

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2021.08.30 出刊 每週一發行

VOL. 664



台灣休閒農業發展協會
Taiwan Leisure Farms Development Association

來去農場

住

一

晚

台灣休閒農業發展協會精選19大住宿優質選擇
到農遊超市輕鬆點選 深入各縣市農村遠離塵囂

來去農場住一晚 台灣休閒農業發展

「農遊超市」嚴選最佳住宿之旅 帶著一家大小、三五好友一起出遊



在城市生活久了，高壓的工作環境與高速的生活步調，時常壓著人們喘不過氣來，也因此總需要找個時間、抽個空，跟著三五好友或是帶著家人到郊外去走走放鬆，淨化一下身心靈，透過充電的方式讓自己找到繼續努力的動力。台灣休閒農業發展協會推出的「農遊超市」網站，便特別為大家羅列了19個住宿的好選擇，現在就跟著好友們一起來去農場住一晚，為自己充電一下吧！

台南

大坑休閒農場



原先便在當地山區養雞的農場主人，因響應政府推動精緻農業而轉型休閒農場，「以雞起家」之下，逐漸成為台南知名景點。在大坑休閒農場中，不僅擁有夢幻的紫藤花隧道，還有動物可供餵食，加上農場自產的各項美食、充滿歐式風格的住宿環境，可說是玩上幾天都不會膩，因此深受旅客喜愛。

★地址：台南市新化區大坑里82號

台南

走馬瀨休閒農場



以專業種草起家的走馬瀨，佔地120公頃，足足有4個台北大安森林公園大，在台南市農會的用心耕耘下，於1998年起成為全國首家休閒農業主題遊樂園。在走馬瀨，旅客能看見一片美麗廣闊的大草原，知名的「彩虹馬」的彩色裝置便聳立於此，加上園區數十項遊樂設施，提供觀光、遊憩、觀賞、餐飲、住宿、露營、會議、農業體驗、環境教育及生態旅遊等多元服務。

★地址：台南市大內區二溪里噶子瓦60號

台南

仙湖休閒農場



坐擁無敵視野的仙湖休閒農場，站在農場裡就能360度飽覽蔚鬱山景，坐在無邊際的山泉泳池旁盡覽壯闊美景，加上充滿日系風格的旅宿，是旅人們慵懶放鬆的最佳選擇。當然，您也能漫步森林步道，感受大自然的靜謐之美，加上隨處可見小雞、麝香豬悠閒在路上漫步，彷彿整個時間都放慢，可說是逃離城市喧囂的最佳選擇。

★地址：台南市東山區南勢里大洋6-6號

雲林

晁陽綠能休閒農場



為響應政府綠色能源的政策，加上對於農業有一份深厚的感情，因而在麥寮6.7公頃的土地上，孕育出亞洲首座寓教於樂的太陽能教育休閒農場—晁陽綠能休閒農場。園區提供了戶外教育、農業體驗及導覽、餐飲宴會、露營住宿等多樣服務，旅人們除了可以參觀太陽能農場認識安心農法，也可以品味從土地到餐桌的各種新鮮農產品與安心食品，享受最純樸的農業生活。

地址：雲林縣麥寮鄉興華村興華路32號

撰文／王政 圖片提供／台灣休閒農業發展協會

協會精選19家住宿首選

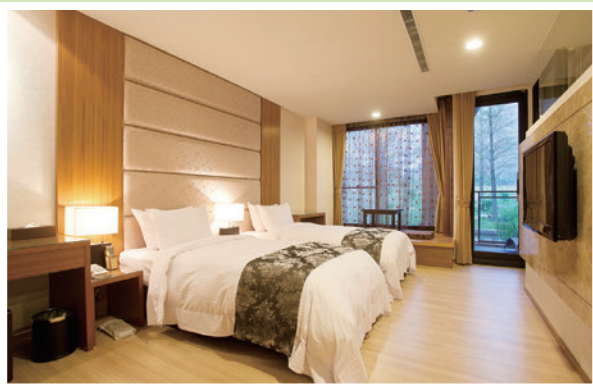
前進各縣市深入 感受在地特色與魅力



農遊超市官方網站

南投 台一生態休閒農場

坐落於埔里小鎮的台一生態休閒農場，不僅有歐式花園，更建設了水上民宿、空中花園、水上愛心等等，搭配一旁種植的池畔落羽松林與各式各樣的花卉，讓不同時間到訪的旅客，總能飽覽不一樣的風景。在這裡漫步，除了優美的景致令人一秒就愛上，園區內更有孔雀、熱帶溫室雨林等，豐富的生態環境十分適合全家大小一同前往。



★地址：南投縣埔里鎮中山路一段176號

南投 青竹文化園區

作為台灣竹材集散地的竹山，在竹產業的全盛時，曾為台灣賺取豐厚的外匯，更養活全竹山大量的人口。為了保留竹產業的風貌，青竹文化園區於1997年正式誕生，致力於竹產業竹文化的推動，將竹的生態、生產、生活、創作、教育等功能發揮淋漓盡致。在這裡，旅人們能品味到竹料理、欣賞各式竹類工藝、漫步在竹林中，十分特別。



★地址：南投縣竹山鎮富州里富州巷31號

嘉義



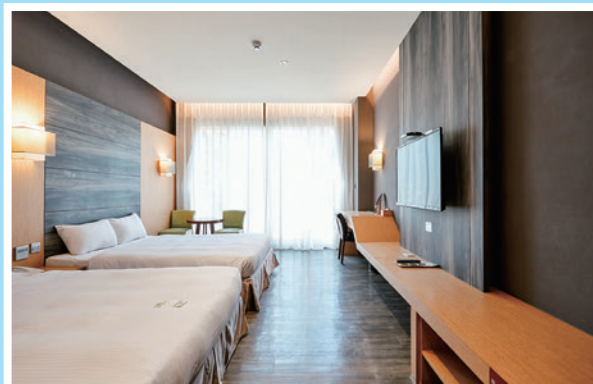
龍雲農場

一處結合了三合院與現代綠建築併存的慢遊空間，讓旅人能忘卻時間壓力的好去處，這句話可說是龍雲農場的最佳寫照。這裡擁有層層疊疊的茶園、一片片高聳入雲竹木、一處處充滿芬多精的森林，與散落在各地的小村落，除了有豐富的山林資源外，美食料理亦是農場的一大特色，有空還可以自己到菜園裡採摘時令蔬菜，品嚐到食物的真滋味。

★地址：嘉義縣竹崎鄉中和村石棹1號

台東 東遊季休閒農場

位於知本溫泉區的東遊季休閒農場，園區佔地15公頃，不僅提供戶外遊憩區及花海觀賞區等，同時也

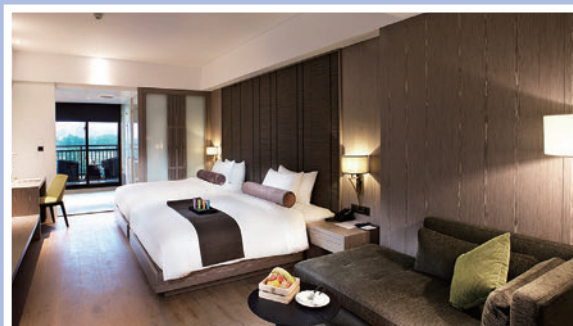


規劃83間客房及完善的養生溫泉SPA區供遊客度假享受，旅客能在此享受農場特有溫泉、農特產品等。此外，園區露營烤肉區占地1,300坪，可與三五好友一起動手BBQ，也可以自備器材體驗露營活動，藉由露營靠近大自然，釋放緊繃的情緒。

★地址：台東縣卑南鄉溫泉村溫泉路 376巷18號

花蓮 君達休閒農場

創辦至今已30多年的君達，改變國人走馬看花旅遊的觀念，由傳統一棟旅店走向一處景觀綠地的場域。這裡除了食宿外，更能讓消費者感受各種香草的新奇品味，如田園野趣、芳香自然SPA，薰衣草、薄荷、迷迭香等香草的種植推廣並提供觀賞，並規劃了香草蒸氣浴、手工DIY等設施與舒適綠地、美麗造景、迷迭小徑、香草迷宮花園、香草隧道，讓消費者陶醉在真正充實又快樂的體驗之旅，充分達到休閒的效果。



★地址：花蓮縣吉安鄉干城村干城二街100號

農遊超市精選住宿選擇 讓您

走進宜蘭感受山林之美 新竹感受居高臨下震撼 苗栗

宜蘭

三富休閒農場



設立於1989年的三富休閒農場，佔地面積約14公頃，緊鄰仁山植物園及新寮瀑布，景緻天然怡人，生態景觀豐富而特殊，四季各具不同風情。除了可以優越的環境外，三富更以「少油、少鹽、多健康」為原則的菜餚享譽市場，加上嚴選在地新鮮食材，降低環境負擔，讓旅客吃得暢快、吃得安心。

★地址：宜蘭縣冬山鄉中山村新寮二路161巷88號

香草星空休閒農場



能觀看蘭陽溪口、生態之旅、龜山島日出，享受隨著時序變換的農村景色，是香草星空休閒農場的一大特色。由於園區堅持無毒生態，種植了各式東南亞香料、四季蔬果，加上擁有廚師執照的老闆娘燒得一手好菜，讓旅客能享受美食、在地食材多樣性的DIY教學，以及盡情享受Longstay的養生之旅，感受在地多元魅力。

★地址：宜蘭縣五結鄉大眾五路310號

綠寶石



位於三星鄉的綠寶石有5,288平方公尺，卻國際美育自然生態基金物，當季作物達10種以花卉，相當適合養身慢態等類型需求的旅客，育最佳的場所。

★地址：宜蘭縣三星號

苗栗

山板樵休閒農場



山板樵休閒農場是一個結合臉譜木雕文化、彩繪DIY、食農教育體驗、民宿、露營、放牧土雞蛋養育場的休閒農場，它曾經歷了農業耕作時代、三義木雕興盛時代，至今成為休閒露營農場。由於農場主人珍惜土地，因此所有種植植物皆不用藥，也獲得獨角仙、鉞形蟲、天蠶蛾、蜻蜓、螢火蟲、鳳蝶等豐富生態的陪伴，成為感受田園風光的最佳選擇。

★地址：苗栗縣三義鄉雙連潭138號

花露休閒農場



位於卓蘭鎮的花露休閒農場，以花卉花田、城堡民宿、天然精油、精緻餐點著名，為台灣歷史最悠久、海內外遊客絡繹不絕的休閒農場之一，過去曾經以栽種聖誕紅而馳名，如今又增加了藥用香草植物區及精油博物館，加上農場佔地遼闊、鳥語花香，處處都能欣賞繽紛花卉，是家庭或團體旅遊的休閒度假場域首選。

★地址：苗栗縣卓蘭鎮西坪里西坪43-3號

飛牛



飛牛牧場為全國第得全場完整許可登記證個以自然、健康、歡樂為有飼養牛群，場方利壤，並廣泛地種植有機飼養管理饒富教育性、而言是最佳寓教於樂與

★地址：苗栗縣通霄

輕鬆出發、來去農場住一晚

品味多元農業魅力 台中盡享深度漫遊與世隔絕

休閒農場



休閒農場，雖然面積只五臟俱全。這裡有通過有機認證的豐富農作上，且有蔬菜、水果、活、親子體驗、農場生可說是推廣有機食農教

鄉人和村人和五路302

香格里拉休閒農場



坐落於海拔250公尺山麓上的香格里拉休閒農場，年均氣溫約25度，氣候舒適、景色迷人，坐在園區內的盪鞦韆上，可俯瞰整個三星平原。園區裡規劃幾條不刻意的森林小徑，隨著四季變化，整個視野呈現不同的顏色變化，每每吸引旅人們的目光。若入住居高臨下的客房，映入窗戶的盡是翠綠的自然景致，蟲鳴鳥叫悠悠入耳，呼吸著最清新的空氣，伴隨著滿天星斗入眠，絕對難以忘懷。

★地址：宜蘭縣冬山鄉梅山路168號

新竹

雪霸休閒農場



雪霸休閒農場坐擁了世外桃源般的雲端綠意與現代化旅宿空間，在海拔近2,000公尺的戶外庭園中，遊客眼前盡是雪霸聖稜線、雲海繚繞、觀霧森林遊樂區等無污染、最純淨的景觀，而入夜後便是遼闊的星光閃爍動人美景。農場內規劃了一般套房，也設置了適合全家共同入住的花園木屋、森林木屋、歐式木屋，加上以自家蔬菜水果入菜的料理，可說是吃得好、住得舒適。

★地址：新竹縣五峰鄉桃山村民石380-1號

牧場



一家專案輔導成功，取的綜合型休閒農場，這為創園宗旨的農場，因用牛隻排泄物來改良土蔬菜，加上專業乳牛的知識性，對於親子客群休憩的選擇。

鎮南和里166號

台中

私房雨露休閒農場



原本是想打造成私人別墅莊園，但秉持著與眾人分享的概念，讓「私房雨露」於2010年正式登場。在這裡時間就彷彿放慢了許多，這片海拔800公尺的台地，讓遠處層疊的山巒、山嵐盡收眼底，加上園區的淙淙流水，便讓每一位到訪的旅人難以忘懷。此外，由於鄰近便有谷關溫泉與知名的松鶴部落，更讓旅人在這裡擁有多元豐富的旅遊選擇。

