

TRAVEL RICH

旅奇週刊

2022.05.23 出刊 每週一發行

VOL. 702

彰化縣旅遊產業協會促進**城鄉發展** 邀您看見**隱形冠軍**的魅力

持續整合彰化
在地各產業

從多元角度
挖掘在地之美

讓農業大縣
邁開大步



彰化縣旅遊產業協會

黃昱哲 副理事長

彰化縣旅遊產業協會

吳睿麒 理事長



▲台灣優格食品總經理吳睿麒。

致力Earning 台灣優格食品總

踏進宛如魔法城堡般的餅乾觀光

作為匯集了無數隱形冠軍的縣市，農產、製造業盛行的彰化縣，一直擁有超乎想像的亮點隱身其中，甚至有時候看似外觀尋常的公司，可能就是一個享譽全球的企業。於2015年成立的彰化縣旅遊產業協會，便匯集了許多在地的佼佼者，現如今肩負重任的靈魂人物，便是台灣優格餅乾學院總經理吳睿麒。

位於彰化縣線西鄉的「台灣優格餅乾學院」，自2014年成立，2015年參觀人次已破百萬，成為全台最熱門的觀光工廠之一，他們不僅將數十年的餅乾製作經驗，用輕鬆有趣的方式帶給民眾，更在家鄉打造一棟充滿魔法風格的城堡，推動改善當地生活與基礎建設，一點一滴地讓台灣優格餅乾學院成為在地的驕傲。

台灣優格食品股份有限公司—**台灣優格食品總經理吳睿麒**，出身於養鴨人家，從小就跟著兄弟姊妹幫忙家裡賣蛋的生意，在他印象中，會走就得幫忙推車，會騎腳踏車就開始幫忙送蛋，有著與一般人不同的童年辛苦回憶。到了求學階段後，吳睿麒國中畢業後便開始半工半讀，常常送蛋到麵包店的他，對此有著一份親切和感情，所以毅然決然投身其中，開啟學徒生涯，自此與烘焙業結下不解之緣。

秉持著「一輩子只做好一件事情」的信念，吳睿麒累積了長達數十年的糕餅行業經驗，匯集堅強的研發團隊，於1998年成立台灣優格食品股份有限公司，開始打造理想中的烘焙王國，一路走來不斷的創新研發，從喜餅代工到麵包店、從研究烘焙機器到代工餅乾、從兩人工廠到百人大廠，不僅產量持續提升，更代工了市面上許多知名的食品，成為食品界舉足輕重的企業。

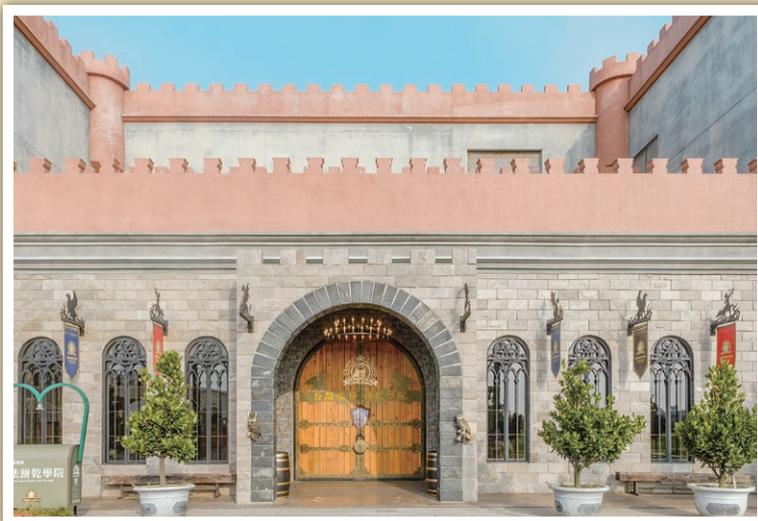
讓食品安全被看見 親子同遊的觀光工廠誕生

為協助傳統產業轉型，並導入製造及服務複合經營模式，經濟部自2003年起積極輔導國內傳統工廠轉型兼營觀光服務，更於2013年起推動「國際亮點觀光工廠」評

選，為台灣傳統製造業開創嶄新格局。

而過去便期盼讓食品安全的概念落實於大眾的吳睿麒，也搭上了轉型的列車，在兼顧本業之外，於2014年成立台灣優格餅乾學院這個適合親子同遊的好地方。宛如暢銷小說「哈利波特」，台灣優格餅乾學院就如同一座魔法城堡聳立於線西鄉，透過魔法廊道、魔法森林、魔法實驗室，以及魔法福利社等充滿趣味的規劃，搭配著透明的生產線分享製作過程，讓餅乾知識無形中傳遞給消費者，也讓更多人對於台灣食品安全添增信心。

如同名稱「優格」一樣，只做優質有格調的餅乾，在台灣優格餅乾學院中，旅人們能開啟一趟關於餅乾、食品安全的學習之旅，看得到、聞得到、吃得到、玩得到，還可以動手做得到。也因為豐富的設定，不僅吸引著無數大小朋友到訪，更成為校外教學的好去處。



將回饋在地作為自身責任 持續投入營利照護弱勢

然而不同於許多公司經營者的思維，轉型是為了追求更大的獲利，吳睿麒反而將台灣優格餅乾學院作為一個以「共好」為出發點的平台、實現企業責任，不僅藉由這個亮點帶動人潮走入家鄉、創造在地循環經濟，更年年將學院所帶來的利潤，轉而投入公益，照顧更多弱勢族群。這了理念持續多年，即使過去幾年面臨疫情的

體驗課程



造型餅乾DIY

時間：體驗60分鐘

費用：150元/份，可1名體驗



果醬餅乾DIY

時間：體驗90分鐘

費用：200元/份，可1名體驗

餅乾手作課程：

從麵團到每塊餅乾的製程全教學，簡單有趣的烘焙課程，讓大家自己動手做、自己動手包裝，帶大家初步認識烘焙，以寓教於樂的方式讓孩子自我探索，更透過香噴噴的餅乾成品，獲得滿滿的成就感。

To Give 理念

經理吳睿麒用公益改變在地

工廠 台灣優格餅乾學院讓親子客群開啟一場關於餅乾、食品安全的學習之旅



▲台灣優格餅乾學院餅乾魔法師。



▲台灣酷奇號小火車，相當吸睛。



▲台灣優格餅乾學院相當受到親子客群歡迎。

衝擊造成學院的到訪人次下降，他仍然義無反顧的持續將營利投入，讓公益事業持續進行、不致面臨斷炊。

提到公益便神采飛揚的吳睿麒，將回饋在地認為是自己的責任，更是他經營企業的最大動力之一。吳睿麒特別舉例，小孩無法選擇原生家庭，但大多時候弱勢家庭的小朋友，往往因為缺乏全面的照料，可能結交壞朋友、染上惡習，最終走上歪路，當出社會時，反而需要投入更多社會資源與成本才有機會導正他，那為何不從源頭就做起？

為了落實地方照料，吳睿麒10多年來每年都投入上百萬元資助鄰近3所國小、國中的弱勢學生，透過課後輔導的安排、晚餐的照顧、棒球隊的成立等多元方式，將這些弱勢

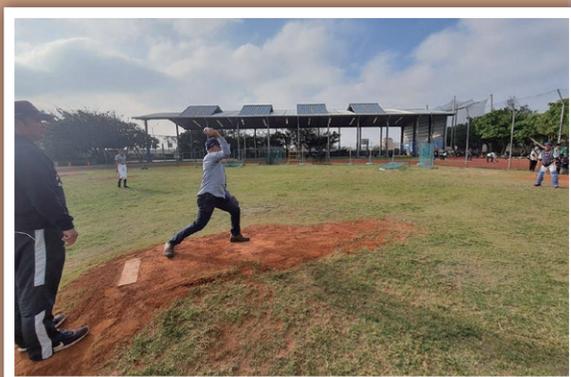
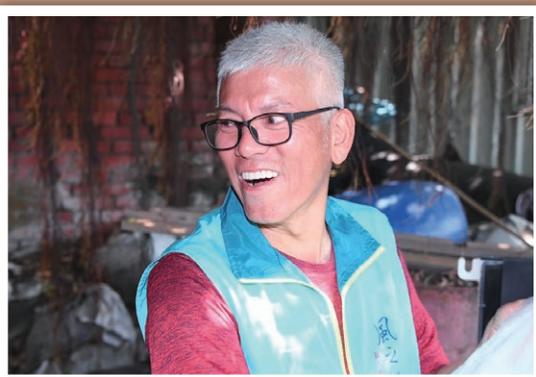
學童們的大量時間都鎖定在學校，確保他們能在安全的環境中消耗大批精力，在只有學業的單純生活中平安長大。

不僅如此，他更號召了企業家們一起進行弱勢老人照顧，針對線西鄉的獨居老人們，在吳睿麒的熱情感召下，這些家底雄厚的大老闆紛紛挽起袖子，走進弱勢老人的家，親自搬運物資、幫忙打掃環境與衛生、關心老人生活起居，甚至過年陪同圍爐等，成功將溫暖注入當地。

此外，吳睿麒還將目光放到需要被看見的青農身上，他與團隊們攜手彰化縣青農協會不斷腦力激盪，將在地的產物轉換成熱門活動，以此獲得更多人關注青農。如風大的線西鄉，在過去常常便位列全國

洋蔥生產第一的寶座，卻鮮為人知，為此他們特別推出「彰化洋蔥節」，邀請大小朋友跟著青農走進農地採摘洋蔥，再透過簡易的料理方式製作成洋蔥圈、餅乾或各種洋蔥料理，最後還能帶著25公斤的洋蔥回家，動手做加上整天沐浴於洋蔥的香氣中，讓活動推出便經常秒殺，也讓更多人開始走進當地。

從打造一個充滿趣味與寓教於樂的魔法城堡，到營利通通挹注到公益事業中，扶持弱勢族群，同時帶動在地青農被看見，吳睿麒用餅乾讓眾人看見，只要前進的方向是對的，鄉間小路也能走出康莊大道，偏鄉的餅乾也能賣到全世界。



▲在台灣優格食品總經理吳睿麒的率領下，越來越多人投入公益事業，一起用愛心關懷弱勢團體，讓線西鄉持續提升。

特色產品介紹

天然奶油蝴蝶派

派類量產需要獨到的技術，水分、火候、造型的控制都是關鍵，台灣優格是國內少數能夠大規模生產派類產品的領導廠商，台灣約有三分之一的派來自台灣優格。



福氣紅書包、魔法文創書包

結合彰化縣線西在地學校的書包外觀，以類書包的形式設計，書包可重複使用，攜帶可自由調整成符合自己的長度。書包的背面將餅乾學院核心3大任務：教育、環境、地方共好的作為和理念帶給大家，更希望透過餅乾學院的餅乾，在學習的道路上，不會因為飢餓而停下腳步。

Abbey Road經典奶酥鐵盒



酥鬆扎實的口感大小朋友的喜愛，透過嚴格的原料篩選與比例的掌控，讓奶油的香氣自然呈現，香濃微甜不膩。



三代親子同遊的 全台唯一木皮板

青年返鄉深耕在地 多

對於親子客群而言，能在玩樂的同時，更能擁有寓教於樂的天倫之樂相處時光，將更添增前注意願；而該客群所帶動的強大需求，也讓越來越多旅遊目的地紛紛投入親子旅遊市場的經營。位於鹿港彰濱工業區的卷木森活館，不僅是爸爸媽媽帶小孩知性出遊的最佳選擇，全館DIY木質手作的木拼板，更是銀髮族爺爺奶奶動手傳遞智慧的好場域，因而成為三代親子出遊到訪彰化時最熱愛的旅遊景點之一。

◀卷木森活館總監黃昱哲、王舒紅夫婦一手打造充滿寓教於樂的文創天堂。

▶將生硬的木材，轉換為充滿趣味的作品，是卷木森活館的最大特色。



提升戶外遊憩的氛圍與教育意義。

不僅如此，強調「動手做」的概念，卷木森活館將木皮板透過電腦繪製出圖、雷射切割，作成一個個可拼製的材料，讓親子一起動手作。尤其在電子產品盛行的年代，孩童接觸3C的年紀越來越小，透過充滿趣味的手作DIY，可以讓小朋友們暫時放下手機與平板，在敲敲打打與組裝之中，僅需要10幾分鐘，便可以製作出小車、存錢筒、動物，甚至會動的機器人，讓他們獲得樂趣與成就感。

除了透過場域來宣揚，卷木森活館也走進校園，於2019年起推出「森活小學堂」的公益活動，深入30所小學，並送出多達11,343份的玩具，即使遭逢疫情衝擊，仍持續於公益的投入，希望從小耕耘與栽培，將理念傳遞給小朋友。



身為全台唯一的木皮板觀光工廠，「卷木森活館」不論在樹木的專業知識供給、體驗的豐富性與趣味性，到商品的多元性等，都擁有旁人難以企及的優勢。企業本身為以木材採購營運起家的製造工廠，但有感於人類長期大規模的開發、造成地球資源持續破壞與浩劫，創辦人—總監黃昱哲毅然決然於2016年投入觀光工廠行列，籌備了2年後，於2018年正式於彰化鹿港的彰濱工業區，推出寓教於樂的文創觀光殿堂—卷木森活館，期盼透過導入觀光產業的模式，進一步推廣實木皮的實用性。

卷木森活館總監黃昱哲表示，卷木的母公司為中國大陸品牌龍頭—大中集團旗下的「合室家建材有限公司」，擅長協助建材裝修，規劃打造融合自然、美感獨具的家園，同時傳遞尊重生態的企業價值。

在生活中都離不開木頭，然而過去為了追求攀比，許多人無不希望用原木來製造家具，然而製造過程卻因此浪費了許多木材。而「卷木」的概念，是將木材削成數萬張比紙還薄的木皮，具有高度的彈性，能包覆在各種物品上，不僅延展性好，同樣也擁有木頭獨有的自然紋路與天然木香，加上溫潤的觸感，不輸給原木，因而深受消費者喜愛。

