經理汪翠雲、美國國家旅遊局Brand USA台灣代表蔡璧如、聯合航空台灣業務總經理唐靜儀（會長）、AIT商務官劉品、美國蒙大拿州商務辦事處代表王美美、美國華盛頓州台灣辦事處執行長蔡宜玲、AIT商務組高嘉伶。

者網頁為核心亮點。聯合航空也將自10／25起，台北－舊金山每日第2班航班將調整至夜間起飛，提供更具彈性的行程安排及更便利的美國轉機選擇。而為迎接2027年1月於拉斯維加斯舉行的國際消費電子展（CES），達美航空推出台北（TPE）直飛拉斯維加斯（LAS）特別航班，並以旗艦A350-900機型執飛。

隨著秋意漸濃，蒙大拿州（Montana）也迎來一年中最迷人的季節：清爽的

早晨、較少的人潮，以及染上金黃色彩的三角葉楊與山谷。無論是追尋野生動物、在河畔甩竿，或走進老西部的淘金歲月，蒙大拿都能為台灣旅客帶來遠離塵囂的深度體驗。

唐靜儀進一步說明，台灣旅客正積極探索全美更多元化的旅遊目的地，搭配台美航線與航班的選擇性持續增加，有助於將觀光效益延伸到美國傳統門戶城市之外。

2026第8屆TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽盛大開幕！

匯聚18個國家及地區頂尖高手與50位國際評審 持續將台灣餐飲躍上世界舞台

撰文・攝影／謝旻蓓 圖片提供／台灣廚藝美食協會



▲2026第8屆TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽於10／2假台北世貿一館盛大開幕。



被譽為「廚藝界奧運」的Worldchefs國際賽事－2026第8屆TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽於10／2假台北世貿一館盛大開幕，現場由台北市市長蔣萬安帶領團隊與來自全球18個國家及地區的選手，以及120個餐飲相關機構、國際評審及餐飲專業人士共同揭開賽事序幕。

接軌國際評分標準 全力爭取升級國際B級賽事

為期4天的賽事共計近700組競賽組次，特別匯聚50位以上國際權威評審，吸引來自義大利、馬來西亞、新加坡及蒙古等18個國家及地區、400多位選手參賽。從青年選手、餐飲科系學生、職業廚師到各國專業團隊齊聚台北，展開一場跨越國界的廚藝交流盛會。

台灣廚藝美食協會表示，面對少子化與餐飲人才培育的挑戰，賽事初衷是希望為台灣廚藝人才打造無縫接軌國際的舞台。透過引進世界廚師聯合會（Worldchefs）比照國際等級的客觀評分標準與國際評審，讓選手不必負擔昂貴的旅外費用，在台北世貿就能與來自18

個國家的頂尖選手切磋交流。賽事採取國際計分標準，強調讓選手「自己跟自己比」，賽後更由國際評審親自講評指導，幫助選手精進技術。

透過比賽過去協會已培育出代表台灣奪得世界大賽第2名及甜點項目全球第1的優秀人才。展望未來，協會將打造兼具公正性與國際視野的交流平台，進一步擴大賽事規模並深化與各界合作，全力爭取升級為Worldchefs國際B級賽事，持續用廚藝軟實力向國際行銷台灣。

5大領域展現餐飲軟實力 邀《黑白大廚》評審加持

本屆競賽橫跨熱烹、冷菜展示、烘焙藝術、蔬果雕刻及飲調5大領域，從專業技術、食材運用到創意呈現，全面展現新世代餐飲人才的實力。其中今年首度登場的「烤鴨達人賽」成為賽事亮點之一，將經典烤鴨搬上專業競技舞台。參與的队伍中有北、中、南5星級飯店選手一同參賽，須從片鴨、鴨肉料理到鴨骨運用完整呈現，全面考驗刀工、火候與料理創意，讓經典技藝在國際賽場上展現新的可能，也讓世界透過競賽看



▲（左起）台灣廚藝美食協會理事長王志文、第8屆TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽評審長Yau Kok Kheong、大會主席張志賢。
▲活動特別邀請韓國熱門料理節目《黑白大廚》知名主廚呂敬來（左）擔任大賽評審。

見東方飲食文化的深厚底蘊。

另外，國際評審陣容同樣受到矚目。本屆特別邀請韓國熱門料理節目《黑白大廚》知名主廚呂敬來擔任大賽評審，並集結來自世界各地的專業評審共同參與。國際名廚、專業評審與各國選手齊聚台北，不只為競賽評分，更透過專業交流，讓台灣餐飲人才與國際標準接軌。

同時，台北市市長蔣萬安亦親臨開幕現場，與各國餐飲人才共同見證賽事啟動。當來自世界各地的選手因料理相聚台北，國際競賽所帶來的不只是專業技術的較量，更串聯城市、人才、產業與文化交流，讓國際友人透過美食認識台北，也讓台灣優秀的餐飲人才、在地食材與飲食文化有更多走向世界的機會。



▲賽事採取國際評分標準，由專業評審親自講評指導，幫助選手精進技術。



席開112桌！雙北觀光產業中秋論壇登場

雙北市長及參選人出席活動 展現各界對觀光產業的重視與支持

撰文・攝影／謝旻蒨



▲「雙北觀光產業中秋論壇暨餐會」於9/30假頤品大飯店新莊晶冠館舉行。



◀（左起）台灣國際觀光救援服務協會創會理事長許高慶、台中市旅行公會理事長馮國豐、遊覽車客運業品質保障協會理事長鄭春綢、台北市旅行公會副理事長陳玉鳳、台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁、台北市觀光傳播局局長余祥、台北市旅行公會理事長陳怡璇、國旅委員會召集人朱永達、旅行社聯保聯誼會會長王采紅、台北市旅行公會副理事長林義順、上聯國際總經理時醒華、台北市旅館公會理事長趙一任、維格餅家董事長孫國華、台灣海峽兩岸旅行發展協會創會理事長姚大光。

由台灣海峽兩岸旅行發展協會承辦的「雙北觀光產業中秋論壇暨餐會」於9/30假頤品大飯店新莊晶冠館舉行，現場席開112桌，邀請台北市市長蔣萬安、新北市市長侯友宜與新北市市長參選人李四川出席關心，充分展現各界對觀光產業復甦的高度重視與支持。

