TRAVEL RICH

旅奇週刊
2022.08.22 出刊 每週一發行
VOL. 715

台北市旅館公會理事長韋建華

以篩代隔×開放邊境才是觀光救命稻草

台北市旅館商業同業公會8／18舉辦「76週年紀念會暨會員大會」
點出旅館產業「缺錢、缺客、缺工、缺電、缺水」的5缺困境

台北市旅館公會理事長韋建華「以篩

台北市旅館商業同業公會8／18舉辦「76週年紀念會暨會員大

▲（最前排左3起）立法委員蔣萬安、台北市旅館公會理事長韋建華，參與「76週年紀念會暨會員大會」，與會員合影。

台北市旅館公會理事長 **韋建華**

台北市旅館商業同業公會於8／18舉辦「76週年紀念會暨會員大會」，並同時舉辦「2024總統觀光政策請益論壇」、「台北市長觀光政策白皮書請益論壇」，希望藉由議題的討論，對於國內觀光產業面臨困境，對政府未來政策做法發表看法，讓台灣的旅遊產業重返正軌。

台北市旅館公會理事長韋建華指出，至2020年新冠病毒發生之前，共有13,508名勞工，以2017至2019年3年的平均統計；台北市旅館業者平均每月繳交給政府的營業稅，高達1億3千5百萬元。今日由於美中關係微妙變化，無奈少數無知的台灣人位居領導地位，不以百姓安居樂業為復興之首要任務；加上兩岸政策不明，讓觀光政策淪為空談，如果造成戰爭爆發，國際旅客怎敢來台觀光，因此台海穩定安全，絕對是觀光政策的首要任務，其餘所有的交通建設，偉大的新南向，都不可能在共機以及第七艦隊的「海空觀光」下，共同平行發展。

此外，隔離政策的嚴格，讓觀光產業如鯁在喉，有苦說不出，隨著其他觀光為經濟命脈的國家，逐步開放觀光旅遊，以觀光立國的台灣，卻還在堅守嚴格的防疫措施。因此，建議「以篩代隔X開放邊境」，才能讓觀光產業早日復甦。

▲國民黨立委蔣萬安（左1）也對於旅館、防疫等相關產業，面對面的關切，希望政府能夠早日帶領大家走出一條光明的道路。

讓居隔改為0＋7 開放邊境勢在必行

新冠肺炎的病毒不斷變種，自今已經轉型成為Omicron病毒株，其特性為傳染力高，但卻相較其他病毒株為輕症居多，因此每個人都有感染的機會，卻也能讓病毒流感化的重要關鍵。韋建華表示，「以篩代隔X開放邊境，必須持續擴大進行，這是非常重要的。」

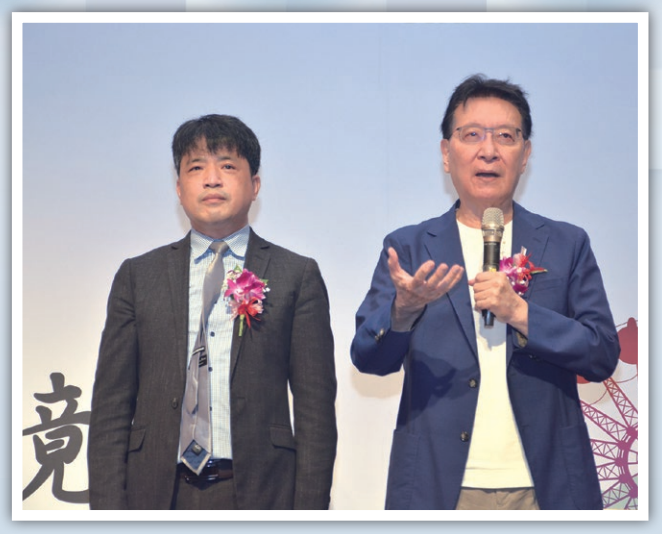
根據中央流行疫情指揮中心再放寬居隔相關規定，6月起，只要第3劑疫苗施打率破7成且重症率不上揚，就讓打完3劑的人「以篩代隔」，但直自8／15最新公布，9／1國外入境的台灣人，至今還是維持3＋4天，但放寬自主防疫期間可返家1人1室，對於出國

撰文．攝影／張偉浩

代隔x開放邊境」才是觀光救命稻草

會」 點出旅館產業「缺錢、缺客、缺工、缺電、缺水」的5缺困境

▲（左起）民眾黨台北市議員參選人林珍羽、金門縣旅館公會理事長蕭淑珍、觀光導遊協會理事長許冠濱、台北市旅館公會理事長韋建華、中廣董事長趙少康、台北商業大學前校長與觀光學院前院長張瑞雄、台灣省旅館公會全聯會理事長謝光富。



▲（左起）台北市旅館公會理事長韋建華、中廣董事長趙少康致詞。

旅遊返台的旅客來說還是窒礙難行，也讓來台的外國旅客卻步。因此，隨著各國旅遊逐步解封，台灣在放寬商務簽證、轉機旅客後，觀光簽證是下一階段，開放邊境變成是遲早的事情，也讓居隔改為0＋7勢在必行。

民宿共搶鋪床工 缺工成為旅館濫觴

新冠病毒3年延燒下來，讓旅館業者面臨5大缺失：「缺錢」、「缺客」、「缺工」、「缺電」、「缺水」。韋建華指出，疫情之下讓旅館產業生意下滑，但銀行業卻在旅館業最需要資金的時候「雨天收傘」，無疑是故意抽銀根，缺乏資金周轉是旅館業目前最大的經營困境。以「缺客」來說，新冠病毒讓國際旅客無法來台旅遊之外，兩岸緊張的關係，以及共機繞台的行為，登上國際版面，嚇跑了國際旅客，也將促使外商流失，讓旅館業衝擊更為劇烈。

民宿指利用自用或自有住宅，以在地體驗交流為目的、家庭副業方式經營，提供旅客城鄉家庭式住宿環境與文化生活之住宿處所。然而現在民宿已經變調，民宿的房間越來越多，民宿主人開始不打掃房間，共搶旅館鋪床工，「缺工」成為旅館產業的濫觴。「缺電」則是在公投通過以核養綠，失智政權置之不理，讓缺電的危機更加嚴重，而基隆旅館更面臨「缺水」窘境，在在顯示旅館經營者的困境。韋建華強調，執政者從2016的「5星執政」漸漸變成2022的「5缺執政」，如果再不提出方法，恐怕需要提出辭職才能對產業負責。

▲台北市旅館商業同業公會於8／18舉辦「76週年紀念會暨會員大會」。

▲台北市旅館公會理事長韋建華致詞。

政府是不是不想發展觀光？ 產業人員只能自力救濟

韋建華總結，觀光業的慘況：面臨缺客，已經沒客戶收入，旅館業還要再面對銀行抽銀根，以及缺工，民宿也來搶旅館的房務人力，請問民宿雇工合法嗎？還有民宿怎麼可以承做國旅1,300元的住宿輔助，對經營成本高的旅館公平嗎？再來是缺電，在台北火車站的旅館也會停電，還有缺水的問題，請問旅館業怎麼生存，請政府看看，是不是就不要發展觀光，台北市1萬3,508名旅館從業人員，該何去何從，就靠自己努力，所以現場還請來可發電、同時生成水解決方案的廠商介紹，以及PCR核酸檢測業者設攤，共襄盛舉，一起支持觀光產業發展。

北市旅館公會舉行「2024總統觀光政策

台北市長觀光政策白皮書請益論壇 特邀國民黨立委蔣萬安

▲（左起）台北市旅館公會理事長韋建華、中廣董事長趙少康。

▲台北市旅館公會2024總統觀光政策請益論壇，（左起）民眾黨台北市議員參選人林珍羽、金門縣旅館公會理事長蕭淑珍、觀光導遊協會理事長許冠濱、台北市旅館公會理事長韋建華、中廣董事長趙少康、台北市議員秦慧珠、台北商業大學前校長與觀光學院前院長張瑞雄、台灣省旅館公會全聯會理事長謝光富。

台北市旅館商業同業公會76週年紀念會暨會員大會上，在上午舉行「2024總統觀光政策請益論壇」，下午舉辦「台北市長觀光政策白皮書請益論壇」，**台北市旅館商業同業公會理事長韋建華**邀請中廣董事長趙少康、觀光導遊協會理事長許冠濱、台北商業大學前校長與觀光學院前院長張瑞雄、台灣省觀光公會全聯會理事長謝光富、金門縣觀光公會理事長蕭淑珍、民眾黨台北市議員參選人林珍羽，以及國民黨立委蔣萬安共同出席論壇，與會員交流觀光政策議題。趙少康也首度鬆口總統參選計畫。

觀光是最好的防彈武器 大陸若想犯台 人民第一個反對

中廣董事長趙少康表示，觀光是無

大學面臨招生問題 中國大陸學生可以填補

台北商業大學前校長與觀光學院前院長張瑞雄表示，政策再好沒有觀光客都沒有用，大學絕對也是疫情受害者之一。近年大學分發，文化大學少了2,300個學生，過去還有大陸學生可以填補，現在大陸學生歸零，跟著防疫政策一樣清零，想問總統國家治理政策是什麼？心中想的是老百姓，還是政黨？要和平還是戰爭？台灣要開放面對全世界，還是封閉只要靠美國？是教育政策洗腦，還是開放心胸面對全世界？只要有正確的觀光政策方向才能水到渠成。

導遊不轉職、紓困不到位 餓死的比病死的人還多

觀光導遊協會理事長許冠濱表示，根據觀光導遊協會統計，每增加10名旅客可為該地區增加0.55個直接就業機會，同時每1名直接就業者又可帶動2.5個間接就業者。以2019年直接觀光人數8,444,024人次來說，占直接入台人數71.17%，創造464,421人直接就業機會（間接就業人數1,161,053人），與觀光相關就業人數達1,625,474人。但新冠疫情衝擊之下，2020年台灣觀光產值比2019年衰退了500億元，倒退回到2013年的產值，導遊業失去工作最慘，華語導遊從3.3萬人減至目前1.4萬人，英語導遊從6,000人減至3,000人，日語導遊從3,900人減至1,700人，導遊不轉職，紓困不到位，餓死的比病死的人還多，如果觀光業能夠賺到錢，又何必仰賴補助。

飯店不應該揹著 開放民宿須有效

台灣省旅館公會全聯會理事長謝光富表示，很多人都說台灣的旅館住宿昂貴，這是非常大的污名，因為飯店的營運成本很高，包含各種營業、安檢、消防的稅額與成本，就連老闆也需要每天參與飯店的勞務，處裡旅客的問題。但是政府在政策面上沒有照顧到飯店業者就爭，通常民宿出事了，才揹著十字架，控訴飯店業店業是旅遊的主體，政府面開放民宿業者。

撰文．攝影／張偉浩

請益論壇」 趙少康鬆口基本上會參選

一定要把觀光產業列為重點項目　讓台灣成為觀光大國

▲（左起）台北市旅館公會理事鄺仲銘、蒲園商務旅館經理陳思欣、台北怡亨酒店總經理游梓雯、台北市室內設計裝修商業同業公會黃璟達、國民黨立委蔣萬安、台北市旅館公會理事長韋建華、新麗聲集團副總裁楊孟欣、金門縣旅館公會理事長蕭淑珍、安信建築經理（股）公司總經理張峰榮、前國民黨發言人胡文琦。

煙囪工業，台灣期望與希臘、義大利一樣成為觀光大國，在觀光政策上就必須要多方思考，過去台灣觀光產值也近兆元，在疫情肆虐，以及兩岸政策之下，近年來只剩下3～4千億，將來選總統的人一定要把觀光產業列為重點項目。目前的執政者說現在是台灣經濟20年來最好，但是最近新聞怎麼會有這麼多人鋌而走險去柬埔寨工作，以前收容偷渡客的宜蘭靖廬也空空如也，說明了台灣經濟的疲弱。正所謂「學如逆水行舟，不進則退」，如果台灣進步幅度不夠，相較其他觀光大國來說，需要進步的空間還有很大。

此外，中國大陸的國防預算每年都是台灣的20倍，長年下來未來子孫要面對的情況會是什麼？常有人說台灣最美的風景是人，猶記之前陸客來台到花蓮觀光，口渴看見司機滿載花蓮西瓜，司機就送給陸客品嚐，到太魯閣觀光上廁所，稱讚台灣的廁所比大陸乾淨多了、建設好，觀光是最好的宣傳。如果中共真的要強行犯台，第一個反對的絕對是大陸人民。反觀現在的烏克蘭幾乎沒有了觀光客，和平絕對是最重要的原則。

台北市長觀光政策白皮書請益論壇 委員蔣萬安 提出「5缺失」解決方案

國民黨委員蔣萬安指出，這段期間也收到非常多旅館業同仁的反應一樣的事情，就是「缺工」問題，管理階層都下去處理房務，自己本身也是旅館業的女婿，更能體會經營旅館的不容易，隨著疫情、少子女化而造成缺勞工、缺服務人員來協助處理房務，自己也積極爭取移工專案。此外，旅館業面對疫情下受創嚴重，是否有專案來解決目前的難關。第二個缺客，因這次疫情台北市是受創最嚴重，過往台北市是有最多國際觀光客，當國門一關其實台北市旅館業的營收是瞬間下滑，當疫情趨緩準備國門開放，我們有沒有做好相關準備？

然而台北市一定要舉辦大型會展，才能帶動會展週邊產業鏈，包括旅館、商圈、餐飲才能整體發展起來。未來也希望帶動多元台北小旅行，結合整體觀光旅宿業的發展，讓旅客體驗台北在地特色、文化、歷史，希望吸引的不是只來一次而是來很多次。另外缺電問題，對旅館業來說，尤其經過這次疫情襲擊，也讓業者快撐不下去。面對後疫情時代的各項挑戰，主政者應該儘快協助業者做好準備、提供資源，迎接國際觀光客的到來。

十字架 管理

算了，還開放民宿與飯店競來怪旅宿產業，飯店不應該者讓國旅產業一蹶不振。飯應該有完整的配套，才能全

建議開放金門到對岸郵輪旅遊 台灣每月1萬人次訪金

金門縣旅館公會理事長蕭淑珍指出，以前開放小三通時，陸客占金門觀光客戶6成，台灣觀光客占4成，但小三通關閉、疫情發生，來金門觀光客甚至是零，隨著9月的補助的用罄，台灣很多來金門經營的旅館飯店都在求售。隨著兩岸的關係緊張，很多中國大陸的鐵殼船頻頻越界，建議開放金門到對岸的郵輪旅遊、台灣每月1萬人次到金門，救金門觀光。

觀光需要宣傳在地特色 打卡牆與網紅景點不是最好辦法

民眾黨台北市議員參選人林珍羽表示，觀光產業是疫情海嘯的第一排，政府的紓困金是九牛一毛，雖然商圈與旅館已經有了人流，但是榮景還是不復見。目前各地方政府都積極推廣國內旅遊，但是不加強宣傳在地特色，只是一味的製作打卡牆與網紅景點，連台灣人都不願意去，打開國門會有外國觀光客嗎？政府需要一條龍的特色規劃，以及一定優惠電價給予飯店產業，搭配旅遊人才培訓，才能做觀光業者的最好後盾。

旅奇
TRAVEL RICH EDITORIAL
社論

觀光與美學密不可分 珍惜在地藝術人才

藝術創造旅遊人潮　從文化藝術角度賦予觀光多元面貌

作為一個區域甚至城市的美感呈現，一個成功的公共藝術（Public art），具備著公共性、藝術性，以及最重要的在地性。隨著現代社會經濟水平的提高、城市化進程的深入，促使越來越多城市、甚至國家，開始將公共空間的藝術視為發展的重點工程。而在地公共藝術美感的營造成功與否，反而能成為擄獲觀光客、帶動出發前往造訪的關鍵點。

換個角度思考，一個成功的公共藝術，能帶動龐大的觀光人流，創造商業模式提升在地的經濟發展，也展現出該區域的綜合生活水平。在國外，不論是機場、車站、公園、商業區、觀光景點等，經常能看見具有紀念性的建物、景觀設計、雕塑聳立其中，成為旅客佇足拍攝的主因，舉凡紐西蘭Christchurch Botanic Gardens植物園裡的「天國的階梯」、位於美國芝加哥千禧公園的Cloud Gate，或是台灣文藝青年到訪日本直島，必定朝聖殿堂級藝術家草間彌生的南瓜，都是公共藝術超脫藝術層面，成為觀光引流強大誘因的實例。