秉持著「長材不短用 優材不劣用」的企業理念，為了追求完美，團隊特別前往

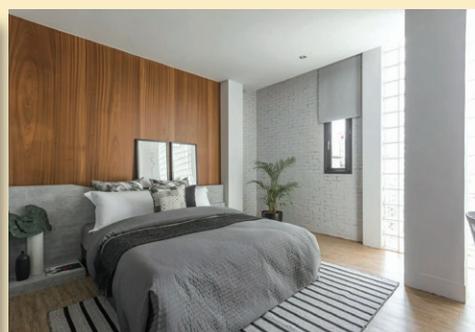
非洲喀麥隆挑選名貴的木種進行加工，透過後續的加工，充分使用到整支原木，完成的作品不僅同樣美觀，也能解決森林大規模損耗的問題、達到環保的訴求，創造雙贏。

而卷木森活館的3大核心，便是產業主題、知識教育，以及觀光服務，透過卷木皮的相關文化內涵，搭配卷木的專業知識與森林保育概念，到DIY體驗與餐飲休憩服務等，成為抓住旅客目光的最佳誘因。

從娛樂中學習 動手做更有趣

為了讓生硬的木材，能轉化為軟性的知識，強調文創觀光的卷木森活館，特別以充滿趣味的故事與闖關導覽的模式，讓小朋友在遊樂中，便順道汲取愛護森林、環保的議題與相關知識。

而在戶外空間部分，在強調友善環境的理念下，卷木森活館特別增設了木棧道、多元植栽，以特色植栽的知識走廊概念，



◀持續突破創新的卷木森活館總監黃昱哲，積極投資彰化在地旅宿品牌「華宿」，期盼透過拋磚引玉概念，讓更多投資人有信心在彰化投資觀光未來發展，翻轉彰化過去面臨住宿量能不足的問題。

寓教於樂天堂

觀光工廠——卷木森活館



角化拓展旅宿產業 用觀光創客思維翻轉彰化在地觀光面貌



▲作為彰濱工業區最年輕的卷木森活館，團隊也是由一群年輕人組成，以獲得旅客的笑容與肯定作為堅持目標。



◀透過趣味的方式，讓到訪的旅客在無形之中，也能汲取到相關專業知識與環保的重要性。

卷木森活館 觀光工廠

地址：彰化縣鹿港鎮工業東三路6號
預約電話：(04) 781-2018

積極拓展服務觸角 文創園區、高級住宿滿足需求

除了在本業深耕並延伸到文創觀光領域外，卷木森活館更積極拓展服務觸角，包括攜手經營團隊得標位於彰化市扇型車庫旁的「戶羽機關車園區」委外經營權，預計將引入餐飲、文創商品，還有鐵道主題活動，以此活化在地觀光產業。

此外，近年團隊更規劃投資彰化在地旅宿品牌「華宿」，分別於彰化市區推出行館、松館，以及線西鄉的西濱快宿等文創旅館與民宿之旅宿空間。期盼透過拋磚引玉概念，讓更多投資人有信心在彰化投資觀光未來發展，並期許吸引更多青年返鄉加入在地民宿產業，翻轉彰化過去面臨住宿量能不足的問題。

此外，黃昱哲更看好彰化未來「運動觀

光」的發展，如位於彰化市體育場旁的松館，未來計畫結合職業運動主題打造人文旅店，白天能一覽優美山景，晚上則是欣賞彰化市區的夜與美；位於線西61快速道路旁的西濱文旅，緊鄰伸港自然生態教育中心，周邊除豐富的自然生態資源，一旁的慶安水道更是可發展時下最流行立式划槳、泛舟等水上活動最佳場域，可望成為沿海最吸睛的話題旅店。



▲卷木森活館提供美味的餐點與咖啡等飲品來滿足旅客挑剔的需求。



▲卷木森活館2019年起推出「森活小學堂」的公益活動，深入30所小學，並送出多達11,343份的玩具，希望從小灌輸環保的概念。



5月~6月

彰化年度盛事

鹿港慶端陽 揭開節慶旅遊序幕



一年一度端午節即將來臨，活力四射的龍舟大賽與傳統慶典活動成為端午盛事，彰化縣「鹿港慶端陽系列活動」更是台灣觀光年曆中國際級節慶活動！鹿港擁有中部地區唯一能舉行大型龍舟賽的河道，至今已有40多年文化祭典的「龍王祭」為「鹿港慶端陽系列活動」揭開序幕，為讓龍舟競賽順利舉行，每年於慶端陽賽龍舟前，均會恭迎龍山寺「龍王尊神」繞境，並迎同天后宮「水仙尊王」前往龍舟競賽場地護持，保佑賽事平安圓滿，是全台特有的民俗儀式。

名列全國十大節慶活動的「鹿港慶端陽活動」，也是全台舉辦最悠久且規模最大的端午節慶活動，每年皆推出一系列精彩項目傳承慶典精神，包含龍舟賽、鹿港民俗節慶活動、小鎮光影藝術節等方式來歡度端午佳節。2022年因應疫情取消了「國際龍舟競賽」，仍有重要文化項目「傳統戲曲表演」及「魯班公宴」延續鹿港百年小鎮的地方文化，更在鹿港鎮周邊佈置了絢爛的光影藝術，點亮夏日夜晚，期許讓來彰化的遊客徜徉文化古蹟之美，感受鹿港小鎮的熱情魅力。此外，更歡迎全台鄉親蒞臨鹿港兩天一日遊，住一晚，繼續玩，鄰近還有彰濱觀光工廠等各項熱門景點，好吃、好玩、好看、好買！



2022鹿港慶端陽-小鎮光影藝術節

隨著端午節來臨，除了慶端陽系列活動外，在鹿港老街、鹿港溪，也精心安排小鎮光影藝術節，透過街邊特別造型燈飾、絢爛佈置設計，點亮鹿港，溫暖您我的心，展覽期間一起來鹿港走走，嘗美食、遊古蹟、玩民俗！



- ◆ 日期：06/02~07/17
- ◆ 時間：19:00-22:00
- ◆ 三大主題燈區：龍耀端陽、曙光再現、端午賽龍



Travel Changhua 探索彰化的美好



彰化旅遊資訊網

愛玩彰化

安心旅遊趣!

7月、8月

打卡白色海豚屋 擁抱海洋·與海對話



彰化建縣即將300年，除了美食、花卉、蔬果、人文古蹟，更擁有豐富海洋文化資源，海線風光美景紛呈！隨著夏季即將來臨，彰化縣著手推出「擁抱海洋·與海對話」系列活動，期許透過海洋生態教育推廣，搭配「彰濱～海FUN一夏」戶外遊憩活動，讓更多遊客體驗、感受彰化水上活動魅力，挖掘彰濱周邊沿線景點、海鮮美食、觀光工廠、家庭旅遊等元素，呈現彰化縣旅遊的多元樣貌。

提到彰化西濱海岸線，除了有許多隱形冠軍企業進駐外，沿著海線有許多私房景點，像是美稱「白色海豚屋」的彰化縣自然生態教育中心、玻璃媽祖廟、觀光工廠群（興麥蛋捲烘焙王國、緞帶王、臺灣優格餅乾學院、卷木森活館、白蘭氏健康博物館...），從北玩到南，順遊伸港、線西、鹿港、福興，還有全新落成海線最夯的芳苑濕地紅樹林海空步道，面積遼闊的濕地潮間帶、紅樹林、彈塗魚、水筆仔、大杓鷗、黑嘴鷗等生態資源，站上蜿蜒的步道，一覽夕陽、蚵田風光，還可一睹全台獨有「海牛」文化（搭牛車採蚵），別忘了大啖生猛海鮮美食，是週末假日輕旅行生態觀光旅遊的好選擇！

今年夏天，彰化縣政府也在彰化縣自然生態教育中心周邊慶安水道，推出首屆「彰濱海FUN一夏」親水活動，將包含SUP立槳、獨木舟體驗，搭配淨灘、生態導覽、海洋生態教育課程、海洋廢棄物藝術創作，整個暑假來彰濱戲水、認識海洋生態，徜徉大海教室！

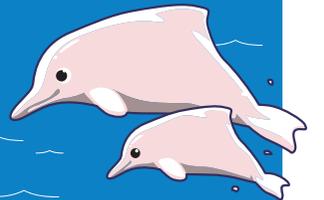


彰化好水 夏日消暑計畫啟動!

面對炎熱酷夏，最沁涼的消暑活動就到彰化玩水吧！為慶祝建縣300年，特別規劃「擁抱海洋·與海對話」，從一系列海洋生態教育活動，讓更多遊客認識西濱，將於7月～8月推出「彰濱海FUN一夏」活動，兼具水上嬉遊、生態保育、濕地教育等多個主題，大手牽小手，一起讓這個夏天充滿藍色海洋回憶。

擁抱海洋·與海對話 時間 6月～10月

- 1.海洋生態主題展覽**
以濱海鳥類特色、白海豚為主題的展覽
- 2.海洋生態保育體驗影片**
認識白海豚，海洋生態為主題教育體驗
- 3.海洋生態教育課程**
宣揚藍色海洋文化並推廣環境教育



彰濱～海FUN一夏 時間 7月～8月

- 1.海洋教育體驗營**
提供濱海生態探索之旅、淨灘活動
- 2.海洋廢棄物藝術創作**
以海洋廢棄物再利用之藝術創作課程
- 3.海洋教育親子系列活動**
將海洋教育與科技結合體驗
- 4.在地文創及手作良食市集**
邀請海洋文創及鄰近鄉鎮食品業者展售
- 5.慶安水道水樂園 (7月周休假日舉辦)**
SUP立槳、獨木舟體驗



花在彰化 好禮一把抓

振興經濟、彰化加碼方案，民眾憑消費滿200元以上的發票、免用統一發票

收據或台灣pay消費明細，只要於111年6月30日前，於「花在彰化，好禮一把抓」活動網頁登錄（另點開新視窗），即可參加111年7月抽獎機會，最後一次抽獎獎項更多更豐富，歡迎大家花在彰化。





國境開 瘋旅遊

竹北體育館

7/1-7/4

新竹最大旅展

● 全台第一檔國際旅展在新竹

2022 新竹夏季

國際旅展 伴手禮展

同步展出

航空公司/品牌旅行社
出國行程、機票、旅宿、餐券
挑戰市場最低價!!



4

限時4天



展出內容

海外旅遊區

跨國旅遊、跳島旅行、郵輪行程、潛水、浮潛、泛舟行程。

寶島旅遊區

縣市政府景點推廣、國家風景區、國內遊樂園、親子飯店、溫泉飯店、博物館、民宿、老街、景點商圈、觀光工廠、部落旅遊。

戶外休閒區

露營用品、戶外衣物、穿戴設備、溯溪行程、祕境探險、露營車。

星級餐飲區

飯店餐券、人氣小吃、養生甜品、大師咖啡、手搖飲品。

旅遊用品區

行李箱、旅遊保養品、飯店用品、行李吊牌、手機充電用品。

伴手禮名品區

各地景點伴手禮、特色名產、食品。

參展費用

攤位類別	規格	參展費用	早鳥費用
標準攤位	3公尺(長)X3公尺(寬) =9平方公尺(約 2.72 坪)	NT\$36000	NT\$33000
空地攤位	3公尺(長)X3公尺(寬) =9平方公尺(約 2.72 坪)	NT\$33000	NT\$30000

(以上報價皆為含稅價格，雙邊角落攤位另收 NT\$3000 元)

■ 新竹市旅行商業同業公會 招商專線 0932-116-272 (03)526-1075

■ 展源國際有限公司 招商專線 0920-283-481 (03)346-6692

指 | 導 | 單 | 位

Taiwan THE HEART OF ASIA 交通部觀光局 Tourism Bureau, MOTC

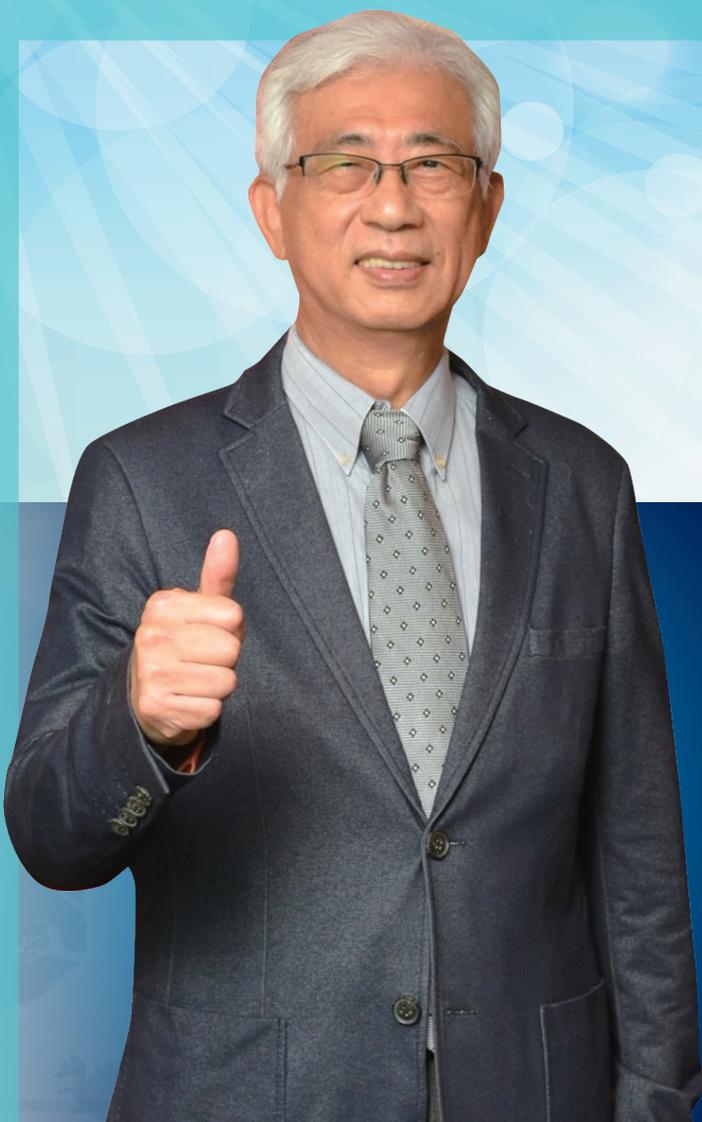
新竹縣政府 HsinChu County Government

新竹市政府 Hsinchu City Government

主 | 辦 | 單 | 位

新竹市旅行商業同業公會 Hsinchu Association of Travel Agents

展源國際有限公司 Zhan Yuan International Co., Ltd.