台灣海峽兩岸旅行發展協會理事長蕭博仁強調，觀光產業串聯飯店、交通與餐飲，是帶動地方消費與國際交流的

關鍵力量。目前旅遊產業面對人才斷層與年輕人投入意願低等危機，應積極培育新一代人才，針對旅客習慣以手機及AI訂房訂行程，旅行社應透過轉型打造專業化的服務，擺脫低價競爭並推動深度與銀髮等特色旅遊；同時結合AI提升效率與人情味，推動永續觀光讓利益留在地方。

台灣海峽兩岸旅行發展協會創會理事長姚大光指出，目前觀光產業受限於

邊境相關管制，導致入境旅客與國旅人數大量減少，加上全球國際戰爭及物價上漲壓力，嚴重壓縮了產業的獲利空間。但台灣觀光產業展現強韌的精神，所有業者在逆境中依然堅守崗位、展現堅強信心。

他特別呼籲同業持續團結堅持，並樂觀預測2028年過後產業將走出困境，迎來全新且長遠的觀光榮景。

日本東北鎖定南台灣450萬人赴日旅遊客源

攜手高雄、台南雙公會 串聯業者拓展市場商機

撰文／林宥鈞 圖片提供／台南市旅行公會

日本航班增加，台南、高雄合計約450萬人口，赴日旅遊需求可觀，相信透過說明會及商談，將促成更多業者合作。

航班增帶動南台灣需求 台日業者合作開創產值

高雄市旅行公會理事長蔡宗佑表示，目前高雄飛往日本每週約有120～140班次，明年星宇航空也將加入，顯示雙方交流持續升溫。此次商談會可協助南部業者掌握更多東北旅遊資訊，也為市場帶來更多商機。

台南市旅行公會理事長蔡承鴻則指出，台南與仙台締結姊妹市已20年，3年前啟動「台南－仙台」包機旅遊模式，目前「高雄－仙台」航班載客率逾8成，反映南部旅客對東北旅遊的高度興趣，透過此次的雙邊交流，相信可創造更多合作機會及產值。



▲（左起）台南市旅行公會理事長蔡承鴻、高雄市觀光局局長高閔琳、日本東北觀光推進機構專務理事渡邊厚與高雄市旅行公會理事長蔡宗佑。



日本東北觀光推進機構攜手台南市與高雄市旅行公會於10/1，假高雄寒軒國際大飯店舉辦「東北觀光說明會暨商談會」，邀請南台灣及日本東北約30家業者交流，深化雙方觀光合作。隨台灣赴日旅遊熱度持續，東北6縣憑藉雪景、櫻花、溫泉等四季特色，逐漸受到市場關注。從青森蘋果、秋田生剝鬼節、宮城藏王樹冰、山形銀山溫泉，到福島大內宿、新潟長岡花火等多元景觀，展

現不同於東京、大阪等地的旅遊魅力。

日本東北觀光推進機構專務理事渡邊厚表示，2025年台灣旅客造訪東北6縣及新潟達130萬人次，占當地外籍旅客42%，為日本其他地區少見的現象，顯示台灣市場的重要性。尤其台南、高雄成長潛力大，未來將視為核心市場，加強宣傳推廣。

高雄市觀光局局長高閔琳說，台日觀光交流日益密切，高雄國際機場直飛

商業發展署2026臺灣味：琥珀油香競賽 打造點油蔥成金的職人舞台

找到傳統和創新台菜DNA！阿發師、郭文秀、焦志方等9大權威評審認證

撰文／歐彥君 圖片提供／中國生產力中心



▲「2026臺灣味：琥珀油香競賽」傳統組與創新組金、銀、銅獎得主合影留念，共同展現台灣油蔥料理的傳承底蘊與創新魅力。



▲各隊參賽隊伍齊聚一堂，各展絕活，將自身招牌料理與經典油蔥完美結合，攜手推廣最道地的台灣味料理。

由經濟部商業發展署（以下簡稱商發署）主辦、台灣餐飲界年度盛事「2026臺灣味：琥珀油香競賽」，於10／2在台北世貿1館盛大登場，賽事核心聚焦於台灣常民飲食中最重要的靈魂DNA—「油蔥」。現場匯聚全台頂尖餐飲好手同台較勁，這群職人以油蔥獨有的金黃琥珀色澤與溫潤醇厚香氣為基底，融合精湛的火候、刀工與當代創意，不僅完美詮釋了台菜深厚的文化底蘊，更向市場展示了傳統台灣味走向現代化與國際舞台的無限可能。

「5香26味」味譜：落實台菜規格化的第一步

過去講到台菜，市場往往流於個人經驗或地方口味之爭，難以如同法餐或日料般走向國際規格化。商發署這次推動「5香26味」台灣味譜，就是希望系統化解構台菜的風味基礎。

繼去年的麻油料理後，今年將焦點對準台菜的核心隱形冠軍—「油蔥」。油蔥從紅蔥頭的挑選、豬油炸製的火候到刀工，每一步都牽動著老字號店家的核心產品力。競賽的終極目的，是希望引導餐飲業者將這類「特色手路菜」規格化，進而轉化為可複製、可輸出的「品牌資產」，拉高整體產值。

9大權威評審坐鎮 評出產學界最高規格的風味

本屆競賽初審及實地審查階段便從無數參賽隊伍中，嚴格篩選出傳統組與創新組各15組、共計30組菁英餐飲品牌挺進決賽，當日成功選出年度金、銀、銅獎等殊榮。為了確保評選的權威性與國



▲「2026臺灣味：琥珀油香競賽」創新組則由「大地酒店奇岩一號」的〈蔥香鴨方佐紅寶石沙拉〉勇奪金獎，運用創新手法重新詮釋油蔥香氣，展現台灣餐飲職人的創意巧思與料理實力。



▲農來餐廳於「2026臺灣味：琥珀油香競賽」決賽現場展現精湛廚藝，從食材處理、烹調技法到擺盤呈現皆講究細節，運用油蔥香氣創作特色料理勝出。



▲國際名廚郭文秀（右）及陳兆麟（左）帶來精彩廚藝秀，以「香煎台灣黑豬排佐油蔥醬、東方時蔬與香酥蔬菜」及「琥珀櫻花蝦炒瓜子」示範料理，分別從創新與傳統角度詮釋油蔥香氣，展現台灣料理兼具傳承與創新的多元風貌。

