

出國報告（出國類別：其他）

2016 年參加柏林國際旅展及 辦理臺灣觀光推廣活動報告

服務機關：交通部觀光局

姓名職稱：柯怡君 編審

派赴國家：德國、法國

出國期間：105 年 3 月 6 日至 3 月 15 日

報告日期：105 年 6 月 4 日

系統識別號：C10500612

出國報告審核表

出國報告名稱：2016 年參加柏林國際旅展及辦理臺灣觀光推廣活動報告報告		
出國人姓名	職稱	服務單位
柯怡君	編審	交通部觀光局
出國類別	<input type="checkbox"/> 考察 <input type="checkbox"/> 進修 <input type="checkbox"/> 研究 <input type="checkbox"/> 實習 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 推廣 _____（例如國際會議、國際比賽、業務接洽等）	
出國期間：105 年 3 月 6 日至 105 年 3 月 15 日		報告繳交日期：105 年 6 月 4 日
計畫主辦機關審核意見	■1.依限繳交出國報告 ■2.格式完整（本文必須具備「目的」、「過程」、「心得及建議事項」） ■3.無抄襲相關出國報告 ■4.內容充實完備 ■5.建議具參考價值 ■6.送本機關參考或研辦 <input type="checkbox"/> 7.送上級機關參考 <input type="checkbox"/> 8.退回補正，原因： <input type="checkbox"/> 不符原核定出國計畫 <input type="checkbox"/> 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容 <input type="checkbox"/> 內容空洞簡略或未涵蓋規定要項 <input type="checkbox"/> 抄襲相關出國報告之全部或部分內容 <input type="checkbox"/> 電子檔案未依格式辦理 <input type="checkbox"/> 未於資訊網登錄提要資料及傳送出國報告電子檔 <input type="checkbox"/> 9.本報告除上傳至出國報告資訊網外，將採行之公開發表： <input type="checkbox"/> 辦理本機關出國報告座談會（說明會），與同仁進行知識分享。 <input type="checkbox"/> 於本機關業務會報提出報告 <input type="checkbox"/> 其他 _____ <input type="checkbox"/> 10.其他處理意見及方式：	
審核人	一級單位主管	機關首長或其授權人員
	<div style="border: 1px solid red; padding: 2px; display: inline-block;">局長林坤源</div>	<div style="border: 1px solid red; padding: 2px; display: inline-block;">局長謝謂君</div>

說明：

- 一、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 二、審核作業應儘速完成，以不影響出國人員上傳出國報告至「政府出版資料回應網公務出國報告專區」為原則。

目 錄

壹、目的-----	1
貳、參展概況-----	2
參、心得與建議-----	7
肆、相關活動照片-----	9
伍、新聞露出-----	18
附件、ITB WORLD TRAVEL TREND REPORT 2015/2016	

壹、目的

柏林國際旅展(ITB Berlin)是全球規模最大的國際旅展，1966年開辦，今年適逢50週年。5天展覽期間，共有來自187個國家地區、1萬個參展單位、12萬旅遊同業、6萬名消費者、5千名媒體及380名旅遊部落客齊聚本展，各旅遊目的地莫不極力爭取關注與推廣。其次，展覽期間舉辦之旅遊研討會與從業人員教育訓練等活動(EVENTS)，邀請旅遊業智庫探討旅遊業發展趨勢。本屆熱門議題包括恐攻與難民對歐陸民眾出遊信心之影響、線上訂位交易平台造成旅行社營運方式變化、飯店業引進機器人擔任櫃檯等對從業人員之影響等。展場內隨處可見今年旅展主題國—馬爾地夫之廣告露出，該國並提供開幕式節目及數千人歡迎晚宴風味餐，投入龐大經費，顯現其爭取歐洲遊客之企圖心。

歐洲為我主要客源市場之一，而本旅展買家79%來自歐盟地區，由臺灣組團參展有助促成歐洲買家與臺灣賣家面對面溝通，驅動臺灣產品在歐洲的銷售，強化臺灣觀光品牌之形象。今年委託台灣觀光協會辦理組團作業，邀集國內觀光業者及表演團隊前往參展，持續鼓勵我方業者出席本展會，期許更有效地業務商談能增加歐洲旅客來臺人次。