陳盛山

打造 台灣觀光圈 的先驅



「中台灣觀光推動委員會」帶動在地觀光邁開大步
7縣市、700萬人口建構龐大內需市場 以中進中出走向國際

台灣第一個跨域最廣的觀光聯盟 中台灣觀光推

台中市集結中部6縣市 苗中彰投雲嘉嘉形成700萬人口龐



▲中華科技大學航空運輸研究所教授陳盛山。

以過去、歷史為借鏡，可以作為了解現在、放眼未來的利基點，觀光產業亦是如此，過去便有許多實例值得作為教案，能成為台灣邁向後疫情時代的參考實例，尤其當邊境開放在即，各縣市政府乃至中央該如何重新擁抱國際旅客，都是關鍵。為此，《旅奇週刊》特別彙整過往的案例，以古鑑今，期盼提供各界作為行銷推廣的參考。

目前在全台正如火如荼的觀光圈及產業聯盟，是由中央機關的交通部觀光局發起，以國家風景區管理處作為平台，整合了轄區內外的各個觀光產業鏈，以此重新型塑在地、全面優化，作為放眼未來國際入境的利基點。

在中央機關正式跳下來執行前，回顧各縣市政府的國際行銷，大多習慣於單兵作戰的模式，然除非坐擁首都圈、國際機場或是全球知名景點的先天型優勢，否則受限於人口、軟硬體設施等問題，讓許多縣市在國際推廣都相對辛苦。

為此，苗、中、彰、投、雲、嘉、嘉7縣市特別攜手成立「中台灣觀光推動委員會」，以聯盟的方式打群架，不僅坐擁台中國際機場、台中港等對外門戶，更擁有高達700萬人口的龐大市場，聯合向外行銷，也成為在台發展觀光圈這種區域聯盟的最早雛形與概念。

卻獨木難支，因此他以全球化的思維觀察，思考如何讓人流與航線達到點對點的串聯，從航空網絡到人流進出都通盤規劃，找出周遭能串連的各縣市進行統合。

在共同目標之下，加上陳盛山的居中串聯，讓中部7縣市攜手成立推動委員會，彼此放下成見一同推廣，更讓轄區內的相關的產業界相互串聯，成功從政府單位跨到民間，打造出完整的觀光供應鏈。

從2015年燃起希望 中台灣區域聯盟雛形出現

「中台灣觀光推動委員會」的最早雛形，是在2015年底來台旅客正式突破千萬的時空背景下，龐大的市場讓中台灣各縣市開始蠢蠢欲動。隨著陳盛山的登高一呼，7縣市在2015年底透過大型活動正式宣布攜手合作，以「中進中出」為



▲中台灣觀光推動委員會於2016年正式成立，從中彰投開始，逐步擴建成7個縣市的大型區域。



▲2016年中台灣觀光推動首個DMO組織與日本中MOU合作。

《旅奇週刊》專訪當時的推手——時任台中市觀光旅遊局局長的中華科技大學航空運輸研究所教授陳盛山，他表示，會促成這個聯盟的成立，最大原因在於各縣市都想加大到訪的人流、帶動經濟效應

訴求，透過資源串聯與互補打造中台灣觀光旅遊平台，推出8大黃金遊程。

而進出的關鍵，便是搭配台中國際機場逐步新闢的航點，如東京成田、名古屋、大分、青森、鳥取、首爾仁川、河內、曼谷、及中國大陸成都、南京重要城市等，以此放眼未來的海內外行銷，瞄準百億元的觀光商機。

2016年建構700萬大型區域 讓國際開始重視中台灣

為了落實「中進中出」的概念，2016年台中、彰化、南投3個鄰近的縣市率先整合，將原「中彰投觀光推動委員會」，正式改為「中台灣觀光推動委員會」，促成台灣最早的跨域觀光聯盟亮相，一同商議如何透過委員會來行銷與包裝商品，放眼東北亞、東南亞、中國大陸、港澳等4大市場。隨著，在陳盛山的積極奔走下，包括苗栗、雲林、嘉義縣市也紛紛加入，讓聯盟更為完整。

對於會推動「中台灣觀光推動委員會」的初衷，陳盛山指出，唯有擴大合作範圍，增加觀光流量的基礎，才能支撐起中台灣的旅遊和航空路線；同時，也將加強中台灣航空和郵輪的發展，進而實現「中



▲中台灣觀光推動委員攜手南台灣觀光產業聯盟簽訂MOU，將中進中出擴大到南台灣。

動委員會用「中進中出」帶動在地觀光邁開大步

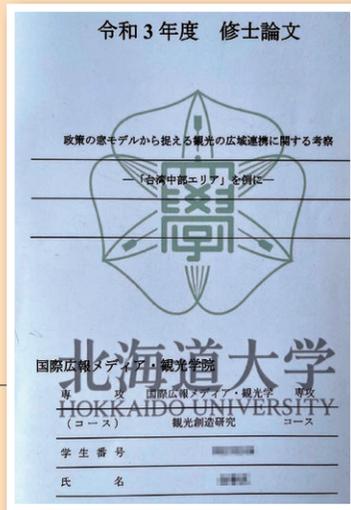
大內需市場 以機場、港口作為對外門戶 攜手走向國際



委員會寫下里程碑，成為台灣廣域觀光推進協議會簽定



▲日本九州觀光推進機構與中台灣觀光推動委員會簽訂友好交流協定。



▲日本中部廣域推動協進會是環顧日本各大觀光聯盟(DMO)中，最為完整的觀光推進機構，願意與中台灣簽約，象徵著中台灣7縣市的推廣力量備受認可。

「中進中出」目標。

從苗栗開始一路到嘉義的7縣市，坐擁著近700萬人口，加上觀光景點多元、深度，能從一級產業串連到二、三級產業，讓遊程豐富度大為提升，對於國際客具有強大的誘因。隨著國際旅客從台中國際機場進入後，便能以輻射的方式前往交通距離都相對近的聯盟各縣市，達到相輔相成的效果。

也因此，當陳盛山以7縣市的主任委員身分出馬洽談航線開拓等事宜，自然能讓各國際城市更為重視，也更能輕易解決7個縣市原先單兵作戰所遇到的各種問題。

2016、17年正式走向國際與日本簽訂合作備忘錄

觀察「中台灣觀光推動委員會」的國際推廣，最具代表性的莫過於與日本中部廣域觀光推進協議會(昇龍道)的合作，雙方於2016年簽訂「觀光友好交流備忘錄」MOU，同時台中國際機場與名古屋國際機場簽署合作備忘錄，象徵日本中部廣域地區2,400萬與中台灣700萬人口的觀光大結盟。

由於當時台灣赴日旅客數達380萬人次，日本訪台則有160萬人次，顯示出雙邊的合

▶日本北海道大學國際傳播觀光學院石黑侑介教授指定碩士論文研究，將台灣中台灣觀光聯盟與日本昇龍道中部觀光聯盟合作為研究個案。

作逆差，透過台日中部的相互合作，讓台日的新交流從中部對中部展開，直接引入日本旅客抵達台中、走進中台灣。

隨後，中台灣觀光推動委員會於2017年3月份與日本九州觀光推進機構簽訂「觀光友好交流協定」，將擴大中台灣與九州的綠色觀光、生態旅遊等主題旅遊。同年，更將觸角深入東北，與東北地區觀光推進機構簽訂MOU。透過與3個在日本各大觀光聯盟(DMO)中，最為完整的觀光推進機構合作，不僅象徵著中台灣7縣市的推廣力量備受認可，對於彼此之間送客、合作都有長足的意義，也將中台灣與日本的對接，從中部、九州、東北區域一次囊括。

從官方出發卻接地氣 讓產官學願意無私整合

剖析「中台灣觀光推動委員會」能成功的關鍵，在於各縣市願意放下過往的競合關係，由官方的執行力串聯其中，最重要的是負責召集的關鍵人士不僅擁有一定的話語權與專業度，更需有熱情與能力，才能促使各界齊心、真正落實DMO的概念。

其次，官方與產業界、學界能相互認同、合作，官方熟悉與理解旅行社的需求，讓業者能願意配合，而非公部門自己喊得震天，業者卻無動於衷。

中台灣觀光推動委員會因為了解市場的需求，先訂定出「中進中出」的大框架，對內，積極整合產、官、學界，

如何用中進中出創造中台灣新猷

中台灣觀光推動委員會以中進中出為主軸，透過盤點、開航、打造新興活動，逐步加大影響力，要創造這個成功模式，需有幾個關鍵，包括：

1. 亞洲國家首都機場航網開關。
2. 國際旅客入境。
3. 引導國際旅行社團散客分流入境。
4. 成立區域聯盟。
5. 盤點跨縣市區域觀光資源。
6. 三級產業劃分：農林漁牧、製造業、服務業資源。
7. 區域遊程分流細分項。
8. 觀光產業鏈整合—食宿遊購行、人文地產景
9. 客製化好奇體驗享受遊程設計。
10. 海陸空航網路網建構完整性。
11. 評估區域聯盟旅遊環境完善及產值效益。
12. 聯合區域聯盟國際行銷每年計劃與活動。
13. 跨縣市年度重大觀光主題活動聯合引客引流。



▲透過中進中出的模式，陳盛山將7縣市整合成一個大群體，龐大的內需市場讓各個重要旅遊城市高度重視，也成功開闢與中台灣的交流史。

讓觀光圈擁有自主性法人身分 才能落實DMO的角色與功能

予常態性地方觀光推動組織

實現獨立性財務 才能讓觀光圈永續發展

隨著交通部觀光局所推動的「觀光圈及產業聯盟」邁入第2階段，除了過去的7個國家風景區管理處所推動的10個觀光圈及產業聯盟外，今年更訂定其餘的6個管理處也要加入推動的行列，觀光局特別透過「Tourism2025—台灣觀光邁向2025方案」，編列2億元的預算投入13個管理處，透過多點開花的方式，讓觀光圈持續滾動在地的觀光熱度。

其實觀光圈的本質，框架便是許多國家行之有年的DMO（Destination Marketing Organization，目的地行銷暨管理組織），最早可追溯到19世紀歐美發展的「目的地服務（destination services）」。

然而端看日本與歐美的作法，雖然因為國情、需求導致DMO結構不盡相同，但都擁有幾個共通點，包括明確的市場區隔、目的地管理策略、獨立且穩定的資金規劃、專業人才協助，以及最至關重要的關鍵—法人地位。

作為台灣觀光圈的借鏡，我們能看出在獨立且穩定的資金規劃，以及法人地位這2個區塊，是台灣的觀光圈目前尚待提升的部分。前者對於當前的觀光圈推動者來說是非戰之罪，應歸類在觀光圈仍屬草創階段，因此未能發展出真正營利的商業模式，只能先依靠政府的奶水供給；但後者方面，卻尚未看見官方所給予的措施，而這些癥結點，未來可能將衍生出許多的問題。

以「法人」角色來看，日本的做法是規範DMO組織申請資格須為政府、民間合作成立的法人團體，再依計畫執行成果，政府審查全面通過，如是否有穩定資金、商

業模式等，才能從候補轉為正式的DMO法人組織。

反觀台灣的作法，卻區分為業者籌組觀光圈組織、主管機關作為輔導與監督角色；或是由管理處作為主要推動者，攜手專業團隊一起翻轉在地。然而缺少嚴謹的社團法人組織概念，有時候反而讓觀光圈形同如同政府標案一般，以期限性、特殊目的性，成為季節限定性推廣組織的概念，而因應計畫需求而生的協會，可能面臨未來政府資源縮手時，因為缺少資金來源變成一盤散沙。

此外，資金來源部分，可以從國際的DMO作為案例，獨立財源對於觀光圈來說至關重要，唯有獨立且持續性的活水，才能讓觀光圈能持續滾動在地，甚至在政府只供應部分預算時，DMO仍能穩定運營。

理想狀態是該組織創造自主的商業模式，由民間與官方提供部分預算，DMO組織負責盤點、分析、行銷、吸引旅客到訪，進而創造在地經濟的提升，而部分營收則是能反饋到DMO，作為組織順暢運營的主要資金來源。或是由DMO成立旅行社或負責景點門票收取，更甚者是讓觀光客繳交一定的「城市稅」，作為DMO維護觀光資源的財源。但對照台灣的觀光圈，目前仍著重於行銷推廣，僅有幾個單位已開始嘗試商業模式的運行，長遠來看將成為影響觀光圈是否持續運營的問題之一。

DMO的作法十分多元，更要因地制宜，才不會造成水土不服，但仍能借鏡各國的發展案例，以長遠性、通盤性的方式來操作，讓每一筆投入的預算都物有所值，觀光圈的模式也才能真正深植於台灣。

越竹航空

TAIPEI - HANOI

開啟越南瑰麗旅程



 **台北直飛河內** 每週   ... 



越竹航空網站

QH 511 台北TPE — 河內HAN 1435/1640

QH 510 河內HAN — 台北TPE 0910/1305

以A321neo客機提供台北直飛河內航線
帶您走進浪漫之城河內、徜徉世界奇景下龍灣
探索非凡越南之美

Bamboo Airways越竹航空台灣區總代理

☎ 02-2504-8787

📍 台北市中山區民權東路三段37號3樓之1

🌐 www.bambooirways.com



COVER STORY | 封面故事

02 **致力Earning To Give 理念**
台灣優格食品總經理吳睿麒用公益改變在地
三代親子同遊的寓教於樂天堂
全台唯一木皮板 觀光工廠—卷木森活館

HOT NEWS | 當週要聞

09 **台灣第一個跨域最廣的觀光聯盟 中台灣觀光推動**
委員會用「中進中出」帶動在地觀光邁開大步

EDITORIAL | 旅奇社論

12 **讓觀光圈擁有自主性法人身分**
才能落實DMO的角色與功能

AIRLINES | 航空飛訊

15 專訪華航台北分公司總經理李宜洲

TAICHUNG | 臺中市產業故事館發展協會系列專題

18 無論台灣人哪一個世代 都有一個味道叫做小林煎餅、釣鐘燒！

JAPAN | 和風日本

20 一手掌握！岩手縣中文觀光新訊盡在岩手好好玩

TAIWAN | 國旅情報讚

21 **Hello西拉雅！跟著在地台灣好行、各國遊客自由玩也行**

FEATURES | 台東專題

24 **專訪台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳**
有機觀光創造「慢經濟」！

阿度的店讓電輔自行車劇本化
旅客是演員 解說人員是導演 上演一場趣味單車之旅
野菜皇后將天然野菜製成純天然的野菜皂
保留傳統技藝 學習尊重土地

TAIWAN | 國旅情報讚

30 **致力讓香客變遊客、強化燈會原鄉在雲林概念**
多元策略讓雲林持續蛻變

超前佈署才能救觀光產業
台北市旅行公會提出3大出入境癥結點

PRODUCT | 焦點產品

34 **龐洛郵輪 以法式奢華情調 探索世界角落**

長榮航空 歐美亞 航點

全面優化增班

長榮航空
A STAR ALLIANCE MEMBER

跟您最「馬吉」

飛往馬來西亞吉隆坡，6月每週三上午「9點半」起飛。

歐IN4大航點

倫敦、巴黎、維也納、阿姆斯特丹，7月起全面增班。

美加3航點6~7月增飛

直飛「芝加哥、休士頓、多倫多」，最便利。

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 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／彭可玟 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

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

業界人的ための業務専門紙 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@richmar.com.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.