際視野，評審團由台菜國寶級大師、青青餐廳董事長施建發（阿發師）擔任裁判長，領軍中華美食交流協會理事長駱進漢、新加坡Fine Dining傳奇名廚郭文秀（Justin Quek）、台裔美籍知名主廚 Jason Wang（王凱傑），以及資深美食節目製作人焦志方、高雄餐旅大學中餐廚藝系副教授李怡君、飲食文化專家徐仲、蔬果雕刻大師廖清池、蘭陽辦桌國宴主廚陳兆麟等產學界重量級巨擘組成黃金評審陣容。

評審團嚴格圍繞「料理風味」、「烹調技術」、「食材運用」及「主題創意」等面向進行品評；決賽現場更邀請美食家、主流媒體與產業貴賓進行桌宴試吃與人氣票選，兼顧專業深度與市場接受度。

經專業品評，傳統組由「農來餐廳」的〈雙香蔥麻油松阪米糕〉勇奪金獎，「東勢牛稼莊」的〈琥珀蔥油雞腿

捲拌飯〉榮獲銀獎，「內灣圓樓人文客家餐廳」的〈客家鹹湯圓〉摘下銅獎，滿月樓|台灣菜·頂級客家料理」的〈蘭香古法炭燒鵝油蔥拌飯〉榮獲人氣獎，「十二月粥品·茶飲·私房菜」的〈香酥芋金鴨〉榮獲特別獎；創新組則由「大地酒店奇岩一號」的〈蔥香鴨方佐紅寶石沙拉〉勇奪金獎，「十二月粥品·茶飲·私房菜」的〈金絲鹽香脆皮雞〉榮獲銀獎，「心潮飯店」的〈芋香櫻桃鴨胸炒飯〉摘下銅獎，「彭園」的〈蔥燒煨參麵〉榮獲人氣獎，「四味軒台菜」的〈金蔥玉露海鮮八寶球〉榮獲特別獎，展現油蔥料理兼具經典底蘊與創意巧思的多元風貌。

商發署指出，未來將持續透過「台灣味」系列競賽及推廣活動，結合不同主題特色與在地食材應用，深化台菜風味文化，並協助業者由特色料理擴展為品牌發展。後續也將結合多元行銷推廣資源，提升特色餐飲品牌能見度與市場競爭力，鼓勵民眾走入餐廳支持在地店家，以實際行動品味台菜、共同活絡餐飲市場，擴大內需消費動能，讓台灣好味道持續飄香。



▲「2026臺灣味：琥珀油香競賽」決賽競爭激烈，傳統組由「農來餐廳」的〈雙香蔥麻油松阪米糕〉脫穎而出，勇奪金獎，以精湛手藝詮釋經典台灣風味，展現傳統料理的深厚底蘊。

第12屆台灣觀光發展論壇 聚焦科技紅利

AI 與大數據助攻 觀光不只拼人數 更要搶利基

撰文・攝影／歐彥君 圖片提供／台中市國際觀光發展協會



▲（左起）台灣旅行業國旅發展協會理事長蔡子建、易遊網副總經理蕭冠群、花蓮縣旅館公會理事長張瑋函、台中市國際觀光發展協會理事長楊琮霖、高雄餐旅大學教授劉喜臨、立法委員蔡其昌、交通部次長林國顯、觀光署主任秘書湯文琦、台中市觀光旅遊局科長巫宗霖、彰化鹿港英語導覽許玉音與產官學菁英齊聚一堂，共創科技紅利新未來。



▲由台中市國際觀光發展協會主辦的第12屆台灣觀光發展論壇，產官學專家解構科技紅利帶來的未來觀光發展利基。

2026年在全球人工智慧浪潮的強力激盪下，台灣整體高科技與數位經濟交出亮眼成績，但與此同時，觀光產業卻正經歷一場前所未有的結構性洗牌。一方面是跨境運量與海外旅遊熱潮創下歷史新高，另一方面則是少子化缺工海嘯與國旅市場冷熱不均的夾擊。面對這場「海外熱、國旅冷」的冰火臨界點，於10／1假台中全國大飯店舉辦的第12屆台灣觀光發展論壇給出了明確的轉型定調——「科技紅利」。

本刊直擊論壇第一線，看產官學界巨擘如何解構AI數位治理與大數據，將傳統組團思維大膽翻轉為精準推薦。從台北大巨蛋的粉絲經濟、OTA平台的AI搜尋能見度（AIO），到自動化住宿管理，台灣觀光業的勝出關鍵已不再是「拼人數」的價格殺戮戰，而是誰能率先用科技掌握利基市場，將在地文化變身為高客單價的品牌資產。

政策定錨：34億「雙輪驅動」抗通膨 跨部會打造智慧大數據

少子化帶來的結構性缺工，加上台人報復性出境，讓台灣觀光業面臨轉型臨界點。然而，國際運量已創下新高。交通部次長林國顯直言，疫情後桃園、台中及高雄機場旅運量皆超越以往。為協助觀光業因應成本通膨，交通部目前正積極推動中小微企業提升方案，以及「34億元雙輪驅動方案」。透過跨部會「部部有觀光」平台，導入AI翻譯與智慧化系統協助業者降低營運成本。交通部觀光署主任秘書湯文琦強調，正積極建置觀光大數據平台，並在各國家風景區導入智慧公廁與人車流偵測，提供旅行、住宿及遊樂業包含自助報到、送餐機在內的短中長期補助，加速產業硬體轉型。



▲（左起）立野整合行銷總監陳瑞明、台中市國際觀光發展協會理事長楊琮霖、立法委員蔡其昌、台灣民俗協會理事長賴淑薇。

思維翻轉：跳脫傳統組團！ 大巨蛋與啦啦隊的「小眾高產值」

「2026年，人工智慧正在重新定義各產業的可能。」立法委員蔡其昌在專題演講中直言，觀光業者必須跳脫過去「大眾組團、殺價競爭」的舊思維。

由網路與AI推薦機制帶動的「新型態小眾主題旅遊」，人數雖少，但客單價與產值生長幅度最驚人。例如結合棒球賽事、台北大巨蛋與啦啦隊文化的「粉絲經濟」，科技能迅速把在地特色包裝成文青風格並推向國際，將單純的門票價值放大數倍。只要善用科技說好故事，隨著消費結構轉變，產值的恢復速度將比追求觀光人數更快。