台灣正面臨著城鄉發展差距擴大、青壯人口集中於都市的社會發展課題，有時候更需要一個能有效帶動地方經濟發展的誘因產生，進而創造經濟效益，而公共藝術帶動觀光或許是不錯的選擇，在全台各地也能看到許多成功案例，包括嘉義太平村所推出的「犀迎曙光、犀象太平」，或是雲嘉南濱海國家風景區管理處口湖遊客中心的「海將軍的頭冠」，都有效的吸引觀光客到訪參觀，進而產生經濟效益。

藝術，絕對不只是文化部或縣市政府文化單位的事物，在整體發展的思維下，有時候各部會更應該集中資源與火力，邀請到專業的藝術家與團隊，為在地創造具有當地文化與DNA的公共藝術品，而不是單一活動如大拜拜一般，活動結束後人去樓空，公帑也如煙花綻放一樣，轉瞬消失。

其實從許多國外的經驗借鏡，公共藝術的呈現或景觀設計重點，是透過地方的美學素養提升後，讓最熟悉這片土地的在地人去努力呈現家鄉的自然之美，透過因地制宜規劃讓公共藝術更貼近在地，帶動地方的共識凝聚，進而創造亮點。因此，藝術家不必遠赴國外求尋，更應該從在地藝術家進行邀集。

如過去台灣燈會移師雲林的期間，縣府所邀請到的，便是旅美藝術家、北港在地人的國際彩鑲瓷藝術家蔡爾平，他從雲林的定位與特性出發，以台灣土雞為概念，製作「生生不息」燈組，廣受好評。他也曾受邀前往宜蘭五結鄉，在「赫蒂法莊園」打造出夢幻的空中城堡，而城堡也成為無數網美朝聖的首選。

蔡爾平擅長以精細的工藝技術演繹自然之美，創造非凡的視覺饗宴，連前美國第一夫人希拉蕊柯林頓、前國務卿歐布萊特都是其創作的粉絲與收藏家。獨創的技術與美感，更獲得無數獎項肯定，包括2019年獲得美國華人博物館（MOCA）頒發經典傳承獎（2019 MOCA Legacy Award Gala），與建築師貝聿銘、導演李安等知名華裔人士並駕齊驅。

政府機關的支出都來自公帑，如何讓每一分錢都花在刀口上、創造更大的效益才是關鍵，若能邀請到台灣優秀的藝術家，以在地的熟悉、國際的視野來策畫，讓場域與藝術、在地文化、人文風情相互結合，作品才能真正歷久不衰，為在地帶來挹注，對於現階段台灣觀光產業的發展，也才能真正帶來永續的助力。

山口縣嶄新面貌創造新話題 嘟嘟車暢遊秋吉台

元乃隅神社更吸睛　秋芳洞感應式解說　唐戶市場啖美味

撰文／張語柔・圖片提供／向日遊

山口縣與九州地區相隔關門海峽對望，無論利用福岡機場或北九州機場進出都相當方便。自然資源豐饒外，縣內也有角島大橋、元乃隅神社、錦帶橋等數個知名絕景，值得遊客到訪深度旅遊，感受當地獨有的觀光魅力。4月起能體驗駕駛嘟嘟車暢遊秋吉台，而元乃隅神社經過整修後，鳥居絕景更為壯觀。秋芳洞導入感應式解說設備，讓遊客可避免接觸安心觀光，包含唐戶市場等各景點都積極落實防疫，已做好準備迎接遊客。旅行同業日後若有任何山口縣觀光資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

◀元乃隅神社被美國CNN評選為日本最美的31個景點之一，是規劃山口旅行不可錯過的熱門景點。

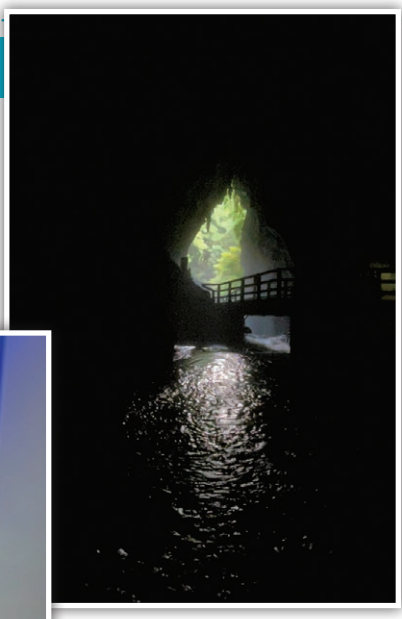
秋吉台

面積廣達4,502公頃的秋吉台為日本規模最大的喀斯特高原，在1955年成為國家公園，1964年被指定為特別天然紀念物。一望無際的原野能清楚看到白色石灰岩散佈，就像是放牧中的羊群般有趣。這裡是登山健行者的天堂，主要規劃5條推薦路線，依腳程不同約55分鐘至2.5小時就能攻略，無論初學者或健行高手都能享受樂趣。徒步之外還能租借腳踏車、機車或小型電動車，今年4月起秋吉台觀光交流中心更推出「嘟嘟車」租借服務，使玩法更為豐富。

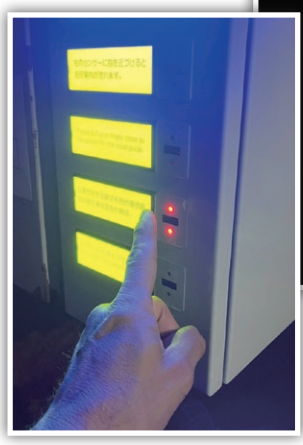
▲包含駕駛嘟嘟車最多可乘載7人，需具備普通駕照。

秋芳洞

秋芳洞與岩手縣龍泉洞、高知縣龍河洞合稱為日本三大鐘乳石洞，被列為特別天然紀念物。洞窟目前開放的參觀路線全長約1公里，可欣賞由數百片扁平石灰岩組成、酷似梯田的「百枚皿」以及高度約15公尺的巨大鐘乳石柱「黃金柱」等，感受大自然鬼斧神工。洞內年均溫約17度，冬暖夏涼且不受下雨天影響，為四季都能活用的觀光資源。秋芳洞積極落實防疫措施，景點解說也從按鈕式更換為感應式，讓遊客減少不必要接觸！



▲秋芳洞的光影神似台灣的形狀，為必拍亮點。



◀手指稍微靠近感應器，景點解說就會自動播放。

元乃隅神社

元乃隅神社擁有123座朱紅色鳥居，一路綿延而上與碧海藍天、茵茵綠樹交織出獨特美景。神社日前進行整修工程，鳥居經重新上色後景象更為吸睛。境內高6公尺的巨大鳥居上方，設置被稱為日本最難投進的賽錢箱，據說只要順利將香油錢投入願望就有可能成真。冬季期間還有必看特色，神社附近能欣賞由海水與空氣擠壓而成的「龍宮之潮吹」噴射水柱，根據天候與浪潮狀況不同，水柱高度甚至可達30公尺。

▲元乃隅神社的鳥居現已重新上色，展現出鮮豔面貌！

唐戶市場

集結新鮮漁獲與在地農產品的唐戶市場，被譽為「關門的廚房」，是山口縣旅遊不可錯過的美食聖地。市場一大亮點為每週五與例假日舉辦的「活蹦亂跳馬關街」活動，各店鋪會以當日漁獲捏成握壽司，展開精彩的壽司對決，場內吆喝聲四起相當熱鬧。隨疫情影響逐漸趨緩，現階段暫停的活蹦亂跳馬關街與週日營業，預計於10／1重新起跑，唐戶市場也落實防疫措施，希望帶給遊客安全又安心的觀光環境。

▲能以划算價格大啖海鮮的唐戶市場，無論團體或自由行遊客都推薦到訪。

更多山口縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：（02）2518-3587。

TRAVEL RICH
2022 08／22～2022 08／28

CONTENTS

VOL 715
出刊日期：2022／08 22
本期封面設計：曾繁淵

COVER STORY｜封面故事

02 台北市旅館公會理事長韋建華「以篩代隔X開放邊境」才是觀光救命稻草

北市旅館公會舉行「2024總統觀光政策請益論壇」趙少康鬆口基本上會參選

EDITORIAL｜旅奇社論

06 觀光與美學密不可分 珍惜在地藝術人才

JAPAN｜和風日本

07 山口縣嶄新面貌創造新話題 嘟嘟車暢遊秋吉台

AIRLINES｜航空飛訊

09 長榮航空歐洲雙城米蘭、慕尼黑開航說明會

HOT NEWS｜當週要聞

10 專訪高爾夫球場事業協進會理事長黃美蘭
看好市場復甦 台北國際觀光博覽會人氣強強滾
海旅會進駐台北觀光博覽會展
臺中市觀光旅遊局 觀光振興為產業注入活水
金質獎頒發8項組別 鼓勵業者創新 提升品質

FOCUS｜特別企劃

17 形塑彰化地域觀光圈起手式
中彰區域觀光聯盟前進鹿港舉辦共識工作坊
資訊工業策進會資深分析師潘啟銘剖析鹿港與扇形車庫
紫鋐整合行銷執行長陳思安看地方品牌與鄉村旅創
極思設計總經理洪瑞駿探討設計加值、品牌創生
導入水保局橫向連結跨部會資源

大西拉雅觀光圈強強聯手 結合易遊網環島之星
直送仙境 攜手電商平台掀地方好物仙品收藏風
大西拉雅觀光圈搶先佈局國際市場
匯集全球最具代表性的大師開講

陳盛山看亞洲具前瞻性創新與創業精神的航空公司
全日空控股集團的疫後轉變

TAIWAN｜國旅情報讚

30 遊客人數破120萬 2022臺灣國際熱氣球嘉年華
高潮迭起 精彩落幕
500+代代薪傳 行政院農委會舉辦第5屆百大青農
畢業典禮展現輔導成果
旅遊界終生志工、國寶級講師、
觀光局職前訓練講師 張明石

專訪鼎運旅遊集團董事長陳怡璇
集智慧和美麗於一身 做旅遊業界最好的榜樣

玩買主意 fun idea mall
官網 粉絲團

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

編輯部 Editorial
總編輯／王政 John Wang
採訪編輯／張偉浩 Kevin Chang
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／彭可玹 Poppy Peng
文案／楊昀潼 Elsie Yang

設計部 Art
設計主任／林洋正 James Lin
資深設計／葉美君 Mei-Chun Yeh

行銷業務團隊 Marketing & Sales eProject Unit
資深專案經理／周威廷 Wayne Chou

Process Control
經理／李曉倩 Judy Lee

業務部
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
經理／蔡雅雯 Yawen Tsai
企劃副理／黃千珮 Pat Huang
企劃主任／徐意雯 Dance Hsu
企劃編輯／張語柔 Zoe Chang
企劃編輯／何昕穎 Hsinying Ho
企劃編輯／張子凌 Tzuling Chang

旅奇週刊
TRAVEL RICH
日本合作刊物：旬刊旅行新聞 Collaboration with JAPAN
業界人のための業界専門紙 旬刊 旅行新聞
旅奇週刊官方網站 旅奇週刊粉絲團

Establishment
日雜誌創刊・B2B網站開站／Oct. 17, 2005.2005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.

EVA AIR 長榮航空
A STAR ALLIANCE MEMBER

長榮航空歐洲雙城米蘭、慕尼黑開航說明會

睽違25年後再度開闢歐洲新航線 全面升級e-Service、機場航顯

撰文．攝影／張偉浩

▲（左起）桃園市旅行公會理事長呂中豪、台北市旅行公會理事劉奕樑、長榮航空客運營業本部協理王振興、Value Retail旅遊顧問蔡璧如（Milane Tsai）、桔豐科技董事長徐毓豐。

▲長榮航空舉辦「長榮航空歐洲雙城開航說明會」，請來旅行業者、知名旅遊作家分享德義旅遊資訊。

▲德國經濟辦事處首席代表暨處長林百科先生（Mr.Axel Limberg）致詞。

▲桔豐科技董事長徐毓豐（中）抽出歐洲WiFi分享器10天吃到飽。

▲Value Retail旅遊顧問蔡璧如（Milane Tsai）（中）抽出比斯特購物村100歐元現金禮券。

長榮航空宣布，10／25開闢台北—米蘭航線，提供每週2班的飛航服務；11／3開闢台北—慕尼黑航線，提供每週4班的飛航服務，屆時，長榮航空飛往歐洲將達6個航點，是台灣布局歐洲航點最多、航班最密集的航空公司。為了讓同業了解更多的開航資訊與最新優化內容，長榮航空特別舉辦「長榮航空歐洲雙城開航說明會」，更請來旅行業者、知名旅遊作家分享德義旅遊資訊。

長榮航空客運營業本部協理王振興表示，長榮航空睽違25年後再度開闢歐洲新航線，此次陸續新增米蘭及慕尼黑2個直飛新航點，讓歐洲航網的布局更完善，搭配巴黎、維也納的直飛航線，或是中停曼谷的倫敦及阿姆斯特丹航線，提供同業包裝多點進出的旅遊商品，對於商務或是旅遊的民眾也是往返歐洲最佳選擇。

長榮航空、慕尼黑機場 5星級強強聯手

德國經濟辦事處首席代表暨處長林百科先生（Mr.Axel Limberg）表示，台灣是亞洲之心，德國也是歐洲的心臟位置，台北與慕尼黑都是連接兩國商務的重點城市。長榮是5星級的航空，慕尼黑機場也是5星評鑑的機場，對於國際旅客來說可是5星級的強強聯手。此外，慕尼黑是國際城市，在旅遊、文化、美食上都有出色的表現，既是BMW總部，還有西門子、安聯都在慕尼黑設立母公司。屆時開航之後可以節省8小時的交通時間，也能透過慕尼黑的轉運樞紐，前往其他城市。11月開航之後，正好迎向聖誕節與跨年佳節，成為最佳的旅遊時機。

德鐵加入星空聯盟 慕尼黑出發車票1千元起

長榮航空採用B777-300ER執飛米蘭與慕尼黑，抵達米蘭時間為06：15＋1，可以銜接愛琴海航空前往希臘，或是北歐航空前往哥本哈根、瑞士航空的蘇黎世，或是其他星空聯盟的成員前往歐洲各地。而慕尼黑的航點，則因為與漢莎航空同為星空聯盟，更能輕鬆一次玩轉德國各地。值得關注的是，8／1起德鐵正式加入星空聯盟合作夥伴，從慕尼黑搭乘德鐵前往科隆、柏林、漢堡均一價只要加價1千元起，大大解省交通旅費。此外，從即日起一直到10／31，同業開票優惠只要3萬1千元起，且開票就贈送多項精美好禮。

行李調整為計件式 航顯改為紫金綠橘4色

為了讓旅客享受更舒適的旅程，長榮航空也持續優化產品與服務，包括行李政策的調整、機場航顯全面改版、e-Service再生級。長榮航空表示，6／23起行李調整為計件式，無論長短線皆提供2件23公斤的配額，商務艙則有2件32公斤（除長線A／CLS、短線S、W、V、A／CLS艙等除外）。航顯部分則以顏色作為區分，分為紫金綠橘4種顏色，紫色為鑽石卡專用，金色為鑽石卡、商務艙、桂冠艙、皇璽桂冠、長榮金卡、星盟金卡，綠色則為銀卡、豪經艙、團體旅客、特別服務、綜合服務、一般作業。橘色則是讓旅客透過APP預約自動報到，自行託運行李。而e化服務再生級可以讓旅客訂位後線上選位、購票後自動報到，而且預付超額行李享9折優惠，e-Menu線上選餐，以及免稅品預購，還能透過EVA e-Library觀看超過500本機上雜誌。

專訪高爾夫球場事業協進會理事長黃美蘭

扮演政府與球場業界良善順暢的溝通橋梁 朝向永續經營

撰文．攝影／張偉浩 圖片提供／高爾夫球場事業協進會

▲全台灣有59座球場，提供旅客選擇，享受揮桿樂趣。

◀高爾夫球場事業協進會理事長黃美蘭。

還記得東京奧運，台灣國手潘政琮拿下「男子個人高爾夫」銅牌，創下台灣歷史上第一面高爾夫球獎牌的榮耀嗎？高爾夫球運動在台灣約有近百萬人口，高爾夫球桿、高爾夫球袋在台灣產量，囊括高球市場產量達8至9成，加上近年高爾夫球運動日漸普及，費用大眾化，喜好高爾夫球運動人口大幅增加，讓高爾夫球成為一大商機。

高爾夫球場事業協進會理事長黃美蘭表示，高爾夫球場事業協進會為台灣高爾夫球場唯一的同業公會，初期協助業界處理球場開發、開放使用執照與相關法令之取得及申請，後陸續爭取球場經營服務、場務、土地、稅務、觀光、科技等相關業務的鬆綁、解禁與拓展，均能以球場正向發展前進，並也扮演政府與球場業界良善順暢的溝通橋梁，朝向台灣高爾夫球場永續經營之願景目標而努力。