專訪華航台北分公司總經理李宜洲

不斷蓄力、持續滾動調整 用最佳姿態服務市場

撰文・攝影／王政 圖片提供／華航



▲華航台灣地區處長兼台北分公司總經理李宜洲。



▲華航2020年起陸續引進6架777F貨機，近期更新購4架波音777F貨機，預計自2023年開始交付，搭配全球最大的747F貨機機隊，為華航強大的貨運運能再添動力。

面對台灣邊境開放的呼聲不斷，旅遊業者也摩拳擦掌，期盼迎接市場重啟的強勁反彈。而作為產業的後盾，華航也持續透過商務與貨運厲兵秣馬，滾動式配合各國的防疫政策，逐步加大動能來滿足旅遊市場需求。

華航台灣地區處長兼台北分公司總經理李宜洲表示，雖然因為國際情勢與疫情的相互交集，加上燃油價格持續升高等因素，讓航空公司持審慎的角度觀察，但市場仍有剛性的商務需求，因此華航仍持續投入運能服務，並依循政府與各國的政策來逐步調整與擴大運能。

於此同時，華航也陸續交付A321neo客機，全新機隊配置12席豪華商務艙、168席經濟艙，共計180個座位，並強調零接觸服務、高規格防疫，升級全平躺豪華商務艙、配備最新個人影視系統及最大螢幕、機上高速Wi-Fi與免費文字簡訊等服務，將成為華航布局區域型商品的最佳後盾。

隨著新客機陸續加入，華航的機隊於

4月底規模已達到85架之多（客機63架、貨機22架），同時也持續引進A321neo客機，以及B777F貨機，以此汰換舊有客貨機。值得一提的是，新引進的A321neo已於3月底首航香港航線服務，並於5/4投入松山—羽田黃金商務航線服務。

短期貨主客輔政策 彈性調整客貨占比

雖說疫情阻擋旅客跨國出遊，但也因此為航空公司帶來貨運的利基，尤其作為全球前5大貨運公司，華航在去年繳出1,388億元的亮眼營收表現，其中近9成為貨運貢獻。也因此，雖說各國邊境限制逐步鬆綁，華航短期仍將以貨為主、客為輔的策略布局。

李宜洲特別指出，由於中央疫情指揮中心（CDC）逐漸調整入境的居家檢疫時間，華航也將持續因應著居檢縮短來加大運能。由於華航過去2年多來在各航線多以客機載貨的方式營運，因此能迅速調整未來市場需求，視情況進行客貨占比調整。

優先瞄準亞洲市場 國人首選日本成重點

面對市場十分關注的邊境開放議題，李宜洲表示，華航將持續關注政府動態來調整，前提仍視雙邊政府防疫政策的對等，以及國家機場檢疫的量能為首要考量，目前朝著7月過後可望加大解封，日本將成為華航重點關注的目標之一，包括東京、大阪、福岡、名古屋等擁有充足檢疫量能的一線機場，華航都已投入運能滿足商務需求。此外，針對北海道、沖繩、富山、高松、鹿兒島及東北的二線城市，華航也持續關注中，倘若疫情控管得宜，便有機會爭取第3季開始飛航，搭配原有的亞洲航點持續恢復運能，有望在第4季、明年初逐步恢復市場。

李宜洲表示，雖然因為疫情的出現改變消費者的出遊習慣，讓商務到旅遊都進入新興模式，但華航仍將持續扮演市場的後盾，從剛需的商務差旅，到未來的團散需求，都盡力滿足運能。同時也將依據過往與疫情發展期間的貢獻度、公司整體營運狀況、配合度等面向，來審慎評估未來合作夥伴，攜手為市場帶來更安心的旅遊選擇，逐步恢復昔日榮景。



▲華航也陸續交付A321neo客機，全新機隊配置12席豪華商務艙、168席經濟艙，加上節省燃油等優勢，將成為華航布局區域型商品的最佳後盾。

一個來了就想留下的城市

臺南



深緣及水善糖文化園區人氣新亮點

烘焙·咖啡·火鍋 府城文藝美食之旅

臺語「水」是美的事物，「深緣」是看起來順眼、耐看、想見之意，深緣及水臺語讀音「深緣閣媞tshim-iân-koh-suí」顧名思義，就是慢慢結深緣分，使這緣分轉化為美麗的關係。深緣及水提供在地食材烹製傳統及新創美食，如烘焙麵包、伴手禮、自烘咖啡、飯麵套餐及淨水火鍋，本著對食材的堅持與要求，推薦給您我們的私藏美味。



曲水流觴

沈園南亭



◆ 深緣及水臺南高鐵店 ◆ (高鐵站內3號出口旁)

地址：臺南市歸仁區沙崙里歸仁大道100號
電話：06-600-1288

◆ 深緣及水臺南關廟店 ◆

地址：臺南市關廟區東勢里旺萊路295號
電話：06-596-1718

◆ 深緣及水善糖文化園區 ◆

地址：臺南市善化區溪美里228號
電話：深緣烘焙06-581-5057#17
及水火鍋06-581-5057#15
南亭曲水流觴0965-396-820
穎可達咖啡06-581-0710#12

深緣及水官網



分店資訊

無論台灣人哪一個世代 都有一個

源自台灣小麥的故鄉產地 融合日式嚴謹製餅手法 搭配法式



▲小林煎餅董事長林文華、臺中市產業故事館發展協會理事長吳佩娜。

始創人林振南習日製餅工藝 從台灣發跡銷往全世界

小林煎餅第二代林文華表示，早在日據時代，「小林煎餅」的始創人林振南先生便前往日本，習得日本傳統製餅工藝。因為姓林，加上店鋪小小的，經營規模也小小的，便將店名取做「小林」，而當時生產的糕餅中，以煎餅最受歡迎，於是定名為「小林煎餅」。

從早年以木炭烘焙煎餅，第一代父親忙著翻煎餅，孩子幫忙分類和包裝，媽媽再一筐筐挑去賣，到現在的全自動生產線，「小林煎餅」不只內銷全國各地，更外銷到美國、英國、加拿大、香港、中國大陸等地，都能見到「小林煎餅」的蹤跡，讓大家都能吃到台灣本土的好味道，回味古早傳統的煎餅香。

林文華捨棄夢想為家打拼 傳承之路艱辛卻享受

林文華在台中市清水區出生，由爺爺奶奶帶大，6歲才跟父母親到大甲，那時家裡就已經在做餅乾。1950年「小林煎餅」就在那個時候誕生在大甲鎮薰風里，從小受到烘焙業的洗禮，但內心卻一直有個繪畫

藝術夢。林文華指出，當時並沒有想到要接下這個家族事業，他主要的興趣是畫漫畫，國中畢業之後，也打算北上至廣告公司工作，但出發前夕，不捨母親的眼淚，而決定留在家裡幫忙，從16歲就開始跟著父親學做餅，也開啟了傳承之路，回想起來，這就是命中注定，而相同的是，可以跟漫畫一樣，帶給人們不同於視覺，改以味覺上的享受與歡愉。

面對困境改變銷售策略與產品 60年老店浴火重生

「小林煎餅」在地方打出知名度之後，拓展北部業務，一部漆有「小林煎餅」4個大字的小貨車，日夜穿梭於雙北、桃園縣市的大街小巷中，還成為捐血中心的捐血人營養補給品，爾後也在各大超市與便利商店鋪貨。林文華指出，進軍大賣場雖然可以增加銷售力道，但還得負擔退貨與倒帳風險，加上經銷商抽取的利潤，實際拿到自己口袋的利潤很有限。因此，「小林煎餅」一直思考行銷通路的改變與創新，最後決定自營通路，接連在台中大甲、台北、台南開設直營店。但自營通路何其難，小林煎餅的門市不可能像便利店遍及大街小巷，也無法像大賣場販售品項五花

小林煎餅在每一個世代都有不同的記憶與味道，對於4~5年級生來說是「木炭烘焙煎餅」，小麥餅的炭香味在口中蔓延開來，而對於6~7年級生則是包著奶油內餡、熱騰騰的「釣鐘燒」，每一口都吃得到的奶香味，喚起消費者對食物單純的記憶。而這來自小林家族父親林振南的4支煎仔，母親的1根扁擔，堅持以真材實料的用心，挑出1世紀的煎餅香。



◀小林煎餅門市。

八門，並以低價吸客優勢。若無人潮，即無業績，讓第二代與第三代林家子孫，再度陷入低潮。

為此，第三代經營者林子傑再次前往日本取經，不斷運用巧思，堅持不摻一滴水的真材實料，研發出可以同時體驗趁熱、冷藏、冷凍3種口感的人氣美食：「釣鐘燒」，在即將開通的中二高清水服務區進駐，沒想到口耳相傳之下，甜度適中的釣鐘燒漸漸受到旅客歡迎，後來改以自動化機器生產，最高一天可以賣出10萬個，每月營收近2,400萬元的亮眼成績，成為「小林煎餅」的搖錢樹。

雖然釣鐘燒解決了「小林煎餅」的經營困境，但不忘本的林文華，還是希望能重新擦亮煎餅的金字招牌。因此創意發想讓客人自己在煎餅上「動手腳」，提供客製化的彩繪煎餅，不但能夠結合在地文化，在煎餅上烙印特殊節慶餅紋，更能依客戶的需求，烙下



▲無論是大人小孩來上課都能穿上圍裙、戴上廚師帽，跟著專業的烘焙師一起動手做甜點。



▲「富林園洋菓子Petit廚師帽」呈現了歐洲樸實幽靜的



Welcome to
Taichung Story Hall

夢·想·啟·航
看見臺中
Let your dreams fly!



味道叫做小林煎餅、釣鐘燒！

極致烘焙藝術 小林煎餅三代傳承 挑出超過1世紀的煎餅香

撰文／張偉浩 圖片提供／小林煎餅



▲參加創意臺中行銷活動。



▲「富林園洋菓子Petit Forêt」提供節慶買伴手禮盒，讓民眾好過節。



▲林桑手燒—第一次接觸煎餅的最佳選擇，集合7種口味煎餅的分享包。



▲瓦煎燒—瓦片自古以來即為富貴吉祥之象徵，餅紋依時令節慶變化。



◀釣鐘燒—咬下一口剛出爐的釣鐘燒，濃郁滑順的乳香伴著熱騰騰的蒸氣，是門市獨賣的人氣美食。



▲「富林園洋菓子Petit Forêt」除了要發揚發揚小麥文化，因此將建築體外觀以南法鄉村城堡為概念。

獨一無二的專屬印記，表現真心誠意。

「台灣小麥的故鄉」在大雅富林園洋菓子美味成立

為拓展品牌故事，「小林煎餅」在2009年2月於大雅設立首家門市，成立「富林園洋菓子Petit Forêt」關係企業，主要生產法式燒果子、手工餅乾等法式點心，並有多樣化的喜餅及彌月禮盒。問起為何將首家門市設在大雅？林文華指出，小麥是煎餅的主要原料，但台灣小麥大部分仰賴國外進口，多數人不知道台灣有種植小麥，究竟何處培育著小麥呢？答案就是「台中市大雅區」，大雅鄉小麥田種植面積達70餘頃，是全台種植面積9成，素有「台灣小麥故鄉」之稱！每年3月，金黃麥穗所形成的麥浪，猶如置身於歐洲麥田。

「富林園洋菓子Petit Forêt」除了要發揚發揚

小麥文化，因此將建築體外觀以南法鄉村城堡為概念，遠離繁華的都市，選擇了樸實幽靜的農村，意味著PF從自然、樸實出發，Petit Forêt為法文「小森林」之意，汲取森林中純淨無污染的天然資源為素材，調合出自然而細緻的深層美味，結合日本講究嚴謹的製果技藝，與法式追求極致的烘焙藝術，不論食材、製程、視覺呈現，講求每一項細節，在「PF洋菓子森林」中，可以感受到製果師傅用心賦予每項洋菓子專屬的美味祕密，捨棄能讓蛋糕輕易表現出色、香、味的原料素材，堅持選用天然食材，不添加人工色素及發泡劑，質樸的外觀下，象徵的是健康幸福的概念！

感受南法慢活與悠閒生活 提供旅客體驗下午茶DIY

林文華表示，「富林園洋菓子Petit Forêt」復古鄉村風中帶有舊舊的感情與滿滿回憶，並提供給人親切、放鬆的感覺，希望來到此的朋友能感受南法的慢活與悠閒的生活，並能把這份幸福感動傳遞家人或朋友，現在旅客可以在這裡品嚐下午茶，購買伴手禮之外，也可以在這體驗下午茶DIY課程，無論是大人小孩來上課都能穿上圍裙、戴上廚師帽，跟著專業的烘焙師一起動手做甜點，讓大家不用出國就有機會體驗南法麥鄉甜點之旅！無論是煎餅、釣鐘燒、洋菓子，「小林煎餅」與「富林園洋菓子Petit Forêt」秉持著相同的用心和堅持，60多年來始終如一的真誠，繼續創造讓消費者難以忘懷的好味道。