3大主題論壇實戰 從AI代理人到AIO搜尋能見度

隨後登場的3場主題論壇，產學界領袖方針對「科技落地」提出了具體的商業實踐路徑：

焦點1：入境觀光之科技紅利

高雄餐旅大學教授劉喜臨指出，旅客轉向追求生活風格與體驗經濟，OTA與AI推薦系統成為重要入口，科技導入必須以品質、永續與人的熱忱為核心。My Taiwan Tour創辦人吳兆益分享，旅行社透過AI代理（Agent）處理繁瑣行政，以數位行銷精準讓國際看見台灣文化，拉長停留天數。雀客國際酒店執行長黃俊豪則探討透過智慧化管理與自助服務解決缺工，將住宿點延伸為區

域旅遊樞紐，帶動經濟外溢效益。台北市電腦公會專案經理高莉雅介紹將前瞻科技與城市輕軌、沉浸式展場深度結合的跨界展演可能。

焦點2：國旅觀光之科技紅利

台灣旅行業國旅發展協會理事長蔡子建指出，AI與科技能處理繁雜作業並釋放人力，透過智慧分流延長旅客留宿。資深餐旅教育工作者王斐青強調，應關注超高齡社會下「樂齡族群」的需求，提供具溫情的客製化體驗。花蓮縣旅館公會理事長張瑋函提醒，科技非淘汰賽，針對缺乏IT資源的中小業者，工具導入應由淺入深，並透過公會平台共享資源。易遊網副總經理蕭冠群從數據分析指出，面對國旅1日遊、破碎化趨勢，必須結合大數據與模組化服務精準對接需求。

焦點3：城市觀光之科技紅利

台中市國際觀光發展協會理事長楊琮霖指出，傳統旅行社必須透過數位科技升級服務以迎戰OTA衝擊。台中市觀光旅遊局科長巫宗霖建議借鏡韓國K-pop經驗，提議設立「積體電路及數位應用博物館」打造高科技觀光亮點。逢甲大學講座教授余日新呼籲，企業應鼓勵內部員工組成內部數位小組而非一味委外，才能符合自身需求。彰化鹿港英語導覽許玉音分享，透過生成式AI與電子書賦能解說，能將古蹟與台灣高科技故事結合以吸引外賓。Klook台灣品牌傳播行銷總監陳思穎建議，業者可透過優化網頁文字結構、運用獨特評論，提高商品在AI搜尋（如ChatGPT / Gemini）中的能見度（AIO）。

用科技掌握利基市場 收割轉型紅利

OTA平台能協助建置基礎設施，但核心依然是產品本身。台灣觀光業在未來的勝出關鍵，將不再是拼人數的價格戰，而是誰能率先用科技掌握利基市場，將在地文化轉化為具體的內需與外銷產值，真正站穩國際舞台。

華速國際企業喬遷新址 積極擴大營運規模

深化客貨運布局、提升服務效率 強化與同業合作夥伴連結

撰文・攝影／謝曼蒨



▲（左5起）百夫長旅行社線控部經理胡洲維、巨大旅遊副總經理蘇浩明、可樂旅遊產品部美加組組長協理黃健華與華速國際企業團隊合影。



▲（左起）華天國際運通旅行社訂位票務主任李根美、業務經理郭律廷、華速國際企業總經理張紀倫、協理王詩喻。



▲（左3起）可樂旅遊票商本部航司組副理何燕卿、產品部泰國線組長經理吳裕仁、晴天旅遊商務部專案經理莊嵐慈（左6）與華速國際企業團隊合影。

為因應業務量的快速成長及代理新產品線的需求，華速國際企業（以下簡稱華速）宣布辦公室喬遷新址，新辦公室位置鄰近南京復興捷運站，規模相比內湖舊址擴大約3倍，並同步進行團隊人力擴編，展現集團持續深耕運輸市場的決心與實力。

華速國際企業總經理張紀倫表示，過去舊址位於內湖，距離主要合作的旅

行同業較遠，因此此次選擇搬遷至新址，核心考量在於大幅縮短與旅行業同業的地理距離，不僅讓業務團隊外出拜訪與溝通更加便捷，也能進一步強化夥伴合作關係與服務品質。

另外針對目前的營運結構，張紀倫指出，華速現階段貨運營收約占80%、客運約占20%；其中在客運代理方面，主要經營約旦、哈薩克及曼谷等3大重

點航線，並有計劃在維持現有貨運的基礎上，積極增加客運業務比重，達到客貨運雙軌發展更為均衡的目標。展望未來，華速將積極與合作夥伴合作，預計於年底將舉辦推廣活動，盼能吸引更多客戶，開創全新商業契機。

華速國際企業新址
台北市松山區復興北路167號8樓之一

帛琉觀光局高雄辦推薦會 百名業者齊聚

瞄準南台灣旅遊市場 盼推動「高雄－帛琉」直航交流

撰文／林育鈞 圖片提供／帛琉觀光局

帛琉觀光局台灣辦事處10／5於高雄舉辦「帛琉旅遊同業推薦會」，吸引近百位南台灣旅行業及潛水業者參與，為疫情後首度於高雄舉辦大型同業推廣活動。現場邀請帛琉長虹旅行社、陽光假期及LT Dive介紹最新旅遊產品、行程與潛水資源，並透過業者交流及抽獎活動，重新連結帛琉與南台灣旅遊市場。

高雄帛琉交流升溫 直航議題再受業界關注

帛琉共和國駐台大使吳傑法（H.E. Amb. Gaafar J. Uherbelau）表示，高雄與帛琉科羅州為姊妹城市，長期維持友好交流，帛琉總統及政府期待未來推動「高雄－帛琉」直航，除便利南部旅客赴帛，也可增加帛琉居民赴高雄進行醫療轉診、就學及旅遊的便利性，深化雙方民間交流。