看好亞洲客源市場潛力，主辦單位自2008年起，因應東協出境遊市場，於新加坡開辦ITB Asia；2017年5月將於上海開辦ITB China，鎖定中國大陸出境遊客源，擴大在旅業之影響力。

貳、過程

本次參展團隊由本局、旅行業者、旅館業者、表演團隊、受託組團之台灣觀光協會、本局駐法蘭克福辦事處與國籍航空歐洲代表等共35人組成。ITB展前1日，於法國巴黎米其林三星主廚Mr. Yannick Alleno擔任主廚之Pavillon Ledoyen餐廳辦理商務洽談暨晚會活動。邀請到去年到臺灣製拍『移動食堂』節目的法籍廚師Gregory Cuilleron現身說法推薦臺灣，本局及各參展單位於臺灣展攤接待展前登記B2B的專業洽談買家；於展期第一天(3月9日)下午在臺灣館內舉辦快樂時光(Happy Hour)，邀請德國議員及媒體出席，藉以增加臺灣在德國的能見度，我駐德代表處大使陳華玉女士特別蒞臨，向來自臺灣的旅遊業者致意。

展期期間舉辦了一場研習(Seminar)，邀請四十位德國旅行業者出席，以每位臺灣業者分配五位業者的方式，讓參展業者有機會和德國業者深入交談建立未來合作的關係。

行程如下：

3月6日（星期日）

啟程。

3月7日（星期一）

抵達巴黎。

前往巴黎 LEDEYON 餐廳預備推廣會活動。

晚間舉辦臺灣觀光推廣會，由我駐法國公使胡正浩先生致詞，邀請曾經訪臺製拍法國第五電視臺移動食堂(La tournée des popotes)之主持人 Mr. Gregory Cuilleron 主廚現身說法，並安排定時洽談(SPEED DATING)，由臺灣業者固定桌位，法國業者前往洽談，定時更換桌次。之後享用自助點心吧(standing buffet)，自由交誼、欣賞動靜態表演(書法、鐵線雕、刺繡、台客舞蹈)，最後在抽獎歡呼聲中結尾。

3月8日（星期二）

巴黎飛往柏林。

至展場確認展攤佈展完成。

確認展攤各區塊布置、大圖輸出、臺灣賣家座位、文宣倉儲等準備就緒。

3月9日（星期三）

旅展開展。由德國公關代表為參展團隊簡報展覽期間臺灣館相關活動流程。本日起臺灣賣家陸續與事前約定之買家進行洽談。下午辦理快樂時光(Happy Hour)，由我國駐德國大使陳華玉女士、十餘位德國國會議員、各國駐德代表出席。德國國會議員 Mr. Andreas Mattfeldt 分享今年1月訪臺的自身經驗，稱讚臺灣為風景宜人，人文豐富，治安良好的民主法治國家，推薦現場所有來賓來臺旅遊。現場準備柏林當地店家 Bao Kitchen 臺式刈包、珍珠奶茶及由臺灣帶去的鳳梨酥，與前來的媒體與旅遊同業交流，現場氣氛融洽。

3月10日（星期四）

參展。觀摩各旅遊目的地展攤與現場活動。

3月11日（星期五）

展場 10 點正式開展，一開展即辦理研習會(Taiwan Breakfast Seminar)，邀請

40 位德國業者參加，現場供應茶點。在簡短的開場介紹臺方代表後，進行臺灣觀光資源簡報，之後進行定時洽談(SPEED DATING)。德國業者依照預先排定的順序，分別前往臺灣參展業者桌位，由臺灣業者做公司業務及產品簡報，定時更換桌次。最後，抽出臺灣業者捐贈之獎項給德國業者，提高買家全程參與的誘因。