★地址：台中市和平區東關路一段松鶴三巷58-11號

擁葉生態休閒農場



擁葉生態休閒農場位於東勢鎮山林間，坐擁著原始山林、花香鳥鳴，還能俯瞰地震造成的地形地貌的園地。當您漫步在園區內，隨處可見各種稀有植物及原生植物，還有鳥類、蛙類、甲蟲類、蝴蝶、螢火蟲等，是最佳的大自然教室。農場除了各種水果、稀有植物，並有各種富益智、趣味、生態及藝術的教育性活動，非常適合親子同遊歡度假日時光。

★地址：台中市東勢區東崎路3段688巷168號



▲休閒農業已逐漸成為旅人們遠離城市喧囂的新興選擇。

休閒農場成為旅遊新寵兒

台灣以農立國，尤其在19世紀相對經濟貧窮、農業生產力極低之際，政府便透過實施公地放領、三七五減租、耕者有其田政策等農業政策的目標為提高土地生產力，促使農業生產力大為提升，進而帶動台灣的工業起飛與促進經濟發展，顯示出農業對厚植國力有不可取代的巨大貢獻。然而為了提升國家發展，仰賴大量人力、時常看天吃飯的農業勢必將退居二線，成為輔導經濟成長的支柱之一，而不會是單一的經濟體。

綜觀世界各國的發展，農業皆是最初始的經濟體系，尤其當人類文明發展到一定規模後，便會進入穩定的農業社會發展。然而隨著科技的演進，為了改善生活狀況，科技力導入農業勢在必行，雖然整體的效果卓著，但也使得支撐社會的經濟體系逐漸走向其它領域，原先作為根基的農業也因此走向式微。

所幸在觀光產業的蓬勃發展下，連帶讓具有多元化特性的農業再度被世人看見，由於長期生活在城市的快速步調，或是工作長時間累積的壓力，都讓人們逐漸心生逃離高壓環境的嚮往，而此時，農業悠閒的步調、各具特色的休閒娛樂，以及充滿老家般的舒適環境，自然受到無數旅客的追捧與熱愛。

為了協助農業升級發展休閒農業，於1998年正式成立的「台灣休閒農業發展協會」，肩負著建構樂活農村，扮演學術界、政府與產業溝通橋樑的重要任務，因此自成立以來，除了

積極促進農業經濟發展的同時，也期盼透過多方策略，致力促使農村社會安定、農村永續發展，創造更大的社會價值。

創造農村觀光與休閒的價值，是台灣休閒農業發展協會的核心，如何協助農村居民激發靈感、運用自然環境創造旅遊特色，進而達到永續經營的最終目的，便需要仰賴政府與有關單位的大力推廣。

也因此，台灣休閒農業發展協會的規劃下，透過多元面向協助台灣的農村進行質的提升，同時詳細分類全台各個合乎規範的農場特色、魅力、適合客群外，更積極藉由「農遊超市」的平台搭上網路無遠弗屆的便利性，輕鬆將精彩的休閒農村旅遊內容供給予每一位消費者，不論是採果、花卉、休閒、度假、寓教於樂，甚至1日遊到多日遊的旅程，都能在網站中輕鬆找到，除了吸引更多旅客走進農村，無形之中也擴大休閒農場的能見度。

其實綜觀世界的經濟發展歷史，經濟瓶頸便會造就一個新興產業的出現，而舊有的產業不一定會消失，只是會變化成符合當代需求的模式。對照農業，雖不像過往扮演重要的經濟領導地位，但在導入科技、網路、知識等元素後，反而能創造更多元的發展面向，也讓更多消費者看見農業的獨特與魅力，進而成為旅遊產業規劃行程時的新興寵兒。

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／葉美君

James Lin
Neo Chang
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

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
旅奇週刊官方網站



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.

免出門!最安心!

防疫美食

送到家 #STAY HOME



懷念的好滋味

有春柴館

台中人氣台味懷舊餐廳

承載「家」的記憶

懷舊風味餐

- 初霧醉蝦 (6隻) 500g 1份
- 乾煎中卷 (2-3隻) 200g 1份
- 藥膳鳳爪 275g 2份
- 芋艿排骨 500g 1份
- 福菜苦瓜排骨 1080g 2份
- 魷魚螺肉蒜 1450g 1份

\$2500元 【免運費】



玩買主意 fun idea mall

玩買, 是我們的的生活方式
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



COVER STORY | 封面故事

- 02 來去農場住一晚 台灣休閒農業發展協會精選19家住宿首選
- 04 農遊超市精選住宿選擇 讓您輕鬆出發、來去農場住一晚

FORMOSA | 看好台灣

- 09 賴瑟珍看嘉義：
專訪嘉義市長黃敏惠暢談城市觀光定位及國際觀光發展
- 12 熱銷超過40載 陪嘉義人一起長大、難以忘懷的滋味「老楊方塊酥」
- 14 走入詩人王維的詩詞畫卷之中 感受龍雲休閒農場的慢遊空間

HOT NEWS | 當週要聞

- 16 找出被主流市場掩沒的商機 168inn執行長賴傳基讓旗下品牌成為最潮話題

TOPIC | 觀光圈專題

- 18 中彰區域觀光聯盟攜手大東北角觀光圈 共拚疫後台灣觀光市場新格局
- 20 不用到奈良！阿里山逐鹿部落就能跟梅花鹿同樂

JAPAN | 和風日本

- 21 富山高岡多角工藝發展 締造日本遺產之都傳奇
- 22 JR東日本創造旅遊迎來新任董事長兼總經理 大川戶修二：疫情就是市場轉捩點！

SPECIAL | 特別企劃

- 24 讓埔里成為甜蜜小鎮 Feeling18創辦人 茆晉暉 打造甜點天堂滿足饕客味蕾

TAIWAN | 國旅專題

- 20 全聯會、品保聯合呼籲政府正視觀光業
- 26 旅館公會全聯會：旅宿業生靈塗炭 國旅券急救無效
- 28 心靈福田一東震公司 尋他千百度 人間淨土Logo落腳花蓮 富里鄉農會農遊活動成功

TRADE TALK | 旅業大小事

- 30 彰化縣金興社區用英文FUN轉「興」世界
- 31 喜鴻假期積極轉型 攜手鴻達跨足保經領域

米其林美食【天下三絕】中秋暖心鍋物
台中人氣餐廳【有春茶館】懷念的好滋味

玩界 fun idea mall
主意



官網



粉絲團



嘉義市政府
Chiayi City Government

賴瑟珍看嘉義：

專訪嘉義市長黃敏惠

暢談城市觀光定位及國際觀光發展



嘉義市長
黃敏惠

台灣旅遊交流協會理事長
賴瑟珍

在地化、故事化、數位化 朝向「三化」進展 將美學導入
以旅遊目的地及產品 輔以地方創生、文化加值多方向進行

看見好的台灣 看好台灣觀光的未來

賴瑟珍看台灣：專訪嘉義市長黃敏惠

在地化、故事化、數位化 朝向「三化」進展 將美學導入 以



台灣旅遊交流協會
理事長賴瑟珍

我與黃敏惠市長的情誼建立於2010年觀光局在嘉義主辦的台灣燈會，那是一種患難見真情的相惜。嘉義市幅員和其他城市相比雖顯得小，但我們雙方通力合作，辦了一場點亮整個嘉義市令人驚豔的燈會。很可惜在開燈典禮主燈展演時發生煙火意外，導致多位民眾受傷。雖然主燈活動由觀光局負責，但黃市長选择不切割、不抱怨，共同承擔全力協助到事件圓滿落幕，包容慈悲的胸懷，令人感念至今。人稱勇媽的黃市長有著一股政治人物罕見的真誠特質，三度擔任市長，看到她全方位打造嘉義市的用心，她不做表面功夫，總在人家看不到的細微處深耕，她重視教育、藝術、文化，充分感受民眾的需要，「小而美、美而富」的施政目標，讓小小的嘉義市擁有34座公園，去年嘉市家庭支配所得逾百萬，超過台南市與高雄市，勇奪幸福城市第一名。

在黃市長努力下，嘉義市真的不一樣了。觀光客最愛去的文化路夜市像蜘蛛網般的電桿纜線不見了，道路拓寬了。文化新絲路串聯美術館、檜意森活村、北門驛站重要場館與景點。定期舉辦的嘉義藝術節、國際管樂節、音樂祭，為這條軸線帶來音樂律動的生命力。下次去嘉義，別忘了住下來，搭乘全台最美的電動公車、租輛YouBike，來一場嘉義文化新絲路的漫遊吧！

嘉義市是臺灣第一座建城的城市，300多年來已累積豐富多元的城市風貌與文化內涵，素有「畫都」、「木都」、「管樂之都」、「白酒的故鄉」等美名，既是「世界級阿里山森林鐵路的入口門戶」，也是「雲嘉南地區的觀光休閒消費

中心」。要如何讓這些元素昇華為旅遊的能量，嘉義市市長黃敏惠針對嘉義市的觀光發展定位、市府如何協助在地業者數位轉型與產業升級，以及邊境解封後嘉義市如何吸引國外觀光旅客，在改善軟硬體設備等作為，進行全面的革新計劃。

嘉義市長黃敏惠表示，觀光發展已從過去單兵作戰轉變為聯手出擊的時代，嘉義市位居雲嘉南的關鍵位置，是國際知名景點阿里山風景區的入口門戶，盤點自身的優劣勢，也充分瞭解周邊縣市的資源，相信唯有利用區域觀光聯盟的整合平台才能發揮綜效。

新冠肺炎疫情對觀光產業皆產生相當嚴峻的考驗，整體觀光思維不論公部門或私部門都應有所改變，除了提升「在地化」旅遊的細緻度外，更應強調「故事化」的體驗元素，後疫情時代也改變消費者的使用方式，更應做「數位化」轉型，營造友善與便利環境；並以美學導入，將旅遊目的地及產品輔以地方創生、文化加值等方向進行。

「文化新絲路」串聯重要場館與景點 創造新美學、新經濟的文化軸帶

猶記電影《KANO》故事背景的嘉義，掀起了全臺一波回「嘉」旅遊潮，而這份感動不只是一陣熱潮，更奠定嘉義市文化底蘊與文創的力量。黃敏惠指出，嘉義市產業結構以服務業為主，尤其觀光旅遊產業更可以說是促進經濟發展的火車頭，為此嘉義市也在既有的歷史文化脈絡上，重新盤點在地特色亮點，規劃出「文化新絲路」串聯重要場館與景點，將嘉義市最富文化深度的藝文軸帶、最具觀光潛力的園區空間、最具城市代表性特色的木都創生產業，都包融在一起，創造新美學、新經濟的文化軸帶，為城市串起文化、美學、生活、產業的共同效益。

國際市場布局「三化」 讓嘉義在世界嶄露頭角

隨著臺灣防疫逐漸展現成效，國際也開始加大疫苗施打率，嘉義市在未來國際市



▼台灣旅遊交流協會理事長賴瑟珍、嘉義市長黃敏惠。



▲檜意森活村。



▲森鐵北門車站。

暢談城市觀光定位及國際觀光發展

旅遊目的地及產品輔以地方創生、文化加值多方向進行



▲嘉義市長黃敏惠



▲嘉油鐵馬道。

場的布局上也朝向「三化」進展。黃敏惠指出「三化」包括1.提升「在地化」細緻度及品質；2.加入「故事化」體驗元素；3.「數位化」智能轉型，營造友善與便利環境；並以美學導入，將旅遊目的地及產品輔以地方創生、文化加值等方向進行。

完成大眾運輸最後一哩路 城市景觀改善 以行人安全為本

近年愈來愈多國外觀光客以自由行為主，大眾運輸工具成為首選。黃敏惠表示，嘉義市最新建置的3大公共運輸網：市區電動公車、環市自行車道、公共自行車YouBike 2.0等，對城市的友善與觀光都有很大的助益。其中，電動公車也是全國首創加裝紫外線殺菌機和負離子空氣清新機等防疫設備，更在公車內部加裝USB充電座，方便乘客充電。而嘉義市是目前雲嘉南縣市唯一有YouBike 2.0進駐的城市，已建置96站有750輛在使用。另新完工的自行車道，透過鋪面翻新及明確路線指標，大幅提升騎乘舒適度。

此外，嘉義市政府與經濟部自來水公司、臺電公司利用新冠疫情三級警戒期間，聯手推動「文化路自來水管老舊管線汰換」及「文化路架空線路地下地計畫」工程。讓原本文化路夜市商圈抬頭看到像蜘蛛網一般的電桿纜線經地下後，抬頭都可看到最美麗的天際線。同時也都在推動各項行人步道擴寬及改善工程，就是希望帶給來訪國際旅客友善的景觀環境。