▲（左3起）高雄市政府觀光局局長高閔琳、帛琉共和國駐台大使吳傑法、帛琉觀光局台灣辦事處處長雷均（右1）與貴賓合影。

高雄市政府觀光局局長高閔琳表示，高雄兼具港灣、海洋、文化及美食等城市特色，歡迎更多帛琉旅客造訪高雄，拓展雙方觀光往來。高雄市旅行公會監事會主席楊子均指出，高雄業者與帛琉長期保持合作關係，期待未來共同開發更多符合南台灣市場需求的帛琉產品。

帛琉觀光局台灣辦事處處長雷均表示，此次推薦會盼重新強化帛琉與南台灣市場的連結；帛琉觀光局台灣辦事



▲近百位南台灣旅行及潛水業者齊聚帛琉同業推薦會，現場交流熱絡。

處經理楊萬博分享，透過與旅行及潛水業者面對面交流，有助業界掌握帛琉多元旅遊資源，進一步依不同客群開發產品，擴大南台灣市場。

此次活動除業者產品推介外，中華航空、帛琉大飯店及Palau Hotel亦提供機票抽獎及住宿券等獎項，增加現場交流互動。帛琉觀光局未來也將持續深化台帛在觀光、潛水、文化及人員往來等面向的合作。

台灣東區觀光圈聯盟協會正式成立！

跨域整合串聯山海產業豐沛資源 共創花東旅遊新模式

撰文／林宥鈞 圖片提供／交通部觀光署

「台灣東區觀光圈聯盟協會」10／6於娜路彎大酒店正式成立，串聯花東縱谷觀光圈與東部海岸觀光圈，以「East of Taiwan」為共同品牌，整合花蓮、台東山海資源，推動產業交流、產品整合與市場行銷，為東台灣觀光跨域合作揭開新頁。

山海資源跨域整合 打造東台灣旅遊新品牌

交通部觀光署署長陳玉秀致詞時表示，面對全球旅遊由「景點」走向「體驗」的趨勢，東部原民文化正是重要特色。觀光署推動「雙輪驅動」方案，以花東為重要發展主軸，盼提升平日旅遊吸引力，讓旅客多留一晚。此次協會成立，也象徵花東縱谷與東部海岸2大觀光軸線進一步整合，將分散資源轉化為可串聯、可銷售的旅遊產品。

台東縣政府副縣長王志輝指出，花



▲（左起）台灣東區觀光圈聯盟協會常務理事張珣蒞、交通部觀光署花東縱谷風景區管理處處長許宗民、台東縣政府副縣長王志輝、立法委員黃仁、交通部觀光署署長陳玉秀、台灣東區觀光圈聯盟協會理事長李數妣、花蓮縣政府觀光處處長余明勳、交通部觀光署東部海岸風景區管理處處長林維玲、台灣區觀光協會聯合會總會長林吉財。

東觀光目標是「不要100萬人來1次，而是要1萬人來100次」。透過農村、山海及文化特色提升重遊率，並建議花東未來可發展包機旅遊，規劃「花進東出、東進花出」，甚至串聯高雄市場，創造新的旅遊模式。

台灣東區觀光圈聯盟協會首屆理事長李數妣表示，協會將打破行政區域限制，串聯花蓮、台東「吃、宿、遊、購、行」5大領域，建立跨縣市、跨產



▲交通部觀光署署長陳玉秀（左）頒發當選證書予台灣東區觀光圈聯盟協會理事長李數妣（右）。

業合作平台，強化異業結盟與資源共享，共同推廣「台灣東區」品牌。

此外，協會同步與台北市電腦公會簽署合作MOU，盼促進觀光與科技產業媒合，導入數位應用及商務旅遊資源。現場並設置會員特色攤位，最後以「花東齊心，攜手啟程」啟動儀式正式揭開運作序幕，未來將持續推動區域交流、產業媒合及國際行銷，凝聚花東產業力量，共同打造「台灣東區」觀光品牌。

中華美食交流協會舉辦第3次會員大會暨晚宴

持續推動台灣餐飲文化傳承 合作旅遊協會促進產業媒合

撰文・攝影／陳妍潔



▲（左起）中華美食交流協會理事長駱進漢、經濟部商業發展署署長蘇文玲。



▲晚宴活動邀請各界貴賓參與交流。（左起）經濟部商業發展署組長蔡群儀、中國生產力中心副總經理林宏謀、台灣連鎖加盟促進協會執行長柯建斌、中華兩岸旅遊產業發展協會理事長齊雁萍、中華美食交流協會理事長駱進漢、經濟部商業發展署署長蘇文玲、中華美食交流協會監事陳淑秋、台灣餐飲聯盟理事長李日東、農業部漁業署技士彭語婕、台灣旅遊交流協會副秘書長劉連官。

中華美食交流協會於9／21舉辦第14屆第3次會員大會暨晚宴活動，邀集會員與友好單位共襄盛舉。中華美食交流協會長年深耕產業，更與觀光產業交流密切，並將過往多於學校舉辦的「TCAC台灣國際廚藝美食挑戰賽」移師至世貿一館，於秋季旅展舉辦期間舉

辦，將美食與觀光相互結合，同時促進雙向人潮成長。

中華美食交流協會理事長駱進漢於採訪中指出，協會以「傳承與交流」為核心，持續推動台灣餐飲文化傳承，並從餐飲延伸至農業、漁業及農產品等領域，透過課程、政府計劃及產業交流，

擴大餐飲產業的發展面向。同時積極串聯餐飲與旅遊產業，目前正與與旅遊相關協會合作，規劃提升旅遊餐飲品質，中華美食交流協會將負責平台及相關服務，作為餐飲業與旅遊業的媒合橋樑，協助旅行社依據需求與預算尋找適合的餐廳，簡化搜尋的過程並促成雙向的產業成長。此外，面對AI快速發展，協會也將其導入餐飲培訓，從菜單、課程到行銷設計，協助餐飲業者提升AI应用能力，讓科技成為餐飲創新與經營的工具。經濟部商業發展署署長蘇文玲在致詞中表示，美食是台灣的重要特色，經濟部商業發展署則肩負將台灣餐飲推廣國際的使命，為將台灣美食發揚光大，近年署內也積極推動相關競賽、課程與推廣計劃，期望提升產業競爭力，並將台灣餐飲拓展國際。

