

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2021.05.31 出刊 每週一發行

VOL. 651

御宿旅館集團

靠高貴品質、謙虛收費

駛向新藍海

御宿旅館集團董事長

劉坤福



堅持永續經營、善盡社會責任

與員工一同對抗疫情



將

「高貴品質、謙虛收費」奉為 御宿旅館集團靠口碑駛向新藍海

面對疫情仍堅持永續經營、善盡社會責任 與員工一同對

御宿旅館集團董事長

劉坤福



逆勢，對於御宿旅館集團董事長劉坤福而言，一直都不是一個困境，就如同1年多前疫情甫爆發之際，瞬間造成旅宿業的龐大傷害，他卻選擇逆勢操作，開啟籌備4年、耗資4億元打造的頂級摩鐵，成功創下亮眼的住房率。時至今日，面對疫情的捲土重來，在市場紛紛縮減人力、停業之際，他仍選擇與員工站在同一陣線，以不裁員、不減薪作為宗旨，要與同仁共同面對疫情衝擊。

逆勢而為從來不是一件簡單的事，執行時更需強大的信心與勇氣，從旁觀者的角度來看，能發現御宿旅館集團董事長劉坤福的操作策略都十分膽大心細，全面評估了市場需求與自身企業的利基後，便勇於在逆勢中前進，透過一連串的布局後，最終才能成功創造出令人驚豔的火花。

如同此次國內因為疫情肆虐的緣故，政府宣布全台進入3級警戒，瞬間重創各地的觀光產業，也讓劉坤福旗下的商務、汽車旅館住房率驟降至2成左右，但即便整體營運面臨虧損，劉坤福卻仍選擇堅持不裁員、不減薪的政策，並鼓勵員工利用此機會好好休假，僅留下一半的人力來因應公司的業務調度所需。

面對《旅奇週刊》的專訪，劉坤福指出，御宿旅館集團以永續經營、善盡社會責任作為企業經營的宗旨，由於員工不僅是工作上的夥伴，更是集團最重要的資源之一，因此即使面臨到疫情的再度侵襲與未來的不確定性，他仍堅信此波嚴峻的疫情正是考驗企業經營能力的關鍵，也因此唯有保存戰力、通過考驗，才能贏得市場、更能贏得企業最需要的人才。



圭臬

抗大環境 以優化、提升作為超前部署利器



1



2



3

剖析操作哲學 口碑、品牌、回流客是王道

對於投入30多年的耕耘，逐步拓展出21家商務旅館、汽車旅館龐大規模的御宿旅館集團來說，重視「口碑、品牌及回流客」是最重要的3大經營理念，在主舵手劉坤福的堅持下，公司選擇以「高貴品質、謙虛收費」的策略來耕耘市場，也因為價格合理、服務優越的高CP值，使得其回流客一直占總客源數的50%~60%。

不僅如此，為了提升競爭力，劉坤福更多次前往國外考察和取經，藉著吸取別人的經驗和特色，將優秀企業作為自己努力與提升的標竿。

此外，「走動式管理」是劉坤福經營御宿旅館集團的策略之一，他鼓勵主管空出時間、離開座位，放下身段去傾聽員工、客戶的想法和困難，藉此發掘出真正的問題所在，進而得以改善。為了落實這個管理模式，他特別將據點通通設立於南台灣，分布於台南、高雄、屏東等縣市，穩穩在南台灣扎根，也讓管理更為集中與便利。

在種種的努力之下，讓御宿旅館集團的規模日益擴大，加上內部裝潢與設備之新穎、先進程度都領先市場，成功營造出「精緻和高質」兼具的住宿環境，因而博得無數顧客的青睞，甚至促使台灣市場掀起一股跟進的風潮，讓南台灣不論商旅、摩鐵的等級與水平皆大幅提升。

放眼未來 先蹲點後跳躍

面對疫情正捲土重來的兇猛情勢，在防疫優先、避免群聚的先決條件下，不僅觀光產業必須配合政府的防疫政策，旅客大多也不敢隨意出門，因此造成使得觀光市場進入冰河時期。但劉坤福強調，雖然觀光產業面臨相當危急的情勢，但此時更需要全民攜手一同圍堵疫情，因此目前集團仍以支持與配合政府的防疫政策為第一要務，公司內部也將以維持基本營運為重點。

也因為對於政府的防疫政策與未來觀光產業復甦具有相當高的信心，因此劉坤福特別針對御宿旅館集團進行全方位的改善體質計畫，透過舉凡軟硬體設備的優話、服務人員專業程度提升等多方面作業進行超前部署，作為御宿旅館集團蹲點與向上跳躍的利基點，藉此來因應疫情順利度過後，後面隨即而來的爆發性消費需求，也將讓御宿旅館集團的品牌再度發光發亮。



1. (左起) 御宿旅館集團董事長劉坤福、高雄市市長陳其邁。
2. (左2起) 御宿旅館集團董事長劉坤福、屏東縣縣長潘孟安。
3. (左起) 新竹市市長林智堅、高雄市市長陳其邁、御宿旅館集團董事長劉坤福。
4. 為了推廣在地，御宿旅館集團董事長劉坤福積極投入各項宣傳活種中，為產業盡心力。



▲御宿旅館集團董事長劉坤福。

無懼逆境 御宿再拚新局

面對疫情捲土重來，對照於過去1年多的光景，有種重新再次經歷的感覺，恰巧的是，御宿旅館集團也再度成為本刊的封面故事主角之一。前一次的採訪，是描述一個集團在面對疫情時，仍決議開啟籌備4年、耗資4億元打造的頂級摩鐵，而逆勢的操作下，也成功創下亮眼的住房率。

再一次的採訪劉坤福，同樣是面對疫情的衝擊，隨著政府宣布全台進入3級警戒，瞬間重創各地的觀光產業，在許多企業紛紛決議縮減人力、降低營運成本之時，即便旗下的商務、汽車旅館住房率驟降至2成左右，他卻選擇要保留人才，堅持不減薪、不裁員，以共體時艱的方式，力求企業戰力的保存，面對市場的挑戰。

逆風飛翔，套用在劉坤福身上可說是相當合適。

逆勢而為從來不是一件簡單的事，執行時更需要強大的信心與勇氣，從旁觀者的角度來看，能發現劉坤福的操作策略都十分膽大心細，全面評估了市場需求與自身企業的利基後，便勇於在逆勢中前進，透過一連串的布局後，最終才能成功創造出令人驚豔的火花。

面對會做出如此艱難的決策，劉坤福指出，御宿旅館集團以永續經營、善盡社會責任作為企業經營的宗旨，由於員工不僅是工作上的夥伴，更是集團最重要的資源之一，因此即使面臨到疫情的再度侵襲與未來的不確定性，他仍堅信此波嚴峻的疫情正是考驗企業經營能力的關鍵，也因此唯有保存戰力、通過考驗，才能贏得市場、更能贏得企業最需要的人才。

其實剖析劉坤福的經營心法，能發現「口碑、品牌及回流客」是他最重要的準則，在30多年的耕耘下，也是因為主舵手劉坤福的堅持下，集團以「高貴品質、謙虛收費」縱橫在競爭激烈的紅海市場中。也因為價格合理、服務優越的高CP值，使得其回流客一直占總客源數的50%~60%。

而精益求精的他，為了提升競爭力，更多次前往國外考察和取經，藉著吸取別人的經驗和特色，將優秀企業作為自己努力與提升的標竿。

在種種的努力之下，御宿的規模日益擴大，加上內部裝潢與設備之新穎、先進程度都領先市場，成功營造出「精緻和高質」兼具的住宿環境，因而博得無數顧客的青睞，甚至督促著市場一同提升，讓南台灣不論商旅、摩鐵的等級與水平皆大幅精進，而他「摩鐵教父」的名號也因此不脛而走。

面對環境的挑戰，其實旅宿業一直是最辛苦的產業之一，因為成本大、回收慢，加上不能隨意搬遷的先天條件，整體對於業者而言都是一場長時間的拉力賽。也因此，如何獲利便是仰賴著操作者的精準目光與核心策略。

但倘若堅定著目標持續勇往直前，有時候逆勢，也可能會是改變一個企業的最佳利基。

副總編輯 **王政**

榮譽顧問／夏克堅
發行人／黃秀春
社長／何昭璋

Frank Hsia
Josephine Huang
James Ho

副社長兼總經理／歐彥君
國際市場部部長／劉厚志

Winnie Ou
Jack Liu

編輯部 Editorial

副總編輯／王政
採訪編輯／張偉浩
設計／曾繁淵

John Wang
Kevin Chang
Joe Tseng

文案部 Copy Writer

經理／謝筱華
資深專案經理／彭可玟
文案／楊昀潼

Anne Hsien
Poppy Peng
Elsie Yang

設計部 Art

設計主任／林洋正
資深設計／張曉元
資深設計／吳霽瑀

James Lin
Neo Chang
Wendy Wu

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

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
業界人的必讀
の業界專門紙 **旬刊旅行新聞**



旅奇週刊官方網站 旅奇週刊粉絲團

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.

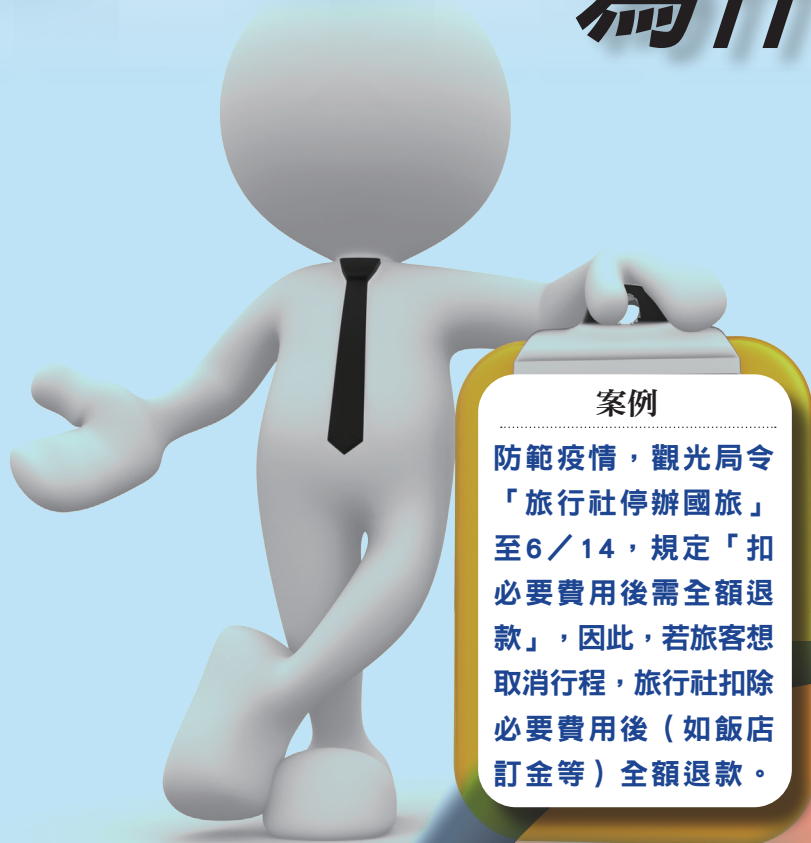
Publishing

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(110)
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.

國內旅遊定型化契約

為什麼不適用???



