

可持續發展報告 2025



目錄

01

序言

報告編製說明	3
高管寄语	4
關於攜程集團	5

02

可持續發展管治

企業管治	8
可持續發展管治架構	8
持份者溝通	9
重要性議題評估	9
可持續發展戰略	10

03

社區友好

推動鄉村旅遊振興	12
商業向善，支持公益慈善	14
客戶服務保障	19
全球旅行 SOS 平台	21
消除數碼化隔閡	22

04

家庭友好

打造家庭友好型企業	26
踐行多元、平等與共融	27
吸引與保留人才	30
賦能人才發展	33
關注員工健康與活力	36

05

業態友好

堅持合規營運	38
保障資訊安全	41
守護用戶私隱	46
AI 安全與合規	48
知識產權保護	50
供應鏈管理	52
提升產品品質	54
推廣中國入境旅遊	61
生態共建	63

06

環境友好

環境與氣候治理	66
實踐綠色營運	67
倡導及推廣可持續旅遊	72

附錄

關鍵績效指標	75
報告索引	76

01 序言

報告編製說明

報告說明：

本報告為本集團發佈的第七份可持續發展報告，披露本集團於可持續發展方面的策略、目標及績效成果。美元金額按 2025 年 12 月 31 日的在岸匯率換算，即 1 美元 = 7.0288 元人民幣。

報告範圍：

本報告為年度報告，報告期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，涵蓋攜程旅行及 Trip.com 兩個品牌。部分文字資料如超出上述期間，將於相關內容中作出說明。

編製依據：

本報告按照香港聯合交易所有限公司的《環境、社會及管治報告守則》、納斯達克證券交易所《ESG 報告指南 2.0》編製，並參照全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）標準。本報告內容依循一套系統化程序編製，有關程序包括：識別及梳理重要持份者、識別及梳理可持續發展相關重要議題、確定報告範圍、收集相關資料及數據、根據數據編製報告，以及審核本報告所載數據等。

報告原則：

本報告符合以下「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」原則。

- **重要性原則：** 我們進行了詳細的重要性評估，以識別及評估對本集團業務以及內部與外部持份者而言屬重要的可持續發展議題。
- **量化原則：** 我們披露可量化的指標，並在適用情況下設定量化績效目標。
- **平衡原則：** 本報告旨在平衡呈述本集團於可持續發展各方面所作出的努力，包括環境、員工、營運、產品責任及社區等範疇。
- **一致性原則：** 本年度可持續發展報告的編製方式與過往年度保持一致。



高管寄語

面對氣候、科技與社會的深刻變革，我們深信唯有追求價值共生，方能行穩致遠。攜程堅定實踐「四大友好」策略，將 ESG 理念融入營運。在創造商業價值的同時，我們與全球旅客、合作夥伴，全體員工及社區攜手，共同建設一個更具包容性、更具韌性且可持續的未來。

業態友好

我們看到入境旅遊發展所蘊含的巨大機遇，亦相信其將為旅遊經濟注入新動能。尤其是在中國內地等重點增長市場，攜程將持續深化長期投資。2025 年，我們服務入境旅客 2,000 萬人次，客源覆蓋 83 個國家及地區，帶動消費約 240 億美元。以 170 萬名全球合作夥伴及 10 億元旅遊創新基金為根基，我們構建了開放協作、多方共贏的生態。在這個生態圈中，共有 15 萬家中國價值鏈合作夥伴透過平台成功接待入境旅客，其中 7 萬家更是首次開展入境遊業務。為全面賦能合作夥伴，我們充分發揮平台優勢，不僅依賴 AI 跨文化多語言模型打破溝通隔閡，還全面接入 60 多種支付方式，並大規模部署線下智能售票機等數碼化基礎設施，切實降低業態參與門檻。同時，我們堅守合規營運的承諾，持續完善資訊安全保障體系，以實際行動守護用戶的信任與託付。

社區友好

我們充分發揮平台優勢，於鄉村振興、公益慈善及旅遊保障等領域，與合作夥伴攜手創造更廣泛的社會價值。攜程度假農莊五年來累計帶動就業 5.1 萬人。依託「全球旅行 SOS 平台」，我們已接入超過 100 萬家醫療機構，全年救援成功率達 98%。超過 1.6 萬名客服僱員提供 7 × 24 小時多語言服務，89% 的查詢於 20 秒內接聽。這些能力共同支撐我們在旅客最需要幫助的時刻，提供及時、可靠的服務保障。

家庭友好

我們堅信人才的可持續發展是企業發展的基石。在關鍵業務領域，我們持續營造一個支持平等機會、助力人才成長的環境，創收職能部門的女性管理人員比例已達 52.3%。2025 年，為進一步支持員工平衡工作與家庭生活，我們為育有 18 歲以下子女的員工新增「3 天子女陪護假」。同時，「程二代程長禮金」計劃累計惠及 2,038 個僱員家庭。混合辦公制度持續穩定推行，累計參與人次達 94 萬，居家辦公總時數高達 752 萬小時。憑藉多年來的實踐成果，攜程榮獲「家庭友好工作場所」認證，實現企業與個人的共同成長。與此同時，我們正積極將家庭友好的理念向全行業延伸，透過攜手行業合作夥伴，推出「多孩禮遇」等面向用戶端的家庭友好行動，為萬千家庭構建更有溫度、更具包容性的出行體驗。

環境友好

我們將全價值鏈減碳作為核心路徑。2025 年，攜程成為亞太區首家近期減排目標及淨零排放目標同時獲科學碳目標倡議（SBTi）驗證的線上旅遊企業，並承諾於 2050 年實現淨零排放。對內，我們持續優化能源效益；對外，我們推出涵蓋住宿、交通、租車及商旅服務的綠色標籤，引導用戶實踐可持續旅遊。

旅行是跨越國界與地域的橋樑，將不同文化與人們緊密相連，讓世界彼此靠近。在不斷前行的過程中，我們深知，唯有可持續發展，方能讓這顆藍色星球上的生命生生不息。秉持這一信念，我們將繼續秉持責任與關愛，服務數以億計的用戶，致力讓每一次出行都更趨完美，並共同邁向一個更可持續、更包容、更緊密相連的世界。



梁建章
攜程集團聯合創始人兼董事局主席



孫潔
攜程集團行政總裁

關於攜程集團

我們是全球領先的一站式旅遊服務供應商，提供全面的旅遊產品、服務及多元化旅遊內容。憑藉一站式服務模式、優質服務及先進技術，我們持續拓展全球業務版圖。對亞洲旅客以及愈來愈多來自世界各地的旅客而言，我們是其首選的旅遊服務供應商。我們協助用戶探索旅遊，為其激發靈感、提供資訊，以完成高性價比的旅遊預訂，並提供隨時隨地的旅途中服務，同時鼓勵用戶分享旅遊體驗。

公司成立於 1999 年，於 2003 年在納斯達克證券交易所上市，並於 2021 年在香港聯合交易所有限公司上市。

使命

追求完美旅程，共建美好世界。

願景

成為世界領先、最值得信賴的線上旅遊品牌系列，致力為旅客提供高性價比的完美旅程。

核心價值觀

C（Customer Centric）高滿意度 低費力度
T（Teamwork）共擔目標 共享資源；透明溝通 互相信任；開放包容 尊重多元
R（Responsibility）不設邊界 負責敢為
I（Integrity）正直公平 實事求是；簡單直接 大聲說話
P（Partner）協作共贏 創造價值

全球品牌矩陣



我們的產品及服務

我們提供住宿預訂、交通票務、旅遊度假及商旅管理服務，以及其他旅遊相關服務，透過我們的旅遊平台滿足休閒及商務旅客各類預訂及旅遊需求。

我們自 1999 年 10 月起提供住宿預訂及交通票務服務。自此以來，我們一直致力推動休閒及商務旅客的旅遊體驗轉型，並促進採用以線上及流動平台為基礎的旅遊預訂解決方案。我們緊貼不斷轉變的用戶偏好，持續提供旅遊內容以及旅遊產品與服務，讓旅遊變得更輕鬆愉快。

此外，我們提供多元化的其他產品及服務，包括旅遊度假及目的地體驗產品與服務、商旅管理服務，以及其他旅遊相關服務（包括汽車服務、旅遊金融及保險，以及簽證服務），以滿足休閒及商務旅客各類預訂及旅遊需求。用戶亦可透過個人化資訊流及我們的搜尋工具，瀏覽用戶生成及專業生成內容。



住宿預訂

- 提供約 170 萬個全球住宿房源



交通票務

- 覆蓋 220 多個國家及地區
- 提供 680 多家全球航空公司的航班



旅遊度假

- 提供超過 350,000 個目的地活動



商務差旅管理

- 服務超過 30 個市場的企業客戶



其他旅行相關服務

重要獎項



2025 家庭友好
工作場所認證



2025 中華環保基金會
低碳消費案例入圍



香港品質保證局
綠色及可持續金融大獎
2025



《Travel Weekly》
麥哲倫金獎



2026 中國傑出僱主
(連續兩年獲獎)



2025 《財富》中國
500 強



2025 中國旅遊集團
20 強



2025 新華網鄉村振興
案例入圍



新加坡
Champion of Good 大獎
2025



上海美國商會 可持續發展與
社會責任領導力大獎
2025



客戶世界機構，
中國最佳呼叫中心，
「金耳嚙大獎」



HR Asia 2025
亞洲最佳企業僱主獎



《福布斯中國》
出海 30&30 榜單

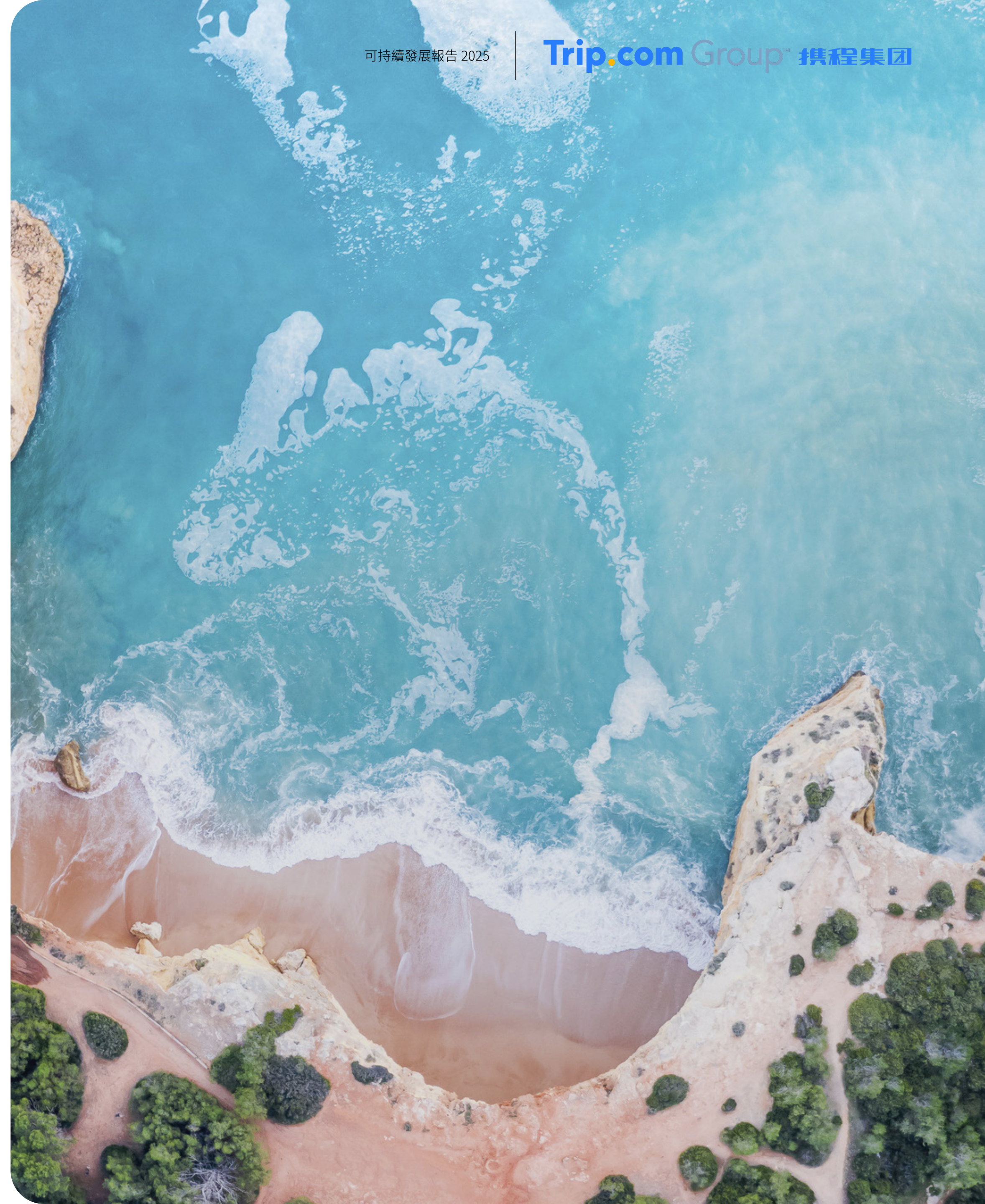


Brand Finance
全球 500 強排行榜

* 僅展示部分外部認可及榮譽，上述結果統計截至 2025 年 12 月 31 日。

02 可持續發展管治

攜程集團將可持續發展理念融入公司管治架構及日常營運體系，憑藉產品創新與科技賦能探索長期價值。我們構建權責清晰的可持續發展管治架構，與各持份者保持常態化溝通，圍繞系統化戰略穩步推進各項工作，並參照國際主流標準進行信息披露，在實踐中持續檢視與提升管治效能。



2.1 企業管治

攜程集團秉持高標準企業管治理念，參照《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》、納斯達克《ESG 報告指南 2.0》及香港聯合交易所有限公司《上市規則》附錄 C1《企業管治守則》等法律、法規及準則，持續完善管治框架。攜程集團董事會（以下簡稱「董事會」）承擔集團管治政策制定及審批的核心職責，負責監督管理層執行情況、檢視業務表現及管理重大風險，為長期穩健發展提供制度保障。

董事會組成

截至報告發佈日，董事會共有八名董事，其中獨立非執行董事五名，占比 62.5%。在董事遴選方面，本集團綜合考慮行業背景、專業能力及多元化等因素。獨立非執行董事來自不同行業，為董事會帶來多元視角與豐富管治經驗。

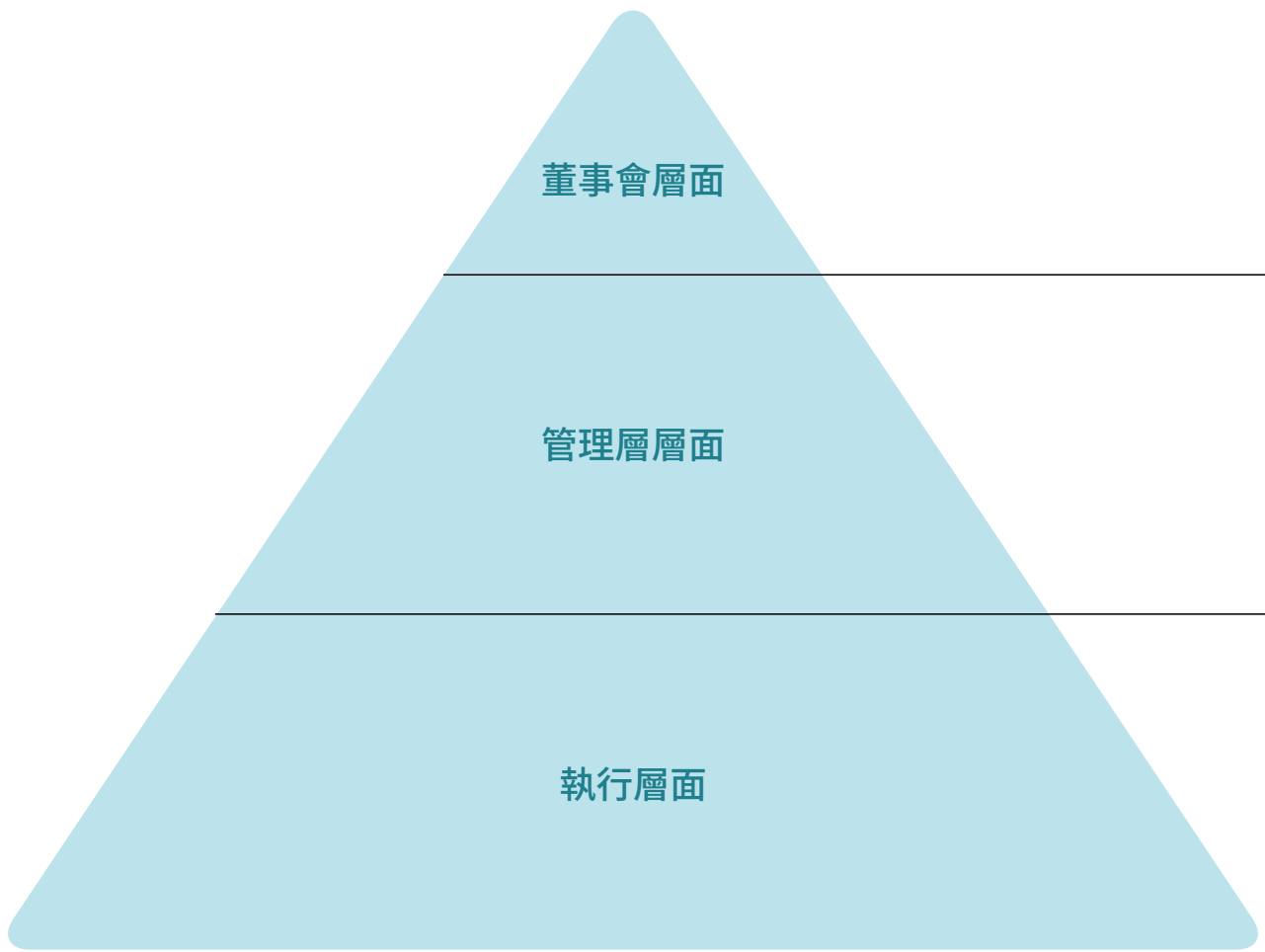
為協助董事會更好履行職能，集團設立審計委員會、薪酬委員會、可持續發展管理委員會及資訊安全委員會等專業委員會。各委員會依據既定議事規則開展工作，分別承擔特定領域的議事與監督職責。

註：集團企業管治詳情請參閱 2025 年度報告。

2.2 可持續發展管治架構

在董事會監督指導下，攜程集團自 2021 年起建立三層可持續發展管治架構，透過常態化溝通與反饋機制，確保相關職責在各層級有效落實。

三級管治架構



董事會 集團可持續發展相關事項的最高管治機構，下設可持續發展管理委員會。
可持續發展管理委員會 由集團首席執行官孫潔女士擔任主席，負責審議可持續發展戰略及重大事務，監督戰略執行，每年至少召開 1 次委員會會議，定期就氣候變化等關鍵議題向董事會匯報風險評估及進展。
可持續發展執行委員會 成員包括相關高級管理人員及部門主管。負責將戰略決策轉化為具體行動，協調跨部門資源，指導工作組開展工作，並定期向管理委員匯報階段性成果及指標進展。
可持續發展工作組 由各業務及職能部門骨幹組成，負責項目推進及內部培訓宣導，定期反饋執行進展。各業務部門指定主要聯絡人協助跨部門協調與資訊傳遞；各海外子公司配置管理專員，結合當地政策實際落實集團可持續發展戰略，推動相關工作合規開展。

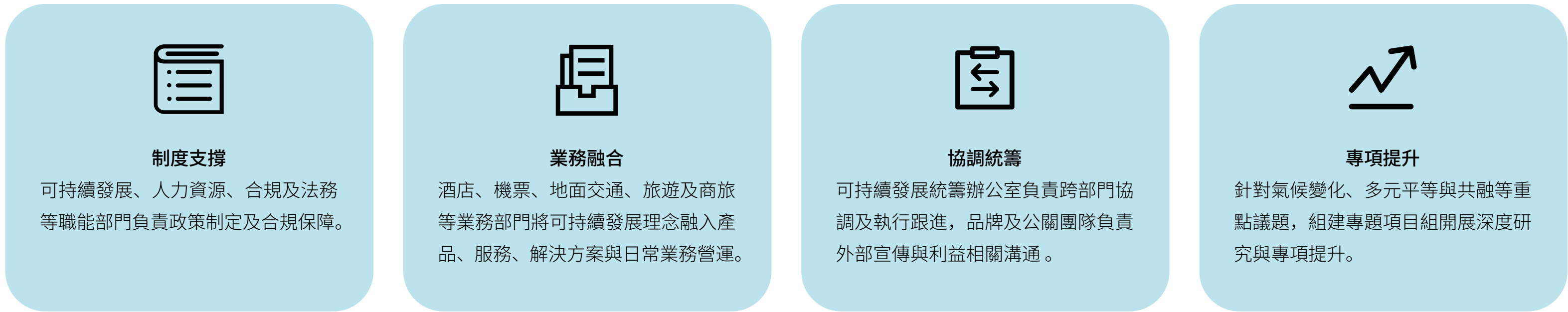
績效考核

本集團將可持續發展表現納入高級管理層年度績效考核體系，並細化至相關部門。根據《攜程集團董事會薪酬披露制度》，董事薪酬與可持續發展表現掛鉤。對執行董事設有薪酬回補機制，以合理管理薪酬風險，使激勵導向與長期目標保持一致。

制度保障

本集團每年檢視可持續發展政策，評估其完整性及適用性，並根據持份者期望及監管要求變化適時調整。相關制度涵蓋商業道德、數據安全、供應商管理、環境保護及員工權益等範疇，為各項實踐提供行動指引與合規依據。各項政策全文可於集團官方網站可持續發展相關頁面查閱。

在各層級協同推進基礎上，集團透過以下職能模組為管治架構提供支撐：



2.3 持份者溝通

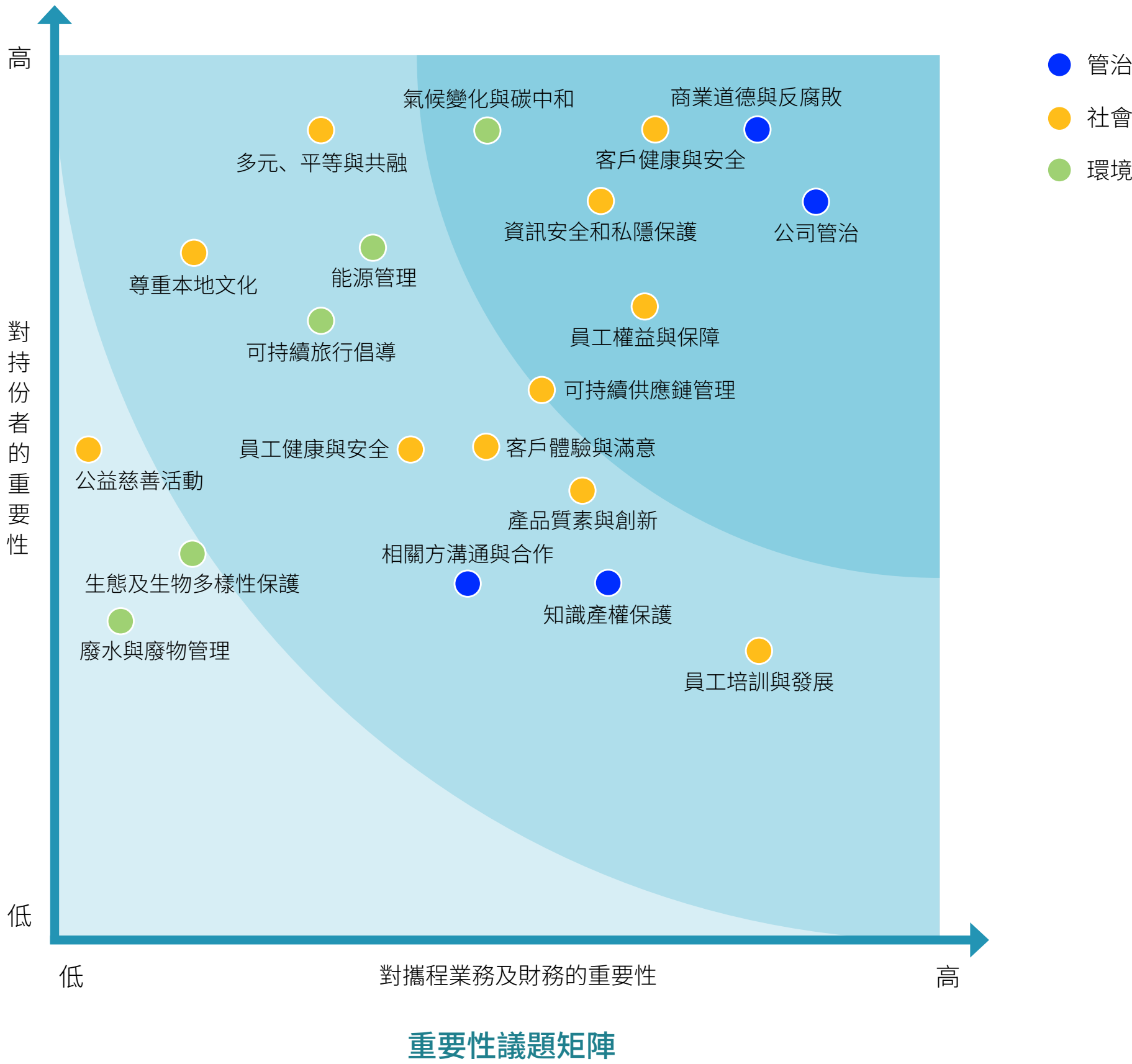
攜程集團重視各持份者期望與訴求，將其作為識別可持續發展風險與機遇、優化管理實踐的重要依據。我們透過多渠道與各方保持定期、雙向溝通，努力將各方關切融入戰略決策及日常營運。