立山黑部進入紅葉季 室堂迎接最佳觀賞期

10月下旬搭乘立山空中纜車 一趟飽覽楓紅與雪白奇景

撰文／陳品樺 圖片提供／向日遊顧問有限公司



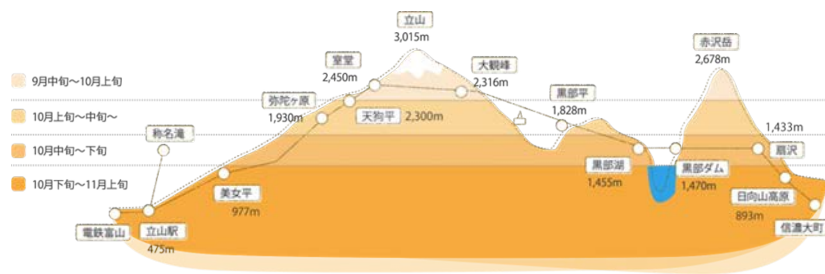
秋日的富山縣正值觀光旺季，其中，連結富山縣與長野縣、世界知名的山岳觀光路線—立山黑部以壯麗山岳與分層紅葉景觀吸引無數旅客。今年室堂、御庫裏池已於9月轉紅，湖畔紅黃交織的彩葉倒映在湖面，與立山連峰相映成趣，讓人流連忘返。此外，10月下旬至11月期間，高海拔的室堂週邊開始降雪，因此到了11月，在高海拔地區可欣賞雪景，低海拔地區則可觀賞紅葉，一次感受2種不同的季節美景。日後若有任何富山縣相關資訊與需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

◀室堂秋季美景（往年照片，非即時狀況）。

官方線上提供～立山黑部即時紅葉狀況

日本首屈一指的紅葉景點—立山黑部阿爾卑斯山脈路線的紅葉季比平地來得早，路線最高點的室堂從9月開始染上秋色，現在正迎接最佳觀賞期，目前黑部平、彌陀之原、天狗平已開始轉紅。海拔落差大的天然優勢使立山黑

部擁有長達近2個月的紅葉期，美景將從山頂一路綿延至山腳。官方網站及官方社群媒體發布路線內各景點最新紅葉情報，預計持續至11月上旬（每週約更新2次），可關注官方網站「季節情報」與「室堂即時影像直播」。



▲室堂今年9月中旬景觀。

◀立山黑部阿爾卑斯山脈路線紅葉最佳觀賞期一覽。



立山黑部季節情報



室堂即時影像直播



▲秋季「御庫裏池」染上秋色，形成如畫景致。

10月下旬～一趟享受立山黑部楓紅與雪色

10月下旬至11月期間，高海拔的室堂週邊開始降雪，因此在高海拔地區可欣賞雪景，低海拔地區則可觀賞紅葉。位於室堂的「御庫裏池」，秋季湖畔被楓紅與黃葉環繞；10月下旬逐漸進入冬季，將覆蓋一層白雪，為不容錯過的絕景。旅客可搭乘串聯大觀峰與黑部平，日本距離最長的無支柱式空中纜車設施「立山架空索道」，沿途能感受由山麓綠樹、秋日楓紅、山頂白雪3種不同元素組成的3段奇景。



▲新雪「御庫裏池」別是一番風情。

更多立山黑部相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：（02）2518-3587。

栃木縣台灣觀光商談會登場 16組單位齊聚

台灣長期為最大海外客源 祭出高額補助金深化旅遊合作

撰文・攝影／張偉浩 圖片提供／日盟國際



▲（左起）日本台灣交流協會台北事務所經濟部主任豐島理史、栃木縣觀光交流課國際推進員王宣堯、產業勞動觀光部觀光交流課副主幹蔦沼正樹、參事高橋政稔、日盟國際總經理黃玉雲、栃木縣產業勞動觀光部觀光交流課係長田村隼人。

日本栃木縣觀光交流課於台北與高雄舉辦觀光說明會與商談會，邀集縣內16個優質觀光單位參展，積極爭取台灣旅行業者送客。**栃木縣觀光交流課參事高橋政稔**致詞時表示，自2013年以來（排除新冠疫情期間），來自台灣的住宿旅客人數長期穩居栃木縣海外市場第1位，展現台灣民眾對日本旅遊的高度熱情。

本次商談會共有16攤位，提供多元



觀光業者與機構參與洽談，包括那須動物王國、那須町觀光商工課、那須太陽谷飯店、奧鹽原高原飯店、那須鹽原市觀光局、東急度假 & 住宿株式會社（Hunter Mountain鹽原）、草莓之里農場、足利花卉公園、YUU・YUU・World、若竹之杜、若山農場、宇都宮市觀光MICE推進課、東武飯店管理株式會社（宇都宮東武飯店Grand）、東武鐵道集團、日光市觀光協會、御丸山飯店、那須霞城高爾夫度假村。高橋政稔指

出，縣府將持續精進縣內觀光資源，並期盼透過本次商談會與台灣旅行業者建立長期合作關係，共同包裝豐富的周遊行程。

◀日本栃木縣觀光交流課於台北與高雄舉辦觀光說明會與商談會，邀集縣內16個優質觀光單位參展，積極爭取台灣旅行業者送客。

栃木縣「2026年度訪日旅行商品支援補助金」

1. **基本補助**：每位旅客5,000日圓。
2. **高爾夫球補助**：每位旅客8,000日圓（基本與高爾夫補助不得重複申請）。
3. **申請條件**：適用於即日起至2027/3/1期間實施之行程，需於栃木縣內住宿1晚以上。
4. **日光市觀光協會推出「冬季旅行商品開發補助金」**，凡10人以上團體於12/21～2027/3/15退房期間入住日光市內住宿設施，每位旅客可享3,000日圓住宿費折扣，為旅行業者帶來極具吸引力的送客誘因。

