

出國報告（出國類別：開會）

參加 2025 濟州郵輪論壇 暨交流活動

服務機關：臺灣港務股份有限公司

姓名職稱：總公司 業務副總經理 張展榮

基隆分公司 副處長 魏碩良

基隆分公司 副管理師 江蕙珍

總公司 資深事務員 鄭又嘉

派赴國家/地區：韓國濟州

出國期間：114 年 7 月 9 日至 7 月 13 日

報告日期：114 年 8 月 31 日

內容重點摘要

濟州郵輪論壇為亞洲地區每年一度的重要盛會，由韓國濟州觀光公社（Jeju Tourism Organization）主辦，旨在匯聚來自亞洲各地的郵輪公司、港口單位與旅遊產業代表，進行實務經驗交流，並推廣各自港口的特色與優勢。今年論壇期間，本公司業務副總經理張展榮受邀擔任與談人，與日本、馬來西亞、香港、菲律賓專家一同針對「亞洲郵輪市場航向 2035 年的展望」進行深度探討，並分享臺灣郵輪產業的發展成果與未來展望。同時，港務公司亦以 ACTA 與 ACLN 創始會員的身分參與年度會議，與亞洲各主要郵輪港口營運機構深入交流，強化合作連結，共同推動亞洲郵輪產業的持續成長與多元發展。

本公司參與「2025 濟州郵輪論壇」，對於郵輪業務推展具實質助益。本次論壇透過參與展攤活動，與交通部觀光署及航港局攜手，以跨部門整合形象推出亮相，藉由專業簡介資料、行銷影片及互動交流，向國際郵輪業界充分展現臺灣港群的接待能量與觀光吸引力。此外，透過與郵輪公司、碼頭營運單位及旅行業者的交流互動，獲取許多具體且具前瞻性的建議，不僅有助於精進臺灣郵輪碼頭之營運管理，也有助本公司更深入掌握產業脈動與市場需求，為未來業務拓展提供明確方向與實務依據。

目錄

壹、目的.....	3
貳、出國期間與考察行程	4
參、考察內容	5
一、濟州郵輪論壇重點.....	5
二、會場介紹	6
三、論壇演講場次分享.....	10
(一)會議 1：(郵輪公司)亞洲郵輪市場－邁向 2035 年市佔率 20%的願景與策略	10
(二) 會議 2：(亞洲郵輪目的地)亞洲郵輪目的地的未來－政策規劃與 2035 年展望 ...	12
四、B2B 平台及與多家航商交流重點.....	14
(一)與地中海郵輪公司東京辦公室/日韓總裁 Oliviero Morelli 交流議題重點：.....	14
(二)與三井郵輪目的地旅遊體驗部總經理市川紗惠交流議題重點：.....	15
(三)與韓國樂天旅遊公社部長 Harry Beak 交流議題重點：.....	17
(四)與 Japanet 旅遊寄港地觀光課課長村田英祐交流議題重點：.....	18
(五)與釜山港灣公社姜副處長交流議題重點：.....	19
五、ACLN 工作年會重點摘要	21
六、濟州島觀光踩線行程	23
(一) 石頭文化公園.....	23
(二) 海女廚房	25
(三) Orteas 茶園.....	26
肆、心得與建議	27

壹、目的

本公司於 2025 年 7 月 10 日至 11 日前往韓國參加「2025 濟州郵輪論壇」(Asia Cruise Forum Jeju)，並出席 ACTA 及 ACLN 會員年度會議，與來自各國的郵輪產業夥伴交流亞洲郵輪市場的最新發展趨勢、港口與目的地的觀光優勢及實務經驗，期望透過跨國協作，共同向國際郵輪業者行銷亞洲郵輪路線，拓展區域市場版圖。藉由本次論壇中的 B2B 商務洽談平台，港務公司與地中海郵輪、三井海洋郵輪、韓國樂天旅遊觀光公社、日本 Japanet 旅行社及釜山港灣公社等單位進行面對面交流，就港埠設施進行詳盡說明與推介，積極爭取更多郵輪航線部署臺灣各大港口，開創後續合作機會。

此次論壇特別邀請本公司業務副總經理張展榮擔任大會講者，分享臺灣近年來在郵輪碼頭升級擴建、航線多元化推動、優惠措施規劃及港區觀光資源整合等方面的努力與成果，並介紹未來將持續推動的永續發展目標，如簡化通關流程與岸電設施建置等。此外，為促進港口區域合作並提升國際曝光度，主辦單位設立港口展示專區，邀集亞洲主要郵輪港口參與設攤，臺灣團隊也以整合形象亮相，透過專業簡介資料、行銷影片與現場互動，全方位呈現臺灣港群的接待實力與觀光魅力，積極強化國際能見度。

貳、出國期間與考察行程

本次出國期間與考察行程內容詳如下表 1 所示。

表 1 出國期間與考察行程一覽表

日期	主要行程
7/9 (三)	搭機前往韓國濟州
7/10 (四)	濟州郵輪論壇大會 <ul style="list-style-type: none">● B2B 業者商務交流活動● 展攤活動● 會議 1：(郵輪公司)亞洲郵輪市場－邁向 2035 年市佔率 20%的願景與策略● 會議 2：(亞洲郵輪目的地)亞洲郵輪目的地的未來－政策規劃與 2035 年展望
7/11 (五)	濟州郵輪論壇大會 <ul style="list-style-type: none">● B2B 業者商務交流活動● 展攤活動● ACTA 年度會議● ACLN 年度會議
7/12 (六)	濟州觀光踩線行程
7/13 (日)	搭機返回臺灣