主要持份者		溝通方式	
	股東及投資者	- 投資者峰會 - 股東大會	- 官方網站 - 財報發佈會
	政府及監管機構	- 官方媒體及協會座談會 - 資訊披露	- 政策諮詢與反饋 - 官方會晤
	客戶	- 應用程式與官方網站 - 用戶滿意度調查 - 線上客服	- 線下門市 - 社交媒體
	合作夥伴	海內外合作伙伴峰會	供應商評估
	員工	- 員工滿意度調查 - 員工內部戰略溝通會議 - 工會與 HR 會議	- 內部網絡與全員郵件 - 員工申訴渠道 - 社交媒體
	媒體及非政府組織	- 公益慈善項目 - 官方網站	- 社交媒體 - 媒體溝通會
	社區	- 公益慈善項目 - 業務營運所在地社區溝通	- 官方網站 - 社交媒體

2.4 重要性議題評估

本集團建立年度重要性評估機制，結合持份者溝通反饋及業務經營重點，動態識別並跟踪可持續發展重大風險與機遇。報告期內，我們從「對持份者的重要性」及「對集團業務及財務的重要性」兩個維度識別並評估了 20 項可持續發展重大議題，並結合集團戰略方向與各方關切進行優先級別排序。

評估工作參照《GRI 可持續發展報告標準》、香港聯合交易所及納斯達克證券交易所披露要求、聯合國可持續發展目標（UN SDGs）以及主流 ESG 評級方法論，通過議題識別、內外部持份者調研、評估排序與內部確認等步驟系統開展。本年度評估結果與上年度保持連貫，並於本報告進行系統性呈現。



2.5 可持續發展戰略

四大友好戰略框架 願景：追求完美旅程，共建可持續發展世界



社區友好

倡導社會多元、平等與包容

- 鄉村振興
- 客戶服務與保障
- 旅遊安全
- 公益行動

- 攜程度假農莊在全國持續營運，帶動當地就業及村民收入增長，農莊間接帶動在地就業約 1.1 萬人，5 年累計帶動就業崗位 5.1 萬個
- 「全球旅行 SOS 平台」接入全球 27 家專業醫療援助機構及超 100 萬家醫療合作機構，2025 年救援成功率達 98%
- 保留逾 1.6 萬人的專業化真人客服團隊，提供 7 × 24 小時、覆蓋 200 多個國家／地區的多語言全人工服務，年處理諮詢超 3.5 億次，89% 的諮詢 20 秒內接起，90% 的問題 20 分鐘內解決，客戶滿意度保持穩定



家庭友好

打造全球領先的家庭友好型職場

- 多元平等與共融
- 員工培訓與發展
- 工作與生活平衡
- 員工福利保障

- 「程二代程長禮金」計劃持續實施，已累計覆蓋 2,038 個僱員家庭
- 混合辦公制度穩定運行，為僱員提供靈活的工作安排，參與人次累計已達 94 萬，總辦公時數高達 752 萬小時
- 農曆新年返鄉辦公政策延續執行，客服團隊僱員可於農曆新年期間申請居家辦公，近 1,000 人參與提前返鄉
- 女性僱員占比及高級管理層女性比例保持在較好水平。在關鍵業務領域，創收職能部門中擔任管理職務的女性比例達到 52.3%



業態友好

創造廣泛的行業價值，推動行業可持續發展

- 合規營運
- 創新產品
- 資訊安全
- 拓展入境遊

- 企業精細化風險管理取得進展，部門風控能力與協同機制穩步提升
- AI 安全治理同步強化，所有的 AI 項目均須通過安全與合規評估
- 全年累計服務 2,000 萬人次入境中國內地，客源覆蓋 83 個國家和地區，帶動消費約 240 億美元
- 已連接全球逾 170 萬個合作夥伴，深化國際合作；設立 1 億美元旅遊創新基金，啟動年度旅遊創新貢獻獎評選



環境友好

推動全價值鏈減碳

- 科學碳目標
- 氣候風險管理
- 負責任消費
- 推廣可持續旅遊

- 成為亞太首家近期及淨零目標均獲「科學碳目標倡議」（Science Based Targets initiative，簡稱 SBTi）驗證的線上旅遊企業，承諾 2050 年全價值鏈淨零排放
- 自有辦公大樓及在地項目光伏系統年發電 174 兆瓦時
- 辦公大樓實施 14 項節能改造，全年節電 2,346 兆瓦時、節氣 6.15 萬立方米，減少約 1,370 噸碳排放
- 為用戶提供多元可持續出行選擇，涵蓋住宿預訂、航班出行、鐵路交通、租車用車及商旅等核心場景；2025 年，共有 274 萬用戶參與低碳商務旅遊，低碳商旅年度訂單達 2,344 萬單



03 社區友好

攜程集團將「商業向善」的理念深度融入可持續發展策略之中，並以社區友好為重要的實踐方向，長期關注社區的可持續發展，積極履行企業社會責任，將企業價值與社會需求緊密結合，致力創造積極且可衡量的社會影響力。

我們聚焦鄉村振興，憑藉旅遊產業的優勢，透過目的地開發、文旅融合及本地人才培育，激發鄉村的內在發展動力，從而帶動就業、促進文化傳承與生態保育，致力實現具包容性及可持續的區域發展。

同時，集團持續加大公益投入，在海內外積極開展教育支援、災難救援、環境保護等領域的慈善項目，並與政府機構、非牟利機構及業界夥伴緊密合作，共同應對社會挑戰。透過系統化及常態化的公益實踐，攜程致力將企業發展成果轉化為社會福祉，推動建立更具韌性及包容性的社區生態，履行負責任企業的使命與承諾。

在客戶服務方面，我們秉持「以用戶為中心」的理念，持續優化旅遊保障體系，提供專業及可靠的出行支援，確保用戶的旅程安心順暢。為應對突發事件，攜程設立了覆蓋全球的旅遊 SOS 緊急應變平台，為旅客提供即時、高效的緊急援助服務，切實保障用戶的安全。



3.1 推動鄉村旅遊振興

2025 年是攜程集團推動鄉村旅遊振興策略的第五年。作為「社區友好」策略的核心舉措，攜程度假農莊持續以高品質、本地化的住宿產品，推動鄉村經濟、文化與生態的協同發展。截至 2025 年 12 月底，攜程度假農莊於中國內地地區共營運 28 間門店，並在其 13 個省區市落地佈局，其中新增 5 間聯營門店，覆蓋內蒙古、廣東、浙江、山東、新疆等多元文化與生態區域。

攜程集團持續以高品質鄉村住宿為載體，推動鄉村旅遊與社區發展深度融合。2025 年，農莊的房間入住晚數（間夜量）按年增長 21%，非客房收入按年增長 15%；農莊間接帶動本地就業約 1.1 萬人，5 年來累計帶動 5.1 萬個就業職位，反映「住宿+」多元業態對鄉村經濟的帶動效益。

農莊堅持本地化營運，優先僱用當地居民並提供系統化培訓，直接創造就業職位，同時聯動周邊農業、手工藝及文化資源，形成可持續的本地產業鏈。透過農莊的線下體驗與攜程會員商城的線上渠道，三年累計帶動農副產品銷售額 2,852 萬元人民幣。2025 年，憑藉近

200 項在地文化體驗活動，引入剪紙、盤扣、竹編等 40 多項非物質文化遺產，與數十位非遺傳承人合作，實現非遺相關收入超過 340 萬元人民幣。所有農莊均設有最少一項與「農、牧、漁、耕、林」相關的文化體驗內容，有效促進傳統文化的活化與傳播。



攜程度假農莊，
持續激活鄉村內生動力

全年間接帶動本地就業約

1.1 萬人

5 年累計帶動就業職位

5.1 萬個

引入非物質文化遺產

40+ 項

全年開展在地文化體驗近

200 項

實現非遺相關產業收入

340+ 萬元

3 年累計帶動農副產品銷售

2,852 萬元



携程度假農莊（陝西佛坪店）



携程度假農莊（那拉提河谷草原店）

促進本地就業與人才回流

報告期內，農莊透過上下游協作與本地合作，間接帶動就業規模約 1.1 萬人，其中農莊多數職位由當地居民擔任。當中 12 間門店的本地僱員比例達 80% 及以上，其中新疆阿勒泰阿禾公路聯營店與福建永泰協星聯營店更實現 100% 本地僱用。本地僱員人均年收入提升超過 5.4 萬元人民幣。

針對青年人才回流議題，攜程度假農莊於 2025 年進一步優化已推行四年的「新農人計劃」，把重心轉向引導大學畢業生回鄉就業及長期發展，為鄉村振興提供更具有可持續性的人才支援。一批青年「新農人」活躍於前線服務，透過提升外語能力、本地文化導賞及生態農事體驗設計等方式，將鄉土資源轉化為高品質的旅遊內容，推動鄉村文旅產品提質升級。



攜程度假農莊（那拉提河谷草原店）
「新農人」蘇比努爾·阿卜杜麥麥提

在那拉提土生土長的蘇比努爾·阿卜杜麥麥提，是一名充滿活力的「00 後」攜程「新農人」。大學畢業後，她選擇回到家鄉，投身鄉村文旅的前線服務。如今，身為本地度假農莊的服務主管，她總會指着花帽上的雄鷹告訴旅客：「這是我們民族的吉祥符號，代表着對草原的守護。」帽簷的彩珠隨着她導賞時的動作輕輕搖晃，每一顆都藏着她想向旅客細說的家鄉故事。



攜程度假農莊（陝西佛坪店）
店長助理 何馨玥

2025 年 4 月，何馨玥選擇來到秦嶺，成為攜程度假農莊佛坪店的「自然導師」。她親手製作《觀鳥圖鑑》，帶領山野課堂，利用松果和杉果教授旅客製作「能把秦嶺帶回家」的手作。除了服務旅客外，她亦負責培訓本地員工，真正為鄉村留下可複製的營運模式及帶不走的人才團隊，推動鄉村實現人才振興與生態保育並重的長遠發展。

攜程集團支援農業

2023 至 2025 年間，攜程集團持續推進農產品扶持工作，累計將 61 類地方特色農產品納入攜程度假農莊的「助農」產品清單，並推動 77 款農產品於攜程會員商城上架。三年來，集團累計透過攜程會員消費，帶動農產品銷售額達 2,852 萬元人民幣，有效支持本地農業產業發展，並協助農戶增加收入。



攜程度假農莊（陝西佛坪店）
體驗佛坪剪紙

非物質文化遺產的保育與活化

報告期內，攜程度假農莊共舉辦 176 項文化體驗活動，系統化引入剪紙、盤扣、葉雕、竹編、木版年畫、刺繡、布藝等 40 多項非物質文化遺產，與數十位非遺傳承人建立穩定的合作關係。非遺相關收入實現持續增長，由 2023 年的 56 萬元人民幣提升至 2024 年的 300 萬元人民幣，並進一步增至 2025 年的 340 萬元人民幣；三年來，累計帶動非遺合作收入達 696 萬元人民幣，推動傳統文化的活態傳承與價值轉化。



攜程度假農莊（福建永泰赤錫店）
體驗葡萄藤編



攜程度假農莊（福建永泰赤錫店）
體驗柿染

3.2 商業向善，支持公益慈善

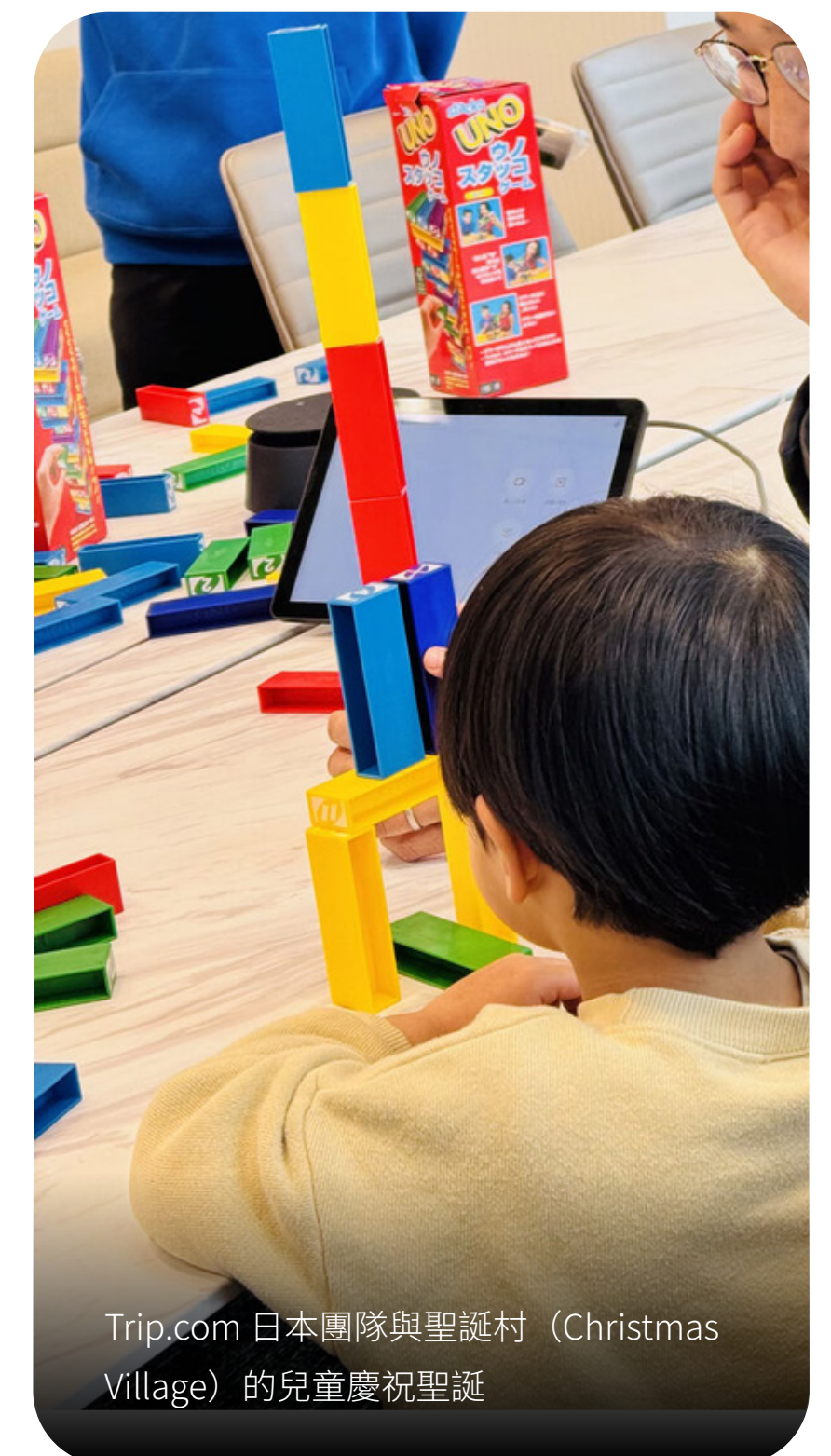
攜程集團始終堅信，商業與公益的力量緊密協同，才能對社會產生更大、更積極的正面影響。因此，我們積極推動攜程集團全球員工共同履行公益責任，重點關注弱勢社群（包括長者、兒童及社區）、關愛自然與環境，以及災害緊急應變與救援等多方面的社會議題，創造正面的社會價值與影響力。

關愛兒童與家庭

上海攜程公益基金會承諾連續三年資助上海願望成真慈善基金會，每年投入 50 萬元人民幣，推行攜程願望旅程公益計劃。2025 年，我們成功幫助 50 位患病兒童實現公益旅行夢想，孩子們分別前往瀋陽故宮、西安大唐不夜城、珠海長隆海洋王國等熱門目的地。自 2024 年項目開展以來，已實現並守護了來自 75 個城市的 100 個願望旅行，孩子們的足跡遍及三亞、北京、珠海、廣州、成都及上海等 29 個目的地。攜程正持續推進並執行此公益項目，致力為更多面臨健康挑戰的兒童及其家庭帶來希望。



2025 年，在韓國，Trip.com 團隊親身參與義工服務，並為 Didimjary 兒童保育中心組織了兩次募捐活動，透過家庭日活動及年終派對期間的員工活動籌集善款。在日本，Trip.com 團隊邀請聖誕村（Christmas Village）的兒童到辦公室參加創意活動及節日慶祝。在新加坡，Trip.com 團隊陪同天友社區服務中心（Filos Community Services）及劍蘭之家（Gladiolus Place）的兒童與家庭參與一場節日社區活動，促進彼此的交流與融合。



關愛兒童與家庭

2025 年，在東南亞地區，Trip.com 與當地合作夥伴攜手，透過基於需求且切實可行的舉措，支援弱勢社群社區。在馬來西亞，Trip.com 向偏遠地區的三個原住民村落組裝並捐贈了 30 輛單車，協助改善學童、上班族及商販的日常出行條件。



Trip.com 馬來西亞團隊向偏遠村莊捐贈單車

在泰國，Trip.com 清邁團隊與當地酒店合作夥伴攜手支持學校「Ban Wang Sri School」，捐贈必要物資並與學生互動；同時透過種植蔬菜和香蕉樹，支持學校提供可持續膳食。這些舉措共同表明，我們致力透過與當地社區的務實合作，改善資源獲取途徑、提升教育水平並保障民眾的長期福祉，從而增強社區韌性。



Trip.com 於泰國清邁與學校「Ban Wang Sri School」學生互動

關注女性發展

Trip.com 與英國 Women in Travel CIC 合作，透過培訓與有償導賞機會，賦能弱勢女性群體，並與攜程集團在女性經濟賦能與包容性旅遊方面的目標契合。

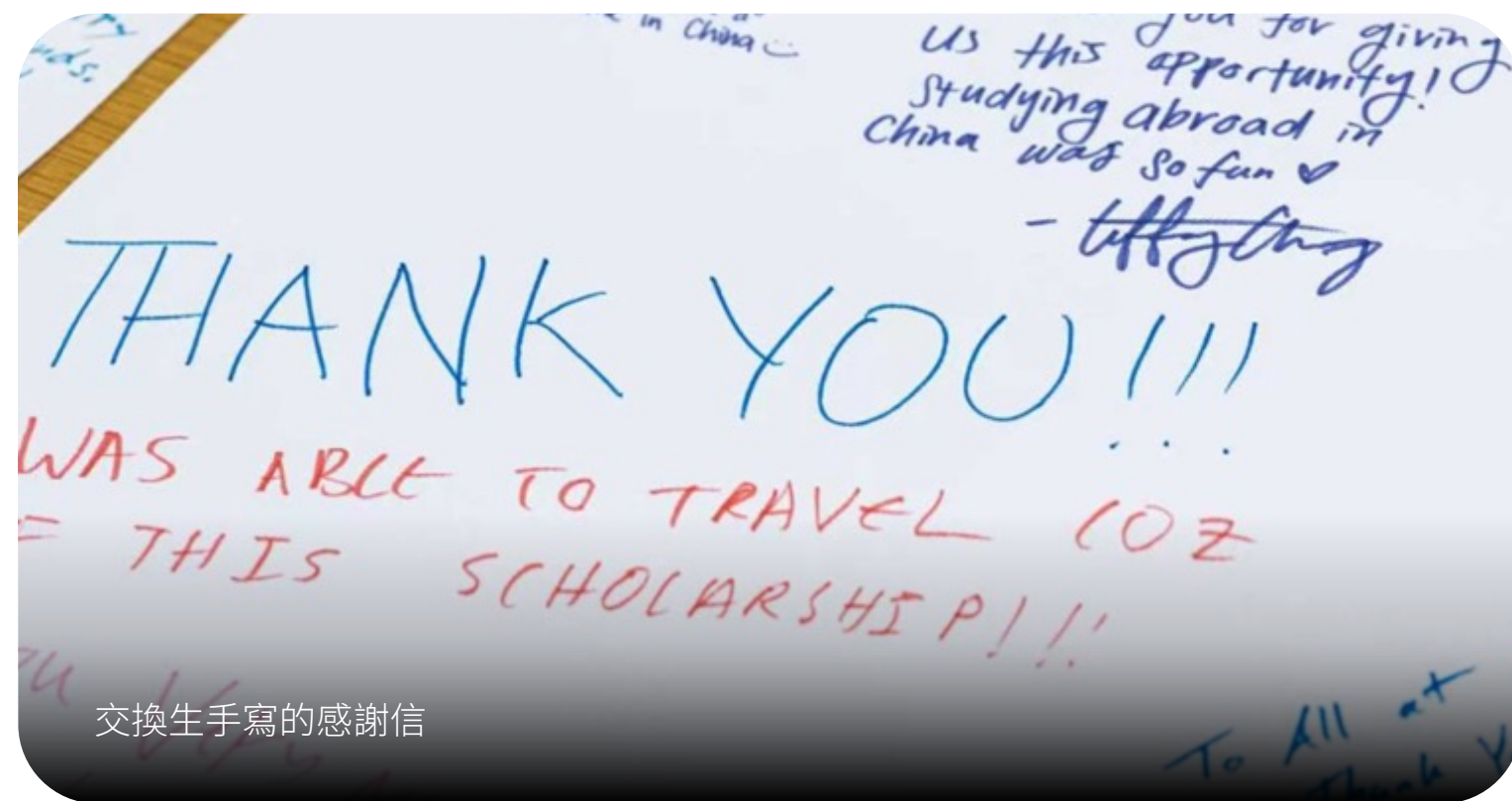
項目共培訓 15 名女性，其中 11 人順利結業，4 人成為倫敦、曼徹斯特及愛丁堡的導賞員，打造融合建築、美食、音樂與藝術的本地文化體驗。項目成功幫助 11 名女性創造收入，並透過攜程平台的持續支持，為參與的導賞員提供長期收入來源。



關注青少年發展

攜程領航獎學金項目

攜程集團與上海交通大學共同設立「領航獎學金」，旨在透過資助海外學子來華學習與生活，推動中外青年友好交流。項目秉承「旅行與教育促進友好合作」的理念，致力拓寬青少年的國際視野，將受益的學子培養為中外民間交流的紐帶與基石。



交換生手寫的感謝信



交換生參與學院活動

該項目首批受助美國學生已於 2024 年秋季抵華。2025 年，項目进一步深化及落實，於 5 月至 8 月期間，資助了 16 名來自美國密西根大學的交換生，在上海交通大學浦江國際學院（原密西根學院）展開學習交流，為其提供相關資金保障。在跨文化體驗方面，除常規學術課程外，項目還組織受助學生前往上海豫園、上海中心、烏鎮及成都等地展開社會實踐活動。多位美國受助學生表示，該獎學金有效緩解了交換生的經濟壓力，幫助他們深入體驗中國的文化底蘊與發展現狀，並促成了跨國友誼的建立，為構築中美民間友好的橋樑提供了實質性的企業支持。



交換生遊覽上海豫園

產教融合與青年就業賦能：攜程直播青訓營

憑藉「旅行木蘭」計劃，攜程集團於 2025 年推行直播青訓營項目，採用「校企共建文旅直播間」模式推動產教融合。報告期內，該項目累計對接全國 40 多所院校，並與其中 25 所（包括 9 所本科院校及 16 所大專院校）達成實質合作。2025 年，項目共計開展線下培訓超過 450 小時，參與培訓的青年人才逾 1,000 人次。在實操訓練方面，青訓營共分派營運帳號 45 個，提供實戰直播時長達 15,058 小時，累計實現商品交易總額（GMV）達 1.01 億元人民幣。報告期內，項目共孵化千萬級直播帳號 2 個、五百萬級帳號 6 個以及百萬級帳號 10 個，實現了人才技能培養與商業價值的同步轉化。

項目調研數據顯示，88.24% 的參訓學員在結營後明確將文旅電商作為職業發展方向。在具體崗位意向方面，25.49% 的學員計劃向「主播 + 營運」複合型崗位發展，12.42% 以專業主播為目標，另有 8.5% 計劃向營運主管等管理崗位進階。上述人才培養成果與當前文旅行業的數位化新型用工需求高度匹配。

