



LION TRAVEL  
雄獅旅遊

2024

雄獅旅遊  
永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT



# 目錄 CONTENTS

1.1 企業特色	5	6.1 供應商現況及管理	53	11.1 促進地方發展	84
1.2 董事長及永續長的期勉	7	6.2 永續供應鏈	54	11.2 全球夥伴 促進永續願景 (SDG 17)	85
				11.3 關懷與服務 (SDG3、SDG10)	87
				11.4 社會回饋與參與	89
		7.1 數位化管理	56		
2.1 基本資料	10	7.2 創新突破	57		
2.2 組織架構	15			12.1 短期策略 (1-2 年)	91
				12.2 中長期策略 (3-5 年)	93
		8.1 減「塑」慢「行」	64		
3.1 利害關係人鑑別	28	8.2 環境永續治理	65		
3.2 重大議題管理	31			【附錄一】 GRI 全球永續性報告協會準則	94
				【附錄二】 SASB 永續會計準則	99
		9.1 職場環境安全	68	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	100
4.1 營運績效	39	9.2 人才培育	72	【附錄四】 聯合國全球永續發展目標 (SDGs)	124
4.2 財務分析	39	9.3 人才留任	75	【附錄五】 氣候相關資訊對照表	124
4.3 股利政策	40	9.4 人才發展	76	【附錄六】 永續報告書有限確信報告	126
4.4 未來營業計畫概要及發展策略	40	9.5 員工溝通	77		
4.5 未來總體經濟不確定性之影響	41				
		10.1 提升服務品質	80		
5.1 永續經營	43	10.2 良好客戶關係	80		
5.2 風險管理	44	10.3 標章認證及相關獎項	81		
5.3 資安與個資管理	49				

## 關於本報告書

雄獅旅行社股份有限公司（以下簡稱：雄獅旅行社）以「讓旅行成為改變地球永續發展的影響力」推動環境、社會及公司治理 (ESG) 各面向之永續作為，並以國際準則與國際接軌，致力整合並推動整體產業鏈的永續發展。自 2024 年起，每年發行永續報告書作為與利害關係人正式溝通的管道，揭露永續發展策略、行動方案、成果及未來展望，亦於雄獅旅行社官方網站中「企業永續專區」揭露相關資訊。

### 報告遵循準則

本報告書依據臺灣證券交易所上市公司編製與申報永續報告書作業辦法並依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 發行之準則 2021 年版編撰內容架構，亦參照永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 提出之準則、氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 工作小組提出之準則，以及聯合國全球永續發展目標 (UN Sustainable Development Goals, SDGs) 進行永續報告書之編撰。

### 報告範疇與報告期間 (GRI 2-2、2-4、3-2)

雄獅旅行社依循 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間之內容，惟部份重大事件揭露時間截至 2025 年 2 月 27 日，然為方便了解數據變化部份內容涵蓋往年資訊。

本報告書之財務數據與雄獅旅行社 113 年度合併財務報告的邊界一致。雄獅旅行社母公司主要營運據點位於臺灣，關係企業遍布全球，構建出一個國際化的旅遊生活生態系。為使利害關係人充分了解雄獅旅行社的整體規模，在組織及人員概況（包含：員工人數、性別及年齡分佈）資訊涵蓋關係企業，並區分為臺灣與海外地區，以完整呈現整體樣貌。其餘永續相關資訊僅以雄獅旅行社母公司為主進行揭露。

### 發行資訊

首次出版為 2024 年 6 月發行《2023 年度永續報告書》，本次報告書的出版日期為 2025 年 6 月，下一次報告書的出版日期為 2026 年 6 月。自 2025 年起，每年之報告書發行後，發送電子郵件至 [reportregistration@globalreporting.org](mailto:reportregistration@globalreporting.org) 通報 GRI 使用其準則及使用聲明通報。

### 報告書管理 (GRI 2-5、2-14)

#### • 內部審查

本報告書所揭露之數據、資料，係由本公司各權責單位提供，依照各項作業辦法政策編撰，經永續發展委員會秘書處（永續發展室）彙整、確認，並經提報永續發展委員會及董事會審閱、核定揭露。

#### • 外部確信

本報告書由勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte.) 依確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」執行有限確信，並出具會計師有限確信報告，確信範圍及結論請參考附錄之會計師有限確信報告。」

#### • 數據品質

本報告書中之財務數據由勤業眾信聯合會計師事務所受託查核簽證財務報表規則及審計準則、環境保護面之 ISO14064-1 組織型溫室氣體排放數據經英國標準協會 (BSI) 查證、永續報告書經勤業眾信聯合會計師事務所確信。

#### • 聯絡資訊 (GRI 2-1、2-3)

任何有關本報告書或雄獅永續發展之意見、諮詢或建議，歡迎與我們聯繫。

雄獅旅行社股份有限公司 永續發展室  
總部地址：台北市內湖區石潭路 151 號  
電話：+886 2-8793-2833  
股票代碼：2731



雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 01 理念與願景

LION 雄獅集團

## 1.1 企業特色

雄獅詮釋下的旅行社不只是觀光發展條例、旅行業管理規則規範的業務範圍，歷經四十年營運累積的經驗，歸納出行業的本質如下：

### 旅行業是文化交流產業

旅客從離開熟悉生活常態的「客源地」，到體驗不同食宿遊購行生活感受的「目的地」，就其活動而言，本質上就是一種文化交流，一種多元文化尊重與學習的歷程。帶領臺灣旅客看見世界的美好，也將臺灣美好帶給全世界。

### 旅行業是資訊整合與加值產業

旅行社將全球可用 (Available) 的旅遊元件資訊，透過平台媒合供需。與時俱進的數位團隊、組織習以為常的數位文化，以及全球互連能力的資訊管理系統，就成了產業拓展商機、跨領域合作、數據驅動決策的重要競爭力。

### 旅行業是休閒生活產業

旅遊不但是個人品味的延伸，也是生活嚮往的實踐。巴黎與米蘭探索時尚與精品最前線、北歐小國體驗簡單的幸福感、巴塞隆納與波士頓欣賞現代建築藝術。

### 旅行業是豐富人生的知識密集產業

全球寬廣視野、在地深度體驗。旅遊產品涵蓋全球各城市天文、地理、風俗民情、歷史古蹟、人文藝術、自然景觀、宗教神話以及「食宿遊購行」等深厚知識。數位內容與以意義的標籤知識化。

### 旅行業是重要時刻印記的產業

標記人生里程碑 - 畢旅、壯遊、追星演唱會、跨年；共伴幸福甜蜜時光 - 蜜月旅行、戀愛巴士、親子旅遊；共享專屬榮耀時刻 - 獎勵旅遊；實現人生夢想 - 環遊世界。

### 旅行業是高度依附自然、經濟及政治環境

自然災害與疾病風險，如：颱風、地震、洪水、熱浪、暴風雪、流行性傳染病等；經濟

風險如：匯率貶值、股市崩盤、通貨膨脹等；政治風險包括：簽證核發、區域衝突與恐怖主義、外交抵制等。

### 旅行業是改變地球永續發展的影響力

旅行是實踐永續、促進區域經濟發展、使文化與環境和諧共存的行動。每個景點都承載著歲月流轉的故事、歷史的軌跡與人文的溫度，藉由導遊、領隊及當地解說員的分享，文化得以傳承。而負責任的旅行方式，則能使旅程對地球產生深遠的影響；選擇低碳交通，讓移動更友善環境亦保護了自然生態；入住綠色旅宿，讓每一次的停留都成為守護環境的行動；取用適量的餐點降低廢食，以行動支持糧食永續；在地消費優先，支持當地農業與職人手作，減少碳足跡且促進區域經濟發展，讓當地社區因旅人到訪而商業蓬勃，使經濟發展、社會共融、環境保護相輔相成，負責任的旅行是對地球永續發展的承諾。

雄獅旅行社以不同觀點詮釋旅行產業，雄獅旅行社逐步型塑出以下的企業特色：

### 全產品一站購足

雄獅旅行社提供旅遊元件、半包裝旅遊以及全包裝團體旅遊行程等全產品服務。旅遊元件服務範圍包括：國內外航空機票訂位與開票、國內外訂房、國內外各式票券、證照辦理等項目。多元豐富的半包裝自由行程；全包裝團體旅遊則包含國外旅遊、入境旅遊與國內旅遊的套裝旅遊產品。而團體旅遊可細分為三種類型產品：常規系列團、主題旅遊團以及為顧客量身訂製的客製包團。

### 多元通路擴大市場佔有

雄獅旅行社的銷售通路主要區分為三類型：直售、批售以及企業戶等通路。直售通路再細分直營門市、線上訂購網站與手機 APP 應用程式，以及話務中心 (Call Center) 等服務管道。直售客戶透過線上與線下主題社群經營再購率與忠誠度；批售部門服務線上與線下的旅遊同業；企業顧客再區分提供企業客製包團的企業服務事業，以及服務商務差旅的商務服務事業。

## 數位化

雄獅旅行社重視資訊科技在作業效率提升與自動化服務的應用。所以公司早在 1990 年即引進資訊科技團隊自行打造公司專屬資訊管理系統。2000 年電子商務興起，本公司不但順勢將 ERP 系統 (Enterprise Resource Planning) 轉型為 Web-based 系統，更為日後奠定拓展全球旅遊版圖的重要基石。旅行社從業人員每天處理大量變動資訊，資訊已經成為員工與主管工作的主要原料，而資訊傳遞同步化不但降低資訊傳遞衰減與打破部門之間甚至是國家之間的疆界，而且也破除了資訊擁有者的傲慢。雄獅旅行社除了擁有內部管理的 ERP 系統，以及旅遊業流量最大的 B2C 網站，另外亦建構一個與經銷商 (Agent) 電子化協同運籌平台。除了營運系統，雄獅也建有其他內部的線上學習系統與知識管理系統，幫助縮短新人學習時間並進行企業知識流通。

## 全球化

雄獅旅行社布局臺灣旅遊旅客高造訪率的東北亞 - 日本；未來人口與經濟成長紅利的東南亞 - 泰國，服務兩岸往返的臺商，成立大陸北京、上海、廣州、廈門、香港公司，並成為唯一一家取得大陸出境與赴臺資格的臺灣旅遊業者；以及美、加、紐、澳、歐洲等海外子公司。雄獅期望發揮集團整合的力道，將各國的雄獅旅行社扮演互為 In-Bound/Out-Bound（互為地接社與出團社的角色），在全球華人主要聚集的城市都可以享有雄獅專業、親切的服務，以及更深度的服務體驗。

## 生活產業多角化

雄獅旅行社以旅遊為核心跨入觀光巴士交通事業、保險經紀等多角化經營的休閒生活服務集團。

## Regional Tourism Hub 打造永續旅遊生態系

雄獅旅行社以「Regional Toursim Hub」為核心，透過多元化的旅遊產品和服務，積極推動臺灣永續旅遊發展。從低碳交通、綠色住宿、在地體驗、永續餐飲到負責任的消費，雄獅將永續理念貫穿到旅遊的各個環節。此外，更透過具體的行動，與在地社區、文化團體、商家合作，共同打造永續旅遊生態系。



## 1.2 董事長及永續長的期勉

雄獅旅行社邁入 40 週年，公司啟動接班梯隊計劃永續經營，繼續朝『創新前行、佈局未來』方向前進。

雄獅為國內旅行業永續先驅 - 我們率先於 2024 年取得英國 BSI ISO 14064-1 溫室氣體盤查查證證書、發布《永續報告書》、撰寫 TCFD，並於董事會公司治理架構下成立「永續發展委員會」。在公司永續願景『引領員工、客戶以及供應商，促成永續旅遊成為地球和諧共生的力量』號召下，持續將國際永續旅遊標準融入遊程設計，提供旅客在食、宿、遊、購、行等面向的永續生活體驗。

邊境解封後，雄獅不論在企業經營績效、員工福利措施、創新科技應用，或是在低碳交通、生態、文化等主題旅遊，都繳出亮眼成績單。我們也將透過公司官網永續專區，即時與利害關係人共享公司永續作為與成果。

我們深信，透過永續旅遊商品化，可落實振興旅遊目的地經濟、促進文化交流，以及強化生態保育理念，並萌發旅客責任消費意識。雄獅在「永續發展委員會」策勵與永續長帶領下，將自許為行業永續標竿，引領更多的客戶與供應商促進地球的和諧共生。



圖 1 雄獅旅行社 王文傑 董事長

雄獅旅行社永續發展，接軌國際標準並遵循國家永續戰略，扮演產業永續標竿。

我們於 2024 年自主導入 GTS(Green Travel Seal) 管理系統。這是一套系統化的管理制度，取得 GTS 標章必須符合全球永續旅遊委員會 (Global Sustainable Tourism Council, GSTC) 制訂的永續準則。GTS 規範公司從行程設計到供應商管理，符合經濟發展與環境、社會、文化之間的平衡。

移動交通，是遊程中排碳佔比最高的旅遊元件。我們依循國家永續戰略，致力於推動「綠色旅遊」。歷經四年多的努力，雄獅已經是低碳交通 - 鐵道觀光的引領者。從鳴日號、藍皮解憂號、鳴日廚房觀光列車，到鐵道 + 鐵馬的兩鐵列車，以及往返嘉義到阿里山的栩悅號與福森號，還有訴求山海景色的山嵐號與海風號，2024 年我們服務超過 87,000 人次鐵道旅遊，大幅降低遊程中的排碳量。

此外，科技創新應用在無紙化服務，大量減少說明會、提案簡報，以及合約紙本數量，同時提供電子簽名與數位票券服務，降低客戶移動簽名與取件產生的碳排。

雄獅不僅在永續環境面向有所建樹，在社會永續面向，深化與延伸「大人囝仔」樂齡旅遊品牌，成為超高齡社會之樂齡族群走出健康、結識伴遊、學習新知交流平台，同時填補國內旅遊平日的需求缺口。文化面向，則規劃浪漫台三線、六堆客家園區，以及新北、花東、屏東、阿里山等原民部落多元文化體驗。

有了國內永續旅遊深厚基礎，2024 年我們以雄獅永續旅遊政策 "Stay longer、Move slowly、Engage more"，開啟和國際知名品牌無印良品 (MUJI) 跨國永續旅遊聯名合作。我們正擘劃逐步結盟各國更多志同道合的永續夥伴，透過永續旅遊商品化，建構堅實的全球永續旅遊生態系，祈以對地球永續發揮更大影響力。



圖 2 雄獅旅行社  
黃信川 永續長 (董事總經理)



雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 02 關於雄獅旅行社

## 2.1 基本資料

雄獅旅行社股份有限公司，位於臺北市內湖區石潭路 151 號（圖 3），迄今經營已將近四十年，為臺灣最具規模的綜合旅行社。2024 年運營 45 個實體服務據點，包含有分公司、門市及多處海外服務據點（表 2），組織及整體營運與前一年度相比無顯著變化。

隨疫後業務逐次復甦，以旅遊所涵括「食、宿、遊、購、行」等場域拓展，目標朝向旅遊產業國際化、資本化與數位化等發展，主要業務包含：一、接受委託代售國內外海、陸、空運輸事業之客票或代旅客購買國內外客票、託運行李。二、接受旅客委託代辦出、入國境及簽證手續。三、接待國內外觀光旅客並安排旅遊、食宿及導遊。四、以包辦旅遊方式，自行組團，安排旅客國內外觀光旅遊、食宿及提供有關服務。五、委託甲種旅行社業代為招攬前款業務。六、委託乙種旅行社業代為招攬第四款國內團體旅遊業務。七、代理外國旅行社業辦理聯絡、推廣、報價等業務（圖 4）。

1985 年創立的雄獅旅行社以品牌名稱「雄獅旅行社」來服務旅客，希望帶給旅客「正向、積極、熱情服務」的體驗價值。接續推出以美國為旅遊目的地定期旅行團，配合國人出國旅遊風氣盛行，又陸續拓展澳洲、紐西蘭、歐洲、非洲等各國歷史文化與自然景觀旅遊業務。1987 年隨著中華民國政府開放大陸探親，逐漸開始開拓東亞各國的短線市場，並在香港、北京、上海、福州等地點成立服務據點。

並於 1989 年由甲種旅行社升格為「綜合旅行社—證號交觀字第 2016 號」。從 1992 年起，陸續在美國、加拿大、英國、中國大陸、日本、泰國、澳洲、紐西蘭成立公司。2000 年成立旅遊網站，開始線上服務系統，爭取不同客層與客源，嘗試以多元管道來服務更多旅客。

「雄獅旅行社股份有限公司」於 2013 年 9 月 24 日在臺灣證券交易所股票上市，股票代號 2731，帶動公司從資本市場獲得能量，開啟另一波旅遊市場成長波動。也從深耕旅遊服務，蓄積相關旅遊服務能量，並陸續跨足一車輛租賃、宣傳行銷、新創投資、資訊科技公司等方向，朝著雄獅旅行社集團發展。接續開設海內、外營業據點，包括：門市、分公司、複合式人文空間、講堂等。橫跨兩岸三地、歐洲、美洲與澳洲等，遍及數十個國家。公司也由松山民生東路三段、敦化北路的幾個樓層，搬遷至內湖瑞湖街整棟大樓，在考量公司長遠發展規劃，再遷入石潭路現址，來服務海內、外廣大的忠實客戶，員工人數也逐次增長超過兩千人。

除致力於生活產業化運營，近年來更推動綠色、低碳旅遊、永續旅遊，促進地方產業活

化，吸引青年回鄉工作，結合區域旅遊豐富文化，創造在地經濟消費蓬勃。2020 年疫情後強化國內旅遊服務。2020 年 12 月，雄獅旅行社取得鳴日號列車及藍皮解憂號經營權，並於 2023 年分別獲得德國 iF 設計獎，以及服務體驗設計獎。2024 年，雄獅取得以生態為主題的阿里山觀光鐵道列車栩悅號，帶領旅客漫遊跨距 2,000 公尺的阿里山垂直森林景觀，沉浸於自然生態的壯麗變化。同年，迎來臺灣首部以臺灣檜木打造的福森號火車，這座行進間的「移動美術館」以簡約而精緻的服務，展現森林與藝術交融的魅力。此外，雄獅亦取得的以甜點為主題的海風號，行駛於新竹與台中之間，為旅客帶來別具特色的鐵道饗宴。

代表低碳交通的「鐵道樞紐+」觀光模式在雄獅過去五年的服務體驗設計與行銷推廣下，成功串聯觀光列車與全台「Regional Tourism Hub」交匯出特色區域旅遊，繳出亮麗的「鐵道樞紐+在地人文」、「鐵道樞紐+振興地方經濟」、「鐵道樞紐+自然生態」等永續旅遊成績單，並在「永續」的軌道上，雄獅從「行」開始，引領旅人實踐責任消費，讓旅行不僅是探索，更是改變地球的力量（表 1）。



圖 3 雄獅旅行社內湖總公司

表1 公司歷程

年份	歷程
1985	成立「雄獅旅行社」投入旅遊市場。
1987	在香港、北京、上海、福州等地點成立服務據點。
1989	由甲種旅行社升格為綜合旅行社。
1992	在美國、加拿大、英國、中國大陸、日本、泰國、澳洲、紐西蘭成立公司。
1999	成立旅遊網站，開始線上服務系統。
2008	雄獅旅行社集團分為旅行社、租車公司、行銷公司、傳媒公司、資訊公司等方向擴展旅遊相關產業。
2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中華民國品質保障協會 2012 年金質旅遊獎。</li> <li>2. 經濟部頒發 2012 年度第 12 屆金網企業獎。</li> <li>3. 臺灣連鎖加盟協會 2012 年度傑出店長。</li> <li>4. 榮獲《天下雜誌》「2012 金牌服務大賞旅行社類第一名」。</li> <li>5. 榮獲《壹週刊》頒發「服務第壹大獎——旅行社第一名」，同時也是雄獅旅行社連續八年 (2005-2012) 榮獲《壹週刊》服務第壹大獎。</li> </ol>
2013	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 經濟部 2013 年「國家產業創新獎」績優創新企業獎。</li> <li>2. 中華民國品質保障協會 2013 年金質旅遊獎，連續兩年 (2012-2013 年) 獲獎。</li> <li>3. 《Cheers》雜誌 2013 年「新世代最嚮往企業 Top100 調查」第 19 名 (觀光旅遊業第一名)。</li> <li>4. 《天下雜誌》2013 年公佈「臺灣首度服務一千大企業」排名 109 名，為旅行社第 1 名。</li> <li>5. 臺灣連鎖加盟協會 2013 年度傑出店長，連續兩年 (2012-2013) 獲獎。</li> <li>6. 榮獲《天下雜誌》2011-2013 年連續三年「金牌服務大賞旅行社類第一名」。</li> <li>7. 以「雄獅旅行社股份有限公司 Lion Travel Service Co., Ltd」9 月 24 日開始在臺灣證券交易所股票上市，股票代號 2731。</li> </ol>
2016	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 榮獲日本國家旅遊局 (JNTO) 頒發 JAPAN Incentive Travel Awards 獎項。</li> <li>2. 雄獅 (福建) 國際旅行社經大陸國家旅遊局批核取得福建省公民赴臺團體遊資質。</li> <li>3. 寶獅 (上海) 國際旅行社取得上海自貿局「大陸公民出境遊」資質，為唯一在福建自貿區與上海自貿區均取得營運許可的旅遊集團。</li> </ol>
2019	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 榮獲 1111 人力銀行頒發「2019 幸福企業大賞」。</li> <li>2. 榮獲《壹週刊》頒發「服務第壹大獎——旅行社第一名」，同時也是雄獅連續十五年 (2005-2019) 榮獲《壹週刊》服務第壹大獎。</li> <li>3. 榮獲臺北市政府「108 年度田園城市建置成果競賽」企業表揚獎。</li> <li>4. 榮獲臺北市政府頒發「108 年臺北市政府菁業獎」。</li> <li>5. 欣聯航國際旅行社榮獲中華民國旅行業品質保障協會「2019 金質旅遊獎——出境旅遊類之東北亞地區及紐澳大洋洲地區」。</li> </ol>
2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 榮獲《工商時報》2020 年「臺灣服務業大評鑑」之金牌大賞。</li> <li>2. 取得交通部臺鐵局「鳴日號」暨「藍皮解憂號」觀光列車經營權。</li> </ol>
2021	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 關係企業 - 豐趣科技股份有限公司榮獲亞洲企業商會 2021 亞太傑出企業獎 (APEA)。</li> <li>2. 雄獅旅行社配合推廣交通部觀光局 2021「自行車旅遊年」。</li> <li>3. 雄獅旅行社推出《帛琉旅遊泡泡首發團》。</li> <li>4. 關係企業 - 雙獅聯合國際旅行社更名為「旅天下聯合國際旅行社」且成立金門分公司並投資「金犇」品牌。</li> <li>5. 成立金門雄獅國際通運股份有限公司。</li> <li>6. 集團於年底的《2021 觀光經濟論壇》中，闡述雄獅旅行社於「永續旅遊」中所扮演的角色，以貫徹「減碳移動，世界共享」之理念。</li> </ol>

年 份	歷 程
2022	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 雄獅臺鐵攜手鳴日號、兩鐵旅遊列車榮獲中華民國旅行業品質保障協會「2022 金質旅遊行程」。</li> <li>2. 雄獅旅行社轉型升級，推出門市「新型態四代店」鎖定 4 大轉運站，結合科技與未來感翻轉業界。</li> <li>3. 雄獅佈局旅遊科技，投資參與訂房平台 AsiaYo，為旅行者創造深度的旅遊體驗。</li> <li>4. 雄獅集團邁向元宇宙「宙獅計劃」打造 Web 3.0 旅遊生態系。</li> <li>5. 「新創網旅行社股份有限公司」更名為「雙獅聯合國際旅行社」。</li> <li>6. 雄獅旅行社特別於枋寮車站旁 F3 藝術特區打造藍皮夢幻基地「藍皮意象館」。</li> <li>7. 雄獅旅行社取得兩鐵旅遊列車經營權，推動低碳觀光。</li> </ol>
2023	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 雄獅旅行社獨家推出「臺北松山——愛媛松山」對飛包機，促進臺日間觀光與文化交流。</li> <li>2. 鳴日廚房及藍皮解憂號，分別獲得德國 iF 設計獎以服務體驗設計為遊程規劃的重要元素。</li> <li>3. 集團所轄「旅天下聯合國際旅行社(股)公司」於 2023 年 7 月 18 日開始登錄興櫃股票櫃檯買賣，股票代號 6961。</li> <li>4. 雄獅旅行社獲 2023 年第一屆「IT Matters Awards」最佳 IT 雇主獎。</li> <li>5. 辦理風格旅遊節、野奢風旅行——VIP 體驗。</li> <li>6. 雄獅旅行社於「2023 第十一屆國際金旅獎」奪得 4 個國際金旅獎、4 個品優旅選獎。</li> <li>7. 雄獅旅行社於 2023 年 10 月 31 日獲中國回教協會核發「穆斯林友善旅行社認證」。</li> </ol>
2024	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 永續旅遊 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 雄獅旅行社取得福森號、栩悅號、山嵐號、海風號之經營權，推動鐵道觀光。</li> <li>• 雄獅旅行社為日本無印良品 (MUJI) 首度合作的海外旅行社，攜手推出「跟著 MUJI 去旅行！慢活千葉好感生活之旅」。</li> <li>• 榮獲 2024 年第 12 屆國際金質旅遊獎、優獎肯定。</li> </ul> </li> <li>2. 永續合作夥伴 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 獨家受邀環境部循環資源署「旅宿業減塑永續元年」記者會。</li> </ul> </li> <li>3. 永續治理 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「雄獅國際保險經紀公司」提供旅途風險保障，並提升一站式購足的服務體驗。</li> <li>• 臺灣上市櫃旅行社首家完成 ISO 14064-1 組織型溫室氣體盤查，並通過英國標準協會 (BSI) 查證。</li> <li>• 臺灣上市櫃旅行社首家取得 GTS(Green Travel Seal) 綠色旅行標章。</li> <li>• 臺灣上市櫃旅行社首家完成並公開揭露永續報告書。</li> <li>• 榮獲 2024 年穆斯林友善旅行社首發認證。</li> <li>• 榮獲 TUI 旅遊集團在東北亞地區發出的第一家永續旅遊供應商證書。</li> <li>• 榮獲網路溫度計頒獎典禮之觀光休閒領域，旅行社類「領航創新獎」。</li> <li>• 榮獲 2024 年 ITF 國際「最佳永續獎」肯定。</li> </ul> </li> <li>-4. 低碳生活 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 雄獅旅行社回歸台北東區商圈，業界首創「Lion Square」忠孝門市「智能櫃」設備，提供 24 小時取服務。</li> <li>• 榮獲 2024 年基北北桃「我的減碳存摺全民運動」第一、二、三季模範企業獎。</li> </ul> </li> <li>5. 員工福祉 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 為員工謀取更多福利並促進留才，啟動員工持股信託政策。</li> <li>• 為提升對員工家庭的照顧，新增親職假、幼兒照顧假，並優化家庭照顧假之請假規則。</li> </ul> </li> </ol>



圖 4 公司營運流程示意圖

表 2 總部與分公司位置

序 號	場 區	地 址
1	內湖總公司	臺北市內湖區石潭路 151 號
2	桃園分公司	桃園市桃園區復興路 207 號 17 樓之 1.2.3
3	板橋分公司	新北市板橋區文化路一段 94 號 1 樓
4	永和分公司	新北市永和區永和路二段 103 號
5	宜蘭分公司	宜蘭縣宜蘭市神農路二段 202 號
6	花蓮分公司	花蓮縣花蓮市富裕二街 32 號 1 樓 ( 花蓮臺鐵車站內 )
7	臺北站前分公司	臺北市中正區北平西路 3 號 1 樓 ( 臺北臺鐵車站內 )
8	南港車站分公司	臺北市南港區南港路一段 313 號 B2 ( 南港臺鐵車站內 )
9	板橋車站分公司	新北市板橋區縣民大道二段 7 號 1 樓 ( 板橋臺鐵車站內 )
10	中壢分公司	桃園市中壢區復興路 77 號
11	巨城分公司	新竹市東區中央路 264、266 號
12	桃園機場分公司	桃園市大園區航廈南路 9 號 1 樓 ( 桃機二航內 )
13	基隆分公司	基隆市中正區中正路 1 號 1 樓 ( 基隆港務局內 )
14	臺中分公司	臺中市西區臺灣大道二段 501 號 24 樓之 1
15	崇德文心分公司	臺中市北屯區崇德路二段 131 號



雄獅旅遊

2024 企業永續報告書

序 號	場 區	地 址
16	新烏日分公司	臺中市烏日區高鐵東一路 26 號 2、5 樓 (新烏日臺鐵車站內)
17	嘉義分公司	嘉義市西區興業西路 237 號
18	臺南分公司	臺南市東區林森路一段 395 號 10 樓
19	南科分公司	臺南市新市區南科三路 26 號 3 樓之 8
20	高雄分公司	高雄市前金區中正四路 211 號 18 樓之 1.2
21	左營巨蛋分公司	高雄市左營區博愛二路 660 號
22	新左營分公司	高雄市左營區站前北路 1 號 1、4 樓 (高雄左營臺鐵車站內)
23	臺北西湖分公司	臺北市內湖區內湖路一段 319 號
24	彰化員林分公司	彰化縣員林市中山路二段 9 號
25	桃園機場分公司	桃園市大園區航站南路 15 號 (桃機一航內)
26	新竹竹北分公司	新竹縣竹北市自強南路 2 號
27	臺南西門分公司	臺南市南區西門路一段 601 號
28	高雄澄清分公司	高雄市三民區澄清路 462 號
29	屏東分公司	屏東縣屏東市逢甲路 8 號
30	加拿大公司	4940 No.3 Road, Richmond B.C. V6X 3A5 CANADA
31	澳洲 - 雪梨公司	A111/82 Waterloo Rd, Macquarie Park NSW 2113, Australia
32	紐西蘭 - 奧克蘭公司	835B Manukau Road Royal Oak, Auckland 1061
33	香港尖沙咀門市	九龍尖沙咀彌敦道 96 號美敦大廈 6 樓 D 室
34	香港旺角門市	九龍旺角彌敦道 636 號招商永隆銀行中心 3 樓 308 室
35	韓國公司	No.703 Fastfive, K square, 161 Yanghwa-ro, Mapo-gu, Seoul, Korea
36	上海公司	上海市闵行区申長路 988 號虹橋萬科中心 5 號樓 3 樓 312 室
37	廣州公司	天河區林和西路 3-15 號 B 座 3707
38	北京公司	東城區東環廣場 A 座銀杏空間第三期 1-2 號房間
39	廈門公司	廈門市思明區廈禾路 189 號銀行中心 1812A
40	曼谷公司	90 CW Tower, Tower B, 17FL.Unit B1701, Ratchadaphisek Road, Huay Khwang District, Bangkok 10310
41	日本公司	東京都港區西新橋 1-7-1 虎ノ門セントラルビル 7 階

## 2.2 組織架構

### 雄獅旅行社治理架構

雄獅旅行社董事會為公司最高治理單位，主席為董事長，本公司董事會應指導公司策略、監督管理階層、對公司及股東負責，其公司治理制度之各項作業與安排，應確保董事會依照法令及公司章程等規定或股東會決議行使職權。



圖 5 組織架構圖

依據本公司章程規定，董事七至十一人，由董事會於該範圍內訂定應選人數，並採候選人提名制度，由股東會就董事候選人名單中，依公司法第一九八條之規定選任之，任期為三年，連選得連任。董事名額中，獨立董事人數不得少於三人，且不得少於董事席次五分之一。有關獨立董事之專業資格、持股與兼職限制、獨立性之認定、提名與選任方式及其他應遵循事項，依證券主管機關之相關規定辦理。

#### • 董事會多元化及獨立性

本公司於「公司治理實務守則」及「董事選舉辦法」明訂董事會成員組成應考量多元化，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下基本條件與價值及專業知識技能二大面向之標準：

1. 董事會應指導公司策略、監督管理階層、對公司及股東負責，其公司治理制度之各項作業與安排，應確保董事會依照法令、公司章程之規定或股東會決議行使職權。董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

#### (1) 基本條件與價值

性別、年齡、國籍及文化等，其中女性董事比率宜達董事席次三分之一。

#### (2) 專業知識與技能

專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業技能及產業經歷等。

2. 董事會成員應普遍具備執行職務所必需之知識、技能及素養。為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備之能力：(a) 營運判斷能力；(b) 會計及財務分析能力；(c) 經營管理能力；(d) 危機處理能力；(e) 產業知識；(f) 國際市場觀；(g) 領導能力；(h) 決策能力。
3. 有關獨立董事之專業資格、持股與兼職限制、獨立性之認定、提名與選任方式及其他應遵循事項，依證券主管機關之相關規定辦理。



表 3 董事多元化政策落實情形

項目／姓名		王文傑	利明獻	盧希鵬	柳婉郁	陳聖德	游張松	林超驊	黃信川	林淑貞
職稱		董事長	獨立董事	獨立董事	獨立董事	董事	董事	董事	董事	董事
兼任本公司員工									✓	✓
性別	男	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
	女				✓					✓
年齡	30 歲以下									
	30-50 歲				✓					
	50 歲以上	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
多元化情形	獨立董事任期		✓	✓	✓					
	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	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	決策能力	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

註：2024 年 6 月 20 日改選前之董事相關資訊請詳見雄獅旅行社 112 年度股東會年報。

• 董事進修情形

董事會成員 2024 年針對公司治理、ESG 永續金融、氣候變遷、法規趨勢、全球經貿等面向持續進修，2024 年董事進修時數合計 60 小時，每人平均進修時數為 6.66 小時。2024 年度董事會共召開 6 次會議。全體董事平均出席率為 100%，足見董事高度基及參與公司營運。請參閱本公司官網：<https://info.liontravel.com/category/zh-tw/investors/board-of-directors?fr=cg48263C0301C0201M01>

• 董事年齡分布

本公司目前 9 名董事成員，3 名為獨立董事，佔整體董事席次 33.33%，2 名具公司員工身分（佔比 22.22%），董事均為本國籍。董事成員年齡分布區間計有 6 名董事年齡在 50 歲以上，2 名獨立董事年齡在 50 歲以上，1 名獨立董事年齡在 30-50 歲區間。

董事年齡佔比

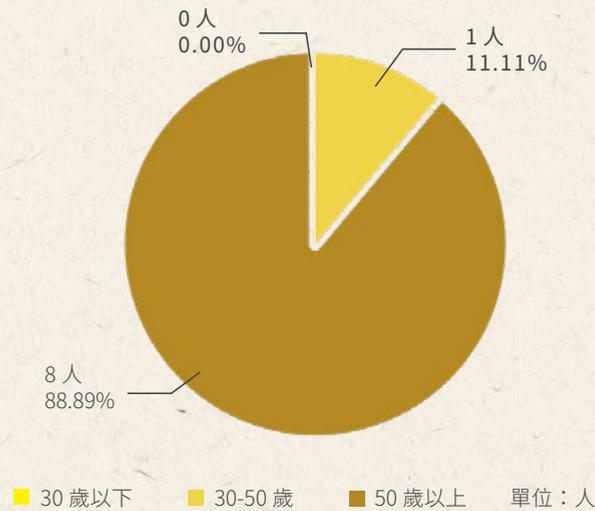


圖 6 雄獅旅行社 董事年齡佔比

董事性別佔比

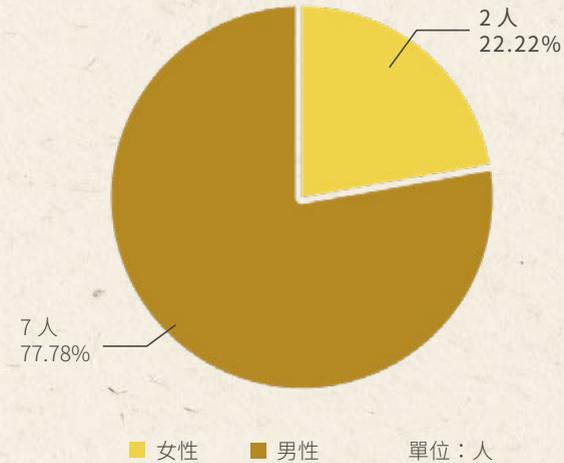


圖 7 雄獅旅行社 董事性別佔比

• 董事性別分布

本公司於公司治理實務守則中以女性董事席次占董事席次的三分之一為目標，並規劃逐步達成目標，故於 2024 年度改選後，董事會 9 席董事中已含有女性董事 2 名（佔比 22.22%），未來配合公司長遠發展及多元性方針，將多方延攬具有才能、公司所需之經驗及專業知識，並與其他董事專長相互補足，且考量性別多元性及接班規劃，將遴選女性或年輕化之董事候選人，藉以提升董事會整體運作效能，以達成董事會成員多元化之目標。

註：各董事於選任前二年及任職期間符合下述各條件之情形：

1. 非公司或其關係企業之受僱人。
2. 非公司或其關係企業之董事、監察人（但如為公司與其母公司、子公司或屬同一母公司之子公司依本法或當地國法令設置之獨立董事相互兼任者，不在此限）。
3. 非本人及其配偶、未成年子女或以他人名義持有公司已發行股份總數 1% 以上或持股前十名之自然人股東。
4. 非 (1) 所列之經理人或 (2)、(3) 所列人員之配偶、二親等以內親屬或三親等以內直系血親親屬。
5. 非直接持有公司已發行股份總數 5% 以上、持股前五名或依公司法第 27 條第 1 項或第 2 項指派代表人擔任公司董事或監察人之法人股東之董事、監察人或受僱人。（但如為公司或其母公司、子公司或屬同一母公司之子公司依本法或當地國法令設置之獨立董事相互兼任者，不在此限）。
6. 非與公司之董事席次或有表決權之股份超過半數係由同一人控制之他公司董事、監察人或受僱人。（但如為公司或其母公司、子公司或屬同一母公司之子公司依本法或當地國法令設置之獨立董事相互兼任者，不在此限）。
7. 非與公司之董事長、總經理或相當職務者互為同一人或配偶之他公司或機構之董事（理事）、監察人（監事）或受僱人。（但如為公司與其母公司、子公司或屬同一母公司之子公司依本法或當地國法令設置之獨立董事相互兼任者，不在此限）。
8. 非與公司有財務或業務往來之特定公司或機構之董事（理事）、監察人（監事）、經理人或持股 5% 以上股東（但特定公司或機構如持有公司已發行股份總數 20% 以上，未超過 50%，且為公司與其母公司、子公司或屬同一母公司之子公司依本法或當地國法令設置之獨立董事相互兼任者，不在此限）。
9. 非為公司或關係企業提供審計或最近二年取得報酬累計金額未逾新臺幣 50 萬元之商務、法務、財務、會計等相關服務之專業人士、獨資、合夥、公司或機構之企業主、合夥人、董事（理事）、監察人（監事）、經理人及其配偶。但依證券交易法或企業併購法相關法令履行職權之薪資報酬委員會、公開收購審議委員會或併購特別委員會成員、公開收購審議委員會或併購特別委員會成員，不在此限。
10. 未與其他董事間具有配偶或二親等以內之親屬關係。
11. 未有公司法第 30 條各款情事之一。
12. 未有公司法第 27 條規定以政府、法人或其代表人當選。



### 董事會功能委員會

董事會授權下設置「審計委員會」、「薪酬委員會」及「永續發展委員會」三個委員會，協助董事會執行、監督及指導之職責並依照董事會通過之組織章程召開會議。詳如下表：

表 4 功能委員會一覽表

	成員	職權
審計委員會	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利明猷獨立董事 (召集人)</li> <li>• 盧希鵬獨立董事 (委員)</li> <li>• 柳婉郁獨立董事 (委員)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 審閱財務報告</li> <li>• 董事會造具本公司 112 年度營業報告書、財務報表及盈餘分派議案等，其中財務報表業經委託勤業眾信聯合會計師事務所查核完竣，並出具查核報告。上述營業報告書、財務報表及盈餘分派議案經本審計委員會查核，認為尚無不合。</li> <li>• 評估內部控制系統之有效性</li> <li>• 審計委員會評估公司內部控制系統的政策和程序 (包括：財務、營運、風險管理、資訊安全、外包、法令遵循等控制措施) 的有效性，並審查了公司稽核部門和簽證會計師，以及管理層的定期報告。</li> <li>• 委任簽證會計師</li> <li>• 一審計委員會被賦予監督簽證會計師事務所獨立性之職責，以確保財務報表的公正性。本公司 2024 年 3 月 14 日第四屆第 15 次審計委員會及同日 2024 年第 1 次董事會審議通過勤業眾信聯合會計師事務所楊清鎮會計師及方涵妮會計師其獨立性及允當性 (適任性) 皆符合本公司獨立性評估標準，並於 2024 年 5 月 9 日第四屆第 16 次審計委員會及同日 2024 年第 2 次董事會通過委任前述事務所及其二位會計師擔任本公司 2024 年度財務簽證會計師，而楊清鎮會計師擔任 2024 年度稅務簽證會計師。</li> </ul>
薪酬委員會	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 盧希鵬獨立董事 (召集人)</li> <li>• 利明猷獨立董事 (委員)</li> <li>• 柳婉郁獨立董事 (委員)</li> </ul>	<p>為健全公司治理及薪酬合理性，本公司於 101 年 12 月 28 日設立薪酬委員會，並應至少每年召開二次。本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並將所提建議提交董事會討論。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定並定期檢討董事、監察人及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。</li> <li>• 定期評估並訂定董事、監察人及經理人之薪資報酬。</li> </ul>
永續發展委員會	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 柳婉郁獨立董事 (召集人)</li> <li>• 陳聖德董事 (委員)</li> <li>• 林淑貞董事 (委員)</li> </ul>	<p>為實踐本公司永續發展目標，並強化永續治理。本公司於 113 年 8 月 5 日董事會決議通過設置隸屬於董事會之永續發展委員會，並納入獨董機制，且每年至少召開一次。本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並提報董事會：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 制定、推動及強化公司永續發展政策、年度計畫及策略等。</li> <li>• 檢討、追蹤與修訂永續發展執行情形與成效。</li> <li>• 督導永續資訊揭露事項並審議永續報告書。</li> <li>• 督導本公司永續發展守則之業務或其他經董事會決議之永續發展相關工作之執行。</li> </ul>

本公司董事及經理人相關績效考核及薪酬合理性，均經薪資報酬委員會及董事會每年定期評估及審核，除參考個人的績效達成率及對公司績效的貢獻度，並參酌公司整體的營運績效、產業未來經營風險及發展趨勢，以及隨時視實際經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，給予合理報酬，以提升董事會及經理部門之整體組織團隊效能。另參考業界薪酬標準，確保本公司管理階層之薪酬於業界具有競爭力，以留任優秀之管理人才。董事及經理人 113 年度績效評核雖尚未將 ESG 指標 (環境保護、人權衝擊、公司治理) 及利害關係人所關注之重大主題與個人績效連結，目前尚待評估各項 ESG 指標，研擬及探討與酬金連結的可行性。其餘，董事會任職、其他利害關係人持股狀況請見雄獅旅行社股份有限公司 113 年度年報。

## 永續發展組織介紹



圖 8 永續發展委員會組織

永續發展委員會職權：為實踐本公司永續發展目標，並強化永續治理。本公司於 113 年 8 月 5 日董事會決議通過設置隸屬於董事會之永續發展委員會，並納入獨董機制，且每年至少召開一次。本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並提報董事會：

1. 制定、推動及強化公司永續發展政策、年度計畫及策略等。
2. 檢討、追蹤與修訂永續發展執行情形與成效。
3. 督導永續資訊揭露事項並審議永續報告書。
4. 督導本公司永續發展守則之業務或其他經董事會決議之永續發展相關工作之執行。

本公司第一屆永續發展委員會成員如下，任期自 113 年 8 月 5 日至 116 年 6 月 19 日，資格與經驗如下：

表 5 永續發展委員會成員一覽表

身份別 (註 1)	姓名 / 條件	專業資格與經驗 (註 2)
獨立董事 (召集人)	柳婉郁	請為本公司續任之獨立董事，主要專長在氣候變遷與碳吸存、自然碳匯與碳權、環境與資源經濟、森林資源評價、森林遊憩管理等領域，曾任行政院環境部環境教育審議委員、中華林學會等理事、中華造紙(股)公司等企業獨立董事，更於 113 年獲得第四十八屆全國十大傑出農業專家，累積超過 10 年環境經濟與森林評價之專業經驗，推動企業永續不餘遺力。目前擔任中興大學森林學系終身特聘教授，並於擔任公司獨立董事期間，對公司永續發展提供適當建議及指引，加以借重柳婉郁女士之專業持續監督公司運作。
董事	陳聖德	為本公司董事，主要專長在於財務金融，曾任台北富邦商業銀行(股)公司董事長、中國信託金融控股(股)公司法人金融執行長及總經理，累積超過多年永續金融之豐富經驗，目前擔任台灣聚合化學品(股)公司獨立董事、台灣水泥(股)公司董事，皆在永續面向發展卓越之企業，藉以倚重陳聖德先生之專業，為公司永續發展提供適當建議及指引。
董事	林淑貞	為本公司董事總經理，主要專長永續旅遊發展，擅長結合不同旅遊元件落實永續目標，並致力於低碳旅遊項目，為本公司旅遊產品提供創新價值，借重於旅遊業之豐富經驗，為公司永續發展提供適當建議及指引。

表 6 永續發展委員會架構下之功能小組主要職掌說明

組別	職掌說明
環境永續小組	由行政總務部負責，依循國際準則及相關法規來制定環境管理政策與制度，除提出辦公環境之能源管理效率之計劃外，還需安排教育訓練及日常宣導活動，以提升全體員工對環境永續的認知，確保落實環境永續目標。
社會公益小組	由人力資源處負責，依循國際準則及人權相關法規來訂定人權管理政策與制度，並建立組織成員及價值鏈重要夥伴之內外部溝通管道，確保政策有效執行。透過多元的員工福利政策，提升員工工作滿意度，支持並鼓勵員工參與公司內部公益活動，共同促進社會福祉。
公司治理小組	由法務部負責，建立健全的公司治理架構，以確保雄獅全球據點之營運均符合國際標準及當地法規，並秉持透明及公正原則推動各項永續治理任務。由公司治理主管監督運作，確保股東權益、強化董事會職能，並提升資訊透明度，進而強化股東價值。
永續旅遊小組	由產品部負責，以國際準則與國內標準定義之永續、綠色、低碳旅遊進行規劃，重新拆解旅遊商品的生命週期導入循環經濟概念。讓旅遊過程中使用的交通運具或旅行配件等有形資源得以循環再利用，而針對自然生態及文化資源則透過行程解說與活動互動設計讓旅客深入體驗，促進多元共融。藉由行程前及行程中的宣導使旅客調整行為，以降低可能造成的負面衝擊。此外，透過行程設計將目的地商家納入旅遊產業鏈，以活絡當地經濟並增加就業機會。更進一步對元件供應商進行永續程度的鑑別，優先選擇符合永續標準的供應商合作，進而驅動整體供應鏈的永續轉型。讓永續旅遊成為地方經濟、文化發展及環境永續重要的正面影響力。
永續資訊揭露小組	由委員會秘書處統籌，由永續發展室負責，依循國際準則及相關法規，定期揭露永續相關資訊以提升企業透明度。透過組織型溫室氣體盤查數據揭露及永續報告書撰寫來確保資訊完整性及準確性，並提供雄獅內外利害關係人正式的溝通管道，展現雄獅永續發展成果。此外，亦負責關注國際最新永續資訊趨勢，提升雄獅永續發展的競爭力。

