

易飛網國際旅行社股份有限公司

2025年度永續報告書



目錄

關於本報告書	3
經營者的話	5
1. 關於易飛網	7
1.1 公司基本資料	7
1.2 組織架構	15
1.3 易飛網董事會	18
1.4 功能性委員會	26
2. 誠信治理	31
2.1 誠信政策	31
2.2 法規遵循	35
2.3 財務績效	39
2.4 風險管理	44
3. 資訊安全	49
3.1 資訊安全政策	49
3.2 資安教育訓練	50
3.3 資安侵害事件	50
3.4 資料儲存量與處理能力	52
3.5 使用者活動	52
3.6 廣告與使用者隱私	53
4. 利害關係人	56
4.1 利害關係人鑑別	56
4.2 利害關係人溝通	56
4.3 重大性議題	59
5. 供應商夥伴	67
5.1 易飛網價值鏈	67
5.2 合作夥伴	69
5.3 供應商管理	71
6. 永續環境	74
6.1 永續政策與目標	74
6.2 永續產品及服務	76
6.3 氣候變遷管理	77
6.4 能源與溫室氣體管理	103
6.5 永續資源管理	106
7. 友善職場	110
7.1 人權政策	110
7.2 多元化員工	115
7.3 人才吸引與留任	117
7.4 員工福利制度	121
7.5 員工溝通與協調	122
7.6 職業安全衛生	122
8. 社會回饋	125
8.1 社會參與	125
8.2 獲獎與榮譽	127
9. 附錄	129
9.1 GRI STANDARDS	129
9.2 SASB 準則	131
9.3 TCFD 準則	133
9.4 上市櫃氣候相關索引	134



關於本報告書

易飛網國際旅行社股份有限公司（以下簡稱「易飛網」、「本公司」或「我們」）自 2024 年發行首本報告書起，秉持定期揭露的承諾，持續發布永續報告書（以下簡稱「本報告書」）。本報告書旨在向利害關係人完整呈現本公司在「公司治理」、「社會責任」與「環境永續」等面向的實務作為與成果。隨著全球永續發展趨勢持續深化，企業社會責任的重要性亦與日俱增。我們在揭露財務資訊時秉持透明原則，同時著重於長期價值的創造，推動資源運用效率提升，並持續以實際行動回應社會福祉。

編製依據

本報告書係依據全球永續性報告協會發布之 GRI 通用準則 2021 (GRI Universal Standards 2021)，以及證券櫃檯買賣中心訂定之「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」進行編撰。同時，本報告亦揭露美國永續會計準則委員會 (SASB) 所公布的永續會計指標，並參考國際金融穩定委員會 (FSB) 提出之氣候相關財務揭露建議 (TCFD)。GRI、SASB、TCFD 以及上櫃公司氣候資訊揭露對應表均彙整於附錄中，以利讀者查詢與比對。

報告書邊界範疇

本報告書的揭露期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，報導範圍涵蓋易飛網國際旅行社股份有限公司總部及全台所有據點，各項資料之範疇均與本公司個體財務報告一致。本報告書以易飛網個體為報導主體，未納入合併財務報告所涵蓋之子公司；若部分資訊涉及其他範圍或有必要調整，均於相關章節另行說明。

報告書審核流程

本公司於 2026 年 5 月 12 日設置「永續發展委員會」，負責統籌本報告書之編製作業。報告書所揭露之資訊與數據，由各權責單位彙整提供，經永續發展委員會進行資料檢視、內容整合及編輯後，提送董事會審議；經董事會核准後始正式發布。

報告書確信與查證

本報告書尚未委託獨立第三方辦理外部確信或查證。報告書所揭露之資訊及數據，係由各權責單位依內部資料彙整提供，並經相關部門審閱與管理階層確認，以確保內容之完整性與合理性。未來，本公司將視法規要求、利害關係人期待及永續資訊管理成熟度，評估導入外部確信之可行性，以持续提升永續資訊之透明度、可靠性及可比較性。

資訊重編

2025 年本公司永續報告書無資訊重編情形。



報告書發行和聯絡方式

每年定期發行永續報告書，並公布於本公司官網。

本次報告書發行時間：2026 年 08 月

下次報告書預計發行時間：2027 年 08 月

易飛網國際旅行社股份有限公司 永續發展委員會

公司地址：台北市中正區衡陽路 51 號 2 樓之一

電話：(02) 7725-0800

聯絡人：財務長暨公司治理主管 黃博聲

聯絡信箱：invest@ezfly.com.tw

若對於本報告書有任何建議或相關訊息諮詢，歡迎與我們聯繫，謝謝。



經營者的話

2025 年，全球旅遊市場持續復甦，旅客對服務品質、行程彈性及差異化體驗的期待也日益提升。面對市場快速變化，易飛網持續強化航空合作、產品整合及數位服務能力，正式啟動越捷航空台灣區總代理業務，並陸續推動藍色公路限定航次、ZIPAIR 包機及多元主題旅遊產品。全年服務使用者超過 300 萬人次，會員人數超過 166 萬人，並維持 4.8 顆星以上的服務評價。這些成果不僅來自經營團隊與全體同仁的努力，也建立在旅客、合作夥伴及社會各界長期支持的基礎上。

我們深信，旅遊的價值不僅是帶領旅客抵達目的地，更在於促進人與人、城市與地方，以及不同文化之間的理解與連結。因此，易飛網持續思考如何運用自身的旅遊服務能力，回應社會需求，讓更多人享有安全、友善且平等的旅行機會。2025 年，我們攜手華信航空推動「0 元飛行，華信有心」公益計畫，並參與「愛心同行專案」的規劃與執行，為身心障礙者及其家庭設計無障礙「機加酒」套票，整合機票、住宿、地勤協助、輪椅與輔具託運、無障礙飯店及接駁服務，期望降低旅程中的環境障礙，將旅遊平權由理念轉化為具體可行的服務。

在兒少教育與社會關懷方面，我們於 2025 年累積捐贈新臺幣 160,000 元予宜蘭縣原住民房角石兒少文教協會，支持陪讀班日常運作，協助偏鄉兒少獲得穩定的課後陪伴、學習輔導與生活關懷。面對風災及淹水事件對民眾生活造成的衝擊，我們亦捐贈新臺幣 50,000 元予中華五顯慈善功德會，投入災後救助、民生物資支援及相關關懷行動。這些資源或許有限，但我們期望透過持續且務實的投入，回應教育資源落差及急難救助等社會需求。

我們也將旅遊本業與地方文化推廣相結合，支持高雄客家婚禮活動，並提供雙人「桃園－九州」來回機票作為新人摸彩禮品，藉由旅遊資源增加民眾參與地方文化活動的機會，促進客家傳統、多元族群交流及在地觀光發展。在自然保育方面，易飛網參與 TIGER RUN 山海聲浪路跑公益活動，並參與公益競標，支持財團法人自然保育與環境資訊基金會推動生態保育、環境教育及資訊傳遞工作。我們希望，企業的社會參與不只是捐贈，更能結合專業能力與產業特性，形成具延續性及實質影響的行動。

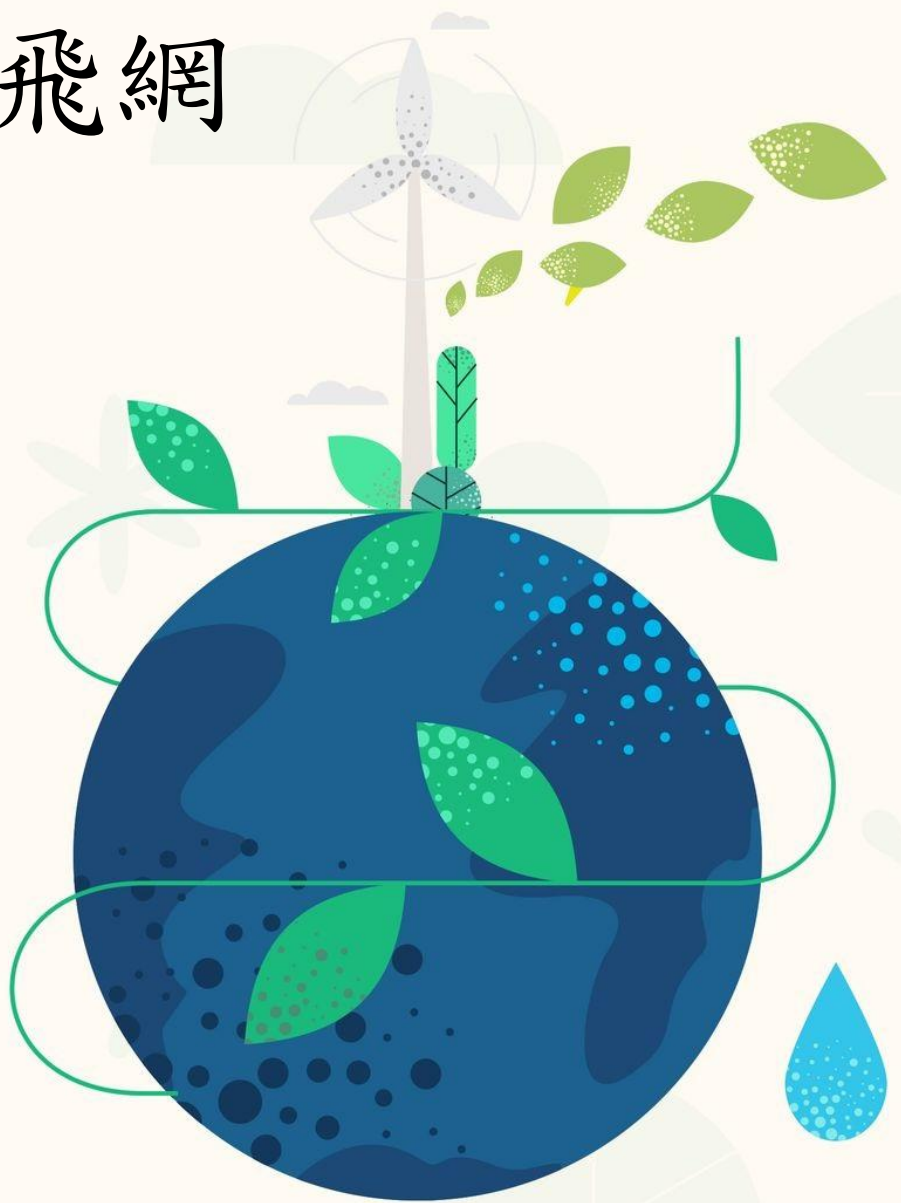
展望未來，易飛網將持續把永續思維納入產品設計、營運管理與合作夥伴關係，逐步發展低碳旅遊、無障礙旅遊及具有地方特色的永續行程，同時強化氣候風險管理、資訊安全、人才發展及公司治理。我們將秉持「誠信立站，貼心服務」的精神，以科技提升服務效率，以旅遊促進交流與共融，並持續與旅客、員工、供應商、政府及社區夥伴攜手合作，讓每一次出發不僅創造美好旅程，也為社會與環境帶來更長遠的正向價值。

易飛網國際旅行社股份有限公司

董事長 周昀生



1. 關於易飛網



1.關於易飛網

1.1 公司基本資料

易飛網自 1999 年創立以來，便以先驅之姿成為全台首家啟用線上訂票系統的專業旅行社。本公司總部設立於台北市中正區，服務版圖全面涵蓋國內外機票與旅宿預訂、團體與自由行行程、交通票券、假期套裝，以及護照與簽證代辦等全方位旅遊解決方案。

我們以數位化平台為營運中樞，深度串聯旅遊產業供應鏈，致力帶給消費者即時、便利且極具市場優勢的數位預訂體驗。為精準對接現代旅客對客製化與彈性出遊的熱烈期盼，本公司不斷升級全球訂位系統並拓展航空合作網絡。此外，我們亦積極深耕企業商務差旅及同業分銷領域，成功建構 B2B 與 B2C 雙軌並進的穩健經營模式。

秉持「誠信立站，貼心服務」的企業精神，易飛網將創新科技視為成長引擎，同時將 ESG 永續理念深植於組織文化中。我們透過優化營運效率、嚴守資訊安全防護及精進服務品質，將企業社會責任化為具體行動。展望未來，本公司將持續深化智慧旅遊佈局、加速綠色低碳轉型，並與全體利害關係人攜手共創永續價值，朝向「亞太地區頂尖智慧旅遊品牌」的願景大步邁進。

公司名稱	易飛網國際旅行社股份有限公司
公司型態	上櫃公司
股票代號	2734
董事長	周昀生
公司創立時間	1999 年 12 月 22 日
總部位置	台北市中正區
產業類別	觀光事業
主要產品及服務	國內外機票預訂、飯店住宿、自由行與團體旅遊套裝行程、高鐵假期及各式交通票
實收資本額	572,597.6 仟元
淨銷售額	1,636,140 仟元
員工人數	203 人
營運所在國家	台灣
總部所在位置	台北市中正區衡陽路 51 號 2 樓之一

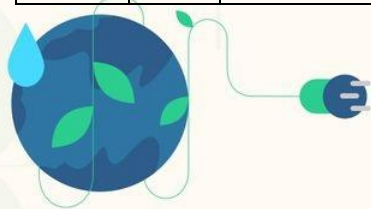
公司沿革

年份	月份	事蹟
2000	01	- ezfly 易飛網為 128 位元 SSL 全球安全認證網站。 - ezfly 易飛網網站正式開站，提供遠東航空線上即時訂位購票系統服務。
	02	復興及立榮航空正式與 ezfly 易飛網簽約，同意透過 ezfly 易飛網販售機票，提供線上即時訂位購票服務。
	04	「國際訂票通」上線，提供國際航線訂位購票服務；「國內訂票通」復興航空票務正式上線。 「國內訂票通」立榮航空票務正式上線。 「會員專區」上線，開始招募會員。

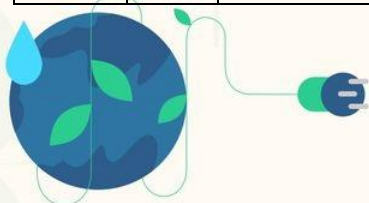
年份	月份	事蹟
	05	• 「台灣自由行」上線，陸續推出遠東、立榮與復興航空套裝行程。
	06	• 客戶服務部全年無休上線，領先同業。
	07	• 「會員專區」推出會員買國內機票送 1000 萬飛安險。 • 「飯店訂房通」上線，提供線上即時訂房服務。
	08	• 「企業專區」(B2B) 上線。
	09	• ezfly 易飛網搬新家，遷新址。 • ezfly 易飛網網址更改為 www.ezfly.com，網頁重新改版，並開辦線上投保旅遊平安險。
	11	• 線上申請代辦護照、簽證服務上線。 • 「世界自由行」上線，以『前進香港 NT4999』超優惠價創下銷售佳績。 • 單日成交筆數突破一萬筆，系統通過考驗；當月營業額突破億元。
2001	01	• 「企業專區」(B2E) 上線。 • 「國際訂票通」CRS 系統上線，提供線上即時訂位服務，會員購買國際票送 1000 萬飛安險。
	02	• 「國內訂票通」訂位購票時間開放至起飛前三小時，提供旅客更便捷服務，領先旅遊同業。
	03	• 「飯店訂房通」新增 ATM 轉帳付款服務，提供消費者更便利上網購買機制，爾後陸續推廣至各項產品。 • 全網站月營業額突破 1.5 億元。
	04	• 「台灣自由行」首創台灣旅遊網站機位、訂房線上即時付款交易。
	05	• 「國內訂房通」推出商務年票，旅客憑電子機票票號可隨時至機場空位搭乘，簡化購票流程。
	06	• 「國際訂票通」全區線上即時付費機制 (Online Payment) 上線。 • 「飯店訂房通」加盟店總數突破百家。
	08	• 「ez 旅遊指南」上線，提供豐富實用的國內、外景點導覽資訊。 • 累計「國內訂票通」線上交易人次突破 100 萬。 • 「飯店訂房通」單月總交易金額突破千萬。
	09	• 「國際訂票通」、「台灣自由行」、「世界自由行」上架 B2E，方便企業用戶購買所有旅程。
	10	• 「飯店訂房通」推出限日限量超低特價專案，在訂房市場低迷情況下，成功提昇業績，較上月成長 30%。 • 「台灣自由行」線上訂單查詢功能上線。
	11	• 「台灣自由行」旅客機場直接取旅遊券功能上線。 • 「企業專區」新增台灣自由行產品。
	12	• 「企業專區」增加國內團體機票訂購功能。 • 「國內訂票通」單日成交筆數超過 15,000 筆，單日業績突破 3,800 萬元。 • 全網站月營業額再創新高，突破 2 億 4,000 萬元。
2002	01	• 「國際訂票通」全球百大城市線上即時查詢票價功能上線。
	02	• 「世界自由行」單月業績突破 2000 萬。

年份	月份	事蹟
	04	• 「台灣自由行」租車平台上線，消費者可線上指定日期、選擇車款、數量。
	05	• ezfly 易飛網會員突破 50 萬人。
	07	• 「台灣自由行」新增火車控位功能，完成觀光列車線上訂位，新增多張收據功能，方便消費者選擇。 • 「國際訂票通」新增兒童線上訂位功能。 • 『世界自由行』更名為『國外旅遊』。
	09	• 「飯店訂房通」首創與石門福華飯店合作推出 ezfly 易飛網會員獨享 e-coupon2000 元現金折扣，1630 元入住石門福華飯店，單週創下 465 間房銷售記錄。 • 「國內訂票通」開發遠東、復興、立榮三航獨立網上訂位購票介面，與 ezfly 易飛網訂位購票平台結合。
	11	• 繼榮獲經濟部「信賴電子商店」、台北市消費者電子商務協會「優良電子商店」雙重認證標章後，再獲經濟部商業司 e21 金網獎「應用特別獎」，展現 ezfly 易飛網電子商務實力。
	12	• 「國際訂票通」當月業績突破 3,000 萬。
2003	01	• 「飯店訂房通」單月業績突破 2,200 萬，當月銷售房間總數突破 7,500 間。
	02	• 「國際訂票通」非台灣地區出發機票訂購功能建置上線，增加由國外出發之票價，便捷消費者購買使用。 • 「台灣自由行」建置完成金廈 ez 通平台，整合國內航空、金門、廈門船運公司，嘉惠兩岸台商。 • ezfly 易飛網加入行政院「國民旅遊卡」推動計畫，公務人員休假搭機更 easy。
	03	• 「金廈通船票」線上即時訂位購票服務上線，「國內訂票通」擴大服務項目內容。 • 「國外旅遊」航空假期，會員線上訂購，即享 2.5% 優惠折扣。
	04	• 「國內訂票通」『三航專屬企業用戶管理系統』上線，企業用戶可享航空公司量身打造之線上訂位購票服務。
	06	• ezfly 易飛網會員突破 60 萬人。
2004	04	• 「國際訂房」是台灣地區第一家與全球中文化線上國際訂房系統—『octopus』合作，突破語言障礙，擁有 20 種語言服務，完成國際線上訂房整合服務。
	05	• ezfly 易飛網與美國運通及福斯電影合辦『環遊世界 80 天』電影促銷活動，於台北捷運地下街舉辦現場活動，索取首映電影票，會員反映熱烈。 • ezfly 易飛網領先其他旅遊網站與最大發卡組織 VISA 推出「VISA 認證」服務。
	07	• ezfly 易飛網 7 月單月營收 3.1 億元創歷史新高。
	08	• ezfly 易飛網會員突破 90 萬人。
	11	• ezfly 易飛網 5 週年慶推出「轟趴樂透嘉年華」活動，送出近 5,000 萬大獎，活動廣獲媒體報導。
	12	• 「國內訂票通」開放 2005 年會員以紅利點數 1,000 點預先登記春節機位，會員權益升級。 • ezfly 易飛網榮獲網友票選第七屆旅遊菁鑽獎最佳網路旅行社第 2 名。 • ezfly 易飛網榮獲 ABACUS 全球訂位系統 2004 年訂位成長卓越獎。

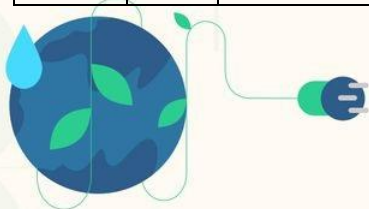
年份	月份	事蹟
2005	03	「國內訂票通」華信航空「台北－台中」與「台北－金門」航線機票上線，國內四家航空機票產品線齊全。 - ezfly 易飛網獲立榮航空 2004 年業績卓越特別獎（全年度銷售立榮假期第一名）。
	04	ezfly 易飛網與遠東航空推出『邁向高雄，邁向國際』專案，嘉惠高雄市民，擴大對高雄市民服務。
	08	- ezfly 易飛網取得大陸人士來台資格。 - ezfly 易飛網會員人數突破百萬。
	09	首創線上分期免選卡，成為線上旅遊及網路購物第一家不限信用卡別皆可使用 6 期分期付款之網站。
	11	ezfly 易飛網變更登記為綜合旅行社。
2006	01	承辦青輔會 2006 年台灣國際青年旅遊年，主力開發、設計台灣在地魅力優質行程，吸引國際青年來台旅遊。
	04	ezfly 易飛網網站全面大改版，會員全新體驗視覺感受及完整的優質服務。
	05	獲中華徵信所評比 2005 年最佳電子商務網站第 2 名。
	07	邀請部落客人氣女王彎彎代言推廣「浮潛天堂」帛琉行程，掀起旅遊部落客討論風潮。
	08	ezfly 易飛網獨家取得『競速飛馳 IN 上海』F1 賽車台灣區售票權，讓台灣車迷輕鬆接軌國際賽事。
2007	11	與台北市政府合作協辦北投「湯花戀」溫泉季活動，持續提昇 ezfly 易飛網優質旅遊網形象。
	01	- ezfly 易飛網再度獲得知名企業用戶青睞，獨家獲得中華電信員工旅遊網站差旅服務專案。 - ezfly 易飛網與永豐信用卡合作推出永豐商務卡，祭出多項獨家超值優惠方案及旅遊獨享超值包，以優惠價格、貼心服務滿足往返兩岸之商務商旅人士的需求。
	04	ezfly 易飛網再度推出「一元飯店」大搶購，炒熱市場買氣。
	05	與各大航空公司同步推出北高航線機票「買一家搭四家」。
	06	- 全新推出國際機票自動計算稅金機制，提供旅客更透明化的訂票服務。 - ezfly 易飛網推出全新會員回饋方案，於易飛網消費就可獨享 HappyGo 快樂購卡全省 300 家特約商、2000 家服務門市紅利點數折抵消費。 - 趕搭星光大道熱潮，ezfly 易飛網結合劍湖山王子飯店推出「蕭敬騰演唱會追星專案」。
	10	搶先推出高鐵自動化訂票服務，提供即時劃位、付款及車票免費郵寄到府服務。
	11	線上旅展幸運拉霸人人有獎、77 元大搶購、滿額送澳門之旅、電影票、飯店住宿券...等多項好獎。
	12	獨家提供 HappyGo 快樂購卡卡友線上兌換旅遊商品。
2008	01	- 與多家銀行合作推出卡友活動，如刷 VISA 白金卡享國際指定自由行折扣、刷兆豐商銀卡享紅利加碼等。 - ezfly 易飛網推出小費稅兵險全包的「一口價」春節江南美食團，給消費者更透明的價格優惠。



年份	月份	事蹟
	02	• 因應 M 型化旅遊需求，推出高鐵商務艙+五星飯店頂級套裝產品。另提供「陸空捷運」高鐵搭配航空的旅遊套裝行程，以完整的陸空交通網絡，讓旅遊更加便捷。
	03	• ezfly 易飛網取得國內航空假期「復興假期」總代理。
	04	• 玉山國旅卡旅遊中心上線，卡友享線上立即 2%折扣優惠。
	05	• 舉辦全網促銷活動，提供會員 77 元搶標入住精選飯店，21 點比大小遊戲等大型會員回饋活動。 • 與 NCCC 連線，正式推出銀行信用卡紅利折抵活動，成為第一家開放多家銀行，使用信用卡紅利點數折抵旅遊金的旅行社。
	06	• ezfly 易飛網取得國內航空假期「立榮假期」總代理。
	07	• 與娛樂偶像劇如《流星花園：皇冠的秘密》、《我在墾丁天氣晴》等節目合作，推出好康活動嘉惠會員。
2009	10	• ezfly 易飛網 10 周年慶，推出多項促銷活動，成為旅遊業界第一家成立滿 10 周年的旅遊網站。
	12	• 連續兩年承辦台灣大哥大全台加盟主大會，完整規劃會議旅遊行程。
2010	03	• 與立榮航空、功學社單車、金門風景管理處、澎湖縣、台東縣政府合作「單車 UNI」主題旅遊，促進觀光。
	07	• 發展個人旅遊，將旅遊商品以零組件的概念提供給消費者。
	11	• 第一次參加 ITF 台北國際旅展，以女人寵愛館為訴求，成功打響名氣。
2011	05	• 參與台北國際觀光博覽會，主打「暑假出遊易飛最省」，於展期四天每天舉辦「一元競標」活動，同時舉辦「買就抽達美航空免費升等商務艙」，吸引大量人潮。
	09	• 獲「數位時代雜誌」評選為「2011 電子商務 50 強」網站之一，秘密客評分第 1 名，消費者評分前 10 名。
	11	• 參與國際旅展，主打「不怕你比，易飛網最便宜」，現場提供國內外機票、旅遊金、iPad、iPhone 抽獎，另有「日本機票 999 搶購」，引發媒體採訪熱潮，成功創造話題。
2012	05	• 參與台北國際觀光博覽會，主打「暑假出國最高第 2 人半價」，創造參展以來最佳銷售紀錄。 • 邀請蘭嶼達悟族勇士參加台北國際觀光博覽會，並於大會上表演勇士舞，成功創造話題。
	09	• 與立榮航空舉辦「新機啟航，點亮台東」記者會，推出台東知本老爺酒店 2 天 1 夜自由行 4299 特惠價。
	10	• 與美國運通簽帳金卡合作，成為獨家旅遊商品供應廠商。首波主打日本沖繩 5999 起，超值卡友優惠。 • 參加 ITF 台北國際旅展，主打「買國外送國內」，搶佔新聞版面。
	11	• 與萬泰銀行合作，聯合 5 家優質廠商合作推出「馬卡龍城市悠遊卡」。 • 榮獲第九屆壹週刊服務第壹大獎旅行社類別第 3 名殊榮。
2013	02	• 經主管機關核准，登錄興櫃。
	03	• 與日本訂房中心 Time Design 攜手合作，推出日本特色民宿線上即時訂房服務。



年份	月份	事蹟
	04	參與台北國際春季旅展，強打國外自由行最低 4999、國內自由行最低 3999 的超值優惠價。
	05	- 透過 IT 改變旅遊業特性，易飛網決戰行動商務旅遊。 - 希爾頓酒店全球銷售部銷售副總監協同促銷部常務前來拜訪。 - 參與台北國際觀光博覽會，推出「暑假預購小孩半價，國內不漲價」、現場機票、自由行一元競標等優惠。 - 經股東會通過變更營業項目為旅行業並更名為「易飛網國際旅行社股份有限公司」。
	08	以現金收購方式收購 100%之子公司誠信旅行社股份有限公司除大陸地區人民來台從事觀光活動以外之所有營業暨相關之資產及負債，進而從事旅行社業務。
	12	- 參加台北國際冬季旅展，主打曼谷自由行 6,999、香港 4,999 超殺優惠。 - 正式掛牌上櫃，股票代號 2734。
2014	03	參加春季國際旅展，現場推出北海道 19,900 限量搶購價，引爆搶購潮。
	04	推出石垣島 999 超殺特價，限量機位秒殺！
	05	- 參加台北國際觀光博覽會，離島四天三夜自由行特惠價只要 4,599，成功刺激現場買氣。 - 推出沖繩 2,499 特惠機票。
	06	搭配世足賽熱潮，推出訂房看世足專案，吸引年輕族群。
	07	- 高雄門市喬遷至新地址：高雄市前金區中華三路 186 號。 - 金門門市開幕。
2015	03	與中國大陸最大電商平台阿里巴巴集團合作，ezfly 台灣旅遊旗艦店正式開站，為第一家在淘寶開店的境外旅行社。
	06	取得資策會旅遊智能互聯網標案，正式啟動移動端互聯網時代。
	07	成立飛買家股份有限公司(TraveltoBuy.com)提供網上日本購物，北海道機場提貨的服務。
	08	與澎湖縣政府及寰亞文化傳播集團取得電影「落跑吧！愛情」唯一獨家授權規劃以此電影拍攝場景為主之旅遊行程，帶領遊客走訪電影中場景。
	11	搶攻單身商機成功推出「單身限定旅遊團」遊北海道及沖繩，結合年紀、品味相仿的旅伴，採分組定點深度探索行程，並以當地交通、美食、美景為內容，讓團員充分交流與互動，透過旅遊結交好友。
2016	01	與資策會攜手打造全台第一個自由行「旅遊管家」App 系統，成功結合物聯網及電商功能，且導入環境感知器，讓消費者可即時獲取資訊、完成購買與支付，實現用一支 App 包辦旅遊行程中的大小事。
	04	易飛網與沖繩觀光會議局合作，推出以參加沖繩古利宇島泡泡路跑為主題的「沖繩古宇利海中道路馬拉松」運動旅遊，成功結合運動體驗和旅遊行程的運動觀光。
	08	與聯想行銷及高雄捷運共同與台中市政府合作推出「中台灣好玩卡」，以一卡串聯中台灣七縣市交通、行程、食宿優惠等旅遊資源。
	12	向經濟部工業局提出以 4G 智慧旅遊城市發展為目標，以旅遊隨經濟為核心概念，透過玩轉島遊 GO 平台整合客端服務、商家端服務旅遊價值鏈，串聯金馬離島旅遊服務。



年份	月份	事蹟
2017	03	與馬祖當地最大龍福旅行社共同合資成立之飛龍公司取得免稅牌正式進軍離島免稅零售服務業，將以「虛實整合多角化經營，提升在地經濟競爭力」為經營目標，促進馬祖的觀光發展。
	10	- 飛龍馬祖離島免稅店正式開幕，產業從旅遊業跨足零售業。 - 飛買家首創全新 On-line 免稅店商業模型，以全新「旅遊+購物」的商業模式，開創「全球第一家線上免稅購物網」。
	12	取得桃園大眾捷運股份有限公司境外票券銷售獨家代理權，自組高人氣自由行旅遊元件推出「桃捷旅遊套票」，上架陸港澳及日韓知名電商平台，開創全新境外旅客市場。
2018	01	飛龍免稅店投資愛馬特股份有限公司，提升馬祖旅客購買商品多元性，擴展增加零售店面。
	06	易飛網 ezfly 促銷～虎航全航線最低價 989 元起
	11	- 易飛網加入「雙 11」光棍節電商優惠盛會，攜手酷鳥航空推出獨家優惠，同時間訂購再送出國神器「飛譯通」+高速 Wi-Fi。 「北海道ふっこう割」計畫，日本授權易飛網旅遊取得振興計畫補助資格。
2019	03	取得「桃園自在遊」標案，結合官方與桃園各季節不同的節慶觀光活動與各區特色景點，規劃在地小旅行。
	04	- 桃園大眾捷運股份有限公司境外票券 108 年度銷售獨家代理權，自組高人氣自由行旅遊元件推出「桃捷旅遊套票」，上架陸港澳及日韓知名電商平台，開創全新境外旅客市場。 - 馬祖分公司成立。
	07	取得桃園國際機場出入境總計 6 個櫃檯營運權，再加上原有 2 個機捷營運櫃台，易飛網成為擁有最多機場櫃檯之旅行社，強化線上與線下營運據點產品銷售與服務整合。
	11	易飛網成為台灣虎航之「台虎假期」全新產品，全台首家取得代理銷售合作夥伴。
	12	再度取得「桃園大眾捷運股份有限公司境外票券 109 年度銷售獨家代理權」，並配合政府南向政策，開拓東南亞市場，加強該地區電商平台合作「桃捷旅遊套票」。
2020	03	- 成為「台東好玩卡規劃行銷委託專業服務案」獲選廠商，結合官方與台東各季節不同的節慶觀光活動與各區特色景點，規劃台東好玩卡產品包裝與銷售方案。 - 再度成為「桃園自在遊」標案優勝廠商，結合桃園觀光旅遊局行銷所規畫之觀光節慶與活動，配合各區特色景點規劃在地小旅行。
	04	成為桃園大眾捷運股份有限公司「航空機票聯合旅遊套票合作試辦案」承辦旅行社，且增加營運櫃台於 A1 機捷台北車站，強化線下服務與銷售據點，增加機票與自組商品於旅遊市場差異性與優勢。
	05	成為台灣好行@馬祖台灣區銷售總代理，協助推廣台灣好行@馬祖予海內外自由旅客，暢遊馬祖四鄉五島美景。
	06	成為臺東縣政府「台東好玩卡規劃行銷委託專業服務案」承辦旅行社，協助推廣臺東觀光於海內外旅客。
2021	01	成為桃園市觀光旅遊局指定合作旅行社之一，共同推廣「魅力金三角旅遊計畫」，於衛生福利部桃園醫院本土疫情事件後，為桃園帶來振興效益，成功推升民眾赴桃旅遊意

年份	月份	事蹟
		願。
	04	- 取得桃園機場捷運與 Xpark 聯合旅遊套票獨家銷售總代理，推廣桃園青埔商圈旅遊新亮點。 - 成為台灣好行@馬祖台灣區銷售總代理，協助推廣台灣好行@馬祖予海內外自由行旅客，暢遊馬祖四鄉五島美景。
	10	成為新北市政府觀旅局「新北 Chill 潮旅」承辦旅行社，網羅觀光工廠、美食餐廳及 DIY 體驗等類別，推出新北市旅遊產品。
	12	取得馬祖南北海運之「南北之星」往返台灣-馬祖之船票銷售總代理，可供台馬霧季疏運，也為馬祖創造更多旅遊商機。
2022	02	取得桃園市政府資訊科技局_111 年度數位桃園 1000+公益飛行委託服務案，以加碼回饋的方式鼓勵全國民眾一起來桃園消費，並鼓勵民眾捐款至桃園具勸募字號的公益團體。
	04	- 成為交通部觀光局「在地特色旅遊-島嶼進行式」合作旅行社，為在地旅遊系列活動進行推廣。 - 成為台灣好行@馬祖台灣區銷售總代理，協助推廣台灣好行@馬祖予海內外自由行旅客，暢遊馬祖四鄉五島美景。
	12	為迎接 2023 韓流旅遊年，與韓國觀光公司共同推廣 2023 年台灣觀光客訪韓人數 88 萬名目標，推出多樣創新主題訪韓商品。
2023	02	- 取得台灣虎航「台灣虎航」越南峴港航點包機。 - 全國首創「機票月繳制」易飛網攜手中信銀推「12 期無壓出遊」。 - 與樂天桃猿 X 台灣虎航獨家包機石垣島「亞洲門戶交流賽」主題遊程。
	04	取得台灣虎航「台灣虎航」日本佐賀航點包機。
	06	取得「台灣虎航」巴拉望、長灘島等多條航點包機。
	07	- 取得桃園機場捷運 A12、A13 機捷櫃位。 - 桃園捷運 X 易飛網 X 臺北捷運跨界結盟航空聯票櫃檯啟用。
2024	02	與中華航空攜手合作，獨家推出直飛石垣島包機航班，並延續與樂天桃猿共同推廣運動觀光的合作理念，重磅推出「亞洲門戶交流賽主題套裝遊程」第二彈。
	05	易飛旅遊取得日本九州宮崎包機資源，正式擁有日本九州佐賀、宮崎兩個航點，打造出佐又開宮不走回頭路的旅遊商品。
	06	與台北捷運公司達成合作，成為「台北捷運 Go」推薦旅遊商品。
	08	桃園機場捷運 A12 櫃檯正式啟用，易飛旅遊於桃園機場捷運又新增一櫃檯，便捷服務出入境旅客。
	11	睽違二十年，易飛旅遊獨家包機銷售，高雄小港直飛馬祖南竿。
	12	推出澎湖首度直飛韓國的限量包機行程，為當地居民打造前所未有的韓國旅遊體驗。
2025	1	成為越捷航空台灣總代理（GSA）。
	7	參與交通部「2025 藍色公路海洋觀光嘉年華」，易飛網獨家推出新臺馬輪「基隆-花蓮夜航微旅行」限定航次，率先完成藍色公路五條新航線首航。
	10	攜手日本航空旗下潮牌「ZIPAIR」，獨家機推機出雙十一連假唯一限定「台北-東京」航