案例

防範疫情，觀光局令「旅行社停辦國旅」至6/14，規定「扣必要費用後需全額退款」，因此，若旅客想取消行程，旅行社扣除必要費用後（如飯店訂金等）全額退款。

國旅市場最常面臨到的，是旅行社與消費者之間的「國內旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」（以下簡稱國內定型化契約），由於過去沒有相關的依據，便以國外的團體定型化契約作為依據套用於國內市場。而這樣的模式，也讓國旅市場受到多年的發展困境，最終在疫情爆發、僅能操作國旅之際，問題便一一浮上檯面。

1 訂金金額各有表述

★一般購物所認知的訂金，大約是在總價金30%的金額。但殊不知，旅行社所承辦的企業團體，在假日飯店所索取的訂金是100%，光是房間費用在總團費的佔比上往往是高達70%~80%。

2 遇到糾紛 民法高於一切

★若旅客取消行程，扣除必要費用後全額退款，然旅客因團費所剩無幾無法接受，旅客就搬出《民法》高於行政命令的論述，衍生雙方認知上的爭議，不是要請公會調解就是旅客逕行訴訟。

3 政府不願介入飯店與旅行社

★政府所頒布的《國內旅遊定型化契約應記載及不得記載事項》，因未能納入飯店與旅行社之間一貫的管理《PS：若有牽扯機票、船票等那問題更加繁雜》。而其中，官方又常常以這是B2B的商業行為不便介入無法究責為由，長期放任旅行社與旅客層出不窮的糾紛。然而，國際觀光飯店的主管單位，便是觀光局，十分耐人尋味。

結語

現行的定型化契約並不適於企業包團，卻硬要套用在個人包價式的定型化契約，所產生的問題包括不肖的業者欺負旅客，不負責的旅客利用法規漏洞來卸責，產生種種的旅遊糾紛，縱使為了保障雙方的權益而簽訂了定型化契約，卻無在法規上獲得實務上的保障。因此希望政府不是進行修法便是另訂新法，才能真正為國旅創造更大的商機與熱度。



COVER STORY | 封面故事

- 02 將「高貴品質、謙虛收費」奉為圭臬 御宿旅館集團靠口碑
駛向新藍海

HOT NEWS | 當週要聞

- 05 國內旅遊定型化契約為什麼不適用？？？

TOPIC | 觀光圈專題

- 07 交通部觀光局長張錫聰親訪國家風景區抽查防疫執行
08 專訪235區域觀光發展產業聯盟3位在地種子 從觀光串連到商圈
打造新嘉義面貌
10 觀光圈及產業聯盟政策成為改變嘉義的最佳藥方 觀光產業希冀優異
政策延續
12 中彰區域觀光聯盟走進新社的亮點 花田民宿用熱情、感動擦亮招牌
14 感受味蕾上的中彰 有春茶館賦予台灣傳統的古早美好滋味全新面貌
16 竹竹苗區域觀光聯盟拜會新竹縣溫泉觀光產業協會 探討尖石溫泉發展

SPECIAL | 特別企劃

- 18 讓泰安觀止「旅圖OTA數位系統」 成為疫後銷售飯店套裝產品最佳
利器
20 響應政府防疫 星夢郵輪「探索夢號」 逾700名船員接種COVID-19
疫苗

TAIWAN | 國旅專題

- 22 送餐給第一線防疫醫護人員 黃偉哲與民間企業以行動支持、給予
醫護人員溫暖
24 雲林縣政府文化觀光處 流動藝術饗宴 《圓起》「自然生活音
樂 心靈 森林 感受」
26 塔吉特千層蛋糕大使館 Touched your heart!
27 良作工場農業文創館 傳遞「良食究好」理念

JAPAN | 和風日本

- 28 日本第一大湖在滋賀 搭琵琶湖汽船暢遊
29 JR東日本創造旅遊董事長大友信介卸任返日

防疫在家少出門
宅配美味帶回家

玩界 fun idea mall
主意



官網



粉絲團

交通部觀光局長張錫聰親訪國家風景區抽查防疫執行

因應疫情警戒標準升至第三級 全力以赴堅守落實防疫措施



▲觀光局長張錫聰（中）視察南方澳遊客中心。

◀觀光局長張錫聰（中）、技術組組長林秀霞（左），聽取東北角風管處處長馬惠達（右）簡報風景區防疫作為。

交通部觀光局長張錫聰5/28親訪東北角暨宜蘭海岸國家風景區視察防疫措施情形，實地視察宜蘭縣壯圍、南方澳內埤等海岸沿線風景區管制作為，並指示疫情警戒期間，務必全力以赴落實防疫措施，齊心共同努力守護民眾健康、安全的環境。

因應疫情全國提升第三級警戒，東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處除全面封閉室內遊客中心服務空間、戶外熱門風景區景點及公共設施（如涼亭、公廁），委外經營據點亦全部暫停營業。

為加強落實防疫措施，東北角暨宜蘭海

岸國家風景區管理處於開放型景點明顯入口處，拉設黃色封鎖線或立告示牌警示，並機動增加巡查人員勸導民眾配合全程配戴口罩及避免10人以上群聚，並呼籲民眾疫情警戒期間，避免外出且切勿前往已有拉設封鎖線景區。如經勸導不配合者將通報地方政府依傳染病防治法第70條第1項規定裁罰；此外，該處洽公空間環境亦全面提升清潔消毒，包括廁所、櫃台等民眾易接觸到的環境定時持續清潔消毒，並實施實名制，針對第一線工作人員，值勤時全程配戴口罩及保持社交距離，多利用廣播系統方式保持距離勸導民眾，維護工作

人員及民眾健康安全環境。

張錫聰表示，因應疫情來勢洶洶，行政院院長蘇貞昌要求國家風景區務必落實加強防疫措施。張錫聰視察結果，除勉勵東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處針對疫情防疫作為，並提醒應持續堅守執行防疫。同仁執勤時務必要自我防護，可使用大聲公或車用廣播勸導，避免警戒期不必要的活動接觸，對開放型景點仍有少數民眾前往之情形，應嚴格執行勸離民眾、全程配戴口罩，如有不聽勸離或未帶口罩者即當場取締舉發，期齊心共同努力守護民眾健康，提供民眾安全的環境。



▲風管處加強巡邏勸離誤入封閉區的遊客。



▲南方澳內埤沙灘廣播播導防疫。

專訪235區域觀光發展產業聯盟3位在地

共同挖掘嘉義在地特色 從母語、美食、商圈、旅遊



響應交通部的觀光圈政策，阿里山國家風景區管理處特別針對自身以及周遭的區域進行盤整，並於2020年7月成立235區域觀光發展產業聯盟（以下簡稱235聯盟），顧名思義就是北回歸線23.5度穿越的嘉義縣市地區。由於嘉義市是都市型城鎮，有許多旅館、美食等產業生態，是個讓遊客停留、休息、參與旅程的重鎮，遊客足跡亦可延伸到阿里山地區、濱海地區，串成從山到海的精彩遊程。

▲（左起）嘉義市旅館公會總幹事顏永明、嘉義市商圈文化促進協會理事長劉慶宗、嘉義市旅館公會理事長李素珍、林聰明砂鍋魚頭執行長林佳慧、嘉義市觀光協會總幹事黃主恩、行易旅行社總經理趙誠一。

身為阿里山國家風景區管理處下轄的推廣單位，235區域觀光發展產業聯盟的成員包含公部門、旅行社、旅館、伴手禮、商圈等，目前已超過100位觀光業者加入，阿里山風管處特別遴選3位在地種子，作為風管處與產業之間的聯繫窗口。

為了讓市場更加了解235區域觀光發展產業聯盟的運作，《旅奇週刊》特別專訪3位在地種子，以及聯盟的重要成員，希望透過專家的計畫分享，讓市場看見嘉義市觀光業者對於在地的耕耘，以及擊劃的藍圖。

林聰明砂鍋魚頭執行長林佳慧：飲食與文化的連結

身為傳承三代的餐飲業者，又是在地的導覽志工，同時又斜槓了嘉義市商圈文化促進協會副理事長、嘉義市母語文化教育協會理事長等多重身分，讓林佳慧與在地創造出深厚的連結。她指出，因為2014年電影《KANO》的加持瞬間爆紅，不僅凝聚在地民間，加上業者們的動員推廣，讓嘉義的觀光正式進入新的分水嶺。隨著去年交通部的觀光圈政策加持，將多元的產業鏈串聯，更讓嘉義看見改變的曙光。

飲食與文化是林佳慧的推廣重點，如目前正積極推動的「臺味佇嘉」，便藉由嘉義在地臺語文的文化，以人情味、好滋味、清香味，進行菜單、logo識別標誌、店家E地圖設計、導覽遊程、主題活動，期望透過打造台灣首座臺文城市來行銷推廣，讓更多遊

客認識這座阿里山山腳下的門戶城市。而在NETFLIX長達30分鐘的「台灣嘉義」節目中，林佳慧與攤販以臺語介紹，用美食與母語成功抓住外國人眼球，也為後續吸引旅客駐留大阿里山及嘉義。

過去嘉義總是阿里山的門戶城市，就如同飯店大廳一樣僅僅走過路過，但隨著嘉義縣市串聯度越來越高，加上交通的便捷帶動，30~40分鐘內即可親山親海的優勢，越來越多旅客從過去順遊嘉義，逐漸變成旅遊目的地。隨著阿里山風管處打造235觀光圈平台，也帶動種子們、在地公協會的交叉行銷，產業與官方的溝通從過去的B2B成為B2C，甚至可以從C導回B，透過意見的反饋讓官方更能掌握產業的需要，賦予在地更多元的面相。



種子 從觀光串連到商圈 打造新嘉義面貌

進行交叉行銷 用共識讓23.5度翻轉全新旅遊魅力

嘉義市觀光協會總幹事黃主恩：用聯盟力量協助在地提升

過去旅客到訪多以奮起湖、阿里山森林遊樂區為主，但對於西北廊道、台18線遊程不大熟悉，而隨著阿里山風管處擔負起觀光圈平台，讓235聯盟與大阿里山產業聯盟能有更多的合作機會，也使得過去嘉義市與阿里山地區各自推廣的情勢不再復見。

著重嘉義縣市推廣的235聯盟，因為觀察到疫情後旅客對於深度旅遊的需求湧現，因此積極協助在地進行深度探索。如去年便與石棹茶文化協會合作，邀請旅行社走進阿里山體驗茶席文化與其氛圍，希望讓更多喜愛好茶卻僅能在家泡茶的旅客感受到原來阿里山也能這樣旅遊。

而針對部落旅遊部分，235聯盟也與逐鹿

社區發展協會攜手，針對有亮點卻苦無資源與師資的原民部落進行串聯，透過黃主恩人力資源管理的專業，協助其培育與訓練。

而在物產推廣部分，由於嘉義市是全台咖啡館密度第2高的城市，許多咖啡達人都潛藏於其中，因此235聯盟特別與嘉義縣咖啡產業發展協會於去年推出「好咖市集」，透過人潮的導入，讓阿里山優異的咖啡莊園業者能與市區旅客交流，也讓遊客更了解嘉義的咖啡文化。此外，235聯盟更協助太平社區發展協會，透過旅行社業者的導入，讓市場除了知名的太平雲梯可以操作外，也能體驗嘉義竹林版的抹茶山等多元亮點，感受西北廊道、台18線的「森」度旅遊。



▲宿瓦納咖啡DIY體驗。



▲阿里山茶席體驗。



▲部落導覽解說。

行易旅行社總經理趙誠一：讓世界看見更不一樣的阿里山

自從235聯盟成立後，便立即著重在台18線的遊程推廣上，由於過去超過9成的遊客進入阿里山，雖然走進森林遊樂區、欣賞神木、造訪奮起湖、漫遊老街，或是管處大力推廣、逐漸成氣候的養生步道健行之旅，但這都只是阿里山的一小塊亮點。隨著疫情導致封閉國境後，讓原本操作出境市場的業者轉投入國旅後，才發現阿里山的資源原來如此豐富，尤其台18線的亮點、旅遊項目都遠大於西北廊道，因此235聯盟積極研究、挖掘，專注在部落與體驗，期盼創造與在地產業的結合。

趙誠一強調，235聯盟奉為圭臬的宗旨是「產業獲利、遊客滿意」，因此希望所推出的遊程都能創造遊客與在地的雙贏，包括結合茶產業的森林茶席、串聯咖啡產業的不插電

咖啡等體驗，都將原先在地普及的事物轉為遊程，讓旅客不僅僅是採果，而是真正體驗烘焙咖啡等過程，進而創造遊程後的甜蜜回憶。而目前推廣至今，也超過400名遊客體驗，回應更是超過9成的好評，顯示出方向的正確。

而展望未來，235聯盟目前已經籌組7家旅行社推出的地接聯盟，以國外LOCAL的模式挖掘更深度的遊程，顛覆過去市場對於阿里山的刻板旅遊印象，除了提供熟悉在地交通的車行、小團的林鐵座位、特色原民料理、在地風味餐等旅遊配套，甚至可以走進樂野、里佳、山美、達邦、新美等特色部落感受在地文化，不僅能滿足國旅市場需求，更能放眼未來國際開放後龐大的外國市場，為阿里山旅遊帶來更深化的質變。



觀光圈及產業聯盟政策成為改變嘉義的

阿里山國家風景區管理處加入激勵民間業者積

從訪談幾位公協會代表中能得知，過往嘉義所面臨的最大困境，在於資源的分配上過於不均，由於聲量、影響力都不同於六都，因此在整體行銷推廣、預算編列僅能敬陪末座，除了缺少中央的關愛眼神，在地縣市政府能撥出的行銷預算也十分有限，使得最後往往僅能仰賴在地的熱心業者投入來拉動在地觀光，但也因為沒有公部門在後面的推動，整體推廣力量終究有限。



然而這種已經運行多年的情勢，隨著交通部所推出的觀光圈及產業聯盟政策開始，成功帶動起地方的巨大轉型，在國家風景區管理處資源挹注下，各個區域都逐漸形成一個具有行銷、推廣、包裝能力的觀光圈。而這政策對於本身便資源匱乏卻充滿熱忱的嘉義業者來說，更如同及時雨一般，因此在阿里山國家風景區管理處的觀光圈平台整合下，迅速成立「235區域觀光發展產業聯盟」（以下簡稱235聯盟），以政府結合民間的力量共同行銷嘉義，不斷推動這個阿里山腳的城市邁向新的局面。