參、考察內容

一、濟州郵輪論壇重點

濟州郵輪論壇致力於打造亞洲郵輪產業的合作交流平台，本次第 12 屆論壇以「2035 亞洲郵輪願景：從 9%邁向 20%」為主題，匯集來自各區域國家的代表，共同研議推動策略與岸上觀光行銷之道，期能營造亞洲成為郵輪公司全年部署航線的理想區域。藉由本次論壇，業界攜手尋求疫後復甦契機，推動亞洲郵輪市場不僅回到疫情前水準，更邁向嶄新高峰。

根據國際郵輪協會(CLIA)預測，2024 年全球郵輪旅客達 3,460 萬人，2028 年將突破 4,190 萬人，其中亞洲在全球郵輪市場中具備顯著的成長潛力與戰略價值，儘管 2024 年亞洲郵輪旅客人數僅占全球的 7.6%，但年增率高達 13%，顯示郵輪市場回升強勁。未來亞洲市場的拓展關鍵包含提升登船與岸上旅遊服務品質，以及強化政府、港口、郵輪業者與旅遊產業間的合作等層面。

針對 2035 年全球郵輪市占率提升至 20%的目標，亞洲若能善用其多元文化吸引力及快速發展的港埠基礎設施，結合永續觀光、郵輪旅客年輕化、重複搭乘意願高、航程天數變長等趨勢，有機會成為推動全球郵輪產業成長的重要基地，將亞洲在郵輪市場的角色正逐步從區域市場轉向全球核心。



圖 1 亞洲市場近況分析

CRUISE OUTLOOK AND FORECAST

42 million passengers are forecast to sail in 2028

Number of ocean-going passengers sailing each year worldwide

Actuals 2019-2024; Forecast 2025-2028

(amounts in millions)

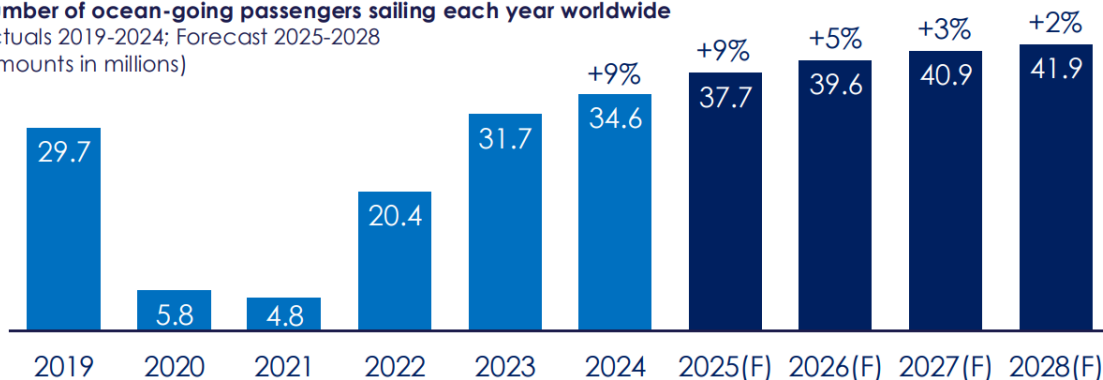


圖 2 全球郵輪旅客數正逐年成長(資料來源:國際郵輪協會 CLIA 2025 年郵輪市場分析報告)

二、會場介紹

(一)會展中心地理位置及介紹

本次論壇活動於濟州國際會議中心（ICC Jeju）舉辦，位於韓國濟州島南部的中文觀光園區，坐擁壯麗海景，距離濟州國際機場約 50 分鐘車程，周邊環繞著眾多自然景點與高級飯店，是當地最重要的會展設施之一。ICC Jeju 為現代化的多功能場館，具備可容納 4,300 人的國際級會議空間、多間分組會議室及可靈活運用的展覽廳，適合舉辦大型會議、展覽及商務活動。建築採用玻璃帷幕設計，可遠眺濟州南岸海景，並配備同聲傳譯、燈光音響及高速網路等專業設備，提供完整的國際會議服務體驗。

(二)大會場地規劃及參與業者

本次大會論壇及展覽活動主要規劃在濟州國際會議中心（ICC Jeju）3 樓(如圖 1)，本次共有 31 個參展攤位(如圖 2)，大致上分為國際郵輪公司、亞洲郵輪港口、觀光單位及韓國地方相關產業等，展攤位置鄰近大會論壇場地，參與論壇的來賓進出會場時皆會經過展示區，有助於提升各單位及與會來賓之間的交流與互動。