報告期內，直播青訓營項目



開展線下培訓超

450 小時



參與培訓的青年人才逾

1,000 人次



實操訓練直播時長達

15,058 小時



累計實現商品交易總額（GMV）達

1.01 億元人民幣

支援長者及高齡化社區

2025 年，在多個市場中，攜程集團的員工自發投入時間，透過在本地推動社區項目來支援長者、兒童及家庭。在香港，Trip.com 與銀杏館合作，向長者及弱勢社群分發愛心飯盒和節日用品，包括在中秋節前派送月餅。在新加坡，Trip.com 探訪了安老協會，舉辦娛樂與社交互動活動，與長者深入交流，促進他們的心理健康並減少社交孤立感。農曆新年前，Trip.com 香港團隊與博愛醫院合作開展節慶關懷行動，支援社區長者。Trip.com 香港團隊走訪了多間長者院舍及日間護理中心，向博愛醫院服務範圍下的長者派發了 600 多份新年福袋。每份福袋均經過精心準備，內含日常必需品及應節食品，包括個人護理用品、零食、滋補湯包等，在節日前夕為長者送上溫暖、關懷與新年的祝福。



Trip.com 香港團隊積極響應銀杏館的「愛心計劃」



Trip.com 團隊走訪香港博愛醫院並派發 600 多份新年福袋



Trip.com 團隊探訪新加坡安老協會並舉辦交流活動

關愛自然與環境

2025 年，在各個市場，攜程集團的員工透過實際行動自發支持環境保護及生物多樣性保育。



Trip.com 於印尼藍夢島參與海洋保育活動



Trip.com 於印尼藍夢島參與海洋保育活動

在印尼，Trip.com 團隊從巴厘島的沙努爾港前往藍夢島參與一項海洋保育活動。在當地保護組織的指導下，團隊深入了解珊瑚礁生態系統及修復技術，並透過浮潛及淺水潛水支持珊瑚移植。這項活動在加強員工對海洋健康與沿岸生態系統理解的同時，亦為保護海洋生物多樣性做出貢獻。



Trip.com 香港團隊與香港貓狗拯救協會合作舉辦義工活動

在香港，Trip.com 與香港貓狗拯救協會合作開展義工活動，支持動物福利工作。團隊透過清潔貓舍與互動陪伴，為被救助貓隻的日常護理與福祉改善貢獻力量。



Trip.com 香港團隊參與 Soap Cycling 舉辦的肥皂藝術工作坊

Trip.com 香港團隊參與了由 Soap Cycling（再皂福）舉辦的肥皂藝術工作坊。該工作坊倡導將酒店輕度使用過的肥皂回收再利用，製成全新的衛生用品並提供予有需要的社群，同時透過循環再造減少廢物。

團隊透過包容性參與機制，聘請了三位長者義工，並為兩名實習生提供實習機會，成功將超過 2 公斤的肥皂廢料免於送往堆填區，並為兒童禮物包（希望之盒）生產了 108 塊再生肥皂。

災害緊急應變與捐贈

2025 年 11 月，為支援大埔宏福苑火災的救援及善後工作，攜程集團宣布捐贈 1,000 萬港元，用於緊急救援及安置受災居民。這筆捐款已分配予香港特別行政區政府的大埔宏福苑救濟基金、博愛醫院及救世軍，用作提供經濟援助及災後支援。與此同時，集團積極攜手住宿合作夥伴，為受影響居民安排臨時住宿，其中 Runway 1331 酒店即時準備妥當房間。我們的客戶服務團隊亦同步設立專屬支援熱線，協助居民及社工協調住宿，累計協助 183 戶家庭完成安置登記。

2025 年 12 月，攜程集團東南亞團隊迅速採取行動，為受極端天氣影響的社區提供支援。在泰國，Trip.com 向合艾受災社區運送基本物資，以滿足緊急救援需求。在季候風季節期間，Trip.com 馬來西亞團隊聯同當地非牟利組織「Pertubuhan Amal Uncle Kentang Malaysia」加強水災救援行動，有效提升救援效率與緊急應變能力。



Trip.com 東南亞團隊為當地社區提供緊急救援物資

3.3 客戶服務保障

攜程集團踐行「客戶第一」的宗旨，透過遍佈全球 26 個熱線中心的 16,000 名客戶服務員工為客戶提供優質服務，當中包括曼谷、吉隆坡、愛丁堡、首爾、東京、馬尼拉等多個海外熱線中心。我們確保提升客戶滿意度，這不僅能增加企業的營業收入，還能在多個範疇降低企業的營運風險，進而為業務的長遠發展規劃提供堅實支持。我們嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國電子商務法》等相關適用法律法規，建立完善的投訴管理體系，提供 7 × 24 小時的客戶服務，年處理諮詢超過 3.5 億次，其中 89% 的諮詢於 20 秒內接聽，90% 的問題於 20 分鐘內解決。



報告期內



遍佈全球的熱線中心

26 個



專業客服員工規模

16,000 名



全天候不間斷服務

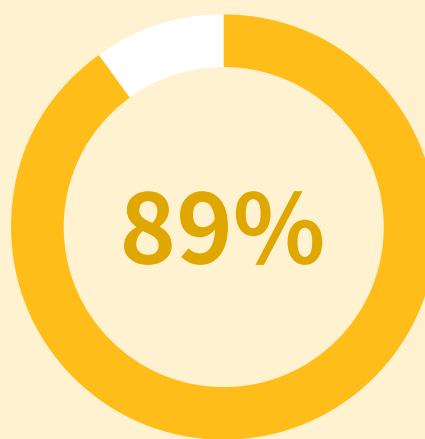
7 × 24 小時



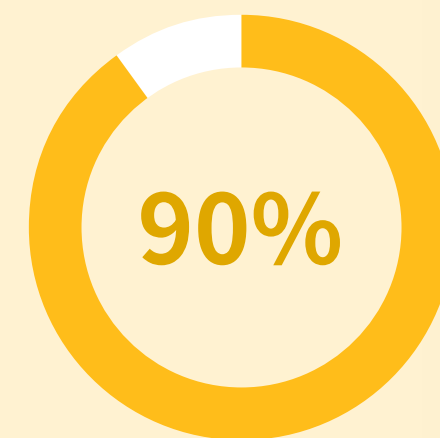
年處理諮詢總量超

3.5 億次

諮詢在 20 秒內接起佔比



問題在 20 分鐘內解決佔比



服務體系建設

攜程集團各業務單元高度重視高品質服務，設立專責的質量管理與用戶體驗團隊，持續開展研究、檢討與優化改進。我們成立服務委員會，憑藉自上而下的管理架構，持續優化系統、流程、人員及整體服務體驗。

我們制定了全面的《客服中心標準作業程序》，針對不同客服場景設定標準化處理流程與建議應答，將服務過程細分為多個環節，以細化的指標管控不同環節，建立精益服務體系，並不斷進行優化和校準。同時，我們構建了覆蓋客服人員的員工成長體系，提供針對性的學習與培訓，以持續提升服務質素。

作為行業先行者，攜程集團將製造業的質量管理方法——六西格瑪體系成功應用於旅遊業，優化客戶服務流程與服務質素，並獲得 4PS 國際標準五星級認證。我們秉持「HEAT」服務理念——暖心（Heartwarming）、簡單（Effortless）、主動（Active）、信任（Trustworthy）。報告期內，攜程集團的服務體系從易得的服務（1.0），升級至有效的服務（2.0），並進一步邁向有溫度的服務（3.0），透過建立情感連結，提高解決客戶問題的效率與體驗。



人機協同賦予服務溫度

在服務領域，每一次溝通都是攜程品牌形象的縮影。我們持續增加技術投入，將 AI 技術融入客服流程，提高服務流程的自動化率。AI 讓攜程客服可以將精力投入到更有價值的環節，提供更有溫度的服務。面對地緣政治衝突、極端天氣等突發狀況，攜程透過智能客服提供高效主動的預判式服務：當系統監測到客人訂單可能受戰爭等外部因素影響時，AI 機器人會在旅客求助前主動觸發關懷，精準推送相關服務入口。客人一鍵點擊後，訴求即可直達售後人工環節，大幅縮減了互動層級與等待時間。

服務反饋提升

本集團始終將客戶體驗視為企業可持續發展的核心基石，致力於構建全生命週期的客戶服務管理體系。報告期內，集團持續完善多維度的用戶反饋機制，透過產品端淨推薦值（NPS）評價系統與電話專線渠道，建立常態化的「傾聽 - 分析 - 行動」閉環。各業務線及服務團隊憑藉專項改進項目，精準識別並回應客戶訴求，推動服務流程的標準化與體驗升級。



在服務質素監控方面，集團積極引入第三方獨立監測機制，確保評估結果的客觀性與公信力。數據顯示，2025 年客戶滿意度保持行業領先水平，按年（同比）提升近 2%；同時，服務營運效率顯著優化，一次性解決率呈穩步上行趨勢。特別是在危機應對場景下，集團憑藉完善的緊急應變機制，有效保障用戶滿意度維持在高位水平，切實履行對消費者的服務承諾。

服務人才保障

報告期內，我們進一步建立科學、全面的客服成長體系，透過「專業精進、技能認證、自由流動及薪酬競爭力」四大機制升級，提升員工的職業發展體驗，增強人才吸引力、激勵與留才。

於每年的 6 月 16 日，我們舉辦「攜程全球客服節」為客服團隊提供更具溫情的福利政策與體驗，包括愛心早餐車、甜蜜下午茶、HEAT 客服頒獎典禮等。2024 年 5 月，我們推出針對客服團隊的農曆新年回鄉辦公政策，各業務客服團隊可根據實際需求實施此政策，享受最長達 2 個月的居家辦公福利。2026 年春節期間，已有近 1,000 名客服員工申請該項福利。

2026 年農曆新年

居家辦公福利最長達

2 個月

申請該項福利客服員工近

1,000 名

3.4 全球旅行 SOS 平台

攜程集團「全球旅行 SOS 平台」提供全天候、全球範圍的快速求助回應服務。自 2017 年平台推出以來，我們持續為全球用戶提供應急支援與突發事件處理服務，累計受助旅客已超過 4.4 億人次。

自 2024 年「全球旅行 SOS 平台」服務進一步升級後，攜程集團接入全球 27 家專業醫療援助機構，並與超過 100 萬家醫療合作機構建立聯動協作網絡，2025 年救援成功率達 98%；平台支援的服務語言已擴展至 24 種，覆蓋 20 類旅行緊急場景，包括就醫協助、緊急醫療轉送、財物遺失援助、補辦證件支援等多項核心服務，全面保障旅客在重大突發災害與緊急事件中的出行安全與求助回應需求。

截至報告期末，平台共收到來自全球 100 多個目的地的 23,000 多宗求助個案，就屬於 SOS 服務範圍內的求助問詢而言，整體支援成功率達 98%。在西藏地震、緬甸地震、伊斯坦堡地震、颱風「海鷗」登陸菲律賓及日本地震等 10 多宗重大自然災害與極端事件期間，該平台均為受影響旅客提供了及時有效的安全保障與緊急支援服務。



支援個案（一）

2025 年 9 月，一名年長旅客在烏魯木齊旅遊期間突然暈倒，送院後確診為腦梗塞，並緊急接受取栓手術。術後恢復情況理想，其後再接受心臟起搏器植入手術，術後仍留在深切治療部觀察。家屬其後透過攜程平台了解到 SOS 醫療轉運服務，遂聯絡平台，希望將該名長者轉運至常住地廣州繼續接受治療。

SOS 專員接報後即時啟動應急響應，協助家屬與平台合作的諮詢機構建立聯繫。諮詢機構迅速對接主診醫生評估病情，並綜合患者術後狀況、轉運風險及目的地醫療資源，制定專業醫療轉運方案。攜程 SOS 醫療轉運服務跨越千里，守護家人團聚。



支援個案（二）

2025 年 7 月，一名客戶在意大利旅行期間不慎跌倒，左肩關節着地後持續疼痛。客戶自行購買止痛貼處理，惟症狀未見緩解，痛楚反而加劇。行程第三日抵達法國馬賽時，痛楚已難以忍受，但因語言障礙及不熟悉當地醫療體系，未能及時求醫，遂緊急聯絡攜程救援服務。

SOS 專員接報後即時啟動應急響應，協調合作諮詢機構介入。諮詢機構迅速篩選馬賽當地多間優質醫療機構，並結合客戶所在位置及傷情作出精準推薦。SOS 專員全程跟進，協助客戶與機構建立聯繫並確認就診安排。由接報至客戶完成診療並取得後續治療方案，整個流程於 24 小時內完成。問題解決後，客戶主動致電平台，對高效、專業的救援服務表示感謝。



截至報告期末，全球旅行 SOS 平台



累計受助旅客已超過

4.4 億人次



接入全球專業醫療援助機構

27 家



聯動協作醫療合作機構超過

100 萬家



支援服務語言

24 種



覆蓋旅行緊急場景

20 類



累計收到全球目的地的求助個案多達

23,000 多宗



重大突發災害與緊急事件救援成功率達

98%

3.5 消除數碼化隔閡

隨著智能手機的普及及長者旅遊需求的增長，長者在旅行中面臨智能技術使用困難、產品資訊理解障礙、缺乏適配產品與服務等問題。攜程集團推出「攜程老友會」，透過專門設計的旅行產品及一對一客戶服務，協助 50 歲以上用戶克服使用數碼技術的障礙。此外，攜程集團還推出了簡化操作流程的「適老版」產品，讓長者能夠更便捷地享受線上服務。

聚焦銀髮社群，打造專屬服務

攜程集團於 2024 年正式推出「攜程老友會」，作為面向 50 歲以上用戶的專屬旅行品牌，致力提供安全、便捷、有溫度且具社交價值的旅行服務。截至 2025 年底，「攜程老友會」註冊會員已超過 450 萬人，其中 75% 為 50–59 歲的初老人士，體現該年齡段用戶對高質素適老旅行服務的強烈需求與高度認可。報告期內，「攜程老友會」已上線覆蓋 50 多個全球目的地的旅行產品，涵蓋旅行團、酒店套餐、郵輪及旅居等多種類型，建立了標準化適老產品體系。

推進數碼適老改造，提升技術包容性

為降低銀髮用戶使用數碼服務的門檻，攜程持續推進技術適配：

- 開發並上線「攜程老友會」獨立專區，採用大字體、高對比度色彩方案，簡化操作路徑，關鍵資訊以口語化方式呈現；
- 融合 AI 對話引擎與傳統搜尋功能，支援用戶透過自然語言完成複雜行程規劃；
- 推出「親情卡」功能，允許子女遠端協助父母完成預訂、支付及行程管理，有效促進跨世代協作與家庭同遊。

拓展線下接觸點，打造銀髮社交新空間

自 2024 年起，攜程集團在上海開設並營運中國內地地區首家「攜程老友會」官方旗艦店，將線上服務能力延伸至實體場景。門市提供一站式旅行諮詢、產品體驗、簽證協助等服務，並定期舉辦攝影、茶藝、旅行分享等興趣活動，構建銀髮族的線下社交平台。店內常設「爸媽旅行守護官」，為到店用戶提供面對面的專業支援與陪伴服務。

在聚焦銀髮社群用戶需求的同時，攜程集團亦關注多元社群的用戶體驗，持續深耕無障礙設計。我們堅信旅行應當成為連接世界的橋樑，確保每個人都能在任何地方平等地享受探索的樂趣。秉持這一使命，攜程集團已將無障礙理念深度植入我們的產品基因。

📅 截至報告期末



「攜程老友會」註冊會員已超

450 萬人



「攜程老友會」上線覆蓋

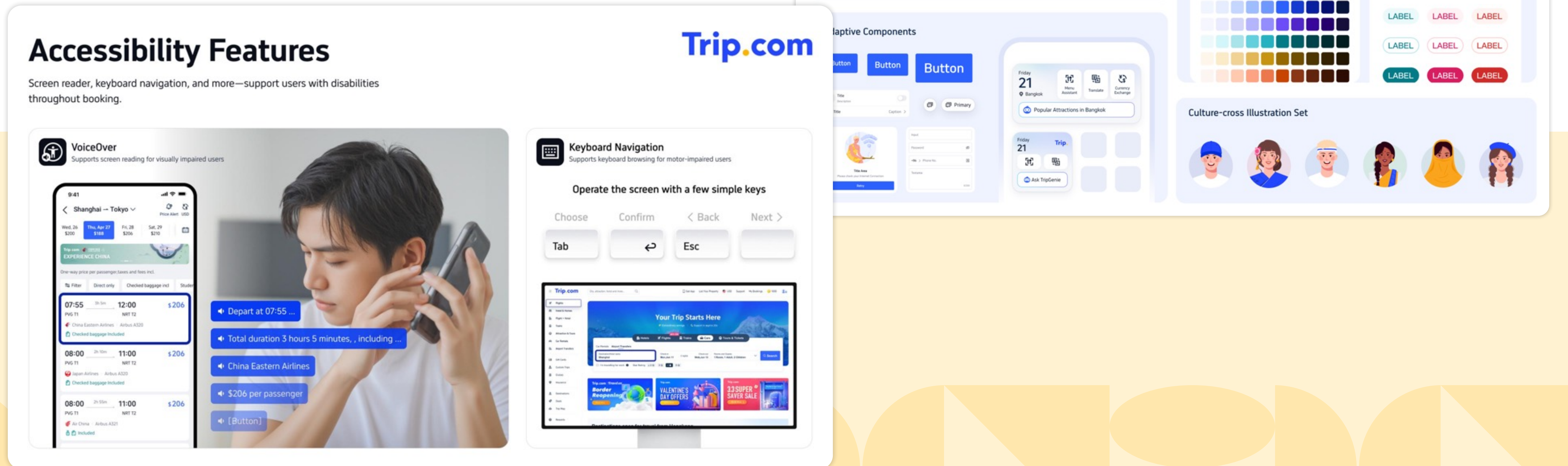
50 多個全球目的地旅行產品



深耕無障礙設計，構建全包容旅程

2025 年，Trip.com 用戶體驗設計團隊與各業務部門通力合作，逐步完善各業務線的無障礙體驗。我們在內部設計系統（Trip Design System）中正式上線了通用無障礙設計規範，涵蓋色彩對比度、動態字體、螢幕朗讀適配及鍵盤導航等核心功能。透過將這些標準封裝至設計與研發的基礎組件庫，使無障礙體驗在各業務線及 App、Web、H5 三端相互協調。這種系統化的方法，賦能工程師與設計師更精準、高效地構建包容性產品，從而加速履行我們對 WCAG 2.1 AA 級標準及《歐洲無障礙法案》(EN 301 549) 的堅定承諾。攜程集團的無障礙設計更榮獲國際 iF 設計獎。

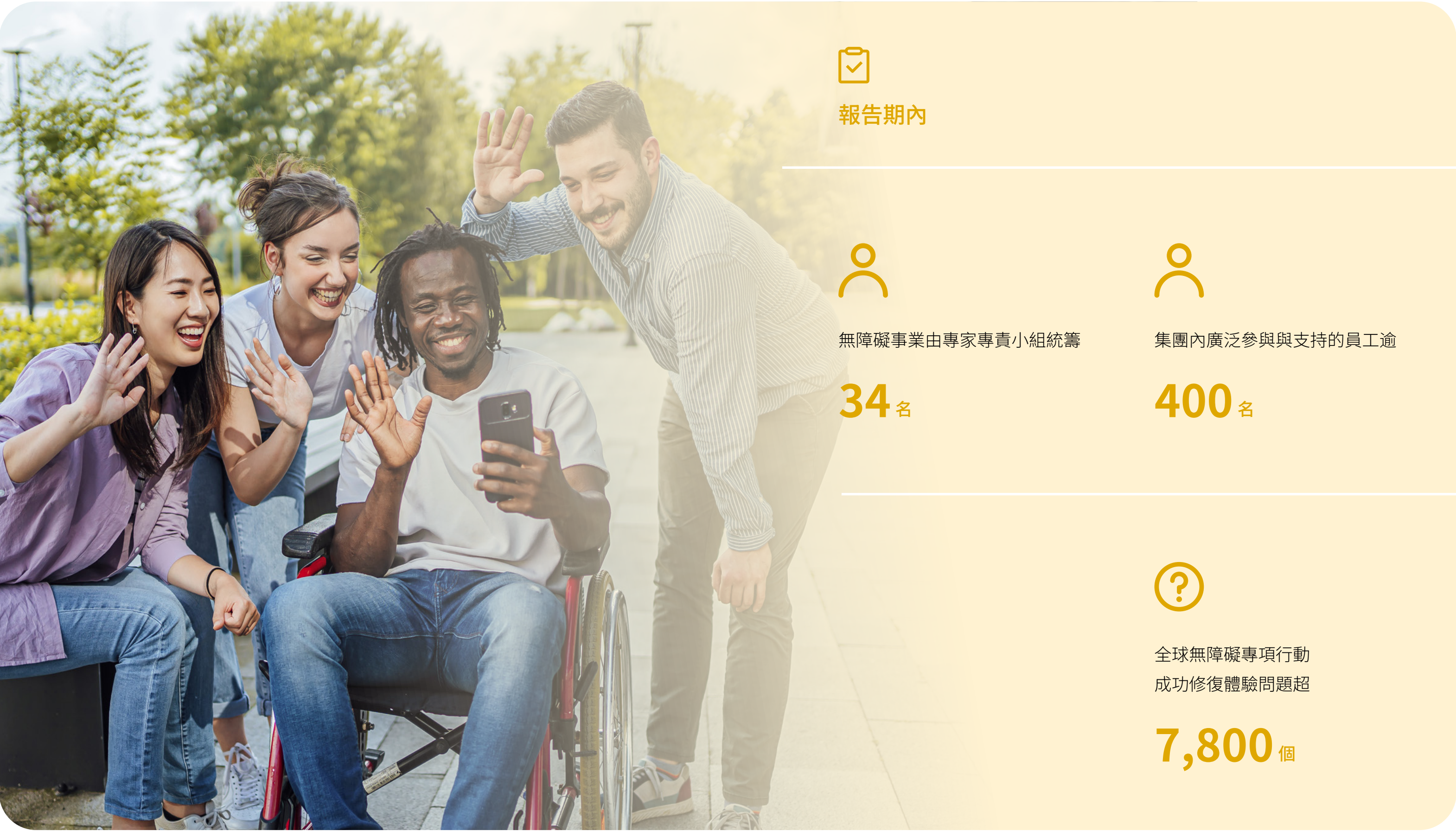
除了數碼體驗的提升，我們還在預訂環節引入了無障礙客房篩選功能。同時，我們的全天候客服團隊亦隨時待命，為有特定出行要求的用戶提供必要協助。



跨職能高效協同，消除數碼體驗障礙

在攜程集團，我們的無障礙事業由一支包含設計、研發、法務及產品職能的 34 人專家專責小組統籌，並獲得集團內逾 400 名員工的廣泛參與與支持。我們將無障礙理念深度嵌入產品全生命週期——從設計階段的專項標註，到每週一次的無障礙自動化掃描，透過閉環流程主動發現並精準修復潛在障礙。

這種系統性轉變的影響是可衡量的。2025 年 1 月至 9 月，我們開展了覆蓋全球的無障礙專項行動，成功修復超過 7,800 個體驗問題。色彩對比度的優化在改善視覺體驗的同時，亦顯著提升了用戶的操作轉化率，驗證了通用設計對全體用戶的普惠價值。透過與全球殘疾社群定期開展可用性測試，我們確保核心預訂流程已實現無障礙閉環。對我們而言，無障礙不僅是消除障礙，更是賦予每個人獨立探索世界的勇氣與尊嚴。我們將持續進化，為構建一個更具包容性、真正無界的旅遊生態而不懈努力。



沉浸式感官共情，理解多元用戶需求

除了在產品層面推進包容性設計外，我們亦鼓勵員工參與相關體驗式活動，以加深對不同用戶群體需求的理解。透過親身體驗，員工能夠更好地建立同理心，並將包容理念融入產品優化與服務提升之中。Trip.com 香港團隊攜手 Orbis 在「Colorful Day」週年慶舉辦「蒙眼用餐體驗」活動。參與者在全黑環境中用餐，僅依靠聽覺、觸覺和嗅覺完成整個體驗，從而加深對視障人士所面臨挑戰的理解，並促進社會共融與同理心。

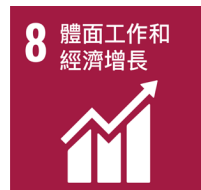


04 家庭友好

攜程集團將「人的可持續發展」視為企業長期發展的核心基石，致力於建設家庭友好型企業，以此應對社會人口的挑戰並提升員工福利。在生育支持方面，集團持續完善相關體系，推行「程二代程長禮金」政策，為員工提供切實的資金援助；同時實施「混合辦公」制度，協助員工更彈性地平衡工作與家庭生活。在組織文化方面，集團落實《平等與多元化政策》，為女性、少數族裔及殘疾人士提供公平的職業與晉升機會，並特別關注女性在核心決策及科技領域的長遠發展。此外，集團透過完善的人才培養體系、具競爭力的薪酬架構及開放的溝通機制，將員工關懷落到實處，履行企業社會責任，推動員工與企業並肩成長。