本公司董事會透過行使公司法、公司章程與股東會決議賦予之職權，監督公司營運、制定公司策略方針、辨識營運風險並規劃企業社會責任發展方向，2024 年針對關鍵重大事件（如：客戶隱私保護、治理與誠信經營、資訊安全管理、薪酬與福利等）溝通總次數共 12 次，此外溫室氣體盤查進度更於每季董事會進行匯報。足見本公司對關鍵重大議題之重視程度。

## 營運組織介紹

雄獅旅行社營運組織以企劃本部及管理本部為中央管理單位，而四大事業群為營運單位，包含通路群、產品群、行銷群及海外暨大陸群（圖 9）。



圖 9 雄獅旅行社母公司組織

雄獅旅行社採多角化經營，業務範疇涵蓋多元領域，關係企業包含旅行服務業、資訊技術服務業、汽車客運業及保險經紀業，打造多元事業版圖以提供更完善的旅遊生活服務（圖 10）。

其中，旅行服務業擴及中國大陸、東北亞、東南亞、歐美及紐澳，透過全球化據點，正確掌握各國旅遊政策以即時回應海外旅遊情勢；資訊技術服務業包含雄獅資訊科技股份有限公司（簡稱：雄獅資訊）、豐趣科技股份有限公司（簡稱：豐趣），以專業資訊技術打造跨平台旅遊服務，提升旅遊服務即時性以及更便利的支付方式，打造行動旅遊；汽車客運業則包含雄獅通運股份有限公司（簡稱：雄通）、安捷遊覽車公司（簡稱：安捷）以自有車隊，嚴謹落實駕駛教育訓練及行車安全規範，提升旅途舒適性與安全性。尤其重視旅途中的風險保障，因此雄獅旅行社於 2024 年成立「雄獅國際保險經紀人股份有限公司」（簡稱：雄獅保經），讓旅可一站式加購保險，亦是提升了訂購的便利性，讓旅客享有更安心的旅遊服務（圖 10）。

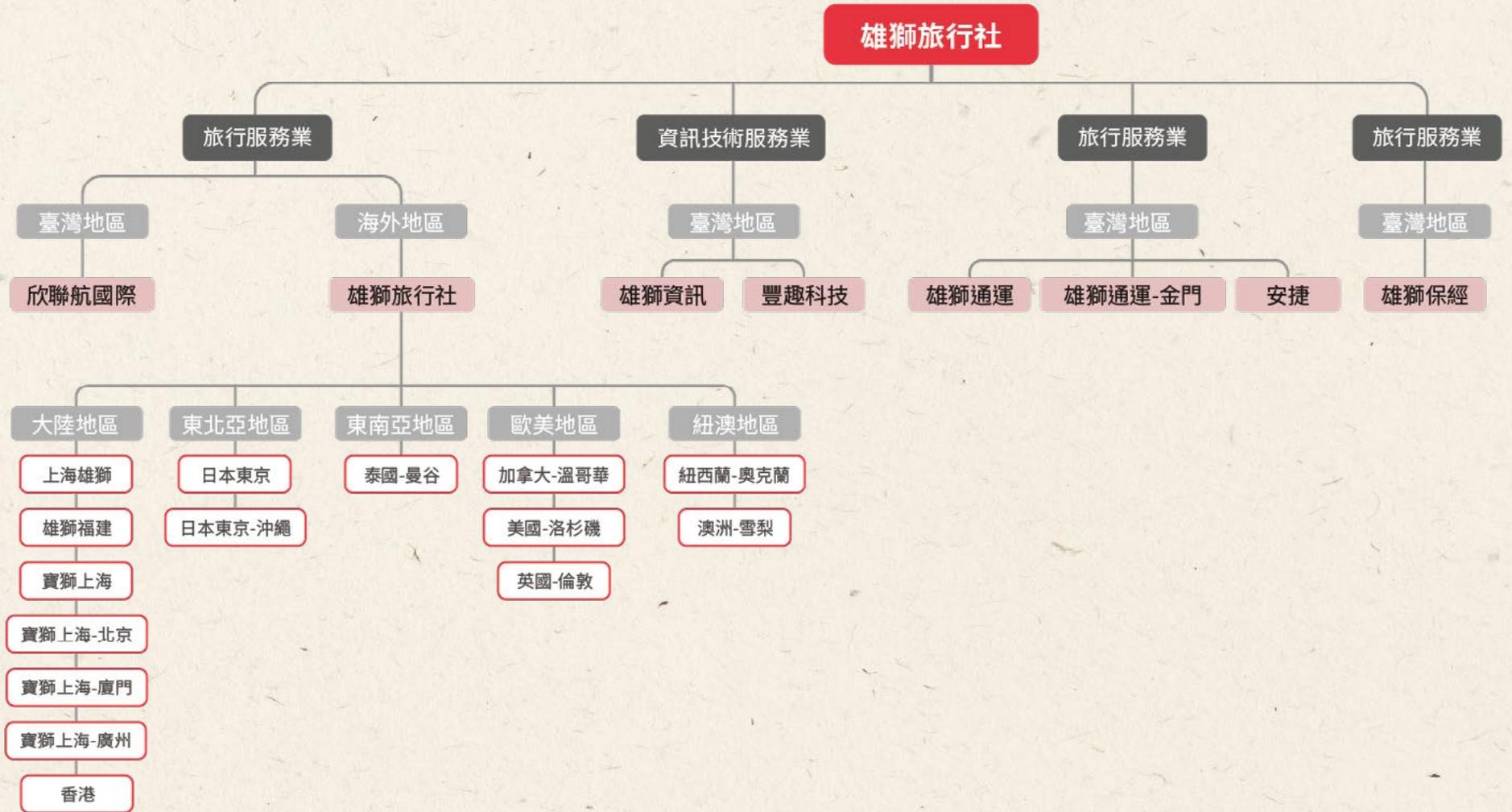


圖 10 雄獅旅行社關係企業組織

### 員工人數及性別平權

為使利害關係人完整掌握雄獅旅行社組織及人員情況以了解整體樣貌及規模，因此員工人數、性別及年齡分佈揭露雄獅旅行社及關係企業之資訊。

截至 2024 年 12 月 31 日止，雄獅旅行社員工人數為 1,662 人，其中女性 1,272 人 (76.53%)、男性 390 人 (23.47%)；關係企業員工人數共計 561 人，女性為 431 人 (76.83%)，男性 130 人 (23.17%)，進用人數均符合法律規範，員工人數與前一年度相比無顯著變化。

項目		女性	男性	總計
僱傭關係	永久聘僱員工人數	1243	384	1627
	臨時員工人數	29	6	35
	無時數保證員工人數	0	0	0
契約關係	全職員工人數	1265	386	1651
	兼職員工人數	7	4	11
總計		1272	390	1662



圖 11 2024 年雄獅旅行社員工人數及身分佔比

項目	臺灣地區		海外地區		總計	
	女性	男性	女性	男性		
僱傭關係	永久聘僱員工人數	191	236	64	21	512
	臨時員工人數	1	3	30	15	49
	無時數保證員工人數	0	0	0	0	0
契約關係	全職員工人數	192	239	94	36	561
	兼職員工人數	0	0	0	0	0
總計		431		130		561

\* 因應大陸勞動法規，任職未滿 10 年的員工簽訂固定期限勞動合同，依據 GRI 準則，簽訂固定期限勞動合同者為臨時員工。

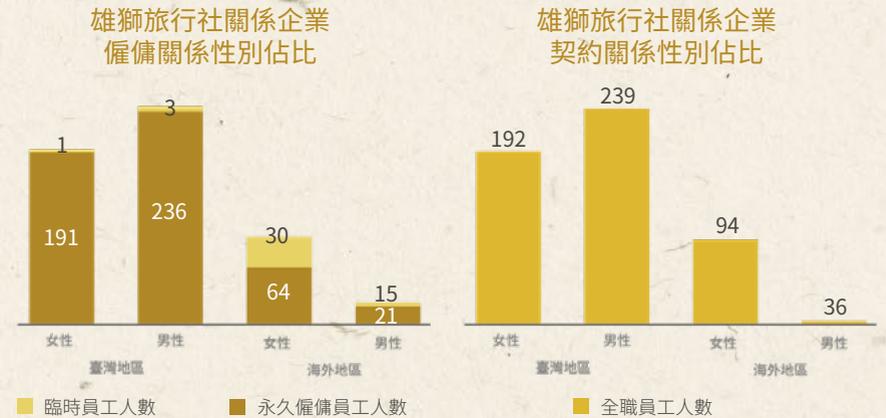


圖 12 2024 年雄獅旅行社關係企業員工人數及身分佔比

2024 年雄獅旅行社女性員工佔總員工人數 76.53%，關係企業的女性員工佔總員工人數 76.83%，與 2023 年差異不大無顯著變化。相同職位之待遇不會因為性別而有所差異，是本公司對員工性別平權的承諾。女性員工可以申請孕期營養金，在產前及產後都能向本公司護理師進行哺乳育兒諮詢；本公司內湖總部設置有 3 間哺乳室，提供女性同仁使用。為提升對員工家庭的照顧，提供親職假、幼兒照顧假並優化家庭照顧假的請假規則，讓員工在工作與家庭生活間能取得平衡。

雄獅旅行社 2024 年共計七位非員工工作者，以簽署勞報單的方式專案式合作，工作內容包含櫃檯客戶引導之工作、學生列車服務管家。2023 年未有非員工工作者需求，因旅遊尚未大復甦，較無短期人力需求；而關係企業則有 4 名非員工工作者，同樣採專案式合作並簽署勞報單，協助駕駛出勤，與 2023 年合作人數無顯著差異。

### 員工年齡分佈

2024 年雄獅旅行社員工年齡在 30 歲以下共 359 名 (21.60%)，介於 30 歲至 50 歲之間共 1,160 名 (69.74%)，50 歲以上共計 144 名 (8.66%)；平均年齡 37.6 歲，中位數為 45 歲，與前一年度相比無顯著變化。

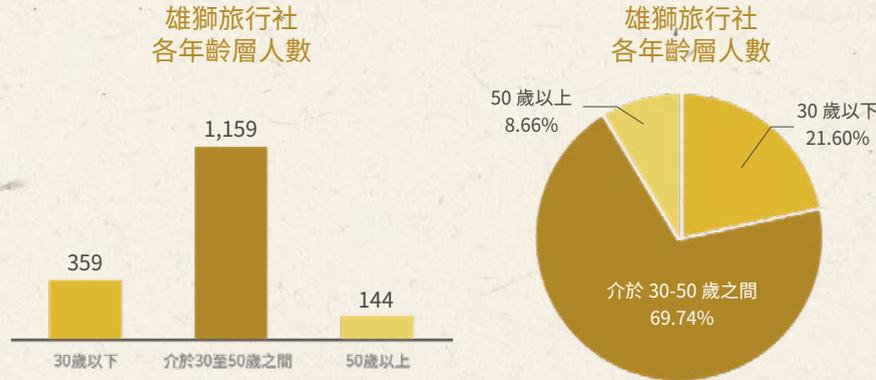


圖 13 2024 年雄獅旅行社員工年齡分佈

而關係企業臺灣地區的員工年齡分布情形，30 歲以下 109 名 (25.29%)，介於 30 歲至 50 歲之間共 266 名 (61.72%)，50 歲以上共 56 名 (12.99%)；平均年齡 37.2 歲，中位數為 40 歲。關係企業海外地區員工年齡在 30 歲以下 28 名 (21.53%)，30 歲至 50 歲共 83 名 (63.85%)，50 歲以上則有 19 名 (14.62%)；平均年齡 38.1 歲，中位數 40 歲。

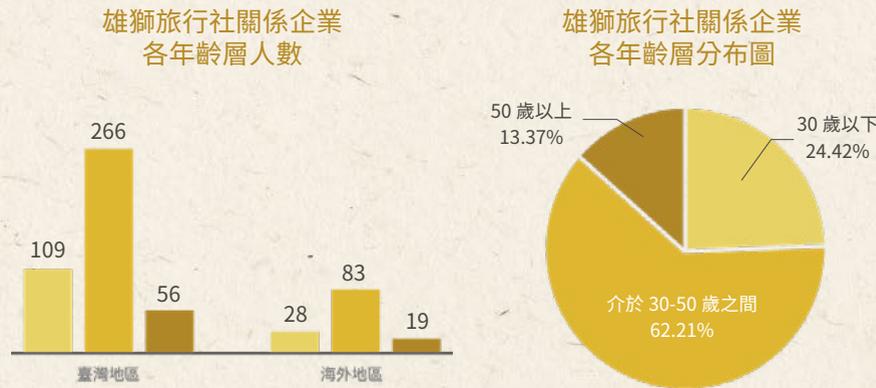


圖 14 2024 年雄獅旅行社關係企業員工年齡分佈

從前述數據可看出，本公司員工年齡結構以中壯年員工為主，組織結構較為成熟，擁有穩定的中堅力量；年輕員工次之，反應出本公司積極透過產學合作招攬年輕人才成果，可為組織帶來創新的觀點及新動能；資深員工人數相較少，反應出本公司 2020 年啟動的「年輕化世代交替 - 人才養成計畫」成效顯著，完善的退休制度、接班人計劃及內部知識傳承機制，讓資深員工能安心退休，居於幕後以顧問身份持續發揮價值，傳授產業經驗，培育年輕世代，讓本公司在穩健的傳承下永續發展。

### 育嬰留停分析

本公司 2024 年共有 56 名員工申請育嬰留停，9 人選擇延長留停。同年度，共 23 名員工為育嬰留停復職者。為使員工可兼顧職場與家庭生活，因此本公司亦持續優化育兒需求及管理政策。

表 7 雄獅旅行社 2023~2024 年育嬰留停分析表

	女性	男性	合計
2024 年度享有育嬰假的員工總數	87	21	108
2024 年度實際使用育嬰假的員工總數	55	1	56
2024 年度休完育嬰假後應該復職的員工總數 (A)	31	0	31
2024 年度休完育嬰假後，在 2024 年度復職的員工總數 (B)	23	0	23
復職率 (B/A)*100%	74.19%	0.00%	74.19%
2023 年度休完育嬰假後，在 2023 年度復職的員工總數 (C)	24	3	27
2023 年度休完育嬰假後且復職後十二個月仍在職的員工總數 (D)	22	3	25
留任率 (D/C)*100%	91.67%	100.00%	92.59%

### 員工管理層級分析

考量企業整體管理架構、治理狀況的代表性，以及關係企業與海外公司會因當地法規及市場環境而影響人員配置，因此員工管理層級分析僅揭露雄獅旅行社母公司資訊。

表 8 雄獅旅行社管理層級分析表

性別	年齡層	高階主管	中階主管	基層主管	一般員工	總計
男性	30 歲以下	0.00%	0.00%	0.06%	5.12%	5.18%
	介於 30 歲至 50 歲之間	1.08%	1.08%	3.49%	10.53%	16.18%
	50 歲以上	1.02%	0.12%	0.42%	0.54%	2.10%
女性	30 歲以下	0.00%	0.00%	0.06%	16.37%	16.43%
	介於 30 歲至 50 歲之間	1.26%	2.65%	7.52%	42.12%	53.55%
	50 歲以上	1.81%	0.84%	0.66%	3.25%	6.56%
總計		5.17%	4.69%	12.21%	77.93%	100.00%

各管理層級定義請見註 1

2024 年，本公司女性主管佔比較高，無論在高階、中階或基層主管性別分佈上均有一致特性，反應出性別平等及多元共融政策的推動成效。綜觀，高階主管性別佔比：女性 59.30%、男性 40.70%；中階主管性別佔比：女性 74.36%、男性 25.64%；基層主管性別佔比：女性 67.49%、男性 32.51%。女性主管從基層、中階到高階皆維持高比例，穩健晉升；而男性主管總數雖不及女性主管，但從基層到高層的佔比上升顯著，顯示進入高層決策圈，有相對高的晉升優勢。可證，本公司在推動性別平權與多元共融的成效，提供不同性別主管公平的職涯發展機會。

如前所述，本公司之重要營運據點為臺灣，故「當地」係指臺灣地區。經查證，本公司之高階主管 100% 為本國籍人士。

(註 1：高階主管：總經理、資深副總經理、副總經理、資深協理、協理；中階主管：資深經理、經理；基層主管：資深副理、副理、副主任、主任；一般員工：專案資深經理、專案經理、專案資深副理、專案副理、專案主任、專案副主任、資深專員、專員、助理、事務員)

### 多元融合

雄獅旅行社對職場多元化及包容性尤其重視。2024 年，本公司雇用了 17 位 (1.02%) 原住民員工及 15 位 (0.90%) 身心障礙人員。自 2015 年，將原本為外包人力的安管人員納為雄獅旅行社正式員工。在 2018 年，亦將原本為外包的清潔人員納為正式員工提供更完善的保障。

表 9 雄獅旅行社多元族群員工分析 身心障礙人員

性別	年齡層	一般身份	身心障礙人員	總計
男性	30 歲以下	5.17%	0.00%	5.17%
	介於 30 歲至 50 歲之間	16.00%	0.18%	16.18%
	50 歲以上	2.05%	0.06%	2.11%
女性	30 歲以下	16.37%	0.06%	16.43%
	介於 30 歲至 50 歲之間	53.13%	0.42%	53.55%
	50 歲以上	6.38%	0.18%	6.56%
總計		99.10%	0.90%	100.00%

表 10 雄獅旅行社多元族群員工分析 原住民族

性別	年齡層	一般身份	原住民族	總計
男性	30 歲以下	5.11%	0.06%	5.17%
	介於 30 歲至 50 歲之間	15.88%	0.30%	16.18%
	50 歲以上	2.11%	0.00%	2.11%
女性	30 歲以下	16.31%	0.12%	16.43%
	介於 30 歲至 50 歲之間	53.01%	0.54%	53.55%
	50 歲以上	6.56%	0.00%	6.56%
總計		98.98%	1.02%	100.00%

長期聘僱身障按摩師作為獎勵全勤員工的福利，除可提升身障夥伴的就業機會，亦能使全勤同仁在工作之餘放鬆稍歇。此政策實踐了企業社會責任同時促進員工健康福祉。

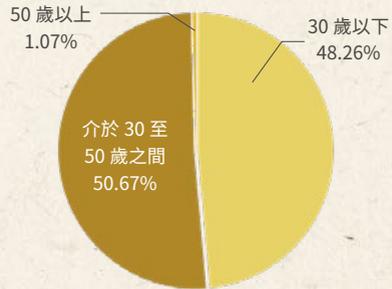
## 新進員工和離職員工

### • 新進員工

2024 年，本公司新進員工以女性居多，且年齡層多集中落在 30 至 50 歲之間，表示本公司所提供的職務內容及整體發展對具有一定工作經驗的女性員工有相對吸引力，同時反應出本公司員工結構成熟。男性新進員工在各年齡層的佔比均低於女性，其中 30 歲以下年輕員工的比例女性相對較高，反應出本公司透過產學合作、校園徵才等的人才招募策略對於年輕女性具吸引力。

年齡層	總人數	占比	性別	總人數	占比
30 歲以下	180	48.26%	男性	115	30.83%
介於 30 至 50 歲之間	189	50.67%	女性	258	69.17%
50 歲以上	4	1.07%	總計	373	100.00%
總計	373	100.00%			

新進人員年齡分布



新進人員性別分布

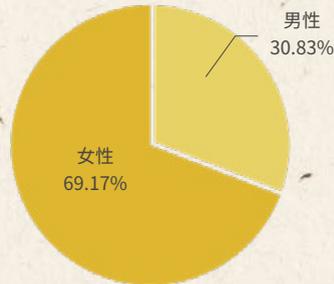


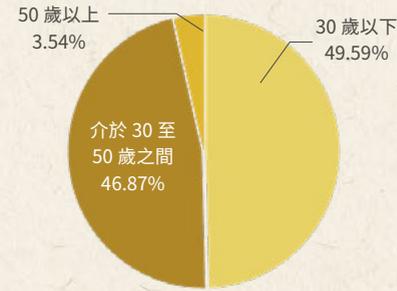
圖 15 雄獅旅行社 2024 年新進員工分布

### • 離職員工

本公司 2024 年員工離職數據顯示，女性員工在各年齡層的離職比例相對高。整體員工離職年齡層在 30 歲以下的比例較高。

年齡層	總人數	占比	性別	總人數	占比
30 歲以下	182	49.59%	男性	127	34.60%
介於 30 至 50 歲之間	172	46.87%	女性	240	65.40%
50 歲以上	13	3.54%	總計	367	100.00%
總計	367	100.00%			

離職人員年齡分布



離職人員性別分布



圖 16 2024 年雄獅旅行社員工離職分布

### • 員工薪資概況

表 11 雄獅旅行社 2024 年員工薪資概況表

全年薪資報酬比率 (女性 / 男性之比率)		薪酬平均數	薪酬中位數
主管職	高階主管	0.94	0.98
	中階主管	1.02	1.00
	基層主管	0.96	0.99
一般員工		1.00	1.01

### • 員工工作時數

雄獅旅行社遵守勞動基準法以及人事行政局發布之行事曆工作日，以確保員工擁有合理的工作時間。2024 年每月員工平均人數為 1,700 人；每月每人總工時平均為 171.5 小時（含延長工時）；每月每人延長工時平均為 7.1 小時。



雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 03 利害關係人議合

### 3.1 利害關係人鑑別

本公司根據 AA 1000 SES(Stakeholder Engagement Standard) 利害關係人議合標準，並結合營運流程，辨識出 16 類利害關係人，對每一類利害關係人採責任、影響力、張力、多元觀點和依賴性等五大面向的鑑別評量，以深入了解其需求。透過全面的利害關係人管理，確保公司的合法性與合規性，且提升公司治理的透明度與社會責任。

本公司高度重視利害關係人關注之議題，針對各項議題積極提出具體作為，以確保企業營運符合利害關係人期待及有效溝通；因此，本公司於 2023 年進行首次利害關係人議合問卷發送，共回收 6 份高階主管問卷及 923 份利害關係人有效問卷。爾後每兩年重新發送一次。藉由統計分析結果，作為政策及制度制定之依據。

表 12 利害關係人議合

利害關係人	對雄獅旅行社重要性	溝通管道及頻率	聯絡窗口	議合績效	關注議題	對應章節
政府機關	與政府緊密合作確保雄獅旅行社在合規、安全、永續方面得到支持，同時助於業務穩定發展。體現在產業和社會層面上的積極參與，促進旅遊生態系統良性運轉。	公文、主動拜訪；支持與參與倡議活動；參與專案計畫；稽查作業；設置聯絡窗口，與主管機關維持良好互動；參與主管機關法規宣導會或研討會；主管機關政令宣達函文；配合主管機關之監理及查核。	發言人：賴一青 lion2731@liontravel.com	評鑑 回報率	旅遊安全管理 資訊安全管理 旅遊服務品質	七 / 十
員工	員工是公司成功運營的關鍵元素，不僅是組織的執行者，更是公司形象和服務品質的代表，通過他們的專業知識和熱情，為客戶提供豐富、安全且令人難忘的旅行體驗。他們的努力和才華是公司取得成功的一部分。	每兩週透過新人訓練課程，向新進同仁說明公司薪資福利規則，並提供各類人資作業窗口以利同仁諮詢；每年辦理績效考核作業，進行面對面績效面談；每年透過公司內部網路平台公告人事晉升及獎懲事宜；不定期透過公司內部網路平台公告內部教育訓練課程資訊，並規定員工每年度應完成之課程；成立職工福利委員會，提供員工各項補助、贊助員工社團活動；不定期透過公司內部網路平台公告各項員工福利事項；每兩年免費提供員工健康檢查及諮詢；設置職場暴力諮詢、申訴使用之專線電話及專用電子信箱，並於公佈欄張貼預防職場暴力之書面聲明；開班授課；每半年績效面談與回饋；ERP 網站。	人力資源部：邱憶萱 KikiChiu@liontravel.com	員工滿意度 員工留任率 人均產值	薪資與福利 客戶隱私保護 旅遊安全管理	七 / 九 / 十
董事會	董事會在整個公司中擔任著舵手的角色，負責制定策略、監督管理層，並確保公司的長遠發展和機構運作順利進行，其領導和監督的功能對公司的穩健運作和發展至關重要。通過其策略性的思維和長遠的眼光，董事會確保公司能夠持續提供高品質、安全、並符合客戶需求的旅遊服務。	電話 / Email；董事會例會；董事會月報		2023 年合併報表營收 稅後淨利 每股盈餘	客戶隱私保護 永續旅遊 治理與誠信經營 教育訓練與人才培育 永續創新與開發 促進地方發展 弱勢關懷與服務 社會回饋與參與	五 / 七 / 九 / 十一

利害關係人	對雄獅旅行社重要性	溝通管道及頻率	聯絡窗口	議合績效	關注議題	對應章節
投資人	投資人支持公司運營、擴展業務和實現長期發展目標的重要夥伴。投資人的參與不僅為雄獅旅行社提供必要的資金，還帶來對業務的專業指導和戰略支援。雙方通力合作，共同推動公司朝著穩健和永續發展方向邁進。	法說會；發布重訊；股東大會；發言人、代理發言人及投資人關係聯絡窗口設置，提供雙向溝通之管道；於公開資訊觀測站依規定揭露定期及不定期資訊申報事項，以利投資人了解公司營運概況；不定期更新公司網站利害投資人專區之揭露資訊；定期彙集投資人及外部意見，並向經營團隊報告，作為提升公司治理的參考。	發言人：賴一青 代理發言人：楊文彬 lion2731@liontravel.com	年度財報	教育訓練與人才培育 客戶隱私保護 薪酬與福利 員工多元化與平等機會 職業安全健康管理	七 / 九
媒體	媒體是推廣和宣傳旅行社形象、產品和服務的關鍵參與者，這些媒體利害關係人的參與使得雄獅旅行社能夠在市場中保持良好的知名度，吸引更多潛在客戶，同時也有助於公司傳遞正面的品牌形象。	記者會；訊息發布；接受採訪；提供產業訊息；法說會及股東會召開；透過不定期接受媒體採訪與發布新聞稿，呈現公司營運現況與未來發展。	公關室：單葑 lion2731@liontravel.com	年記者會場次 媒體合辦講座場次 專訪場次 其他	客戶隱私保護 旅遊服務品質 資訊安全管理	七 / 十
客戶 - 企業	企業客戶代表著公司旅遊服務的需求，並對雄獅旅行社的業績和聲譽產生深遠的影響。通過滿足企業客戶多元化的旅遊需求，不僅建立了長期的合作夥伴關係，還有助於提高企業的效益和形象。企業客戶的滿意度對於雄獅旅行社的業績和口碑具有重要影響。				旅遊安全管理 客戶隱私保護 旅遊服務品質	七 / 十
客戶 - 同業	同行客戶代表著其他旅行業者、合作夥伴或旅行業相關機構，共同參與形塑行業發展和提升服務水平。同行客戶的參與促使雄獅旅以保持競爭力，並擴大合作網絡，實現更多業務機會。透過與同行的密切協作，雄獅旅行社有機會共同推動整個旅遊行業的發展。	企業客戶拜訪；產品說明會；公司除依據客戶回饋的旅客滿意度調查與建立即時客訴管理機制並於公司網站設置顧客專區提供充份溝通管道，依據內部管理辦法提供客戶產品之相關服務與客戶維持良好關係。	客戶服務：彭于倩 Service@liontravel.com	滿意度 提升回購率	旅遊安全管理 旅遊服務品質 資訊安全管理	七 / 十
客戶 - 直客	直客是雄獅旅行社業務運營中最直接、重要的利害關係人，他們的滿意度直接關係到雄獅旅行社的業績和聲譽，雄獅旅行社能夠建立良好的品牌形象，擴大客戶基礎，並獲得口碑的積極評價。				旅遊安全管理 客戶隱私保護 旅遊服務品質	七 / 十

利害關係人	對雄獅旅行社重要性	溝通管道及頻率	聯絡窗口	議合績效	關注議題	對應章節
合作夥伴 – 出境 GIT/FIT	出境夥伴，包括團體 (Group Inclusive Tour, GIT) 和獨立旅行者 (Free Independent Traveler, FIT) 是雄獅旅行社業務中重要的利害關係人，直接參與旅遊產品的開發、行程安排和客戶體驗，對雄獅旅行社的成功起著關鍵作用。	供應商平台；電話/Email；業務拜訪；實地審查；本公司與合作夥伴間均維持良好關係，以確保服務提供及採購元件供給順暢；定期辦理供應商大會檢討交流採購情形並在環保、安全或衛生等議題遵循相關規範，共同致力提升企業社會責任。	代理發言人：楊文彬 lion2731@liontravel.com	取得稀缺資源 穩定性供給 供應商會議紀錄 表單紀錄 其他	市場競爭力 旅遊服務品質 旅遊安全管理 客戶隱私保護 品牌管理	四/五/七/十
合作夥伴 – 國旅/入境	來自不同國家的入境 (Inbound Tour Operator) 和國旅 (Domestic Tour) 業者，是雄獅旅行社在國際市場上的重要合作夥伴，共同參與著雄獅旅行社的旅遊產品開發、行程安排和國際旅客體驗，對擴大市場影響力和提供全球化服務具關鍵性作用。				薪酬與福利 客戶隱私保護 職業安全健康管理	七/九
合作夥伴 – 總務	總務負責協助雄獅旅行社各項總務事務，確保生財設備與辦公基礎設施運作順暢，同時提供舒適、明亮的辦公空間。				客戶隱私保護 資訊安全管理 旅遊安全管理	七/十
合作夥伴 – IT	在現代旅遊業中，信息技術 (IT) 合作夥伴對雄獅旅行社的運營和服務提供關鍵的支持，負責提供和維護技術基礎設施，以確保雄獅旅行社能夠在數位時代中提供高效、創新和安全的旅遊體驗。				資訊安全管理 客戶隱私保護 旅遊安全管理	七/十
合作夥伴 – 巴士	與巴士公司的合作是確保旅客舒適、安全並順利抵達目的地的關鍵之一。提供運輸服務的同時，還能與雄獅旅行社協同合作，提供更豐富的旅遊體驗，確保旅客在旅途中的舒適性和安全性，同時提供更多元的旅遊選擇。				旅遊安全管理 薪酬與福利 旅遊服務品質	九/十
合作夥伴 – 銀行	與銀行合作不僅有助於雄獅旅行社的財務運作，還為旅客提供更靈活和便利的支付和金融選擇，有助於為客戶提供更靈活、安全和便利的支付選擇，同時確保公司在財務運作方面獲得支持和穩定，使雄獅旅行社能夠更好地滿足客戶需求，提升品牌價值，並確保財務運作的穩健性。				旅遊安全管理 旅遊服務品質 客戶隱私保護 治理與誠信經營 營運財務績效 營運風險評估管理	四/五/七/十

利害關係人	對雄獅旅行社重要性	溝通管道及頻率	聯絡窗口	議合績效	關注議題	對應章節
學校與社會團體 (協會)	雄獅旅行社與學校及社會團體 (協會) 的合作夥伴關係，不僅為學生提供豐富的學習體驗，雄獅旅行社透過贊助學校的文藝活動、運動賽事等，支持校園文化建設，展現企業社會責任。	產學合作；協會例會；參與專案研討會；與大專院校辦理產學合作，共同培育人才與技術；每年執行社會公益活動。	人力資源部：陳坤吾 lion2731@liontravel.com	講座場次，場次、參與人數 社區活動 展覽場次 其他	客戶隱私保護 資訊安全管理 旅遊服務品質	七 / 十
關係企業	關係企業涉及相互支持和資源共享，以確保雄獅旅行社能夠滿足客戶需求並保持競爭力，為雄獅旅行社提供更多元的旅遊選擇，同時確保服務的品質和安全，提供更全面、靈活且滿足客戶需求的旅遊體驗。	內部稽核與內部控制		科技賦能	客戶隱私保護 資訊安全管理 品牌管理 市場競爭力	四 / 五 / 七

### 3.2 重大議題管理

根據 AA1000 利害關係人議合標準中所提及的重大性 (Materiality) 及回應性 (Responsiveness) 原則，本公司秉持專業態度，謹慎公平地鑑別並有效管理重大議題。遵循 GRI 特定準則，系統性整理出和雄獅旅行社相關的 26 項永續議題，透過利害關係人問卷之調查分析，揭示雄獅旅行社的重大議題、管理方針，以及利害關係人的關注度矩陣圖 (圖 17)。

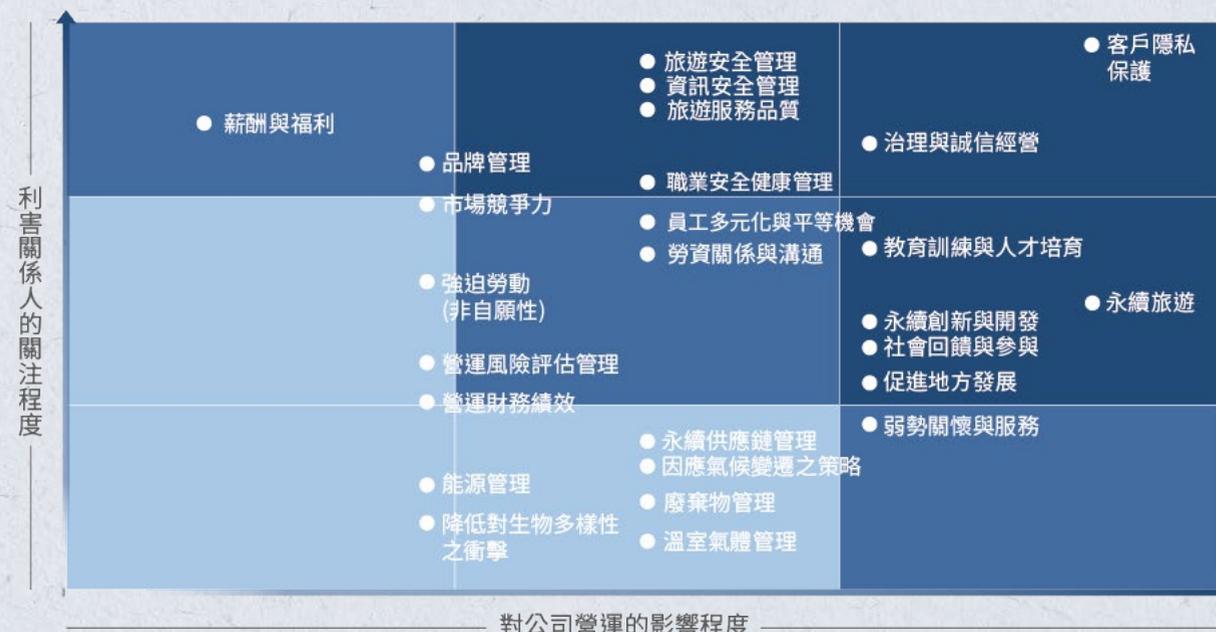


圖 17 重大議題矩陣圖

本公司針對各項重大議題，制定明確管理方針，並持續優化相關機制來全面提升公司永續治理實力，此為基礎，透過具體行動落實永續發展，藉由高度透明的溝通及回應機制，建立與利害關係人的良好互動。詳請見下表。

2024 年重大主題說明：

1. 重大議題兩年鑑別一次，最近於 2023 年鑑別。
2. 2024 年重大議題延續 2023 年議題。
3. 由 26 項顯著性議題取利害關係人高度關注之 11 項議題延續管理追蹤，並對應 GRI 重大主題，進行衝擊程度分析、擬定管理行動方案，並將 2024 年的具體落實成果彙整如下表。

表 13 雄獅旅行社重大議題衝擊分析暨管理行動方案

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
客戶 隱私保護	GRI 418	完善的隱私保護政策、承諾及措施（如：遮罩與加密傳輸），並遵循客戶的偏好設定與同意機制，已贏得客戶信任與減少不必要的資訊干擾，並強化公司品牌聲譽及顧客忠誠度，且在合規的前提下運用客戶資料進行分析，可提供更個性化且尊重隱私的服務	建立健全的資料隱私保護機制，可吸引重視個人隱私權益的客群，在數據經濟中建立競爭優勢、促進創新和永續的數據應用，提升應對未來客戶隱私挑戰的能力	若發生個資洩漏事件會導致法律訴訟責任、監管機關罰款與持續改善追蹤，客戶（尤其是企業客戶）要求提出隱私保障說明或解除合作關係，股價也將因此下跌且使公司聲譽受損	嚴謹的隱私保護機制需要投入大量費用，同時增加員工查詢客戶資料不便程度。此外，個人資料洩漏，可能導致客戶財物損失、隱私權受到侵犯或失去客戶信任，且要花費大量時間與精力處理善後	第五章	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 導入 ISO27701（隱私資訊管理系統）</li> <li>• 每年至少一次進行個資盤點及風險評估</li> <li>• 建立客戶資料存取與使用標準作業程序</li> <li>• 每年至少一次對員工進行個人資料保護知識與法律責任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 設立「資安暨個資管理室」之獨立專責單位，負責資訊安全及個資保護之管理與監督業務，並定期向董事總經理陳報，以維護本公司及其相關業務資訊資產之完整性、可用性、機密性及法規遵循性</li> <li>• 由資安長負責推動 ISO27701（隱私資訊管理系統），全面提升客戶隱私保護、資訊安全與治理機制</li> </ul>
治理與 誠信經營	GRI 205 GRI 418	良好的公司治理機制，可提升企業誠信經營的形象，強化投資人對公司的信任，獲得利害關係人認同與支持；透明的決策流程與獨立的監督機制，有助於提高決策效率，亦可吸引和留住優秀人才，以及提升員工的歸屬感	健全的治理架構及誠信經營文化，可有效預防貪腐風險，可成為永續治理標竿，促進整體旅遊業朝向公平、透明且負責任的方向發展，創造更大的社會影響力	若未能落實誠信經營或缺乏監督機制，發生舞弊或誤導性資訊，將造成業務隱匿收入、產品收取供應商不當利益，損害品牌聲譽及利害關係人信任，甚至面臨法律責任與財物損失	旅遊產業中，涉及高頻率金流與供應鏈互動的特性，舞弊或利益衝突的風險亦可能提高；而為符合內部控制要求，公司必須在供應商與客戶選擇有所取捨，可能因此損失部份商機	第五章	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 訂定誠信經營守則與反貪腐政策，並要求供應商簽署</li> <li>• 建立匿名檢舉制度並每年至少一次稽核</li> <li>• 揭露永續資訊，避免虛假廣告與不當行銷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持續要求新供應商簽署誠信經營守則與反貪腐政策</li> <li>• 為展現對生態保育的承諾，制定《生物多樣性暨不毀林承諾》傳達對生物多樣性的高度重視</li> <li>• 本公司 2024 年度無重大違規事件</li> </ul>

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
旅遊安全管理	GRI 416	嚴謹遴選供應商，透過領隊隨團檢查表、旅客意見回饋，並針對客訴與不合格事件，要求供應商矯正，與產品資訊揭露遊程風險評估（如：高海拔高山症、熱帶海島高溫中暑...），以及要求領隊適時宣導安全注意須知（如：乘坐巴士繫安全帶），旅客實際感受行程中風險降低，並提升企業品牌形象，以及降低事故與營運風險	吸引和留住重視旅遊安全的客戶與員工，並提升企業突發事件和危機處理的能力。依據外交部與衛福部警示燈號開團，將旅客安全置於優先重大議題，體現企業的社會責任感，並為企業的永續發展做出貢獻	旅遊期間若發生旅客人身傷害、交通事故、傳染病等安全事件，對旅客健康和旅遊體驗造成直接衝擊。公司需投入大量資源處理相關應變、理賠及善後作業，可能面臨外界質疑管理疏失，而流失顧客信任、品牌商譽受損，甚至引發法律責任與營運風險	過度強調或揭露旅遊過程可能發生的風險，會影響潛在客群的消費信心及體驗意願，甚至引發顧客對安全過度憂慮，導致放棄或延後參團。而氣候變遷等外部環境風險增長，同樣使得突發事件（如：極端氣候、自然災害等）發生頻率提高，對顧客健康安全造成威脅，對公司的營運同樣造成不利影響	第二章 第五章 第六章	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過海外公司掌握各國旅遊安全的最新動態</li> <li>建立旅遊風險預警機制與危機應變 SOP</li> <li>每年至少一次對導遊、領隊與旅遊合作單位進行安全訓練</li> <li>建立旅客緊急事件通報機制，以及海外醫療線上問診服務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「雄獅國際保險經紀公司」，提供旅途風險保障，以強化旅遊安全管理</li> <li>建立《旅客於團中身體不適加強處理》機制及標準流程</li> <li>持續優化緊急及重大事件處理作業</li> </ul>
資訊安全管理	GRI 418	透過資訊安全管理組織責任分工、建立資訊安全作業標準、導入安全性檢測與修補，資安情資分析，員工資安意識訓練，公司已降低資料洩漏、損毀風險，以及遭受網路攻擊導致營運中斷的機率；安全的網路環境，保障了客戶在線上交易；資訊安全提升，公司可更放心導入 AI 智慧技術來提升營運效率	導入並取得資訊安全國際標準認證，訂定公司資訊安全政策與可接受的資訊安全水準目標，定期進行資訊風險辨識、分析、評估與處理，以及建立健全的資訊安全管理架構，在 PDCA 管理循環運作下，有助於提升公司在資安領域韌性。為公司在數位經濟中建立競爭優勢，促進公司數位創新與數據驅動的決策	當遭駭客攻擊或勒索不僅可能導致敏感資料外洩，還可能引發營運中斷及額外的財務損失。導入及維護資訊安全管理系統能有效提升資料保護及風險管理，但亦需要投入可觀的費用來建立並持續更新安全防护措施	資安風險不僅來自公司內部系統，也可能來自供應商或其他第三方系統的漏洞，因而間接影響公司資訊安全防護成果。若外部風險無法妥善管理，亦會導致資料外洩或駭客入侵等資安事件；新興技術帶來便利的同時，也可能帶來新的資訊安全威脅	第五章	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入 ISO27001（資訊安全管理系統）</li> <li>建立資訊安全政策</li> <li>強化資安基礎建設與檢測機制（如：防火牆、多因子驗證、每年至少一次弱點掃描和滲透測試）</li> <li>對員工與供應商均進行資安意識訓練或宣導</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立「資安暨個資管理室」之獨立專責單位，負責資訊安全及個資保護之管理與監督業務，並定期向董事總經理陳報，以維護本公司及其相關業務資訊資產之完整性、可用性、機密性及法規遵循性</li> <li>由資安長負責推動 ISO27001（資訊安全管理系統）</li> </ul>

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
永續旅遊	無	提供永續遊程方案滿足重視永續發展企業客戶的需求，以促成客戶落實永續績效。公司以此永續商品增加營收，並擴大區隔市場佔有率。藉由影響企業客戶員工參團之永續體驗，逐步擴大個人參團之責任消費意識與採購決策 - 選擇個人永續旅遊	積極規劃永續旅遊商品及低碳服務，成立「永續旅遊商品」專區，並以 GSTC 為基準標示該商品之旅遊元件符合永續標準，以利於責任消費目標客戶選購，樹立公司永續旅遊品牌形象	永續旅遊市場先行者，初期公司將投入產品研發、遴選符合永續條件資格供應商、培訓永續導覽領隊、推廣宣傳等大量費用，獲利不易。而且消費者並非都願意為永續付出價差或犧牲部分便利（如：車上不提供瓶裝水）	若缺乏系統性管理與監控，旅遊活動所產生的碳排放及汙染可能加劇氣候變遷衝擊，尤其是在高碳排放交通工具的頻繁使用上及生活廢棄物處理不當，都會對生態環境和當地社區帶來潛在的長期風險；過度旅遊與不永續的營運模式，則可能造成自然資源退化或是生物多樣性失衡，進而使觀光產業韌性受到破壞	第二章 第五章 第六章 第七章 第八章 第十章 第十一章	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 明確定義永續旅遊</li> <li>• 將永續旅遊商品化，該商品所使用的每一項元件都須符合永續定義方可上架於專區銷售</li> <li>• 推廣低碳交通、友善餐食、降低廢食以及減少一次性用品使用</li> <li>• 與永續程度高的供應商合作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立「永續發展委員會」，並組成五大功能小組（包含：環境永續、社會公益、公司治理、永續旅遊、永續資訊揭露），其中「永續旅遊」小組，負責將旅遊商品生命週期導入循環經濟概念，並讓旅遊過程中所使用的元件朝著符合永續、綠色、低碳之定義標準。透過解說與互動的規劃，讓旅客深入體驗自然生態與文化，並在行程前及行程中進行宣導，使旅客調整行為、降低對自然環境和當地社區的負面衝擊。此外，將旅遊目的地商家均納入旅遊產業鏈，以帶動當地經濟發展，並創造就業機會。實踐永續旅遊，並驅動整體供應鏈的永續轉型</li> <li>• 認購 SAF 燃油 與漢莎航空攜手促進交通永續</li> </ul>