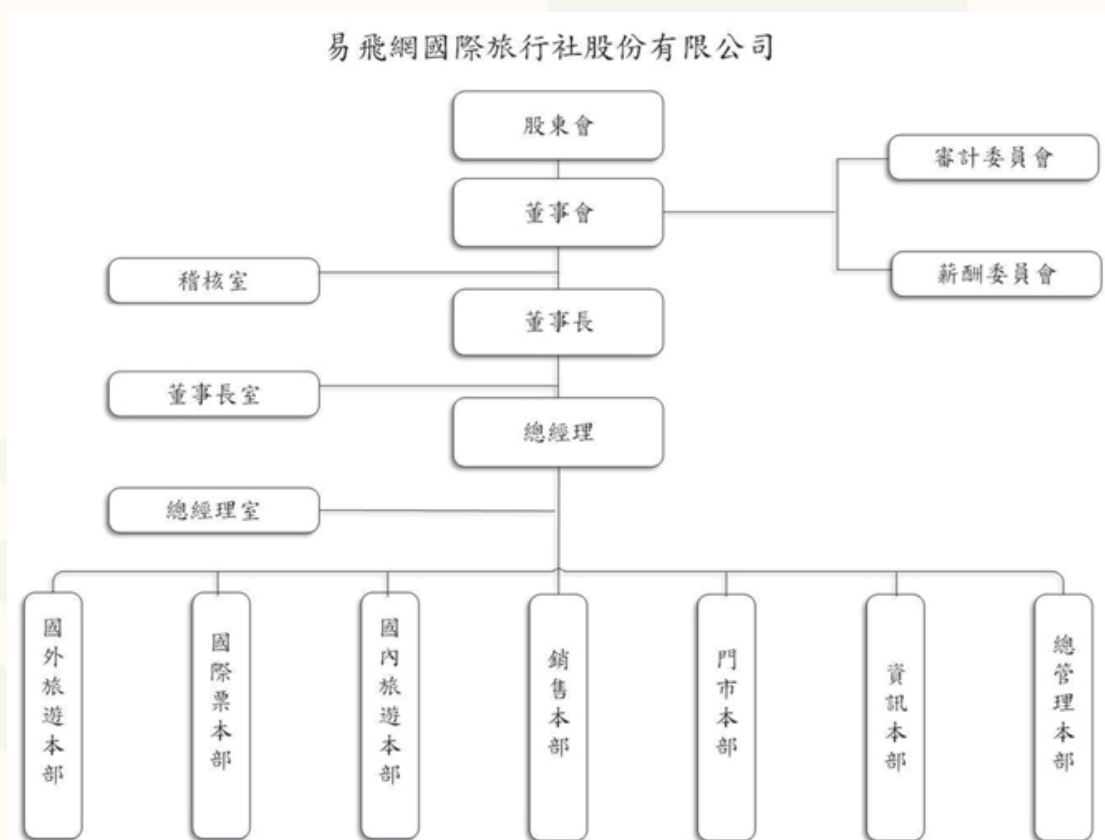
年份	月份	事蹟
		次，並完成 ZIPAIR 來台首航，展現易飛網適於國際線包機市場之領先地位。
	10	• 攜手華信航空推動「0 元飛行，華信有心」公益旅遊計畫，打造友善無礙旅程，實踐企業社會責任。
	11	• 再度攜手日本航空旗下潮牌「ZIPAIR」，推出 2026 春節台北直飛東京獨家包機專案。
	12	• 旗下艾飛網科技股份有限公司，接獲經濟部中小及新創企業署核准通過 2025 年度「小型企業創新研發計畫（SBIR）」專案補助。

1.2 組織架構

1.2.1 易飛網組織架構

易飛網深知穩健的組織架構與完善的治理機制，是實現永續發展的根基。本公司遵循公司治理最佳實務，建立了權責明確的治理組織，由股東會、董事會及各功能性委員會構成核心決策與監督體系。董事會作為本公司最高治理單位，負有永續治理之最高監督職責，除負責審議並核定公司整體永續策略藍圖外，亦透過定期審視永續推動進程，確保公司營運方針與環境、社會及治理（ESG）目標保持高度一致性。

在執行面上，我們由總經理室發揮運籌協調之樞紐功能，串聯國外旅遊、國際票務、國內旅遊、銷售、門市、資訊及總管理等各核心部門，形成靈活且具韌性的執行團隊。透過此一完善的治理架構，我們不僅確保經營決策能由上而下貫徹落實，更建立了跨部門之橫向溝通與協調機制，以回應各利害關係人之期許，為公司創造長期穩定的永續價值。



治理架構與職掌

職稱	職掌
董事長	作為本公司最高治理核心，全權綜理經營方針與策略發展。透過領導董事會制定重大決策，確保公司治理體系與永續發展策略之有效推動。同時，嚴格監督公司依循法規營運，並致力於創造股東價值與平衡各方利害關係人利益，穩健引領企業永續成長。
總經理	負責執行董事會決策，統籌公司日常營運管理並帶領跨部門協作，積極推動營運績效提升、技術創新佈局，確保企業經營目標與永續發展藍圖緊密結合，實現公司長期穩健成長。
稽核室	維持獨立運作地位，專責內部控制制度之建構、維運與動態檢討。透過執行風險導向之稽核作業，確保全公司各項營運行為符合法規框架及內部政策，並持續優化作業程序，以實踐健全之公司治理，維護利害關係人權益。
審計委員會	審計委員會協助董事會決策，強化董事會製作財務報表之可信度、會計師之委任、解任及報酬、內部控制制度、法規遵循及風險管控之公司治理績效。審計委員會監督公司財務及會計之流程，公司內部控制、審查公司之財務報表、評核會計師等，其職權皆規範於審計委員會組織規程，透過與會計師、內部稽核的密切監督，發揮外部查核機制與內部稽核機制相乘的效果。審計委員會全體由四位獨立董事組成，至少每季召開一次，有關本委員會會議召開情形及每位委員之出席率，請參考各年度年報及公開資訊觀測站。
薪酬委員會	薪酬委員會協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及制定董事監察人及經理人之報酬政策，並向董事會提出建議，其職權皆規範於薪資報酬委員會組織規程。薪酬委員會全體由四位獨立董事組成，每年至少召開二次，有關本委員會會議召開情形及每位委員之出席率，請參考各年度年報及公開資訊觀測站。
總經理室	作為總經理之執行幕僚與組織協作之樞紐，致力於優化跨部門資源配置與溝通協調。負責推動各項策略專案，將年度經營目標拆解為具體可執行之規劃，確保全公司在營運發展道路上，能嚴謹落實各階段策略目標，維護組織運作之高度一致性與靈活性。

本公司董事長兼任總經理，除領導董事會制定公司重大經營方針與發展策略外，亦負責統籌日常營運管理。此安排係考量公司組織規模及提升策略決策與執行效率。為避免及減緩潛在利益衝突，本公司設置由獨立董事組成之審計委員會及薪資報酬委員會，協助董事會監督財務、內部控制及薪酬等重要事項；董事如對議案具有自身利害關係，應依法說明並迴避討論及表決，以維持董事會決策之客觀性與獨立性。

1.2.2 全台據點

易飛網以全方位的據點布局，落實貼心服務的經營理念。目前，我們的營運據點已深耕全台各都會區及關鍵離島地區，透過『總部統籌、在地服務』的靈活策略，確保各分公司能即時掌握區域旅遊需求，並提供在地化且具競爭力的旅遊諮詢與銷售服務。藉由線上數位平台的即時連結與線下實體櫃點的多元服務布局，我們不僅優化了旅客與企業客戶的服務接觸點，更有效整合在地觀光資源，在帶動區域經濟發展的同時，實踐以顧客為核心的服務價值。

公司據點	營運據點	聯絡電話
台北總公司	台北市中正區衡陽路 51 號 2 樓之 1	(02) 7725-0800
北桃園分公司	桃園市桃園區新埔六街 57 號(桃園藝文特區)	(03) 360-6152
桃園分公司	桃園市中壢區中豐路 289 號 B1 (桃園捷運 A22 站 一號出口)	(03) 426-1399
台中分公司	台中市北區文心路四段 198-3 號	(04) 2296-7788
高雄分公司	高雄市前鎮區中山二路 91 號 17 樓之 6	(07) 331-3389
金門分公司	金門縣金湖鎮尚義機場 2 號	(082) 372-121
馬祖分公司	連江縣南竿鄉珠螺村 28 號	(083)656-560

1.2.3 公協會的參與

本公司深知旅遊產業的發展與區域觀光生態系統密不可分，積極參與相關產業公協會組織，不僅是掌握產業動態與政策法規變化的關鍵，更是我們促進與主管機關、同業及利害關係人溝通交流的重要基石。

公協會組織	會員
台北市旅行商業同業公會	✓
桃園市旅行商業同業公會	✓
臺中市旅行商業同業公會	✓
金門縣旅行商業同業公會	✓
連江縣旅行商業同業公會	✓

1.3 易飛網董事會

1.3.1 董事會多元化

本公司考量多元化，注重性別平等，並具備執行職務所需之知識技能及素養。董事會成員之選任均以用人唯才為原則，具備跨產業領域之多元互補能力，包括基本組成、也各自具有產業經驗與相關技能，以及營業判斷、經營管理、領導決策與危機處理等能力。

為強化董事會職能達到公司治理理想目標，本公司「公司治理實務守則」第 20 條明載董事會整體應具備之能力如下：

1.營業判斷能力 2.會計及財務分析能力 3.經營管理能力 4.危機處理能力 5.產業知識 6.國際市場觀 7.領導能力 8.決策能力

本公司董事會董事成員，整體符合「公司治理實務守則」第 20 條明載董事會應具備之能力，且有產業經驗和專業能力、會計及財務分析能力、經營管理能力、國際市場觀、資訊科技或教學。本公司董事會成員分別來自業界之管理者具有財務、業務及會計專業背景之專業人士，以不同領域及工作背景，有效擔當董事會成員之職責，建立並維護公司願景及價值理念、協助推動公司治理及強化經營管理、監督與評估經營階層之政策與營運計劃之執行，並負責公司於經濟面、社會面及環境面等整體之營運狀況，提升公司治理與企業價值。

本公司董事會年齡分布區間計有 2 席董事年齡在 41~50 歲，2 席董事及 1 席獨立董事在 51-60 歲，1 席董事及 3 席獨立董事在 61~70 歲，本公司亦注重董事會組成之性別平等，本屆董事成員包含 1 位女性成員，女性董事占比 11.11%，雖未達全體董事 1/3，已重視多元性別平等，預計未來 3~5 年逐步調整女性董事比例。



1.3.2 董事會成員組織

董事會組織架構與運作概況

本公司最高治理機關為董事會。為落實監督與制衡機制，董事會下設審計委員會及薪資報酬委員會。

董事會各功能性委員會之主要職責如下：

審計委員會：由全體獨立董事組成，負責監督公司財務報表之允當性、內部控制系統之有效性、法令遵循及整體風險控管等關鍵事項。

薪資報酬委員會：協助董事會擬定並定期檢討董事及經理人之績效評核目標，以及相關薪資報酬之政策、制度、標準與結構，並確保報酬與績效達成之連結。

董事會組成與獨立性

本屆董事會任期自 114 年 6 月 29 日起至 117 年 6 月 28 日止。董事會成員由一般董事、法人董事代表及獨立董事組成，總席次計 9 席，其中獨立董事為 4 席（占比 44.44%）。

本公司對於董事會獨立性之評估，係基於實質審視原則。我們綜合考量董事是否能於決策過程中提出具建設性之意見、表達獨立觀點，以及其言行是否恪守社會普遍道德價值觀等指標，進行嚴謹判定。

兼任職務與合規管理

董事會成員組成方面，其中兼任公司內部員工者計 1 位（占比 11.11%）；此外，4 位獨立董事同時擔任審計委員會及薪資報酬委員會委員。董事及獨立董事兼任其他公開發行公司職務之情形，均已依相關法規詳實揭露於公司年報及公開資訊觀測站。經審核，全體成員均符合「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」之獨立性規範，無違規情事。

董事會成員資訊

職稱	姓名	兼任本公司員工	基本組成			學歷、經歷
			國籍	性別	年齡	
董事長	周昀生	兼任總經理	中華民國	男	41~50歲	政治大學企業管理研究所碩士 易飛網國際旅行社總經理 網燦科技股份有限公司董事長
董事	赴台灣股份有限公司 法人代表人劉羽琪	-	中華民國	女	41~50歲	實踐大學財務金融系學士 仲謹股份有限公司董事 寅詠有限公司負責人 臨通資訊股份有限公司負責人
董事	金點資產管理有限公司 法人代表人鄭志發	-	中華民國	男	61~70歲	中興大學會計系學士 敬興聯合會計師事務所會計師
董事	金點資產管理有限公司 法人代表人呂友麒	-	中華民國	男	51~60歲	加州大學聖地亞哥分校機械工程研究所碩士 金點資產管理有限公司董事長
董事	李克敬	-	中華民國	男	51~60歲	淡江大學歷史系學士 易遊網旅行社股份有限公司營運長 燦星國際旅行社股份有限公司總經理
獨立董事	鄭旺壽	-	中華民國	男	61~70歲	政治大學企業管理系學士 創新工業技術移轉股份有限公司投資部副總 樺賦科技股份有限公司財務長 誠信開發股份有限公司投資部協理
獨立董事	石德隆	-	中華民國	男	61~70歲	政治大學企業管理系碩士 商智資訊股份有限公司董事長 Intervideo Inc. (美國)網路事業部
獨立董事	翁志先	-	中華民國	男	51~60歲	輔仁大學會計研究所 新日興股份有限公司總經理室資深特助 康普材料科技股份有限公司 財務副總 宣德科股份有限公司集團總管理處處長
獨立董事	吳師豪	-	中華民國	男	61~70歲	國立台北大學企業管理博士 財團法人商業發展研究院副院長、代理院長 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系(所)講師、副教授兼系主任(所長)、管理教學與研究中心主任

1.3.3 遴選制度

遴選標準與多元化方針

本公司董事（含獨立董事）之選任，係依據公司治理實務守則辦理，並綜合考量董事會之整體配置需求。董事會成員組成遵循以下多元化方針：

基本條件與價值：考量性別、年齡、國籍及文化等因素。

- 專業知識技能：需具備專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業技能及產業經驗。
- 核心能力素養：全體董事成員應具備營運判斷、會計及財務分析、經營管理、危機處理、產業知識、國際市場觀、領導能力及決策能力。
- 獨立性要求：董事間應有超過半數之席次，不得具有配偶或二親等以內之親屬關係。

提名制度

本公司董事與獨立董事之選舉採「候選人提名制度」，程序遵循公司法相關規定：

- 獨立董事：需依公司法第 192 條之 1 規定進行提名，並將名單載明於章程，股東須就候選人名單中選任。
- 專業資格：獨立董事之資格及選任需符合「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」及「上市上櫃公司治理實務守則」之規定。此外，獨立董事中至少須有 1 人具備會計或財務專長，若原選出之獨立董事均不具備，將由該次選舉中具備財會專長且得權數較高之候選人進行替補。

選舉程序與績效調整

- 選舉方式：採用「單記名累積選舉法」，每一股份有與應選出董事人數相同之選舉權，得集中選舉一人或分開選舉數人。
- 當選機制：分別計算獨立董事與非獨立董事之選舉權，由得權數較多者依次當選。若發生得權數相同者超過規定名額，則以抽籤方式決定。
- 績效連結：董事會應依據績效評估之結果，考量調整董事會成員組成。

選任與補選機制

董事因故解任致人數不足 5 人，或缺額達章程所定席次三分之一時，應依法召開股東會或股東臨時會補選。獨立董事人數不足規定者，亦應於最近一次股東會補選；若獨立董事均解任，則須於 60 日內召開股東臨時會補選。

1.3.4 利益衝突迴避

利益衝突管理機制

為確保董事會運作之公正性與獨立性，本公司已於相關內部規範中訂定利益衝突迴避機制，作為董事執行職務之依循。董事會作為本公司最高治理單位，負責監督公司治理制度之運作，並透過既有規範要求董事於涉及利害關係事項時，依規定辦理揭露及迴避，以降低利益衝突對決策之影響。

董事會利益迴避程序

依本公司現行規範，董事對於董事會議案，如與其自身或其代表之法人具有利害關係，致有害於公司利益之虞者，得於會議中陳述意見及答詢，惟不得參與討論及表決，且於討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使表決權。

透過上述機制，確保董事會於決策過程中維持客觀性與獨立性，以保障公司及全體股東之權益。

利益衝突資訊揭露

本公司依相關法令及規範，揭露與公司治理及利害關係人相關之資訊，並透過公開資訊觀測站及年報提供外部

利害關係人參考。

持續精進作法

未來，本公司將持續依循相關法令及公司治理實務，逐步強化利益衝突管理及揭露機制，並視營運需求完善相關制度與資訊揭露內容，以強化利害關係人對公司治理之信任。

1.3.5 董事會進修情形

董事進修與能力強化

易飛網深知在全球經濟環境快速變遷及永續發展趨勢下，董事會成員需持續精進專業知識與治理能力，以提升決策品質及風險應對能力。依據本公司《公司治理實務守則》第四十條規定，董事會成員宜於任期中持續參加進修課程，進修內容涵蓋公司治理、財務、風險管理、商務、法務、會計及企業社會責任（ESG）等相關議題。本公司透過持續推動董事教育訓練，強化董事會對產業發展趨勢及永續議題之掌握，並協助董事於決策過程中納入長期價值與利害關係人觀點，以確保公司營運策略符合國際趨勢及永續發展方向。

2025 年度董事進修情形

2025 年度，本公司持續安排並鼓勵董事參與內外部專業進修課程，課程內容涵蓋公司治理最新法規、風險管理、資訊安全及永續發展等重要議題。透過多元化學習機制，持续提升董事會整體專業能力與治理效能。

2025 年度全體董事進修總時數：66 小時，其中與 ESG 永續相關議題時數達：60 小時；平均每位董事進修時數為：7.33 小時，與 ESG 永續相關議題平均時數為：6.67 小時。

進修時數統計

職 稱	姓 名	主辦單位	進修課程名稱	進修日期	時 數
董事長	周 昀 生	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來：AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
董事	李 克 敬	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來：AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
法人董事 代表人	鄭 志 發	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來：AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3

職 稱	姓 名	主辦單位	進修課程名稱	進修日期	時 數
法人董事 代表人	呂友麒	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來:AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
法人董事 代表人	劉羽琪	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來:AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
獨立董事	石德隆	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來:AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-法律視角下的企業治理：董監事不可不知的經營風險與責任	2025/11/21	3
		財團法人台灣金融研訓院	公司治理講堂-員工福利信託發展趨勢與現況	2025/10/28	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
獨立董事	吳師豪	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
		社團法人台灣董事學會	出行移動產業在 AI 人工智慧轉型中的領先策略	2025/04/17	3
獨立董事	鄭旺壽	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-展望 2026：國際政經情勢重點指標與趨勢解析	2025/12/19	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來:AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理講堂 - 員工福利信託發展趨勢與現況	2025/10/28	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
獨立董事	翁志先	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-生成式 AI 的商業價值與數位風險	2025/09/23	3
		財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-共創永續未來:AI 賦能與數位轉型	2025/11/25	3

1.3.6 董事會績效評估

董事會運作與治理精進

為持續精進公司治理並提升董事會運作效能，易飛網持續推動董事會績效管理機制，並滾動檢視董事會組成與運作情形，以強化董事會之監督功能及決策品質。本公司透過定期辦理董事會績效評估、關注董事會成員多元化發展及持續優化治理架構，逐步提升董事會整體運作效能與公司治理水準。

為協助董事有效履行職責，本公司持續為全體董事投保責任保險，以合理分散其執行職務所可能面臨之風險，並保障董事依法行使職權之權益，進而維護公司及全體股東之利益。

此外，為確保董事會運作之獨立性與決策公正性，本公司依相關法令及內部規範落實利益迴避制度，當董事對議案涉及自身或其代表法人之利害關係時，應依法進行揭露並迴避討論及表決，亦不得代理其他董事行使表決權，以確保董事會決策之透明性與公正性。

未來，本公司將持續依循公司治理最佳實務，精進董事會運作機制，並強化董事會在風險管理及永續發展議題之監督角色，以提升整體治理效能與企業永續競爭力。

評估內容

評估週期	評估期間	評估範圍	評估方式	評估內容
每年執行一次	114 年 1 月 1 日 至 114 年 12 月 31 日	董事會	董事會內部自評	1.對公司營運之參與程度 2.董事會決策品質 3.董事會組成與結構 4.董事的選任及持續進修 5.內部控制等。
每年執行一次	114 年 1 月 1 日 至 114 年 12 月 31 日	個別董事成員	董事成員自評	1.公司目標與任務之掌握 2.董事職責認知 3.對公司營運之參與程度 4.內部關係經營與溝通 5.董事之專業及持續進修 6.內部控制
每年執行一次	114 年 1 月 1 日 至 114 年 12 月 31 日	審計委員會及薪酬委員會	功能性委員會內部自評	1.對公司營運之參與程度 2.功能性委員會職責認知 3.功能性委員會決策品質 4.功能性委員會組成及成員選任 5.內部控制

評估結果

一、董事會

董事會於各面向得分情形如下表，平均得分為 4.48 分（滿分為 5 分），依照評估結果評定為「優」以上，顯示董事會有善盡指導及監督公司策略之責，並能建立妥適之內部控制制度，整體運作情況完善，符合主管機關及相關法規公司治理要求。

自評五大面向	董事會	
	題數	評分
A. 對公司營運之參與程度	12	4.58
B. 提升董事會決策品質	12	4.25
C. 董事會組成與結構	7	4.57
D. 董事之選任及持續進修	7	4.43
E. 內部控制	7	4.57
合計 / 平均分數	45	4.48

二、董事會成員

本公司董事（含獨立董事）共 9 席，依本公司董事成員自評問卷，經各董事自評後，於各面向得分情形如下表，平均得分為 4.78 分（滿分 5 分），依照各董事之自評結果，評定為「優」以上。

自評五大面向	董事會	
	題數	評分
A. 公司目標與任務之掌握	3	4.74
B. 董事職責認知	3	4.93
C. 對公司營運之參與程度	8	4.71
D. 內部關係經營與溝通	3	4.63
E. 董事之專業及持續進修	3	4.74
F. 內部控制	3	4.93
合計 / 平均分數	23	4.78

本公司定期辦理董事會績效評估，本次評估結果將作為精進董事會議事運作、成員組成、決策品質及監督效能之改善依據。未來將視公司治理需求及實務發展，評估委託外部專業機構辦理董事會績效評估，以提升評估之客觀性與獨立性，持續強化董事會自我檢視及公司治理效能。

1.4 功能性委員會

1.4.1 審計委員會

審計委員會協助董事會決策，強化董事會製作財務報表之可信度、會計師之委任、解任及報酬、內部控制制度、法規遵循及風險管控之公司治理績效。審計委員會監督公司財務及會計之流程，公司內部控制、審查公司之財務報表、評核會計師等，其職權皆規範於審計委員會組織規程，透過與會計師、內部稽核的密切監督，發揮外部查核機制與內部稽核機制相乘的效果。審計委員會全體由四位獨立董事組成，至少每季召開一次，有關本委員會會議召開情形及每位委員之出席率，請參考各年度年報及公開資訊觀測站。

會計師查核簽證

本公司每年度至少安排一次與會計師溝通討論有關本公司財務報告及會計師查核簽證等相關事項。

日期	溝通重點	處理執行結果
2025/12/15	1.會計師查核報告。 2.財務報表概況。 3.其他重要議題。 4.與會人員提問及討論溝通。	無意見。

審計委員會組成與出席

本公司 2025 年度審計委員會開會 7 次，於 2025 年 6 月 25 日股東會改選，改選後共開會 5 次。

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率	備註
獨立董事	石德隆	5	0	100%	114 年 6 月 29 日新任
獨立董事	翁志先	5	0	100%	114 年 6 月 29 日新任
獨立董事	吳師豪	5	0	100%	114 年 6 月 29 日新任
獨立董事	鄭旺壽	5	0	100%	114 年 6 月 29 日新任
獨立董事	侯宜秀	1	1	50%	舊任，114 年 6 月 29 日解任
獨立董事	賀元	2	0	100%	舊任，114 年 6 月 29 日解任
獨立董事	陳正然	2	0	100%	舊任，114 年 6 月 29 日解任

獨立董事與內部稽核主管之溝通情形

日期	溝通重點	處理執行結果
2025/03/11	1.報告 113 年第四季稽核計劃執行情形。	1.審計委員會與稽核單位充分溝通，並提出建議。稽核室將追蹤查核缺失及先前未能補正缺失之改善情形，並於每季將追蹤情形彙總呈報審計委員會核閱後，並提報董事會報告。 2.照案通過，並提報董事會討論。
2025/05/13	1.報告 2025 年第一季稽核計劃執行計劃情形。	1.審計委員會與稽核單位充分溝通，並提出建議。稽核室將追蹤查核缺失及先前未能補正缺失之改善情形，並於每季將追蹤情形彙總呈報審計委員會核閱後，並提報董事會報告。 2.照案通過，並提報董事會討論。
2025/08/11	1.報告 2025 年第二季稽核計劃執行情形。	1.審計委員會與稽核單位充分溝通，並提出建議。稽核室將追蹤查核缺失及先前未能補正缺失之改善情形，並於每季將追蹤情形彙總呈報審計委員會核閱後，並提報董事會報告。 2.照案通過，並提報董事會討論。
2025/11/11	1.報告 2025 年第三季稽核計劃執行情形。 2.報告 2025 年第二季稽核查核缺失改善報告。 3.通過 115 年度稽核計畫案。	1.審計委員會與稽核單位充分溝通，並提出建議。稽核室將追蹤查核缺失及先前未能補正缺失之改善情形，並於每季將追蹤情形彙總呈報審計委員會核閱後，並提報董事會報告。 2.稽核室將追蹤查核缺失及先前未能補正缺失之改善情形，並於每季將追蹤情形彙總呈報審計委員會核閱後，並提報董事會報告。 3.照案通過，並提報董事會討論。

1.4.2 薪資報酬委員會

本公司依據「薪酬委員會職權辦法」設有薪資報酬委員會，擔任董事會轄下之功能性單位，其核心職責為協助董事會建構完善的董事與經理人薪酬政策及制度，並針對相關報酬議題研提專業建議，呈報董事會審議並做出最終決策。

本公司設置薪資報酬委員會，協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及制定董事監察人及經理人之報酬政策，並向董事會提出建議，其職權皆規範於薪資報酬委員會組織規程。薪酬委員會全體由四位獨立董事組成，每年至少召開二次，有關本委員會會議召開情形及每位委員之出席率，請參考各年度年報及公開資訊觀測站。

主要職責

本公司設置薪資報酬委員會，協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及制定董事監察人及經理人之報酬政策，並向董事會提出建議，其職權皆規範於薪資報酬委員會組織規程。

薪酬政策

本公司遵循公司章程及薪資管理規範，建立具備公平性與激勵效能之董事及經理人薪酬制度，旨在強化優秀人才之延攬與留任。在薪酬制定過程中，我們維持自主決策之專業性，未委任外部顧問諮詢，依據「董事會績效評估辦法」之評估程序及評估指標進行當年度績效評估，確保薪酬結構能兼顧公司長期營運之穩健性，並落實風險控管之治理要求。

薪酬結構與給付原則

董事：董事之報酬，將依據該成員對公司營運之參與深度與績效貢獻作為衡量基準，並審慎參酌同業之薪資通常水準，由董事會秉持客觀公正原則進行議定，以確保薪酬規劃之合理性。本公司年度如有獲利（稅前盈餘），由董事會決議提撥不得高於百分之五為董事酬勞。

獨立董事：本公司獨立董事之報酬訂定，將恪遵公司章程之規範或股東會決議之授權執行，並得考量其特殊職能，酌訂與一般董事顯著不同之合理酬金水準。此外，該獨立董事報酬亦得經由相關法定審議程序，規劃為按月支付之固定性質薪酬，且不參與公司年度盈餘之分配，以確保其高度客觀且超然之獨立職能。

總經理：總經理及副總經理之酬金項目涵蓋薪資、退職退休金、獎金、特支費及員工酬勞等，均係依據其所擔任之職位層級、實際承擔之營運責任，以及對本公司整體發展所具備之貢獻度進行綜合評估後議定，以確保酬金制度兼具市場競爭力與激勵效果。

員工薪酬：若公司年度有獲利（稅前盈餘），本公司將提撥總獲利的 2% 至 15% 作為員工酬勞。該酬勞將由董事會決議採取現金或股票形式發放，適用對象並涵蓋符合特定條件之從屬公司員工。

離職金與退休制度

- 退休金提撥機制：全體員工均適用《勞工退休金條例》，公司將依據員工之薪資投保級距，每月強制提撥 6% 之金額至員工個人退休金專戶。
- 高階管理階層離職規定：董事及高階管理階層之離職預告期，均嚴格遵照當地政府現行法規辦理，其通知天數與離職金之計算基準，皆與全體員工一致。

薪資競爭力實績

2025 年度本公司非擔任主管職務之全時員工平均薪資為新臺幣 588 千元；中位數為 523 千元，整體薪酬水準優於法定基本工資，並維持在同業競爭水平之上。

年度總薪酬比率

2025 年度本公司最高個人之年度總薪酬與公司年度總薪酬中位數(排除該最高薪酬個人)的比率為 514%；另有關最高薪酬個人年度總薪酬增加百分比與公司總薪酬中位數增加百分比之比率，因最高薪酬者之薪酬組成包含績效獎金、股票期貨及其他長期激勵措施，其認列時點及計算基礎與一般員工薪酬不同，尚難以一致基準計算具可比性之比率，故本年度暫不揭露。

最高薪酬者為總經理，薪酬結構包含基本工資、績效獎金、股票期貨及其它長期激勵措施，而中位數薪酬主要由基本工資和年終獎金構成，數據以年度化之全額薪資進行計算。



性別薪酬比率

本公司重視性別平等與薪酬公平，定期檢視不同性別於各員工類別中的薪酬結構，確保薪資與報酬係依職務內容、專業能力、資歷與績效表現決定，而非因性別而有所差異。

重要營運據點	員工類別	女性對男性基本薪資比率	女性對男性總薪酬比率
台北	管理職	72%	74%
台北	非管理職	104%	107%
註： 基本薪資係指固定薪資，不包含獎金與其他變動性給付。 總薪酬包含固定薪資、獎金及其他現金性給付項目。 公司主要營運總部位於台北，故以台北作為重要營運據點			

未來展望

為落實永續經營目標，本公司正積極規劃將環境、社會與治理（ESG）績效納入董事與經理人之考核權重。我們計畫在未來發展架構下，透過嚴謹的非財務績效評鑑，逐步建立與薪酬結構的連結機制。此舉旨在透過薪酬體系的調整，確保經營團隊不僅追求財務表現，更同步實踐永續價值，推動企業長期發展。

2. 誠信治理



2.誠信治理

2.1 誠信政策

易飛網秉持誠信經營之核心價值，視企業倫理與法規遵循為永續發展之基礎。本公司已制定「誠信經營守則」與「道德行為準則」，作為全體員工、經營團隊及供應鏈夥伴行為規範之依據，致力於推動誠信治理文化，強化企業經營透明度與社會責任。為確保誠信原則之落實與法令遵循之強化，本公司持續精進內部控制體系，定期檢視與更新管理規範，並透過教育訓練、宣導活動及內部稽核，提升員工對誠信與合規重要性之認知與實踐力。易飛網將透過完善之誠信治理架構與法規遵循機制，不僅追求營運績效之提升，更致力於建立利害關係人之信賴基礎，推動企業穩健與永續發展。

禁止不誠信行為

公司之董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，於從事商業行為過程中，不得直接或間接提供、要求或收受不正當利益，亦不得從事違反誠信、不法或背離受託義務之行為，以謀取或維持不當利益。

利益之樣態

利益指任何具價值之事物，包括金錢、餽贈、佣金、職位、服務、優待或回扣；惟屬正常社交禮俗，且無影響特定權利義務者，不在此限。

法規遵循

易飛網應遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪污治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本前提。

政策:公司應秉持廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，經董事會通過，並建立完善之公司治理與風險控管機制，營造永續發展之經營環境。

防範方案

易飛網應訂定具體誠信經營作法及防範不誠信行為方案，並涵蓋作業程序、行為指引及教育訓練，確保符合營運所在地法令，並與利害關係人保持溝通，落實誠信理念。

防範方案之範圍

公司應建立不誠信行為風險之評估機制，定期分析高風險營業活動，據以訂定並檢討防範方案，並針對特定行為設置相關防範措施。

- 行賄及收賄。
- 提供非法政治獻金。
- 不當慈善捐贈或贊助。
- 提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益。
- 侵害營業秘密、商標權、專利權、著作權及智慧財產權。
- 從事不公平競爭之行為。
- 產品及服務於研發、採購、製造、提供或銷售時直接或間接損害消費者或其他利害關係人之權益、健康與安全。

承諾與執行

易飛網應要求董事及高階管理階層出具遵循誠信經營政策之聲明，並將遵守誠信原則納入僱用條件。同時，應於規章、對外文件及公司網站公開揭示誠信經營政策及董事會與管理階層之承諾，並於內部管理與商業活動中確實落實。

誠信經營商業活動

公司應本於誠信經營原則，公平透明地進行商業活動，並於交易前審核代理商、供應商、客戶及其他交易對象

之合法性與誠信紀錄，避免與涉有不誠信行為者交易。與交易對象簽訂之契約，應明定遵守誠信經營政策，並規範於對方涉有不誠信行為時，公司得隨時終止或解除契約。

禁止行賄及收賄

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，執行業務時不得直接或間接向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益。

禁止提供非法政治獻金

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，對政黨或政治組織、個人之捐獻，應符合政治獻金法及公司內部程序，且不得藉此謀取商業利益或交易優勢。

禁止不當慈善捐贈或贊助

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，對慈善捐贈或贊助，應遵循相關法令及內部作業程序，並不得藉此進行變相行賄。

禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，不得直接或間接提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益，以建立商業關係或影響交易行為。

禁止侵害智慧財產權

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，應遵守智慧財產相關法規、公司作業程序及契約規定，並不得未經授權使用、洩漏、處分或侵害智慧財產權。

禁止從事不公平競爭之行為

易飛網應依競爭法規從事營業活動，不得進行價格固定、操縱投標、限制產量或分配市場等行為。

防範產品或服務損害利害關係人

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，於產品與服務之研發、採購、提供或銷售過程中，應遵循相關法規與國際準則，確保資訊透明與安全，並制定公開消費者及利害關係人權益保護政策，落實於營運活動。如商品或服務有危害安全與健康之虞，原則上應即回收或停止提供。

資訊揭露

公司應建立誠信經營推動之量化數據，持續分析成效，並於公司網站、年報、公開說明書及公開資訊觀測站揭露誠信政策之採行措施、履行情形及推動成效。

組織與責任

公司之董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，應善盡管理人注意義務，督促公司防範不誠信行為，並持續檢討與改進，確保誠信經營政策之落實。為健全誠信經營管理，公司應設置隸屬於董事會之專責單位，配置適當資源與人員，負責誠信政策及防範方案之制定與監督，並至少每年向董事會報告一次。