▲旅客可以騎乘YouBike前往嘉義市立美術館。



▲電動公車。

(一)「數位化」—數位轉型是必經的路

去年初新冠肺炎疫情影響全世界，可以清楚看出「數位轉型」對於企業組織的重要性。而數位轉型不是一個選擇，而是一條非常迫切且必經的挑戰與道路。為此，嘉義市今年與旅遊平台KKday簽訂MOU（合作備忘錄），共同推動嘉義市觀光數位轉型，協助嘉義市在地旅遊相關業者發展數位旅遊，包括針對不同觀光客群規劃主題遊程、伴手禮線上行銷、藝文展覽活動線上體驗等服務。也攜手15家業者以嘉義城市形象館為號召參加「馬來西亞數位3D線上博覽會」，締造超過120場次媒合佳績。

(二)「故事化」—提供區隔化之不同的體驗產品，並朝向文化加值、雙軌進行

後疫情觀光旅遊是朝向體驗價值與獨特性的精緻深度旅遊。嘉義市希望透過「文化新絲路」，串聯軟硬體開展新局，為嘉義市串起文化、美學、生活、產業的共同效益。因此嘉義市規劃辦理國際藝術紀錄影展、世界博物館日、嘉義藝術節、全國古蹟日、搖滾音樂祭及嘉義市國際管樂節，透過活動展現本市人文藝術及管樂特色，活絡此條軸線生命力。也成功舉辦「2021臺灣設計展」，將向全臺灣展現嘉義市「全齡共享·世代宜居」的城市形象與品牌價值。

(三)「在地化」—疫情穩定再與業者攜手合作推動文化觀光，讓世界看見嘉義

嘉義市偕同本市旅館及旅遊相關業者一同前往東京進行文化交流，當時日方對花磚文化表達強烈興趣。例如：日本大阪知名SPA業者「SPAWORLD」邀請臺灣職人匠師團隊，打造一處花磚空間、NHK電視台播出臺灣花磚博物館專題、在2020年世界衛生大會，外交部以臺灣花磚圖案作為主要意象，打造Taiwan can help的英文字樣，爭取參與世衛組織的所有會議，以及南韓頂級保養品雪花秀推出臺灣花磚公益限定版保養品，都是在疫情解封前，推出更多交流活動，讓世界看見嘉義市。

看見好的台灣 看好台灣觀光的未來

熱銷超過40載 陪嘉義人一起長大、

創辦人戴大可 手藝演化眷村燒餅 從走遍雜貨店推廣 到實體門市、



台灣旅遊交流協會
理事長 賴瑟珍

與老楊方塊酥的結緣要歸功於黃敏惠市長的一通電話。2013年4月，她看到我在任職華膳空廚時，與台南市政府、西拉雅國家風景區管理處合作，讓「華航美食東山再現、東山咖啡機上飄香」，特別拜託我不要忘了嘉義市。想到嘉義，第一個想到的就是「雞肉飯」和「方塊酥」，從飛機上為嘉義宣傳推廣的效益考量，我選擇了從燒餅演變而來的方塊酥成為飛機上推陳出新的甜點。針對華人市場，從知名景點阿里山意象發想，在華膳甜點師傅與老楊方塊酥雙方的巧思下，烏龍茶入味的山型方塊酥底下搭配包裹白色巧克力的甜鹹香方塊酥，配上「1 2 3 遊台灣」的阿里山神木、櫻花意象包裝，甫一上機，即大受歡迎，老楊方塊酥成功的達成多項任務。

合作過程中充分敬佩創辦人戴大可飲水思源及共好的情懷，在過去40年歲月中，他力求上進，具前瞻性眼光，老楊方塊酥是最早的跨界聯名始祖，在他領導下不斷的創新研發，一塊小小的燒餅演變成為超過100種口味的方塊酥，揚名國內，也在海外市場嶄露頭角。更令人羨慕的是，兩位優秀兒子的加入，帶入年輕思維，成立觀光工廠、規劃電商平台，跟上時代潮流。父子共事、相輔相成，為老楊方塊酥的金字招牌注入源源不斷的新生命力。

有沒有一種滋味是你從小到大都難以忘懷的美味？對於嘉義人來說，除了嘉義雞肉飯應該就是「方塊酥」。老楊方塊酥起源於嘉義在地的品牌，目前已邁入40年歷史，創辦人戴大可把台灣早期眷村燒餅，搖身一變成為飄香數十年的方塊酥，其酥脆特殊的好口感，多層次餅皮的香氣，樸實甜美的風味，迅速打響名號。

方塊酥被稱作為「時代的餅乾」，在特殊的歷史時空背景下發明出來。二次世界大戰之後，國民政府來台，軍隊在台灣各地形成特殊的眷村文化。方塊酥是從這種眷村裡最常被食用的早餐「燒餅」演變而來。戴大可將眷村裡的麵點手藝演化，將燒餅變得更酥脆，保存更持久也使客戶便利攜帶。至今，老楊方塊酥走過40年，依舊是大家喜愛的零食之一。

在過去40年的歲月中，老楊研發了超過100種口味，歷經許多里程碑。1990年代老楊方塊酥從台灣走向世界，在海外市場嶄露頭角，在各大賣場都能看到老楊的身影；2014年研發團隊研發了風靡全球的「鹹蛋黃餅」，讓老楊名號再度揚名國

際。2015年更在大埔美工業區，落成「老楊方城市」，開幕營運吸引觀光人潮在當年度就破百萬人次。此後，更獲得Halal & FSCC清真認證、比利時ITQI機構的風味絕佳獎等多項認證與獎項。



▲老楊方城市觀光工廠繪牆面。

早上做餅、晚上讀書 戴大可青年創業不說苦

老楊食品股份有限公司董事長戴大可表示，17歲的時候發現眷村鄰居的外省老伯伯改良燒餅製作工法，運用多層次的折疊擀壓製程，讓燒餅像是餅乾一般，外型方正、口感酥脆、香氣十足，吸引人潮排隊購買，也讓許多人慕名而來一親芳澤。自己也對這小小的酥餅著迷，因此向其中一位楊姓老師學習、傳承手法，這也是「老楊」方塊酥命名的由來。

由於父親早逝，戴大可與長姊不得不一肩扛起4個兄弟姊妹的生計，合資不到1萬元、租店創業，讓老楊方塊酥正式誕生。而這一路走來都是披荊斬棘、困難重重，而戴大可從來不說苦，堅毅的精神來自於養家的動力。戴大可遙想當時，早上7點開始做餅，下午還要趕著上課，晚上讀書的時候常累到打瞌睡，壯碩的身體更因為做餅，造成肩膀的永久職業傷害，到現在還有後遺症。但隨著老楊方塊酥的成功，以及兒子接棒、二代出色經營，這也算是另類的甜蜜負擔。



▲老楊方塊酥口味繁多，超過50種。



▲老楊方塊酥黑白巧克力方塊酥。



▲老楊方塊酥的鹹蛋黃方塊酥。



▲老楊方塊酥的鹹蛋黃魚皮、泰式魚皮。

難以忘懷的滋味 「老楊方塊酥」

觀光工廠、電商平台 多元銷售管道 讓方塊酥從台灣走向世界



▲（左起）台灣旅遊交流協會理事長賴瑟珍、老楊食品股份有限公司董事長戴大可。

最早跨界聯名始祖 老楊免費打造雜貨店招牌

方塊酥是嘉義代表性的美食點心之一，在全盛時期，嘉義市有超過30家業者製作，競爭也日趨白熱化。戴大可為了把市場做大、打出名號，他先是透過親戚介紹，入駐軍公教福利中心與軍隊的福利社，讓商品的通路多元化，並開著貨車四處拜訪，每到一家雜貨店，就詢問要不要將商號與老楊方塊酥聯名，藉此深耕嘉義民間的每個角落，潛移默化地成為在地的傳統小食。

戴大可指出，當時的雜貨店招牌照都會寫商號，因此他建議幫對方免費製作一個新的招牌，上面只要標示老楊方塊酥，並讓老楊方塊酥有一個專櫃銷售，藉此讓品牌遍布全嘉義市，當時有超過百家的雜貨店都掛著老楊的招牌，外縣市的旅客一進到嘉義，就知道在地的名產，就是方塊酥！



▲老楊方塊酥觀光工廠外觀。

成本控管 精簡門市 多管道銷售推廣老楊

老楊方塊酥風風光光走過數十載，創辦人戴大可早年借的健康債，也在日後被迫歸還，健康亮起紅燈，也讓他重新檢視經營模式，停下腳步、沉澱身心，重新再出發。戴大可表示，1999年他看中中國大陸市場並設廠廣東，在北京開設30家直營門市，每2~3天飛一個城市，發展雖然迅速，員工的專業度卻沒有跟上腳步，收款不易造成資金壓力。這樣的虧損慢慢的在他身體產生影響，開始胸悶盜汗，一檢查居然99%的大動脈堵塞，緊急開刀、連3年做心臟支架，2011年只能結束大陸事業。

鬼門關走過一遭，幸運的是孝順的兒子國外高中畢業後就不再繼續升學，為了父親放棄學業，回台從烘焙學徒做起，就近照顧父親。老楊方塊酥也進行成本控管，精簡門市銷售據點，從20家轉變為6家，並成立觀光工廠、規劃電商平台。除了運用社群平台進行推廣，同時也站在消費者

角度反思，積極開設多元線上購物模組，增加消費者的購買模式。

父子共事、帶入年輕思維 事業壯大、親情滿滿

兒子戴硯帶入年輕人思維，創意發想鹹蛋黃餅，甫一推出就造成風潮，單月就有破千箱的銷售，爾後更推出榴槤、紫心地瓜、黑糖、山葵、櫻花、烏龍茶等多種口味方塊酥，吸引年輕消費族群目光。此外，產品也更加多樣化，除了方塊酥之外，還有麻糬、漢餅、牛軋糖、麥芽小圓餅。

2014年在當時華膳空廚公司董事長賴瑟珍的創意發想下跨業與中華航空合作，推出阿里山茶／日月潭紅茶的方塊酥，讓華航旅客獨享特殊口味。弟弟戴文則負責國外市場推廣，兩人相輔相成之下，讓老楊方塊酥的招牌有了新的生命力。

戴大可指出，近年除了餅乾、伴手禮發展，並開創「硯微墨人文咖啡館」，汲取嘉義豐富的人文底蘊與桃城文化，結合生吐司、手工商品及手沖咖啡等，以全新的樣貌插旗於嘉義市。非常欣慰，8年下來，創造翻倍的業績，兩個兒子表現可圈可點。父子共事，不只事業壯大，也填滿了家人的感情，可說是親情、事業兩得意！

◀經由隧道爐精心烘烤出來的方塊酥餅乾正在巨型的日本冷卻塔散熱。



▲阿里山方塊酥。

▲老楊方塊酥的黃金奶酥。



看見好的台灣 看好台灣觀光的未來

走入詩人王維的詩詞畫卷之中

坐落台灣第一座由民間自行成立的「自然生態保育區」 保留



台灣旅遊交流協會
理事長 **賴瑟珍**

「龍雲農場」是大阿里山地區第一家休閒農場，主人鄧雅元，20年前即憑著敏銳的眼光，嗅到觀光旅遊商機，由地地道道的農夫轉型為休閒農場，除用心餐食與住宿等服務外，並運用當地特殊自然景觀及生態吸引遊客，讓遊客體驗到原汁原味的農場旅遊。

鄧雅元有著山區居民的純樸與熱情，熱心公益，得到各地農場的支持，於2008年至2012年間被選任為台灣休閒農業發展協會理事長，當時他獨具國際觀的眼光，重視海外市場客源開發，也因此與他熟識，在任期中每年從不缺席，帶領全國各具特色休閒農場，跟隨交通部觀光局赴海外行銷推廣。目標鎖定東南亞客源行銷，組織農場因均各具特色，故獲得東南亞觀光客青睞。龍雲休閒農場在鄧雅元努力下疫情前東南亞旅客已佔6成。

鄧雅元開業以來「秉持努力耕耘必有收穫」的信念，重視遊客意見，努力改造農場軟硬體設施，完成穆斯林清真友善認證，成為符合接待國際觀光客的完整條件，在近年加入了第二代的參與，引進創意行銷，尤其是在地廚房概念，完全使用自家栽種有機無毒蔬菜，以健康養生為根基，充分保障遊客食安，讓服務更臻完善，全家人共同協力在遊客心目中，塑造到阿里山必遊「龍雲農場」的熱潮！

龍雲休閒農場位在阿里山國家森林遊樂區與奮起湖的中繼站，海拔約1,500公尺，坐擁400公頃的林地，終年雲霧繚繞，猶如世外桃源一般。森林裡百年杉木林、茂盛的竹林，以及溫帶、寒帶的林木，林態豐富成為登山者的最愛。到此處度假，不論是哪個季節，總能感受到最獨特的風景：春天山櫻、八重櫻輪番上演，夏季抓獨角仙、夜遊探秘；秋冬雲霧裊繞，雲瀑流洩，彷彿闖入大詩人王維《鹿柴》中「返景入深林，復照青苔上」詩詞畫卷之中。