5 性別平等



8 體面工作和經濟增長



9 產業、創新和基礎設施



10 減少不平等



4.1 打造家庭友好型企業

家庭友好政策	開始時間	福利內容
《員工醫療福利規定》	2014	覆蓋 16 歲或以下子女的補充商業醫療保險
《員工生育福利規定》	2015	提供孕期交通費、生育假期
《上海辦公區孕婦躺椅借用須知》	2015	於辦公區域提供孕婦躺椅
《育嬰室使用須知》	2015	於辦公區域提供多個育嬰室
《女員工輔助生育福利政策》	2018	符合條件的女性員工可享有輔助生育福利
《孕期臨時車位》	2018	提供孕期臨時停車位
《混合辦公政策》	2022	符合條件的員工可在每週三、週五中選擇 1 至 2 天申請居家辦公
《程二代程長禮金》	2023	符合條件的「程二代」可享有超過 6,880 美元 ¹ 育兒補貼 ²
《子女陪護假》	2025	育有 18 歲或以下子女的員工，每年可享有 3 天有薪假期
《混合辦公政策》	2025	產品與研發團隊員工申請居家辦公免審批
《客服團隊農曆新年返鄉辦公政策》	2026	首次將同城遠郊地區的一線客戶服務人員納入保障範圍
《全職男性員工侍產假延長》	2026	中國內地 自 2026 年 5 月 1 日起，符合條件的全職男性員工可享不少於 20 天的侍產假，為迎接新生命的家庭提供更多支持。 其他國家及地區 我們將根據各營運所在地的法律法規及當地實際情況，持續檢視及完善家庭友好福利政策，包括侍產安排。

1. 根據具體國家 / 區域的員工政策進行相應適配； 2. 育兒補貼數據基礎摘自 2023 年攜程集團 ESG 報告； 3. 數據摘自 2023 年攜程集團 ESG 報告。

程二代程長禮金

為減輕員工在育兒初期的經濟負擔，並支持構建生育友善型工作環境，攜程集團自 2023 年起正式實施「程二代程長禮金」政策，並計劃投入超過 1.37 億美元³ 設立員工生育補貼。

該政策規定，全球範圍內入職滿三年的在職員工，每新生育一名子女，每年可獲得約 1,376 美元的現金補貼³，直至該子女滿 5 歲（即單孩累計發放超過 6,880 美元）。

該專項資金支持機制已在企業內部實現常態化運行。截至 2025 年底，該政策已累計覆蓋 2,038 個員工家庭。於報告期內，集團共向 1,114 位員工發放了「程長禮金」，實際惠及子女 1,132 名，年度累計發放金額約 161.42 萬美元。透過長效的經濟補貼機制，集團為迎來新生命的員工家庭提供切實的財務援助與保障。



混合辦公政策

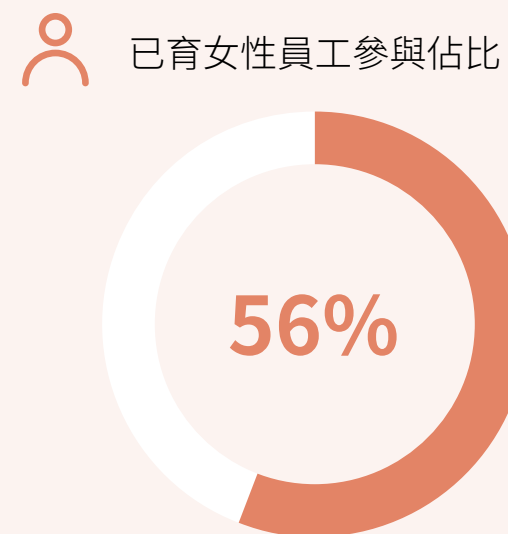
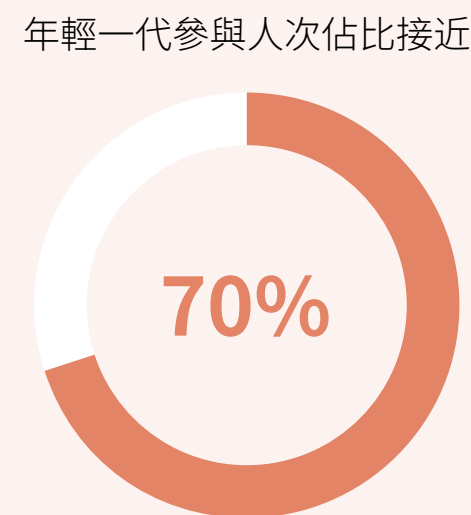
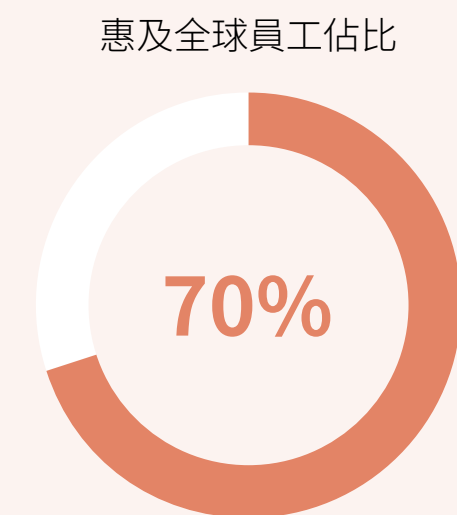
攜程集團率先推進大型互聯網企業混合工作制度，始終致力於透過創新的辦公模式提升組織制度的靈活性。

自 2022 年正式啟動以來，該政策已惠及全球 70% 的員工。截至 2025 年底，混合辦公參與人次累計已達 94 萬人次，總辦公時數高達 752 萬小時。在提升員工福祉方面，該政策累計為員工節省了約 140 萬小時的通勤時間，有效緩解了員工的時間壓力。從人員構成來看，年輕一代特別是「90 後」與「00 後」對此政策高度青睞，參與人次佔比接近七成。同時，混合辦公在支持家庭平衡方面成效顯著，56% 的已育女性員工與 65% 的已育男性員工積極參與其中，成為穩定育齡人才梯隊的關鍵力量。

2025 年，混合辦公政策升級：產研員工申請居家辦公免審批。這意味著符合條件的員工申請後，系統將自動處理，混合辦公進一步由「申請制」走向基於高度信任的「自主制」轉變。

集團持續推進客服團隊農曆新年返鄉辦公政策，自 2024 年 5 月針對客服團隊首次推出以來，其規模與影響力持續擴大。2026 年農曆新年，集團正式升級返鄉辦公政策，首次將同城遠郊地區的一線客服人員納入保障。2026 年農曆新年期間，近 1,000 位客服員工在中國內地地區超過 200 座城市及海外 8 個國家和地區（包括埃及、義大利等）遠程辦公，返鄉辦公人數同比增長約 25%。

截至報告期末，混合辦公



混合辦公參與人次累計

94 萬人次

總辦公時數高達

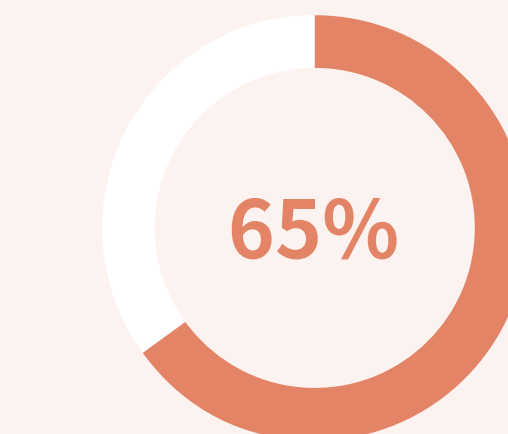
752 萬小時



員工節省通勤時間

140 萬小時

已育男性員工參與佔比



4.2 踐行多元、平等與共融

攜程集團尊重人權及多元化，營造公平、包容的工作環境。我們推出《攜程集團平等與多元化政策》，禁止在人員招募及日常工作中，出現任何基於性別、種族、膚色、年齡、宗教信仰、婚姻與生育狀況、國籍、家庭狀況及身心障礙等方面的歧視行為。我們致力為女性營造更公平的發展與晉升環境，同時亦積極支持少數族裔及殘疾人士等員工，實現更好的發展。

多元、平等與共融

報告期內，攜程集團的員工陣容已覆蓋全球 80 個國家與地區。自 2001 年起，我們便開始聘用殘疾人士。報告期內，我們在全球共聘用了 166 位殘疾人士，為其提供涵蓋不同業務線與職能板塊的合適工作職位。我們關注每一位員工的職業發展需求，致力幫助所有員工發掘個人潛力，在工作中實現個人價值。

我們致力於為少數族裔提供更加平等的發展機會。報告期內，我們在全球共聘用了 978 位少數族裔人士，為他們營造平等的工作環境，同時給予更多保障，例如為少數族裔提供符合其生活習慣的餐飲等，促進集團多元文化和諧交融。

報告期內



全球共聘用

166 位殘疾人士



全球共聘用

978 位少數族裔人士

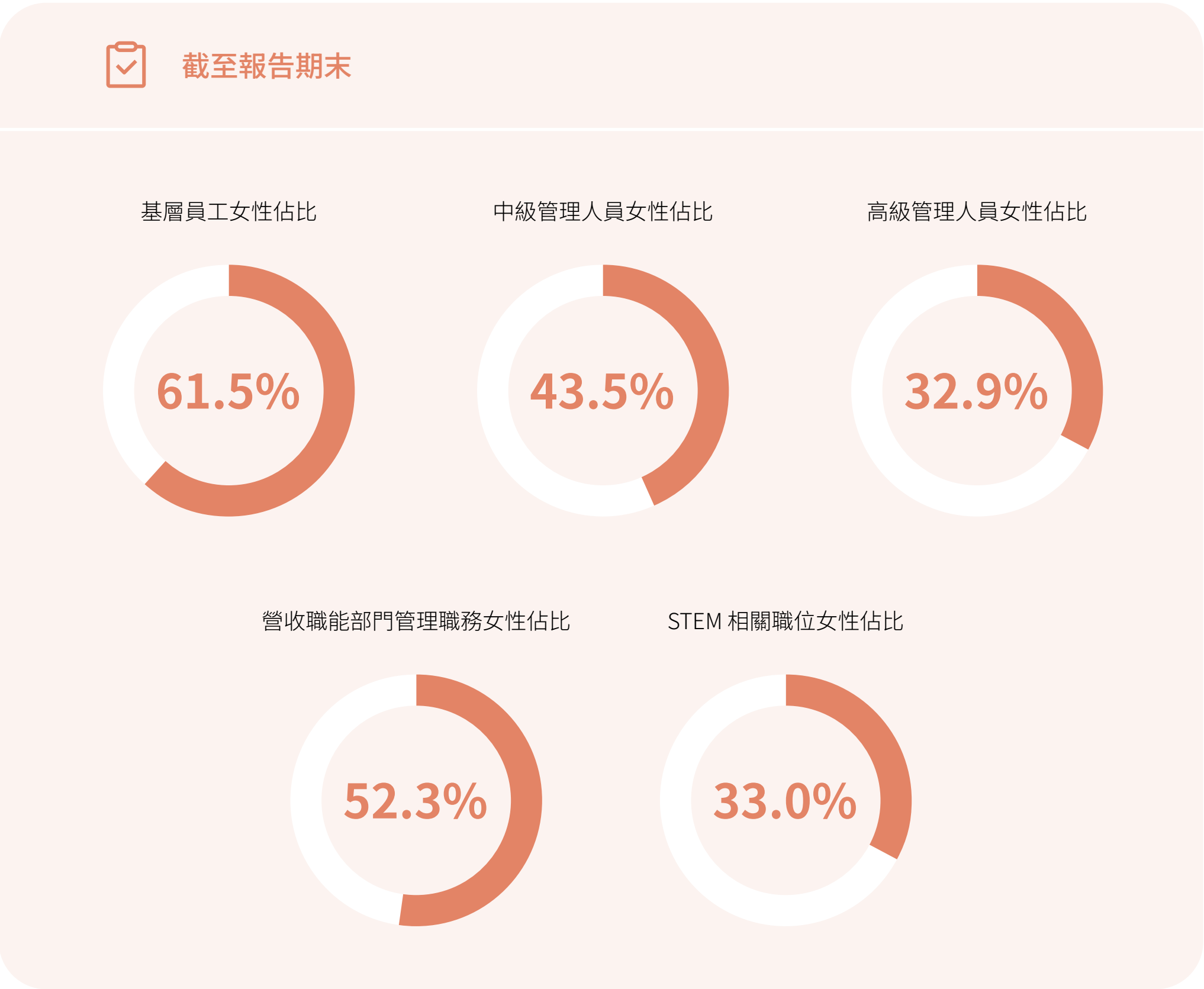
助力女性成長

推動性別平等

攜程集團作為聯合國婦女署與聯合國全球契約組織共同發起的《賦權予婦女原則》（WEPs）簽署企業，持續在工作場所、市場和社區中積極推動性別平等和女性賦能，將女性人才的選拔、培養與保留納入核心人力資源戰略。

截至報告期末，集團高層管理團隊總人數為 148 人，其中女性高管達 49 人，佔比達 33.1%。在關鍵業務範疇中，負責營收的職能部門中擔任管理職務的女性比例達 52.3%，體現了女性
在核心經營決策中的重要作用。同時，集團積極推動女性在科學技術（STEM）領域的職業發展，STEM 相關職位中的女性佔比達到 33.0%。

在員工關懷與全生命周期支持方面，集團建立了完善的生育保障機制及家庭友好政策，當中包括靈活的混合辦公模式、全球育兒補貼基金，以及有薪育嬰假等。報告期內，已育女性員工的產後返崗率達到 100%，產後半年留存率亦接近 100%，有效保障了女性員工生育後的職業連續性跟著與晉升通道暢通。



推動性別平等

在人才招聘方面，集團堅持多元化錄用原則。報告期內，集團共向女性候選人發放錄用通知 2,922 份，接受率達 98.6%；其中，產品研發類職位向女性候選人發放錄用通知 623 份，接受率達 97.8%。高接受率數據反映了集團在人才市場上對女性求職者的吸引力及雇主品牌的認可度。未來，集團將持續優化包容性政策，確保女性員工在招聘、晉升及職業發展各階段享有平等機會。



聚焦女性就業

在文旅產業生態鏈中，攜程集團依托平台資源支持女性實現靈活就業。2025 年，平台累計帶動文旅領域彈性就業超過 12 萬人，其中女性從業者近 2.67 萬人。報告期內，集團帶動 3,500 家 中小旅行社轉型發展，創造了旅遊策劃顧問等新型文旅職位超過 3 萬個；在旅遊訂制師、行中管家等核心職位中，女性從業者佔比超過 65%。此外，針對青年女性職業發展，集團開展「旅行木蘭」直播青訓營專案，2025 年累計為 800 多名女大學生提供文旅直播等職業技能培訓及實習通道，拓展青年女性的就業選擇。



預防職場性騷擾

為了締造具備高度安全感的工作環境，攜程集團制定了《反性騷擾行為準則》，並設立專門的舉報渠道及處理細則。我們承諾保護受害人及舉報人，確保及時妥善處理任何職場性騷擾案件。攜程集團的業務遍佈全球，我們鼓勵旗下各業務或部門因應其營運所在國家或地區的實際情況，制定相應的反歧視及反騷擾政策。



4.3 吸引與保留人才

攜程集團深知人才是企業發展的核心動力，積極吸引擁有多元背景來自不同領域的優秀人才。我們全力保障員工權益，秉持公正透明的招聘流程，支持員工的職涯成長，依據員工貢獻給予公平合理的薪酬，關注員工福祉，傾聽員工心聲。我們致力於為每位員工搭建廣大平台，協助充分施展才能，攜手共赴集團的使命與願景。

	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
員工總數	30,875	29,949	28,007	27,000
按性別劃分員工人數				
男性人數	13,193	12,870	11,917	11,242
女性人數	17,682	17,079	16,090	15,758
按聘用形式劃分的員工人數				
全職人數	30,491	29,611	27,854	26,617
兼職人數	384	338	153	383
按年齡組別劃分的員工人數				
30 歲以下	42.2%	39.7%	42.3%	43.7%
30 至 50 歲	57.0%	59.8%	56.1%	55.7%
50 歲以上	0.8%	0.5%	0.6%	0.6%
按職級劃分的員工人數				
基層	76.9%	77.8%	78.0%	76.1%
中層	22.6%	21.7%	21.4%	23.2%
高層	0.5%	0.5%	0.6%	0.7%

招聘

攜程集團秉持「公開、平等、競爭、擇優」的用人原則，透過校園招聘、社會招聘、內部推薦、實習生計畫等多元渠道吸收人才。集團制定《招聘管理辦法》與《內部推薦管理制度》，有明確招募標準與錄取流程。招募過程中，我們注重候選人的專業知識、技能、綜合質素及潛力。

為確保面試的公平性和專業性，面試官需經過嚴格篩選、訓練和考核，並定期評估。面試後，我們邀請候選人填寫回饋問卷，以優化面試體驗。通過面試的候選人，在符合私隱和資訊安全政策的前提下，我們將核實其資歷。

我們嚴格執行營運所在國家的勞工法律法規，透過嚴格的身份審核流程杜絕使用童工。我們也制定了僱用童工的補救措施，一旦發現僱用童工的情況，會立即停止其工作並上報至當地勞動部門，同時為其安排健康檢查和心理檢查。自營運起，集團從未發生過任何非法錄用童工的情況。

我們秉持本土化與多元化策略，在全球範圍內招募員工，並依法與正式員工簽訂合同，合約簽訂率為 100%，強化集團在不同國家和地區引進人才過程中的國際化與合規性，將反歧視理念融入集團招聘的各個環節。



促進和推動大學高品質就業

在促進大學生就業方面，攜程集團透過系統化、創新化的校園招聘，積極為青年人才提供發展機會。集團全年開展校園招募項目，吸收 2,000 多名應屆生及實習生，職缺涵蓋研發、產品、設計、綜合等多個方向，並針對特定業務設立專項培訓生計劃，為員工提供多元化成長路徑。

近年來，攜程集團持續深化校園與企業合作，主動走進各高等院校進行宣講及招聘活動，創新推出「雙引擎」招聘模式，提升招聘效能與覆蓋面。我們始終以學生體驗為中心，以精細化服務和高效協同，切實支持大學畢業生就業，為集團與社會持續注入新生力量。



薪資福利

攜程集團建立了一套既具備外部競爭力又兼顧內部公平性的薪酬福利與健康保障體系，目的在確保員工能獲得公平的報酬，同時提供多元化的員工福利，打造一個安全、有保障且有利於員工發展的工作環境。董事會薪酬委員會為集團薪酬體系的最高管理機構，成員包括集團董事會副主席及獨立董事李基培先生，該委員會獨立於管理層運作。目前，集團已發布《攜程員工權益政策》，該政策涵蓋了《國際勞工組織關於工作中基本原則與權利宣言》、《聯合國全球契約十項原則》及《聯合國企業與人權指導原則》等相關原則。

薪酬

攜程集團已發布《攜程集團薪酬管理制度》，薪酬包括固定薪金、業務考核類獎金、年度績效考核類獎金及購股權等多種薪酬形式獎勵形式。我們承諾按行業具競爭力的薪酬水平，並遵循國際勞工組織標準向所有員工支付薪酬。

我們致力於營造公平、公開、公正的績效考核環境，透過自上而下的集團、組織、個人績效鏈管理，實現績效管理在全業務流程中的良性循環。我們每六個月開展一次績效評估，按績效表現評估釐定的浮動薪酬，覆蓋 100% 適用年度績效考核政策的正式員工。

我們基於對集團人才庫的全面評估，為持續貢獻價值的員工實施短期激勵計劃（可變薪酬），該薪酬結構覆蓋集團全體員工。除短期激勵外，集團亦透過股權激勵計劃（即「全球獎勵計劃」），向特定職級以上的員工及業務骨幹授予激勵，旨在讓人才與公司共享長期發展成果，並吸引對集團未來發展具備信心的優質人才。我們提供收益結構靈活的期權方案，供員工根據自身規劃自主選擇。在持有期權滿足約定年限後，可透過不同方式，獲取相關收益。

福利

攜程集團福利體系涵蓋社會保險（包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險）及住房公積金。我們福利清單共分為 6 大類、20 多個細分福利項目，包括各類假期福利、旅遊福利、出勤津貼、醫務室及健康檢查等。我們積極舉辦多元化的員工活動，例如年度大會、運動會、集團週年慶典、團體活動、社團興趣活動及家庭開放日等，全面滿足員工多元文化生活需要。



離職

攜程集團依照勞動合約和相關法規制定員工入職、調職和離職管理規定，我們嚴格執行對離職員工經濟補償的相關法律法規。我們也對主動離職的員工進行離職意見調查，在採取適當措施挽留人才的同時，收集員工對集團及職位的建議，進行整合分析並回應員工關注的問題。於報告期內，本集團於各營運所在地均未發生根據當地法律法規界定的大規模裁員事件。

	2025 年	2024 年	2023 年
總主動離職率	6.7%	7.3%	11.7%
按性別劃分的主動離職率			
男性	6.2%	6.9%	10.5%
女性	7.1%	7.5%	12.3%
按年齡劃分的主動離職率			
30 歲以下	11.9%	12.1%	19.8%
30 至 50 歲	3.6%	3.8%	5.4%
50 歲以上	5.4%	3.8%	8.8%
按地區劃分的主動離職率			
中國內地地區	5.7%	6.3%	11.0%
非中國內地地區	17%	18.7%	20.8%

員工溝通管道

攜程集團於 2005 年成立工會，統籌員工的權益保障與內部關懷工作。工會建立了內部困難幫助機制，為在生活或健康方面遇到困難的員工提供必要的救助。此外，工會定期舉辦各類文體活動，以支持員工的身心健康。

在內部溝通回饋方面，集團設立了檢舉郵箱與 HR 回饋信箱，保障員工申訴與溝通管道的暢通。同時，集團常態化開展一年兩次的「程現」溝通會，以及一年一次的全集團滿意度（Group Pulse）調查。透過上述機制，集團定期收集員工的工作回饋與業務訴求，辨識管理改善方向，促進管理階層與員工的有效交流。

員工滿意度調查

從 2018 年開始，我們針對員工進行 Group Pulse 調查，研究對象為集團入職超過 3 個月的正式員工。從最初的管理行為研究逐步發展為全面的敬業度調查，包括組織信心、文化認同、上級主管、學習發展和薪酬福利 5 大模組，基於調查結果向主管提供個人報告和組織報告，用於主管進行自我診斷和提升。同時，我們也會對整體研究結果進行分析，辨識員工普遍關注的問題，並透過員工訪談、焦點小組等方式進行驗證分析，以便更好的製定改善措施，持續為員工打造更好的工作氛圍。

2025 年，為進一步打造開放透明的溝通環境，攜程集團啟動了新一年度的 Group Pulse 滿意度研究。報告期間內，集團共計發放了 28,781 份 Group Pulse 滿意度問卷，最終收回有效問卷 17,010 份。大規模樣本收集，反映了集團與員工之間保持著開放且暢通的溝通意願。



4.4 賦能人才發展

重視人才培育

攜程集團持續推動人才培育與團隊建設，打造涵蓋全員的多層次學習生態。我們依託一體化學習平台，提供量身定制的課程、實戰專案與導師機制，全面貫通員工的職涯發展週期；同步推廣知識共創與評估連結，將學習成果轉化為業務能力與職涯成長，帶動組織持續改善。



員工發展及培訓	單位	2025 年	2024 年	2023 年
受培訓人次	人次	151,189	105,842	96,133
總培訓比例	比例	100%	100%	100%
按性別劃分的培訓員工比例				
男性	比例	45.1%	42%	43%
女性	比例	54.9%	58%	57%
按職級劃分的培訓員工比例				
高級管理人員	比例	0.36%	0.49%	0.36%
中層管理人員	比例	19.6%	17%	16%
基層員工	比例	79.9%	82%	83%
培訓員工時間				
人均培訓時數	小時	43.11	42.26	38.81
按性別劃分的培訓員工時間				
男性	小時	50.69	45.67	42.35
女性	小時	45.61	39.66	36.17
按職級劃分的培訓員工時間				
高級管理人員	小時	15.90	15.90	15.39
中層管理人員	小時	86.72	82.59	76.64
基層員工	小時	42.92	38.32	35.43



量身定制的學習路徑，涵蓋更多職位

2025 年，集團「程長學園」為不同專業背景員工打造客製化課程。2025 年 6 月，平台全量接入約 25,000 門領英線上課程。在業務实操方面，開展了涵蓋民宿管家、導遊領隊、酒店運營師等不同職位的專業培訓。在合規與職業操守建設方面，集團組織了多項全員及專項培訓：資訊安全與反舞弊培訓各涵蓋 35,000 人次，人均學習時間約 10 分鐘，主要宣導安全概念與規範要求；合規培訓涵蓋 1,200 人次，人均學習時間 60 分鐘，內容涵蓋競爭、電子商貿、消費者保障、廣告、知識產權保障，以及人工智能（AI）等多個領域；廉潔培訓涵蓋 309 人次，人均學習時間 15 小時，重點在於明確紀律法規與行為底線。