業務執行之法律遵循

公司及其董事、高階主管、受僱人、受任人及實質控制者，於執行業務時，應遵守相關法令及公司防範方案。

利益迴避

公司應制定防止利益衝突之政策，據以鑑別、監督並管理利益衝突可能導致之不誠信風險，並提供董事、高階主管及相關利害關係人適當管道主動揭露潛在利益衝突。董事或其關係人如就董事會議事項有利害關係，應於會中說明，且如有害於公司利益之虞，應迴避討論與表決，並不得代理他人表決。董事間應自律，禁止不當相互支援。公司全體董事、高階主管及受僱人亦不得藉由職位或影響力，使自身或他人獲取不正當利益。

會計與內部控制

公司應針對高風險營業活動，建立有效之會計制度及內部控制制度，禁止外帳或秘密帳戶，並隨時檢討其設計與執行成效。內部稽核單位應依不誠信行為風險評估，擬訂稽核計畫，定期查核防範方案及制度遵循情形，必

要時得委託會計師或專業人士協助。查核結果應通報高階管理階層與誠信經營專責單位，並作成稽核報告提報董事會。

教育訓練及考核

公司之董事長、總經理及高階管理階層應定期向董事、受僱人及受任人傳達誠信經營之重要性。公司並應舉辦教育訓練與宣導活動，邀請商業往來對象參與，使其充分了解本公司誠信政策、防範方案及違反後果。此外，應將誠信經營政策納入員工績效考核與人力資源政策，建立明確有效之獎懲制度。

檢舉制度

公司應訂定具體檢舉制度，並應確實執行。公司受理檢舉專責人員或單位，如經調查發現重大違規情事或公司有受重大損害之虞時，應立即作成報告，以書面通知獨立董事。

懲戒與申訴制度

公司應訂定並公布違反誠信經營規定之懲戒與申訴制度，並即時於內部網站揭露違規人員之職稱、姓名、違反日期、內容及處理結果。

誠信經營政策與措施檢討之修正

公司應隨時關注國內外誠信經營相關規範之發展，並鼓勵董事、經理人及受僱人提出建議，據以檢討與改進誠信經營政策及推動措施，提升落實成效。



申訴機制

為維護誠信經營與公司治理文化，易飛網重視內外部利害關係人對不當行為或違反誠信原則事項之反映。本公司依據《道德行為準則》及《誠信經營守則》之精神，鼓勵員工及相關利害關係人於發現疑似違反法令、道德行為準則、誠信經營原則、利益衝突或其他不當行為時，透過適當管道向公司反映或提出檢舉。

針對受理之案件，本公司將依事件性質交由權責單位進行了解與處理，並視需要採取必要之調查、改善或後續處置措施。公司亦重視檢舉人及相關當事人之權益保護，對於檢舉內容及處理過程採取適當保密措施，避免相關人員因提出疑慮或檢舉而遭受不當對待。

未來，本公司將持續檢視申訴與檢舉機制之完整性，並視實際營運需求強化案件受理、調查、回覆、追蹤及保護措施，以提升機制之透明度與有效性，落實誠信經營及對利害關係人之責任承諾。

2.1.1 消費者權益

本公司正式制定並公開《企業社會責任實務守則》，其中明確規範消費者權益保障之指導原則。我們承諾，無論是線上平台產品行銷、線下行程安排或是售後服務，本公司依據內部治理規章，制定下列政策方針，以落實對消費者權益的承諾與管理：

1. 誠信行銷與資訊透明行銷倫理：公司承諾在產品研發、行銷及銷售流程中，嚴守行銷倫理，確保所有產品資訊公開透明，杜絕欺騙、誤導或詐欺行為。
 - 權益保障：制定公開的消費者權益保護政策，並落實於日常營運，確保消費者在獲取服務時，其權益、健康與安全受到充分保障。
2. 風險管理與服務中斷預防
 - 風險管理：公司持續評估並管理各項可能造成營運中斷之風險，致力於降低風險事件對消費者權益與社會福祉造成的負面衝擊。
 - 預防措施：若判斷服務有危害消費者安全之虞，公司秉持「即時改善」原則，承諾採取必要之回收或停止服務措施，以保護消費者安全。
3. 隱私保護與申訴救濟
 - 個資保護：公司嚴格遵守個人資料保護法等相關法令，確保消費者提供之個人資料受到高度隱私保障與妥善保管。
 - 申訴機制：建立透明且即時的消費者申訴程序，確保消費者的意見能獲得公平、迅速的處理與回應，維護其溝通與救濟之權利。

2.1.2 產品服務品質

產品與服務資訊揭露管理

易飛網主要提供旅遊相關服務，涵蓋旅遊產品銷售、行程安排及相關諮詢服務。本公司重視消費者知情權，致力於提供完整且透明之產品與服務資訊，協助消費者於購買前充分了解服務內容及相關權益。

本公司依循相關法令及營運需求，於官方網站及銷售平台揭露旅遊產品資訊，並持續檢視資訊揭露之完整性與正確性，以確保符合消費者保護及資訊揭露相關規範。

資訊揭露內容

本公司針對產品與服務資訊揭露，主要涵蓋以下內容：

1. 服務來源與內容說明
揭露旅遊產品之行程內容、服務安排及合作供應商（如航空公司、飯店等）資訊。
2. 價格與費用資訊
提供產品價格及費用包含與不包含項目說明，以提升價格透明度並降低消費爭議。

3. 使用安全與注意事項

提供旅遊安全相關資訊與注意事項，協助消費者評估旅遊風險。

4. 環境與社會相關資訊

本公司持續關注旅遊服務對環境與社會之影響，並逐步強化相關資訊揭露。

法規遵循與管理機制

本公司依據相關法令及主管機關規範，持續檢視產品與服務資訊揭露之合規性，確保提供之資訊符合消費者保護及資訊標示相關規定。

目前已針對主要產品與服務進行法規符合性檢視，並持續優化揭露內容及管理機制。

法規遵循情形

經檢視，2025 年度本公司未發生違反產品與服務資訊標示相關法規之情事，亦未有因違反相關規定而受罰或受警告之情形。

行銷與廣告遵循

本公司於行銷及廣告活動中，遵循相關法令及誠信原則，確保對外揭露之資訊真實且無誤導情形。2025 年度未發生違反行銷傳播相關法規之事件，亦未有受罰或警告之情形。

2.2 法規遵循

2.2.1 法規遵循管理機制

本公司針對已發生之違法事件，均已依相關規定採取改善措施，並持續強化內部管理機制與法令遵循監控作業，以降低違規風險，避免類似情形再次發生，並提升整體法規遵循之成熟度。

易飛網重視風險管理與法令遵循，依循《旅行業管理規則》、《發展觀光條例》及相關法規建立法遵制度，透過法令諮詢機制、內外部溝通管道、法令宣導與教育訓練，以及預防與矯正措施之推動，全面落實法令遵循管理。

本公司設有專責法令遵循人員，負責統籌法遵相關業務，並具備旅行業法規及實務運作之專業能力，負責規劃與推動法令遵循計畫，確保各項營運活動符合相關法令規範。同時，透過定期辦理法遵自評與教育訓練，強化員工法遵意識，建立良好之遵法文化。

此外，本公司依據相關法令及董事會核定之管理規章，訂定各項作業準則、執行規範及作業流程，作為員工執行業務之依循，以確保各項作業均符合法令要求及公司內部規範。

重大違規定義

本公司之重大違規係指違反相關法規，致遭重大裁罰、停工停業、撤銷許可、重大訴訟，或對公司營運、財務、商譽及利害關係人權益造成重大不利影響之事件；其中單一事件罰鍰金額累計達新台幣 50 萬元以上者，列為重大違規事件。

法規違反與改善措施

本公司於 2025 年度共發生 2 件違反法規事件，其中 2 件屬於金錢制裁事件，無非金錢制裁事件。本公司已依相關規定完成改善，並持續強化內部管理與法令遵循機制，以降低違規風險並避免類似情形再次發生。

針對違規風險之防範，本公司持續推動以下改善措施：

1. 強化簽核與管理流程，提高權責主管對業務執行之審查強度。

2. 加強內部法令遵循教育訓練，確保管理階層及執行人員掌握最新法規要求。
3. 優化內部審查機制，規劃定期辦理內部查核，以確保各項業務運作符合法令規範。
4. 建立違規懲處機制，對違反規定之行為採取適當處置措施。
5. 與外部法律顧問及專業顧問合作，確保公司營運符合法令要求。

2025 年度截至報告期間，法規遵循情形持續由公司內部進行檢視與確認，相關違規案件數將依主管機關公告及公司內部紀錄進行揭露。

序號	違反法規	裁處性質	裁處內容	改善措施
1	個人資料保護相關管理事項	罰鍰	新臺幣 50 萬元	公司已配合主管機關 要求完成改善措施，包括系統弱點掃描及滲透測試計畫等，並持續強化資訊安全防禦部署，防止類似事件再發，並修訂資通安全管理政策等相關內部控制制度與程序，以全面提升資訊安全管理效能並降低營運風險。
2	個人資料保護相關管理事項	罰鍰	新臺幣 100 萬元	

類別	本年度支付件數（單位：件）	本年度支付金額（單位：元）
本年度發生之罰鍰事件	2	1,500,000
過去年度發生之罰鍰事件	1	50,000

2.2.2 反競爭行為與商業倫理

一、申訴、建議與疑慮反映機制

易飛網重視誠信經營與責任商業行為之落實，為確保員工及利害關係人得以反映意見、提出疑慮或申訴相關議題，已建立多元溝通與反映機制，涵蓋申訴處理及建議與疑慮回報功能。

本公司提供員工及利害關係人可透過既有管道（如員工申訴信箱及內部溝通機制），就法令遵循、道德行為、營運管理或潛在不當行為提出申訴、建議或疑慮，並由相關權責單位進行受理與回應。

二、機制運作與處理流程

本公司針對各類申訴、建議與疑慮，建立相應之處理流程，由權責單位（如人力資源或相關管理部門）負責受理、評估及處理，必要時提報管理階層進行決策，以確保相關事項能獲得適當回應與改善。

三、保密性與權益保障

為保障反映者之權益，本公司原則上對相關案件採保密方式處理，以避免對提出申訴或疑慮之人員造成不當影響。

四、機制推廣與落實情形

本公司透過內部宣導及教育訓練，強化員工對申訴及疑慮反映機制之認知，鼓勵員工於發現潛在違規或不當行為時，能透過正式管道進行反映，以促進公司治理與法令遵循之落實。

易飛網重視誠信治理，為提供員工、供應商及其他利害關係人一個公開、公正且具保密性的溝通環境，公司已設置多元化的獨立申訴與諮詢管道，包括專線電話、官方網站、專屬信箱及實體意見箱等，若利害關係人受到或發現任何不當行為或潛在負面影響時，皆可透過正式管道提出反映。主要溝通管道包括：

1. 員工關係溝通專線及意見信箱：受理員工申訴、職場爭議或勞動權益相關事項。

- 檢舉信箱 (whistleblower@ezfly.com)：供內外部人員檢舉任何舞弊、違法或不當行為。
- 客服與客訴通報系統：處理消費者對服務品質、資訊安全及隱私權等相關申訴。

2.2.3 反貪腐

反貪腐政策

本公司以誠信經營為公司治理之核心原則。雖尚未制定獨立之反貪腐政策，但已透過《誠信經營作業程序及行為指南》等相關內部規範，訂定不誠信行為之防範措施，並將反貪腐管理納入誠信經營推動架構中。針對公司營運中可能涉及誠信風險之相關對象，包括董事、經理人、員工及商業夥伴等，本公司透過內部宣導、文件簽署、教育訓練、合約條款及日常溝通等方式，傳達誠信經營、反貪腐及防弊作業要求，以維護公司商業往來之廉潔性與透明度。

貪腐風險評估

本公司依內部控制與稽核制度，將貪腐相關風險納入例行性之風險辨識與評估作業，並針對高風險流程（如採購發包、分包管理、驗收計價、履約管理、對外往來與款待贈與等）持續檢視防範措施之有效性。

2025 年本公司已針對台北總部及各營運據點進行反貪腐／誠信經營相關風險評估，評估範圍涵蓋所有營運據點，評估覆蓋率達 100%，未發現重大貪腐或違反誠信經營之風險情事。

治理單位成員溝通情形

地區	治理單位成員總數（人）	已溝通人數（人）	比例
台灣	9	9	100%

溝通方式包含誠信經營制度傳達與相關規範宣導等。

治理單位成員訓練情形

地區	治理單位成員總數（人）	已訓練人數（人）	比例
台灣	9	9	100%

訓練方式包含參與外部法遵／公司治理相關課程，並透過內部宣導與案例交流，強化治理單位對誠信經營與反貪腐要求之理解與監督。

員工溝通情形

員工類別	地區	員工數（人）	已溝通人數（人）	比例
全體員工	台灣	203	203	100 %

溝通方式包含於「工作規則中明訂誠信經營與法遵要求」、「導遊領隊委任合約」及「供應商反賄賂條款」，並透過制度傳達、內部公告及相關規範宣導向全體員工溝通誠信/反貪腐政策與程序，確保同仁了解並遵循公司規範。

商業夥伴溝通情形

商業夥伴類型	地區	商業夥伴數	溝通方式
供應商	台灣	234	供應商反賄賂條款
承攬商/協力廠商	台灣	57	導遊領隊委任合約

本公司已於公司網站、年報揭露誠信經營相關資訊，供所有利害關係人瀏覽。

2025 貪腐事件統計

貪腐事件	報導期間	說明
已確認之貪腐事件	0 件	年度內未發生任何貪腐事件
員工因貪腐事件遭解僱或紀律處分	0 件	年度內未發生任何貪腐事件
因貪腐違規與商業夥伴終止或未續約	0 件	年度內未發生任何貪腐事件
公開法律案件及結果	0 件	年度內未發生任何貪腐事件

2.3 財務績效

2.3.1 營運表現

2025 年度本公司營運表現穩健，年度營業收入為 1,636,140 仟元，較 2024 年 1,601,454 仟元，年增率 2.17%，在獲利方面，2025 年度稅後淨利為(81,424)仟元，較 2024 年減少 124,746 仟元；每股盈餘（EPS）為(1.42)元。本公司將持續透過專案組合管理、成本控管與風險管理機制，提升營運韌性與獲利品質。

單位：仟元

2025 年財務表現	
資產總額	1,027,195
債務比例	36%
產生的直接經濟價值	
營業收入	1,636,140
分配的經濟價值	
營業成本	1,563,499
員工薪資福利	151,690
支付出資人款項	2,115
支付政府的款項	0
社會投資	260
留存的經濟價值	(81,424)

取自政府之財務援助

本公司於報導期間內未取得任何政府提供之財務援助；包含各類型政府補助/補貼、租稅減免、政府提供之優惠性融資或信用保證等，金額均為 0；本公司亦無取得海外國家之補助；股東結構中亦無政府機關持股。

財務援助類型(台灣)	金額(元)
稅收減免及抵減或補貼	0
投資補助、研發補助及其他相關類型補助	0
政府獎勵或權利金豁免	0
任何機構（ECAs）之財務補助	0
合計	0

2.3.2 業務發展

易飛網自創立以來，從台灣第一家線上旅行社（OTA）起步，憑藉航空代理及旅遊資源整合之經驗，逐步建構涵蓋 B2C 消費市場與 B2B 同業／企業市場之多元服務模式。依據公司法說會資料，易飛網已於 B2C 市場累積 165 萬會員，並於 B2B 市場取得超過 2,000 家同業客戶信賴，近年亦積極朝跨境生活服務平台轉型，透過增加 B2C 商務及 AI 智能系統投資，深化目的地資源整合能力。

業務範疇與市場定位

本公司主要業務涵蓋出境旅遊、入境旅遊、國內旅遊、航空代理、企業差旅、客製包團及機場櫃位服務等面向。於出境旅遊方面，易飛網提供國內外機票網路購票、即時訂位、團體旅遊及自由行等服務；於入境旅遊方面，持續經營國外旅客來台旅遊服務，並透過桃園機場第一、二航廈實體櫃位，提供旅遊周邊及通訊商品等服務；於國內旅遊方面，則提供國內機票、團體旅遊、華信假期、高鐵自由行及離島旅遊等商品。

此外，本公司亦發展航空代理及企業服務業務，包含即時訂位與訂票服務、航班規劃、團體票務銷售管理、市場推廣、活動策劃及後勤客服支援等；企業服務則涵蓋員工差旅、福委合作、員工旅遊、商務考察與客製包團規劃等。

產品與服務布局

易飛網持續以「旅遊產品整合」與「數位平台服務」作為核心發展方向，透過機票、住宿、交通票券、門票、體驗行程及多日遊等服務組合，提供消費者一站式旅遊規劃與預訂體驗。依據法說會資料，公司合作產品服務範圍涵蓋機票加住宿、五星級與商務飯店、在地民宿、船票、門票、體驗行程及多日遊，並以台北、台中、高雄、花蓮、台東、澎湖、金門與馬祖等區域作為重點推廣市場。

本公司亦透過桃園機場櫃位提供線上預訂、線下取還服務，並提供 Klook、KKday 等預約取還件服務及旅遊票券販售，強化線上與線下服務整合能力。

策略合作與資源整合

在上游資源整合方面，易飛網持續深化與航空公司、交通運輸業者、住宿業者及在地旅遊服務供應商之合作，提升旅遊產品供應穩定度與多元性。2025 年，公司成為越捷航空台灣總代理（GSA），並透過 API 串接銷售，預計服務 10 萬人次；另作為華信假期唯一指定總代理，整合外島、花東及在地觀光資源，推出包含交通、住宿、門票與體驗行程之主題商品。

透過上述策略合作，本公司能持續拓展航點資源、深化目的地產品開發，並以航空代理、包機、聯名促銷及專案票價等方式，提升產品競爭力與市場差異化。

數位轉型與 AI 應用

面對旅遊產業數位化與消費行為快速變化，易飛網持續推動數位化與 AI 應用，以提升營運效率與客戶服務品質。公司年報指出，易飛網持續深化 AI 技術與數位轉型策略，AI 與自動化已成為重要成長引擎；目前 AI 應用聚焦於 B2C 與內部流程，包含生成式 AI 旅遊產品推薦、智能化線上客服、Chatbot 與 FAQ 機器人，以及 RPA 自動化服務等，以提升客服效率、優化流程並降低營運成本。

本公司亦持續強化平台技術基礎，透過 Amadeus、Travelport 等全球訂位系統及 NDC 產品開發，直接串連航空公司票務系統，提升票價競爭力與訂購效率；同時規劃新一代 B2B 系統開發，強化企業端及同業端服務能力。

分銷平台與跨境市場拓展

為突破傳統銷售模式並拓展同業市場，易飛網已開發整合型旅遊分銷平台，協助中小型旅行社導入動態打包機加酒商品解決方案，並以 B2B 銷售模式擴大銷售通路。年報揭露，該平台已成功導入超過 3,000 家旅行社使用，除提供直客使用外，亦開放同業販售，建構全新合作生態系統。

於跨境市場方面，本公司持續與泰國、越南、日本、中國大陸及香港等地旅行社結盟合作，開發當地市場、提升票價與行程競爭力，並透過網路銷售服務提升品牌知名度與市場占有率。

入境旅遊與地方觀光發展

易飛網亦積極深耕入境自由行市場，透過交通票券代理及地方旅遊資源整合，拓展外籍旅客來台旅遊服務。年報資料顯示，公司於 2024 年取得「桃捷票」外籍旅客獨家代理權，首年執行即超額完成原規劃目標 13%，接待及服務旅客突破 50 萬人次，並帶動相關自由行產品銷售超過千萬元。後續公司將結合桃園自在遊、雙北捷運票卡、地方創生商品、觀景台門票及通訊卡等商品，推出更多符合外籍旅客需求之自由行產品。

透過入境旅遊與地方觀光資源整合，本公司除提升海外旅客旅遊便利性外，亦有助於推動桃園及周邊區域觀光發展，強化與公部門及地方夥伴之合作關係。

永續旅遊與未來展望

面對全球通膨、地緣政治、交通住宿成本上升及氣候變遷等外部挑戰，本公司將持續關注旅遊市場變化，並透

過產品創新、數位化服務及供應鏈整合，提升營運韌性；AI 行銷、動態票價及永續旅遊產品開發，皆有助於提升旅行業競爭力；易飛網亦將綠色旅遊理念融入產品設計，在提升服務品質的同時，實現永續發展。未來，易飛網將持續強化 OTA 與數位通路優勢，拓展多元客群，深化團體旅遊及高端差異化產品，並持續與國際航空公司建立策略合作。同時，本公司將持續推動數位化與 AI 應用，提升行銷、客服及內部管理效率，並將永續旅遊與公益關懷融入產品與服務，打造兼具商業價值與社會價值之旅遊服務生態系。

2.3.3 稅務政策

2025 年稅務績效

單位：新台幣仟元

國別	營業收入	稅前淨利	所得稅費用	有效稅率 (法定稅率)	當期 支付所得稅	當期支付所得稅 有效稅率
臺灣	1,636,140	(81,424)	-	20%	0	0%

稅務治理、管控與風險管理

易飛網秉持依法申報、資訊透明及內部控制治理之原則進行稅務管理。截至報告期間，本公司尚未另行對外發布獨立之「稅務策略」文件，相關稅務管理方針係整合於公司內部控制制度及日常財務作業流程中，並透過分層授權、核決與覆核機制加以落實。

本公司稅務相關作業由財務單位負責執行，並納入整體內部控制制度及財務管理流程中運作。依據《公開發行公司建立內部控制制度處理準則》，建立完善之內部控制架構，透過管理階層自主管理、內部稽核單位獨立查核，以及董事會與審計委員會之監督機制，確保稅務作業之合規性與相關資訊揭露之正確性。

此外，董事會及管理階層定期檢討內部控制制度之執行情形，並由稽核單位定期提出查核報告，提交審計委員會審議與監督，以持續強化公司稅務治理與風險管理之有效性。

稅務治理與管控架構

本公司稅務治理與管控架構如下：

在執行層面，由財務單位依據相關稅務法規辦理各項申報、扣繳及稅務帳務處理作業，並依公司內部核決及覆核流程執行，以確保作業之正確性與合規性。

在監督機制方面，本公司設有隸屬董事會之內部稽核單位，並由董事會及審計委員會負責監督內部控制制度之運作及缺失改善情形，涵蓋財務及法令遵循相關作業，以強化整體治理與風險控管機制。

稅務與永續發展

本公司稅務方針以依法納稅、誠信經營與資訊透明為核心，並與公司營運管理及永續發展策略相互連結，具體如下：

1. 支持穩健營運與財務可預期性：透過制度化之憑證/帳務處理、申報作業及核決與覆核機制，降低申報錯誤與補稅/罰鍰等不確定性，強化專案與整體營運之成本管理與財務穩健。
2. 強化公司治理與法規遵循：稅務遵循作業納入內部控制制度，並由內部稽核獨立查核、董事會與審計



委員會監督，作為公司治理與風險管理架構之一環，以維持商業行為之正當性與合規性。

3. 提升利害關係人信任與溝通透明：稅務相關資訊依財務報導與法令規範，於財務報告及相關公開文件中適切揭露，並透過公開資訊觀測站及公司網站等管道提供查閱，支持利害關係人對公司經營與納稅行為之理解。

稅務方針

本公司將稅務遵循要求內嵌於內部控制制度與日常財務作業流程，並透過制度化程序落實稅務方針。同時，董事會及管理階層至少每年檢討內控制度執行情形，並按季檢核稽核報告，由審計委員會關注及監督，以持續強化稅務相關流程之合規性與控管品質。

稅務風險

本公司以「風險辨識—控制設計—持續監督」方式管理稅務風險，重點包括：

- 風險鑑別：針對營業稅/扣繳申報、所得稅估列、憑證完整性、關係人交易、重大交易之稅務影響等面向，由財務部依作業流程辨識風險點。
- 風險管理：採行雙層覆核、文件留存、法規更新追蹤、必要時外部專業諮詢等措施，降低申報錯誤或法遵缺失風險。
- 風險監督：稽核室依年度稽核計畫執行查核，對缺失與異常事項揭露於稽核報告並追蹤改善；董事會與審計委員會按期檢核稽核報告，監督改善落實情形。

本公司採下列措施評估稅務治理與管控架構之遵循狀況

- 透過內部控制自評機制，定期辦理內控制度自行評估，並由內部稽核單位就各單位之自評結果及缺失改善情形進行覆核，作為董事會及管理階層評估內控制度有效性之依據。
- 針對稽核所發現之缺失，建立持續追蹤與改善機制，定期彙整追蹤結果並持續追蹤至改善完成，以降低缺失再發之風險。
- 此外，財務報告依相關規定由會計師辦理查核，其結果亦作為提升財務資訊可靠性之重要參考依據。

商業行為及稅務治理機制

本公司依公司治理原則強化資訊透明度與對外溝通，建立公開資訊申報作業與發言人制度，指定專人負責資訊蒐集與揭露工作，並透過公開資訊觀測站及公司網站等管道，確保可能影響利害關係人決策之資訊得以即時、允當揭露。稅務相關資訊亦依財務報導與法令規範，於財務報告及相關公開文件中適切呈現，以提升利害關係人對公司商業行為與納稅正當性之理解。



財務與稅務公正性

本公司稅務遵循採外部專業查核機制，營利事業所得稅申報依法由外部會計師辦理查核簽證，以提升稅務申報資料之合規性與可靠性。此外，本公司財務報告亦採外部會計師核閱/查核機制：期中（每季）財務報告由會計師核閱，年度財務報告由會計師查核並出具查核報告；公司並依公司治理實務守則選任具專業性及獨立性之簽證會計師，建立審計委員會與會計師之溝通管道與機制，提升財務與稅務相關資訊之可信度。經會計師核閱／查核之財務報告均依規定公告於本公司官網及公開資訊觀測站，確保利害關係人得以查閱相關資訊。



2.4 風險管理

2.4.1 公司內部控制制度

內部風險管理與永續經營

在快速變動的營運環境下，妥善辨識、評估與管理各類風險，已成為企業達成永續經營之重要基礎。本公司深知風險管理對於維持營運穩定、確保財務健全及提升組織韌性之關鍵性，並將其納入公司治理體系之核心架構。本公司持續精進風險管理機制，依據營運特性及外部環境變化，系統性進行風險辨識與評估，並透過三道防線架構、內部稽核機制及董事會監督，確保風險管理運作之有效性與即時性。未來亦將持續強化風險辨識與因應能力，深化風險管理文化於組織內之落實，作為企業穩健發展與長期價值創造之基礎。

本公司採預防導向之風險管理原則，依法建立完整之內部控制制度，並由內部稽核單位執行定期及不定期查核，以確保各項管理機制之落實與運作成效。同時，透過訂定緊急事件應變管理辦法，明確規範重大突發事件之應變流程，以確保風險事件發生時能即時因應，並將潛在影響降至最低。此外，公司設有功能性委員會，負責執行營運、財務及法令遵循等面向之風險控管作業。

2.4.2 風險管理運作機制

內部稽核與風險控制

本公司為有效控管各項潛在風險，針對不同營運循環訂定相應之查核項目、受查單位及查核頻率，以落實內部稽核及內部控制制度（如下表），並確保風險控制措施於合理範圍內確實執行。若於查核或風險控管過程中發現缺失，各單位應即時進行改善，以確保相關管理措施符合公司規範要求。

此外，風險控制執行情形由內部稽核主管定期向董事會報告，以提升風險資訊透明度，並協助董事會有效掌握風險議題，進行監督與決策。

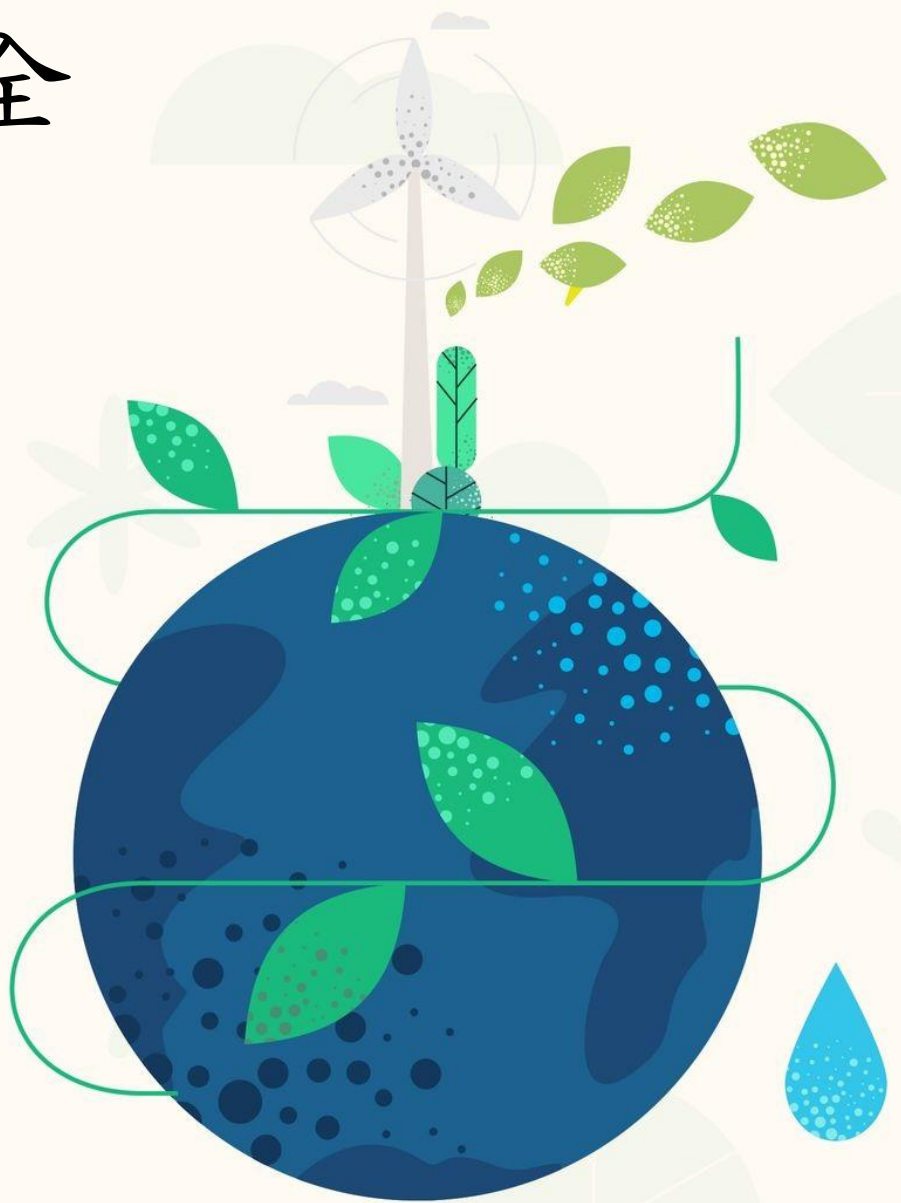
內部稽核與內部控制程序			
循環名稱	作業項目	受查單位	查核頻率
銷售及收款循環	客戶管理作業	通路單位	每年
	訂單處理作業	通路單位	每半年
	旅行業專用憑證開立作業	通路單位	每半年
	開立發票作業	財會部	每年
	應收帳款及應收票據作業	通路單位 / 財會部	每半年
	客訴處理作業	通路單位 / 產品單位 / 法務部	每半年
	旅遊服務收入退回及折讓作業	通路單位 / 財會部	每年
	收款作業	通路單位 / 財會部	每半年
採購及付款循環	請購作業	產品單位 / 管理部	每半年
	採購作業	產品單位 / 管理部	每半年

內部稽核與內部控制程序			
循環名稱	作業項目	受查單位	查核頻率
	供應商作業	產品單位 / 管理部	每年
	投保作業	產品單位 / 管理部	每年
	驗收及管制作業	產品單位 / 管理部 / 財會部	每年
	退出、折讓及索賠作業	產品單位 / 管理部 / 財會部	每年
	付款及記錄作業	產品單位 / 管理部 / 財會部	每半年
旅遊出團循環	先期內部作業	產品單位	每年
	外聯作業	產品單位	每年
	出團前置作業	產品單位	每年
	結團作業	產品單位	每年
	成本結帳及分析作業	產品單位 / 財會部	每年
	存貨管理作業	產品單位 / 財會部	每年
薪工循環	招募作業	人資組	每年
	任用作業	人資組	每年
	工作時間和請假作業	人資組	每年
	晉升和調職作業	人資組	每年
	教育訓練作業	人資組	每年
	考核作業	人資組	每年
	薪資作業	人資組	每年
	福利作業	人資組	每年
	離職作業	人資組	每年
	退休作業	人資組	每年
不動產、廠房及設備循環	不動產、廠房及設備取得作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備保管及異動作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備維修作業	管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備出售作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年

內部稽核與內部控制程序			
循環名稱	作業項目	受查單位	查核頻率
	不動產、廠房及設備報廢作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備盜失及租賃作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備重估作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備記錄與會計處理	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備盤點作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
	不動產、廠房及設備投保作業	財會部 / 管理部 / 資訊部	每年
投資循環	投資種類及目的作業	財會部	每年
	短期投資作業	財會部	每年
	長期投資作業	財會部	每年
	投資額度及公告作業	財會部	每年
	有價證券保管及盤點作業	財會部	每年
	轉投資事業管理作業	財會部	每年
	衍生性商品交易作業	財會部	每月
融資循環	租賃作業	財會部	每年
	股東權益作業	財會部	每年
	股務及股利發放作業	財會部	每年
	短期借款作業	財會部	每年
	中長期借款作業	財會部	每年
旅遊商品設計循環	行程規劃作業	產品單位	每年
	執行及定價作業	產品單位	每年
	上線銷售前檢驗作業	產品單位	每年
	資料之記錄與保管作業	產品單位	每年
電腦化資訊系統處理及資訊安全	系統開發及程式修改	資訊部	每年
	程式及資料存取作業	資訊部	每年
	資料輸出入及處理控制作業	資訊部	每年
	檔案及設備之安全控制作業	資訊部	每年

內部稽核與內部控制程序			
循環名稱	作業項目	受查單位	查核頻率
	硬體及系統軟體之購置、使用及維護控制作業	資訊部	每年
	系統復原計畫制度及測試程序之控制作業	資訊部	每年
	資通安全檢查控制作業	資訊部	每年
	公開資訊申報作業	資訊部	每年
管理制度循環	預算作業	各單位	每年
	現金、票據收支作業	財會部	每年
	零用金作業	財會部	每年
	印鑑及票據領用管理作業	管理部 / 財會部	每年
	背書保證作業	財會部	每季
	資金貸與他人之管理	財會部	每季
	財務報表編製流程之管理作業	財會部	每年
	負債承諾及或有事項管理	財會部	每年
	職務授權及代理人制度之執行	人資組	每年
	關係人交易管理	財會部	每年
	董事會議事運作之管理	議事單位	每年
	防範內線交易之管理	財會部	每年
	薪資報酬委員會運作管理	議事單位	每年
	適用國際會計準則之管理	財會部	每年
	會計專業判斷程序、會計政策與估計變動之流程	財會部	每年
	對子公司監督與管理	財會部	每年
	審計委員會運作管理	議事單位	每年
	內部資料申報管理作業	財會部	每年
	個人資料保護之管理	法務部	每年
	法令遵循	各單位	每年

3. 資訊安全



3. 資訊安全

3.1 資訊安全政策

一、資料安全風險管理

易飛網重視資訊安全與使用者資料保護，已依據內部管理制度建立資訊安全風險管理機制，針對資料存取、系統安全及網路環境進行風險辨識與控管。

本公司透過系統權限控管、資料存取管理及資訊安全相關防護措施，降低資料外洩及資安事件發生之風險，並持續關注資訊安全相關規範與技術發展，強化整體防護能力。

二、政府機關資料調閱與揭露情形

本公司於營運過程中，配合主管機關依法辦理相關資料提供作業。2025 年度截至報告期間，尚未發生重大政府機關要求提供使用者資訊之情形。

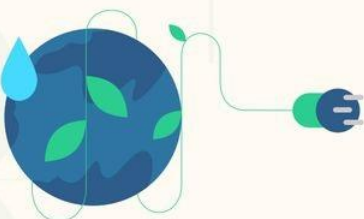
如有相關要求，將依據法令規定審慎評估後辦理，以確保使用者資料之合法性與保護。

三、政府內容管制與服務影響

本公司主要提供旅遊相關服務，並未涉及需接受政府監督、封鎖或內容審查之核心產品或服務，亦未因相關要求而對營運產生重大影響。

四、政府要求內容移除情形

2025 年度截至報告期間，本公司未發生政府機關要求刪除內容之情形。



3.2 資安教育訓練

在資訊安全風險日益提升的環境下，易飛網深刻體認資安意識與防護能力為支撐企業永續發展之關鍵要素。為持續強化整體資訊安全防護，本公司將資安教育訓練列為年度重要推動項目，並依不同職務層級與工作內容規劃相應課程，系統性提升員工對資安風險之辨識能力與應變能力。