農場主人鄧雅元是土生土長的石棹人，擁有莊稼人樸實熱情的心、都會人的積極幹勁，早期從事種竹子、採竹筍加工為生，隨著台灣觀光旅遊的發展，許多旅客喜歡前往阿里山登山遊玩，鄰近大凍山、明月窟、霹靂山，遺世獨立在森林之中的農舍，吸引許多登山客的目光，越來越多人求宿1晚。

龍雲休閒農場主人鄧雅元表示，1980年代，台灣早期觀光旅遊熱門景點如墾丁地區、阿里山地區與溪頭森林遊樂區等，每逢旅遊旺季，風景區便湧入大量遊客，當地旅館所能提供住宿的房間數有限，無



▲想雲居是坐落於森林中的線建築，取用茶山的型，阿里山的山巒疊嶂。

法滿足大量遊客住宿需求，於是在三合院的老宅旁搭了簡單的鐵皮屋、提供住宿。隨著1990年政府推廣農業休閒旅遊，正式轉型經營民宿，從最初的民宿雛形發展至今，不僅兼具民宿（雲龍小築）、旅館（龍雲山莊）執照，住宿的旅客還能在休閒農場內陶冶身心，享受鄉村緩慢的腳步。

野生動物多樣化 賞螢、觀星、認識在地人文

當年阿里山茶葉聞名遐邇，經濟效益高，附近的農莊紛紛改種高山茶，鄧雅元表示，他始終相信石棹的美與價值不應該只是茶葉，所在的區域有大片的竹林、杉木林、櫻花林和天然林等自然資源，因



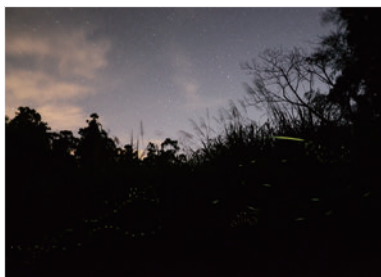
▲龍雲休閒農場原是三合院的傳統建築，現在搖身一變成為最夯的民宿體驗。

此堅持經營休閒農場，特別保留下來不開墾，與當地人聯合成立台灣第一座由民間自行成立的「自然生態保育區」，在此生活的野生動物非常多樣，其中不乏一些保育類動物。

像是農場一年四季都可以看到的樹蛙，以及夏天黑翅螢、冬天的雪螢，讓前來的遊客都能欣賞到不同時節火金姑美麗倩影，搭配夜晚的繁星點點，就像置身在銀河之中的錯覺。鄧雅元指出，旅客現在住宿在農場晚上還可以體驗夜間導覽，包括：觀星象、看飛鼠和樹蛙、貓頭鷹、認識藥草植物。或是體驗鄒族的傳統搗麻糬、洗愛玉、竹風車DIY，不再只是三五好友喝酒唱歌，多了一番人文雅俗情趣。



▲龍雲休閒農場附近就有多處登山步道，成為登山客最愛投宿的地方。



▲龍雲休閒農場夏天有黑翅螢、冬天有雪螢，



▲旅客可以體驗鄒族傳統搗麻糬的活動。



◀竹風車DIY教學。



◀體驗洗愛玉後，還能來碗冰冰涼涼的愛玉凍消暑。

感受龍雲休閒農場的慢遊空間

400公頃林地 讓大自然與綠建築融為一體 與山林蟲鳥為鄰



▲（左起）台灣旅遊交流協會理事長賴瑟珍、龍雲休閒農場主人鄧雅元。

龍雲山莊／小築沿著地勢而建 讓自然無縫接軌延伸房內

龍雲山莊／小築沿著地勢而建，共有彩虹樓、望月樓、想雲居、檜木房4棟樓；其中想雲居是坐落於森林中的綠建築，取用茶山的型，阿里山的山巒疊嶂，加入傳統合院格局，引入大自然的景色，把房子蓋在雲端上。檜木房則是以當地木頭為建材，做為房間內裝潢使用，吸收白天日照精華，散發出清新木頭香氣，舒適溫馨。其中望月樓四人房天花板上還開天井，躺在床上就可觀星、賞月，十分享受。

鄧雅元表示，沒有什麼裝潢可以超越大自然的美景，那麼不如向大自然借景。大面積開窗將自然景致無邊界的融入室內，裝潢回歸簡單、舒適；更考慮阿里山的氣候濕冷，讓陽台變成室內空間，取而代之的大片落地窗，更能讓旅客徜徉在一片樹海之中。地板則特別採用原木地板，讓腳底的溫度更加宜人。



▲雲階景觀雙人房。



▲旅客能戴上斗笠穿上袖套，體驗1日農夫農事。



◀龍雲山莊／小築提供具有在地特色的鄉土料理。

首創明日葉入菜燉雞 阿里山唯一通過清真認證

龍雲山莊／小築的房價為1泊2食，附早、晚餐，提供具有在地特色的鄉土料理，蔬菜類都是取自農場，經MOA自然農法認證，讓產地到餐桌零距離。而其中女主人陳美蘭就是餐廳的大廚，料理不假他人之手，也不添加多餘的調味料，希望可以讓客人吃到食物的原味。鄧雅元表示，他都會與老婆每天到農園採最「對時」的食材，像是竹筍、猴頭菇、明日葉、放山雞，都是桌上常見的佳餚，天然無毒栽培，健康有保障。

其中，最膾炙人口的就是明日葉燉雞，是爸爸早期從日本引進種植，首創明日葉入菜的先驅。相傳秦始皇當年尋找的長生不老藥，以及日本原子彈爆炸後最先生長出來的植物，就是明日葉！因具有特殊的養生功能，必需經過4小時以上的精燉，才能將食材精華入味，多年來頗受市場歡迎，成為必點招牌菜，一上桌幾乎一定被

遊客們吃得精光，連湯底也不剩。

此外，為了拓展國外市場，龍雲山莊還是全阿里山唯一通過「清真餐旅認證」的「穆斯林友善餐旅」，特別開闢一個廚房、專門料理回教徒的餐點，從冰箱、餐具到食材、調味品都經過認證。加上每年隨觀光局到國外參加旅展，來訪的旅客包括新加坡、馬來西亞、印尼、泰國、香港、中國大陸等，受到國際旅客的青睞。

歡迎旅客Long Stay 在茶園中體驗森林茶席

新冠肺炎疫情的影響，國際旅客頓時歸零，加上台灣三級警戒，禁止旅客出遊，鄧雅元也開始思考經營模式。鄧雅元指出，隨著台灣疫情逐漸趨緩，未來旅客能再度登門拜訪，他計畫推出秘境旅遊套裝行程，讓旅客不只是住1晚，可以享受3天2夜，甚至是Long Stay在龍雲山莊／小築，可以走訪多條登山步道，透過專人沏茶，讓旅客在茶園中體驗森林茶席，品味生活，不再走馬看花，深入在地，好好感受。

◀石棹是阿里山著名的茶鄉之一。

▼旅客能置身茶園中，體驗森林茶席。



找出被主流市場掩沒的商機 168inn

從媲美星級旅館的六星旅館 結合時尚氛圍的潮Motel 到抓住



通常16歲時人們在做什麼呢？本該無憂無慮的求學階段，有人卻已經踏入職場、走進旅館業，從最基層的清潔工幹起，最後成功創辦出雄霸北台灣且標新立異的摩鐵帝國，他便是168inn旅館集團的掌舵者——賴傳基。

◀168inn旅館集團執行長賴傳基。

在賴傳基的帶領下，168inn創立初期便走出與同行截然不同的路線，旗下各個品牌憑藉不同的特質盡情發揮魅力，不僅成功掌握該領域的死忠客群，甚至引起各界旅館的效仿。

能讓賴傳基能如此獨具慧眼，主要歸功於他40多年的飯店業服務經歷，加上首個工作便任職於知名的圓山大飯店，並任職各個崗位，甚至退伍後也不斷在飯店業受到各界貴人賞識與聘用，加上熱愛挑戰的性格，都讓他在各個職務洗禮下成功奠定深厚基礎。

而這些的獨特經驗，不僅打開賴傳基的眼界，亦成為他精準了解顧客需求的能力，使得後來開辦企業時，既能打造出令消費者驚艷的場域，亦完美融合了星級飯店一絲不苟的嚴謹精神，讓168inn旗下的特色旅館跳脫出過往摩鐵既定的框架。

時至今日，168inn旗下共有5大品

牌：I hotel電競旅館、六星旅館、尚印旅店、168 motel、潮旅館等，11個分館、400多個客房散布於台北、桃園、新竹，成為旅客造訪北台灣時住宿首選。

從基層一步步向上爬 挑出被主流市場淹沒的璞玉

雖然是為了半工半讀而踏入飯店業，但賴傳基卻積極面對每一個工作崗位，包括頭半年擔任清潔工的時間便刷了超過5千個客房馬桶，如此枯燥又許多人唯恐避之而不及的工作都沒嚇退，甚至激勵他短短時間便考取服務生一職，成為圓山飯店歷年來最年輕的VIP服務員，即使時至今日，只要賴傳基一踏進客房，便能迅速指出哪邊的清潔工程有疏漏、需加強。

隨著邁入而立之年，32歲的賴傳基與好友們決議共同創立168inn旅館集團，在面對台灣旅館業常常因為一窩蜂的現



▲活潑鮮明的概念，讓潮旅館成為年輕人口中的最潮話題。

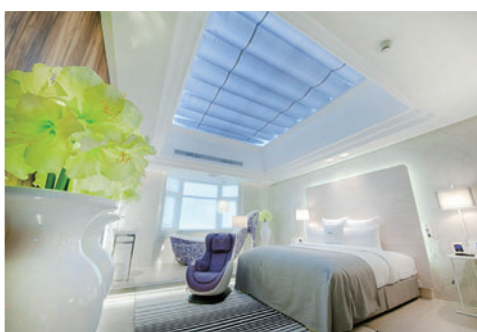
象，讓一個極具商機的市場在供過於求的情況下成為紅海，因此168inn創立初期便訂定明確的策略：「找尋被主流消費市場擠壓的潛力消費市場」。如2000~2006年期間市場正蜂擁追捧高價精品旅館時，168inn便率先開啟平價才是王道的策略，在親民的售價下成功帶動顧客的重遊次數提升、忠實顧客更是爆發性的成長，對照至今消費者追求CP值與優惠平價的時代，更能看出賴傳基的長遠眼光。

專挑潛力市場 電競也能成為亮點

而讓168inn真正殺出重圍，主要歸功於賴傳基樂於傾聽並接納年輕人心聲的特性，不僅精準抓住20~35歲的客群成為集團最主力消費，更不斷汲取新知、了解年輕人最新的喜好，成為集團不斷向前邁進的動力。



▲以時計價的策略，讓i hotel中壢旗艦館深受旅客喜愛。



▲六星旅館讓摩鐵也有星級旅館的高檔享受。

執行長賴傳基讓旗下品牌成為最潮話題

年輕人目光的全台首間電競旅館

168inn不斷用話題創造商機



▲跨入電競領域，打造出全球第一個擁有電競比賽場地的代表作—i hotel中壢旗艦館，可說是168inn旅館集團的代表作之一。

如同2012年當台灣電競隊伍贏得世界冠軍、正式走入電競元年之際，賴傳基便嗅到商機，冒出「結合電競的旅館」的想法，隔年結合「宅經濟」及日本「個人經濟」概念的電競旅館—i hotel便在桃園正式亮相，憑藉著「以時計費」的靈活特性迅速收攏一群年輕客群的死忠追捧。

而在i hotel電競旅館深受消費者喜愛後，集團選擇乘勝追擊，鉅資打造出全球第一個擁有電競比賽場地的代表作—i hotel中壢旗艦館，該館的亮相不僅成功吸引全球媒體的目光、爭相來台採訪，更於2018、2020年被Bring Me評選評選為世界5大特色旅館的殊榮，甚至有位加拿大籍的媽媽千里迢迢飛來台灣，只為了讓兒子一圓體驗電競旅館的心願，都能看出電競旅館對於旅客的強大吸引力。

大膽嘗試、勇於堅持 打造最潮的住宿體驗

倘若跨入電競領域是168inn的一步好棋，那「六星旅館」與「潮旅館」便是集團跳脫傳統框架的里程碑。觀察到多數旅客挑選旅館時，慣性選擇明亮、乾淨、有質感的旅館，賴傳基決定打破過往汽車旅館強調氛圍的昏暗環境，大膽採用潔白設計、明亮燈光，搭配國際五星級大飯店的斯林百蘭頂級名床、Fuji按摩椅，同時高薪聘請行政主廚烹調早

