

易飛網國際旅行社股份有限公司

111年度法人說明會

免責聲明

本簡報資料所提供之資訊，包含所有前瞻性的看法，將不會因任何新的資訊、未來事件或任何狀況的產生而更新相關資訊。易飛網國際旅行社股份有限公司並不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。

本簡報資料中所提供之資訊並未明示、暗示表達，或保證其具有正確性、完整性或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論述。



1. 公司簡介

2. 財務報告

3. 同業比較

4. 營運報告

5. 策略規畫



公司簡介

ezfly

易飛網國際旅行社股份有限公司

設立時間 1999年 / 為台灣第一家OTA

股票代號 2734 易飛網 / 於2013年掛牌上櫃

總市值 新台幣13億

員工數 120人

主要子公司

飛買家股份有限公司

誠信旅行社股份有限公司

飛龍股份有限公司

佳品旅行社股份公司

ezfly 易飛網
www.ezfly.com



UNI AIR 聯合航空

易飛網國際旅行社

2020年銷售業績

鑽石獎

由中華旅行社、慧思思 頒發

◆ 主要子公司資訊



易飛網國際旅行社 主要經營團隊



周昀生

Sam Chou

易飛網國際旅行社(股)董事長
政治大學企業管理研究所 碩士



張瑞琳

Charlene Chang

易飛網國際旅行社(股)副總經理
台北商業大學會計系副學士



財務報告

財務報告

(新台幣千元)	111年7月至9月		110年7月至9月		YoY	111年1月至9月		110年1月至9月		YoY
	金額	%	金額	%	%	金額	%	金額	%	%
營業收入	130,137	100	23,474	100	454.39	282,644	100	142,023	100	99.01
營業毛利	32,546	26	7,279	31	347.12	73,256	26	32,043	23	128.62
營業費用	40,222	31	29,366	125	36.97	105,961	37	91,963	65	15.22
營業淨損	(7,676)	(5)	(22,087)	(94)	(65.25)	(32,705)	(11)	(59,920)	(42)	(45.42)
營業外收入及支出	6,679	4	1,514	6	341.15	13,121	4	16,152	11	(18.77)
稅前淨損	(997)	(1)	(20,573)	(88)	(95.15)	(19,584)	(7)	(43,768)	(31)	(55.25)
本期淨損	(997)	(1)	(20,573)	(88)	(95.15)	(19,584)	(7)	(43,776)	(31)	(55.26)
本期其他綜合損益總計	315		(442)		(171.27)	344		(498)		(169.08)
本期綜合損益總額	(682)	(1)	(21,015)	(90)	(96.75)	(19,240)	(7)	(44,274)	(31)	(56.54)
每股盈餘 (虧損)	(0.04)		(0.58)			(0.51)		(1.35)		