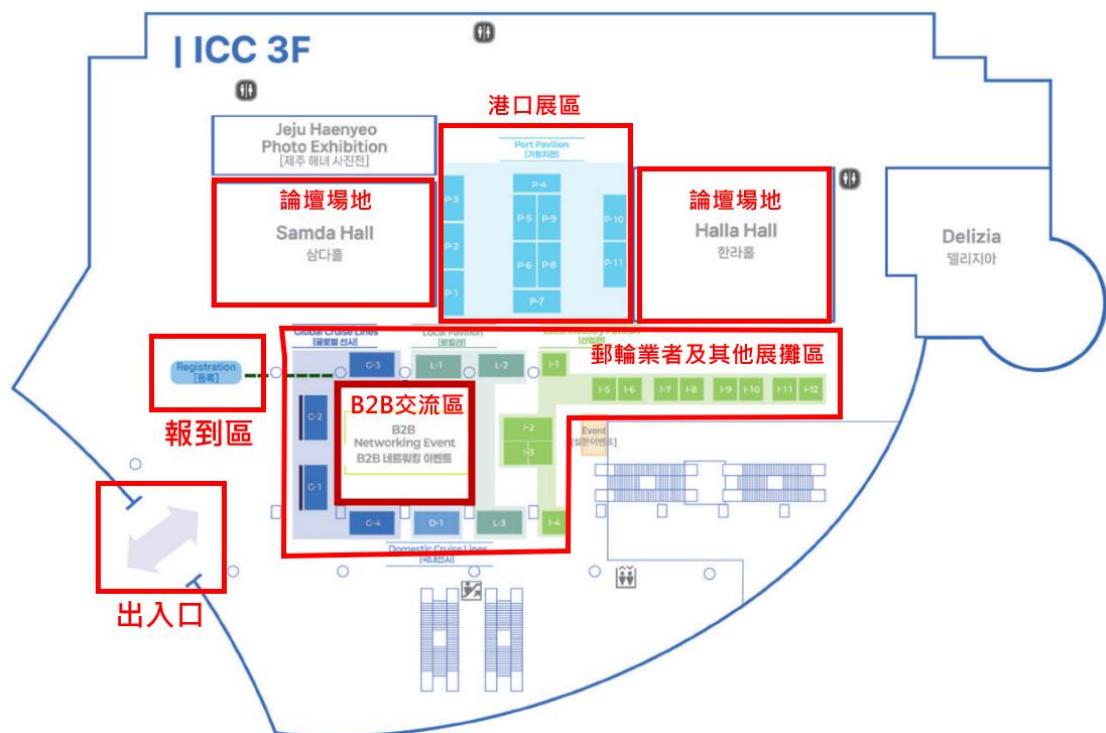


圖 3 展會平面示意圖

Global Cruise Lines [글로벌 선사]	Local Industry Pavilion [산업관]
G-1 MSC Cruises	I-1 Jeju INDI
G-2 Princess Cruises	I-2 TOUR MARKETING KOREA INC
G-3 Royal Caribbean Cruises	I-3 KaReum STAY
G-4 ADORA Cruises	I-4 Jeju Rural Convergence Industry Association
	I-5 OLLEBADANG FISHERMEN'S UNION CORPORATION
	I-6 BIO JEJU
	I-7 HAPPY JEJU LAB
	I-8 KOKO CULTURE CLUB
	I-9 ECO GREEN RESORT
	I-10 BLACKBIRDMOBILITY
	I-11 Jeju Indo-Pacific Bottlenose Dolphin Ecosystem Corporation Supporters
	I-12 MURUNG FARM
Port Pavilion [기항지관]	Local Pavilion [로컬관]
P-1 KANAZAWA/KYOTO MAIZURU	L-1 JPDC
P-2 KUMAMOTO	L-2 Hanil-Fuji(Korea)
P-3 SAKAI MINATO	L-3 Aewol Papas
P-4 INCHEON	
P-5 YEOSU	
P-6 BUSAN	
P-7 JEJU	
P-8 POHANG	
P-9 SOKCHO	
P-10 KAOHSIUNG KEELLUNG	
P-11 ANPING · TAICHUNG	
Domestic Cruise Lines [국내선사]	
D-1 Dowon Cruise & Ferry	

圖 4 參展單位一覽

(三)港務公司參加論壇展攤活動行銷臺灣郵輪港群

本次論壇主辦單位為促進亞洲區域港口間的合作交流，並進一步提升亞洲各港口在國際郵輪市場的能見度與曝光度，特別設置港口展區，邀集來自亞洲各大郵輪港口設攤參與，打造一個兼具展示、交流與行銷的平台。港務公司積極把握此次機會，為吸引更多國際郵輪業者對臺灣港口的關注與青睞，主動爭取設置展示攤位，全方位行銷臺灣在郵輪港埠設施、營運經驗及港市觀光等方面的競爭優勢。

為展現整體形象並提升展攤內容的專業度與完整性，港務公司統籌協調交通部觀光署與航港局共同參與，以跨部門整合的形式，以港口及觀光簡介資料、形象影片播放、視覺設計布展與現場互動交流，展現臺灣在郵輪接待能量、基礎建設、岸上觀光資源、航線潛力等多方面的亮點，並與國際郵輪公司代表、旅行業者及其他港口單位建立聯繫，積極拓展未來合作契機，強化臺灣在亞洲郵輪市場中的整體地位。



圖 5 港務公司於論壇中的港口展區設置展攤，行銷臺灣港群



圖 6 港務公司與交通部觀光署及航港局於展攤中擺放宣傳文宣，共同行銷臺灣港群及臺灣觀光景點



圖 7 港務公司於展攤攤位與各單位行銷宣傳及交流

三、論壇演講場次分享

(一)會議 1：(郵輪公司)亞洲郵輪市場－邁向 2035 年市佔率 20%的願景與策略

1. 郵輪產品、航線多元化

皇家加勒比郵輪(Royal Caribbean Cruises Line)推出 Icon Of The Seas 刷新世界上最大郵輪紀錄之後，預計將持續推出新郵輪，及多元化的郵輪行程，例如和日本公司合作推出郵輪結合鐵路之行程、或推出季節性商品，在聖誕節或不同節日時提出不同服務。