午餐，成功打造出一個連偶像劇、Netflix影集都爭相選為拍攝場景的「六星旅館」，讓摩鐵走出國際五星級飯店的風格。

而位於桃園大興西路的潮旅館，則是精準切中了年輕人樂於嘗鮮的個性，不

僅首創10人房來容納習慣成群出遊的年輕人，旅館內更提供主廚現點現做的鐵板燒早午餐，搭配漁港到飯店僅5小時的新鮮漁獲，以及全台首家設置電動充電站的摩鐵設定，都讓潮旅館成為年輕客群中最潮的話題。

出外的家就在168 16字箴言成為168突破核心

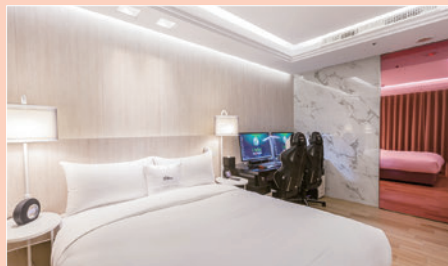
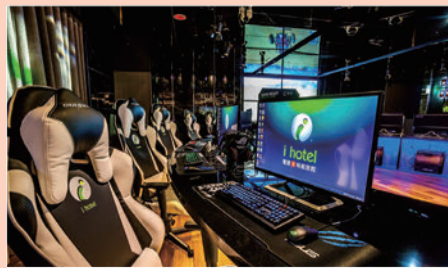
「服務、清潔、空氣、水質、設備、睡眠、餐飲是我們對『品質』的7大堅

撰文·攝影／王政 圖片提供／168inn旅館集團

持」，賴傳基不斷強調這個概念，期望旅客來到168像回到家一樣睡得舒適且安心。雖然「入住即回家」是許多旅館的期望，但如何賓至如歸卻是一大難題，而「讓利」便是賴傳基的秘密武器。

以咖啡為例，他不計成本挑選了高規格的耶加雪菲咖啡豆自己烘焙，並聘請名師為同仁培訓，讓每杯咖啡都維持高品質，卻能在旅館中任由消費者免費飲用，如此創造出差異化，讓旅客心生「出外的家就在168」的感覺。面對市場的競爭，賴傳基也傳遞一個心法：「他無我有、他有我變、他變我獨、他獨我品」，同業沒有的設備我有，當他們跟進或改變時，我已經創造出獨一無二的產品，甚至朝著最終目標—「品牌」邁進，才能在詭譎多變的時代持續突破創新。「目標將168inn插旗在全台每一個縣市，只要想到旅館第一個就會想到168inn！」，當這句話自賴傳基口中說出時，再回頭看他一手創立的特色旅館帝國，相信這個目標的實踐只是時間的長短而已。

★讓電競愛好者為之瘋狂的i hotel



★摩鐵走向高質感的六星旅館



★年輕人口中的最潮話題—潮旅館





中彰區域觀光聯盟攜手大東北角觀

借鏡「食旅中彰·城鄉同框」觀摩都會型觀光圈推展策略



▲（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、東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處遊憩課課長巫宗霖、交通部觀光局參山國家風景區管理處代理處長曹忠猷、台中市政府觀光旅遊局副局長陳育正、大東北角觀光圈共同召集人張清來、大東北角觀光圈計畫主持人何立德。

為了提升觀光圈成員的視野，同時借鏡其它觀光圈的創意與特色，中彰區域觀光聯盟特別於8月中旬組織考察團，邀集聯盟中的各個理事長與協會代表，一同前往北台灣、走進大東北角觀光圈。

除了走訪東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處積極扶植的青年創意與當地代表業者外，雙方也攜手於香格里拉冬山河渡假村飯店，舉辦「大東北角觀光圈&中彰聯盟觀光圈簡報交流」，藉由雙方的相互分享，作為自身策略的調整與借鏡。

中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林表示，非常感謝東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處與參山國家風景區管理處的攜手合作下，讓麾下的觀光圈業者能有機會彼此深度交流、擴大接觸。除了彼此觀光圈能相互借鏡因為區域的不同、使得在地推廣聯盟所建立的獨特行銷模式外，也能促使雙邊的業者相互合作，除了作為彼此宣傳的通路，也能創造更多元的商業模式，加速雙邊觀光圈的提升。

中彰區域觀光聯盟觀光學術召集人吳政和：網內互打、向外借鏡 創造聯盟無限空間

自觀光圈計畫於去年正式推動後，業者們在短時間內加速進行從無到有的築底工程，而隨著階段性任務的完成後，因觀光圈而收攏成隊的理事長與代表們，放眼未來無論政府是否繼續支持，都已有持續推廣下去的共識與計畫，也因此如何持續提升產業的競爭力便成為首要任務。

在一個品牌（中彰觀光圈）、2個核心（食旅中彰·城鄉同框）、3條主軸（午茶·生活·節）的定位下，除了活動舉辦、線路規劃，以及聯盟中的成員們彼此合作推廣下，聯盟下一步將著重於藝展中彰、食旅中彰、賽事中彰等3大面向進行著手。以賽事中彰為例，聯盟預計將於10月底舉辦結合當地特色的桌遊賽事，透過霧峰作為基礎點，讓年輕人喜愛的桌遊結合在地

農會的生態系統，可望將使得到訪當地的消費者年齡層持續下降，創造更多元的人流。此外，聯盟也將以霧峰農會作為利基，推出創意飲料調製比賽，藉由酒精與非酒精的調配，讓在地的酒被市場看見，將一級生產、二級加工、三級休閒完整串聯，建構六星級的旅程。

吳政和特別強調，從總召集柴俊林到聯盟的各個成員都有個觀念：要先創造聯盟內部的交流，不斷相互激勵與提升後，才有說服力去吸引外部旅客到訪。在「網內互打」的概念下，能看見聯盟的各公協會相互串聯推廣行銷活動，以及全國大飯店等知名場域，也成為聯盟與成員們展示的最佳平台，透過各個圈圈的交流，進而形成中彰的全面性互動，以及向外延伸的動力。



觀光圈各擅勝場 開拓在地全新格局

吳政和表示，透過此次的交流後，能發現屬地的不同，也造就了各個觀光圈截然不同的景象，在地業者們集結眾人智慧，搭配在地的特色、人文、歷史等面貌，便讓觀光圈走出專屬於自己的道路。

由於觀光圈的最大重點便是創造人流到訪，旅遊是移動、體驗、人際交流3階段的循序漸進，在此次交流後，能發現成員們對於大東北角觀光圈的高度肯定與驚豔，包括「溪和水產觀光工廠」運用通俗的漫畫搭配

水產類的專業知識，交融出充滿特色的旅遊氛圍，加上老闆親身的導覽解說，都讓考察團的成員們踴躍參與，甚至參訪後也積極購物，從觀光心理學的角度而言，這便是旅客滿意度達到極致化的表現。值得一提的是，透過兩個觀光圈的交流，除了未來將彼此作為移地訓練、培訓班的場域外，也創造聯盟旗下業者們之間的相互合作，彼此將以自身的平台作為渠道，不僅提升對方的知名度，也能加大自身的旅遊特色與吸引力。



光圈 共拚疫後台灣觀光市場新格局

形塑案、青年築夢聚落成為新興旅遊勝地提升最佳跳板



▲（左起）東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處遊憩課課長巫宗霖、交通部觀光局參山國家風景區管理處代理處長曹忠獻、大東北角觀光圈共同召集人張清來、大東北角觀光圈計畫主持人何立德。



▲交通部觀光局參山國家風景區管理處代理處長曹忠獻。



▲中彰區域觀光聯盟總召集人柴俊林。



▲東北角暨宜蘭海岸國家風景區管理處遊憩課課長巫宗霖。



▲透過簡報的方式，中彰區域觀光聯盟與大東北角觀光圈相互借鏡、學習。

大東北角觀光圈計畫主持人何立德：打造共好 讓觀光圈成為青創搖籃

隨著觀光產業逐漸受到重視，不論是地方創生、農村再生都逐漸向觀光靠攏，也促使業者揮別單打獨鬥的模式，改以團體戰攜手努力、爭取政府補助來提升自我，而這便與觀光圈的精神呼應。集結了新北市7鄉鎮與宜蘭12鄉鎮的大東北角觀光圈，坐擁著極具特色風情的海岸線，從新北至宜蘭連接了瑞芳、雙溪、平溪、貢寮、頭城、礁溪、員山、壯圍、宜蘭、三星、五結、羅東、冬山、蘇澳

等鄉鎮，不僅是北台灣最受歡迎的旅遊區域，更連續5年蟬聯全球百大綠色旅遊目的地。為了讓在地業者整合，大東北角觀光圈特別透過共識會議的召開、辦理產業觀摩活動、舉辦移地標竿學習，在第一年成功奠定優異的基礎，讓散落各地的業者們收攏成隊，加上過去便有許多專家長期駐地耕耘的努力，都讓整備工程更加速。

打造青年築夢聚落 創造共好、共享

國家風景區管理處作為地方常設機關，過往便長期深耕，近年更受惠於觀光圈的政策，讓在地擁有更多嶄露頭角的機會。然而受限於國際仍處於禁運的情勢，只能先在國內進行蹲點與推廣，也讓地方創生與回鄉、留鄉成為顯學，而「青年築夢聚落」便是讓這些有志之士的最佳舞台。透過壯圍沙丘暨宜蘭地方創生系列活動的推廣，大東北角觀光圈將進行地方青年培訓活動、舉辦特色系列活動、推廣地區青創品牌的市集等，讓整體的曝光度大幅提升。何立德強調，青年築夢聚落是適合大東北角觀光圈鄉鎮移居、返鄉地

方青年築夢舞台，觀光圈將設計「地方製作人」徵選與培訓，導入青銀共創的師徒連結，藉由業界資深師資帶領地方青年人才，透過業師專業實務經驗，鏈結地方青年的創意與技法傳授，為地方發展注入新活力。壯圍只是個夢想基地的起手式，未來更將拓展到南方澳、福隆等服務中心，搭配官方、學界的資源挹注，讓當地不再是無止盡的創業競賽，而是真正夢想實現的搖籃。



不用到奈良！阿里山逐鹿部落就能跟梅花鹿同樂

同場加映 鄒族傳統表演、射箭體驗、部落廚房、藝術村



▲可愛又親人的梅花鹿。



▲逐鹿社區。



▲實境劇目「天界塔山傳奇」。

逐鹿部落位在台18線阿里山風景區公路的逐鹿部落旁，逐鹿從古時，鄒族人就追尋著梅花鹿的腳步一路尋覓到此處的平原，自此之後就把此地命名為「veoveoana」也就是逐鹿的意思。隨著現在梅花鹿減少之後，逐鹿部落重視梅花鹿的保育，在這裡放養了梅花鹿，個性可愛又親近人，目前鹿園有19隻（公鹿3隻、母鹿14隻、2隻鹿寶）梅花鹿，遊客入園前須聽取專人導覽說明，讓遊客了解梅花鹿與鄒族文化。還可以在多得士「TotxSX」射箭場，體驗鄒族獵人的射箭技藝，欣賞鄒族傳統表演、購買傳統美食與商品。讓旅客不用大老遠飛到日本奈良就可以餵食梅花鹿！

阿里山國家風景區管理處協助之下 風災後重建社區生活

逐鹿部落原為阿里山鄒族部落居民，受莫拉克風災摧殘的受災戶搬遷下來，定居在逐鹿部落「veoveoana」，在阿里山國

家風景區管理處的幫助之下，重建社區生活，推廣在地產品，讓消費者都能品嚐、使用到逐鹿部落優質商品，以及欣賞傳統表演，活絡在地經濟。

逐鹿部落表示，過去在政府的補助之下，逐鹿部落逐漸步上生活正軌後，現在必須自身籌措發展，振興當地經濟，因此特別推出梅花鹿生態體驗、多得士射箭場、部落廚房、逐鹿表演藝術團、部落藝術村等多樣鄒族體驗，希望旅客可以來訪，同業包裝相關旅遊商品，讓逐鹿部落得以延續生計與文化保存。

結合8大部落推1日遊程 適合散客遊玩、同業包裝

疫情期間，逐鹿部落也在阿管處的輔導之下，開發景點路線—EASY GO票券，未來可結合山上8大部落體驗（像是山美達娜伊谷的水上特色原住民風味餐）與逐鹿部落的半日至1日遊程，1天約可以接待20人組客人，1組4人，預計從10月開始。此

外，更規劃LINE PAY與街口的行動支付功能，提供非接觸的服務，減少旅遊風險。

逐鹿部落表示，散客可以自行購買，彈性規畫遊程，可以有效避開人潮。對於旅遊同業來說，逐鹿部落距離嘉義市半小時路程，更是前往奮起湖、阿里山、各大部落的必經之地，位處在阿管處旁邊，遊覽車可以停放，也能安排旅客在此休息、自由活動、買烤肉、逛藝術村，是最靈活安插的景點。此外，也能規劃員工企業旅遊、MICE獎勵旅遊，都能針對客戶進行客製化安排。