3 月 12 日（星期六）

參展。本日開放消費者入場參觀。

3 月 13 日（星期日）

本日開放消費者入場參觀。

3 月 14 日（星期一）至 3 月 15 日（星期二）

返程。

參、心得及建議

- (一) **自行車宣傳榮獲 3 項大獎，顯示本主題觸動歐洲人：**今年首度參加觀光多媒體影片金城門獎(Das Golden Stadttor)，一舉奪得 3 項大獎，包括臺灣自行車旅遊宣傳節目獲得網上點擊率五顆星一等獎、臺灣自行車旅遊宣傳節目獲得四顆星 2 等獎、臺灣觀光品牌形象宣傳德國街車篇獲得一顆星特優獎。此次得獎是對本局在歐洲宣傳「自行車旅遊天堂」的肯定，主辦單位將頒獎與表演過程上傳網路 Youtube 影音平台，有效延長並擴大傳播影響力。
- (二) **應用數位資通訊，擴散展會影響力：**柏林旅展共有 26 個展館，展區範圍寬廣，主辦單位於旅展期間，安排超過 200 場專題座談及教育訓練，探討觀光業最新最熱門議題與案例分析，提供從業人員學習進修。各座談會及訓練均需事先報名，個人可使用手機或平板載具，下載 ITB APP 後，登記擬參加之場次並設定行事曆提醒。座談影音由主辦單位上傳 YOUTUBE 分享平台，增加各界參與。各展攤記者發布會或新聞訊息亦透過 ITB APP 隨時更新。展館提供免費無線網路，但經常滿線連不上，建議臺灣館比照日、韓及新加坡等館，租用自有網路，確保資訊暢通。
- (三) **通道廣告成效佳，值得刊登：**本局今年續在亞洲館(第 26 館)入口必經通道中，刊登橫幅品牌廣告，吸引到訪亞洲館的旅遊同業與消費者注目。今年韓國和菲律賓仿效我國，於該通道鄰近區域購買廣告

篇幅，顯示本項廣告形式成效良好，值得繼續購買。

- (四) **強化臺灣館之影音、風格與主張：**觀察今年柏林旅展各國展攤，亞洲館中，香港、馬來西亞、中國大陸、韓國等啟用大幅電視牆，播放影音素材吸睛。印尼（巨船象徵千島之國）、泰國以建築與 SPA，傳遞泰式風格、新加坡以舊洋樓及角落花園，象徵花園城市、菲律賓以夜店風格燈光，比擬海底生態。日本以櫻花布置、臺灣則以自行車旅遊及天燈施放，表現綠色生態與友善。風格多元，各有千秋。
- (五) **臺灣館設備配置與空間分配可再精進：**今年臺灣館的位置面向新加坡，兩側隔走道與韓國和馬來西亞相鄰，背面為日本，位置良好。惟兩側的韓國和馬來西亞攤位搭建高度都比臺灣館高，且配置大幅電視牆，相較之下，臺灣館配置於主視覺牆面上之兩扇電視，尺寸偏小，辦理觀光資源簡報與宣傳影片播放效果欠佳，建議明年斟酌電視尺寸以符合使用者需求。另展攤儲物空間建議依參展團員人數與使用需求，適度規劃佔比例，儘量滿足商務洽談與消費者宣傳等之需求。

肆、相關活動照片

1. 巴黎推廣活動：由駐法國胡公使代表致辭、邀請法國 TV5 『移動食堂』主廚 Gregory Cullion 現身介紹臺灣觀光資源、辦理 B2B 洽談會、米其林三星主廚烹調之自助點心(finger food)、現場並有書法、刺繡、鐵線創意及台客舞等演出，炒熱氣氛。



2.臺灣館(1/3)：今年以「十大必訪臺灣之理由」為策展概念，將天燈、自行車道、賞花、峽谷和海岸等景觀設計於臺灣館內，輔以書法、刺繡、台客舞等靜態、動態表演。3月9日駐德國代表處邀請到德國國會議員及駐德代表到臺灣館站台，出席情形較往年更加踴躍。現場並提供 BAO KITCHEN 點心與珍珠奶茶，貴賓和媒體都很喜愛。