2025 年「程長學園」平台全量接入約

25,000 門領英線上課程



資訊安全與反舞弊培訓各涵蓋

35,000 人次



智能化學習助手，提升訓練效率

2025 年，集團應用 AI 大模型技術對線上平台進行功能升級。平台新上線「AI 陪練」模組，協助員工在複雜對話場景中進行前置的模擬訓練。同時，系統新增了課程章節串播、教學視頻轉文字等輔助工具。此外，平台優化了底層的推薦演算法，能夠依據員工的職位屬性與歷史學習偏好，進行內容的精準推送，從而有效降低員工獲取知識的時間成本，提高整體培訓效率。



激勵機制升級，增強學習動力

為激發員工的持續學習意願，集團進一步推動內部知識累積與共享機制。2025 年，集團制定並發布了《管理者應知應會》管理手冊，系統梳理了關鍵的管理要求與方法，匯集各類管理實踐案例，將優秀的業務經驗轉化為組織資產。同時，平台設立了「AI 學習專區」等互動群組，為員工提供前沿趨勢洞見與交流機會，鼓勵內部業務精英分享知識，在組織內部形成持續學習與經驗傳承的良好風氣。



優化人才流動機制，完善績效管理體系

集團致力於透過「活水計劃」等機制，支持內部人才流動與多元發展。2025 年，我們持續營運專案 Exploration Program，共發布 4 期特定職位主題，並透過 Trip Careers 廣播號每月推送熱門招聘職位。在積極的營運推動下，2025 年內部職位申請量達到 4,400 多人次（較 2024 年的 3,500 人次提升 26%）；最終實現內部調職的人數為 336 人，較 2024 年的 306 人增長 10.5%。此外，集團於 2025 年下半年推出「新員工 Landing 項目」，建構由業務主管與導師組成的雙軌支持團隊，旨在有效縮短新員工的適應週期。在員工發展評估方面，集團維持每年 7 月及翌年 1 月各一次的正式績效考核，並將評估結果與薪酬調整及晉升機會深度掛鉤，從而構建完善的人才管理機制。



2025 年內部職位申請量達

4,400 多人次



較 2024 年的 3,500 人次提升

26%

構建全方位人才培育體系

2025 年，攜程集團圍繞員工的整個職涯發展週期，打造了分層級、全職能的量身定制核心課程體系，精準賦能員工從入職融入、專業技能精進，到高階領導力躍升的持續成長。

在常規課程賦能之外，集團建構了以「知識共創」為驅動、以「多維度績效評估」為支持的綜合發展機制，全面貫通人才發掘、評核與晉升激勵的完整管理體系。



入職融入

明確新員工入職首年的關鍵里程碑，並配套具體的實戰任務。專場培訓包括：集團社招 / 校招新人培訓、BU 新員工培訓、海外新員工培訓，以及新人職技能課、文化培訓，如跨文化溝通與跨文化領導力課程。



知識傳承與
微課程共創

在官方管理手冊之外，定期推行全員「微課大賽」。鼓勵員工自主總結職位經驗，圍繞專業精進、領導力及實用工作技能徵集並製作系列微課，所有成果在集團統一學習平台集中呈現，支持全員隨時交流與碎片化學習。



職能進階

細分專業領域，為技術、產品 / 項目、設計、市場、業務及營運六大類崗位提供專屬課程。

- 專業培訓與賦能：「六西格瑪綠帶」培訓及服務職位專業賦能項目；
- 技術與 Geek 生態：除前沿技術訓練營外，定期舉辦「Code Review」技術公開課、同行技術密談會、Geek 文化節及前沿行業峰會，拓展專業視野。



多維績效
評估機制

在半年度考核期間，嚴格執行兩大核心範疇的評分：

- 目標評估：基於預設工作目標的實際達成率進行客觀衡量。
- 領導力評估：參照公司統一的領導力模型，對工作中的實際行為表現進行對標評分。



管理者賦能

建立階梯式管理核心課程體系：

- 一線管理者 / 新經理：必修「在攜程領導團隊」課程；
- 中層管理者：持續推進「領導力賦能」項目；
- 高潛力人才專屬（分梯隊）：針對高階高潛力的「TMBA」項目、中層高潛的「TLDP (Trip Leadership Development Program)」，以及年輕高潛人才的「TSAP (Trip Star Acceleration Program)」。



績效面談與高潛力
人才晉升路徑

強制要求在每個考核週期結束後進行「正式績效回饋面談」，全面回顧表現並共定下一步個人發展計劃（IDP）。同時，基於「績效 + 潛力」的雙維度結果設立高潛力人才識別機制，為重點員工提供量身定制的快速晉升管道，確保評估結果有效轉化為人才激勵與任用依據。

建構全面的專業人才培育與產業賦能系統

攜程集團致力於建立覆蓋內部核心人才梯隊與外部文旅生態的系統性成長支援機制，確保人才發展與業務策略及產業標準同頻共振。



對內：專業提升與領導力培養



對外：客戶服務與產業技能賦能

針對管理梯隊，集團常態化運作各類領導力賦能項目，並為高潛性人才設計了專屬的加速培養計畫。在專業技術方面，定期進行系統架構與人工智能等尖端技術訓練營，以及內部技術創新競賽，並持續提供品質管理與專案控制等進階培訓，以提昇團隊的實戰創新與專案管控能力。

我們透過在線呼叫等專業訓練，持續優化客戶服務水平；並藉由「攜程程長營」項目，將培訓資源延伸至上下游伙伴。定期提供旅遊定制師、民宿管家、導遊領隊及酒店運營師等職業技能培訓，賦能文旅行業生態人才發展。



4.5 關注員工健康與活力

保障員工職業健康與安全

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國消防法》及運營所在地適用的相關法律法規，確保員工的健康與安全，我們根據《世界衛生組織組織法》等規定，並參考 ISO 45001 職業健康安全系統全新標準制定了《職業健康安全政策》，確立了職業健康安全方針，並圍繞職業安全、環境管理、健康管理、應急響應四個關鍵方面落實管理。此政策適用於攜程集團所有營運場所和相關人員，包括員工和在場所工作的合作方人員等。

為保障公司的人員及財產安全，集團已製定完備的《攜程集團應急預案管理手冊》，以快速回應辦公室停水、停電、火災、觸電事故、電梯突發事故等各類緊急事件，及時有效地實施緊急救援工作。我們在辦公區域內配置完備的消防系統，確定消防安全責任人，嚴格執行《消防疏散應急預案》，定期進行消防自查、安全隱患排查，完成消防設備設施的標識更新及部分設備重裝，確保安全可靠的辦公環境。我們每年定期舉辦消防演習，並針對關鍵崗位員工進行每月消防安全訓練。

支持員工身心健康管理

我們提供身體健康管理資源，鼓勵員工主動關注並保持自己的身體健康，同時也提供一系列心理健康管理資源供有需要的員工選擇使用：

員工關懷與心理健康支持

為支持員工身心健康與福祉，我們為員工及其家庭成員提供員工協助方案（EAP）。該計劃由專業第三方機構經營，提供全天候、保密且免費的諮詢服務，涵蓋心理健康、情緒管理、家庭關係、法律諮詢、財務規劃及職業發展等領域。透過多元化的支持資源和專業諮詢服務，我們幫助員工積極應對工作與生活中的挑戰，提升身心健康水平與心理韌性，並促進員工福祉和可持續發展。

年度健康體檢

作為健康管理的重要組成部分，我們提供免費的年度體檢，並邀請專家對體檢報告進行解讀，幫助員工更深入地了解自己的健康狀況，以便更好地預防和治療疾病。

遊遊互助計劃

遊遊互助計劃成立於 2011 年 6 月，由工會組織、公司與員工共同發起設立。該計劃針對遭遇疾病、意外等情況且符合援助範圍的員工及其家屬提供援助，以減輕家庭負擔。

截止 2025 年 12 月，已經有 16,762 位攜程員工加入了遊遊互助計劃，項目自 2011 年啟動以來，已累計援助超過 1,730 位員工，累計援助金額約 3,480,000 美元。回顧 3 年援助歷程中，在受援人數的組成中，員工父母佔比高達 84%，員工本人佔 9.7%，配偶與子女佔 6.3%。



截至報告期末

遊遊互助計劃已有

16,762 位員工 加入

自 2011 年啟動以來，已累計援助超

1,730 位員工

累計援助金額約

3,480,000 美元



報告期內

「程里好醫生」平台累計服務員工

25,500 次

總計提供諮詢

2,243 次

員工反饋：去年母親癌症手術，遊遊互助讓我真切地體會到公司給與的員工關懷。父母年紀大了身體不好，參與遊遊互助能夠提供他們多一份保障，給自己多一份安心。公司的援助速度也很快，比保險公司的大病報銷更快，小小成本大大回報，當然更多的是心安，能夠大大提升個人工作及生活的幸福感。

程里好醫生平台

報告期內，「程里好醫生」平台（涵蓋電話及線上問診服務 / 醫療室）累計服務員工：25,500 次，啟用人數：1,929 次，啟用率 7.56%；總計提供諮詢：2,243 次，其中電話諮詢：503 次、線上諮詢：717 次、圖文諮詢：1,023 次。同時我們聯合凌空黨委在上海辦公室為員工提供健康服務點，每周開展全科問診配藥或中醫理療服務，平均每周服務 10 位員工。



05 業態友好

攜程集團堅持合規經營，嚴格保障資訊安全及用戶私隱，持續鞏固信任基礎。我們將合規標準貫穿於知識產權保護、供應鏈管理等核心環節，不斷提升產品品質，為用戶打造安全可靠的服務環境。同時，我們攜手業界夥伴及目的地協同發展，致力建立用戶、夥伴與社會多方共贏的可持續旅遊生態。



5.1 堅持合規營運

風險管理

攜程集團參照美國反虛假財務報告委員會下屬發起人委員會（COSO）的內部控制框架，結合業界公認的風險評估方法及工具，建立全面風險管控機制。我們將社會及環境因素納入全面風險管理範疇，定期開展新興風險識別及動態評估，透過持續的數據監測、指標追蹤及流程優化，推動風險管理體系持續完善，並提升全體員工的風險意識。

風險治理架構

本集團建立「董事會監督、風險管理委員會統籌、各部門協同落實」的三級風險治理架構。風險管理委員會由集團高級副總裁馮雁女士擔任主席，成員涵蓋各核心業務部門共 15 位決策層代表，負責統籌風險管理工作的策略規劃、組織實施、監督檢視及持續改進。



風險管理機制

本集團實行三級風險管理機制，並配套相關制度，保障體系有效運作。



報告期內，本集團在精細化風險管理方面取得實質性進展：憑藉風控意識提升、平台工具升級及集團內風控數據資產共享，業務端風控能力穩步增強；職能部門間的協同機制持續深化，重點領域的風險治理有序推進；審核層透過存量風險排查，聯動業務部門推動規則優化及風控迭代，形成管理閉環。

風險管理流程

攜程遵循「風險識別→風險評估→風險應對→風險管理與溝通→風險管理改善→風險管理文化建設」六步風險管理流程，形成循環改進的運作模式。集團每年全面審查風險管理工作，定期檢視管理體系設計及執行成效，並結合審查結果持續優化工作流程。針對已識別的風險，我們建立詳細的量化指標，定期監測各業務核心風控指標，並制定差異化應對策略。

維度	主要舉措
 資金安全	配合海外業務拓展，嚴格遵循境內外反洗錢相關法律規例及監管要求，建立跨境交易及可疑資金監控機制，及時應對可疑交易、高風險行為及異常資金流動。
 技術賦能	將風險管理要求融入各業務產品研發的早期階段，拓展客戶投訴、輿情動態等風險訊號收集渠道。配備獨立的專業風險管理團隊，藉助大數據建模、紅藍攻防演練及外部風險情報預警機制，持續提升風險識別的準確度及覆蓋範圍。
 前瞻防控	針對 AI 偽造等新型風險，建立專項防控機制，排查並處置異常帳戶，協同供應商迭代演算法，收緊關鍵環節策略，降低風險敞口。
 生態協作	與各國執法機構、刑事調查單位及 VISA、Mastercard、銀聯等國際卡組織建立常態化溝通機制，透過情報互通及聯防聯控，提升對潛在威脅的早期研判及處理能力。
 文化建設	透過月度會議、跨部門工作群協作等機制，加強風險資訊溝通及提升全員風險意識。同時，向社會公眾開展防騙宣傳及風險提示，普及防範知識，助力營造更安全的市場環境。

商業道德

攜程集團秉持依法合規、誠實公正的理念，嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國民法典》、美國《反海外腐敗法》等中國、美國及全球各地的相關法律及規例，建立以《攜程集團合規管理委員會制度》為核心的合規治理體系。我們將相關法律、規例及標準融入日常營運，對貪腐、舞弊等不道德行為持「零容忍」態度，以高標準的商業誠信履行對合作夥伴、客戶及社會的承諾。

集團已加入「中國陽光誠信聯盟」及「企業反舞弊聯盟」，與業界夥伴共同建立失信資訊共享機制，共同推動公平、透明、健康的商業環境。

合規治理架構

本集團建立「董事會—審計委員會—內部審計—外部審計」多層級的合規監督體系，確保監督職能獨立於日常經營管理。



合規管理體系

本集團建立覆蓋全業務流程的合規制度體系，涵蓋反商業賄賂、商業秘密保護、利益衝突管理、職位迴避、輪崗管理、資訊安全及第三方誠信管理等範疇。各項制度根據最新法規動態修訂，確保與監管要求保持一致。

本集團於《員工手冊》中明確訂明商業道德相關要求，為全體員工踐行核心價值觀提供指引，規範商業行為及決策。同時，我們以《攜程集團公司企業經營行為及道德規範的規定》為綱領，配套制定《攜程反舞弊管理規定》、《重大非公開資訊與防止內幕交易的管理政策聲明》、《攜程集團反壟斷合規準則》等專項制度，適用於本集團及所有附屬公司、分公司的全體董事、高級管理人員及員工。

制度 / 舉措	核心內容
《攜程集團公司企業經營行為及道德規範的規定》	明確禁止利益衝突、賄賂、舞弊等行為，並就公司資產、知識產權及商業機密的保護提供具體指引。
《攜程反舞弊管理規定》	涵蓋業務營運全流程，經內部審核後已於官方網站公開發布。報告期內，集團優化該規定中有關利益衝突條款的表述，並新增一項利益衝突情境，提升制度的清晰度及可操作性。
《關於重要崗位利益衝突事項申報管理規定》	加強對關鍵崗位員工廉潔履職的監管。重要崗位員工入職時須申報潛在利益衝突並 100% 簽署告知書；在職期間如發現潛在利益衝突，可隨時申報，確保及時識別及管理。
供應商誠信管理	於合約中載明「禁止賄賂條款」及舉報途徑，持續加強對供應商的誠信管理。

本集團透過常態化評估及專項審查機制，推動商業道德要求有效落實。我們每年就所有業務營運地區及層面開展系統性的商業道德評估，將公平競爭理念貫穿公司治理全過程，並倡導合作夥伴及各持份者共同恪守廉潔自律、勤勉盡責的職業道德，促進旅遊業健康發展。

報告期內，本集團圍繞費用合規、利益衝突等範疇開展多項專項審查，及時發現潛在風險並推動整改。報告期內，本集團未發生因違反反舞弊、反貪腐等規定而對集團造成重大影響的案件或通報事件，亦未發生洗錢、內幕交易或利益衝突等嚴重違反商業道德的行為。

舉報及投訴管理

為確保商業道德規範有效執行，本集團建立暢通的舉報及投訴渠道，鼓勵各方參與廉潔誠信監察機制。任何人士均可透過以下渠道向集團審計部舉報：



舉報專線：+86 21 5426 1440

舉報電郵：jubao@Trip.com

郵寄地址：中國上海市長寧區金鐘 968 號 攜程集團審計部

審計諮詢電郵：shenji@Trip.com

審計部嚴格遵守《舉報人、證人保護及獎勵辦法》，對舉報受理、登記、保管及調查等各环节實施嚴格保密管理，防止資訊外洩及遺失。舉報渠道由專人負責，無關人士及部門不得接觸相關資訊；對敏感資訊採取加密儲存、最小權限管理等技術隔離措施。如遇重大事項，審計部須及時向董事會及審計委員會報告。

本集團高度重視舉報人及證人的安全與權益，嚴格保障其個人資料及所提供的全部資料，絕不容忍對舉報人或拒絕參與違規行為者作出任何形式的報復。如舉報人、證人及調查人員因舉報行為而遭受報復、歧視或其他不利影響，均可向審計部提出申訴，集團將採取必要措施予以保護。經調查屬實的舉報，將給予相應物質獎勵。

合規文化建設

本集團將商業道德與合規納入常態化治理，為董事會、全體員工及供應商提供反貪腐培訓，並透過多元化形式持續強化合規文化，涵蓋新員工入職廉政合規培訓、年度合規週、宣傳海報、合規電郵推送及各業務專項培訓等。報告期內，全體董事、高級管理人員、員工及代理人均已完成反貪腐課程並通過考核，培訓覆蓋率及考試合格率均保持 100%。



5.2 保障資訊安全

攜程集團嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》及歐盟《通用數據保護條例》（GDPR）等營運所在地法律法規，制訂《數據安全管理規定》、《個人信息安全管理規定》、《信息安全事件管理規定》等內部管理制度，持續完善資訊安全管理體系，保障集團數據安全與業務合規營運。

集團已通過 ISO 27001 資訊安全管理體系認證、ISO 27701 私隱資訊管理體系認證及 PCI-DSS 支付卡行業數據安全標準認證，並完成通信網絡安全防護三級備案及網絡安全等級保護三級備案，以嚴格標準持續落實數據安全主體責任。



資訊安全治理架構

本集團建立自上而下、權責清晰的資訊安全治理架構，明確董事會的核心責任，形成「董事會決策引領、專業部門統籌、多團隊協同、全流程監督問責」的管理體系。

層級	機構／角色	核心職責
決策層	合規委員會 集團副總裁、總法律顧問兼集團合規總監擔任主席	負責頂層設計與統籌推進，審定重大制度與策略規劃，裁決跨部門爭議，主導重大安全事件的應急決策。
管理層	資訊安全部 由資訊安全負責人（數據保護官 DPO / 首席資訊安全官 CISO）領導	統籌數據安全體系建設、風險綜合治理及客戶數據資產保護，定期提交工作進展及風險報告；內設數據安全、安全合規、業務安全、安全開發、基礎安全等專業團隊。
執行層	各業務部門 部門負責人為第一責任人，並指定專職資訊安全員	落實風險應對、自查整改、事件監控分析及員工培訓；資訊安全員與資訊安全部協同，監督安全措施執行、參與評審並協助事件處置。

集團資訊安全負責人每兩週向合規委員會提交正式書面匯報及專項溝通，重大緊急事項即時上報並專項審議。數據安全履職情況已納入管理層、執行層及資訊安全部負責人的績效考核及職級評定，形成權責清晰、閉環運作的責任追究機制。

報告期內，本集團修訂或新增《敏感資訊安全管理規定》、《數據分類分級管理規範》等多項制度，累計接受 12 次覆蓋 ISO 27001、ISO 27701、SOC2、DPTM、等級保護等多體系、多領域的第三方安全審計。我們已建立問題復盤及長效優化機制，持續提升資訊安全及數據合規管控能力。



數據安全防護體系

本集團遵循「合法、正當、必要」原則，依據《個人信息安全規範》（GB/T 35273）、《數據分類分級規則》（GB/T 43697）等國家標準及行業指引，構建覆蓋數據分類分級、儲存、使用、交換及第三方管控的全流程防護體系，形成「全員參與、全生命週期管理、技術與管理並重」的立體化防護能力。

生命週期環節		防護措施
	數據分類分級	建立用戶數據、商業數據及公司數據三大類別及四級敏感等級體系，透過自研系統實現 AI 智能識別與人工覆核相結合的分類分級管控，並對敏感數據實施靜態加密、動態脫敏、外發審批等全生命週期防護
	數據儲存	採用脫敏加密及專屬隔離儲存等技術，保障核心數據儲存安全
	數據使用及處理	憑藉 IAM 權限中台及 SSO 單一登入，實現統一身份認證及精細化權限管控，並輔以網絡防護及存取審計
	數據交換及歸檔	部署用戶與實體行為分析（UEBA）、數據防洩漏（DLP）等平台，構建完善的洩漏防護體系
	第三方管控	透過第三方安全管理規定及簽署數據處理相關協議，規範合作夥伴的數據處理行為

為確保數據安全技術措施有效落實，集團構建由硬件至網絡應用的縱深防禦體系，透過多層防護及管控，確保數據於全流程中的機密性、完整性及可用性。

防護層面	安全措施
硬件層	數據中心符合 GB50174-2017《數據中心設計規範》標準
網絡層	採用先進防火牆及防毒技術，嚴格限制數據存取權限，並部署網絡入侵偵測系統
主機層	部署主機入侵偵測系統，即時監控伺服器系統完整性
應用層	配備 DDoS 防護系統及網絡應用防火牆，有效防禦 SQL 注入、XSS 等攻擊
數據層	用戶數據均採用進階加密標準儲存，傳輸期間使用 SSL 加密技術
安全檢測	由資深工程人員定期進行系統入侵測試及安全漏洞掃描

在網絡安全方面，集團透過安全分析平台（BDAP）結合專家經驗建立入侵特徵監測體系，對網絡入侵行為進行實時監測及智能告警整合，確保告警資訊及時、準確輸出；安全編排與自動化回應（SOAR）平台對接 BDAP 產生的告警資訊，自動執行預設研判、取證及風險抑制策略，在人工介入前實現告警降噪、資訊整合及風險預抑制，有效提升網絡風險事件的監測回應效率及處置品質。

營運安全管理

我們建立覆蓋研發、運維、檢測、治理及業務環節的安全營運機制，並將相關部門員工的績效考核與資訊安全評核掛鉤，確保安全責任落實到人。2025 年，資訊安全合規部門完成 10 次內部合規檢查及超過 7,000 項安全評審。

營運環節	管理措施
研發	建設數據安全平台，從系統及流程管理兩方面保障數據安全
運維	建立安全營運機制，涵蓋突發安全事件應急回應、安全策略管理及持續監測
監測	建設自動掃描平台，主動偵測及識別安全漏洞
合規	執行數據分級管理，確保營運部門僅可使用必要範圍內的用戶數據
業務	於各業務層面落實安全防護及數據保障措施

報告期內	
資訊安全合規部門完成內部合規檢查	資訊安全合規部門完成安全評審超
10次	7,000項

漏洞管理與應急回應

攜程集團建立「發現 — 錄入 — 整改 — 驗證 — 閉環」的全流程漏洞管控機制，透過內部檢測及第三方排查，實現漏洞早發現、早預警、早管控。所有漏洞均統一錄入管理平台，明確等級、影響範圍、整改標準及時限，精準推送至責任部門及負責人，並全程跟進整改及驗證，確保閉環管理。

集團已成立安全應急回應中心（CSRC），專責負責安全漏洞的發現及快速修復，涵蓋漏洞線索、流程缺陷及攻擊行為等。CSRC 設有線上平台接收外部安全研究人員提交的漏洞，並根據漏洞獎勵計劃按漏洞等級及專題活動發放獎勵。2025 年外部提交的所有安全漏洞均已及時修復。

報告期內，集團圍繞數據安全及網絡攻防持續開展常態化應急演練，檢驗安全防護、應急處置及跨部門協同能力。

演練類型	頻率	主要內容及成效
網絡防攻擊實戰演練	全年 2 次	委託第三方機構模擬真實攻擊場景，排查安全短板及潛在漏洞；參與上海市通信管理局「磐石行動」聯合攻防演練，有效抵禦多家專業機構的模擬攻擊，綜合成績位列參演單位前十
數據防洩漏專項演練	全年 4 次	聯合資訊安全部、法務部、商旅業務部等部門，圍繞外部數據洩漏、內部違規等場景開展模擬處置，驗證應急預案的可執行性，提升跨部門協同及應急處置效率，並持續優化預案及回應機制

此外，集團每年委託具備資質的獨立第三方機構，遵循「委託對接 — 全面核查 — 分析評估 — 出具報告 — 整改閉環」的標準流程，對數據安全進行全面評估，涵蓋全業務場景、全數據資產、全生命週期，以及技術、管理、人員等全方位範疇，透過持續整改及優化，提升整體安全合規水平。

資訊安全文化建設

攜程集團對員工違規查詢、洩露、存取、對外傳送用戶個人資料等行為實施零容忍紅線政策。透過《攜程集團全球保密政策》等內部制度，明確將上述行為列為嚴禁觸碰的合規紅線。對任何私隱違規行為，集團均從嚴認定、從重處理，並根據違規情節及危害後果，採取警告、通報批評、績效降級、停職、解除勞動合同等紀律處分；涉嫌違法犯罪者，將移交司法機關依法追究法律責任。同時，集團建立違規案例內部通報機制，透過案例復盤及警示教育，強化全員合規意識，持續築牢私隱保護的內部防線。