◀響應自行車旅遊年，聯盟特別推出「單車抵嘉PASS」活動。



▲「桃城嘉宴」讓旅客一次就能品味到各種嘉義美食。

嘉義市商圈文化促進協會理事長劉慶宗：用活動打造嘉義行銷利器

過去尚未成立235聯盟時，商圈大多僅進行小規模的宣傳，主要也鎖定周末到訪的遊客。然而隨著聯盟的成立，讓嘉義市進入本質上的改變，在聯盟成員們的腦力激盪下，許多觀光的新想法與概念也紛紛出現。

以食為例，美食是旅行的記憶點，因此聯盟推出「桃城嘉宴」，由餐飲店家打造「上菜秀」，彙整林聰明沙鍋魚頭、小原婚宴餐廳山葵嫩雞、半畝田牛肉麵、噴水雞肉飯、北門肉圓、阿來碗粿、巧巧小肉粽，搭配精心安排的伴手禮，讓旅客一口氣嚐遍嘉義市美食。值得一提的是，「桃城嘉宴」不僅安排說菜人詳細解說，更因為匯集了在地最知名的小吃，讓旅客不用再四處奔波、排隊，進而能保留更多時間來品味嘉義的在地優美。如4月份的鳴日號首航嘉義，「桃城嘉宴」便廣受首航班次的旅客好評。

行的部分，235也推出乘坐林鐵處小火車的包車旅遊，讓旅客能從嘉義車站，沿途行經製材所等景點，在抵達北門車站。由於許

多旅客並未真正體驗過阿里山火車，因此乘坐到檜木小火車時都十分興奮，提供全新的市區遊程選擇。

此外，商圈也在伴手禮部分下手，推出充滿在地特色的「家鄉嘉箱」品牌，透過與旅館公會的合作，讓「家鄉嘉箱」進駐到成員飯店中，旅客能現場試吃後打包成一包具有在地概念的伴手禮禮盒，不僅區分常溫與冷凍，還可以宅配到指定地點，許多旅遊業者與235聯盟媒合後了解到此品牌都大為驚艷。

劉慶宗強調，中央透過風管處與地方產業溝通，讓嘉義的食宿遊購行全面串聯，如「家鄉嘉箱」便讓在地商家將貨物外銷、金流進來。在遊程方面，更能將市區與山上的聯盟相互結合，讓旅客多停留1天在嘉義，創造規模經濟。此外，目前商圈也積極與知名導演魏德聖接洽，希望一同透過電影讓嘉義之美行銷出去，複製過去《KANO》所締造的觀光熱潮，讓嘉義走出去。



最佳藥方 觀光產業希冀優異政策延續

極投入 一「嘉」人攜手帶領在地走出新面貌

嘉義市旅館公會理事長李素珍：觀光圈是改變嘉義的最佳藥方

李素珍強調，飯店是搬不走的硬體，更是能串連各界的平台，但也因為投資成本過於巨大，在回收上需要長期的時間發酵，如中型飯店便需要25~30年的時間等待，也因此對於在地的行銷推廣與提升十分願意投入。

而對於飯店業者與旅館公會而言，因為站在觀光供應鏈最末端，過往較難與其他產業鏈連結，即便有最多旅客量，但缺少政府資源時，便難以施展拳腳去推廣。而縣市政府大多也將預算鎖定在基礎建設上，難有心力在觀光推動上。

因此旅館公會積極對外連結行銷，包括與澎湖結合推出山海戀，藉此吸引每年從布袋港前往澎湖的30~40萬名旅客，能在嘉義多停留1晚，品嚐在地小吃與嘉義的魅力。

然而嘉義因為腹地較小，資源也相對不足，中央統籌分配款中也難有大筆的預算讓嘉

義進行觀光行銷，甚至可以說「爹不疼娘不愛」，難與其他縣市競爭。不僅如此，舉凡過去的陸客來台縮減，到現在的疫情肆虐，飯店業都是首當其衝，也重重打擊業者的信心。

所幸在觀光圈的推動下，讓原本不隸屬各風管處管轄的嘉義市，也能成為235觀光圈的推動主軸，讓在地推出許多大型活動，在民間積極打造硬體時，軟體也能與時俱進的發展，才能將嘉義真正推出去。

也因此，對於飯店業者而言，更希望這個已經運行了近1年的觀光圈政策能持續延續，讓在地觀光產業能有時間與資源，不斷提升自我，才能讓在地觀光蛻變新面貌。倘若又因為人走茶涼而推翻掉既有政策，極有可能讓好不容易打造的現況又重新打破、甚至歸零，對於在地而言是極大的損失。

嘉義市旅館公會總幹事顏永明：觀光圈用行銷改變在地面貌

235聯盟的出現，對於嘉義而言最大改變便是多元化活動的挹注，其中旅館公會所承辦的首個行銷推廣案便是「在嘉珍美」活動，雖然當時眾人對於觀光圈的執行尚在摸索階段，但結合中央的資源挹注後，成功發揮了加乘的效果，其中最吸睛的莫過於當時邀請了市值2億元的古董車到訪，瞬間引發起巨大的話題旋風。

「在嘉珍美」所產生的效益不僅在當下，後續更不斷發酵，其效益甚至吸引嘉義縣政府的高度關注，茶博會時縣長更特別提撥預算，邀請這些古董車到現場加持，讓活動的人流與交易量都創下過去的新高，顯示出行銷的巨大效益。此外，目前也有電視劇正在積極洽談，將以嘉義為拍攝地，以30~40年代的早期台灣社會為背景，邀請這些古董車車友加入，一起帶出其懷舊面貌。

顏永明強調，其實業界對於市場的敏感度相當高，如今年引發強大話題的自行車旅遊年，235聯盟去年12月份便積極與管處研究，希望打造最具嘉義味道的旅遊體驗，因此推出一系列單車活動，包含結合美食、咖啡、文

創、伴手禮等多樣優惠的「單車抵嘉PASS」護照，同時也規劃名人單車帶路，搭配上單車友善旅宿，提供單車租借，讓嘉義市友善觀光親切度大提升。而後續也吸引嘉義市政府加碼預算，一同推升嘉義的單車之旅。

此外，旅館公會也積極與聯盟成員合作，已不同於過往的服務方式吸引旅客，如攜手商圈推出「家鄉嘉箱」的方式來吸引旅客，甚至與旅行社合作，以嘉義知名的咖啡作為載體，打造竹林品咖啡的體驗等，讓旅客看見不一樣的面貌。從此不難發現，觀光圈的登場後，從管處的資源挹注，到吸引縣市政府的加碼投入，都讓嘉義逐漸開拓出多元的面貌。嘉義的觀光產業鏈也在235觀光圈平台整合下，凝聚團結的共識、共好共存共榮的理想。

而放眼未來，235聯盟也開始思考下一步為何？經過群體商議後，希望將其放在嘉義的生活體驗，用漫遊、慢活的方式，讓市場看見這個已經逐漸取代東台灣的慢活之都，具有怎樣的精彩旅遊魅力。





中彰區域觀光聯盟走進新社的亮點

用心款待讓花田民宿成為旅人在新社的家 搭建

所謂的民宿，過去是指運用自有住宅，結合當地人文、歷史風貌、自然景觀、生態等生活魅力，以副業的方式打造一個旅客到訪當地的休憩駐所。但隨著旅遊市場蓬勃，越來越多民宿選擇擴大胃納量，過多的商業考量，無形中也失去原有的純樸味道。然而在台中新社，卻有一對夫妻仍堅持著熱情，用心接待每位到訪的旅客，同時運用自身的影響力，打造成週邊小農行銷的場域，它便是知名的花田民宿。



▲（左起）中彰區域觀光聯盟觀光學術召集人吳政和、總召集人柴俊林、花田民宿主人賴淑薇、賴政宏。

對於中彰區域觀光聯盟而言，盤點在地亮點是最重要的任務之一，如同先前中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、觀光學術召集人吳政和便一同走進台中新社探訪，除了盤點當地的特色景點外，也感受花田民宿的優美環境，以及民宿主人熱情的款待。

新社雖不在主要幹道上，需要繞進小巷、經過許多果園才抵達，但也因為隱身於其中，當旅客走近時，恍如柳暗花明又一村的美景便會映入眼簾，設計優美的透天民宿聳立於一旁，背景是層層的山峰對應著藍天白雲，民宿庭院裡則是充滿童趣的擺設與主人精心栽種的花花草草，舒適的空間營造讓旅客可以駐足上一整天，令人不禁有種回到家一般

的舒適感。

網路牽起異國戀 愛相隨打造夢想民宿

在花田民宿中，能發現許多巧思，都是出自於民宿主人賴政宏與賴淑薇之手，許多時候旅客會讚嘆民宿的設計巧思，但深入了解後更令人驚豔，莫過於他們如何透過網路跨越國際鴻溝，最終有情人終成眷屬的故事。

若是初次認識兩人，且知道他們是異國戀，都會認為女主人是道地的台灣人、而膚色黝黑的先生則是外國人，其實來自馬來西亞的賴淑薇原本是赴台攻讀研究所，優異的成績更是受到教授肯定，甚至成為準博士生保送英國。而先

生賴政宏同樣是來自知名大學的碩士高材生，畢業後更是進入無人載具公司擔任工程師。

然而，原本是平行線的兩人，卻因為由網路認識進而相戀，再經過幾次會面後，交往半年就決定廝守終生。不僅如此，因為不希望賴政宏父親的心血—花田民宿就此放棄，男方決定各自放下原先優渥的工作，女方同樣放棄前往英國攻讀博士、學成便可在馬國任教的坦途，一同攜手回到台中新社，共同孕育花田民宿。

也因為是從零開始，因此兩人都親力親為，從最基礎的打掃、房務整理，到為住客烹調早餐等全都一手包辦，即使一路十分艱辛，但也因為夫妻倆齊心努力、彼此信賴下，成功讓花田民宿逐漸聲名遠播。

用溫度感動旅客 從小細節做起

面對競爭激烈的民宿市場，賴政宏與賴淑薇決定熱情與感動作為經營的宗旨，雖然民宿不走高檔精緻路線，卻是充滿溫度，從許多小地方能看見民宿主人的用心與巧思。

以民宿設計為例，整體以木質家具為



▲因為公公對於攝影的喜愛，在花田民宿中能看到許多攝影作品。



花田民宿用熱情、感動擦亮招牌

平台串聯週邊小農協助行銷 拉動新社向前邁進



◀花田民宿一旁便是果園，因此旅客能悠閒的乘坐椅子欣賞美好風光。



▲花田民宿用心的設計與巧思，讓許多旅客彷彿回到家一般的溫暖。

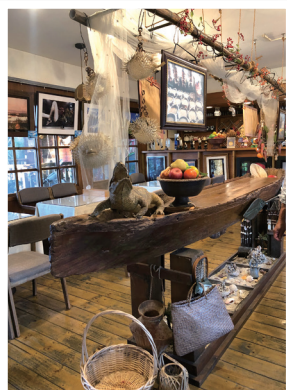


▶(左起)中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林、觀光學術召集人吳政和、花田民宿主人賴政宏、賴淑薇、旅奇週刊社長何昭璋。

主要基底，搭配多種風情藝術品做為裝飾點綴，簡單素雅的空間，溫暖的布置搭配上寬敞的大廳、舒適的大沙發，讓人一入住便捨不得離開。房間部分更以臭氧機器消除異味，讓入住客人能享受乾淨整潔的房間。

此外，不論是交誼空間，或是房間中，都能看到擺滿書籍的櫃子，裡面更有許多童書，對於早已習慣3C的城市小孩，這裡成為一個適合逃離科技冷漠的學習天堂。

而早餐部分則以自助式方式供應，堅持當天現煮，以週邊小農的季節食材入菜外，還會貼心依照入住客人調整，包括小孩提供鬆餅、年長者則是能享用粥品，由於在菜色上求新求變，不論是重遊或連續多天停留，客人都能享用不同風味的早餐。而充滿巧思的賴淑薇，有時甚至會運用週邊水果釀酒，其清



甜的滋味更是讓人驚艷。

攝影成為民宿一大亮點 隨處可見驚艷作品

花田民宿的另一個亮點，便是滿滿的攝影作品，由於賴政宏的父親曾任台灣攝影學會副理事長，26歲開始拍照，32歲考上攝影博士，對於攝影有其獨特見解，至今仍不停的拍攝，因此不論在民宿二樓的交誼空間，或是一旁的餐廳裡都掛滿了他與學生的攝影作品，讓住宿的客人可以輕鬆的品味美食或咖啡，一邊欣賞攝影雅集。

