

2025

山富國際旅行社  
永續報告書



# 目錄

## 前言

- 關於本報告書
- 經營者的話
- 報告書資訊
- 利害關係人溝通與重大主題

## | 永續管理—經濟績效

Chapter 1.

- 1.1 GRO 201: 穩健營運與經濟績效經濟績效
  - 1.1.1 GRI 201-1 核心指標
  - 1.1.2 GRI 201-2 核心指標
- 1.2 GRI 205: 反貪腐 (Anti-corruption)
  - 1.2.1 GRI 205-2 : 關於反貪腐政策與程序的溝通
  - 1.2.2 GRI 205-3 : 經確認的貪腐事件與採取的行動

## | 治理核心

客戶隱私與資訊安全(GRI418)

Chapter 2.

- 2.1 政策與承諾 (Policy & Commitment)
- 2.2 治理與責任 (Policy & Commitment)
- 2.3 風險評估與控管 (Risk Assessment & Control)
- 2.4 教育訓練 (Training & Awareness)
- 2.5 申訴與應變機制 (Grievance & Response Mechanism)

# 目錄

## 社會 共築責任供應鏈

- 3.1 公平透明的採購實務與在地化策略 (GRI 204)
- 3.2 供應商環境與社會評估 (GRI 308 & 414)
- 3.3 卓越旅遊服務與品質 (對應 GRI 417)
  - 3.3.1 管理方針 (Management Approach, GRI 3-3)
  - 3.3.2 績效指標 (Performance Indicators)

Chapter 3.

- 3.4 打造幸福職場
  - 3.4.1 吸引與留任：打造具競爭力的幸福職場 (GRI 401)
  - 3.4.2 職業健康與安全：守護員工的身心平衡 (GRI 403)
  - 3.4.3 培育與發展：賦能員工共創價值 (GRI 404)

## 環境 守護旅客安全與健康 (GRI 416)

- 4.1 管理方針 (Management Approach)
- 4.2 風險評估與控管 (Risk Assessment & Control)
- 4.3 教育訓練與意識提升 (Training & Awareness)
- 4.4 共創永續旅程
  - 4.4.1 治理 (Governance)
  - 4.4.2 策略 (Strategy)
  - 4.4.3 風險管理 (Risk Management)
  - 4.4.4 指標與目標 (Metrics and Targets)

Chapter 4.

山富旅遊自成立以來，始終秉持著「以人為本」的核心精神，致力於為客戶創造獨特且難忘的旅行體驗。隨著全球對永續發展的日益重視，我們深刻體認到，作為旅遊產業的一份子，我們不僅肩負著滿足旅客需求的責任，更應積極實踐企業社會責任，推動產業朝向更永續的方向發展。

本報告書為山富旅遊首次發布的永續報告書，旨在公開透明地呈現我們在環境、社會及公司治理（ESG）三大面向的努力與成果。內容涵蓋了我們從營運、產品設計到供應鏈管理的永續策略、具體行動與績效指標。透過這份報告，我們希望能與所有利害關係人，包括股東、員工、客戶、合作夥伴及社會大眾，建立更緊密的溝通橋樑，共同探討如何透過旅遊的力量，為我們的地球與社會帶來正向的改變。

這份報告不僅是對過去一年的回顧與檢視，更是對未來的承諾與期許。我們深信，永續發展不是一條孤獨的道路，而是需要衆人齊心協力的旅程。山富旅遊將持續以穩健的步伐，朝著「永續旅遊」的願景邁進，並期待與您攜手同行，共創美好未來。

## 擘劃永續藍圖，共創旅遊新價值

### 親愛的股東、客戶、員工與合作夥伴們

回首過去，展望未來，旅遊產業正站在一個前所未有的轉捩點。全球在經歷挑戰後，人們對於世界的探索渴望更勝以往，但同時，對於環境保護、社會責任的重視也達到了新的高度。在山富旅遊，我們深信，企業的長期價值，建立在財務的穩健與永續的實踐之上，兩者並非取捨，而是相輔相成的共生關係。

## 以良心責任為核心，驅動永續的價值鏈

自1988年成立以來，「良心與責任」始終是山富穩健經營的基石。在觀光產業的價值鏈中，山富扮演著「產業的關鍵整合者」角色。這個位置賦予我們獨特的影響力，也讓我們肩負起引領產業邁向永續的重責大任。我們不單是行程的規劃者，更是永續理念的傳遞者與實踐者。

我們深刻理解，每一次的旅程，都與地球的資源緊密相連。因此，我們將永續DNA植入營運的每一個環節：

- 在供應鏈管理上，我們不僅評估價格與品質，更將ESG（環境、社會、公司治理）標準納入供應商的選擇標準。我們優先與同樣重視環保、支持在地社區、善待員工的航空公司、飯店與景點合作，共同打造一條「責任供應鏈」。這不僅是道德的選擇，更是降低營運風險、提升品牌韌性的策略性投資。
- 在產品設計與客戶溝通上，我們致力於推動「綠色旅遊」。從領隊出發前溫馨提醒旅客自備盥洗用品，到行程中安排對環境友善的體驗，我們邀請每一位山富的旅客，成為負責任的旅行家。我們相信，真正的美好旅程，是在滿足探索渴望的同時，也能守護我們共同的家園。

## 數據賦能，讓永續足跡可視化

身為董事長，我堅信「可衡量，才能夠管理」。為了將永續承諾具體化，山富旅遊率先引進國際級的旅遊碳排放模型，用以估算機票所產生的碳排放量。這項工具不僅為我們自身的減碳策略提供了科學依據，更賦能我們的企業客戶與個人旅客，能夠清晰看見旅程的碳足跡，進而做出更具永續意識的選擇。這不僅是技術的應用，更是我們對資訊透明化與可歸責性的鄭重承諾。

## 展望未來：永續是我們最好的投資

本報告書依循全球報告倡議組織 ( GRI ) 準則編製，誠實揭露我們在經濟、環境與社會面向的努力與績效。

展望未來，山富將持續深化永續治理，探索更多創新的綠色旅遊模式，並偕同價值鏈上下游的夥伴，擴大正向影響力。

我們相信，投資永續，就是投資山富旅遊的未來。這份投資將回饋於更忠誠的客戶、更敬業的團隊、更穩固的夥伴關係，以及更具韌性的地球。

感謝所有利害關係人一路上的信任與支持。山富旅遊邀請您，與我們一同踏上這段充滿意義的永續旅程，共同擘劃旅遊產業的新篇章，為世界創造更美好的價值。

**本章節旨在說明山富國際旅行社股份有限公司（以下簡稱「山富」或「本公司」）2024年度永續報告書（以下簡稱「本報告書」）之編製基礎、範疇及相關資訊，以利害關係人清晰理解本報告書之內容。**

◆ 編製依據

本報告書依循全球公認之永續報告框架進行編製，以確保資訊揭露的完整性、可比較性與透明度。主要參考及遵循之規範如下：

- 全球永續性報告協會 ( Global Reporting Initiative, GRI ) 所發布之 GRI通用準則2021年版 ( GRI Universal Standards 2021 ) 。
- 臺灣證券交易所股份有限公司「上市上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」之相關規範。

相關GRI準則內容索引，請詳見本報告書附錄。

## ◆ 報告涵蓋期間、頻率

- 報告期間：本報告書揭露期間為西元 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，與本公司年度財務報告期間一致。為確保資訊的完整性與前後期可比較性，部分數據或績效說明可能追溯至過往年度，我們將於相關章節中另行註明。
- 發行頻率：山富旅遊以年度為基礎，定期發行永續報告書。本年度報告書之發行日期為西元 2025 年 8 月。本年度為公司第一次發行永續報告書。
- 資訊取得：最新及歷年報告書皆公布於本公司官方網站之利害關係人專區，供各界參閱。

## ◆ 報告邊界與範疇率

本報告書以山富國際旅行社股份有限公司為報告主體，揭露範圍涵蓋台灣地區所有營運據點，包含台北總公司及全台各地分公司之營運活動。

報告書中各項績效數據之蒐集與揭露，原則上皆以此範疇為準。若特定主題或指標的報導邊界有所不同（例如，部分數據僅涵蓋總公司），將於該章節內文或圖表中另行說明。

## ◆ 資訊重編

本報告書內容與數據皆為首次發布，無重大資訊重編或變更之情形。

## ◆ 外部確信/保證情形

為確保資訊揭露之即時性與內部資源的有效運用，本年度永續報告書未經獨立第三方機構進行外部查證或確信。我們承諾所有揭露資訊均力求詳實與準確。未來，本公司將持續評估導入外部確信之可行性，以強化報告書之公信力。

## ◆ 永續報告之責任單位與聯絡資訊

山富旅遊歡迎所有利害關係人給予我們回饋與建議，您的寶貴意見是我們持續進步的動力。若您對本報告書內容有任何疑問或指教，請透過以下管道與我們聯繫：

- 負責單位：發言人
- 聯絡人：李慶良 副總經理
- 聯絡電話：(02) 7734-9628
- 電子郵件信箱：[investor-relations@richmond.com.tw](mailto:investor-relations@richmond.com.tw)
- 公司地址：台北市中山區南京東路二段85號4樓

企業的永續發展根植於與利害關係人的雙向溝通及互信關係。我們視所有利害關係人為珍貴的夥伴，透過建立多元、暢通的議合管道，我們得以深入了解其關注的議題與期望，並將這些寶貴的意見回饋至公司的營運策略與永續發展藍圖中。本章節將詳述我們如何鑑別主要利害關係人、與其溝通互動，並透過系統性的重大性分析流程，鑑別出對山富營運與利害關係人而言最關鍵的永續主題。

## ◆利害關係人議合

本公司依據AA1000利害關係人議合標準（SES）之五大原則（依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力），鑑別出主要的四大利害關係人類別，分別為：股東／投資人、客戶／旅客、員工、供應商／合作夥伴。我們透過常態性的溝通機制，與其維持良好互動。

利害關係人類別	主要溝通與議合方式	關注議題
		<p><b>G 治理面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>健全的董事會結構與有效的公司治理機制</li> <li>公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效</li> <li>有效的風險管理策略，以應對產業變動(如地緣政治、疫情)</li> <li>對外資訊揭露的透明度與即時性</li> </ol>
股東／投資人	股東常會、法人說明會、公司年報、公開資訊觀測站、公司官網投資人專區	<p><b>S &amp; E 社會與環境面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>將ESG(環境、社會、治理)整合於公司核心營運策略中</li> <li>在氣候變遷下，公司發展永續旅遊的策略與機會</li> <li>良好的人才吸引與留任機制</li> </ol>

利害關係人類別	主要溝通與議合方式	關注議題
客戶／旅客	客戶服務專線、官方網站及社群平台、旅遊滿意度問卷、領隊直接溝通	<p><b>G 治理面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 旅遊行程資訊透明、價格合理</li> <li>2. 保護個人訂購資料，不遭外洩或濫用</li> <li>3. 提供多元、便捷的申訴或客服管道</li> </ol> <p><b>S 社會面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. 保障旅行過程中的人身安全與健康</li> <li>5. 提供高品質、符合期待的旅遊服務與體驗</li> <li>6. 行程安排尊重並維護旅遊目的地的文化</li> </ol> <p><b>E 環境面</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. 旅行社推廣綠色旅遊或環保概念(如自備盥洗用品)</li> <li>8. 行程規劃能為地方社區帶來正面經濟效益</li> </ol>

利害關係人類別	主要溝通與議合方式	關注議題
員工	定期部門會議、員工意見信箱、績效面談與發展計畫、教育訓練課程、職工福利委員會	<p><b>G 治理面</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 公司具備誠信經營的文化與透明的溝通管道</li><li>2. 公司具備健全的風險管理制度 (如疫情應變)</li></ol> <p><b>S 社會面</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>3. 提供具競爭力且公平的薪資福利與績效考核制度</li><li>4. 重視員工的職業安全與身心健康 (特別是外勤/領隊)</li><li>5. 提供完善的教育訓練與多元的職涯發展機會</li></ol>

利害關係人類別	主要溝通與議合方式	關注議題
...		
...		
...		
...		
...		
...		
...		
員工	定期部門會議、員工意見信箱、績效面談與發展計畫、教育訓練課程、職工福利委員會	<p><b>G 治理面</b></p> <p>6. 打造性別平等、無歧視的友善工作環境</p> <p><b>E 環境面</b></p> <p>7. 公司內部推動節能減碳、垃圾分類等環保措施</p> <p>8. 公司開發或推廣對環境友善的綠色旅遊產品</p>
...		
...		
...		
...		
...		
...		
...		