Forêt」內部裝飾農村風格。



▲店內提供提拉米蘇蛋糕，因應母親節也推出6吋限定蛋糕。



▲一個看似如此簡單的北海道輕乳酪，卻這麼不平凡。酥脆的餅皮、嚴選的乳酪、由日本師傅親手教導傳授。每日限量供應。



▲手工餅乾小鐵盒，精選各地頂級食材，精心烘製成繽紛多變的手工餅乾。

小林煎餅關係企業門市

釣鐘燒烘焙門市：鎮瀾門市部、大雅門市部、豐原門市部、清水服務區支舖
小林煎餅門市：關西服務區支舖、台中車站、泰安服務區支舖
富林園洋菓子Petit Forêt
地址：台中市大雅區中清路四段340號
營業時間：平日／假日10：00～19：00，
下午茶供應時間至18：00 電話：(04)2569-2798



一手掌握！岩手縣中文觀光新訊盡在岩手好好玩

跟著粉絲團感受岩手四季之美 療癒系和紙工藝品六原張子

撰文／張語柔·圖片提供／岩手縣、向日遊



▲連結岩手縣與秋田縣的「八幡平雪之迴廊」全長約27公里，號稱日本最長，奇特景象將延續至5月下旬都能欣賞。

岩手縣的面積僅次於北海道，是本州面積最大的縣，幅員寬廣且自然環境豐饒，造就出多樣化面貌，四季都有迷人的觀光資源可活用。想知道縣內第一手觀光情報，提前為下趟旅程做足準備，那就不能錯過追蹤岩手縣中文官方粉絲專頁「岩手好好玩」。每週更新最新觀光資訊，協助遊客輕鬆規劃充實又精彩的岩手行程，一起跟上腳步深遊縣內景點，走訪在地小店或品嚐隱藏版美食，感受許多旅行書上還未刊登的岩手新魅力。等待觀光重啟之日到來，縣內也祭出補助金供旅行同業日後善加利用，若有任何岩手縣觀光資訊需求，歡迎隨時洽詢向日遊顧問有限公司。

追蹤「岩手好好玩」 隨時掌握岩手大小事

「岩手好好玩」為岩手縣中文官方粉絲專頁，不僅是規劃岩手自由行旅人們的好幫手，也持續帶來當地第一手資訊，協助旅行同業作為設計魅力商品的參考。每週都有情報更新外，不定期還會舉行現場直播等活動，在目前還無法出國的當下，即時與岩手粉絲們共享縣內美景，解答行程規劃的疑難雜症等，一解哈日族鄉愁。活動事後更有留言抽獎等好康加碼，有機會將來自岩手的各項小禮通通帶回家。歡迎掃描QR Code按讚、追蹤粉絲專頁並進一步設定為最愛，就能即時掌握每週更新內容，不漏接任何好康資訊。



岩手好好玩



岩手賞櫻直播

★4月中旬正值岩手櫻花季，今年特別邀請在地岩手人帶路，舉辦直播賞櫻活動，透過鏡頭帶領粉絲欣賞盛岡市、平泉町、一關市、北上市櫻花之美。歡迎掃描QR Code一起回味！



認識岩手縣傳統工藝品「六原張子」



▲造型可愛多變的「六原張子」，下趟岩手之旅別忘了帶回家當紀念！

以岩手縣產和紙為原料製作的傳統工藝品「六原張子」，現今大多呈現出動物、人形或和紙面具造型，製作過程使用獨特技法，展現出和紙層層疊疊的凹凸感，讓使用者能感受和紙的樸素與溫暖，還具有不倒翁般推不倒的特性，可說是最佳的療癒系岩手伴手禮。

六原張子相傳起源於1955年代的金崎町，當時由於木雕面具數量太缺，才臨時發想出以和紙製作和紙面具來替代不足，直到約1973年此工藝才被正式發展。每年會在東京、大阪的物產展中展示販售，也曾被刊登於《全國鄉土玩具介紹》等書籍中，為岩手縣代表性傳統工藝品之一。

等待觀光重啟！補助金政策搶先看

為了促使台灣遊客多多到訪岩手縣旅行，在台旅行同業若利用岩手花卷機場直飛航班送客，並且停留岩手縣住宿1晚以上，則可享有每人每晚1,000日圓的住宿費補助金。等待一切平安，觀光往來重啟後，歡迎旅行同業多加利用。

更多岩手縣相關情報，請洽向日遊顧問有限公司：(02) 2518-3587。

Hello!

西拉雅



跟著在地**台灣好行**
各國遊客自由玩也行



16名來自8國的國際學生

體驗「關子嶺線」及「菱波官田線」的魅力景點

與家鄉好友分享西拉雅文化及民俗風情 下次輕鬆揪團玩

Hello西拉雅！跟著在地台灣

16名來自8國的國際學生 體驗「關子嶺線」及「菱波官田線」的魅

跟著「台灣好行」出遊去，這個週末很「暖心」！交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處此次邀請在台深耕多年的「Friendship in Taiwan國際學生遊台灣」（FIT）社群組織，帶領16名來自越南、馬來西亞、印尼、泰國、緬甸、法國、柬埔寨、菲律賓等8國的國際學生體驗在地好行行程，讓人與人互動中，更深入了解西拉雅的文化及民俗風情。



▲西拉雅國家風景區管理處處長徐振能（左2），與國際學生合影。

國際學生透過搭乘「台灣好行」深度體驗「關子嶺線」及「菱波官田線」的魅力景點，真正做到了用「台灣好行」與世界做朋友，不僅讓回不去家鄉的國際學生感受到台灣的關懷與友愛，更讓國際學生驚呼：「以前都不知道台灣有這麼方便的旅遊方式，出門玩都需要坐計程車或包車，這樣一來就可以輕鬆揪團玩，不用擔心交通問題，還省了一筆費用呢！」

菁寮老街美食雲集 電視紀錄片成宣傳利器

「關子嶺線」的菁寮老街除了有許多美食，也是著名紀錄片《無米樂》以及台劇《俗女養成記》的拍攝場地，絕對是打卡的好去處。國際學生在這裡不僅享用從未品嚐過的台灣小吃外，依舊保留許多以前的景觀建築讓常年在都市的學生們心情都放鬆不少，沒有追過劇的學生們也在這次公益小旅行中帶領下，彷彿穿越到劇中體驗一次台灣古早人生呢。



▲西拉雅國家風景區管理處官田遊客中心的大草皮充滿了可愛的小鹿造景，是旅客最愛拍照的地方。

「菱波官田線」充滿日式風格 在臺也能體驗異國文化

「菱波官田線」行經「八田與一紀念園區」以及「新化老街—大目降文化園區」充滿了濃濃的日式風格，「在台灣都能夠體驗到異國文化，台灣的包容力真的讓我覺得很強大！」已經來台2年多的越南學生如此說到，經過導覽人員的解說之後，勾起了國際學生對於台灣歷史的好奇心，也在這幾個景點留下了不少美好的回憶，用世界的眼睛看見台灣，喜歡美食與攝影或拍照的朋友們千萬不要錯過，這裏絕對是絕佳的拍照地點！

照顧穆斯林學生飲食習慣 讓他們想續留台灣

在回程的路上，來自台南的成功大學與台南應用科技大學的國際學生都指出，「原

來在台南就有這麼好玩的地方，為什麼之前要坐這麼久的車到其他縣市啊，我下次一定要再來西拉雅」。剛結束齋戒月的穆斯林學生也紛紛表示很感謝西拉雅國家風景區管理處與Friendship in Taiwan團隊的安排，在行程的安排上照顧到了不同文化背景的需求，讓他們在用餐上面很放心，這也是為什麼他們會想要繼續留在台灣的原因！

知識性且輕鬆2天小旅行 從文化考古到觀光工廠應有盡有

西拉雅國家風景區管理處處長徐振能表示，西拉雅地區擁有豐富的旅遊能量，這一次與Friendship in Taiwan合辦公益小旅行，串聯「台灣好行—關子嶺線及菱波官田線」各個好玩的景點，從文化考古到觀光工廠應有盡有，展現此區域多元觀光旅遊資源。這次管理處特別為國際學生準備了具有知識性且



▲烏山頭水庫又有「珊瑚潭」的美名。

好行、各國遊客自由玩也行

力景點 與家鄉好友分享西拉雅文化及民俗風情 下次輕鬆揪團玩



▲西拉雅國家風景區管理處帶領16名來自越南、馬來西亞、印尼、泰國、緬甸、法國、柬埔寨、菲律賓等8國的國際學生體驗西拉雅在地行程。



▲國際學生透過搭乘「台灣好行」深度體驗「關子嶺線」及「菱波官田線」的魅力景點。



▲西拉雅國家風景區管理處與Friendship in Taiwan合辦公益小旅行。

輕鬆的2天1夜小旅行，讓學生們可以享受西拉雅美好風景，也更認識西拉雅的文化。

雖然受到疫情的影響國際學生無法回國，但在這科技化的時代，他們可以拿著手機隨時隨地跟家人朋友分享在西拉雅國家風景區出遊的樂趣，同時介紹「台灣好行—關子嶺線及菱波官田線」沿線有趣的景點給自己家鄉親朋好友知道，讓遠在國外的親朋好友們一起感受台灣的風情，下次自己也可以當導遊帶著他們故地重遊，一起體驗西拉雅的美好！

菱波官田線

富有自然文化、親子踏青的觀光路線

★菱波官田線，串聯江南渡假村、烏山頭水庫、官田遊客中心、川文山、新化老街（國泰大樓）、南科考古館（南科商場）等景點，以新營客運總站及新化火車站為交通節點，從新營站出發，沿途經過官田區、柳營區、新化區、新市區，形成一條富有自然文化、親子踏青的觀光路線！



▲八田與一紀念園區。

關子嶺線

結合農藝文創及溫泉體驗的觀光路線

關子嶺線，串聯關子嶺溫泉、南靖糖廠、無米樂社區、寶泉橋及仙草埔-甕仔雞一條街等景點，從嘉義高鐵站出發，經白河轉運站、南靖火車站、後壁火車站等交通節點，銜接後壁區、白河區及西拉雅國家風景區，形成一條結合農藝文創及溫泉體驗的觀光路線！



▲官田遊客中心。



▲「菱波官田線」行經「八田與一紀念園區」以及「新化老街—大目降文化園區」充滿了濃濃的日式風格。



▲關子嶺溫泉最著名的就是泥漿溫泉。



▲川文山百年榕樹。



▲嘉南大圳導水路。



資訊連結

- ★交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處官方網站：<https://www.siraya-nsa.gov.tw/>
- ★西拉雅國家風景區管理處官方臉書粉絲專頁：<https://www.facebook.com/sirayatrip/>
- ★台灣好行官網：<https://www.siraya-nsa.gov.tw/go/nXe0vbxr>



專訪台東縣政府交通及觀光發展處

有機3大目標：創造遊客一來再來的魅力、營造Long Stay、

台東縣政府交通及觀光發展處處長

余明勳



▲台東縣縣長饒慶鈴（左3）發布《慢經濟in台東》2030政策白皮書政策。



▲台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳（左1）頒發「FTH友善鐵人旅宿認證」。

台東縣政府自縣長饒慶鈴上任以來積極推廣「慢經濟」，發展以人為本的有機觀光，推廣深度旅遊，營造永續觀光環境。不但讓台東榮獲「台灣健康城市暨高齡友善城市」卓越獎，也獲得Booking.com 2022年「旅客評分卓越獎」（Traveller Review Awards）「全球最好客目的地」第2名與「全球最好客城市」第3名，在全球旅客的好口碑中，展現「1萬人來100次」真善美的城市魅力，讓人好奇「慢經濟」是如何創造如此耀眼的成績，而2年前走馬上任的交通及觀光發展處處長余明勳，正是最強智囊團隊。

台東縣政府交通及觀光發展處處長余明勳表示，所謂慢經濟就是發展自然真實的經濟模式，尋找屬於台東的唯一轉化為「慢產品」，既有產值又能守護台東的土地。而這背後就是原生的、在地的，非外力強加的「有機觀光」。有機觀光最早的概念來自於自己於2019年在台東縣原住民族文化創意產業聚落辦理「台東TTMaker原創基地」，提供共享空間以及共享服務，讓創客專注於產品的創作與研發，聚集不同領域的專業人士、創業家的創意聚落。

而這樣的設置讓北藝大的校長大力稱讚，TTMaker是台東最茁壯的一顆稻穗，也是在地最繁忙、有效空間使用的典範，就像是Organic Farm（有機農場）一樣具有生命力，不斷的成長。因此「有機」這兩個字，就種在了余明勳內心，他一直在想什麼才是台東的靈魂與生命力，能成功打造台東專屬品牌形象？

健康、永續、養生的有機旅遊趨勢 創造更美好的旅遊環境

於是余明勳借用國際有機農業運動聯盟（IFOAM）對有機農業的定義，重新詮釋有機觀光的範疇，認為它是一種維護環境健康、

生態系健康以及人類健康的旅遊體系，仰賴自然的力量、生態多樣性以及在地循環，而非強加使用外來的元素，並結合了傳統、創新與科學，融入環保、教育、文化，希望能創造更美好的旅遊環境，並且提升所有生命的生活品質與創造彼此適當的關係。

因此，強調台東真實自然的「真、善、美」特色，符合後疫情時代旅客追求健康、永續、養生需求的，都是台東訴諸有機的樣貌。像是在兩大山縱谷之間擁有穩定氣流，可以順利升空的台灣國際熱氣球嘉年華、化東北季風劣勢為優勢的台灣國際衝浪公開賽，以及獲得BSI英國標準協會申請ISO 20121永續性活動管理系統國際認證的台東最美星空系列活動，讓旅客搭乘安捷航空穿越點點繁星之間，皆專屬於台東的有機觀光模式，別人無可取代的東西。