為建立全面性的資安文化，易飛網於 2025 年度推動下列資安教育訓練與宣導計畫：

日期	培訓對象	課程主題	覆蓋率
2025/01/07	全體員工	資安資訊:瀏覽器延伸套件資安風險	100%
2025/02/13	全體員工	案例分享:某醫院遭駭客入侵事件	100%
2025/07/28	全體員工	資安資訊:社交工程與釣魚手法提醒	100%
2025/08/25	全體員工	案例分享:某網路公司遭駭客入侵事件	100%
2025/09/11	全體員工	資安資訊:通訊軟體資安風險宣導	100%
2025/11/25	全體員工	資安資訊:詐騙及假冒郵件風險提醒	100%

未來，易飛網將持續依資訊安全趨勢變化與法規要求，滾動修訂資安教育訓練內容，並加強高階主管及專業技術人員之資安領導力培訓。本公司將以推動資安文化為核心目標，強化全員防禦意識，提升組織資安韌性，確保企業運作安全與顧客資料保障，共同建構可信賴之數位服務環境。

3.3 資安侵害事件

負面衝擊之識別與補救原則

易飛網重視企業營運對利害關係人之影響，針對營運過程中可能產生之實際或潛在負面衝擊，建立相關管理機制進行識別與評估。當發現可能對員工、客戶或其他利害關係人造成不利影響之情形時，本公司將依內部規範啟動處理程序，並採取適當之補救或改善措施，以降低影響程度並避免類似情形再次發生。

申訴與溝通機制

本公司設有多元溝通與申訴管道，包含員工申訴機制、客戶服務管道、吹哨者（舉報）機制及其他意見反映管道，使利害關係人得以反映意見或提出疑慮。

針對涉及不法行為、違反誠信經營或其他不當行為之情事，本公司設有吹哨者通報管道，並由專責或指定單位受理相關案件，依程序進行調查與處理，確保案件之客觀性與公正性。

同時，本公司重視通報人之權益保護，對於通報內容採取適當保密措施，並避免通報人因提出檢舉而遭受不當對待或報復。

各類申訴與通報案件均由權責單位受理並進行調查與處理，必要時採取改善措施，以確保問題獲得妥善回應。

一、利害關係人參與與機制設計

易飛網透過利害關係人溝通及回饋機制，持續蒐集各方意見，並作為優化申訴與補救機制之參考依據。透過定期檢視相關程序之運作情形，本公司持續強化機制之有效性與回應能力，以提升整體管理品質。

二、資料安全事件管理

易飛網重視資訊安全管理，已建立相關防護機制以降低資料外洩及資安事件發生之風險。2025 年度截至報告

期間，本公司辨認之資料侵害事件共 2 件，均屬個人資料侵害事件，受影響使用者合計未達 100 人。

三、資料處理能力與外包管理

本公司依營運需求進行資料處理作業，相關資訊系統由內部管理或委由專業廠商協助維運，以確保資料處理之效率與安全性。

針對委外服務，本公司依內部管理規範進行廠商評估與控管，並要求其符合資訊安全相關要求，以降低外包可能衍生之資安風險。

補救機制

- 本公司之網路架構透過防火牆、IPS、WAF 來防護主機、資料庫等內網安全。使用 Mailcloud 垃圾郵件過濾系統，以保戶電子郵件之安全。並定期檢視伺服器上郵件收發情形，若有異常狀況時，監控系統會寄發通知，資訊人員會立即處理並呈報權責主管。設定防毒系統每天一次對系統及伺服器進行掃毒工作。
- 本公司已將資通安全檢查控制作業，列為年度稽核項目-電腦化資訊系統處理及資通安全，稽核單位每年度至少進行一次稽核。
- 本公司依據相關法令規定及公司業務需求，訂定電腦資訊管理辦法、資訊系統災害復原管理辦法、資訊安全管理辦法、資訊報廢管理辦法、防火牆及 IPS 防護政策、電腦病毒防禦政策、電子郵件服務使用規則、個人資料檔案安全維護計劃、個人資料暨隱私權保護政策及緊急事件應變管理辦法，以資全體員工遵循。



3.4 資料儲存量與處理能力

資料管理概況

隨著數位服務與平台營運發展，資料已成為支撐易飛網日常營運與服務品質的重要基礎。本公司依業務需求建立資料管理機制，透過系統化方式進行資料蒐集、處理與儲存，以支援旅遊產品查詢、訂單管理、客戶服務及營運分析等核心作業。

資料處理能力

本公司透過資訊系統進行資料處理與運算，以提升服務回應速度、訂單處理效率及整體營運穩定性。依實際營運需求，本公司亦可能委由外部專業廠商提供系統維運或技術支援服務，並透過相關管理機制進行控管，以確保資料處理過程之安全性與穩定性。

指標類型	衡量指標	2025 年
資料處理	資料處理能力及外包百分比	資料處理能力： 1024 vCPU／10 機櫃／4 運算 單位；外包百分比：0%
	資料儲存量及外包百分比	資料儲存量：0.04955 PB； 外包百分比：0%

資料儲存與保護機制

在資料儲存與管理方面，本公司依資料性質及重要性進行分類管理，並透過權限控管、系統防護及資料保護措施，確保資料之機密性、完整性與可用性。

本公司資料儲存架構採內部管理與外部服務並行之方式，並對外部服務提供者進行適當監督與管理，以降低潛在資訊安全風險，確保資料儲存安全。

使用者活動衡量指標

本公司依營運特性，選定適合之使用者活動指標，以衡量平台服務使用情形與營運規模。相關指標包含交易訂單數、使用者人數及平台服務使用情形等，作為評估數位平台營運狀況之參考。

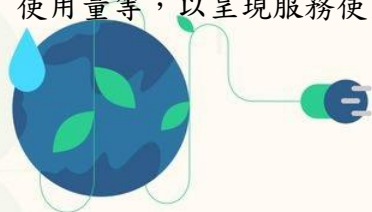
資料儲存與管理機制

本公司依業務需求進行資料儲存與管理，並透過權限控管、系統安全機制及資料保護措施，確保資料之機密性、完整性及可用性。

在資料儲存架構上，本公司採取內部管理與外部服務並行之方式，並針對外部服務提供者進行適當管理與監督，以確保資料儲存安全。

3.5 使用者活動

為反映本公司數位平台之營運規模及使用情形，易飛網依據業務特性，選定適當之使用者活動指標進行衡量。相關指標以交易行為及平台使用情形為核心，包含交易訂單數、活躍使用者人數及平台服務使用量等，以呈現服務使用狀況與營運發展情形。



指標類型	衡量指標	單位	說明	2025 年
使用者活動	年度交易訂單數	筆	旅遊產品之訂購次數	54,000
使用者活動	活躍使用者人數	人	一定期間內實際使用本公司平台服務之使用者數量	3,970,000
使用者活動	平台服務使用量	次	包含查詢、瀏覽或其他互動行為之使用次數	56,310,000

3.6 廣告與使用者隱私

本公司重視使用者隱私權與個人資料保護，並在數位服務與行銷活動中，致力於確保資料使用之合法性、透明性及安全性，以維護使用者信任並降低潛在風險。

使用者隱私保護與資料管理

本公司已訂定隱私權政策、個人資料保護管理政策及個人資料檔案安全維護計畫，作為個人資料蒐集、處理及利用之依循準則。

在資料蒐集與使用方面，本公司依業務需求蒐集使用者相關資訊，包括訂單交易資料、聯絡資訊及網站使用行為等，並於蒐集時揭露資料使用目的及範圍。

相關資料主要用於訂單處理、客戶服務及系統優化等用途。

在資料保存與管理方面，本公司依據資料性質及法規要求訂定保存期間，並透過權限控管及系統安全機制，確保資料之機密性、完整性與可用性。另透過定期資料盤點及風險評估作業，持續強化資料保護管理機制。

於資料共享方面，本公司僅於符合法令規範或業務必要情形下，將資料提供予合作夥伴或第三方服務提供者，並要求其遵循相關保密義務及資安規範。

廣告與資料使用原則

本公司於行銷活動中，重視使用者隱私保護，未以個別使用者個人資料進行精準廣告投放，相關行銷作業主要以整體市場分析及一般客群特性為基礎進行。

針對使用者資料之運用，本公司避免進行過度蒐集或不當使用，並依相關法令規範辦理，以降低對使用者隱私之影響。

另針對未成人之資料保護，本公司依相關法令規範辦理，未特別針對兒童進行資料蒐集或行銷活動。

資訊安全事件與資料外洩管理

為確保使用者資料安全，本公司將資訊安全納入隱私保護管理機制之一，透過制度化管理與技術防護措施，降低資料外洩及不當存取風險。

本公司採行多層次資訊安全控管措施，包括權限分級管理、系統存取控制及資料保護機制，並透過定期風險評估與教育訓練，提升整體資安防護能力。

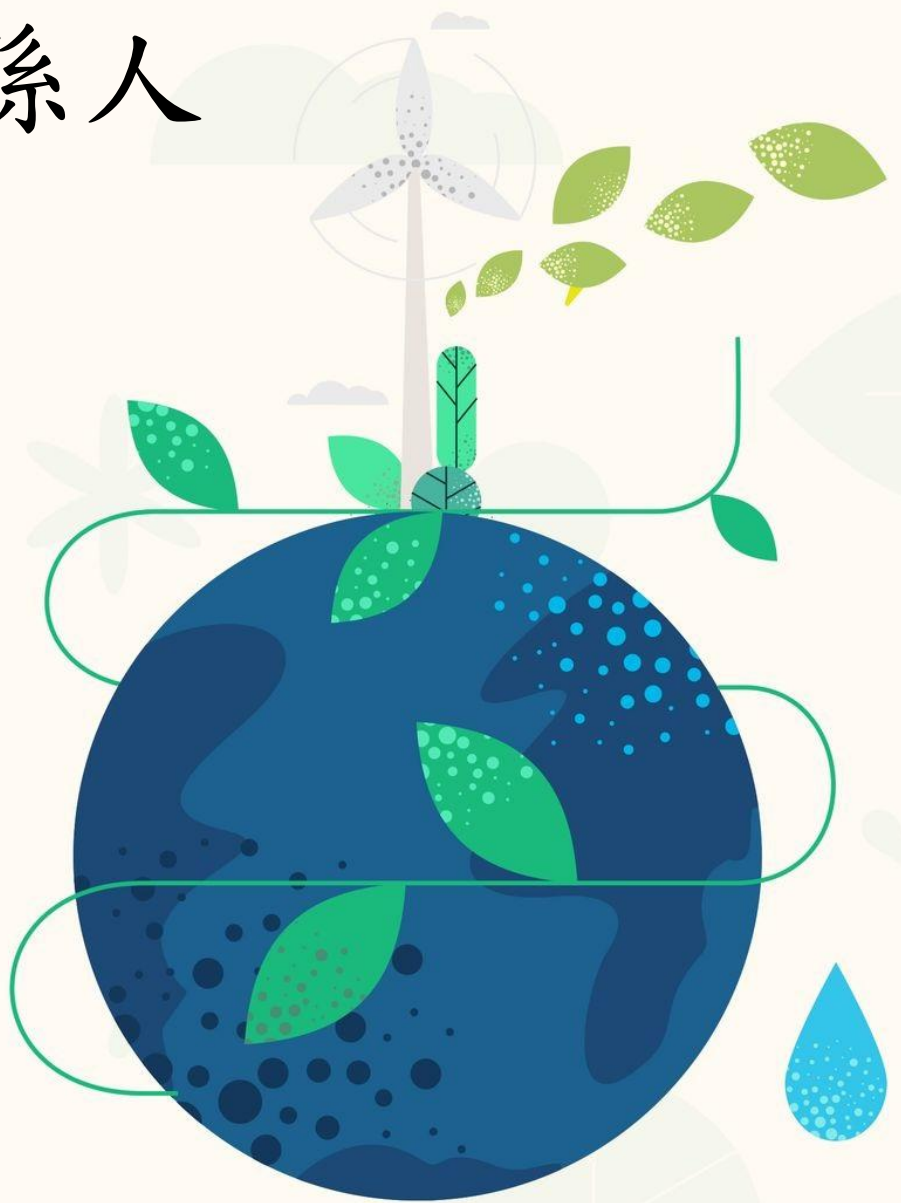
資料外洩與隱私事件管理

本公司已建立資訊安全事件通報與應變機制，以確保在發生疑似資料外洩或資安事件時，能即時進行調查與處理，並採取必要改善措施。



指標類型	衡量指標	2025 年
資料隱私、廣告標準 及言論自由	資訊被用於次要目的之使用者人數	0
	與使用者隱私相關之法律程序所造成之貨幣性損失總額	1,500,000
	執法要求使用者資訊次數、人數、揭露百分比	執法要求次數：31 次；涉及使用者人數：32 人；導致揭露百分比：100%
	核心產品或服務受政府監督、封鎖、過濾或審查之國家清單	2025 年度無核心產品或服務受政府要求監督、封鎖、內容過濾或審查之情形。
	政府要求刪除內容次數及遵循百分比	政府要求刪除內容次數：0 次；遵循百分比：0%

4.利害關係人



4.利害關係人

4.1 利害關係人鑑別

本公司重視利害關係人之意見與期待，並將其關注之環境、社會、經濟及公司治理議題，納入管理方針檢視與永續報告書編製之重要依據。為使議題蒐整與資訊揭露更具系統性，本公司依循全球永續性報告協會發布之永續報導準則（GRI Standards），並參考 AA1000SES 利害關係人議合標準及同業實務經驗，進行主要利害關係人之鑑別，作為本報告書溝通對象及重大議題分析之基礎。

本公司鑑別之主要利害關係人共七類，包括：股東/投資人、員工、消費者、供應商、政府/主管機關、金融機構、社區。

此外，本公司參考 GRI 準則及國內同業之永續議題相關資訊，彙整歸納出 17 項與公司營運相關之永續議題，並據以設計利害關係人重大性問卷，作為後續重大主題排序及回應管理之重要依據。

為確保關鍵重大事件能即時掌握並有效監督，本公司由永續相關權責單位依職責分工，定期彙整永續議題之重大事項及執行情形，並向永續發展委員會進行報告；必要時，由永續發展委員會依其職權提報董事會審議，以利最高治理單位掌握相關風險與機會，並進行決策與督導。

於 2025 年報導期間內，本公司與最高治理單位溝通之關鍵重大事件共計 4 件，其內容主要涵蓋：永續發展、資訊安全、董事及高階主管績效評估及內部控制，並依董事會會議討論重點進行揭露。

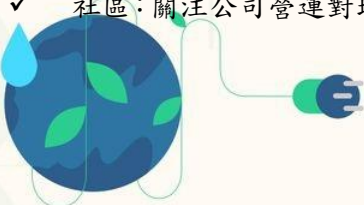
4.2 利害關係人溝通

易飛網高度重視與各類利害關係人之互動與連結，並致力於建立透明、互信且共創價值的夥伴關係。本公司深知，無論是股東/投資人、員工、消費者、供應商、政府/主管機關、金融機構、社區，皆為推動企業持續成長與創新之重要關鍵。

我們相信，透過開放且持續的溝通與互動，能更深入掌握各方需求與期待，並據以制定兼顧多方利益之經營策略。在快速變遷的經營環境中，利害關係人之參與與支持，對易飛網之永續發展具有關鍵影響。未來，本公司將持續優化與各利害關係人之溝通機制與合作模式，攜手各界共同邁向更具韌性與永續的發展方向。

經鑑別，與易飛網直接相關的主要利害關係人包含：

- ✓ 員工：重視工作環境、職涯發展與福利保障，為公司營運與服務品質之核心力量。
- ✓ 消費者：關心服務品質、資訊安全與個人資料保護，期待獲得安心、便利的旅遊體驗。
- ✓ 政府/主管機關：關注企業法規遵循、資訊安全及消費者保護，確保市場秩序與社會公共利益。
- ✓ 金融機構：著重公司財務穩健、信用良好及資金流動性管理，為企業資源配置的重要夥伴。
- ✓ 股東/投資人：關注公司經營績效、獲利能力、公司治理及永續發展策略，期待企業穩健成長並創造長期價值。
- ✓ 供應商：重視合作關係之穩定性、採購條件公平性及付款作業效率，為公司維持服務品質與營運順暢之重要合作夥伴。
- ✓ 社區：關注公司營運對地方環境、交通、安全及社會參與之影響，期待企業善盡社會責任並促進在地共好。



2025 年度的各利害關係人溝通情形及公司回應已於 2026 年 8 月 11 日於董事會報告。

利害關係人	關注議題	溝通管道與頻率	2025 年溝通實績
股東/投資人	➢ 公司治理 ➢ 營運績效 ➢ 財務表現 ➢ 股利政策	- 舉辦股東常會：每年 1 次 - 召開法人說明會：每年至少 1 次 - 發行公司年報：每年 1 次 - 發行公司財報：每季 1 次 - 公開資訊觀測站：依規定發佈（不定期） - 以電話、電子郵件回覆股東詢問：隨時 - 聯絡窗口： 客服專線 (02) 7725-0800 #1668 何小姐 - E-MAIL：invest@ezfly.com	- 舉辦股東常會：1 次 - 發行公司年報：已上傳於公開資訊觀測站 - 發行公司財報：已上傳於公開資訊觀測站 - 發佈重大訊息：共 28 則 - 召開董事會：共 7 次
員工	➢ 經營績效 ➢ 人才培訓	- 本公司設有薪酬委員會等組織 - 員工健康檢查：每 2 年至少 1 次 - 公司內部電子公告欄發佈訊息：不定期 - 舉辦勞資會議：每 3 個月至少 1 次 - 員工申訴管道： 員工關係溝通專線 +886-2-77250800 #1619	- 每年年初人事單位將上年度個人考績記錄表彙整發至各單位進行初評、複評核定等考核 - 召開薪酬委員會：共 2 次 - 進行員工旅遊 - 公司內部電子公告欄：不定期 - 召開勞資會議：共 4 次
消費者	➢ 服務品質滿意度 ➢ 產品開發 ➢ 客訴處理程序	- 提供客戶填寫滿意度調查表：不定期 - 電話回覆客戶問題及申訴電話：隨時 - 於官網、年報中提供服務資訊：不定期 - 聯絡窗口： 國內外旅遊 (02) 7725-0800 台中分公司 (04)2296-7788 金門分公司 (082)372-121 服務建議傳真 (02)6601-4697 - E-MAIL：ezflyservice@ezfly.com	- 客戶滿意度調查表：不定期 - Google 評分:4.7 分 - 透過各種方式與客戶溝通，持續提供客戶優良品質的服務

利害關係人	關注議題	溝通管道與頻率	2025 年溝通實績
供應商	➢ 從業道德與法規遵循 ➢ 公司營運與誠信經營 ➢ 服務品質與安全	- 提供廠商溝通管道（電話/電子郵件）：隨時 - 業務人員拜會：不定期 - 聯絡窗口： 鄭小姐 +886-2-77250800 #1681 - E-MAIL：whistleblower@ezfly.com	2024 年度依據本公司內部控制制度及所訂之規章辦法，完成內部稽核及供應商評鑑，外部供應商的評鑑結果均為合格。
政府 / 主管機關	➢ 社會參與 ➢ 社會公益 ➢ 公司訊息發佈	- 依法遵循主管機關之要求並定期申報重大訊息揭露於公開資訊觀測站：不定期 - 參與主管機關舉報之討論會、座談會：不定期 - 配合主管機關監督與查核：不定期 - 透過會議、電話、電子郵件、公文及函件溝通事宜：隨時 - 聯絡窗口： (02) 7725-0800 #1616 林小姐 - E-MAIL：invest@ezfly.com	- 公文、重大訊息：依規定發佈 - 公開資訊觀測站：依規定發佈 - 本年度皆依法遵循主管機關之要求並定期申報
金融機構	➢ 企業財務穩健性 ➢ 信用品質 ➢ 資金流動風險控管	- 財報及年報揭露：每年 - 定期財務簡報與交流會議：不定期 - 電話與電子郵件聯繫：隨時 - 聯絡窗口： (02) 7725-0800 #1668 何小姐 - E-MAIL：invest@ezfly.com	- 提供財務資料予授信銀行與合作金融機構：不定期 - 回應金融機構查詢：不定期 - 參與授信銀行專案簡報會議：不定期 - 電話與電子郵件聯繫：不定期
社區 (社會、媒體)	➢ 社會參與 ➢ 社會公益 ➢ 公司訊息發佈	- 舉辦記者會或發佈新聞稿：不定期 - 召開法人說明會：每 3 年至少 1 次 - 公司網站訊息公佈：不定期 - 聯絡窗口： (02) 7725-0800 #1616 林小姐 - E-MAIL：invest@ezfly.com	- 電話、電子郵件溝通：隨時 - 公司網站訊息發佈：不定期



4.3 重大性議題

易飛網依循 GRI Standards 全球永續報導準則，並參考國內外永續發展趨勢及相關標準工具（如聯合國永續發展目標 SDGs、TCFD 氣候相關財務揭露、SASB 產業永續揭露準則，以及上櫃公司永續報告書編製辦法），結合公司內部跨部門討論及外部顧問之專業意見，從經濟、環境與社會三大面向進行整體性評估與系統化議題蒐集。

本公司最終彙整出 17 項核心永續議題，並據此設計兩項調查工具——「利害關係人關注度問卷」與「內部衝擊度問卷」，用以分析各項議題對企業營運及利害關係人可能產生之實質影響。問卷採紙本及線上方式同步發放，廣泛蒐集主要利害關係人（包括股東/投資人、員工、消費者、供應商、政府/主管機關、金融機構、社區）對各項議題之關注程度。

針對調查結果中關注程度較高之議題，本公司將其列為潛在重大議題，並由內外部專業團隊進行交叉檢視與完整性分析，以確認重大議題之辨識具備充分性與平衡性。完成初步篩選後，進一步由高階管理團隊就各議題之正負面衝擊程度及發生可能性進行評估。

最後，依據上述評估結果編製重大性分析矩陣，作為後續制定永續發展策略與推動相關行動方案之重要依據。2025 年度易飛網共回收有效外部利害關係人問卷 131 份，調查對象涵蓋各類主要利害關係人群組，為重大性分析提供具代表性之參考基礎。

4.3.1 決定重大性議題

重大議題之鑑別需同時考量企業內外部利害關係人之關注重點，並綜合評估組織營運活動可能產生之正負面影響。易飛網於 2025 年度彙整利害關係人問卷調查結果，針對各項永續議題進行量化評分，並以 0 分至 5 分作為評分尺度，其中 0 分代表關注程度最低，5 分代表關注程度最高，據以分析利害關係人之關注方向與偏好。

為提升分析結果之客觀性與一致性，本公司進一步導入 Z 值作為判定依據。透過 Z 值可衡量各議題之相對重要程度，當某議題之 Z 值高於整體平均時，代表其關注程度相對較高，應列為優先關注之重大議題；反之，Z 值較低之議題則歸類為相對次要議題。此方法有助於降低主觀判斷影響，強化重大性分析之量化基礎，並作為後續永續策略規劃之重要參考依據。



題目	Z 值
公司治理與風險管理	-1.55
營運與財務狀況	-0.46
誠信經營及法規遵循	0.48
供應鏈管理	-0.15
資訊安全與客戶隱私	2.09
公司服務品質	1.67
永續經營產品創新與開發	0.27
氣候變遷因素	-0.25
能源與溫室氣體管理	-1.03
水資源管理	-1.08
廢棄物管理	-0.87
空污管理	-1.03
人才吸引與留任	-0.15
員工權益與多元平等	0.53
員工培訓與訓練	0.63
職業健康與安全	1.05
社會投資與參與	-0.15

最終，易飛網將 Z 值大於 0 的議題訂定為本年度重大議題，共鑑別出 7 項核心議題，包括：誠信經營及法規遵循、資訊安全與客戶隱私、公司服務品質、永續經營產品創新與開發、員工權益與多元平等、員工培訓與訓練、職業健康與安全。

4.3.2 重大性議題衝擊影響評估

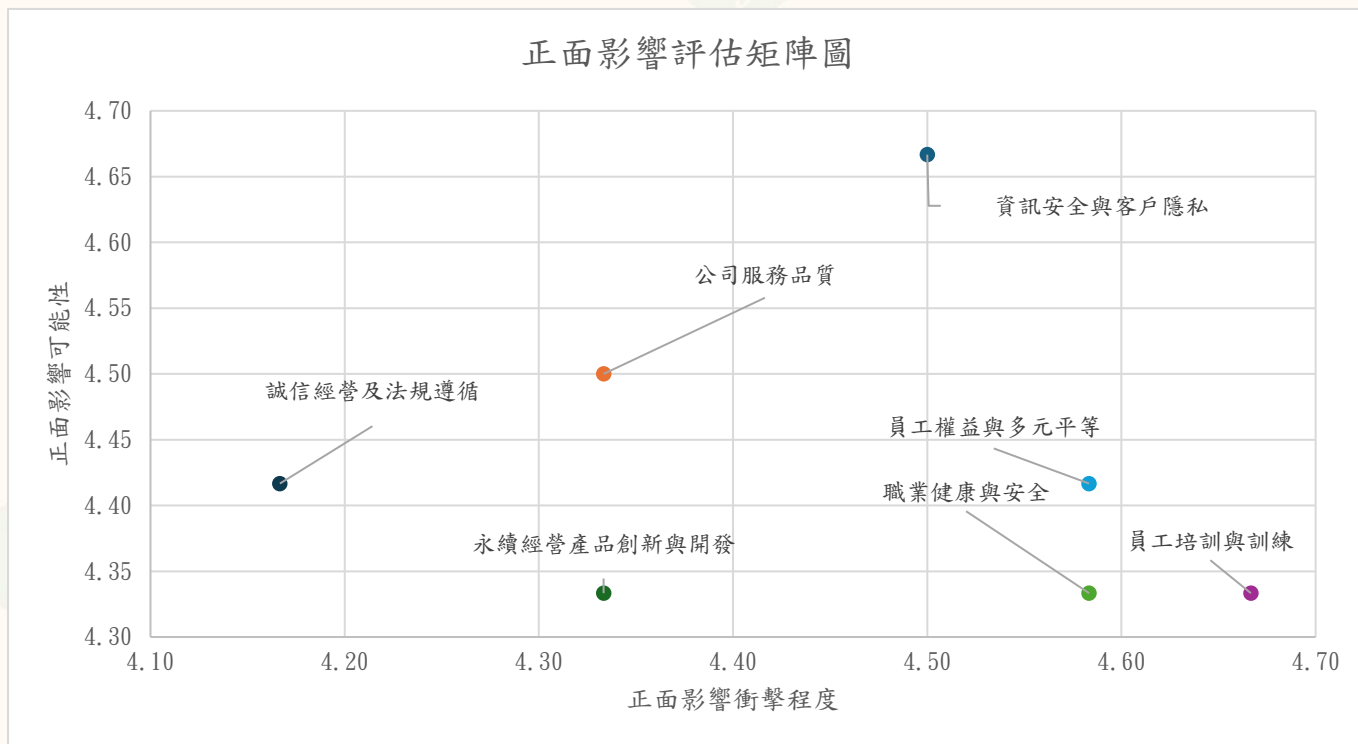
重大性議題的揭露與回應是企業邁向永續發展的關鍵環節，亦體現易飛網對利害關係人關切的重視程度與具體回應能力。本公司透過系統性且全面性的議題鑑別流程，聚焦對企業營運及利害關係人具有高度影響力之關鍵永續議題，並以公開透明的方式揭露各項相關資訊。

針對所鑑別出的重大議題，易飛網持續推動具體行動計畫與管理機制，並透過跨部門協作與多元溝通管道，確保議題回應之有效性與落實程度，進一步推進永續價值的實踐與深化。2025 年，本公司採用 GRI 準則作為永續報告編製架構，從兩大面向評估重大議題之優先性：一為利害關係人對各永續議題之重視程度；二為各議題對本公司營運所可能產生之正負面衝擊與風險。透過深入分析與交叉比對，易飛網確立多項關鍵議題，並據以設定長期永續發展目標與管理方向。同時，本公司透過內部關鍵績效指標（KPIs）之持續追蹤、參與外部永續評比與揭露（如 ESG 問卷、TCFD 回應等），並結合全球永續趨勢動態，定期檢視各項作為之適切性與成效，以優化永續治理機制。

本公司亦秉持透明與開放之原則，積極與各利害關係人保持良好溝通，定期回報永續策略與執行進度。透過上



述行動，我們確保重大議題之管理與應對能與企業未來永續願景相契合，並持續創造企業價值與社會正面影響的雙重效益。2025 年度易飛網針對內部高階主管發出「議題衝擊度評估問卷」，共計回收 12 份有效問卷，涵蓋核心業務、營運管理、法遵、資安、客戶體驗等重要職能單位之意見與判斷。

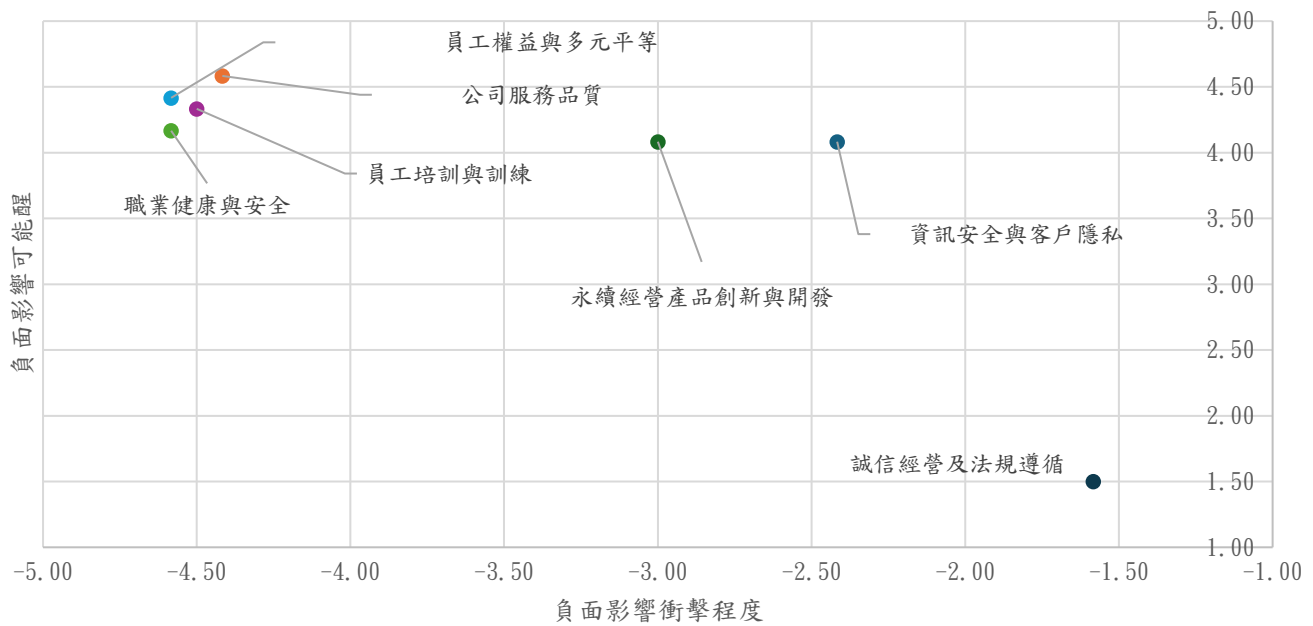


本公司針對 7 項核心重大主題加以分析，以內部高階主管為受訪者的衝擊度問卷結果作為依據，編撰出正面影響評估矩陣圖，評估企業內部對於重大性議題的發生可能性及衝擊度程度。

由於數據較為集中，因此將 X 軸（正面影響的衝擊度）的範圍調整為 4.30 至 4.40；Y 軸（正面影響的可能性）的範圍調整為 4.30 至 4.50。

由此矩陣圖可以得知，內部高階主管認為資訊安全與客戶隱私、公司服務品質、員工培訓與訓練、員工權益與多元平等等六項為企業帶來正面影響的可能性與衝擊度較高；而永續經營產品創新與開發、公司治理與風險、營運與財務狀況等等重大主題對企業帶來正面影響的可能性與衝擊度較低。

負面影響評估矩陣圖



根據同一份衝擊度問卷結果中的負面影響項目結果作為依據，編撰出負面影響評估矩陣圖。內部高階主管認為永續經營產品創新與開發、公司治理與風險、營運與財務狀況三項對於企業造成的負面可能性與衝擊度較小；而資訊安全與客戶隱私公司服務品質、員工培訓與訓練、員工權益與多元平等、等三項則是內部高階主管一致認為對企業造成的負面影響可能性與衝擊度極高的重大性議題。

4.3.3 重大性議題管理

面向	重大議題	說明	價值鏈			對應章節
			上游	易飛網	下游	
法規	誠信經營與法規遵循	正面：展現公司落實合規與倫理經營的決心，有助於降低法遵風險與聲譽風險。 負面：若揭露歷史違規紀錄或訴訟爭議，可能被外部放大解讀、影響形象。	◎	◎	◎	2.1 誠信經營政策
治理	資訊安全與客戶隱私	正面：展現資安治理能力與對顧客保護重視，強化使用者與社會信任。 負面：若揭露過往資安事件或個資風險，可能引發外部對平台安全性的疑慮。	◎	◎	◎	3. 資訊安全
治理	公司服務品質	正面：顯示公司關注顧客體驗與服務流程品質，塑造良好顧客口碑。 負面：若揭露客訴比例偏高或處理機制不足，易被放大解讀、影響品牌評價。		◎		2.1.2 產品服務品質

面向	重大議題	說明	價值鏈			對應章節
			上游	易飛網	下游	
產品	永續經營 產品創新 與開發	正面：傳達企業前瞻與創新能力，有助建立差異化形象與吸引 ESG 投資。 負面：若創新產品發展進度不如預期，揭露可能導致市場質疑執行力或技術成熟度。	◎	◎		6.2 永續產品及服務
治理	員工權益 與多元平等	正面：強化公平、包容形象，有助提升雇主品牌與社會信任。 負面：若揭露內部性別落差或相關爭議數據，可能成為負面話題焦點。		◎		7.友善職場
治理	員工培訓 與訓練	正面：展現企業對員工成長與能力建構的投資，有助提升團隊競爭力。 負面：若揭露培訓資源分配不足或執行率低，可能顯示人才發展策略不足。		◎		7.友善職場
治理	職業健康 與安全	正面：重視員工安全與健康，有助降低職災風險並維持營運穩定。 負面：若職安管理不足，可能造成職災、裁罰及企業形象受損。		◎		7.6 職業安全衛生

4.3.4 重大性議題回顧

2025 重大議題	2024 重大議題	說明
-	公司治理與風險	2025 未列為重大議題，相關內容仍納入治理管理。
-	營運與財務狀況	2025 未列為重大議題，改以整體營運績效揭露。
誠信經營與法規遵循	誠信經營與法規遵循	持續列為重大議題。
-	供應鏈管理	2025 未列為重大議題，仍於供應商管理中揭露。
資訊安全與客戶隱私	資訊安全與客戶隱私	持續列為重大議題。
公司服務品質	公司服務品質	持續列為重大議題。
永續經營產品創新與開發	永續經營產品創新與開發	持續列為重大議題。
-	人才吸引與留任	2025 未列為重大議題，相關作為併入人力資源管理。
員工權益與多元平等	員工權益與多元平等	持續列為重大議題。
員工培訓與訓練	員工培訓與訓練	持續列為重大議題。
職業健康與安全	-	2025 新增為重大議題，反映對職安管理之重視。