利害關係人類別	主要溝通與議合方式	關注議題
..		<b>G 治理面</b> 1. 具備公平、透明的供應商遴選與合作條款 2. 合作流程順暢，溝通管道有效且即時 3. 遵守合約精神，維持誠信的夥伴關係 4. 具備穩健的財務與風險控管能力
..		<b>S &amp; E 社會與環境面</b> 5. 共同維護旅客在途中的安全與服務品質 6. 山富旅遊要求或鼓勵其供應鏈夥伴符合永續標準 7. 雙方能共同開發或推動對環境、社會友善的永續旅遊產品
..		..
..		..
..		..
..		..
..		..
..		..
供應商／合作夥伴	供應商評鑑與稽核、採購合約、定期會議與訪視、產業交流活動	..

## ◆決定重大主題的流程

為確保本報告書能精準回應利害關係人的期望，並聚焦於對公司營運具實質影響的議題，我們依循GRI準則的指引，建立了一套嚴謹的重大主題鑑別流程，共分為四個步驟：

1. 步驟一：鑑別相關主題 蒐集與旅遊產業相關的永續議題，議題來源包含：國內外永續發展趨勢、GRI準則、同業標竿分析、內部風險評估會議，以及前述利害關係人日常溝通中所關注的議題，彙整出一份涵蓋環境 (E)、社會 (S)、治理 (G) 三大面向的候選議題清單。
2. 步驟二：議題分析與排序（重大性矩陣分析）我們透過「重大主題問卷」，邀請內外部利害關係人針對候選議題進行評分，並由公司ESG永續發展委員會成員進行內部評估，從以下兩個維度進行排序：
  - Y軸（縱軸）- 對利害關係人的影響程度：根據各利害關係人問卷的加權平均分數，評估各項議題對其決策與評估的重要性。
  - X軸（橫軸）- 對山富營運的衝擊程度：由內部高階主管與ESG委員會，從機會與風險兩個層面，評估各項議題對公司營運、財務、策略及聲譽的衝擊程度。

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
A. 旅客/顧客	1. 旅遊行程資訊透明、價格合理	5	4.83
	2. 保護個人訂購資料，不遭外洩或濫用	5	4.87
	3. 提供多元、便捷的申訴或客服管道	3	4.77
	4. 保障旅行過程中的人身安全與健康	5	4.88
	5. 提供高品質、符合期待的旅遊服務與體驗	5	4.84

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
A. 旅客/顧客	6. 行程安排尊重並維護旅遊目的地的文化	3	4.84
	7. 旅行社推廣綠色旅遊或環保概念	2	4.59
	8. 行程規劃能為地方社區帶來正面經濟效益	2	4.58

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
B. 員工	1. 公司具備誠信經營的文化與透明的溝通管道	5	4.57
	公司具備健全的風險管理制度 (如疫情應變)	5	4.6
	2. 提供具競爭力且公平的薪資福利與績效考核制度	5	4.47
	3. 重視員工的職業安全與身心健康 (特別是外勤/領隊)	5	4.5

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
B. 員工	4. 提供完善的教育訓練與多元的職涯發展機會	3	4.45
	5. 公司開發或推廣對環境友善的綠色旅遊產品	2	4.61
	打造性別平等、無歧視的友善工作環境	4	4.64
	公司內部推動節能減碳、垃圾分類等環保措施	1	4.6

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
C. 供應商/合作夥伴	1. 具備公平、透明的供應商遴選與誠信夥伴關係	5	4.89
	合作流程順暢，溝通管道有效且即時	5	4.87
	打造性別平等、無歧視的友善工作環境	4	4.64
	公司內部推動節能減碳、垃圾分類等環保措施	1	4.6

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
C. 供應商/合作夥伴	2. 共同維護旅客在途中的安全與服務品質	5	4.89
	山富旅遊要求或鼓勵其供應鏈夥伴符合永續標準	4	4.91
	3. 要求或鼓勵供應鏈夥伴符合永續標準	3	4.89

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

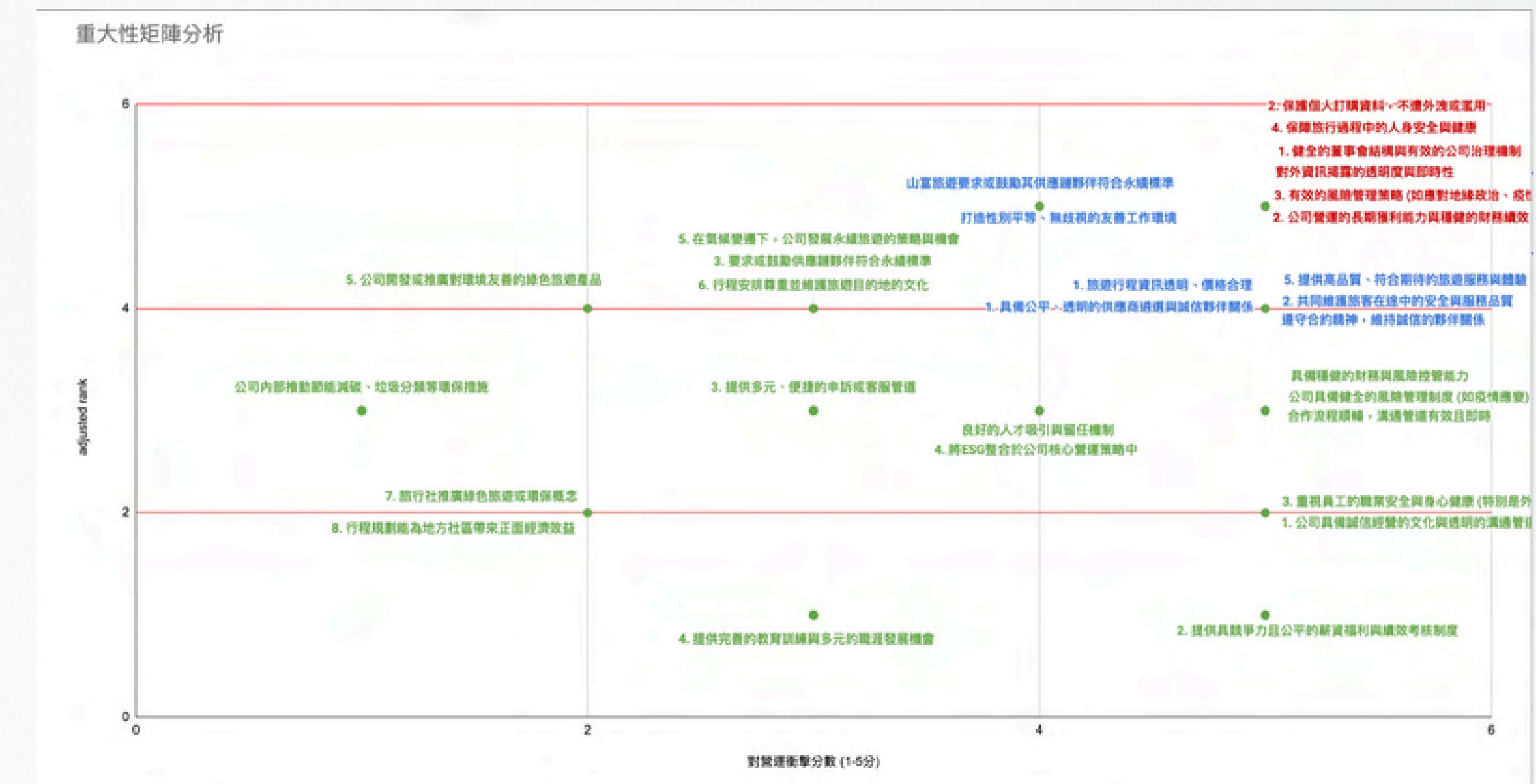
利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
D. 股東/投資人	1. 健全的董事會結構與有效的公司治理機制	5	5
	2. 公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效	5	5
	3. 有效的風險管理策略 (如應對地緣政治、疫情)	5	5
	4. 將ESG整合於公司核心營運策略中	4	4.75

## 重大議題對營運衝擊之量化分數

利害關係人類別	議題	對營運衝擊分數 (1-5分)	利害人重視程度 (重大性分析問券平均得分)
D. 股東/投資人	5. 在氣候變遷下，公司發展永續旅遊的策略與機會	4	4.75
	對外資訊揭露的透明度與即時性	5	5
	良好的人才吸引與留任機制	4	4.75

3. 步驟三：繪製與確認重大主題 將所有議題的(X, Y)座標繪製於「重大主題矩陣圖」上。落在圖中右上角「高度重大主題區」的議題，即為利害關係人高度關注且對公司營運具高度衝擊的主題，經ESG永續發展委員會審核確認後，正式列為本年度之重大主題。

### 重大性矩陣分析



## ◆重大主題列表

經由系統性的鑑別流程，本公司確認2024年度共11項重大主題。下表詳列各主題所對應之永續面向（治理G、環境E、社會S），以及與該主題最為相關的主要利害關係人。

編號	重大主題	對應面向	主要對應之利害關係人
1	旅遊安全與健康	社會 (S)	客戶、員工、供應商
2	健全的董事會結構與有效的公司治理機制	治理 (G)	股東／投資人
3	客戶隱私與資訊安全	社會 (S) / 治理 (G)	客戶
4	有效的風險管理策略 (如應對地緣政治、疫情)	治理 (G)	股東／投資人、員工、供應商、客戶

編號	重大主題	對應面向	主要對應之利害關係人
5	公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效	治理 (G)	股東／投資人、員工
6	提供高品質、符合期待的旅遊服務與體驗	社會 (S)	客戶、股東／投資人
7	山富旅遊要求或鼓勵其供應鏈夥伴符合永續標準	治理 (G) / 環境 (E) / 社會 (S)	供應商、客戶
8	打造性別平等、無歧視的友善工作環境	社會 (S)	員工
9	合作流程順暢，溝通管道有效且即時	治理 (G)	供應商

編號	重大主題	對應面向	主要對應之利害關係人
10	重視員工的職業安全與身心健康 (特別是外勤/領隊)	社會 (S)	員工
11	公司具備誠信經營的文化與透明的溝通管道	治理 (G)	員工、客戶、股東／投資人、供應商

## ◆重大主題之管理

針對上述8項重大主題，山富旅遊已建立相對應的管理方針與行動方案，並於本報告書各章節中進行詳細揭露，展現我們對永續承諾的具體實踐。

ESG面向	重大主題	GRI 準則對應表	對應章節
治理 (G)	公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效	GRI 201: 經濟績效 2016 GRI 205: 反貪腐 2016	第二章 永續治理與誠信經營
社會 (S)	客戶隱私與資訊安全	GRI 418: 客戶隱私 2016	第三章 客戶隱私與資訊安全
治理 (G)	永續供應鏈管理	GRI 417: 行銷與標示 2016	第四章 共築責任供應鏈