▲夜晚的三仙台也毫不遜色，漫天無垠的銀河，搭配輕輕拍打岸邊的自然音樂。



撰文·攝影／張偉浩 圖片提供／台東縣政府交通及觀光發展處

處長余明勳 有機觀光創造「慢經濟」！

台東365天的常民生活 展現「1萬人來100次」真善美的城市魅力

▼《慢經濟in台東》2030政策白皮書政策。



▲台東面臨太平洋，是最棒的衝浪聖地。



▲台東背山面海擁有山海兩種不同的自行車騎乘路線。



▲台東坐擁兩大山脈，縱谷之間擁有穩定氣流，讓熱氣球可以順利升空。

旅客回訪率提升27% 讓遊客規劃平日來體驗

余明勳指出，台東縣也希望透過有機觀光達成3大目標，第1是創造遊客一來再來的魅力，不追求100萬人來1次，而是希望讓1萬人來100次的慢經濟旅遊型態，包含溫度、故事、情感、記憶、認同等面向，讓台東非縣民遊客的回訪率從1年前的13%提升到27%，成長超過1倍，表現可圈可點。第2是營造Long Stay，讓遊客來台東停留更長的時間，過去1年旅客平均停留時間也從1.5天成長到1.8天。更是首個與Airbnb、Agoda簽署MOU的縣市。第3是創造社區、部落體驗旅遊，讓台東人365天多元的日常生活，都可以讓遊客規劃平日來體驗而不是連假才來。

創造遊客一來再來的魅力：余明勳認為情感認同是吸引旅客一訪再訪的最大主因。比如台東慢食節，用「產地餐桌」與「吃在地、品當季」的概念，依季節推出的特色慢食市集、慢食店家評鑑、認識產地的慢食旅等活動，不僅吸引在地店家將特色料理端上桌，也讓更多來自各地的旅人認識台東豐富的飲食文化、吃下的食物來自什麼產地，讓民眾自備碗筷，吃當季限定的餐食、喝季節飲品，品嚐屬於這裡的日常滋味與悠閒時光。而認同這樣理念的人，無論慢食節是一

期一會、一年一會，甚至一季一會，它都會專程再來一趟，共襄盛舉。

營造Long Stay：台東喊出「東漂吧！現在正流行」號召大家來台東旅遊及創業，除了遊子返鄉，許多外地人也紛紛移居台東，或是展開二地居，把台東當成第二個家。更推出「旅宿好服務，最友善認證」計畫，共進行「ISQM國際服務品質認證」、「FTH友善鐵人旅宿認證」、「KLS友善Long Stay旅宿認證」以及「ISFE高齡環境旅宿認證」4項認證。余明勳說明，認證內容除了透過ISQM國際服務品質流程制度，全面提升旅宿人員服務品質，也特別針對不同的客群需求進行審視，如友善鐵人旅宿需提供自行車停放與洗車空間、專業組裝工具等環境設備服務，並配合賽事提前供應早餐與延時退房之服務，符合各族群的需求，提升旅客留宿意願。

台東365天的常民生活：一旦台東的有機觀光元素在各鄉鎮興起，無論是秘境、部落之旅、園藝治療、足療、健康養生、運動體驗等，整體觀光產業就能不受氣候、日期、活動等的影響，因為它已成為日常的一部分。余明勳指出，台東的日常一旦經過職人、達人、匠人、藝人包裝加值，就可能創造價值，有機會轉化成市場上的商品及國際品牌。比如說，池上稻田伯朗大道上的一棵茄苳樹，原本只是一棵樹，但因為藝人金城

武拍了「I see you」宣傳片，就成了「金城武樹」，變成知名打卡景點，造就池上在地觀光產業。

慢是一種優雅的競爭力 《慢經濟in台東》2030政策白皮書

有機觀光也必須仰賴「慢」這個理念，才能創造經濟價值，落實《慢經濟in台東》2030政策白皮書政策。余明勳也藉由兩位大師的名言來介紹，他表示，慢是一種優雅的競爭力。美學大師蔣勳從巴黎來到台東，體認到「慢才会有心靈的悸動，以及心靈的感受與再發現」；捷克大師米蘭昆德拉的《慢》中，也提到「緩慢的程度與記憶的濃淡成正比；速度的高低則與遺忘的快慢成正比。」

因此，旅程中透過快速的汽車與遊覽車，雖然有起點、目的地，但過程有可能在睡覺或是專注路況而遺失，如果透過電動輔助自行車，讓過程變得緩慢，旅人就可以慢慢靜下心體驗台東的美好細微。無論從最美星空、部落、運動旅遊等深度體驗活動，或是慢食節及土地友善耕作，甚至是提升既有公共設施的品質與服務水準，建構出乾淨友善的城市面貌，強調貼近永續的生活方式，都希望讓縣民或旅人、長期居住、二地居，都能感受到台東的幸福、豐盛與便利，悠閒的「慢」生活精粹。



▲台東慢食節推廣在地有機養生的飲食文化，用月桃當作器皿，或是自備環保碗筷。



▲化東北季風劣勢為優勢的台灣國際衝浪公開賽，吸引許多外國好手前來參加。



◀台灣國際熱氣球嘉年華。



阿度的店讓電輔自行車劇本化 旅客是演

以台東市舊鐵道自行車道推出《山海鐵馬道》+《軌迷心竅》

是什麼樣的腳踏車之旅，一路上有說有笑，就好像是一個喜劇劇場，客人是演員，導覽人員是導演，共同演出一場精采絕倫的表演，那就是「阿度的店」。以人文情感搭配自行車，體驗生命與自然，希望創立一種人文自行車的新概念，開創更具市場深度的新未來，且是台灣第一家常態性在做自行車結合導覽解說的店家。讓自行車變得更有生命更有價值，而不只是冷冰冰的機械。



◀阿度的店老闆阿度。

鹿野龍田村電輔自行車導覽 綠色隧道、日本村落美不勝收

阿度的店老闆阿度，前半生在台北當旅行社導遊，等待客人吃早餐，等待客人睡覺，每天都不知道自己從哪個國家醒來，某天他忽然覺得這不是他要的生活，雖然不知道自己未來要什麼，但知道自己不要什麼，因此毅然決然地離開台北來到台東，理由很簡單，就是台東很遠，可以斷了回台北的念頭。

阿度表示，關山有聞名全台的環鎮自行車道，但他發現在鹿野的龍田村，有個著名的日本移民村落，更有一個獨一無二的綠色隧道，風光明媚、富有人文歷史，是發展自行車的好據點，也成為他落腳深根的所在地，加上他總是習慣每做一件事情就要做到有聲有色的個性，持續拔尖鹿野自行車道的能見度，而最大成功的原因就是他別出心裁的導覽解說。

厲害的導覽是「我演給你看」 把客人帶進解說的情境之中

阿度的店最主要以自行車導覽解說為主，最大的特色就一本正經地胡說八道，透過這樣的模式與概念，曾經在YouTube上有一支影片名叫「全台灣最爆笑的解說員」已經超過263萬人瀏覽，是後來從事相關行業的旅遊業者學習的典範。阿度指出，傳統的覽導解說是「我講給你聽」，厲害的是「我演給你看」，一個劇本，旅客就是演員，導覽人員就是導演，一起演這場戲，你演的時候你會不知道你在演，但演完之後你會印象深刻。採訪中，阿度突然對我說：「這位先生我跟你仇嗎？」頓時嚇到的我說：「沒有啊！」，他再回：「那你為什麼離我這麼遠？趕快靠近來」無形之中，旅

客就進入了導覽解說的情境之中。

他再舉一個例子。他曾帶著帶蘇國堯老師（台北亞都麗緻大飯店前副總裁 & 國立高雄餐旅學院旅館管理系專任助理教授）進行自行車導覽。阿度描述，老師在導覽過程中永遠都騎在騎面，離我很遠，我就在下一個路口右轉，他就直騎回頭才發現，於是大喊你怎麼突然轉彎，阿度就回他：「老師第一名永遠不會是第一名」。下一個路口他又騎在我前面，我跟老師說下一個路口向右轉，他一右轉，我就左轉，老是又喊你怎麼又騙人？我就回老師：「不只要做第一，也要做唯一」，後來第三個路口老師不自覺地停下來，阿度問老師你為什麼停下來？是因為你在人生的十字路口不知道何去何從，這時你就需一個有智慧的人帶你，為何不好好跟著我進行導覽解說，至今老師去演講的時候都會把這段經歷與台下分享，讓他永生難忘。

◀台東鹿野的好山好水，讓人情不自禁的想要徜徉在其中。



▲馬到成功168自行車活動。



▲電動輔助自行車的省立特性，讓上坡路線也能輕鬆愜意。



▲台東無論山線海線，都有滿滿的藝術作品等著您來欣賞。



撰文／張偉浩 圖片提供／阿度的店

員 解說人員是導演 上演一場趣味單車之旅

產品 點燃台糖織女星與鐵花村牛郎星呼應 創造鐵道旅遊廊帶



▲旅客從池上車站出發體驗電動輔助自行車之旅。

2022台灣自行車節-兩鐵騎聚，浪漫騎跡」

因應台東慢經濟，響應6/3世界自行車日，搭上雙鐵推廣台東自行車旅遊活動，希藉由活動的辦理讓民眾了解電輔車的好處、如何配時代潮流達到健身、環保及慢遊台東的樂趣，擬活動號召旅宿、觀光產業及喜愛自行車民眾一同騎乘電輔車、認識在地真善美。



規劃許多半日遊、1日遊 替導覽解說人員謀出路

有了如此成功的導覽解說特色，阿度也希望可以創造一個導覽解說人員的訓練平台，提供導覽解說人員就業機會，因此他積極打造電動輔助自行車隊，規劃許多半日遊、1日遊，只要4人就可成行，或是把兩個1日合併成2日遊，導覽解說人員在疫情期間就有工作機會，也能讓解說人員從小團開始帶起，重新再學習、劇本化，就不會見人說人話，見鬼說鬼話，努力傳達導覽解說核心思想，把導覽變成戶外的相聲，提高旅客聆聽的意願。

為什麼選擇電動輔助自行車？阿度認為除了符合台東慢經濟的理念，現代人也更希望能愜意慢遊，電輔車環保節能、省力的特性，可以創造許多不可能的自行車行程，讓旅客能盡情徜徉在旅途之中，讓這趟旅程有起點、有終點，最重要的是有過程！推出的產品主軸就是一段充滿知性與歡樂的《山海鐵馬道》+《軌迷心竅》行程，是由阿度精心設計，是要告訴大家，台東「好山、好



▲阿度也希望可以創造一個導覽解說人員的訓練平台，提供導覽解說人員就業機會。



▲東海岸國家風景區也是不錯的自行車旅遊景點。

水、好多軌」，讓我們透過想像和創造，一起回憶過去、看到現在、創造未來，由阿度來為您打造「在台東的美好回憶」。

打造庫空間音樂表演環境 讓街頭藝人有正式表演舞台

阿度指出，每一個偉大的城市都有一條偉大的河流，雖然我們沒有偉大的河流，但我們有一條存在了106年的舊鐵道，這條舊鐵道乘載了多少台東人的美好回憶與思念，鐵道的一端有一顆閃亮的星星叫做「鐵花村」，可是它再怎麼閃亮都很孤單，因為它只有一顆。因此，阿度也積極在糖廠這邊打造庫空間，提供音樂表演環境，讓街頭藝人有正式表演的舞台，讓素

人有累積表演履歷的空間。如果鐵花村是音樂大聯盟，這邊則能成為音樂小聯盟。

把糖廠再點燃成一顆星，讓這條鐵路成為夜間光廊，

那邊叫做「鐵花牛郎星」，這邊叫做「糖廠織女星」，它們就可以常常在銀河上相會，成為情人旅客浪漫約會的好處去。因此，阿度也跟台東縣政府建議，在鐵軌上面塗螢光漆，白可以吸收強光紫外線，晚上它就會發亮，鐵軌讓變成亮點，節省環保，還能創造人流。

從阿度東漂的例子，把台北旅行社的服務精神，落實在台東這片好山好水，不難發現二地居或是落地生根在台東已經成為最新的慢生活方式，也為台東的旅遊觀光注入新活水。



▶電動輔助自行車可以創造許多不可能的旅遊路線。



▲馬蘭舊站搖身一變成為最平穩的自行車逍遙遊路線。



▲阿度有趣的導覽解說，成為旅程的金字招牌。



▲阿度積極打造電動輔助自行車隊，規劃許多半日遊、1日遊，只要4人就可成行。



◀在花東縱谷下騎乘電輔車還可以外欣賞到沿途的美麗花朵。



野菜皇后將天然野菜製成純天然的

深入走訪台東7族部落 經營自媒體 推廣原民野菜智



▲野菜皇后林陳美珊。

野菜是從野外少量採摘取得的蔬菜，沒有被人工栽培或大規模商業採集，在21世紀初，隨著健康飲食、糧食自給、以及保存傳統文化等概念的流行，有些人重新開始重視野菜。在多民族共存的地方，野菜有時會和特定民族連結起來，例如在台灣，吃野菜的行為常被視為是原住民最擅長的活動，相當於一種生活方式甚至儀式。因此「野菜皇后」將天然野菜製成純天然的野菜皂，目的是為了保護口述傳統，更期許傳統記憶轉化的技藝能量，學習如何尊重土地，將野菜揉進皂，順著季節依著溫度，讓皂帶進每個人的生活中，這樣的情感串連，是因野菜而遍地開花。

每月都結果子 樹上的葉子 乃為醫治萬民

野菜皇后林陳美珊表示，野菜皇后為原漢組合的團隊，過去對各自原生身分認同有落差，「野菜」成為一條讓我們回家的路。

透過聖經章節啟發回到身分根源並結合原住民傳統智慧，興起野菜王國的產業夢想。踏上野菜皂製皂之旅，並開始推廣原住民流傳的野菜生活智慧。為了分享台東各個部落的野菜智慧，「野菜皇后」團隊同時進行田野調查，深入了解台東7族卑南族、阿美族、排灣族、魯凱族、布農族、達悟族各部落獨有的野菜料理方式。目前台東有183個原住民部落顯著部落有134，「野菜皇后」在短短2~3年間，已造訪了超過80個。「野菜皇后」也經營自媒體，在臉書上每週三中午12點，準時直播，推廣原民野菜智慧，以及他們旗下造型、色彩都極具美感的野菜皂。