▲多得士「TotxSX」射箭場，體驗鄒族獵人的射箭技藝。

部落廚房

提供當地部落風味餐食、使用部落族人採集阿里山的食材並使用傳統的竹杯、竹碗等等的餐具來享用獵人宴美食，呈現最道地的風味餐。飲食本為旅遊行程中重要的一環。鄒族飲食純樸、自然，善用野生食材烹調，且沒有多餘的調味，對於追求食材原味的現代人來說相當難得的。

逐鹿表演藝術團

深感長久經營部落觀光產業的過程，普遍皆以歌舞展演方式呈現集客之手段，而歌舞內容相仿複製，雖可維持觀賞者可接受度，但演藝之水準及創新能力尤需加強。發展方向不僅僅只是分享鄒族文化，更需淬鍊文化精神且融合美學與創意體驗，串連部落及周邊產業力量，期能凸顯品牌鮮明特色，進而發揮綜效。此外，實境劇目「天界塔山傳奇」也將在國慶晚宴上演出。

部落藝術村

部落藝術村於逐鹿社區住宅區內，是由富有創業精神的藝術家及生產者所創建，居民利用自己的住宅，設立各式各樣的部落工坊。包括阿里山薊加工品（阿里山薊主題館）、月桃屋的月桃相關產品、藍鵲的家販售的手工餅乾小米酒、咖啡產品（充滿豆豆咖啡館）、皮雕飾品、鄒族獵人包（芷諾伐）及傳統服飾（小舌菊工作坊）等。

有限責任嘉義縣原住民逐鹿社區合作社

票券預定：
<https://veoveoana.fonticket.com/>
 地址：
 嘉義縣番路鄉觸口村梅花一路1號
 電話：05-2590089
 傳真：05-2594759
 業務專線：0963-531089
 Line: 0963-531089

富山高岡多角工藝發展 締造日本遺產之都傳奇

朝聖全國最帥高岡大佛 體驗鑄物、菅笠魅力

撰文／張語柔・圖片提供／向日遊



▲莊嚴的高岡大佛是高岡市的象徵性地標。

富山縣高岡市鄰接富山灣，位於富山市區西側，自古以來因精湛的工藝技術聞名，在2015年被認定為「日本遺產」。高岡市得以順利發展的歷史背景與當地居民的努力息息相關，多角化工藝魅力至今仍持續傳承，更能讓到訪遊客親身體驗。高岡市內的觀光資源豐富，包含富山縣唯一國寶建築「高岡山瑞龍寺」、名列日本三大佛的「高岡大佛」、鑄物工藝體驗等，這裡同時也是知名漫畫作品《哆啦A夢》的故鄉，市內各地能巧遇與哆啦A夢相關的景點設施、或搭乘特色大眾交通工具。旅行同業日後若有任何高岡市相關觀光資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

高岡大佛

參拜人潮絡繹不絕的「高岡大佛」以長相帥氣端正聞名，擁有讓人越拜越帥氣的傳說，被譽為是「日本第一美男」！整座大佛使用青銅打造而成，高約16公尺、重達65噸，與銅器產量日本第一且擁有精湛鑄造技術的高岡市特色呼應，被視為是代表高岡鑄造技術的結晶。前後共花費26年完工，現與奈良大佛、鎌倉大佛被並列為日本三大佛，也是高岡市指定文化財。

高岡大佛供奉在「大佛寺」中，盤腿而坐、雙手呈如來佛結印、身後的圓圈上方有梵文字，整體做工細緻。高岡大佛最早起源可追溯至約800年前的日本鎌倉時代，原先為建在山麓上的木造大佛，後來歷經多次災害損毀，最終在民眾們的熱切盼望下重新打造，成為今日面貌。每日太陽下山後至22點，高岡大佛周圍會施行夜間點燈，可一次飽覽不同面貌的大佛英姿。

▶高岡大佛表情栩栩如生，足以可見工匠的精湛技術。



鑄物體驗

高岡市有許多能進行鑄物體驗的工房，擁有百年歷史的「能作」可參觀工廠也能體驗製作專屬於自己的錫酒杯、筷架、紙鎮等，根據項目不同費用介於1,000日圓~4,000日圓，花費時間約30分鐘~90分鐘。現階段受疫情影響體驗全面暫停，但遊客仍能在全新規劃的參觀路線從2樓眺望整體設施。

高岡鑄物的發展歷史距今已有400多年，加賀藩主前田利長建造高岡城後，為了促使當地產業振興，便召集鄰近的7名鑄物工匠在金屋町設置鑄物工房。最初製作鍋、釜、鋤頭等農具及日常用品，後來隨時代變遷越來越多樣化，高岡鑄物也逐漸打響名號。如今鑄物產量依舊名列日本前茅，小至佛具或茶道用具，大至銅像及梵鐘等物品皆能製作，近年來更融合現代設計，推出許多充滿創意的嶄新作品，深受國內外遊客喜愛！也讓人深感高岡鑄物兼具傳統與創新的生命力。



◀「生型鑄造法」使用砂將鑄物塑形，接著研磨外觀、刻印字樣，專屬作品就大功告成！



不讓鑄物專美於前，使用菅草編織而成的斗笠「菅笠」也相當迷人，製作技術更被指定為國家重要無形民俗文化財。7月下旬將菅草割下曬乾後，工匠會使用竹子做出骨架（笠骨），再將曬乾的菅草縫製而成，具備防水效果的菅笠可對應下雨和下雪，且通風良好、清潔方便，活用度相當高。幕府末年是菅笠巔峰期，曾締造出高達210萬頂的出貨紀錄，如今市場需求雖然不如過往，但高岡市仍舊是高品質菅笠的製造地，以精湛技術及優良菅草持續製作多樣化的菅笠商品。

更多高岡市相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

大川戶修二：疫情就是市場轉換點！

2022 / 6在台銷售 製作粉絲專頁 高度吸引鐵道迷 促使旅客回流

 撰文・攝影／張偉浩
 圖片提供／JR東日本創造旅遊


▲(左起) JR東日本創造旅遊企劃部統括課長小川和洋、董事長兼總經理大川戶修二、副董事長兼副總經理村上拓也、事業部統括課長福木厚。



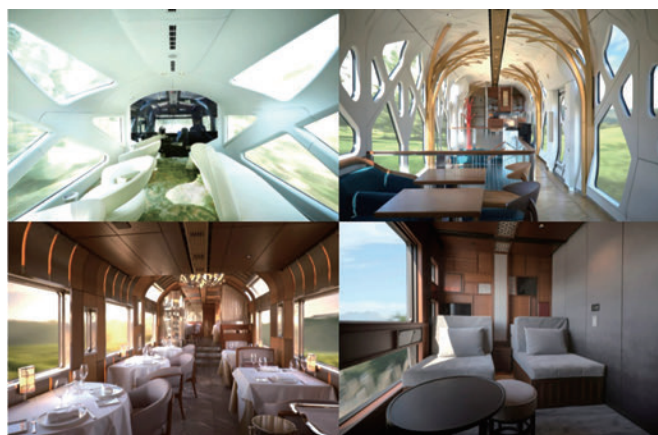
▲欣賞流動的車窗風景後還能品嚐精緻的頂級餐點。
 ▶TRAIN SUITE四季島是日本最豪華的臥鋪列車之一。



「TRAIN SUITE 四季島」

TRAIN SUITE四季島是日本最豪華的臥鋪列車之一，行程豐富多樣，旅客可在舒適寬敞的列車內暢遊四季美景。臥鋪列車從上野站出發，有多種不同天數及路線的行程，包括北海道地區、甲州、信州地區及松島、青森等東日本各地。列車各節車廂風格迥異，旅客可以坐在暖爐裝飾前休憩，在檜木浴缸泡澡放鬆身心，還能隨時品嚐車上酒吧櫃台24小時提供的飲品及輕食。

除此之外，第一節及最後一節車廂還備有明亮寬敞的景觀座位，讓旅客欣賞沿路的四季美景，沉浸在完全脫離日常生活的旅遊時光中。欣賞流動的車窗風景後還能品嚐精緻的頂級餐點，主廚以「銘刻於腦海深處的料理」為概念，為大家提供北海道等沿線各地食材作成的法國料理等，讓旅客在舒適的列車上同時享受視覺及味覺的雙重饗宴。



◀第一節及最後一節車廂還備有明亮寬敞的景觀座位，讓旅客欣賞沿路的四季美景。

2020東奧延期促使票券轉型 在日外國人可使用JR PASS優惠

疫情期間，JR東日本創造旅遊做了許多的優化與升級，村上拓也表示，JR東日本創造旅遊在網路銷售平台上做了許多的革新，原本是要針對東京奧運做準備，提供外國運動員與旅客來訪東京時，可以搭乘JR前往旅遊，沒想到遇上了疫情，讓外國旅客頓時歸零，但也成為轉型升級的最好機會。

優化內容包括旅客可以透過網路訂購票券，更為便利，不需要到店購買、可以透過指定席售票機預約新幹線、在來線的指定席、也可於JR東日本的指定席售票機，掃描護照後自由購入。最好的是，JR PASS走透透不再只是短期觀光客的福利，就連在日本留學、工作、打工的在日外國人也可以享用相同福利等多項內容，讓許多在日本生活的外國人享受同等優惠。

JR東日本創造旅遊票券優化與升級

- ★旅客可以透過網路訂購票券，更為便利，不需要到店購買。
- ★以往若想購買JR PASS須先於旅行社購買後再至車站窗口換票，現在可以直接透過JR東日本網路訂票系統購買，且可於指定席售票機領取JR PASS。
- ★如果想搭乘指定席時，以前只能到車站窗口才能劃位，現在可事先於JR東日本網路訂票系統自行劃位。
- ★過往出入關口時都須持JR PASS票券給站務員確認，之後可以使用一部分的自動改札機(新幹線、在來線)自由進出。
- ★JR PASS走透透不再只是短期觀光客的福利，就連在日本留學、工作、打工的在日外國人也可以享用相同福利。

<p>鐵路通票可於JR東日本的指定座席車票售票機購買。</p> <ul style="list-style-type: none"> ※僅限JR東日本管轄內的部分車站中的設有護照讀取器之指定座席車票售票機。 ※通票仍可於窗口購買與洽詢。 ※可購買通票的指定座席車票售票機貼有右方標誌。 <p>詳情請參閱以下網頁： https://www.jreast.co.jp/tc/downloads/pdf/passport_operation_tc.pdf</p>	<p>利用指定座席售票機輕鬆訂位！</p> <p>利用JR東日本各站的指定座席售票機可預訂新幹線、特急列車等的指定座席。</p> <p>圖片為示意圖。</p>	<p>自動檢票機利用法</p> <p>車票投入自動檢票機！</p>
<p>如何購買JR東日本鐵路周遊券</p> <p>1 在線上購買</p> <p>於JR東日本網路訂票系統即可購買。 https://www.eki-net.com/zh-CHT/jreast-train-reservation/Top/Index ※可用來購買2021年6月27日起的周遊券</p>	<p>2 在日本國內購買</p> <p>可以在日本國內各售票處購買。</p> <p>http://www.jreast.co.jp/tc/ticketwindow/</p>	<p>3 在海外旅行社購買</p> <p>可以提前購買。請在抵達日本後，兌換為周遊券。</p>

讓埔里成為甜蜜小鎮 Feeling18創辦人

從生巧克力、生吐司、冰淇淋到咖啡 Feeling18對烘焙高度



從線上走到實體 高品質讓消費者讚不絕口

對於提供好產品的堅持，其實從品牌名就能窺知一二，茆晉晢之所以將企業命名為Feeling18，是因為攝氏18度的溫度對於巧克力來說，無論是生產、保存、或是品嚐，都是最能呈現巧克力風味及優良品質的溫度。

而隨著Feeling18於2006年起自網路發跡後，成功受到消費者的喜愛，在親友的支持下，讓茆師父毅然決然回到故鄉，選擇在自家住宅區做為起點，留在家鄉耕耘，同時也免除掉城市高成本的店租，將更多資金放在原料上。在這樣的堅持下，讓Feeling18知名度越來越高，從2012年奪得「世界巧克力大師賽」台灣區銅牌獎後，2014年更獲得冠軍的佳績，顯示出其巧克力的美味備受肯定。

持續跳脫框架 成為台灣生吐司先河

雖然從網路起家後逐步打造出台灣頂級生巧克力品牌，也成為旅客到訪埔里時必買的伴手禮，但Feeling18卻不願被巧克力的框架束縛，在茆師父的用心規劃下，從值得細細品味的高品質巧克力跳脫，分別打造出天然低脂、低糖的Gelato18義式手工冰淇淋；

