

# 門診雙週會分享



**雄獅旅遊**  
**LION TRAVEL**

雄獅旅遊藉「超級轉運站」突圍，  
能從疫情重創中找到翻轉的生機嗎？  
20220208

# 台灣最大的旅遊集團



- 1977年成立，2019年營收300億
- 台北東區「蛋黃中的蛋黃」忠孝SOGO百貨，正對面的雄獅旅遊忠孝概念店，是租金最貴的旅遊門市。一個月330萬元的租金，成為代表整體台灣旅遊集團第一品牌的招牌門面。

# 疫情發生國際旅遊瞬間終止

市場概況 > 雄獅旅行社

89.90 TWD

TPE: 2731

+5.40 (6.39%) ↑ 過去5年

+ 追蹤

2月7日 下午1:30 [GMT+8] • 免責聲明

1天 | 5天 | 1個月 | 6個月 | 本年迄今 | 1年 | 5年 | 最久



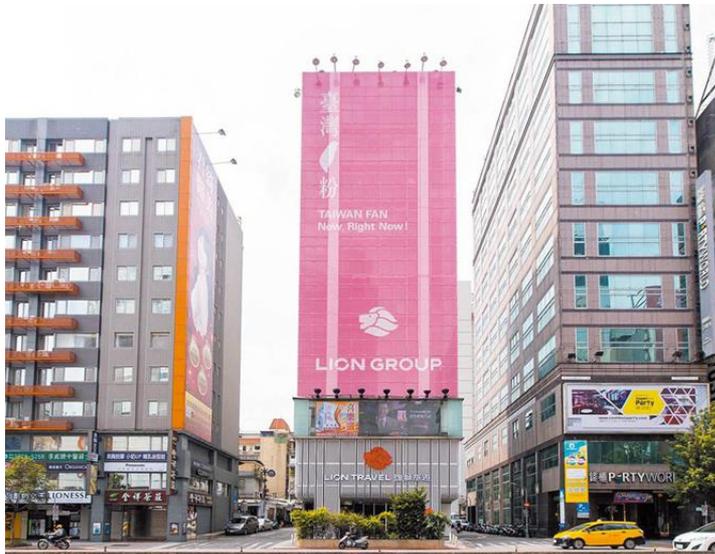
- 雄獅集團原本一年300億元的營業額，慘跌到之前的1/10
- 原本80家門市，到2021年底只剩16家門市

# 國內旅遊市場消費模式丕變

- 海外旅遊你會找旅行社報行程、代訂機票飯店
- 但國內旅遊，很多人自己上網訂飯店、訂車票，自己開車，根本不需要旅行社的服務
- 雄獅總經理游國珍直接點破海外旅遊與國內旅遊的消費習慣差異，這也是為何觀光局預估國旅市場商機高達4000億元，但旅行社能拿到的，可能連5%都不到的原因



# 從鬧區街邊轉到交通轉運站



- 過去共構車站的空間與機能設計，都是服務「乘客」，而非「旅客」
- 第一個改變，就是門市的地點全部從街邊店撤出，轉往「交通轉運中心」
- 未來門市將從「報名的地方」，轉變為「報到的地方」
- 不只是「諮詢行程與購買產品的據點」，而是「選購及體驗行程」的場域

# 打造旅客諮詢與轉運停留空間



- 門市不只有服務櫃臺、辦公中心，還有特約停車場，甚至打造VIP Lounge，方便旅客前往下一個目的地之前，有一個暫時休息、旅遊諮詢、轉乘準備的場域。
- 「掌握交通樞紐，就是未來旅遊集團的競爭力所在」