值得一提的是，賴淑薇因為精通中文、英文、粵語、馬來語、印尼語、福建語等多種語言，因此在疫情肆虐前，花田民宿便透過無語言隔閡的溫度傳播，讓這裡成為許多國際觀光客到訪台中的首選目的地。

用花田拉動在地小農 打造感動的行銷平台

而花田民宿的溫度與熱情不僅僅侷限於住客，更是延伸到週邊的小農，為了讓在地物產被看見，只要旅客到訪民宿，賴淑薇除了熱情介紹與款待，同時也會積極行銷週邊小農的特產，以自己作為宣傳渠道，透過口耳相傳的方式，希望將在地物產推廣出去。

也因為種種的用心，讓每位入住的旅客都獲得最大的滿足，不論是訂房網上的高度評價，抑或是客廳牆上的分享空間中，所留下滿滿的感謝文，都顯示出賴政宏與賴淑薇的用心獲得滿滿的回饋。從一開始的民宿門外漢，到後來獲得booking.com 9.2分的好評，顯示出的是花田民宿主人親切與真誠成功打動旅客，讓「花田民宿」成為旅人留宿台中時的美好中繼站。



感受味蕾上的中彰 有春茶館賦予

堅信傳統也能很文青

有春茶館發揮巧思賦予傳統小

位於台中的「有春茶館」，帶給民眾的是屬於那個古早年代的美好滋味，不僅是過去的回憶，更透過味蕾來重溫美好時光，透過新瓶加美酒的方式，讓吃飯喝茶不只滿足口腹，也藉由味蕾重溫記憶裡的台灣回憶。



▲（左起）有春茶館創辦人陳沛滢、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。



▲喔熊限定一滴肉飯與珍珠奶茶雙霸套餐。



▲有春茶館的美味，也被帶上之前的話題王一鳴日號上。

走進「有春茶館」，

會發現彷彿穿越回到過去，映入眼簾的便是一個紅色且巨大的春字，濃郁的台灣味之下，餐廳裡面則是充滿復古氛圍的裝潢卻不失時尚的設計，巧妙的將傳統與現代

完美結合。在有春茶館中，整體以木材作為基底，木製的桌椅旁則是巧妙的用詩句呈現在牆上，加上充滿好滋味的美食搭配，瞬間擊中最喜愛文青風格的年輕客群。

「也許對於你來說，只是吃一個味道或回憶，但對有春而言，卻保留了一個即將消失的台灣味。」這句話，出自於有春茶館創辦人陳沛滢，不難看出她對於台灣飲食文化保存的用心與堅持。

其實在過去陳沛滢所投入的餐廳，是以吸睛的飲品、甜點等快流行文化為主打。但隨著成家立業後，讓陳沛滢的心境開始轉換，也逐漸發現在現今社會中，無數的新生代總是過著西方的節慶、大啖西式飲食，但對於台灣的慶典、文化、甚至古早味食物等傳統，卻十分疏離、陌生，因此她開始思索如何讓商業模式與傳統結合並行，讓民眾在品嚐餐點時，也能重新正視傳統文化，最後毅然決然創立了「有春茶館」。

讓傳統走出新貌 成功抓住年輕人目光

從2004年開始創業，到2013年成立京越國際，陳沛滢與同仁們由17張桌子的小空間為基礎，開始擊劃與勾勒台灣傳統飲食及文化保留的夢想。

為此，有春茶館除了不斷強化內部的品質，並積極在冰品、麵食、茶飲，以及擅長的手路菜進行開發，不僅運用精美的擺盤呈現，更重視食物的味道呈現，力求讓饕客們在視覺與味覺都享受到最高規格的款待。

在有春茶館裡，陳沛滢發揮她對於餐飲與設計的長才，從店內裝潢、菜單設計，到將發糕、乾拌麵等古早味用時尚的擺設重新賦予新面貌，許多傳統小吃都在陳沛滢的巧手下，成為一道道令人驚豔的美食。

也因此，當民眾打開有春茶館的菜單，不論是從主食到小吃，都能找到兒時記憶裡的滋味，就如同視覺、聽覺及味蕾都坐上時光機，穿越回到無憂無慮的童年中。

而「舊酒新裝」的方式，也讓過往認為這些食物相當老氣的年輕人們更願意去接受，因此在有春茶館中，總能看到許多年輕人聊天、品嚐美



◀▲有春茶館充滿復古氛圍的裝潢卻不失時尚的設計，巧妙的將傳統與現代完美結合。



台灣傳統的古早美好滋味全新面貌

吃新生命 讓即將消失的台灣味成為一股新「食」尚



▲為了推廣台灣美食，參山國家風景區管理處、中彰區域觀光聯盟攜手有春茶館，打造喔熊限定一滷肉飯與珍珠奶茶雙霸套餐。（左起）參山國家風景區管理處代理處長曹忠猷、喔熊組長、有春茶館創辦人陳沛滢、中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林一同享用有春茶館精心烹調的料理。



▲▶在有春茶館創辦人陳沛滢的巧思下，將餐點幻化出多元面貌，也成為拍照打卡的最佳選擇。



◀有春茶館於疫情間仍持續與中彰區域觀光聯盟探討疫後市場教育課程的培訓計畫。



食，並對於一道道送上的餐點大呼驚奇、拍照，顯示出其策略廣獲認可，甚至引發一股流行旋風。

將美食與文化結合 有春×午茶生活節

不僅在傳統美食上賦予新生命，對於傳統文化保留十分用心的陳沛滢，也將有春打造成文化交流的平台，並曾邀請柚子皮雕藝術家方世河等專家到場舉辦藝文講座。

而隨著中彰區域觀光聯盟的「食旅中彰·午茶生活節」登場，陳沛滢也積極響應並擔綱起第一場講座的重責大任，於1/21舉辦藝術沙龍，並特別邀請到「七彩迷魂妙畫工」妙工俊陽現場分享，透過其藝術作品與傳統樂器演奏。不僅如此，陳沛滢更全新推出的「有春花開富樾茶食禮盒」來呼應午茶生活節，讓賓客們沉浸在來自中台灣獨有的美為與人情味。

在地產物入菜 打造懷念家鄉味

除了午茶生活節，有春茶館也將美食成為宣傳台灣的工具，今年4月份便特別與參山國家風景區管理處、中彰區域觀光聯盟攜手，打造喔熊限定一滷肉飯與珍珠奶茶雙霸套餐。

其中「喔熊滷肉飯」，用帶著醬香、油蔥味的滷肉，搭配特

選的霧峰農會益全香米，撒上新鮮的蔥花，完美呈現出台灣的代表滋味。而「喔熊珍珠奶茶」則是傳遞台灣飲料王國的輝煌，選用茶香濃厚的烏龍春茶調製而成，經過低溫多次烘焙，引出特殊的香氣，舒緩了甜膩的口感，完美比例更創造出珍珠奶茶的新風格。從此不難看出，有春茶館不斷用一道道料理、每一杯好茶，期盼傳遞出甘甜的人情味。

無懼疫情侵擾 快速應對布局市場

而隨著疫情的捲土重來，有春茶館也迅速因應，陳沛滢表示，這段時間因疫情來得太急太快，很多事情根本來不及因應，但針對已發生的現狀，有春除了一樣推出防疫冷凍料理包，為了安住同仁的慌張焦躁，特別一起做了許多共好的工作，包括投入更多時間，關心更多需要被照顧的單位。

此外，有春茶館也與中彰區域觀光聯盟觀光學術召集人吳政和積極研議，針對疫情後教育訓練的課程進行規劃，期盼帶動產業共好。

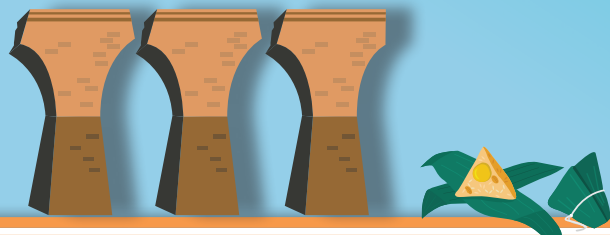
響應防疫 有春茶館推出《在家好食在 美味空中點一點》

疫情雖然打亂了原有的生活步調，有春茶館相信，台灣味可以取代恐懼和焦慮，傳遞溫暖和力量。向您推薦有春茶館出品的台式美味居家料理包，像是傳統割稻飯〈排骨酥芋頭米粉湯〉、〈三杯雞〉，溫暖復古燉湯〈鳳梨雞湯〉、〈高麗菜雞湯〉、〈藥膳四神湯〉等口味。

漫長的疫情生活，憶起小時候惶恐不安之時，吃到香噴噴熱呼呼的一碗飯，感受滿滿的幸福，透過思念的味道，就足以讓我們進入全新狀態重新出發。只要肚子飽飽的，心就不會空空的。有春茶館感謝為疫情打拼的你我，同島一命，我們會一起挺過去！

詳情請參照：有春茶館官方網站





竹竹苗區域觀光聯盟拜會新竹縣溫泉

改善旅客前往尖石交通問題、業者營業開發條例放寬 吸引



尖石鄉的溫泉資源豐富，在油羅溪上游更四處可見溫泉露頭，其中鄉內有兩個較具有規模及特色的溫泉—小錦屏野溪溫泉和秀巒溫泉，是屬於天然湧出泉。不過畢竟地處偏遠、交通不便，在溫泉區遍佈的台灣，產業發展有限。加上《山坡地保育利用條例》之下，更無法有效開發，成為在地觀光雖有特色卻無法一展長才的窘境。

◀（左起）新竹縣溫泉觀光產業協會秘書長楊柳晃、新竹縣旅館商業同業公會理事長鄭建宏、竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松、新竹縣溫泉觀光產業協會理事長廖錦龍。

尖石溫泉源自於地下深層湧出的高溫原湯，以地質分類，屬於雪山山脈的變質岩溫泉，含有大量礦物質，泉質屬碳酸氫鈉泉，俗稱美人湯。從內灣往尖石的120縣道上，或是竹60鄉道，如今已有數家溫泉會館林立，不同風格的湯屋構成不同的泡湯意趣，吸引人潮絡繹不絕，已是一處人氣超夯的泡湯勝地。目前神戶有馬溫泉與新竹尖石溫泉締為姊妹溫泉，雖然知名度不斷提升，卻有顯現出多項問題，成為當地發展的癥結。為了探討尖石鄉溫泉發展議題，

竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松特別前往新竹尖石鄉拜會新竹縣溫泉觀光產業協會理事長廖錦龍，無論是從交通、土地、法規上共同探討共識，希望能給相關單位建議，期盼協助當地旅遊發展更臻至成熟完美。

尖石泡湯景點近在咫尺 讓旅客留宿3天2夜

目前尖石鄉溫泉的水質每公升泉水碳酸氫鈉的含量高達1,460毫克，足足是台灣標

準的5倍，且極其罕見的同時含有硫磺與鈉，水質清澈、無色無味，泡起湯來，肌膚觸感滑潤，備感舒適。此外，在尖石泡湯最大的好處是，各大景點近在咫尺，洗完溫泉後不必趕著下山，就近到處走走逛逛看風景，從內灣、鴛鴦谷、錦屏大橋到深山的李棟山古堡、秀巒野溪，甚至鎮西堡、司馬庫斯，都是旅客必訪景點之一。

新竹縣溫泉觀光產業協會理事長廖錦龍表示，以配合交通部觀光圈發展概念來說，協會也希望以大新竹的作為發展主

尖 石 鄉 7 大

天然谷溫泉

天然谷溫泉含鈉元素每公升582毫克的碳酸氫鈉泉，是天然谷天然溫泉：溫泉獨有的豐贈。因為浸泡湯泉後，皮膚表面會變成非常柔軟，脂肪與角質層也易於乳化清洗，深具肌膚滋潤與美白的功效，猶如得到一場天然化妝水的洗滌，所以又有別稱「美人湯泉」。此外，還有附設餐廳，可以品嚐天然谷的鱒魚、鱒魚，享受味覺與意境的饗宴！



石上湯屋

以結合大自然與溫泉作為建築基調，在當地享有「深山中的香格里拉」美名，坐擁青山環繞、幽靜純淨的自然環境，創造健康、養生、休閒、寧靜及景觀的全方位泡湯空間，古意盎然的露天風呂吸引不少科技新貴及生活玩家前來放房型介紹石上湯屋渡假村有標準房、VIP房共33間湯屋，全部都有各自獨立的門戶，是泡湯、住宿的優質私密空間，並有專屬的景觀，完全不受干擾。

新竹峇里森林溫泉渡假村

除了完善的設備外，其餘有的是大自然最珍貴的瑰寶，是台灣絕無僅有的自然樂園。渡假村內各項設施，在興建之初均斟酌整體自然環境，在顧及遊客安全、便利與清潔外，其餘就保持自然原貌，不做過多人工著墨，所有建築材料，也儘可能使用自然建材如原木、石材等，期盼不遠千里到新竹旅遊的遊客能真正沐浴在自然情境中，達到遠離塵囂，沈浸山林的素淨。