我們將資訊安全及私隱保護培訓納入全員必修體系，內容涵蓋相關法律法規及公司內部要求。全體員工（包括全職、兼職、實習生及外判人員）每年均須完成線上課程並通過考核，課程支援中、英、日、韓、泰五種語言；新員工及特定崗位人員亦須接受專項培訓。2025 年，集團共舉辦 13 次資訊安全及私隱保護培訓，實現全員覆蓋，完成率 100%，並透過專家講座、攻防演練、釣魚電郵演練及資訊安全月等活動，持續提升員工的安全意識。



資訊安全月活動

2025 年，集團以「守護私隱安全，護航數據旅程」為主題，透過線上及線下多元互動形式，於多個辦公地點同步舉辦資訊安全月活動。線下活動設有 AI 人臉識別、數據分類分級、釣魚郵件辨識等互動體驗項目，讓員工在參與過程中深化私隱保護意識。



全員釣魚郵件演練

2025 年，集團組織 2 次全員釣魚電郵演練，涵蓋全職員工、實習生及第三方人員。我們向中招員工自動推送專項培訓課程，並對主動識別及回報的員工給予獎勵，有效提升員工識別及防範釣魚攻擊的能力。



報告期內



集團共舉辦資訊安全及私隱保護培訓

13 次



員工完成率

100 %

5.3 守護用戶私隱

攜程集團將「知情同意、最小必要、主體參與、安全保障」理念貫穿個人資料全生命週期管理，致力構建透明、可信、合規的全球私隱保護體系。我們建立覆蓋全球業務、多類主體及全方位的私隱保護制度體系，嚴格遵循各營運所在地的法律法規，針對平台用戶、招聘候選人、集團員工等不同主體分別制定專屬私隱政策及規範，並同步配合全球平台及各地分支機構要求，實現分層分類、精準適配的合規管理。

用戶權益保障

攜程透過透明的政策、便捷的渠道及高效的回應，全面保障用戶個人資料主體權利。集團制定《個人資料保護政策》等個人資料告知及授權文件，明確列明個人資料的收集目的、使用方式、儲存期限、共享範圍及用戶權利。同時，我們設立專責「用戶主體權利回應」團隊，建立標準化處理流程，確保於法定期限內回應用戶就查詢、更正、刪除、撤回授權及註銷帳戶等提出的要求。用戶可透過私隱政策所載渠道、私隱電郵或客戶服務專線行使相關權利，所有渠道均公開透明。



報告期內

我們於法定或承諾時限內

100% 完成所有用戶權利請求的處理

知情權

於攜程 App 的全流程關鍵互動場景中嚴格執行告知及同意機制：首次啟動時透過彈出視窗展示私隱政策摘要並取得同意；註冊及登入階段提供完整政策內容；於訂單預訂、資料收集等場景進一步說明使用目的及範圍，確保用戶在充分知情的基礎上自願授權。

決定權

於 App 內提供個人化推薦及廣告的一鍵關閉功能，涵蓋所有推薦場景。用戶可隨時關閉基於個人特徵的自動化決策推薦，關閉後相關頁面及推送內容將不再進行個人化配對，確保用戶自主控制個人資料的使用。

查閱 / 複製權

用戶可透過私隱電郵或官方客服等渠道提出查閱或複製個人資料的申請。集團安排專人跟進，依法於指定時限內完成處理，保障用戶及時取得個人資料副本。

更正 / 刪除權

用戶可透過 App 頁面直接更正個人資料，或透過註銷帳戶刪除全部資料，亦可就特定資料向客服提出刪除要求。集團依法於指定時限內完成處理，保障用戶更正及刪除權利。

帳戶註銷權

提供便捷的帳戶註銷服務，用戶可透過 App 內入口自行提交申請，符合條件即可即時生效。如有未完成訂單等特殊情況，可透過客服協助完成註銷，並同步刪除相關個人資料。

特殊主體保護

針對未滿 14 週歲的兒童，攜程集團專門制定《攜程兒童個人資料保護規則及監護人須知》，為兒童提供特別保護。

私隱保護措施

攜程集團將個人資料保護要求融入資料收集、使用、儲存、傳輸、共享及銷毀的全生命週期，建立覆蓋各環節的制度規範及技術管控措施，確保用戶個人資料的處理合法、正當、必要，並做到全程可管理、可控制、可追溯。

環節	管理措施
 合法收集資料	收集前徵求用戶明確授權及同意，並透過私隱政策及用戶協議清楚說明收集目的、方式、範圍及使用期限。嚴格遵循「最小必要」原則，僅收集與業務功能直接相關的最少必要資料。資訊安全部、法務部等合規部門於業務設計階段進行合規評估，並定期開展內部審計及合規檢查。
 使用合規評估	業務部門使用用戶個人資料前，須提交詳細需求說明，由資訊安全部評估使用的合理性、必要性及合規性。確認使用目的與用戶授權一致，並已落實合規管控後，方由數據管理部門批准使用。 與外部合作夥伴開展涉及用戶個人資料的合作前，資訊安全部及法務部須對數據處理活動的合理性、必要性及用戶授權情況進行雙重評估。僅於確認合作方符合法律法規要求，並具備充分安全保障能力後，方可提供數據。合作終止後，集團將根據合約約定要求合作方於限期內徹底刪除其持有的用戶個人資料，並出具銷毀確認函。
 加密儲存	採用自主研發系統，對敏感用戶資料（如手機號碼、證件號碼及電郵地址等）進行加密儲存。加密金鑰儲存於金鑰管理系統（KMS）內，設有嚴格的存取控制機制，金鑰的生成、儲存、輪換及銷毀均遵循嚴格流程。
 使用及顯示	內部業務系統中的用戶個人資料均經數據脫敏處理，即使員工具備相關權限，亦無法直接查閱完整內容。系統介面嵌入數碼水印，防止因截圖或拍攝導致數據外洩。所有存取權限均受嚴格控制，每次存取均會產生詳細日誌記錄，涵蓋存取時間、人員及操作內容，以便審計及追溯。
 保留及銷毀	根據法律法規授權或取得用戶同意處理其個人資料，僅於實現業務目的所需的最短期間（或法律法規規定的保存期限）內保留用戶個人資料。超過上述保存期限後，或於用戶行使刪除權、帳戶註銷權等情況下，將對用戶個人資料進行刪除或匿名化處理。

風險防範與應對

攜程集團將私隱風險防控融入數據處理及產品研發的全生命週期，建立全面覆蓋、切實可行及持續優化的風險防範機制，確保於全球業務營運中有效識別、評估、緩解及應對各類私隱風險。

私隱設計先行

攜程已根據各營運所在地法律法規要求，建立標準化的個人資料保護影響評估（PIA/DPIA）管理機制，明確評估觸發條件及執行流程，涵蓋個人資料處理全生命週期內的各類高風險場景。我們嚴格執行產品上線前的安全評審要求，凡涉及新增個人資料類型或新產品上線，業務團隊均須透過評審系統提交資訊安全合規部門進行評審，從源頭管控私隱風險，落實「私隱設計先行」理念，確保每項數據處理活動均經嚴謹的合規論證後方可啟動。

此外，攜程積極引入外部監督機制。2025 年 12 月，集團召開第五屆個人資料保護外部監督專家團座談會，透過外部專家審核檢視攜程的個人資料保護實踐，持續提升私隱管理的透明度及公信力。

私隱防火牆

攜程集團設立用於數據隔離的私隱防火牆，已於攜程旅行及 Trip.com 平台啟用，實現動態實時監測及控制，24 小時全天候運行及有效攔截，顯著提升產品的私隱保護能力。該技術方案於 2023 年 9 月獲工業和信息化部公開展示為個人資料處理「最少必要」案例，為首批通過評審的 18 個成功案例之一，亦是上海地區唯一通過評審的互聯網私隱技術方案。2023 年 12 月，該方案入選工業和信息化部「部署技術手段，增強風險防範能力」優秀案例。



SDK 私隱合規管理平台

攜程集團建立覆蓋全場景的第三方 SDK 私隱合規檢測體系，旗下各 App 均接入集團自研平台，透過准入評審、動態監控及披露核驗的閉環機制，實現 SDK 全生命週期合規管控，確保第三方收集及使用個人資料合法、正當及必要，切實防範違規收集、超範圍收集及未經授權共享等行為：

准入檢測

憑藉安全評審平台建立標準化申報及評審機制，從程式碼安全、數據處理合規性及私隱保護能力等方面進行風險評估，從源頭避免不合規 SDK 接入。

日常監控

透過自研平台對已接入 SDK 的個人資料收集、儲存、使用及傳輸等行為進行動態識別及監控，實時防範違規收集、過度收集及超範圍使用等問題。

披露核驗

引入人工智能技術建立披露核驗模型，對 App 公示的 SDK 個人資料使用說明進行智能校驗，精準核查披露內容與實際行為是否一致，保障用戶的知情權及選擇權。



該管理平台已通過工信部專家評審，並於 2023 年 12 月獲選為「規範 SDK 應用服務，加強服務協同」優秀案例。

員工私隱保障

攜程集團制定員工私隱政策，明確告知員工其個人資料的收集、使用、儲存及保護措施，以及私隱權利，並透過內部渠道確保員工可隨時查閱私隱政策，切實保障員工私隱權益。

5.4 AI 安全與合規

攜程集團秉持「發展與安全並重」的核心理念，堅持「安全、可靠、公平、透明」的人工智能（AI）治理原則。我們將安全、合規及倫理要求深度融入 AI 技術研發及應用生態，構建全流程治理體系，確保風險控制措施貫徹於 AI 產品設計、開發、部署、營運及退役的全生命週期，積極應對技術演進帶來的安全挑戰。

AI 治理架構

集團設立 AI 委員會，由 AI 研發、資訊安全、法務等團隊共同組成，統籌決策 AI 相關重大事項。

制度建設

建立專門的 AI 合規使用管理制度體系，根據全球 AI 法律法規及治理框架，制定並動態更新《生成式人工智能安全管理規範》、《預訓練數據安全管理規範》等制度文件。

實務指引

結合業務場景制定大模型安全要求、大模型紅線等實務指引，為員工合規使用 AI 提供統一、可落實的制度依據。

邊界管理

明確 AI 應用能力邊界。內部規範禁止基於個人行為數據的歧視性評級、未經用戶授權的生物特徵識別等高風險 AI 應用場景。在關鍵業務流程（如付款下單）中設定 AI 介入邊界，涉及資金流轉的最終決策均保留人工確認環節，保障用戶知情權及操作自主權。

AI 安全防護體系

集團持續完善 AI 安全體系，整合實時監測、攻擊攔截、輸入輸出數據監測及輸入防護等技術能力，確保 AI 技術應用安全可控及合規營運。我們建立大模型全生命周期安全營運機制，由專業安全團隊負責安全策略迭代、風險監測及應急處置，實現 AI 安全營運閉環管理。

防護維度	主要措施
 實時監測	自研 LLM 防火牆對大模型互動內容進行 7 × 24 小時實時監測、語義解析及智能研判，並於中國國家網絡安全專項防護工作中實現零失分。
 攻擊防護	精準識別及攔截提示詞注入、指令越獄、誘導生成有害資訊等惡意行為，實現自動處置及封鎖。
 輸入端防護	採用指令隔離及輸入清洗、專用檢測模型、動態特徵庫、深度語義校驗等多重技術手段，建立輸入端立體防護。

AIGC 內容標識

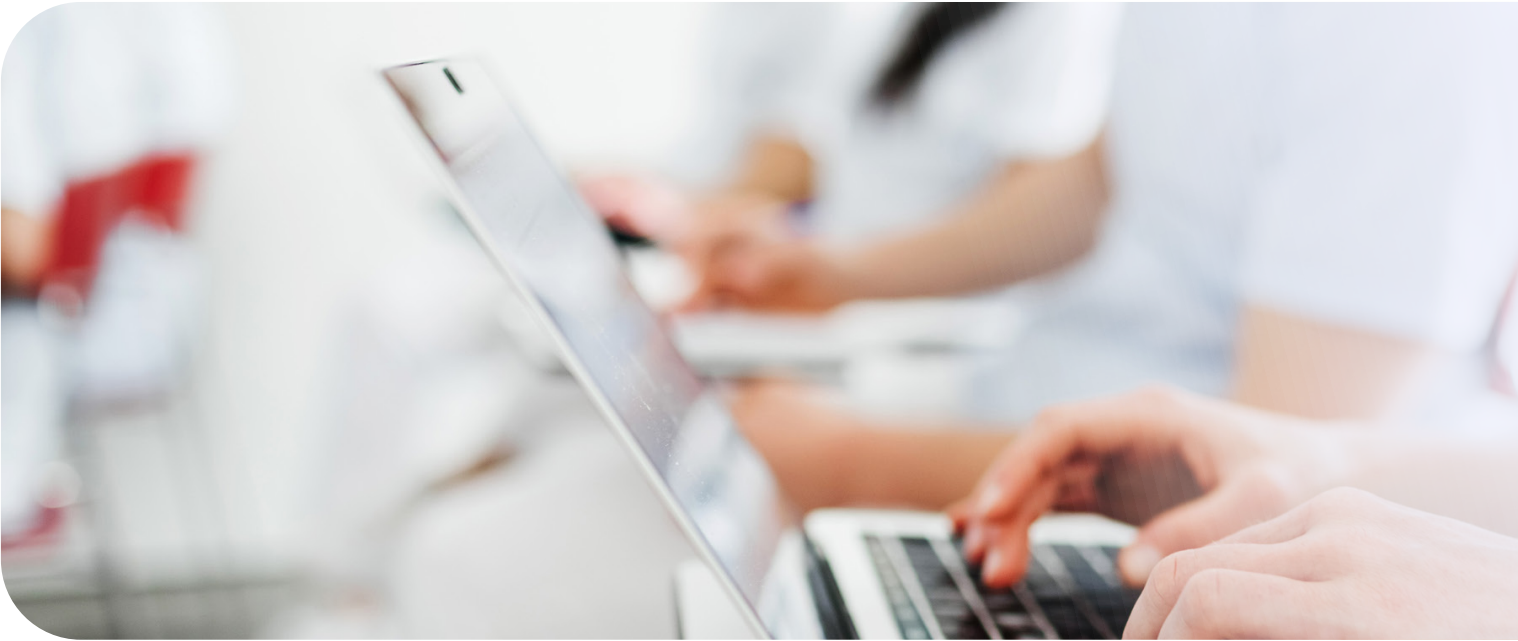
集團已建立 AIGC 內容標示機制，確保用戶可清晰識別 AI 生成及人工創作內容，符合中國《生成式人工智能服務管理暫行辦法》有關 AIGC 內容顯著標識的要求，並與歐盟《人工智能法案》對高透明度 AI 系統的披露義務相銜接。後續我們將進一步探索隱形水印（如數碼水印技術）於圖片、音影片等富媒體 AIGC 內容中的應用，強化內容溯源及版權保護。

標識方式	具體措施
 顯性標籤	在 AI 生成的文本、圖片等內容中加入「AI 生成」或「由 AI 輔助創作」等可見標示，涵蓋智能客服回覆、內容推薦摘要、推廣素材等應用場景。
 互動提示	於用戶與 AI 工具互動入口預先披露 AI 身份，明確告知當前內容由 AI 系統提供。

AI 安全評審及認證

本集團所有 AI 項目均須透過 AQPS 平台提交安全評估申請，由資訊安全團隊對數據收集、儲存、使用、共享等全流程進行安全及合規評估，必要時聯同專業團隊開展專項技術檢測及風險驗證。2025 年，集團所有上線 AI 項目均實現安全評審 100% 覆蓋。

認證 / 評估	AI 系統涵蓋範圍
 ISO 27001	AI 系統所依託的伺服器、數據儲存、API 調用鏈路等均已按照控制要求完成風險評估及管理。
 等保測評	對 AI 系統涉及的實體機房、網絡架構、安全設備、系統管理軟件、人員管理等關鍵環節進行測評檢查。



AI 安全文化建設

集團建立覆蓋全員、重點崗位及海外員工的分層分類 AI 安全合規培訓體系，面向全員開展普及性培訓，並針對財務、風控等特殊崗位及海外員工提供專項培訓。同時，我們亦為研發人員提供安全合規使用 AI 及程式碼安全專項培訓，於研發流程落實程式碼安全檢查及 AI 工具合規管控，全面提升各崗位的 AI 安全意識及合規能力。

5.5 知識產權保護

攜程集團視知識產權為核心策略資產，圍繞技術創新、數據資產及品牌資源建立保護體系，並納入集團合規治理框架，保障業務穩健營運及平台生態健康發展。集團知識產權主要包括與自身旅遊品牌名稱相關的商標及域名，以及與網站、技術平台、預訂軟件及業務相關的版權及其他權利。

知識產權管理體系

集團已建立涵蓋商標、專利、版權及域名的標準化管理制度，透過商業秘密保護制度及全員保密協議，界定員工保密責任及職務成果權屬，並細化商標授權、商標管理及專利管理等專項制度。集團部署內部知識產權管理系統，實現申請進度追蹤、數據可視化及檔案全生命周期管理；同步建立設計資源平台，為業務提供合法素材支援。

知識產權布局

在制度體系有效運作的基礎上，集團持續推進核心技術專利布局及商標全球註冊，確保知識產權保護與業務發展同步。2025 年，集團圍繞 AI 旅遊助手展開專利布局，涵蓋 AI 路線推薦、行程助手等核心功能，加快創新成果轉化；配合業務出海持續推進主要商標海外註冊，強化品牌國際保護。截至報告期末，知識產權布局如下：

軟件合規

嚴格管控開源軟件使用及內部軟件下載與安裝，僅允許透過內部平台下載已採購軟件，並就非正版軟件建立警示機制。

內容版權

審核宣傳素材時核查素材來源；建立員工影音素材庫，使用員工作品時簽署授權協議並支付合理報酬。與主要圖片供應商合作，採用合法圖片庫，並建立自有字體及採購設計素材平台，從源頭降低侵權風險。

AI 合規

針對 AI 生成內容開展版權保護及標識要求專項培訓，推動技術創新及合規要求同步落實。2025 年共舉辦兩場專題培訓，相關課程已納入新員工必修課程並上載至內部學習平台。



監測維權機制

集團建立知識產權主動監測及維權機制，完善侵權線索發現、評估及處置流程，主動排查市場上惡意模仿、攀附攜程品牌商譽及假冒攜程名義的詐騙網站等行為，及時採取異議、投訴、攔截等措施，維護平台營運秩序及消費者合法權益。



商標監測及異議

委託代理機構辦理集團主要商標於境內外的註冊，並就監測到的近似商標及時提出異議。2025 年，集團就約 10 宗模仿攜程品牌的商標提出異議。



反詐騙及假冒處置

針對假冒攜程名義的詐騙網站，委託專業機構及時向域名服務供應商等提出釣魚網站投訴；於社交媒體渠道，透過主動核實並與平台合作，協助攔截假冒授權帳號。



外部投訴受理

集團設有公開投訴渠道，及時受理符合要求的權利人投訴；對不符合要求的投訴，則向投訴人說明原因並指引補充資料。

知識產權保護培訓

在能力建設方面，集團透過多元化培訓及內部宣傳，加強知識產權合規管理，將保護理念融入產品研發、內容管理及業務合作等環節。2025 年，集團共舉辦 4 場知識產權專題培訓，課程影片已上載至內部學習平台，方便員工持續學習；並定期為業務部門開展版權合規宣導及培訓，提升前線員工的版權保護意識。此外，集團積極參與業界知識產權保護交流與合作，支持行業規範化發展，共建健康的數碼旅遊生態。

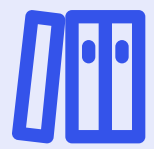


5.6 供應鏈管理

攜程集團秉持合規的供應鏈合作原則，將社會及環境責任延伸至每個採購環節，並堅持與本地供應商合作發展。集團制定《攜程集團採購管理制度》等內部管理制度，建立涵蓋「供應商註冊」、「維繫及評估」、「處罰及淘汰」的標準化流程及機制，對供應商實施分級管理。本集團發佈《攜程集團供應商行為準則》，要求所有供應商嚴格遵守適用法律法規，明確供應商於業務往來中須遵循的主要原則，並於採購過程中督促供應商落實執行。

供應商管理流程

集團建立涵蓋供應商「選、用、育、留」全生命周期的管理流程，透過准入審核、績效評估及清退機制，持續優化供應商庫。



甄選及審核

- **資質核實：**核實合法合規及主體資格的真實性（一票否決項），全面考察成立年期、營業執照及專業能力，並結合項目實際情況，綜合評估供應商的商業操守、環保合規及社會責任表現等。
- **聯合評估：**由業務及採購部門共同評估，符合資格者獲邀註冊；針對中國內地供應商，我們於註冊階段提示其提交《投標承諾函》，承諾服務質素、公平競爭及禁止賄賂等事項。



篩選及採用

- **公平競爭：**建立公平合規的競爭環境，透過供應商自主申報關聯關係、公開渠道查詢企業關聯關係等方式，審視供應商之間是否存在利益衝突，防範圍標、串標等不當競爭行為。
- **續約管理：**在續約機制方面，除特殊情況外，原則上同一供應商在符合原價續約條件下，連續合作年期不得超過三年；超過三年須充分說明其優勢並重新招標，再根據評審結果確認合作。



考察及評估

- **績效評估：**每年對現有供應商進行評估，圍繞技術能力、品質水平、回應效率、交付服務、服務態度、合規及ESG等維度進行績效評估；由業務需求方及採購管理部共同評分，避免由個人單獨評分。
- **分級管理：**根據評分分為六個等級，由採購管理部跟進分析並採取相應管理措施。
- **動態核驗：**於日常管理中，集團將供應商資料與第三方機構資料交叉核驗，確保資料真實有效。



處罰及淘汰

- **處置措施：**如供應商於合約履行期間出現不合格或誠信問題，將視情況終止合作、停用、處罰或列入三年（或永久）黑名單。2025年，集團就供應商合約履行情況進行年度評估，共有109家供應商因嚴重違規而被永久終止合作。
- **黑名單制度：**集團已建立黑名單制度，供應商於招標、採購或合約履行過程中如出現嚴重違規或失當行為，將列入黑名單，並即時更新至攜程集團採購平台，供員工登入查閱。

集團持續完善與供應商的長效溝通機制，確保合作渠道暢通透明。供應商可透過攜程集團採購平台參與集團發起的邀請招標，或關注集團官方WeChat公眾號，及時獲取合作動態及需求資訊。同時，我們透過定期舉辦海內外高峰會、實地探訪及年度頒獎等活動，加強合作聯繫，促進共同成長，實現合作共贏。

可持續供應鏈

集團致力將可持續發展理念融入供應商管理的核心環節，根據供應商所屬行業特性，逐步推進風險篩選、風險評估及供應商支援等工作。我們鼓勵供應商採用國際及業界認可的最佳實務，加強可持續發展管理及資料披露，共同推動價值鏈朝更安全、更透明、更可持續的方向發展。



資訊安全

- 管理規範：攜程集團始終將用戶資料安全及私隱保障放在首位，高度重視合作供應商的資訊安全能力建設。集團制定《合作夥伴安全管理規範》，綜合運用合約約束、技術驗證、安全評估及審計等措施，確保供應商的資料處理活動符合本集團安全標準及合規要求。
- 准入評估：於准入階段，供應商須通過嚴格的資訊安全能力評估，重點考察其技術及管理措施對個人檔案的保護能力，通過後方可進入合作流程並簽署資料處理協議，明確各環節的安全責任及保障要求。
- 持續監控：合作期間，集團透過動態安全監控機制及威脅情報平台，持續評估供應商的資訊安全能力，主動偵測潛在風險，發現問題即時通知修復。
- 稽核及賦能：結合現場稽核審視供應商的實體環境、技術設施及操作流程，識別潛在風險並提出改善建議。此外，集團為供應商量身訂製資訊安全提升方案，定期舉辦專業培訓，協助其提升安全防護能力。



環境保護

- 合約條款：於工程類合約中，集團已加入環境保護條款，明確施工過程中的污染防治、廢棄物處置、噪音控制、室內環境品質標準、物料使用限制及現場保護等要求。如因供應商措施不足導致環境破壞或人員、財產損失，須由供應商承擔全部責任。
- 綠色倡議：集團倡議供應商積極採用環保產品，減少營運過程產生的碳足跡，並優先與具備環保意識的供應商合作。我們計劃將環保合規表現納入供應商甄選及評估環節，作為評估維度之一，並重點關注曾有違規行為及相關環境風險的供應商。