*請洽日盟國際

首度進駐北海道 札幌凱悅尚萃酒店開幕

紅磚廳舍旁 打造探索札幌與北海道四季風貌的活力據點

撰文／張偉浩 圖片提供／凱悅酒店集團

凱悅酒店集團（Hyatt Hotels Corporation, NYSE: H）宣布札幌凱悅尚萃酒店正式開幕，成為「凱悅尚萃」（Hyatt Centric）品牌首間進駐日本北海道的酒店。座落於北海道首府札幌市中心，毗鄰歷史悠久的北海道廳舊本廳舍，並鄰近札幌著名的城市綠洲大通公園。大通公園也是札幌雪祭、YOSAKOI索朗祭及札幌秋季豐收節等大型活動的舉辦地點。旅客可經由地下通道於數分鐘內抵達大通地鐵站，步行前往JR札幌站亦僅約10分鐘。

札幌凱悅尚萃酒店總經理瀧村勇毅表示，札幌是一座充滿活力的旅遊目的地，每個季節都展現北海道不同的一面。酒店設計靈感來自著名探險家暨製圖家松浦武四郎，他被認為是為北海道命名的重要人物，以現代「北方探險家的居所」為設計概念，設有216間客房及套房，每間面積皆為約10.9坪起，以



▲札幌凱悅尚萃酒店外觀與札幌市景。

當代設計呈現北海道歷久彌新的特色。

位於酒店17樓的Matsu Grill & Bar擁有開放通透的空間，以柴火燒烤結合地中海料理風格，呈現北海道來自海洋與大地的豐富物產。Mr. Fish by Hyatt Centric Sapporo則供應以北海道週邊海域捕撈的當季白



▲札幌凱悅尚萃酒店休憩空間。

肉魚製作的炸魚薯條，搭配在地種植的馬鈴薯及精釀啤酒。酒店亦透過季節限定的在地探索地圖及每日推薦，以不同方式探索札幌。結束1天行程後，旅客可回到酒店休息充電，在壁爐旁交流、分享旅途故事，再次出發展開下一段探索。

札幌凱悅尚萃酒店開幕優惠

旅客於10/31前直接向凱悅預訂，並於即日起至12/31期間完成符合活動資格的住宿，即可享有「新酒店會員獎勵優惠」，內容包括：

- ★住宿享85折優惠，凱悅天地會員享83折優惠。
- ★每位登記入住旅客可享每日免費早餐。
- ★每房每次住宿可獲得3,000日圓酒店消費抵用金，可於Matsu Grill & Bar、Mr. Fish by Hyatt Centric Sapporo、客房餐飲或迷你吧使用。

北觀處「曜動北海岸 金山萬里溫泉季」圓滿落幕

接續規劃4場溫泉巡禮 攜手在地業者籌劃滿額抽獎活動

撰文／陳妍潔 圖片提供／交通部觀光署北海岸及觀音山風景區管理處



▲「曜動北海岸 金山萬里溫泉季」於10/3圓滿落幕，同時宣告2026金山萬里溫泉季盛大開跑。

由交通部觀光署北海岸及觀音山國家風景區管理處（以下簡稱北觀處）主辦的「曜動北海岸 金山萬里溫泉季」主場活動，於10/3在新北市金山中山溫泉公園廣場圓滿落幕。現場結合溫泉名廚美食秀、風格市集、質感弦樂演奏及打卡送溫泉蛋等豐富環節，吸引大量遊客攜家帶眷熱情參與。這場盛會不僅展現北海岸山海交織的幸福湯泉魅力，也正式宣告2026金山萬里溫泉季盛大開跑，活動將一路延續至明年3月，全面帶

動北海岸秋冬觀光熱潮。

活動現場氣氛熱烈，5大亮點驚喜連連。「溫泉名廚美食秀」邀請名廚親臨示範萬里金山當季料理，舞台區則由專業弦樂團帶來浪漫優雅的演奏，打造最Chill的音樂下午茶。「溫泉好物風格市集」集結7大溫泉品牌與8大地創生選物，搭配打卡送溫泉蛋及消費滿額抽雙人住宿券等好康，讓前來體驗的民眾直呼不虛此行。

為讓入住遊客深度感受在地文化魅

力，北觀處還規劃4場「百年溫泉巡禮～溫泉美食DIY體驗活動」，分別於10/25、10/31、11/7、11/14的14:00～16:30辦理。凡入住金山萬里配合溫泉飯店或泡湯之民眾皆可報名，活動一次涵蓋「溫泉X美食X手作X導覽」，帶領旅客親自走訪百年溫泉文化、體驗在地景點導覽，並親手製作與品嚐美味的「甘藷芋圓」，打造獨一無二的溫泉之旅。新北市溫泉觀光協會更與金山萬里在地12家合作旅館業者，攜手籌劃「消費滿額抽獎活動」。即日起至2027/2/28止，民眾只要在配合店家單筆消費滿500元以上，保留發票或蓋有店家章之收據，掃描QR Code登錄資料即可參加抽獎，有機會抽中平日溫泉飯店住宿券、泡湯券等多項好禮。得獎名單將於2027年3月於新北市溫泉觀光協會網站正式公布。

2026亞洲生態旅遊聯盟海外年會在台盛大舉辦

擴大國際交流規模 亞洲15國生態旅遊專家齊聚台灣

撰文／陳妍潔 圖片提供／台灣生態旅遊協會

台灣生態旅遊協會攜手建策環境教育基金會，於10/1假農業部林業及自然保育署辦理「2026生態旅遊國際研討會：自然、文化與人的鏈結」，邀集亞洲生態旅遊重要組織、學者、產業及第一線實務工作者來台交流。台灣生態旅遊協會成功爭取2026亞洲生態旅遊聯盟海外年會來台舉辦，國際交流規模進一步擴大，合計有來自亞洲15個國家的生態旅遊專家與實務工作者，針對全球永續旅遊趨勢、自然地景、生物多樣性、南島與原住民族文化、到社區參與、女性與青年培力及生態旅遊產品等面向展開對話，期透過生態旅遊研討會串起對不同地域自然、文化與人的對話與關懷。

活動邀請全球生態旅遊聯盟理事主席Masaru Takayama、亞洲生態旅遊聯盟理事主席Ary Sendjaja Suhandi、台灣大學地理環境資源學系特聘教授林俊全、屏

東科技大學教授陳美惠等專家以不同角度與主題作分享。為讓國際研討不只停留在學術與理念層次，本次活動另規劃海內外生態旅遊產品與社區培力交流會，聚焦「社區參與及女性與青年培力」及「生態旅遊產品交流」2大主題。