ESG面向	重大主題	GRI 準則對應表	對應章節
社會 (S)	守護旅客安全與健康	GRI 417: 行銷與標示 2016	第五章 守護旅客安全與健康
社會 (S)	卓越旅遊服務與品質	GRI 416: 客戶健康與安全 2016 GRI 417: 行銷與標示 2016 GRI 418: 客戶隱私 2016	第六章 卓越旅遊服務與品質

ESG面向	重大主題	GRI 準則對應表	對應章節
社會 (S)	人才吸引與員工照護	GRI 401: 聘僱 2016 GRI 403: 職業健康與安全 2018 GRI 404: 訓練與教育 2016	第七章 打造幸福職場與人 才永續
環境 (E)	氣候變遷因應與能源管理	GRI 302: 能源 2016 GRI 305: 排放 2016	第八章 共創永續旅程

## 2. 永續管理—永續治理與誠信經營

2.1 GRI 201: 穩健營運與經濟績效經濟績效

2.1.1 GRI 201-1 核心指標

直接經濟價值的產生與分配

2.1.2 GRI 201-2 核心指標

氣候變遷的財務影響與其他風險和機會

2.2 GRI 205: 反貪腐

2.2.1 GRI 205-2：關於反貪腐政策與程序的溝通

2.2.2 GRI 205-3：經確認的貪腐事件與採取的行動

⋮

⋮

### | 重大主題：公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效

山富旅遊深刻理解，企業的永續經營不僅建立在短期獲利之上，更取決於長期的財務穩健性以及與所有利害關係人共享經濟價值的承諾。我們致力於透過創新的商業模式、前瞻的發展策略與嚴謹的財務管理，創造可持續的經濟價值，並確保公司在多變的全球環境中穩健前行。在113年度，公司營收不僅較前一年度成長36%，更已超越疫情前的水平，展現了我們策略執行的卓越成果。

## 2.1 GRI 201: 穩健營運與經濟績效經濟績效

單位：新台幣千元；%

產品項目	年度	113年度		114年度	
		銷售金額	營業比重	銷售金額	營業比重
長程線		971,501	14.21%	652,076	13.00%
遊輪線(台灣出發)		499,339	7.30%	275,163	5.49%
東南亞線		1,281,850	18.75%	836,812	16.69%
東北亞線		3,654,773	53.46%	2,897,686	57.79%
大陸線		195,120	2.85%	61,407	1.22%
國民旅遊		89,590	1.31%	172,412	3.44%
其他(係指其他係票務、訂房等元件之手續費收入及佣金收入)		144,715	2.12%	118,585	2.37%
合計		6,836,888	100.00%	5,014,141	100.00%

## | 價值創造模式與永續獲利策略

### 1. 如何創造經濟價值：多元產品與全球網絡整合的商業模式

山富旅遊作為旅遊產業鏈中游的關鍵整合者，我們的核心商業模式在於高效串連上游的全球供應商（如航空公司、郵輪公司、飯店集團、在地運輸業者）與下游的廣大旅客。我們透過以下方式創造經濟價值：

- 全方位產品組合：我們提供涵蓋全球的多元化旅遊產品，從長程線的歐美、中東旅遊，到深受國人喜愛的東北亞、東南亞線，乃至於深度經營、遍及全台368鄉鎮與離島的國民旅遊。此外，我們也積極發展國際郵輪、高爾夫假期、客製化包團、商務差旅、票務與訂房系統等服務，滿足個人、家庭、同業及企業客戶的廣泛需求。
- 建立全球供應鏈網絡：我們與全球各大航空公司、郵輪公司及飯店供應商維持長期且穩固的合作關係，以確保充裕的機位與房間供應，取得市場競爭優勢。例如，我們的訂房系統已可提供超過20萬間全球住宿選擇。
- 線上線下（OMO）整合服務：我們結合線上電子商務平台（B2C官網與B2B同業系統）與線下遍布全台的11個實體服務據點，為客戶提供兼具便利性與專業溫度的無縫服務體驗。

## 2. 長期財務目標與策略：確保永續的獲利能力

我們的長期財務目標是實現持續的營運成長與穩健的獲利能力，為股東、員工及社會創造最大價值。為達成此目標，我們採取以下核心策略：

- 科技創新驅動成長：我們順應數位化浪潮，積極投資於研究發展，致力打造次世代數位系統。例如，在113年度我們推出了市場獨有的「機票多票搜尋系統」，並全面升級訂房系統。同時，我們將AI技術與大數據分析應用於產品設計與營運優化，並開發「數位化商務差旅系統」，以科技提升服務價值與營運效率。
- 產品多元化與深度經營：為應對市場競爭與消費趨勢的改變，我們不僅擴大產品廣度，更注重經營產品深度。我們持續開發如國外鐵道旅遊等特殊主題行程，並在熱門路線上提供天數更長、體驗更深入的產品，以高品質與差異化策略鞏固市場地位。
- 鞏固核心資源與拓展客源：我們持續與航空公司等關鍵供應商維持良好關係，並積極開拓新資源。同時，我們擴展實體服務網絡，強化銷售團隊的專業能力，專注於客製化市場，以卓越服務提升客戶價值並拓展新客源。
- 將永續理念融入商業模式：我們相信永續發展是長期獲利的基石。公司已著手將ESG理念融入核心業務，例如在數位差旅系統中提供機票碳排放數據，並投資購入符合最新環保規格的遊覽車。這些舉措不僅實踐了企業社會責任，也提升了品牌價值，有助於吸引日益重視永續議題的企業客戶，確保公司在未來的競爭中保持領先。

## 重大主題：直接經濟價值的產生與分配 (Direct Economic Value Generated and Distributed - EVG&D)

公司不僅是一個經濟實體，更是社會價值的創造者與分配者。GRI 201-1「直接經濟價值的產生與分配」核心指標，為我們提供了一個清晰的框架，展示公司在特定會計期間內，如何將所創造的經濟價值，有效地分配給各主要利害關係人，並保留部分價值以支持未來的發展。這不僅體現了我們的獲利能力，更彰顯了公司與利害關係人共創、共享的承諾。

### 2.1.1 GRI 201-1 核心指標

此指標猶如一張「企業版收支表」，具體呈現了我們的營業收入來源，以及這些收入如何透過營運成本、員工薪資福利、對資金提供者的回饋、政府稅捐及社區投資等方式，流向不同的群體。以下是本公司在最近會計期間內，直接經濟價值的產生與分配情形，所有數據均以新台幣仟元為單位：

項目	類別	金額(新台幣仟元)	說明
A. 產生的直接經濟價值 (EVG)	營業收入	6,836,888	公司主要營運活動所創造的總收入。
B. 分配的直接經濟價值 (EVD)			
營運成本	支付予供應商	5,918,453	支付給機票、飯店、餐食、交通等供應商的款項。
員工薪資與福利	支付予員工	411,000	支付給全體員工的薪資、獎金、員工紅利、退休金、保險等。
支付給資金提供者的款項	支付予股東及銀行	78,000	股利(每股2元，36,000,000股共72,000仟元)及利息支出(6,000仟元)。
支付給政府的款項	支付予政府	0	公司繳納的各項稅捐。
社區投資	支付予社區	0	用於社區參與或慈善捐贈的金額。
總計分配的經濟價值 (B)		6,407,453	
C. 保留的經濟價值 (EVR)	保留盈餘 (A - B)	429,435	公司為支持未來營運、再投資及應對不確定性而保留的經濟價值。

透過這份直接經濟價值的產生與分配表，我們可以清楚看到，山富旅遊在創造豐厚營業收入的同時，積極地將這些價值回饋給支持我們營運的各個利害關係人。營運成本是我們維繫核心業務運作的基礎，而員工薪資福利的投入，則肯定了全體員工的努力與貢獻。對股東與資金提供者的回饋，彰顯了我們對資本市場的責任。

值得注意的是，公司在扣除所有分配給利害關係人的款項後，仍保有相當的經濟價值（429,435 仟元）。這筆「保留的經濟價值」是公司永續發展的關鍵，它將被用於未來的再投資、技術升級、市場拓展，以及提升財務韌性，以確保山富旅遊能夠在不斷變化的市場環境中保持競爭力，並持續為所有利害關係人創造長期價值。我們將持續審慎管理，確保這些保留價值能為公司帶來最大的效益，進而鞏固公司的長期獲利能力與穩健的財務績效。

公司營運的長期獲利能力與穩健的財務績效是企業永續發展的基石。我們不僅追求自身的經濟成長，更致力於創造共享價值，確保所有利害關係人都能從公司的成功中受益。在 GRI 201: 經濟績效的揭露中，我們將詳細闡述公司如何透過健全的治理機制，有效管理並監控經濟績效。

## 1. 治理與責任：

在山富旅遊，我們建立了清晰的職責分工與監督機制，以確保公司的經濟績效與財務狀況獲得嚴謹的監控與管理。

- 負責部門與主管：公司由財務部主管兼任公司治理主管，全面負責監控公司的經濟績效與財務狀況。該主管負責整合財務會計資訊，並統籌公司治理相關事務，確保財務揭露的透明度與正確性，同時有效執行內控機制，以維護公司的資產與財務穩健。此職務的設置，明確了財務管理的核心角色，並強化了財務策略與整體公司治理的連結。
- 董事會對財務績效與長期策略的監督：董事會作為公司最高的治理機構，對公司的財務績效與長期策略發揮著關鍵的監督作用。其監督方式多元且具體，包括：
- 定期財務報告審閱與核決：董事會定期召開會議，審閱並核准季度及年度的營業報告書、財務報表及合併財務報告。例如，在最近年度，董事會審閱並通過了113年度財務報告，確保公司財務數據的真實性與健全性。審計委員會作為董事會下設的功能性委員會，會先行審核上述財務報表及決算表冊，並就內部控制有效性評估報告提出意見，再提報董事會決議，為董事會的財務決策提供專業的獨立審查。

- 營運預算與績效考核：董事會負責審核並通過年度營業預算案，這不僅是年度營運目標的設定，更是對公司未來長期策略方向的指導。同時，董事會亦透過審核經理人及員工獎金發放、董事酬勞等議案，將績效與薪酬機制連結，鼓勵公司成員共同達成財務目標。
- 內部控制與風險管理：董事會持續審視並通過修訂公司章程、取得或處分資產處理程序以及內部控制辦法等重要規章，確保公司營運的合法合規性與風險控制的有效性。審計委員會亦負責審查內部控制有效性自行評估報告，並評估簽證會計師的獨立性與適任性，為董事會提供專業意見，強化財務報告的可靠性。
- 重大策略性議案審議：董事會對公司的長期發展策略性議案進行審議及決策，例如設立孫公司、增資子公司、申請銀行授信額度等重大投融資計畫，以及設置永續發展推動小組等，這些決議都直接影響公司的長期獲利能力與市場競爭力。
- 董事會績效評估：公司訂有董事會績效評估辦法，每年定期針對董事會的運作效能進行評估，內容涵蓋對公司營運的參與程度、決策品質、組成與結構、董事的選任及持續進修、以及內部控制等面向。評估結果將提報董事會，並運用於提升董事會的整體效能，確保董事會能持續為公司的永續發展貢獻專業。

透過上述嚴謹的治理與監督機制，山富旅遊確保了公司經濟績效的穩健發展，並將其成果透過透明的決策與管理，與所有利害關係人共同分享，實現永續經營的目標。

## | 氣候變遷的財務影響與其他風險和機會

身為旅遊產業的領導者，山富旅遊深刻體認到，氣候變遷不僅是全球性的環境議題，更是直接影響公司財務績效與長期競爭力的核心風險。因此，我們將氣候相關風險與機會的識別、評估及管理，納入公司整體的營運策略與風險管理框架中，確保企業的永續韌性。