3.臺灣館(2/3)：

今年首度參加觀光多媒體影片金城門獎(Das Golden Stadttor)，一舉奪得 3 項大獎，包括臺灣自行車旅遊宣傳節目獲得網上點擊率五顆星一等獎、臺灣自行車旅遊宣傳節目獲得四顆星 2 等獎、臺灣觀光品牌形象宣傳德國街車篇獲得一顆星特優獎。



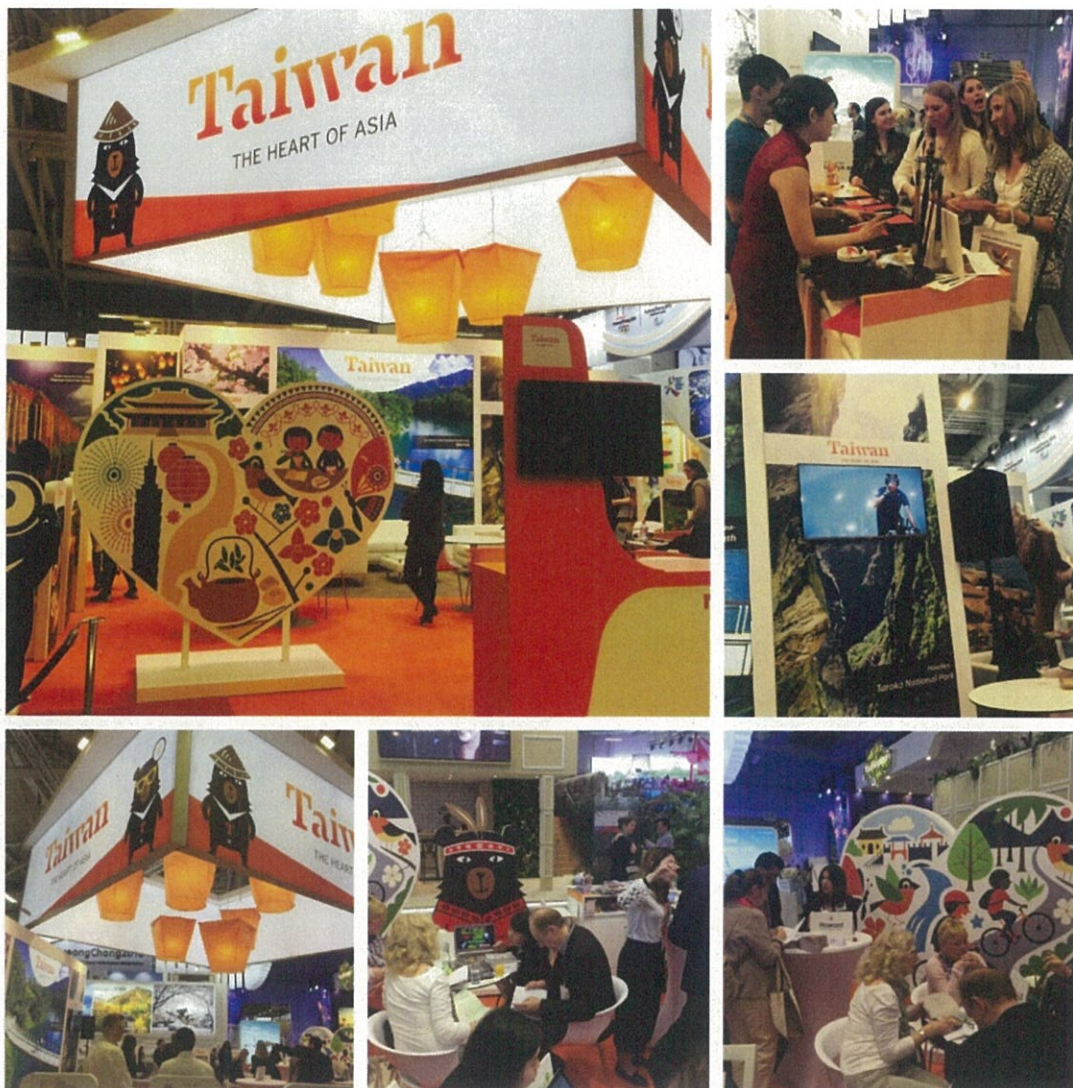
今年以「必遊臺灣十大理由」強力推薦介紹台灣豐富多元的觀光資訊，德國Mattfeldt國會議員並對眾多來賓盛讚到訪台灣的美好體驗，也引起熱烈迴響。