球場距離市區1小時車程 可安排2～4天高球之旅

全台灣有59座球場，分布在北中南東，距離主要市區都約半小時至1小時的車程距離內，球友可以在打球結束之後前往市區享受美食、逛街，或是享受在地自然美景、泡湯，卸除打球的疲憊感。黃美蘭指出，高爾夫屬於能適度保持社交距離的戶外運動，相對於室內運動，可說是安全及優良的運動項目，而且同一區域的球場也很近，球友可以安排2～4天的高爾夫球之旅，每天可以體驗不同球場的挑戰，享受在山林之間，愜意揮桿的樂趣。

高球被定位為「運動項目」 課「娛樂稅」合理嗎？

透過高爾夫觀光及倍增擊球人口策略，強化球場營運績效；以及全球「2050年淨零排碳」政策，台灣已入法推動，而高爾夫球場的自然碳匯，高爾夫球場協進會將循序推動，希望創造碳中和之附加價值，同時建立球場在環境、保育的正面社會形象，是協進會未來努力及發展目標。

黃美蘭指出，高爾夫球場動輒40～100公頃，對於水土保持與環境維護相當重視，如果有風災水災侵襲，導致球場損壞，對於營業損失更為巨大。為此協進會也極力擺脫破壞自然生態的汙名。此外，高爾夫的主管機關是教育部體育署，高爾夫被定位為「運動項目」，高爾夫球友卻被課徵「娛樂稅」，由高球場代為徵收，成為台灣唯一被課徵「娛樂稅」的運動項目，極度不合理，也是協進會近年來一直想要修正的部分。

觀光局主題旅遊納入高球 提高網站球場資訊能見度

近年來觀光局主打各項運動旅遊年，包括自行車、脊梁山脈，同為運動項目的高爾夫球，卻相對不受到重視，國外旅客想要在網站上搜尋高爾夫球的資訊，必需層層關卡才能找到高爾夫球的欄位，讓推廣的效益大打折扣。黃美蘭表示，觀光局網站的主題旅遊中是否也能納入高爾夫球項目，讓所有想要尋找運動旅遊相關資訊的旅客，都能在同一平台中各取所需，友善使用者體驗。另外，也建議體育署的網站也能掛上觀光局已經架好的高爾夫球旅遊資訊欄目，讓已經建置的網站能見度大增，促使尋找運動旅遊的消費者多一個瀏覽的管道。

球場無私培訓亞、奧運國手 希冀政府能挹注更多資源

黃美蘭表示，台灣的每一位球員大部分都有球場在背後支持與贊助，而許多亞運、奧運比賽的國手也都來自於球場的大力撐腰、無私的奉獻，才能有現在豐碩的成績。以自身經營的揚昇高爾夫鄉村俱樂部，就有贊助許多國手，並從小紮根高爾夫球運動，提供學校社團與選手培訓的場地與教練，期望能打造運動明星，提振高爾夫球的風氣與廣度，希冀政府與主管機關能夠挹注更多的資源給予高爾夫球，讓高爾夫球成為全民運動，使台灣高爾夫球場發展蒸蒸日上，帶動高爾夫產業興起，競技成績奔向世界，為國家爭光。

撰文・攝影／王政

看好市場復甦 台北國際觀光博覽會人氣強強滾

航空公司回歸旅展　超過百家業者進駐　攜手為觀光市場加溫

▲第16屆台北國際觀光博覽會（TTE）於8／19正式登場。

隨著邁入後疫情時代，沉寂多年的海外旅遊市場有望逐步回溫，於8／19假世貿一館登場的第16屆台北國際觀光博覽會（TTE）的洶湧人潮，便可感受到市場的熱度。本屆吸引約150家國內外廠商、設置近400格攤位，更睽違3年重新邀請航空公司參展，從各國觀光局、各縣市政府、風景區管理處，到躉售型旅行社、飯店，紛紛展開渾身解數，邀請民眾一起為觀光市場加溫加熱。

特別蒞臨開幕現場的**總統蔡英文**表示，感謝觀光業者過去3年努力撐住產業，同時為防疫盡一份力量，行政院與交通部也啟動各項振興措施，透過國旅補助扶持市場，不僅為解封熱身，也為爭取國際旅客來台灣做好準備。

對於產業持續呼籲的邊境開放，目前已請行政院仔細評估開放邊境期程表，研擬配套，做好觀光客入境準備，台灣的美食、文化都相當吸引外國人，特別是台灣人熱情，喜歡與外國人做朋友，相信曙光很快就會來到。

▲總統蔡英文致詞。

▲台北市副市長黃珊珊。

▲台北市旅行公會理事長駱炫宏。

台北市副市長黃珊珊表示，台北作為首善之都，加上便捷的交通、多元的美食、悠久歷史，一直是全球最佳旅遊城市首選之一。疫情後台北市政府不斷推動數位轉型，未來也將朝向低碳旅遊的新模式，以追求國家2050淨零碳排目標。隨著邁入疫後新常態，台北市政府已擬定多項政策來擁抱世界，包括即將舉辦「城市博覽會」，以及明年2月舉辦的「台灣燈會在台北」，希望和大家一起迎接全世界的國際觀光客到台北來旅遊。

主辦單位—**台北市旅行公會理事長駱炫宏**表示，疫情為觀光產業帶來巨大衝擊，還好有政府伸出援手，透過振興、補助等多元方式，加上三倍券、五倍券、安心旅遊等政策加持，帶動消費者出遊意願。隨著病毒流感化，世界各國也陸續開放國門，根據旅行業調查，有5成消費者有意願出國並購買海外行程，為此TTE睽違3年重新邀請航空公司參展，各國和旅行社這次也積極推展海外行程，可見對下半年海外市場有期待與信心。旅行社們已經全面準備好，因此呼籲政府盡速鬆綁，只等入境鬆綁至0＋7，加上禁團令的解除，以及鬆綁觀光簽證，讓業者們能大展身手、國際旅客願意到訪，快速恢復觀光市場。

▲第16屆台北國際觀光博覽會（TTE）特別採雙執行長制，由台北市旅行公會副理事長黃文卿、詹林家擔任。

▲總統蔡英文特別參觀外交部的攤位，宣傳民眾出遊平安。

撰文・攝影／王政

海旅會進駐台北觀光博覽會

打造暢遊千年運河主題　搭配廣西非物質文化展超精彩

▲海峽兩岸旅遊交流協會台北辦事處前進2022台北觀光博覽會（TTE），將歷史悠久的中華文化展現給台灣民眾。

▲海旅會展區此次以「美麗中華—暢遊千年運河，樂享非遺之美」為主題，邀請民眾逛旅展雲遊滔滔運河。

▲（左起）海峽兩岸旅遊交流協會台北辦事處主任任佳燕、台北市旅行公會理事長駱炫宏。

◀（左起）中華兩岸旅遊產學發展協會常務理事許傳萍、常務監事王采紅、海峽兩岸旅遊交流協會台北辦事處主任任佳燕、旅奇週刊社長何昭璋。

海峽兩岸旅遊交流協會台北辦事處（簡稱海旅會）特別進駐2022台北觀光博覽會，向台灣民眾介紹大陸旅遊最新資訊，為疫後台灣赴大陸旅遊市場回暖復甦積蓄力量。

海旅會展區此次以「美麗中華—暢遊千年運河，樂享非遺之美」為主題，邀請民眾逛旅展雲遊滔滔運河，在綠水青山間領略大運河自然之美，在風土人情中感受大運河人文之美。於此同時，展區也同步展出「壯美廣西・錦繡八桂」—廣西非物質文化遺產展，精選深具廣西特色的繡球、樂器及織品等精彩展品，讓參加旅展的民眾提前預覽9／9～10／23在佛光山佛陀紀念館盛大展出廣西非物質文化遺產精品。

海旅會展區面積108平方公尺，策劃了打卡拍照、多媒體展示、文宣資料索取、廣西非遺展示、淮揚菜系料理等五大精選展區，通過視頻播放賞美景、諮詢問答解疑惑、趣味遊戲獲獎品、非遺展示漲知識，淮揚刀工展廚藝等多重內容，搭配縈繞著大運河系列主題推介和展示，川流不息的展場氛圍，整體效果十分吸睛。

舞台區主持人將重點介紹大運河沿途必遊景點的旅遊攻略，4天預計舉辦24場旅遊推介會，主打大運河之旅的歷史沿革與必遊景點以及非物質文化遺產的介紹。運河兩岸的世界遺產以及介紹非物質文化遺產的種類、人文風俗等，通過銀屏精彩呈現，給大家帶來雲遊大陸，文化熏陶的深刻體驗。

廣西非遺精品 率先亮相TTE旅展

歷屆受到許多觀眾熱情追捧的「守望精神家園～第8屆兩岸非物質文化遺產月暨美麗中華行」系列活動，今年特別以「壯美廣西・錦繡八桂」為主賓省，訂於9／9～10／23在佛光山佛陀紀念館盛大展出廣西非物質文化遺產精品，介紹廣西壯族自治區的傳統工藝、表演藝術與文化風光，讓觀眾充分領略廣西多元文化的獨特魅力。

在正式展出之前，做為主辦單位之一的海峽兩岸旅遊交流協會，特別精選展覽中深具廣西特色的繡球、樂器及織品等精彩展品，讓參加旅展的民眾先睹為快！主辦單位表示，期待觀眾們能親自走一趟在佛光山的展覽，親睹精彩的展覽內容；未來則更能親訪廣西，充分體驗「壯美廣西・錦繡八桂」的迷人風情。

撰文・攝影／王政　圖片提供／本刊圖庫

宜蘭縣政府

▲宜蘭縣政府同仁與參展業者合影。

花蓮縣政府

▲（左起）花蓮縣政府觀光處行銷科科長柯博皙、處長張志翔、花蓮縣觀光協會理事長陳義豐。

東部海岸國家風景區管理處

▲東部海岸國家風景區管理處遊憩課課長邱資雅（右5）、企劃課課長黃千峯（左1）。

基隆市政府觀光及城市行銷處

▲（左起）基隆市政府觀光及城市行銷處長曾姿雯、旅行公會全聯會理事長蕭博仁。

喜鴻假期

▲喜鴻假期特別推出超激優惠來吸引目光。

尊榮假期

▲尊榮假期（享趣旅行社）總經理劉奕樑（右4）、經理劉怡菁（左2）。

新假期

▲大登旅行社董事長林博宗（中）、鴻大旅行社產品開發經理翁崧容（左1）。

大都會旅行社X日紳旅行社

▲（左起）大都會旅行社董事長林進榮、特助林亭妤、日紳旅行社董事長詹林家。

可樂旅遊

▲（前排左1起）台北市觀光傳播局局長劉奕霆、台北市旅行公會理事長駱炫宏、可樂旅遊總經理高月美、台北市副市長黃珊珊、台北市旅行公會副理事長李清利（右1）與同仁合影。

台灣虎航

▲（左4起）台灣虎航董事長陳漢銘、發言人許致遠。

大韓航空

▲（左起）大韓航空台北分公司客運部業務經理江奇儒、副理王文中。

菲律賓觀光部

▲（左起）菲律賓觀光部台灣分處處長海瑟博士、馬尼拉經濟文化辦事處副代表賀喜得。

泰國觀光局

▲泰國觀光局台北辦事處處長丁蓉采（中）。

馬來西亞觀光局

▲馬來西亞觀光局台北辦事處副處長娜伊瑪荳（中）。

帛琉觀光局

▲帛琉觀光局台灣辦事處代表雷均（中）。

馬里亞納觀光局

▲馬里亞納觀光局台灣代表蔡璧如（左2）。

韓國觀光公社台北支社

▲（左4起）台北市旅行公會理事長駱炫宏、蔡英文、韓國觀光公社台北支社支社長李長儀。

台北市政府

▲（左4起）台北市旅行公會理事長駱炫宏、蔡英文、台北市副市長黃珊珊、觀光傳播局局長劉奕霆。

臺中市觀光旅遊局

觀光振興為產業注入活水

撰文／張偉浩　圖片提供／臺中市觀光旅遊局

▲於阿聰師芋頭文化館體驗手作樂趣。

◀八仙山國家森林遊樂區是山鳥樂園，有景色多樣化的輕裝短途步道，能尋訪美麗的十文溪、櫻花林、油桐林與竹林。

中市府熱情迎接旅遊獎勵首發團旅客　經費執行6都第一

臺中山海屯都安心玩旅遊獎勵計畫，自今年7／22計畫啟動，近3萬個申請名額熱度破表！8／5首發團從臺北出發，開始為期2天1夜的臺中行程，中市府觀光旅遊局展現臺中人熱情，準備迎賓好禮歡迎首團，希望吹響帶動復甦的前哨，迎來臺中觀光產業熱鬧滾滾、欣欣向榮的景象。

北中南3場說明、推介會 線上申請被瞬間秒殺

臺中觀旅局長韓育琪表示，此次為振興臺中觀光旅遊經濟推出「2022年臺中山海屯都安心玩旅遊獎勵計畫」，鼓勵旅行業者帶團至臺中市旅遊住宿消費，獎勵對象為全臺合法設立的旅行社業者，在計畫發佈啟動後隨即辦理臺北、高雄及臺中3場次的旅行業者說明會及推介會，這一波的宣傳第一時間發揮效果，訊息快速有效的傳遞到旅行業者手中，並且促成產業的交流媒合，因此線上申請被瞬間秒殺。觀旅局表示，沒有申請到的業者也不必氣餒，待審核後如有名額釋出，將於臺中觀光旅遊網即時公告重新開放受理申請，歡迎各業者持續關注。

▲中市府觀光旅遊局展現臺中人熱情，準備迎賓好禮歡迎首團。

臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜也表示，本次旅遊獎勵計畫串聯臺中觀光產業商品，除了旅宿、餐飲外，也帶動觀光工廠及產業故事館業者商機，落實深度體驗旅遊，感謝臺中市政府與業者站在一起！

臺中山海屯都安心玩！ 累計住宿人數破10萬

韓育琪進一步表示，此次山海屯都安心玩旅遊獎勵計畫受到全臺旅行業者的關注，紛紛推出套裝遊程，行程橫跨臺中的海岸線到中央山脈的梨山，完整凸顯此次計畫的主要宗旨：臺中山海屯都安心玩！首發團行程安排了中社觀光花市及高美濕地，並於阿聰師芋頭文化館體驗手作樂趣，晚上入住臺中金典酒店，團員紛紛表示，透過這次的行程，看到了更深度的臺中，以後還想再來。

各旅行社也陸續出團，目前依申請資料統計，全臺超過12個縣市出團遊臺中，前3名縣市為臺北市、高雄市及新北市，加上交通部觀光局「悠遊國旅補助」自7／15上路後，截至8／1，自由行補助來臺中住宿計申請4萬70間房，累計住宿人數10萬7,972人，經費執行目前為6都第一，不論團客或是自由行，臺中仍是全臺遊客最想出遊目的地首選。

下半年臺中活動精采連連 好山好水等您來體驗

臺中觀旅局補充表示，今年下半年臺中的活動精采連連，自行車嘉年華、國際踩舞嘉年華、好湯溫泉季及國際花毯節等活動接二連三的推出，準備好迎接全國旅客的到來，臺中的好山好水正等著您來體驗，遊臺中最好康，絕對讓您不虛此行。臺中觀光景點、推薦遊程及本計畫申請資訊詳情，請上臺中觀光旅遊網（https://travel.taichung.gov.tw/）查詢下載。

▲高美濕地是台中賞鳥、看夕陽的必遊景點，是個可以讓遊客旅遊休憩的好去處。

臺中市政府觀光旅遊局廣告

金質獎頒發8項組別 鼓勵業者創新 提升品質

特別增加「入境旅遊」類 為國境開放熱身 吸引外國旅客

撰文．攝影／張偉浩

▲由品保協會主辦，被譽為旅行業界奧斯卡獎的「2022金質旅遊」頒獎典禮，於8／6擴大舉行。

▲交通部觀光局局長張錫聰致詞。

▲旅行業品質保障協會理事長許禓哲致詞。

由品保協會主辦，被譽為旅行業界奧斯卡獎的「2022金質旅遊」頒獎典禮，於8／6擴大舉行，所有得獎行程不僅為消費大眾挑選出最切合需求的優質旅遊產品，並達成鼓勵旅行業者創新及提升旅遊品質之雙重目標。