### 2.1.2 GRI 201-2 核心指標

#### 氣候相關風險與財務影響

1. 轉型風險 (Transition Risks): 關於轉型風險，如未來可能全面實施的碳費制度，我們評估其對公司的直接財務衝擊相對有限。山富旅遊作為一家以服務為導向的企業，主要的碳排放源於辦公室的電力使用，如空調、照明與電腦設備，與高耗能的製造業有本質上的不同。因此，預期未來因碳排放所需支付的直接費用（如碳費）對整體營運成本的影響較小。

2. 實體風險 (Physical Risks): 對山富旅遊而言，更為顯著的挑戰來自於氣候變遷帶來的實體風險。台灣位處亞熱帶，颱風、暴雨等極端氣候事件的頻率與強度增加，直接威脅到旅遊行程的順利進行。這類風險可能導致航班異動或取消、郵輪行程中斷、地面交通受阻等突發狀況。其潛在的財務影響包括：

- 額外成本增加：為旅客安排替代交通、緊急住宿及餐飲所產生的額外費用。
- 營業收入損失：因行程被迫取消或縮短而導致的退費及收入減少。
- 商譽影響：若應對不當，可能影響旅客滿意度及品牌聲譽。

## 氣候相關機會與因應策略

然而，風險與機會並存。我們積極將氣候變遷的挑戰轉化為提升營運效率與市場競爭力的契機。

1. 低碳營運的競爭優勢：在營運端，我們長期致力於低碳轉型。在採購辦公用品時，我們優先選擇具備「台灣綠色環保標章」的供應商；同時，我們在發展無紙化作業系統上的投入程度，也相對領先同業。這些前瞻性的措施，不僅降低了自身的碳足跡，更使得我們每單位營收所產生的碳排放與潛在碳費成本，在市場上具備顯著的競爭力，為公司構建了一道綠色護城河。
2. 風險管理的專業能力：面對實體風險，我們憑藉多年累積的產業經驗，建立了一套成熟的風險應對機制。我們的團隊具備豐富的經驗，能夠在極端氣候事件發生時，迅速啟動應變計畫，透過與全球供應商的緊密合作，靈活調整行程，最大化地降低對旅客服務體驗的衝擊及公司的營業損失，將潛在的財務影響降至最低。
3. 開拓綠色旅遊市場：展望未來，我們看見永續旅遊的龐大潛力。消費者對環保議題的關注日益提升，這為我們開創了新的商業機會。我們將持續運用自身的低碳營運優勢，開發對環境友善的綠色旅遊產品，滿足日益增長的市場需求，開創新的收入來源。
4. 總結而言，山富旅遊以務實且前瞻的態度面對氣候變遷的挑戰，我們不僅有效控制風險，更將其轉化為強化公司治理、提升營運效率及開拓新市場的動力，確保在變動的環境中，持續為所有利害關係人創造穩健的長期價值。

## 風險管理與應變能力：應對外部環境的不確定性

在追求永續獲利的道路上，我們認知到旅遊業高度受到「外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響」。特別是燃油價格波動、地緣政治衝突等因素，可能直接衝擊營運成本與獲利能力。為此，山富旅遊已建立一套以靈活性、多元化與科技力為核心的風險管理框架，確保在多變的環境中穩健前行。

我們的具體管理策略如下：

1. 應對地緣政治與環境風險：多元化的產品佈局 我們深知單一市場的風險，因此公司長年堅持全球化的產品佈局。我們的產品線完整涵蓋歐洲、美洲、中東、東北亞、東南亞、紐澳，以及台灣深度旅遊。這種地理上的多元化是我們最有效的避險工具。當特定地區因政治不穩、天災或疫情而導致旅遊風險升高時，我們「成熟應變能力強的經營團隊」能夠迅速掌握市場動態，將行銷資源與銷售重心轉移至其他安全的旅遊目的地，從而穩定整體營收，降低單一市場波動帶來的衝擊。
2. 公司治理、提升營運效率及開拓新市場的動力，確保在變動的環境中，持續為所有利害關係人創造穩健的長期價值。

2. 管理成本波動（如燃油附加費）：靈活的供應商策略與科技賦能 燃油價格的波動通常會由航空公司以燃油附加費的形式轉嫁，進而影響旅遊產品的總價與市場競爭力。我們的因應策略並非消極接受，而是主動管理：

- 多元化的供應商網絡：我們除了與中華、長榮、星宇等國籍航空維持穩固的合作關係外，更開拓新的外籍航空公司及廉價航空機位取得，確保在各航線擁有充裕且具彈性的機位選擇。這使我們在成本上漲時，能為客戶尋找更具性價比的替代方案。
- 科技提升價格競爭力：我們於113年推出的市場獨家「機票多票搜尋系統」，讓系統能自動比較「來回機票」與「兩張單程票」的組合價格。這項創新讓我們在票價波動時，依然能為消費者發掘最具競爭力的價格，將成本衝擊降至最低。

3. 前瞻性的策略思維：以靈活與創新迎接挑戰 公司最高管理層始終堅信，面對「全球環境充滿不確定性」的未來，僵化的策略無法生存。因此，我們強調以「更靈活的策略、更創新的思維，迎接每一個挑戰」。這不僅是精神喊話，更體現在我們持續投入數位轉型、開發如郵輪電子商務、數位差旅系統等新商業模式的行動上。這些創新不僅提升了營運效率，更開創了新的營收來源，強化了公司抵禦外部風險的綜合實力。

總結而言，山富旅遊透過產品地理的多元化、供應商網絡的彈性、以及持續的科技創新，建立了一道堅實的防護網。我們將風險管理視為日常營運的一部分，確保在任何外部挑戰下，都能保障公司的財務穩健，持續為所有利害關係人創造永續的經濟價值。

## 誠信經營與反貪腐作為

誠信是企業永續經營的基石，也是贏得所有利害關係人信任的唯一途徑。我們致力於建立一個透明、廉潔的商業環境，並對任何形式的貪腐行為採取「零容忍」政策。為此，我們透過嚴謹的內部控制、全面的教育訓練及有效的監督機制，將反貪腐文化深植於公司的日常營運之中。

### 2.2.1 GRI 205-2：關於反貪腐政策與程序的溝通及訓練

我們認為，有效的反貪腐始於預防，而預防的關鍵在於溝通與訓練。我們確保從董事會到每一位員工，都充分理解公司的反貪腐政策，並具備識別與應對相關風險的能力。

- 董事會成員訓練與承諾：本公司董事會由4位董事及4位獨立董事組成，共計8名成員。於報告期間內，所有董事會成員（100%）均已接受反貪腐相關主題的訓練與溝通，並符合主管機關要求的年度進修時數。此舉確保了公司的最高治理單位能以身作則，引領全公司的誠信經營文化。

- 員工溝通與訓練：我們定期對全體員工進行反貪腐政策的溝通與訓練，特別是針對管理階層以及業務、採購、財務等高風險職位的同仁，加強其對利益衝突、收受不當利益等議題的認知。相關規範已納入員工手冊與行為準則中，作為日常工作的指導原則。
- 供應鏈與內部風險控管：我們的誠信經營理念延伸至整個價值鏈。所有與本公司合作的供應商，皆須簽署反賄賂條款，共同維護一個公平、乾淨的商業生態系。同時，為進一步降低內部風險，公司已為全體員工投保「員工誠實險」，為公司資產提供多一層保障。

## 2.2.2 GRI 205-3：經確認的貪腐事件與採取的行動

透明度是建立信任的基礎。一旦發現任何貪腐事件，將以最嚴謹的態度進行調查與處置，並從中學習以持續優化內部控制流程。

- 報告期間內經確認的貪腐事件總數：1件
- 事件說明與懲處措施：在2024年，公司內部稽核機制發現一起員工舞弊事件。經查證，一名員工利用職務之便，將其個人機票費用不當報銷至客戶的帳單中。

在查證屬實後，公司展現了零容忍的決心，立即採取以下行動：

1. 懲處措施：立即解僱該名員工，以儆效尤。
2. 法律追訴：啟動司法程序，向該名員工追償公司因此遭受的相關損失。
3. 商業夥伴關係：此事件為內部員工個人行為，並未因此與任何商業夥伴終止合約。

- 內部控制流程的檢討與優化：事件發生後，稽核與法務部門立即針對相關內部控制流程進行全面檢討。我們強化了應收款項與客戶對帳的機制，增加了交叉比對的查核點，以防堵類似事件再次發生。

透過對此單一事件的迅速反應與果斷處理，我們不僅維護了公司的資產與股東權益，更向所有利害關係人證明，山富旅遊的內部控制系統是有效的，且我們有決心、有能力捍衛公司的誠信價值。我們將持續以最高的道德標準要求自己，確保山富旅遊是一家營運穩健且值得信賴的企業。

### 3. 治理核心 - 客戶隱私與資訊安全

- 3.1 政策與承諾
- 3.2 治理與責任
- 3.3 風險評估與控管
- 3.4 教育訓練
- 3.5 申訴與應變機制

#### | 客戶隱私與資訊安全(GRI418)

數位化旅遊服務的時代，客戶資料不僅是提供優質服務的基礎，更是一份沉重的信任與責任。山富旅遊深知，每一位旅客所託付的個人資料，從姓名、護照號碼到付款資訊，都是我們最珍貴的資產。因此，我們承諾以最高標準、最嚴謹的態度，建構一個安全、可靠的個資保護環境，確保客戶在享受便捷旅程的同時，其隱私權益能獲得最全面的保障。本章節將闡述我們在此議題上的管理方針與具體作為。

### 3.1 政策與承諾

山富旅遊對於客戶隱私的保護，建立在明確的政策與高層的承諾之上。

正式政策與核准層級：本公司已制訂正式的「客戶隱私保護政策」，並將其完整內容公布於官方網站，供所有客戶隨時查閱。此政策由跨部門組成的「個資保護推動小組」負責擬定與定期審視，並由總經理最終核准，展現了管理層對此議題的高度重視與治理決心。

- 核心原則：我們的隱私保護政策恪守中華民國《個人資料保護法》及相關法規之精神，其核心原則建立在「合法蒐集、目的內使用、資料最小化」的基礎之上。我們僅在履行旅遊契約、代辦證件、訂購機票、飯店等特定目的之必要範圍內，蒐集、處理及利用客戶資料。同時，我們也致力於在保障旅客核心權益與提升服務便利性之間取得最佳平衡，例如在取得客戶同意後，提供客製化的旅遊優惠與產品資訊，我們相信這是在合法、合規的前提下，最符合旅客利益的做法。

## 3.2 治理與責任

有效的治理架構是落實資訊安全與個資保護的關鍵。

- 專責組織：本公司設立了「個資保護推動小組」作為客戶隱私與資訊安全的專責管理單位。此小組為一跨功能的組織，成員涵蓋資訊部、法務、稽核室、業務部及商品部等關鍵部門主管與同仁。這種多元化的組成，確保我們能從技術、法務、流程與業務等不同面向，全面性地審視與強化我們的保護措施。
- 職責與報告機制：個資保護推動小組的核心職責在於訂定並執行公司整體的個資保護內部控制辦法。其職務內容包含：個資鑑別與盤點、年度風險評估、規劃與執行內外部教育訓練、以及應變計畫的演練為確保治理的有效性與獨立性，所有重大的內部控制辦法與程序，皆須提報至董事會審議通過後方可施，並由稽核室定期追蹤其執行成效，形成一個由上而下、權責分明的治理體系。

### 3.3 風險評估與控管

我們系統性地鑑別、評估並控管客戶資料在各個環節可能面臨的風險。

- 風險鑑別：我們已繪製出客戶資料的完整生命週期地圖，從旅客透過官方網站訂購、線下門市報名、傳真刷卡授權，到後續將資料傳遞給航空公司、國內外飯店、在地合作夥伴等環節，均被納入風險鑑別的範圍。我們認知到，資料在傳輸與儲存的過程中，最可能面臨未經授權的存取、洩漏或濫用風險。
- 風險控管措施：為應對上述風險，我們從技術與組織流程兩方面，建構了多層次的防禦措施：