太陽曬熟 月亮養成 甘露滋潤 讓台東物產入物日常生活

「野菜皇后」的肥皂皆以野菜純露、植物膏油為基底，標榜「太陽曬熟，月亮養成，甘露滋潤」。青綠色的「豐饒」以16

種野菜製成，代表台灣16個原住民族群；色澤如海浪般的「太平洋」以蝶豆花、酒粕植萃製作，能夠調養過敏、易發炎肌膚；紅白相間的「繽紛」含有紅藜與酒粕植萃，適合敏感性肌膚。林陳美珊告訴我們，野菜皂作為台東伴手禮再適合不過，「帶一塊台東回家」，這是實實在在讓台東物產融入日常的生活好物。



▲野菜皇后獲得《2022 Action Taitung Award》— 臺東Action的青睞，獲得在地創生力獎。

結合音樂、野菜料理、野菜皂DIY 推出野菜主題部落旅遊

功能、美感兼具的野菜皂之外，「野菜皇后」也在官網上販售野菜箱，在疫情期間大受歡迎。團隊更推出以野菜為主題的部落旅遊，結合音樂、野菜料理、野菜皂DIY體驗。透過多元產品與自媒體的力量，「野菜皇后」努力不懈地將野菜介紹給更多人知道。他們夢想在臺東成立「部落療寮」以野菜為產地製造行銷服務，其中野菜SPA用土地長出來的滋養，來療癒旅人身心靈。

以野菜為主題的部落旅遊，將提供山谷裡健行導覽與人文解說，以及野菜採集介紹，讓旅客的身體在大自然中重新恢復，認識都市裡沒有看過的野菜品種。不只是野菜料理，也打趣地向我們介紹「台灣構樹」，林陳美珊指出，每次有疫情爆發的時候，大家最喜



◀野菜皇后接受《2022 Action Taitung Award》— 臺東Action採訪。



T A I T U N G

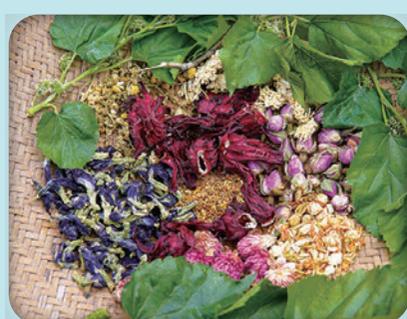
撰文／張偉浩 圖片提供／野菜皇后

野菜皂 保留傳統技藝 學習尊重土地

慧、部落旅遊、銷售實用美觀野菜皂 讓野菜文化遍地開花



▲以野菜為主題的部落旅遊，將提供山谷裡健行導覽與人文解說，以及野菜採集介紹。



▲擁有後山紅寶石的洛神花，能夠增加皮膚修護能力。



▲「野菜皇后」的肥皂皆以野菜純露、植物膏油為基底，標榜「太陽曬熟，月亮養成，甘露滋潤」。



▲野菜皂作為臺東伴手禮再適合不過，「帶一塊臺東回家」，這是實實在在讓臺東物產融入日常的生活好物。



▲野菜皂DIY體驗介紹。

歡去超市搶購衛生紙，而他們也在思考在大自然中什麼可以取代衛生紙，「台灣構樹」又稱為鈔票樹、谷漿樹、沙紙樹，早期用來作為宣紙、棉紙及鈔票的用紙來源之一。除了造紙，原住民也用來作為布料的原料。經過一連串地拍打，讓一片樹皮原本交錯生長的纖維逐漸延展、軟化成為一塊布料，也成為最柔軟的擦拭用具，讓人不禁佩服原住民的智慧。

獲《2022 Action Taitung Award》 臺東Action在地創生力獎

傳統記憶轉化的技藝能量，學習如何尊重土地的理念，也獲得《2022 Action Taitung Award》— 臺東Action的青睞，獲得在地創生力獎。林陳美珊表示，2022 Action Taitung Award 將台東化為行動交流的

野菜皇后野菜皂介紹



- ★**洛神皂**：擁有後山紅寶石的洛神花，能夠增加皮膚修護能力，溫和又抗菌，能舒緩、滋潤皮膚。
- ★**薑皂**：薑黃中的薑黃素，具有抗氧化功能，針對皮膚也有修護與改善發炎的好處。
- ★**紫心地瓜皂**：台灣花青素特有來源之一的紫心地瓜，台東南迴土產的紫心地瓜與野菜皂萃取入皂，透過皮膚吸收無負擔。
- ★**蝶豆花皂**：蝶豆花富含微量礦物元素與花青素，具有抗發炎、抗氧化的功效，並強化免疫系統，與舒緩情緒的效果。
- ★**印加果皂**：印加果含有豐富的Omega3,6,9，多元不飽和脂肪酸達92%，野菜皂使用磨成粉的印加果粕，可以去角質。



- ★**咖啡皂**：加入台東在地生產的咖啡粉，讓敏感肌膚也可以輕鬆去角質，減少皮膚暗沈，對環境不造成負擔。
- ★**海洋深層鎂**：取自太平洋深度200公尺以下純淨、無污染深層海水的礦物鹽，細緻的海鹽顆粒，可去除角質，改善皮膚粗糙。海洋深層中並有難得的鎂濃縮液，有「微量礦物質元素」來保養肌膚，使皮膚得到充分保濕。
- ★**野菜皂**：在各部落間採集而成，研發出六~七種最精華的野菜，透過蒸餾技術保留野菜水溶性營養成分，並複合野菜精油配方，帶出野菜天然香氣；而純露主要是消炎性質的有機酸，質溫和又抗菌，能舒緩我們的皮膚。



基地，在今年度鼓勵的40件精彩案例中，不只是農業、食育、經濟與城市的设计美學面，都可以看見從公單位到小型的民間組織，透過富有意義的實際行動，為土地

與人帶來正向影響，即使成果並非一日可見，卻能在這些行動中看見累積的價值，因而造就今日台東的獨特魅力，而野菜皇后也是最好的案例之一。



▲運用野菜純露、植物膏油，就能DIY製作純淨的野菜皂。



▲以野菜為主題的部落旅遊，將提供山谷裡健行導覽與人文解說。



▲用音樂饗宴戴您唱玩部落之旅。



野菜皇后臉書



野菜皇后網站
官方Line @hiwvw

致力讓香客變遊客、強化燈會原鄉在

雲西文化觀光遊憩廊帶營造計畫獲觀光局核定經費2.2億元 可

雲林縣近幾年來不斷蛻變，從過去的農業大縣持續向觀光大縣邁進，尤其在疫情推波助瀾下，讓國旅市場重新翻紅，而雲林的優美風光、歷史人文等優勢加持下，都使其年年穩坐六都之外熱門旅遊目的地的常勝軍。



▲雲林縣政府文化觀光處長陳璧君。

根據交通部觀光局觀光遊憩據點人次統計，北港朝天宮近3年平均香客數達667萬餘人次，為全國同類型遊憩據點觀光人次翹楚，觀光產值高達146億元。

但在如此驚人的成績中，如何將宗教聖地吸納的量能轉為觀光量能及產能，同時增加香客願意留在當地遊憩觀光的機會，並引領至雲西區域富含特色的北港、水林、口湖164縣道人文歷史及產業大道、台61線西部海岸線景觀及優質社區典範，一同提昇遊客的遊憩及再訪體驗，活絡雲西人文及經濟的發展，一直是雲林縣政府持續努力的目標。

為此，在雲林縣縣長張麗善的積極爭取下，「1621開台足跡—雲西文化觀光遊憩廊帶營造計畫」獲得交通部觀光局同意，在「體驗觀光地方旅遊環境營造計畫—重點景區遊憩廊帶計畫」中核定計畫經費2.2億元，讓大北港及雲西地區文化觀光獲得睽違22年的發展機會，即將快速啟動。



▲在雲林縣縣長張麗善的積極爭取下，「1621開台足跡—雲西文化觀光遊憩廊帶營造計畫」獲得交通部觀光局同意核定計畫經費2.2億元，讓大北港及雲西地區文化觀光獲得睽違22年的發展機會，即將快速啟動。

雲林縣政府文化觀光處長陳璧君表示，該計畫在縣長政見「一心（北港）、二軸（縣道164、台61）、五遊」架構下，透過9大行動計畫，整合雲西所擁有的全國最大、來客數最多的宗教聖地—北港朝天宮、

武德宮等地，串連宗教朝聖、縣道164銜接北港滯洪池及舊糖鐵土間厝至顏厝寮路段、深入口湖及水林深富特色的人文據點，再到雲嘉南台61線的文化觀光路徑，目標將香客轉為遊客，活絡雲西文化觀光產能。

隨著計畫推動後，縣府預估10年內目標遊客人次可突破2,000萬人次，一年觀光產值可達440億元，透過觀光發展，帶動地方產業升級，創造就業機會，吸引青年回流返鄉。



逐步落實在地新面貌 吸納國內外觀光客到訪

陳璧君指出，雲西文化觀光遊憩廊帶營造計畫將在大北港及雲西地區落實，包括：

1.透過「北港糖廠鐵道地景文化空間營造計畫」，投入1億元經費，在北港糖廠內辦理景觀綠美化，設置多功能活動區、觀光導覽設施、遊客服務中心，並補足北港地區最缺乏的市區內大型遊覽車停車場及星級景觀廁所。同時，將活化再利用糖廠24個倉庫群於倉館群舉辦各式藝文活動、展覽、工作坊及交融裝置藝術等，將「北港糖廠」打造為北港國際遊客服務中心。

2.為完備北港地區的軟硬體導覽系統，規劃「觀光及行動導覽設施建設計畫」包含建置清楚易讀的觀光標識系統、導覽設施，相關館舍佈建藍芽定位器及結合路網動線設計提供準確即時的旅遊訊息，讓國內及國際遊客知道在北港鎮要怎麼玩、如何到雲西地區接著玩。

3.針對164縣道部分，以「糖鐵觀光綠廊空間營造計畫」，將北港糖廠、164滯洪池、開台第一庄、顏思齊故事館等透過營造糖鐵綠廊串聯之，並將遊客引領至開台十寨、口湖梧北國際銀獎社區遊憩參訪等。

4.為提升北港、水林及口湖沿線地區觀光知名度、型塑地域文化特色，計畫以「雲

雲林概念 多元策略讓雲林持續蛻變

望為在地創造年均440億元觀光產值 帶動雲林邁向觀光大縣



◀北港是花燈原鄉，更是台灣燈會的發源地，其歷史緣由可溯自清代，尤其北港朝天宮在1965年舉辦第1屆元宵節花燈展覽，更加深了燈會在全台的盛行。

持續強化燈會原鄉概念 讓旅客想看花燈就到北港

每到元宵節前後，全台各縣市無不積極推出花燈活動吸引目光，尤其在全台各縣市輪流登場的台灣燈會，更是無數民眾的首選。

陳璧君表示，就歷史定位來看，台灣燈會應該重新回到燈會原鄉舉辦，讓小時候的記憶或年輕人每年回到北港，找回共同記憶點。不然，每一次砸重金在各縣市輪辦的燈會，究竟跟地方有何關聯性，燈會過後又留下什麼？

北港是花燈原鄉，更是台灣燈會的發源地，其歷史緣由可溯自清代，日治時期台灣新文學之父一賴和曾撰《北港竹枝詞》，描述農曆正月十五北港媽祖元宵繞境時的盛況，詩句中提及「上元燈」，指的就是北港由民眾自發性發起的巷弄燈會。

北港朝天宮在1965年舉辦第1屆元宵節花燈展覽，至今已超過半世紀，尤其當北港在地藝閣匠師顏崑池先生發明了全台灣第一座電動花燈後，更是推波助瀾，讓燈會蔚為風潮、風靡全台，吸引眾縣市爭相仿效。

然而，走過半世紀，燈會在各地發芽，甚至成為各縣市年度盛事之一，卻失去了歷史的意義與定位。反觀「2020北港燈會」以生命洄游為主軸，納入顏思齊紀念碑圓環，從顏思齊400週年的戎克船意象開始構思，將北港燈會範圍拉大，呈現整個北港都是燈會原鄉，家家戶戶都參與其中。也因此，北港燈會成功從40多個國家、600多件作品中脫穎而出，獲國際



獎項協會（IAA）展場設計金獎肯定，不僅僅是燈會設計出眾，更因為有歷史的底蘊，才能讓世界有機會看到台灣傳統工藝文化之美。隨後，2022年雲林縣再度憑藉著「2022北港燈會原鄉」，再度榮獲MUSE金獎的肯定，讓在地的文化觀光真正走向國際。

陳璧君強調，北港燈會除了原始地的脈絡外，還有重視無形文化資產保存者，保留了過去燈會傳遞忠孝節義的故事，深具教育意義，而不是追求視覺饗宴、如同煙花般的高規格藝術品而已，讓活動有意義、有文化底蘊，才能呈現台灣獨特的文化歷史。

因此，就台灣燈會而言，應該重回北港這個原鄉與發源地，而不是流水席般的各縣市輪流舉辦，透過與在地的結合，將燈會的脈絡與雲林連結，才能強化在地的文化觀光聲量，也讓香客變遊客、遊客也能變香客，更因為具備了文化與歷史底蘊，讓台灣燈會成為更具代表性、真正走向國際、專屬於台灣的燈會。



起・行銷推廣計畫」的五遊「北港古鎮慢慢走」、「糖業文創藝術旅」、「顏思齊十寨深度遊」、「宗教朝拜祈福走」、「農村社區生態遊」等特色遊程進行包裝、行銷，提升雲西地區全國及國際觀光知名度。

5.以「流動藝術饗宴－穿梭雲水間觀光行銷計畫」，提出雲林特有流動藝術展演，帶領遊客透過表演深度體驗雲西在地歷史文化。

透過經費挹注，大北港及雲西的文化觀光及城市生活圈發展將快速推進，縣府也將以文化觀光為主軸持續推動計畫，提昇雲西地區的觀光量能，期許能創造指標性的文化觀光珍珠廊帶，成為國際旅遊觀光客指定走訪的國際觀光亮點，將雲林推向

國際，吸納更多國內外觀光客的走訪及探索。



超前佈署才能 台北市旅行公會

放眼後疫時代應滾動式盡速調整 剔除

觀光局於日前召開第2次提供中央流行疫情指揮中心（CECC）的出入境團客操作指引（草案）商討會議，並邀請各公會代表參加，然而會議中仍有相當多的癥結點尚待釐清，否則對於觀光產業發展相對不利，因此台北市旅行公會特別提出3大問題，期盼有關當局與中央能盡速調整，才能符合市場發展與後疫情時代需求。