純樸的埔里小鎮，因為一家甜點企業的誕生，一躍成為南投的熱門旅遊目的地之一，不僅年年吸引眾多旅客爭相朝聖，更讓該企業創造出全方位的甜蜜經濟產業鏈，它便是18度C巧克力工房（Feeling18）。出自於對烘焙的熱愛，創辦人茆晉晢（人稱茆師父）從溫度掌控、用料挑選，到烘焙設備的引進都嚴格把關，近乎吹毛求疵的背後，是期盼為消費者帶來最完美的味蕾饗宴。也因為對甜點品質控管絕不將就的性格，讓18度C巧克力工房旗下的烘焙產品總能成為火熱商品，更一一成為消費者追捧的甜點精品。



▲從甜點的推陳出新到咖啡的嚴選，都能看出Feeling18的用心。
◀18度C巧克力工房創辦人茆晉晢。

淋；嚴選日本進口麵粉及台灣頂級龍眼蜜，以日本技術十八層耐心烘焙的「木輪十八」蛋糕店。

秉持著要做，就要做到最好的概念，茆師父推出義式冰淇淋店時，先斥資採購最高規格的義大利製機器，價格足足是國產機器的6倍，並請義大利人指導。而「木輪十八」蛋糕店登場前，也是直接送團隊到日本學習，大手筆的做法，也為烘焙業寫下先河。

不僅如此，在現今日式生吐司已走進全台大街小巷，在各縣市開枝散葉，茆師父於2019年就率先引進日本「生吐司」項目，也因此即使台灣越來越多人仿效、日本相關業者也紛紛大舉來台，但不論平日或週末，在Feeling18門市仍天天上映著排隊搶購的熱潮，耐心等待數十分鐘只為了買條生吐司都是常態，也因此在疫情重創台灣餐飲業之際，Feeling18的營收仍舊逆勢成長。

堅持做到最好 咖啡成為下一個戰場

不僅如此，吃甜點總不能少了香醇的咖啡作伴，Feeling18也特別推出眾多咖啡選擇，從知名的藝伎咖啡，曾被《Forbes》評為「世界十大昂貴咖啡」之一，再到衣索比亞耶加雪菲、瓜地馬拉安提瓜花神，以及台灣在地的國姓咖啡等，在專業咖啡師的細心烘焙下，讓旅客一邊品嚐甜點之際，也能體驗到Feeling18咖啡所帶來的完美感受。

值得一提的是，Feeling18特別與正瀚生技董事長吳正邦個人投資的精品咖啡品牌「極品莊園咖啡」合作，在2大品牌的技術專家共同合作下，開發出兩款以巧克力風味為主軸的精選咖啡，包裝出口味一致、能提升整體味覺感官的套組，帶給消費者全新感受。

透過對的咖啡，讓Feeling18旗下的生巧克力、生吐司等烘焙產品帶來新的口感變化，讓更多消費者帶來更截然不同的感受與體驗。

茆晉暉 打造甜點天堂滿足饕客味蕾

堅持不將就 成功打造甜蜜產業鏈



►Feeling18所打造的甜品，成為旅人走訪埔里的一大誘因。圖為Feeling18新品—蝴蝶酥。



◀為了打造最好的味蕾體驗，18度C巧克力工房創辦人茆晉暉（中）特別聘請甜點冠軍與咖啡師為產品把關。



掀起台灣精品巧克力文化—生巧克力

對於巧克力品質的堅持，讓Feeling18將成本著重在原料，做出值得細細品味的高品質巧克力提供給大家品嚐。多元的口味選擇亦是Feeling18的特色之一，如日式頂級抹茶生巧克力中，便以白巧克力為基底，搭配頂級抹茶粉，讓整體帶有淡淡茉莉花香，當一口品嚐在嘴裡慢慢融化時，可以感受到濃郁的茶香氣。



讓健康與美味共存—Gelato 18義式手工冰淇淋

於2009年登場的「Gelato18義式手工冰淇淋」，強調天然低脂、低糖，打破人們對冰淇淋的既定印象，提供只加新鮮水果的美味冰淇淋，為您的健康把關。從廣受喜愛的香草、巧克力、抹茶、百香果、阿薩姆奶香、瑞士巧克力、草莓牛奶，到獨特的馬告鹽之花、瓜納拉之心等，通通任君挑選。



重現日式原汁原味—「木輪十八」蛋糕店

嚴選日本進口麵粉及台灣頂級龍眼蜜，以日本技術十八層耐心烘焙的「木輪十八」，特別使用法國A.O.P認證的發酵奶油、加勒比海牙買加陳年蘭姆酒作為配料，加上親自前往日本學習的專業技術，讓一個個看似樸實的外表，卻有著令人驚艷、層次豐富的口感。



職人手做 開啟生吐司的先河

強調新鮮、柔軟的口感，搭配溫度的嚴格控管，Feeling18以日式職人的堅持，打造出令消費者激賞的生吐司。目前提供有原味、巧



克力、抹茶、奶油盒子等口味選擇，其中奶油盒子以生吐司搭配特製的鮮奶醬，創造出極致柔軟又充滿層次的口感，可說是廣受好評的熱門選擇。

甜點的最佳良伴 用香醇咖啡喚醒味蕾

吃甜點總不能少了香醇的咖啡作伴，Feeling18特別推出眾多咖啡選擇，從被《Forbes》評為「世界十大昂貴咖啡」之一、杯測得分在90分以上的藝伎咖啡，以及衣索比亞耶加雪菲、瓜地馬拉安提瓜，或是於2016年起便以97分奪下coffee review年度排行榜第一位的肯亞古馬處理場，到台灣在地的國姓咖啡等，在專業咖啡師的細心烘焙下，讓旅客一邊品嚐甜點之際，也能體驗到Feeling18咖啡所帶來的完美感受。



全聯會、品保聯合呼籲政府正視觀光業

旅行業哀嚎遍野 產業民怨炸鍋 懇請政府對症下藥

自2020/1/23新冠肺炎疫情開始，政府為防疫全面關閉國門，禁止旅行業所有的出入境旅遊營運，旅遊產業瞬間進入急凍期，也進入了到目前為止長達20個月的禁止營運營收歸零的悲慘現況。



▲(左起)旅行公會全聯會副理事長張進丁、副理事長林毓淳、旅行業品質保障協會監事會主席張永成、旅行公會全聯會理事長蕭博仁、監事會主席吳盈良、副理事長蔡承鴻、副理事長呂中豪。



▲旅行公會全聯會理事長蕭博仁。

在這個長達1年8個月配合防疫被禁止出團、沒有營收的期間，感謝政府提供了部份的營運薪資補貼及推出安心團體旅遊補助方案，讓產業減緩失血、免於大量裁員。為維持產業人才及幫助政府減少失業人口的考量下，每家業者在這20個月來都持續拿老本來貼補維持公司員工繼續在職。可是政府補貼案到今年7月底結束，全國旅行社業者在強撐20個月後，到今天為止還是看不到政府國境開放的規劃或可能性，業者實在撐不下去了。

為了讓政府看見業者的心聲，旅行公會全聯會與旅行業品質保障協會特別於8/27攜手各縣市公會代表，透過記者會的舉辦，希望讓政府看見產業的困境與心聲。

國旅券不便民 應用有限預算創造價值

在疫情尚看不到盡頭的此時，交通部觀光局宣布將以前採行的旅行社團體旅遊補助改為發行國旅券的方式每張面額1,000元，抽中民眾可用於旅行社購買團體旅遊行程、自由行旅遊、飯店住宿及遊樂園區門票等，但發行份數則要依照經費而定。預計經費20億元，其中12億元將會拿來發

行120萬份的國旅券，剩下8億將做為激勵金，激勵金的部分是以旅行社出團或機加酒自由行的人數發放。

國旅券方案立意良善，但實際使用不便民也無法帶動產業振興。旅客抽中券後分散在全國各地，旅客就近去找旅行社報名，但旅行社無法集中旅客也找不到其他中獎旅客的去向，如此旅遊行程無法成團，最終這12億僅會流向極少數的大型業者，將近4,000家的業者是看得到、受益不了。而對大多數的旅客而言，抽到了卻無法報到團，或是要由非居住地出發去參加團體，這不便民的做法也將讓旅客實質使用性大幅降低。

國旅券是一個可做為加分的方案，但在國家經費有限的狀況下，應該把錢用在刀口上，先做一個對整體產業振興可帶動、讓有

限經費可以有乘數效應的方案，這才是實質利民、利產業、利政府的三贏方案。

旅行業了解政府防疫的辛苦，所以配合政府苦撐，觀光產業自7月時即不斷呼籲行政院要規劃，如果繼續關閉國門禁止旅行業營運，那相關的紓困方案就要繼續。旅行產業人員也不斷跟主管機關交通部及交通部觀光局請求要明確指示產業未來走向，同時也提出諸多建議方案。令人遺憾的主管機關所宣佈的方案，竟然如此不利民、不利產業、效益又不佳。

旅行公會全聯會強調，自陸客限縮影響，到現今的疫情影響，旅行業受害最深，時間不等人，多數業者及其所支撐的員工家庭存亡的臨界點，深需政府各相關部門的大力關切與紓困，期盼主管機關可以真正的聽產業聲音，給產業存續的機會。

旅行公會全國聯合會建議提案：

- 1.國門未開之前，應依業者為國家留存的在職員工數給予營運薪資補貼。
- 2.讓旅行社業者在可以留有基本營運員工下，共同振興國民旅遊，提出「振興旅行業團體旅遊補貼方案」。透過旅行業主動的團體旅遊招攬方式，帶動消費經濟，出團就會有飯店訂房、有餐廳訂餐、遊覽車使用、領隊/導遊人員工作機會、在地消費等各種項目產生。

旅館公會全聯會：旅宿業生靈塗炭 國旅券急救無效

懇請政府正視產業心聲 制定符合市場秩序與人民期待的振興方案

行政院推出國旅券振興方案，為觀光及旅宿產業投下震撼彈，自5月三級警戒以來，觀光旅宿市場進入急凍狀態，許多業者面臨到無收入的緊急狀態，旅宿業因為特殊經營型態、勞力密集的產業，縱使停業也有固定支出必須支付，幸蒙政府推出「觀光旅館業及旅館業員工薪資及營運成本補貼」政策，紓困撥付一季度的營運補貼，撐過第一波。



解封降級之後，住房率未顯見回升，根據旅館全聯會調查7月份僅18%、8月21%、9月13%，10月更是不滿20%，以此住用率旅宿業無從維持基本營運。同時依據過往復甦的樣態會從渡假、離島>城市，同時需疫苗覆蓋率達60%以上，城市旅宿才能陸續復甦。

希冀政府正視 擴大整體效益

旅館公會全聯會表示，根據依勞動部統計數據，無薪假重災區為住宿餐飲業，這期實施家數及人數仍多達1,073家、員工2萬4625人。許多飯店已經面臨經營危機，乃至變賣祖產來換取經營的喘息空間，因此全聯會認為振興觀光政策及作為，不宜委由產業鏈單一業種（如旅行社）統籌辦理，因國旅市場結構有80%以上是自由行，所以單一業種（如：旅行社）無法主導旅客旅遊行為，強而為之會事倍功半。

且旅宿業者必須面臨產業鏈其他業種（如：旅行社）的不公平競爭，或是擁有電商平台業者上架費等附加成本，同時旅客也無法自由選擇飯店。因此建議國旅券政策宜雙管齊下，旅客可直接至旅宿業使用1,000元加碼補助為宜，旅行社則設定規則直接定額補助成團，以求事半功倍。



▲旅館公會全聯會希冀政府正視產業心聲，讓振興方案能更契合市場需求。

◀（左起）旅館公會全聯會副理事長張芳鳴、副理事長鄭生昌、副理事長吳俊泰、理事李數妣、理事長洪崇元、監事會召集人李素珍、常務理事余溪湖。

旅宿業者為配合政府防疫政策苦撐觀光業經濟寒冬，每間飯店皆背負無數員工的生計而慘痛經營，因此針對本次國旅振興補助方案，所有觀光業者認為觀光振興規模不足、力道與速度都不符合產業及人民期待。同時制定政策過程未與業者溝通，與市場脫節、閉門造車，自行制定與

市場機制相悖離政策，弄得人仰馬翻。

旅館公會全聯會強調，鑒於旅宿產業特性、勞力密集同時更具有社會公器的角色，需要負擔為數眾多的勞工家庭生計與周邊產業的經濟壓力，期盼政府聆聽產業基層呼救的聲音，制定更貼近民心擬定振興方案，給予產業有再次復甦的機會。

旅館公會全聯會建議：

- 1.目前國旅券使用方式，放寬為取得國旅券旅客，得選擇自行至旅館消費使用。
- 2.旅行社8億元獎勵金，實屬紓困性質，此振興方案應將獎勵金，轉入國旅金額度，可增加80萬受益人次。
- 3.擴大國旅補助振興1000元之規模，並制定尊重民眾自主消費及市場秩序之執行方案。

心靈福田—東震公司 尋他千百度 人間淨土Logo落腳花蓮 富里鄉

狀元國際旅行社推企業與土地草根連結



▲東震公司於花蓮富里進行稻田LOGO農遊活動。

隨著東震公司不斷成長與壯大，每年舉辦的活動也愈來愈精采，推陳出新已經成為公司的必然。董事長鄧安純及總經理朱懋明多年前決定，要把公司的LOGO印在一個充滿「希望、人本、素食、環保、愛地球」的人間淨土上，讓東震在福地「生根」，讓東震在淨土「起飛」！