#### 技術面控管 (Technical Controls) :

- 網路安全：部署企業級網路防火牆與網頁應用程式防火牆 (WAF)，所有官方網站的連線皆強制採用HTTPS加密傳輸，確保資料在傳輸過程中的機密性。
- 主動防禦：定期進行弱點掃描與滲透測試，主動發掘並修補潛在的系統漏洞。
- 積極更新：針對有漏洞的版本即時做版本更新，在合適的情況下將系統盡可能的更新到最新版本。

### 組織與流程面控管 (Organizational & Process Controls) :

- 資安架構：採用三道式資安架構，作業、合規、內部稽核三層式的資安防禦，確保各單位的資安政策被正確落實。
- 存取權限：嚴格遵循「最低權限原則 (Principle of Least Privilege)」，員工僅能存取其職務所需之資料，並留下存取紀錄以供備查。
- 實體文件安全：對於旅客報名表、護照影本等實體文件，規定須存放於指定的上鎖檔案櫃中，並明訂調閱與銷毀的標準作業程序。
- 內部稽核：稽核室定期針對個資保護相關流程進行查核，確保各項控管措施被確實執行。

## 3.4 教育訓練

我們相信，每一位員工都是客戶資料的第一道防線。唯有將資安意識深植於企業文化中，才能真正地降低人為疏失的風險。

### 3.5 申訴與應變機制

我們提供暢通的溝通管道，並建立標準化的應變流程，以應對潛在的個資事件。

- 申訴管道：客戶若對其個人資料的處理有任何疑慮，或欲行使其法定權利（如查詢、閱覽、刪除等），可隨時透過我們的客服專線，或直接聯繫個資保護專屬電子信箱：[privacy@richmond.com.tw](mailto:privacy@richmond.com.tw)。我們承諾將由專人受理並依內部程序妥善處理。
- 內部處理流程：本公司已制訂「客戶個資相關申訴處理標準作業流程(SOP)」，確保所有申訴案件都能在規範的時限內，獲得一致、公平且有效的處理與回覆。
- 緊急應變計畫：為因應不幸發生的資料外洩事件，我們已制訂一套完整的「資通安全事件緊急應變計畫」。此計畫完全符合交通部觀光署之相關通報與應變要求，內容明確定義了事件的等級、應變小組的啟動時機、以及在事件發生時，如何進行損害控制、調查、復原，並在法規要求下，於第一時間向主管機關通報並通知受影響的當事人，盡最大努力降低事件可能帶來的衝擊。

## 3.6 申訴與應變機制

有效的管理必須建立在可衡量的績效之上。為驗證我們「客戶隱私與資訊安全」管理方針的有效性，並向所有利害關係人展現我們的承諾，我們透過嚴謹的量化指標進行追蹤與揭露。這些數據不僅是我們內部持續改善的依據，更是我們贏得客戶信任的基石。

### | GRI 418-1 經證實之客戶隱私申訴案件

透明地揭露申訴案件數量，是我們對自身治理能力負責任的直接體現。我們對所有收到的相關申訴皆進行審慎調查與確認。

在 2024 年報告期間內，本公司在客戶隱私保護方面的績效表現如下：

- 來自客戶或外部團體的申訴案件：0 件
- 來自監管機構的申訴或裁罰案件：0 件
- 經內部調查後證實之侵犯客戶隱私案件總數：0 件

此成果彰顯了本公司全體同仁在日常作業中對個資保護規範的恪守，以及我們所建構的防護體系發揮了預期的功效。我們將持續努力，維持此一零申訴、零裁罰的紀錄。

## | 輔助性績效數據：展現積極管理成效

除了 GRI 418-1 的核心指標外，我們更透過以下輔助性數據，展現我們在預防、訓練及供應鏈管理上的積極作為，證明我們的安全防護並非偶然，而是系統性努力的結果。

績效指標項目	2024年度績效成果	說明
資料外洩事件次數	0 次	展現了本公司在技術面與組織面控管措施的有效性，成功預防了任何潛在的資料外洩事件。
員工教育訓練覆蓋率	100%	全體在職員工均已完成年度個資保護與資訊安全教育訓練，將資安意識深植於企業文化之中。
專業資安技術人員	3 位	我們有三位技術同仁取得經濟部產業人才能力鑑定(iPAS)之中級資訊安全工程師證照，展現我們對專業技術能力的投資與重視。
資訊系統安全檢測	每年 1 次	我們每年定期執行全面的資訊系統弱點掃描及內部滲透測試模擬，主動發掘並修補潛在風險，確保防護能力與時俱進。

績效指標項目	2024年度績效成果	說明
供應商個資保護條款簽署率	100%	我們要求所有與客戶資料處理相關的供應商（包含海內外合作旅行社、飯店集團等）皆必須簽署包含個資保護與保密義務的合約條款，將我們的安全標準延伸至整個旅遊服務生態系。

數據是誠實的。上述的量化績效清楚地表明，山富旅遊不僅制訂了完善的客戶隱私保護政策，更投入了實質的資源，透過全員訓練、技術投資、定期檢測與供應鏈管理，將政策轉化為具體的行動與卓越的成果。我們將持續以最高的標準自我要求，確保每一位選擇山富旅遊的旅客，都能享有一趟安心、信賴的美好旅程。

# 4. 社會 - 共築責任供應鏈

## 4.1 共築責任供應鏈

### 4.1.1 公平透明的採購實務與在地化策略 (GRI 204)

### 4.2 供應商環境與社會評估 (GRI 308 & 414)

## 4.1 共築責任供應鏈

對旅遊業而言，每一趟完美的旅程，都是由衆多合作夥伴共同協作的成果。從航空公司、飯店、餐廳、在地交通到景點活動，這些供應商的服務品質、安全標準與社會責任表現，直接定義了山富旅遊提供給旅客的最終體驗。因此，我們不僅將供應商視為服務的提供者，更視其為共同打造永續旅遊生態系的長期夥伴。本章節將闡述我們如何透過公平的採購實務、支持在地經濟，並逐步導入環境與社會標準，來管理我們的供應鏈網絡。

### 4.1.1 公平透明的採購實務與在地化策略 (GRI 204)

我們相信，建立在誠信與互惠基礎上的夥伴關係，是供應鏈穩定的基石。同時，我們致力於將旅遊活動的經濟效益回饋給目的地社區。

- **供應商選擇政策與誠信治理：**山富旅遊在選擇合作夥伴時，採取多面向的綜合評估標準。除了價格競爭力與服務品質外，我們高度重視供應商的業界信譽、過往合作的履約紀錄以及安全管理能力。為確保遴選過程的公平、公正與透明，我們建立了標準化的請採購流程，所有合作案均需經過產品部門、線控人員初審，並提交高階管理層進行複核與批准。這種多層級的簽核與把關機制，有效地避免了潛在的利益衝突，確保所有決策均以公司及旅客的最佳利益為依歸。

- 優先在地採購策略：作為一家全球佈局的出境旅行社，我們秉持「全球思考，在地行動 (Think Globally, Act Locally)」的原則。在行程規劃上，我們優先與旅遊目的地的在地業者合作，包括聘用在地導遊、選擇在地人經營的餐廳與特色住宿等。此策略具備多重效益：
  - 提升服務品質與應變能力：在地供應商最了解當地情況，能提供最即時的服務支援，尤其在處理突發狀況時，其應變能力是保障旅客安全與旅遊體驗的關鍵。
  - 創造道地旅遊體驗：透過在地夥伴，我們能帶領旅客深入體驗最真實的文化、美食與風土人情。
  - 支持在地經濟發展：我們深信，將旅遊的經濟果實與當地社區共享，是旅遊業達成永續的根本之道，這也完美契合ESG（環境、社會、治理）的精神。

## 4.2 供應商環境與社會評估 (GRI 308 & 414)

我們正致力於將永續標準逐步整合至供應鏈管理流程中，偕同夥伴共同提升對旅客安全、環境保護及社會責任的承諾。

- **供應商永續性篩選與評估：**目前，我們對供應商的篩選主要聚焦於旅客安全與社會責任面向，此為旅遊業不可妥協的核心。
  - **社會面 (GRI 414)：**我們要求所有合作的巴士公司必須提供合法的營運證照與車輛定期維護紀錄，並確保司機工時符合當地勞動法規。我們理解，嚴格遵守用車時數規定，雖然可能增加部分成本或行程安排的複雜性，但這是對旅客安全最根本的保障，我們絕不妥協。此外，所有行程的安排皆以尊重在地文化為前提，盡力降低團體活動對在地社區可能造成的干擾。
  - **環境面 (GRI 308)：**我們認知到環境面向的評估是未來強化的重點。目前雖未有系統性的評估流程，但已規劃在未來的供應商評選標準中，逐步加入環境友善指標，例如節能減廢措施、減少使用一次性塑膠製品等，鼓勵夥伴與我們一同邁向綠色旅遊。

- 行為準則與合約管理：我們正處於將永續理念制度化的階段。現階段，我們對供應商的要求主要體現在服務品質與旅客安全上。展望未來，我們計劃制訂正式的「供應商永續行為準則」，並將環境保護、勞工權益與顧客安全等關鍵條款，逐步納入與新供應商簽訂的合約中，使我們的永續期望具有更明確的約束力。
- 後續管理與議合機制：我們透過雙向回饋機制來持續監督與管理供應商的表現。
  - 領隊即時回報：我們的領隊是第一線的品質稽核員，透過即時回報機制，能最有效地監督供應商的現場服務狀況。
  - 旅客滿意度調查：旅客的回饋是檢視供應商服務品質最直接的鏡子，我們高度重視並分析每一份問卷的結果。
  - 異常處理流程：若發現供應商有不符標準的情況（如服務品質下降、安全疑慮），我們將啟動改善程序，要求供應商限期改善。若情況嚴重或未見改善，我們將暫停或終止合作關係，以保障旅客權益。

我們透過以下量化數據，展現永續供應鏈管理的具體成效。

績效指標項目	2024年度績效成果	說明與未來目標
GRI 204-1 在地採購支出比例	約 70% (估算值)	我們將「在地供應商」定義為總部位於旅遊行程所在國的供應商。經初步估算，機票費用約佔旅遊產品總成本的30%，其餘約70%的採購支出皆支付給在地供應商（含飯店、交通、餐飲、景點等）。未來目標：我們將建立更精細的會計科目與統計系統，以在下個報告年度提供此指標的精確數據。
GRI 308-1 / 414-1 使用永續標準篩選新供應商比例	尚無數據	未來目標：我們計劃於2025年起，針對所有新進合作夥伴，導入包含旅客安全與勞工權益的社會面評估問卷，目標達成100%新供應商均經過社會標準篩選。環境面標準亦將同步規劃導入。
GRI 308-2 / 414-2 供應鏈中的重大負面環境/社會衝擊	社會衝擊：1件**環境衝擊：0件**	事件說明：報告期間內，我們接獲1起經證實因合作餐廳而導致的旅客食物中毒申訴。應變行動：我們在第一時間協助旅客處理相關醫療事宜並啟動保險理賠。同時，我們立即要求該餐廳提出食品安全改善報告，並在評估完成前暫停與其合作，以確保不再發生類似事件。

山富旅遊的永續供應鏈管理是一段持續精進的旅程。我們已在建立公平採購、支持在地經濟與確保旅客安全方面奠定穩固基礎。未來，我們將投入更多資源，系統性地將環境與社會標準融入供應商的全生命週期管理，攜手價值鏈上的所有夥伴，共同為旅客、為社會、也為地球，創造更具永續性的旅遊價值。