中國自有品牌「愛達郵輪(Adora Cruises) 」建造中的新船愛達花城號(Adora Flora City)預計將於 2026 年開始運營，現行營業中之愛達魔都號(Adora Magic City)，規劃將推出韓國旅客搭魔都號到香港或日本港口之航線，吸引韓國旅客青睞；地中海郵輪(MSC Cruises)除了目前在亞洲最為出名的地中海榮耀號(MSC Bellissima)外，預計未來將有 4 艘新船，其中也將包含奢華郵輪。

日本商船三井集團（Mitsui O.S.K. Lines, MOL）旗下全新高端郵輪品牌三井海洋郵輪（Mitsui Ocean Cruises）所規劃之航程，更與日本小島進行合作，讓郵輪旅客可以穿和服一起參加當地嘉年華慶典活動。

由上述國際郵輪公司之短期規劃、布局可以看出，郵輪市場整體的發展，與郵輪本身的優化、航程的多樣性、旅客的獨特感受息息相關。

2. 多元行銷、貼近旅客需求的資訊露出

皇家加勒比郵輪指出至 2030 年止，亞洲市場預計將會有許多中產階級客層，為了能更貼近郵輪旅客需求，皇家加勒比郵輪做出了戰略上的調整，提供更個性化的行銷活動及航程，並透過社群媒體或短影音進行宣傳，以擴大郵輪行銷觸及率；愛達郵輪亦分享透過微信、抖音等直銷方式，將郵輪訊息直接露出給廣大的客群，並針對不同節慶、族群提供不同行銷用語，獲得良好回響，由此可知除了郵輪船隻、商品、航程之優化外，郵輪行銷亦是非常重要的一環。

3. 地方合作擴展

亞洲是一個有潛力全年都成為郵輪熱區的地方，不過現在亞洲各郵輪港口的發展存在許多的落差。亞洲產業要整體擴展，需要所有港口、當地政府攜手一

起前進。現在亞洲郵輪產業需要更多可停靠的港口、更豐富的郵輪行程、更新穎的旅客中心及船舶，同時需要改善港口及周邊機場、景點之可及性，並發展大眾交通網絡，更要兼顧 CIQS 各單位之通關效率改善。

綜上，亞洲郵輪市場的拓展需要港口、地方政府及郵輪航商共同攜手合作。皇家加勒比郵輪代表分享目前新加坡正在努力改善港口軟硬體設施，希望亞洲其他港口所在地政府也能投資相關領域。同時船上的設施硬體也都在持續更新，甚至能透過 AI 預測旅客喜歡的食物；此外，人力開發也是非常重要的領域，目前亞洲已經匯集了許多重要的國際郵輪航商，如果能發展出更專業、系統性的培訓課程，對於郵輪產業發展將有非常大的幫助。



圖 8 會議 1:(郵輪公司)亞洲郵輪市場—邁向 2035 年市佔率 20%的願景與策略

(二) 會議 2：(亞洲郵輪目的地)亞洲郵輪目的地的未來－政策規劃與 2035 年展望

1. 提升港口及城市之間的介面連結

掛靠港的發展重點包含友善的旅客設施、結合當地政府單位共同發展岸上觀光、發展綠色旅遊以避免過度旅遊對環境帶來的危害，以及提升港口與城市之間的交通介面聯繫。吸引國際郵輪公司布局亞洲港口進行掛靠港作業，最重要的還是當地景點的特殊性，能吸引旅客前來觀光，而前往觀光景點的交通網絡更是郵輪公司考量的重點之一。尤其日益興盛的 Fly Cruise 旅客作業模式，更需要機場、陸地、郵輪之間的緊密交通聯繫。港口及城市之間的「無縫移動」將是未來發展的重點之一。

2. 簡化通關作業程序，強化中央、地方政府、港口單位連結

以菲律賓為例，菲律賓觀光部門目前除提供針對郵輪發展的政府獎勵政策外，也提供了免簽政策，積極減短冗長的流程，創造對於郵輪發展更友善的整體環境，更特別組成委員會推動加速簽證流程。郵輪觀光快速發展，須讓政府從上至下各單位一起通力合作促成。

本公司張展榮業務副總特別分享，臺灣本身除了港務公司提供的郵輪獎勵之外，觀光署亦針對每一趟 Fly Cruise 作業依實際入境所帶入的旅客給予每人 10 美元獎助。在提升通關效率部分，針對掛靠港的郵輪外國旅客，內政部移民署已在今(2025)年 6 月開始取消出境章蓋印，改以臉部辨識取代指紋，加快通關效率；交通部亦將與內政部移民署合作增加基隆港、高雄港雙向自動通關查驗櫃檯(e-Gate)的數量。實質上達成跨國內部門整合、以顧客立場出發共同推動郵輪產業之目標。

3. 發展亞洲城市不同主題航程，避免亞洲港口之間成為競爭關係

亞洲港口之間各有不同歷史底蘊、人文風情的特色，在吸引國際郵輪港口布局亞洲時，不可避免地可能產生部分競爭關係。如能發展不同主題航程，尋求彼此之間的差異性，將更能消弭互相取代的競爭關係。