See Translation



3. 臺灣館(3/3)：

臺灣館攤位以明亮暖色調設計，傳遞臺灣溫暖人情味與熱情好客。主視覺牆面之電視螢幕尺寸偏小，影響宣傳效果，相較於鄰近攤位運用大幅電視牆，建議下屆予以改善。



4. 展館廣告:

今年本局於通往亞洲館必經通道刊登上方橫幅廣告，韓國刊登走道沿線廣告 3 幅；菲律賓則爭取到亞洲館入門門口上方廣告區。顯示本局過去刊登之廣告已引發跟進效應。



5 亞洲展區：

馬來西亞、印尼及泰國均以亞洲異國文化吸引歐洲遊客注目。香港以巨幅電視牆搭配營造萬象之都的摩登形象。



6. 亞洲展區

韓國持續以白色調、搭建雙層洽談區設計攤位。運用韓流(影音)、韓食(示範教學)、韓服(試穿拍照)、虛擬實境遊戲(滑雪體驗)及韓語(字句蓋章)等，吸引消費者。

菲律賓運用燈光變化，營造置身海底氛圍，行銷菲國生態旅遊。

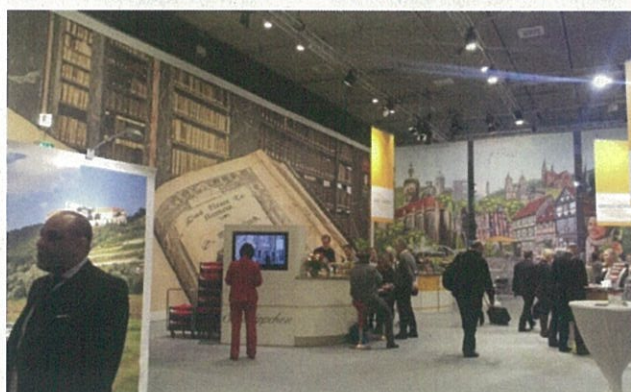
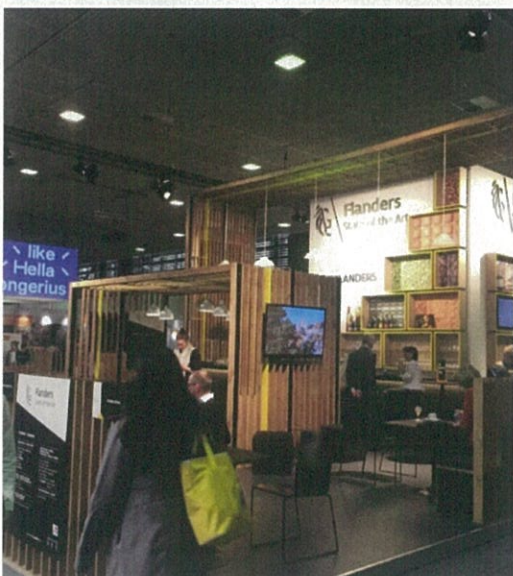
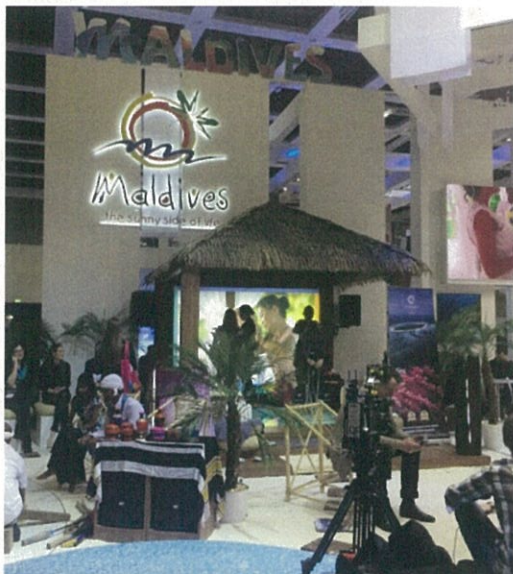
日本延續一貫的櫻花布置，攤位依據商務洽談需求配置設施與動線。