# 5. 社會 - 守護旅客安全與健康

- 5.1 管理方針
- 5.2 風險評估與控管
- 5.3 教育訓練與意識提升

## | **守護旅客安全與健康 (GRI 416)**

旅客的安全與福祉，是山富旅遊營運的核心基石與最高承諾。成立三十六年來，我們始終將「安全第一，服務至上」奉為圭臬，此原則深植於企業文化與日常營運的每一環節。雖然我們尚未制定單獨成文的「旅客安全政策」，但已建立一套行之有年、並由高階管理層核可的內部緊急事故應變作業守則。此守則的效力與重要性，透過我們長期穩健的旅客安全紀錄獲得印證。

## 5.1 管理方針

### 1. 政策與承諾

為了客觀衡量並持續精進我們的安全管理績效，我們系統性地追蹤與分析旅遊責任險的理賠數據。根據過去七年（2018年至2024年）的統計資料，山富旅遊的旅客安全管理成效卓越，展現了我們對承諾的具體實踐：

- **極低的整體理賠率：**在此七年間，山富旅遊總計服務了超過93萬名旅客（937,157人次），而旅遊責任險的理賠總件數為333件。整體的理賠率僅約為0.036%，此數據強烈彰顯了我們在行程規劃、合作夥伴篩選及領隊風險控管上的嚴謹度。
- **穩健的年度表現：**各年度的理賠率皆控制在極低水平，介於0.005%至0.165%之間。即使在旅遊樣態因疫情而劇烈變動的2020至2022年間，我們的安全管理體系依然展現出高度韌性，有效保障旅客權益。
- **風險類別分析：**數據分析顯示，理賠原因主要集中於「第三人意外傷亡」及「班機延遲」，這些多為外部或不可抗力因素所致。而與內部管理直接相關的「食物中毒」及因行程安排不當可能導致的「天候因素（暴風、颱風等）」理賠件數則極為稀少。這證明了我們在供應商（飯店、餐廳、交通）的品質控管與行程風險評估方面，已建立有效的預防機制。

為將山富旅遊對旅客安全的承諾予以制度化，並確保安全政策能被貫徹執行，我們深知過往仰賴各部門間協作的模式，需升級為更具權威性與系統性的治理架構。為此，山富旅遊正積極規劃成立隸屬於高階管理層的「旅遊品質暨安全委員會」，以作為公司內部監督與管理旅客安全議題的最高指導單位。

此委員會的成立，彰顯了我們將旅客安全視為與公司營運績效同等重要的核心價值。以下為其規劃的架構與運行模式：

委員會架構

- 定位：為一高階、跨部門的決策與監督組織，直接向總經理負責，並定期向董事會匯報。
- 主席：由總經理擔任，以確保安全決策能與日常營運緊密結合並有效執行。
- 核心成員：由各關鍵部門一級主管組成，包含產品設計部、領隊管理部、客戶服務部及法務，以整合全方位的專業視角。

## 職責與運行模式

「旅遊品質暨安全委員會」將肩負起事前預防、事中應變、事後檢討的全方位管理職責：

- 職責範疇：
  1. 政策制定與審議：負責草擬、審議及定期更新公司的「旅客安全政策」與相關作業標準。
  2. 風險評估與監督：針對新開發的旅遊路線、特殊活動及目的地，進行系統性的風險評估；並監督高風險活動的預防措施是否落實。
  3. 供應商安全稽核：建立並執行供應商（特別是交通運輸與住宿）的安全評鑑標準，定期檢討其資格，並將安全績效列為續約的關鍵指標。
  4. 重大事件檢討：針對發生的重大客訴、意外事件或責任險理賠案件進行深度根本原因分析，提出具體改善方案，並追蹤其執行成效，防止問題再次發生。
  5. 教育訓練規劃：督導領隊及一線員工的安全教育訓練與緊急應變演練，確保全員具備充足的風險意識與應變能力。

- 會議與報告機制：

- 定期會議：委員會原則上每季召開一次正式會議，檢討過去一季的安全數據、供應商表現及突發事件處理狀況，並規劃下一季度的安全重點工作。
- 臨時會議：若發生重大旅遊安全事件，主席可隨時召開臨時會議，啟動緊急應變指揮系統。
- 向上匯報：委員會每半年需向總經理提交書面報告，並於年度終向董事會進行年度安全績效與未來展望的專案報告。

此架構的建立，將使旅客安全管理從各部門的「責任」提升至整個公司的「策略」。我們相信，透過一個權責分明、運行高效的專職委員會，山富旅遊將能更系統性地識別風險、更迅速地應對挑戰，以最堅實的治理行動，守護每一位旅客的託付。

## 5.2 風險評估與控管

在山富旅遊，風險管理並非一次性的檢查，而是一套動態、持續、並深度融入旅遊產品生命週期的核心流程。我們將風險控管分為「行程前」的源頭預防與「行程中」的即時守護兩大階段，確保從產品設計到旅客平安返家的每一刻，安全都在我們的掌握之中。

### 1. 行程前：從源頭建構安全防線

我們堅信，90%的安全風險來自於可預防的環節。因此，我們在產品設計階段投入大量資源，從根本上降低風險。

- 前瞻性的行程風險評估在行程規劃階段，我們的產品設計師如同風險分析師，對每個環節進行審慎評估：
  - 目的地風險評估：我們會綜合參考外交部領事事務局的旅遊警示、國際衛生組織的傳染病報告及當地合作夥伴提供的即時資訊，全面評估目的地的潛在風險，包括治安狀況、天災季節性、政治穩定度與流行病威脅。

。活動風險分級：對於登山、健行、水上活動等特殊行程，我們會進行風險等級劃分，並明確標示於行程說明中。更重要的是，我們會依據團體客群屬性（如：親子團、樂齡團、企業獎勵旅遊團）進行匹配，確保活動強度與風險等級適合該團旅客，絕不輕易將高風險活動安排於樂齡或親子團體。

- 透明充分的行前溝通

我們致力於讓旅客在出發前就成為「消息靈通的安全夥伴」。透過書面資料與行前說明會，我們主動提供完整的安全資訊，內容涵蓋：

- 目的地安全須知：包含當地風俗、治安提醒與常見旅遊騙術防範。
- 健康與防疫建議：根據目的地情況，提供疫苗接種建議與個人健康防護措施。

## 2. 行程中：落實全程守護

旅程一旦開始，我們的守護網絡便全面啟動，確保即時應對所有狀況。

- 專業領隊：旅客的行動安全官

領隊是我們在第一線的眼睛、耳朵與決策者。

。每日安全提醒：領隊被要求在每日出發前，進行簡短但關鍵的安全提醒，

內容涵蓋當日天氣、路況、景點注意事項等。

。專業應變能力：為達成「領隊安全官認證率90%」的KPI目標，我們正全面推動領隊的專業賦能，

使其具備合格的急救技能(CPR/AED)、危機處理能力，並被授權在面臨立即性安全威脅時，果斷做出變更行程的決定。

- 可靠的交通與安心的餐食
    - 交通把關：我們嚴格要求合作巴士公司提供車輛的定期保養紀錄，並在出車前由領隊進行二次確認（如輪胎、安全門）。我們同樣重視司機資格，確保其具備合格駕照且無重大違規紀錄。
    - 餐食監控：所有團體用餐均選擇「合格供應商名單」內的餐廳。領隊被訓練需在現場觀察餐廳的整體清潔度與食物處理狀況，為旅客的飲食衛生把關。

## 5.3 教育訓練與意識提升

山富旅遊堅信，卓越的安全管理，源自於組織內每一位成員深植於心的安全意識與專業技能。我們視安全訓練為一項核心投資，而非僅是營運成本。我們的訓練藍圖涵蓋了從第一線的領隊到後勤的產品與業務團隊，目標是打造一個「全員安全責任制」的企業文化。

### 1. 賦能前線：領隊專業安全認證

領隊是旅客在途中的守護者，他們的專業能力直接決定了旅客的安全保障層級。為此，我們正全面推動「山富領隊安全官認證計畫」，將其作為領隊任用的核心標準之一，並與我們設定的「領隊安全官認證達成率  $\geq 90\%$ 」的年度KPI緊密掛鉤。

此計畫為一套系統性且持續性的訓練體系，內容涵蓋：

- 緊急救護技能：我們將與紅十字會或同等級的專業醫療訓練機構合作，要求所有領隊必須取得並維持有效的 CPR (心肺復甦術) 與 AED (自動體外心臟電擊去顫器) 證照。訓練內容同時包含創傷處理、中暑、過敏反應等旅途中常見的急救知識。
- 風險識別與溝通：訓練領隊具備敏銳的風險觀察力，能在每日行程前主動檢查車輛狀況、餐廳環境，並能在現場果斷向旅客進行安全提醒與溝通。

此認證計畫包含初次受訓與年度複訓，確保領隊的知識與技能能與時俱進，使其真正成為旅客安心依賴的「行動安全官」。

## 2. 鞏固後防：全員安全意識植入

旅客安全始於辦公室內的每一個決策。我們認為，產品設計與業務銷售人員是安全防線的源頭與第一道關口，他們的專業知識至關重要。

- 產品設計人員的安全職能：產品設計師不僅是夢想旅程的規劃者，更是「行程風險的預防者」。我們將為其提供專門的安全訓練，使其熟悉「旅遊產品安全風險評估SOP」，能準確評估目的地的潛在風險、活動的危險等級，並懂得如何為不同客群（如樂齡族、親子團）設計出兼具吸引力與安全性的產品。此舉旨在從源頭杜絕因設計不當而產生的安全隱患。
- 業務與銷售人員的安全知識：業務同仁是與旅客溝通的第一線，是「安全資訊的溝通大使」。我們將要求他們必須充分了解所銷售產品的行程細節、活動強度與潛在風險。訓練其能以專業、透明的態度向旅客說明，協助旅客選擇最適合自身狀況的行程，並正確傳達行前準備須知。這不僅能管理旅客的期待，更是對旅客知情權的尊重，從銷售端就開始為旅客安全把關。

透過這套雙軌並行的訓練體系，山富旅遊確保從產品的誕生、銷售的溝通，到旅程的執行，每一個環節的負責人員都具備必要的安全知識與責任感，共同編織成一張無縫隙的旅客安全守護網。

# 6. 社會 - 卓越旅遊服務與品質

## 6.1 卓越旅遊服務與品質 (對應 GRI 417)

### 6.1.1 管理方針

### 6.1.2 績效指標



## 6.1 卓越旅遊服務與品質 (GRI 417)

在山富旅遊，我們深信每一次的旅行都是旅客珍貴的回憶與託付。因此，提供卓越的服務品質，並確保所有行銷溝通與產品資訊的透明、真實與準確，是我們對每一位客戶最基本的承諾。作為一家信譽卓著的台灣上櫃旅行社，我們的核心價值建立在「良心」與「負責」之上。本章節旨在說明，我們如何透過嚴謹的管理方針與可量化的績效指標，將此承諾落實於日常營運的每一個環節。

## 6.1.1 管理方針

### 1. 資訊透明政策與承諾

山富旅遊的品牌商譽是我們最重要的無形資產。我們承諾：「提供清晰、真實、無誤導的旅遊產品資訊，並明確標示所有費用結構，以充分保障消費者的知的權利。」此一承諾不僅是我們的行銷準則，更是驅動所有產品設計、業務銷售與客戶服務的指導原則。

### 2. 治理與責任

為確保資訊的正確性與一致性，我們建立了多層級的內部審核與治理機制。

- **內容審核：**所有對外發布的旅遊行程、廣告文宣與官方網站內容，皆由行銷企劃部門作為第一線的把關者。行銷部門會定期與產品部門召開會議，進行交叉審核，確保行銷語言準確傳達產品設計的初衷，避免任何可能引起誤解的表述。