本公司張展榮業務副總於與談分享時亦提及，港口之間可以互相合作，或透過季節差異性設計季節性航線，串聯東北亞和東南亞的旅遊景點，提供更多元的

郵輪航線，打造更具吸引力的郵輪旅遊目的地。



圖 9 港務公司業務副總經理張展榮（右 1）與濟州郵輪論壇講者之合影

四、B2B 平台及與多家航商交流重點

(一)與地中海郵輪公司東京辦公室/日韓總裁 **Oliviero Morelli** 交流議題重點：

1. 本公司於論壇會場期間，拜會地中海郵輪(MSC Cruises)東京辦公室總裁 Morelli 先生，針對地中海郵輪所營運之那霸—基隆冬季航線，Morelli 先生表示目前該航線整體載客率表現良好，對於市場反應感到滿意，並確認該航線將於未來持續營運。會談中，本公司亦藉此機會向 Morelli 先生說明臺灣各國際港口之整體營運概況與接待能量，並建議地中海郵輪未來以日本港口作為母港出發的航次，可考量加靠臺灣其他港群，包括高雄、花蓮、臺中等港，以提升航程多樣性並拓展更多旅遊市場客源。
2. Morelli 先生對於明(2026)年預計啟動的高雄母港航線表達高度關注與期待，認為南臺灣市場潛力值得深耕，亦對本公司自前期規劃至實際執行所提供的協助表達感謝，並肯定臺灣在郵輪營運支持系統上展現的效率與專業，若有合適時機，期盼能親自前往高雄進行實地參訪，以深入了解高雄港的接待環境與旅運設施。本公司亦已當面誠摯邀請 Morelli 先生來臺，並承諾將全力協助其訪臺行程安排，期望藉此促進地中海榮耀號（MSC Bellissima）未來在臺灣港群的更廣泛布局，強化雙方合作關係。



圖 10 港務公司業務副總經理張展榮（右 1）於郵輪論壇會中拜訪地中海郵輪日韓區總裁 **Oliviero Morelli**（左 1）爭取更多郵輪來靠泊臺灣港群

(二)與三井郵輪目的地旅遊體驗部總經理市川紗惠交流議題重點：

1. 三井海洋郵輪旗下的「海洋富士號」為商船三井集團近年推出的旗艦級中型高端郵輪，總噸位約 32,000 噸，可容納約 450 名旅客，鎖定日本高端旅遊市場，主打日式精緻服務與小型奢華體驗，自 2025 年起開展東亞航線，預計來臺航次數如表 2。
2. 為積極爭取該公司來臺靠泊，港務公司於 2025 年 6 月舉辦踩線行程，自基隆出發，陸續造訪澎湖、高雄、臺南、臺中及宜蘭等地，實地勘查各港口設施與接駁動線，並深入體驗各地文化與觀光亮點。三井海洋郵輪對此環臺踩線行程表示高度肯定，認為臺灣港口設施現代化程度高，接待安排專業細緻，且地方觀光資源豐富極具吸引力，並對本公司周到細膩的接待安排表達誠摯感謝。
3. 本公司與基隆市政府於 2025 年 3 月 26 日同赴日拜會三井郵輪公司行銷基隆港郵輪，向三井郵輪公司行銷臺灣觀光資源、碼頭建設及港口費率優惠方案，邀請三井郵輪於 10 月 4 日預報靠泊基隆港的海洋富士號旅客一起參加基隆老鷹嘉年華活動；本次會談中，總經理市川紗惠表示對於此活動相當感興趣，後續將與相關單位密切聯繫合作事宜。

表 2 三井海洋郵輪(海洋富士)靠泊臺灣港群航次統計表(截至 2025.8.18 統計)

年度/港口別	2025 年預報	2026 年預報
基隆港	5	7
臺中港	0	1
高雄港	1	2
花蓮港	3	2
安平港	0	1
蘇澳港	1	3
澎湖港	1	1
總計	11	17



圖 11 港務公司業務副總經理張展榮（右）於郵輪論壇會中拜訪
三井郵輪港口營運總經理市川紗惠（中）

(三)與韓國樂天旅遊公社處長 Roy Jung 交流議題重點：

1. 韓國樂天旅遊公社為韓國知名大型旅行社，業務涵蓋範圍廣泛，提供各類型的旅遊產品與專業服務，包括國內外機票預訂、各地酒店住宿安排、全包式旅遊行程規劃、簽證申請協助及其他相關旅遊配套方案，長期深耕韓國旅遊市場，並具備豐富的郵輪操作經驗。今(2025)年該公司已成功安排五趟包船航程，由韓國出發，搭載韓國旅客搭乘歌詩達莎倫娜號前往基隆港，分別為1月14日、1月18日、5月15日、5月21日及5月27日，展現其對臺灣市場的重視與合作潛力。
2. 本公司於本次論壇活動期間，主動於展攤會場拜會樂天旅遊公社處長 Roy Jung，誠摯表達感謝其安排多趟包船來臺靠泊基隆港，並藉此機會向其分享臺灣港群最新的設施發展與營運成果，包括港口基礎建設升級、旅客服務品質提升及各港接駁觀光規劃等。Roy Jung 處長對此表達高度關注，尤其對高雄港的國際郵輪碼頭條件與旅客中心硬體設施特別感興趣，並表示未來若有機會，希望能親自前往高雄進行實地考察。