台灣生態旅遊協會理事長郭育任表示，台灣擁有從高山、森林、溪流、海洋到離島等高度多樣的自然環境，也同時具有南島語族文化、多元族群、社區參與及長期累積的自然保育經驗；這些條件讓台灣有機會成為亞洲生態旅遊交流的重要節點。

本次研討會另一項重要成果，則是亞



▲台灣生態旅遊協會攜手建策環境教育基金會舉辦2026生態旅遊國際研討會。

洲生態旅遊聯盟於台北正式發布《AEN台灣生態旅遊宣言：真實生態旅遊行動倡議》，內容提出7項行動方向，同時呼籲政府、旅遊目的地管理者、旅遊業者、數位平台、地方社區及旅客共同採取行動，使旅遊真正成為支持自然保育、文化延續、氣候韌性與共享繁榮的正向力量。

東北角連續5年推動穆斯林友善計劃成果亮眼

目前已累計63家業者、78項驗證 持續建置穆斯林友善環境

撰文／謝旻蓁 圖片提供／交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處



▲交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處於10/7舉辦穆斯林成果發表會。



▲本次成果發表會新增了8家業者取得9項穆斯林友善驗證。

為持續提升大東北角觀光圈國際旅遊接待能量，交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處（以下簡稱東北角管理處）自2022年起，連續5年推動穆斯林友善環境輔導計劃，並於10/7在香格里拉冬山河渡假飯店舉辦穆斯林成果發表會，邀集穆斯林授證業者、旅行同業、宜蘭縣政府工商旅遊處共同參與，分享今年度推動成果，並為通過穆

斯林友善驗證的業者授證，現場交流踴躍，氣氛熱烈。

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表示，近年穆斯林旅遊市場持續受到國際觀光產業關注，大東北角推動穆斯林友善環境，不只是增加驗證業者，更希望進一步把友善資源轉化為旅遊產品，真正與市場及旅客產生連結。因此今年特別強化行銷

推廣與產業合作，透過旅行社B2B交流會，邀請穆斯林旅遊相關旅行社與在地業者面對面交流，協助旅行社了解大東北角的友善餐飲、住宿、景點及體驗資源，進一步促成旅遊產品包裝與合作送客，讓友善環境建置成果真正走向市場。

本次成果發表會新增了8家業者取得9項穆斯林友善驗證，驗證單位為伊斯蘭商務發展有限公司。包含知名景點蘭陽動植物王國；在地優質餐飲星空×藝素村、芒草Café、豪媽全植物飲食；特色茶產品如小茶莊、隆元茶莊；還有文創體驗商家如水柳角68、慢火雅風等。目前大東北角已累計63家業者、78項驗證，包含穆斯林友善餐廳22家、穆斯林友善旅宿20家、穆斯林友善環境8家、穆斯林友善體驗活動15家、穆斯林友善商店1家，以及Halal餐廳1家、Halal廚房1家、Halal產品10家等多元類型。

2026草嶺古道芒花季於10/31~11/29登場

走進秋日古道 邀旅人穿越時光 體驗自然與人文交織的獨特魅力

撰文／謝旻蓁 圖片提供／交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處

交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處（以下簡稱東北角管理處）於10/8舉行「2026草嶺古道芒花季」記者會，今年適逢25週年，正式宣布活動將於10/31至11/29浪漫登場。

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表示，今年透過古裝變身、情境互動等方式，將草嶺古道的歷史故事轉化為更貼近現代旅人的體驗，並延續「芒著走花時間市集」、虎字碑拓碑及手作體驗等深受遊客喜愛的活動，串聯自然、人文與在地旅遊資源，邀請民眾在秋日芒花盛開之際，走一趟草嶺古道，感受山林景致與歷史文化交織的獨特魅力。

今年活動以「穿越古道時光」為亮點，從古道歷史故事發想，活動期間假日在大里遊客中心提供限定時段免費租



▲交通部觀光署東北角及宜蘭海岸風景區管理處於10/8舉行「2026草嶺古道芒花季」記者會。



▲邀民眾在秋日芒花盛開之際，感受山林景致與歷史文化交織的獨特魅力。

用古裝服飾。同時，因應芒花季的假日人潮，特別於活動期間的每週六、日，規劃「福隆遊客中心—遠望坑口」定點來回接駁服務，採免預約制，能大幅省去步行往返的時間，讓遊客以更友善、便利的方式步入秋日山徑。

此外，也同步推出2條特色小旅行遊程，讓旅人不只是賞芒花，更能延伸探索東北角的自然與人文魅力。「秋芒漫

步·草嶺古道1日遊」帶領旅客輕鬆走訪草嶺古道，在秋日芒花盛開之際欣賞山林美景，感受古道歷史與自然風光；「山海雙享·古道秋芒與溫泉湯旅2日遊」則進一步串聯草嶺古道與礁溪溫泉，將秋日山林健行與溫泉休憩一次納入旅程，打造「賞芒花、福隆及礁溪泡溫泉、住宿」的慢旅程。

新春賀歲團 早鳥開賣

喜氣洋洋 賀歲啟程

新春賀歲

【國航土耳其】醉戀蕃紅花、布爾薩10天

早鳥前10名送領司導小費

1/29.30.31

NT**42,900**起

新春賀歲

【直飛土耳其】醉戀蕃紅花、布爾薩10天

早鳥前10名送領司導小費

2/6

NT**69,900**起

新春賀歲

【埃及】尼羅河遊輪紅海10天

早鳥前10名送領司導小費再送阿布辛貝

1/30.31、2/6

NT**69,900**起

新春賀歲

【義大利】威尼斯嘉年華、天空之城10天

早鳥前10名送領司導小費

1/28.31、2/1.2.3.6

NT**76,900**起

新春賀歲

五星布拉格

【奧捷斯匈】奧匈帝國、玩饌東歐10天

早鳥前10名送領司導小費

1/30、2/4.6

NT**79,900**起

新春賀歲

五星巴塞

【西葡】伊比利半島、直布羅陀 經典12天

早鳥前10名送領司導小費

1/28、2/4

NT**89,900**起



埃及尼羅河



土耳其艾菲索斯古城



聖索菲亞大教堂