- **銷售一致性：**任何因資訊不透明所造成的顧客疑慮，都會轉化為公司的營運成本與商譽損失。因此，我們透過以下方式確保第一線業務人員傳達的資訊與書面資料一致：
  - 定期教育訓練：公司定期為業務同仁舉辦產品說明會與銷售技巧訓練，確保其對產品細節（包含費用結構）有充分且正確的理解。
  - 標準化文件：所有產品介紹皆有標準化的書面資料，完整條列費用包含與不包含之項目，作為業務人員向客戶說明的依據。

### 3. 產品資訊揭露流程

我們已將資訊透明化內建於標準作業流程中，從行程設計到簽訂契約，力求清楚明確。

- **行程內容：**我們的行程表中，會明確標示飯店的參考等級、是否可能以「同級」飯店替代、特殊餐食的安排，以及主要景點的參觀說明。所有行程內容的編輯與修改，均在系統中保留紀錄，以便於內部稽核，並在客訴發生時，能有效釐清責任歸屬。
- **費用結構：**在官方網站的產品頁面及旅遊定型化契約中，我們均以最清晰的方式揭露費用結構，明確區分「費用包含」項目（如：機票、住宿、表定餐食與交通）與「費用不包含」項目（如：領隊導遊司機小費、部分國家之簽證費、自費活動、特定機場稅或城市稅等）。

- 購物站安排：我們尊重旅客的自主選擇權。若行程中包含購物站點，必定會在行程表中明確標示，並說明預計停留時間與商店性質，讓旅客在報名前即能充分了解。對於「無購物」的行程，我們也會在文宣上特別標註，作為產品的一大特色。

#### 4. 申訴與改善機制

我們將每一次的客戶申訴，都視為一次改善服務品質的寶貴機會。

- 申訴處理流程：當接獲旅客申訴，主張實際行程與行前說明不符時，公司將啟動標準調查程序：
  1. 要求帶團領隊提交事件報告，釐清現場狀況。
  2. 內部調閱該旅客的行程表、契約及相關說明資料，核實差異點。
  3. 若經查證確認責任歸屬本公司或合作夥伴，將由法務部門依據旅遊定型化契約及相關法規，計算合理的補償標準，並由專責人員與客戶進行溝通與調解。
- 閉環式改善機制：所有與行程內容相關的客訴案件，均會被記錄並回饋給產品部門。產品部將依據客訴內容，重新評估行程設計的合理性或合作供應商的穩定性。此閉環式的回饋機制確保我們能從錯誤中學習，持續優化產品，並作為供應商年度評鑑的重要依據，以有效降低重複性錯誤的發生機率。

## 6.1.2 績效指標

為具體衡量我們的服務品質是否符合對顧客的承諾，並持續優化旅遊體驗，山富旅遊建立並追蹤內、外部的顧客滿意度指標，展現我們對誠信銷售與品質承諾的重視。

- 外部公開平台的高度肯定：市場的真實聲音是我們服務品質的最佳試金石。截至本報告期末，山富旅遊在 Google 評論上已累積超過 1 萬 2 千則評論，並維持平均 4.8 顆星（滿分 5 顆星）的高度評價。此數據客觀且公開地反映了廣大旅客對我們行程安排、資訊透明度與整體服務的信賴與肯定。
- 內部顧客滿意度的嚴格檢視：除了外部評價，我們更重視來自每一位參團旅客的直接回饋。公司於每次出團結束後，皆會對旅客進行滿意度調查。報告期間內，我們的顧客滿意度調查平均分數高達 4.7 分（滿分 5 分）。此數據不僅是我們衡量服務是否兌現承諾的關鍵指標，其細項分析（如領隊服務、餐食住宿、行程相符度等）更是我們回饋給產品與營運部門，用以優化供應商管理與未來行程設計的重要依據，形成一個持續改善的閉環。這些滿意度的評分，皆透明揭露於我們官方網站的產品介紹資訊中。



\*【限量促銷】玩樂釜山 5 日（彩妝一站）- 條天世界、LUGE滑車、頂級 5 星海景汗蒸幕、膠囊列車、太宗臺遊園車、龍蝦餐-晚

線上旅展 頂級海景汗蒸幕 海景台屋囊列車

即將成團

2025/09/29

可售 12 團位 17

最低成行人數 16

商品評分 ★★★★★ (532)

\$16900 起

訂金: \$ 5000 / 人

沖繩貓咪奧武島 5 日 - 美麗海水族館、古宇利海洋塔+電動車、小希臘灘長島、泡盛工廠見學、系滿魚市場

貓咪奧武島 泡盛工廠見學 系滿魚市場

即將成團

2025/09/29

可售 10 團位 30

最低成行人數 16

商品評分 ★★★★★ (180)

\$20900 起

訂金: \$ 10000 / 人



漫遊君悅濟州 5 日-豪華五星君悅、光影水世界、9.81賽車、韓服體驗、森林小火車、山茶花之丘、網紅海景咖啡廳、銷魂海味餐

母親節優惠 五星君悅 水世界

即將成團 可候補

2025/09/29

可售 0 團位 15

最低成行人數 18

商品評分 評分資料不足

\$21900 起

訂金: \$ 5000 / 人



北越河內下龍灣豪華 5 日 - 華麗月亮女神號遊下龍灣、全程五星酒店、陸龍灣輕舟探秘、國賓號晚宴、必比登特色餐 <含簽稅無購物>

世界遺產 豪華限定 送禮

保證出團

2025/09/29

可售 8 團位 17

最低成行人數 16

商品評分 ★★★★★ (3275)

\$26800 起

訂金: \$ 10000 / 人



特惠促銷沖繩 4 日 - 美麗海水族館、星野海景咖啡廳、小希臘灘長島、玉泉洞、波上宮、北谷町美國村、系滿魚市場(長榮)

美麗海水族館 北谷町美國村 星野海景咖啡廳BANTACAFE

即將成團

2025/09/28

可售 7 團位 20

最低成行人數 16

商品評分 評分資料不足

\$21900 起

訂金: \$ 5000 / 人



峴港、會安繽紛 5 日 - 遊南島竹籬船、巴拿山佛手金橋、會安古鎮探秘、皇帝龍蝦餐、升等 2 晚五星渡假村 <無購物 含簽稅>

世界遺產 歷史古蹟 在地文化體驗

保證出團

2025/09/28

可售 10 團位 20

最低成行人數 16

商品評分 ★★★★★ (1752)

\$24900 起

訂金: \$ 10000 / 人



【特惠團】越南秘境~沙壩精彩 5 日 - 梯田風情、雲霧山城沙壩、龍巖玻璃步道、河內大世界、升等 2 晚五星酒店<全程豪華三排椅>

世界遺產 部落文化體驗 山水名勝

即將成團

2025/09/28

可售 10 團位 18

最低成行人數 18

商品評分 ★★★★★ (267)

\$25900 起

訂金: \$ 5000 / 人



北越河內下龍灣豪華 5 日 - 華麗月亮女神號遊下龍灣、全程五星酒店、陸龍灣輕舟探秘、國賓號晚宴、必比登特色餐 <含簽稅無購物>

世界遺產 豪華限定 遊輪

保證出團

2025/09/28

可售 3 團位 27

最低成行人數 16

商品評分 ★★★★★ (3275)

\$29800 起

訂金: \$ 10000 / 人

我們透過以下核心指標與輔助數據，量化並追蹤我們在卓越旅遊服務與品質方面的管理成效。

績效指標項目	2024年度績效成果	說明與未來目標
GRI 417-3 因行銷溝通導致的違規事件	0 件	本報告期間，本公司未曾因廣告不實或資訊具誤導性，而受到公平交易委員會、交通部觀光署等主管機關之裁罰或警告。
GRI 417-2 因產品服務資訊與標示導致的違規事件	主管機關處分：0 件經證實之客訴：5 件飯店更換事件3件景點未去或不符事件	本報告期間，未曾因「旅遊定型化契約」內容不符規定而受主管機關處分。針對旅客提出之申訴，經調查後屬實之案件，本公司皆已與旅客達成和解並完成改善。
內部資訊審查頻率	每週至少 1 次	行銷部門每週定期審查網站與主要文宣品內容，並彙整銷售單位回饋，即時與產品部門溝通，確保資訊的準確性。

我們透過以下核心指標與輔助數據，量化並追蹤我們在卓越旅遊服務與品質方面的管理成效。

績效指標項目	2024年度績效成果	說明與未來目標
顧客滿意度調查「行程與說明相符程度」	尚無此具體指標	未來目標：我們計劃於下一年度在顧客滿意度問卷中，新增此一具體評分項目，以更直接地了解顧客感受，作為持續改善的領先指標。

山富旅遊堅信，誠信是最好的行銷，而卓越的品質是品牌永續的基石。透過上述嚴謹的管理方針與透明的績效揭露，我們向所有利害關係人證明，公司不僅致力於創造美好的旅遊體驗，更以負責任的態度，守護著每一份來自客戶的信任。我們將持續精進，追求服務的更高標準。

# 7. 社會 - 打造幸福職場與人才永續

## 7.1 打造幸福職場與人才永續

- 7.1.1 吸引與留任：打造具競爭力的幸福職場 (GRI 401)
- 7.1.2 職業健康與安全：守護員工的身心平衡 (GRI 403)
- 7.1.3 培育與發展：賦能員工共創價值 (GRI 404)

### 7.1 打造幸福職場與人才永續

在山富旅遊，我們堅信「快樂的員工才能創造滿意的顧客」。每一位同仁的專業、熱情與投入，共同構成了山富旅遊的核心競爭力。因此，我們致力於打造一個具競爭力、公平、安全且能支持同仁職涯發展的幸福職場。本章節將闡述我們在人才聘僱、員工照護、職業健康安全及教育訓練方面的管理方針與績效，展現我們視員工為最重要資產的承諾。

## 7.1.1 吸引與留任：打造具競爭力的幸福職場 (GRI 401)

### 1. 管理方針

- 領先業界的薪酬福利策略：為在競爭激烈的人才市場中脫穎而出，我們採取積極且具前瞻性的薪酬策略。  
2023年，山富旅遊率先旅遊同業，宣布全面調升基層全體員工底薪至35,000元，不僅顯著優於法定基本工資，更旨在提供同仁穩定且有尊嚴的生活基礎。我們的薪酬結構結合了「保障型底薪」與「無上限的績效獎金」，在確保生活安穩的同時，也大力激勵優秀同仁挑戰自我、創造卓越績效。

- 多元化的員工福利與照護：除了法定的勞健保與退休金提撥，我們更提供一系列優於法規的福利措施，全方位照護員工的身心健康與生活品質：
  - 健康守護：提供全體同仁年度免費健康檢查。
  - 暖心福利：發放三節獎金，並由福委會主導，定期舉辦員工旅遊、團康活動，以及每月兩次的辦公室下午茶，營造愉悅的工作氛圍。
  - 員工關係：我們擁有相對扁平的組織架構，鼓勵開放溝通。同仁若遇問題，能輕易找到對應窗口或主管即時反應，建立暢通無礙的內部溝通管道。
- 公平的績效與晉升機制：為留住優秀人才，我們建立了透明的績效發展體系。公司每年舉辦一次匿名的360度績效評估，包含員工自評、同儕互評及主管評核，確保評估的客觀與全面性。評估結果將作為年度薪酬調整、晉升及職務輪調的重要依據，為有志發展管理職涯且能力達標的同仁，提供清晰的晉升路徑。

- 彈性工時考量：我們理解旅遊業的工作特性，目前正積極評估在符合行業營運需求的前提下，導入更具彈性的工時安排，以支持員工在工作與生活間取得更好的平衡。

## 2. 績效指標

績效指標項目	2024年度績效成果	說明與未來目標
GRI 401-1 提供給全職員工的福利	所有福利適用於全體員工	目前公司員工以全職為主（兼職人員不足5位），因此，包含健康檢查、團體保險、三節獎金、員工旅遊等所有福利措施，皆一體適用於全體同仁，不存在因聘僱型態而產生的福利差異。
GRI 401-2 育嬰假	0	2024年無育嬰假之申請