圖 12 港務公司業務副總經理張展榮（左 1）於論壇中會面與樂天觀光旅行社處長 Roy Jung（右 1）交流旅行社包船相關意見

(四)與 Japanet 旅遊寄港地觀光課課長村田英祐交流議題重點：

1. Japanet 旅行社原以電視購物起家，後於 2017 年跨足郵輪旅遊業，開啟郵輪旅遊銷售業務。並於 2024 年 10 月 18~19 日首次安排地中海榮耀號包船搭載日本旅客來基隆港遊玩、2025 年 5 月 23 日再次安排地中海榮耀號第二次包船，基隆分公司亦積極配合 Japanet 進行各項動線規劃、節點設置等事宜，兩次大規模包船作業皆圓滿完成。
2. Japanet 旅遊寄港地觀光課課長村田英祐表示，2024、2025 年安排地中海榮耀號包船到基隆港的航程受到旅客熱烈回響，計畫 2026 年將再安排 2 航次包船掛靠基隆港，並且希望未來有機會能與高雄港合作，本公司亦提供高雄港相關資訊予村田課長，期增加 Japanet 跟臺灣港群更加深入的合作。



圖 13 港務公司業務副總經理張展榮（左 1）於論壇中會面與 Japanet 旅遊寄港地觀光課課長村田英祐（左 3）交流旅行社包船相關意見

(五)與釜山港灣公社姜副處長交流議題重點：

1. 本公司於 2018 年與釜山國際郵輪研究所(BICI)簽訂郵輪產業合作備忘錄(MOU)，雙方共享郵輪業務經驗、資源與客戶，共同推動東北亞多港郵輪市場整合與發展；2019 年並與韓國釜山港灣公社(BPA)簽署郵輪與港口合作備忘錄(MOU)，除共享郵輪產業策略、資源與客戶資訊外，更為跨亞洲郵輪旅遊發展建立堅實基礎；2023 年，高雄港與釜山港締結為姊妹港，象徵兩大港口在商業與文化層面的深化合作。
2. 本次論壇中，釜山港灣公社姜副處長特別至本公司展攤上拜會，希望能借鑒臺灣郵輪發展經驗共同推展郵輪，並提到未來除了基隆港、高雄港外，也希望能加強對整體臺灣港群的了解，針對郵輪業務進行交流。



圖 14 港務公司業務副總經理張展榮（中）於論壇中會面與釜山港灣局姜副處長（左 1）交流雙方港口郵輪發展經驗

一、ACTA 會議重點摘要

- (一) 亞洲郵輪碼頭協會(Asia Cruise Terminal Association, ACTA)總部設於新加坡，2000 年由新加坡郵輪碼頭及上海吳淞口碼頭共同發起，目標為透過提高營運、安全、客戶服務和行銷等相關領域，提供郵輪碼頭管理經營者及相關單位相互合作的溝通平臺，打造世界級郵輪市場，為極具影響力之亞洲郵輪組織。該協會組織型態以個別郵輪港口為會員，基隆港自始即為該協會會員，目前會員來自亞洲 5 國 8 個港口，分別為新加坡郵輪碼頭、上海吳淞口國際郵輪碼頭、韓國濟州港、日本金澤港、神戶港、境港、京都港，及臺灣基隆港。
- (二) 為提升會員港口行銷效益，ACTA 將於 2026 年規劃舉辦港口聯合行銷活動 (2026 ACTA event)，目的為協助港口/目的地直接向郵輪公司簡報行銷、建立亞洲航線部署平臺、推動區域合作，並強化 ACTA 作為亞洲郵輪樞紐網絡的地位。會議中除了討論未來活動議程預擬，並決定將於濟州郵輪論壇中舉辦活動，預計邀請更多航商到現場與會。本公司亦於會上建議亞洲各會員港口可以共同合作安排郵輪公司踩線，深度行銷亞洲港口。



圖 15 港務公司魏碩良副處長於 ACTA 會議中發言

五、ACLN 工作年會重點摘要

(一) 會場設計大器典雅，展現現代專業形象

1. 本次年會舉行地點為濟州國際會議中心（ICC Jeju）3 樓 Halla Hall，採用 U 字型座位配置，約百人參與，空間寬敞不擁擠，讓與會者能以舒適的距離交流與發言，會場後方備有咖啡、茶水及精緻茶點，提升會議期間整體體驗與便利性。
2. 主舞台以藍色系大型背板為視覺核心，中央設有高解析度顯示螢幕，並於會場正中央擺放平面顯示器，無論與會者坐在哪個位置，皆能清晰觀看簡報與會議內容，燈光設計柔和均勻，確保視覺無干擾，營造專業穩重的會議氛圍。
3. 整體配色以深藍與湖水藍為主調，地毯圖樣呼應現代設計感，搭配深色桌布與黑藍椅套，展現沉穩大方、兼具質感與現代感的會場風格。



圖 16 2025 濟州郵輪論壇中 ACLN 工作年會會場

(二) 會議決議

1. 提名並通過新任秘書長由 Leem Bok-soon(林福順)續任。
2. 本次會議正式通過收費會員制度，所有 ACLN 會員收費標準一致，均為年費 1,000 美金。ACLN 秘書處係由濟州特別自治道設立，並委託濟州郵輪產業協會負責其日常營運工作，由於 ACLN 並非法人組織，所有行政與財務事務皆由具法律效力之協會進行管理，後續將於每年會員大會中公布財務報告。
3. 臺灣港務公司於 2013 年創立時加入 ACLN (Asia Cruise Leaders Network 亞洲郵輪領袖交流會)，其會員主要來自韓國、中國大陸、日本、臺灣、新加坡、香港等亞洲地區相關產業單位，並包含郵輪公司、政府單位、協會、研究機構等單位，截至目前會員共有 85 個港口機構，本次同意新加入會員包含：
 - (1) Adora Cruises。
 - (2) 菲律賓觀光部。
 - (3) 世宗新港開發投資廳 (Saemangeum Development and Investment Agency)。