4.3.5 重大議題績效指標

2025 重大議題	2024 重大議題	主要管理方向	績效指標
-	公司治理與風險	建立穩健的治理架構與內控體系	• 董事會召開 7 次；出席率 97%
-	營運與財務狀況	穩定營運表現與提升財務透明度	• 年度營收 1,636,140 仟元
誠信經營與法規遵循	誠信經營與法規遵循	推動誠信文化與合規制度	• 年度無誠信經營案件 • 年度無檢舉案件
-	供應鏈管理	強化旅遊產品供應商之品質與合規性	• 年度導遊領隊皆簽有誠信條款
資訊安全與客戶隱私	資訊安全與客戶隱私	維護顧客資料安全與交易信任	• 年度重大資安事件 2 件 • 數資訊安全教育宣導 6 次
公司服務品質	公司服務品質	提升顧客體驗與滿意度	• 顧客滿意度 4.7 分(滿分 5 分)
永續經營產品創新與開發	永續經營產品創新與開發	推動數位轉型與開發永續旅遊方案	• 平台服務量達 56,310,000 次訪問

2025 重大議題	2024 重大議題	主要管理方向	績效指標
-	人才吸引與留任	建立穩定且具競爭力的旅遊服務團隊	• 新進員工 112 人
員工權益與多元平等	員工權益與多元平等	打造多元、包容的職場文化	• 女性員工佔比 77.3% • 高階管理職女性比例 45%
員工培訓與訓練	員工培訓與訓練	強化旅遊專業與顧客服務能力	• 新人訓練時數 34 小時 • 年度總訓練時數 154 小時
職業健康與安全	-	持續推行職安教育	• 職安事件發生率 0.99%



5. 供應商夥伴



5. 供應商夥伴

5.1 易飛網價值鏈

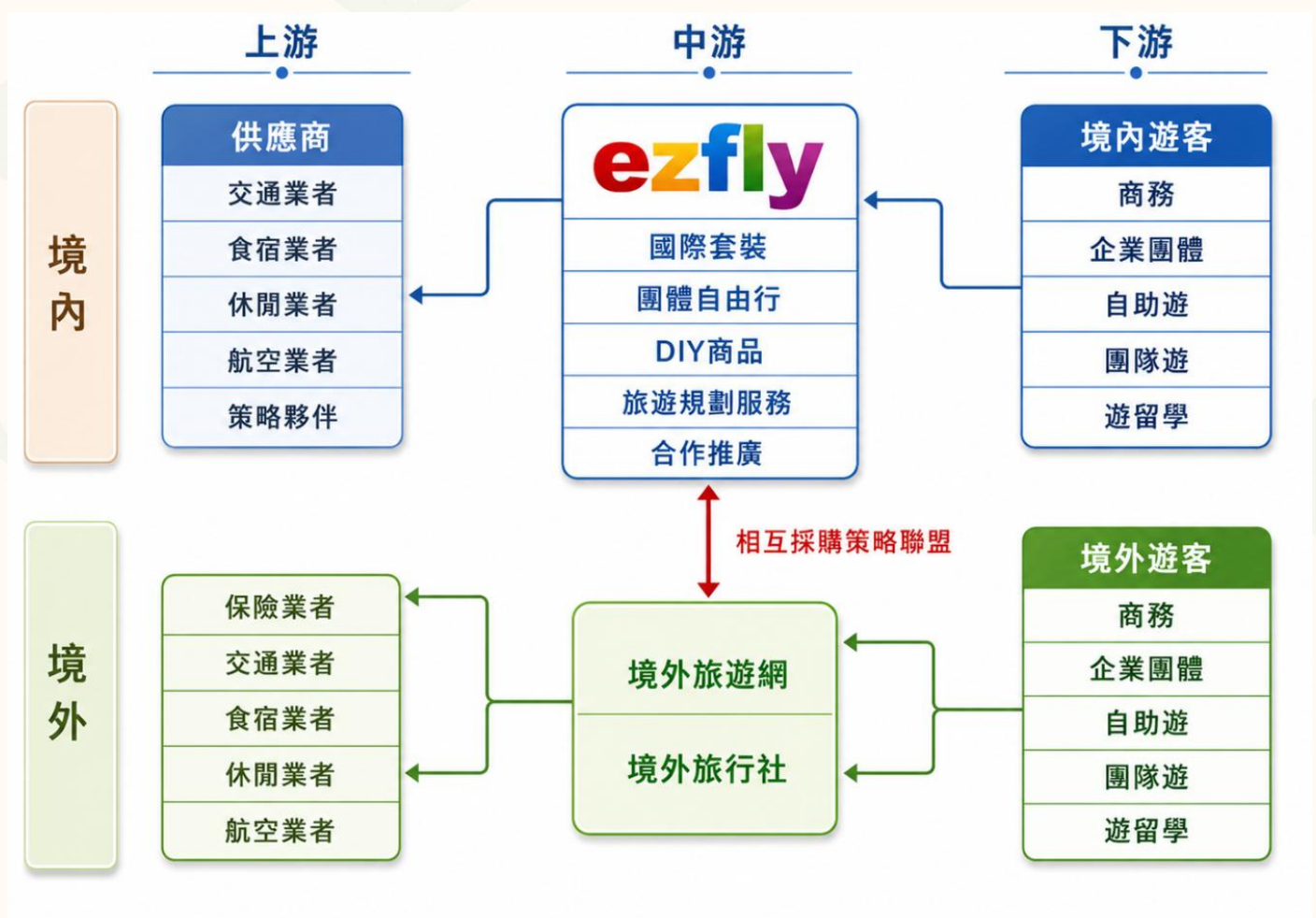
易飛網屬於觀光旅遊服務產業，於供應鏈中扮演連結消費者與旅遊業者之平台角色。本公司以數位科技為核心，建構完整之線上旅遊服務價值鏈，涵蓋供應商合作、產品整合、平台營運、銷售服務及售後支援等主要環節。

於上游端，本公司與航空公司、飯店業者、交通運輸業者及各地旅遊服務供應商建立長期穩定之合作關係，透過多元資源整合，確保旅遊產品供給之豐富性與品質穩定性，並持續強化供應鏈管理與合作夥伴關係。

於中游端，本公司以自主開發之數位平台為核心，整合各類旅遊產品與即時資訊，透過系統化管理、動態報價及數據應用，提升營運效率並優化消費者體驗，同時推動數位轉型以強化平台競爭力。

於下游端，本公司透過官方網站及企業服務系統，提供即時且客製化之旅遊產品預訂服務，並結合會員經營、行銷推廣及客服支援機制，持續提升顧客滿意度與品牌黏著度。

本公司之價值鏈運作仰賴供應鏈協作、產品整合能力及資訊科技應用，如下圖所示：



本公司持續深化供應鏈管理，強化與上游夥伴的協作，並推動數位化營運流程以降低資源耗用，提升整體營運韌性與永續價值。未來，本公司將持續優化價值鏈各環節的永續表現，推動綠色產品與低碳旅遊方案，攜手供應商與利害關係人共創旅遊產業之永續發展。



此外，本公司主要服務市場涵蓋一般消費者（B2C）及企業客戶（B2B），透過線上平台提供機票、訂房、團體旅遊及客製化行程等多元旅遊產品，滿足不同客群之旅遊需求。

除旅遊產品供應商外，本公司亦與金流服務提供商、資訊系統服務商及其他策略合作夥伴維持穩定合作關係，共同支援平台營運、交易安全與服務品質，確保整體服務流程之順暢與可靠性。

價值鏈重大發展與優化

2025 年度，本公司持續強化價值鏈各環節之整合與優化，重點如下：

上游（供應鏈強化）

本公司持續深化與航空公司及各類旅遊服務供應商之合作關係，積極拓展航點資源並豐富產品組合。報導期間內，本公司持續強化與主要航空公司之策略合作，包括取得包機航線與包銷機位資源，並拓展日本、韓國及東南亞等熱門旅遊航點，同時透過與國內外旅遊單位及相關機構合作，開發多元化旅遊產品，提升供應鏈穩定性與產品競爭力。此外，本公司亦透過與政府單位及觀光推廣機構合作，推動區域旅遊發展，擴大旅遊服務版圖。

中游（平台與產品優化）

本公司持續優化產品結構與供應鏈整合能力，透過資源整合與產品分級策略，依不同客群需求規劃多元旅遊產品組合，包含長程線與區域型產品之差異化配置。並藉由整合航司資源及供應鏈資訊，提升產品彈性與即時調整能力，同時透過數位平台優化作業流程與資訊串接機制，強化營運效率與產品競爭優勢。

下游（通路與市場拓展）

本公司持續拓展多元銷售通路，包含建置聯盟行銷平台，串聯領隊、導遊、內容創作者及旅遊相關合作夥伴，共同開發市場並擴展客群來源。同時強化企業客戶服務，透過企業專區與跨產業合作，串接保險、電信及數位娛樂等產業夥伴，擴大服務範疇與市場觸及。透過數位行銷與會員經營機制，本公司持續提升顧客黏著度與品牌影響力。

永續價值鏈發展

本公司持續將永續發展理念融入價值鏈管理，透過強化供應鏈合作、推動數位化營運及提升資源使用效率，以降低營運對環境之影響並提升整體韌性。

未來，易飛網將持續優化價值鏈各環節之永續表現，推動綠色旅遊產品及低碳服務模式，並攜手供應商與利害關係人，共同促進旅遊產業之永續發展。



5.2 合作夥伴

合作關係概況

易飛網作為線上旅遊服務平台，長期扮演整合旅遊資源與串聯市場需求之角色，透過與航空公司、交通運輸業者、旅遊服務供應商、政府與觀光推廣單位、企業客戶及數位服務夥伴合作，建構多元且具彈性之旅遊服務生態系。本公司透過穩定的合作關係，持續拓展產品內容、優化服務流程並提升顧客體驗，以滿足不同旅客及企業客戶之需求。

航空與交通服務合作夥伴

在航空與交通資源方面，易飛網持續深化與航空公司及交通運輸業者之合作，作為產品供給及服務拓展之重要基礎。依據公司資料，易飛網近年取得華信航空「華信假期」總經銷、馬祖南北海運「南北之星」台灣—馬祖船票銷售總代理，並於 2025 年成為越捷航空台灣總代理（GSA）。此外，公司主要進貨項目以機票為主，主要進貨對象包含艾雅塔運通有限公司（IATA）及台灣虎航股份有限公司等航空票務與航線合作夥伴。

透過上述合作，易飛網得以持續擴展航點與交通票券資源，提供消費者多元化之機票、交通與套裝旅遊產品，並強化旅遊產品供應之穩定性與即時性。

旅遊產品與目的地合作夥伴

在旅遊產品開發方面，易飛網透過與旅遊供應商、在地旅遊業者及觀光推廣單位合作，整合機票、住宿、船票、門票、體驗行程及多日遊等服務內容。公司法說會資料顯示，易飛網服務範圍包含「機票＋住宿」、五星級與商務飯店、在地民宿、船票、門票、體驗行程及多日遊等項目，並以台北、台中、高雄、花蓮、台東、澎湖、金門及馬祖等地作為主力推廣區域。

此外，易飛網亦曾與政府及觀光推廣單位合作推動在地旅遊及主題商品，例如交通部觀光局「在地特色旅遊一島嶼進行式」、台灣好行@馬祖、韓國觀光相關推廣合作等，展現公司於區域觀光推廣及目的地資源整合之能力。

企業客戶與通路合作夥伴

易飛網除服務一般消費者外，亦積極拓展企業及同業市場。公司資料顯示，易飛網自線上旅行社（OTA）起步，已在 B2C 市場累積 165 萬會員，B2B 市場則擁有超過 2,000 家同業客戶之信賴。另依據 2025 年法說會資料，公司分公司設置於北中南及離島，包含桃園、北桃園、台中、高雄、金門及馬祖，全年服務人次超過 20 萬，企業服務則超過 100 家。

透過 B2C 會員經營、B2B 同業合作及企業服務專區，易飛網持續擴大通路觸及範圍，並以數位平台、企業客戶服務及異業合作模式，提升市場覆蓋率與服務便利性。

數位、金流與資安合作夥伴

易飛網以數位平台為核心提供旅遊服務，因此資訊系統、金流安全及資料保護亦為合作夥伴管理的重要面向。公司資料指出，易飛網訂有資訊安全相關管理制度，包含電腦資訊管理辦法、資訊系統災害復原管理辦法、資訊安全管理辦法、個人資料檔案安全維護計畫、個人資料暨隱私權保護政策及緊急事件應變管理辦法等，以供全體員工遵循。同時，公司重視個人資料及隱私權保護，隱私權政策適用範圍涵蓋本公司、分公司、客戶及供應商，並每年針對所保有個人資料之重要單位進行盤點及風險評鑑。

因此，易飛網在與資訊系統、金流服務及其他數位服務夥伴合作時，亦須重視資料安全、系統穩定及個資保護，以維持平台服務之可靠性與顧客信任。

供應商與永續合作管理

易飛網訂有供應商管理相關制度，供應商篩選原則涵蓋服務態度、品質穩定性、履約彈性與配合度，並適用於旅遊品質保證系統內之所有協力廠商，以強化整體服務流程之效率與可靠性。截至 2024 年報告期間，公司已對所有新合作供應商進行初步風險評估，並持續推動供應商永續管理相關文件簽署作業，包括《永續承諾聲明書》及《反賄賂條款》等管理措施。

未來，易飛網將持續深化與合作夥伴之溝通與協作，並逐步將服務品質、資訊安全、誠信經營及永續發展要求納入合作管理，以強化供應鏈韌性，攜手合作夥伴共同打造高品質、可信賴且具永續價值之旅遊服務體驗。

價值鏈與合作夥伴類型

易飛網價值鏈主要可分為上游供應端、中游平台營運端及下游客戶端。上游供應商包含航空公司、飯店業者、交通運輸業者、保險業者、在地旅遊與休閒服務供應商等；中游則由易飛網負責產品整合、平台營運、訂單處理、資訊系統維護、客服支援與行銷推廣；下游服務對象包括一般消費者、企業客戶、同業客戶及其他旅遊服務需求者。法說會資料亦顯示，易飛網自線上旅行社（OTA）起步，B2C 市場累積 165 萬會員，B2B 市場則擁有超過 2,000 家同業客戶之信賴，並朝跨境生活服務平台與 AI 智能系統發展。

價值鏈階段	主要對象	活動內容
上游供應商	航空公司、飯店業者、交通運輸業者、旅遊服務供應商、保險業者	提供機票、住宿、交通票券、旅遊產品、保險及旅遊周邊服務
中游易飛網	易飛網平台、資訊系統、客服、行銷、產品部門	產品整合、平台營運、即時資訊更新、訂單處理、客服支援與行銷推廣
下游客戶	一般消費者、企業客戶、同業客戶、團體旅遊客戶	旅遊產品預訂、企業差旅、員工旅遊、自由行及團體旅遊服務

與前一報導年度相比，2025 年本公司價值鏈主要變化包含：持續深化與航空公司及旅遊供應商之合作，強化航點與旅遊產品資源；持續優化平台系統與產品組合，提升數位營運效率；並透過聯盟行銷、企業合作及策略合作夥伴關係，擴大市場觸及與服務範圍。

供應商環境與社會面向管理

為強化供應鏈永續管理，易飛網逐步將環境保護、職業安全衛生、勞動人權、資通訊安全及隱私權保護等議題納入供應商管理政策與合作規範中。本公司除重視供應商之服務品質、履約能力與配合度外，亦要求合作夥伴遵循相關法令及公司永續管理要求，以降低供應鏈潛在風險，並提升整體服務品質與企業永續價值。

在環境面向，本公司要求供應商於提供服務過程中遵守環保相關法規，並鼓勵供應商落實資源節約、節能減碳、廢棄物妥善處理及降低營運對環境之影響。針對旅遊服務相關供應商，本公司亦將逐步關注其產品與服務是否具備環境友善特性，例如低碳旅遊、在地旅遊、生態保育或減少一次性資源使用等，以強化旅遊服務供應鏈之環境責任。

在社會面向，本公司要求供應商重視職業安全衛生、勞動人權及工作環境安全，並避免使用童工、強迫勞動、歧視或其他侵害勞動權益之行為。對於涉及資訊系統、金流服務或個人資料處理之合作夥伴，本公司亦要求其遵循資通訊安全及隱私權保護相關規範，確保交易安全、資料保密及使用者個資保護。

2025 年度，本公司持續推動供應商管理政策之落實，透過供應商基本資料審查、合作契約條款、供應商評估與溝通機制，逐步掌握供應商於環境與社會面向之管理情形。後續本公司將視供應商類型及風險程度，逐步強化供應商盡職調查、自評、教育訓練與績效評估機制，以提升供應鏈永續管理之完整性。

管理面向	對供應商之要求
環境保護	遵守環保法規，鼓勵節能減碳、資源節約、廢棄物妥善處理及降低營運環境衝擊
職業安全衛生	遵守職安衛相關法規，維護員工及服務現場安全
勞動人權	禁止童工、強迫勞動、歧視及其他侵害勞動權益之情形
資通訊安全	對涉及系統、平台、金流或資料處理之供應商，要求其採取適當資安管理措施
隱私權保護	要求涉及個資處理之供應商遵守個人資料保護及保密要求
誠信經營	遵守反賄賂、反貪腐及公平交易相關要求

5.3 供應商管理

易飛網屬於觀光旅遊服務產業，於價值鏈中扮演整合旅遊資源、串聯供應商與消費者需求之平台角色。本公司主要透過數位平台提供機票、住宿、團體旅遊、自由行、交通票券及客製化旅遊服務，並與航空公司、飯店業者、交通運輸業者、在地旅遊服務供應商、金流服務提供商、資訊系統服務商及策略合作夥伴維持穩定合作關係，以支援整體平台營運與服務品質。易飛網既有資料已揭露其產品服務涵蓋國內外機票、飯店住宿、自由行與團體旅遊套裝行程、高鐵假期及各式交通票券等內容，並以數位化平台整合旅遊產業供應鏈。

本公司供應商管理以服務品質、履約穩定、資訊安全、誠信經營及永續發展為核心，透過供應商篩選、合約管理、績效評估及必要之改善追蹤機制，強化供應鏈韌性與服務可靠度。依易飛網年報資料，本公司訂有「供應商管理辦法」，供應商篩選原則涵蓋服務態度、品質穩定性、履約彈性與配合度，並適用於旅遊品質保證系統內之協力廠商。

供應商管理機制

為確保旅遊服務體系各項資源供應穩定、服務品質一致，並持續滿足顧客需求，易飛網建置完善之供應商篩選與管理制度，並依各部門實際業務需求，發展系統化之供應鏈合作機制。供應商評選原則涵蓋服務品質、履約能力、配合彈性及服務態度，適用於納入旅遊品質管理體系之所有合作夥伴，以強化整體服務流程之效率與可靠性。

本公司供應商管理流程涵蓋以下核心環節：

- 新供應商審查：由需求單位提出潛在供應商名單，經管理單位進行基本資料審核、合作經歷查核及初步訪談，以評估其履約能力、經營穩定性與服務品質。
- 合約與規範管理：所有合作皆須簽訂正式契約，明確規範雙方權利義務、服務品質標準、履約條件，並納入資訊安全、勞動權益及永續發展相關要求，以降低營運風險。
- 供應商績效評估：針對重要及關鍵供應商，定期辦理履約績效評估，評估項目包含服務品質、交付準確性、客訴處理效率及永續配合情形，作為後續合作與優化依據。
- 異常管理與退出機制：對於未符合服務品質或違反合作規範之供應商，將依內部程序進行通報與改善追蹤；如未達改善要求，則終止合作，以維護整體服務品質與公司聲譽。

永續供應鏈推動情形

本公司持續將永續發展理念導入供應鏈管理，逐步強化供應商在誠信經營與 ESG 面向之配合程度：

- 永續承諾導入：已完成第一階及關鍵供應商之《永續承諾聲明書》規劃，並預計於 2025 年完成審核程序後，於第四季正式推動簽署與執行。



- 反賄賂管理機制：《反賄賂條款》已於 2025 年 4 月 2 日正式納入供應商合作規範，作為合作基本要求之一。
- 供應商 ESG 管理：目前尚未全面導入供應商 ESG 問卷機制，未來將評估導入可行性，以強化供應鏈風險辨識與永續管理深度。

管理成效與未來展望

透過制度化之供應商管理與逐步導入之永續要求，本公司持續提升供應鏈透明度與風險控管能力，並確保合作夥伴符合企業永續經營方向。未來，易飛網將持續優化供應商管理機制，深化 ESG 評估工具之應用，攜手供應鏈夥伴共同提升服務品質與永續價值，打造更具競爭力且值得信賴之旅遊服務體驗。



6.永續環境



6. 永續環境

6.1 永續政策與目標

面對全球氣候變遷、消費型態快速變革與數位科技創新的浪潮，易飛網深知企業在追求經濟效益的同時，更肩負著對環境保護與社會共榮的長期責任。我們將永續發展視為企業長期經營的核心方針，秉持「永續經營、責任成長」的理念，致力於將 ESG（環境、社會與公司治理）思維深植於企業體質與日常營運之中。

本公司已建立推動永續發展之治理架構，由董事會擔任永續發展之最高監督單位，負責核定永續策略藍圖與推動方向，並定期審視永續發展進程，以確保整體營運與永續目標一致。為落實永續治理，本公司已於 111 年經董事會通過修訂相關守則並更名為「永續發展實務守則」，作為推動永續發展之制度依循。

財會部

本公司現階段由財會部擔任推動永續發展之兼職統籌單位，負責規劃永續發展政策、管理方針及具體推動計畫，並向董事會報告進度及成效；另依業務發展與永續趨勢需求，召集跨部門單位協同推動永續發展相關工作，並由各相關部門依職掌辦理環境、社會及公司治理相關事項。

董事會

董事會持續督導永續發展管理方針、策略方向及年度重點工作，並將氣候變遷風險與機會納入整體風險管理與決策評估架構。財會部負責氣候相關資訊蒐集、風險與機會辨識評估及後續追蹤管理，並將評估結果與重要事項提報董事會審閱，作為營運決策及永續管理精進之參考。

永續執行目標與展望

本公司依重大性原則進行與營運相關之環境、社會及公司治理議題風險評估，參考 AA1000 利害關係人議合標準（AA1000 SES, 2015），進行利害關係人之識別與分析，作為重大議題鑑別及永續發展策略擬定之基礎。本公司鑑別出 7 項核心重大議題，包括：誠信經營與法規遵循、資訊安全與客戶隱私、公司服務品質、永續經營產品創新與開發、員工權益與多元平等、員工培訓與訓練及職業健康與安全。針對所鑑別之重大議題，本公司持續推動具體行動計畫與管理機制，並透過跨部門協作與多元溝通管道，確保議題回應之有效性與落實程度。

環境面向

- 能源管理：將設備逐步汰換為具備節能或環保標章之產品，減少能源耗用及相關排放風險，同時持續推動辦公場域節電管理，評估採購綠電或再生能源憑證之可行性，以降低電力使用相關之溫室氣體排放。
- 環境管理：環境維護及廢棄物處理皆依據《廢棄物清理法》及場域管理規範執行，於辦公室落實垃圾分類與資源回收作業，並特別推動廢紙回收再利用，以降低營運活動對環境之負荷。
- 供應鏈管理：本公司亦持續朝向優先評估具環保標章、低碳管理能力或永續意識之合作對象之方向推動，以強化供應鏈之永續韌性。

社會面向

易飛網致力強化職安教育訓練以落實零職災目標，並透過人權盡職調查與多元溝通機制，提升員工福祉與組織凝聚力；同時優化健康促進與福利體系，並持續透過社會公益參與及與在地社群互動，發揮企業正向影響。

治理面向

- 誠信經營及法規遵循：落實誠信治理與法令遵循，強化內控制度、教育宣導及稽核機制。
- 資訊安全與客戶隱私：維護顧客資料安全與隱私保護，強化資訊安全管理機制。

展望未來，本公司每年將深入分析各界關注的重大議題與產業脈動，據此制定年度計畫與具體行動。統籌各部門攜手執行，並透過定期審查機制，確保公司的永續轉型與日常經營目標同步達成。

2025 年度執行成效摘要

本公司持續推動永續資訊蒐整、跨部門協調、氣候風險盤點及永續治理相關作業，以下為年度執行成效：

1. 本年度利害關係人溝通情況已於 2026 年 05 月 12 日提交董事會報告。
2. 本年度全體董事成員亦參與多項 ESG 進修課程，持續提升治理階層對永續議題之專業知能與監督能力。
3. 本年度本公司已實際辦理新人教育訓練、稽核主管專業進修及客服系統訓練等課程，其中新人教育訓練共開課 11 次，受訓 107 人次；專業級產品訓練則有 6 次 94 人次，另 2025 年度本公司共辦理 2 次績效及職涯發展評核第一次評核涵蓋 54% 的員工、第二次則涵蓋 93%。
4. 本公司已透過審慎篩選機制管理合作夥伴，並設有供應商服務專線及舞弊與違反從業道德檢舉信箱，作為供應商溝通與異常反映機制之一。

生物多樣性政策

本公司認為生物多樣性保育有助於促進氣候變遷之減緩與調適，且對全球農業發展、糧食安全、公共衛生與經濟永續發展具積極意義，本公司爰參考聯合國《生物多樣性公約》之精神，訂定本承諾，本公司承諾如下：

1. 確保營運活動符合國際、國家與地方生物多樣性法律。
2. 避免營運活動破壞瀕危和受保護的物種及其棲地。
3. 不在受法律保護的重要生物多樣性區域進行開發和建設。
4. 積極投入保育受法律保護的生物多樣性區域。
5. 不轉換高保育價值地區。
6. 營運活動所涉之服務或產品不使用來自國際自然保護聯盟紅色名單或瀕危野生動植物國際貿易公約所列之受威脅和瀕危物種。
7. 在知情狀態下，不向導致生物多樣性損失、非法林木砍伐的供應商採購商品。
8. 支持生物多樣性保育行動或倡議。
9. 探索投入自然碳匯（包含：森林、土壤、海洋）之機會。
10. 推動以適當的工具進行生物多樣性風險評估與管理，例如：緩解層次結構（包含避免、減少、緩解或抵消），達成淨正面效益或無淨損失。
11. 尊重原住民族的自由事先知情同意權。
12. 鼓勵供應商參與此承諾，共同保護生物多樣性。

為響應本政策本公司採取以下積極作為：

1. 本公司所採用之影印紙 100% 採用經森林驗證認可計畫 (PEFC) 認證之紙材，確保紙製品來源可追溯且與毀林活動無關。
2. 本公司 2025 年投入 5 萬元參與 TIGER RUN 公益競標，支持自然保育與環境資訊基金會推動環境保育、環境教育及生態保護。



6.2 永續產品及服務

6.2.1 永續產品開發

本公司積極將永續理念融入產品開發與服務創新中，主要透過綠色低碳服務、數位科技應用及社會共融專案三大方向進行永續產品之開發，透過以下產品開發策略，持續強化品牌在永續旅遊市場的競爭力，並致力於打造更具韌性與價值的旅遊生態系統。

以下為本公司目前主要的永續產品與開發計畫：

1. 綠色低碳旅遊產品

本公司致力於降低旅遊活動的環境足跡，並引導消費者進行環境友善的消費行為：

- 低碳行程開發：積極規劃並推廣低碳旅遊路線，包含選擇綠色飯店、提供節能交通工具選項及設計永續套裝行程。
- 低碳旅遊專區：於數位平台開發「低碳旅遊商品專區」，並於產品頁面標示永續旅遊認證資訊，提升消費者的永續意識。
- 旅遊減碳倡議：推動「旅遊減碳行動」，旨在帶給旅客良好體驗的同時，減少對當地環境、生態及社區的負面影響。

2. 數位轉型與 AI 創新服務

透過數位化技術替代傳統資源耗用，並提升營運效率：

- AI 智慧行程規劃：整合生成式 AI 技術，推出具備自動化行程生成與產品檢索的功能，提供個人化旅遊推薦並提升服務精準度。
- 無紙化服務流程：持續優化數位平台與 APP 操作，推廣電子票券與自動化訂購機制，減少實體紙本及資源的耗用。
- 智慧客服系統：導入智能客服機器人（Chatbot）與 FAQ 系統，提供 24 小時不間斷的自助諮詢服務，縮短應變時間並提升效率。

3. 社會共融與無障礙旅遊

結合旅遊本業推動「旅遊平權」，讓社會弱勢族群也能享有高品質的旅遊體驗：

- 「0 元飛行，華信有心」專案：攜手華信航空推出針對身心障礙族群及其家庭的無障礙旅遊機加酒套票服務，整合機票、無障礙飯店、地勤協助、輔具託運及無障礙接駁服務，協助旅客跨越身體與環境限制。



6.3 氣候變遷管理

易飛網將氣候變遷視為企業永續經營的重要議題之一，並納入整體風險管理與經營決策評估架構中。面對全球氣候變遷趨勢、政策法規演進及市場需求轉變，本公司持續關注氣候相關風險與機會對營運活動、服務模式及長期發展之可能影響，並透過風險辨識、評估、管理、監督與溝通等程序，逐步強化氣候治理機制與應變能力。本公司參考 TCFD（氣候相關財務揭露）架構，從治理、策略、風險管理及指標與目標等面向，系統性檢視氣候變遷對企業之潛在衝擊，並結合氣候研究資料、政策發展、利害關係人關注事項及產業趨勢，持續精進氣候議題管理方式。針對辨識出的氣候相關事項，本公司區分為轉型風險與實體風險兩大類型，作為後續評估、追蹤與因應之基礎。

6.3.1 氣候變遷治理

6.3.1.1 氣候相關風險與機會之治理

易飛網重視氣候變遷對企業經營可能產生之影響，本公司已將氣候相關風險與機會納入公司治理及風險管理架構中，由「董事會」負責監督氣候議題之整體推動方向，並就氣候變遷可能對公司營運、財務表現及長期發展所造成之影響進行督導與審議。

管理階層則由「財務部」擔任氣候相關風險與機會管理之統籌單位，負責蒐集與彙整氣候相關資訊、辦理風險與機會之辨識與評估、追蹤後續管理作為，並定期將執行情形及評估結果提報董事會，作為營運決策與永續管理精進之參考。

本公司持續依循 TCFD 架構，檢視氣候變遷對營運活動、財務表現及長期發展之潛在影響，並參酌氣候變遷研究資料、政策趨勢、利害關係人意見及永續發展議題，逐步建立氣候相關風險與機會之管理機制。對於評估結果與重要事項，將由財務部彙整後提報董事會審閱，作為後續營運決策與永續管理精進之參考。

氣候變遷風險與機會鑑別流程

以下為易飛網氣候變遷風險與機會的鑑別流程，涵蓋了識別、評估、分析到調適的各個階段，確保能夠系統性的因應氣候挑戰。

1. 風險與機會識別、評估：

公司透過內部訪談及 TCFD 揭露架構，分析潛在的風險與機會，進一步掌握氣候變遷對營運與財務的影響。

2. 氣候 TCFD 問卷發放與回收：

公司深入了解各種風險和機會對營運的具體影響，包括影響的時間點、來源，以及財務層面的潛在衝擊，並透過量化問卷發放，鑑別出氣候相關風險與機會。

3. 分析氣候相關衝擊：

根據 TCFD 指引及情境分析工具，我們將在報告書內進行相應的財務揭露，以清楚說明我們對氣候變遷相關風險與機會的理解及應對策略。

4. 因應調適：

目前我們已識別出潛在的風險和機會，接下來將針對這些風險和機會制定相應的應對措施，並計劃在後



續會議中跟進進展。最終，我們將向董事會報告風險管理情況，確保管理層對應對氣候變遷風險的策略有清晰的了解。

流程階段	執行方式	執行單位	評估頻率
風險與機會識別、評估	使用內部問卷及 TCFD 揭露架構，分析潛在的風險與機會，掌握氣候變遷對營運與財務的影響。	財會部	每年一次
TCFD 問卷發放與回收	透過量化問卷發放，鑑別出氣候相關風險與機會。		
分析氣候相關衝擊	依據 TCFD 指引及情境分析工具，進行相應的財務揭露。		
因應調適	對所辨識出的風險和機會制定應對措施，並追蹤執行情形，最終向董事會報告風險管理情況。		

6.3.1.2 氣候相關風險與機會之技能與專業能力發展

易飛網重視董事會及管理階層在氣候變遷、永續治理及新興風險議題上的專業知能，並持續透過外部課程進修及專業培訓，強化董事及高階治理單位對氣候風險、永續發展趨勢、公司治理及數位轉型等議題之理解。透過持續進修與能力培養，本公司期望提升治理單位對氣候相關風險與機會之辨識、分析及決策能力，作為推動氣候治理與永續經營之重要基礎。

2025 年度，本公司董事及獨立董事參與多項與公司治理、永續轉型、AI 應用、國際政經情勢及法律責任相關之進修課程，課程內容涵蓋「共創永續未來：AI 賦能與數位轉型」、「生成式 AI 的商業價值與數位風險」、「展望 2026：國際政經情勢重點指標與趨勢解析」、「治理講堂：員工福利信託發展趨勢與現況」及「法律視角下的企業治理：董事等不可不知的經營風險與責任」等主題。上述課程有助於董事會掌握永續治理、科技轉型、數位風險、國際局勢與企業經營責任等議題，並強化其對氣候變遷及外部環境變化可能造成營運衝擊之判斷能力。

其中，與氣候治理及永續經營較具關聯之課程包括「共創永續未來：AI 賦能與數位轉型」及「生成式 AI 的商業價值與數位風險」。前者協助董事理解永續趨勢下企業如何透過數位科技提升營運效率及資源運用效益，後者則強化董事對新興科技應用、資訊風險及數位治理之認識，有助於本公司在推動低碳旅遊產品、數位化服務流程及氣候韌性管理時，納入更完整之治理思維。

此外，國際政經情勢及區域風險相關課程，亦有助於董事掌握外部環境變化對旅遊產業之潛在影響，包括航線調度、旅遊需求、營運成本及供應鏈穩定性等面向。透過多元議題之專業進修，本公司持續提升董事會對氣候相關風險與機會之監督能力，並將相關知能逐步延伸至營運策略、風險管理及永續發展決策中。

未來，易飛網將持續鼓勵董事、管理階層及相關權責單位參與氣候變遷、溫室氣體管理、永續金融、資訊安全、數位轉型及利害關係人溝通等相關課程，強化組織整體永續治理能力，提升公司面對氣候變遷與外部環境變動之應變能力與治理成熟度。

能力發展面向	2025 年度相關課程	對氣候治理與永續經營之助益
永續與數位轉型	共創永續未來：AI 賦能與數位轉型	強化董事對永續趨勢、AI 應用及數位轉型之理解，作為推動低碳營運與服務創新之參考
數位風險與治理	生成式 AI 的商業價值與數位風險	提升董事對新興科技、資訊風險及數位治理之認識，強化氣候與營運風險管理能力
國際趨勢與外部風險	展望 2026：國際政經情勢重點指標與趨勢解析	協助董事掌握外部環境變化對旅遊產業、供應鏈及市場需求之潛在影響
公司治理與經營責任	法律視角下的企業治理：董事等不可不知的經營風險與責任	強化董事對治理責任、風險監督及決策責任之認識
員工福利與永續治理	治理講堂：員工福利信託發展趨勢與現況	協助董事理解人才留任、員工照護與永續治理之關聯

6.3.1.3 氣候相關風險與機會政策之權衡

為提升公司因應氣候變遷風險與機會之管理能力，易飛網由財務部統籌辦理氣候相關風險與機會之辨識及評估作業。評估過程中，主要就各項風險與機會之發生可能性、影響範圍、組織脆弱程度及發展速度等面向進行分析，並據以檢視既有或初步規劃之因應策略是否妥適，作為後續調整行動方案之依據。

