

The logo for ezfly, with the letters 'e', 'z', 'f', 'l', and 'y' in different colors (red, orange, yellow, green, blue, purple).

易飛網
股份有限公司



公司簡介

ezfly 易飛網於民國 88 年成立，為國內第一家線上旅行社 (Online Travel Agent, OTA)，率先建立台灣地區網路購票訂位機制並透過旅遊網站 (www.ezfly.com) 銷售旅遊產品，主要提供多樣化國外及國內套裝旅遊行程，服務內容包括國內外班機及飯店預定、國內外團體旅遊、小團體旅遊 (Mini Tour)、自由行、航空 / 高鐵 / 火車假期、主題式旅遊等特殊行程，讓消費者可透過所經營的網站一站購足。

ezfly 易飛網主要產品為國外旅遊、國內旅遊及 FIT 國際機票，三大產品分別佔整體合併營收約 69%、21% 及 5%。ezfly 易飛網顛覆傳統旅遊產業，應用電子商務高互動性與時效性的特性，成功整合旅遊上下游產業，以創新的商業模式提供大量、透明、快速、正確的訊息及具有競爭力的價格服務個人消費者，亦能提供企業、團體客製化服務及提供同業交易便利、內容豐富的整合交易平台，及陸客接待服務。

產業現況與發展

根據世界觀光旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council, WTTC) 2013 年報告指出，2012 年觀光旅遊業為全球經濟貢獻了 6.6 兆美元 (占全球 GDP 的 9.3%)，預估 2023 年全球觀光產業規模約占全球 GDP 的 10% (約 10.51 兆美元)；另全球觀光相關產業從業人口，在 2012 年達約 2.6 億人，預估 2023 年將可增加至 3.37 億人；另台灣政府近年來大力推展觀光產業，有助於就業人口不再偏重在科技產業，計劃 2016 年挑戰來台觀光客提高至 1,000 萬人次，政府亦投資新台幣超過 3,000 億元。

由此可見，觀光產業對於全球，乃至於單一國家的經濟發展，在未來將扮演重要的角色，而 ezfly 易飛網在旅遊服務產業中扮演消費者與旅遊業者之間的媒介地位，透過產品開發、供應商之合作關係、與資訊化應用程度整合旅遊上下游產業，提供消費者便捷且豐富的旅遊商品。

競爭優勢

通路及服務低成本策略

透過網路銷售，可省下龐大據點所需人事管理、水電及租金成本，以及 24 小時不間斷的線上自動開票系統，消費者可全天候透過網站訂購機票並劃位完成，節省大量人工處理時間及成本，而航空公司即可提供更優惠之機票價格降低成本。

服務流程差異化策略

動態打包服務，由客戶自行隨選天數、飯店、行程等，提供消費者彈性且自主的客製化旅遊行程。混艙動態訂價系統，按客戶需求，線上訂購去回程不同艙等之機票，依艙等動態調整訂價，讓消費者可用更低的價格取得有位置的機票。航假自動上架，節省大量上架人力。機位預查系統，可線上直接預查不同艙等之機位狀況，與預定機位之功能。

以電子商務擴大通路之策略

積極開發手機或平板電腦相關之軟體創新行動行銷，另成立 Facebook 官網與透過社群網站之高互動性，作為另類行銷管道。透過同業間的電子商務合作平台，給予同業優惠之採購價格，以擴大市場、強化通路並互惠互利。訂房資料庫與國際大型網路旅行業者進行橋接，讓外國人士可間接訂購國內飯店、民宿，並以電子化票券系統將台灣熱門景點業者門票之 QR Code 傳送給外國旅客，節省實體票券運送成本，將台灣熱門景點納入旅遊規劃，將台灣行銷至海外市場。



本中心吳壽山董事長（右）致贈紀念品予易飛網國際旅行社周育蔚董事長（左），恭賀上櫃掛牌成功。

未來展望

未來銷售業務發展包括：擴大產品線、提高企業戶及同業業務、精進會員機制、提高會員忠誠度及回購率、發展多元異業合作以提高出境遊（Outbound）市占率，以及配合大陸旅遊法實施、運用銀行資源深化資本、深耕國民旅遊資源以提高入境遊（Inbound）市占率。另技術發展策略上，將持續整合國內旅遊元件資料庫，包括機位、飯店、民宿、租車等，與國際大型網路旅行業者進行資料橋接與交換及電子化票券系統，不但可使外國人士看見台灣並來台旅遊，並帶動國人國民旅遊，豐富國人旅遊選擇多樣化。