六、濟州島觀光踩線行程

本次濟州觀光踩線行程主辦方安排極具在地文化特色與自然魅力的景點，包括：以濟州島石文化與神話傳說為主題的大型戶外博物園區「濟州石頭文化公園」，展示濟州人與自然共生的歷史軌跡；透過沉浸式演出與在地海鮮料理體驗，傳遞海女堅毅精神與島嶼生活風貌的「海女廚房」；以及致力於推廣永續農業與茶文化，座落於濟州原始叢林「곶자왈」旁、強調有機茶葉栽培與體驗活動的「Orteas 有機茶園」。三個景點兼具文化深度與感官體驗，充分展現濟州豐富的自然資源與在地生活美學。

(一) 石頭文化公園

濟州自古有「三多」之稱：風多、石多、女人多，島上的石頭因火山地形形成，遍布村落、田野與山海之間，衍生出濟州獨特的石頭信仰與石雕文化，石頭被視為自然神靈的象徵，也是一種守護與庇佑的存在。

石頭文化公園由濟州道政府斥資興建，歷時數十年規劃，是濟州推動文化保存與自然教育的重要據點，公園融合神話故事、民俗傳統與自然景觀，整體構想源自濟州創世女神「雪文達婆婆」與五百將軍的傳說，象徵濟州從石頭孕育生命的精神。

此園區向遊客傳達「石頭不只是建材，更是連結人與自然、信仰與生活的媒介」，透過公園的展示，遊客可深入理解濟州人如何將自然資源轉化為精神文化的根基，充分展現自然地景與在地神話的融合，成功將石頭文化轉化為具教育與觀光價值的文化資產。

臺灣擁有豐富多元的地貌與族群文化，也可比照推動在地文化主題園區，結合故事詮釋與戶外展覽，創造具故事性的園區動線，提升文化深度與旅遊吸引力，打造友善且具國際水準的文化景點，強化在地認同與國際交流潛力。



圖 17 參加濟州論壇成員參觀石頭文化公園之合照



圖 18 石頭文化公園傳統茅草石屋

(二) 海女廚房

濟州海女文化於 2016 年被列入聯合國教科文組織「人類非物質文化遺產」，是濟州島女性代代相傳的潛水採集技藝，海女不用氧氣瓶，自潛至海中採集鮑魚、海膽、海藻等海產，展現出女性堅韌的生命力與集體互助精神。

「海女廚房」由在地文化創意團隊打造，結合實境劇場、影像藝術與料理體驗，讓觀眾不只是「吃」，更能「感受」海女的日常與精神，演出內容以一位年輕海女的視角，穿插長者的回憶與海洋環境的變遷，讓海女廚房不只是餐廳，而是一種文化保存行動，它讓年輕世代以新的方式認識傳統職業，也讓國際旅客理解海女背後的生活態度與濟州島女性的堅強精神，以沉浸式劇場結合在地料理，生動傳遞濟州海女的生活與精神，成功將傳統職業轉化為具故事性與互動性的文化體驗。

臺灣亦可透過整合表演、飲食與文化敘事的模式，活化原住民、漁村或山城等地方職人文化，透過現場演出與特色料理加深旅客情感連結，提升地方文化的傳播力與參與感，並發展具差異化的文化觀光體驗，強化永續與文化保存的雙重價值。



圖 19 海女廚房沉浸式劇場

(三) Orteas 茶園

Orteas 坐落於濟州東北部的「곶자왈」森林邊緣，此地為濟州特有的火山岩叢林地形，孕育豐富的生物多樣性與潔淨水源，茶園主打無農藥、無化肥的有機栽培方式，追求「自然循環」與「身心平衡」的茶文化。

品牌名稱 Orteas 結合了「Organic」與「Teas」，象徵他們對土地的尊重與對生活品質的堅持，茶葉全程在濟州種植、加工與包裝，強調地產地銷，並於行程中帶著遊客一同學習泡茶技巧與茶禮文化，從嗅覺、味覺到心靈沉靜的五感體驗。強調「從土地到杯子」的理念，重新定義茶不只是飲品，更是一種與自然對話的過程，在快速發展的觀光業中，它代表濟州「慢生活」的另一種文化美學。Orteas 有機茶園以自然永續為核心，結合在地地貌與森林資源，推廣有機栽培與茶文化體驗，成功將農業轉化為兼具生態、教育與觀光價值的產業模式。

臺灣亦擁有豐富茶葉與農產資源，可借鏡其品牌定位與體驗設計，發展具地方特色的「農旅結合」場域，並透過環境友善耕作、文化導覽與參與式課程，提升農村的文化魅力與國際能見度。



圖 20 Orteas 茶園導覽員講解泡茶技巧與茶禮文化

肆、心得與建議

一、日本、韓國旅行社包船於市場零售之銷售模式，疫情後規模逐漸成長，未來爭取郵輪來台之行銷範疇宜擴大至具航線決定權之外國旅行社

疫情後日本 Japanet 旅行社、韓國樂天、樂天 JTB 旅行社逐漸增加包船航次，為臺灣貢獻許多掛靠港人次，2024 年甚至將韓籍旅客推升至造訪基隆港第 3 大客源國，超越長期居第 3 位之德國。臺灣過往之行銷對象及獎勵方案多針對郵輪業者，未來建議可逐步擴及至具航線決定權之外國旅行社。