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
旅遊服務品質	GRI 416	提供規格明確、安全、符合客戶需求的旅遊設計與服務，輔以資訊系統防呆機制、作業標準與檢驗規範，以及變更管理，有助於降低作業不合格率；健全的客戶意見調查與回應，提升旅客整體滿意度及體驗價值，強化旅客對公司品牌的忠誠度及再購意願	導入創新服務，例如：情緒性語意分析，可即時偵測旅客負面體驗感受，並立即採取補救措施挽回客戶信賴；透過數據分析消費行為，也可滿足個性化需求。透過多元、永續及包容性的旅遊商品設計，可拓展潛在市場，同時有助於提升顧客體驗和品牌滿意度	若未正確掌握旅客需求，可能導致產品設計與實際期待不符，造成負評；若導遊或領隊人員未依標準操作，會影響服務一致性與旅客安全感；若對外傳遞的資訊與實際服務不符，則會引發客訴及品牌信任危機	在智慧化旅遊與個人化體驗受到重視的時代，若公司未能及時掌握旅客需求，或對數位趨勢與服務創新的接受度較慢，可能導致服務設計與旅客實際期待出現落差，而使公司失去現有優勢，甚至面臨被市場淘汰的風險	第五章 第六章 第七章 第八章 第十章 第十一章	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立旅遊服務品質評量指標</li> <li>隨團進行旅客滿意度調查表分析，並回應旅客</li> <li>將旅客建議納入產品設計與服務優化中</li> <li>積極投入數位轉型，導入先進技術與工具，提升服務便利性與安全性</li> <li>提升教育訓練課程類別及開課頻次，確保內部溝通建立明確的服務共識</li> <li>每季至少一次進行市場競爭分析，以洞察旅客需求與市場趨勢，提早佈局服務需求的轉變</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行旅客意見調查表分析</li> <li>優化旅客意見調查表題項</li> <li>導入 AI 數位機制（如：點點簽、智能櫃等）來提升服務便利性並減少移動所產生的碳排放量</li> </ul>
教育訓練與人才培育	GRI 404	完整的教育訓練、產學合作、專案參與、輪調制度、EMBA 派訓能有效提升員工專業能力、服務品質、問題解決能力，以及內外部知識交流，增強整體組織營運績效；有助提升員工對公司的認同感和忠誠度，降低人員流動率，亦建立具備競爭力的團隊	多元的學習管道（例如：實體課程、數位學習平台、知識平台、外部教育訓練等）以及儲備幹部培育制度，可以加深接班梯隊板凳的深度；新興技術導入應用，促進公司創新與數位轉型能力，塑造學習型組織文化，增加適應外部變化的能力，並降低營運風險	若培訓資源分配不均（例如：課程設計與員工實際需求落差大）可能導致訓練成效低落和資源浪費；若過度重視短期營運績效而忽略教育訓練投資成本，長期而言不但不利員工成長，也可能影響人才留存率、內部晉升效率和公司的整體競爭力	若公司未能隨著產業趨勢及時更新訓練方式和課程內容，或是忽略數位轉型及永續發展的進程，可能使員工培訓內容和市場需求產生落差，影響組織創新能力和競爭力；若培訓缺乏長期規劃或晉升銜接的機制，亦可能導致員工對公司籌備的課程失去學習動力，降低整體參與意願，進而失去人才培育的效益	第九章	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立職能導向的訓練課程及體系</li> <li>優化雄獅大學（數位學習平台）讓員工可隨時觀看課程</li> <li>設立儲備幹部、數位轉型與永續發展等主題課程</li> <li>對教育訓練成效進行追蹤與評估</li> <li>透過知識管理系統，促成知識傳承與流通，表揚知識貢獻者，塑造自主學習企業文化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>啟動接班人計劃、年度內部教育訓練及人才培訓方案，以提供更完善的人才培訓體系，為企業永續發展奠定厚實基礎</li> <li>透過產學合作使莘莘學子</li> <li>透過多元的產學合作專案提供學生實習機會、專案合作計劃，讓學子得提前接觸業界，降低學用落差並累積職場經驗，提升人才競爭力</li> </ul>

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
職業安全 健康管理	GRI 403 GRI 409	年度健康檢查、參與運動性社團、定期駐場醫師諮詢服務與規劃健康講座等完善的職業安全衛生管理制度，明亮、舒適的工作環境，有助於降低職業災害及工時過長所帶來的職業傷害率，可保障員工身心健康與工作安全，並提升作業及營運穩定性	持續精進並強化職場健康促進政策與關懷制度，不僅可建立正向安全文化與健康職場環境，亦能提升企業對優秀人才的吸引力與留任意願，進而強化雇主品牌形象，實踐企業永續發展	若工作負荷未妥善管控，導致員工過勞、工傷或是壓力造成相關疾病，產生勞動力損失，衍生勞資糾紛、醫療支出等潛在賠償責任或人員流動率提升等，對公司營運都會造成負面影響	工作環境中的潛藏健康風險（如：心理壓力、長期姿勢不良、長時間使用螢幕等）若未能及早偵測並管理，可能演變生慢性疾病或是集體健康問題，而增加公司潛在的責任與風險	第九章	<ul style="list-style-type: none"> <li>至少每兩年實施一次健康檢查與風險評估</li> <li>持續推動員工心理健康諮詢服務</li> <li>推動工時管理政策</li> <li>持續落實人權盡職調查原則</li> <li>導入符合職業安全衛生健康管理制度 (ISO45001) 的精神，並與主管機關配合</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供高齡員工健檢</li> <li>心理健康或產前後健康諮詢</li> <li>落實各項人權政策</li> <li>召開勞資會議</li> <li>安排員工接種流感疫苗 (免費)</li> <li>新增親職假、幼兒照顧假，並優化家庭照顧假之請假規則</li> <li>啟動員工持股信託政策，以鼓勵員工長期儲蓄且促進向心力</li> </ul>
永續創新與 開發	無	透過導入國際永續發展準則（如：GSTC 永續旅遊準則、SDGs 目標等），與國際接軌並提升旅遊商品的附加價值；持續經營低碳交通-鐵道觀光並結合生態與在地文化旅遊，強化公司的永續品牌形象及旅遊商品的多元性和市場差異，並利用數位工具提供創新服務（如：智能客服），進而拓展多元目標客群增加新營收來源	掌握國際永續發展、永續旅遊等前瞻趨勢，可以帶動旅遊產業和服務創新的變革，讓公司獲利、環境保護、社會責任和公司治理達成雙重價值，發揮公司的正面影響力進而提升整體產業的競爭力；透過遊程與活動設計賦能旅客成為永續實踐者（如：邀請旅客參與阿里山沿林鐵生態復育計畫）	導入及申請符合國際準則的永續發展標章、認證過程需要投入大量的人力、資源和資金，若市場接受度低無法達到預期效果，可能造成成本增加，影響財務績效	若創新與開發策略在可行性評估方面缺乏整體環境與消費市場定位失準而影響銷售，甚至造成資源浪費，反而對公司的營運產生負面影響	第六章 第七章 第八章 第九章 第十章 第十一章	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立永續採購政策，來強化供應鏈合作</li> <li>持續導入與應用資訊科技，並透過數位轉型例會跨部交流數位應用專案成效</li> <li>永續發展室每季董事會報告永續計畫與進度</li> <li>建立永續發展回饋機制，發揮集思廣益效力</li> <li>持續開創新旅遊服務模式</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入並取得 ISO14064-1 組織型溫室氣體盤查證書</li> <li>取得國際 GTS 綠色旅行標章</li> <li>獲環境部認可之銀級環保旅行社</li> <li>近 20 支綠色旅遊商品上架環境部淨零綠生活專區</li> </ul>

重大議題	GRI 特定準則主題	正面衝擊		負面衝擊		揭露章節	管理行動方案 / 目標	2024 年執行成果
		實際	潛在	實際	潛在			
社會回饋與參與	無	持續參與營運所在地或旅遊目的地的協會組織活動、各型式的公益活動及地方創生計劃，有助於提升員工社會責任感；強化公司與在地社區的連結和信任度，促進地方共榮，以發揮正面規模影響力	強調社會回饋的企業文化，可以吸引關注公益和永續議題的旅客及人才，並與社區建立良好的互動關係；落實政府的永續發展政策來實踐企業社會責任，能強化公司永續發展的競爭力並帶動整體產業永續轉型	若社會參與形式流於形式主義或是無法持續投入，可能會遭質疑為行銷操作，反而削弱了公司的聲譽；若企業在社會回饋與參與的決策過程不透明，或未考量利害關係人意見，可能引發部分股東認為濫用資金	若公司和在地社區缺發溝通，對於期望和資源投入以及所產生的影響力落差過大，可能導致承諾兌現的認知差異或是造成社區反彈及負面輿論，對社區及公司都會產生負面衝擊	第十一章	<ul style="list-style-type: none"> <li>鼓勵員工參與公司發動的志工與公益活動</li> <li>建立與地方社區的共創平台</li> <li>每年至少一次公開揭露投入與成果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦遊憩活動讓百名弱勢孩童體驗更多元的休閒娛樂</li> <li>以「Regional Tourism Hub」為核心，打造永續旅遊生態系，積極推動臺灣永續旅遊發展；串起在地社區、文化團體、商家合作的網絡，促進地方發展亦為具體的社會回饋行動，同時提升社會參與度</li> <li>發起石潭里敦親睦鄰街道清掃活動</li> <li>積極推動綠色交通，鼓勵員工優先選擇公共運輸，成效卓著，蟬聯三季模範企業獎</li> </ul>
促進地方發展	無	培訓與雇用在地耆老或熱愛家鄉 / 社區文史工作者擔任解說人員，不但創造當地就業機會，成為促進傳統文化、歷史資產與自然生態保存與傳承的方式，同時旅客能更深入了解在地文化與生活方式；藉由行程設計將系列遊程停靠點，導引遊客消費在地商品，促進社區經濟發展	落實政府地方發展政策，成為地方創生的關鍵推手，透過永續旅遊模式來推動區域經濟多元化並創造在地青年回流，實現地方與公司雙向共榮與區域平衡發展的目標；長期投入地方發展，將在消費者心中建立更正面的品牌形象	旅遊人口若報復性激增，可能導致交通擁塞、廢棄物與噪音汙染，或是公共設施過載等情形，對在地居民日常生活造成負面影響；部分地方發展項目可能侵犯當地居民權益	若未完善評估旅客承載量，大量遊客可能擾亂當地生活秩序或資源分配失衡，造成當地居民不樂於成為旅遊環節的一員而產生社會對立情形；企業主導的地方發展若缺乏對在地文化、自然生態深度了解，可能失去在地獨特吸引力	第十章 第十一章	<ul style="list-style-type: none"> <li>優先採購在地產品與服務</li> <li>與地方政府及居民合作，發展旅遊合作模式</li> <li>全程使用導覽耳機進行解說</li> <li>在旅遊過程中由導遊領隊傳達負責任的旅遊應落實的行為</li> <li>建立與地方團體或居民的溝通管道</li> <li>訓練導遊領隊引導旅客尊重當地文化、宗教與習俗，來降低文化衝突風險</li> <li>透過旅遊商品的設計來進行人流管控、分流以及旅遊淡旺季策略，減緩對當地居民日常生活干擾程度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>整合觀光列車行徑路線週邊商家，納入旅遊元件一環，提升當地商家收益</li> <li>雇用在地解說員或部落耆老使在地文化得以傳承，並提供多元就業機會</li> </ul>



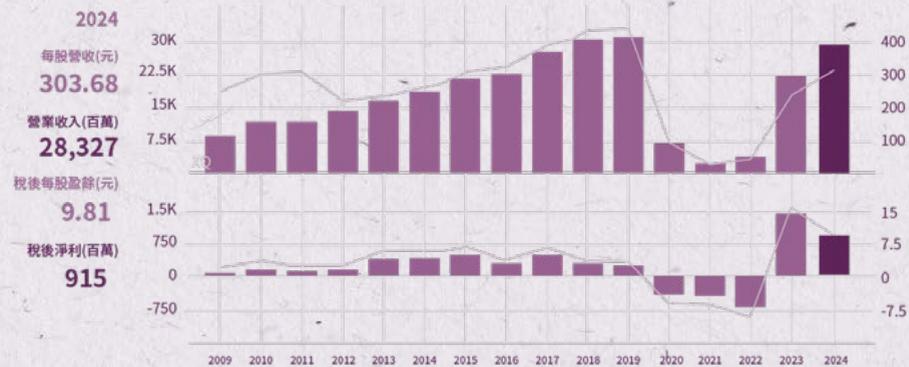
04 財務績效

## 4.1 營運績效

本公司因受惠 2024 年出境團體旅遊營收明顯復甦，以及日圓持續走貶，增強國人赴日旅遊意願，再加上第三季郵輪旅遊暑期銷售暢旺、第四季賞雪、滑雪等季節性商品熱銷，皆為營收挹注強勁動能，2024 年度合併營收淨額達 283.27 億元，已回復到 2019 年度的 94%。另本公司 2024 年度歸屬母公司稅後淨利達 9.15 億元，每股盈餘為 9.81 元，若排除 2023 年對子公司旅天下喪失控制權之投資利益，2024 年獲利應屬歷年新高。本公司亦持續深化台灣觀光價值，推出符合國際品質的旅遊體驗產品，體現台灣指標旅遊企業的競爭優勢。

表 14 最近五年度損益分析

項目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	變動率 %
營業收入	6,545	1,762	3,300	21,512	28,327	551.9
營業毛利	1,049	305	586	3,241	3,948	453.1
營業(損)益	(958)	(961)	(790)	934	1,102	218.2
營業外收入及支出	374	308	49	585	95	1,093.9
本期(淨)損利	(415)	(487)	(728)	1,435	926	297.1
(淨)損利歸屬於母公司業主	(413)	(470)	(684)	1,392	915	303.5



單位：新台幣百萬元

圖 18 歷年經營績效

## 4.2 財務分析

本公司 2024 年度合併營收淨額新台幣 28,326,933 仟元，已回復到 108 年的 94%，合併稅後淨利為 915,184 仟元，為 2019 年的 378%。除出境旅遊優化供應鏈佈局，鞏固品牌認同，本公司亦持續深化台灣觀光價值，推出符合國際品質的旅遊體驗產品，體現台灣指標旅遊企業的競爭優勢。

表 15 最近五年度財務分析

分析項目		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
財務結構	負債佔資產比率 (%)	71.59	69.74	77.58	59.65	59.89
	長期資金佔不動產、廠房及設備比率 (%)	988.34	876.21	721.31	1,094.79	963.91
償債能力	流動比率 (%)	213.82	197.75	119.43	142.28	140.62
	速動比率 (%)	196.01	181.50	100.84	98.56	111.02
	利息保障倍數	(13.90)	(16.05)	(16.68)	56.51	71.07
經營能力	應收款項周轉率 (次)	12.99	11.53	11.63	38.98	42.52
	平均收現日數	28	32	31	9	9
	存貨周轉率 (次)	-	20.26	12.72	10.82	53.76
	應付款項周轉率 (次)	6.74	6.12	5.16	18.18	21.56
	平均銷貨日數	-	18.00	29.00	34.00	7.00
	不動產、廠房及設備周轉率 (次)	15.74	4.14	8.14	51.43	58.75
獲利能力	總資產周轉率 (次)	0.88	0.31	0.56	2.73	2.84
	資產報酬率 (%)	(5.17)	(7.99)	(11.79)	18.38	9.44
	權益報酬率 (%)	(20.86)	(29.11)	(47.52)	54.64	23.11
	稅前純益(淨損)佔實收資本比率 (%)	(83.38)	(86.79)	(91.60)	162.93	128.31
現金流量	每股盈餘(淨損)(元)	(5.90)	(6.43)	(8.91)	15.21	9.81
	現金流量比率 (%)	(84.39)	(17.68)	6.49	27.77	49.88
	現金流量允當比率 (%)	49.64	10.17	(11.33)	82.96	136.60
槓桿度	現金再投資比率 (%)	(33.86)	(8.16)	7.22	24.69	36.29
	營運槓桿度	0.59	0.73	0.72	1.45	1.28
	財務槓桿度	0.96	0.96	0.95	1.03	1.02

## 4.3 股利政策

本公司於2025年2月25日董事會通過2024年度盈餘分配，擬每股配發現金股利7.5元，創歷年新高，股利發放率達76.45%。

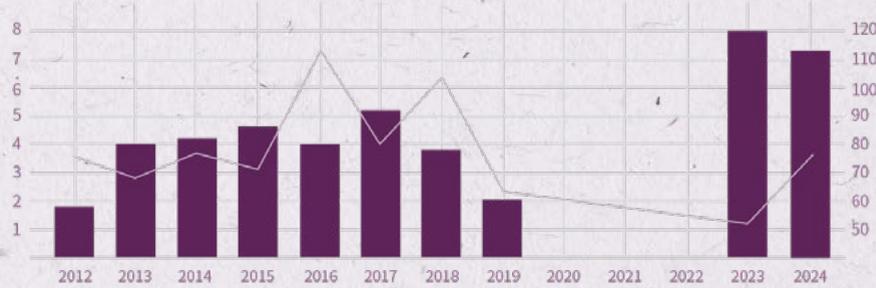


圖 19 歷年現金股利政策及股利發放率

## 4.4 未來營業計畫概要及發展策略

展望2025年，雄獅旅行社將以「創新前行，佈局未來」為方向，圍繞「主題旅遊」、「國際發展」、「數位創新」、「人才培育」與「永續發展」五大關鍵主軸，描繪未來藍圖，全面推動轉型升級，開創旅遊服務新格局。

在主題旅遊方面，將以團體旅遊為核心展開以登山、滑雪、高爾夫、音樂、馬拉松、建築、鐵道、郵輪之主題化、分眾化旅遊產品，同時強化高單價高端之「璽品 Signature」品牌以滿足市場對旅遊體驗之需求，期許樹立行業標竿。

國際發展則以北美（洛杉磯、溫哥華）與亞洲（東京、沖繩）為雙核心驅動，結合雄獅在全球採購與產品設計的專業優勢，推出涵蓋返鄉探親、跨境商務及高端旅遊行程的多元化產品。透過整合目的地資源與榮獲德國 iF 設計獎的服務設計成果，雄獅將卓越的服務標準延展至國際市場，力求打造極致旅遊體驗。

數位創新方面，雄獅將全方位啟動導入 AI 技術提升運營效率與服務品質，同時強化資訊安全，提升防禦技術、供應鏈資安及 AI 應用風險管理，並與國際級資安廠商合作，確保數位轉型的穩健發展，藉科技應用鞏固產業領導者之競爭優勢。

雄獅深信，人才是企業長青的基石，透過員工持股信託計畫，讓數千名員工共享經營成果，凝聚向心力。同時，推動接棒培育計畫，聚焦基層與中階主管的專業養成與企業核心價值傳承，強化數位能力、國際視野與領導決策力，確保企業在瞬息萬變的市場中穩居領導地位。

在永續發展上，雄獅積極響應《聯合國 17 項永續發展目標 (SDGs)》，攜手「臺灣樂活永續協會」等公益團體，共同推動人才培育、國際交流與企業社會責任計畫。2023 年，雄獅依循 ISO 14064-1:2018 標準完成溫室氣體盤查，榮獲英國標準協會 (BSI) 認證。2024 年雄獅旅行社為臺灣首家完成並揭露永續報告書之上市櫃旅行社。對環境友善與社會責任的堅定承諾及永續旅遊領域的領導地位。並以「共榮共好」為理念，將幸福感融入企業文化，結合 ESG 永續目標，實現企業與員工攜手共創未來的宏圖偉業。







雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 05 經營管理



## 5.1 永續經營

### 企業誠信經營運作及執行情形

本公司以法令遵循為經營基礎，透過相關守則及行為準則制定誠信經營之文化與價值觀，最高治理單位董事會訂有「股東會議事規則」、「董事選舉辦法」及「雄獅董事會績效評估辦法」等，內部章程訂有「誠信經營守則」、「道德行為準則」及「違反公司誠信經營守則檢舉辦法」等，而永續相關規章訂有「永續委員會組織章程」、「永續發展實務守則」及「永續資訊管理辦法」等，本公司所制定之相關政策承諾均經董事會通過後施行應用於組織全部。各項政策請參閱本公司官網 <https://info.liontravel.com/category/zh-tw/investors/management-system?fr=cg55547C0302T0101M03>

本公司訂定之「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」，由誠信經營室負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，交由獨立之內部稽核人員稽核，並由誠信經營主管定期（至少一年一次）向董事會報告。為建立公司誠信經營之企業文化，本公司董事會特此聲明遵守公司誠信經營政策，並督促經營團隊落實執行，內容包含：

(1) 防範內線交易、(2) 遵循利益迴避基本原則、(3) 禁止公司成員直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益、(4) 禁止公司成員做出違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益、(5) 禁止公司成員有直接或間接行賄及收賄行為、(6) 禁止公司成員提供非法政治獻金、(7) 禁止公司成員不當慈善捐贈或贊助、(8) 禁止公司成員提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益。(9) 禁止公司產品及服務於研發、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、(10) 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。

2024 年無員工因貪腐事件而被解雇或受到紀錄處分的事件，本公司亦無因貪腐違規行為與商業夥伴終止合約或未讀約事件，本年度已透過風險評估鑑別無重大貪腐風險。

### 五不政策

本公司訂定員工誠信政策，即五不政策，內容包含：(1) 不侵佔公款、不挪帳款、(2) 不拿回扣、(3) 不辦私件、(4) 不洩露營業機密、(5) 不得侵犯他人智慧財產權及肖像權。並明定若有違反則依據工作規則予以解雇或懲處，且每年定期向全體員工宣導員工誠信政策及安排測驗以防止違反誠信之情事產生。2021 年共計 1,630 人次參與線上訓練及測驗，每次線上訓練時數為 30 分鐘，課程主題為五不政策的說明、調查程序與處理方式，2022 年共計 1,253 人次，2023 年共計 1,579 人次，2024 年共計 1,664 人次。

為確保誠信經營之落實，本公司建立有效之會計制度及內部控制制度，內部稽核人員定期查核前項制度遵循情形，並依不誠信行為風險之評估結果，擬訂相關稽核計畫，並據以查核防範方案遵循情形。

## 5.2 風險管理

### ■ 內部控制與永續經營

為落實企業永續經營目標，雄獅旅行社採取循環作業模式，以確保公司運營的永續性以及效率，透過循環作業將資源使用最大程度地優化，循環作業流程如圖 20 所示。

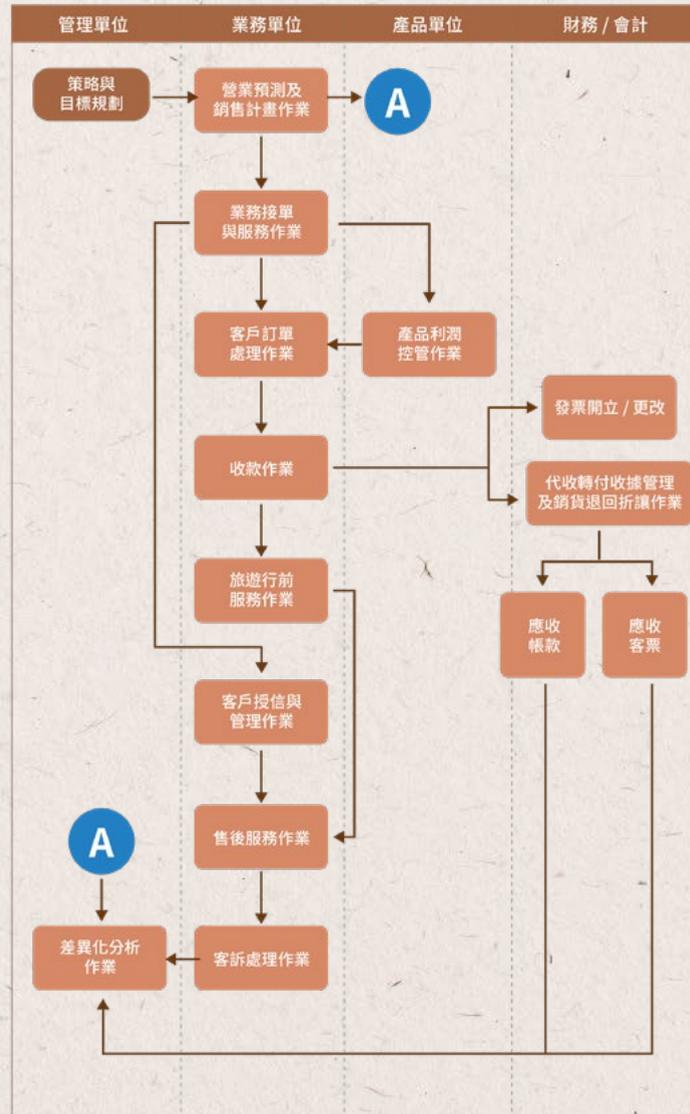


圖 20 循環作業流程圖

本公司 2024 年度無重大違規事件。稽核室以超然獨立精神、客觀公正立場，善盡監督責任，落實公司治理制度、防止舞弊與貪腐事件發生，並持續追蹤與要求稽核缺失限期改善。2024 年全年查核案件依分類統計查核案件如表 16，所有案件均已完成矯正措施並提報董事會結案。

表 16 2024 年案件類型查核分析表

案件類型	查核案件數	稽核建議事項數	矯正措施與改善數
母公司	524	31	22
子公司	146	7	5
誠信經營	1	0	0
電子資料循環	186	5	3

113 年 3 月 22 日證交所派人前來我司進行實地審查並於 4 月 29 日發函表示，發現有下列四點內控制度之設計及執行缺失：

1. 衍生性商品交易與風險評估報告皆為同一部門。
2. 從事衍生性商品交易處理程序，其避險性交易未訂定全部契約損失上限。
3. 未訂定營運持續計畫。
4. 未按季追蹤目的事業主管機關交通部對 112 年 11 月 30 日資安事件之查核缺失。

上述缺失 1 及缺失 2 已於 113 年 8 月提報董事會修訂「取得或處分資產處理程序」有關衍生性商品交易之部分條文，並預計 2025 年提報股東會議案；缺失 3 營運持續計畫亦已完成增訂，並於 113 年度 11 月份提報董事會通過；缺失 4 稽核部門已依規定按季追蹤主管機關之查核缺失，並報告於董事會。

稽核室依據內部稽核與年度部門自評作成「整體評估」，以確認內部控制制度之有效性，並據以作成「內部控制制度聲明書」，呈報董事會審議。此外，公司訂定『誠信經營作業程序及行為指南』作為誠信經營法源依據，由「誠信經營室」負責辦理本作業程序及行為指南之修訂，並依本公司誠信經營守則之要求，彙整本公司各相關單位對於誠信經營之執行情形，定期向董事會報告。

本公司鼓勵內部及外部人員檢舉不誠信行為或不當行為，於公司網站及內部網站建立並公告獨立檢舉信箱 ([impeachment@liontravel.com](mailto:impeachment@liontravel.com))，供本公司內部及外部人員舉發。公司承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。

### 誠信正直文化與法令遵循

公司訂定「誠信正直」為核心職能，列入高階主管半年度考核項目，從收送禮與發放於公開平台登錄、透明揭露等日常作業養成「非吾之所有，雖一毫而莫取之」的習慣。誠信經營室為讓同仁瞭解並落實集團五不政策，每年度偕同人資人才培育組進行宣導、舉辦線上課程並留下測驗紀錄，向全體員工宣導，避免同仁因觀念不正確，誤觸規範而不自知，進而防止違反誠信之情事發生。

### 內部稽查與控制風險等級

本公司為確保所有的潛在風險能夠有效受到管控，針對各個循環別制定相應之查核項目、受查單位及頻率（表 17、表 18），以落實內部稽核及內部控制程序，以確保在可能範圍內，落實風險管控，並召開風險管理政策會議，針對辨識出之風險項目逐一進行討論，尋求最佳之解決方案。此外，雄獅旅行社依據不同風險類別，將各類風險依作業內容分為不同等級，以制定對應之控制內容。

表 17 內部稽核與內部控制程序

循環別	稽核項目	受查單位	頻率
銷售及收款循環	客戶訂單處理作業	通路部門	半年
	收繳款作業	通路部門	半年
	代收轉付收據管理及銷貨退回折讓作業	通路部門	半年
	應收帳款管理作業	通路部門	半年
	客訴處理作業	顧客關係部 / 企本 AO	年
	緊急及重大事件處理作業	顧客關係部 / 企本 AO	年
其他循環	預算管理辦法	會計 / 通路 / 產品 / 行銷 / 人資 / IT 部門	年
研發循環	新旅遊產品設計作業	產品部門	年
	旅遊產品上架作業	產品部門	年
	旅遊產品改良作業	產品部門	年
生產循環	旅遊產品控管作業	產品部門	年
	旅遊產品成本估算及結團損益作業	產品部門	年
採購與付款循環	請購作業	產品部門	年
	旅遊產品供應商管制作業	產品部門	年
	旅遊產品元件採購作業	產品部門	年
	供應商產品驗收與管制作業	產品部門	年
	採購付款及記錄作業	產品部門	年

循環別	稽核項目	受查單位	頻率
薪工循環	人力資源規劃作業	人力資源部	年
	招募甄選作業	人力資源部	年
	任用報到作業	人力資源部	年
	教育訓練作業	人力資源部	年
	考勤管理作業	人力資源部	年
	績效評核作業	人力資源部	年
	晉升作業	人力資源部	年
	調任作業	人力資源部	年
	獎懲評估作業	人力資源部	年
	職工福利作業	人力資源部	年
	離職、資遣、留停及退休作業	人力資源部	年
	薪資管理作業	人力資源部	年
	人事資料保管作業	人力資源部	年
其他循環	職務授權及代理人制度之執行	人力資源部	年
融資循環	公司債作業	財務管理部 / 會計部	年
	資金融通作業	財務管理部 / 會計部	年
	財會收支管理作業	財務管理部 / 會計部	年
投資循環	投資決策及買賣作業	財務管理部 / 會計部	年
	投資記錄及保管作業	財務管理部 / 會計部	年
	投資收益之取得與記錄作業	財務管理部 / 會計部	年
不動產、廠房及設備循環	不動產、廠房及設備增添作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	不動產、廠房及設備維護作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	不動產、廠房及設備保管與紀錄作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	不動產、廠房及設備異動作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	不動產、廠房及設備處分作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	不動產、廠房及設備盤點作業	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年

循環別	稽核項目	受查單位	頻率
電子資料處理循環	資訊部門功能與職責劃分	資訊部	年
	系統開發及程式修改控制作業	資訊部	年
	編製系統文書控制作業	資訊部	年
	程式及資料存取控制作業	資訊部	季
	資料輸出入控制作業	資訊部	季
	資料處理控制作業	資訊部	年
	檔案及設備安全控制作業	資訊部	年
	硬體及系統軟體購置、使用及維護控制作業	資訊部	年
	系統復原計劃制度及測試程序控制作業	資訊部	年
	資通安全檢查控制作業	資訊部	季
	指定網站進行公開資訊申報相關作業控制	資訊部	年
其他循環	對子公司之監督與管理	會計部	年
	財務報表編製流程之管理	會計部	年
	適用國際會計準則之管理	會計部	年
	會計專業判斷程序、會計政策與估計變動之流程	會計部	年
	關係人交易之管理	會計部	年
	背書保證之管理	財務管理部	季
	資金貸與他人之管理	財務管理部	季
	衍生性金融商品作業	財務管理部	月
	財產之管理	行政總務部 / 資訊部 / 會計部	年
	取得或處分資產處理程序	行政總務部 / 資訊部 / 會計部 / 財務管理部	年
	防範內線交易之管理	股務部	年
	董事會議事運作之管理	股務部	年
	薪資報酬委員會運作之管理	股務部	年
	審計委員會運作之管理	股務部	年
	印鑑使用之管理	法務部	年
	合約之管理	法務部	年
	個人資料保護管理辦法	法務部	年
	法令規章遵循事項	法務部	年
誠信經營守則	誠信經營室	年	

表 18 內部控制風險等級表

風險	等級	作業	控制內容
電子資料風險	H	程式及資料存取控制作業	確認公司程式及內部資料存取是否有依權限進行設定。
	H	資料輸出入控制作業	確認公司內部資料修改是否經適當申請及審核後，由資訊部門處理。
	H	資通安全檢查控制作業	資通安全是否有定期檢查、資訊安全政策是否有確實執行。
銷售風險	M	客戶開發與授信管理作業	客戶授信額度新增與周期之核定及調整是否依規定呈核權責主管核准同意。
	M	客戶訂單處理作業	是否確實簽訂「旅遊定型化契約書」。
	M	收繳款作業	檢核業務之收款沖帳是否依公司規範作業。
	M	代收轉付收據管理及退貨退回折讓作業	是否確實開立及交付旅客「代收轉付收據」，收據之開立是否合乎法規。
M	應收帳款管理作業	確認公司定期追蹤並檢討應收帳款處理情況，避免公司呆帳增生。	
生產風險	M	旅遊產品控管作業	確認公司於產品預訂及各單位對接時，是否確實按照公司規定執行。
	M	旅遊產品成本估算及結團損益作業	針對成本及售價的估價合理性進行稽核。
採購風險	M	請購作業	請購是否先確認成團才進行請購，支單是否確實填寫相關採購明細，並經權責主管審核。
	M	旅遊產品供應商管制作業	確定能提供符合公司設定之產品標準與服務，並能與公司充分配合，以確保服務之品質。
	M	旅遊產品元件採購作業	供應商之遴選合作與議價，是否為合格供應商名單。
	M	供應商產品驗收與管制作業	是否依照購單據內容品項驗收檢核，產品入庫與領用是否依規定辦理並定期盤點。
	M	採購付款及記錄作業	會計人員應確實核對請款憑證之一致性，並呈權責主管審核，財務人員收到審核無誤支單與憑證後才可進行付款，並於憑證上加蓋付訖章。

### 緊急事故處理小組

由總召集人（全權處理人）、副召集人、總部緊急應變小組、事故處理組、公關組、後勤支援組、家屬聯繫小組、法務組和理賠處理小組組成。

總召集人為最高權責處理人，通常為產品部最高主管，須具備豐富的人脈與官方關係，獲得相關單位的支援與協助，負責統一指揮調派人力；負責確定小組成員名單及相關人員權責設定，並為對國外部政府機關或本國政府單位之聯繫或溝通者。副召集人通常為

產品或通路經營企劃室主管，負責協助總召集人進行相關權責事宜之指派及處理，並協助統籌與裁決，以及協助對觀光局或公會之聯繫及溝通。

總部緊急應變小組則依據總召集人及副召集人的指令，協助各小組進行相關事宜執行的推動及資訊彙總；並定時做內部資訊呈報，由企劃一力 SDT 彙整事件最新進度，回報相關權責人員、群總經理與董事長。事故處理組以產品部為主（另協同保險公司代表商討後續醫療事宜；地接則加派人手與車輛協助；在地慈濟功德會也可提供物資與心靈安撫），負責緊急事故之處理、協調、聯繫。總部應設有人員掌握事故處理最新資訊，事發現場應有成員掌握受傷狀況、負責醫療安排並探視。事發現場處理主管應熟悉當地的相關資源與運作，並且處理過類似案例或事件。公關組發言人，負責對外發布消息，聯絡人負責聯絡事宜。彙集相關事故最新進度，視實際進度，適時對外統一發佈新聞稿或召開記者會，說明最新處理進度，展現公司負責之處理態度；並時時掌握新聞媒體報導動態。公關應藉由過往與媒體記者互動的經驗，完善應對媒體各類問題與需求。

後勤支援組包含，團體旅遊部、FIT 票務與保險、顧客關係組、車產、通路主管等單位；分為 (1) 顧客關係組負責將事故依照規定格式及時通報觀光署，通知產險公司啟動海外急難救助服務；並定時回報最新處理進度與狀況。(2) 保險組負責協助了解保單內容，爭取被保險人權益。(3) 票務組負責協助前往現場之工作人員及眷屬，進行機位訂定及機票開立事宜。(4) 證照組負責協助前往現場人員及眷屬緊急辦理護照及簽證事宜，並視各種情況分別處理（如：有臺胞証未加簽、臺胞證過期、無臺胞證）。(5) 車產組：負責協助旅客家屬所需去回程交通調度。

家屬聯繫小組以業務單位為主，設定統一窗口，以旅客報名窗口之單位主管為主，讓眷屬感受到公司重視及負責之誠意。主要負責通知及聯繫傷、亡者之家屬，善盡關懷及慰問之職責。法務組負責瞭解兩地相關法令與釐清公司相關應負責任、協助確認公關聲明稿內容，並提供法律諮詢建議。理賠處理小組負責相關談判事宜。理賠小組成員應包含產品部、通路主管以及企劃主管，法務部、顧客關係部、財務部、保經代表、產險公司代表。

召開緊急事故處理應變會議，由總召集人透過企劃一力體系聯繫成員迅速召開應變工作會議，統籌分派任務，並要求各任務負責人於指定時間內回報相關進度。2024 年緊急事故處理事件如表 19 所示。

表 19 2024 年緊急事故處理事件

編號	團名	事件摘要	處理結果
1	沖繩 4 日	旅客於行程中跌倒左小腿受傷，送醫就診於飯店休養	協助處理就醫及申請保險事宜
2	挪威極光羅浮敦群島 11 日	旅客因身體不適，於當地離世	協助處理後事及申請保險事宜
3	清邁 5 日	旅客意外跌倒，導致骨頭移位	協助就醫並提供海外急難救助服務資訊，辦理返臺事宜
4	埃及 11 日	旅客於行程中身體不適，就醫時離世	協助後事處理及返臺事宜
5	西葡 13 日	旅客於當地跌倒，並接受手術治療，返台後直接送醫續治	協助就醫手術、安排返臺送醫續治及保險申請事宜
6	關西 5 日	旅客突發性腦梗塞	協助處理就醫、返臺事宜及保險申請事宜
7	北越 5 日	旅客於飯店大廳急性心肌梗塞，送醫後離世	協助後事及意外核賠處理事宜
8	杜拜 7 日	旅客於飯店跌倒，導致膝蓋髕骨斷裂	協助安排返臺送醫及保險申請事宜
9	臺灣北部 1 日	疑似食物中毒，下團後就醫回報	協助追蹤衛生局食物中毒檢驗結果及保險申請事宜
10	芬蘭 3 日	旅客於行程中扭傷導致骨折，送醫住院	協助處理當地就醫、返臺送醫續治及保險申請事宜
11	重慶 8 日	旅客喉嚨發炎呼吸困難，住院就醫	協助處理當地就醫及保險申請事宜
12	芭達雅 6 日	旅客身體不適，返臺	協助處理當地就醫及辦理返臺事宜
13	東京 5 日	旅客於行程中突全身抽搐，送醫檢查後依照醫囑於當地入院醫治	謝助處理當地就醫及入院事宜
14	曼谷 6 日	旅客熱衰竭於當地住院醫治	謝助處理當地就醫及返臺事宜

編號	團名	事件摘要	處理結果
15	西班牙 11 日	遊覽車因機械故障導致起火，人員均安，但行李全數燒毀	協助旅客日常用品採買事宜、向當地車公司提出賠償申請事宜
16	黃金海岸 6 日	旅客於行程中遭動物報衝撞擊，導致手骨裂及脫臼	協助處理當地就醫及保險申請事宜
17	九州 5 日	旅客於睡夢中離世	協助後事處理並安排其家屬返臺事宜
18	東京 5 日	旅客用餐時疑似因食物哽噎，經緊急送醫治療	協助處理當地就醫、住院、轉院及返臺專機、續醫安排事宜
19	東澳 9 日	旅客身體不適，送醫檢查確認為腦部動脈阻塞，需接受手術並住院醫治	協助處理當地就醫、手術及住院事宜
20	郵輪 (長崎州) 2 日	旅客於郵輪房間外陽臺失足落水，後於海上尋獲經急救不治離世	協助急救及後事處理事宜
21	峴港 5 日	旅客身體不適，就醫檢查確認為腦溢血，需住院觀察	協助處理當地就醫、住院及返台續醫事宜
22	西班牙 11 日	旅客搭機回程遇亂流，導致撞擊受傷，就醫治療無礙後返家休養	協助讓航空公司代表親自向與旅客致歉之聯繫事宜
23	澎湖 3 日	旅客於飯店泳池溺水，送醫搶救後不治	協助後事處理事宜
24	峇里島 5 日	旅客參加自選活動中煞車不及，不慎翻覆受傷，於當地就醫後返臺續醫檢查無礙後返家休養	協助處理當地就醫及返臺續醫安排，及保險申請事宜
25	土耳其 10 日	旅客於行程中身體不適離世	協助後事及返臺事宜處理

編號	團名	事件摘要	處理結果
26	合歡山 2 日	旅客於民宿跌倒，送醫治療	協助就醫及保險申請事宜
27	泰國 5 日	旅客於飯店早餐廳昏迷，經送醫搶救不治離世	協助處理當地就醫、返臺安排及後事事宜
28	24FT1007	旅客於海邊溺水，經送醫搶救後不治離世	協助處理當地就醫、返臺及保險申請事宜
29	英國蘇格蘭 13 日	旅客於行程中遭搶劫而跌倒，導致手臂骨折	協助處理當地就醫、保險申請事宜
30	北海道 5 日	旅客因自身疾病於行程中輕微吐血，送醫醫治後不治離世	協助處理當地就醫、住院，後事返臺安排事宜
31	四國 5 日	旅客於行程中受傷，需住院並接受手術	協助處理當地就醫、住院及返臺安排事宜
32	峇里島 5 日	旅客參加浮潛行程，發生意外事故經送醫搶救不治離世	協助處理當地就醫、返臺安排及後事事宜
33	首爾 5 日	旅客因身體疲勞導致身腎功能衰竭、胃出血體不適，就醫診斷為腎功能衰竭、胃出血	協助處理當地就醫、住院、相關日用品採買事宜，以及返臺續醫安排

經本公司統計發現，COVID-19 疫情後，旅客在海外旅遊期間身體不適之情形較往年多，且多起憾事發生於旅客獨自留置飯店房間之際。為提高領隊、旅客本人及隨行親友的警覺性，避免因延誤就醫或未妥善照料之疑慮，本公司於 2024 年 10 月正式公告《旅客於團中身體不適加強處理》措施。

藉由導遊及領隊例行會議進行宣導，使導領人員了解當旅客反應身體不適且不願就醫或要求獨自留置時，應履行的相關責任與義務，以確保旅客安全與權利，同時保障雙方權益。

## 5.3 資安與個資管理

### 資訊安全及個資管理架構

雄獅旅遊為宣示資訊安全治理及個資保護之決心，董事會由上而下推動安全治理之企業文化，於 2024 年設立「資安暨個資管理室」之獨立專責單位，負責資訊安全及個資保護之管理與監督業務，並定期向董事總經理陳報，以維護本公司及其相關業務資訊資產之完整性、可用性、機密性及法規遵循性。資安暨個資管理室負責訂定並維護資訊安全及個人資料保護管理政策，每年定期向董事會報告公司資訊安全治理及個人資料保護之執行狀況，俾利展現本公司對利害關係人關注議題之重視，以達成企業永續經營及數位韌性之目標。

圖 21 資安暨個資管理室組織圖



### 資訊安全及個資管理之策略目標與預期效益

雄獅旅行社為實踐最終願景：建置客戶信賴的資訊平台，朝向三個目標作為努力方向（下圖 22），分別為：確保網路安全、支持業務持續發展、發揮資訊安全價值、避免客戶資料外洩事件。



圖 22 資安策略目標

根據不同指標推動執行策略，以提升資訊安全及個人資料整體成熟度、有效降低資訊安全或個資外洩事件發生，並且提高人員的資訊安全及個資保護意識、逐步落實整體資訊安全及個人資料管理與作業。預期可以確保服務與產品持續交付、滿足客戶期望、維護公司商譽及創造股東最大價值（圖 23）。

### 提升資安整體成熟度、有效降低資安事件發生

提高人員的資安意識、逐步落實整體資安管理與作業



確保服務與產品持續交付、滿足客戶期望、維護公司商譽及創造股東最大價值

圖 23 資安策略預期效益

### 資訊安全及個資管理措施

#### 資訊安全及個人資料保護政策

雄獅旅行社致力於建立安全且可信賴的資訊作業環境，以保障本公司與消費者的權益，並確保資料、系統、設備及網路等資訊資產的安全。為此，本公司依據政府法令及業務需求，訂定資訊安全政策，政策旨在維護資訊資產的完整性、可用性與機密性，並降低資通安全事件及個人資料外洩可能帶來的風險與影響。本公司以資訊安全管理系統 (Information Security Management System, ISMS) 為基礎，逐步擴大其適用範圍，並明確規範全體同仁應遵循的資訊安全要求，以及在規劃、實施與持續改進過程中的角色與責任。

除此之外，本公司高度重視客戶個人資料與隱私保護，並嚴格遵循相關法規，包含個人資料保護法及交通部指定旅遊產業類非公務機關個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法。於蒐集客戶個人資料前，已於雄獅官網及契約內載明所蒐集個人資料的用途、類別及方式等，並在取得客戶同意後才進行資料處理與利用，均遵守相關個人隱私權保護法令之規範。此外，本公司致力確保客戶資料、隱私權及權益的保護，本公司所有員工皆

應遵守「個人資料保護管理政策」，並透過內部定期查核作業，以確保個人資料處理之合規性與安全性，藉以展現對客戶隱私權保護的承諾。

• 資訊安全管理系統

1. 全天候異常監控：
  - (1) 個人電腦及伺服器全面導入防毒 (AV)、端點防護 (EDR) 軟體及 XDR 系統偵測與回應威脅以保護端點安全。
  - (2) 委資安廠商安全監控中心 (SOC) 服務、偵測及處理代管 (MDR) 服務，以 7x24 監控與分析資安威脅事件。
2. 強化網路安全性：
  - (1) 對外網路防火牆 (NGFW) 及應用程式防火牆 (WAF) 設備，具入侵威脅偵測防禦及應用程式攻擊識別防護能力。
  - (2) 企業核心營運管理系統 (ERP) 導入多因素驗證 OTP 系統，強化身份認證機制。
3. 郵件社交工程防護：
  - (1) 郵件安全匝道識別攔阻惡意軟體與垃圾郵件。
  - (2) 持續教育訓練及社交工程演練，提升員工資安意識與責任感。
4. 軟體開發環境安全：
  - (1) 導入安全軟體開發生命週期 (SSDLC) 管理，應用源碼檢測及弱點掃描確認符合相關安全標準與法規。
  - (2) 定期實施滲透測試及紅隊演練，找出系統中的弱點或不安全配置，修補風險漏洞並持續追蹤與改善。
5. 導入 ISO27001 國際標準之 PDCA 管理制度

為確保永續經營與取得商業夥伴信任，本公司自 2024 年起聘僱專業顧問團隊，協助盤點及訪談本公司的資訊資產及業務部門相關流程與潛在風險，並彙整資訊資產與個人資料流程之梳理，為後續輔導及驗證 ISO 27001:2022 資訊安全管理系統奠定基礎，加強識別業務作業流程內的相關風險，並提出風險改善方案並確實執行，以有效落實安全管理制度「Plan-Do-

Check-Act (PDCA)」之運作。

6. 網路安全保障責任保險

本公司不僅強化公司內部資訊安全治理成熟度，亦為了提升本公司於旅遊產業之商業競爭力，並實踐企業社會責任，本公司於 2024 年投保額度美金 500 萬元之「網路安全保障責任保險」，以透過保險方式進行資訊安全風險移轉及降低個人資料外洩時對利害關係人之損害，確保企業之永續經營能力，並保障對客戶及社會等利害關係人之承諾。