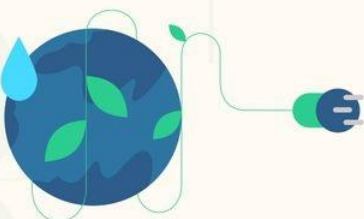
2025 年度，易飛網共召開 1 場永續相關會議，就氣候變遷議題、風險評估結果及因應方向進行討論與檢視，會議內容摘要如下：

日期	議案內容	決議結果
2025.08.11	114 年度「永續發展報告書」案。	✓ 同意利害關係人對象 ✓ 確定問卷發放對象與日期 ✓ 同意氣候問卷內容

易飛網於重大決策評估過程中，均將氣候變遷所衍生之風險與機會納入整體考量，期能在推動永續發展的同時，兼顧營運穩健與長期成長。現階段，公司由財務部負責氣候相關風險與機會之統籌管理，包含辨識、評估及初步因應措施之規劃，並依循本公司《風險管理政策》辦理相關管理作業。

在實際評估作業中，財務部參考氣候變遷研究資料、政策趨勢及利害關係人意見等資訊，針對各項氣候風險與機會之性質、發生可能性、影響程度、脆弱性及發展速度進行系統性分析，並進一步檢視所擬訂之初步因應對策，是否符合公司營運需求及永續發展目標。

相關評估結果及重大事項將定期提報董事會審閱，作為董事會監督公司策略方向、重大投資決策及風險管理之參考，並將氣候變遷因素納入整體決策考量，以持续提升公司面對氣候挑戰之韌性與應變能力。未來，易飛網將持續精進氣候風險管理流程，並結合公司治理機制與永續發展目標，逐步推動低碳轉型與永續成長。



6.3.2 氣候變遷策略

對易飛網而言，永續發展並非附加性的選項，而是自公司成立以來即融入核心經營理念的重要方向。面對氣候變遷這項全球性重大議題，本公司亦將其視為推動永續過程中不可忽視的關鍵面向。為積極回應氣候變遷所帶來的風險與機會，易飛網自風險辨識出發，進一步延伸至轉型機會的探索，並將相關觀察與評估結果納入營運策略及日常經營決策之中。透過持續性的管理與調整，易飛網不僅得以在氣候變遷挑戰下維持穩健發展，也使永續理念逐步內化為企業成長歷程的一部分，進一步提升品牌競爭力與營運韌性。

在辨識與本公司業務高度相關之氣候風險與機會時，易飛網係參考《國際財務報導準則第 S2 號行業基礎施行指引第 4 冊——電子商務》（以下簡稱「IFRS S2 指引第 4 冊」）及 TCFD 架構作為重要參考基礎，並經由初步盤點與評估後，將具適用性之項目納入後續風險與機會辨識之重點方向。

自 2024 年起，易飛網即運用情境分析方法進行氣候相關議題識別，並逐步強化風險管理機制。2025 年度本公司亦延續相同分析架構與方法，持續透過情境分析檢視氣候變遷對營運活動及財務表現可能產生之影響。藉由模擬不同氣候發展情境，本公司針對營運成本、收入創造、營運中斷、供應鏈風險及重大事件等面向進行系統性評估，以掌握可能造成財務重大影響之風險與潛在機會，並據此規劃更具前瞻性及韌性之因應策略，推動企業永續經營目標之落實。

透過公司內部之討論與分析，易飛網共識別並彙整出 16 項氣候相關風險因子，作為推動氣候風險管理之基礎。本公司並採用問卷調查方式，系統性評估各項風險對營運可能造成之潛在衝擊，並依不同時間尺度進行分期分析，包括短期（2025 年至 2027 年）、中期（2028 年至 2031 年）及長期（2032 年至 2050 年）之影響。於評估過程中，易飛網針對各階段可能面臨之轉型風險與實體風險進行整體性檢視，並同步規劃相應管理策略，以提升公司因應氣候變遷挑戰之能力。同時，本公司亦持續關注並探索氣候變遷下可能衍生之機會，期使企業在永續發展道路上穩健前行，並持續強化中長期之營運韌性與價值創造能力。

期間	定義	與策略性決策規劃時程之連結
短期	1 至 3 年 2025 年至 2027 年	本公司重大決策之規劃週期平均約為兩年，兩年為期重新檢視與調整。
中期	3 至 5 年 2028 年至 2031 年	本公司策略性決策預期在五年內會有明顯成效。
長期	5 年以上 2032 年至 2050 年	本公司積極配合政府「2050 年淨零排放路徑」及相關政策，規劃於 2050 年達成淨零排放。

氣候相關風險與機會於經營模式及價值鏈相關影響

本公司所辨識之氣候相關風險與機會，對整體營運皆具一定影響，惟其在價值鏈各環節所造成之影響程度與面向有所不同。面對氣候變遷所帶來之挑戰與機會，本公司將持續調整經營策略，以強化永續發展基礎與市場競爭優勢。如下：



風險/機會類別		風險/機會描述	風險集中於經營模式/價值鏈的何處		
			上游	易飛網	下游
實體風險	立即性	氣候模式發生極端變化： 極端氣候事件，如颱風、豪雨及熱浪等發生頻率上升，可能造成旅遊行程中斷、航班異動或取消，並抑制旅客出遊意願，進而對公司營運及收入表現產生影響。		◎	
	長期性	平均氣溫上升： 全球平均氣溫持續升高，可能改變旅遊淡旺季分布及旅遊目的地吸引力，進一步影響旅客出行安排、消費行為及旅遊需求結構。		◎	◎
	長期性	海平面上升： 海平面上升可能對沿海及島嶼型旅遊景點造成衝擊，降低相關目的地之觀光吸引力，並間接影響相關旅遊產品之銷售表現。		◎	◎
轉型風險	政策和法規	提高溫室氣體排放定價： 碳稅、碳費或其他排放定價制度之推動，可能提高航空、住宿及交通等供應商之營運成本，進而反映於旅遊商品價格，影響消費者購買意願。	◎	◎	
	政策和法規	強化排放量報導： 未來如政府或主管機關對企業揭露溫室氣體排放之要求趨嚴，尤其擴及供應鏈間接排放（範疇三）時，本公司須投入更多資源辦理碳盤查、資料蒐集與資訊揭露作業，增加管理與合規成本。	◎	◎	
	政策和法規	產品服務要求與監管： 隨環境法規及市場規範逐步提升，旅遊業可能面臨更嚴格之產品與服務要求，例如低碳旅遊、綠色採購或永續資訊揭露等，促使本公司投入資源調整產品內容與服務模式，以符合相關規範。	◎	◎	
	政策和法規	訴訟風險： 如公司未妥善揭露氣候相關風險，或未及時採取適當因應作為，可能增加來自股東、消費者或其他利害關係人之爭議或法律風險。	◎		



風險/機會類別		風險/機會描述	風險集中於經營模式/價值鏈的何處		
			上游	易飛網	下游
	技術	以低碳產品替代現有產品與服務： 隨低碳與永續旅遊意識提升，市場可能要求公司提供更多環境友善之產品與服務，促使本公司加速調整既有商品結構與服務內容，以回應轉型需求。		◎	◎
	技術	新技術投資失敗： 本公司如投入氣候相關新技術或管理工具，例如碳管理平台、資料系統或綠色認證機制，而未能達成預期效益，可能增加投資成本並影響資源配置效率。	◎		
	技術	低碳技術轉型成本： 導入減碳相關技術、數位化流程優化或能源管理措施，通常需投入初期建置、系統升級及維運成本，短期內可能對營運成本形成壓力。	◎		
	市場	客戶行為變化問題： 隨消費者對永續議題之關注提升，部分旅客可能降低高碳排活動之消費，轉而偏好短程、在地或低碳旅遊方案，進而影響既有產品需求。	◎	◎	◎
	市場	市場訊息不確定性： 氣候變遷相關政策、市場反應及消費者認知仍具高度變動性，資訊落差或判斷誤差可能影響公司在產品設計、行銷推廣及策略規劃上之決策品質。	◎	◎	
	市場	原物料上漲： 氣候變遷可能加劇能源、食品及其他旅遊相關成本波動，帶動供應鏈價格上升，並間接推高旅遊商品成本與售價，影響市場競爭力。	◎	◎	◎
	名譽	消費者偏好變化： 隨永續意識逐步提高，消費者可能更傾向選擇具環保概念、綠色認證或低碳訴求之旅遊服務；若公司未能適時回應市場偏好變化，可能影響顧客選擇及市場表現。	◎	◎	



風險/機會類別		風險/機會描述	風險集中於經營模式/價值鏈的何處		
			上游	易飛網	下游
	名譽	產業污名化： 若旅遊業被視為高碳排或高環境負荷產業，可能對整體產業形象及品牌信任造成負面影響，進一步削弱消費者忠誠度與市場認同。	◎		
	名譽	利害關係人關注與負面回饋增加： 隨投資人、消費者、主管機關及其他利害關係人對氣候行動要求提高，若公司在氣候治理與因應措施上表現不足，可能面臨外部質疑、負面評價或信任下降等聲譽風險。		◎	
機會	技術	開發低碳旅遊產品： 本公司可透過規劃低碳旅遊產品，如綠色飯店推薦、節能交通方案及永續旅遊套裝行程，回應市場對綠色旅遊之需求，並提升產品差異化及永續競爭力。	◎	◎	◎
	技術	提升氣候韌性： 透過建立氣候風險管理機制、定期辦理情境分析及強化資訊揭露，本公司可提升對氣候風險之辨識、應變及調適能力，增進整體營運韌性。		◎	

氣候相關風險與機會對經營模式及價值鏈之目前及預期影響描述

本公司持續檢視氣候相關風險與機會對經營模式及價值鏈之影響，並將相關議題納入中長期營運規劃與永續管理方向。面對全球氣候變遷趨勢、政策法規演進及市場需求轉變，本公司參考國家 2050 淨零排放政策方向，逐步推動低碳轉型與氣候風險管理機制，以強化企業長期營運韌性。

就經營模式而言，氣候變遷可能影響旅遊產品設計、供應商合作模式、服務內容及市場需求變化，本公司因而持續評估在產品組合、資源配置、供應鏈管理及營運流程上之調整方向。就價值鏈而言，上游供應商可能面臨碳管理要求提高、能源成本上升及極端氣候衝擊等情形，中游則需提升產品整合、資訊揭露及風險應變能力，下游市場亦可能因消費者永續意識提升，而對低碳旅遊、綠色產品及企業責任表現提出更高期待。

面對上述變化，本公司將持續透過氣候風險與機會辨識、情境分析及管理措施規劃，檢視其對營運活動、策略發展及財務表現之可能影響，並滾動調整相關因應作為。未來亦將持續強化氣候治理與資訊揭露品質，逐步將氣候相關考量融入日常管理與經營決策中，以提升整體營運韌性與永續競爭力。



風險/機會類別		風險/機會描述	對經營模式的影響		對價值鏈的影響	
			目前	預期	目前	預期
轉型風險	政策和法規	提高溫室氣體排放定價	現階段尚未產生實質影響。	未來終端旅遊售價可能因上游供應商碳成本增加而調整，本公司亦可能需檢討產品定價機制及相關行銷策略。	上游業者未來可能面臨碳費或碳管理成本增加，並逐步反映於產品或服務報價。	未來本公司可能需加強與供應鏈夥伴在碳管理及資訊蒐集上的合作，並優先評估具減碳規劃之合作對象。
	技術	以低碳產品替代現有產品與服務	現階段市場對低碳旅遊產品之需求仍在逐步發展中，對既有經營模式影響尚屬有限。	未來本公司可能需逐步調整產品組合，例如增加環保旅宿、低碳交通或相關永續元素之旅遊商品，以回應市場變化。	目前僅部分合作夥伴提供較具環保訴求之旅遊資源，本公司對既有商品結構之調整仍屬初步階段。	未來可逐步擴大與具環保標章或低碳管理能力之供應商合作，強化供應鏈之永續選項。
	市場	原物料上漲	能源、食材及旅遊相關營運成本波動，可能間接提高部分旅遊商品與服務之整體成本。	未來本公司可能需持續檢視產品成本結構與採購策略，並適度調整商品內容，以降低成本上升對營運之影響。	上游供應商可能因能源、採購或維運成本上升而調整報價，進而影響本公司採購成本。	未來本公司可能需持續開發具成本控制能力及永續管理意識之合作夥伴，以維持產品競爭力。
	名譽	消費者偏好變化	消費者對永續旅遊、環境友善產品及企業責任之關注逐步提高，可能影響部分旅遊商品之市場偏好。	未來本公司可能需持續調整產品設計與品牌溝通方向，強化永續相關服務與形象，以回應消費者需求變化。	目前部分供應商已開始提供較符合環保趨勢之產品或服務，以回應市場需求。	未來供應鏈可能需逐步增加生態旅遊、環保旅宿及低碳運輸等相關資源，以配合市場偏好變動。



風險/機會類別		風險/機會描述	對經營模式的影響		對價值鏈的影響	
			目前	預期	目前	預期
機會	技術	開發低碳旅遊產品	隨市場對環保與永續旅遊之關注增加，本公司可逐步將相關概念納入產品規劃，作為商品優化方向之一。	未來本公司可視市場需求發展低碳旅遊產品、環保住宿套裝或永續行程方案，提升產品差異化與品牌形象。	部分合作夥伴已提供較具環保訴求之旅遊資源，本公司可逐步評估並納入產品合作範圍。	未來可進一步擴大與低碳交通、綠色旅宿及其他永續供應商之合作，提升整體價值鏈之永續競爭力。
	技術	提升氣候韌性	本公司已開始進行氣候風險評估與初步管理規劃，並逐步將相關考量納入日常營運管理。	未來可透過強化氣候情境分析、風險盤點及應變機制，降低極端氣候對營運活動之干擾。	目前本公司已與部分合作夥伴就異常天候下之行程調整及應變作業進行協調。	未來可進一步強化供應鏈在異常氣候事件下之應變與備援能力，提升整體營運韌性。

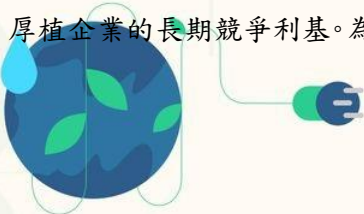
氣候相關風險與機會對策略與決策之影響

本公司持續檢視氣候相關風險與機會對經營模式及價值鏈之影響，並將相關議題納入中長期營運規劃與永續管理方向。面對全球氣候變遷趨勢、政策法規演進及市場需求轉變，本公司參考國家 2050 淨零排放政策方向，逐步推動低碳轉型與氣候風險管理機制，以強化企業長期營運韌性。

就經營模式而言，氣候變遷可能影響旅遊產品設計、供應商合作模式、服務內容及市場需求變化，本公司因而持續評估在產品組合、資源配置、供應鏈管理及營運流程上之調整方向。就價值鏈而言，上游供應商可能面臨碳管理要求提高、能源成本上升及極端氣候衝擊等情形，中游則需提升產品整合、資訊揭露及風險應變能力，下游市場亦可能因消費者永續意識提升，而對低碳旅遊、綠色產品及企業責任表現提出更高期待。

面對上述變化，本公司將持續透過氣候風險與機會辨識、情境分析及管理措施規劃，檢視其對營運活動、策略發展及財務表現之可能影響，並滾動調整相關因應作為。未來亦將持續強化氣候治理與資訊揭露品質，逐步將氣候相關考量融入日常管理與經營決策中，以提升整體營運韌性與永續競爭力。

在實際的企業營運管理層面上，我們採取多管齊下的應對方針。除了從內部做起，嚴格控管並有計畫地削減自身的溫室氣體排放量之外，我們更將資源投入於綠色旅遊的創新研發、上下游供應鏈的永續協作與優化，以及各類低碳數位技術的導入與應用。透過這些積極作為，本公司旨在全面建構足以抵禦氣候衝擊的營運防護網，厚植企業的長期競爭利基。為確保上述氣候策略能發揮最大綜效且與時俱進，本公司確立了滾動式的檢核機制；



我們將時刻敏銳捕捉消費市場的移轉、綠色科技的躍進與法規政策的更迭，以最靈活的姿態適時校準行動方針。此外，我們更致力於串聯內外部網絡，深化與全體利害關係人的溝通與共創，藉此大幅躍升組織在面對氣候變局時的預警、應變與調適量能。

展望未來，本公司將持續秉持當責、積極的核心精神，將永續發展的 DNA 深植於每一次的決策與服務之中。在穩步邁向淨零轉型的長遠旅途上，我們矢志不僅要恪守法規要求，更期許能發揮企業的正向影響力，在創造亮眼經濟產值的同時，亦為社會及自然環境注入源源不絕的共好價值，引領旅遊產業迎向更美好的未來。

易飛網因應風險之經營模式及資源分配變動說明如下：

本公司依據氣候相關風險與機會之辨識結果，彙整其對營運模式、資源配置、產品服務及策略規劃可能產生之影響，並區分目前影響及預期影響，作為後續氣候風險管理與低碳轉型規劃之參考。

風險／機會類別		風險／機會描述	經營模式及資源分配之變動	經營模式及資源分配之影響
			目前	預期
實體風險	市場	提高溫室氣體排放定價	目前本公司以旅行服務平台營運為主，直接排放量相對有限，惟已開始關注碳定價政策發展及其對上游旅遊供應商成本之可能影響，並於產品規劃及供應商合作中逐步納入成本變化考量。	未來將持續追蹤國內外碳定價政策及航空、交通與住宿業者成本變化，並評估其對商品售價、產品組合及供應商合作條件之影響，作為價格管理及產品策略調整之依據。
	政策和法規	以低碳產品替代現有產品與服務	目前本公司已將綠色旅遊、旅遊減碳與數位化服務納入產品與服務優化方向，並持續評估低碳旅遊產品、減紙化服務及數位旅遊流程之可行性。	未來將逐步增加低碳或環境友善旅遊產品比例，並與航空、住宿、交通及在地旅遊供應商合作，發展更符合永續消費趨勢之商品與服務，以提升市場競爭力。
	市場	原物料上漲	目前本公司透過供應商合作、包機包銷資源整合及產品組合調整，降低單一成本波動對營運之影響，並依市場情形調整產品價格與促銷策略。	未來將持續強化供應商議價與資源配置能力，並透過多元產品組合、動態報價及數據分析，提升成本變動下之營運彈性與獲利穩定性。
	名譽	消費者偏好變化	目前本公司持續透過會員經營、數位行銷及客服回饋機制掌握消費者需求，並逐步將永續旅遊、公益關懷及低碳概念融入產品設計與品牌溝通。	未來將持續深化市場需求分析，開發符合不同客群偏好之主題旅遊、低碳旅遊及公益關懷行程，並強化永續溝通，以提升品牌認同與顧客黏著度。
機會	政策和法規	開發低碳旅遊產品	目前本公司已開始關注綠色旅遊與旅遊減碳趨勢，並透過數位平台、電子票券及行程整合能力，降低紙本與作業資源耗用，提升服務效率。	未來將評估建立低碳旅遊產品標示、推廣環境友善旅遊路線，並與供應商共同開發具減碳、在地共好或生態保育特色之旅遊商品，擴大永續旅遊市場。

風險／機會類別		風險／機會描述	經營模式及資源分配之變動	經營模式及資源分配之影響
			目前	預期
	政策和法規	提升氣候韌性	目前本公司已透過客服支援、行程調整、供應商協調與旅遊資訊更新等機制，因應天候或突發事件對旅遊服務之影響，並持续提升即時回應能力。	未來將持續優化氣候事件應變流程，強化與航空、交通、住宿及在地供應商之協調機制，並結合數位工具提升資訊傳遞效率，以降低極端氣候對旅客及營運之影響。

氣候相關風險與機會對報導期間財務狀況、財務績效及現金流量之影響

本公司所辨認出之風險與機會對本公司整體均有影響，對於短中長期的影響不同與其在報導期間財務影響如下：

風險／機會類別		風險／機會描述	可能影響之時間區間			報導期間財務影響
			短期	中期	長期	
轉型風險	政策和法規	提高溫室氣體排放定價		◎	◎	以本公司 2025 年範疇 1 及範疇 2 排放總量 147.5427tCO ₂ e 估算，若未來碳定價水準為每噸新臺幣 1,200 元至 1,800 元，年度潛在碳成本約為新臺幣 17.71 萬元至 26.56 萬元。本期尚未實際負擔相關碳費，故尚無重大財務影響。
	技術	以低碳產品替代現有產品與服務		◎	◎	本公司已逐步評估低碳旅遊產品與永續服務方案之規劃方向，相關影響主要體現在產品開發、供應商溝通、行銷推廣及資訊揭露等投入。報導期間尚處於規劃與評估階段，尚無重大資本支出或可單獨辨識之營運費用增加，故本期尚無重大財務影響。



風險/機會類別		風險/機會描述	可能影響之時間區間			報導期間財務影響
			短期	中期	長期	
	市場	原物料上漲	◎	◎	◎	本公司主要受影響項目為航空票務、住宿及旅遊相關服務採購成本。若未來供應商因能源成本、碳管理要求或極端氣候因素調整報價，將可能推升旅遊商品採購成本，並對產品毛利率產生壓力。本期尚未有可單獨歸屬於氣候且具重大性之財務影響。
	名譽	消費者偏好變化		◎	◎	此風險可能影響區間為中期及長期。報導期間內，消費者對永續旅遊之偏好雖逐步提升，惟尚未對本公司財務狀況、財務績效或現金流量產生攸關影響。
機會	技術	開發低碳旅遊產品		◎	◎	此機會可能影響區間為中期及長期，本期尚無攸關之財務影響。
	技術	提升氣候韌性		◎	◎	本公司透過強化供應商協調、行程備援設計及客服應變機制，以提升面對極端氣候事件之營運韌性。報導期間相關措施主要屬內部管理與流程優化，尚未產生可單獨辨識之重大財務效益。

氣候韌性之氣候相關情境分析與評估

為精準衡量氣候變遷對企業長期發展的潛在衝擊，易飛網全面導入「氣候相關財務揭露」(TCFD)之核心指引，針對氣候實體風險與轉型風險展開嚴謹的情境模擬與深度剖析。藉由此一科學化的評估機制，我們得以清晰檢視各項氣候變數對本公司整體營運方針、資源配置及商業模式可能造成的深遠影響。在設定實體風險的推演情境時，本公司緊密接軌國際權威科學指標，全面採用聯合國政府間氣候變遷專門委員會 (IPCC) 最新發布之第六次評估報告 (AR6) 中的「共享社會經濟路徑」(SSP2-4.5 與 SSP5-8.5) 作為核心推演基準。相較於過往單純聚焦於溫室氣體排放濃度的「代表濃度路徑」(RCP) 模型，SSP 情境模型更進一步疊加了人口、經濟政策與社會發展等多維度的動態假設，使我們能夠以更為宏觀且周延的視角，精確描繪未來氣候變局的多元樣貌與發展軌跡。

在具體的數據應用與模擬實務上，本公司積極援引國家級的「臺灣氣候變遷推估資訊與調適知識平台」(TCCIP) 所釋出的公開氣候觀測資料。我們將這些具備高度參考價值的在地化科學數據，套用於 SSP2-4.5 的溫和情境與 SSP5-8.5 的極端排放情境中，藉此深度量化極端異常天候發生頻率的攀升，以及全球均溫上揚等自然變異，對我們核心營運據點與整體旅遊市場供需所帶來的實質威脅與連帶衝擊。另一方面，為妥善應對邁向低碳經濟

的轉型挑戰，易飛網亦高度關注國際能源總署（IEA）於 2023 年出具的《全球能源及氣候模式報告》。我們明確將該報告中揭示的「2050 年淨零排放情境（Net Zero Emissions, NZE）」納入組織高階決策的參考框架，將其視為制定未來綠色旅遊版圖、推動低碳創新服務與落實零碳營運轉型路徑的最重要準繩。

為了具體落實對自然環境的保護承諾，易飛網由上而下全面深化綠色營運理念，將推動環境友善視為企業核心策略之一。我們積極建立跨部門的永續協作機制，激勵全體同仁從日常業務環節中發掘改善契機，主動研擬並導入涵蓋溫室氣體減排、能源使用效率提升以及廢棄物源頭管理的各項精進方案。此外，本公司更將永續思維延伸至核心商業模式，藉由數位科技的輔助與服務流程的創新優化，精心打造出具備綠色競爭力的低碳旅遊產品與全方位解決方案。透過這些積極作為，我們期望能有效建立組織的氣候韌性，最大幅度地收斂全球氣候變遷對企業營運及財務所帶來的潛在風險與衝擊。與此同時，易飛網期盼能發揮產業影響力，致力向消費大眾與價值鏈夥伴倡導負責任的永續觀光文化，將企業社會責任的實踐層次推向新高。我們深信，這些深耕環境與社會的實質投入，將為易飛網構築出強韌的永續發展基石，確保企業在多變的氣候與市場局勢中，持續創造可長可久的卓越價值。



情境分析所使用之時間區間

短期	中期	長期
2025 年至 2027 年	2028 年至 2031 年	2032 年至 2050 年

氣候韌性評估總表：分析範圍設定於主要營運地點（台灣）

風險/機會類別	風險/機會描述	主要假設	選行情境	時間區隔	評估影響及韌性能力
轉型風險	政策和法規	1. 營運所在司法管轄區之氣候相關政策依據我國現行政策規劃，預計持續採行「2050 淨零排放路徑」。 2. 國家或地區層級變數之影響依據科技部及中央研究院環境變遷研究中心等單位聯合發布之臺灣氣候變遷評析更新報告，就氣候模式而言，臺灣冬季將逐步縮短、年總降雨量逐步增加，且暴雨降雨強度有增加趨勢。	1. SSP2-4.5 2. SSP5-8.5	2027 年至 2050 年	評估影響：根據情境分析的結果（參見「實體風險情境分析：不同情境下之風險程度」），本公司在高度排放情境（SSP5-8.5）下，就中期及長期而言有中度至高度不等的立即性及長期性實體風險；在中度排放情境（SSP2-4.5）下，本公司長期而言很可能發生立即性實體風險如颱風、洪水及高溫限電，亦可能發生水資源匱乏議題。
	名譽				1. 評估影響：根據情境分析的結果（參見 轉型風險情境分析：不同情境下之風險程度 ），本公司在 2050 年淨零排放情境（NZE）下，就中期及長期而言可能發生溫室氣體排放量管制徵收碳費、客戶行為變化問
	技術				
	市場				

風險/機會類別		風險/機會描述	主要假設	選用情境	時間區隔	評估影響及韌性能力
						題、以低碳產品替代現有產品與服務等問題。 2. 韌性能力：易飛網的財務部已將情境分析結果納入每年檢討會議中，並據此制定相應對策，以有效降低風險。相關策略詳見「應風險之經營模式及資源分配變動說明」。

轉型風險情境分析：不同情境下之風險程度

氣候相關轉型風險	轉型風險情境分析			
	情境	2050 年淨零排放情境		
	時間區隔	短期	中期	長期
提高溫室氣體排放定價	風險程度	中度	中度	高度
以低碳產品替代現有產品與服務		中度	中度	低度
原物料上漲		中度	中度	高度
消費者偏好變化		高度	高度	高度



氣候相關情境分析

本公司依循 TCFD 架構進行情境分析，並參考 IPCC 第六次評估報告（AR6）之共享社會經濟路徑（SSP），選用 SSP2-4.5（中度排放情境）與 SSP5-8.5（高度排放情境）作為分析基礎，綜合考量不同情境下之氣候風險發展趨勢、影響期間、風險性質及潛在衝擊，評估其對本公司營運及財務之主要影響，並作為檢視策略與經營模式韌性之重要依據。

轉型風險情境分析

SSP 情境	轉型風險情境假設	估計可能之財務影響
SSP 2-4.5	全球氣候政策溫和推進，經濟穩定成長與低碳轉型並行，升溫約 2.7°C。	隨全球淨零轉型加速，國內外減碳政策與碳管理要求持續提升，預期碳定價機制將逐步深化，並對企業營運成本造成影響。航空、住宿等旅遊供應鏈業者未來可能因碳費負擔及營運成本上升而調整服務價格，進而提高本公司旅遊產品採購成本，對獲利空間形成壓力。 同時，隨主管機關、資本市場及客戶對 ESG 表現之關注提高，本公司亦須持續投入碳盤查、永續產品規劃、資料蒐集及資訊揭露等作業，以因應法規遵循與管理需求，相關管理及合規成本亦可能增加。此外，若本公司未能及時調整產品與服務方向，推出符合永續趨勢之旅遊方案，亦可能影響部分客戶需求、訂單承攬及品牌競爭力。 在碳成本方面，若未來適用較高碳定價水準，企業負擔將隨之提高。若以 2030 年碳費每噸新臺幣 1,200 元至 1,800 元估算，並按本公司目前推估排放量 147.5427 公噸計算，預估碳費約介於 17.71 萬元至 26.56 萬元，未來仍可能對營運成本及獲利表現帶來一定影響。
SSP5-8.5	全球合作減弱，化石燃料使用持續增長，缺乏明確的減排行動，升溫約 3.6°C。	在此情境下，整體碳定價機制與強制減碳要求相對寬鬆，本公司短期內直接面臨之法規遵循成本增幅較為有限。然而，隨著極端氣候影響持續擴大，市場對企業氣候責任與永續作為之關注仍可能逐步升高，易飛網所承受的壓力，將更多來自品牌形象、市場期待及各類利害關係人之要求。 如本公司未能及時強化永續管理、氣候因應行動及相關資訊揭露，仍可能與消費者、投資人及其他利害關係人之期待產生落差，進而對品牌信任、市場評價及 ESG 表現造成不利影響，並可能進一步影響客戶選擇、外部資金取得條件及整體競爭力。

SSP 情境	實體風險情境假設	估計可能之財務影響
SSP 2-4.5	全球氣候政策溫和推進，經濟穩定成長與低碳轉型並行，升溫約 2.7°C。	氣候變遷可能使部分旅遊目的地之吸引力逐步減弱，特別是低窪沿海地區及對高溫較敏感之區域，進而影響旅遊產品規劃與市場需求表現。此外，極端天氣事件發生頻率增加，亦可能造成航班延誤、異動或取消，對行程安排、服務品質及客戶旅遊體驗帶來挑戰，並對營收穩定性形成一定壓力。 為回應上述風險，本公司需持續投入資源進行產品組合優化、旅遊目的地風險評估及行銷策略調整，同時強化客服應變能力與行程備援機制，以提升營運韌性，維持顧客滿意度與市場競爭力。
SSP5-8.5	全球合作減弱，化石燃料使用持續增長，缺乏明確的減排行動，升溫約 3.6°C。	在 SSP5-8.5 情境下，若全球氣候變遷持續惡化且缺乏有效控制，本公司所面臨之營運挑戰將進一步升高。極端氣候事件發生頻率與強度增加，可能更頻繁造成航班大量取消、交通運輸受阻、旅遊設施受損及行程中斷，並降低旅客前往特定地區之意願，進而影響旅遊需求與產品銷售表現。 在此情境下，本公司須投入更多資源於危機應變、行程調整、顧客溝通與後續服務處理，並強化與航空公司、住宿業者及其他供應商之協調合作，以提升整體營運韌性。同時，隨消費者對氣候安全與旅遊風險之關注提高，旅遊型態與消費偏好亦可能出現較大幅度變化，進一步對本公司長期營收結構、市場布局及競爭表現帶來影響。

極端氣候事件及轉型行動對財務之影響

極端氣候事件對財務之影響

隨颱風、豪雨、熱浪等極端氣候事件發生頻率上升，可能造成旅遊行程中斷、航班延誤或取消、交通受阻及旅遊設施受損，進而影響旅客出遊意願與產品銷售表現。於較高風險情境下，本公司可能因此增加危機管理、行程調整、顧客溝通、服務補償及營運備援等相關支出，並對營收穩定性、客源結構及市場占有率造成壓力；若相關旅遊目的地受氣候風險影響而吸引力下降，亦可能進一步影響產品規劃與銷售組合。

轉型行動對財務之影響

因應碳揭露、永續經營及低碳轉型要求，本公司需持續投入資源辦理溫室氣體盤查、供應鏈碳資訊管理及 ESG 資訊揭露作業，並加強永續資料整合、資訊系統升級及專業人力配置，致相關行政、合規及管理成本有增加趨勢。另為回應市場對低碳旅遊及綠色服務之需求，本公司亦需投入低碳旅遊產品開發、數位管理工具及行銷推廣資源，短期內可能對營運成本形成一定壓力；惟中長期而言，有助於降低法規遵循、品牌聲譽及客戶流失風險，並提升營運韌性與市場競爭力。



情境	主要風險 / 機會項目	潛在財務影響	影響期間	韌性策略與管理作法
SSP2-4.5	碳定價實施、永續消費趨勢及報導合規要求提高。	供應鏈碳費轉嫁推升成本，增加碳管理與報導支出。	中、長期	導入數位管理工具、開發低碳產品並精進永續揭露。
SSP5-8.5	極端氣候頻傳、設施損壞、市場對不作為者信心下滑。	營運中斷支出增加，品牌受損導致客源與資金流失。	中、長期	建立完整危機管理體系、強化目的地多樣化布局。



6.3.3 氣候變遷風險管理

氣候相關風險辨認、評估

為了妥善因應全球氣候變遷所帶來的嚴峻挑戰與潛在衝擊，易飛網全面導入「氣候相關財務揭露」(TCFD) 核心指引，建立了一套具備系統性與科學基礎的氣候風險辨識暨評估機制，藉此深度掌握氣候變異對本公司整體營運模式、財務績效及長遠發展策略可能造成的實質影響。我們積極推動跨部門間的緊密協作，將內部豐富的營運實務經驗與外部最新的氣候趨勢情資相結合，針對短期、中期及長期階段可能面臨的「實體風險」與「轉型風險」進行全面性盤點，並深入剖析這些風險因子對企業商業模式、上下游供應鏈運作、關鍵資源分配以及財務體質的連帶衝擊程度。

在具體的風險鑑別階段，本公司精準鎖定與數位旅遊服務業高度連動的關鍵氣候變數，涵蓋極端異常天候頻傳、平均氣溫上揚對大眾旅遊需求板塊的推擠效應、能源消耗與基礎設施的維運風險、國內外法規政策的更迭，以及消費市場偏向綠色旅遊的行為轉變等面向。我們更進一步導入科學化的氣候情境模擬工具與產業動態比對分析，大幅提升風險辨識作業的前瞻視野與精準度。而在風險評估環節，本公司則靈活運用定性與定量兼具的交叉分析方法，針對各項氣候風險的「發生機率」與「潛在衝擊力道」進行嚴謹的分級量化。這些評估結果不僅是我們後續優化資源配置的指南，更是擬定氣候調適策略與對外進行透明財務揭露的關鍵決策依據。

為確保氣候相關的辨識、評估與應對行動能無縫接軌並發揮最大綜效，易飛網已正式將氣候治理議題深植於既有的「風險管理政策」框架之中，並指派財務部擔任統籌執行的核心單位。財務部全權負責定期執行氣候風險與潛在機會的盤點作業，嚴格依照各風險事件的可能性與衝擊級距實施分級距的精細化管理。此外，財務部每年會將彙整後的氣候風險評估成果與各項具體應對管理措施，正式提報至董事會進行審閱，將其納入公司年度風險管理報告的重要環節。倘若面臨突發性的重大氣候災變或環保法規的急遽變動，我們亦設有敏捷的內部通報機制，能即時將關鍵資訊向上呈報至高階經營團隊與董事會，以迅速啟動緊急應變決策。透過此一高度整合的運作模式，氣候風險管理流程得以與企業總體營運的風險控管防線緊密交織，確保組織具備持續監測、即時反饋及主動校準策略的能力，進而全方位厚植企業的營運防護韌性。

易飛網將秉持持續改善的精神，啟動滾動式的氣候風險評估檢核機制，並不斷精進氣候數據的蒐集廣度與分析深度。我們將致力於強化氣候變遷的因應與調適防線，全面拉升組織整體的氣候韌性，以實際行動落實永續治理的莊嚴承諾，為企業的長治久安與創造多贏的社會價值，奠定無可撼動的堅實基石。