二、為避免 2027 年歌詩達郵輪退出亞洲後無後繼，宜提前布局爭取皇家加勒比郵輪、公主遊輪……等品牌解決郵輪產品供給不足問題

市場盛傳歌詩達郵輪莎倫娜號將調離亞洲，後續繼任之船型尚未確定，甚至有品牌退出亞洲市場之可能，由於歌詩達郵輪每年在臺灣創造約 20 萬旅客人次，佔比高達 25%，若無後繼供給，對臺灣郵輪市場將造成極大損傷，其中又以母港客源市場為鉅。近期宜積極爭取過去曾經營臺灣母港市場之皇家加勒比郵輪、公主遊輪，以過去臺灣強勁之客源市場為誘因，媒合旅行社通路，促成新船進駐臺灣以延續市場規模。

三、多元航線開發有助擴大郵輪市場，政府及港口宜鼓勵、協助郵輪業者嘗試開發新產品

疫情過後郵輪業者不斷嘗試開闢新航線，例如地中海郵輪開闢之冬季基隆-那霸雙母港航線、麗星郵輪開闢之高雄-菲律賓、高雄-越南航線，歌詩達郵輪菲律賓-基隆航線，顯見郵輪公司嘗試選定新的母港、重組不同掛靠港口來開發新市場、提供新產品。本公司目前積極建設、行銷臺灣港群內港口，如澎湖、蘇澳...等，未來行銷重點可著重上述新興郵輪港口，鼓勵航商開闢新航線。目前本公司已透過多次赴日拜會、邀請環島踩線之方式，成功爭取三井郵輪自 2025 年 9 月起陸續安排臺灣多元航線，航程將囊括基隆、臺中、澎湖、安平、高雄、蘇澳...等港，未來宜將此成功模式複製到其他郵輪業者，將郵輪經濟效益從基隆、高雄逐步擴及到全臺灣。

四、Fly-Cruise 逐漸為亞洲港口重視，未來宜強化行銷力道，增加個別旅客之觀光消費。

本次論壇中，濟州自治道向各界報告過去向以掛靠港為主的濟州港在各界努力之下也開始有 Fly-Cruise 的運作，部分中國旅客搭機前來濟州觀光後轉搭郵輪離開。亞洲港口除東京/橫濱、新加坡、香港以外，過去主要的郵輪母港航線大多以母港所在地客源為主，不若邁阿密、巴塞隆納、溫哥華等國際郵輪大港皆以 Fly Cruise 旅客為主，甚至引發「母港郵輪對在地經濟貢獻有限」之誤解。事實上，包括基隆港、高雄港內的亞洲主要郵輪港口，近年在 Fly Cruise 業務的推動以及成果都有較疫情前強勁的趨勢，以基隆港為例，2024 年推估 Fly Cruise 旅客數已達 3.8 萬人次，2025 年預估將打破歷史紀錄。亞洲主要港口未來宜持續發展郵輪母港業務，並進一步將客源市場觸角延伸至海外，透過行銷、獎勵之方式爭取 Fly Cruise 旅客，增加郵輪景點對郵輪旅客的黏著度，提高郵輪旅客人均停留時數及消費。

五、邀請郵輪業者踩線確有助爭取航線，宜規劃具沉浸體驗之特色行程，並與鄰近國家港口合作提高業者到訪誘因、分攤交通成本

濟州郵輪論壇本次安排三條踩線行程邀請貴賓參與，本公司參與之行程均以「聽故事、動手做」的方式讓參與者沉浸在濟州特有的風俗民情中，讓濟州島能夠在眾多海島中走出一條獨樹一幟的旅遊風格，值得臺灣仿效。另本公司於本次 ACTA 年會中提議，未來各會員可利用濟州論壇等場合邀請郵輪業者參加亞洲論壇前後，搭機前往日本、臺灣等港口踩線，降低業者時間成本、提高參加效益，也讓各會員港口透過共同分攤之方式，有效降低需替郵輪業者負擔之機票成本（業界慣例為商務艙），未來宜進一步提具體計畫並與有興趣之會員港口共同執行。

六、郵輪淨零碳排亞洲港口仍需共同努力追趕歐美港口腳步，宜各自向政府尋求資源支持

透過本次與亞洲港口交流發現，目前可提供郵輪業者 LNG 燃料加注服務之港口非常稀少，對於郵輪岸電之規劃亦相當有限，相較歐美港口而言，亞洲港口對於郵輪淨零碳排之規劃相對處於起步階段。因郵輪業者在安排適當之郵輪投入亞洲市場時考量的是區域港口的服務量能，本公司目前已規劃 2026 年於高雄港、基隆

港建置郵輪岸電，惟初期看來在亞洲具備接岸電設備之郵輪仍相對有限。未來宜持續與鄰近港口溝通、合作，透過本公司建置岸電之拋磚引玉、經驗分享，逐步鼓勵鄰近港口建置郵輪岸電，進一步吸引郵輪業者調派具岸電連接設備之新船布局亞洲，以良性循環、永續經營之思維讓亞洲郵輪市場獲得進一步升級。