觀光產業協會 探討尖石溫泉發展

旅客白天遊尖石 晚上住新竹市 發展大新竹觀光圈理念

►秀巒溪吊橋。



軸，結合竹縣跟竹市的住宿與觀光資源，讓旅客在新竹停留3天2夜，不再是1天1夜，一早來訪，晚上就回去。建

議旅客白天可以前往尖石泡溫泉，享受自然美景，晚上回到市區，體驗都市的藝術表演、百貨公司、夜市小吃，密切合作，才能將觀光產值極大化。

興建停車場、假日禁小客車進入 讓旅客搭乘接駁解決塞車問題

要前往尖石鄉，無論南下或是北上都必須要經過120縣道，途中還會經過熱鬧的內灣老街，每到假日常有塞車的情況，讓旅客還沒到達尖石鄉就敗興而歸。竹竹苗區域觀光聯盟總召集人江百松表示，如果要解決交通問題，有幾個辦法可以解決。

第一、是建議旅客全程使用大眾運輸工具，旅客搭乘台鐵內灣線，抵達內灣站之後，可以藉由新竹客運—1040內灣線（竹東出發，經五龍、內灣、尖石—水田、

八五山），或是1035那羅線（竹東出發，經橫山、內灣、尖石—那羅、梅花），兩條路線包含多樣景點，像是五峰清泉風景區、張學良故居、青蛙石等，減少小客車造成的回堵。

第二、則是消費者多半喜歡自行開車，可以在台三線下合興車站後，找一塊腹地興建停車場，提供假日來的旅客停車，轉程接駁巴士進入內灣、尖石，除了團體旅客可以運用大巴前往內灣、中巴前往尖石，一律都在禁止小客車進入，解決120縣道各類交通工具造成的塞車問題。

打造台68尖石快速道路 讓旅客直搗尖石秘境

廖錦龍則也提出興建高架快速道路的方法，旅客從68快速道路前往內灣，可以銜

▲鎮西堡神木群。



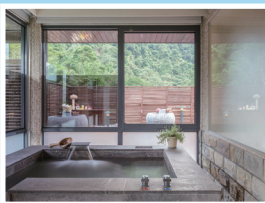
接沿河岸的高架道路，並在中繼站內灣設一個匝道，讓想要前往尖石的旅客可以直接前往，不需要擔心與內灣的旅客爭道，有效達到人潮與車潮的分流。

此外，新竹縣溫泉觀光產業協會秘書長楊柳晃也指出，尖石鄉雖然坐擁好山好水，但是受限於「山坡地保育利用條例」之下，在尖石鄉要開發露營區、溫泉會館，或是餐廳都必須要有原住民的身份，來此開發的業者都需要雇用原住民為負責人，對於平地人來說較沒有保障，是否能放寬此限制，讓尖石鄉的發展更為順利。

溫 泉 會 館

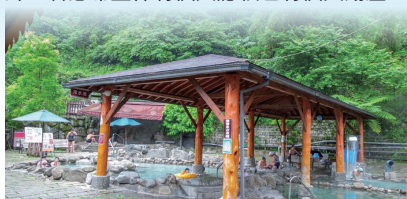
錦屏美人湯館

位於油羅溪畔原住民小錦屏村，園區佔地約15000平方公尺，提供優質休閒旅遊品質，淳樸高雅溫泉景觀，適合全家出遊或公司教育訓練的最佳選擇。泉質為無色無味碳酸氫鈉泉，豐富的碳酸氫根含量宛如天然的化妝水，並獲得溫泉標章認證，設有22間精緻溫泉房，頂級的露天戶外溫泉區及男女裸湯，提供愛好大自然的現代新貴舒暢身心，餐飲方面提供鱒龍魚主題料理。



朝日溫泉民宿

朝日溫泉民宿於新竹第一家取得溫泉標章的民宿，經營者營造了雅緻舒適的房間與天然療癒的溫泉池，讓疲憊的心靈在離開城市喧囂複雜的環境後，能得到一個良好的休憩空間，民宿房間房型眾多不管是雙人出遊、家庭旅遊、好友相聚或是公司團體皆能滿足需求，室外溫泉池與房間內湯屋皆泉質乾淨，大眾池還有多種設施，除烤箱、蒸氣室外，若您希望保有個人隱私也有個人湯屋。

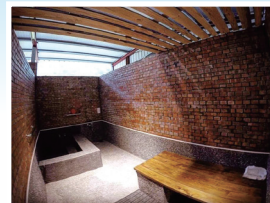


會來尖石渡假村

距離內灣老街僅五分鐘車程，峇里島式的裝潢把碩大的園區點綴的如同南洋風情。園區有SPA區、親子戲水區、溫泉區、女湯區、雙人湯屋區，以及會來尖石獨特的溫泉魚池。而入口除了廣大的停車場外，數千年神木、數百年的梅花樹群形成的「梅園」、全台最高最大的黑板樹，以及走過會來吊橋，映入眼簾的住宿區跟櫻花滿布的花園，讓親朋好友一起共享。

真の泉

位在油羅溪畔，溪水潺潺，綠林環繞，星辰山嵐放眼可見。清晨傍晚沿著溪畔，放空思緒，感受自然的奧妙。入浴後閉上雙眼，身心放鬆，耳邊聽著潺潺流水聲和山林鳥叫，泡著地層裡的泉水，享受整個大自然的恩惠。日式復古擺設，回帶機、投幣式電話以及黑膠唱盤，使饕客們品嘗日式餐點和各式小火鍋之餘，也能仿佛深入其境回到過去的時空背景。



讓泰安觀止「旅圖OTA數位系統」

利用數位整合 串接跨域觀光產業 協助飯店



泰安觀止董事長
江德利

順應科技時代的潮流，無論是飯店業或是消費者、旅行社都與OTA線上訂房平台無法脫鉤，快速的流量為業者帶來商機，也容易淪為價格戰，以價格競爭為本位，壓低成本，不得不走向紅海市場，消費者得到了最便宜的價格，訂房平台也獲得應有的利潤，而重傷的只有飯店業者，長期下來的惡性循環，阻礙了飯店業發展，更不是永續經營之道。

為了解決飯店業者的傷痛，泰安觀止董事長江德利與墨攻合作推出「旅圖OTA數位系統」B2B專區，利用數位整合，串接跨域觀光產業（票商、旅行社、散客、通路商）。讓希望合作的旅行同業可以免費註冊、取得專屬代碼、自訂優惠折扣，以銷售「優惠聯票」或「U代幣」，提供消費者購買使用，兌換飯店房間或是飯店套裝行程，讓飯店業者可以不用跳樓拍賣，旅行同業也能獲得定額退佣，消費者則用最優惠花費，享受最超值服務，達到旅宿業、旅行社、消費者三方共贏的局面。

飯店可同時成為供應商與通路商 化被動為主動出擊！

泰安觀止董事長江德利指出，推出以來獲得同業熱烈支持，為了求新求變，持續進化平台效能。全新的「旅圖OTA數位系統」，現在又擁有更多的功能，提供飯店業者多元的分銷管道。以「策略聯盟」來說，飯店業者可以尋求跟自身等級相當的飯店業者合作，共同組成聯盟，運用「旅圖OTA數位系統」自訂價格或是套裝行程，旅客可以用購買到的「優惠聯票」等值兌換聯盟內的各項商品。或是運用「U代幣」，購買與「旅圖OTA數位系統」簽約的所有飯店，享受最優惠的飯店價格。

「一站式服務」銷售 飯店協助旅行社做後段服務

「旅圖OTA數位系統」不只是限於房型選擇，還有和在地產業、景點結合的入住方案，例如租車、體驗型旅程、在地小農，或各種天數的微旅行，所有吃、住、遊、購、行的服務，都能「一站式服務」下訂完成，讓飯店等於扮演了地接社的角色，協助旅行社做後段服務，將來若在地產業開發出其他新體驗，飯店也容易優先成為合作對象。

江德利表示，旅客可以在飯店聯盟內或是「旅圖OTA數位系統」所有的飯店，自行打包購物車。舉例7天的環島旅遊行程，旅客可以第一天在台北預定飯店，選擇飯店的附加服務內容，或是套裝行程，成為一台購物車，再依序在其他天數，選擇不同的飯店與服務內容，形成多台購物車。好處是萬一中間有臨時更改路線或是獲得更新的飯店優惠方案，可以更機動的調整行程。旅客能夠隨時取消任何一台購物車內容，或是將購買來的「優惠聯票」以同等或是加價的方式，兌換更優惠的飯店方案。有別於運用其他的OTA需要取消預定A線上平台再轉換去B線上平台，大大提升旅客使用友善度。

現行票券市場 & 商業模式

後台登入各館之帳號、密碼。

- 建立商品
- 上架銷售
- 回收核銷
- 銀行撥款



現行票券市場 & 新商業模式



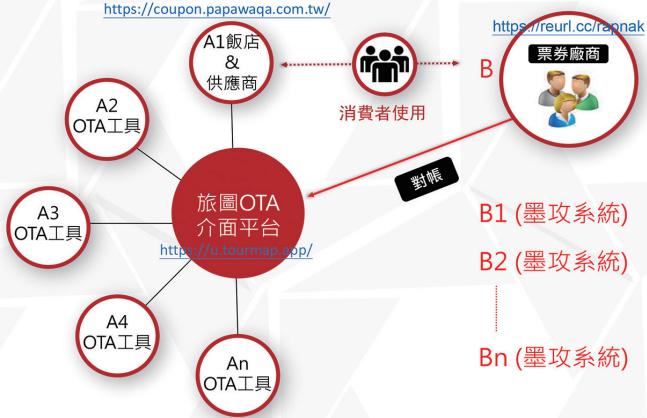
購票

選擇飯店訂房

成為疫後銷售飯店套裝產品最佳利器

店業者集結「策略聯盟」 推出多元優惠產品吸引消費者目光！

聯票：旅圖OTA&飯店vs售票人vs消費者 角色關係圖



「旅圖OTA數位系統」全台唯一整合線上、線下票券訂房管理系統商

- ✓ 揮別傳統訂房系統，利用數位整合，串接跨域觀光產業！
- ✓ 大數據分析受眾行為，幫助企業調整最佳決策，創造旅宿轉型新價值！
- ✓ 以飯店為主體，一鍵綁定食、住、遊、購、行。
- ✓ OTA串接PMS後台提供ERP數位即時數據，簡化資訊落差。
- ✓ 大水庫共同庫存，精準簡化上、下架通路管理並可多元包裝選項。
- ✓ 飯店相互間兼扮聯票聯盟：發行人（售票人）、獨立金流並各自包裝、加碼。

飯店業者

不再單打獨鬥 讓錢留在策略聯盟中

對於飯店業者來說，「策略聯盟」可以吸引消費者的關注之外，也能自訂價格與包裝策略，維持最大的利潤與競爭力，不再單打獨鬥，形成最強的銷售戰隊，成為彼此的後盾。此外，消費者購買的「優惠聯票」將在聯盟流通，無論是兌換哪一家飯店的房間或是商品，都將錢留在聯盟之中，增進彼此的利益。江德利強調，飯店業在平台上定位也更加多元，除了可以擔任供應商，提供通路商或是票商銷售之外，也能主動組成聯盟，同時成為通路商的角色，化被動為主動，爭取更多的客源市場。

消費者

購買「優惠聯票」如三倍券 使用彈性大、價值高

對於消費者來說，購買聯盟的「優惠聯票」可以享受超值價格，以及極大化的商品價值，猶如三倍券一樣；加上可以彈性自主選擇聯盟飯店產品，不受限於傳統OTA，只能退訂重來，形成不必要的手續費，把錢變大變好用。舉例老爺、晶華、君悅等10家飯店形成一個聯盟，消費者所購買的票券即能等值兌換聯盟飯店推出的商品，更改入住日期，不怕突發狀況無法入住而導致損失。

旅行社

上架數位系統 低成本、高獲利 增加客戶黏著度

對於旅行社來說，只要加入「旅圖OTA數位系統」取得專屬代碼，即可上架在自己的網站，自己手上的客戶可以運用平台購買最優惠彈性的商品，除可以服務客戶之外，也能增加與客戶的黏著度，也能替自己賺取分銷利潤，成為後疫情時代不可或缺銷售工具。此外，「旅圖OTA數位系統」也不僅限旅行社，行銷公司，或是網路KOL、導遊領隊都能成為銷售產業鏈之一。