氣候變遷風險辨識及管理流程

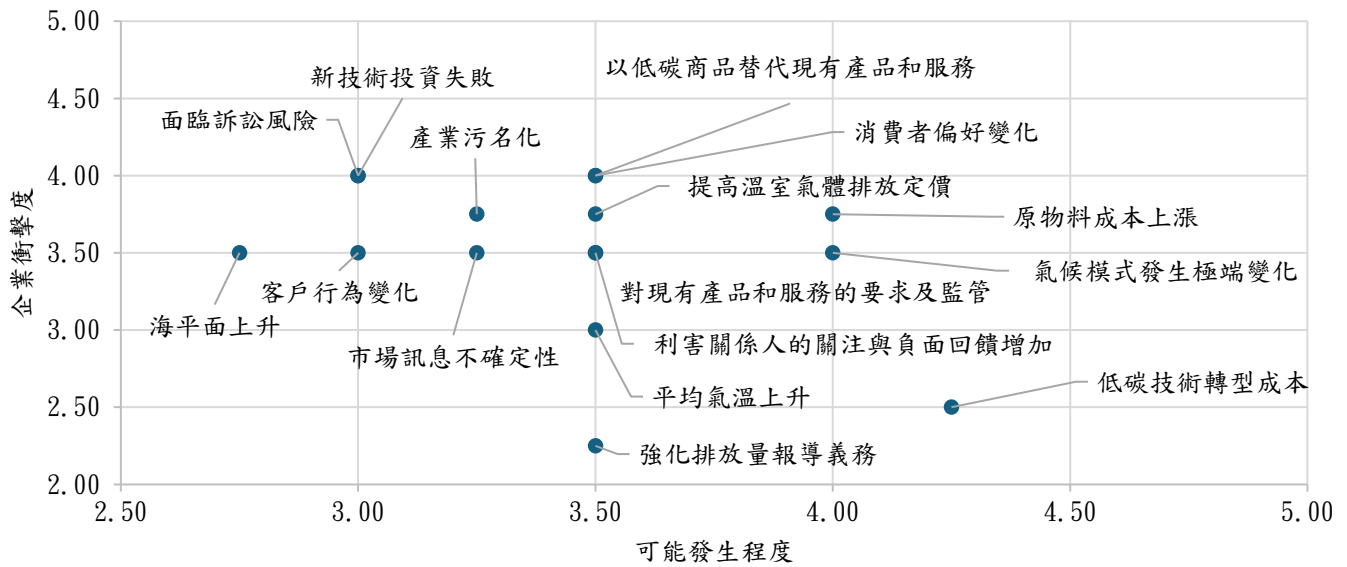
流程階段	整合方式	責任單位	評估頻率
風險辨識	將氣候風險納入年度企業風險盤點流程，與營運、財務及法規風險一併列入評估清單。	財務部及投資部	每年一次
風險評估	採用風險矩陣方法，依衝擊程度與發生可能性進行量化評分，並與整體企業風險管理架構整合。	內部稽核單位	每半年一次
風險管理	評估結果納入年度內控與永續績效報告，並於管理會議及董事會報告中追蹤執行情形。	管理階層（財務部、投資部）	每年向董事會報告一次
改善與追蹤	定期檢討氣候風險管理措施之成效，根據外部法規變化與實際營運狀況進行修正。	專責執行單位（財務部、管理部）	每年檢討一次

本公司為精準錨定氣候變遷對企業營運的潛在威脅與轉機，於 2025 年度全面啟動氣候風險盤點作業，經嚴謹鑑別共梳理出 16 項與營運高度相關的氣候變遷風險因子。為求評估視角的宏觀與準確性，本公司針對內部高階管理階層發放專項問卷進行深度量化分析。經營團隊將蒐集而來的數據縝密彙整，依據各項氣候風險的「發生可能性」與「潛在衝擊程度」，精心建構出專屬的「氣候風險與機會矩陣圖」。此一視覺化的科學分析工具，不僅成為我們洞察氣候變局的羅盤，更是本公司後續擘劃永續治理政策、制定前瞻性環境保護目標的核心決策依據。

在矩陣的具體建構與評估方法上，本公司不僅單獨審視氣候變數，更將所辨識出的氣候相關風險與企業面臨的其他各類營運風險進行跨維度的綜合考量。評估機制中，我們設定風險的「可能發生程度」為橫座標（X 軸），並賦予 1 至 5 分的加權級距；同時，將風險對企業營運的「實質衝擊程度」定為縱座標（Y 軸），同樣給予 1 至 5 分的權重進行嚴謹排序。鑑於本次高階主管問卷的統計結果顯示，各項風險的評分落點呈現高度集中的趨勢，為求矩陣圖能更敏銳、清晰地呈現各項關鍵風險的相對差異與優先層級，我們在繪製時進行了尺度優化，將 X 軸（發生機率）的數值區間精細調整為 2.0 至 4.5，並將 Y 軸（衝擊程度）的區間校準為 2.5 至 4.5，藉此精確鎖定應優先應對的關鍵氣候議題。



氣候風險與機會矩陣圖



項次	風險項目	風險類別	可能發生程度 Z 值	企業衝擊程度 Z 值	關注程度
1	提高溫室氣體排放定價	氣候風險	0.16	0.48	高
2	強化排放量報導義務		0.16	-2.42	中
3	對現有產品和服務的要求及監管		0.16	0.00	中
4	面臨訴訟風險		-1.09	0.97	中
5	以低碳商品替代現有產品和服務		0.16	0.97	高
6	新技術投資失敗		-1.09	0.97	中
7	低碳技術轉型成本		2.02	-1.94	中
8	客戶行為變化		-1.09	0.00	低
9	市場訊息不確定性		-0.47	0.00	低
10	原物料成本上漲		1.40	0.48	高
11	消費者偏好轉變		0.16	0.97	高
12	產業污名化		-0.47	0.48	中
13	利害關係人的關注與負面回饋增加		0.16	0.00	中
14	氣候模式極端變化		1.40	0.00	中
15	平均氣溫上升		0.16	-0.97	中
16	海平面上升		-1.71	0.00	低

氣候相關機會辨認、評估

本公司為探尋氣候變遷所孕育的潛在商機，於氣候機會的鑑別與評估階段，深度導入科學化的情境分析模型。本公司不僅對齊國際能源總署（IEA）發布之「2050 年淨零排放情境（Net Zero Emissions, NZE）」宏觀視角，更緊密扣合國家發展委員會所擘劃的「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」，將其中揭示的淨零轉型關鍵戰略，鑄為本公司評估氣候契機的核心依據與依循準則。

與此同時，我們將上述宏觀氣候情境與易飛網專屬的數位旅遊商業模式進行深度疊加，廣泛且細緻地衡量當前觀光與數位服務的產業脈動、綠色低碳科技的突破性進展、政府政策的實質誘因，以及消費客群對永續旅遊需求的高漲等多元變數。透過全面性的剖析與前瞻性預測，我們致力於發掘氣候變局中足以挹注企業競爭優勢的潛在動能，並據此量身打造極具韌性的前瞻發展策略，確保本公司在迎向全球低碳經濟轉型的浪潮中，能穩健並精準地攫取綠色成長契機。

憑藉此一嚴謹且系統化的運作機制，易飛網不僅大幅躍升了組織對氣候機會的敏銳度與治理量能，更成功將永續發展的 DNA 深植於企業的核心營運藍圖之中。我們承諾將積極善用各項綠色政策紅利與消費市場質變所催生的新興商業藍海，在驅動企業營收規模穩健擴張的同時，亦為全體股東及廣大投資人、價值鏈夥伴等利害關係人，締造可長可久、互利共榮的長遠永續價值。

機會類型	氣候情境假設	對機會辨認之影響及使用情況
開發低碳旅遊產品	隨著氣候變遷加劇，大眾對生態保育的重視度日益攀升，綠色理念已逐漸成為主導旅客消費決策的關鍵動力。	本企業已著手打造環保住宿導覽、零碳運具配套及永續遊程規劃等創新服務，同步將減碳思維深植於品牌公關策略中，精準捕捉市場轉型契機。後續擬進一步拓寬低碳觀光版圖，並藉由取得環保認證與公開碳足跡數據，墊高服務附加效益與市場領先優勢。
提升氣候韌性	縱使處於溫和減排的路徑中（例如 SSP2-4.5），極端天氣的威脅依然存在，故必須超前佈署氣候調適量能，藉以限縮業務停擺與資金損失的風險。	本公司已著手提升遊程編排的機動性，擴展觀光熱點的多樣化配置，並完善內部災防體系與客服緊急處置流程。未來將加碼挹注資源於營運持續計畫（BCP）、氣候情境演練及跨單位危機聯防架構，全面拉高抵禦氣候衝擊的組織韌性，確保公司營運的長治久安。

6.3.4 氣候風險指標與目標

為妥善因應全球氣候變遷所引發的環境危機與營運挑戰，本公司深刻體認到企業落實減碳的急迫性與社會責任。我們嚴格遵循國家淨零轉型政策的推動時程，積極制定並落實系統化、具體化的溫室氣體減量戰略藍圖。在減碳目標的設定上，本公司持續依循政府政策時程及公司低碳轉型方向，推動溫室氣體管理與減碳作業，並以 2030 年範疇一及範疇二溫室氣體排放密集度較基準年減少 6%、2050 年範疇一及範疇二溫室氣體排放密集度較基準年減少 26% 為中長期目標。為逐步落實前述目標，本公司將持續提升能源使用效率，推動高耗能設備汰舊換新，並評估再生能源或綠電相關措施，以降低營運過程之碳排放。期盼藉由硬體升級與日常管理的雙管齊下，極大化整體能源的使用效益，從源頭收斂企業的碳足跡。

- 範疇 1：針對空調等使用冷媒之設備，逐步汰換為具節能或環保標章之產品，以降低能源耗用及相關排放風險。
- 範疇 2：持續推動節電管理，並評估採購綠電或再生能源憑證之可行性，以降低用電相關之溫室氣體排放。

實體風險及轉型風險之指標與目標如下：

1. 轉型風險：因應碳管理要求、法規趨勢及市場轉型壓力，本公司將持續推動減碳管理，並以 2030 年範疇一及範疇二溫室氣體排放密集度較基準年減少 6% 為階段性目標。
2. 實體風險：為降低水災、強降雨或其他極端氣候事件可能造成之供應鏈中斷風險，本公司將持續強化供應鏈多元化配置及替代資源規劃，並以 2030 年合作供應商數較基準年提升 2% 為管理目標之一，以提升供應鏈韌性與應變能力。

秉持資訊透明與公開揭露的永續治理原則，本公司詳實紀錄並盤查年度碳排放數據。針對 2025 年度報告期間，本公司營運邊界內所產出之範疇一與範疇二溫室氣體絕對總排放量（計算單位為公噸二氧化碳當量，tCO₂e），其詳細盤查結果與數據結構，具體彙整並臚列如下：

溫室氣體絕對總排放量表

排放類別	排放項目	項目小計	各範疇總排放量
範疇一	固定排放	0.0000	13.1602
	移動排放	10.1005	
	逸散排放	3.0597	
範疇二	外購電力	134.3825	134.3825
範疇三	燃料與能源的相關活動	34.2039	34.2039
單位：公噸二氧化碳當量，tCO ₂ e			

溫室氣體相關策略性目標以及相應之指標與目標

策略性目標	指標				基準年 (2025年)	目標				
	指標名稱	衡量單位	指標種類	當期數額		目標目的	目標範圍	目標類型	目標期間	里程碑/期中目標
2050年淨零排放	範疇1溫室氣體總排放量	公噸二氧化碳排放當量 (tCO ₂ e)	量化	13.1602	13.1602	溫室氣體排放減量	個體	絕對目標	至2050年	以2030年範疇一及範疇二溫室氣體排放密度較基準年減少6%、2050年範疇一及範疇二溫室氣體排放密度較基準年減少26%為中長期目標。
	範疇2溫室氣體排放量	公噸二氧化碳排放當量 (tCO ₂ e)	量化	134.3825	134.3825	溫室氣體排放減量	個體	絕對目標	至2050年	
	範疇3溫室氣體排放量	公噸二氧化碳排放當量 (tCO ₂ e)	量化	34.2039	34.2039	溫室氣體排放減量	個體	絕對目標	至2050年	
	範疇1及範疇2溫室氣體總排放量 (合計數)	公噸二氧化碳排放當量 (tCO ₂ e)	量化	147.5427	147.5427	溫室氣體排放減量	個體	絕對目標	至2050年	

針對涵蓋氣候實體危害與低碳轉型衝擊等長遠戰略藍圖，以及隨之衍生的綠色商機與量化評估指標，本公司承諾將保持高度的治理敏捷性並密切追蹤國內外法規動態、產業市場變遷與最新的氣候科學數據，秉持滾動式檢核與修正的原則，持續深化並縝密擬定各項中長期的氣候風險管理對策與行動目標。

在厚植企業內部的永續文化方面，本公司深知全體同仁是推動綠色變革的最重要基石。因此，我們將進一步擴大內部永續發展的倡議力道與系統性的教育訓練，全面深化員工對於全球氣候危機與生態保育的責任意識。同時，我們更致力將這些理念轉化為具體的日常營運方針，自上而下貫徹各項節能減碳專案，並極大化整體資源

的使用效益。

透過上述由內而外、兼具廣度與深度的氣候治理作為，本公司深具信心能如期兌現 2030 年與 2050 年的兩大階段性溫室氣體減排承諾。面對全球經濟加速邁向淨零碳排的不可逆趨勢，本公司將積極化氣候挑戰為企業前進的動能，在厚植組織營運韌性的同時，持續驅動商業價值的穩健攀升，矢志為社會大眾擘劃出一個兼具環境友善與長期永續發展的綠色觀光服務生態圈。

內部碳定價

本公司為強化氣候變遷管理，並兼顧財務穩健及長期營運韌性，已導入內部碳定價制度。該制度作為評估資本支出及推動減碳措施之管理工具，有助於提升碳風險之辨識與管理能力，強化整體氣候韌性，並將氣候相關因素更進一步納入公司策略規劃與決策流程。

在內部碳價格之設定上，本公司參考國際碳價發展趨勢及相關研究資料，包括國際能源總署（IEA）《能源展望報告》（World Energy Outlook）及世界銀行（World Bank）《碳定價現況與趨勢報告》（State and Trends of Carbon Pricing），並綜合業界常見定價方式與實務運用情形，訂定適用於已開發經濟體之內部碳價格為每公噸二氧化碳當量新台幣 300 元。

資本配置

本公司目前尚未將氣候相關風險與機會明確納入資本配置決策流程，惟於設備汰換、營運改善及節能措施規劃時，已將能源效率、法規遵循及營運韌性納入考量，未來將視管理需求逐步強化相關評估機制。

薪酬連結

本公司目前尚未將氣候相關績效或溫室氣體減量成果直接連結至董事、經理人或員工薪酬制度。未來將視永續管理成熟度及目標推動情形，評估納入績效考核或獎勵制度之可行性。



6.4 能源與溫室氣體管理

6.4.1 溫室氣體排放揭露

本公司溫室氣體盤查作業於 2024 年依據 ISO 14064-1 進行盤查，並於 2025 年改採溫室氣體盤查議定書（GHG Protocol）營運控制法，以因應主管機關要求並布局未來與 IFRS S1/S2 之接軌。2025 年盤查邊界涵蓋台北總公司及台灣所有分公司（北桃園分公司、桃園分公司、台中分公司、高雄分公司及金門分公司），盤查範圍涵蓋範疇一（直接排放）、範疇二（能源間接排放）及範疇三（3-3 與燃料及能源相關活動）；排放係數採用環境部最新公告之「溫室氣體排放係數管理表」，GWP 值採 IPCC AR6 評估報告數據。

本公司盤查作業依主管機關規範辦理，規劃於於 2028 年年報揭露 2027 年度母公司個體溫室氣體盤查資訊及確信情形，並於後續依規定時程將合併子公司納入盤查及確信範圍，以提升排放資訊之透明度與可信度；本年度尚未進行確信。

溫室氣體排放量與密集度

各範疇排放量報告		2025 年	佔比	2024 年	佔比
範疇一直接溫室氣體排放	固定排放	0 公噸 CO ₂ e	0%	0 公噸 CO ₂ e	0%
	移動排放	10.1005 公噸 CO ₂ e	5.56%	6.0911 公噸 CO ₂ e	5.40%
	逸散排放	3.0597 公噸 CO ₂ e	1.68%	4.0224 公噸 CO ₂ e	3.57%
範疇二能源間接溫室氣體排放	外購電力	134.3825 公噸 CO ₂ e	73.94%	102.6220 公噸 CO ₂ e	91.03%
範疇三	燃料與能源的相關活動	34.2039 公噸 CO ₂ e	18.82%	-	-
總排放量		181.7470 公噸 CO ₂ e	100.00%	112.736 公噸 CO ₂ e	100.00%

年度	範疇一	範疇二	範疇三	合計	排放密集度
2024	10.1135	102.6220	-	112.736	0.0704
2025	13.1602	134.3825	34.2039	181.747	0.0902

6.4.2 減碳目標

易飛網將溫室氣體減量視為企業永續營運的重要核心目標。本公司依循科學基礎減量原則，採取由上而下推動之模式，逐步建構以數據為基礎的碳管理體系。結合數位營運特性與供應鏈現況，我們推動階段性減碳策略，以實現中長期淨零發展的願景。

以 2025 年為基準年（範疇一與範疇二合計 147.5427 公噸 CO₂e），本公司制定了明確的短、中、長期溫室氣體減量目標：

- **短期目標（2025-2030 年）：**預計第一階段範疇一至範疇三的溫室氣體排放較基準年下降 0.5%。此外，自基準年起，規劃每年至少減量 1%。

- 中期目標 (2031-2050 年)：溫室氣體排放範疇 1 與範疇 2 較基準年減排 6%。
- 長期目標 (2051 年 -)：溫室氣體排放範疇 1 與範疇 2 較基準年減排 26%，並積極配合政府「2050 年淨零排放路徑」，規劃於 2050 年達成淨零排放。

溫室氣體減量基準年及減量目標

為規劃溫室氣體減量策略，本公司已於 2024 年完成溫室氣體盤查，以母公司個體為盤查邊界，2024 年範疇一排放量為 10.1135 噸 CO₂e、範疇二排放量為 102.6220 噸 CO₂e。考量 2025 年新增營業據點，為提升盤查邊界之一致性及後續年度比較之可比性，本公司調整以 2025 年為減量管理基準年。2025 年本公司已完成溫室氣體盤查，範疇一排放量為 13.1602 噸 CO₂e、範疇二排放量為 134.3825 噸 CO₂e、範疇三排放量為 34.2039 噸 CO₂e，合計 181.747 噸 CO₂e。後續本公司將以 2025 年盤查結果作為減量管理基礎，持續透過各項管理措施與具體行動推動溫室氣體減量作業。

溫室氣體減量策略及具體行動計畫

本公司將溫室氣體減量視為永續經營之重要方向，依循科學化管理原則，採由上而下之推動模式，逐步建構以數據為基礎之碳管理機制。考量本公司數位營運特性及供應鏈現況，持續推動階段性減碳策略，以支撐中長期永續發展目標。



節能減碳實績

面對全球氣候變遷的嚴峻挑戰與淨零轉型的國際趨勢，易飛網深知企業在環境保護上責無旁貸。為確保中長期減碳目標得以如期落實，我們將永續理念全面向下紮根，融入日常營運、數位基礎設施、供應鏈協作與旅遊產品創新之中。本公司採取「由內而外、循序漸進」的氣候治理方針，不僅致力於優化自身營運的能源使用效率，更期望發揮平台影響力，帶動上下游合作夥伴與終端消費者共同邁向低碳旅遊的新常態。為落實上述目標，易飛網於日常營運與價值鏈中展開以下具體行動：

1. 綠色營運與設備升級：全面導入高效率 LED 照明與空調節能控管，並分階段汰換老舊冷媒設備為環保機型。同時評估採購綠電與再生能源憑證，實質降低日常營運之碳排放。
2. 數位轉型與低碳基礎設施：本公司積極優化伺服器與資料中心之能源運作效率。並藉由推廣無紙化作業及數位流程升級技術，有效降低行政作業資源耗用與數位營運產生之碳足跡。
3. 永續供應鏈與綠色採購：將氣候風險納入採購評估，優先與具備碳披露能力且承諾導入節能環保設備之供應商結盟。藉由建構綠色供應鏈篩選機制，有效削減整體價值鏈之碳足跡。
4. 低碳旅遊產品創新：加速低碳旅遊商品研發，涵蓋綠色旅宿推薦、節能交通配套與碳中和主題行程。同時籌備申請旅行業環保標章，以滿足市場綠色消費需求並提升品牌永續競爭力。

監督與管理機制

為強化減碳成效，本公司設置能源監控系統，定期盤點用電趨勢並進行異常分析，即時調整能源使用策略。同時，逐步建立碳排放監測及績效管理機制，定期追蹤並向董事會報告推動進度，確保各項策略落實與經營方針保持一致。本公司亦規劃每三年進行一次全面性盤點與策略檢討，以滾動式調整節能行動與減碳路徑。



6.5 永續資源管理

6.5.1 能源管理

面對全球氣候變遷議題與國際淨零轉型趨勢，企業能源管理已成為永續經營之重要一環。易飛網秉持「從內部營運做起，落實能源效率提升」的原則，積極於日常作業與設施管理中導入節能措施，致力於降低營運活動對環境之影響。本公司深信，透過系統化的能源使用優化，不僅能有效減緩溫室氣體排放，亦能強化營運韌性，提升資源使用效率。

能源使用情形

能源種類	2024 年			2025 年		
	使用量	單位：GJ	比例	使用量	單位：GJ	比例
汽油	2647 公升	84.0194	9.73 %	4,481 公升	142.2262	12.23%
柴油	0 公升	0.0000	0.00 %	0 公升	0.0000	0.00 %
非再生電力	216,502 度	779.4075	90.27%	283,507 度	1,020.6252	87.77%
再生電力	0.0000 度	0.00	0.00 %	0.0000 度	0.0000	0.00 %
共計		863.4269	100.00 %		1,162.8514	100.0%

註:2024 年盤查範圍涵蓋:台北總部及台中據點；2025 年涵蓋:台北總部、北桃園、桃園、台中、高雄及金門據點，熱值系採 114 年公告係數。

指標	2025 年
總能源消耗量	1,162.8514 GJ
電網電力百分比	87.77 %
再生百分比	0.00%

6.5.2 水資源管理

鑑於全球氣候變遷加劇及極端天氣頻傳，水資源的稀缺性與防護管理已成為國際永續發展的關鍵焦點。易飛網深知水資源的珍貴，儘管本公司所屬之數位旅遊服務業並非高耗水型產業，我們依然堅守「飲水思源、資源永續」的企業核心精神，嚴格將水資源的妥善治理納入內部日常營運的重要管控範疇。我們承諾以具體行動減少整體用水量並極大化水資源的使用效益，竭力防範企業營運對自然生態產生任何不必要的負擔。

在實際的用水結構上，本公司各營運據點的用水來源均仰賴當地公共自來水系統，用途則主要集中於維持辦公場域的基礎運作，以及滿足同仁日常民生與衛生的基本需求。為將節水願景轉化為實質成效，易飛網採取了多管齊下的水資源管理策略。在硬體設施方面，我們持續汰換並優化各辦公據點的省水設備；在日常監控方面，我們導入了異常用水的即時通報與追蹤機制，嚴格防堵水資源的隱性浪費。與此同時，本公司更藉由定期的內部用水數據盤點與趨勢剖析，搭配常態性的環保行為倡議活動，全面深化全體同仁「節水從日常做起」的環保意識。透過這些由內而外的精進作為，易飛網正穩步朝向削減營運環境足跡、實踐環境共好的長期永續目標大步邁進。本公司已訂定每年降低 1%取水量之目標，2025 年已較前期減少約 5.2%，本期用水密集度為 0.2757 立方公尺/百萬營業額。

水資源使用情形

(單位：千立方公尺)

年度	取水量	排水量	耗水量	高／極高水壓力區域百分比
2025 年	0.451	0.451	0	0%
2024 年	0.476	0.476	0	0%

註 1：取水來源皆屬於淡水 / 地表水。

註 2：用水量計算方式為各辦公室之水費單據加總結果。

註 3：耗水量 = 取水量 - 排水量。

6.5.3 廢棄物管理

鑑於本公司各營運據點皆坐落於綜合商辦大樓內，日常廢棄物的集中清運與資源回收作業均由大樓物業管理單位統籌執行，因此在實務上較難直接量測並取得單獨屬於本公司的精確廢棄物磅秤數據。為求在永續資訊揭露上具備客觀且科學的參考依據，易飛網採取了系統化的推估模型：我們參酌環境部最新發布之全國一般廢棄物每人每日平均產出量指標，乘上本公司每月實際在職的員工人數，並進一步根據每月實際營運工作天數進行精細化權重調整，藉此估算出每個月及全年度的廢棄物推估總產出量。

在產業屬性方面，易飛網的核心業務聚焦於建構全方位的數位旅遊服務平台，整體營運型態純屬資訊網路與觀光服務業範疇。由於我們的商業活動完全不涉及任何實體的工業製造、化學加工或生產組裝程序，在整體服務生命週期中，也絕對不會使用、採購或衍生任何具備毒性、腐蝕性或其他對人體及生態有潛在危害的化學原物料。基於上述單純的營運特性，本公司在日常辦公與服務提供的過程中，確保了「有害事業廢棄物」零產出的優良環保表現。

本公司所產出的廢棄物範疇，絕大多數隸屬於員工日常辦公與生活所衍生的無害性一般垃圾，主要涵蓋文書作業產生的廢紙、耗材包材以及同仁民生垃圾等。針對這些生活性質的廢棄物，我們嚴格遵從所屬大樓的環境管理規範，於辦公場域內徹底落實精細的垃圾分類與資源回收作業，並交由具備專業執照的合格環保廠商接手後續處理。易飛網堅守廢棄物源頭減量與資源循環利用的核心承諾，並積極配合各項環保法規，完善相關的管理與追蹤紀錄。此外，為確保廢棄物去向合法且處置妥善，我們秉持公平、公正、公開的最高治理原則，針對大樓委任的清運與處理承攬商實施嚴格的合法資質查核。透過層層把關的供應商篩選機制，我們確保最終選定的合作夥伴皆具備極低的合規風險與卓越的環保處置量能。

為防堵任何潛在的環境污染風險，易飛網亦建立起常態性的廢棄物處理流程檢核機制，定期審視承攬廠商是否確實履行日常清運管理、精準分類統計，並積極配合本公司推動的源頭減廢與資源循環政策。我們確保所有委由外部第三方專業單位處理的廢棄物，其清運與最終處置軌跡符合環保法規之要求，防範違法傾倒或不當棄置的環境危害事件發生。回顧截至 2025 年底的營運實績，本公司辦公處所的全年度推估廢棄物產出總量為 63.50 公噸。

為具體落實辦公場域的綠色管理，我們持續推動以下關鍵行動：

- 落實辦公場域廢棄物妥善處置：嚴格確保所有辦公室垃圾皆遵循標準作業程序進行分類與集中，並透過商辦大樓的專業協作系統，完成高效率的資源回收與清運作業。
- 深化紙資源循環利用機制：於各部門全面推行辦公室廢紙回收計畫，積極倡導紙張雙面使用，並將曾經使用過的辦公紙張妥善回收並重新導入循環體系，極大化資源的再生價值。
- 減量目標，本公司已訂定每年一般廢棄物密集度減量 1% 之政策，本公司 2025 年廢棄物密集度為 0.0386 t/百萬元營，較 2024 之 0.0414 t/百萬元營收，已下降 6.8%，未來將持續推動減量措施。



廢棄物處理情形

單位：公噸

項目	直接處理方式	2025 年
有害事業廢棄物	焚化處理(含能源回收)	0.00
	焚化處理(不含能源回收)	0.00
	掩埋處理	0.00
	其他直接處理	0.00
	總量	0.00
非有害事業廢棄物	焚化處理(含能源回收)	63.50
	焚化處理(不含能源回收)	0.00
	掩埋處理	0.00
	其他直接處理	0.00
	總量	63.50

7. 友善職場



7.友善職場

7.1 人權政策

易飛網深信，尊重與保障人權為企業永續發展之重要基礎。本公司秉持「誠信立站，您的旅程，我們用心」之核心價值，致力於維護員工、供應商、客戶、合作夥伴及營運所在地社區居民（包含在地原住民族群）之基本權利與尊嚴。

為確保各類利害關係人皆能於公平、安全且具尊重之環境中發展，本公司除遵循營運所在地相關法令規範外，亦支持並依循多項國際人權準則，包括《聯合國世界人權宣言》、《國際人權兩公約》、《國際勞工組織工作基本原則與權利宣言》及聯合國《企業與人權指導原則》等，作為推動人權保障之重要依據。為落實人權管理，本公司以「保護、尊重、救濟」為核心精神，並採行以下具體作法：

- 禁止任何形式之歧視、性騷擾、強迫勞動、童工及其他侵害人權之行為
- 推動多元、平等與包容（DEI）之職場文化，尊重不同性別、年齡、族群、宗教及身心狀況等多元背景
- 確保於招募、任用、薪酬、晉升、培訓及離職等人力資源管理流程中，提供公平且一致之待遇
- 尊重員工結社自由與集體協商權，並提供合理表達意見與參與溝通之機制
- 建立具保密性之申訴與救濟管道，妥善處理人權相關議題，並保障申訴人免於不當對待或報復

在供應鏈管理方面，本公司重視合作夥伴於人權議題之表現，並要求供應商及合作夥伴遵循相關國際人權原則與標準。透過定期評估、稽核及溝通機制，持續強化供應鏈對人權議題之關注與落實，促進負責任之供應鏈管理。

於內部溝通方面，本公司致力建立開放且透明之溝通環境，透過每月定期召開全員會議，向員工傳達公司營運方針、制度調整及重要事項；並藉由不定期跨部門會議，由各部門主管彙整員工意見，回饋至管理階層進行討論與決策，並將相關決議再傳達至各單位，以強化內部溝通效率與組織共識。

展望未來，本公司將持續透過教育訓練、內部宣導、制度強化及持續改善機制，深化員工與合作夥伴對人權議題之認知與責任。並將持續與利害關係人合作，推動人權保障之實踐，落實企業社會責任，朝向企業與社會共榮之目標邁進。

溝通與申訴機制

為確保人權承諾得以有效落實，易飛網已訂定「員工意見申訴及處理準則」及「性平事件申訴與懲戒辦法」，明確規範申訴流程與處理機制。針對員工可能面臨之人權相關議題，本公司建立相應之處理程序，並提供必要之改善與補救措施，以保障員工權益。2025 年度未發生重大人權侵害事件。

人權盡職調查

本公司盡職調查方式主要參考歐盟《企業永續盡職調查指令》、《經濟合作與發展組織－責任商業行為盡職調查指南》(OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct) 之精神，訂定人權盡職調查程序，透過人權議題風險辨識與評估，設計風險管理及減緩措施，進行改善及後續追蹤，以有效降低人權風險之影響與衝擊。

■ 調查範圍：公司全體員工及一階供應商。

■ 人權盡職調查執行步驟說明如下：

1. 識別與評估	辨識營運及供應鏈的負面人權影響
2. 終止、防免	對於負面人權影響採取風險減緩及補救措施
3. 追蹤	追蹤實施情況與效益
4. 溝通	資訊揭露

本公司參考人權相關國際準則、國內外同業標竿企業所關注之人權議題，鑑別出以下人權議題：

■ 針對本公司員工的部分，本公司於 115 年度鑑別出四項人權議題如下：

1. 合理工時 2. 健康與安全 3. 隱私權 4. 工作歧視

■ 針對一階供應商的部分，本公司於 115 年度鑑別出四項人權議題如下：

1. 合理工時 2. 健康與安全 3. 隱私權 4. 工作歧視

本公司依上述鑑別之人權議題，本公司於115年5月由董事長召集副總經理、財務長兼公司治理主管及人資主管、進行討論分析，並依結果繪製風險矩陣，辨別發生可能性及影響程度，以作為人權議題處理順序依據，本公司將優先處理可能性高且影響程度高之高風險人權議題。

■ 本公司所繪製之風險矩陣

對象	議題	發生可能性	影響程度	高風險人權議題
員工	合理工時	高	高	是
	健康與安全	低	中	否
	隱私權	高	高	是
	工作歧視	低	高	否
供應商	健康與安全	高	高	是
	合理工時	高	高	是
	工作歧視	中	中	否
	隱私權	中	中	否

依該風險矩陣，本公司對於關注對象為本公司員工，所評估之高風險人權議題依序為「合理工時」及「隱私權」。一階供應商方面，所評估之高風險人權議題依序為「薪資與工時」、「健康與安全」。就上開高風險人權議題，本公司提出之減緩與補救措施如後說明。

■ 減緩及補救措施：本公司於 115 年度評估本公司全體員工及一階供應商相關人權議題風險，就衝擊程度排序後，針對高風險人權議題提出減緩及補救措施，以降低人權風險。

人權關注對象	高風險議題	補救措施	風險減緩
員工	合理工時	若發現工時異常或工作負荷過高，將由權責主管檢討工作分派，必要時調整人力配置、安排補休或依規定給付加班費，並追蹤改善情形。	定期檢視員工加班情形，了解工作分配及人力配置是否合理；透過部門會議、員工意見反映及申訴管道，蒐集員工對工作負荷及工時安排之意見。
	隱私權	若發生個資或資料安全事件，將依內部資安事件通報與應變機制啟動調查，評估影響範圍，採取通知、阻斷、修正、補救及後續改善措施，並依相關法規辦理。	持續推動資訊安全及個人資料保護教育訓練，並透過系統權限控管、資料存取審核及內部資料使用規範，降低資料濫用或未授權揭露風險。
供應商	合理工時	若知悉供應商有重大違反勞動法規或人權風險情事，將要求其依當地法令改善，並視改善情形作為後續合作評估之參考。	透過供應商評估或合作溝通，關注供應商是否遵循當地勞動法令，包含薪資給付、工時、加班及休假安排等事項。
	健康與安全	若發生旅客安全、職安或重大服務事故，將要求供應商依當地法令及契約責任辦理通報、處理與改善，並檢討後續合作及風險控管措施。	針對交通、旅宿、地接、餐飲及活動供應商，於合作評估時關注其服務安全、環境衛生、員工健康與安全及緊急應變能力。

針對盡職調查實施之追蹤，本公司每年針對減緩及補救措施的有效性進行檢查，並向高階管理階層呈報結果，本公司已建置完善的申訴機制與管道供員工、供應商及其他利害關係人檢舉非法、違反人權之行為。

員工申訴窗口:申訴電話 02-77250800#1618 與電子信箱 echrm@ezfly.com

供應商申訴窗口:申訴電話 02-7725-0800 #1681 與電子信箱 whistleblower@ezfly.com

7.1.1 人權保障

易飛網堅信，捍衛並推進人權價值，是企業穩健跨越四分之一世紀、邁向長遠經營的核心根基。我們落實「誠信立站，貼心服務」的品牌初衷，將關懷範圍全面覆蓋至全體同仁、供應鏈夥伴、顧客、商業盟友，以及營運足跡所及的社區與在地原住民族群，確保其尊嚴與基本權利得到完整保障。

國際人權準則之承諾與實踐原則

本公司除了恪遵國內各項勞動與性平法令，更主動對接國際人權治理趨勢，將《聯合國世界人權宣言》、《國際人權兩公約》、《國際勞工組織工作基本原則與權利宣言》及聯合國《企業與人權指導原則》等國際綱領正式納入內部管理方針。我們以此作為人權治理之核心依據，全面貫徹「保護、尊重、救濟」三大核心內涵，積極營造多元且友善的職場環境，致力在企業生態圈中建構公平、安全且具備高度尊嚴的成長環境，並同時推動各項具體保障承諾：