交通部爭取了55億元 推動悠遊國旅振興專案

交通部觀光局局長張錫聰親臨現場，鼓勵大家出遊，交通部向行政院爭取了55億元，在尚未開放國際觀光簽證之前，從7／15開始推動悠遊國旅振興專案，疫情期間政府投入相當多的觀光計畫。為迎接開放後國際旅客，觀光局積極舉辦6大國際魅力景區、13個管理處各項活動，讓民眾「悠遊」的同時，更期待國際旅客來體驗。同時也希望透過金質旅遊行程徵選活動，以優質旅程與服務，帶動整體國旅市場活絡，共同迎接國際觀光客。

▲（左6起）旅行業品質保障協會理事長許禓哲、榮譽理事長黃金祥、交通部觀光局局長張錫聰，與貴賓合影。

旅行業品質保障協會理事長許禓哲表示，金質旅遊行程選拔今年邁入第10年，秉持公平、公正、公開，邀請專家、觀光局、縣市政府代表、社會賢達公正人士、學術界代表等參與，嚴選「價格合理」、「內容透明」、「旅客滿意」的優質行程，為消費者精心挑選出安心又滿意的最佳行程，同時提供業者一個榮獲金字招牌認證的最佳管道。

主題旅遊元素融入行程 創新推出不同類型產品

為國境開放先熱身，今年特別增加「入境旅遊」類，目的是希望業者能將國家風景區、文化、生態、海灣、山脈、低碳、雙鐵、永續、養生等主題旅遊元素融入行程，同時能跨領域整合各地豐富的觀光資源，創新推出不同類型旅遊產品，提升國內旅遊品質，並打響台灣國際觀光品牌。今年計有246個優質且富創意的行程報名角逐，透過品保協會精心評選，共挑出36條獲獎行程，豐富多元，條條精彩。這些品保協會掛保證的優質旅遊產品，可供國內外旅客出遊優先選擇。

「入境旅遊」6項組別 結合各部會暨有觀光資源

在「入境旅遊」獲獎行程中，囊括了「國際魅力景區旅遊組」、「大陸地區來台旅遊」、「港澳地區來台旅遊」、「東南亞地區來台旅遊」、「東北亞地區來台旅遊」、「歐美紐澳地區來台旅遊」等6項組別，共12條行程獲獎。所有行程均結合了各部會暨有觀光資源，讓入境旅客細細品味台灣之美，體驗台灣的山海、地質、生態、人文、美食多元特色，將臺灣多元的自然風光及人文景觀，用嶄新的風貌推廣出去，期待國境開放後，能吸引更多國外遊客愛上台灣。

2022金質旅遊「國民旅遊」分8項組別，各有3條行程獲獎

★**金質國家景區旅遊組：**可盡情享受國家景區各種旖旎的自然生態與風光，串連起「文化、林業、生態」特殊玩法及環境教育。

★**金質文化旅遊組：**帶領旅客一窺台灣過去的繁榮面貌、了解時代大熔爐中的各種文化特點。

★**金質生態旅遊組：**帶領旅客親近野植、藥草、地質、星空，以生態體驗，食農教育、戶外運動等認識大自然。

★**金質海灣旅遊組：**包含以沙灘為舞台的樂音樂海節慶、從潮間帶生態旅程與海龜的對話到互動式創意海鮮情境體驗為其特色。

★**金質山脈旅遊組：**帶大家走讀台灣美麗的脊梁山脈，飛越時空長廊，跟隨山行者百年前攀登玉山的足跡，登高遠眺疊巒疊嶂。

★**金質低碳雙鐵旅遊組：**以兩鐵列車，沿著鐵道尋覓內心深處的悸動，搭配單車騎行，用健康又減碳的方式迎風尋夢。

★**金質永續旅遊組：**使用環保旅店、綠色餐廳，讓遊客契合環保的理念，探索台灣在地風光，徜徉鄉野田園美景。

★**金質養生旅遊組：**安排體驗山林瑜珈、自製香草包、藏山料理、自然食農，來一趟親近大自然的芬多精的養生巡禮。

形塑彰化地域觀光圈起手式

中彰區域觀光聯盟

前進鹿港舉辦共識工作坊

產、官、學、媒界齊聚彰化
從不同面向深掘觀光隱形冠軍的潛力與亮點
期許打造後疫情時代的觀光新選擇

彰化縣政府城市暨觀光發展處處長
王瑩琦

交通部觀光局參山國家風景區管理處處長
曹忠猷

中彰區域觀光聯盟總召集人
柴俊林

形塑彰化地域觀光圈起手式 中彰區

產、官、學、媒界齊聚彰化　從不同面向深掘觀光隱形

作為觀光圈的先行者之一，中彰區域觀光聯盟在觀光局推動觀光圈1.0計畫期間，便成功帶動兩個縣市的產業有效鏈結，透過深度的盤點、大型活動的舉辦，以「食旅中彰．城鄉同框」的品牌形象，賦予在地全新面貌，也成功讓全台看見中台灣觀光的無窮潛力。

▲（左起）旅奇傳媒社長何昭璋、交通部觀光局參山國家風景區管理處課長張淑華、（左4起）彰化縣旅遊產業協會副理事長（魔菇部落休閒農場總經理）、交通部觀光局參山國家風景區管理處處長曹忠猷、彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦、魚樂天地執行長何立德、中彰區域觀光聯盟執行長胡沛成、西斗農村產業促進發展協會理事長陳蜂、極思設計總監洪瑞駿、謐境設計空間設計師劉益彰、台灣玻璃館副總經理陳柏文。

隨著邁向計畫2.0階段，在交通部觀光局參山國家風景區管理處的支持，以及彰化縣城市暨觀光發展處的從旁協助下，中彰區域觀光聯盟決定加大力度耕耘在地，以更精采的面貌迎接國旅與未來國際入境客的到來。

為此，由參山國家風景區管理處、彰化縣政府的指導，以及彰化縣旅遊產業協會、中華觀光管理學會、旅奇傳媒、緞帶王觀光工廠、台灣玻璃館觀光工廠等單位協助下，中彰區域觀光聯盟於8／9～10前進彰化鹿港，舉辦4場「魅力鄉鎮～形塑彰化地域觀光圈之起手式—彰化觀光產業形塑策略會議暨共識工作坊」。

由於共識工作坊的舉辦，象徵著中彰區域觀光聯盟將強化彰化在地發展的前哨站，為此特別委由經驗豐富的旅奇傳媒組織輔導應援團隊進場，由地方創生專家—魚樂天地執行長何立德領軍，帶領來自各界的專家進場，並邀請彰化在地業者如商圈、觀光工廠、特色店家、協會、返鄉青年等齊聚。透過工作坊的專家精闢分析與案例分享，先為業者灌輸地方如何轉變的概念，經過群眾的腦力激盪與專家意見反饋，才能真正盤點地方DNA，發掘彰化縣觀光在地元素與產業需求，打造全新的彰化觀光產業。

公部門全力支持 讓彰化成為觀光首選

交通部觀光局參山國家風景區管理處處長曹忠猷表示，對於管理處來說，希望透過觀光圈的政策，每一年的推動都以延續與積累的方式，持續針對在地整合的工程進行優化，進而帶動旅客前往的旅遊意願，同時促使在地業者獲得觀光商機。

彰化擁有相當多元的旅遊魅力，從自然物產、特色產業，到休閒農遊、自行車之旅等都值得深度發展，期盼透過觀光圈的加持，能挖掘出更多彰化的旅遊亮點，讓更多人看見彰化、走進彰化。

彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦表示，非常感謝參山國家風景區管理處的支持，讓彰化的觀光能持續向前行，如同此次觀光圈的共識工作坊，透過地方創生的專家，讓彰化的在地業者擁有機會在現有的基礎上持續提升。

彰化縣雖是農業與傳產大縣，但也因為擁有許多中小型企業作為利基，才能支撐出彰化觀光的多元面貌，感謝業者們出於對自身家鄉的高度認同感，願意投入觀光圈、出席共識工作坊，一起加入推動彰化邁向觀光大縣的行列。

連結在地改變彰化 以觀光圈一同打團體戰

中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，非常榮幸此次能邀請到專精於地方創生與觀光圈的何立德老師來到彰化，為聯盟成員進行為期2天的盤點工作，同時也欣見彰化的產業雖然對觀光圈的概念仍尚未熟悉，但秉持著耕耘家鄉的精神，仍大力響應此次工作坊。

中彰區域觀光聯盟在觀光局的號召下成立1年多，然而有鑑於真正了解地方需

▲中彰區域觀光聯盟前進彰化，舉辦產業輔導工作坊，藉由產官學媒的多元角度，期盼賦予彰化更多的觀光動能。

撰文／王政　攝影／歐彥君、林秀美

域觀光聯盟前進鹿港舉辦共識工作坊

冠軍的潛力與亮點　期許打造後疫情時代的觀光新選擇

▲交通部觀光局參山國家風景區管理處處長曹忠猷。

▲彰化縣政府城市暨觀光發展處處長王瑩琦。

▲中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。

▲中彰區域觀光聯盟副總召集人吳世長。

▲魚樂天地執行長何立德。

▲旅奇傳媒社長何昭璋。

▲彰化縣旅遊產業協會理事長吳睿麒。

求的，是在地耕耘數十年的業者，因此聯盟希望透過共識會的舉辦，有效凝聚在地業者的理念，藉由輔導團隊的從旁協助，為中彰地區創造更多元的旅遊面貌。

中彰區域觀光聯盟副總召集人吳世長表示，觀光圈的概念是由下而上，由政府提供資源、業者一同找出關鍵點來推廣與行銷，讓觀光產業不再單兵作戰，而是凝聚成各個區域聯盟的概念來改變在地。

聯盟此次針對彰化加大力度耕耘，便是希望在觀光圈的政策下，真正帶動彰化地方創生，如同縣府經常提到的「彰化很有料　過去太低調」，讓低調的彰化能將精彩的亮點一一盤點出來，再透過聯盟的品牌與力道，行銷給更多人了解。

魚樂天地執行長何立德表示，疫情之下，轉型是彰化遇到的重要課題，如同彰化過去因為傳產的優異發展而發亮，但在二代陸續接棒後也面臨到轉型的課題，這更是台灣在疫情後面對國際競爭與行銷的重要關鍵。此次透過工作坊的方式，是希望先了解地方的需求、找出在地的問題，並確定業者的方向與需求，將過去在地方創生的輔導案例進行分享，讓業者了解之餘，也能反思與對照，進而找出自己的未來方向，觀光圈也將伴隨在左右，一起為改變在地而努力。

媒體看觀光的隱形冠軍
彰化擁有高度潛力位列觀光大縣

旅奇傳媒社長何昭璋表示，疫情雖然衝擊觀光產業，但也讓更多人有機會認識腳下這片土地，旅奇週刊作為產業界的雜誌，也在此時投入更多力道著重於寶島台灣。如這段期間便造訪彰化多達上百次，進而深刻感受到這個坐擁許多隱形冠軍的縣市，其實擁有高度的潛力能躋身觀光大縣，只是過去太過低調而被遊客所忽略。

▲中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林（左4）、副總召集人吳世長（左3）出席工作坊。

所幸在交通部觀光局的觀光圈政策，以及彰化縣政府、中彰區域觀光聯盟等單位的通力合作下，彰化開始被更多業者看見，尤其此次地方創生的團隊投入，能進一步的深化在地產業魅力。

作為資訊傳遞的旅奇週刊在這段時間同樣沒有缺席，不斷透過遊程介紹、政策推廣等主題，系列性的將彰化亮點呈現給大眾所知，除了專屬同業的旅奇週刊，同時也有與消費者直接溝通的旅奇傳媒，以雙管齊下的方式將產業亮點呈現給更多人看見。由於旅奇的觸角能觸及觀光產業超過7成的從業人員，從中央、地方政府、公協會組織、地方團體，以及各個觀光產業鏈。未來旅奇也將持續運用媒體的角色，將產業的心聲反映給主管機關，將在地的亮點呈現給旅遊同業與大眾，讓彰化的能見度持續提升。

何昭璋也強調，工作坊的舉辦，目的是希望將各個區塊的工作團隊凝聚在一起，藉由專家的角度進行輔導，進而讓區域發展能成為常態性的組織，長久陪伴著彰化邁向觀光大縣的道路。

此次中彰區域觀光聯盟的共識工作坊，吸引逾200名彰化在地夥伴參與，不僅顯示出眾人對於推動觀光的決心，也能看見在交通部觀光局的觀光圈政策，搭配彰化縣府的全力協助下，彰化將持續蛻變新貌，在後疫情時代以觀光黑馬的之姿綻放魅力。

撰文／王政　攝影／歐彥君

資訊工業策進會資深分析師潘啟銘剖析鹿港與扇形車庫

導入公部門資源協助地方創生　在地業者腦力激盪　找出契合專屬當地的品牌意象

擁有悠久歷史的彰化，從商圈到眾多小吃，都成為吸引遊客到訪的主因。但如何在現有的基礎上持續優化，便需要地方凝聚共識，打造出專屬鹿港的代表意象。

▲（左起）中彰區域觀光聯盟專案經理李偉邦、旅奇傳媒社長何昭璋、中彰區域觀光聯盟副總召集人吳世長、總召集人柴俊林、彰化縣政府城觀處科長李建宏、魚樂天地執行長何立德、資訊工業策進會資深分析師潘啟銘。

首場工作坊中，中彰區域觀光聯盟特別邀請到資深分析師潘啟銘，以「鹿港永續觀光生態系」為主題，針對鹿港鎮觀光業者與地方團隊進行分享。而活動的最後一場，亦由潘啟銘來分享日本「道之驛」的案例，來提供扇型車庫週邊業者與地方團隊，未來再扇庫商品驛站如何呈現。

財團法人資訊工業策進會資深分析師潘啟銘表示，資策會是政府的智庫與幕僚單位，當部會在擬訂政策時，便需要仰賴資策會的建議來了解產業發展。尤其疫情之下，能看見許多產業為求轉型，積極向公部門申請計畫。

然而找案子有幾個重要的邏輯與思維，包括1.要解決什麼問題，產業在成長過程遇到的課題，如同淨零碳排、科技自動化等；2.解決方法是什麼，地方需要有清楚的品牌印象才能吸引旅客，如日本的櫻花季、北海道的雪季，都是在眾人不斷推廣與聚焦下，每當時間一到便會有客人到訪。因此，地方在發展上最關鍵的因素，便是意象的建立，這也是得花上多年時間才能累積出的重要工程。於此同時，更需要透過輔導機制，讓地方的年輕人能成為「在地製作人」，透過創意、活力與地方結合，才能持續為地方的轉型與發展帶來活化。

▲資訊工業策進會資深分析師潘啟銘。

協助地方創生
帶動產業蛻變

資策會主要輔導對象為服務型的中小企業，自2008年起，便推動地理型、產業型群聚創新為主，2016年起推動區域創生與軟硬創新之商業生態系，以連結在地DNA、跨域共創核心價值，運用數位加值、數據驅動、服務設計等手法，協助中小企業數位升級／轉型，發展新的商業模式與開拓新的市場。

而模式有相當多種，包括1.因地制宜的推動策略、2.依據創生主題的科技選擇，以及3.選擇最適合的商業場域，以第1點為例，便是有整合行銷模式、共同創價模式、創新驗證模式等方法來執行。其二則是找出適合自己的科技來輔助，包括商業規模化，便需要APP服務、智慧支付、電商平台來協助；而追求營運數據化，便需要使用社群媒體的無遠弗屆來進行加持。

從日本道之驛
看扇庫商品驛站

潘啟銘指出，日本區域品牌的成功案例，由全市動員的燕三條工場祭典活動、以時尚創新帶動傳統產業的墨田時尚，透過以上的案例分析中，能看見節慶特性之類型與定義，包括文化性、獨特性、延續性、創意性、專業性、豐富性。由於彰化坐擁眾多傳統產業，反而在特殊節慶的營造上，更具有發展優勢。

剖析國外活動的成功條件，包括當地居民的投入程度高、各界（政府／旅遊局／協會／私人／非營利等）資金投入、人力資源投入、行銷宣傳，以及結合其他遊程。節慶所帶動的收益，除了慈善外，也能作為下屆活動的經費。

而日本農漁市集品牌的道之驛直賣所，因為是由在地協會所直接投入，因此不僅新鮮，價格也十分合理，因此除了當地居民外，觀光客也喜愛前往採購。扇形車庫未來發展商品驛站，不妨可以思考如何藉由外國的成功案例，從活動慶典結合商品驛站，導入彰化眾多工廠的優勢，加大整體的力度。