• 資訊安全之營運持續演練

為確保資訊資產的安全與業務的持續運作，並降低重大災難事件可能帶來的風險與損失，我們每半年執行系統備份還原演練，全面保障業務連續性，並提升資料復原效率與應變能力。此外，我們每年進行資安事件演練，透過模擬實際情境，驗證資訊安全應變計畫的有效性，確保事件影響降至最低，同時強化現有技術措施與安全策略，全面提升參與人員的防範意識與應變效率。

表 20 2024 年資訊安全營運持續演練之名稱及次數

演練名稱	全年演練總次數	演練頻率
系統備份還原演練	2	半年

為提高同仁警覺性以降低社交工程風險，本公司於 2024 年每一季進行釣魚郵件演練，全年共計演練四次。透過模擬駭客寄送各種誘騙信件的手法，測試同仁點選各類誘騙信件的比率，以強化教育同仁對資訊安全意識的落實與對社交工程等攻擊行為的資訊安全警覺意識，2024 年社交工程演練總計人數 5,472 人次，並針對對於點擊釣魚郵件演練之員工進行正式通知提醒並要求改善。從第一季點擊率為 2.43%、第二季點擊率為 9.97%、第三季點擊率為 2% 及第四季點擊率為 0%，反映出本公司持續加強員工安全意識教育及強化釣魚郵件辨識訓練的措施已見成效，有效降低了潛在風險。同時，也說明全體人員的資訊安全意識正在不斷提高。

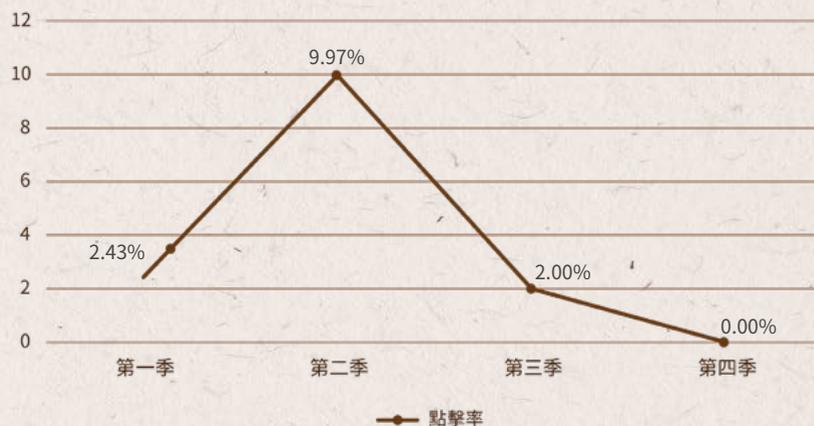


圖 24 2024 年釣魚郵件點擊率

為提升防禦反應速度，即時對攻擊行為進行管制，2024 年已策劃整體資安聯防機制，並已開發完成外部網站的自動阻擋系統 SOAR，對達閾值的惡意連線能即時立案給判斷機制做處置，全過程保留原始記錄、情資數據、判斷依據、案件審理參數與執行結果驗證。供資訊安全人員追蹤威脅趨勢以提前布署，並分析出高風險網段，可提前預防性封鎖。

• 資訊安全及個資保護教育訓練

雄獅旅行社針對 2024 年資安宣導及教育訓練進行統計。首先，2024 年雄獅旅行社共計 1,692 人次參與個資宣導課程，完成測驗人數為：1,692。2024 年雄獅旅行社參與資安宣導課程共計 1,692 人次，完成測驗人數為：1,692。2024 年雄獅旅行社新進人員共計 415 人，如表 21 所示。

表 21 2024 年資安宣導及教育訓練課程

課程名稱	時數	人次	完成測驗人次	說明
個資宣導	2	1,692	1,692	測驗成績達 80 分以上，且觀看完教學影片
資安宣導	1	1,692		
職業安全衛生	1.5	1,692		
新進人員訓練	1.8	415	369	針對新進員工教育訓練，包含綁定多因素手機教學及實作，使用企業 VPN、App，和如何報修資訊設備

• 資訊及個資事件通報及緊急應變

本公司致力於建立全面性的資安事件通報與緊急應變機制，確保迅速且有效地應對事件。透過定期檢視通報流程及舉辦事故演練，確保在事件發生時能即時啟動應變措施，並根據事件性質採取最適當的處置方式，將可能的衝擊降至最低。為進一步強化資安防護能力，本公司已建立 24 小時緊急通報管道，並設置跨部門專業應變小組。同時，我們採用資安監控技術，包括即時入侵偵測系統、多因素驗證機制，以及每年定期進行資安演練，以推動組織內建立有韌性的資安文化，全面保護組織與利害關係人的重要資訊資產，並確保業務營運的穩定性與永續性。

除此之外，就個資事件通報及緊急應變制度上，本公司遵循交通部觀光署「交通部指定旅遊產業類非公務機關個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」之規範，訂有個人資料外洩事件之通報程序、72 小時內通報主管機關、法定通知事項、緊急應變小組之成員、角色及工作分配、損害控制及改善措施等作業程序，確保遏止及預防當事人權利受到重大影響，藉以維護客戶敏感性資料及隱私權益。本公司 2024 年無發生個資外洩相關事件。

表 22 經證實個資外洩事件的影響統計數量

標準 SV-PS-230A.3	2024 年
資料外洩數量	0
涉及客戶機密商業資訊或個人辨識資訊的百分比	0
受影響的客戶數量	0

本公司 2024 年未發生來自內部、外部或監管機關之經查證屬實的投訴事件。



## 06 供應鏈

## 6.1 供應商現況及管理

本公司供應商涵蓋面向多元，從交通運輸、住宿、餐食、景點、購物店家、旅遊證件或簽證、導覽人員等(圖 25)。秉持嚴謹的供應鏈管理原則，從供應商開發、評估、談判、採購篩選，到旅遊商品規劃應用，再到行銷推廣及終端的銷售服務，以確保每個環節均符合永續發展目標。2024 年度供應鏈實際狀況與前一年度相比無顯著變化。



圖 25 雄獅旅行社供應鏈

為有效管理各類別之供應商，本公司提出供應商政策包含：(一) 應建立長期合作關係，包括：共享雙方公司未來發展計劃、結合雄獅年度目標優先分配供應商關鍵資源、能提供獨特競爭優勢產品、能相互派駐協同作業、共同研發創新產品、(二) 每區域，應維持至少兩家合格供應商可使用；即可比較、可替代。當供應商為雄獅關係企業或海外分公司成員，予以優先使用、(三) 供應商應能協助處理當地突發事件，如：意外事件、旅客證件遺失、疾病、傷害等、(四) 優先採用 E 化程度高、ESG 績效佳，有意願介接雄獅旅行社關係企業(雄獅資訊)之系統者、(五) 應符合本公司制定之供應商品質條件。此外，本公司每年均會以交易紀錄、客訴事件對供應商進行評鑑，如評鑑結果不及格，則終止雙方合作關係。

本公司尤其重視供應商是否遵守誠信經營守則，內涵如下：誠信正直一直是雄獅集團最重要的核心價值。雄獅集團承諾秉持誠信正直從事所有業務活動，並隨時自我管理，且雄獅旅行社自 2013 年 9 月 24 日成功上市後，亦應遵照臺灣證券交易所公告之「上市上櫃公司誠信經營守則」辦理。為維護雄獅集團的核心價值，集團政策要求集團內所屬公

司的每一位同仁都應負有維護雄獅集團道德價值及名譽的責任與義務，並應遵守相關法令規定。所以，與雄獅集團合作的全球夥伴，亦同時應負有相對的責任與義務，共同遵守規範。雄獅旅行社要求每一位供應商必須做到之事項如下：(一) 從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益、(二) 利益係指任何有價值之事物，包括任何形式或名義之金錢、餽贈、佣金、職位、服務、優待、回扣等。旅遊產業常見利益輸送名義，例如：業績回饋個人、個人佣金、個人顧問費、個人人頭費、個人禮券、部門聚餐費、年節紅包、見面禮品、出國招待等、(三) 於從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益、(四) 若有相關需要贊助或其他要求，應以公司名義出具信函統一徵詢。例如旅展聯合行銷費用、春酒尾牙禮金贊助、特殊專案贊助、客戶感恩大會等、(五) 供應商應遵守智慧財產相關法規；未經雄獅旅行社同意，不得對第三方使用、洩漏雙方之所有交易資訊、內容及文件。

為提升供應商資訊透明度並強化供應鏈管理制度，本公司訂定明確的供應商申請規範，並透過 ERP 系統建置完整的供應商資訊管理機制。透過系統化的資訊欄位，確保供應商相關資訊之完整性，並使相關單位及各層級審核主管均能即時掌握供應商背景及合作情形(圖 26)。



圖 26 供應商申請流程

本公司藉由資訊系統落實供應鏈管理，關係企業雄獅資訊所開發之供應商平台系統(圖 27)，有效整合了供應商與雄獅旅行社各階段作業，如：詢價與報價、預訂作業、請款與付款、品質異常處理、公告等。單一平台介面提升作業透明度、效率及即時化資訊，以即時回應客戶需求，進而提升服務品質。

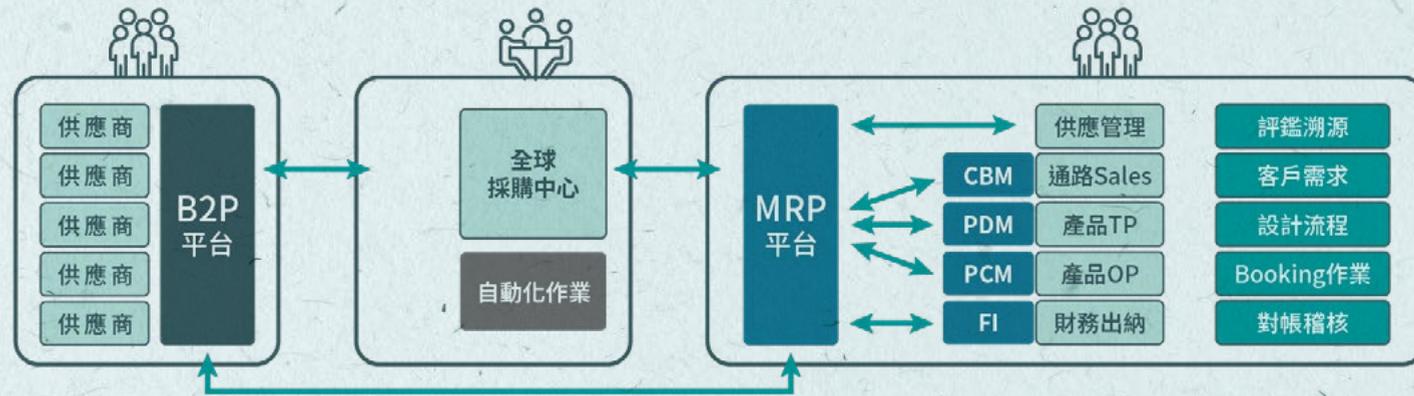


圖 27 供應商平台

## 6.2 永續供應鏈

本公司以「讓旅行成為改變地球永續發展的影響力」為願景，致力將各產業納入旅遊產業鏈，整合並推動永續發展，發揮綜合影響力，實踐永續供應鏈。雄獅旅行社，不僅系統性檢視旅遊元件供應商的永續發展表現，納入交易量評估指標之一；更積極參與公部門、民間企業及各組織的永續行動，以推進整體旅遊產業鏈的永續轉型，邁向更負責任的永續發展模式。

### • 公私協力 創造三贏

本公司積極響應政府所推廣之永續目標及政策，以政府最佳的旅遊產業永續推進策略夥伴自居。將本公司於旅遊產業鏈的資源優勢運用在各縣市鄉鎮的發展，使區域在經濟、環境以及文化層面得以永續，使當地民眾、政府以及產業鏈均獲益，創造三贏。進而提升臺灣觀光在全球的能見度。

由環境部所推廣之「淨零綠生活」架構下，本公司已取得「綠色旅行社標章」，且將綠色理念融入遊程規劃，透過環保住宿、在地食材與旅遊體驗結合，推動旅遊綠色消費模式；將在地農產與文化觀光結合，讓旅客得體驗到國產手沖咖啡、走訪阿里山高山茶製程地了解製程故事，搭乘觀光列車，在窗外農田景觀相伴下享受結合特色農產的精緻饗宴。

此外，亦積極響應農糧署所提倡的「國產雜糧在地生產」，以最食物里程和低碳環保之綠色消費模式，提供更新鮮、更健康營養的在地餐食，以行動支持小農發展，並提升國人對國產糧食的信心。藉由申聯政府各部會永續政策，本公司致力透過永續旅遊來驅動

整體旅遊產業的永續轉型。本公司亦取得了交通部觀光署極力推廣的「GTS 綠色旅行標章」。讓政策透過產業落地，讓公私協力發揮對社會正面的影響力。

### • 整合國內產業鏈

為本公司與臺灣樂活永續協會攜手合作，協會會員亦屬旅遊供應商，因此透過此合作關係，可有效共同推廣責任消費的理念提升產業鏈供應商的永續發展思維。除了積極鼓勵會員取得環境部核發的「環保標章」及交通部觀光署推廣之「GTS 綠色旅行標章」，為提升會員供應商永續意識，更於 2024 年共同協辦了 12 場講座，邀請官方、產業及學界專家分享經驗，使會員供應商更深入了解永續消費的意義。

社會責任面，本公司積極響應臺灣樂活永續協會舉辦的「2025 樂活旅遊趨勢暨產品發表會」，共同推動樂齡族群友善的旅遊方式。為長者提供舒適旅遊體驗，落實多元族群旅遊友善需求。

### • 促進全球旅遊業供應鏈永續轉型

本公司關係企業及供應商遍布全球，因而具備廣泛的國際供應商資源。以全球化視野將旅遊產業鏈擴展至全球範圍，不僅是選擇永續發展程度高且具有競爭力的合作夥伴，共同推動永續發展目標，更透過全球合作夥伴來積極響應各國政府永續政策方向，協助該國政府在臺灣市場有效落實，產生實質效益，實踐全球供應鏈的永續轉型。如：全球首發，雄獅旅行社與日本良品計畫與臺灣無印良品跨界合作推廣日本深度體驗式永續旅遊，以創造更具影響力的旅遊模式，並深化國際永續合作關係。



## 07 創新與數位化

## 7.1 數位化管理

### 數位轉型

雄獅旅行社在數位轉型領域擁有卓越的成果。自 1991 年成立以來，本公司持續導入新進數位科技技術，優化各項業務流程，以因應數位時代的變革。本節將深入剖析本公司在數位轉型的歷程，並重點呈現在數位化、數位優化及數位轉型的各階段關鍵成果。

### 數位化階段

雄獅旅行社在數位化階段初期，完成多項系統功能開發，提升管理及作業效率，並顯著減少紙張的使用，不僅強化了本公司的市場競爭力，在環境保護面也取得了卓越成果。

#### · 率先導入 RC 系統

成功實現已經成交的訂單電子化與庫存管理，且透過統計分析與智能化，提高數據透明度且強化了治理結構。

#### · 開發客製化團體旅遊案件追蹤系統

客製化團體旅遊案件追蹤系統，功能包含：出團人數、旅遊目的地、預估營業額、案件進度追蹤、客戶需求備註及實際營業額…等，可匯出做為管理報表以利掌握業績狀況。

#### · 團體產品系統

團體旅遊出團前置作業系統，功能包含：新增供應商基本資料、合約管理、成本試算等功能，實現了團體旅遊元件管理數位化，提升整體作業效率。

#### · 團體旅遊即時資訊數位化

團體旅遊即時資訊包含：基本資訊、航班、飯店、行程以及訂單狀態 (HL/HK/KK) 管理，再到 OP 作業與結團損益，使整體作業數位化，提升效率。

### 數位優化階段

隨數位技術日趨成熟，本公司更加重視於數位優化，藉此提升作業效率與旅客旅遊服務體驗，確保具備市場競爭力。

#### · 優化動態庫存管理

採取動態庫存管理模式，以減少庫存並降低資源消耗；優化 HL/HK/KK/OB 之動態管理模式，業務人員直接輸入訂單，RC 即時根據動態庫存下達對策，完成產銷一致性銷售決策，產生最佳出團效率。

#### · 應用 API 技術提高機票銷售效率

將 API 技術應用於機票銷售系統，減少旅客訂購機票時的等待時間；應用於報價系統，串接多元旅遊元件，建構成元件庫，包含：遊覽車、飯店、餐廳、票券、導遊及領隊…等，亦開發即時報價反應系統，提高整體作業效率。

#### · 優化團體旅遊元件庫率

本公司進一步優化團體旅遊元件庫，並透過此系統進行效益分析，提升管理效率同時提升了旅客的服務體驗。元件庫項目包含：遊覽車、飯店、餐廳、票券、導遊及領隊…等，並新增了多項欄位，包含：價格、庫存量、相關距離、評語等，同時根據每季、每年的元件使用量、成本佔比。對整體效益的貢獻進行效益分析，評估元件的獨特性，並決定是否採用包銷模式等。

#### · 優化團體旅遊數位學習系統

將團體旅遊數位學習系統功能進行優化，製作出適合為期 16 週的教育訓練素材、建置教學版系統環境，並製作教學簡報與教材，滿足內部教育訓練需求，亦提升了教育訓練資源的應用。

### 數位轉型階段

雄獅旅行社在數位轉型的不同階段均獲卓越成果，充分展現企業積極迎接數位化挑戰的決心與創新能力。

#### · 打造雙向整合平台

本公司迅速轉型至網路經營，成功推動數位化，不僅優化內部流程，更減少紙本文宣的使用，降低營運過程對環境造成的負面影響。同時，建立了 B2C/B2B 雙向整合的網路平台。

### · 數據驅動新營運模式

透過數據分析深入剖析客製化團體旅遊的營運模式，預估同業與直客需求，並且提前半年預先取得旅遊目的地的關鍵元件資源，如：機票、飯店、餐廳、景區門票、交通運輸工具等，將相關資訊鍵入本公司 ERP 元件資料庫。因事先掌握元件資源而得以預先規劃出各區域旅遊商品發展出新的團體旅遊營運模式。不僅掌握了穩定的旅遊資源，更保有競爭優勢。在數據驅動的基礎下，打造「快速行程安排系統」，透過預先取得的元件資源，靈活規劃差異化行程，亦能將旅遊元件單一銷售，提升行程安排與報價效率，強化市場競爭力。本公司持續深化包銷經營模式，整合旅遊目的地資源，並且擴大客源市場，從臺灣延伸至海外市場（如：韓國、日本、大陸、東南亞…等）透過全球營運模式的推動，進一步促進區域經濟，強化旅遊產業的永續發展性，展現全球市場的前瞻戰略。

### · 數位賦能觀光教育，強化產學接軌

將團體旅遊系統升級為數位教學資訊系統，並銷售至全臺大專院校觀光科系供教學使用，包含：國立高雄餐旅大學、文化大學、銘傳大學、世新大學、醒吾科技大學、景文科技大學、南臺科技大學等。建立產學合作關係，並提供更貼近實務的學習經驗，讓學生在校期間即可熟悉業界操作模式，提升實戰力，縮短學用落差，培養符合產業需求的專業人才。

### · AI 知識建立與技術導入

2024 年，本公司數位轉型的核心聚焦於 AI 技術的導入和應用。首先，由獨立董事開設 AI 課程，並要求協理級以上主管全員參與，為 AI 應用奠定基礎。由李顯龍教授進行三梯次的進階 AI 課程，引導主管群思考 AI 在各部門的應用情境。藉由系統性的 AI 知識傳達，讓管理階層理解 AI 技術可應用的情境，由上而下的推動 AI 數位轉型。

## 7.2 創新突破

### · 實踐數位化

#### · Lion Square 台北忠孝門市 業界首創智能櫃服務

本公司於 2024 年開設複合式「Lion Square」忠孝門市，這是一間結合旅遊產品、數位智能及餐飲服務，打造的創新體驗門市。透過線上線下整合，展現社交新零售概念，提升互動性與便利性。智能取件櫃 24 小時開放，讓寄取件不受時間限制，有效縮短旅客臨櫃等待的時間，提升服務效率與品質。

導入取號機，可分析尖離峰時段，同時讓旅客可預估服務時間，在叫號前靈活安排個人行程；積極推動無紙化服務，導入電子簽名，降低往返門市取件的碳足跡。導入科技技術來實踐新型生活產業模式。



圖 28 Lion Square 忠孝門市業界首創 智能櫃

#### · 導入電子簽名 推動數位轉型與低碳服務

本公司攜手點點簽，導入電子簽名技術，加速數位轉型並落實低碳服務。相較傳統紙本簽核流程，電子簽名不僅可減少紙張使用量，亦可降低旅客往返營業據點遞交文件的碳足跡。同時，此技術簡化了原有作業流程，提升效率，並降低人為疏漏風險。

· AI 智能客服 提升服務效率

導入 AI 智能客服系統，以應對旅遊產業的高變動性，並透過 AI 和真人客服的協作，提升服務效率。初步先將有標準答案或可確定回覆的旅遊問題交由 AI 回應，降低客服重複回答以提升效率。後續將分段整合多元溝通渠道的 AI 智能客服應用（如：LINE、Facebook）及 Call Center 等語音服務，在去識別化的前提下，持續收斂客服與旅客間的文字及語音對話，以此作為優化 AI 訓練模型，強化 AI 智能客服的準確度與服務品質。

· AI 影像辨識 - 監測駕駛異常行為 打造智慧車隊管理

雄獅旅行社 AI 技術導入擴及至關係企業，雄獅通運因重視行車安全，將導入邊緣 AI 技術和智慧車隊管理。透過 AI 運算技術即時辨識駕駛異常行為（如：超速、疲勞駕駛、未繫安全帶等），並以語音警示即時提醒駕駛，降低事故發生率。AI 系統透過網路即時回傳高畫質影像與數據至管理後台，並以視覺化報表呈現，同時自動將風險事件做分類，提升數據分析和佐證依據的可用性。藉由 IoT 智能整合技術（如：胎壓監測、酒測鎖、車門感應），強化安全監控並降低潛在風險。AI 技術可優化車輛的運行效率並能監測碳排放量，以減少油耗和碳排放量。

· CANVA 應用軟體 提升作業效率

導入 CANVA 軟體後，簡易的文字或圖片置換可由行銷同仁自行處理，無須透過設計單位，從而簡化了作業流程。由於 CANVA 擁有共同編輯的功能，大幅提升了團隊協作效率。即使是自行編輯，藉由此軟體的模板鎖定模式和審核機制，仍能確保所有作業都在預先設定的標準框架下，可確保出品品質，維持品牌形象。

· ChatGPT 輔助行程文案撰寫 提高內容行銷產值

運用 ChatGPT 處理重複性高的作業，可提升行銷內容創作效率，加速行程介紹及社群文案更新，增加消費者閱讀吸引力來達到行銷效果。初期，應用面將聚焦在內容創作，進而應用於強化數據整合與分析，以提供更精準的個性化服務。

· OCR 護照掃描機制 提升資訊準確性

人工手動輸入護照資訊不僅耗時，且易因錯誤輸入產生改票費用。導入 OCR 護照掃描技術後，可提升資料處理準確性和效率，並減少錯誤率。旅客在訂單成立後上傳護照檔案，OCR 技術及自動辨識並回傳資料。此技術支援多平台及應用程式整合，因此旅客可在不同裝置上輕鬆上傳護照，提升客戶體驗。這項技術能進行高校的身份驗證，防止身份欺詐，在享有便利的同時亦兼顧了資訊安全性。



圖 29 OCR 護照掃描機制應用示意圖

■ 創新服務

· Regional Tourism Hub 串起臺灣各地的美好

本公司響應全球永續轉型趨勢，並與國家 2050 年邁向「淨零綠生活」的目標接軌，過去五年的服務體驗設計與行銷推廣下，以鐵道列車串起全台觀光景點，以「Regional Tourism Hub」交匯出特色區域旅遊，繳出亮眼的「鐵道樞紐 + 在地人文」、「鐵道樞紐 + 振興地方經濟」、「鐵道樞紐 + 自然生態」等永續旅遊成績單，並在「永續」的軌道上從「行」開始改變責任消費。

1. 南港車站 - 鳴日號「母港」與北部銜接宜花東門戶

榮獲德國 IF 服務設計大獎的雄獅鳴日廚房與鳴日號，旅客就是從南港門市專屬報到櫃檯、禮賓候車室迎賓揭開前往宜花東劇場沉浸式體驗序幕。

(1) 南港禮賓室打造藝廊美學，支持在地藝術創作

以「南港茶之鄉」的歷史文化為靈感，營造出南港禮賓室獨具地方特色的氛圍。雄獅積極邀請國內藝術家進駐展出，並提供免收展費的空間，讓更多民眾得以欣賞藝術創作，提升藝術的可親近性及旅客的文化體驗。



圖 30 雄獅旅行社 南港禮賓候車室 藝廊空間

(2) 選用地食材，打造台式味蕾文化體驗，帶動區域經濟

為了讓旅客在移動中延續臺灣體驗，雄獅與臺灣頂級茶具品牌「陶作坊」聯名合作，推出茶席體驗，推廣臺灣深厚的茶文化，讓旅客品味臺灣優質茶文化。同時，選用阿里山咖啡豆作為手沖咖啡、精選基隆、宜蘭特色食材，研發創意料理，如：迷迭香海鮮披薩、金桔鴨賞披薩，並以南港包種茶、桂花釀入味，打造獨具地方風味的桂花蜜茶香鬆餅，選用南港農會食品，不僅讓旅客感受到地方風土，更帶動當地農特產品發展、支持在地經濟行動。



圖 31 雄獅旅行社 南港禮賓候車室

(3) 鳴日號與鳴日廚房

「鳴日號」，雄獅把火車從移動的交通工具，轉換為旅客漫漫體驗的美學空間。結合宜花東山地文化與當地特產，選用臺灣本地栽種、發酵、烘焙咖啡豆，省下遠從巴拿馬或伊索比亞原豆大國的長途運輸，以及咖啡農經濟剝削。



圖 32 嚴選在地食材

「鳴日廚房」以精緻料理為媒介，帶領食客回溯食材原鄉，再感受「餐景合一」沈浸式的體驗。讓用餐不僅是味蕾享受，更如同主角在劇場中親身「演出」，在美景與佳餚交織的氛圍中體驗。從宜蘭海鮮、花蓮紫薯泥再到阿里山高山茶與鄒築園冠軍索恩那手沖咖啡的旅程。一場香、形、味、質、溫的饗宴，劃上完美句點。

2. 花蓮車站 - 東部旅遊的核心站點

2023 年起，雄獅進駐宜花東 13 站自行車補給站與花蓮禮賓候車室，提供遊客甲地騎車乙地還車租借選擇，也提供行李託運飯店及旅遊諮詢等旅遊服務。雄獅結合當地業者規劃了多條花東鐵馬遊程深度探訪特色小鎮、落地在地深度小旅行，同時串聯起鳴日號台北 - 台東銜接藍皮解憂號台東 - 枋寮遊程。

(1) 花蓮禮賓室運用大理石石材工藝 展現在地特色

花蓮禮賓候車室運用花蓮當地最具代表性的大理石材裝修的站體，打造整體空間，搭配優雅的環形吧檯與帶有質感的垂吊式燈管，營造出如咖啡館般的愜意舒適氛圍，讓旅客舒適候車並感受花蓮獨特的工藝美學。

(2) 嚴選在地食材 融入特色餐食

花蓮禮賓室以永續旅遊為核心理念，嚴選當地食材，融入在地特色，融入在地特色的餐飲。攜手花蓮「邊境法式點心坊」推出「花蓮禮賓室限定版」甜點組合等輕食餐點，完美融合地方風味與創新精神。

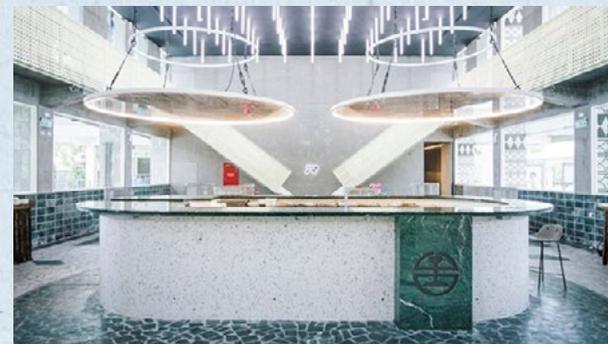


圖 33 花蓮禮賓候車室 大理石工藝

(3) 結合電輔自行車，推動東部「兩鐵列車」低碳旅遊

雄獅旅行社結合健康養生、休閒度假、低碳環保、運動健身等概念，攜手臺灣鐵路管理局打造全新「大交通靠火車，小交通靠鐵馬」的新臺灣「兩鐵列車」旅遊模式，以鐵道觀光樞紐 Hub 規劃 16 條多元單車必騎路線，讓旅客能夠重拾對於單車旅遊和鐵道旅遊的憧憬，在旅遊過程中的移動就能做到減碳，實現綠色旅遊的理念。

### 3. 藍皮解憂號欣賞臺灣海峽與太平洋海景最美微笑曲線西部的起點

新左營站不但是南區唯一高鐵、台鐵、高捷三鐵匯集的交通樞紐，同時也是鳴日號南區的「母港」與藍皮解憂號的南區出發地。雄獅左營門市同樣扮演鳴日號旅客專屬報到櫃台。



圖 34 藍皮意象館

#### (1) 藍皮意象館攜手農會帶動地方產業，共創農業經濟

藍皮意象館前身是臺鐵南迴鐵路員工閒置宿舍，經由雄獅規劃下，已煥然一新變成「南臺灣打卡熱點」。老房子不僅賦予新靈魂，也有了新的功能。門前招牌白底藍字的「下一站解憂」，既指出搭乘藍皮解憂號的下一步旅程，也是邀請旅客來一趟解憂之旅。雄獅以藍皮意象館攜手佳冬鄉農會串聯佳冬、枋寮、魚池、麻豆、池上、關山、富里六大農會，共同策展，讓遊客體驗並認識在地農作特色，感受南部農業縣市文化與產業魅力，結合在地打造獨特的永續旅遊體驗。



圖 35 藍皮意象館攜手地區農會共同策展

#### (2) 「藍皮解憂號」探訪山海美景、部落文化

南迴鐵路的通車圓了臺灣鐵道環島的夢，和南部、東部成功的連結和交流。「藍皮解憂號」以行駛南迴鐵路為主，共行經 14 個站；其中，臺灣最南的火車站「枋山站」已成無人車站，卻是進入南迴眾多隧道群的起點，還能眺望臺灣海峽與觀看日落。臺鐵為枋山站重新整修了現代化的新月台，但保留當年老車站的量體與外觀，讓旅客重溫過往。



圖 36 金崙部落導覽

「藍皮解憂號」規劃部落旅遊。金崙是南迴鐵路重要的一站，也是在地的祕境溫泉，過去高屏一帶的民眾，會帶著臉盆搭火車，去金崙泡溫泉。「金崙部落」有山、有海、有溫泉，隨著臺鐵復駛的藍皮解憂號，停靠金崙站並安排部落頭目導覽，每天至少有 200 人次造訪，雄獅秉持友善環境讓金崙朝向永續旅遊在地共好的目標前進。

### 4. 嘉義北門 - 阿里山觀光列車起迄點

#### (1) 阿里山經濟生態圈

雄獅取得阿里山列車「福森號」及「栩悅號」經營權，以 Hub 概念將阿里山林鐵列車起點的嘉義北門車站，運用觀光列車將阿里山在地自然生態景觀、原民風情、茶品、咖啡等商家串起阿里山經濟生態圈。雄獅整合在地資源，共創「五感體驗」鐵道旅程，深入阿里山林鐵沿線各社區，讓旅客感受阿里山林地的生命力。2024 年「福森號」、「栩悅號」共吸引 12,027 團體人數，創造阿里山商機促進區域經濟發展。全新檜木打造的列車「福森號」，提供「森好食、森林癒、好森音、森品茗」四大主題，遊客可品嚐阿里山英

迪格酒店聯名打造的九宮格精緻餐盒、體驗茶道等活動。車廂數位框畫展示當地生態及文化保護的意識，其輪播的作品包含阿里山美景，以及嘉義油畫家陳澄波所繪製的臺灣美景，可以透過藝術瞭解過去阿里山的人文歷史與發展。



圖 37 福森號列車

百年舊火車重新改造的生態列車「栩悅號」創造豐富的五感體驗，每節車廂均配有專業導覽解說人員講解阿里山生態，並全程使用導覽耳機；隨車配有車服人員提供簡易餐飲 - 選用櫻花、刺蔥、山葵等在地食材，推出「山林限定餐食」，以及微熱山丘客製獨家造型餅乾，打造全台灣海拔最高的主題式下午茶；車內選用阿里山高山茶、嘉義縣花玉蘭花為概念，打造專屬香氛，營造車廂內自然清新的氛圍。



圖 38 栩悅號列車

本公司整合阿里山在地業者以「森林引路人」的概念做為整體服務體驗，打

造「六大森林鐵道路線」，列車停靠沿途特色車站走訪昔日的柑仔店、體驗阿里山特殊的鐵道工法。由當地導覽解說員向旅客分享阿里山的原住民文化底蘊深厚歷史故事，帶領旅客前往達娜伊谷品嚐鄒族風味特色料理。

##### 5. 新烏日 - 中部三鐵共構交通樞紐，造訪大雪山、清境合歡山集散地

台鐵新烏日車站是中部山林旅遊、高鐵假期集散地，也是「海風號」海線鐵道觀光必經站點。以近海的湛藍、翠綠色調打造的「海風號」，是全台首創的第一台甜點觀光列車。海風號首季路線將行駛往返於新竹至台中的海線路段，沿途停靠新埔、大甲、後龍等特色車站。餐點巧思主要邀請新竹的臺灣原創甜點品牌 MANO MANO 客製專屬甜點，設計想法源於以臺灣海洋景致搭配本土食材，如使用台中大甲芋頭的「芋頭油蔥司康」；由東勢洛神花製成的「玫瑰夾心瑪德蓮」；運用新竹客家名產搭配的「擂茶米香可麗露」、「金桔鹹豬肉竹炭堡」，更結合全球首間米其林一星、來自台中的 MINIMAL 冰淇淋，提供楊桃春茶和乳酸紫蘇兩款口味，呈現海風與夏日的清涼印象。甜點禮盒呼應海風號「以山海為名，以臺灣為禮」的宗旨。



圖 39 海風號列車

## 6. 台北車站 - 北部山林旅遊

雄獅自有車隊天天從台北車站出發，前往高海拔武陵農場、福壽山農場、梨山、雪霸休閒農場、棲蘭山莊，遠離塵囂體驗山林旅遊。雄獅經過五年的鐵道觀光耕耘，Hub 車站空間已轉型文化藝術據點，推動在地經濟與文化價值，讓車站成為文化與經濟共榮的場域；也讓乘客變旅客；鐵道觀光轉變為觀光鐵道（搭乘體驗各式各樣車廂成為旅遊目的）；火車的停靠點為山地文化帶來交流、為城鄉縮小差距、為偏鄉帶來經濟振興、為青年返鄉帶來生活希望。

### · 全球低碳鐵道觀光 雄獅帶領旅客探索世界的無限可能

永續旅遊已成全球趨勢，雄獅旅行社以低碳交通方式帶領旅客深入世界各地探索當地風俗民情；日本鐵道旅遊商品更榮獲金質獎肯定，展現雄獅透過鐵道旅遊串聯區域經濟，推動永續發展。

### · 與知名企業共創永續生活

永續生活是全球趨勢，雄獅旅行社、臺灣無印良品及日本良品計畫三方跨界合作，正式推出日本深度體驗式旅遊。雄獅憑藉著卓越的品牌形象以及與深厚的在地連結力道，成為日本無印良品首次攜手合作的海外旅行社。行程以「永續概念」出發，此次合作推出的「MUJI BASE」，以體驗當地文化為核心，提供旅客全新的生活方式，讓其深入探索在地文化、美食與自然和諧共處。其中，「MUJI BASE OIKAWA」前身為老川小學，位於充滿自然風光的千葉縣，周圍是溫泉街、農田和竹林。雄獅協同 MUJI 設計出一場結合地方創生與文化延續的旅遊體驗。旅客入住老屋民宿親身參與當地農事和手作活動，並品味當地旬味，讓旅行成為一場富有文化深度的沉浸式體驗。



圖 40 日本良品計畫、MUJI 無印良品臺灣區、雄獅旅行社三方首度跨界合作

### · 首創高齡友善旅遊團體旅遊 實踐企業社會責任

臺灣自 2025 年正式進入超高齡社會，為展現對樂齡族群的重視，本公司首創「大人團仔」，提供 65 歲以上旅客專屬優惠，透過團體旅遊來讓樂齡族為健康出走，並走出健康，結伴旅遊、學習新知的交流平台，增加交流所帶來的快樂，同時填補國內旅遊平日的需求缺口。文化面向，規劃浪漫台三線、六堆客家園區，以及新北、花東、屏東、阿里山等原民部落多元文化體驗，讓樂齡長輩感受臺灣多元文化之美。2024 年帶領 30,776 名樂齡長輩參與「大人團仔」團體旅遊，為健康出走。



圖 41 「大人團仔聚樂部」旅遊行程



## 08 環境友善

## 8.1 減「塑」慢「行」

### ■ 減少一次性備品 留下理想環境

旅遊即是生活一向是雄獅旅行社想傳達給所有旅客的信念，為避免塑膠汙染影響環境及健康而危害生活，本公司自 2022 年起，積極倡導出團部提供瓶裝水，並製作 ESG 環境保護理念的影片，讓導遊領隊人員在團體旅遊出發前透過簡訊向旅客宣達。鼓勵旅客自備水壺，響應減少一次性塑膠瓶的環保理念，並要求主力供應商響應，停止提供一次性備品，共同創造更友善環境的旅遊模式。

簡訊狀況	簡訊電話	簡訊內容	團號公司	產生時間 預約時間
完成		請繼續買水壺好，我是位2/5的專業導遊... 請於7/5早上8:10於北車站北二門後門前第三團集合... 8:30準時出發... 響應環保自備水壺... 響應減少塑膠瓶多保護環境... 謝謝...	24TE705TW21 T	07/03 19:49
完成		請繼續買水壺好，我是位2/5的專業導遊... 請於7/5早上8:10於北車站北二門後門前第三團集合... 8:30準時出發... 響應環保自備水壺... 響應減少塑膠瓶多保護環境... 謝謝...	24TE705TW21 T	07/03 19:49

圖 42 行前簡訊通知旅客 響應環保自帶水壺

2024 年起，為有效推廣 ESG 環境保護理念，在團體旅遊出發前的通知簡訊中加入了 ESG 環保宣導影片連結，提升旅客的環保意識並激勵自發性參與環境保護的行動。



圖 43 雄獅環境保護宣傳影片圖

### ■ 低碳旅遊 緩慢生活

· 以「緩慢旅遊」了解在地文化

雄獅旅行社以「Stay longer、Move slowly、Engage more」理念規劃多元低碳旅遊商品，從低碳運輸 - 鐵道觀光開始，鳴日號、藍皮解憂號、鳴日廚房觀光列車，到鐵道 + 鐵馬的兩鐵列車，以及往返嘉義到阿里山的栩悅號與福森號，還有訴求山海景色的山嵐號與海風號，113 年服務超過 87,000 人次鐵道旅遊，大幅降低遊程中碳排放量。

搭乘阿里山林鐵穿梭在茂密的原始森林，專業導覽老師隨車解說歷史脈絡，並獨家帶領旅客登上第三觀景台俯瞰嘉南平原風光親近大自然，還能一睹山林間雲霧繚繞的萬種變化，亦或是太平山遊程，令人置身在海拔近 2,000 公尺的步道間，欣賞天然原生檜木林蒼鬱的景象，並漫步在見晴懷古步道，體驗令人嘆為觀止的翻騰雲海，無不令人心身留下難忘的療癒印象。



圖 44 阿里山林鐵旅遊行程

· 森林療癒之旅 了解生物多樣性的重要性

在農業部林業及自然保育署新竹分署合作下，積極推廣森林遊樂區旅遊，讓旅客了解維持生物多樣性的重要性。森林旅遊不只是親近大自然，更是讓旅客體驗和學習如何維繫生物多樣性的重要途徑，透過森林療癒師的解說讓旅客了解每個物種在生態系統中的角色及相互關係，提升旅客對保護生物多樣性對維持地球環境健康的關聯性。



圖 45 內洞國家森林遊樂區及滿月圓國家森林遊樂區

· 響應「淨零綠生活」推出多元綠色旅遊產品

雄獅旅行社積極響應環境部所推廣的「淨零綠生活」理念，推出 20 支綠色旅遊商品經環境部核准上架於官網中，全程使用低碳交通、入住綠色環保旅塑並前往環教場域。以宜蘭綠色旅遊為例，安排旅客搭乘太平山蹦蹦車，體驗穿越原始森林的獨特樂趣，並在太平山國家森林遊樂區漫步，享受林間步道的自然魅力，擁抱清新芬多精。在天送埤森鐵文創園區，旅客可以了解歷史悠久的木造車站並拍照留念，感受宜蘭的文化底蘊，安排旅客入住獲得環保標章的旅館。讓旅遊不僅是到訪美好景點，更能透過友善環境的選擇來對環境產生正面影響力。

· 推出全球永續旅遊商品

歐洲在永續發展的推進歷程較早，已有完善的政策輔助，且有明確的標準依循。因此，本公司在全球永續旅遊商品規劃中，有多條歐洲團體旅遊行程，讓旅客親身體驗，並深入瞭解永續旅遊的價值。本公司優先選用獲得永續認證或標章的供應商，目前，在歐洲交易量排名前五大供應商均已取得相關永續標章，例如：選用獲得 Green Key、Green Globe 認證的飯店、選用符合 Swisstainable 認證的目的地景點、以取得 Green Carrier、Plant-My Tree 認證的綠運輸業者，讓旅客體驗永續旅遊的核心價值。

## 8.2 環境永續治理

因應全球氣候變遷所帶來的衝擊，本公司高度關注此議題，且積極落實碳排放及能源等環境管理。本公司自 2022 年導入 ISO14064-1 組織型溫室氣體盤查，於 2024 年率先同業取得英國標準協會 (BSI) 核發的 ISO 14064-1 組織型溫室氣體盤查查證證書，並編撰 TCFD 報告書，以強化氣候相關財務揭露。2024 年度之溫室氣體盤查查證證書。2024 年度之溫室氣體盤查查證證書。

### ■ 能源管理績效

· 歷年能源使用量

為掌握營運過程所產生的溫室氣體排放量，並逐年增加盤查範圍，預計於 2025 年完成年報合併報表中所有子公司的盤查。

表 23 歷年能源使用量概況

項目	2022 年	2023 年	2024 年
類別一：直接排放源 (tCO <sub>2</sub> e)	104	113	3,721
類別二：間接排放源 (tCO <sub>2</sub> e)	1,582	1,896	1,895
總用電量 (萬度)	約 319	約 405	約 420
總柴油 / 汽油用量 (公升)	390/633	195/2,563	129 萬 / 3,282
總二氧化碳排量 (tCO <sub>2</sub> e)	約 1,760	約 2,068	約 5,641
業內營收 (百萬元)	3,300	21,500	28,300
碳排強度 (tCO <sub>2</sub> e / 百萬元)	0.533	0.096	0.199

註：2022~2023 年盤查範圍涵蓋總公司、臺灣營運據點共 22 處。2024 年盤查範圍涵蓋總公司、臺灣及海外營運據點共 30 處。

本公司旅行服務業 90% 以上的碳排放來自類別二間接排放源，主要為外購電力。



圖 46 英國標準協會 (BSI) 核發 組織型溫室氣體查證證書

### · 節能措施

旅行服務業來自類別二間接排放源的碳排量，主要為辦公室用電。現有辦公室設備（如：空調、飲水機、冰箱、影印機等）均已採用節能型產品，惟照明燈具（原使用 T5 燈管）仍有升級空間，因此 2024 年開始逐步替換為效能更高的平板燈。本公司亦透過多項措施來推動合理用電。

#### 1. 依季節調整用電

依據不同季節溫度及光照狀況，適當調整上下班時間照明燈及空調溫度。

#### 2. 提升設備能源效率

定期清理冰箱內部物品、定期進行各項設備保養及檢修，以維持最佳運作效率。

#### 3. 節能行為推廣

持續向員工宣導，會議室使用完畢後關閉所有設備電源、午休期間關閉非必要照明、下班時隨手關閉個人工作區電源等，以養成日常節能習慣並減少不必要的能源浪費。

### ■ 水資源管理績效

為確保水資源使用維持在合理範圍，2024 年本公司內湖總部各樓層水龍頭出水量調整，以減少瞬間大量用水之情形，以實際行動來降低非必要之水資源消耗。

### ■ 廢棄物管理績效

為落實「環保 3R」：Recycle 資源循環回收使用（紙、鐵罐、電池）、Reuse 重複利用（環保袋、筷、杯）、Reduce 減少使用（瓶裝水、一次性物品）等。鼓勵各單位、樓層及同仁，推動減量減少廢棄物並加強資源回收，降低日常生活物品的消耗。歷年廢棄物處理量概況如表 25 所示。

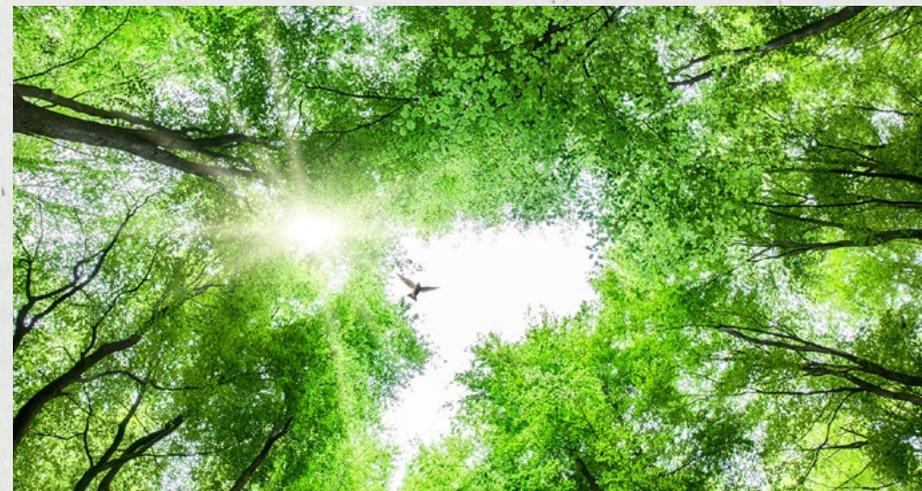
表 24 歷年廢棄物處理量概況

歷年廢棄物處理量概況		2022 年	2023 年	2024 年
一般事業廢棄物	生活垃圾 (噸)	201	151	63.3
	資源回收 (噸)	87	24	45.3
間接排放 廢棄物處理排放 (tCO <sub>2</sub> e)		74	57	24.1