6. 歐洲展區

本屆主題國--馬爾地夫展區活動豐富。

歐洲展區以情境布置為多。荷蘭展館以其國家代表色-橘色基調，鬱金香隨處可見，洽談桌椅採用度假木椅風格。德國有些城鎮將旅行喻為閱讀或品味。



7. 歐洲展區

北歐地區行銷主軸為自然景觀與生物。白色為共同色調。主視覺以大圖輸出吸引注意。



8. 中東非洲展區

本區以大型布置物搶客。例如長頸鹿、埃及法老、清真圖騰等，搭配民族舞蹈、手工藝、移動人偶、自拍合成風景照等各類活動。



伍、新聞露出

<https://tw.news.yahoo.com/%E9%A7%90%E5%BE%B7%E8%99%95%E8%BE%A6%E6%9F%8F%E6%9E%97%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E6%97%85%E5%B1%95%E5%8F%B0%E7%81%A3%E9%A4%A8%E6%B4%BB%E5%8B%95-040808071.html>

駐德處辦柏林國際旅展台灣館活動



中央社 - 2016年3月11日 下午 12:08

(中央社台北 11 日電) 配合柏林國際旅展台灣館舉辦「Happy Hour」宣傳活動，駐德國代表處於當地時間 9 日在台灣館辦理茶敘活動，邀請德國國會議員、德國政府官員、各國駐德大使及相關重要人士出席。

另有多位德國媒體人士到場採訪，場面熱絡。

中華民國駐德代表陳華玉致詞宣傳台灣觀光，除說明台灣知名景點及文化節慶外，並邀請現場所有來賓赴台參加台灣相關觀光旅遊展及進行深度旅遊。

德國國會議員 Andreas Mattfeldt 也分享他 1 月訪台的自身經驗，並表示對台灣之行印象極佳，台灣風景宜人，人文豐富，治安良好，是民主法治國家，大力推薦現場所有來賓赴台觀光。

活動另安排來自台灣的表演團體現場帶來精采舞蹈演出。結束前抽出兩位摸彩活動幸運得獎人，分別獲得長榮及華航提供的維也納-台北及法蘭克福-台北來回機票一張。

現場另備有傳統台灣小吃招待來賓品嚐，並另贈送與會貴賓台灣鳳梨酥等伴手禮。

陳華玉另在現場接受德國「The RadioGroup-Antenne」電台記者兼旅遊新聞主編 Eike Knall 專訪。活動全程歷時近 3 小時，吸引上百位看展民眾造訪台灣館。

1050311

柏林旅展 告訴你必遊台灣 10 大理由



中央社 - 2016 年 3 月 11 日 下午 7:09

（中央社記者江今葉布魯塞爾 11 日專電）交通部觀光局今年在德國旅展中，以「必遊台灣 10 大理由」向到場的德國國會議員與來賓介紹台灣觀光資訊，希望能吸引更多德國旅客到台灣觀光。

今年的 ITB 柏林旅展 9 日正式登場，觀光局以「Taiwan - The Heart of Asia」台灣觀光品牌、與 13 個國家風景區照片設計展館，向德國民眾介紹台灣之美。德國國會議員馬特菲爾德特（Andreas Mattfeldt）、史桃荷（Carola Stauche）也都特別到場參觀。

觀光局表示，到台灣旅遊可以一次體驗綠意盎然的大自然、多面向的文化、熱誠友善的人民、交通便捷生活便利、彙集亞洲精華美食、健康有機養生生活、現代都會形象、各式廟宇文化、台灣為亞洲之心，以及自行車的天堂，是 10 大必遊台灣的理由，台灣旅遊豐富多元且十分便利，希望能讓歐洲民眾更了解台灣，選擇將台灣作為旅遊亞洲的第一站。