撰文／王政　攝影／歐彥君

紫鉸整合行銷執行長陳思安看地方品牌與鄉村旅創

打造苗栗慢魚海岸　從山線延伸海線　創造城市觀光新面貌

共識工作坊的第2場，以「地方品牌與鄉村旅創」作為主軸，邀請到長年擔任地方產業陪伴師的紫鉸整合行銷執行長陳思安，向彰化青創團隊們分享如何藉由地區性的品牌塑造，讓縣市蛻變。

▲（左起）紫鉸整合行銷執行長陳思安、旅奇傳媒社長何昭璋、中彰區域觀光聯盟執行長胡沛成、魚樂天地執行長何立德、中彰區域觀光聯盟副總召集人吳世長與嘉賓合影。

紫鉸整合行銷執行長陳思安表示，自身長期服務於陪伴地方發展，透過陪伴、深耕、轉型到整體行銷等產業輔導，協助與地方共生共榮共好。如「苗栗慢魚海岸」中，便是協助苗栗縣從慢城的概念出發，由山線延伸到海線，讓在地發展出多元面貌。

讓苗栗的慢不再只有山 走進海岸線感受慢魚特色

陳思安指出，在台灣獲得國際認證的國際慢城中，只有苗栗縣坐擁三義與南庄，這個擁有雙慢城的縣市經過多年推廣下，已經逐漸獲得消費者的認同。然而苗栗的特色不只有山城，海線同樣亮點無數，因此從慢活、慢食、慢遊的山城，藉由同樣倡導永續概念的慢魚海岸模式，將其導入苗栗長達50公里的海岸線。

這個起源於2003年義大利熱那亞的國際慢魚運動，最大概念便是希望提升消費者對於海洋的認知，從魚的故事、魚法、吃在地食當季等面向進行著手。由於團隊曾遠赴義大利參與慢魚運動年會，因而剖析出慢魚運動的5大內涵，包括：大海保護／海洋牧場、漁場／傳統漁法、料理保存／企業夥伴、藍色旅遊／區域行銷、藍色教育／地區連線等。

▲紫鉸整合行銷執行長陳思安從苗栗慢魚海岸的品牌建立分析，看見地方的多元發展。

由於慢魚運動年會採雙年展制度，因此在揮別疫情後，苗栗除了2020年已加入國際慢食組織，藉由跨局處的在地整合、穩固長期沿海夥伴關係等策略強化在地合作後，期盼2023年能帶領苗栗前往義大利，讓苗栗慢魚海岸被國際看到。

如同慢食社區的宣言：「美好，乾淨、公平和健康的食物是每個人不可剝奪的權利。That good, clean, fair and healthy food is a right of all」。團隊希望輔導在地從懂魚、知魚、吃在地、吃當季、會說魚的故事、學會慢慢吃魚，讓苗栗蛻變。

因此在整體架構上，目標是串聯海線的竹南、後龍、通霄、苑裡等地區，藉由「苗栗慢魚海岸」的品牌，打造成台灣國際慢魚之都，以藍色經濟為最終目的。自2019年起，目前該計畫已經連續3年獲得海委會的計畫補助，從慢魚精神出發，串聯4個鄉鎮，並藉由藍色海洋、藍色教育、藍色組織、藍色旅遊、傳統漁法等5大策略，呈現生活、生態、生產、美學、教育、休閒等6大風貌。

從「苗栗慢魚海岸」中能看到許多亮點，包括設計出契合品牌的形象與標語，同時透過線下活動、線上宣傳來曝光，以粉絲團來行銷、透過大眾傳媒來拓展公眾認知。不僅如此，更延伸出藍色旅遊，從產地到餐桌的慢魚漁光饗宴，到海風自行車遊程等，逐步推升大眾能見度，搭配導入學界資源來延伸藍色教育。

從「苗栗慢魚海岸」的案例中能看見，藉由全新的概念、政府的資源借力使力之下，能從多方面來重新建構一個城市的品牌形象，進而帶動地方發展。

Miaoli Slow Fish
苗栗慢魚海岸

◀透過「苗栗慢魚海岸」，讓苗栗慢活的魅力從山城延伸到海岸線。

撰文／王政　攝影／歐彥君

極思設計總經理洪瑞駿探討設計加值、品牌創生

藉由設計賦予品牌多元面貌　以美學角度創造最大價值

地方的向上發展，脫離不了品牌創立與營造這個過程，然而一個意象的創造，除了仰賴專業團隊挖掘在地特色外，更需要委由設計團隊來為品牌建造附加價值，除了整體質感的提升，契合產業、企業特性的形象設計，更能展現出其專業感。

▲（左起）謐境設計空間設計師劉益彰、極思設計總監鴻瑞俊、魚樂天地執行長何立德（左4）與嘉賓合影。

為此，第3場共識工作坊特別邀請到專精於品牌設計的極思設計總監洪瑞駿率領團隊，針對二林酒莊產業生態系的概念，向二林酒莊業者、地方團隊闡述設計能對於在地的品牌提升與設計價值。

會邀請極思設計團隊分享，主要是其對於品牌顧問工作的專注與熱愛，讓不僅累積深厚的實力，十多年來也創造了無數精采案例。**極思設計總監洪瑞駿**表示，設計是一個能有脈絡去挖掘在地故事的方式，透過設計出的整體形象，透過文宣廣告的傳播，能有效行銷在地。極思設計主要服務如建構企業DNA的CIS企業識別、平面設計、包裝設計、網頁設計等，以美學做為橋樑，為品牌創造故事。

不只企業與產業需要品牌設計，鄉鎮更需要品牌的加持，藉由品牌所闡述的故事，不僅能展現在地特性，甚至能觸動消費者產生購買意願。除此之外，地方也需要設計的改變提升自我，進而與國際接軌、甚至並駕齊驅。

讓美學經濟發酵
為品牌創造多元價值

過去極思設計便常被邀請至海外進行視覺包裝工作，舉凡2013年的雲南、2014年的河北等，都是前往當地針對當地特色、

▲極思設計總監洪瑞駿進行美學與品牌結合的案例分享。

文化進行考察後，重新包裝、型塑。後來極思也積極參加公部門的輔導認證計畫與大型競賽，藉由政府具公信力的把關，進而呈現出該公司的專業能力。後來許多聘請極思來協助設計的公司，也感受到其專業與設計帶來的優勢，因而持續投入與設計公司的合作，來加大自身的產品競爭力。

洪瑞駿表示，日本今村奈良臣1994年提出六級產業的概念，將一級生產、二級加工、三級服務串聯，讓農林漁業原產品能有效銷售、活絡鄉村經濟發展。因此藉由一級生產的優異作物，透過二級的加工成優質產品後，加入三級產業如設計公司的重新包裝、網站架構等，注入美學概念，增加消費者的購買意願。

座談會中洪瑞駿也分享許多產業與企業透過設計所創造更大價值與舞台的成功案例，如位於台中的味榮食品，該企業是專注於醬料生產的近百年公司，過去便已經在產業深耕許久。然而透過極思的協助，成功讓商品外觀更具有現代感與設計，達到品牌價值的工程，進而獲得經濟部的青睞，勇奪許多獎項肯定。

此外如台中產業故事館發展協會，也透過極思設計的重新包裝，成功將數十家故事館的元素加入設計思維中，打造出符合整體的綜合性意象，除了更具吸引力的會員資訊型錄外，甚至發展出帶有故事館產業形象的一卡通，增加消費者使用意願，帶動旅客前往意願，讓藝術與產業加乘下發揮整體綜效。

而設計團隊今年也進入西斗社區進行社造，以地方創生的概念，翻轉在地。洪瑞駿強調，西斗擁有葡萄酒的優勢，假使透過設計團隊針對網站的視覺進行重新建構，能帶給國際消費者更不一樣的視覺感受，進而增加信任感與前往意願。創意是夢想、實踐是修行，若以設計加值，讓產品從土裡土氣，蛻變到揚眉吐氣。

撰文／王政　攝影／歐彥君

導入水保局橫向連結跨部會資源

期盼產業依照自身需求爭取政府挹注　讓自我有效提升

▲來自畜牧、養殖等不同領域的業者齊聚，共同找尋適合自己未來發展的方向。

◀透過共識工作坊的舉辦，團隊也邀請到水土保持局的同仁到場，讓產業了解政府的輔導案特色。

此次中彰區域觀光聯盟藉由專家進場輔導的方式，讓彰化的業者能深刻感受到藉由觀光圈的概念影響下，能為在地帶來巨大的轉變。除了多位專家藉由案例分析來提供與會者新穎概念外，由於彰化作為傳統產業匯集的縣市，一級生產、二級加工在此多如繁星，如何帶領這些業者有效提升，進而與三級服務對接、創造效益，也是在地業者極為關注的議題。

為此，受邀組織專家團隊進場的魚樂天地執行長何立德，特別邀請農委會轄下的水土保持局南投分局代表到場，藉由其與業者的面對面討論，同時專家在旁的引導，透過如場域的大小、產品的特性、遊程串聯的可行性，以及如何與週邊進行強強聯手等方式，讓業者能清楚了解自己的定位與優勢，以及在有需求的情況下，如何有效善用政府的資源來提升自我競爭力，讓消費大眾看見自己。活動當天包括養殖、畜牧等業者踴躍參加，顯示出地方對於蛻變的高度意願。

依照自身需求
政府資源只是輔助

魚樂天地執行長何立德表示，透過共識會的舉辦，目的是希望在有效的資源盤點下，找出業者的各自強項，進而以1＋1大於2的方式，相輔相成達到彼此有效的提升。無可厚非的是，許多人都會希望透過政府的資源導入與補助，讓自己的企業能達到快速躍進的階段。然而政府的補助與輔導只是其一，由於每位業者的體質不同、特性相異，其實有許多方式來進行蛻變，不論是透過自己的產品提升，或是與其他企業之間進行相互合作，都能有效讓自己精進。

與看醫生、吃補藥概念相同，倘若一個身體底子殷實、健康的人，看醫生、吃補品都相對多餘，因為這兩者是對於已經有需求的人而言，才是治療的關鍵。此次邀請水保局南投分局的團隊共同與會，目的亦是如此，對於自身已經發展相對健全、有潛力的業者來說，強行仰賴政府的資源投入，有時候反而會為了需要符合企劃需求、專家委員所預設的框架及想法，最終成為不倫不類的窘境。

何立德強調，若想爭取政府的預算，自己應該要先達到30%的階段性工作，而不是一味的仰賴政府挾帶資源進場，若尚未準備完善，便在政府的輔導下倉促上架，吸引到人流與需求，往往會因為應接不暇，最終導致商品黯然下線。因此當自己已經準備好，同時已經籌組協會、社區等群體組織，便相當適合導引政府的資源投入，由於補助案年年都有，來自各部會的預算更是五花八門，因此更期盼業者是已經準備妥當，由政府的手來協助完成最後一哩路。

鼓勵結盟結群
用夥伴關係創造突破

何立德指出，在現今的高競爭環境下，單打獨鬥的時代已經不復見，結盟結群才是關鍵，彰化的傳統產業相當多元，若是透過與週邊的異業結合、建立夥伴關係，便能借力使力，創造多元發展。業者需要放下競爭的思維，而是轉頭看見別人的優勢與特色，透過品牌的集結，有效讓大家的附加價值提升，強強聯手、有效行銷，才能讓彼此的商品單價都能提升。

產品的升級靠自己與週邊夥伴，下一階段的場域提升才是去尋找政府的資源，舉凡特色農遊場域認證，便可找尋農委會的協助；養殖用地轉變，便依靠地方創生，不論是交通部觀光局的觀光圈、國發會的地方創生、農委會的農村再生計畫等，都能讓業者為自己創造更具多元性的未來。

大西拉雅觀光圈強強聯手 結合易遊網環島之星

搭西拉雅仙境限定主題列車　遊山海溫泉奇景　嚐

說到西拉雅，您知道西拉雅在哪兒嗎？西拉雅風景區橫跨了台南市、嘉義縣，從台南市左鎮區、楠西區、大內區、山上區、玉井區、白河區、新化區、新市區、善化區、官田區、六甲區、柳營區、東山區、南化區到嘉義縣大埔鄉、中埔鄉部份區域，在平埔族文化基底下，加上山川、水庫、溫泉、平原等豐饒的景致，孕育出美麗風光，更是山海圳國家綠道的精華區域，構築出美麗仙境般觀光資源，您我可能都熟悉箇中幾個鄉鎮、景區，在季節、節慶輪轉下，經過整合與串連，一年四季都在邀請您走入西拉雅，來場放鬆的仙境之旅。

▲交通部觀光局主任秘書林佩君（右4）與西拉雅國家風景區管理處長徐振能（右3），以「仙境．西拉雅」為主軸，舉辦品牌推廣記者會，發表品牌識別並為搶攻旅遊市場。

持續發光，讓更多人認識西拉雅品牌！交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處投入辦理大西拉雅觀光圈品牌建構案，以「仙境．西拉雅（TOUCHING SIRAYA）」為主軸，正式發表品牌識別並為搶攻旅遊市場，同步攜手易遊網及環島之星打造「西拉雅仙境限定主題列車」，公布限定優惠並推出與在地業者研發打造期間限定「超極仙」便當，並打破時間和空間限制結合消費趨勢，推動該地區咖啡、果乾、科技美容、生活日用、養生調理美食等在地商家，打造西拉雅「仙選物」平台，並與強勢電商平台momo合作，擴大布局將品牌價值綜效極大化，同時結合主題標竿商品遴選，透過本次大西拉雅觀光圈發表會呈現最具在地特色的觀光圈品牌。

5大觀光策略 打造觀光圈獨創性

交通部觀光局主任秘書林佩君表示，台灣觀光從整備到準備完善，一路走來非常艱辛，交通部觀光局擬定在未來5年間逐步推展「打造魅力景點」、「整備主題旅遊」、「廣拓觀光客源」、「優化產業環境」及「推展智慧體驗」5大觀光策略，並接軌全球永續觀光發展。觀光圈在各管理處大力協助之下，從2020正式起跑，整合地方產業食宿行遊購，打造一個互動式的產業大平台，透過更即時的溝通與協作，為地方打造出專屬的品牌商品與遊程，呈現獨一無二的臺灣觀光魅力，才能成功邁向國際舞台。觀光振興時機已經到來，成立觀光圈的目的是為了資源整合、擴大行銷及建立品牌，西拉雅國家風景區幅員廣大地貌豐富，有溫泉、米鄉、水庫埤圳、西拉雅族文化等景點具備國際潛力，勢必成為國境開放後的重點觀光目的地，期許西拉雅觀光像人間桃花源般，令人期待與嚮往。

大西拉雅觀光圈 助力食宿遊購行

西拉雅國家風景管理處處長徐振能表示，仙境西拉雅的在地品牌紮根，透過輔導觀光圈盤點地方資源特色、由業者包裝推出在地產品以及舉辦人才培力課程，結合跨域行銷與交流，打造出屬於大西拉雅觀光圈在地品牌差異化及獨特性，同時擴大實質觀光品牌綜效。為堅強西拉雅旅遊的觀光深度實力，更以山海戀概念，串聯雲嘉南濱海觀光圈，目標將大西拉雅觀光圈食宿遊購行各觀光產業、產品行銷國際，讓全世界都能感受西拉雅風潮，一起走進西拉雅感受山海魅力。

從山水找創意 全新品牌識別登場

為了整合地方產業，創意規劃單位質地有本製劃所特別邀請品牌識別設計師蔡沛原進行設計新品牌，以立體的線條呈現山巒地貌起伏的大西拉雅，並以水色系呈現地區豐富水資源的樣態，將原為平面的識別，打造為一種空間的立體感；創意起點源自平埔族十字花繡（挑花）來回蜿蜒S型，融入400多年人文歷史與傳統，創造了山與水的藍綠色、富饒物產的金黃色，成就意境悠遠又契合的新印象，讓人身歷其境。