傳統票券 VS 旅圖聯票比較

	傳統票券	旅圖聯票
	傳統人工作業	全方位數位系統化
消費者	票券購買	旅展現場或線上旅展，選擇單一商家
	票券使用及核銷	單一選擇、固定兌換
	票券訂房	人工作業(自行去電訂房、耗時、房況不確定因素致假期難以調配安排)
	履約保證	有
	訂單查詢及取消	訂單資訊需人工再次去電確認。※行程異動取消人工處理。
商家/業者	額外附加服務功能	無，消費者若有需求須自行安排。
	特定加碼優惠	無加碼，僅限定包裝於票券
	票券銷售	飯店自售單一通路
	票券使用及核銷	人工作業
	票券訂房	人工作業增加人力成本。 服務對話易造成誤解，常發生消費爭議。
	履約保證	有
	訂單查詢及取消	人工作業，耗時耗力
Noshow處理	不易約束消費者無預警的noshow行為	
訂單取消對帳、拆帳	人工建單操作繁瑣.....	
系統輔助附加服務功能	人工作業，不易提供多元化服務，商家市場競爭機會大幅降低。	

STEP.1 票券訂房

KEY入券號

STEP.2 選擇產品

選擇日期

STEP.3 選擇再優惠

選擇加碼

STEP.4 選訂吃住遊購行

STEP.5 結帳

票券核銷或刷卡



附加服務

增訂吃住遊購行



響應政府防疫 星夢郵輪「探索夢號」

在交通部、衛福部等主管機關的指導與協助之下 率先成為亞洲

星夢郵輪「探索夢號」復航即將邁入一週年，是台灣目前唯一獲准營運的國際郵輪，至今已成功完成超過80個「郵輪跳島遊」及「郵輪環島遊」航次。目前國際旅遊尚未完全重啟，星夢郵輪特別打造沉浸式的主題航次，將泰國和日本等旅遊熱點的文化及美食體驗帶到海上，讓旅客得以釋放積壓已久的旅遊需求，受到市場的熱烈迴響。

響應中央流行疫情指揮中心政策，為了進一步向旅客提供更安心安全的郵輪旅遊體驗，星夢郵輪5/7宣布「探索夢號」超過700名船員與台灣分公司員工將接受阿斯捷利康（AstraZeneca）COVID-19疫苗接種，以實際行動支持防疫，成為全亞洲首家主動施打疫苗的郵輪公司，力促防疫再升級！基隆市政府觀光及城市行銷處長曾姿雯亦代表市長林右昌前往衛福部基隆醫院現場關心，表達市府對於「探索夢號」船員疫苗接種計畫的肯定與支持。

防疫成績備受肯定 星夢郵輪再度成為業界表率

星夢郵輪在交通部、衛福部等主管機關的指導與協助之下，於去年7月順利推動「探索夢號」在台復航，成為全亞洲首艘恢復營運的郵輪，並獲得市場熱烈迴響與好評。星夢郵輪在疫後率先制定郵輪《八重防控保障》細則，在原有的基礎上進一步優化郵輪業界應對新冠疫情的安全衛生準則，全面提升郵輪旅遊安全性。近日「探索夢號」船員及台灣分公司員工率先接受COVID-19疫苗施打，領先亞洲郵輪業於疫情防治方面的發展，為業界樹立典範。

雲頂郵輪集團總裁朱福明表示，星夢郵輪旗下「探索夢號」及「世界夢號」自2020年開始，相繼在台灣與新加坡成功復航，至今一直保持零確診的紀錄，防疫成績有目共睹。隨著醫學界抗疫研究的發展，新冠疫苗陸續面世，為受到疫情重創的郵輪旅遊業注下強心針。我們非常感謝中央流行疫情指揮中心訂定疫苗接種相關措施，讓我們得以安排「探索夢號」船員及台灣分公司員工接種疫苗，以保障第一線工作人員的健康，進一步為台灣旅客提供更安心安全的郵輪服務。

5/7、12、14接種疫苗 高規格保障乘客、船員健康安全

由5/7開始，星夢郵輪「探索夢號」船員及台灣分公司員工將於衛福部基隆醫院接受首劑新冠疫苗施打，預計分為三梯次進行。在此之前，星夢郵輪亦曾安排船員於衛福部基隆醫院接種流感疫苗，並在復航後透過衛福部醫福會規劃各航次的隨船諮詢醫師，協力保障旅客與船員的健康。

在國外疫情仍然嚴峻的情況之下，星夢郵輪持續落實嚴格的郵輪防疫措施，內容涵蓋8大範疇，包括所有人員登船前進行健康篩查、加強船上消毒清潔工作；所有房間和公共場所提供100%新鮮空氣，每小時換氣高達15次；船上實施安全社交距離措施，所有旅客於公共區域必須配戴口罩等。星夢郵輪一向視旅客和船員的健康與安全為首要原則，未來將持續透過高規格防疫措施，打造安心安全的郵輪旅遊新常態。

◀星夢郵輪「探索夢號」輪機長Bjorn Sollerbrant。



逾700名船員接種COVID-19疫苗

首艘安排船員施打新冠疫苗的郵輪 全面提升郵輪旅遊安全性



◀星夢郵輪亦為台灣分公司同仁安排接受阿斯特捷利康（AstraZeneca）COVID-19疫苗接種。人物為雲頂郵輪集團台灣區業務部副總裁劉曉寧。

▼星夢郵輪「探索夢號」超過700名船員接受阿斯特捷利康（AstraZeneca）COVID-19疫苗接種，以實際行動支持防疫。人物為星夢郵輪「探索夢號」副船長Pelle Hallen。



關於探索夢號

「探索夢號」由德國頂尖造船工藝打造，長268米，寬32米，總排水量達75338噸，擁有928間客房，載客量可達1856人，船上特設由星夢首創——以獨特「船中豪華船」概念匠心打造的「The Palace皇宮」貴賓專屬區域。憑藉業界領先的乘客空間比例及員工乘客比例、絕大多數面積超40平方米的尊貴皇宮套房，以及沿襲集團旗下奢華水晶郵輪而設的24小時歐

式管家服務，「The Palace皇宮」貴賓專屬區域為全球高端旅客帶來無與倫比的尊貴享受。

從亞洲風味美食到至尊環球餐飲，「探索夢號」為食客打造最為豐富多元的海上用餐體驗。備受讚譽的澳洲三帽主廚馬克·貝斯特將其美食理念搬上「探索夢號」，隆重呈獻「海鮮燒烤餐廳」；愛好創意美食的旅客可

可以在「義大利披薩餐廳」尊享新派義大利菜品及披薩；旅客還可於「絲路花舞中餐廳」體驗精心烹製的傳統點心及粵菜、在「海馬日本料理、壽司及鐵板燒」品味新鮮壽司及經典日本菜式、在「藍湖美食」一嘗東南亞風味，更有「甜品匯」、「抹茶坊」、「棕櫚閣」等讓旅客享受海上茶歇時光。



送餐給第一線防疫醫護人員 黃偉哲與民

同島一命 更是同市一命 盼所有民眾成為防疫



▲臺南市長黃偉哲（中）親自送至衛生福利部臺南醫院外廣場，交由院長楊延光（右1）代表收下。



▲臺南市政府觀光旅遊局局長郭貞慧（中）。

COVID-19疫情嚴峻，許多飯店被取消宴席訂單，為避免食材浪費，南科贊美酒店將已備的食材包裝為500份便當，5/22中午由臺南市長黃偉哲、贊美酒店總經理郭哲甫、市府觀旅局長郭貞慧親自送至衛生福利部臺南醫院外廣場，交由院長楊延光代表收下，市長黃偉哲表示，面對疫情升溫，現今是同島一命，更是同市一命，盼所有民眾成為防疫國家隊的後盾，用行動給予支持，一起團結抗疫。

臺南市長黃偉哲表示，位在第一線的醫護人員用餐總是匆忙，三口拼做兩口吃，不僅吃得簡單也顧不得餐點的營養是否均衡，為了感謝醫護人員的辛勞，同時也讓飯店食材不被浪費，特別送來由贊美酒店大廚精心製作的便當500份，盼所有醫護同仁在公務之餘也享用到美味佳餚，加滿元氣。

贊美酒店總經理郭哲甫指出，最近二週末都是婚宴的大日子，飯店的主廚其實都已把食材準備好了，今日就特別把這些頂級婚宴菜色，包括龍蝦、烏魚子還有大明蝦及棒腿，全都融合在便當內，給醫護人員補一下。郭哲甫也說「台灣正需要這



▲贊美酒店感謝所有醫護人員的付出，希望透過餐點為大家加油打氣。



▲（左起）贊美酒店總經理郭哲甫、臺南市長黃偉哲、臺南醫院院長楊延光。

股正能量」，感謝所有醫護人員的付出，希望透過餐點為大家加油打氣。

臺南醫院院長楊延光也代表所有醫護

同仁表達感謝之意，相信有民眾的支持當後盾，醫護人員更能認真的把防疫工作做好，更加努力守護市民健康。

「臺南市日本人協會」外送日本料理便當 為醫療人員加油打氣



▲臺南市長黃偉哲（中）則特別親臨現場，致贈感謝狀。

「臺南市日本人協會」的會員餐飲業者皆為在台的日本老闆們決心攜手，以各家餐廳的特色美食共150個日式便當，捐給奇美醫院，為醫療人員加油打氣，表達他們與台灣齊心抗疫、度過這個險峻時刻的心意！黃偉哲非常感謝日本友人的用心，也謝謝我們防疫人員大家的辛苦，讓我們持續努力做好防疫。

「臺南市日本人協會」理事長野崎孝男今天中午會同Mr.拉麵、日式燒肉貴一郎、神戶廚房、日式豬排豚讚等臺南在地知名餐飲品牌業者，到永康奇美醫院捐贈餐盒。長野崎孝男表示，

雖然這次疫情讓我們餐飲業也非常辛苦，大家忍耐著虧錢經營，但國家危機時刻還是需要共體時艱，我們相信台灣一定會克服這次大困難！

奇美醫院院長邱仲慶代表醫護人員接受便當，表示日式便當是大家都喜歡吃的，這次他們感念醫護人員的辛苦，贈送我們150份便當，我們謝謝他們的好心。黃偉哲則特別親臨現場，致贈感謝狀。



間企業以行動支持、給予醫護人員溫暖

國家隊の後盾 用行動給予支持 一起團結抗疫

臺南市政府觀光旅遊局

攜手17家知名旅館餐廳推出限定精緻餐盒

臺南市政府觀光旅遊局為了讓民眾在防疫期間，能以外帶外送方式購買安心美味的美食佳餚，邀集逾200家安心餐廳業者推出各式外帶外送限定美食餐盒，與外送平台合作外，有些業者亦結合多元計程車配送服務拓展多元通路，讓防疫宅在家的民眾也可以透過外帶外送在家享受臺南美食。

臺南市長黃偉哲表示，防疫期間為了讓大家吃得安心，觀旅局邀集逾200家臺南美食業者簽署「安心宣言」，共同宣示強化環境防疫管理作為、提供各項貼心服務，在各方面做到「防疫安心、服務貼心、味道甜心」三心一體。惟近日因新冠肺炎疫情影响，為維護民眾健康，餐飲業只限外帶及外送，面對疫情，安心餐廳業者配合政府防疫政策，推出各式外帶外送限定美食餐盒，餐飲業者除了與外送平台合作外，同時也與計程車業者異業結合，使用計程車配送，在這個防疫非常時期，民眾請減少出門，防疫宅在家，歡迎訂購臺南美食到家享用，用美食療癒身心。

臺南市政府觀光旅遊局局長郭貞慧指出，疫情當前，為了讓民眾在家也能放心享受臺南美食，已有17家臺南知名旅館餐廳推出限定精緻餐盒，例如：臺南大飯店、臺南大員皇冠假日酒店、香格里拉臺南遠東國際大飯店、臺南晶英酒店等星級旅館除了推出期間限定外帶主廚料理，同時也推出精緻餐盒及星級主廚便當，無論

您是小家庭、單身貴族，或是外食族都免煩惱，在家也能豐盛、衛生、吃得好！逾200家安心餐廳業者共同推動安心餐飲，臺南美食業者不僅致力於配合防疫工作，同時也不斷研發創新菜色，做出調整與轉型，展現臺南業者守護消費者的決心，一方面要讓民眾吃得安心、吃得健康，一方面也要帶動臺南的美食業者們，共同打造安心飲食的美食之都，歡迎民眾多加利用，安心餐廳外帶外送資訊查詢（<https://www.twtainan.net/go/openZRe7>）。

三大部分「安心宣言」讓民眾都能吃得安心、健康

「安心宣言」的內容包括「防疫安心、服務貼心、味道甜心」三大部分，「防疫安心」包括：落實員工健康管理制，員工勤洗手，工作時配戴口罩，常接觸處每日定時消毒至少三次，入口量測體溫。「服務貼心」包括：提供外送、外帶服務，提供民眾充分的洗手設備，推出餐點多樣選擇與優惠活動，於入口或明顯處，宣導用餐衛生守則。「味道甜心」包括：強調健康、營養均衡之料理，善用在地當季新鮮食材，維持食材之衛生與安全，堅守料理精神與料理品質等共12項作為。「安心宣言」是臺南美食業者對安心餐飲的承諾，從食材到廚房，餐桌到消費者口中，每一個環節都經過嚴格把關，讓民眾都能吃得安心、健康。