廉潔合規

- 協議簽署：攜程集團致力建立廉潔誠信的供應商管理體系，於日常工作中向供應商宣導廉潔合規理念，提升供應商的廉潔意識。報告期內，所有合作期內的供應商均已簽署《供應商廉潔協議》，所有合約亦已列明投訴渠道。
- 行為要求：我們要求供應商杜絕任何形式的貪污、勒索或賄賂行為，並如實申報作為本集團合作供應商可能存在利益衝突的資料。報告期內，並無對本集團營運造成重大影響的供應鏈負面事件。
- 內部文化：在加強合作制度約束的同時，集團持續推動內部合規文化建設。報告期內，集團就合規採購舉辦線上及線下培訓 4 場，並發布微信公眾號宣導文章 4 篇，覆蓋全體集團員工。

5.7 提升產品品質

攜程集團堅持以用戶需求為導向，整合產業鏈資源並推動創新。2025 年，攜程持續深化生態建設，從技術、業務、內容等多個層面升級產品服務體系，致力為用戶提供更優質的旅遊體驗，與合作夥伴共創價值、共同成長。

住宿預訂

攜程透過優化搜尋體驗及拓展酒店服務場景，協助用戶更高效配對住宿需求，同時支援酒店由「住宿場所」轉型為「消費場景」。截至 2025 年底，攜程住宿服務網絡已覆蓋全球逾 200 個國家及地區，提供約 170 萬個住宿房源。



提升用戶體驗

- 支援按價格範圍、星級、位置、品牌及便利設施等多個維度篩選及排序搜尋結果。
- 根據旅客真實評分、評論、推薦及旅遊指南等內容，為用戶提供客觀的預訂決策參考。



賦能合作夥伴

- 向住宿合作夥伴提供電子預訂系統，支援標準化資料輸入及產品數碼化。
- 2025 年，我們持續協助中國市場酒店升級消費場景：針對一線城市五星級酒店，協助開發酒店內體驗消費。截至 2025 年底，共協助 1.7 萬家五星級酒店提升 10% 收入，創造新增 GMV 達 30 億元人民幣；針對二線及以下城市酒店，推出「酒店 + X（周邊門票、用車等）」套票。截至 2025 年底，已覆蓋逾 5.3 萬家酒店，其中近 4,000 家位於二、三線城市，帶來逾億元人民幣新增 GMV，有效帶動本地旅遊消費。



截至報告期末



住宿服務網絡已覆蓋全球逾

200個國家及地區



提供住宿房源約

170萬個



於中國市場，協助

1.7萬家一線城市五星級酒店提升 10% 收入



創造新增 GMV 達

30億元人民幣



「酒店 + X（周邊門票、用車等）」套票覆蓋逾

5.3萬家二線及以下城市酒店



其中位於二、三線城市酒店近

4,000家

54

交通票務

攜程透過智能搜尋技術及靈活方案組合，協助用戶便捷規劃行程，並以技術支援航空公司提升營運效率。截至 2025 年底，攜程交通票務網絡已覆蓋 220 多個國家及地區。

機票



提升用戶體驗

- 透過「直連」航空預訂系統及全球分銷系統，為用戶提供全球 680 多家航空公司及逾 3,500 個機場的航班選擇。
- 專有搜尋引擎每日支援數以億計查詢，用戶可按出發時間、交通方式等偏好篩選最合適票種，並可組合預訂機票、酒店等核心產品。
- 提供航班延誤保險、網上辦理登機、即時航班追蹤及機場 VIP 候機室等增值服務。



賦能合作夥伴

- 為航空公司提供智能工具及機器學習技術，整合旅遊資訊系統及網上交易平台，協助提升營運效率。
- 部署機票價格異常監測系統，透過大量歷史及即時數據自動識別價格異常，協助減少航空公司損失。

其他票務

攜程整合全國鐵路、公路及水路交通資源，提供火車票、長途巴士票及船票的即時查詢、預訂、更改及退票服務。依託先進技術平台，我們打造涵蓋各類配套產品的智能出行方案，簡化購票流程，全面滿足用戶多元化交通需求。

旅遊度假及目的地活動

攜程整合全球旅遊及目的地資源，為用戶提供多元化產品組合，並協助當地供應商提升服務能力，讓旅遊體驗更便捷、更個人化。

旅遊度假

我們提供跟團遊、訂製旅遊，以及涵蓋飛機、郵輪、巴士、租車等不同交通安排的產品，覆蓋全球多元目的地。在交通及住宿一站式服務基礎上，進一步提供目的地交通、景點門票、當地活動、保險、簽證及導遊等增值服務。同時，向旅遊度假供應商提供用戶支援、供應商管理及客戶關係管理服務，協助提升服務質素。



目的地活動

隨着體驗式旅遊需求持續增長，我們提供多元化目的地活動產品及服務，涵蓋餐飲、購物、一日遊、景點及演出門票，以及訂製的導遊服務等。用戶可直接於平台預訂，並享有豐富內容及時段選擇。截至 2025 年底，我們於全球提供逾 35 萬項目的地活動。



截至報告期末



攜程於全球提供目的地活動逾

35 萬項

租車及用車

針對租車市場長期存在車輛新舊不一、取還車規則不清及隱藏收費等問題，我們推出以「無憂租」為代表的標準化服務，提升租車體驗，並透過流量扶持機制鼓勵商戶提升服務質素，引導行業由價格競爭轉向可持續經營模式。

在用車服務方面，我們於 2025 年推出行李計算器，智能配對車型及行李尺寸，提前解決接送機「放不下行李」問題；同時推出「極速退」自動補償及「無憂行 2.0」保障升級，實現即時賠付及保障透明化、自助化，讓用戶出行更安心。

「無憂租」服務保障



車輛標準

要求供應商提供三年內新車，統一燃油／充電保障及整備流程，讓用戶對車況建立穩定預期。



服務流程

推出「免加油服務費」、「隨時退」等服務政策標準，簡化租車流程，降低用戶決策成本。



權益保障

透過平台介入定損減少不必要的糾紛，配套全國道路保障，為用戶明確服務底線。



履約保障

推出「用車保障」及「準時保障」。若用車時間無車或司機爽約，賠償訂單金額 100%；如司機遲到則按分鐘賠償，超過 20 分鐘全額賠償。



行程保障

涵蓋接機「無限等候」、送機「誤機必賠」及送站「誤站必賠」。如因司機責任導致誤機或誤站，將賠償機票或車票直接損失。



服務保障

將服務態度、車況及駕駛行為納入保障範圍；服務開始前可隨時免費取消。如發生糾紛，由平台根據行程錄音、行車軌跡及後台數據核實，釐清責任歸屬。

商旅業務

攜程集團深耕企業差旅管理 19 年，服務覆蓋全球 35 個市場，支援 20 種服務語言。2025 年，我們的商旅服務協助 25,000 家中資企業拓展海外業務，服務網絡覆蓋 203 個國家及地區、15,000 個城市。

隨著國際商務差旅需求的持續增長，2025 年我們在國際化技術方面的投入較上一年增加 130%，為全球客戶提供更豐富的網上差旅資源、更便捷的預訂及改退體驗，以及更穩定的系統安全與資訊保障。



全球差旅解決方案

針對全球差旅管理需求日益複雜，攜程商旅於 2025 年推出「全球差旅解決方案」，涵蓋全球差旅資源、全球支付結算、全球差旅產品及全球差旅服務四大核心模組，可靈活配合不同企業需求，實現端到端的全流程覆蓋。



「小藍心」守護計劃

報告期內，攜程商旅推出「小藍心」守護計劃，建立「5+1」保障體系，涵蓋行程保障、緊急支援、體驗保障、合規保障及系統保障五大核心場景，並設有「藍心見面會」作為客戶與技術服務團隊直接溝通的平台，全面保障企業員工差旅出行的順暢與安全。



保障基金

設立規模達千萬元人民幣的保障基金，用於緊急行程安排、不可抗力保障、退款保障及體驗受損補償。



理賠效率

推出免審核、免等候的用車快速理賠方案，最快可於 3 秒內完成自助理賠。



駐場服務

機場駐場服務覆蓋全球 24 個主要樞紐機場，報告期內共提供 3,734 次面對面服務。

金融服務

攜程憑藉旅遊生態及龐大用戶基礎，從交易保障、權益保障及跨境支付服務等多方面，築牢資金及出行安全防線。

交易保障

截至 2025 年底，Trip.com 已支援 44 種貨幣，並持續引入本地支付方式。2025 年，平台共攔截 4,600 萬宗疑似欺詐及盜用風險交易，人工核實 6 萬宗訂單，並攔截 5.6 萬宗疑似電訊詐騙訂單。

權益保障

2025 年，攜程舉辦 48 場金融消費者權益保障主題宣傳活動，舉辦「旅途防詐 守住錢包」直播等。同時，我們持續完善貸後風險緩釋及信貸紀錄異議處理等機制，保障消費者合法權益。

TripLink

TripLink 為全球旅遊企業提供安全、合規的虛擬卡支付服務，目前已服務逾 200 家全球客戶。旅行社、酒店及航空公司可透過 TripLink 虛擬卡向供應商進行跨境支付，透過單次使用及鎖定供應商的卡片機制，有效降低欺詐及盜用風險，提升資金安全及對帳效率。2025 年，TripLink 平均每日發卡逾 20 萬張，並取得荷蘭支付機構牌照，進一步完善歐洲本地化合規布局。



報告期內



TripLink 平均每日發卡逾

20 萬張



內容生態

2025 年，攜程推出覆蓋旅程全流程的內容生態體系「攜程社區」，並進一步推出「創作者權益升級計劃」，打造更優質的創作環境，協助用戶獲取靈感、輔助決策及分享旅遊體驗。

1 決策階段

熱門目的地及全球節慶頻道提供數以萬計全球熱門事件及即將舉行的活動資訊，作為靈感來源。

2 規劃階段

AI 行程助手可實現由行程規劃至機票、酒店及用車預訂的無縫閉環；當地指南結合海量用戶真實經驗及專家審核，提供旅遊攻略及避雷指南。

3 旅程中階段

「同路人」社區透過多元化推薦即時在線旅伴、精準問答及最新動態資訊，從工具型平台升級為情感交流平台。

4 旅程結束後

用戶可透過發佈旅遊筆記，形成由資訊獲取、旅程體驗至內容創作的完整閉環。



多元化內容產品



點評

透過用戶深入評價及詳細評級，提供真實、透明的產品及服務資訊；持續改進評價體系，提升內容客觀性及相關性，協助用戶作出更佳決策。



直播

官方直播頻道聯同旅遊博主、KOL 及合作夥伴創作內容，展示國際旅遊產品，並與酒店品牌合作推出直播專屬優惠。



Trip.Moments

截至 2025 年 10 月，Trip.Moments 已吸引全球逾 250 萬名用戶，覆蓋 170 多個國家及地區。平台擁有超過 12,000 名經認證的 Trip.Pals 創作者，他們均擁有站外社交媒體帳號及大量追蹤者，定期於平台分享內容。2025 年，創作者參與度持續提升，月均活躍度按年增長超過 45%。



Trip.Moments 已吸引全球逾

250 萬名用戶



平台認證的 Trip.Pals 創作者超

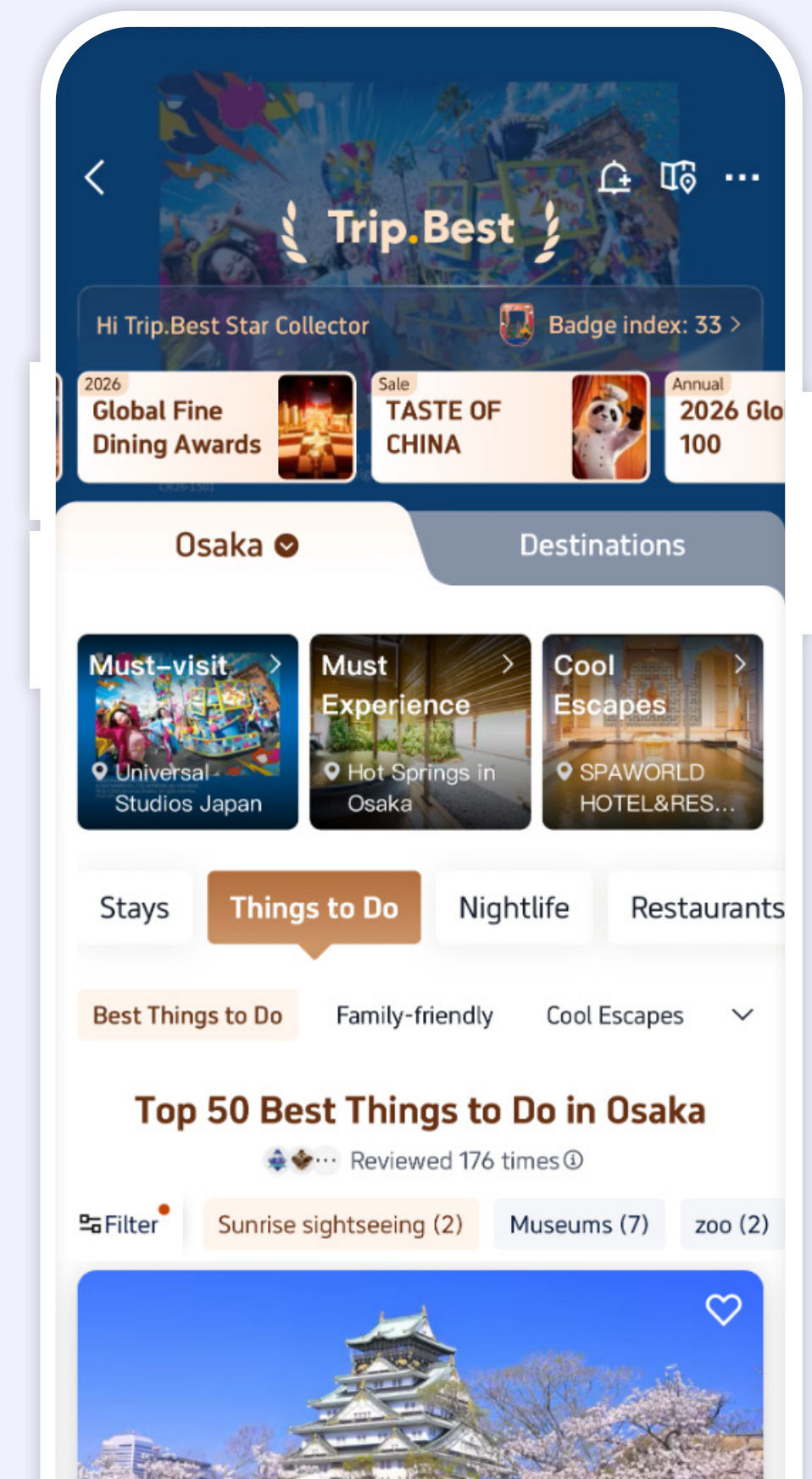
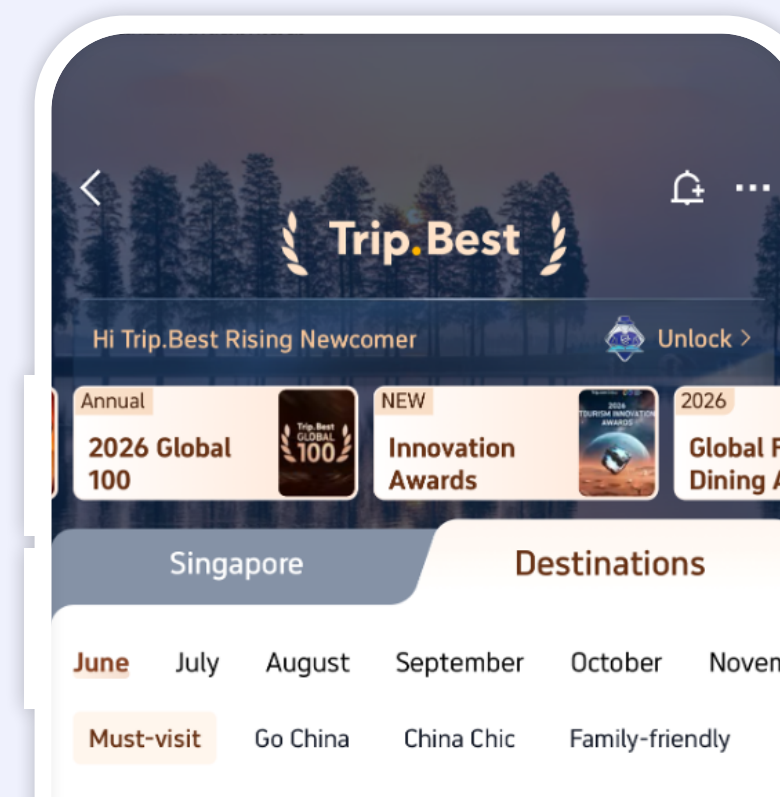
12,000 名



榜單

「攜程口碑榜」根據億級用戶行為數據及權威主題挑選，提供熱門景點、主題活動、餐廳指南及精選優惠等榜單，致力成為真實可信的旅遊指南。

2025 年 9 月，攜程口碑榜邀請品牌大使擔任明星驗榜官，透過親身實地體驗補充演算法排名，結合真實訂單驗證及多維度評分，將榜單由數據排名提升為信任排名，為用戶提供更可靠的出行參考。



智慧旅遊

AI 與數據正逐步成為推動旅遊業提升效率的核心動力。攜程自主研發的 AI 行程助手與 Trip.Planner 作為旅程規劃中心，運用 AI 將複雜的行程規劃轉化為簡單流暢的體驗，協助旅客更快速規劃個人化行程；攜程問道與 TripGenie 則為以大數據驅動的旅遊垂直大模型，可為用戶提供行程規劃及資訊查詢等問答服務。

AI 行程規劃助手

2025 年，攜程 AI 行程規劃助手與 Trip.Planner 正式於攜程旅行及 Trip.com 上線，整合行程規劃、靈活調整、產品預訂及訂單管理於單一介面，憑藉全球 2,000 萬個地理標記景點及數億名用戶真實回饋，為用戶提供一站式旅程服務。



跨平台協作

支援 PC 及 App 無縫切換，行程可透過可視化地圖拖曳編輯。



數據可信

根據官方驗證的開放時間、建議遊玩時長及交通預估，自動推薦合適景點及配套服務。



人機協作

在智能推薦基礎上，由專業旅遊規劃師進一步優化及落實行程，兼顧效率與體驗。

技術賦能體系

攜程在嚴格遵守數據安全及個人資料保護相關法律法規的前提下，以創新技術為驅動，協助用戶更高效獲取資訊及作出決策。



智能推薦

多模態 AI 分析文字、語音、圖片及影片，產品推薦效果較人工營運提升 8%，人均效率提升 20 倍。



旅程中服務

結合 NPS 評分及 AI 語義分析，自動觸發服務介入，確保在數分鐘內回覆，旅途中滿意度提升 22%。



搜尋與交易

透過優化算法降低運算成本及縮短回應時間；機票與住宿搜尋分別支援每日數億次及數十億次高併發查詢，支援多種貨幣及主流國際信用卡。

5.8 推廣中國入境旅遊

隨着中國免簽政策持續優化，攜程集團積極順應入境旅遊發展趨勢，憑藉平台優勢及業務專長，系統化賦能入境旅遊生態。我們圍繞海外旅客在旅程各環節的實際需求，推出針對性的服務及產品，涵蓋行程規劃、支付及線下旅遊等不同場景，同時協助商戶連接全球旅客，推動入境旅遊流量與供給協同增長。

截至 2025 年底，攜程平台已整合覆蓋中國 30 個省份的逾萬條跟團遊路線。2025 年，攜程累計服務 2,000 萬人次入境中國內地旅客，客源覆蓋 83 個國家及地區，帶動消費約 240 億美元。



報告期內



攜程累計服務

2,000 萬人次 入境中國內地旅客



客源覆蓋

83 個國家及地區



帶動消費約

240 億美元

拓展行前觸達

2025 年，攜程加強全球市場推廣及內容建設，提升中國旅遊資源的國際曝光，同時協助商戶優化產品圖文及行程描述的本地化表達，以切合海外用戶的瀏覽習慣，提升產品的全球曝光度。



啟動「China Vision Campaign（中國視界）」入境旅遊線下推廣項目，聯動北京、重慶巫山等城市，於海外地標商圈投放裸眼 3D 大屏幕廣告，採用「線下地標曝光+線上流量承接」模式推廣中國旅遊目的地資源。



於全球 20 多個海外站點推出「Go China」長期推廣活動；並支持平台商戶參與「Go China」、海外線下旅遊展等活動，提升其產品的國際曝光度。



推出「Flip It Trips」千名 KOL 來華計劃，與海外知名藝人及 KOL 共同打造特色旅遊路線，深入發掘中國城市特色。截至 2026 年 5 月，已吸引近 3 萬名創作者報名，並邀請逾 160 名海外 KOL 來華採風。

優化行前預訂

攜程透過技術賦能及產品優化，為海外旅客打造更順暢的預訂體驗。

輔助行前決策

- 推出 TripGenieAI 旅行助理。使用此工具飯店比較功能的用戶，其飯店下單平均點擊次數較傳統流程減少 80% 以上。
- 建立代表入境友善飯店的「HiChina」標籤體系，串聯排序推薦及查詢篩選功能。截至 2026 年 5 月，已覆蓋 4.5 萬家飯店。
- 推動飯店跨文化適配改造與展示，在相應站點突出展示穆斯林友善設施、中國特色設施服務及上線時令活動專題，幫助海外用戶快速識別適配酒店。
- 截至 2026 年 5 月，累計已有超過 15 萬間內地酒店承接入境訂單，其中近 7 萬間為首次承接相關業務。

支付便利化

- 涵蓋 Trip.com 網上預訂及中國內地景區多語言售票機等多元支付場景，支援合共超過 65 種貨幣及本地化支付方式，有效降低因支付工具不兼容而導致的預訂中斷。

提升旅程體驗

攜程持續完善線下服務網絡及創新產品，切實提升海外旅客在華旅遊體驗。



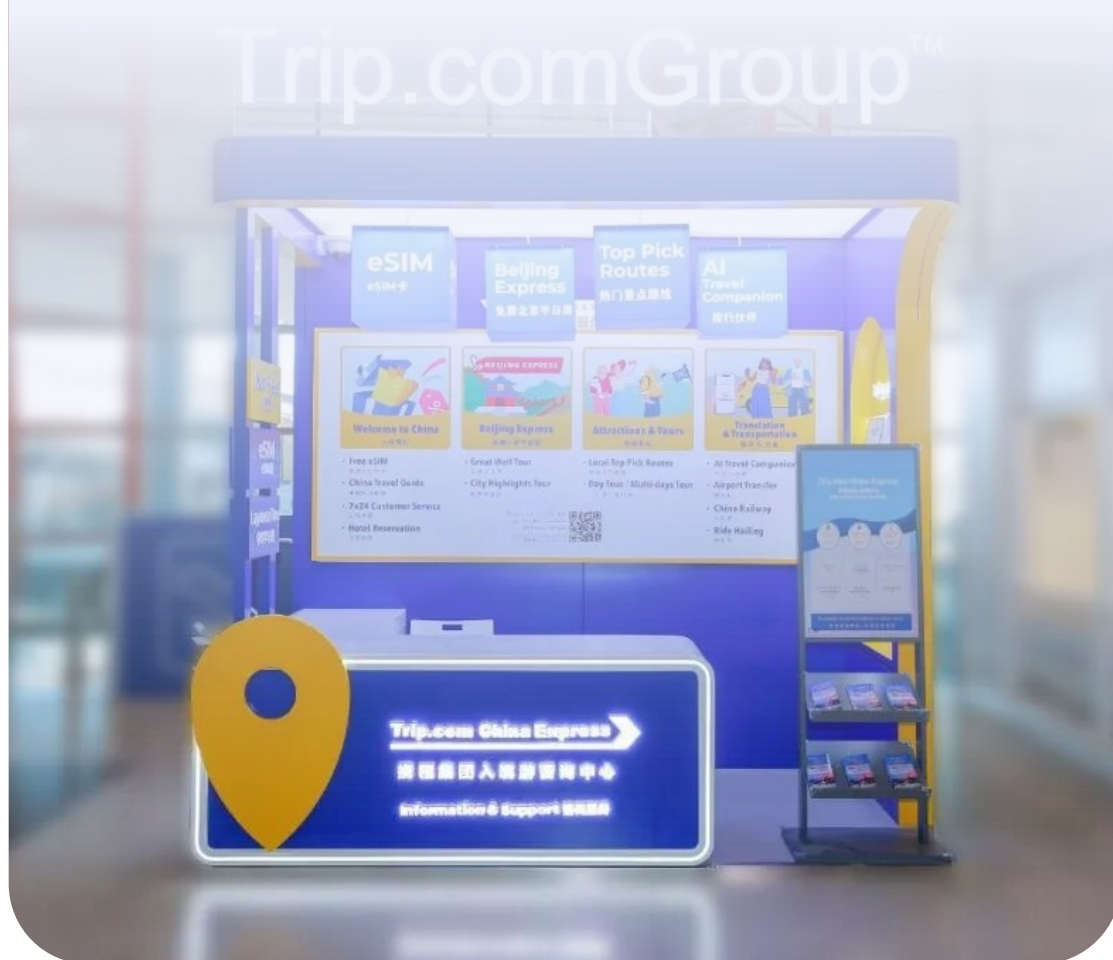
個人化訂製旅遊

- 在 Trip.com 推出訂製旅遊服務，提供「多語言行程顧問＋導遊＋旅程管家」三重專業服務。截至 2026 年 5 月，已為來自 172 個國家／地區約 2,600 組旅客提供訂製行程，覆蓋中國內地 219 個目的地。