質地有本表示，品牌在設計之初只是一個識別，其核心精神與內容需透過產業共創與共構，以地方的精緻化就是國際化為目標，推陳出新多樣化的產品與服務使其有

▲現在上各電商平台也可選購豐富

撰文 攝影／謝筱華　圖片提供／交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處

直送仙境　攜手電商平台掀地方好物仙品收藏風

「超極仙」特製便當　上「仙選物」網站買品牌好物

▲大西拉雅觀光圈品牌識別與異業合作發表會成功，食宿遊購行各方面齊力推廣大西拉雅觀光旅遊。

▲易遊網環島之星「西拉雅仙境限定主題列車」9／12～9／25限定出發。

▲環島之星Hello Kitty繽紛列車卡拉OK車廂。

感化，唯有地方產業認同，並引以為傲，方能創造地方永續品牌，唯有定位國際與永續，仙境西拉雅最終才能成為國際遊客的旅遊目的地。

在地美食入菜「超極仙」便當開賣

除了有主題列車，美食更是誘惑人心！發表會現場邀請食尚玩家主持人大文開箱分享將於9／12～9／25限定啟航的環島之星西拉雅主題列車，在專車上可選購受歡迎的東山咖啡、龍眼花茶、芒果乾、蜂蜜、龍鳳酥（龍眼＋土鳳梨），以及搭配車上獨有的手作DIY體驗～西拉雅檳榔染水繪帆布袋，享用仙境西拉雅X環島之星特別與地方業者共同研發的「超極仙」便當，套裝便當設計以祖傳燻肉、梅嶺梅子、關子嶺香菇茶葉蛋和來自後壁的精選好米搭配玉井養生無負擔蕎麥粒，讓人食指大動，便當套裝內有限量檜木特製餐具，邀請大家跟著味蕾遊西拉雅。

▲大西拉雅觀光圈「仙選物」網站將於 9／12正式開站。

▲列車販售「超極仙」便當，有祖傳燻肉、梅嶺梅子、關子嶺香菇茶葉蛋和來自後壁的精選好米搭配玉井養生無負擔蕎麥粒。

攜手電商平台 9／12「仙選物」專區開站

為擴大行銷為軸心，強調地方優質產品被看見，西拉雅風管處特別與時下最受電子商務人士青睞的SHOPLINE合作，透過電子商務平台，將西拉雅在地好物一一上架，並將於9／12正式開站！另結合國內最受歡迎的電商平台momo、樂天並以期間限定開設「仙選物」專區；針對國際行銷，則配合台灣良品及日本樂天，透過社群行銷，一步步將仙境西拉雅成為國際聚焦之優選觀光目的地與品牌。

多樣的西拉雅品牌好物

大西拉雅觀光圈搶先佈局國際市場

探討如何創造國際遊客深刻體驗、後疫情時代日本海外旅遊市場

▲「大西拉雅觀光圈」產業輔導共創三部曲，邁向第三部曲，同時亦為產業輔導的致勝關鍵「大師講座」。

西拉雅國家風景區管理處今年致力推動「大西拉雅觀光圈」產業輔導共創三部曲，由培養實力與提升質量「聯盟工作坊」首部曲，至凝聚組織共識力的「在地培力講座」二部曲，終於邁向第三部曲，同時亦為產業輔導的致勝關鍵「大師講座」。本次特別邀請享譽國際的大師開講，包括國際旅館金鑰匙協會理事長林惟恩、樂天集團大中華區總監高蓮花以及超過25年擔任六星級飯店德國籍總經理柯雷蒙，分別探討如何創造國際遊客深刻體驗、後疫情時代日本海外旅遊市場趨勢與打開服務大門的金鑰匙，現場講座吸引眾多業者參與且講授內容廣受好評，大西拉雅觀光圈將透過深度了解國際需求，提前整備以達到國際級的服務與產品指標。

以5大訴求為核心 打造「一遊未盡」觀光體驗

西拉雅管理處處長徐振能表示，匯集觀光圈能量須以「信心凝聚」、「開啟對話」、「了解需求」、「重新盤點」、「創新出發」5大訴求為核心，最終即是打開雙臂，不僅要熱情邀請國際遊客的到來，更要以創新的產品與貼心的國際級服務，打造「一遊未盡」的觀光體驗與經濟效益。大西拉雅觀光圈產業輔導系列課程最終場即為大師講座，大師定位必須是放眼國際，其中囊括數位科技和國際款待，最重要的是放眼疫情後國際觀光市場趨勢，因此在本年度大師開講，其中不乏邀請國際外師進行授課，唯有搶先布局定位國際，才能擬訂最完善的軟硬體規劃方針。

大師講座師資為一時之選 破題解析方式提供養分

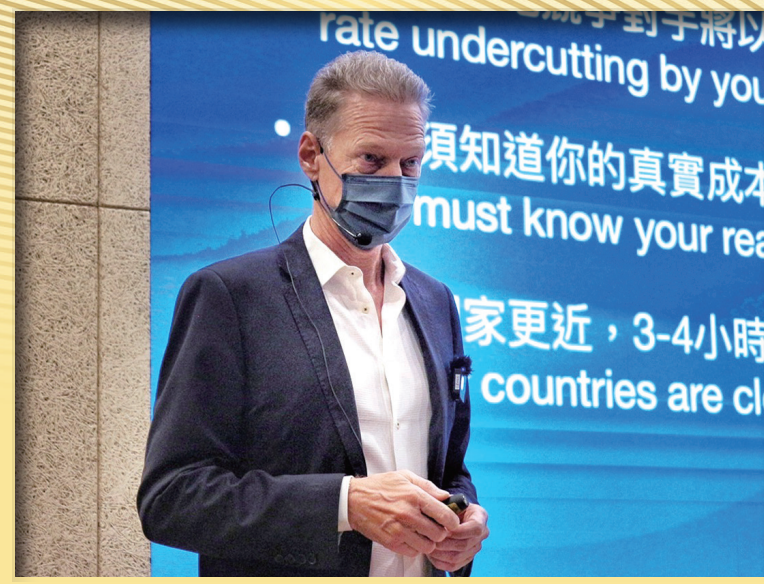
大師講座師資皆為一時之選，金鑰匙服務精神以飯店角度分享，透過友誼來

撰文／張偉浩　圖片提供／西拉雅國家風景區管理處

匯集全球最具代表性的大師開講

趨勢　與打開服務大門的金鑰匙　講座吸引眾多業者參與且廣受好評

▲西拉雅風管處徐振能處長（中）邀請3位享譽國際的大師開講，為達到國際級的服務與產品指標提前整備，並與大西拉雅觀光圈盟主陳永成（左1）一同合影留念。



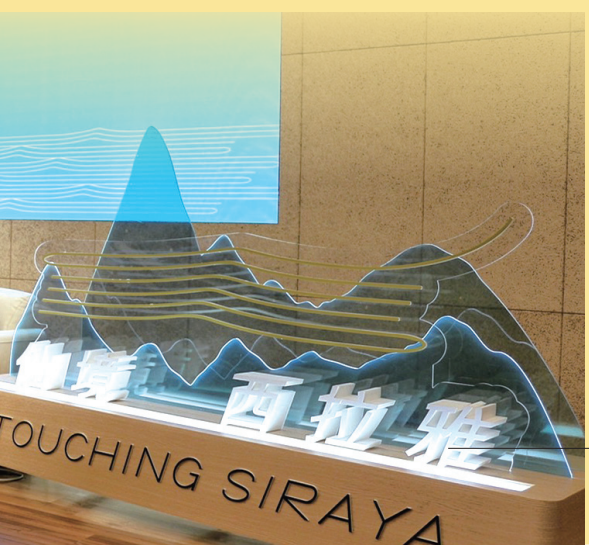
▲六星級飯店德國籍總經理柯雷蒙。

▶國際旅館金鑰匙協會理事長林惟恩。

服務、服務的溫度、最接地氣的專家，是國際飯店與小型旅宿的服務共通點；疫後旅遊趨勢由在地特色差異化切入，分析如何挖掘地方特色、找出獨特銷售點，並以旅遊體驗角度出發，看見西拉雅與國際旅遊城市可鏈結與借鏡之處；另搭配電商轉型角度分享疫後旅遊消費趨勢的改變，及旅遊電商核心關鍵，並放大自身關鍵特色點，讓產品創造旅遊記憶點。綜合座談上各家業者相當踴躍發問，提出如何拿捏有溫度的服務、養蜂體驗是否適合作為國際遊程體驗項目，更進一步了解旅宿SOP結合服務精神之作法，大師們以破題解析方式提供大西拉雅觀光圈業者最珍貴的養份。

邁向更細部的三語化環境　空間營造及標竿商品選拔

西拉雅管理處提及今年持續開辦的系列課程深入淺出，實作研討與國際經驗兼具，許多參與課程的業者看見觀光圈平台合作之契機，紛紛加入大西拉雅觀光圈，以掌握更多商機與市場趨勢。在國境即將開放之際，期待能讓西拉雅業者做好迎接國際客的準備與整備，打造具競爭力的絕對在地特色。而在本次產業輔導共創三部曲後，大西拉雅觀光圈的腳步將持續向前，邁向更細部的三語化環境、空間營造及標竿商品選拔等，將美學注入在地，一步一腳印，走出屬於「仙境．西拉雅」獨一無二的觀光路線，以更精緻的服務與創新化商品，打造在地化即是國際化的旅遊目的地。



◀（左2起）六星級飯店德國籍總經理柯雷蒙、樂天集團大中華區總監高蓮花、國際旅館金鑰匙協會理事長林惟恩。

國際觀光系列報導 看國際如何與病毒共存 從舉國防疫到重新擁抱國際觀光客

中華科技大學航空運輸管理研究所教授
陳盛山

陳盛山看亞洲具前瞻性創新與創

最不像航空公司的傳統型航空 從打造全新子品牌、

對於主要專注於客、貨運服務的航空公司而言，雖坐擁著世界上最進步的先進機隊、培訓設備，但在經營的模式上卻無法有更跳躍性的策略，大多只有傳統型與LCC等二分法。然而作為日本的代表性航空公司之一，全日空控股集團卻選擇以先行者的姿態，不斷嘗試航空公司外的服務，同時透過創新的思維在本業上突破創新，進而為後疫情市場奠定航向新藍海的基礎。

▲全日空控股集團將旗下的樂桃航空、香草航空進行合併，瞄準未來市場。

亞洲作為人口增長數最快的區域，對於藉由航空移動的需求日以俱增，也讓亞洲發展出許多巨獸型的超大型航空公司，舉凡中國、日本、韓國，乃至於東南亞，都能看到坐擁百架客貨機的航空公司雲集。雖說各大航空公司不斷依循著市場及顧客的需求不斷調整、優化，然而在創新上，卻不一定能真正跳脫航空經營的框架，而位於日本的全日空控股集團（ANA HOLDINGS），雖作為傳統型航空公司，卻在創新與轉型方面展現高度動力，以一騎絕塵之姿成為市場先行者。

中華科技大學航空運輸管理研究所教授陳盛山表示，**管理學大師彼得.杜拉克（Peter F.Drucker.innovation and entrepreneurship）提出創新的概念**，是一項對市場與社會的變革，能為消費者帶來利益，為社會帶來更多的價值與滿足。創業精神，它的基礎在於觀念，而非組織本身；將改變視為規範，改變市場和產業結構就是創新的主要機會。

從日本全日空控股集團及相關企業營運模式長期發展來觀察，以對應管理學大師立論，實勘稱，亞洲具創新與創業精神的航空公司。

訂定企業戰略確立集團目標 疫後推出商業模式轉型因應

隨著**2013～2015企業戰略獲得卓越成功後，全日空控股集團2018年公佈2018～2022年的中期企業戰略**，這項長達5年的計劃，是放眼亞洲區域經濟增長、對日旅遊需求提升，加上日本的羽田及成田機場持續建設等利多加持下，決定藉由戰略計畫來達到穩步提升。

然而疫情的衝擊下，讓航空公司面臨巨大的經營困難，因此全日空控股集團於2020年10月宣布「新商業模式的轉型模式」，包括

1.轉變航空商業模式：繼續努力提供最高品質的客戶服務、客艙產品；對內則是與集團低成本航司一起繼續尋找新的需求，整合香草航空和樂桃航空兩家LCC，同時推出全新LCC品牌。

2.集團經營模式轉型：打造ANA X數據平台，以集團旗下各項業務建立龐大數據庫，積極發展業外價值。

3.暫緩規模拓展腳步：包括減少新客機引進數量，以因應疫情衝擊，退役舊型客機，加上降低採購成本，以及外包業務轉向內部開發等方式，達到開源與節流。

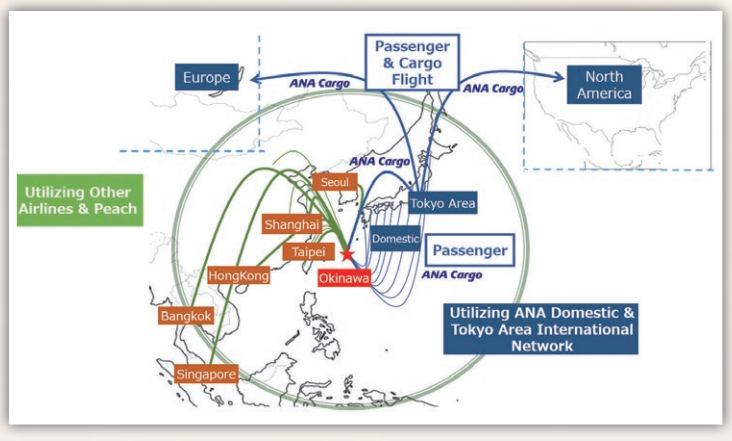
合併旗下LCC Air Japan瞄準長程LCC市場

原先與Air Asia合作的日本亞洲航空，隨著經營不善後，被全日空控股集團收回並改為香草航空，並以成田機場作為基地，加上樂桃以關西機場為主，鞏固營利基礎。然而為求更高效率，全日空控股宣布將其與旗下廉航樂桃合併，樂桃成為存續公司，香草則成為消滅公司併入存續公司。由於樂桃和香草為日本前3大廉價航空公司，主要以國內航線為主，國際航線僅有南韓、台灣和少數東南亞地區，隨著合併後將成為日本廉航界新龍頭，放眼飛行時間7～9小時的中程航線。

然香草航空的結束，並未阻止集團的創新理念，**全日空宣布2023年底將推出新LCC品牌—Air Japan**，並引進2架擁有300個座椅以上的波音787-8客機，將目標放在長程航程中。屆時，除了ANA繼續在傳統型航空市場攻城掠地，樂桃專注於低成本的短途航線，新品牌則一肩扛起中程和潛在的長途服務，特別是亞洲增長市場，切入過去集團尚未深耕的市場範疇中。可以確定的是，從ANA、樂桃航空到全新的長程LCC品牌，3個品牌將全面籠罩未來市場旅客的服務需求。

物流改變城市 以沖繩放眼東南亞、東北亞物流市場

為了加大貨運服務觸角，除了成田、羽田機場等東京都的貨運範圍，過去10多年來，**ANA積極以東亞洲中心點的沖繩那霸機場作為貨運集散中心**，藉由亞洲各國主要城市空運都在4小時內的優勢，搭配旗下的11架貨運客機，成為放眼日本與亞洲各國的貨運配送基地。



▲透過沖繩作為集團的物流中心，以亞洲各國主要城市空運都在4小時內的優勢，搭配旗下的11架貨運客機，成為放眼日本與亞洲各國的貨運配送基地。

撰文／王政　圖片提供／ANA、本刊圖庫

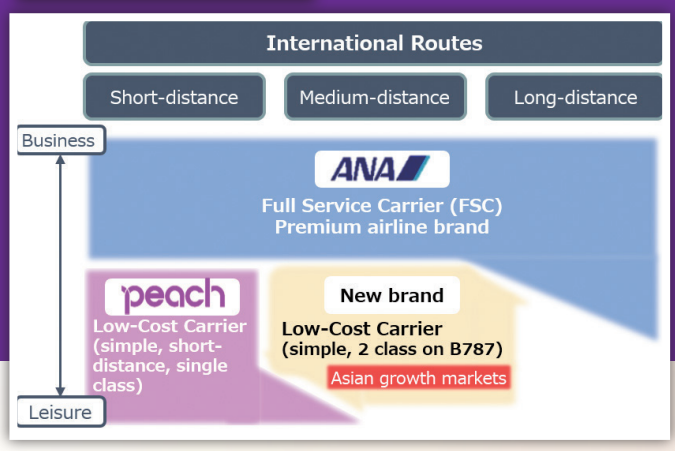
業精神的航空公司—全日空控股集團的疫後轉變

物流樞紐拉動沖繩發展　到開發空中計程車、無人載具　ANA強勢走出新藍海

◀全日空控股集團切入元宇宙領域，以航空公司的知識、里程計劃，搭配虛擬形像機器人newme，發展虛擬旅遊。

▶全日空與位於美國加州的Joby合作，積極將空中出租車服務帶到日本。

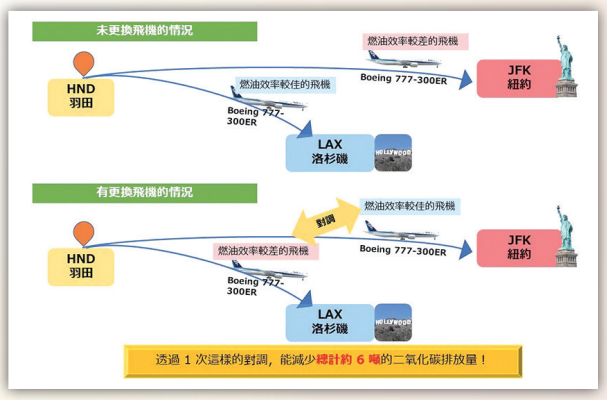
▲全日空與德國無人機製造商Wingcopter合作，通過垂直起降的電動無人機，加速藥品和其他消費品的交付。