▲臺南大飯店一小資百元餐盒（午餐限量）（臺南大飯店提供）。



▲夏都城旅安平館一外帶星級餐盒（臺南夏都城旅安平館提供）。



▲東大門韓國烤肉料理一外帶外送便當（東大門韓國烤肉料理提供）。



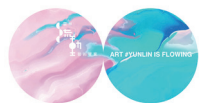
▶府城食府正宗臺南料理一名廚飽胃戰便當（府城食府正宗臺南料理提供）。



▲東悅坊港式飲茶臺南店一主廚特製美味便當（東悅坊港式飲茶臺南店提供）。

★防疫期間請民眾遵循防疫措施，盡量避免外出，如需外出請全程配戴口罩、多洗手、常消毒，隨時確認自我健康狀況，若有不舒服一定要就醫或撥打1922、06-2880180防疫專線尋求協助。

雲林縣政府文化觀光處 流動藝術饗宴



以最自然的虎尾糖廠酒精槽融合多元藝術呈

雲林縣政府整合縣內傑出表演藝術工作者及展覽藝術家於縣內歷史建築等地，策劃推出流動藝術饗宴影片特集，推廣雲林在地藝術家及在地觀光，在2020/6/6於台灣糖業股份有限公司雲嘉區處（虎尾糖廠酒精槽）舉辦「流動藝術饗宴」太日樂集《圓起》演出，雲林縣長張麗善、文化觀光處處長陳璧君、台糖雲嘉區處經理張西德均到場與會，太日樂集以最自然的虎尾糖廠酒精槽融合多元藝術的呈現，不論是靜態、動態、有聲、無聲，跟視覺環境作結合，讓觀眾心境合一，藉由藝術的流動，帶來美的饗宴。



▲雲林縣長張麗善（左3）、雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君（左2），與貴賓合影。

活動中也邀請在地優秀的策展人王信智與獲得美國獨立音樂大獎現場演出照片獎之專業攝影團隊參與流動藝術饗宴案的策劃與拍攝，藉由流動藝術饗宴帶領全國民眾開啟生活小旅行，發現旅行大藝術，記錄屬於我們的藝術旅行日常。

雲林縣長張麗善表示，太日樂集《圓起》流動藝術饗宴，希望讓民眾在家，透過網路平台觀賞優質影集，讓民眾在家也能瀏覽與了解本縣優秀的藝術工作者，在家就能享受一場場藝術的饗宴。也期待在疫情期間，能透過網路平台方式，讓雲林縣優秀團隊及歷史建築讓更多人看見，也

為疫情舒緩後的觀光產業振興超前部署。

雲林縣政府文化觀光處處長陳璧君表示，台糖公司酒精槽為1925年東亞地區最大規模的酒精工場，因太平洋戰爭期間被重點轟炸嚴重損毀，1958年再整建，因為全國僅有，加上具有歷史、文化、藝術價值，縣府2016年將它登錄為縣定古蹟，太日樂集透過環境劇場的演出與解說，讓鼓樂、空間融入一場時空之旅。疫情期間旅客可以在雲林縣政府文化觀光處臉書、慢遊雲林及Youtube等平台欣賞，帶領大家親臨生活日常的藝文之旅。

虎尾糖廠酒精槽策展概念 呈現歷史與地方生活樣態

雲林是台灣農業育成的「原鄉」，也是養成在地藝術生活創作人的「故鄉」，也許是外地人的「異鄉」，但的確是歡迎每一個人短留或久居的「家鄉」。

策展人王信智表示，在國外生活創作多年，決定回雲林這個陌生也熟悉的家後，非常榮幸因為雲林縣政府文化處的邀約，與在地深耕許久的藝術家及生活職人，在縣內富含故事的場域，進行一篇篇跨世代及跨領域的流動對話。



《圓起》「自然生活音樂心靈森林感受」

現 讓觀眾心境合一 藉由藝術的流動 帶來美的饗宴



▲雲林縣虎尾糖廠製糖歷史已111年，位於其內的磚造酒精槽，曾是東亞最大也是台灣僅存的古式製酒工廠設施。



▲雲林縣虎尾糖廠二戰遭美軍炸毀後在1958年整建目前遺留的兩座殘缺圓體磚塔，宛若羅馬競技場。

這場活動最開始源於表演團隊與公部門合作的小小試驗，在疫情期間，擴展成縣內的一種文化美學的體驗。雲林縣古蹟群建築相當富饒，為重新召喚這些過往的記憶，表演團隊藉由表演藝術的形式，融合古蹟歷史建築、並以不介入改變建築結構體為優先考量，使表演藝術與環境共存，進而感受到表演藝術的純真以及歷史建築的美。

太日樂集團長張呈遠表示，古蹟可謂呈現歷史與地方生活樣態之形式之一，圓起結合地方古蹟建築，透過瞭解歷史，追溯以往的生活型態，猶如一場時空旅行。透過節目的安排，展現在地歷史建築與生活之連結，

可使觀眾與在地的感情聯繫的更緊密。

由於現代人大多數的生活目標都是被工作所網綁，鮮少機會可以思考到自己與大環境的關係為何。透過活動的呈現，引導觀眾們去思考，自身所屬的環境、所欣賞的藝術以及自身所處的狀態，使這三者的關係達成一個平衡的三角形，學習如何把自己與環境相處融洽。

圓起除了取自酒精槽的外型，也是緣起，透過人與人的連結，人與環境的連結，完成整齣演出作品。從一開始的生命之樹、喚水、舞波、笛詠、箏萃、鼓引、鑼語、花響，到最後見證到酒精槽的緣起圓起。從一開始的引路者喚醒眾人對大地敬意，也宣告

演出正式開始，接著進入森林前由引路人揮灑清水，讓眾人沉澱心靈，接著笛、箏、鼓、鑼搭配自然的聲響，帶著觀眾與環境對話，最後合而為一，向土地和環境致敬。

現代人對於表演藝術的欣賞的印象大多為定點式展演，不管是音樂會也好，亦或是舞作、歌舞劇等等形式也好，皆保持一種謹慎、嚴肅的心情看待。為打破此刻板印象，透過這樣新穎的表演形式，透過引導，帶領觀眾領受環境的置換，除了保持原有的藝術性之外，同時可以與觀眾產生互動。



ABOUT THE PERFORMANCE AND ASMR

雲林流動藝術饗宴
虎尾糖廠酒精槽
圓起 旅途說明

引路者喚醒眾人，眾人對著大地，生命的吟嘆與敬意。

喚水
進入森林前，由引路者揮灑清水給予眾人，沉澱心靈。

生命之樹
風聲、雨聲、自然呼聲，隨著七龍儀仗，於自然中融合迴響，閉上眼睛張開雙手感受其中。

舞波
森林深處器樂湧現，遠處的笛聲與箏聲，呈現特別的音場，猶如迴響於林間，不連續的現實，層疊中而連立。

笛詠
飛簾平空的簾簾，隨著奏響心性所引，原聲飄逸，心性般的自然純樸。

箏萃
隨著鼓韻猶如大地的心跳，人、環境、古蹟、聲韻合一。

鼓引

鑼語
於空間內奏響迴響，喚空聞聲響迴響，彷彿古蹟的回聲訴說。

花響
雙鼓鼓聲古蹟與自然，如同智者先知頓悟。

緣起圓起
緣分因緣而起，透過彼此心中的圓，用虔誠與專注，將彼此連結，於笛聲引入鼓聲，感謝大地。

流動藝術饗宴活動播放平台



慢遊雲林 YOUTUBE



文化觀光處 粉絲專頁

塔吉特千層蛋糕大使館 Touched your heart!

董事長廖憲平與中盤商、烘焙師跨界合作 創造千層幸福滋味



▲豐喜食品董事長廖憲平。



▲「塔吉特千層蛋糕大使館」，鐵灰色建築搭配亮黃色櫥窗，還有可愛的兔子公爵帶著旅客一起冒險。

塔吉特Touched千層蛋糕，名字就是取自於英文的「感動」，無論是開心慶祝生日、喜事，或是難過的時候，想來療癒心靈，都少不了用甜點來滿足。這樣撫慰人心的品牌，是來自2008年初，一位50多歲的企業家與一位中年面臨轉業的中盤商以及一位近30歲迷惘的烘焙師，三個人共同的努力之下應運而生，年銷近十萬個千層蛋糕，成為台灣甜點界的一匹黑馬。

豐喜食品創立於1990年，公司發展初期以製作凝膠類產品為主力項目，為了開拓市場常赴日本參展，了解商品發展趨勢，隨著時代的改變，凝膠是相對微型的市場，如何持續拓展公司規模，讓豐喜食品董事長廖憲平陷入苦思。他表示一次偶然的機會在日本的咖啡廳品嚐到美味的千層蛋糕，讓他茅塞頓開，凝膠業與烘焙業本是一家，加上找尋到可以標準化的機器設備，讓生產流程可以控制品質、產能，不受限於師傅的手藝，可以精準穩定的生產千層蛋糕靈魂—「岩燒蛋皮」，製作出來的蛋糕，搭配急速冷凍的技術，除了穩



▲可以精準穩定的生產千層蛋糕靈魂—「岩燒蛋皮」。

定供應海內外銷售之外，更成為台灣千層蛋糕的先驅品牌！

微笑曲線理論 發展塔吉特品牌與服務

宏碁電腦董事長施振榮在《再造宏碁：開創、成長與挑戰》一書中所提出的企業競爭戰略。微笑曲線分成左、中、右三段，左段為技術、專利，中段為組裝、製造，右段為品牌、服務，而曲線代表的是附加價值。廖憲平表示，過往都是以製造為主，如果企業要再向前一步，就是要邁向品牌化與技術專利，因此，透過以前的經銷商吳天能，認識了烘焙師周正捷，三人胼手胝足，各司其職，最終將塔吉特千層蛋糕推向巔峰。

創造人與人之間的溫度 從電商到門市、觀光工廠

早期以電商銷售為主的塔吉特，幸運獲得日本樂天來台時推廣50大品牌，雖然在網路上獲得廣大的消費者支持，但是廖憲平總認為虛實要整合，只有電商沒有人與人之間服務的溫度，無法建立客戶認同，容易隨著時代的潮流而擱淺。因此從拓展實體店面，到百貨公司設櫃，不斷拉抬品牌知名度。又獲得多家電視節目採訪，提升實體店面人流。

並在經濟部三業四化（製造業服務化、服務業科技化及國際化、傳統產業特色化）的輔導之下，塔吉特也在創立10年後



▲層次分明且帶著冰淇淋的口感，入口綿密滑順！層層的繁複手工。造就另類絕妙的口感，台灣最紅千層蛋糕塔吉特您一定要嚐嚐。

成立「塔吉特千層蛋糕大使館」，鐵灰色建築搭配亮黃色櫥窗，沒有太多華麗的裝飾，就像塔吉特千層蛋糕有著平凡外表，卻有無限幸福的滋味。其中的靈魂角色就是兔子公爵，就像是童話故事書《愛麗絲夢遊仙境》的兔子一樣帶領旅客展開一段奇妙的觀光工廠大冒險，認識千層蛋糕的發源地—法國，進而了解世界各地的千層餅、娘惹糕、千層酥不同變化，還能體驗DIY製作，創造難忘的回憶。

創造台灣特色千層 與在地農家合作

成功打造專屬台灣品牌的塔吉特，也不忘本回饋家鄉，著手創造在地特色，與台灣農家合作，凸顯台灣千層跟世界有著不同的獨特元素，像是早期跟著季節推出的草莓、芒果等新鮮水果之外，2019年也與三峽農會合作百年茶一碧螺春千層蛋糕，以及聞名世界的珍珠奶茶，更是在美國聲名大噪。廖憲平指出，未來也將持續設計更多元口味，讓消費者吃著滿滿的千層幸福。

良作工場農業文創館 傳遞「良食究好」理念

建立自有品牌—「究好豬」 讓傳統畜牧業搖身一變文創



▲祥圃實業營運長吳季衡。

台灣自1987年爆發口蹄疫之後，歷經24年終於解除疫區限制，在此同時，美豬也不斷向台灣政府施壓叫關，豬肉食安問題不斷浮上檯面。秉持著「透明、安心、永續」經營理念的祥圃集團，顛覆對台灣農業、畜產加工廠的刻板印象，把豬肉分切加工廠變成農業文創館—良作工場，除了讓旅客了解豬隻的生產環境、製作過程，用美學的五感體驗，讓消費者回歸食的感動。