註：2022-2023 年盤查範疇涵蓋總公司、臺灣營運據點共 22 處。2024 年盤查範疇涵蓋總公司、臺灣及海外營運據點共 30 處。

### ■ 對環境的承諾

在永續長帶領下，參考聯合國永續發展目標 (SDGs)，特別是 SDG14「保育海洋生態」與 SDG15「保育陸域生態」作為核心價值，於 2024 年 9 月完成《雄獅旅行社 - 生物多樣性暨不毀林承諾》，承諾避免安排任何對野生動物產生侵擾性的行為或活動，確保遊客與野生動物的互動不會干擾動物的自然行為或破壞其棲息環境。且因行業特性對於生物多樣性的保育由為重視，另訂定了《永續供應商政策》及《供應商行為準則》讓所有供應商均避免在自然保育或生物多樣性敏感區域進行商業活動，如對自然生態產生影響，應採取相關減緩衝擊之具體行動。





雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 09 員工培育與照顧

## 9.1 職場環境安全

### 職場健康保障

本公司依據勞動基準法、兩性工作平等法、職業安全衛生法及各項國際人權公約之規範，包含「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」與「國際勞工組織工作基本原則與權利宣言」等，訂定「工作規則」及「執行職務遭受不法侵害預防計畫」，以保障員工合法之權益。詳請參閱本公司官網 <https://info.liontravel.com/category/zh-tw/investors/humanrights?f#cg45412C0301C0201M04>

本公司嚴遵勞動部頒布之職業安全衛生法，並制定《勞工健康保護四大預防計畫》，以全面提升員工身心健康與工作安全。針對輪班、夜間工作及長時間工作者，明定相關保護與安全措施，並定期追蹤員工健康狀況，以預防異常工作負荷引發疾病的風險。透過人因性危害預防，本公司定期評估工作環境並檢測設備，提供健康諮詢服務來降低因長期勞動導致身體不適與職業傷害的相關風險。在員工照顧方面，尤其重視母性健康保護。提供優於法規之產檢假、陪產檢假，並提供哺（集）乳室以及產前、產後的育兒諮詢服務，確保女性員工在職場中得到尊重和支持關懷。

本公司堅決反對職場任何形式之不法侵害，制定相關處理政策並提供申訴機制及措施，以確保提供員工一個安全及平等尊重的友善職場。

#### · 負荷預防計畫（職安法第 6 條）

針對輪班、夜間工作、高工作負荷者，提供健康管理措施，避免因異常工作負荷而促發腦、心血管相關疾病，以維護員工之身心健康。

#### 1. 異常工作負荷預防計畫

針對採取輪班、夜間工作、長時間工作及因異常工作負荷之高風險員工，訂定《雄獅旅行社異常工作負荷促發疾病預防計畫》，定期檢測過勞量表，提供健康管理措施及預防，以確保工作者之身心健康與工作生活平衡，流程如圖 48 所示。

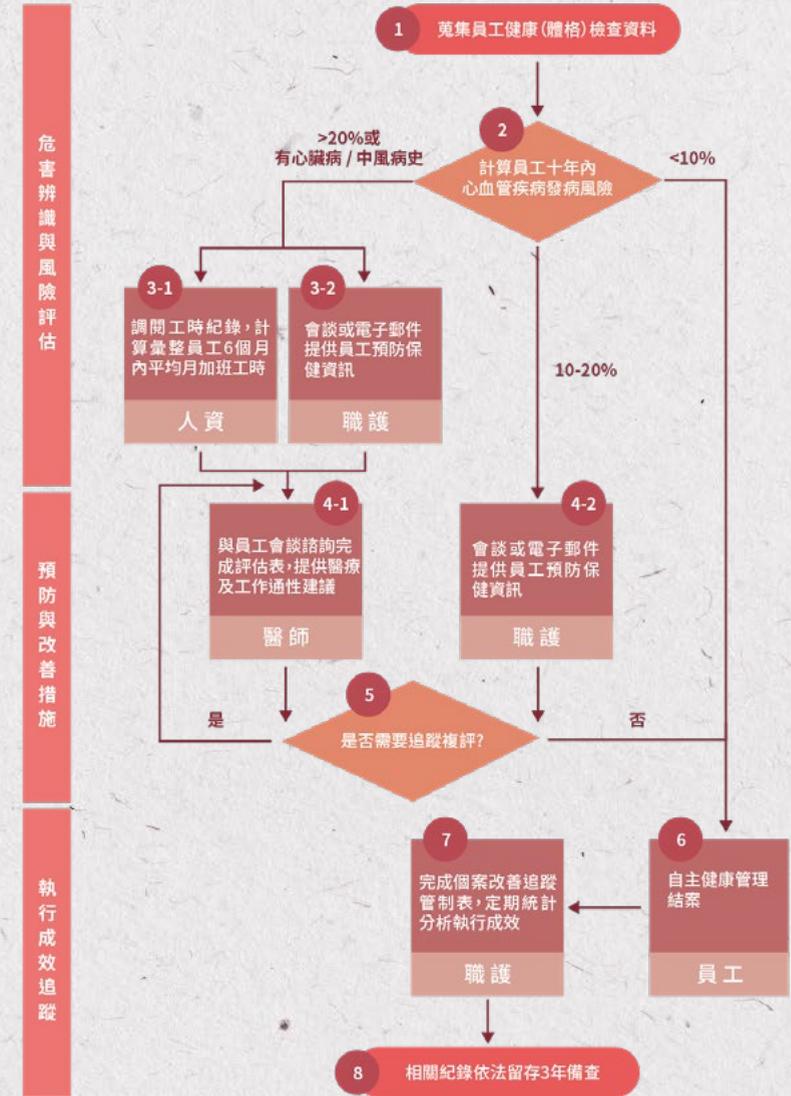


圖 47 異常工作負荷促發疾病預防流程圖

## 2. 過勞預防

透過各種活動來預防職場過勞，雄獅旅行社 2024 年辦理多場促進健康的紓壓講座，主題包括壓力及情緒管理、工作與生活平衡等。透過專業心理諮商師提供與健康心理相關的講座，幫助員工更好地理解與應對壓力。透過多元的方式，比如舉辦精油搭配各種紓壓主題，幫助員工保持身心平衡並舒緩壓力。



圖 48 職場過勞預防講座及活動

### · 人因性危害預防計畫（職安法第 6 條）

針對全體員工，加強人因性危害預防衛教，避免因工作姿勢不良或工時管理不當等因素，導致肌肉骨骼傷病等健康危害。

#### 1. 人因性危害預防

為防止員工因進行重複性作業，加上工作環境的硬體設計不妥適、不良的作業姿勢或工作時間過長，引起相關肌肉骨骼傷害與發生人因性危害的疾病，訂定

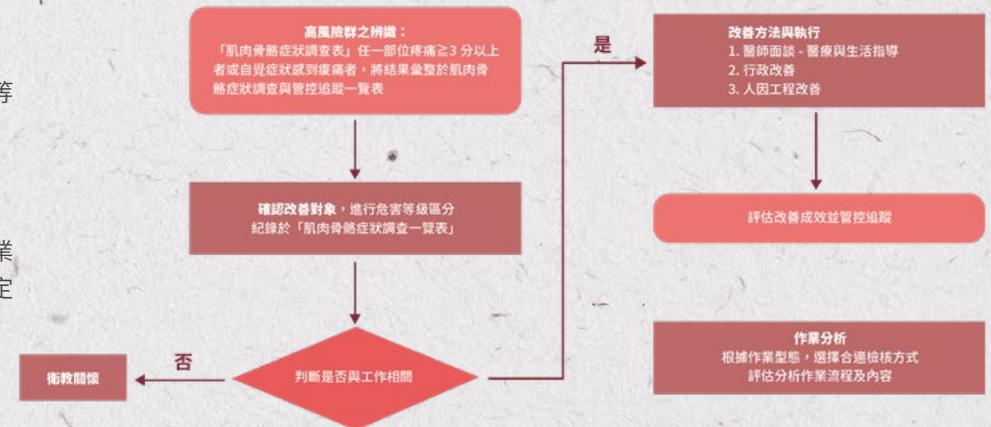
《雄獅旅行社人因性危害預防計畫》，請全體員工配合健康檢查時填寫「肌肉骨骼症狀調查表」問卷，調查肌肉骨骼傷害類別，提供改善的依據。本公司同仁大多數以辦公室為主要工作環境，依工作內容分析其主要人因性危害子可分為以下 5 類：(1) 背痛：工作需長時間坐著或讓背部處於固定姿勢；個人過去之病史、(2) 手部疼痛：重複或長時間的手部施力、(3) 頸部疼痛：長期處在同一個姿勢，尤其是不良的姿勢，通常指頸部前屈超過 20°、後仰超過 5°、(4) 腕道症候群：職業危險因子，手部不當的施力、腕部長時間處在極端彎曲的姿勢、重複性腕部動作、資料鍵入；個人危險因子：糖尿病患者、尿毒症患者、孕婦、肥胖者、甲狀腺功能低下者、腕部曾經有骨折或重大外傷、(5) 椎間盤突出：久坐久站，坐姿不良，身體受力於腰部。

#### 2. 肌肉骨骼症狀結果分析及衛教宣導

針對需進一步評估之對象實施危害評估，並依下列方式提出改善方案及執行：  
(1) 人因工程控制：適時改變姿勢減少疲勞；調整顯示器高度及鍵盤的位置，以減低頸部及眼睛疲勞；滑鼠盡量靠近身體中線的位置、(2) 行政管理：避免長時間重覆使用身體某一部位及不當施力方式；可進行伸展運動和肌力訓練；工作內容避免重複動作；隨時調整作業姿勢，避免因長期坐姿造成脊椎異常負荷。(3) 健康管理：長期性、重複性動作有如眼睛、手腕、手指虎口、大拇指痠痛及下背肌肉痠痛等，應進行檢查並調整作業方式。若無法改善且有加劇之情況宜儘速就醫；根據健康檢查結果及人因性危害因子分析，進行工作調整。

雄獅旅行社 2024 年追蹤肌肉骨骼症狀調查表 ≥ 3 分以上者有 3 人，與上班姿勢不良相關，於 9 月安排職醫面談，3 個月後再追蹤評估是否改善，作業流程如圖 49 所示。

圖 49 作業流程圖



· 母性健康保護計畫 (職安法第 30、31 條)

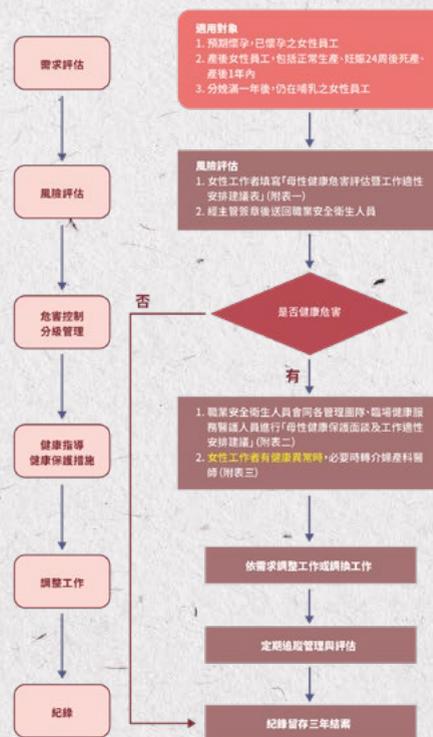
針對懷孕，分娩後 1 年內，尚在哺乳之女性工作者，給予母性健康保護、危害評估與控制、醫師面談指導、風險分級管理、工作適性安排及其他相關措施，以確保懷孕、產後、哺乳女性員工之身心健康。

1. 母性健康保護

除因應職業安全衛生署制定母性健康保護計畫，針對妊娠中、分娩後一年內及哺乳女性員工之身心健康，雄獅旅行社設立一系列母性健康保護措施，優於法規增加產檢假 / 陪產檢假之天數、額外提供產前 / 產後哺乳育兒諮詢及哺（集）乳室，並採取必要之安全衛生措施，包含環境危害評估與控制、風險分級管理、護理師 / 醫師關懷面談、工作適性安排等，確保女性員工在職場中得到保護、尊重和支持關懷，如圖 50 所示。



圖 50 女性工作者母性健康保護計畫流程



· 不法侵害預防計畫 (職安法第 6、18、39 條)

針對全體員工，預防工作時因他人行為遭受身體或精神不法侵害，如言語、肢體或性別暴力等，提供事件後續處理等協助。

1. 職場不法侵害

執行職務遭受不法侵害舉凡員工在勞動場所中遭受來自內部的雇主、主管、同事，或外部其服務對象或其他第三方之不法侵害行為（如：虐待、威脅或攻擊等），訂有《雄獅旅行社執行職務遭受不法侵害預防計畫》，應妥善規劃及採取必要之安全措施，以確保工作者之身心健康。在本公司各個樓層茶水間張貼及公司內網公告預防職場不法侵害之書面聲明，如圖 51 示。另外，雄獅旅行社亦舉辦相關講座，以宣導職場霸凌之心理調適與因應，如圖 52 所示。本公司提供員工申訴管道，透過通報人資單位，進行事件後續處理，流程如圖 53 所示。



圖 51 職場不法侵害之書面聲明



圖 52 職場不法侵害律師講座

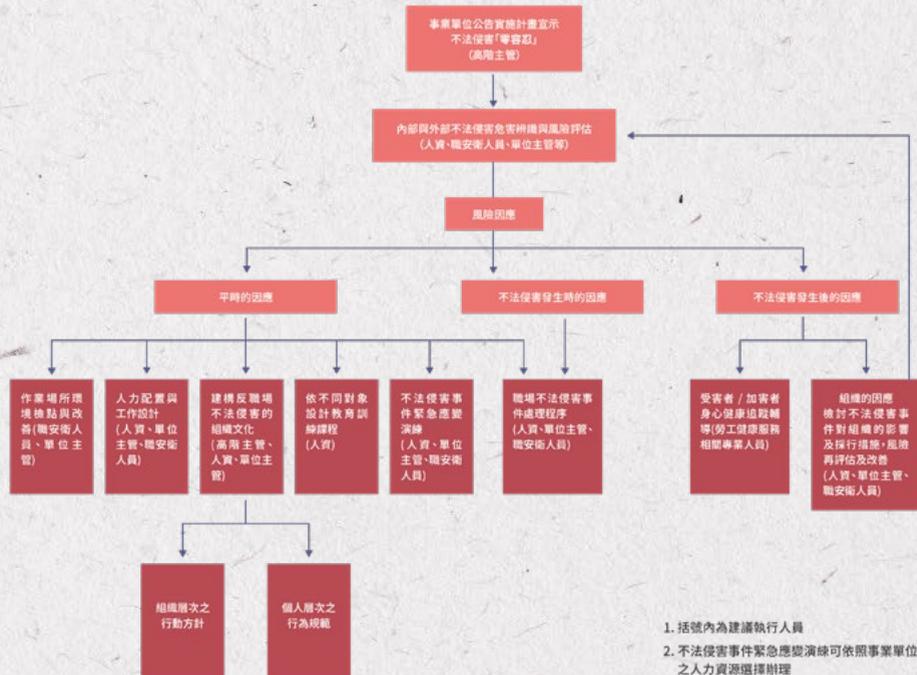


圖 53 職務遭受不法侵害預防計畫執行流程

申訴專線電話：(02) 8793-9000 #8019  
 申訴專用電子信箱：lionhr@liontravel.com

## 促進員工健康

雄獅旅行社在工作場所推展促進健康的活動，使員工的身心靈皆達到最合宜的狀態。

### · 員工健檢

本公司優於法規要求，每兩年提撥經費用於員工免費健康檢查。2024 年更針對高齡員工加強健康管理，當年度即提供免費健檢服務，並達成到檢率達 100%。



圖 54 員工健檢

### · 流感疫苗

本公司積極鼓勵員工接種流感疫苗，以提升免疫力並維護職場健康，全額補助疫苗接種費用。2024 年，共有 685 名員工完成接種。



圖 55 員工施打流感疫苗

· 職業專科醫師臨場服務

本公司於健檢活動結束後，由健檢醫院提供健康報告予本公司護理師進行定期分析與風險管理。針對中、高度健康風險的員工，護理師列為定期關懷追蹤名單，且必要時轉介至臨場服務醫師，每三個月安排醫師至本公司提供個人健康諮詢，持續維持良好的職場健康管理品質。2024 年共服務 27 位同仁。



圖 56 職業專科醫師臨場服務

· 職場健康認證

為促進員工身心健康並建立良好的健康生活型態，本公司積極推動健康促進講座與活動，以及提供健康資源轉介，並提供生理、社會心理評估及工作環境之評估與改善方案，打造安全、健康的職場環境。2024 年獲國民健康署認證為健康友善職場 (圖 57)。

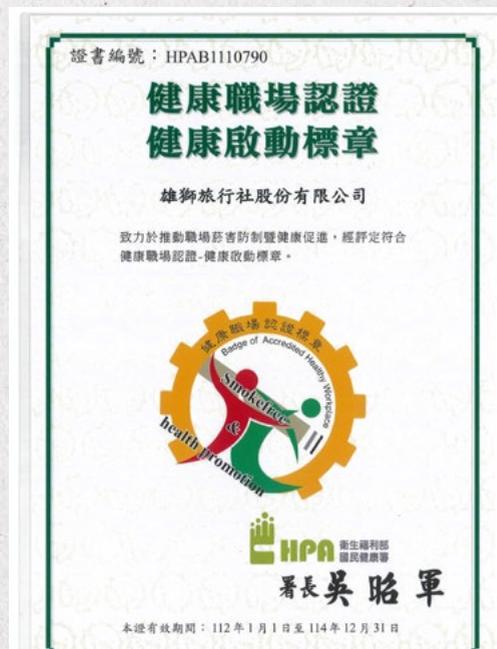


圖 57 健康職場認證標章

## 9.2 人才培育

### | 產學合作

· 提供實習機會，強化學用合一

通過與企業合作，學生能接觸最新技術和行業趨勢，增強實踐能力和就業競爭力。同時，學術界也能通過與企業合作獲取實際案例和數據，進一步豐富研究成果。

· 幫助企業解決實際問題，推動技術創新

通過與學術界的合作，企業獲得專業知識和研究成果的支持，從而提高產品和服務的質量和競爭力。企業也能通過長期合作關係，引進有潛力年輕人才，從中發掘適合的人才擇優留用，縮短新人招募的時間和磨合期，降低成本並建立雇主品牌。

· 促進人才培育與就業機會

透過產學合作，企業能在技術創新和產業升級取得突破，進而帶動整個產業鏈發展；可透過合作計畫挖掘優秀人才，降低培訓成本，畢業後直接進入職場縮短學用落差。

· 強化企業競爭力與永續發展

2024 年雄獅旅行社與 13 所大學進行產學合作，實習生共計 39 人次，包含：銘傳大學、國立高雄餐旅大學、德明財經科技大學、輔仁大學、文化大學、金門大學、東南科技大學、國立臺北護理健康大學、宏國德霖科技大學、宜蘭大學、長榮大學、臺北城市科技大學、世新大學，如表 25 所示。

表 25 2024 年產學合作

學校	實習生人次
私立銘傳大學	13
國立高雄餐旅大學	10
私立德明財經科技大學	4
私立文化大學	2
國立金門大學	2
私立東南科技大學	1

學校	實習生人次
國立臺北護理健康大學	1
私立宏國德霖科技大學	1
國立宜蘭大學	1
私立長榮大學	1
私立臺北城市科技大學	1
私立輔仁大學	1
私立世新大學	1

## 實習計畫

### · 獲得實踐經驗、發展職業技能和增強就業競爭力

實習計畫是將學術知識應用於實際工作場景的機會，雄獅旅行社透過實習計畫，共同承擔社會教學責任，提供機會讓學生將在課堂上所學的理论知識應用於實際工作中。

### · 與專業人士互動的機會

學生在實習期間可以與雄獅生活集團各行業的專業人士合作，學習他們的經驗和專業知識，不僅有助於擴展人際網絡，亦能啟發他們的創新思維和職業規劃。

### · 確定自己的職業興趣和目標

通過實習，學生可以了解不同領域的工作內容和要求，從而選擇自己未來的職業道路。同時，實習還提供檢驗自己所學知識和技能的機會，幫助進一步提升。雄獅亦可透過實習期提前評估學生的工作表現，並在學生畢業後迅速吸收優秀的人才，如圖 58 所示。



圖 58 實習計畫

## 企業宣講

業師課程結合學術知識和實務經驗，旨在提高學生的職業競爭力和就業能力，有助於打破學術與實務之間的壁壘，同時也積極促進學術界和實務界之間的交流與合作。

雄獅業師課程皆由公司內部具豐富的實務經驗和專業知識的高階主管擔任講師，讓學生除理論架構外，也能補充產業趨勢新知，同時導入雄獅的企業文化和價值觀，提升認同感。此外，雄獅業師課程強調實踐經驗和問題解決能力，從而提升學生職業競爭力，業師也從中培養和選拔潛在員工。2024 年企業宣講課程的場次共計 15 場，共計 630 人次參與企業宣講課程，如表 26 所示。

表 26 2024 年企業宣講課程場次

講題	講師	地點	日期	人次
雄獅生活集團全球發展策略	沈家慶	銘傳大學	3/9	60
雄獅主題遊程分眾經營策略	黃鈺堯	銘傳大學	3/16	60
新興特殊興趣旅遊_郵輪旅遊	黃鈺堯	文化大學	3/19	30
旅行業行銷理論與案例分享	林耀民	文化大學	3/27	30
雄獅數位行銷策略	林耀民	銘傳大學	3/30	40
新興特殊興趣旅遊_運動旅遊	蕭翊哲	文化大學	4/10	40
旅行業行銷案例實作	林耀民	文化大學	5/22	60
雄獅集團介紹	王東陽	銘傳大學	9/30	30
雄獅集團介紹	張有群	景文科大	10/1	40
雄獅通路發展策略	張亞昭	景文科大	10/8	30
臺灣鐵道旅遊	王岳聰	景文科大	10/15	50
主題旅遊分眾經營策略	黃鈺堯	景文科大	10/22	50
服務管理課程(嗚日號)	林文師	高雄餐旅大學	11/13	30
雄獅通路發展策略	張亞昭	銘傳大學	11/20	40
臺灣鐵道旅遊	王岳聰	銘傳大學	11/27	40

## 多元人才引進

### 多元國籍

因應本公司快速成長與全球化發展的需求，積極招聘具備靈活性與高適應力的人才。除了語言能力以外，亦重視地域文化、習俗、民情及法令等在地知識，以提升本公司在全球市場的競爭力。多國籍與多元人才的引進，對於應對全球化挑戰至關重要。至 2024 年 12 月止，雄獅旅行社外籍同仁共有 22 位，涵蓋 7 個不同國籍，包含：中國大陸、香港、日本、印尼、韓國、泰國、馬來西亞、越南，如表 27 所示。

表 27 2024 年企業宣講課程場次

國籍	中國大陸	香港	日本	印尼	韓國	泰國	馬來西亞	越南	總計
員工數	2	1	2	1	1	1	9	5	22

### 多元招募管道

2024 年，本公司透過多元化的招募管道，吸引優秀人才，以提升產業競爭力。招募管道包含：求職平台、人力派遣、校園徵才活動、產學合作與實習、集團聯盟招募活動、社群平台、員工推薦、離職員工回任、以及政府或私人機構舉辦的就業博覽會等，使本公司能觸及更多潛在人才。新進人員招募管道分佈，如圖 59。

2024 年新進人員招募管道分佈

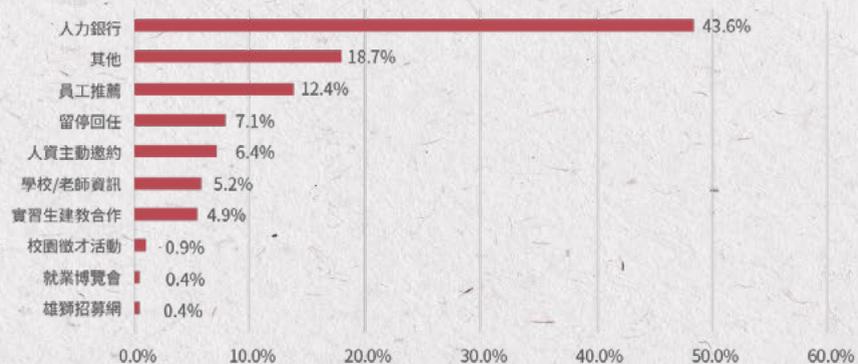


圖 59 2024 年新進人員多元招募管道分佈

其他：如主管脈絡、同業挖角、導領轉任、領隊導遊介紹

### 年齡層多元化

為促進各世代員工共融，本公司尊重不同年齡層的价值與貢獻，確保知識與經驗的有效傳承，並鼓勵跨世代交流及學習。此外，本公司亦重視中高齡員工的專業經驗與技能，透過退休後回聘為顧問職或採其他合作方式，使資深樂齡員工得以持續發揮專業，協助企業永續發展。2024 年新進人員年齡層分佈如圖 60 所示。

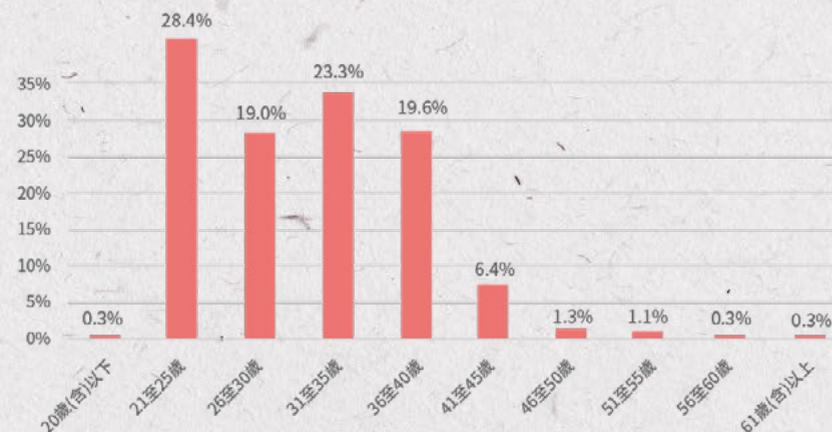


圖 60 2024 年新進人員年齡層多元分佈



## 9.3 人才留任

### ■ 薪酬激勵制度

雄獅旅行社所提供的薪酬及福利，不因性別、區域、種族、宗教及政治立場而有所差異。每年根據營運狀況、政策及員工個人績效調整薪資與獎酬，以確保薪資符合市場水準並維持公平性，以此建立明確的回饋機制，吸引、激勵並留住優秀人才，以推動公司永續發展。

雄獅旅行社訂有公司管理規則，對於表現優異的員工，視其對公司貢獻程度給予不同程度獎勵，包含：記嘉獎、記小功、記大功、加薪等，如表 28 所示。

表 28 員工薪酬激勵制度

獎勵措施	方式說明
績效獎金	依具有績效配套 (非業績獎金制) 的同仁/主管的績效評等，給予相對獎金。
業績獎金	依產品/通路同仁的業績達成率給予獎金。
年終獎金	依營運狀況及同仁績效評等核發相對獎金。
員工分紅	依同仁/主管績效評等給予相對的獎金。
員工持股信託	鼓勵同仁提早規劃退休金，提供額外長期激勵福利措施。
員工推薦獎勵	鼓勵同仁引薦優秀人才加入公司，依被推薦者之資歷給予不同的獎金。
榮譽獎金	對於本公司業務或個人工作內容之研究、執行有特殊貢獻，而使本公司獲得重大利益者給予獎金。

### · 員工福利

雄獅旅行社致力打造優質的工作環境，秉持「Lion, Enriching Life」理念，不僅提供多元包容且友善的職場文化，更推動多元化的福利政策，協助同仁維持家庭生活品質，實現工作與生活的平衡。員工福利如下列：

1. 貼心休假規劃  
親職假家庭照顧假、有薪志工假、幼兒照顧假、生日假、育嬰假。
2. 優渥薪酬規劃  
旅遊補助、端午/中秋/生日禮金、端午/中秋禮品。

### 3. 職場紓壓規劃

兩年一次免費健康檢查、免費視障按摩舒壓、多元社團活動、活動市集 (如：耶誕餐車市集)、免費流感疫苗接種、多元講座。

### 4. 職場服務規劃

免費員工通勤接駁車、員工汽、機車停車位。

### 5. 法規外的保險

旅平險及團體保險。

### 6. 職工福利委員會

雄獅旅行社設有聯合職工福利委員會，推動規劃各式員工福利，如：部門聚餐、耶誕餐會、結合社團發展運動相關活動，且提供同仁多元的特約商店。另福委會訂有【社團管理辦法】及【婚喪喜慶補助慰問金辦法】。



圖 61 職工福利委員會活動

### 7. 社團活動推廣

本公司鼓勵同仁創立並參與各類社團活動，提供申請管道並給予經費支持，讓同仁在工作之餘能投入興趣培養、拓展人際關係，提升身心平衡與團隊凝聚力。2024 年社團包含：高球社、路跑社、羽球社、墊上核心社、舞力全開社、單車社、棒壘社、籃球社、咖啡藝社、巧手藝社、育兒補給社、樂服社、開心農場、調酒社、休閒娛樂社等多元性質社團。



圖 62 社團活動

#### · 退休制度

為解決員工退休生活保障之需求，進而達到增進勞雇關係之目的，雄獅旅行社皆依循相關政府法令規定執行員工退休計畫。使用勞退舊制者，依『勞動基準法』相關規定辦理，並設有勞工退休準備金監督委員會；自 2005 年勞退新制實施後，使用勞退新制者，依『勞工退休金條例』辦理，依法每月為新制同仁提撥 6%，讓同仁退休生活安心有保障。

## 9.4 人才發展

雄獅旅行社目標成為大中華經濟體華人旅遊的領先品牌，並積極邁向全球化，致力於引入資訊化和知識管理系統，推進產業的垂直和水平整合發展，以實現生活、數位和美學的轉型。因此，在人才培育上持續建置完善的人才發展系統，打造一個具有多元發展機會的學習型組織。惟對於因退休或終止勞雇關係而結束職涯之員工，促進其繼續就業能力與生涯規劃之過渡協助方案，需探討之層面較廣，因此尚待全面性探討。

### 雄獅訓練體系

雄獅旅行社的訓練體系（圖 63）分為六大學院，涵蓋整個組織的不同範疇，以確保員工能獲得全面的培訓，包括管本學院、產品學院、銷售學院、行銷學院、管理學院和通識學院。雄獅以系統化的方式規劃訓練體系，循序漸進地為各職務類別提供訓練，有助於確保訓練的完整性和連貫性，同時也保證訓練品質和學習的實際應用，以提升企業整體競爭力。

		新人	一般人員	基層主管	中階主管	高階主管
專業訓練	管本學院	新人專業訓練	在職專業訓練		職務輪調	
	產品學院					
	銷售學院					
	行銷學院					
管理訓練	管理學院	職場核心能力訓練		主管管理訓練	進修研修	
		講師訓練				
		專案任務訓練				
		外派訓練				
通識訓練	通識學院	新人通識課程	欣講堂 / 專題講座			
			法令宣導訓練			
			語言能力訓練			
			共通職能訓練			

圖 63 雄獅訓練體系

## 多元學習管道

雄獅旅行社提供多元的學習機會和資源，滿足不同員工的需求和學習風格，提高整體組織的學習效果和員工表現。

### 1. 重點培育實體課程

雄獅旅行社六大學院，於 2024 年共開立總班次 525 堂，累計 13,398 小時，總受訓 36,731 人次，如表 29 所示。

表 29 2024 年重點培育實體課程

實際課程 (重點培訓)	培訓效益			年度培訓成果
	參訓人次	受訓時數	課後滿意度	
集團新人訓	688	50	4.83	總受訓人次 <b>36,731</b> 人 實體課 總受訓時數 <b>13,398</b> 小時 總開課數量 <b>525</b> 堂 • Level 1 學習反應平均滿意度 4.6-4.9 分 • Level 2 學習評估課程演練活動完成率 100% 課程作業完成率 90% 以上 • Level 3 行為評估高階主管 AI 應用專案 20 件 • Level 4 成果評估新科領隊筆試通過率 98%
國旅新人訓	136	12	4.85	
導領考照班	384	21	4.82	
駕駛行車安全培訓	106	11	4.83	
POWER BI 數據分析	216	12.5	4.67	
招募面試技巧	204	3	4.81	
接班人與人才梯隊管理	105	6	4.7	
高階主管 AI 教育訓練	233	21	4.75	
Canva 課程基礎教學	285	1.5	4.67	
數位平台	新增內容			
通路新人訓	票務訂位基礎知識、國際機票立單流程			
通識學院	性騷擾防治、終結職場暴力大作戰、職球對決 - 職場性騷擾調查指引			
產品學院	栩悅號&福森號觀光列車產品介紹、認識高球團操作、保險相關課程			
行銷學院	Canva 基礎教學			
資訊學院	Agile 與 Scrum 入門開發流程導入與討論、ChatGPT 使用指南			

### 2. 雄獅大學數位平台

雄獅大學平台致力於提供即時性、多元性和高彈性的學習體驗，使同仁能夠更加輕鬆地個性化學習進程，充分發揮專業潛力。2024 年累計數位課程共 328 堂，累計觀看共 30,016 人次。平台優勢(圖 64)包含:提供自主跨領域學習機會、學習資訊即時更新、師資風格多元、課程內容多元性，涵蓋主題廣泛、提供彈性的學習時間，可安排自主性學習、具行動學習並重複觀看機制，提升學習效果。



圖 64 雄獅大學數位平台優勢

## 9.5 員工溝通

### 新人輔導員制度

新進員工透過新人輔導員制度，得以有適當資深或經驗豐富的人員協助，提供工作面等各項指導、諮詢事項，加速了解適應公司文化，並於就職期間持續提供回饋與建議。從環境適應、成員互動、工作學習、生活調適四個構面進行調查關懷。2024 年雄獅旅行社輔導共 462 名新進員工，在新人入職滿三個月時，進行「雄有心新進員工關懷問卷」調查，結果顯示平均滿意度達 4.5，反映公司對新員工的承諾，及輔導計畫的有效性。未來將進一步提升輔導計畫，以確保員工能順利融入和職涯發展。



圖 65 新人輔導員關懷模型

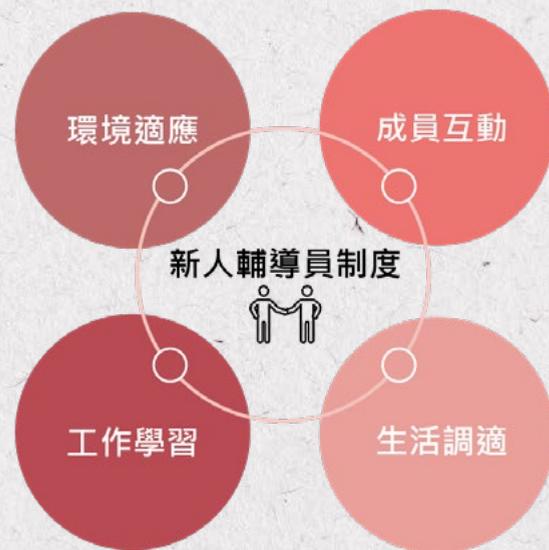


圖 66 新人輔導員制度四構面

### 勞資會議

為促進和諧雙贏的勞資關係，雄獅旅行社依法定期舉辦勞資會議，2024 年共計舉辦 4 場、勞資雙方各派出 5 位代表參與。透過合作協商，會議討論勞動條件（如：員工工作規則修改、2025 年行事曆）及勞工福利（如：員工遊補助、員工部門聚餐事宜），旨在強化勞資關係，促進雙方共識與協作。

### 敬業度調查

雄獅旅行社於 2024 年進行全體員工敬業度調查，藉由調查傾聽員工的多元聲音，表達對員工的重視。重要建議與回饋經彙整分析，作為本公司制度精進的依據，以此提升員工的敬業度與參與感，進而增強整體工作滿意度與凝聚力。整體員工敬業度填答率為 80.1%，敬業度為 76.6%。





## 10 旅遊服務

## 10.1 提升服務品質

雄獅旅行社 2024 年不僅持續深化顧客服務體驗，更積極導入數位化及永續發展策略，以提供更優質且友善的服務，推動數位與永續轉型。

### 食

從鳴日號、鳴日廚房建立五星級移動餐廳，選用臺灣在地食材，讓鐵道美景結合世界級名廚精湛手藝，並與策略聯盟夥伴欣食旅（Gonna、光一）、晶華酒店共同推出原創饗宴，讓旅客在移動中延續臺灣體驗。在遊程間推廣適量餐食理念，以減少食物浪費，貫徹永續旅遊精神。

### 宿

2024 年持續優化雄獅訂房系統，不僅提供全球酒店房源線上即時預定、即時確認服務，亦增加更豐富的住宿房源提供旅客更多元的選擇。

### 遊

2024 年延續以「時」為單位，精進票券化、電子化與虛擬化的技術，讓旅遊各項元件得以更靈活的運用零碎時間。票券範圍更擴及餐飲、體驗活動、遊程及景點門票，提升旅遊體驗的豐富度。

### 購

鼓勵支持在地商家或農特產品，善用獨家資源開發周邊商品，如：鳴日號、藍皮解憂號品牌授權商品，結合地方特色提升區域經濟價值。

### 行

本公司關係企業雄獅通運及安捷遊覽車公司，車輛近七成採用環保底盤巴士，2024 年新購入 21 輛符合歐盟六期環保排放標準的車輛，以更環保友善的運輸工具響應永續運輸。為提升行車安全，2024 年起逐步導入 AI 影像辨識技術，除可監測駕駛異常行為，並即時示警提醒，亦可將車輛行駛相關數據即時回傳至管理後台，以利分析及追蹤。以智慧科技強化車隊管理，提供旅客更安全的乘車體驗。

## 10.2 良好客戶關係

雄獅旅行社自 2004 年起，即以系統紀錄旅客來自電話、信函、email、參團旅客滿意度調查表、網站、app 及門市人員等建議回饋。以旅客反應事項作為產品、業務、行銷、導遊領隊人員或供應商服務品質優化依據。

本公司對服務品質高度重視，因而設立導遊領隊管理部，規劃專業課程強化服務水準，並透過年度官方優良旅遊產業及從業人員獎項提報，推薦優秀導領人員以鼓勵持續精進提供更優質的服務。

維持良好客戶關係也有賴於有效的供應商管理制度，本公司藉由內部品質系統紀錄供應商狀況，對於可歸咎於供應商之爭議事件，則要求即時說明並提出改善方案。依據年度評比結果，作為篩選合作夥伴的依據，以維持良好服務品質。

服務品質不僅體現在服務前置作業各環節的管理，更包括了突發事件的妥善處理。在王文傑 董事長 的最高經營原則下，本公司始終以旅客安全為服務的首要宗旨。2020 年，全球 COVID-19 疫情爆發，各國為降低國境內疫情風險，無預警實施鎖國措施；當時，超過 100 名臺灣旅客滯留祕魯，本公司秉持維護旅客權益及安全原則，透過層層關係並自費 400 萬包機，成功將滯留當地的 72 名雄獅旅客全數平安送返回台。

在 2023 年 7 月，本公司 王文傑 董事長 再次向全體主管及同仁重申：「雄獅一定要捍衛品牌保護消費者的權益，這是公司經營的第一指標。公司的獲益要在第一指標達到之後才有意義。在過去長期雄獅經營的原則，以及疫情發生事實，雄獅這一套文化與精神是傳承的，所有雄獅人以及主管們請放手去做。」強烈展現出雄獅旅行社對旅客託付的重視及全體同仁超越顧客期望的核心價值觀。

秉持此服務理念，自 2022 年 10 月 13 日開放入出境團體旅遊，2023 年旅客反映意見共計 5,388 筆，申訴案件計 942 筆，稱讚案件計 3,700 筆。2024 年旅客反映意見共計 5,849 筆，申訴案件計 874 筆，稱讚案件計 3,799 筆。

## 10.3 標章認證及相關獎項

### ■ GTS(Green Travel Seal) 綠色旅行標章

交通部觀光署為與國際永續旅遊接軌，推動永續旅遊發展，積極推廣「GTS\_Green Travel Seal\_綠色旅行標章認證」。雄獅旅行社於 2024 年第四季順利完成申請程序中的書面及實地審查，並於 2025 年 1 月初正式獲頒此標章，成為臺灣首家取得此標章的上市櫃旅行社。

認證涵蓋十大主題，包括：採購、社會福祉、利害關係人健康與安全、無障礙服務、人權與勞工權益、氣候關懷行動（包含：能源與碳管理）、廢棄物管理與空氣、水資源、噪音及化學用品的監控、自然關懷與生態保育行動、友善歷史文化行動、永續願景與目標、管理政策及制度。對組織規模龐大的雄獅旅行社而言，實屬不易；從政策、內部組織與人員、營運策略到外部供應鏈等環節檢視，進而優化精進以符合標準。



圖 67 GTS(Green Travel Seal) 綠色旅行標章

圖 68 TUI 永續供應商證書

### ■ 獲歐洲最大旅遊集團 TUI 首發永續供應商證書

本公司獲歐洲最大旅遊集團 TUI(TUI Group) 認可，成為東北亞地區首家獲頒「永續旅遊供應商」證書的企業，是對本公司在永續發展政策與推動負責任旅遊模式的肯定。展現雄獅旅行社與全球永續供應鏈緊密的夥伴關係。

### ■ 穆斯林友善旅行社首發認證

雄獅旅行社於 2023 年 10 月 31 日，獲中國回教協會核發「穆斯林友善旅行社證書」（圖 71），成為臺灣唯一獲得 0001 號認證的旅行，2024 年持續獲此認證。本公司在穆斯林旅遊產品規劃、服務體驗均符合此標準，並以接受過中華穆斯林旅遊協會的導遊、領隊人員隨團接待，展現本公司服務多元旅客的專業能力，積極促進多元族群融合，打造更友善的旅遊環境。



圖 69 穆斯林友善旅行社證書

### ■ 獲頒銀級環保旅行社認證

符合中華民國環境部所推動的「淨零綠生活」旅行業環境保護標準，並獲頒銀級旅行社標章，證明本公司在政策制定、採購流程、旅遊行程規劃以及供應商選擇方面，均遵循環境友善、低碳的標準，展現對綠色旅遊的高度重視。



圖 70 雄獅旅行社 銀級環保旅行社標章

### ■ 蟬聯內湖科技園區減碳模範企業

基隆市、台北市、新北市及桃園市政府聯合舉辦之「基北北桃我的減碳存摺」全民運動，本公司積極推動綠色交通，鼓勵員工優先選擇公共運輸，以達成政府所訂定之淨零碳排目標。蟬聯 2024 年度第一季（4-6 月）、第二季（7-9 月）、第三季（10-12 月）模範企業獎。

### ■ 榮獲綠動夥伴獎，持續推動綠色交通

本公司為響應綠色交通，實施分流上下班、免費員工接駁車服務並以捷運站為停靠點來提升大眾運輸使用率，降低尖峰時段交通擁塞問題。因而榮獲台北市政府頒發之「綠動夥伴獎」肯定。



圖 71 獲獎榮耀

### ■ 國際金旅獎及品保優選獎

由中華民國旅行業品質保障協會（簡稱：品保協會）主辦，被譽為旅行業界奧斯卡獎的「2024 第十二屆國際金旅獎」，於 2024 年 12 月 12 日進行頒獎，從金質獎升級為國際級的獎項。評選分為「入境旅遊」、「出境旅遊」、「國民旅遊」三大類，而另一亮點則是第二屆品質優選獎項，讓更多元的旅遊產品行程獲得肯定。2024 年共有數百條優質且極富創意的行程報名角逐，透過品保協會評選，最終選出 95 條行程獲獎。雄獅旅行社此次奪得 3 個國際金旅獎、2 個品保優選獎（圖 72），如下列：

#### • 國際金旅獎行程

1. 出境旅遊類 - 韓國組  
釜山 | 無購物 . 五星海景房 . 海景咖啡 . 運河遊船 . 膠囊列車五日
2. 出境旅遊類 - 日本組  
輕奢行 | 四國四鐵道 | 伊予灘 & 千年 & 時代黎明物語 . 懷舊藍吉野川 . 無購物 7 日
3. 出境旅遊類 - 東南亞組  
馬來西亞 | 大紅花 VILLA . 高空吧台 . 濕地探險 . 美食饗宴 . 奢華五星五日

#### • 品保優選獎行程

1. 臺灣 - 國民旅遊類 - 樂齡組  
藍皮環島 | 慢遊海線 ~ 雙老爺全程含餐 . 濱海拉拉車 . 成功旗魚 3 日
2. 臺灣 - 國民旅遊類 - 文化組：  
夏艷鳴日 | 茶金歲月 . 漫遊水沙連 . 府城古蹟尋訪 . 魔法夜祭中南 3 日 (南港出發)



圖 72 2024 年國際金旅獎頒獎典禮

### ■ ITF 台北國際旅展 - 最佳永續獎

本公司於 2024 年 ITF 台北國際旅展榮獲最佳永續獎。展攤設計採用四面通透的簡約結構，搭配環保且節能的燈具，營造開放、時尚的氛圍，所有的展示設備均使用高科技 LED 螢幕及液晶電視來取代傳統紙質宣傳品，提升了互動體驗，同時降低資源浪費。