▲從不同的品牌定位，讓全日空控股集團能涵蓋未來各航空領域服務中。

▲ANA透過使用可持續性航空燃料（SAF），響應減少碳排放目標。

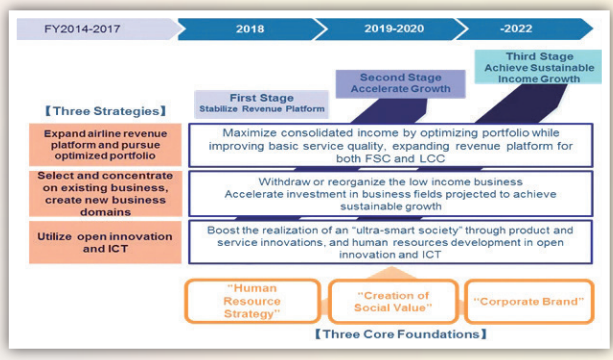
▲自2008年起，ANA將100%的垃圾回收用於堆肥和動物飼料，透過ANA Catering Service，每年大約收集248噸食物垃圾和28噸油，透過循環再利用的方式，達到永續發展。



▲ANA攜手芬蘭煉油廠商Neste Oyj合作，針對永續性航空燃料SAF進行採購，同時透過客機調整的模式，減少碳排來呼應永續發展。

而全日空控股集團的加大投資，進一步改變沖繩那霸機場原有的以貨機為中心的物流業務，擴大利用樂桃航空等航空公司客機的貨運能力，打造沖繩國際航空物流樞紐的新模式，根據統計，10年來的經營下，ANA提供沖繩與國內航線達20條航線，沖繩那霸機場的貨物出口總量更提升120倍之多。

也因為全日空的持續耕耘，加上主力飛機維修中心（MRO）也遷往沖繩，持續加大對當地的投資下，促使讓各大國際企業紛紛投入沖繩，包括東芝於此建立配送中心、阿里巴巴設立分公司等，顯示出沖繩在航空公司的政策加持下，逐漸提升整體城市地位。



▲全日空控股集團2018年公佈2018～2022年的中期企業戰略。

ANA NEO擴大服務觸角
投入空中計程車、無人機市場開發

為了拓展服務觸角，**全日空2022年將成立ANA NEO，開發和運營虛擬旅遊平台「SKY WHALE」**，正式切入元宇宙領域，以航空公司的知識、里程計劃，搭配虛擬形像機器人newme，參加者用智慧手機專用APP自拍後，可自動生成與自己樣貌相似的「旅人」虛擬形象，通過操作虛擬形象來享受漫步遊覽和購買特產樂趣的服務，在疫後新常態下創造新的旅遊價值體驗。

於此同時，**全日空也與位於美國加州的Joby aviation合作，積極將空中出租車服務帶到日本**，Joby aviation的無人駕駛飛機的最大航程為241公里），最高時速為321公里／小時，隨著服務推出後，未來旅客從大阪站到關西國際機場的路程，可從原先1小時的車程縮短至不到15分鐘，預計2024年登場。

不僅如此，**全日空更與德國無人機製造商Wingcopter合作，通過垂直起降的電動無人機**，過去已經在長崎縣五島市的福江島和久坂島之間進行Wingcopter飛機的飛行實驗，期盼建立起能夠滿足日本各地需求的無人機交付網絡，解決過去因為區域偏遠導致公共衛生服務的薄弱，加速藥品和其他消費品的交付，預計2022年完成。

此外，全日空2020年10月起正式也攜手芬蘭煉油廠商Neste Oyj合作，針對永續性航空燃料SAF進行採購，以此降低二氧化碳排放量，致力朝航班實質碳中和的目標邁進。

從防疫到創新到永續
全日空持續變革前進

隨著逐漸邁入後疫情時代，**全日空於疫情期及後疫推出「ANA care promise 」全面性防疫措施**，讓旅客從出發前到機場通關、登機前的休息室，直至飛行過程等，透過航空公司的高規格把關與常態性的消毒等方式，期盼讓旅客能安心出遊。

於此同時，全日空也推出**「ANA Future Promise」**的政策，積極投入永續發展ESG的深耕，包括減少客機的二氧化碳排放量、持續發展綠色債券、開發無塑料餐盤、里程捐贈支持沖繩珊瑚礁保育、提高衛生與健康標準等項目。

從麾下的各個航空公司品牌各司其職，打造完善的物流中心，到切入元宇宙建構最夯的虛擬旅遊，或是積極發展空中計程車與無人機配送等工程，都能看出全日空控股集團雖作為傳統型的巨獸級航空公司，卻仍舊保有持續進步的動能，**同時2023～2030年企業戰略更朝向永續環保發展**，成為航空公司突破創新的正面教材。

遊客人數破120萬 2022臺灣國際

連續放送45天的精彩活動 縣長饒慶鈴

今年夏天最熱門、為期45天的「2022臺灣國際熱氣球嘉年華」，於8／15晚間舉行閉幕光雕音樂會，約3萬8千名遊客把握最後機會來到鹿野高台，將現場擠得滿滿，縣長饒慶鈴與民眾一同在手機燈海中享受今年最後一場光雕音樂會，多達18顆熱氣球同時噴火照亮夜空，300架無人機展演及絢麗煙火秀令人目不轉睛，壓軸演出則由動力火車帶來多首經典歌曲，活動在現場大合唱中畫下暖心句點。縣長饒慶鈴感謝45天來各單位協助、辛苦的熱氣球團隊及遊客鄉親，相約「明年見」。

▲為期45天的「2022臺灣國際熱氣球嘉年華」精彩閉幕。

2022臺灣國際熱氣球嘉年華自7／2開幕，連續45天為鹿野高台帶來繽紛新氣象，今年特別邀請20顆首度登陸臺灣的國外造型球，包含來自日本的養樂多超人與熊本熊、美國的貓王球、巴西的耶穌球等，療癒又壯觀的畫面十分吸睛，共吸引123萬人次來臺東「追球」。

七場光雕音樂會 強勢回歸

今年強勢回歸的「光雕音樂會」共舉辦7場，更於臺東縣立體育場帶來全球首創熱氣球與無人機聯合展演，登場後大獲好評，縣府宣布最終場加碼無人機演出的消息後，再度掀起討論熱潮，許多民眾全家出動，閉幕當日下午3點便逐漸湧現人潮，來自各地的攝影好手更是提前卡位準備搶拍難得一見的景象。

全球唯一HELLO KITTY球領頭 300架無人機打造臺東意象

閉幕光雕音樂會先由熱氣球飛行員及團隊以熱氣球燃燒器噴火繞場點燃氣氛，揭開活動第一波高潮，接著「臺東高商原舞團」及「KEEP DANCE STUDIO」帶來青春熱情的舞蹈演出，重頭戲由全球唯一的HELLO KITTY球帶領貓王球、熊讚球、山魈球等共18顆國內外熱氣球進行精彩光雕秀，300架無人機於空中集結，隨著音樂排列出各種具有臺東意象的圖案，讓現場驚呼連連。

活動最後以絢爛煙火秀照亮夜空，並由經典雙人組合「動力火車」帶來壓軸演出，「忠孝東路走九遍」等一首首膾炙人口的經典歌曲上演「回憶殺」，萬人大合唱讓現場氣氛沸騰。

感謝45天熱氣球團隊與鄉親 期待2023年再相見

縣長饒慶鈴感性表示，每年「臺灣國際熱氣球嘉年華」都嘗試注入新元素，從製作全球唯一且臺東限定的HELLO KITTY造型熱氣球、傍晚的驚喜小光雕、震撼人心的熱氣球燃燒器噴火繞場，以及今年熱

「2022臺灣國際熱氣球嘉年華」舉行閉幕光雕音樂會

撰文／編輯部整理　圖片提供／臺東縣政府交通及觀光發展處觀光遊憩科

熱氣球嘉年華 高潮迭起 精彩落幕

感謝熱氣球團隊及遊客支持　相約明年見

▲縣長饒慶鈴感謝熱氣球團隊傾力付出與鄉親遊客的支持。

▲熱氣球閉幕光雕秀，由300架無人機集結出各種臺東意象圖案。

▲無人機打造的喔熊圖案。

▲無人機集結的HELLO KITTY圖案。

氣球與無人機的共演等，都集合了國發會、交通部觀光局、企業夥伴的鼎力支持、全體工作團隊的盡力付出，以及觀眾的熱情參與，才能成就每年如此精彩的熱氣球嘉年華，謝謝45天來辛苦的熱氣球團隊，謝謝陪著我們日曬雨淋的遊客鄉親，明年也將持續帶給大家滿滿正能量，期待2023年再相見！

吸引3萬8千名遊客共襄盛舉

500+代代薪傳 行政院農委會舉辦第

無懼面臨疫情挑戰 第5屆百大青農逆勢成長 整

▲農委會特別於8／12舉辦「第5屆百大青農畢業授證典禮」。

有鑒於青年投入農業或創新發展初期，經營較不穩定，為了輔導青年穩健經營農業，以逐步成為大專業農，或整合資源朝創新農業服務、物流、加工經營等發展，行政院農委會於2013年起整合資源推動百大青農輔導，針對獲遴選的百大青農提供為期2年陪伴式輔導。

▲農委會主任秘書范美玲（左3）與嘉賓一同為「第5屆百大青農畢業授證典禮」揭開序幕。

隨著推動百大青農輔導的計畫推出，農委會由漁業署、畜產試驗所及各改良場組成輔導小組，指派有經驗的個案陪伴師經常性的到現場診斷、掌握與回報問題，與輔導小組一起針對生產技術、行銷、財務、研發、組織化、資訊化、加工、物流、通路媒合等進行輔導，以學校教育來說，陪伴師相當於導師，掌握學生狀況，必要時透過輔導小組找尋其他專家或資源給予協助。

隨著第5屆百大青農完成結訓，農委會特別於8／12舉辦「第5屆百大青農畢業授證典禮」，該會盛大辦理授證儀式並感謝陪伴輔導團隊，展現該會近年來青農的輔導成果，透過澆灌儀式象徵陪伴師、輔導團隊與第5屆百大青農共創成果，期許成功經驗傳承，讓青農輔導成果永續發展。

農委會主任秘書范美玲表示，這屆的百大青農相當獨特，大多不是關心自身，而是關注整體性議題、制度面、做法問題，不著重於個人、而是重視大眾與未來，這點與往年的培訓不同。而從許多的培訓案例中，不論是青農，甚至陪伴師的身上，都能看見許多人為了自身產業的轉型努力，透過農委會跨單位的協助下持續提升自我，創造出令農委會十分驕傲的成功案例。值得一提的是，雖然這屆經歷了疫情的影響，各個學員們卻仍舊完成培訓計畫，甚至總產值不輸其他屆，顯示出培訓的成功，以及台灣農業的無限潛力。

第 5 屆 百 大 青

★ 桃園區農業改良場 ★

★ 苗栗區農業改良場 ★

★ 台中區農業改良場 ★

★ 台東區農業改良場 ★

★ 種苗改良繁殖場 ★

★ 茶業改

撰文・攝影／王政

5屆百大青農畢業典禮展現輔導成果

體營業額成長26%　看見台灣農業的無限潛力

▲農委會主任秘書范美玲。

漁業署展現傲人成績　輔導青農向上提升

▶漁業署副署長林國平（後排右2）與結訓學員們合影。

◀農委會主任秘書范美玲（左）致贈證書給予好蝦冏男社負責人李富正。

▶（左起）陪伴師—金湖休閒農業發展協會專案經理蔡云姍、台灣美食技術交流協會秘書長蔡清德、好蝦冏男社負責人李富正。

◀農委會主任秘書范美玲（左）致贈證書給予金湖休閒農業發展協會專案經理蔡云姍。

打造農業標竿典範 營業額大幅成長26%

農委會表示，該會自2013年起遴選具發展潛力青農，整合產、官、學、研輔導資源，第1至5屆共計已輔導589位百大青農，使青農穩健經營，進而擴大規模或創新加值發展，期盼歷屆百大青農成為標竿典範。

第5屆百大青農計輔導124位，其中男性93位、女性31位，輔導期間自109年1月至110年12月底，過程中雖面臨疫情挑戰，該會仍投入1,158專家輔導人次、設施設備補助8,977萬、專案農貸4億8,572萬元等。

農委會說明，輔導後之青農經營面積增加780公頃、蜂箱增加1,110箱、觀賞魚增加250箱、農產運銷加工規模包含加工、集貨、物流場等增加16萬平方公尺、產品通過三章一Q之面積達630公頃。此外，新品種研發121項次、加工研發159項次、新技術研發26項次及新營運模式發展24項次，並成立產銷班13班、合作社14家、農企業42家，年營業額總計16億6,679萬元，整體營業額成長26%。

在地陪伴 支持青農投入農業

農委會指出，除百大青農輔導外，該會亦於全國輔導成立在地青農交流服務平台，營造交流學習及互助合作環境，已有17個縣市級及201個鄉鎮級在地青農平台，累計有6,566位青農參加，提供教育訓練、組織運作及產品行銷等輔導，以及優惠貸款、技術輔導等協助，建構青農相互交流的良好環境，未來也將持續針對歷屆百大青農提供群聚輔導、增能培力課程等。

為展現第5屆百大青農輔導成果，讓消費者能購買到青農用心生產的農產品，農委會更特別於8／13、14的週末假日，前往台北希望廣場B區，舉辦「第5屆百大青農成果展售活動」，號召全國各地青農共襄盛舉，向消費者推薦在地優質農產品，共同支持台灣在地農產品，用實際行動為青農加油打氣。

農畢業授證

★ 台南區農業改良場 ★

★ 高雄區農業改良場 ★

★ 花蓮區農業改良場 ★

良場 ★

★ 漁業署 ★

★ 畜產試驗所 ★

旅遊界終生志工、國寶級講師、

培訓超過3,500位導遊領隊　半世紀旅

培訓超過3500位領隊、導遊的「旅遊界國寶級講師」　張明石老師，擔任領隊導遊已將近半世紀，並曾擔任觀光局的職前訓練講師。過往並非旅遊業直接起家，人生途中經過軍旅生涯洗禮，從軍過後進入美國運通公司成為業務代表兼國際領隊，從而展開旅遊業閱歷；豐富的人生歷練造就了張明石獨到的人生態度與生活見解，藉由他的人生回想，從故事中發現世界的不同面向，更希望透過故事的分享，能為旅遊業界的後進給予不同參考。

【憶當年】

兒少的千錘百鍊
給予未來豐厚養分

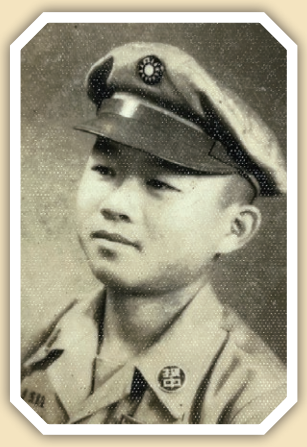
我叫張明石，一個台灣觀光產業的老士官長，也是台灣觀光產業領隊人員、導遊人員的終生志工，從小喜歡看書，熱情心態分享知道故事，身邊許多親友期待我將經歷過的事情、走過的路、看過的書、可以做個總結，或許可以為後進、台灣觀光產業有興趣的同儕做一點小小的貢獻。

我在南投中寮山城出生，就讀中寮國小，埔里初中畢業以後考上南投高中，選擇靠近家裡的學校不僅距離較近，也能減輕家裡負擔。在南投高中的日子非常忙碌充實，通勤來回家裡幫忙農事是家常便飯，通勤時期因為家境尚不富裕，偶爾無法帶便當去學校，只能用父親給予的少少零用錢，在老兵經營的饅頭店，購買白饅頭沾上砂糖當午餐果腹。

▲攝於1942年，背景為中寮鄉農會，嬰兒時期的張明石（圖中），與父親兄姊之合影。

無懼艱困童年路
甜蜜家庭手足齊打拚

若是遭遇颱風來襲，從中寮到南投這段火車線，容易受風雨影響而斷裂，因此必須從南投步行2個多小時才能回家，這段過程雖然艱辛卻絕對難忘，每次走過這段路程時，其中的陡彎爬坡，沿路的竹林在風雨吹襲下顯得鬼魅重重，讓當時還年少的我相當懼怕，但還是鼓起勇氣走過這段路。