頂著約翰霍普金斯大學、早稻田大學的名校光環，白手起家的祥圃集團董事長吳昆民和設計師名人弟弟—吳季剛的吳季衡，是良作工場的營運長，在外人眼中是人人稱羨的人生勝利組，但背後的壓力與考驗又有誰能了解。**祥圃實業營運長吳季衡**表示，大學都在國外唸生物，未來準備走上從醫的道路，但他總心想著自己是否真的喜歡醫學，還是只是想做一件不會讓家族蒙羞丟臉的工作。開明的爸爸才開始跟他闡述自己的工作，帶著自己參訪很多國家，才發現生物的應用遠比醫學更廣，才開啟了接班的念頭。

從底層做起證明自己 打破毛豬拍賣的制式價格

27~28歲剛回到台灣的吳季衡從基層做起，不想讓公司同仁認為他只是個空降部隊，將祥圃實業一路從國外的營養品代理、動物用營養品，再拓展到肉品分切加



▲農業文創館「良作工場」戶外裝置藝術。



▲農業文創館「良作工場」首創透明肉品分切作業區。

工業務，甚至跨足餐飲、觀光業的垂直整合轉型工作，歷經了8~9年才接掌營運長的身份，一路走來備受考驗，也應證了青出於藍更勝於藍。

吳季衡指出，「創業維艱、守成不易」，祥圃集團訂出一套突圍的藍海策略，關鍵在於打破毛豬拍賣的制式價格，透過建立自有豬肉品牌—「究好豬」，獲得消費者的信賴，並回饋較高收益的價格來支撐產業提升所需的投資成本，產生同生共好的良性循環。並且為了掌握精確的冷鏈運輸，也投資自己物流車隊。為了講述究好豬的經營理念，更建造了農業文創館，推廣正確的農食教育。

高投資科技生產技術 為農牧業永續經營努力

善良是良作的基因，科學讓我們先進，不斷進步，為新食代跨出驕傲的每一步。良作工場從農場到餐桌，講求的就是良善的過程，除了養殖場的環境水污、空汙，豬隻吃的飼料，到工廠的加工、分切，過程與源頭透明化與安心就是良作創造品牌與差異化。不是養殖很多豬，而是要輔導豬農改善環境與養殖方式，才能創造高獲

利與高價值。

因此，祥圃將畜產整合成一條龍，把關食材來源，新合興牧場獲得全亞洲唯一全場通過「動物人道飼養系統」和「友善畜產飼養系統」雙認證，建置全台首座「二階段高效厭氣發酵技術」沼氣發電，改善養豬業汙染空氣且累積綠電，創造農業、經濟與環保多贏局面。吳季衡表示，此項技術高層本，台灣沒有人願意投資，效能參數也還在應證中，但是環境的永續才是農牧業生存的關鍵，祥圃願意成為產業的領頭羊角色。

從產地到餐桌的農食文化 良作二度拿到國際亮點

農業文創館「良作工場」首創透明肉品分切作業區，打造可參觀的新農食場域，透過寓教於樂方式，展演台灣豬從產地到餐桌的農食文化，讓遊客了解專業屠體分切流程，將養豬業躍升為觀光的一環。並以原創「良子和她的朋友們」的故事延伸良食究好嶄新的事業體，也希望大家都可以秉著自己的良心去做食物。

良作工場農業文創館營運長王琴理表示，面對突如其來的疫情，改變了人們對於體驗式的消費模式與習慣，未來待疫情趨緩之後，將強化線上活動的體驗與教育推廣，並持續以小規模，分流體驗的方式帶領消費者認識良作工場，善用AR、VR的技術，透過虛擬化的場域，達到視覺與聽覺的滿足，讓良食究好的理念傳遞不間斷。



▲農業文創館「良作工場」外觀，由淺灰、原木與炭黑三色為基調。

日本第一大湖在滋賀 搭琵琶湖汽船暢遊

抓準煙火期安排夢幻行程 多角度感受絕美湖景

撰文／張語柔 · 圖片提供／向日遊

滋賀縣「琵琶湖」是日本最大的湖泊，總面積約670平方公里，換算後約有2.4個台北市大，寬廣又壯觀的湖景讓人一見難忘，為到訪日本關西地區不可錯過的人氣觀光景點，無論自由行遊客或安排團體行程，交通手段都相當便捷，搭乘電車從京都出發只需10分鐘，大阪出發也在1小時內就能抵達，遊客更能選擇搭配划算的京阪電車旗下套票，讓遊程豐富度再升級。多條遊湖路線當中，不可錯過大津港出發的定期船班「密西根號」，從湖面上直接眺望周圍360度湖景，船上還具備餐廳及現場演奏的樂隊，為遊客帶來與眾不同的遊船時光。旅行同業若有琵琶湖汽船的相關資訊需求，歡迎隨時聯繫向日遊顧問有限公司。



▲密西根號是琵琶湖最知名的觀光船，飽覽湖色的同時還能享受美食與音樂。



◀▲船艙內的咖啡廳同時也是享用自助式餐點的餐廳，西洋風設計讓人宛如走進電影場景。

搭上「密西根號」穿越時空遊湖

船尾處可看見紅色水車轉動的「密西根號」在1982年4月底正式就航，可說是琵琶湖汽船當中最知名的船隻，至今已乘載超過800萬名遊客一起共享琵琶湖之美，命名由來源自於和滋賀縣締結友好姊妹城市的美國密西根州。為了帶給遊客非日常的體驗，造船初期便決定將整體設計結合西洋元素，透過船艙內豪華奪目的裝潢，再搭配上精緻美食、音樂饗宴與貼心服務，讓琵琶湖的美好深植遊客心中，整體外觀也仿當時實際在密西西比河行駛的外輪船打造而成。

伴隨著時代演進，密西根號如今主打的體驗也有所改變，讓遊客一踏上船就彷彿穿越時空，跟著密西根號一起回到就航初期的1980年代，感受當時的遊湖氛圍。整艘汽船共有4層樓，開放遊客可自由上下參觀，從4樓的甲板區域遠眺能將360度琵琶湖絕景一覽無遺，船內設施涵蓋餐廳、咖啡廳及Bar，如需享用正式套餐或自助式

Buffet需提前預約，輕食與咖啡茶點則為隨時供應。

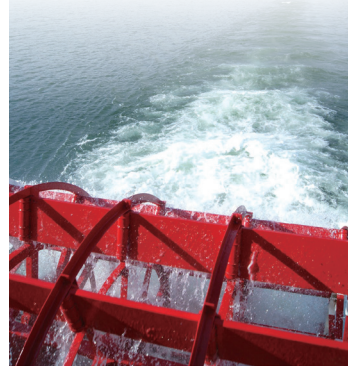
除了座位以外，船艙還設有可容納約26名遊客的貴賓室，事前預約就能舉辦豪華船上派對等活動，娛樂方面不僅能享受美食與現場樂隊演出，遊客也能前往駕駛室外頭的見學室，近距離欣賞船長開船的英姿。2014年密西根號被選為「戀人的聖地」，除了可以在1樓船頭以琵琶湖為背景留下紀念照，還能挑戰在船上尋寶，找出暗藏的3個愛心記號。

周遊繞行於大津港、柳崎湖畔公園港及仁尾之濱港之間的密西根號，分為60分鐘、80分鐘、夜間航程60分鐘與120分鐘共4條路線，成人船票含稅價介於2,300~3,040日圓。現階段配合防疫除了減少船班之外，登船前也加強落實全程戴口罩、測量體溫、酒精消毒、保持社交距離等防疫措施。

內行才知道！預約夢幻船上煙火

想體驗更浪漫的琵琶湖汽船之旅，除了搭乘夜間行駛的船班之外，也不能錯過在夏季煙火大會期間到訪乘船，將夜景與煙火一眼飽覽！不僅可省下提早前往湖岸占位子與等待的時間，從船上直接欣賞360度無遮蔽的煙火秀更是一大亮點，輕輕鬆鬆就能感受煙火大會的魅力。琵琶湖煙火大會往年大多於8月上旬舉行，去年受到疫情影響忍痛停辦，2021年度現階段則預計於10/29登場。

▶璀璨壯觀的琵琶湖煙火大會，乘船欣賞更顯浪漫。



▲船尾紅色水車是密西根號的特徵，遊客能近距離拍照，一探究竟。

更多京阪集團旗下觀光設施情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

JR東日本創造旅遊董事長大友信介卸任返日

經歷高峰低谷 盼旅遊業早日度過疫情難關再創輝煌

撰文・攝影／何昕穎

JR東日本創造旅遊董事長大友信介卸任，將於6月返回日本，兩年董事長任期大半時間都在處理新冠肺炎帶來的改變與衝擊，經歷了台灣訪日旅遊的高峰與低谷。大友信介表示，疫情使得旅客無法出國觀光，但讓他強烈感受到人們透過旅遊與外界往來的重要性和必要性，期望旅遊業的大家在困境中也能保持信心，努力度過難關，再創輝煌。

大友信介來台3年半，疫情爆發前台灣赴日旅遊人次屢創新高，創造旅行社的日本鐵路票券與機票商品銷量也勢如破竹，原本更預計在公司成立30週年的2020年展開各項盛大計劃。但隨著疫情蔓延，以日本旅遊商品為主要業務的營收銳減，不得不採取開源節流的政策，

開發國內旅遊商品，積極向過去購買票券的恩客做推銷；並降低各項營運成本，改變組織結構以減少開支。他也藉此機會大幅修訂公司內部各種規則，非常感謝社員的體諒與支持。

關於在台生活感想，大友信介說因為是他首次在國外生活，當初和家人帶著許多焦慮前來，但友善親切的台灣人使得現在他內心只有感謝，離開台灣的寂寞之情也遠遠大於歸鄉的喜悅。即使回到日本，他也會繼續努力加深日本與台灣交流，希望未來訪日旅遊能重返疫情前盛況，訪台日本旅客也能深入探索台北之外的各地美景。

►JR東日本創造旅遊董事長兼總經理大友信介。



駒之根市購買5千公斤鳳梨支持台灣 戶外得來速開賣 香甜可口 大受在地民眾好評

撰文／蔡雅雯 攝影／木下昌明



▲長野駒之根市進口台灣鳳梨，以行動支持台灣。



▲5千公斤的台灣鳳梨共有500箱，香甜可口備受讚譽。

長野縣駒之根市自2012年起便與台中市友好交流至今，日前由於中國停止進口台灣鳳梨，為了表達對台灣的支持，駒之根商工會議所特別進口了5000公斤台灣鳳梨，以得來速方式於5月26日、和6月2日在駒之根商工會館停車場銷售。

26日昨天共準備了1箱10公斤共200箱鳳梨，每箱4000日圓，香甜軟嫩的果肉特色充分宣傳了台灣鳳梨的美味。

現場協助鳳梨搬運作業的副會長春日俊也表示，比預料中還受到在地民眾的關注，雖然受到疫情影響，現在無法實地前往交流，希望透過這波活動持續和台中保持交流。6月2日預計將展開剩餘300箱鳳梨的第二波銷售。

岩手最大規模 花卷溫泉玫瑰園開花了 2021玫瑰祭將從5月29日至10月17日展開

撰文／蔡雅雯 圖片提供／花卷溫泉



◀花卷溫泉鄉的玫瑰祭橫跨夏秋季。

▼千秋閣飯店特別提供玫瑰浴，大受女客歡迎。

花卷溫泉鄉的玫瑰園是岩手縣內最大的玫瑰園，佔地5000坪的腹地中栽植了約450品種6000株玫瑰花，四季交疊、綻放繽紛花海。

不過最特別的是，這裡是使用文學家宮澤賢治所規劃的「南斜花壇」舊址所改建，1960年開園至今已逾60年歷史。現在的玫瑰園內也有宮澤賢治設計的日晷花園可參觀。每年的玫瑰花期落在6月中旬至10月下旬，冬季也有聖誕玫瑰的展示銷售等活動。玫瑰開得最美時會舉辦玫瑰祭，今年的玫瑰祭將於5月29日～10月17日展開，期間還有夜間點燈秀可欣賞。想跟玫瑰更親密接觸？花卷溫泉鄉的千秋閣飯店中還提供了玫瑰浴池，整朵玫瑰大方布滿浴池，而非只有花瓣！期待疫情過後來此感受完整的玫瑰假期！



防疫在家少出門 宅配美味帶回家

簡單加熱即食
輕鬆澎湃上桌

滿NT\$2,000

即可免運

天下三絕

極品紅寶石B腱牛肉鍋



天下三絕

上湯豬腳麵線



金都餐廳

黑蒜老菜脯燉雞湯



金都餐廳

手作紅麴滷肉



寧菠小館

經典韓式
蘋果泡菜

金都餐廳

手作紅麴肉燥



寧菠小館

珍珠糯米雞湯

玩買 funidea mall
主意

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

下載 玩買 主意 邊玩邊買



Google play



App Store