為了吸引參展業者、觀展民眾目光，展位還特別安排台灣最佳伴手禮鳳梨酥品嚐，讓當地民眾一嚐台灣道地美食好滋味；活動也安排表演團體 Wave Dance Crew 結合台灣觀光代言人喔熊組長（Oh! Bear）定時表演，展現原住民及台客文化的台灣多元文化。

觀光局今年也首度參加旅展舉辦的「觀光多媒體影片金城門獎」（Das Goldene Stadttor），並一舉奪得 3 項大獎，包括台灣自行車旅遊宣傳影片獲得網上點擊率五顆星一等獎、台灣自行車旅遊宣傳影片獲得四顆星二等獎，以及台灣觀光品牌形象宣傳德國街車篇獲得一顆星特優獎。1050311



<http://udn.com/news/story/5/1557514-%e6%9f%8f%e6%9e%97%e6%97%85%e5%b1%95-%e5%91%8a%e8%a8%b4%e4%bd%a0%e5%bf%85%e9%81%8a%e5%8f%b0%e7%81%a310%e5%a4%a7%e7%90%86%e7%94%b1>

柏林旅展 告訴你必遊台灣 10 大理由

2016-03-11 19:51 中央社 布魯塞爾 11 日專電

交通部觀光局今年在德國旅展中，以「必遊台灣 10 大理由」向到場的德國國會議員與來賓介紹台灣觀光資訊，希望能吸引更多德國旅客到台灣觀光。

今年的 ITB 柏林旅展 9 日正式登場，觀光局以「Taiwan-The Heart of Asia」台灣觀光品牌、與 13 個國家風景區照片設計展館，向德國民眾介紹台灣之美。德國國會議員馬特菲爾德特（Andreas Mattfeldt）、史桃荷（Carola Stauche）也都特別到場參觀。

觀光局表示，到台灣旅遊可以一次體驗綠意盎然的大自然、多面向的文化、熱誠友善的人民、交通便捷生活便利、彙集亞洲精華美食、健康有機養生生活、現代都會形象、各式廟宇文化、台灣為亞洲之心，以及自行車的天堂，是 10 大必遊台灣的理由，台灣旅遊豐富多元且十分便利，希望能讓歐洲民眾更了解台灣，選擇將台灣作為旅遊亞洲的第一站。

為了吸引參展業者、觀展民眾目光，展位還特別安排台灣最佳伴手禮鳳梨酥品嚐，讓當地民眾一嚐台灣道地美食好滋味；活動也

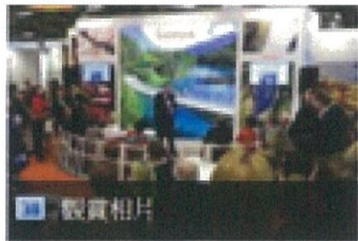
安排表演團體 Wave Dance Crew 結合台灣觀光代言人喔熊組長 (Oh! Bear) 定時表演，展現原住民及台客文化的台灣多元文化。

觀光局今年也首度參加旅展舉辦的「觀光多媒體影片金城門獎」(Das Goldene Stadttor)，並一舉奪得 3 項大獎，包括台灣自行車旅遊宣傳影片獲得網上點擊率五顆星一等獎、台灣自行車旅遊宣傳影片獲得四顆星二等獎，以及台灣觀光品牌形象宣傳德國街車篇獲得一顆星特優獎。

柏林旅展 告訴你必遊台灣10大理由 (圖)

中央通訊社 中央社 - 2016年3月11日 下午8:11

相關內容



柏林旅展 告訴你必遊台灣10大理由 (圖)

交通部觀光局今年在德國旅展中，以「必遊台灣10大理由」向到場的德國國會議員與來賓介紹台灣觀光資訊，希望能吸引更多德國旅客到台灣觀光。(駐德代表處提供) 中央社記者江今葉布魯塞爾傳真 105年3月11日

柏林旅展 告訴你必遊台灣10大理由



中央通訊社

江今葉 2016/3/11

- f 分享
- 推文
- S 分享
- 電子郵件

(中央社記者江今葉布魯塞爾11日專電)交通部觀光局今年在德國旅展中，以「必遊台灣10大理由」向到場的德國國會議員與來賓介紹台灣觀光資訊，希望能吸引更多德國旅客到台灣觀光。