財務報告

第三季疫情漸緩，邊境走向解封，旅遊市場逐漸活躍，季度營收1.3億元，相較去年同期比成長**454%**，為疫情至今單季營收重新站回億元表現。

今年度前三季累計營業毛利73,256千元，相較去年同期比成長**129%**，毛利率亦較去年提高。

110年度前三季累計每股虧損1.35元，今年度前三季累計每股虧損0.51元，因應疫情解封，營業效率已逐步回溫。

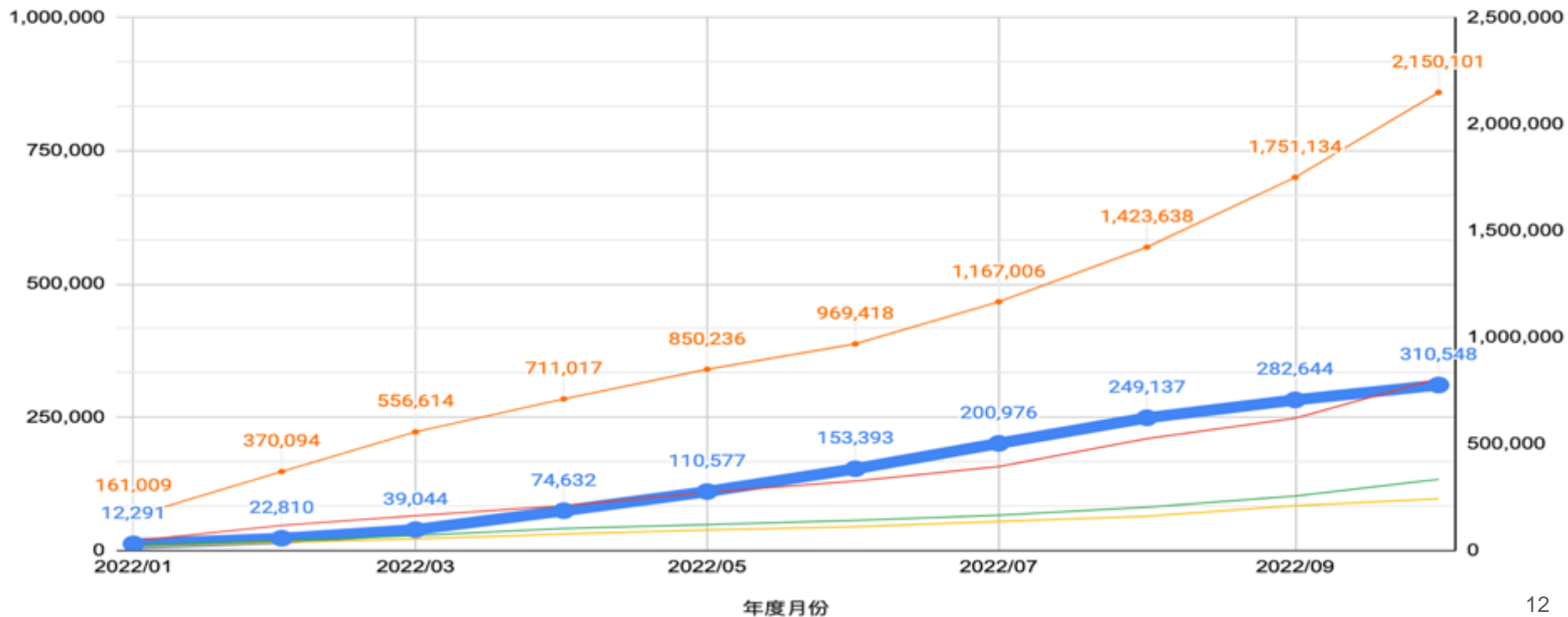


同業比較

同業比較

上市櫃旅行社今年度逐月累計營收比較

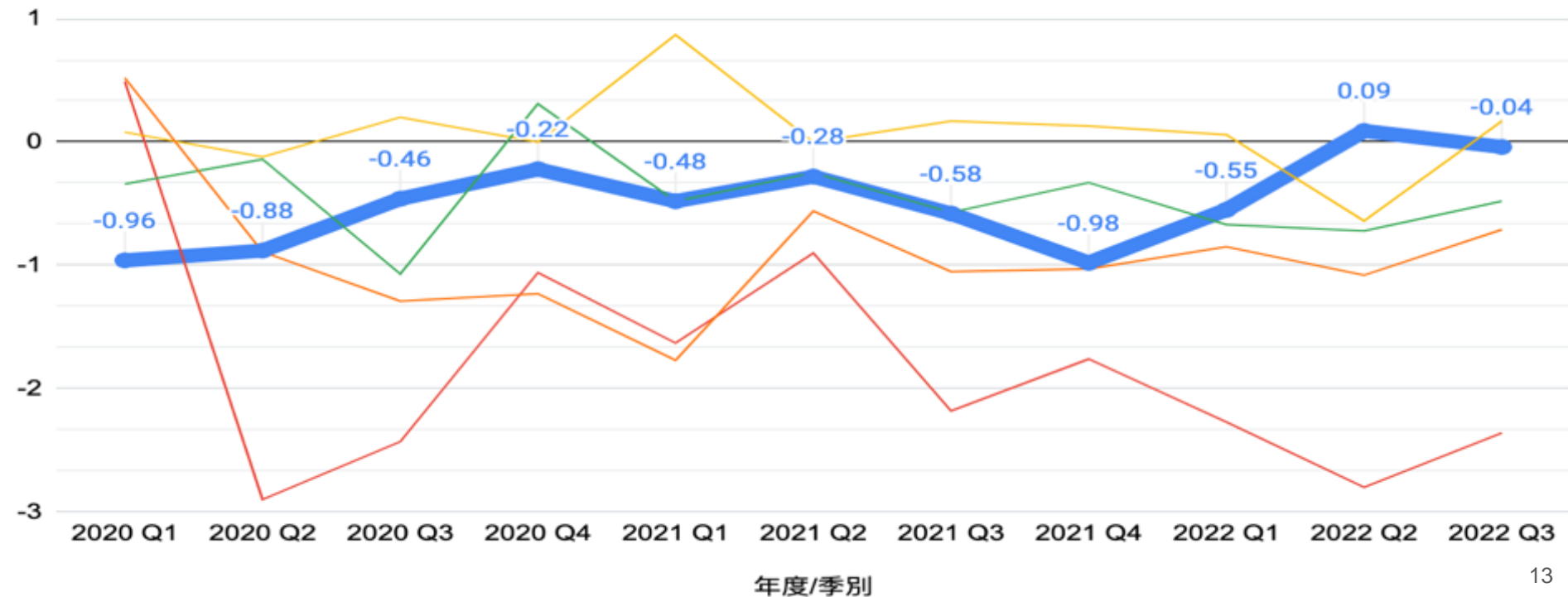
● 易飛累計營收 ● 山富累計營收 ● 鳳凰累計營收 ● 五福累計營收 ● 雄獅累計營收(右軸)