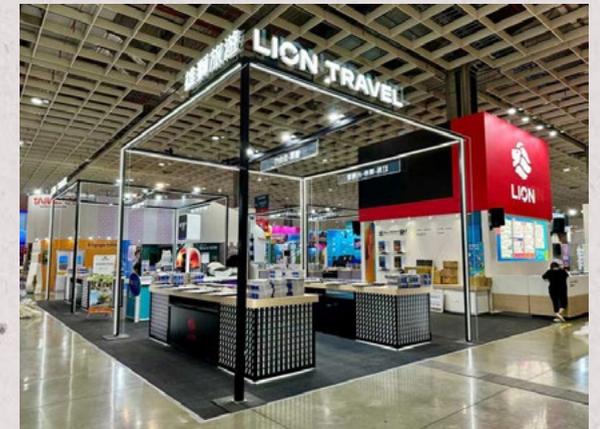


圖 73 2024 ITF 國際旅展 - 雄獅旅行社展攤



雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 11 社會回饋

# 11.1 促進地方發展

## 營運模式與價值創造

自 1985 年雄獅旅行社成立，集團架構下多角化經營，各公司供需共生發揮綜效。為奠定集團發展實力，更成立雄獅資訊科技股份有限公司科技、雄獅通運股份有限公司，垂直水平整合相關產業。2017 年旅天下啟動加盟平台後，相繼導入「通路加盟」以及「產品加盟」方案，緊扣旅行業需求端與供應端，共創全新旅遊生態系。以「Regional Hub」為概念前進南港、臺北、板橋、新烏日、新左營等三鐵共構的交通樞紐，以及臺鐵宜花東 13 站自行車補給站，設立服務據點，做為旅客集散中心。佈局文化與觀光場域，轉動生活品味與創意體驗。旗下企業海納各界各地人才，包含旅遊達人、遊程策劃、業務高手、策展顧問、經營幕僚、IT 人才，餐飲職人等，齊心合力打造集團文創、知識、科技三力，期待共同開創雄獅 4.0 的新頁，雄獅集團營運模式如圖 74 所示。

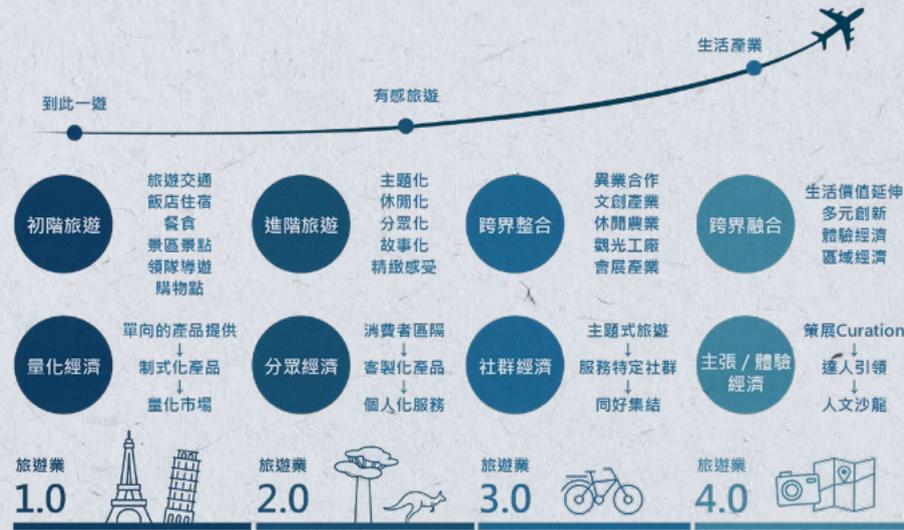


圖 74 雄獅集團營運模式

### 鐵道觀光驅動區域經濟

#### 1. 國內

雄獅以「Regional Tourism Hub」(以下稱 Hub)為核心理念，結合全台鐵道交通樞紐，推動低碳旅遊模式，並融合在地文化體驗，打造多元化

的永續旅遊商品。讓鐵道不只是旅客的中繼點，更是下一個旅程的起點。這樣的旅遊模式，推動了臺灣區域旅遊發展，也將偏鄉地區的独特文化和景點帶給全球旅客。讓當地傳統文化得以傳承，讓在地工藝或風味美食得到關注，讓原本鮮為人知的秘境地區獲得資源；鐵道觀光帶動了更全面的區域經濟發展，帶給當地更多的商業機會與外界接軌，吸引來自國內外的旅客，進而提供了更多元化的就業機會。

#### 2. 國外

在國外，鐵道觀光的興起更早，本公司在海外鐵道的旅遊產品結合了各地區獨有的特性，例如：本公司銷售的加拿大落磯山脈的銀楓景觀火車 (Rocky Mountaineer) 以全景玻璃車廂、精緻餐食來吸引眾多高端旅客，行程行徑溫哥華、坎盧普斯、賈斯珀、班夫等城市，因旅客到訪而帶動了當地觀光、住宿、餐飲及戶外遊憩活動等產業發展，因此創造出大量的就業機會促進區域經濟。而歐洲的鐵道觀光發展相當成熟，從政策支持到完善的上層建設，為旅客提供友善的旅遊空間。受惠於嚴謹的政策規範，有效控制旅遊景區的承載量，進而減少過度旅遊對當地自然生態及社會產生的負面衝擊。



圖 75 落磯山脈豪華鐵道之旅

## 11.2 全球夥伴 促進永續願景

「企業再偉大，不如產業偉大」，本公司在永續發展方面不僅主動整合供應鏈，推動永續轉型，更積極響應各界永續議題致力成為最佳永續發展合作夥伴。由本公司永續長 黃信川 董事總經理領軍與政府單位、同業及異業夥伴攜手並進。以具體行動達成聯合國可持續發展目標中第 17 項「合作夥伴關係」。

### ■ 創立「臺灣樂活永續協會」推動產業永續轉型

本公司創立並支持「臺灣樂活永續協會」，由黃信川擔任理事長並與旅遊產業界具號召力的要角共同推進協會運作。協會理事成員包括：薰衣草森林 王村煌 董事長、觀光工廠促進協會 許立昇 理事長、臺灣休閒農業發展協會 游文宏 秘書長，等。

2024 年，共同推出 12 堂永續講座，邀請來自產、官、學界專家學者，就永續發展的各項議題深入分析。講座特別邀請之講者包含：環境部彭啟明部長、觀光署林信任副署長、韓國觀光公社 - 扈受瑛支社長、碳權專家柳婉郁教授、老爺集團沈方正執行長...等，以專業知識及見解來提升會員對永續理念的認知，並運用在事業經營進而帶動樂活永續的旅遊風氣，推進產業永續轉型。

### ■ 公私協力 共推永續

#### • 鐵道觀光驅動區域經濟

##### 1. 力挺花蓮觀光振興

為響應花蓮振興觀光政策，本公司與花蓮縣政府、臺灣樂活永續協會以及臺灣鐵路公司攜手合作，推出兩大觀光列車振興花蓮觀光。透過在地採購及預估創造千萬觀光產值，讓在地居民直接受益。

##### 2. 響應嘉義縣教育行程

本公司響應嘉義縣文化觀光局為了讓親子家庭深入體驗嘉義自然之美，所推出的親子賞鳥行程，以「親子賞鳥點」、「親子體驗趣」及「親子賞鳥遊」三大主軸，吸引親子旅客。本公司推出「嘉義旅遊|親子鰲鼓賞鳥趣、落羽松秘境和台版威尼斯彩虹屋二日」遊程，帶領遊客前往鰲鼓濕地賞鳥，安排專業導覽，讓親子輕鬆跟團玩嘉義，並透過專業導覽解說讓旅客了解賞鳥注意事項，降低對生物環境的負面影響。共同推動嘉義縣自然教育和永續旅遊的發展。



圖 76 響應嘉義縣文化局教育行程

##### 3. 農業策略聯盟 創造產業新商機

在農業部農糧署 2024 年各地辦公室連線舉辦的「從市場區隔到差異化經營，創造產業新契機」專題演講中，本公司分享了如何應用鐵道觀光模式，將在地食材融入觀光體驗，打造精緻美食饗宴。讓當地農產品與旅遊產業鏈結合、讓農特產成為遊客伴手禮，為當地農業創造出更多商機，且藉由本公司行銷力道來協助提升優質農展品曝光度。

本公司推出「行樂雜糧·茶香隨行」遊程，讓更多消費者認識國產雜糧與優質茶莊。讓農特產成為獨特的農遊體驗之旅，帶動農業經濟。



圖 77 響應農糧署政策

##### 4. 內政部國家公園署「臺灣·北回歸線之巔/福爾摩沙永續軸帶推動建構論壇」

本公司受邀出席內政部國家公園署舉辦之「臺灣·北回歸線之巔/福爾摩沙永續軸帶推動建構論壇」，並深入了解北回歸線地帶的豐富自然與文化資源。構思將北回歸線地帶的豐富資源規劃成旅遊行程，從國土山脈落實海岸管理並串聯濕地生態，將政策轉變成永續旅遊商品。



圖 78 臺灣·北回歸線之巔/福爾摩沙永續軸帶推動建構論壇

5. 獨家受邀參與環境部「旅宿業減塑永續元年」記者會

本公司為唯一受邀參與「旅宿業減塑永續元年」啟動記者會的旅行社業者。為響應環境部「淨零綠生活」政策，本公司自2022年起，推動遊覽車全面停止提供瓶裝水，並要求主力供應商(如:餐廳、旅館業者)設置飲水機，鼓勵旅客自備瓶裝水，減少一次性塑膠瓶使用量。

在記者會中提出永續轉型將是臺灣旅遊產業競爭力的關鍵，透過環保旅遊模式提升臺灣在國際市場的吸引力，同時滿足消費者對於負責任旅行的期待。



圖 79 環境部「旅宿業減塑永續元年」記者會

6. 文化部「臺灣文化博覽會限定」藍皮文博號

文化部所屬的國家鐵道博物館籌備處推出「藍皮文博號 - 文化走讀藍皮記憶」專題系列活動。搭乘本公司營運之藍皮解憂號讓列車成為回憶與故事的載體，強化觀光價值並兼顧文化資產保存。



圖 80 臺灣文博會限定「藍皮文博號」

• 異業堅實永續盟友

1. 認購 SAF 燃油 與漢莎航空攜手 促進交通永續

據國際航空運輸協會 (IATA) 的資料顯示，航空業每年約佔全球碳排放的 2-3%，並佔所有運輸來源碳排放量的 12%。透過 SAF 永續航空燃料 (Sustainable Aviation Fuel) 取代傳統煤油，可減少至少八成的碳足跡，漢莎集團是全球五大 SAF 燃油客戶之一，推動永續航空。本公司於 2024 年與德國漢莎航空集團完成 SAF 燃油合作採購，以行動支持 SAF 燃油替代高碳排的傳統煤油，攜手打造更潔淨的天空。



圖 81 SAF 燃油購買證明

2. 響應王道銀行「交通減碳卡」 推動低碳新生活

為鼓勵搭乘大眾運輸工具，改變日常「行」為，本公司響應王道銀行結合一卡通公司發行的「交通減碳卡」。透過每筆刷卡產生的碳足跡提供優惠機制，推廣綠色運輸，鼓勵低碳消費。



圖 82 響應王道銀行「交通減碳卡」

持「交通減碳卡」購買本公司指定團體旅遊產品，還可享有 95 折優惠，共推低碳生活。



圖 83 響應「交通減碳卡」推動低碳新生活

### 3. 響應昇恆昌 Everrich 1%倡議

本公司加入昇恆昌推動免稅業永續發展，將理念付諸於行動，共同發揮社會影響力。2024 年，永續長 黃信川 董事總經理 受邀出席「昇恆昌永續面對面」之永續餐旅研討以「低碳漫遊」為主題，分享雄獅旅行社如何透過旅行實踐永續發展，讓旅行成為改變地球永續發展的影響力。

在分享中，永續長強調本公司推廣在地食材，減少長途運輸所產生的碳足跡，亦扶植了在地農業，促進地方經濟發展。「慢遊」不僅帶動區域經濟，也讓旅人有更多的時間深入體驗當地文化，選用永續程度高的旅遊元件來提升責任消費意識。



圖 84 響應昇恆昌 Everich 1%

### 4. 天下雜誌「臺灣人才行動永續聯盟」

秉持著以人為本的精神，在人才管理方面持續對齊 DEI (Diversity, Equity, Inclusion, 多元、平等、共融)，為了提升企業識別度以招攬更多人才，本公司加入天下雜誌 TALENT in Taiwan 人才永續行動聯盟，與各界創造出包容、友善的臺灣職場環境。



圖 85 臺灣人才永續行動聯盟夥伴

## 11.3 關懷與服務



本公司積極響應聯合國可持續發展目標 (SDGs)，以 SDG 3 (健康與福祉) 及 SDG 10 (減少不平等) 來推動企業社會責任 (CSR)。透過旅遊及各項活動促進社會共融及福祉，提升健康意識，減少不平等，為整體社會的和諧盡一份心力。

### 樂活旅遊，引領長者走出健康

#### • 大人囡仔

臺灣在 2025 年進入「超高齡社會」，意即 65 歲以上的長者將占總人口 20%，表示每 5 人中就有 1 位是高齡長輩，高齡族群的生活是社會應高度關注的議題。雄獅旅行社長期關注長者的健康與生活品質，更親切地稱呼高齡長者為「大人囡仔」，並規劃樂齡友善的旅遊服務體驗。本公司積極整合符合樂齡需求的食、宿、遊、購、行供應商，提供適合銀髮族的旅遊行程「大人囡仔」，讓每一段旅程都充滿關懷與貼心細節。



圖 86 「大人囡仔」

為了推動樂齡健康旅遊的文化，雄獅旅行社更攜手臺灣樂活永續協會，於 2024 年 12 月 5 日 在臺北圓山大飯店舉辦「2025 樂活旅遊趨勢暨產品發表會」。活動現場頒發多項特殊獎項，向積極參與「大人團仔」團體旅遊的長輩致敬，並讓更多人見證長者的活力與熱情。正如一位 95 歲的長者參加發表會後，返家途中開心地請女兒來信告知：「我要跟著雄獅一直玩到 100 歲！」這份對生活的熱愛與渴望，正是本公司希望透過旅遊帶給每一位長者的幸福。



圖 87 「2025 樂活旅遊趨勢暨產品發表會」

#### • 森鐵福森栩悅號體驗圓夢之旅

本公司延續對樂齡長輩的關懷與嘉義市政府共同為長輩們編織一趟難忘的時光。來自嘉義市生命線協會、嘉義市長青園老人住宅服務共計 100 名的獨居長者，參與「森鐵福森栩悅號體驗圓夢之旅」為獨居長者創造更多社會參與的機會，減少孤立感，促進社區共生互助，打造更友善、包容的高齡社會。

從嘉義承載百年記憶的北門車站開始見證阿里山鐵道歷史軌跡，車廂內，解說員細膩地講述阿里山鐵道的故事，這條蜿蜒於山林間的鐵道，不僅連接著山與海，更串起了回憶。長輩們專注聆聽，歡笑與感動交織成這趟旅程最美的風景。一位長輩感性地說：「我們不僅欣賞了阿里山鐵道的美，更感受到人與人之間最真摯的情誼。」

雄獅旅行社將持續藉由旅遊促進樂齡族群身心健康，並建立社會連結，讓每位長者享有快樂與尊嚴的生活，持續探索世界的美好；讓旅遊成為健康與幸福的橋樑，用愛與感動延續樂齡未來。



圖 88 嘉義市森鐵福森栩悅號 體驗圓夢之旅

#### • 關懷弱勢扶持友善環境

孩童是世代交替的希望，同時也是改變未來世界的關鍵。然而，許多孩童因家庭因素無法獲得應有的資源與照顧。本公司長期以來重視弱勢關懷議題，對於偏鄉與弱勢孩童的教育與成長尤其關注。

秉持著「以愛出發，幸福為本」的精神，結合員工自發性籌組著社團社員力量，推動溫暖相伴的活動提供多元遊憩讓孩童得以體驗。2024 年已舉辦兩場逾百人參加的活動，用實際行動傳遞溫暖與希望。



圖 89 2024 年關愛之家活動

## 11.4 社會回饋與參與

### 國際淨灘活動

雄獅旅行社重視環境保護與永續發展，自 2023 年起舉辦淨灘活動，號召員工共同以行動守護海洋生態。2024 年，共計近 60 位員工及親友前往至宜蘭龜山島，攜手清理出 3.5 公噸的海洋廢棄物。為了確保垃圾妥善處理，避免二次汙染，我們聯繫當地里長，請之協助完成清理作業，讓環境保護行動從一而終的落實。



圖 90 2024 年龜山島淨灘活動

### 捐血一袋救人一命

雄獅旅行社秉持服務大眾及回饋社會的精神，投入公益行動的奉獻不遺餘力。近年來，每年定期舉辦兩場捐血活動，鼓勵員工踴躍參與。2024 年，共計捐出 214 袋血，期望能協助更多需要的人，為社會注入溫暖的力量，持續展現愛民助民的理念。



圖 91 2024 年回饋社會捐血活動

### 敦親睦鄰的清掃，共創美好社區環境

雄獅旅行社因重視社區營造及回饋社會的責任，2024 年由雄獅樂服社發起與周遭鄰里及企業共同舉辦【第一屆 敦親睦鄰清掃學習活動】，共計 54 人參與。清出 114.5kg 垃圾減碳總重量為 113.19kg。



圖 92 2024 年敦親睦鄰 清掃學習活動





雄獅旅遊

2024 企業永續報告書



## 12 未來展望

本公司永續發展策略遵循 GRI 準則，短期策略聚焦於回應利害關係人所關注的重大議題；而中長期策略則著眼於強化企業韌性及成長，包含氣候變遷議題、永續供應鏈的建構、創新的永續旅遊產品開發等，強化企業競爭力並且促進旅遊產業永續價值，使旅遊產業對整體社會發揮正面的影響力。

## 12.1 短期策略 (1-2 年)

### ■ 客戶隱私保護 (GRI 418)

導入 ISO27701( 隱私資訊管理 ) 並取得第三方查證機構證書：本公司將透過 ISO 標準框架，導入 ISO27701 使旅客個人資料及資訊安全同步管理。從旅客資料、數據紀錄到資訊的保存期限，均符合 GDPR ( 歐盟一般資料保護規則 ) 、個資法 ( Personal Data Protection ACT ) 等國內外法規要求。委由第三方獨立查證驗證機構進行定期審查，除可確保隱私資訊管理的有效性更可提升隱私保護的可信度。

### ■ 治理與誠信經營 (GRI 205、GRI 418)

#### • 強化內部誠信經營申訴管道

建立內部匿名申訴機制，並落實申訴人保護以確保申訴人個資與申訴內容的機密性。成立專責小組針對收到的申訴內容進行詳細探究，確保處理之公正性與有效性，設定合理的處理時限並向申訴人提供案件進度和最終處理結果。

#### • 落實反貪腐與公平競爭

審修《反貪腐政策》，確保全體員工及供應商均明確了解禁止行賄、回扣等不當利益輸送規範。持續落實要求所有供應商簽署《誠信經營守則》，定期檢視。

### ■ 旅遊安全管理 (GRI 416)

由全球分公司負責監測並回報當地最新安全狀況 ( 如：政治和社會、自然災害、公共衛生、天候等 ) 以及當地政府、駐外機構及國際安全相關單位之訊息，依據最新資訊適時調整提供給旅客的行前說明資料，以確保所有旅客掌握最新安全狀況。透過導遊及領隊的教育訓練提升安全管理意識，確保突發狀況發生時，能有良好的處理能力。

### ■ 資訊安全管理 (GRI 418)

導入 ISO27001 ( 資訊安全管理系統，ISMS ) 並取得第三方查證機構證書：建立完整的資訊安全治理架構，透過明確的資安政策、管理流程及責任分工，訂定資訊安全目標。範圍包含數據保護、存取控制、系統監控等，以確保本公司內外部資訊的安全性。

透過第三方查證機構進行審查，確保本公司資安管理符合國際標準，且透過每年定期的內部稽核，確保各部門落實資安政策。

### ■ 永續旅遊 ( 無對應之 GRI 準則 )

#### • 規劃永續旅遊並整合各國資源

以旅遊元件 ( 餐廳、住宿、遊程、購物店、交通運具 ) 為基礎，明確界定並推動永續旅遊、低碳旅遊及綠色旅遊，在滿足旅客需求的同時，降低對當地環境、文化的負面衝擊同時促進在地經濟發展。

#### • 強化與各國旅遊局的合作關係

掌握各國在永續旅遊議題的政策、資源及主力推廣永續旅遊元件或目的地，以此規劃相關旅遊產品，深化全球夥伴關係共同建構永續旅遊生態系，讓旅遊成為地方經濟的永續驅動力。

#### • 維持並取得國際永續相關認證

維持國際標章效力 ( 如：GTS ( Green Travel Seal, 綠色旅行標章 ) )，並取得國際永續認證 ( 如：GSTC ( Global Sustainable Tourism Council, 全球永續旅遊標準 ) 或 Travelife ( Travelife for Tour Operators and Travel Agencies, 旅行業者認證 ) )，透過國際準則來強化公司永續政策、流程、供應鏈管理以及永續旅遊行程符合國際永續認證標準，提升永續競爭力，並透過定期審查結果報告作為優化依據。

### ■ 旅遊服務品質 (GRI 416)

#### • 優化旅客意見調查機制

針對不同類型旅遊行程、不同國家或地區設計適切的意見調查題項，以反應出旅客真實感受及數據的可分析性與可應用性。定期彙整並分析旅客回饋數據，統整出服務優勢以

及待改善項目，以此作為服務品質精進的依據，以具體事實與供應商或導遊及領隊溝通並請之改善。

#### • 定期教育訓練

針對旅遊行程規劃同仁、導遊及領隊，定期安排專業知識教育訓練，提升在行程設計、文化或自然生態解說的能力，以及提高危機處理能力。

#### • 開設永續相關教育訓練

透過定期的永續相關課程提升同仁在行程設計、旅遊元件選用上符合永續標準，以及導遊與領隊能在帶團過程中向旅客傳達負責任旅人的行為準則（如：不使用一次性用品、尊重當地文化等），必要時甚至可即時引導旅客行為，確保符合永續原則。

### 教育訓練與人才培育 (GRI 404)

多元教育訓練與培訓規劃：除前述專業技能及永續相關教育訓練課程外，持續推動 AI 應用教育訓練來提升工作效率，並推動 AI 轉型。此外，透過多元的產學合作專案提供學生實習機會、專案合作計劃，讓學子得提前接觸業界，降低學用落差並累積職場經驗，提升人才競爭力。

### 職業安全衛生 (GRI 403、GRI 409)

推動相關單位同仁（如：人力資源處或行政總務部）取得職業安全衛生證照，提升安全意識與應變能力，並由該單位同仁依據不同單位屬性規劃出合適的職業安全衛生教育訓練。建立系統化的安全衛生管理機制，導入 ISO 45001（職業安全衛生管理系統），透過風險評估與辨識、內部稽核及改善計劃提升職業安全績效。

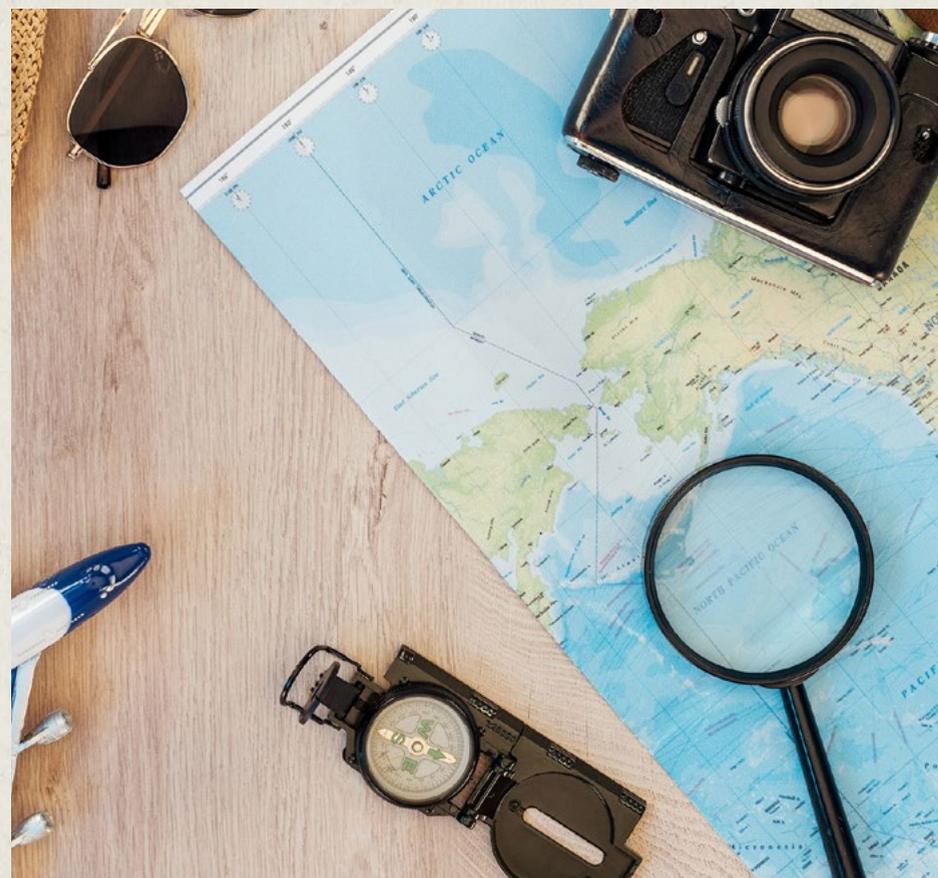
### 社會回饋與參與 (無對應之 GRI 準則)

鼓勵並支持員工參與本公司志工社團，共同讓弱勢孩童有更多的學習與生活體驗，協助拓展視野。持續透過參與公益性質社團（如：美化協會、所在社區協會），共同推動環境美化與社區發展。

### 促進地方發展 (無對應之 GRI 準則)

持續以公私協力推動產業永續：以響應政府政策的方式，推動在地社區發展，透過旅遊

活動讓當地所有產業成為旅遊產業鏈一環，帶動當地經濟發展，進而創造就業機會。在永續旅遊框架下，以生態友善、低碳旅遊的方式規劃行程，讓旅遊對當地環境及社會文化產生正面的效果。此外，投入資源協助當地自然生態復育或生物多樣性維持的宣導，透過文化體驗活動安排，協助當地文化的傳承與發展，推動文化旅遊為當地創造更多實質效益，並保護當地的歷史與文化遺產。實踐讓旅行成為改變地球永續發展的影響力。



## 12.2 中長期策略 (3-5 年)

### ■ 維持各項國際認證與標章之效力

每年均透過第三方查證機構的審查來維持 ISO27701 (隱私資訊管理)、ISO27001 (資訊安全管理)、ISO14064-1 (組織型溫室氣體盤查) 以及永續報告書的效力，並且針對發現事項持續優化，確保管理系統及相關數據的可信度。而在永續旅遊方面，持續取得並維持標章 (如：GTS(Green Travel Seal, 綠色旅行標章)，並取得國際永續認證 (如：GSTC(Global Sustainable Tourism Council, 全球永續旅遊標準) 或 Travelife (Travelife for Tour Operators and Travel Agencies, 旅行業者認證)，確保符合國際永續發展標準。

### ■ 提報永續相關獎項

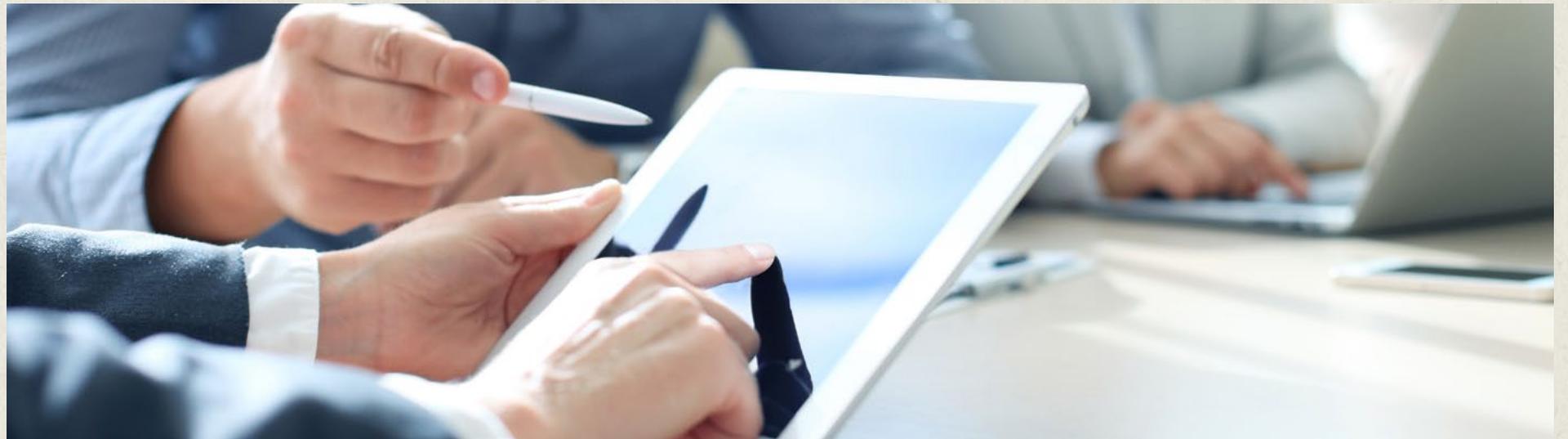
為提升本公司在永續發展領域的影響力及競爭力，將積極參與並提報各項永續相關獎項，以每年度的永續發展實績作為申請資料，從環境保護、社會責任及公司治理的實踐，來強化本公司的永續影響力。

### ■ 強化企業韌性與風險管理能力

旅遊產業長期面臨外部環境的各種挑戰，包含：氣候變遷所引起的自然災害、全球疫情或政治情勢變動等因素。這些風險都可能對本公司營運造成嚴重影響，因此本公司將針對可能影響營運的各項風險進行全面識別，進而定期對風險進行量化分析，確保各項風險被有效識別及追蹤，再依據不同風險訂定預防與緊急應對的計劃，必要時進行定期的風險演練，確保在緊急情況發生時可迅速反應，將風險對營運產生的衝擊降到最低。

### ■ 永續供應鏈建置

推動對供應商的永續管理及評估的機制，從環境、社會責任及公司治理指標建立永續供應商評估系統，建立具體的永續指標和標準，以辨識出永續程度高至低的供應商。在與供應商簽定合約時，明確要求遵守本公司的永續發展政策，並簽署相關聲明文件。定期評估供應商的永續績效，並將績效納入續約或選用的考量依據。建立完善且透明度高的永續供應鏈管理架構及評選機制，除可提升供應鏈的競爭力，同時可使整體旅遊產業朝向符合永續標準的方向發展，進而共同推動更多元的永續旅遊。



## 附錄 永續報告書參考準則

### • 附錄一：GRI 全球永續性報告協會準則

GRI 準則		對應章節	頁碼	補充說明 (含省略、要求、理由、解釋)
GRI 1：基礎		附錄一 GRI 全球永續性報告協會準則		
GRI 2：一般揭露	2-1 組織詳細資訊	第二章 關於雄獅旅行社	P18	
	2-2 組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	P11	
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	P11、P12	
	2-4 資訊重編	-	-	無資訊重編
	2-5 外部保證 / 確信	關於本報告書	P12	
	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	第六章 供應鏈	P76	
	2-7 員工	第九章 員工培育與照顧	P100	
	2-8 非員工或工作者	第二章 關於雄獅旅行社	P33	
	2-9 治理結構及組成	第二章 關於雄獅旅行社	P23	
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	第二章 關於雄獅旅行社	P23	
	2-11 最高治理單位的主席	第二章 關於雄獅旅行社	P23	
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	第二章 關於雄獅旅行社	P23	詳閱 113 年年報 - 董事會段落
	2-13 衝擊管理的負責人	第二章 關於雄獅旅行社	P25	
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	第二章 關於雄獅旅行社	P29	詳閱 113 年年報 - 董事會獨立性
	2-15 利益衝突	第二章 關於雄獅旅行社	P26	詳閱 113 年年報 - 董事會獨立性
	2-16 溝通關鍵重大事件	第二章 關於雄獅旅行社	P31	
	2-17 最高治理單位的群體智識	第二章 關於雄獅旅行社	P23	
	2-18 最高治理單位的績效評估	第二章 關於雄獅旅行社	P29	詳閱 113 年年報 - 董事會多元化
	2-19 薪酬政策	第二章 關於雄獅旅行社	P27	詳閱 113 年年報 - 給付酬金之政策
	2-20 薪酬決定流程	第九章 員工培育與照顧 第二章 關於雄獅旅行社	P113 P27	詳閱 113 年年報 - 給付酬金之政策
	2-21 年度總薪酬比率		-	考量薪資機敏性，故無揭露詳細資訊

GRI 準則		對應章節	頁碼	補充說明 (含省略、要求、理由、解釋)
	2-22 永續發展策略的聲明	第一章 理念及願景	P14、P16、P17	考量薪資機敏性，故無揭露詳細資訊
	2-23 政策承諾	第五章 經營管理	P60	
		第九章 員工培育與照顧	P100	
	2-24 納入政策承諾	第一章 理念及願景	P14、P16、P17	
		第二章 關於雄獅旅行社	P30	
		第五章 經營管理	P64	
		第六章 供應鏈	P80	
		第九章 員工培育與照顧	P104	
	2-25 補救負面衝擊的程序	第五章 經營管理	P78	
	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	第三章 利害關係人議合	P40	
	2-27 法規遵循	第一章 理念及願景	P13、P16、P17	
		第二章 關於雄獅旅行社	P29	
		第五章 經營管理	P60	
第六章 供應鏈		P76		
第九章 員工培育與照顧		P100		
2-28 公協會的會員資格	第十一章 社會回饋	P127		
2-29 利害關係人議合方針	第二章 關於雄獅旅行社	P29		
	第三章 利害關係人議合	P39	本公司不具備揭露項目的團體協約，故無法揭露	
2-30 團體協約	-	-		
GRI 3：重大主題	3-1 決定重大主題的流程	第三章 利害關係人議合	P39	
	3-2 重大主題列表	第三章 利害關係人議合	P44	
	3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
<b>重大主題—客戶隱私保護</b>				
GRI 3：重大主題	3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
GRI-400 社會系列	GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	第五章 經營管理	P79

GRI 準則		對應章節	頁碼	補充說明 (含省略、要求、理由、解釋)
<b>重大主題—治理與誠信經營</b>				
<b>GRI 3：重大主題</b>		<b>3-3 重大主題管理</b>	第三章 利害關係人議合	P44
GRI 200 經濟系列	GRI 205 反貪腐	<b>205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動</b>	第五章 經營管理	P60
GRI-400 社會系列	GRI 418 客戶隱私	<b>418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴</b>	第五章 經營管理	P79
		<b>2-22 永續發展策略的聲明</b>	第一章 理念及願景	P14、P16、P17
		<b>2-23 政策承諾</b>	第五章 經營管理	P60
			第九章 員工培育與照顧	P100
		<b>2-24 納入政策承諾</b>	第一章 理念及願景	P14、P16、P17
			第二章 關於雄獅旅行社	P30
			第五章 經營管理	P64
			第六章 供應鏈	P80
	第九章 員工培育與照顧	P104		
<b>2-25 補救負面衝擊的程序</b>	第五章 經營管理	P78		
<b>2-26 尋求建議和提出疑慮的機制</b>	第三章 利害關係人議合	P40		
		<b>2-27 法規遵循</b>	第一章 理念及願景	P13、P16、P17
			第二章 關於雄獅旅行社	P29
			第五章 經營管理	P60
			第六章 供應鏈	P76
			第九章 員工培育與照顧	P100
		<b>2-28 公協會的會員資格</b>	第十一章 社會回饋	P127
		<b>2-29 利害關係人議合方針</b>	第二章 關於雄獅旅行社	P29
第三章 利害關係人議合	P39			
<b>2-30 團體協約</b>	-	-	本公司不具備揭露項目的團體協約，故無法揭露	
<b>GRI 3：重大主題</b>		<b>3-1 決定重大主題的流程</b>	第三章 利害關係人議合	P39
		<b>3-2 重大主題列表</b>	第三章 利害關係人議合	P44
		<b>3-3 重大主題管理</b>	第三章 利害關係人議合	P44

GRI 準則		對應章節	頁碼	補充說明 (含省略、要求、理由、解釋)
<b>重大主題—客戶隱私保護</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
GRI-400 社會系列	GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	第五章 經營管理	P79
<b>重大主題—治理與誠信經營</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
GRI 200 經濟系列	GRI 205 反貪腐	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	第五章 經營管理	P60
GRI-400 社會系列	GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	第五章 經營管理	P79
<b>重大主題—旅遊安全管理</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
GRI-400 社會系列	GRI 416 顧客健康與安全	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件		無相關情事發生
<b>重大主題—資訊安全管理</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
GRI-400 社會系列	GRI 418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	第五章 經營管理	P79
<b>重大主題—永續旅遊</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
<b>重大主題—旅遊服務品質</b>				
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44
GRI-400 社會系列	GRI 416 顧客健康與安全	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件		無相關情事發生

GRI 準則		對應章節	頁碼	補充說明 (含省略、要求、理由、解釋)	
<b>重大主題—教育訓練與人才培育</b>					
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
GRI-400 社會系列	GRI 404 訓練與教育	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	第九章 員工培育與照顧	P115	
<b>重大主題—職業安全健康管理</b>					
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
GRI-400 社會系列	GRI 403 職業安全衛生	403-3 職業健康服務	第九章 員工培育與照顧	P100	
		403-6 工作者健康促進	第九章 員工培育與照顧	P100	
		403-7 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	第九章 員工培育與照顧	P100	
	GRI 409 強迫或強制勞動	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	-	-	無相關情事發生
<b>重大主題—永續創新與開發</b>					
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
<b>重大主題—社會回饋與參與</b>					
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
<b>重大主題—促進地方發展</b>					
GRI 3：重大主題		3-3 重大主題管理	第三章 利害關係人議合	P44	
<b>特定主題</b>					
GRI-200 經濟系列	GRI 201 經濟績效	201-4 取自政府之財務援助	-	-	無相關情事之發生
	GRI 202 市場地位	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	第二章 關於雄獅旅行社	P36	
GRI-400 社會系列	GRI 401 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	第二章 關於雄獅旅行社	P37	
		401-2 提供給全職員工 ( 不包含臨時或兼職員工 ) 的福利	第九章 員工培育與照顧	P113	
		401-3 育嬰假	第二章 關於雄獅旅行社	P34	
	GRI 401 勞雇關係	405-1 治理單位與員工的多元化	第二章 關於雄獅旅行社	P23、P25	
		405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	第二章 關於雄獅旅行社	P38	
GRI 415 公共政策	415-1 政治捐獻	-	-	無相關情事發生	

• 附錄二：SASB 永續會計準則

準則編號	準則內容	性質	單位	對應章節
SV-PS-230a.1	描述識別和解決資料安全風險的方法	討論與分析	-	第五章 經營管理 第三節 資安與個資管理
				第七章 創新及數位化 第一節 數位化管理
SV-PS-230a.2	描述客戶資訊的收集、使用和保留的相關政策和做法	討論與分析	-	第五章 經營管理 第三節 資安與個資管理
				第七章 創新及數位化 第一節 數位化管理
SV-PS-230a.3	(1) 資料外洩數量；(2) 涉及客戶機密商業資訊 (CBI) 或個人識別資訊 (PII) 的百分比；(3) 受影響的客戶數量	定量	件數 / %/ 人數	第五章 經營管理 第三節 資安與個資管理
				第七章 創新及數位化 第一節 數位化管理
SV-PS-330a.1	(1) 行政管理人員百分比 (2) 所有其他員工的性別和種族 / 族裔群體代表性百分比	定量	%	第二章 關於雄獅旅行社 第二節 組織架構；
SV-PS-330a.2	(1) 員工自願離職率；(2) 非自願離職率	定量	比率	第二章 關於雄獅旅行社 第二節 組織架構
SV-PS-330a.3	員工敬業度百分比	定量	%	第九章 員工培育與照顧
SV-PS-510a.1	描述確保職業誠信的方法	討論與分析	-	第五章 經營管理 第一節 永續經營、第二節 風險管理
SV-PS-510a.2	因與職業誠信相關的法律訴訟而造成的金錢損失總額	定量	總額	第四章 財務績效
SV-PS-000.A	員工人數：(1) 全職及兼職；(2) 臨時員工；(3) 合約工	定量	人數	第二章 關於雄獅旅行社 第二節 組織架構
SV-PS-000.B	員工工作時數 (可計費百分比)	定量	時數 / %	第二章 關於雄獅旅行社 第二節 組織架構

## ● 附錄三：TCFD 氣候相關財務揭露

### ■ 氣候相關風險與機會之治理

因應氣候變遷，雄獅旅行社依據氣候相關財務揭露框架 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 調整管理機制，本公司永續發展事務由董事會作為最高決策督導單位，2024 年於董事會通過設置「永續發展委員會」之功能性委員會。由董事總經理黃信川先生擔任永續長，負責建立建立永續治理架構，控管氣候相關風險機會議題，包括策略風險、營運風險、財務風險、災害風險及氣候變遷等風險構面，後續提出及執行永續發展政策與制度，以及相關管理方針及具體推動計畫，並每年定期向董事會報告。委員會轄下亦設有由高階主管組成之工作小組，共同參與氣候變遷因應機制討論，不定期召開跨部門會議彼此討論（如：遇氣候因素各營運據點辦公室之因應措施，以及團員因氣候因素滯留於海外之緊急事件處理等）協調，以達風險管理與機會之監督及治理。

### ■ 風險鑑別與因應策略

本公司為因應氣候變遷，依據氣候相關財務揭露框架 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 調整管理機制，112 年設置永續發展籌備小組，共向董事會報告四次，日期如下：3 月 23 日、5 月 9 日、8 月 10 日以及 11 月 9 日。永續發展籌備小組根據氣候相關財務揭露框架之指引，透過檢視現況及整想研究相關預測評估，提出針對氣候相關風險與機會之因應策略及未來規劃。

本公司永續發展事務由董事會作為最高決策督導單位，並為提升本公司 ESG 政策的願景與使命，於 113 年 8 月 5 日董事會通過設置「永續發展委員會」之功能性委員會，每年至少召開一次會議，負責永續發展推動事項之核准及督導。永續發展推動情形及治理架構由董事會直接監管，第一屆永續發展委員會設有 3 席委員，並由柳婉郁獨立董事擔任召集人，委員涵蓋 ESG、碳權及環境、永續金融、永續旅遊等相關領域，且由董事總經理黃信川先生擔任永續長，負責建立永續治理架構，控管氣候相關風險機會議題，包括策略風險、營運風險、財務風險、災害風險及氣候變遷等風險構面，後續提出及執行永續發展政策與制度，以及相關管理方針及具體推動計畫，並每年定期向董事會報告。委員會轄下亦設有由高階主管組成之工作小組，包括環境永續小組，負責辦公環境之能源管理、遵循環境相關法規及國際準則等、提升資源使用效率，以達成環境永續之目標。社會公益小組，負責人權管理政策與制度、依循國際準則及人權相關法規訂定之，並建立組織成員及價值鏈重要夥伴之內外部溝通管道，確保政策有效執行。公司治理小組，負責建立本公司健全的公司治理架構，以確保公司全球據點之營運均符合國際標準及當

地法規，秉持透明及公正原則推動各項永續治理任務，確保股東權益、強化董事會職能，並提升資訊透明度，進而強化股東價值。永續旅遊小組，負責以國際準則與國內標準定義之永續、綠色、低碳旅遊進行規劃，並藉由行前及行程中的宣導使旅客調整行為以降對環境、當地文化的負面衝擊。永續資訊揭露小組，負責依循國際準則及相關法規，定期揭露永續相關資訊以提升企業透明度。前述各工作小組均參與氣候變遷因應機制討論，不定期召開跨部門會議彼此討論（如：遇氣候因素各營運據點辦公室之因應措施，以及團員因氣候因素滯留於海外之緊急事件處理等）協調，以達風險管理與機會之監督及治理。本公司所辨識之氣候風險分為實體及轉型風險，然為因應氣候變遷和減緩全球暖化而進行一系列永續轉型的同時，本公司亦歸納出諸多機會來因應挑戰，並依實體及轉型風險與機會之現況及短中長期影響，將衝擊程度分為低、中、高後，提出因應策略及訂定未來規劃。

### ● 實體風險

隨著全球氣候變遷現象加劇，導致極端氣候事件發生頻率增加，迫使旅遊業在日常運營中面臨各種氣候相關實體風險，如：颱風、洪水、熱浪、海平面上升及平均溫度上升等，除了增加旅遊目的地的不穩定性與不可預測性，亦對旅客身心安全和旅程舒適度造成威脅。此外，氣候變遷還可能改變自然景觀、動植物以及海洋生態系統，影響景點的吸引力和獨特性，進而衝擊旅遊業。

雄獅旅行社為全面檢視影響公司營運管理之氣候變遷事件，已依據 IPCC（政府間氣候變遷專門委員會）AR6 氣候變遷評估報告，分別考量 2°C、4°C、RCP2.6（溫室氣體低度排放）、RCP4.5（溫室氣體中度排放）、RCP8.5（溫室氣體高度排放）等不同氣候情境下之作業環境（圖 93），質化及量化評估氣候議題對本公司營運衝擊程度和事件發生機率。根據各實體風險之分析結果，進一步提出各風險之因應策略，如表 32 所示。

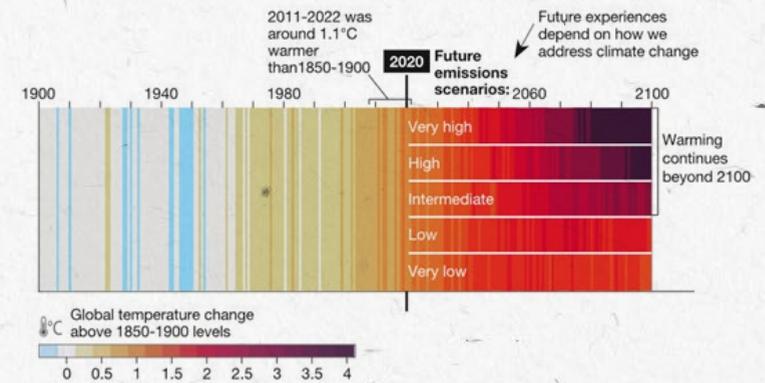


圖 93 溫室氣體排放情境預測

首先，針對臺灣颱風事件，在不同氣候變遷時期下造成的旅遊業衝擊，雄獅旅行社參考國家災害防救科技中心（2024），利用 RCP8.5 情境進行之推估分析報告結果。根據報告內容（表 30、圖 94、圖 95），顯示在基期（1995-2014 年）、中期（2040-2065 年）、長期（2075-2099 年）情境下，影響臺灣的颱風頻率呈現逐漸下降趨勢，但卻出現強烈颱風頻率增加的現象。

表 30 基期與升溫情境下影響臺灣的颱風頻率

年份	觀測值 1995-2014	基期 1995-2014	中期 2040-2065	長期 2075-2099
全球暖化程度	+0°C	+0°C	+2°C	+4°C
颱風頻率 (場/年)	5.2	4.96	4.29	2.22
基期偏差或未 來改變率	-	-8.5%	-10.4%	52.1%