## 7.2.2 職業健康與安全：守護員工的身心平衡 (GRI 403)

### 1. 管理方針

雖然公司目前尚未導入正式的職安衛管理系統，但我們已透過人資單位，針對辦公室與外勤人員的工作特性，推行實質的健康安全措施。

- 工作場所風險鑑別與控制：

。內勤同仁：我們認知到久坐、長時間使用電腦是辦公室同仁最主要的職業健康風險。為此，公司於2024年全面汰換辦公座椅，採購更符合人因工程的款式，以降低同仁的身體不適。此外，辦公大樓每年皆配合執行消防安全演練與設備定檢，確保工作環境的安全。

。外勤領隊：對於第一線的領隊人員，其安全是我們的首要考量。我們透過行前說明會，加強其對行程中潛在風險（如交通、醫療、傳染病）的應對能力，並提供24小時的後勤支援。

- 健康促進與心理支持：我們深信預防勝於治療。除了年度健康檢查外，針對總部超過200人的工作場所，我們依法聘請特約護理師及醫師，定期駐點提供健康諮詢服務，主動關懷並協助同仁管理身心健康。

## 2. 績效指標

績效指標項目	2024年度績效成果
GRI 403-9 與工作相關的傷害	可記錄之傷害：1 件 損失工時：5 天 重大傷亡：0 件
GRI 403-6 促進員工健康的服務	提供年度健康檢查與駐點醫護諮詢服務，所有同仁皆可依需求自願性使用。

## 7.2.3 培育與發展：賦能員工共創價值 (GRI 404)

### 1. 管理方針

我們相信，員工的成長就是公司的成長。我們透過「做中學」與結構化的訓練，賦能員工持續精進。

- 訓練體系與策略：

- 新人訓練：所有新進同仁皆須於到職三個月內，完成線上的個資保護、資訊安全等必修課程並通過測驗。

- 專業職能訓練：旅遊業的專業知識來自實務積累。我們鼓勵「師徒制」，由資深同仁帶領新進夥伴從做中學。同時，每週定期舉辦由產品部門主導的產品說明會，讓業務單位能即時掌握最新的產品資訊與銷售重點。對於產品開發人員，我們更提供海外實地考察的機會，深化其專業能力。

- 績效評估與職涯發展：年度的績效評估結果，不僅是薪酬調整的依據，更是個人發展計畫的起點。對於展現管理潛力且績效優異的同仁，公司將提供晉升機會與相應的管理職能培訓，支持其職涯發展。

## 2. 績效指標

績效指標項目	2024年度績效成果
GRI 404-1 每名員工每年平均訓練時數	45
GRI 404-3 定期接受績效審查的員工百分比	100%

山富旅遊視每一位員工為共同成長的夥伴。我們將持續投資於人才的吸引、培育與照護，坦誠面對挑戰，並不斷優化我們的管理制度。我們堅信，一個充滿活力、安全感與歸屬感的職場，將是驅動山富旅遊在永續道路上不斷前行的最強大引擎。

# 8. 環境 - 共創永續旅程

## 8.1 共創永續旅程

### 8.1.1 治理

### 8.1.2 策略

### 8.1.3 風險管理

### 8.1.4 指標與目標

⋮

⋮

## 8.1 共創永續旅程

管理方針：

以 TCFD 框架建構氣候韌性

氣候變遷對旅遊業帶來的是系統性的挑戰與機會。我們不能再將其視為遙遠的環保議題，而是必須納入公司核心營運的財務考量。為此，我們導入 TCFD 框架，系統性地擘劃我們的氣候應對藍圖

### 8.1.1 治理 - 由上而下的氣候承諾

山富旅遊的氣候治理，始於最高決策層。我們相信，唯有董事會的親自督導與參與，才能將永續的 DNA 深植於企業文化之中。

董事會是我們氣候相關議題的最高督導單位，肩負最終責任。為強化治理職能，我們於 2022 年成立了隸屬於董事會的「永續發展委員會」，由至少一名獨立董事參與，總經理擔任委員會召集人，每季定期向董事會報告氣候相關風險、機會、策略進展與績效目標。此舉確保了氣候議題不僅是營運層面的執行項目，更是董事會層級的策略決策。管理階層則負責將董事會核准的氣候策略，轉化為各部門的日常營運方針與 KPI，從產品設計、供應商管理到內部營運，無一例外。

## 8.1.2 策略 - 化風險為轉型契機

我們將氣候變遷視為一把雙面刃，它帶來了營運中斷的「風險」，也催生了創新服務的「機會」。我們的核心策略，就是敏銳地識別風險，並勇敢地擁抱機會，推動山富旅遊朝向更具韌性與價值的永續旅遊模式轉型。

- 氣候風險鑑別：
  - 實體風險：極端氣候事件（如：颱風、熱浪、暴雪）頻率與強度增加，可能導致航班延誤、景點關閉、旅遊行程中斷，直接影響客戶體驗與營運成本。例如，夏季歐洲熱浪可能影響戶外行程的舒適度與安全性。
  - 轉型風險：各國政府為達淨零目標，可能開徵航空燃油稅、碳稅，導致機票成本上漲；同時，旅客的環保意識抬頭，對「永續旅遊」行為的檢視日益嚴格，對品牌聲譽構成潛在威脅。

• 氣候機會掌握：

- 產品創新：市場對深度、低碳、在地的「永續旅遊」需求正快速增長。我們積極開發「綠色旅遊」產品線，主打搭乘大眾運輸工具或走路、入住環保標章旅館、支持在地社區生態導覽，創造差異化競爭優勢。目前已經有成功推行的行程如：斯里蘭卡經典10日、瑞士10日、韓國清州5日行程，皆於2024年獲得市場好評，並分別出團超過300人次的成績。
- 營運優化：推動辦公室數位化轉型，減少紙張及能源消耗；與同樣重視永續的航空公司、飯店建立「綠色供應鏈」合作夥伴關係，共同降低整體旅遊價值鏈的碳足跡。

我們的GRI績效佐證：

- **GRI 201-2:** 氣候變遷帶來的財務影響以及其他風險與機會。我們已完成風險情境分析，評估若航空燃油成本因碳稅上漲 15%，對主要長程線路產品的成本影響約為 3-5%。
- **GRI 3-3:** 重大主題的管理。2024 年，我們成功推出至少 3 條「永續主題旅遊」路線，參與旅客人數超過 1,000 人次，客戶滿意度高達 95%。
- 內部營運數據：2024年，透過導入電子化簽核系統、電子說明會資料系統，節省辦公室紙本用紙。

### 8.1.3 風險管理- 建構系統化的應對機制

面對氣候風險，我們不做被動的承受者，而是主動的管理者。山富旅遊已將氣候風險整合至全公司的風險管理流程中，從鑑別、評估到應對，都有一套系統化的管理邏輯。

我們的風險管理流程每年運行一次。首先，由 **ESG** 委員會偕同各業務單位，透過工作坊的形式，鑑別出可能衝擊營運的短、中、長期氣候風險。接著，我們從「發生可能性」與「衝擊程度」兩個維度進行評估，將風險排序，並制定相應的減緩與應變措施。例如，針對東南亞雨季期間的旅遊產品，我們已預先規劃好室內備案行程，並在行前通知中加強旅遊不便險的宣導，確保客戶權益與旅遊品質。

我們的**GRI**績效佐證：

- **GRI 2-12, 2-25:** 我們已將氣候風險納入企業年度風險管理地圖中，並由內部稽核單位定期追蹤各項風險應對措施的執行成效。
- **GRI 2-26:** 尋求建議與提出疑慮的機制。我們鼓勵第一線的領隊與導遊，透過內部通報系統，即時回報因極端氣候導致的行程異常事件，作為我們修正風險評估與產品設計的重要依據。

## 8.1.4 指標與目標 - 量化我們的永續足跡

一個沒有衡量的承諾是空洞的。為了讓氣候策略能夠落地，我們必須設定清晰、可量化的指標與目標，並誠實地追蹤我們的進展。這是我們對所有利害關係人最負責的展現。

我們已開始盤查自身的溫室氣體排放量，並認知到，作為一家旅行社，絕大部分的碳排放來自於範疇三 (Scope 3)，特別是旅客搭乘的航班與交通。雖然這對我們是巨大的挑戰，但我們選擇正面迎擊。

- 溫室氣體盤查 (GHG Inventory):
  - 範疇一 (Scope 1): 公司公務車的直接排放。
  - 範疇二 (Scope 2): 總公司及各分公司辦公室的電力使用。
  - 範疇三 (Scope 3): 員工差旅、廢棄物處理等。我們已啟動專案，研究如何與航空公司及數據夥伴合作，估算旅遊產品的碳足跡，這將是我們下一階段的重點工作。

- 設定具體目標：

- 營運面：設定以 2024 年為基準年，目標在 2025 年前，辦公室人均用電量降低 3%。
- 產品面：目標在 2025 年前，「永續主題旅遊」路線數量翻倍，參與旅客人數佔比提升至 15%。

我們的GRI績效佐證：

- GRI 305-1, 305-2: 溫室氣體排放。
  - 2024 年範疇一排放量：2.5 公噸 CO2e。
  - 2024 年範疇二排放量 (市場基礎法)：279 公噸 CO2e。
- GRI 302-1: 組織內部的能源消耗。2023 年總用電量為 250,000 度 (kWh)。
- GRI 306-2: 廢棄物管理。2023 年辦公室總廢棄物回收率達 100%。

各位，這份報告所呈現的，不僅是數字與文字，更是山富旅遊對於永續未來的堅定承諾。我們深知，這是一條漫長且充滿挑戰的道路。未來，我們將持續深化 TCFD 框架的應用，進行更詳盡的情境分析，並與我們的供應鏈夥伴攜手，共同探索旅遊產業的減碳路徑。

山富旅遊將繼續秉持專業與熱情，不僅帶領旅客看見世界的美好，更要以實際行動，守護這份美好，為下一代留下一個值得期待的地球。

# 附錄一：GRI 準則索引表



<b>使用聲明 (Statement of use)</b>	山富國際旅行社股份有限公司已依循GRI準則 (GRI Standards) 報導其於中華民國113年1月1日至12月31日期間的永續資訊。
<b>使用的GRI 1</b>	GRI 1：基礎 2021
<b>適用的GRI行業準則</b>	本次報告書編製尚未使用GRI行業準則。

GRI 準則 (GRI Standards)	揭露章節 / 內容說明 (Disclosure Chapter / Content Description)
<b>GRI 2：一般揭露 2021 (GRI 2: General Disclosures 2021)</b>	第一章 關於本報告書、第一章 永續治理與誠信經營、第一章 利害關係人溝通
<b>GRI 2：一般揭露 2021 (GRI 2: General Disclosures 2021)</b>	
GRI 201：經濟績效 2016	第二章 永續治理與誠信經營
GRI 204：採購實務 2016	第四章：共築責任供應鏈 (供應商篩選、在地採購政策)
GRI 205：反貪腐 2016	第二章 永續治理與誠信經營 (反貪腐政策與措施、檢舉機制)
<b>環境面向 (Environmental Topics)</b>	
GRI 302：能源 2016	第八章：共創永續旅程 (營運據點能源管理)
GRI 305：排放 2016	第八章：共創永續旅程 (溫室氣體盤查、旅遊碳足跡估算)
GRI 308：供應商環境評估 2016	第四章：共築責任供應鏈 (供應商環境面向評估機制)
<b>社會面向 (Social Topics)</b>	
GRI 401：聘僱 2016	第七章：打造幸福職場與人才永續 (員工結構、薪酬與福利)
GRI 403：職業健康與安全 2016	第七章：打造幸福職場與人才永續 (職業安全衛生管理)