隨著疫情襲來，大型團體出國旅遊已不復見，更影響民間團體的活動。東震公司除了銷售五行開運食品、用品、保養品外，更倡導素食，既養生又同時為乾淨地球做最大推動。

自2020年疫情爆發後，東震公司不僅未受到疫情影響，業績還逆勢成長之外，信奉一貫道的董事長鄧安純及總經理朱懋明秉承創辦人林重國點傳師的精神，繼續道化並努力經營公司，進一步凝聚向心力並幫助農村，2020年即計畫2021年舉辦花東旅遊，更於2021年向富里鄉農會訂購了12,000包米，當作採

購的附贈禮品，真正實踐了「倡導」與「行動」合一！

這次花東旅遊活動由狀元國際旅行社承辦，總經理陳正寬業界35年經驗，國內外旅遊承辦無數，曾經於2016年與富里鄉農會合作六十石山旅遊，結下良好的緣分！

此次，特別商請富里鄉農會協助，由農會管理之一塊五分地作為「東震福田」，種植稻米後，將稻田割出東震公司LOGO於旅遊期間，安排260人站在LOGO中間完成史無前例的「稻田LOGO空拍」，並在農田旁邊搭起帳篷，一面望著「東震福田」，一邊享用田園饗宴，懷舊美味又香噴噴的農村割稻飯，



農會農遊活動成功

「割稻飯」辦桌美食 成就心靈樂活饗宴



▲董事長鄧安純（左）、總經理朱懋明（右）尋尋覓覓，終於在晚春的富里找到人間淨土、心靈福田。

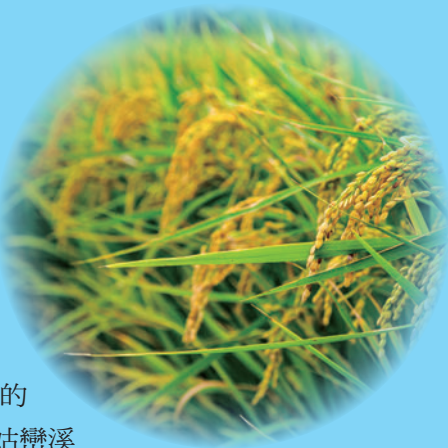


▲東震員工在心靈福田體驗「要怎麼收穫，先怎麼栽！」的超凡脫俗心境。

已經有28年歷史的東震有限公司，從好幾年前開始，就一直想找和公司「素食、環保、愛地球」宗旨相符的一塊人間淨土，然後在土地上印上公司「希望」與「人本」的企業LOGO，多年來尋尋覓覓、覓覓尋尋，從台灣西部找到東部，再從北部尋到南部，始終找不到，可是有一天，驀然回首，卻發現那塊心靈福田寶地，就在曾經走過的燈火闌珊處一富里！

就在田野間成為熱鬧的辦桌宴，非常獨特！同時，稻米於六月收割後，將此福田採收的稻米再贈送給260位這次參與旅遊活動的貴賓，當貴賓們拿到這包米時都感到意義非凡。

富里鄉農會表示，富里是花蓮縣最南端的鄉鎮，也是首屈一指的稻米產地，這裡的稻田多位於秀姑巒溪東側海岸山脈下，適合稻作種植，土壤偏黏質性，加上麥飯岩層的水質灌溉，孕育出良質米。對於此次這樣合作有創意的旅遊企劃真的很獨特，更歡迎各企業公司，有任何特殊企劃歡迎與富里鄉農會接洽，農會很樂意協助各企業承辦一年四季不同的農遊活動，品味花蓮縱谷之美。



東震的LOGO為橢圓形象之內，蘊含中國周易八卦中的「震卦」。震卦形如仰盂，如同涵納萬物生息的天地大器，無所不包亦無所不容。

希望：綠色的震卦，猶如春天的大地，因春雷而震動甦醒，無限能量與生機齊發，釋放萬物滋長、生生不息。

人本：LOGO的橢圓形震卦之中，以人形立於中心位置，即一切應以人為根本，在愛、尊重與關懷的基礎上出發，才能衍生出圓滿的生命。



彰化縣金興社區用英文FUN轉「興」世界

提升社區旅遊接待英語能力 將在地魅力無隔閡傳遞給外籍旅客

撰文／王政 圖片提供／彰化縣產業觀光發展促進協會

▲彰化縣「鹿秀社區大學」攜手彰化縣產業觀光發展促進協會、金興社區和彰化民宿協會辦理「Fun轉興世界、營造社區英語力」培訓課程。

雖然因為國門仍在關閉階段，但隨著疫苗持續施打下，國際重啟往來勢在必行，如何趁此時持續提升自我能力便成為關鍵。由彰化縣「鹿秀社區大學」主辦，彰化縣產業觀光發展

促進協會、金興社區和彰化民宿協會協辦的「提升民眾英語學習力計畫」，將於9~11月份期間辦理「Fun轉興世界、營造社區英語力」培訓課程，期盼全方位提升在地社區工作者的語言能力，並培養更多導覽人才。

彰化縣產業觀光發展促進協會理事長周淑秋表示，為了因應未來解封後的國際市場，在當地公協會、社區大學的共同努力下，透過培訓課程來加深產業的語言能力，讓接待人員能進行基礎的溝通與介紹，滿足遊程的需求。

除了2大階段的語言課程外，協會也預計於11/13期間舉辦感恩節市集，同時邀請各個公益團體到訪，讓經過培訓的人員們能實地用英文解說與介紹。

周淑秋強調，其實在地培訓課程共分為4大階段，從3/6、3/7登場的「秀水鄉導覽人才培訓」、6月份水保局南投分局與參山處的「八卦山生態導覽解說培訓」，到此次的「Fun轉興世界、營造社區英語力」培訓課程，隨著前3大階段穩紮穩打完成後，接受相關培訓的人員們便能放眼年底交通部觀光局的領隊執照考核，藉此提升在地的旅遊接待能力，並以無語言隔閡的方式，將金興社區的旅遊特色完整呈現給外籍旅客所了解，進而促進在地的全面提升。

泰國觀光局攜手東南旅遊舉辦「泰國我想你」

分享泰國菜系特色 同步推薦經典美食不容錯過

撰文／王政 圖片提供／東南旅遊

▲泰國觀光局攜手東南旅遊舉辦「泰國我想你」線上講座。



疫情影響之下，使得國際市場陷入封閉階段，也讓過去年年都會出遊的旅客僅能望洋興嘆，為了讓思念泰國以久的旅客們能解解思念之苦，繼3/19台北場SPA座談會、4/23台中場高爾夫球座談會後，泰國觀光局台北辦事處攜手東南旅遊舉辦「泰國我想你」活動，並以美食為主題，讓消費者與業者們能透過線上直播的方式，輕鬆了解泰國的各式美食。

泰國觀光局台北辦事處處長丁蓉采表示，泰國憑藉著獨特的美食，經常獲得國際的大獎，而目前泰國正積極推動沙河計畫，7/1起有條件開放普吉島國際觀光，而蘇美島也隨即於7月中旬加入。值得一提的是，泰國COVID-19情況管理

中心（CCSA）已批准普吉島沙盒計劃的擴展計劃，以在普吉島和喀比、攀牙府或蘇叻他尼（蘇梅島Plus）的特定地區提供7+7晚的住宿，歡迎全球旅客打過2劑疫苗都可以前往度假。

此次線上座談會中，特別詳細介紹泰國菜的起源，由於位處中南半島的中心地理位置，使得聞名全球的泰國菜開展出十分複雜的菜系，共可分為泰北菜、泰東北菜、泰中菜、泰南菜等，透過魚露、檸檬葉、香茅、蝦醬、南薑粉、辣椒醬等，勾勒出無數令旅客食指大動的美食，期盼隨著疫情逐漸解封後，旅客能夠重拾行李箱，再度前往泰國感受泰國料理的震撼。

喜鴻假期積極轉型 攜手鴻達跨足保經領域

多角化經營 電商、咖啡廳、營地露營車及保險經濟業務

撰文·攝影／張偉浩 圖片提供／喜鴻集團



▲喜鴻假期總經理鄭穆誠（左2）、鴻達保經董事總經理戴欣蘭（左3）、喜鴻集團協理陳東隆（左1）、鴻達保經營業處經理施侑廷（左4）。



▲喜鴻假期總經理鄭穆誠帶領員工重新出發，積極轉型開發全新領域。

更多營收，現在開啟也不嫌晚。等待未來希望在國境開放之後，旅遊跟其他項目可以達到收支平衡，帶領集團繼續走下去。

「喜鴻集團」於8/25正式與鴻達保經簽約，以認購股權方式展開雙方合作。鴻達保經將協助集團設立營業處，透過投資保險產業，深入了解日後出團的保險責任，提供消費者全方位的旅遊保險服務。

在新冠疫情的衝擊下，多數旅遊業者採取接受政府補助，等待國境重新開放的模式。但喜鴻假期總經理鄭穆誠，卻不屈於打擊，選擇成立投資公司，帶領員工從電商、咖啡廳，再到戶外營地露營車及保險經濟等多元業務，打造全方位娛樂服務。喜鴻假期在地經營20年，擁有11萬名旅遊會員，5千家企業會員；鴻達保經由資深產、壽險專業經理人籌組而成，有十多年保險經驗。喜鴻集團針對未來國境開放做準備，率先投入保險市場，希望提供客製化的旅遊保障，使客戶更加安心與信任。

「轉型不晚，業績乘三」 期盼年底達收支平衡

三級警戒以來，喜鴻假期的旅遊收入頓時歸零，但早在去年7月，喜鴻假期就開始積極準備轉型，長期抗戰新冠疫情帶來的衝擊，除了籌備電商平台，上架多樣商品，讓銷售額從初期的200萬，到現在持續有400~500萬的營收，更期待不斷突破。此外，喜鴻投資在半年前開始與鴻達保經洽談合作、喜鴻育樂積極開發露營車及露營地，提供奢華新奇的住宿體驗，以及即將在9月開幕「咖啡·候機室」咖啡廳，讓喜鴻多角化經營。

鄭穆誠表示，「轉型不晚，業績乘三」，這是他給自己與員工的期許，以及其他旅行同業的忠告，目前國際尚未開放，一定要有所作為，才能讓自己有

鴻達協助開設專業課程 輔導同仁考取產、壽險認證

鴻達保經董事總經理戴欣蘭表示，喜鴻與鴻達的結合並不是偶然，對於鴻達來說，旅遊平安險與旅遊責任險是一塊很大的市場，雙方的結合是將其縱向效益放大，發揮1+1大於2的產能。喜鴻集團協理陳東隆則指出，雙方已展開第一階段計畫，鴻達協助開設專業課程講座，輔導同仁考取產、壽險認證執照，喜鴻則以補貼報名費用及銷售獎金來鼓勵員工考取證照，希望明年初能夠掛牌營運服務客戶。

喜鴻集團除了旅遊本業與最近的保險營業處外，喜鴻購物則開創多種商業模式結盟，更推出自有品牌—喜鴻嚴選；喜鴻餐飲經營咖啡廳。鄭穆誠則強調，展望未來，喜鴻將會在全台開設25~30

家的實體店面，成立複合式商店，結合集團產業鏈一同提供旅遊諮詢與餐飲服務；包括旅遊、保險銷售，以及咖啡廳，同時也是電商平台到店取貨的樞紐，旅客能享受一站式的服務。



▲喜鴻集團於南投投入樹村投資豪華露營車。



▲自有品牌—喜鴻嚴選，推出多樣好物銷售。



圖片為示範料理，提供烹飪參考

暖心鍋物

中
秋
團
圓

讓歡聚更有溫度

極品煲湯組

《神雞妙蒜黑金煲湯》× 1
《蔘雞蓬勃元氣煲湯》× 1
《狗尾神通養生煲湯》× 1

3入

\$1,980元

《神雞妙蒜黑金煲湯》× 2
《蔘雞蓬勃元氣煲湯》× 2
《狗尾神通養生煲湯》× 2

6入

\$3,600元

極品牛肉鍋組

牛肉鍋+精選滷味 \$2,180元

牛肉鍋：頂級厚切牛肉塊、黃金牛肉湯、紅寶石番茄湯
精選滷味：牛腱 150公克 | 1份 | 牛肚 150公克 | 1份 |
牛筋 150公克 | 1份 | 豬耳朵 150公克 | 1份 |

牛肉鍋+家常寬麵+精選滷味 \$2,380元

牛肉鍋：頂級厚切牛肉塊、黃金牛肉湯、紅寶石番茄湯
家常寬麵：1包5片
精選滷味：牛腱 150公克 | 1份 | 牛肚 150公克 | 1份 |
牛筋 150公克 | 1份 | 豬耳朵 150公克 | 1份 |