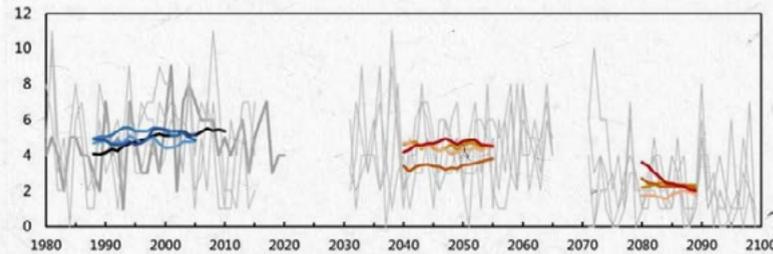


圖 94 影響臺灣的颱風頻率

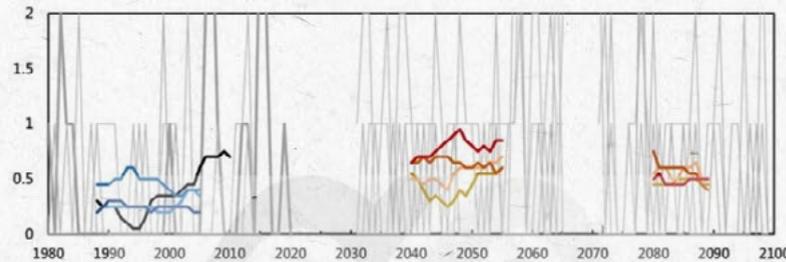


圖 95 影響臺灣的強烈颱風頻率

根據臺灣颱風降雨改變率空間分布分析報（表 31、圖 96），顯示西北部的颱風單次降雨量在 +2°C 情境下會先減少，而後在 +4°C 情境中大幅增加，尤其在中部地區最明顯，+4°C 情境的降雨增加程度均可超過 50% 以上；東南部降雨雖也是增加，但增加量小於 50%，且 +2°C 情境增加地區比 +4°C 情境推估多（圖 96 (a)、(b)）。據此，全球暖化會促使強烈颱風現象增加，尤其對臺灣西部地區造成嚴重衝擊。至於颱風年度總降雨改變率，在 +2°C 情境下改變率呈現西北部減少、東南部增加的趨勢（圖 96(e)）；在 +4°C 情境下呈現全島都減少的趨勢，東南部減少較多（圖 96 (e)）。

表 31 臺灣颱風降雨改變率空間分布

	中期 (2040-2065 年)	長期 (2075-2099 年)
全球暖化程度	+2°C	+4°C
西部單次降雨量改變率	-10 至 +20%	+50% 以上
東部單次降雨量改變率	+10 至 +50%	+0 至 +30%
西部年度總降雨量改變率	-30 至 +10%	-40 至 -10%
東部年度總降雨量改變率	+0 至 +20%	-50% 以上

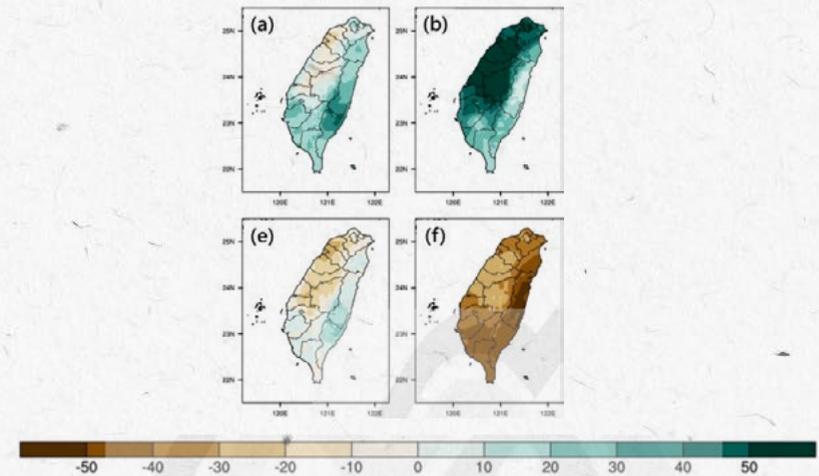


圖 96 (a)、(b) 為單場次平均颱風降雨量的改變率；(e)、(f) 為每年平均颱風降雨量的改變率。(a)、(e) 為 +2°C 情境；(b)、(f) 為 +4°C 情境相較於基期 (1995-2014 年) 的改變率。單位：%。

颱風空間分布不均的變化與颱風路徑的改變相關。圖 97 是基期與升溫情境下臺灣颱風路徑密度的空間分布，為颱風中心在該網格出現的次數除上全區域颱風次數之總和。在 +4°C 情境下（圖 97 (d)），推估在東南部海域的路徑密度比基期的少，意味著颱風中心在東南沿海出現的比重減少，為臺灣東南部陸地降雨的增加量偏低之原因；而颱風中心進入北部陸地的比例增加，更是有利西半部降水的增加。至於 +2°C 情境推估下（圖 97(c)），颱風中心出現在北海岸沿岸的比重降低，這會導致西北部颱風降雨的偏少。

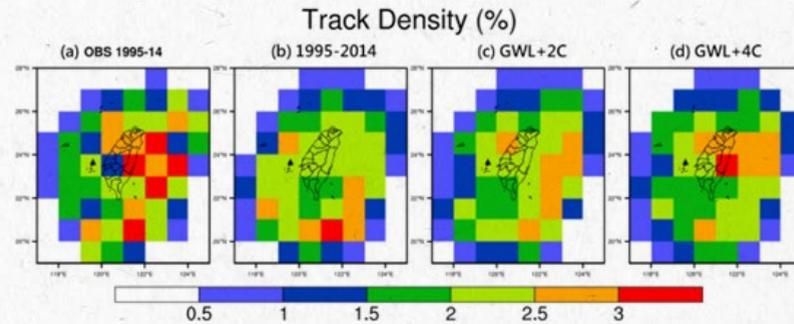


圖 97 基期與升溫情境下臺灣颱風路徑密度空間分布，單位：%。  
(a) 1995-2014 年基期觀測值、(b) 1995-2014 年基期、(c) +2°C 情境、(d) +4°C 情境。

在 RCP8.5 情境下，長期（2075-2099 年）颱風風速約增強 2-12%，平均增強 8%。根據未來颱風風浪與颱風暴潮的衝擊模擬評估，對近海風浪及海岸暴潮可能帶來的衝擊包含：1. 風浪：全臺沿岸地區颱風風浪衝擊以東北及東南部海岸衝擊較大，升溫情境下，其衝擊增加率亦高於其他地區（圖 100 (a)）。柱狀圖為現況與未來每個沿海縣市的平均颱風風浪高度值（單位：m）。臺灣沿岸呈現未來颱風風浪衝擊程度，分為五個等級：極高 (>12m)、高 (9-12m)、中 (6-9m)、低 (3-6m)、極低 ( $\leq 3$ m)。全臺沿岸地區未來颱風風浪衝擊略為增加（衝擊變化率 3.2-10.8%）。2. 暴潮：全臺沿岸地區颱風暴潮衝擊以北部、東北部及中部海岸衝擊較大，升溫情境下，其衝擊增加率亦高於其他地區（圖 100(b)）。柱狀圖為現況與未來每個沿海縣市的平均颱風暴潮高度值（單位：m）。臺灣沿岸呈現未來颱風暴潮衝擊程度，分為五個等級：極高 (>1.2m)、高 (0.9-1.2m)、中 (0.6-0.9m)、低 (0.3-0.6m)、極低 ( $\leq 0.3$ m)。全臺沿岸地區未來颱風暴潮衝擊皆有增加趨勢（衝擊變化率 6.7-18.8%）。

(a)全臺颱風風浪衝擊程度 (b)全臺颱風暴潮衝擊程度

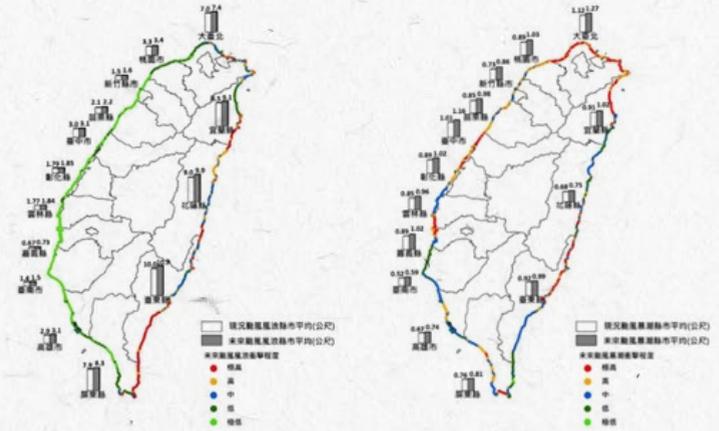


圖 98 海岸地區未來颱風風浪與颱風暴潮衝擊變化趨勢

全臺極端降雨（最大 24 小時累積雨量之 95 百分位數值），除中部地區於世紀中略為減少，其他區域皆呈現增加趨勢。以臺北、宜蘭、臺南、高屏四分區淹水發生機率为例，世紀中較基期之淹水機率为呈現持平或略為增加，世紀末增加幅度更為明顯（圖 99）。

(a)極端降雨變化趨勢 (b)四個分區淹水發生機率變化趨勢

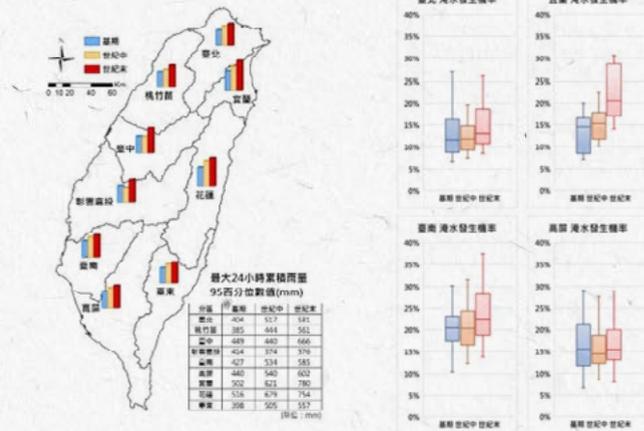


圖 99 極端降雨與淹水發生機率變化

坡地重點集水區極端降雨（最大 24 小時累積雨量 95 百分位數值），世紀中除中部山區外，其餘為增加趨勢；世紀末增加趨勢更為明顯。坡地崩塌潛勢模擬，以新店溪、曾文水庫集水區為例，世紀中較基期之崩塌率呈現持平或略為增加（圖 100-）。

(a) 山區極端降雨變化趨勢 (b) 新店溪、曾文水庫集水區之崩塌率變化趨勢

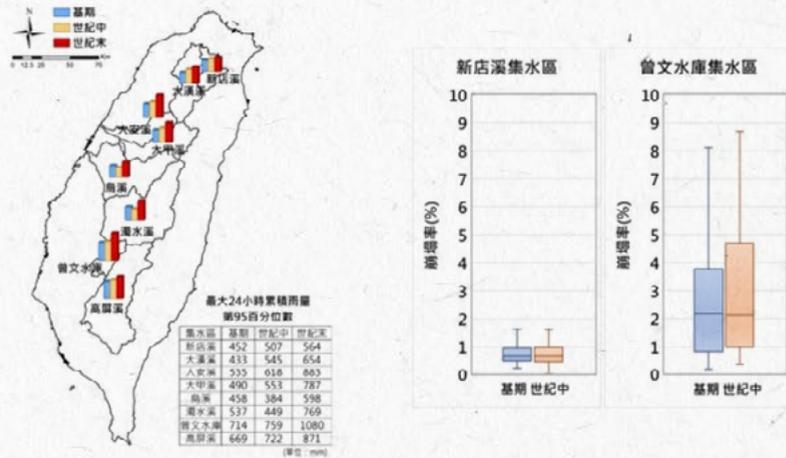


圖 100 山區極端降雨與淹水發生機率變化

在 +2°C 情境下，將導致臺灣周邊海域海平面上升 0.5m；而在 +4°C 情境，將導致海平面上升 1.2m。大臺北地區因海平面上升造成的溢淹，主要發生在淡水河出海口一帶。在現有堤防保護下，都市區域影響相對較小（圖 101）。西南沿海以臺南地區為例，海平面上升可能導致地勢較低窪地區有溢淹情形。溢淹較深區域以沿海養殖魚塢、濕地及沙洲較為顯著（圖 102）。

(a) 海平面上升 0.5 公尺溢淹衝擊圖 (b) 海平面上升 1.2 公尺溢淹衝擊圖

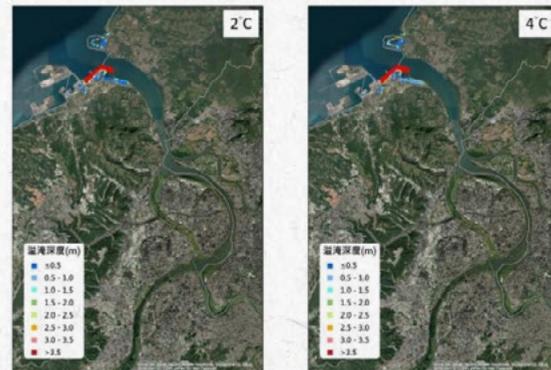


圖 101 臺北地區海平面上升變化

(a) 海平面上升 0.5 公尺溢淹衝擊圖 (b) 海平面上升 1.2 公尺溢淹衝擊圖

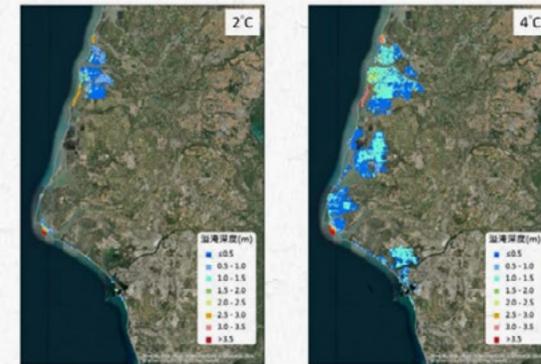


圖 102 臺南地區海平面上升變化

由於高山生態系對夏季溫度上升敏感，在缺乏遷徙途徑與暖化效應加成影響下，利用 RCP4.5，預測高山灌叢與鐵冷杉森林的適生區域至 2100 年將大幅減少（僅剩現生面積的 16% 至 50%）；另外，臺灣水青岡是冰河時期孑遺的特有物種，目前僅存臺灣北部的少數稜線上，其適生區域在 2065 年及 2100 年呈現嚴重縮減趨勢（僅剩現生面積的 7% 至 15%）（圖 103）。

(a) 森林適生面積相對現在比例



(b) 森林適生分布變化情形

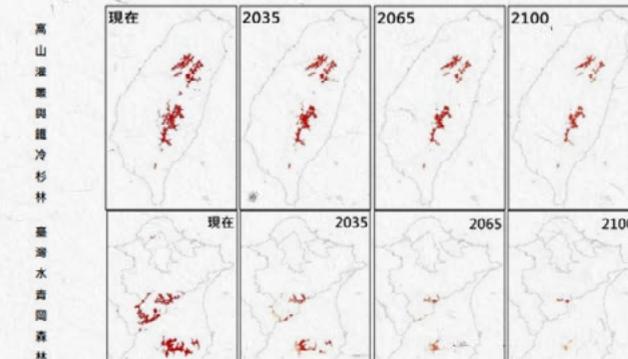


圖 103 高山森林與臺灣特有種（水青岡）適生面積變化

隨著各國公告淨零宣言，企業也被要求選擇低碳經營，並揭示氣候相關情報。全球各企業在分析氣候相關情境上以 IEA 之 WEO (World Energy Outlook)、SSP (Shared Socioeconomic Pathways)、PRI (Principles for Responsible Investment) 之 IPR (Inevitable Policy Response)、NGFS (Network for Greening the Financial System) 等依據去選擇情境種類，在 2021 年 IPCC AR6 氣候變遷評估報告中，推薦選擇 2°C 以下的情境，並根據企業的行業別、概況、投資者、國內外政策動向進行情境的選擇。

根據《IEA World Energy Outlook 2021》中分成 4 種情境：1. 既定政策情境 (Stated Policies Scenario, STEPS)；2. 承諾目標情境 (Announced Pledges Scenario, APS)；3. 永續發展情境 (Sustainable Development Scenario, SDS)；4. 2050 淨零排放情境 (Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE)。《IEA World Energy Outlook 2023》情境預測中顯示，2100 年 STEPS 的平均氣溫上升 2.4°C，APS 上升 1.7°C，在 NZE 情境中，其峰值在 2040 年達到略低於 1.6°C，到 2100 年下降至約 1.4°C。針對未來能源情境走向之預測，主要針對 STEPS、NZE 和 APS 進行分析，根據 NZE 情境，太陽能到 2030 年光電發電部署量將超過 800 GW，到 2030 年 CO2 排放量將降至 11Gt 以下，較 2030 年 STEPS 的水準低約 15%，比 2022 年的水準低 30% (圖 104)。再生能源在最終能源消費總量中的直接使用 (包括現代生物能源、太陽熱能和地熱能) 在每種情境中都顯著增加，到 2030 年，STEPS 每年增加 3%，APS 每年增加 7%，NZE 情境每年增加 9%，在每種情況下，電力和現代再生能源的貢獻增加，而化石燃料的比例下降 (圖 105)。

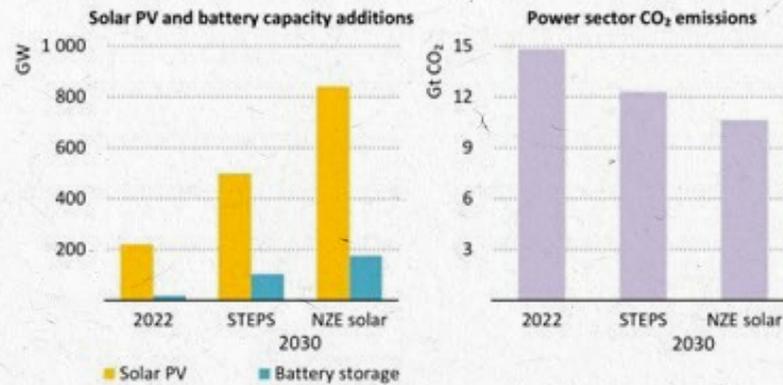


圖 104 全球太陽能光電及電池之儲存容量與碳排放量

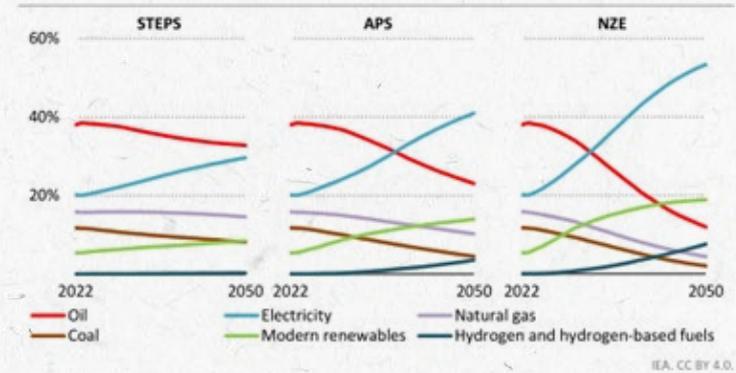


圖 105 2022-2050 年 STEPS、APS、NZE 情境下全球最終消費總量比例

根據觀測資料統計，2024 年全球氣溫比工業化之前的均值升高 1.4°C，為自 1850 年有紀錄以來最熱的一年，不論冬季或夏季都打破過往的高溫紀錄。熱浪除了會造成戶外活動中，中暑及熱衰竭等熱傷害人數大幅增加；也可能引發森林大火，破壞觀光景點及路線，甚至威脅當地人及到當地進行觀光活動的員工及顧客之生命安全，嚴重影響旅遊品質及旅遊活動之進行。

根據臺灣熱浪分析指出，以現在的熱浪門檻為標準，未來若是能將全球暖化程度控制在 RCP2.6 情境下，臺灣地區的熱浪不管是在頻率、持續時間或者強度上，都不會和現在有太大的差異。相反的，在 RCP8.5 情境下，到了 2100 年，臺灣整個夏季都可能處於熱浪狀態。

在海外，因熱浪導致多處森林大火的國家包含：智利、希臘、阿爾及利亞、葡萄牙、澳洲、加拿大、美國等地，造成死傷及損失慘重。許多工作因熱浪下之高溫狀態無法運作而停擺，根據國際勞工組織 (ILO) 估計，未來高溫天氣可能讓人們白天無法工作，到 2030 年熱浪可能導致相當於 8,000 萬全職工作的勞動力損失，經濟損失估計為 2.4 萬億美元 (350 萬億日元)。許多家畜、家禽和動物園內飼養的動物也被熱死，而造成經濟損失。

越加頻繁且長時間的熱浪事件對全球各地的日常生活和經濟發展影響甚鉅，對旅遊產業的影響也不遑多讓。如因南歐為熱浪所籠罩，居住在酷熱的中南部地區居民，近年紛紛轉往氣候溫和涼爽的北部大西洋沿岸地區—西班牙的綠洲避暑，引發北部地區的旅遊熱潮，導致熱門度假景點大洗牌。

根據歐盟 (European Commission, EU) 研究顯示，洪水災害造成的影響人數較任何其他自然災害還要多。在長時間的強降雨下，通常會發生河流洪水，導致河流水位上升並溢出到周圍的土地。然而，氣候變遷將導致未來降雨量與頻率增加，因此歐洲的洪水損失和受河流洪水影響的人數也將增加。過去幾十年來，社會變遷也導致越來越多的人生活在洪氾區域，從而增加河流洪水的潛在威脅。分析報告指出，

在 RCP4.5 情境以及 RCP8.5 情境下，2025 年時，兩種路徑的風險水準相似，而到 2100 年，在 RCP8.5 情境下，2025-2055 年造成的洪災損失翻倍。

利用 1995 年歐洲住宅洪水氾濫造成的有形損失資料作為基準，發現城市中心及其周邊地區為歐洲洪水風險的熱點地區。結果顯示，德國的住宅建築洪水風險最高，其次是法國、義大利和西班牙。其中，易北河河口的漢堡、塞納河與馬恩河交匯處的巴黎、義大利的佛羅倫斯、西班牙的薩拉戈薩、英國的倫敦、瑞士的日內瓦、比利時的根特、奧地利的林茨為整體損失最慘重的地區。然而，到 2100 年，不列顛群島與中歐的洪水風險將會增加，而斯堪的納維亞半島以及地中海部分地區的洪水風險將保持不變或下降。在同時考慮到氣候變遷與社會變遷的 RCP4.5 情境以及 RCP8.5 情境下，到 2100 年，歐洲河流洪水風險將分別增加 68-93 億歐元（約 7-10 倍），而社會經濟變遷對洪水造成的風險程度較氣候變遷高。

IPCC AR6 氣候變遷評估報告顯示，在 RCP8.5 情境下，至 2100 年氣溫上升將 4.4°C（圖 106）。驅動海平面上升的主要因素是海洋熱膨脹和陸地冰庫（冰川、極地冰等）融化。到 2100 年，在 RCP2.6 情境下，海平面將比 1995-2014 年的平均值上升 0.28-0.55 m，在 RCP8.5 情境下，海平面將上升 0.63-1.02 m，由於超過 10 億人於沿海低地生活，海平面上升可能會導致大規模人口遷移（圖 107、108）。

排放情境		極低度排放	低度排放	中度排放	高度排放	非常高度
增溫幅度影響		SSP1-1.9	SSP1-2.6	SSP2-4.5	SSP3-7.0	SSP5-8.5
各排放情境在不同時間點之增溫幅度	近期 2021-2040	1.5 (1.2, 1.7)	1.5 (1.2, 1.8)	1.5 (1.2, 1.8)	1.5 (1.2, 1.8)	1.6 (1.3, 1.9)
	中期 2041-2060	1.6 (1.2, 2.0)	1.7 (1.3, 2.2)	2.0 (1.6, 2.5)	2.1 (1.7, 2.6)	2.4 (1.9, 3.0)
	長期 2081-2100	1.4 (1.0, 1.8)	1.8 (1.3, 2.4)	2.7 (2.1, 3.5)	3.6 (2.8, 4.6)	4.4 (3.3, 5.7)
各排放情境超過特定增溫幅度之時間點	1.5°C	2025-2044	2023-2042	2021-2040	2021-2040	2018-2037
	2°C	不會超過	不會超過	2043-2062	2037-2056	2032-2051
	3°C	不會超過	不會超過	不會超過	2066-2085	2055-2074
	4°C	不會超過	不會超過	不會超過	不會超過	2075-2094

圖 106 RCP 排放情境各時期之增溫幅度

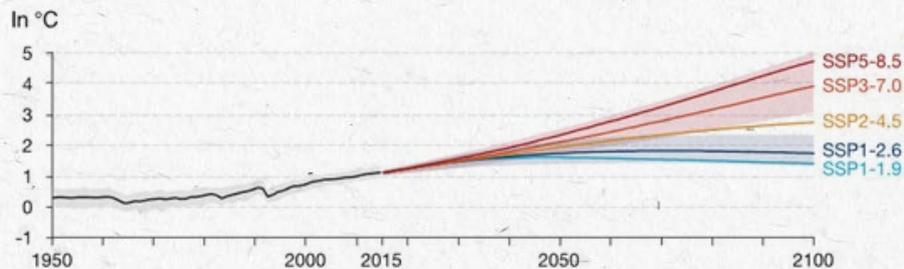


圖 107 RCP 排放情境各時期之氣溫

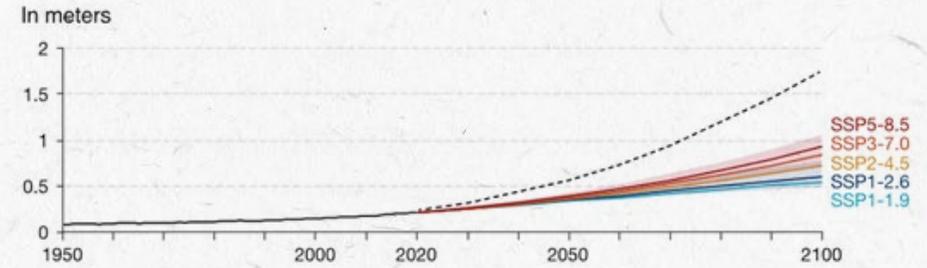


圖 108 RCP 排放情境各時期之海平面上升幅度

根據科學家聯合會 (Union of Concerned Scientists, UCS) 指出，馬爾地夫 (Maldives) 由 1,200 個珊瑚礁小島組成，總居住人口約 54 萬人，是世界上海拔最低的國家，平均海拔為 1m。根據 UCS 的數據，若馬爾地夫海平面僅上升 45cm，那麼到 2100 年，馬爾地夫的土地面積將減少約 77%。另一個平均海拔極低的國家為吉里巴斯 (Kiribati)，海拔約 1.8m，位於太平洋中心，擁有近 12 萬人口，若當海平面上升 1m，這座小島可能會失去三分之二的土地。

索羅門群島 (Solomon Islands)，由 990 個島嶼組成，分佈在印度洋的所羅門群島和聖克魯斯群島，每年海平面平均上升 8mm，目前，已有 5 個島嶼消失，而另外 6 個島嶼則被淹沒了 20%。馬紹爾群島 (Marshall Islands) 是一個太平洋小國，有 5 個島嶼和 29 個環礁，每年海平面平均上升 7mm，根據馬紹爾群島政府和世界銀行 (World Bank) 於 2021 年的研究顯示，海平面上升 1m 可能會導致首都馬朱羅 (Majuro) 40% 的建築物永久被洪水淹沒，並有可能整個島嶼消失。

瓦努阿圖 (Vanuatu) 是一個島嶼國家，約 26 萬人口，分佈於 82 個火山島，面積達 800 英里，其每年海平面平均上升 6mm，預計至 2030 年，氣溫將上升 1°C，並使海平面跟著上升，提高該國消失的可能性，此外，瓦努阿圖面臨更強大的氣旋和日益酸化的海水，酸度升高使得他們的糧食難以抵抗害蟲和疾病。而在 2015 年，該國也遭受帕姆颶風的嚴重破壞，幾乎摧毀了所有建築物，目前僅剩下十分之一。

斐濟 (Fiji) 位於太平洋島嶼，由於地勢低窪和氣候變遷的影響，面臨威脅，每年海平面平均上升 6mm，過去，斐濟 Vunidogoloa 村的居民因海平面上升而不得不搬遷。世界銀行的報告指出，由於對海岸保護至關重要的紅樹林正在逐漸消失，些許村莊已經失去 15-20m 的土地。根據預測報告顯示，到 2050 年，海平面可能上升 43mm，並增加沿海社區的挑戰。

吐瓦魯 (Tuvalu) 位於浩瀚的太平洋，是一個小島國，其最高點海拔僅 4.6m，每年海平面平均上升 5mm，不斷上升的海平面構成嚴重威脅，此外，吐瓦魯亦面臨海岸侵蝕和頻繁風暴等衝擊。儘管全力支持以應對全球氣候變遷，但吐瓦魯的未來仍充滿不確定性。

薩摩亞 (Samoa) 由七個島嶼和珊瑚礁組成，每年海平面平均上升 4mm，另外，海水暖化造成珊瑚礁白化日益嚴重。隨著這些保護屏障的破壞，海平面上升給薩摩亞的土地帶來了問題，影響旅遊業和農業等重要部門。

越南 (Vietnam) 每年海平面平均上升 3.6mm，不僅淹沒河流地區，還使主要稻田鹹化，對越南農業部門造成嚴重影響，並導致糧食安全問題產生。此外，世界銀行指出越南氣溫可能上升超過 3°C。塞席爾 (Seychelles) 位於印度洋，每年海平面平均上升 2.3mm，其在 2007 年面臨嚴重淹水，潮

水淹沒陸地高達 50m。該國以其美麗的海灘和珊瑚礁而聞名，首都維多利亞 (Victoria) 位於馬埃島 (Mahé) 主島上，為熱門旅遊景點。塞席爾約 80% 的經濟活動位於易受沿海洪水影響的地區，2007 年發生的事件顯示出海平面上升的潛在後果，對國家這些脆弱沿海地區的經濟發展構成直接威脅。

雖然至 2100 年沒有一個國家可能被吞沒，但許多大城市都面臨嚴重風險。位於沿海的印尼首都雅加達 (Jakarta, the capital of Indonesia) 約有 1,000 萬人口由於超抽地下水，使其每年下沉 5-10cm，被 BBC 稱為「世界上下沉速度最快的城市」，再加上海平面上升，到 2050 年，雅加達的大部分地區可能會被淹沒。

另外，根據世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 統計，到 2100 年，孟加拉的達卡 (Dhaka, Bangladesh) (人口 2,240 萬)、奈及利亞的拉各斯 (Lagos, Nigeria) (人口 1,530 萬)、泰國的曼谷 (Bangkok, Thailand) (人口 900 萬) 也可能被完全淹沒，或大片土地被淹沒而無法使用。

表 32 雄獅旅行社實體風險之潛在衝擊項目 / 地區及因應策略

程度		高
項目		颱風
內容		颱風強度與頻率增加，衝擊旅遊景點，並造成飛機等旅遊交通工具無法正常行駛
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	西北太平洋： 針對登陸颱風的研究顯示，颱風生命期的最大強度，呈現朝高緯度地區偏移趨勢。因北太平洋東岸及日本周邊海域海水溫度升高，颱風進入中高緯度時仍能維持一定強度，造成近年颱風侵日頻率及強度大幅增加
	潛在財務風險	1. 營收減少：因颱風侵台使團體或自由行旅客無法如期出團，行程取消所減少的營收 2. 現金流減少：受颱風影響，旅客擱團、改期，導致部份現金減少 3. 營運成本增加： (1) 旅遊活動：受颱風影響而滯留旅遊目的地無法如期回台，旅行社依旅遊定型化契約書所應承擔的費用 (例如：餐食、住宿、改票) (2) 營運據點：因颱風造成營運據點設備毀損而產生的營運成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	臺灣： 颱風降雨強度 根據臺灣颱風單次降雨改變率空間分布分析報告，在 RCP8.5 情境下，西北部、中部颱風單次降雨量會先減少；而東南部略微增加，且增加地區比長期情境推估多。 颱風頻率 (+4.29 場 / 年) 颱風年度總降雨改變率，呈現西北部減少、東南部增加的趨勢。
	潛在財務風險	若特定國家、地區受颱風影響頻率漸增，可能降低旅客訂購該區域的旅遊產品，而影響商品銷售量，進而影響營收
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	臺灣： 颱風降雨強度 根據臺灣颱風單次降雨改變率空間分布分析報告 <sup>3</sup> ，在 RCP8.5 情境下，西北部颱風單次降雨量會大幅增加；而中部地區增加程度均 >50% 以上；東南部降雨雖也增加，但增加量 <50%。據此，全球暖化促使強烈颱風現象增加，尤其對臺灣西部地區造成嚴重衝擊。 颱風頻率 (+2.22 場 / 年) 颱風年度總降雨改變率，呈現全島都減少的趨勢，而東南部減少情形更為明顯。 颱風路徑 颱風路徑改變，長期情境下，推估在東南部海域的路徑密度比基期 (1995-2014 年) 少，表示颱風中心在東南沿海出現比重減少，為臺灣東南部陸地降雨增加量偏低之原因；而颱風中心進入北部陸地比例增加，更是有利西半部降水的增加。 颱風風速 風速平均增強 8%，根據未來颱風風浪與颱風暴潮衝擊模擬評估 <sup>3</sup> ，對近海風浪及海岸暴潮可能帶來的衝擊包含： 1. 風浪：全臺沿岸地區颱風風浪衝擊變化率增加 3.2-10.8%，以東北及東南部海岸衝擊較大。 2. 暴潮：全臺沿岸地區颱風暴潮衝擊變化率增加 6.7%-18.8%，以北部、東北部及中部海岸衝擊較大。
	潛在財務風險	-
潛在衝擊 項目 / 地區		-
因應策略		-

程度		中
項目		洪水
內容		強降雨導致洪水或淹水災害，直接破壞旅遊景點
短期 (2024-2040年)	狀況說明	<p>全球：</p> <p>根據歐盟 (European Commission, EU) 分析報告指出，在 RCP4.5 情境及 RCP8.5 情境下，2025 年時，兩種路徑的洪災風險相似，皆較 1995 年增加 70%。</p>
	潛在財務風險	<p>1. 營收減少：因颱風侵台使團體或自由行旅客無法如期出團，行程取消所減少的營收</p> <p>2. 現金流減少：受洪水影響，旅客擱團、改期，導致部份現金減少</p> <p>3. 營運成本增加：</p> <p>(1) 旅遊活動：受洪水影響而滯留旅遊目的地無法如期回台，旅行社依旅遊定型化契約書所應承擔的費用 (例如：餐食、住宿、改票)</p> <p>(2) 營運據點：因洪水造成營運據點設備毀損而產生的營運成本</p> <p>(3) 人力成本：為因應緊急事件成立工作小組需在洪水期間值勤，協助處理團體或 FIT 退改相關事宜以及回應客訴等</p>
中期 (2041-2060年)	狀況說明	<p>全球：</p> <p>在 RCP8.5 情境下，2025-2055 年造成的洪災風險較 1995 年增加 140%。</p> <p>臺灣：</p> <p>根據臺灣氣候變遷衝擊評析 2，全臺極端降雨，在 RCP8.5 情境下，除中部地區略為減少，其他區域皆呈現增加趨勢。</p> <p>臺北、宜蘭、臺南、高屏四分區淹水發生機率呈現持平或略為增加。</p> <p>坡地重點集水區極端降雨，除中部山區外，其餘為增加趨勢。</p> <p>坡地崩塌潛勢模擬，新店溪、曾文水庫集水區之崩塌率呈現持平或略為增加</p>
	潛在財務風險	若特定國家、地區受洪水影響頻率漸增，可能降低旅客訂購該區域的旅遊產品，而影響商品銷售量，進而影響營收
長期 (2081-2100年)	狀況說明	<p>全球：</p> <p>在 RCP8.5 情境下，到 2100 年，洪災風險則較 1995 年增加 196%。</p> <p>不列顛群島與中歐的洪水風險將會增加，而斯堪的納維亞半島及地中海部分地區的洪水風險將保持不變或下降。</p> <p>在同時考慮到氣候變遷與社會變遷的 RCP4.5 情境及 RCP8.5 情境下，到 2100 年，歐洲河流洪水風險將分別增加 68-93 億歐元 (約 7-10 倍)，而社會經濟變遷對洪水造成的風險程度較氣候變遷高。</p> <p>臺灣：</p> <p>臺北、宜蘭、臺南、高屏四分區淹水發生機率增加幅度較中期更為明顯。</p> <p>坡地重點集水區極端降雨，增加趨勢亦更加明顯</p>
	潛在財務風險	洪水來襲的強弱程度，具高度不確定性與突發性，預警時間有限，災害程度難以掌握。因此，若要降低對財務的衝擊，長期而言需要透過提高責任保險來降低公司資產損失、減少公司於災後的自負額，對於旅客端而言則須提高旅客意外責任險
潛在衝擊 項目 / 地區		<p>1. 歐洲：德國、法國、義大利、西班牙等國家，以及塞納河、萊茵河、多瑙河影響周邊城市與景點</p> <p>2. 亞洲：曼谷</p> <p>3. 非洲：剛果、利比亞等國家</p> <p>印度、巴基斯坦</p>
因應策略		<p>1. 調整行程規劃，因應洪水導致的災害，如增加室內遊程，或變更為高海拔旅遊景點</p> <p>2. 行前密切注意旅遊景點當地氣象預報，提早向團員公告遊程變更情況</p> <p>3. 鼓勵團員投保氣象險</p> <p>4. 建立緊急應變 SOP：制定疏散與運送計畫</p> <p>與供應商強化合作關係並探討氣候風險合作協議</p>

程度		中
項目		熱浪 / 高溫
內容		熱浪更加頻繁，影響旅遊品質及旅遊活動之進行，並危害遊客身心健康
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	<p>全球： 聯合國世界氣象組織 (World Meteorological Organization, WMO) 觀測報告顯示，2023 年全球平均氣溫較工業化前升高 1.45°C，為自 1850 年來最熱的一年，冬季與夏季皆打破高溫紀錄。</p> <p>臺灣： 根據臺灣熱浪分析指出，以目前熱浪門檻為標準，未來若能將全球暖化程度控制在 RCP2.6 情境下，臺灣地區的熱浪在頻率、持續時間或強度上，都不會和現在有太大的差異。</p>
	潛在財務風險	<p>1. 營收減少：因熱浪使團體或自由行旅客無法如期出團，行程取消所減少的營收</p> <p>2. 現金流減少：受熱浪影響，旅客擱團、改期，導致部份現金減少</p> <p>3. 營運成本增加：</p> <p>(1) 旅遊活動：受熱浪影響而滯留旅遊目的地無法如期回台，旅行社依旅遊定型化契約書所應承擔的費用（例如：餐食、住宿、改票）</p> <p>(2) 營運據點：因熱浪造成營運據點設備毀損而產生的營運成本</p> <p>(3) 人力成本：為因應緊急事件成立工作小組需在洪水期間值勤，協助處理團體或 FIT 退改相關事宜以及回應客訴等</p>
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	同短期狀況說明
	潛在財務風險	可能降低旅客訂購該區域的旅遊產品，而影響商品銷售量，進而影響營收
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	<p>全球： 在 RCP8.5 情境下，全球平均溫度將較 1986-2005 年升溫 2.6-4.8°C</p> <p>臺灣： 在 RCP8.5 情境下，到 2100 年，臺灣整個夏季都將處於熱浪狀態</p>
	潛在財務風險	長期而言，若要降低熱浪對財務的衝擊，旅行社業者可從節能減碳著手，例如：提升低碳運輸工具的使用、規劃低碳旅遊來降低溫室氣體對環境所造成的負面衝擊
潛在衝擊 項目 / 地區		<p>1. 北美洲：美國、加拿大</p> <p>2. 中南美洲：智利等國家</p> <p>3. 亞洲：日本、韓國、中國、印度、東南亞國家</p> <p>4. 地中海周邊國家：南歐及北非國家，包括希臘、葡萄牙、阿爾及利亞等國家</p> <p>澳洲</p>
因應策略		<p>1. 熱浪季節選擇遮蔭較多、有空調或大型水冷扇 / 噴霧系統之景點，並主動提供團員遮陽帽、扇子、手持式電動風扇等，以降低體感溫度</p> <p>2. 調整行程規劃，減緩熱浪 / 高溫導致的身心危害，如增加室內、水域活動之降溫遊程，或變更為高緯度、高海拔旅遊景點</p> <p>3. 避開熱門景點，縮短排隊時間，減少團員曝曬於高溫下的機會鼓勵團員投保氣象險</p>

程度		中
項目		雪季改變
內容		<p>平均氣溫上升，雪季縮短，影響相關旅遊產業，並威脅高山生物及生態系減少的營收</p> <p>3. 營運成本增加：</p> <p>(1) 旅遊活動：受熱浪影響而滯留旅遊目的地無法如期回台，旅行社依旅遊定型化契約書所應承擔的費用（例如：餐食、住宿、改票）</p>
短期 (2024-2040年)	狀況說明	-
	潛在財務風險	營收減少：因雪季改變使團體或自由行旅客取消行程所
中期 (2041-2060年)	狀況說明	-
	潛在財務風險	可能降低旅客訂購該區域的旅遊產品，而影響商品銷售量，進而影響營收
長期 (2081-2100年)	狀況說明	<p>全球：</p> <p>根據 IPCC 報告指出<sup>1</sup>，所有氣候情境下，全球主要滑雪區中，預計積雪天數都將大幅減少。到 2071-2100 年，將有目前 13% 的滑雪場，無法達到自然的年積雪量；而 20% 的滑雪場的積雪量，將減少 50% 以上</p>
	潛在財務風險	長期而言，若季節消失，必須調整全面調整四季型的旅遊商品，與供應商及地接社重新協商合作方案，可能失去原先的議價優勢
潛在衝擊 項目 / 地區		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 日本</li> <li>2. 韓國</li> <li>3. 歐洲</li> </ol>
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 雪季期間追蹤最新下雪與融雪情況，並掌握有限期間出團</li> <li>2. 調整冬季行程規劃，降低團員對雪的依賴，如增加溫泉遊程</li> <li>3. 增加維持雪量相關設施，如引進人工造雪技術、建設高山滑雪場</li> <li>4. 開發新型冬季旅遊活動商品，取代滑雪、賞雪</li> </ol>

程度		低
項目		海平面上升
內容		海平面上升，衝擊海島國家及沿海觀光景點
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	全球： 根據 IPCC 報告指出 1，在 RCP2.6 情境下，平均海平面將比 1995-2014 年的平均值上升 0.28-0.55m
	潛在財務風險	營收減少：因海平面上升而無法提供旅遊活動資源，使團體或自由行旅客無法如期出團，行程取消所減少的營收
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	臺灣： 根據臺灣氣候變遷衝擊評析 2，臺灣周邊海域海平面上升 0.5m。 大臺北地區因海平面上升造成的溢淹，主要發生在淡水河出海口一帶，但在現有堤防保護下，都市區域影響相對較小。 臺南地區海平面上升，導致地勢較低窪地帶可能造成 0.5-1.5m 的溢淹情形，以沿海養殖魚塢、濕地及沙洲區域較為顯著
	潛在財務風險	營收減少且增加營運成本：因海平面上升而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	全球： 根據 IPCC 報告 1，至 2100 年，在 RCP8.5 情境下，將導致平均氣溫上升 4.4°C。海平面上升的主因為海洋熱膨脹及陸地冰庫（冰川、極地冰等）融化，使海平面將平均上升 0.63-1.02m。由於超過 10 億人於沿海低地生活，故可能導致大規模人口遷移和破壞。 臺灣： 臺灣周邊海域海平面上升 1.2m。 臺南地區地勢較低窪地帶，可能發生 0.5-2.0m 的溢淹情形
	潛在財務風險	1. 營收減少且增加營運成本：因海平面上升而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加
潛在衝擊 項目 / 地區		1. 度假海島：馬爾地夫 2. 曼谷 3. 雅加達 威尼斯
因應策略		1. 加強海平面上升議題認知的安全宣導，提高團員的防範意識，並與當地單位共同規劃緊急災害應對措施 2. 調整行程規劃，提供受海平面上升衝擊下的替代方案，如增加空中旅行，或變更為高海拔旅遊景點 / 國家 3. 支持受威脅景點 / 國家防護建設的維護與改建，如設置海岸緩衝帶、防浪牆，提高碼頭或沿海建築物的高度 4. 開發內陸旅遊活動作為海岸景點的替代方案

程度		低
項目		海溫上升
內容		海洋溫度上升並造成海水酸化，使珊瑚白化日益嚴重，影響海洋生態系及其觀光價值
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	全球：根據 IPCC 報告指出 1，當全球平均溫度上升 1.2°C，熱帶地區以珊瑚礁為主的生態系統將不復存在，澳洲大堡礁則將在 2030 年頻臨滅絕
	潛在財務風險	營收減少：因海溫上升使團體或自由行旅客無法如期完成活動，而取消所減少的營收
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	同短期情況說明
	潛在財務風險	營收減少且增加營運成本：因海溫上升而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同短期情況說明
	潛在財務風險	營收減少且增加營運成本：因海溫上升而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加
潛在衝擊 項目 / 地區		1. 澳洲大堡礁 (珊瑚白化) 2. 賞鯨豚
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加強海洋環境教育的宣導，提升團員的環境保護意識，避免直接危害海洋生物，並透過減少使用一次性備品，降低海洋污染</li> <li>2. 根據海溫變化調整季節性旅遊活動與路線，如變更夏季活動時間，避開高溫期或海洋生物遷徙期</li> <li>3. 調整行程規劃，降低團員對海洋活動的依賴，並減少對海洋生態的危害，如增加陸地旅遊行程</li> <li>4. 向旅客傳達責任旅遊的理念與應遵守的具體行為</li> </ol>