今年的ITB柏林旅展9日正式登場，觀光局以「Taiwan-The Heart of Asia」台灣觀光品牌、與13個國家風景區照片設計展館，向德國民眾介紹台灣之美。德國國會議員馬特菲爾德特 (Andreas Mattfeldt)、史桃荷 (Carola Stauche) 也都特別到場參觀。

觀光局表示，到台灣旅遊可以一次體驗綠意盎然的大自然、多面向的文化、熱誠友善的人民、交通便捷生活便利、彙集亞洲精華美食、健康有機養生生活、現代都會形象、各式廟宇文化、台灣為亞洲之心，以及自行車的天堂，是10大必遊台灣的理由，台灣旅遊豐富多元且十分便利，希望能讓歐洲民眾更了解台灣，選擇將台灣作為旅遊亞洲的第一站。

為了吸引更多業者，觀光局與業者，是位選特別安排台灣最佳旅遊景點與行程，讓當地

巴黎 Pavillon LEDOYEN 餐廳

2015-03-12 10:25 聯合報 記者史榮恩／專題報導

看好台灣 美食帶動觀光

台灣美食或許還有很多進步空間，但雅尼克相當看好台灣美食市場的潛力。今年領取米其林三星榮譽時，雅尼克曾在台上說，有台灣粉絲專程飛到他巴黎的餐廳吃晚餐，隔天就飛走。事實上，這是全球現象，雅尼克說，以前米其林三星餐廳的定義是值得專程開車前往，現在則是值得搭飛機前往，甚至是搭乘直升機或私人飛機，就是為了吃一頓喜愛廚師的餐點。

「美食是重要的觀光亮點，與巴黎鐵塔等知名地標同等重要。」雅尼克表示，觀光人口的提升會帶動餐飲發展，而更多的好餐廳又會吸引更多人來觀光，這是一個良性循環。

雅尼克看台灣的美食市場，認為侯布雄及他本人都來台發展，台灣名廚江振誠也開了 RAW 餐廳，這些現象都有如 10 年前的新加坡。一旦有更多名廚及餐廳在台灣耕耘，美食市場潛力就值得期待。

對於台灣近來頻傳的食安問題，雅尼克也有看法，他認為一個好廚師應該從土地開始，要知道作物是怎麼生長出來？長到什麼狀況最是美味？「要能判斷食材好壞才能稱為是好廚師，這不是光待在廚房裡就能學到的。」像他在巴黎的餐廳多使用方圓 150 公里內的食材，還會去看農夫如何栽種作物，並親自體驗收成。

「沒有比當地食材更新鮮的！」雅尼克鼓勵台灣廚師多用地食材，並表示台灣有得天獨厚的環境，或許可以學習澳洲經驗，生產量少但有獨特性的食材供應給鄰近國家，這也是一種可以學習的美食路線。

型男主廚 鼎泰豐吃不膩

現年 47 歲的雅尼克再次來台，丰采依舊，只是腰圍似有增長，但無損熟男魅力。採訪前，忙得告一段落他終有時間用一下午餐，只見他拿著筷子熟練夾起盤中的鼎泰豐小籠包，吃得津津有味。

沒錯，鼎泰豐小籠包就是米其林三星名廚雅尼克最愛的台灣美食。由於每次來台行程都非常緊湊，大部分時間都在 STAY 餐廳裡指揮坐鎮，沒有時間到外頭覓食。台灣團隊為他準備的小籠包異常對他的胃口，連續三天餐餐吃小籠包都吃不膩，另會搭配炒青菜，尤以 A 菜最受他的青睞。

此外，雅尼克也曾到台中樂沐法式餐廳用過餐，這家由亞洲最佳女主廚陳嵐舒主持的餐廳，今年在亞洲最佳 50 餐廳榜單中名列 26，雅尼克之前並沒有聽過此餐廳的名號，但吃過後感到相當驚豔，印象深刻。