- **杜絕不當侵害行為：**對於職場性騷擾、任用童工、強迫勞動以及任何形式的歧視與偏見，採取絕對零容忍態度。
- **營造多元共融文化：**充分尊重不同性別、年齡、宗教、族群及身心障礙同仁的差異性，消除潛在偏見，形塑包容職場。
- **貫徹任用機會均等：**從招募甄選、聘僱任用、薪酬福利、教育訓練、升遷考核到離職管理等所有職涯發展階段，均維持客觀公正之評估程序，保障同仁享有平等的發展空間。
- **捍衛集體協商權益：**尊重同仁依法自由結社與集體協商之權利，確保組織內部擁有民主提案、參與核心決策與理性表達訴求之暢通平台。
- **維護正當救濟渠道：**架設高度保密且簡明便捷的投訴反饋機制，以公正程序妥善處置人權相關通報，並課予更高要求的誠信自律，承諾對吹哨者提供完善保護、嚴防惡意報復。

供應鏈人權治理

本公司亦將人權監督責任延伸至外部價值鏈，要求所有商業合作夥伴及各階供應商，共同遵循本公司所支持之國際人權指引與環境倫理標準。我們透過系統性的風險評估、契約條款約束、定期合規稽核及持續性的宣導輔導，攜手合作夥伴共同發揮低碳轉型與社會責任之正向影響力，建構具備永續韌性的共榮生態系。

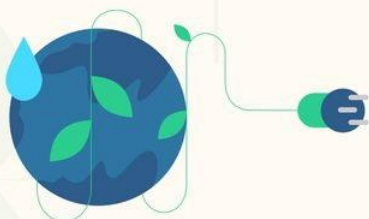
開放透明的雙向溝通文化

為凝聚全員共識並形塑良性互動體制，易飛網致力推動透明化、制度化的資訊共享與對話機制：

- **定期全員大會：**每月召開 1 次全體員工會議，由高階管理階層即時對內發佈公司重大營運策略、內部規章制度變革及永續推動進展，確保資訊公開透明。
- **跨部門協作反饋：**透過不定期跨部門溝通會議，由各單位經理人系統性收集並彙整第一線同仁之工作反饋與合理期望，向管理階層進行報告審議；會議決議與配套改善方案則透過主管逐層向下完整布達，發揮高效率之橫向協調能效。

未來展望與持續精進

展望未來，易飛網將結合數位科技優勢，持續推動內外部人權防護倡議。透過常態性的法規宣導、專題教育訓練、精進內部內控監理制度以及持續性的滾動式修正，深化全員與商業夥伴的遵法意識與環境永續社會責任意識。我們將持續攜手各方利害關係人，在環境、社會及治理（ESG）面向開創全新價值，穩健邁向具備責任感與前瞻性的智慧旅遊領導品牌。



7.1.2 性別平等

本公司依循《性別平等工作法》及《工作場所性騷擾防治辦法》等相關法令規範，致力於建立公平、尊重且免於歧視與性騷擾之友善職場環境。公司重視員工於工作場所中之平等權益，並透過相關申訴與處理機制，保障員工在面對性別歧視、性騷擾或其他不當對待時，能有適當管道反映並獲得妥善處理。

本公司持續透過內部宣導及教育訓練，提升員工對性別平等、職場尊重及防治性騷擾議題之認知，並要求各級主管於日常管理中落實公平對待原則，確保員工不因性別、年齡、婚姻、家庭照顧責任或其他個人身分而遭受差別待遇，持續營造多元、平等與包容之職場文化。



7.2 多元化員工

7.2.1 員工結構

截至民國 2025 年 12 月 31 日止，本公司員工總數為 203 人。整體性別比例分布均衡，展現本公司於人才招募、任用及留任過程中，持續落實「平等對待、制度透明及多元共融」之管理原則。

在區域分布方面，臺灣地區員工計 193 人，外籍員工計 10 人，其中需申請工作簽證者占整體員工比例約 1.48%。依聘用型態區分，本公司員工以一般全職聘僱為主，另有部分為兼職人員，無臨時員工及無時數保證員工。

本公司持續優化人力資源管理機制，致力營造尊重多元、鼓勵成長之工作環境，並積極推動多元與包容之企業文化，以強化組織韌性並提升永續發展之競爭力。

在職場多元化與平等方面，本公司持續推動多元、平等與包容之職場文化，並關注女性員工及女性管理職之發展情形。2025 年度女性職員占全體員工比率為 77%，女性高階主管占高階主管總數比率為 45%。本公司將持續透過公平之招募、培訓、考核與晉升制度，提升多元人才發展機會，營造友善且包容之職場環境。

員工類型分佈

年份	國籍	性別	勞雇類型					員工總數
			一般聘僱員工	臨時員工 (約聘員工)	無時數保證員工	全職員工	兼職員工	
2025	台灣	男	45	0	0	45	0	45
		女	148	0	0	141	7	148
	越南 / 馬來西亞 / 印尼	男	1	0	0	1	0	1
		女	9	0	0	9	0	9
	總計		203	0	0	196	7	203
2024	台灣	男	48	0	0	48	0	48
		女	136	0	0	133	3	136
	越南 / 馬來西亞 / 印尼	男	1	0	0	1	0	1
		女	5	0	0	5	0	5
	總計		190	0	0	187	3	190

註：

「一般聘僱員工」：指正式勞動契約聘僱的員工。

「臨時員工（約聘員工）」的定義：臨時性、短期性或專案性需求聘僱的員工。

「無時數保證員工」：指未保證每週或每月最低工作時數的員工，多以臨時性或彈性排班方式提供勞務，薪資按實際工作時數計算。

「全職員工」：指簽訂正式的勞動契約，具有明確責任與薪酬福利之員工。

「兼職員工」：指以小時工形式計薪之員工，薪資依實際工作時數支付。

員工多元性

員工類別	男性 人數	男性 比例	女性 人數	女性 比例	總人數	多元群體 人數	多元群體 比例
高階管理階層	6	55%	5	45%	11	0	0
非高階管理階層	12	19%	51	81%	63	6	10%
技術員工	8	62%	5	38%	13	1	8%
所有其他員工	20	17%	96	83%	116	9	8%
合計	46	23%	157	77%	203	16	8%
註：本公司之多元群體包含:外籍員工、原住民。							

非員工組成

2024 年度本公司計有 2 名非員工工作者，2025 年度則為 0 人，較前一年度減少 2 人。2025 年度辦公場所之保全、環境清潔等服務均由大樓管理委員會統籌提供，相關服務人員非由本公司直接聘僱、指派或管理，故不納入本公司非員工工作者統計。

截至 2025 年 12 月 31 日止，本公司各類委外人力之分布情形如下：

非員工類型分佈

年度	類型	國籍	
		台灣	
		男	女
2025	承包商	0	0
	人力派遣	0	0
	總數	0	0
2024	承包商	0	2
	人力派遣	0	0
	總數	0	2

7.3 人才吸引與留任

本公司重視員工薪酬制度與人才留任之連結，透過固定薪資、津貼、績效獎金及員工酬勞等多元獎酬設計，提升員工投入與留任意願。高階經理人及員工之薪酬，係綜合考量職務責任、個人績效表現、市場薪資水準及公司整體營運成果訂定，以確保薪酬制度兼具公平性、競爭力及激勵效果。

人才招募策略

- ✓ 透過人力銀行、社群平台、校園徵才、內部推薦與獵才管道進行精準招募
- ✓ 與產學機構合作，培育符合產業需求之實務型人才
- ✓ 建立雇主品牌形象，強調職場文化、成長機會與員工關懷
- ✓ 採行公平公開之甄選流程，確保人才選拔的多元與公正

員工留任與發展支持

- ✓ 建立具市場競爭力之薪酬結構與多元獎酬制度
- ✓ 推行全面性培訓發展計畫，協助員工強化職能與拓展職涯
- ✓ 落實工作與生活平衡政策，包含彈性上班時間、身心健康關懷與育嬰假制度
- ✓ 定期辦理員工關懷活動與溝通平台，強化內部凝聚力與參與感
- ✓ 建立完善升遷與職涯路徑制度，提供員工清晰的成長方向與動力

為衡量人才吸引與留任成效，本公司定期追蹤新進員工與離職員工之相關指標。本公司職員流動情形，2025 年員工新進率為 55.17%，員工離職率則為 49.75%。

7.3.1 新進與離職率

本公司由人力資源單位依內部人力資料，定期彙整並檢視員工新進與離職情形，並以主要營運據點（台灣）之全體員工為統計範圍，掌握人力流動趨勢及留任狀況，作為年度人力規劃、招募策略及人才留任措施優化之重要依據。

2025 年新進員工人數

年份	性別	勞雇類型						新 進 員 工數	新 進 員 工率
		全職員工			兼職員工				
		30 歲以 下	31-50 歲	51 歲以 上	30 歲以 下	31-50 歲	51 歲以 上		
2024	女	45	39	6	0	0	0	90	46.63%
	男	13	25	3	0	0	0	41	21.24%
	總數	58	64	9	0	0	0	131	67.88%
2025	女	31	35	4	10	1	1	82	40.39%
	男	6	18	3	3	0	0	30	14.78%
	總數	37	53	7	13	1	1	112	55.17%

2025 年離職員工人數

年份	性別	勞雇類型						離職員工數	離職員工率
		全職員工			兼職員工				
		30歲以下	31-50歲	51歲以上	30歲以下	31-50歲	51歲以上		
2024	女	37	32	8	0	0	0	77	39.90%
	男	45	39	6	0	0	0	90	46.63%
	總數	82	71	14	0	0	0	167	86.53%
2025	女	25	29	4	7	1	1	67	33.00%
	男	9	20	2	3	0	0	34	16.75%
	總數	34	49	6	10	1	1	101	49.75%

註:有部分員工因集團內部轉調，未呈現於新進/離職統計中。

人力流動分析

2025 年度員工新進率為 55.17%，較 2024 年度 67.88% 下降 12.71 個百分點；員工離職率為 49.75%，亦較 2024 年度 86.53% 下降 36.78 個百分點，顯示本年度人員流動情形已有所趨緩。員工離職原因主要與個人生涯規劃、職涯發展選擇及工作安排等因素有關。面對數位服務產業人才競爭加劇的市場環境，本公司將持續優化工作環境、提升員工體驗並完善薪酬福利與人才發展制度，以強化員工認同感及留任意願，逐步提升組織人力穩定性。

多元招募管道

本公司採取多元化招募策略，以擴大人才來源並提升招募效率：

- 外部徵才與品牌經營：透過 104 人力銀行等求職平台公開招募職缺，並持續強化雇主品牌形象，以吸引具潛力之人才加入



- 內部推薦機制：鼓勵員工透過內部推薦機制引進優秀人才，提升招募品質並加速人力補充效率
- 資訊公開透明：所有職缺資訊同步對外公告，確保求職機會公開透明

員工投入百分比

本公司 2025 年度尚未辦理全體員工投入度調查，現階段公司主要透過員工申訴管道、主管與員工溝通及日常意見回饋等方式，了解員工需求與工作情形。未來將視管理需求評估建立制度化員工意見調查機制，以逐步掌握員工投入程度，並作為工作環境及人力資源管理措施改善之參考。

7.3.2 培訓與發展

本公司依據員工職級、職能需求及未來發展規劃，推動以下三大類型之培訓計畫：

1. 新進人員訓練：

定期辦理新進人員導入訓練，協助新員工迅速了解並融入本公司文化與組織運作。課程內容涵蓋公司沿革、組織架構、經營理念、未來展望、工作規則、管理制度、勞動法令及職場倫理等。

2. 各部門在職訓練：

由各單位依職務需求及發展目標，規劃管理發展、專業技術深化、種子講師培育、共通技能（如溝通、團隊合作、問題解決）及專案型課程等，持續提升員工專業能力與綜合素質。

3. 外部訓練資源：

員工依業務需求或法規要求，參加國內外專業機構、學校或培訓機構之課程，如專業認證、進修課程及國際研討會，擴展國際視野與專業知識。

2025 年度，本公司員工總受訓時數為 154 小時，持續致力於提升培訓覆蓋率及學習成效。

員工受訓統計表-依性別

性別	受訓總人時	員工總人次	平均受訓時數
男性	71	46	1.54 小時／人
女性	83	157	0.53 小時／人
合計	154	203	0.76 小時／人

員工受訓統計表-依類型

員工類型	男性		女性		合計		
	受訓人次	受訓時數	受訓人次	受訓時數	參訓人次	受訓時數	平均受訓時數
高階主管	17	3	11	15	28	18	1.64 小時／人
中階主管	18	28	22	28	40	56	0.81 小時／人
一般人員	101	40	217	40	318	80	0.65 小時／人

2025 年度員工教育訓練課程類別

項次	課程名稱	開課次數	受訓總人次
1	專業訓練	2	15
2	產品訓練	4	79
3	新人訓練	11	107
4	職安衛訓練	1	185
合計		18	386

為強化員工技能、促進職涯發展及因應組織未來變革，本公司推行多項發展支援措施：

- ✓ 職能基準設計與能力盤點：明確定義各職位必備之專業技能與行為指標，作為培訓規劃及職涯發展依據。
- ✓ 內部輪調與跨職能學習：鼓勵跨部門職務輪調，拓展多元技能，增強組織內部的人才流動與彈性。
- ✓ 中高齡與第二職涯支持：設計適合中高齡員工之轉任或技能再培訓方案，協助延續職涯生命週期。
- ✓ 學習平台建置：提供線上自主學習資源，強化員工自我成長動能，建立持續學習文化。

績效管理與職涯發展評估

為確保人才培育與組織發展目標一致，本公司建置完整的績效管理與職涯發展機制，具體措施如下：

- ✓ 定期績效考核制度：每年定期辦理績效評核，依據員工工作成果、行為表現及成長潛力進行綜合評價。
- ✓ 績效結果應用：考核結果作為晉升、調薪、獎酬發放、教育訓練需求及職涯發展規劃之重要依據。
- ✓ 雙向溝通機制：透過定期主管與員工一對一面談，了解個人發展需求、職涯規劃意向及培訓資源安排。

7.4 員工福利制度

7.4.1 員工福利

本公司秉持以人為本的經營理念，致力於為員工提供全方位的福利措施與支持系統，創造友善且溫暖的職場環境，主要福利項目如下：

基本保障

- 員工於到職當日即依法加保勞工保險及全民健康保險，確保基本勞動權益與醫療保障。
- 提供員工團體保險，擴大保障範圍，降低個人醫療及意外風險。

獎酬制度

- 依本公司營運績效及個人表現發放績效獎金、年終獎金及員工分紅，與公司共享經營成果。
- 設有員工推薦公司商品之推薦獎金制度，鼓勵內部推廣與認同。

休閒活動與福利支持

- 支持各式社團活動，促進員工間交流與身心健康。
- 提供員工旅遊優惠，定期舉辦春酒及抽獎活動、不定期安排員工聚餐，增進團隊凝聚力。
- 發放三節禮金（勞動節、端午節及中秋節）、員工生日禮金，表達節慶關懷。
- 提供生育補助、住院慰問、婚喪喜慶及其他各項福利補助金。
- 傷病及急難救助機制，依個案情形酌情給予津貼與支援。
- 不定期安排免費員工按摩舒壓服務，關注員工身心健康。

友善婚育措施

本公司持續推動上述各項福利措施，2025 年共發出一筆生育補助，共 500 元。

福利組織

- 成立職工福利委員會，負責統籌規劃與執行各項員工福利事項。

此外，本公司支持員工平衡工作與生活，若依據需求及相關法令，員工可申請育嬰留職停薪，並依規定返職，持續保障員工家庭生活與職涯發展。

7.4.2 退休制度

本公司依法建置完善之退休金制度，以保障員工退休後之生活品質與經濟安全，相關措施如下：

- 依據《勞動基準法》規定訂定員工退休辦法，明確規範服務年資計算方式及退休給付標準。
- 因應《勞工退休金條例》於民國 94 年（2005 年）7 月 1 日施行，本公司採行確定提撥制（Defined Contribution Plan）。
- 制度轉換後，員工得依個人意願選擇：
 - (1)繼續適用《勞動基準法》之舊制退休金制度，並保留既有年資；
 - (2)轉換適用《勞工退休金條例》之新制，由公司按月提撥退休金至個人專戶。
- 對於選擇新制之員工，本公司依法按月提撥不低於其月薪資 6%之退休金至勞工退休金個人專戶，以強

化其退休保障。

- 本公司每年均依相關法令辦理退休金提撥及會計認列，持續履行對員工之退休給付責任。

7.5 員工溝通與協調

7.5.1 員工溝通管道

為落實人權保障、深化誠信經營，並建立具備心理安全感的職場環境，易飛網制定了《員工意見申訴及處理準則》、《性平事件申訴與懲戒辦法》及《員工申訴辦法》，提供員工明確的投訴管道與程序。

當同仁人權、職場安全衛生或性別平等權益受到侵害，或發現任何不誠實、舞弊或違反誠信經營之不法行為時，均可透過以下獨立管道提出具名或匿名之申訴：

- 員工關係溝通專線：(02)7725-0800 分機 1619
- 誠信經營與舉報信箱：whistleblower@ezfly.com

為確保申訴機制之有效性與公正性，本公司採取最高規格的保密與防範報復措施：

- 絕對保密原則：專責受理單位對於檢舉人/申訴人之身份、通報內容及調查過程之所有相關文件與涉入人員，皆承諾嚴格保密，未經授權絕不對外洩漏。

7.5.3 團體協約

本公司目前未設立工會，亦未與員工簽訂團體協約。截至 2025 年 12 月 31 日止，本公司受團體協約涵蓋之員工比例為 0%。雖目前尚無團體協約適用情形，惟本公司仍充分尊重並保障員工依法享有之結社自由及集體協商權利。

針對未受團體協約涵蓋之員工，本公司並非依其他團體協約決定其工作條件與僱用條款，而係依據《勞動基準法》、本公司《工作規則》及相關內部管理規範辦理，內容涵蓋工時、休假、薪酬、福利、職場安全及其他勞動條件，以確保員工基本權益受到保障。

為強化員工意見表達並促進勞資關係和諧，本公司建置多元溝通機制，包括定期召開勞資會議、舉辦主管與員工座談會，以及設置員工意見反映管道，積極蒐集員工意見並即時回應相關需求，妥善處理各項勞資議題。此外，本公司勞資會議之運作依循《勞資會議實施辦法》相關規定辦理，會議中就工作條件、員工福利及職場安全等議題進行充分溝通與協調，致力營造尊重、開放且具信任基礎之職場環境。未來，本公司將持續秉持公平對待與良性溝通原則，強化勞資雙方互動關係，保障員工基本權益，並共同推動企業永續發展。

7.6 職業安全衛生

本公司將員工之健康與安全視為企業營運之基本責任，致力於建構安全、健康且具完善保障之工作環境。易飛網全面遵循《職業安全衛生法》、《性別工作平等法》、《工作場所性騷擾防治辦法》及相關勞動安全衛生法規，並參考國際職業安全衛生管理標準，建立系統化之安全衛生政策與管理機制，持續推動各項職安衛措施，以預防職業災害並確保員工身心健康與工作安全。

本公司主要推動之職場安全與人身安全保障措施如下：

- 定期辦理安全衛生教育訓練及防火演練，提升員工風險意識與緊急應變能力。
- 執行職業災害風險評估與管理，並針對潛在高風險情境訂定作業指引與應變程序。
- 建置多項安全防護設施。
- 每年配合辦公大樓辦理消防安全檢查，並於辦公區域配置完善之消防設備與清楚標示之逃生動線。
- 定期進行飲水設備保養（每三個月一次），確保員工飲用水品質與衛生安全。
- 積極推動員工健康促進措施，包括健康檢查、心理健康支持及職場健康相關宣導活動。

此外，本公司依據「性別工作平等法」及「工作場所性騷擾防治辦法」之規範，致力於營造無性騷擾之友善職場環境，並設置申訴與處理機制，確保員工於公平、尊重與具尊嚴之環境中工作。

員工參與與溝通

本公司重視員工於職場安全管理之參與，透過安全委員會運作、定期會議及多元意見回饋機制，鼓勵員工主動反映潛在風險與提出改善建議，以強化職場安全管理之完整性與即時性。

成效與展望

2025 年度本公司職業災害件數為 2 件，各項職業安全衛生指標維持穩定表現。未來，本公司將持續精進職業安全衛生管理系統，逐步導入智慧化管理工具及預防性風險評估機制，深化整體安全文化，朝「零災害」之目標邁進，確保員工於安全無虞之環境中工作，並持續推動企業永續發展。

職災統計與改善措施

2025 年度本公司職業災害件數為 2 件，職災人數為 2 人，占員工總人數比率為 0.99%。針對已發生之職災事件，本公司已依事件性質進行原因檢討，並採取相應改善措施，以降低類似事件再次發生之可能性。

後續本公司將持續透過加強教育訓練、改善作業流程、增修安全設施及定期辦理風險評估等方式，強化職災預防與改善管理，持續提升職場安全管理成效，朝降低職業災害風險之目標邁進。

職安衛驗證情形

截至年報刊印日止，本公司尚未取得職業安全衛生相關驗證，故無相關驗證範圍及涵蓋情形之適用說明。惟本公司仍持續依循相關法令及內部管理規範，推動職業安全衛生管理措施，並將持續評估未來導入職安衛相關管理制度或驗證之可行性，以提升職場安全衛生管理品質。



8.社會回饋



8.社會回饋

8.1 社會參與

社區參與與公益行動

易飛網重視企業與社區之共好關係，並將社區參與視為落實企業社會責任與永續經營之重要面向。本公司所稱社區，係以主要營運所在地台北市中正區為核心，並延伸至本公司透過公益合作、文化交流及旅遊服務所觸及之地方社群。透過本業資源、公益贊助、文化交流及環境倡議等方式，本公司持續評估與回應社區於教育資源、文化交流、環境永續及地方發展等面向之風險與機會。

本公司持續結合旅遊本業推動社會共融與公益關懷，並將企業資源投入無障礙旅遊、偏鄉教育、災害援助、地方文化及自然保育等多元議題，期望透過具體行動回應社會需求，擴大企業正向影響力。

在旅遊平權方面，2025 年度易飛網攜手華信航空共同推動「0 元飛行，華信有心」公益計畫，並參與「愛心同行專案」之規劃與執行，針對身心障礙族群及其家庭推出兼具品質與溫度之無障礙旅遊服務。由本公司協助設計「機加酒」無障礙套票，整合交通、住宿與接駁服務，內容涵蓋機票、住宿、地勤協助、輪椅及輔具託運、無障礙飯店入住，以及無障礙接駁等安排，致力打造更貼心、安全且友善之旅遊體驗，協助旅客跨越身體與環境限制，實踐旅遊平權與社會共融。本公司認為，旅遊服務不僅在於行程安排，更可透過產品設計與跨界合作，將企業社會責任轉化為具體行動，使旅遊成為傳遞關懷、促進包容及創造社會正向影響的重要媒介。

除推動無障礙旅遊外，本公司亦長期關注偏鄉教育與弱勢兒少照顧議題，持續以實際行動支持教育資源較為不足地區之兒少學習與陪伴。2025 年度，本公司累積捐贈「宜蘭縣原住民房角石兒少文教協會」新台幣 160,000 元，協助其陪讀班之日常運作，支持偏鄉兒少於課後獲得穩定陪伴、學習輔導與生活關懷，期望透過長期資源挹注，降低教育資源落差，陪伴兒少穩定成長。同時，面對台灣地區風災及淹水事件對部分民眾生活造成影響，本公司亦秉持社會關懷精神，捐贈新台幣 50,000 元予「中華五顯慈善功德會」，協助災後救助、物資支援及相關關懷行動之推動。

在地方文化與在地觀光推廣方面，本公司支持高雄市客家文化活動之推廣。2025 年度高雄客家婚禮於高雄市新客家文化園區舉辦，活動結合客家傳統婚俗、八音樂聲、油紙傘、帶路雞、上燈、插頭花及食新人茶等儀節，展現客家文化中對婚姻、家族連結與祝福傳承之重視。活動現場亦規劃音樂會、市集、客家美食及親子體驗，並融合原住民、新住民等多元藝文演出，促進民眾對地方文化與多元族群交流之認識。為支持活動推廣並鼓勵新人透過旅遊感受地方文化與生活體驗，本公司於該活動中贈送雙人「桃園—九州」來回機票作為新人摸彩禮品，期望透過旅遊資源之投入，為地方文化活動增添參與誘因，並將企業本業與社會參與相結合。

此外，本公司亦關注自然保育與環境永續議題。2025 年度，本公司參與 TIGER RUN 山海聲浪路跑活動，並於活動現場舉辦之「財團法人自然保育與環境資訊基金會」公益競標中，以新台幣 50,000 元標得公益商品，支持自然保育、環境教育及生態保護相關工作之推動。透過參與具公益性與環境意涵之活動，本公司期望將企業資源轉化為對環境友善行動之支持，並回應社會對自然生態保護與永續發展之期待。



2025 年度社區參與措施及成效：

社區議題／機會	採行措施	2025 年實施成效
弱勢兒少教育資源與國際視野不足	贊助宜蘭縣原住民「房角石兒少文教協會」，支持其兒少課後照顧與教育計畫。	投入公益贊助金額 160,000 元 ，協助改善弱勢學童學習環境並拓展國際視野。
社會救助與災後重建支援	透過捐贈方式，支持「中華五顯慈善功德會」推動社會慈善工作與救助服務。	投入公益捐贈金額 50,000 元 ，用於支持社會救助需求及受災地區（如風災淹水）之民生物資援助。
自然保育與生態環境教育	參與「TIGER RUN」公益活動，透過標購公益商品支持環境資訊推廣。	投入公益金額 50,000 元 ，支持「財團法人自然保育與環境資訊基金會」推動環境保育及資訊傳遞。

未來，易飛網將持續發揮旅遊服務平台之角色，結合公益關懷、偏鄉教育、災害援助、地方文化、自然保育及多元共融等面向，推動更具社會價值與永續意義之旅遊服務，落實企業社會責任並擴大正向影響力。

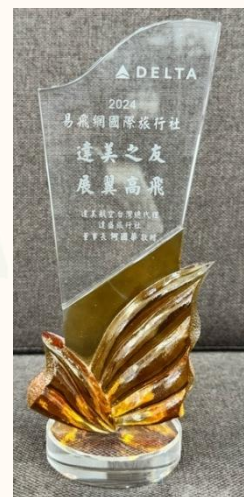


8.2 獲獎與榮譽

為彰顯易飛網於旅遊服務領域之卓越表現與永續經營理念，本公司持續積極參與各項產業評比與認證活動，並榮獲多項殊榮，進一步提升品牌公信力與市場競爭力。這些肯定不僅展現易飛網在服務創新、營運效率及顧客體驗優化方面的持續努力，也反映市場及利害關係人對本公司整體經營成果之高度認同。

近年來，易飛網獲得以下主要獎項及表揚：

- 2024 年，榮獲泰國觀光局頒發之「100 萬送客績優廠商」獎牌。
- 2024 年，獲得中華航空頒發之「Emerald Award」獎牌。
- 2024 年，獲得獅航集團頒發之「貢獻殊偉」獎牌。
- 2024 年，獲得台灣虎航頒發之「五百萬美金獎」獎牌。
- 2024 年，獲得華信航空頒發之「兩百萬美金績優業者」獎牌。
- 2024 年，獲得日本航空頒發之「業績斐然」獎牌。
- 2024 年，獲得達美航空頒發之「達美之友，展翅高飛」獎牌。



這些獎項的取得，驗證了易飛網在提升顧客體驗、深化數位轉型、推動永續服務及促進利害關係人價值共創方面的堅定承諾。未來，本公司將持續秉持精進精神，積極參與各類專業評鑑及認證，並以具體行動回應社會各界期待，朝向成為最受信賴之數位旅遊服務品牌邁進。

9.附錄



9.附錄

9.1 GRI Standards

使用聲明：易飛網揭露 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間的內容

使用的 GRI 1：基礎 2021，並於公告前經提報董事會討論決議通過。

揭露項目標題		報告內容或說明	頁碼
GRI2：一般揭露 2021			
2-1	組織詳細資訊	1.1 公司基本資料	7
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	3
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	3
2-4	資訊重編	關於本報告書	3
2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書	3
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	5.1 易飛網價值鏈	67
2-7	員工	7.2.1 員工結構	115
2-8	非員工的工作者	7.2.1 員工結構	115
2-9	治理結構及組成	1.3.2 董事會成員組織	19
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.3.3 遴選制度	21
2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 易飛網組織架構	15
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	6.1 永續政策與目標	74
2-13	衝擊管理負責人	6.1 永續政策與目標	74
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	6.1 永續政策與目標	74
2-15	利益衝突	1.3.4 利益衝突迴避	21
2-16	溝通關鍵重大事件	4.2 利害關係人溝通	56
2-17	最高治理單位的群體智識	1.3.5 董事會進修情形	22
2-18	最高治理單位的績效評估	1.3.6 董事會績效評估	24
2-19	薪酬政策	1.4.2 薪資報酬委員會	27
2-20	薪酬決定流程	1.4.2 薪資報酬委員會	27
2-21	年度總薪酬比例	1.4.2 薪資報酬委員會	28
2-22	永續發展策略的聲明	6.1 永續政策與目標	74
2-23	政策承諾	2.1 誠信政策 6.1 永續政策與目標 7.1 人權政策	31、 74、 110
2-24	納入政策承諾	2.1 誠信政策 5.3 供應商管理 6.1 永續政策與目標 7.1 人權政策	31、 71、 74、 110
2-25	補救負面衝擊的程序	3.3 資安侵害事件 7.1 人權政策	50、 110
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2.2.2 反競爭行為與商業倫理	36
2-27	法規遵循	2.2.1 法規遵循	35
2-28	公協會的會員資格	1.2.3 公協會的參與	18
2-29	利害關係人議合方針	4.2 利害關係人溝通	56
2-30	團體協約	7.5.3 團體協約	122
GRI 200：經濟面			
201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	6.3.1 氣候變遷治理	77

205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	2.2.3 反貪腐	37
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.2.3 反貪腐	37
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2.3 反貪腐	37
206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	2.2.2 反競爭行為與商業倫理	36
GRI 300：環境面			
308-1	使用環境標準篩選新供應商	5.3 供應商管理	71
308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	5.3 供應商管理	71
GRI 400：社會面			
401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	7.2.1 員工結構	115
401-3	育嬰假	7.1.2 性別平等	114
403-1	職業安全衛生管理系統	7.6 職業安全衛生	122
403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	7.6 職業安全衛生	122
403-3	職業健康服務	7.6 職業安全衛生	122
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	7.6 職業安全衛生	122
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	7.6 職業安全衛生	122
403-6	工作者健康促進	7.6 職業安全衛生	122
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	7.3.2 培訓與發展	119
405-1	治理單位與員工的多元化	7.2.1 員工結構	115
405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	7.1.2 性別平等	114
414-1	使用社會標準篩選新供應商	5.3 供應商管理	71
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	5.3 供應商管理	71
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.1.2 產品服務品質	34
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.1.2 產品服務品質	34
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.1.2 產品服務品質	34
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.3 資安侵害事件	50

主題	報告內容或說明	指標編號	章節	頁碼
硬體基礎設施之環境足跡	(1)總能源消耗量、(2)電網電力百分比及 (3)再生百分比	TC-IM-130a.1	6.5.1 能源管理 總能源消耗量:1,162.8514 GJ 電網電力百分比: 87.77 % 再生百分比:0.00%	106
	(1)總取水量，於基線水壓力高或極高區域之百分比；(2)總耗水量，於基線水壓力高或極高區域之百分比	TC-IM-130a.2	6.5.2 水資源管理 總取水量為 0.451 千 M ³ ； 來自基線水壓力高或極高區域之取水量占 0%。 總耗水量為 0.000 千 M ³ ； 位於基線水壓力高或極高區域之耗水量占 0%。	106
	將環境考量整合至資料中心需求之策略規劃之討論	TC-IM-130a.3	6.5.1 能源管理	106
資料隱私、廣告標準與言論自由	與精準廣告及使用者隱私有關之政策及實務之描述	TC-IM-220a.1	3.6 廣告與使用者隱私	53
	其資訊被用於次要目的之使用者人數	TC-IM-220a.2	3.6 廣告與使用者隱私 相關人數:0 人	53
	與使用者隱私相關之法律程序所造成之貨幣性損失總額	TC-IM-220a.3	3.6 廣告與使用者隱私 損失總額:新台幣 1,500 仟元	53
	(1)執法要求使用者資訊之次數、(2)其資訊被要求之使用者人數、(3)導致揭露之百分比	TC-IM-220a.4	3.1 資訊安全政策 執法要求次數：31 次； 涉及使用者人數：32 人； 導致揭露百分比：100%	49
	核心產品或服務受到政府要求之監督、封鎖、內容過濾或審查之國家清單	TC-IM-220a.5	3.1 資訊安全政策 無相關情事發生	49
	政府要求刪除內容之次數，遵循政府要求之百分比	TC-IM-220a.6	3.1 資訊安全政策 政府要求刪除內容次數：0 次；遵循百分比：0%	49
資料安全	(1)資料被侵害數量、(2)係屬個人資料被侵害之百分比、(3)受影響之使用者人數	TC-IM-230a.1	3.3 資安侵害事件 本公司辨認之資料侵害事件共 2 件，均屬個人資料侵害事件，受影響使用者合計未達 100 人。	50

主題	報告內容或說明	指標編號	章節	頁碼
	辨認及因應資料安全風險之作法（包括第三方網路安全標準之使用）之描述	TC-IM-230a.2	3.1 資訊安全政策	49
員工招募、共融與績效	需要工作簽證之員工百分比	TC-IM-330a.1	7.2.1 員工結構 需要工作簽證之員工百分比： 1.48%	115
	員工投入百分比	TC-IM-330a.2	報導年度內未統計	—
	(a)高階管理階層、(b)非高階管理階層、(c)技術員工及(d)所有其他員工之(1)性別及(2)多元群體之代表性之百分比	TC-IM-330a.3	7.2.1 員工結構 詳員工多元性表格	115
智慧財產權保護與競爭行為	與反競爭行為法規相關之法律程序所造成之貨幣性損失總額	TC-IM-520a.1	2.2.2 反競爭行為與商業倫理 損失總額:新台幣 0 元	36

活動指標	性質	類別	指標編號	章節	頁碼
個體定義之使用者活動之衡量	量化	見註	TC-IM-000.A	3.4 資料儲存量與處理能力 平台服務使用量: 56,310,000 次	52
(1)資料處理能力，(2)外包百分比	量化	見註	TC-IM-000.B	3.4 資料儲存量與處理能力 資料處理能力：1024 vCPU／10 機櫃／4 運算單位； 外包百分比：0%	52
(1)資料儲存量，(2)外包百分比	量化	千兆位元組，百分比 (%)	TC-IM-000.C	3.4 資料儲存量與處理能力 資料儲存量：0.04955 PB； 外包百分比: 0%	52



9.3TCFD 準則

面向	TCFD 建議揭露項目	章節	頁數
治理	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	6.3.1 氣候變遷治理	77
	描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。	6.3.1 氣候變遷治理	77
	描述氣候績效是否與薪酬制度連結。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
策略	描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	6.3.2 氣候變遷策略	81
	描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	6.3.2 氣候變遷策略	81
	描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括 2°C 或更嚴苛的情境）。	6.3.2 氣候變遷策略	81
	描述氣候風險與機會對資本配置之影響。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
	說明是否使用內部碳定價及其適用方式。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
風險管理	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	6.3.3 氣候變遷風險管理	96
	描述組織在氣候相關風險的管理流程。	6.3.3 氣候變遷風險管理	96
	描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。	6.3.3 氣候變遷風險管理	96
指標和目標	揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
	揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3（如適用）溫室氣體排放和相關風險。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
	描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100

9.4 上市櫃氣候相關索引

項目	執行情形	頁碼
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	6.3.1 氣候變遷治理	77
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	6.3.2 氣候變遷策略	81
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	6.3.2 氣候變遷策略	81
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	6.3.3 氣候變遷風險管理	96
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	6.3.2 氣候變遷策略	81
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	6.3.4 氣候風險指標與目標	100
8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	6.4.2 減碳目標	103
9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫(另填於 1-1 及 1-2)。	6.4.2 減碳目標	103



ezfly 易飛旅遊