程度		低
項目		乾旱
內容		極端氣候使長時間降雨量不足或蒸發量增加，造成乾旱現象發生，導致無法進行淡水水域活動
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	臺灣：根據臺灣乾旱事件分析報告指出，2020 年梅雨季提早結束、副熱帶高壓異常偏強，且無颱風侵襲；2021 年春季低層西南風偏弱、降雨量偏少，使臺灣歷經嚴重乾旱事件。2022 年，臺灣南部雨季降雨量不足；2023 年春雨季，雨情持續不樂觀，使臺灣再次面臨旱象
	潛在財務風險	1. 營收減少：因乾旱使團體或自由行旅客無法如期完成活動，而取消所減少的營收 2. 增加成本：旅遊活動方面，因處理旅客退訂或抱怨，所產生的人力成本。若營運據點發生乾旱，需加購儲水設備
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	同短期情況說明
	潛在財務風險	營收減少且增加營運成本：因乾旱而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加。若是營運據點發生乾旱，可能因大量購水或增設儲水設備而增加營運成本
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	<p>臺灣：季節降雨變化</p> <p>在 RCP2.6 情境下，季節降雨變化率在 ±15% 範圍內，季節間的變化率差異不大；在 RCP8.5 情境下，春雨季降雨率減少 15%，而主要降雨季節的梅雨季與颱風季降雨量增加，增加率最高甚至超過 50%，使臺灣的乾濕季差距將更明顯。</p> <p>連續不降雨日 (Consecutive dry days, CCD)</p> <p>在 RCP8.5 情境下，臺灣春雨季 CCD 增加，表示春雨減少現象加劇，以嘉義、臺南、高雄、屏東等南部地區的天數較多；日數增加率，則以中部以北與東部較高，高於 20%。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 春雨：1-2 週的短天期 CCD 頻率減少；&gt;30 天以上的長天期 CCD 頻率加倍。</li> <li>2. 秋雨：2-6 週的短天期 CCD 頻率減少；&gt;6 週的長天期 CCD 頻率倍增</li> </ol>
	潛在財務風險	營收減少且增加營運成本：因乾旱而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加。若是營運據點發生乾旱，可能因大量購水或增設儲水設備而增加營運成本
潛在衝擊 項目 / 地區		激流泛舟活動體驗
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加強乾旱相關知識宣導與警示，增強團員對環境保護與節水意識，並於旅遊過程中節約用水</li> <li>2. 調整行程規劃，以海水水域活動遊程作為替代，如郵輪觀光、海上橡皮艇、帆船航行</li> <li>3. 調整行程規劃，變更非水域遊程地點，如高山生態導覽、部落文化體驗之陸域活動</li> </ol>

程度		低
項目		植物物候改變
內容		平均氣溫上升，造成花期不固定或縮短以及花況變差
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	<p>全球： 根據 IPCC 報告顯示<sup>1</sup>，隨著平均溫度日益升高，導致花期不固定、花期縮短及花況變差情形發生。 以櫻花為例，日本、韓國、美國等國家的賞櫻行程，將受到影響。</p> <p>日本： 根據日本氣象廳統計資料顯示，1960 年東京的櫻花期落在 3 月 30 日左右，但受全球暖化影響，從 1990 年起已提早開花，2000 年則從 3 月 22 日便開始綻放，到 2023 年更是提前至 3 月 14 日，為目前最早的開花紀錄</p>
	潛在財務風險	營收減少：因植物披被改變，而使遇賞櫻、賞楓的旅客無因花期異動而產生退訂、改訂，會造成營收減少
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	<p>日本： 受氣候變遷影響，使櫻花期變得不固定，甚至可能停止開花。根據日本研究指出<sup>8</sup>，至 2050 年，關東地區千葉縣、神奈川縣、九州地區南部及四國地區西南部區域，櫻花期將縮短且開花率將下降</p>
	潛在財務風險	<p>*對財務的影響：</p> <p>1. 增加成本：若因植物披被改變而使花開得茂盛程度不如預期，可能產生旅客抱怨，影響滿意度進而影響營收；需重新開發其他旅遊景點資源，產生額外成本            營收減少且增加營運成本：因海溫上升而無法如期提供旅遊活動資源，使旅客取消行程而減少營收；需重新開發其他旅遊景點資源可能使營運成本增加</p>
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	<p>日本： 根據日本研究指出<sup>8</sup>，日本氣溫至 2100 年時將上升 2-3°C，高緯度東北地區的櫻花期可能提早 2-3 週；九州等低緯度地區的花期可能延後 1-2 週；靜岡縣和長崎縣部分區域櫻花開花率將下降；九州地區鹿兒島縣西部和種子島的櫻花則可能不再開花。            當氣溫上升 4.5°C 時，日本兵庫縣的植物將可能失去開花的機會</p>
	潛在財務風險	營若該地區的植物物後改變無法復原，需要尋找替代的景點或是開發新主題旅遊商品，可能失去原有的價格談判優勢
潛在衝擊 項目 / 地區		<ol style="list-style-type: none"> <li>賞櫻：臺灣、日本、韓國、美國</li> <li>賞楓：臺灣、日本、加拿大</li> </ol>
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>配合當季花期出團，花季期間密切關注旅遊景點花況，並掌握有限期間出團</li> <li>提供不受季節性影響的自然景觀遊程，以減緩花期改變對團員造成的衝擊，如國家森林公園</li> <li>豐富行程的多樣性，降低對花季的依賴程度</li> </ol>

程度		低
項目		森林火災增加
內容		平均氣溫上升，森林火災發生區域及頻度增加，影響觀光景點的可到達性及遊客安全
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	同上
	潛在財務風險	1. 營收減少：因森林火災，而使旅客退訂、改訂，造成營收減少 2. 增加營運風險：若森林火災頻率增加，需要建立旅遊活動間火災發生時的 SOP 制度，包含導遊領隊人員第一時間如何協助旅客疏散的教育訓練
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	南美洲： 根據 IPCC 報告顯示 <sup>1</sup> ，在 RCP8.5 情境下，到 2026-2045 年，南美洲熱帶部分地區，每年森林火災至少增加 45 天
	潛在財務風險	增加成本：若該地區森林火災頻率提升，則需重新開發其他旅遊景點資源，產生額外成本
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	全球： 至 2100 年，各大洲森林生物群落的森林火災至少增加 30 天。 臺灣： 根據研究顯示，在 RCP8.5 情境下，到 2070-2099 年，森林火災發生率將提高 35.6%；在臺灣東北區域將提高 40.0-50.0%，在西南區域將提高 51.8-90.6%。在 RCP2.6 情境下，森林火災發生率則將降低 12.2%
	潛在財務風險	若該地區的森林火災頻率增加，需要尋找替代的景點或是開發新主題旅遊商品，可能失去原有的價格談判優勢
潛在衝擊 項目 / 地區		1. 美國、夏威夷 2. 加拿大 3. 澳洲 4. 希臘 5. 西班牙 6. 中南美洲國家
因應策略		1. 加強森林火災知識宣導，提高團員對森林火災的警覺性，進行森林旅遊期間持續關注相關預警系統，並與當地單位共同規劃緊急災害應對措施 2. 在森林火災高發期間，暫停提供並限制前往受影響地區的旅遊行程 3. 調整行程規劃，減少戶外活動，避免森林火災形成的空氣污染對團員造成危害，如增加室內遊程

程度		低
項目		生物多樣性流失
內容		火災、風暴及乾旱之強度及頻率增加，造成生物多樣性流失，使旅遊景點價值下降
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	全球： 根據生態研究顯示，自 1990 年，大氣中水蒸氣減少導致全球 59% 的植被出現明顯褐變、成長率下降。到 2030 年，氣候變遷造成的火災、風暴及乾旱強度上升與頻率增加。因此仰賴生物多樣性維生的相關景點價值將會受到嚴重衝擊。 澳洲： 2019 年底至 2020 年初，共計 97,000km <sup>2</sup> 的森林及周邊棲息地被大火摧毀，受威脅物種數量增加 14%
	潛在財務風險	減少營收：因生物多樣性流失（如：賞鳥、賞鯨等），而使旅客未能觀賞生物而產生抱怨或減少參加生態旅遊活動，會減少營收
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	同短期狀況說明
	潛在財務風險	增加成本：若該地區生物多樣性流失，則需重新開發其他旅遊景點資源，產生額外成本參加
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	臺灣： 因高山生態系對夏季溫度上升敏感，在缺乏遷徙途徑與暖化效應加成影響下，以 RCP4.5 情境，預測高山灌叢與鐵杉森林的適生區域，將於 2100 年大幅減少至僅剩現生面積的 16%-50%；另外，臺灣水青岡是冰河時期子遺的特有物種，目前僅存臺灣北部的少數稜線上，其適生區域在 2065 年至 2100 年呈現嚴重縮減趨勢，將僅剩現生面積的 7%-15%
	潛在財務風險	若該地區的生物多樣性流失，需要尋找替代的景點或是開發新主題旅遊商品，可能失去原有的價格談判優勢
潛在衝擊 項目 / 地區		1. 臺灣 2. 澳洲 3. 各國國家公園
因應策略		1. 以最低環境危害觀念，提供並推廣生態旅遊行程，提升團員對生物多樣性保護的認知與關注 2. 調整行程規劃，增加人工自然保護園區的遊程，如生態教育園區 3. 支持生物多樣性保護活動，促進旅遊景點當地生態系統的恢復與保護，如資助自然保護區、參與保育計劃 4. 主動投入生態復育計劃

1. 科技部 (2022) IPCC 氣候變遷第六次評估報告「衝擊、調適與脆弱度」之科學重點摘錄與臺灣氣候變遷衝擊評析更新報告。TCCIP 臺灣氣候變遷推估資訊與調適知識平台。
2. 鄭兆尊、林思穎、簡毓瑋、王俊寓 (2024) 不同氣候變遷時期下之臺灣颱風推估差異分析。TCCIP 臺灣氣候變遷推估資訊與調適知識平台。
3. Directorate-General for Environment (2023) New analysis indicates European cities and countries with highest expected losses from future flooding. Published by European Commission.
4. WMO (2023) State of the Global Climate 2023. Published by World Meteorological Organization.
5. 李庭慧、許晃雄 (2017) 臺灣熱浪特性分析與變遷推估。大氣科學, 45 (4): 281-304。
6. 陳昭安、李明營、劉子明、許晃雄、羅資婷、陳永明、童裕翔、吳芊瑩、洪浩哲、鄭兆尊、林思穎 (2023) 2023 臺灣氣候變遷分析系列報告：2020-2021 極端乾旱事件與未來推估，國家災害防救科技中心。
7. T. Maruoka and H. Ito (2009) Impact of global warming on flowering of cherry trees (*Prunus yedoensis*) in Japan. Journal of Agricultural Meteorology. 65 (3): 283-296.
8. Hong-Wen Yu, S. Y. Simon Wang, and Wan-Yu Liu (2024) Estimating wildfire potential in Taiwan under different climate change scenarios. Climate Change. 177 (13)
9. Wenping Yuan, Yi Zheng, Shilong Piao, Philippe Ciais, Danica Lombardozzi, Yingping Wang, Youngryel Ryu, Guixing Chen, Wenjie Dong, Zhongming Hu, Atul K. Jain, Chongya Jiang, Etsushi Kato, Shihua Li, Sebastian Lienert, Shuguang Liu, Julia E.M.S. Nabel, Zhangcai Qin, Timothy Quine, Stephen Sitch, William K. Smith, Fan Wang, Chaoyang Wu, Zhiqiang Xiao, and Song Yang (2019) Increased atmospheric vapor pressure deficit reduces global vegetation growth. Science Advances. 5 (8): 1396.

· 轉型風險

雄獅旅行社為檢視因應減緩氣候變遷影響公司營運管理之綠色轉型事件，進行轉型風險程度、衝擊項目鑑別，並針對各轉型風險提出因應措施，以利日後本公司之永續經營，如表 33 所示。

根據 IEA (International Energy Agency) 的 NZE (Net Zero Emissions by 2050 Scenario) 情境模擬，估計 139 年 (西元 2025 年) 碳費價格約達每噸 200-250 美元。而臺灣碳費之收費對象為溫室氣體年排放量達 2.5 萬公噸 CO<sub>2</sub>e 以上之電力、燃氣供應業及製造業，一般費率以新台幣 300 元/公噸二氧化碳當量計之。而全球碳費有持續上漲的趨勢，如：愛爾蘭、盧森堡、荷蘭、挪威及加拿大的碳稅稅率提高 20% 以上，位於亞洲的新加坡。截至 114 年 4 月，對於每年直接溫室氣體排放量達到或超過 25,000 公噸二氧化碳當量 (tCO<sub>2</sub>e) 的工業設施，徵收每公噸 S\$25 的新加坡碳稅 (約台幣 610 元/公噸)，並計劃在 115 年和 116 年提高至每公噸 S\$45 (約台幣 1,098/公噸)，最終在 119 年達到每公噸 S\$50 (約台幣 1,220/公噸) 至 S\$80 (約台幣 1,952/公噸)。隨著未來全球碳費及碳稅的徵收及持續上漲，節能減碳對於減少公司未來因碳排增加之相關成本也有相當之重要性。

根據臺大風險中心「2022 全球風險分析前瞻論壇 - 臺灣首份 TCFD 調查啟示」，超過八成企業認為高碳產品會面臨淘汰風險；「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」亦鼓勵企業發展循環經濟。供應商投入低碳轉型開發及生產低碳產品，使成本增加，可能將相關成本轉嫁至產品及服務價格上，使本公司供應鏈相關成本增加。低碳旅遊為旅遊模式轉型必經之路，然而旅遊方式之改變及旅遊成本增加，除了對公司營運有影響之外，也會影響客戶之消費門檻及意願，進而影響目前銷售模式及銷量，成為潛在轉型風險。

根據 2022 年國家發展委員會發布之「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」鼓勵企業汰換耗能設備、降低生產能號等，為減少營運據點之能源消耗、廢棄物及廢水之產生，公司將投入資金於更換節能節水設備，並引進能源及資源回收再利用等設備，雖然能減少碳排及廢棄物之產生，以及減緩氣候變遷及其造成之影響及損失，然而購置相關設備及後續管理將使原有相關成本上升。

為配合國家淨零碳排目標、減少碳排以及因應化石燃料資源逐年減少之狀況，本公司旅遊方式將朝搭配大眾運輸工具，以及提升遊覽車電動化比例前進。然而，目前購入大型電動車成本約為現油車之 2-3 倍，且電動車需定期更換成本較高之電池，屆時旅遊成本亦將大幅增加。

表 33 雄獅旅行社轉型風險之潛在衝擊項目及因應策略

程度		高
項目		碳稅、碳費政策
內容		溫室氣體總量管制與碳稅、碳費之徵收及上漲，使公司營運成本增加
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	目前尚無相關費用之徵收
	潛在財務風險	旅遊成本會因機票價格而整體提升，旅行社可能因此失去對於價格敏感度高的客群，以及部份差旅客群可能因此以線上會議取代跨國出差以降低差旅成本，使旅行社減少 FIT 收入
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	航空公司： 全球各地正逐步採取措施，透過對航空燃油和其他化石燃料課稅，以應對氣候變遷並推動更環保的能源使用，對於機票價格已經產生影響，若票價持續因航空燃油稅和其他相關環保稅費加重，如：歐洲 - 德國：113 年 5 月 1 日起，航空乘客稅提高 19%，根據航程距離，每位乘客的稅額介於 15.53 歐元至 70.83 歐元之間。丹麥：為實踐綠色轉型，預計於 2025 年起實施航空乘客稅。而漢莎航空則於 2025 年 1 月 1 日起，將對從歐盟、英國、挪威和瑞士出發的航班收取每張機票 1 至 72 歐元的環保附加費，以應對可持續航空燃油 (SAF) 和其他減碳措施帶來的額外成本
	潛在財務風險	旅遊成本會因機票價格而整體提升，旅行社可能因此失去對於價格敏感度高的客群，以及部份差旅客群可能因此以線上會議取代跨國出差以降低差旅成本，使旅行社減少 FIT 收入
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	旅遊成本會因機票價格而整體提升，旅行社可能因此失去對於價格敏感度高的客群，以及部份差旅客群可能因此以線上會議取代跨國出差以降低差旅成本，使旅行社減少 FIT 收入
因應策略		關注國際碳稅及碳價趨勢，以及對相關產業及供應鏈之影響，必要時與航空公司進行商談，以降低相關環境費 / 稅對雙方營運之衝擊

程度		高
項目		採用低碳供應鏈
內容		採用供應鏈的低碳產品，使公司相關營運成本上升
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	目前積極開發已取得國際或國內綠色環保或永續相關認證及標章之旅遊目的地供應商，並規劃針對供應商進行永續程度識別，以利選擇較低之合作夥伴
	潛在財務風險	當供應商因採購 SAF 燃油、導入國際管理系統或取得永續相關認證、標章而增加營運成本，成本反應在商品銷售價格上，而旅行社業者可能失去部份的議價空間
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	上游供應商成本上升，可能將成本轉嫁給旅行社業者
	潛在財務風險	1. 航空公司：航空業者為從高度碳排放逐步減碳因應規範，勢必提高 SAF（永續航空燃料）使用比例，將相關成本反映於搭乘航空運輸工具之價格上，增加搭乘飛機旅遊之成本。 2. 對於國際型或是規模大的飯店或餐廳業者而言，導入國際或國內認證及標章所產生的費用對整體營運而言影響不大，但對於規模較小的在地商家而言將是一筆可觀的營運成本，因此需要在社會責任及公司治理之間取得平衡亦為旅行社業者在低碳供應鏈方面的考驗。基於社會責任面，應選擇在地商家為合作夥伴，但規模不大之商家若無法負擔認證與標章申請的費用，則本公司從公司治理面的角度可能無法將此類型供應商納入低碳合作夥伴，而失去部份長期合作關係良好的供應商。
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	1. 航空公司：航空業者為從高度碳排放逐步減碳因應規範，勢必提高 SAF（永續航空燃料）使用比例，將相關成本反映於搭乘航空運輸工具之價格上，增加搭乘飛機旅遊之成本。 2. 對於國際型或是規模大的飯店或餐廳業者而言，導入國際或國內認證及標章所產生的費用對整體營運而言影響不大，但對於規模較小的在地商家而言將是一筆可觀的營運成本，因此需要在社會責任及公司治理之間取得平衡亦為旅行社業者在低碳供應鏈方面的考驗。基於社會責任面，應選擇在地商家為合作夥伴，但規模不大之商家若無法負擔認證與標章申請的費用，則本公司從公司治理面的角度可能無法將此類型供應商納入低碳合作夥伴，而失去部份長期合作關係良好的供應商。
因應策略		1. 定義永續供應商 2. 由國內至國外分階段建立全球永續 供應鏈，提高永續供應商佔比 3. 攜手合作供應商共同發展轉型、降低轉型成本

程度		高
項目		執行溫室氣體盤查
內容		每年進行溫室氣體盤查，增加公司營運成本
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	2022 年起，每年進行溫室氣體盤查，增加顧問輔導及第三方查證相關費用
	潛在財務風險	金管會要求上市櫃公司揭露範疇一及二資訊，並鼓勵揭露範疇三資訊；每年皆需支出盤查及查證費用，增加營運成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	有擴大盤查範疇及子項目的趨勢
	潛在財務風險	擴大盤查範疇，增加營運成本（包含：人力以及第三方查證費用）
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	擴大盤查範疇，增加營運成本（包含：人力以及第三方查證費用）旅遊成本會因機票價格而整體提升，旅行社可能因此失去對於價格敏感度高的客群，以及部份差旅客群可能因此以線上會議取代跨國出差以降低差旅成本，使旅行社減少 FIT 收入
因應策略		1. 與查證公司洽談長期合作優惠價格之可能性 2. 導入資訊系統，降低人力並且提升整體作業效率

程度		中
項目		消費者旅遊模式改變
內容		旅遊地點及模式改變、旅遊成本增加等因素，影響旅遊意願及客群組成
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	提供多元遊程選擇，推廣「緩慢旅遊」等新興旅遊型態
	潛在財務風險	對財務的影響： 持續開發新型遊程、旅遊型態多元化，增加開發及管理成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	多元的遊程，旅客是否有意願買單是關鍵因素
	潛在財務風險	若多元的遊程設計，銷售狀況不如預期，所投入的資源未能產生收益，會影響整體財務表現
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	若多元的遊程設計，銷售狀況不如預期，所投入的資源未能產生收益，會影響整體財務表現
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解旅遊模式改變對消費者之實際影響內容，提供相應服務、解決痛點</li> <li>2. 改變消費者對旅遊模式的既定印象，提出創新的體驗思維</li> </ol>
程度		中
項目		低碳永續認證
內容		為提升公司正面的永續品牌形象，透過取得國際永續相關認證、標章來展現永續發展成果，認證申請費用，屬於永續發展中增加的營運成本
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	已取得的相關認證： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. GTS 綠色旅行標章 (Green Travel Seal)</li> <li>2. Travelife 旅行業者認證</li> </ol>
	潛在財務風險	認證及標章申請費用視為營運成本，隨政府主力推廣的認證越多，此類成本亦相對提升
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	國際及國內政府各單位主力推廣的永續認證漸增
	潛在財務風險	需投入相對的取證費用，從取證過程中發現營運不足之處亦需投入資源進行優化以達取證目標，因而產生相關營運成本，若認證不是消費者購買意願評估要項之一，表示取證費用的經濟效益不大，意即此項投入的資源未能對營收產生正面影響
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	需投入相對的取證費用，從取證過程中發現營運不足之處亦需投入資源進行優化以達取證目標，因而產生相關營運成本，若認證不是消費者購買意願評估要項之一，表示取證費用的經濟效益不大，意即此項投入的資源未能對營收產生正面影響
因應策略		取得認證成本和產生效益之評估： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 消費者：增加消費意願、願付價格及支持度</li> <li>2. 政府單位：相關減免 / 補助</li> <li>3. 合作機會：增加企業客戶的合作意願</li> </ol>

程度		中
項目		節能設備更新
內容		營運據點為減少能源消耗、廢棄物與水資源再利用，進行設備汰舊換新或定期檢修，來維持能源效率，所產生的營運成本
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	1. 依季節調整用電； 依據不同季節溫度及光照狀況，適當調整上下班時間照明燈及空調溫度。 2. 提升設備能源效率： 定期清理冰箱內部物品、定期進行各項設備保養及檢修，以維持最佳運作效率。
	潛在財務風險	耗能高的設備，更換成本相對高
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	設備更換頻率有限，當設備均於短期內汰換為節能型號，透過行為調適能省下的能耗將有限
	潛在財務風險	各項產生能耗的設備須落實定期檢修，監控能源耗費狀況，維持最佳運能，以降低設備的財務支出
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	各項產生能耗的設備須落實定期檢修，監控能源耗費狀況，維持最佳運能，以降低設備的財務支出
因應策略		1. 與廠商洽談能源設備租賃方案，降低相關成本 2. 掌握經濟部能源署相關補助申請方案
程度		低
項目		運具電動化
內容		配合氣候變遷因應法淨零轉型「運具電動化」政策，購置電動遊覽車及維護成本增加
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	目前臺灣市面無適合旅遊行程之電動遊覽車，仍需持續研究
	潛在財務風險	關係企業（雄獅通運）若汰換為電動巴士會產生可觀的營運成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	若未能全面更換電動車，則須從遊程路線優化開始提升運能效率；若全面更換電動車，充電樁及電動車的維護均需投入可觀的資金
	潛在財務風險	資金投入後，是否能提升運具使用率降低對財務的衝擊
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	資金投入後，是否能提升運具使用率降低對財務的衝擊
因應策略		1. 多運用大眾運輸交通工具接駁，如：高鐵、臺鐵、 2. 提升運具使用率

· 機會

雄獅旅行社為因應氣候變遷和減緩全球暖化而進行一系列永續轉型的同時，也激發出許多新的創意發想，創造出新的經營模式和商機，為本公司提供了許多新的機會，如表 34 所示。

表 34 雄獅旅行社氣候相關機會及未來規劃

程度		高
項目		採用低碳交通運輸工具
內容		提倡長途交通多利用高鐵、臺鐵及單車，以達成旅遊移動的減碳
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	高鐵：高鐵假期：高鐵、住宿合作優惠方案，2024 年服務人數共計 88,001 人次 臺鐵： 1. 藍皮解憂號：2024 年出團人數共計 67,602 人 2. 鳴日號：2024 年出團人數共計：4,837 人 3. 鳴日廚房：2024 年出團人數共計：1,396 人 4. 阿里山 - 栩悅號：2024 年出團人數共計：6,345 人 5. 阿里山 - 福森號：2024 年出團人數共計：5,682 人 6. 阿里山 - 海風號：2024 年出團人數共計：1,186 人
	潛在財務風險	由本公司營運的觀光列車成本相當高，從列車經營權的取得、硬體設備資源的投入、列車服務人力再到軟體建置等均需投入可觀費用
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	觀光列車重新招標
	潛在財務風險	待經營權契約期滿，需重新透參與競標，若未能得標，則短期投入的資源無法延續產生經濟效益
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	觀光列車重新招標
	潛在財務風險	待經營權契約期滿，需重新透參與競標，若未能得標，則短期投入的資源無法延續產生經濟效益
因應策略		關注國際碳稅及碳價趨勢，以及對相關產業及供應鏈之影響，必要時與航空公司進行商談，以降低相關環境費 / 稅對雙方營運之衝擊
程度		高
項目		支持低碳供應鏈
內容		提升永續和低碳旅遊商品數量，以具體行動打造本公司之低碳供應鏈
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	以國際準則和政府標準為基準定義永續供應商，並作為識別依據。結合臺灣樂活永續協會，整合政府永續資源，提升永續供應商數量
	潛在財務風險	除強化與現行供應商永續程度高者合作的緊密度，亦須找尋永續程度高的新供應商，會提升相關資源成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	低碳供應商合作成本可能提升
	潛在財務風險	若供應商為實踐低碳，投入相對高的資源達成目標，恐將此成本轉嫁給旅行業者
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明 T
	潛在財務風險	若供應商為實踐低碳，投入相對高的資源達成目標，恐將此成本轉嫁給旅行業者
因應策略		定義永續供應商，並界定識別標準，進而優先選擇永續和低碳程度較高的供應商

程度		高
項目		不提供一次性備品
內容		出團不再提供一次性備品，以減少廢棄物產生
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	自 2022 年起，出團不提供一次性瓶裝水，且向主力供應商要求不再提供一次性備品及免洗餐具
	潛在財務風險	部分旅客無法理解此政策，因造成不便在參團滿意度方面產生部分負評，若銷售同仁無法完整說明良善的立意，長期而言則可能影響
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	逐步提升負責任旅行的理念，提升旅客認同
	潛在財務風險	為提升同仁責任消費的使命感，將此理念完整傳遞給旅客，需投入一定程度的費用資源於教育訓練、行銷宣傳上
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	逐步提升負責任旅行的理念，提升旅客認同
	潛在財務風險	為提升同仁責任消費的使命感，將此理念完整傳遞給旅客，需投入一定程度的費用資源於教育訓練、行銷宣傳上
因應策略		持續推廣減排降廢，分享成功經驗，推動整體產業淨零轉型，提升同仁與消費者負責任旅行與責任消費的認同感
程度		低
項目		運具電動化
內容		配合氣候變遷因應法淨零轉型「運具電動化」政策，購置電動遊覽車及維護成本增加
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	目前臺灣市面無適合旅遊行程之電動遊覽車，仍需持續研究
	潛在財務風險	關係企業（雄獅通運）若汰換為電動巴士會產生可觀的營運成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	若未能全面更換電動車，則須從遊程路線優化開始提升運能效率；若全面更換電動車，充電樁及電動車的維護均需投入可觀的資金
	潛在財務風險	資金投入後，是否能提升運具使用率降低對財務的衝擊
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	資金投入後，是否能提升運具使用率降低對財務的衝擊
因應策略		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多運用大眾運輸交通工具接駁，如：高鐵、臺鐵、</li> <li>2. 提升運具使用率</li> </ol>

程度		中
項目		推行低碳旅遊行程
內容		推行低碳旅遊行程
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	1. 與臺灣樂活永續協會拜會政府部門 ( 環境部、林業署、水保署 )，交流淨零綠生活及永續旅遊發展；並持續擴大綠色旅遊市場，用綠色旅遊消費帶動更多供應商申請環境部環保標章，形成政府、旅行業者、元件供應商善的循環 2. 榮獲 2025-2028 年環保標章旅行業銀級
	潛在財務風險	強化永續夥伴關係產生的相關費用
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	低碳遊程是否受市場青睞
	潛在財務風險	若低碳旅遊銷售狀況不如預期，投入的相關資源無法產生經濟收益
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	低碳遊程是否受市場青睞
	潛在財務風險	若低碳旅遊銷售狀況不如預期，投入的相關資源無法產生經濟收益
因應策略		提升同仁與消費者負責任旅行與責任消費的認同感
程度		中
項目		創造在地經濟利益
內容		以久留旅遊模式，減少交通造成的碳排放，並強化地方創生，創造在地經濟利益
短期 (2024-2040 年)	狀況說明	雄獅取得阿里山列車「福森號」及「栩悅號」經營權，將阿里山林鐵列車起點的嘉義北門車站，運用觀光列車將阿里山在地自然生態景觀、原民風情、茶品、咖啡等商家串起阿里山經濟生態圈。本公司整合在地資源，共創「五感體驗」鐵道旅程，深入阿里山林鐵沿線各社區，讓旅客感受阿里山林地的生命力。2024 年「福森號」、「栩悅號」共吸引 12,027 團體人數，創造阿里山商機促進區域經濟發展。
	潛在財務風險	資源整合與關係維繫所產生的營運成本
中期 (2041-2060 年)	狀況說明	創造在地經濟利益，需投入大量人力、人脈資源以及提升由本公司運營及擁有所有權的硬體和軟體品質提升的成本均相對提升
	潛在財務風險	資源整合所產生的成本若與營收未成正比，創造了在地經濟利益，公司卻因此虧損便無法長期耕耘
長期 (2081-2100 年)	狀況說明	同中期狀況說明
	潛在財務風險	資源整合所產生的成本若與營收未成正比，創造了在地經濟利益，公司卻因此虧損便無法長期耕耘
因應策略		持續開發在地合作方案及模式，開創旅遊新型態

程度	低	
項目	傳遞永續價值	
內容	利用旅遊業特性，將永續理念傳達至其他旅遊地點	
短期 (2024-2040年)	狀況說明	攜手台灣樂活永續協會在台北圓山飯店舉辦「2025 樂活旅遊趨勢暨產品發表會」，掌握旅客對於綠色旅遊、永續旅遊、樂活旅遊的期待，進而規劃產品。此外，亦藉由舉辦多場教育講座讓產業夥伴更深入了解永續旅遊對環境、對旅客、對生活的價值
	潛在財務風險	舉辦相關講座活動所投入的資源可觀
中期 (2041-2060年)	狀況說明	持續提升永續價值理念，透過每年定期的講座、活動或倡議強化溝通
	潛在財務風險	為提升同仁責任消費的使命感，將此理念完整傳遞給旅客，需投入一定程度的費用資源於教育訓練、行銷宣傳上
長期 (2081-2100年)	狀況說明	持續提升永續價值理念，透過每年定期的講座、活動或倡議強化溝通
	潛在財務風險	為提升同仁責任消費的使命感，將此理念完整傳遞給旅客，需投入一定程度的費用資源於教育訓練、行銷宣傳上
因應策略	規劃至淨零成果卓越城市 / 國家參訪之遊程，如：不丹、蘇利南等國家，交流淨零路徑成功經驗；邀請合作夥伴參與第三方所辦理的永續活動	

為因應政策與市場的快速變化和氣候的高度不確定性，本公司藉由辨識與評估氣候風險，以掌握和推估氣候情境可能造成的影響，並研擬氣候行動積極因應。本公司風險管理最高決策單位為董事會，負責審核風險管理政策，監督風險管理之運作情形，針對風險議題，依據業務範疇，進行營運、財務、法遵、人事、資安、ESG 之風險鑑別與分析，氣候變遷風險已納入本公司整體風險管理流程中。

## 指標和目標

為減緩全球暖化導致氣候變遷加劇，進而增加公司經營之氣候相關風險及成本，經永續室以及永續發展委員會各小組召開討論會議，訂定下列指標作為氣候相關風險管理之指標與目標。將氣候相關風險對客戶及公司造成之影響最小化；並從自身做起，帶領旅遊產業以永續發展為目標，降低旅遊活動對地球環境之負面影響。本公司訂定因應氣候變遷之指標如表 36 所示。

表 35 雄獅旅行社因應氣候變遷之指標

主要指標	受氣候因素影響團次	受氣候因素影響人次	受氣候因素影響營業額 (團及 FIT)	營運過程所產生的 碳排放量	推廣永續旅遊與 責任消費	監控氣候狀況 並進行監測分析	掌握旅遊保險與 法規變化
目標	1. ERP 訂單系統標示因颱風、強降雨取消、延期團體 (去/回程)、自由行、國內外機票、訂房，人數、金額累積數據、分析趨勢、財務-營收與獲利影響 2. 進行旅遊目的地模擬風險評估，以提早進行備案因應	1. ERP 訂單系統標示因颱風、強降雨取消、延期團體 (去/回程)、自由行、國內外機票、訂房，人數、金額累積數據、分析趨勢、財務-營收與獲利影響 2. 進行旅遊目的地模擬風險評估，以提早進行備案因應	1. ERP 訂單系統標示因颱風、強降雨取消、延期團體 (去/回程)、自由行、國內外機票、訂房，人數、金額累積數據、分析趨勢、財務-營收與獲利影響 2. 進行旅遊目的地模擬風險評估，以提早進行備案因應	1. 2025 年完成合併報表中所有子公司的組織型溫室氣體盤查 2. 2026 年依據前一年度之碳排數據擬定範疇一及範疇二之減碳目標，以實踐 2050 淨零碳排	1. 定義永續旅遊並開立永續旅遊專區 2. 透過永續旅遊專區以及新導領人才來向旅客傳達負責任的旅行應遵守的行為規範 3. 定期評估景點生態變化 (如：珊瑚礁、湖泊)，確保行程與現況一致	1. 氣象預報與極端天氣預警：監控中央氣象署及國際機構 (如：NOAA、ECMWF) 短期與長期預報，特別是颱風、熱浪。 2. 氣候風險評估數據：參考 TCCIP 數據，評估溫度、降雨、海平面上升等長期趨勢，了解國內外目的地風險，及早規劃備案活動	追蹤保險理賠政策和政府氣候調適政策，如碳費規範

• 附錄四：聯合國全球永續發展目標 (SDGs)

SDGs 目標		對應章節
	消除貧窮	第十一章 社會回饋
	良好健康與社會福利	第九章 員工培育與照顧 第十一章 社會回饋
	優質教育	第九章 員工培育與照顧 第十一章 社會回饋
	性別平等	第二章 關於雄獅旅行社 第九章 員工培育與照顧
	可負擔之清潔能源	第八章 環境友善
	就業與經濟成長	第四章 財務績效 第九章 員工培育與照顧 第十一章 社會回饋
	產業、創新與基礎設備	第七章 創新及數位化
	減少國內及國家間不平等	第五章 經營管理 第九章 員工培育與照顧 第十一章 社會回饋
	永續城鎮與社區	第八章 環境友善 第十一章 社會回饋
	永續消費與生產模式	第六章 供應鏈 第八章 環境友善
	氣候行動	第八章 環境友善
	陸地生態	第八章 環境友善

• 附錄五：氣候相關資訊對照表

氣候相關資訊執行情形

序號	項目	執行情形	報告書章節	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與治理	本公司永續發展事務由董事會作為最高決策督導單位，並為提升本公司 ESG 政策的願景與使命，於 113 年 8 月 5 日董事會通過設置「永續發展委員會」之功能性委員會，每年至少召開一次會議，負責永續發展推動事項之核准及督導。永續發展推動情形及治理架構由董事會直接監管，第一屆永續發展委員會設有 3 席委員，並由柳婉郁獨立董事擔任召集人，委員涵蓋 ESG、碳權及環境、永續金融、永續旅遊等相關領域，且由董事總經理黃信川先生擔任永續，負責建立永續治理架構，控管氣候相關風險機會議題，包括策略風險、營運風險、財務風險、災害風險及氣候變遷等風險構面，後續提出及執行永續發展政策與制度，以及相關管理方針及具體推動計畫，並每年定期向董事會報告。	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P100
2	敘明所辨識之氣候相關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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候風險 分為實體風險和轉型風險(程度以高、中、低為序)針對各程度風險做出清晰的界定，並分析短中長期狀況以及對財務的影響，並歸納出有潛在衝擊的旅遊目的地，依據前述分析制定因應策略</li> <li>氣候機會 面對氣候變遷的衝擊，本公司從過往數據資料進行永續轉型的討論，進而歸納出短、中、長期的轉型機會並分析出機會可能產生的財務風險，以利擬定風險管控機制來降低對營運的衝擊，得以在氣候轉型上穩健因應</li> </ul>	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P106

序號	項目	執行情形	報告書章節	頁碼
3	敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	面對氣候變遷的衝擊，本公司從過往數據資料進行永續轉型的討論，進而歸納出短、中、長期的轉型機會並分析出機會可能產生的財務風險，以利擬定風險管控機制來降低對營運的衝擊，得以在氣候轉型上穩健因應	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P115
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	為因應政策與市場的快速變化和氣候的高度不確定性，本公司藉由辨識與評估氣候風險，以掌握和推估氣候情境可能造成的影響，並研擬氣候行動積極因應。本公司風險管理最高決策單位為董事會，負責審核風險管理政策，監督風險管理之運作情形，針對風險議題，依據業務範疇，進行營運、財務、法遵、人事、資安、ESG 之風險鑑別與分析，氣候變遷風險已納入本公司整體風險管理流程中	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P119
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	本公司已依據不同風險之情境分析評估與應用進行分析	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P100

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	為減緩全球暖化導致氣候變遷加劇，進而增加本公司經營之氣候相關風險及成本經永續發展籌備小組召開討論會議，於2023年訂定指標與目標，並於2024年持續修訂，作為氣候相關風險管理及減碳成效之參考依據。本公司未來將配合政府「2050淨零政策」，針對各指標規劃短中長期目標（短期：西元(下同)2024-2026年 / 中期：2027-2035 / 長期：2036-2050年），並擬定因應各指標及目標之執行策略。本公司期望透過指標及目標之訂定，將氣候相關風險對客戶及公司造成之影響最小化；並從自身做起，帶領旅遊產業以淨零為目標，降低產業對環境之負面影響	【附錄三】 TCFD 氣候相關財務揭露	P122
7	若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	仍於討論階段，故尚無法揭露		
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	仍於討論階段，故尚無法揭露		



## 表目錄

表 1	公司歷程
表 2	總部與分公司位置
表 3	董事多元化政策落實情形
表 4	功能委員會一覽表
表 5	永續發展委員會成員一覽表
表 6	永續發展委員會架構下之功能小組主要職掌說明
表 7	雄獅旅行社 2023~2024 年育嬰留停分析表
表 8	雄獅旅行社管理層級分析表
表 9	雄獅旅行社多元族群員工分析 _ 身心障礙人員
表 10	雄獅旅行社多元族群員工分析 _ 原住民族
表 11	雄獅旅行社 2024 年員工薪資概況表
表 12	利害關係人議合
表 13	雄獅旅行社重大議題衝擊分析暨管理行動方案
表 14	最近五年度損益分析
表 15	最近五年度財務分析
表 16	2024 年案件類型查核分析表
表 17	內部稽核與內部控制程序
表 18	內部控制風險等級表
表 19	2024 年緊急事故處理事件
表 20	2024 年資訊安全營運持續演練之名稱及次數
表 21	2024 年資安宣導及教育訓練課程
表 22	經證實個資外洩事件的影響統計數量
表 23	歷年能源使用量概況
表 24	歷年廢棄物處理量概況
表 25	2024 年產學合作
表 26	2024 年企業宣講課程場次
表 27	2024 年外籍員工分佈
表 28	員工薪酬激勵制度
表 29	2024 年重點培育實體課程
表 30	基期與升溫情境下影響臺灣的颱風頻率
表 31	臺灣颱風降雨改變率空間分布
表 32	雄獅旅行社實體風險之潛在衝擊項目 / 地區及因應策略
表 33	雄獅旅行社轉型風險之潛在衝擊項目及因應策略
表 34	雄獅旅行社氣候相關機會及未來規劃
表 35	雄獅旅行社因應氣候變遷之指標

## 圖目錄

11	圖 1 雄獅旅行社 王文傑 董事長	7
13	圖 2 雄獅旅行社 黃信川 永續長 (董事總經理)	8
16	圖 3 雄獅旅行社內湖總公司	10
19	圖 4 公司營運流程示意圖	13
20	圖 5 組織架構圖	15
21	圖 6 雄獅旅行社 _ 董事年齡佔比	17
24	圖 7 雄獅旅行社 _ 董事性別佔比	17
25	圖 8 永續發展委員會組織	20
25	圖 9 雄獅旅行社母公司組織	21
25	圖 10 雄獅旅行社關係企業組織	22
26	圖 11 2024 年雄獅旅行社員工人數及身分佔比	23
28	圖 12 2024 年雄獅旅行社關係企業社員工人數及身分佔比	23
32	圖 13 2024 年雄獅旅行社員工年齡分佈	24
39	圖 14 2024 年雄獅旅行社關係企業員工年齡分佈	24
39	圖 15 雄獅旅行社 2024 年新進員工分佈	26
44	圖 16 2024 年雄獅旅行社員工離職分佈	31
45	圖 17 重大議題矩陣圖	31
46	圖 18 歷年經營績效	39
47	圖 19 歷年現金股利政策及股利發放率	40
50	圖 20 循環作業流程圖	44
51	圖 21 資安暨個資管理室組織圖	49
51	圖 22 資安策略目標	49
65	圖 23 資安策略預期效益	49
66	圖 24 2024 年釣魚郵件點擊率	51
72	圖 25 雄獅旅行社供應鏈	53
73	圖 26 供應商申請流程	53
74	圖 27 供應商平台	54
75	圖 28 Lion Square 忠孝門市業界首創 智能櫃	57
77	圖 29 OCR 護照掃描機制應用示意圖	58
101	圖 30 雄獅旅行社 _ 南港禮賓候車室 藝廊空間	58
101	圖 31 雄獅旅行社 _ 南港禮賓候車室	59
106	圖 32 嚴選在地食材	59
115	圖 33 花蓮禮賓候車室 大理石工藝	59
119	圖 34 藍皮意象館	60
122	圖 35 藍皮意象館攜手地區農會共同策展	60

## 圖目錄

圖 36 金崙部落導覽	60	圖 74 雄獅集團營運模式	84
圖 37 福森號列車	61	圖 75 洛磯山脈豪華鐵道之旅	85
圖 38 栩悅號列車	61	圖 76 響應嘉義縣文化局育教行程	85
圖 39 海風號列車	61	圖 77 響應農糧署政策	85
圖 40 日本良品計畫、MUJI 無印良品臺灣區、雄獅旅行社三方首度跨界合作	62	圖 78 臺灣·北回歸線之巔／福爾摩沙永續軸帶推動建構論壇	85
圖 41 「大人團仔聚樂部」旅遊行程	62	圖 79 環境部「旅宿業減塑永續元年」記者會	86
圖 42 行前簡訊通知旅客 響應環保自帶水壺	64	圖 80 臺灣文博會限定「藍皮文博號」	86
圖 43 雄獅環境保護宣傳影片 / 圖	64	圖 81 SAF 燃油購買證明	86
圖 44 阿里山林鐵旅遊行程	64	圖 82 響應王到銀行「交通減碳卡」	86
圖 45 內洞國家森林遊樂區及滿月圓國家森林遊樂區	65	圖 83 響應「交通減碳卡」推動低碳新生活	87
圖 46 英國標準協會 (BSI) 核發「組織型溫室氣體查證證書	65	圖 84 響應昇恆昌 Everich 1%	87
圖 47 異常工作負荷促發疾病預防流程圖	68	圖 85 臺灣人才永續行動聯盟夥伴	87
圖 48 職場過勞預防講座及活動	69	圖 86 「大人團仔」	87
圖 49 作業流程圖	69	圖 87「2025 樂活旅遊趨勢暨產品發表會」	88
圖 50 女性工作者母性健康保護計畫流程	70	圖 88 嘉義市森鐵福森栩悅號 體驗圓夢之旅	88
圖 51 職場不法侵害之書面聲明	70	圖 89 2024 年關愛之家活動	88
圖 52 職場不法侵害律師講座	70	圖 90 2024 年龜山島淨灘活動	89
圖 53 職務遭受不法侵害預防計畫執行流程	71	圖 91 2024 年回饋社會捐血活動	89
圖 54 員工健檢	71	圖 92 2024 年敦親睦鄰 清掃學習活動	89
圖 55 員工施打流感疫苗	71	圖 93 溫室氣體排放情境預測	100
圖 56 職業專科醫師臨場服務	72	圖 94 影響臺灣的颱風頻率	100
圖 57 健康職場認證標章	72	圖 95 影響臺灣的強烈颱風頻率	101
圖 58 實習計畫	73	圖 96(a)、(b) 為單場次平均颱風降雨量的改變率；(e)、(f) 為每年平均颱風降雨量的改變	101
圖 59 2024 年新進人員多元招募管道分佈	74	率。(a)、(e) 為 +2°C 情境；(b)、(f) 為 +4°C 情境相較於基期 (1995-2014 年) 的	101
圖 60 2024 年新進人員年齡層多元分佈	74	改變率。單位：%。	101
圖 61 職工福利委員會活動	75	圖 97 基期與升溫情境下臺灣颱風路徑密度空間分布，單位：%。(a) 1995-2014 年基期觀	102
圖 62 社團活動	76	測值、(b) 1995-2014 年基期、(c) +2°C 情境、(d) +4°C 情境。	102
圖 63 雄獅訓練體系	76	圖 98 海岸地區未來颱風風浪與颱風暴潮衝擊變化趨勢	102
圖 64 雄獅大學數位平台優勢	77	圖 99 極端降雨與淹水發生機率變化	102
圖 65 新人輔導員關懷模型	78	圖 100 山區極端降雨與淹水發生機率變化	103
圖 66 新人輔導員制度四構面	78	圖 101 臺北地區海平面上升變化	103
圖 67 GTS(Green Travel Seal) 綠色旅行標章	81	圖 102 臺南地區海平面上升變化	103
圖 68 TUI 永續供應商證書	81	圖 103 高山森林與臺灣特有種 (水青岡) 適生面積變化	103
圖 69 穆斯林友善旅行社證書	81	圖 104 全球太陽能光電及電池之儲存容量與碳排放量	104
圖 70 雄獅旅行社 銀級環保旅行社標章	81	圖 105 2022-2050 年 STEPS、APS、NZE 情境下全球最終消費總量比例	104
圖 71 獲獎榮耀	82	圖 106 RCP 排放情境各時期之增溫幅度	105
圖 72 2024 年 國際金旅獎頒獎典禮	82	圖 107 RCP 排放情境各時期之氣溫	105
圖 73 2024 ITF 國際旅展 - 雄獅旅行社展攤	82	圖 108 RCP 排放情境各時期之海平面上升幅度	105



LION TRAVEL  
雄獅旅遊