▲南投中學就讀時期。

生長在大家庭，三個兄弟、六個姐妹，父親務農，在日治時代曾為鄉長秘書，母親不識字，相當傳統的台灣婦女，家裡飼養牛羊豬，小時後還記得要去割草，農忙時需要挑肥、施肥跟巡邏田裡。家境貧困，許多生活用品都需要共同分享，即使牙刷見底了還是會繼續使用。

從懂事開始就過著艱困的生活，但因為身為老么，特別受到哥哥姊姊們照顧。即使80幾歲了，依舊會回想到小時家裡還是茅草屋，窗戶、牆壁由舊報紙黏補起來，雖然簡單、但溫暖快樂，每次從埔里回到中寮老家的漫長路程，需要經過複雜的轉車，回到家依舊感到十分快樂，要離開家的時候，姊姊們依依不捨，感謝姊姊的疼愛，沒想到這一晃，時間就快是一輩子了。

寄宿埔里舅舅家
養成獨立自主個性

因為家裡經濟的關係，當時媽媽將我送到埔里的小舅舅家裡寄宿，小舅舅是小學老師，寄人籬下且年僅12歲的我，當時還是要照顧年紀比我更小的表弟，慢慢家裡經濟好轉後，開始與其他同學一起租房，也更有時間看書閱讀、訓練獨立自主的個性，有許多好友就是在埔里初中時期所交識。其中有位同班同學來自霧社，那

張明石【個人簡介】

- 中華民國觀光領隊協會 秘書長
- 中華民國觀光導遊協會 副理事長
- 導遊職前訓練示範導遊/講師/口試評審
- 英語導遊／領隊

撰文／楊昀潼　圖片提供／張明石

觀光局職前訓練講師 張明石

業人生回憶　畢生經歷無藏私揭露

▶張明石老當益壯，目前依然在帶團出遊。。

◀領隊實務座談，為後進講授相關職前訓練。

時他週末帶我到霧社的櫻花村，當時首次感受到裸湯的體驗。

在國小的時候，鄉下不容易找到好的國語老師，師資來源多來自於退伍老兵，或是隨著國民政府來台的公務員，國語多半不標準、腔調濃厚；本地人在政府的輔導培訓下，設立師資班去訓練國語老師，許多老師甚至會出現國台語混雜的情形。當年中寮國小四周圍起籬笆，小學外頭種植了一顆芒果樹，風景簡單純樸，校長會於朝會時用著不熟練的國語來訓勉孩子們要遵守校規，不要穿越籬笆或是偷摘外頭的芒果，印象中有一次校長同樣在朝會上講述耳提面命，要講穿越的「穿」時，因不諳國語而用台語去代替，形成國台語參雜的句子，令我印象深刻。當年的教育多少會影響到學童的國語口說，因為沒有得到正規教導而說出有誤的國語。

個性熱情洋溢 從親山健行到海上從軍

早年生活對我而言十足影響後半生的生涯，我意識到自己的個性熱情洋溢、變化性高，好奇心旺盛、適應力高，渴望了解外界的形形色色、充滿表現慾望，樂於分享自己理解的事物。在高一南投中學參加救國團每年暑假舉辦的健行活動，在鄉下很難報名到台中城市的藝文活動，因此只是報名上救國團在南投的中橫健行活動就已經開心滿足。

當時的健行活動，途中行經中央山脈、合歡山，步行走到東部，經過這一次的中橫健行，首次認識了台八線、中橫公路中開墾的道路，見識許多榮民長輩並且聊了許多想法，這中間的想法交流對於後來當兵也有所影響。一路上也認識到許多泰雅族原住民，但更重要的就是能親眼見證台灣的大山與濁水溪發源，中央山脈的雄偉與壯麗震懾到當時年少的我，親眼見識大自然，對於後來從事旅遊業都有著很好的幫助，健行活動更認知自己能走長遠的路，即使扁平足也不會阻擋想要走的熱血之心。高二參加救國團的海洋隊，對海軍心生更多嚮往，在基隆港看到海軍的進出，眼觀北海岸海洋的壯麗。

因此在高中要畢業前，產生從軍海軍的念頭，除了沒有見過海洋的風景，對海軍的嚮往，以及過往南投高中的學生少有學子報考官校，當時的軍訓教官相當鼓勵學生從軍，考量到家境無法供給念大學的學費，就讀軍校對於家境也不會造成多餘負擔，當時愛國的內心鼓舞了自己義不容辭報考海軍官校。

投入海軍就學 改變一生

講到當時的官校就讀，不得不提及到舊時台灣人的觀念，舊時台灣的觀念認為好男不當兵，當時社會觀感認為去念三軍官校的年輕人若非混混、不然就是好吃懶做之徒，但就於我個人而言，選擇到海軍官校，不僅是正確的決定，更是改變了我的一生。對當時的南投人而言，少有在地學生就讀官校，當時更是中寮鄉首位去念官校的孩子。當年離開家時並沒有立即獲得家庭的諒解，更逢就八七水災剛過，當時設立的鐵道殘破不堪，父親帶領著我走過這中間要去坐車的路程、翻山越嶺，輾轉走過兩三鐘頭後，才到現今的南投市，當時的南投縣長、校長一起遊行慶賀著入伍，而進入海軍官校的生活，又是另一段故事了.....

【在旅遊的路上　帶團軼聞精選】

差太遠啦！英文發音鬧笑話　東西文化觸禁忌

在今日的旅遊產業，若遇到要使用英文的狀況，許多英文發音並沒有被重視，舉例水泥的英文是Cement，精液的英文是Semen，有一次在花蓮太魯閣，到花蓮的路上有許多水泥工業，其中英語導遊帶團時，對團員介紹時，就出現聽起來兩者相近的謬誤，因而出糗，也是團員當場糾正才發現這當中的差別，另外一個例子則是Important與Impotant，差了一個R的發音，意思就會天差地遠。

更想到有一次帶了三十幾位的美國學生團在台旅遊，學生非常活潑，也很愛在車上唱歌、吃零食，快到中餐前夕也總是非常期待。通常台灣上菜的規矩是飯先上桌，他們在菜還未上桌前，嬉鬧一番、直接將筷子插在裝有米飯的碗中，這是華人文化當中相當大的忌諱，進而誤觸文化禁忌，帶團時常需要提醒外國貴賓相關傳統禮儀，也是帶團時不能忽視的一環。

▲照片攝於法國南針峰，過往周遊列國累積豐富導遊經驗。

專訪鼎運旅遊集團董事長陳怡璇

集智慧和美麗於一身

努力不懈 勇於接受挑戰 30年一路走來 市場從未

鼎運旅遊集團從1988年成立至今，超過30年頭，已經是一個全方位經營發展，業界熟知的旅遊品牌。致力於入境旅遊作為發展基石，成功累積第一桶金。在兩岸四地有極高知名度與口碑，也因應台灣旅遊發展，與兩岸局勢變化，2016年開始調整事業集團轉型，勇敢華麗轉身從入境旅遊，發展到出境旅遊，甚至是疫情爆發之後的國旅市場，皆符合台灣旅遊的脈動，藉由創意為產業帶來轉變，提升事業體的發展與未來前景。

尤其在疫情最為嚴峻的3年期間，鼎運旅遊集團從未解雇任何員工，就是希望能夠留住人才，讓企業的巨輪能夠不斷的轉動，照著軌道走。集團除了在旅行社經營之外，也管理17家酒店（包含防疫旅館），2個大型遊覽車公司（67部遊覽車）與聯盟經營的小客車租賃事業（100台賓士客車），更藉由鼎鼎藝術，跨領域發展旅遊結合文化、音樂、藝術、文學之旅，無論是高峰或是低谷，從未在旅遊市場的發展脈絡中缺席。

多元經營 永不服輸
傾聽調整 重新再出發

鼎運旅遊集團董事長陳怡璇是不服輸的女企業家，期許集團總是能成為領先者，做市場的第一。永不低頭的個性，也造就了集團的企圖心，勇於跟市場競爭不怕困難。堅定的信念，促使集團多角化經營，囊括旅遊之外的交通運輸，購物平台，運動專項，旅宿酒店管理，藝術文化交流等跨領域，不但優質更獨樹一幟。甚至在B TO B、B TO C、B TO E各分類市場中都非常用心經營，獲得業界一致好評。

陳怡璇一輩子都沒有投資旅行業以外的事業，因為她認定自己是個百分之百永遠的旅遊人，要為旅遊產業做最大的奉獻與努力。除了當個奉獻者，也是個稱職的傾聽者，在疫情的3年整併期間，是重新出發的最佳時機，她接納集團底層的各種聲音，投入更多的時間與金錢，讓集團進行縱橫雙行化經營、交叉管理與數位轉型，使鼎運在3年之後脫胎換骨，成為旅行社轉型成功的最好典範。

做旅遊業界最好的榜樣

缺席 以入境市場為基礎 勇敢華麗轉身 發展出境、國旅、主題旅遊市場

接受新知 創造新局
自我要求 嚴謹處事

陳怡璇個性雖然好強卻又像個海綿一樣，樂於接受新的知識與了解科技趨勢，在操作旅遊市場不固守傳統作法，落於窠臼，讓不同的事業體都能達到領先的地位，持續開創新局。陳怡璇表示，2022是鼎運旅遊集團的創造年，集團不停擴張旅遊版圖，台灣立足，放眼世界，戮力成為國際級的旅遊品牌，透過多樣的旅遊資源優勢與不同的經營模式，讓國旅中的主題、高端、獎勵旅遊都能別開生面，創造客戶的高滿意度。

此外，陳怡璇自我要求甚高，就算擁有高學歷，卻虛懷若谷，不停歇的自我充實、投身在書籍之中，加強業內專業知識，也涉略業外領域，能與不同業界人士暢談想法與交流，從中尋找新商機。加上陳怡璇秉持者「嚴以律己，寬以待人」的圭臬，對於自己相當嚴格之外，也落實在集團的每一個員工身上，安排員工教育訓練，並提供最優渥的薪資，用最前瞻的眼光，賦予集團發展的各種可能性，讓員工身在鼎運工作為傲、為榮！

鼎運旅遊集團董事長 **陳怡璇**

熱愛運動 熱心公益
創造怡璇品牌 發光鼎運品牌

運動可以讓人維持美麗與優雅，陳怡璇身為鼎運的美女掌門人，熱愛戶外運動，也是她保持年輕漂亮的秘訣，她平時喜歡騎重機與打球，也因為這層關係與興趣，使得鼎運成為哈雷重機全球旅遊台灣的市場拓展及各項活動的重要合作伙伴，能為重機愛好者規劃設計不同的主題旅遊產品。也超前部署與不同的職業協會攜手合作，包括中華職棒、職籃、潛水協會、滑雪協會，也全力投入新竹攻城獅及各職籃活動的各種合作，為運動旅遊開創新猷。另外還有台灣人最愛的馬拉松、三鐵賽事，也是鼎運在運動旅遊項目中的重點發展，讓運動結合旅遊的風氣更為盛行。

取之於社會，回饋於社會，對於白手起家的陳怡璇來說感同身受。因此，鼎運旅遊集團熱心公益活動，對於弱勢團體與族群，捐款不在少數，每年默默行善，為善不欲人知，更下鄉服務，贈送電腦資訊設備給偏鄉小朋友，照顧孤苦無依的老人與殘障人士。陳怡璇指出，要愛這個社會，社會才能反饋企業更大的熱力與心力。如此正面的能量，也讓陳怡璇這個名字，成為鼎運旅遊集團的品牌光環，代表著一種精神與文化，甚至是承諾，要讓鼎運集團與社會共榮共好。

領袖魅力 敢言力行
為整體旅遊產業爭取發聲

直率、公正不阿是旅遊產業對於陳怡璇的第一印象，也讓陳怡璇從2000年開始，多方參與各大旅遊協會的理事、召集人、負責人職務，累積豐富經驗。也因為耿直的個性，她常能跳脫框架，以旁觀者的角度看待事情，看到錯誤的事務，必力求修正調整，完全對事不對人，並全力爭取旅遊發展最大化，獲得業界高度肯定及信服。

因此，陳怡璇也常常代表協會前往交通部觀光局，或是政府單位、立委辦公室進行溝通與協調，將不合乎產業現行的條例作調整與修改，並為旅遊產業爭取許多權益，包括補助與紓困等等，再再為旅遊產業喉舌。**鼎運旅遊集團營運長Benson陳**表示，「敢言力行」這4個字是陳怡璇人物特性的最佳描寫，她總是在計劃時間內完成階段性目標，並身體力行、親力親為，努力為旅遊產業拚博更美好的前景。

疫後市場的全面佈局
永續創新再造另一個黃金30年

疫情3年下來，鼎運旅遊集團，在國旅市場無論質與量都是業界的標竿。但陳怡璇更希冀瞄準疫後國外旅遊市場，引領台灣旅客走向全世界，真正去親身體驗不同的旅遊及文化面向，打開世界觀。集團麾下共有8家旅行社，包辦了主題、運動、獎勵、入境、出境、企業服務，自由行和分齡旅遊，讓服務能各有所求，也各有所長。讓同業能得到最全面性的商機。此外，鼎運集團也逐步拓展全台灣各星級酒店及不同旅宿型態的平台訂房合作機制。2022年，更已完成打造領先世界，而且是全球唯一的頭等艙級的VVIP鑽石級的高科技遊覽車，把台灣的遊覽車品質及創新，推向世界之巔。

疫情時代，所面對的產業危機，讓許多旅遊產業憂心忡忡，並對未來的遠景投下更多的不定性數。但是已經走過30年的鼎運旅遊集團，用無限的熱情與創新精神，把質與量發揮到淋漓盡致，甚至交棒給有企圖心與想法的年輕領導人才，多樣的能量累積與加成效果，將使鼎運成為最大、最後的贏家，再走過下一個黃金30年，讓「Tour One is Number One」。

撰文．攝影／張偉浩

鼎運旅遊
世界旅遊地圖

Tour One is No.1

tourone GROUP
鼎 運 集 團
旅 / 宿 / 車 / 購 / 藝

Safe travels
WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL
TAIPEI 臺北
tourone 鼎運旅遊

全台唯一全方位旅遊集團

電話：(02) 2518-2000 www.tourone.com.tw
傳真：(02) 2516-5222 交觀綜2141 品保北0658
地址：台北市南京東路二段178號9樓

鼎運 LINE@

鼎運粉絲專頁

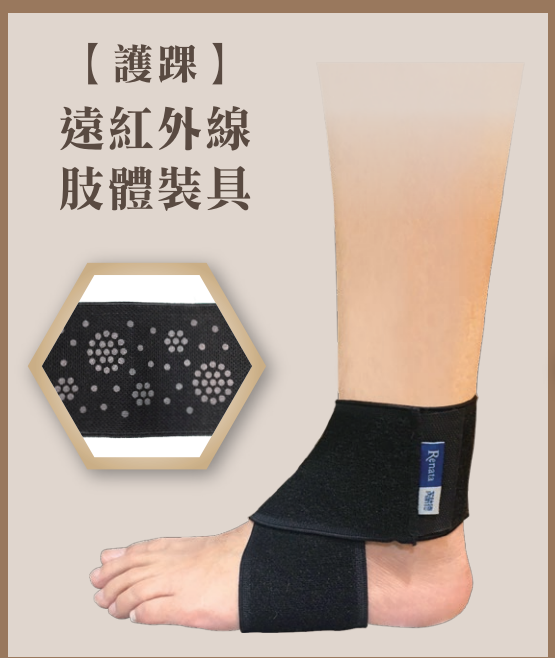
一心為您 提前佈署

中華航空 CHINA AIRLINES · EVA AIR 長榮航空 A STAR ALLIANCE MEMBER · 國泰航空公司 · STARLUX 星宇航空 · tigerair 台灣虎航 · AIR MACAU 澳門航空

JAPAN AIRLINES · ANA 全日空 · ASIANA AIRLINES · FLY GANGWON · BAMBOO AIRWAYS · vietjetAir.com

Emirates · ROYAL BRUNEI AIRLINES · malaysia airlines · TURKISH AIRLINES · AIR NEW ZEALAND · THAI · UNITED

Renata 芮納德



玩買主意 fun idea mall

玩買，是我們的生活方式
旅遊玩玩玩，出門買買買，生活 fun fun fun ！
精彩的玩買人生，創意沒有設限！

www.funideamall.com

官 網
粉 絲 團
Google play
App Store