同業比較

上市櫃旅行社 近兩年度每季EPS比較表

● 易飛EPS ● 雄獅EPS ● 鳳凰EPS ● 山富EPS ● 五福EPS





營運報告

營運報告

取得華信假期總代理，以機加酒打包模式銷售，於疫情期間出境旅遊無法推廣情況下，以國內旅遊產品持續穩定旅遊本業銷售。

取得馬祖南北之星船班總代理，開拓國內離島旅遊新模式，票務系統自動化銷售，提升營運效能，將疫情期間公司營運效率高度自動化，為台灣至馬祖旅遊最多人次旅行社。

取得桃園機場櫃台代理，涵蓋出境及入境各一個據點，整合桃捷交通票券、SIM卡銷售及旅遊服務。

營運報告

今年度第三季線上旅展活動，易飛網官網流量回流，相較去年同期成長**3.87**倍。

疫情期間持續以國內旅遊產品維持與**159**萬名會員關係，雖毛利率低，於第三季開放銷售出境旅遊產品時，會員回訪率成長**38%**，顯見堅持本業為維繫會員關係最佳策略。

第三季實體旅展活動，僅**4**天期間創下**2400**萬營收，顯見過往兩年持續專注經營旅遊本業，會員忠誠度於解封時立即顯現。



策略規畫

B2B2C 元件分銷平台



新商業模式：舊產品新市場

將開發新系統，經營B2B2C同業業務，

以系統化方式讓中小型旅行社分銷

自由行元件，打破過往同業在自由行市場無法銷售機加酒產品的困境。

桃園機場櫃台營運

拓展營運據點

將由原本出入境各一據點，拓展至8個營運據點，並增加完整旅遊服務：

- SIM卡/Wi-Fi機/翻譯機租借
- 機場接送/租車/機捷票券
- 購物網上預訂，線下機場取貨。



日本官方行銷資源



日本為國人每年出境最大市場

本公司取得日本多個地方政府行銷預算

將重點推廣解封後日本觀光旅遊行程

南北海運新航線代理

獨家取得南北海運新航線代理權

東引、莒光航線：最完整馬祖五島旅遊行程

福建琅岐島航線：小三通最短距離

旅行馬祖新選擇

南北之星高
台北到馬祖只

獨家航班保證



取得台灣航空公司明年度機位

每月數量超過**10000**個機位

為公司史上最高保證數量

確保明年度旅遊回溫之際供應量充足

台灣虎航機上免稅店運營

取得台灣虎航線上免稅店經營權

旅客於起飛前14日至72小時預訂

於登機後由空服員送至旅客手上

完整延伸旅遊前、中、後一體化服務



市場展望

Booking Holding Inc (NASDAQ : BKNG) 第三季度電話會議公布數據，本季度全球訂房間數相較於2019FQ3 (疫情前) 成長9%，其中亞洲地區成長達**30%**。

營收和2019FQ3同期比成長20%，顯示跨國旅遊從本季度開始已經回溫。



Thank YOU !