- d.衍生費用請產險公司協調出保險項目中（未定）。
- e.確診陽性，留置者以同房為原則，不追溯全團。
- f.最好當地有接待旅行社可以協助一切。
3. 初期旅遊團入出境均希望團進團出為原則
- a.晚上私下外出規範不到。
- b.需盡到告知義務不可有脫團行為。
- c.查看各個國家可以同時PCR採檢團體人數的地方。

3大癥結點應調整 才能為產業營造友善環境

駱炫宏表示，由於台灣現在的7天、14天內的感染率已經達到全球第一高，也象徵著未來已正式與病毒共存的道路靠攏。而現在檢討的是指引，將是放眼未來2個月後的開放政策，因此宜提早考慮到之後滾動式調整的標準，尤其從現實面來看，只要有入境居家檢疫的條件，便會造成旅客卻步。

而針對目前的出入境指引，駱炫宏也提出3大癥結點提出建議，包括：

- 1.上述規定為登機前，台北市旅行公會希望改為落地採檢，各國仍然以事前預約採檢居多，檢測能量受限。
- 2.在海外期間若確診，依當地國家法律規定，來遵守防疫規定即可，如就醫取藥，在家休息為主。
- 3.境外確診者返國條件太苛，尤其台灣目前已經調整到確診者的同住者僅需0+7居家隔離的新政策，入境確診的規範應放寬。

駱炫宏特別指出，環顧各個與病毒共存的國家所推出的防疫條件，目前台灣對於入境的規定仍過於嚴格，倘若確診後須在國外隔離10天、重症需住院等，該費用對於產業與消費者來說都相對負擔過重。

此外，各國的檢測量能也是一大問題，並非各國機場都有充足的篩檢量，旅行社只能安排到市區進行PCR採檢，

於5/16登場的「疫後旅行業辦理入出境團體旅遊會議」中，主要針對出境旅客確診因應機制，以及旅行業行程規劃加強管理措施等議題進行探討，包括：1.逐步鬆綁、時程視疫情滾動式調整；2.入境登機前需PCR 陰性證明（含國內外人士）；3.保險確診理賠還在討論中；是否需10天隔離討論中；4.行程安排必須以團進團出為原則，團體優先開放；5.若確診以同房者同步進行篩檢。

台北市旅行公會理事長駱炫宏表示，會議後觀光局將指引送至中央疫情指揮中心，後續仍尚待討論，因此所有指引都只能按照衛生福利部疾病管制署（CDC）的規範而滾動調整。

然而其中仍有相當多的癥結點尚待釐清與調整，不然將大幅限制旅客出遊意願，也等同於持續遏止觀光產業的發展。目前觀光局提供給CECC的內容包括：

- 1.於當地確診，按照當地國家規範處理
- 2.於返國前一天必須做PCR，包含：
 - a.陽性，則需留置當地10天後，再次採檢陰性方能返國。（10天留置是目前台灣CDC 的規定）。
 - b.陰性，則可搭機返國。
 - c.因確診留置當地10天之住宿及其他協助由旅行社協助。



救觀光產業 提出3大出入境癥結點

過於嚴苛規範 改為落地採檢、依當地國情遵守防疫規範、放寬返國條件



▲衛生福利部疾病管制署（CDC）的官網在外語宣傳部分，缺乏日、韓等版本，這些對於入境旅客或操作入境的業者而言都相對不友善。

以日本為例，市區有專門的PCR檢測單位，然而須提前預約，且檢測後最快得3小時才會有結果。

同時，檢測費用加上渡航證明書與報告等配套，1人費用高達3,846元，無論對於消費者的費用考量，到旅行社的整體規劃都相對受限。加上台灣目前1天確診數逼近10萬，如此對比下入境相對嚴苛。因此建議應讓旅客先行快篩，並於返台後接受PCR檢測相對更為合適，這也是當天許多蒞臨會議的公會代表的共同理念，不然與病毒共存、重啟國際市場都將淪為空談。

此外，台北市旅行公會也提出幾項提問，如

Q：僅接種2劑疫苗、或無接種疫苗的國民及國際旅客，搭機前往（返回）國外，若是當地國家已經無特別要求48小時前「PCR陰性檢查證明」，是否可以順利搭機出國旅遊？

Q：若是台灣的醫院量能仍然無法消化，限定確診者得先預約成功才能前往醫院接受「PCR檢驗」，導致無法按正常預約方式，自費取得報告，旅遊將面臨被迫取消？

Q：有關飯店Check in時需要填寫的健康聲明書部份，是否也可以簡化手續？因為入境客人已經都有PCR陰性才能入境，所以針對入境旅客是否可以免除填寫作業，而恢復疫情前的check in模式。

Q：入境旅客若有持接種疫苗3劑或「血清抗體證明Ct>30」，即可不用入境居家檢疫+居家隔離的日數，進行觀光旅遊；接種疫苗2劑者，以入境居家檢疫4晚即可進行觀光旅遊呢？

規劃防疫講習 讓會員及早因應

日前觀光局特別舉辦「旅行業從業人員及導遊、領隊人員防疫講習」，展現政府逐步鬆綁管制，為疫後經濟做準備，也讓業者在疫後有因應準備。

雖然主管機關立意良善，但對於業者來說仍有許多希望了解的環節並未闡述、解決，如「入境旅客需進行檢疫措施入境檢疫系統（航機版）」中，目前僅有英、泰、印、越等版本，對於韓國、日本的文字說明仍缺乏。而衛生福利部疾病管制署（CDC）的官網在外語宣傳部分，同樣缺乏日、韓等版本，這些對於入境旅客或操作入境的業者而言都相對不友善。

其次，針對入境業者關注的「開放各類人士來台一覽表」部分，舉凡衛福部、外交部、教育部、移民署等單位都有提出相關規範與Q&A，唯獨缺了觀光主管機關—交通部，這也是中央與相關機關應多加留意的部分。

值此疫情相對衝擊的時期，對業者而言目前不論是政府的各項政策與環節都相對迷茫，為此，台北市旅行公會也將積極研擬「COVID-19的預防、防止擴大感染對策（邊境解封篇）」的蒐集與整備，時時更新最新情況，未來也將開啟相關的座談會或課程，提供最新的資訊讓會員們能預先做準備。

各類人士來臺限制一覽表-4/4-相關連結

機關	網頁連結 (請直接點擊文字)	QR Code連結 (請以行動裝置掃描連結)	
衛生福利部	國際旅遊及港埠檢疫... [點擊連結]	疾病管制署 官方網站 	入境檢疫系統 
	嚴重特殊傳染性肺炎相關Q&A... [點擊連結]		
	嚴重特殊傳染性肺炎最新消息及疫情訊息... [點擊連結]		
外交部	因應「新冠肺炎(COVID-19)」疫情外籍人士入境管制措施專區... [點擊連結]		
教育部	開放境外生返臺就讀相關問答... [點擊連結]		
	嚴重特殊傳染性肺炎教育專區... [點擊連結]		
移民署	境管防疫專區... [點擊連結]		

製表時間：111年5月9日
製表單位：內政部移民署

▲針對「開放各類人士來台一覽表」部分，舉凡衛福部、外交部、教育部、移民署等單位都有提出相關規範與Q&A，唯獨缺了觀光主管機關—交通部。



龐洛郵輪

以法式奢華情調 探索世界角落

以環境永續的理念 提供專業講師或探險隊員導覽 深入秘境之旅

撰文／張偉浩 圖片提供／龐洛郵輪



▲龐洛郵輪提供極地水域航行方面的專業知識，與卓越的航程體驗。

隨著郵輪旅遊的發展日趨成熟，囊括衣食住行育樂購的大型郵輪不再一枝獨秀，中小型噸位數的探險型郵輪，可以走訪無人秘境、冰冠火山、珊瑚礁群島的靈活優勢，逐漸獲得現代旅人的青睞。而以探險型郵輪為先驅的龐洛郵輪（Ponant，以下簡稱龐洛郵輪），提供全程體驗法式奢華生活方式及精緻餐飲，遊歷別出心裁的航線，帶旅客從另一個角度看世界，開啟海上奢華探險之旅！

新型6艘探險家系列郵輪 成為極地探險的先鋒領導者

龐洛郵輪成立於1988年，總部位於法國馬賽，在30多年的發展中堅持以現代化、高科技為理念打造小型奢華探險郵輪，自2016年更融入了環境永續的概念，推出拉普洛斯號、尚普蘭號、布干維爾號、迪蒙迪維爾號、雅克卡地亞號、貝洛特號6艘探險家系列郵輪，該探險系列中的小型船舶具有環保性，擁



▲世界首創的多感官空間將被命名為「Blue Eye」藍眼，以及高解析度數字屏幕，投影由分別位於船頭船中和船尾的三台水下攝影機拍攝的現場影像。

龐洛郵輪優點解析

1. 專門為了探險航程而設計的郵輪，能夠前往一般郵輪無法到達的地區。
2. 純正的法式血統，主要服務人員為法國籍，可以體驗優雅高尚的服務。
3. 跳脫一般大型郵輪的認知，提供隱密性更高且極致奢華的享受。



▲龐洛郵輪以現代化、高科技為理念打造小型奢華探險郵輪。



▲龐洛郵輪是「法式氣質」和法式生活方式的典範。

有先進的技術，每艘船均配備了世界首創的藍眼、多感官水下休息室；每艘船以啟航探索新大陸的法國探險家的名字而命名，利用在極地水域航行方面的專業知識提供卓越的航程體驗，成為極地探險的先鋒領導者。

龐洛郵輪台灣戰略合作夥伴波蓮國際貿易業務總監陳鈺麟指出，為了符合環境永續的營運方式，龐洛遊輪最新指揮官夏古號採用天然氣與電力混和作為動能，減少碳排放與海洋汙染，並設計衛星定位系統，就算不用下錨，破壞珊瑚礁或是海底世界，也能精準掌握位置，友善我們的地球，以最安全、安靜、安心的方式帶領旅客探索世界。

奢華與探險的融合 冒險與精緻同行

陳鈺麟表示，小型、技術先進的探索



▲所有的美食、美酒、茶飲、洗浴用品、床上用品都是法國最卓越的公司提供。

型船舶是的龐洛其中一部分優勢，還有經驗豐富的導遊、講師或探險隊員陪同下，充分利用上岸遊覽的時間，帶來最專業的解說導覽。其中許多航行目的地均為教科文組織列出的遺址，並為遊客帶來激發思想、身體和靈魂的觸動。因此，選擇龐洛奢華探險郵輪意味著選擇一種精神狀態：奢華與探險的融合，冒險與精緻同行，提供獨特且真實的夢想目的地、新文化、自然世界中心，令人難以置信的體驗。

法式生活方式的典範 感受法國迷人的自由隨興

龐洛郵輪是「法式氣質」和法式生活方式的典範。這艘郵輪品牌上的船員和服務人員主要都是法籍，您會發現他們自信、體貼又略帶謹慎，讓旅客感受原汁原味的法式情調。其獨特的裝潢設計，融合私人遊艇的優雅與尊貴，同時也不失法國迷人的自由隨性，提供獨特專屬的郵輪體驗及雅緻脫俗的優質服務。此外，所有的美食、美酒、茶飲、洗浴用品、床上用品都是法國最卓越的公司提供，比較陸地上的頂級飯店毫不遜色，還能享受郵輪上的公共空間，欣賞海闊天空的景緻，現在有機會彎靠台灣，讓台灣旅客不用舟車勞頓到歐美就能一親芳澤。



奢華開拓世界秘境
法式風潮即將來台

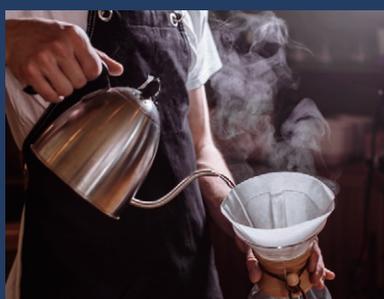
龐洛郵輪 PONANT





職人烘焙 華麗翻轉對咖啡的味蕾想像

由藍帶廚師、咖啡師、烘豆師所組成的咖啡職人團隊，發揮各自專業領域的才能，激發出對咖啡無限的創意，強調主打台灣咖啡族較少接觸的「巴西精品莊園豆」為特色。為了能挑選所偏好與新鮮的莊園豆，直接從產地接洽「進口生豆」，搭配自家專業職人烘焙，展現產地風土的「特色烘焙咖啡豆」，到研發獨具特色的半浸泡式、熱處理等多層程序的「酒香咖啡」以及「茶香咖啡」；華麗翻轉咖啡更多的可能性與味蕾的想像，讓你隨時都能享受一杯匠心獨具的咖啡微醺時光。



產地直送 咖啡生豆

Green Coffee Beans

- ★與產地直接接洽，進口巴西最佳產區「喜拉朵冠軍豆」
- ★精選精品莊園豆、評比冠軍豆、衣索比亞西達摩日曬豆

精品風味 特色咖啡

- ☛ 冠軍喜拉朵咖啡(巴西Cachoeira莊園)
- ☛ 喜拉朵咖啡(巴西Ouro Verde莊園)
- ☛ 日曬·衣索比亞咖啡
- ☛ 水洗·衣索比亞咖啡
- ☛ SBC House Blend 精選義式咖啡

獨家研發 酒香咖啡

- ☛ 威士忌酒香咖啡 Whisky (衣索比亞)
- ☛ 蘭姆酒香咖啡Rum (衣索比亞)
- ☛ 高粱美人酒香咖啡Oriental Sorghum Beauty (巴西)

創意風味 茶香咖啡

- ☛ 美人茶香咖啡Tea Fusion (衣索比亞)

產區評比冠軍

Cachoeira 莊園豆

處理手法-去果皮半日曬
風味特色-深色水果、
花香味、濃郁堅果香氣

Ouro Verde 莊園豆

處理手法-日曬
風味特色-堅果、奶油、
乾淨度佳、尾韻甘醇

西達摩產區 衣索比亞豆

處理手法-日曬
風味特色-帶著核果的滑
順口感、酸值明亮紮實



咖啡豆半磅



濾掛盒裝



濾掛包