「第一站」服務

- 於多個核心樞紐機場設立一站式服務櫃檯，為海外旅客提供雙語諮詢、貨幣兌換等逾 10 項服務。截至 2026 年 5 月，累計服務超過 9 萬人次，其中香港櫃檯榮獲機場管理局「年度卓越客戶服務獎」。
- 推出「Welcome to China」專屬接機服務，海外旅客可透過攜程國際平台網上預訂，享有中英雙語司機接機、免費舉牌接機及免費等候等服務。



線下服務升級

- 門市方面：從中國 7,000 多間門市中精選 351 間，分階段升級為「中英文雙語服務示範店」，為外籍旅客提供行程規劃、即時諮詢及支付結算等一站式服務。
- 景區方面：持續透過 AI 及多語言技術基建、涉外服務能力培訓等措施賦能景區，推動超過 8,000 個景區提升對外服務能力。



在購票方面，於 290 多個景區部署多語言自助售取票機，支援使用護照購票；並為 170 多個景區建設多語言官方網站，方便海外旅客查詢資訊及預訂。



在支付方面，景區現場支援 44 種外幣結算，整合外卡 POS 支付後，入境旅客平均支付時間縮短 78%。



創新旅遊體驗產品

- 自 2024 年起，陸續於上海、北京及香港等地推出「免費城市半日遊」項目。2025 年進一步把服務延伸至旅遊諮詢、產品預訂及旅遊攻略指引，並開放予所有入境旅客。截至 2026 年 5 月，累計接待來自 127 個國家及地區逾 3 萬名旅客。
- 2025 年 8 月，攜程於上海外灘推出「TASTE OF CHINA 味」沉浸式餐廳，以中國七大地域風味為主題，透過 2 小時美食體驗，結合沉浸式視覺效果及現場表演，為入境旅客展開中華文化之旅。截至 2026 年 5 月，餐廳累計接待來自全球 79 個國家／地區逾 8,400 名旅客。



5.9 生態共建

截至 2025 年底，攜程已連接全球逾 170 萬名合作夥伴。本集團視生態共建為可持續發展的重要策略，透過開放協作網絡與全球夥伴攜手推動旅遊業高質量發展，定期舉辦全球性行業活動、設立行業專項基金，系統推進產業合作、創新投資、綠色實踐及文化交流。

☑ 截至報告期末



攜程已連接全球逾

170 萬名合作夥伴

攜程全球合作夥伴峰會

2025 年 11 月，攜程於土耳其舉辦全球合作夥伴峰會。峰會期間，攜程與土耳其旅遊推廣及發展局（TGA）建立策略合作關係，透過強化航空網絡連接、拓展住宿選擇、提升目的地服務及聯合市場推廣，共同提升土耳其作為旅遊目的地的全球吸引力。峰會不僅促成商業合作，更成為跨文化旅遊業界交流互鑒的平台，彰顯旅遊業促進人文交流的重要價值。



Envision 全球合作夥伴大會

2025 年 5 月，攜程 Envision 2025 全球合作夥伴大會於上海及成都兩地舉行，吸引來自 74 個國家及地區逾 3,000 名業界代表參與。大會期間，攜程與多家國際酒店集團達成策略合作，並與中國 10 個旅遊目的地及 5 間海外旅行社建立合作機制，打造「雙向服務樞紐」，一方面為地方文旅引入國際客源，同時為海外旅客開啟更多中國旅遊目的地。



攜程 Envision 2025 全球合作夥伴大會
參與代表來自

74 個國家及地區

吸引業界代表逾

3,000 名

旅遊創新基金

攜程於 Envision 2025 全球合作夥伴大會上正式啟動總額 1 億美元的「旅遊創新基金」，聚焦創新項目的長期投資及跨行業合作，支持目的地創新發展模式及差異化旅遊體驗。基金同時設立「旅遊創新貢獻獎」，年度獎金近 142 萬美元，鼓勵業界持續推出創新產品。

2025 年 8 月，攜程評選出 20 個年度獲獎案例，以平台力量推動文旅產業創新升級。未來，我們將持續優化基金申請機制，建立全球創新案例庫，推動優秀經驗於業界共享及借鑑。



06 環境友好

旅遊業與自然環境息息相關，氣候變化正為行業帶來多方面且系統性的影響。攜程集團將可持續發展理念融入產品設計及日常營運，並與用戶及價值鏈合作夥伴攜手推動減排。報告期內，本集團的溫室氣體減排目標正式通過科學碳目標倡議（SBTi）驗證，成為亞太地區首家近期及淨零排放目標均通過科學碳目標倡議（SBTi）驗證的網上旅遊企業，為氣候行動建立科學基準。我們深明，要實現長遠目標，仍須持續於整個價值鏈落實系統性的減排措施。



6.1 環境與氣候治理

攜程集團的核心業務為網上服務，並輔以攜程度假農莊等線下實體營運，不涉及製造及倉儲環節，因此直接營運活動對環境的影響相對有限。我們重視價值鏈上下游及氣候變化帶來的潛在環境風險，並將環境治理策略聚焦於提升自身營運能源效益，同時攜手價值鏈夥伴共同推動低碳轉型及生態保育。

環境治理架構

攜程的環境治理依循集團可持續發展管理架構，自上而下分為決策層、管理層及執行層，並透過常態化匯報機制確保環境管理要求有效落實。董事會作為最高治理機構，下設可持續發展管理委員會，定期審議氣候及自然等環境議題，並指導及監督相關工作與風險。管理層設立可持續發展執行委員會，負責將環境策略轉化為具體行動，並定期匯報進展。執行層則由可持續發展工作小組推動各項環境計劃，協調各業務部門及附屬公司落實集團環境策略。

氣候風險管理

攜程集團視氣候相關風險及機遇為影響長遠業務韌性的關鍵因素，並已將其納入全面風險管理體系。我們參考氣候相關財務資訊披露工作組（TCFD）建議及《國際財務報告準則》（IFRS）S2 相關要求，運用情境分析模型，結合自身業務特點，系統識別及分析氣候實體風險、轉型風險及氣候相關機遇，建立「識別－分析－應對－監察」的閉環管理機制。根據業務規劃及主要營運地區的氣候政策，我們設定短期（1–5 年）、中期（5–10 年）及長期（10 年以上）的時間範圍，並持續披露氣候相關資訊，以提升透明度、支援業務決策及增強氣候韌性。

風險／機遇類型	營運及財務影響	短期	中期	長期	價值鏈環節	應對措施
實體風險：急性	• 極端天氣事件強度增加 • 可能導致辦公設備損壞、能源消耗增加及電力供應緊張，影響營運、減少收入並增加開支	中	中	低	• 自身營運	• 採用更高能源效益的技術，提升設施的氣候韌性及能源使用效率 • 制訂極端天氣應急預案，並定期進行培訓及演習
實體風險：慢性	• 降雨模式變化及氣候模式波動 • 平均氣溫上升 • 海平面上升 • 可能導致用戶更改行程、安全風險增加，收入下降及成本上升 • 部分目的地的旅遊適宜性下降，市場吸引力減弱	中	中	高	• 上游 • 自身營運 • 下游	• 各業務單位制定災害應變流程，保障用戶安全 • 關注目的地氣候趨勢，優化產品布局
轉型風險：政策及法規	• 溫室氣體排放定價上升 • 資訊披露監管要求趨嚴 • 訴訟風險 • 碳配額機制可能增加購置減排設備或碳配額的投入 • 氣候資訊披露要求日趨嚴格，可能增加額外合規成本 • 行程更改等情況的責任界定趨嚴，可能增加責任成本	中	中	高	• 上游 • 自身營運 • 下游	• 加強內部碳管理，推動節能減碳，逐步提升可再生能源使用比例 • 追蹤並逐步採納國際通用披露準則 • 關注法規動態，完善用戶協議條款
轉型風險：市場	• 消費者行為轉變 • 客戶傾向選擇低碳產品，傳統產品需求或受擠壓，市場佔有率可能下降	中	中	高	• 上游 • 自身營運 • 下游	• 與合作夥伴攜手減少旅遊產品碳足跡，提供低碳出行選擇
轉型風險：聲譽	• 消費者偏好轉變 • 持份者關注度提升 • 如氣候行動宣傳與實際進展不一致，可能影響品牌聲譽及持份者信任	低	中	高	• 自身營運 • 下游	• 制訂符合國際標準的減碳目標及規劃，並定期公開進展
轉型風險：技術	• 低碳技術轉換成本 • 新技術投資風險 • 低碳技術快速迭代，現有設施可能面臨升級或淘汰，技術升級資本開支或會增加	低	中	高	• 上游 • 自身營運	• 關注節能技術趨勢，評估設施升級需要，制訂分階段優化計劃
機遇：產品及服務	• 低碳產品及服務發展 • 消費者偏好轉變 • 可持續旅遊需求持續增長，協助客戶減碳，有望提升市場佔有率及帶動新產品收入	中	中	高	• 上游 • 自身營運 • 下游	• 擴大可持續旅遊生態圈，聯同合作夥伴推出更多低碳旅遊產品

攜程集團的關鍵氣候風險與機遇

減排路徑及目標

攜程高度關注全球氣候行動進展。2023 年，本集團首次公開碳中和承諾並啟動減排路徑規劃；2024 年，引入第三方專業機構完成整個價值鏈碳足跡盤查，確立基準年排放數據；2025 年，集團減排目標通過科學碳目標倡議（SBTi）驗證，並啟動碳數據管理系統建設，推動碳管理邁向常態化監測。

攜程集團的近期及長期減排目標均符合科學碳目標倡議（SBTi）現行有效標準，並與《巴黎協定》的 1.5 °C 路徑保持一致。集團承諾以 2024 年為基準年，分近期及長期兩個階段推動整個價值鏈實現淨零排放：

近期目標	於 2030 年前，將範圍一及範圍二溫室氣體絕對排放量減少 50.0%；同時，將來自外購商品及服務，以及特許經營活動的範圍三溫室氣體絕對排放量減少 25.0%。
長期目標	於 2050 年前，將範圍一及範圍二溫室氣體絕對排放量減少 90.0%；同時，將範圍三溫室氣體絕對排放量減少 90.0%。
淨零目標	承諾於 2050 年前，在整個價值鏈實現溫室氣體淨零排放。

2025 年，攜程集團整個價值鏈的溫室氣體排放總量為 229,199 噸 CO₂e。

溫室氣體排放範疇	2025 年排放量（噸 CO ₂ e）
範圍一	4,012
範圍二	20,523
範圍三	204,664
排放總量	229,199

6.2 實踐綠色營運

攜程集團嚴格遵守營運所在地適用的環境保護法律法規，包括《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》及《歐盟健康與安全條例》等。我們透過應用可再生能源、提升能源效益及推動資源循環利用等多項措施，致力減少自身營運對環境的影響。

可再生能源應用

我們積極擴大可再生能源的應用規模，系統化優化能源結構，並於辦公場所、業務前線及數據中心協同推動能源轉型。

集團 SKYBRIDGE HQ 天會大樓屋頂太陽能光伏設施自 2023 年投入運作以來一直保持穩定運行，2025 年全年發電量達 71.6 兆瓦時。南通辦公大樓屋頂光伏項目亦順利落成，利用 3,000 平方米可用面積建設光伏發電系統，預計年發電量約 385 兆瓦時，約佔該大樓全年總能耗的 4.2%。







集團 SKYBRIDGE HQ 天會大樓光伏設施
2025 年全年發電量達

71.6 兆瓦時



南通辦公大樓屋頂光伏項目落成，利用

3,000 平方米 可用面積



預計年發電量約

385 兆瓦時

可再生能源應用

我們穩步推動可再生能源於業務場景的應用。2025 年，攜程自營門店光伏系統總發電量約 103 兆瓦時，相當於減少約 54.49 噸二氧化碳排放。其中，「攜程度假農莊」安徽金寨大灣店已於 2023 年完成節能改造並加裝光伏設備，2025 年光伏系統發電量約 95 兆瓦時。

此外，我們定期評估數據中心的綠色低碳潛力，逐步擴大綠色電力的使用範圍。2025 年，集團租用數據中心的綠電使用比例達 60%，全年減少約 17,800 噸碳排放。

☑ 報告期內



攜程自營門店光伏系統總發電量約

103 兆瓦時



相當於減少二氧化碳排放約

54.49 噸



其中，「攜程度假農莊」安徽金寨大灣店
光伏系統發電量約

95 兆瓦時



租用數據中心的綠電使用比例

60%



全年減少二氧化碳排放約

17,800 噸



提升能源效益

我們透過系統化的節能改造及設備升級，穩步提升辦公場所的能源使用效益。2025 年，本集團於北京、上海、南通及成都的辦公大樓合共實施 14 項節能改造項目，全年節省約 2,346 兆瓦時電力及約 6.15 萬立方米天然氣，相當於減少約 1,370 噸碳排放。

辦公地點	改造項目	改造內容
北京	照明系統升級	全面更換 LED 燈具，並實施分區智能管理
成都	中央空調優化	按時段及天氣狀況智能啟停
南通	冷卻塔更換	更換老舊冷卻塔設備
	智能照明群控	針對 24 小時客服辦公場景，新增時間排程及人體感應控制
上海	能源系統升級	更換高效變頻冷水機，升級冷卻塔及鍋爐房，並完成冷卻泵變頻改造
	空調系統優化	增設風閥及水閥獨立控制，完成空調面板及末端設備智能化改造



北京

照明系統升級項目年節電量約

72 兆瓦時

成都

中央空調優化項目年節電量約

37 兆瓦時

南通

冷卻塔更換、智能照明群控項目年節電量約

562 兆瓦時

上海

能源系統升級、空調系統優化項目年節電量約

1,675 兆瓦時



集團 SKYBRIDGE HQ 天會大樓已獲得

能源與環境設計先鋒獎（LEED）
金級認證



資源及廢棄物管理

我們重視資源的高效利用及廢棄物減量管理，從硬件設施、管理制度及行為引導等多方面協同推進。

水資源管理

集團 SKYBRIDGE HQ 天會大樓於設計階段已將節約用水納入考量，透過一體化設計提升建築整體節水效益。我們持續關注日常營運的用水效率，透過完善設施配置及管理措施，逐步推動水資源的節約及高效利用。同時，集團亦鼓勵員工實踐節約用水，從日常細節減少不必要的用水。



棄物管理

我們秉持循環經濟理念，建立涵蓋分類投放、源頭減量及回收再利用等環節的管理流程，並透過面向員工的科普教育，培養全員減廢意識。



電子產品

作為廢棄物管理的重點範疇，對於仍處於使用壽命內的設備，我們優先透過升級或重組延長其使用年限；對已達使用年限但狀況仍然良好的設備，則透過捐贈方式延續其價值；對已超出使用壽命的設備，則交由具備相關經驗的回收服務供應商處理。



日常辦公廢棄物

紙張、塑膠、玻璃及金屬等一般廢棄物會分類收集後交由回收商處理；危險廢棄物則嚴格按照所在地法規要求進行合規處置。



源頭減量

於工程項目建設過程中，我們透過模型優化及精細化管理控制建材損耗；在日常營運方面，推行無紙化辦公，並倡導減少過度包裝，從源頭減少廢棄物產生。

員工綠色行動

我們持續深化綠色辦公及低碳生活的企業文化，積極拓展員工參與渠道。自 2024 年起，我們每年於上海、南通、北京、成都及廣州五個城市同步舉辦「程里環保市集」活動，以「可持續循環」為核心理念，透過閒置物品交換及環保互動遊戲推廣綠色生活。2025 年，活動設置逾 40 個攤位，促成逾 1,000 件閒置物品循環再用，吸引逾 1,700 名員工參與。



報告期內，程里環保市集



促成閒置物品循環再用逾

1,000 件



吸引員工參與逾

1,700 名



攜手在地，共建生態

我們積極聯同業務前線及營運所在地社區，結合各項目特色開展生態保育及環境教育等可持續共建活動，將環保理念推廣至更廣泛的群體。

安徽金寨大灣店圍繞屋頂太陽能光伏及生態體驗等主題，面向研學團體、青少年及旅客開展戶外教學，透過實地講解光伏設施及生態農耕體驗等沉浸式活動，讓參與者親身體驗低碳營運模式。



寧夏中寧黃羊古落店立足當地生態特色，將生物多樣性保育、荒漠化治理及能源轉型相結合。項目引入月季、枸杞等苗木豐富區域生態景觀，開闢果園及農田，優化農業資源配置；鋪設草方格固沙、種植防風固沙樹木，並定期開展黃河淨灘、洩洪渠清理及野生動物保護區圍欄維護等流域保育工作，探索兼顧環境修復與社區價值的營運模式。



芮城黃河灣聯營店於 2025 年 4 月開業，同期舉辦可持續旅遊大會。攜程聯同高校專家學者圍繞「從理念到行動，推動可持續旅遊生態建設」展開交流，並啟動「大河文明·生態同行」黃河可持續旅遊生態共建計劃，同時設立「可持續生活節」主題市集，以多元互動方式推廣綠色旅遊理念。



6.3 倡導及推廣可持續旅遊

作為全球領先的網上旅遊服務平台，攜程積極構建可持續旅遊產品體系，為用戶提供更負責任的出行選擇。截至 2025 年底，攜程已於攜程旅行及 Trip.com 平台提供多元化可持續出行選擇，涵蓋住宿預訂、航班、鐵路交通、租車及用車，以及商旅等核心場景。

自 2022 年起，攜程集團持續發布《可持續旅遊消費者報告》，系統追蹤消費者對可持續旅遊由「認知」走向「行動」的轉變歷程；研究團隊同步分析不同客群的可持續旅遊偏好，為產品優化提供數據支持。在業界合作方面，攜程集團已加入聯合國全球契約組織（UNGC），並作為可持續旅遊聯盟 Travalyst 的創始成員，共同推動更具責任感的旅遊方式；同時，集團亦加入全球可持續旅遊委員會（GSTC），借助其國際網絡學習最佳實踐，並推廣可持續旅遊標準。

酒店

攜程聯同酒店合作夥伴共同探索低碳轉型路徑，並於 2023 年在中國內地推出「低碳酒店」倡議。該計劃下推出的低碳標籤遵循「可量化、可驗證、可持續提升」原則，根據酒店單位碳排放於同類型酒店中的相對排名設定認證門檻；認證有效期為半年，期滿後須重新申請，平台透過線上審核及實地抽查相結合的方式實施動態管理。截至 2025 年底，共有 3,800 家酒店參與計劃。為提升低碳酒店曝光率，攜程旅行已推出「熱門篩選」功能，方便用戶一鍵篩選目的地內符合資格的酒店。

在國際市場上，Trip.com 與 GSTC 合作推出酒店可持續發展認證展示功能，協助旅客識別已獲認可可持續發展認證的住宿選擇。GSTC 評估框架涵蓋企業管理、社會經濟責任、文化影響及環境保護等範疇，引導酒店在符合環保標準的同時，創造正面的社會及文化價值。



截至報告期末



「低碳酒店」倡議參與酒店達

3,800 家



截至報告期末



綠色飛行餐計劃，累計減少機上餐食供應近

50 萬份



火車

在 Trip.com 平台，用戶可比較歐洲火車與燃油車出行的碳排放差異，並透過種植虛擬樹活動，直觀了解選擇較低碳交通方式對環境帶來的正面影響。



租車及用車

在租車及接送服務方面，我們持續擴大新能源車型覆蓋範圍，並於海外租車首頁提供常見問題及新手指南，降低用戶海外租車門檻。

2025 年 4 月，攜程旅行與 Trip.com 租車及機場接送服務正式推出新能源車型碳排放標籤，用戶可於查看車型資料時識別該車是否屬新能源車型及其相應減碳量。該標籤已覆蓋逾 1,000 款新能源車型，協助用戶更直觀了解出行碳足跡，鼓勵選擇更可持續的交通方式。



租車及用車

截至報告期末



低碳租車累計訂單達

687 萬宗



服務逾

411 萬人次



低碳用車累計訂單達

880 萬宗



服務近

394 萬人次

商旅

在企業服務方面，攜程商旅持續攜手企業客戶共建低碳商旅生態。我們整合住宿預訂、航班、鐵路交通、租車及用車等核心場景的綠色出行產品，並透過航班、火車及用車碳排放展示，以及低碳酒店標籤等可視化方式，協助用戶直觀了解差旅碳足跡。同時，我們建立差旅碳帳戶體系，支援企業及員工共同管理碳排放，配合內部宣傳鼓勵員工主動減碳，協助企業將可持續發展理念融入差旅管理，累計帶動逾百萬名用戶參與低碳商務出行。

2025 年，共有 274 萬名用戶參與低碳商務出行，低碳商旅訂單達 2,344 萬宗。報告期內，攜程商旅榮獲 EcoVadis 銀牌認證，各項評分均高於行業平均水平。



報告期內



低碳商務出行參與用戶達

274 萬名



低碳商旅訂單達

2,344 萬宗

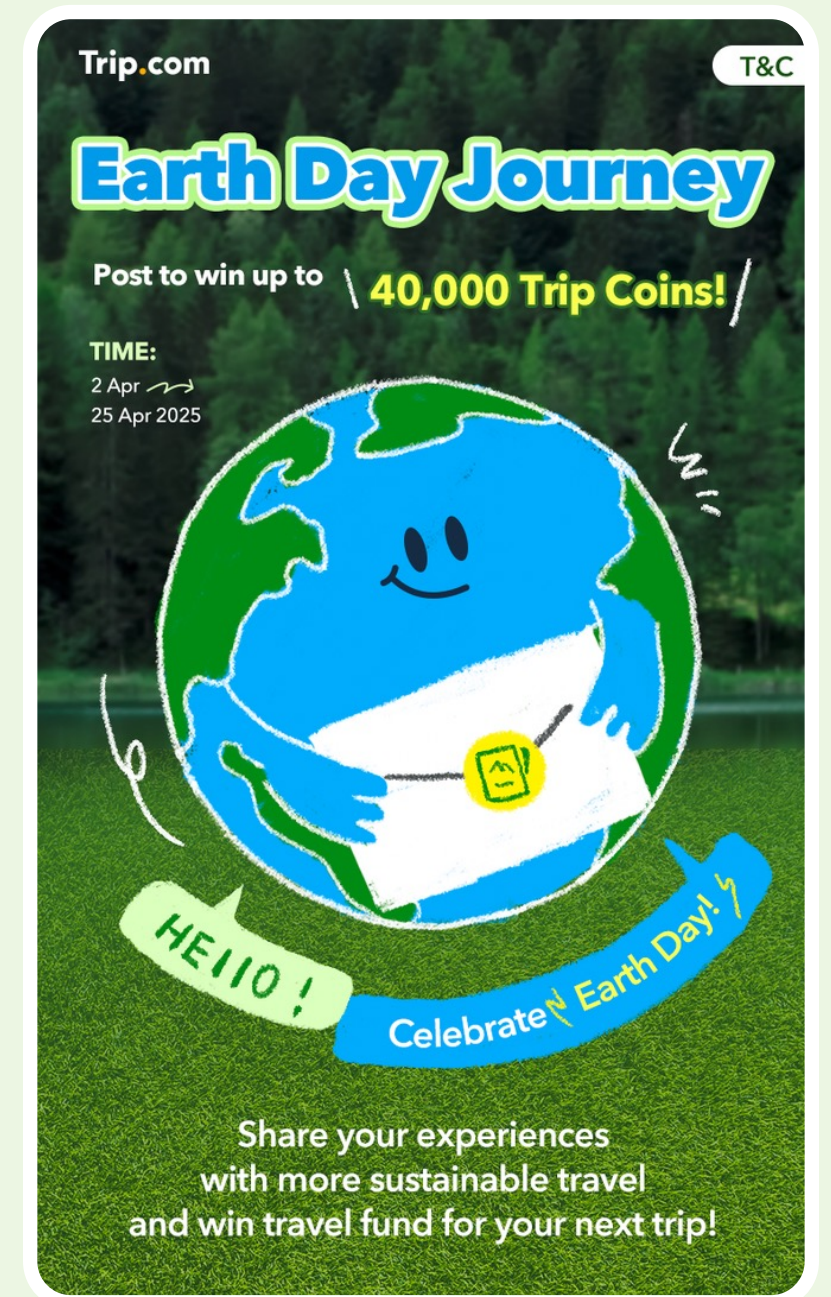


攜程商旅榮獲 EcoVadis 銀牌認證



公眾宣導

2025 年，Trip.com 於泰國及新加坡平台推出世界地球日活動，鼓勵旅客將可持續理念融入旅程。其中，一位用戶透過 Trip.Moments 分享其於泰國神仙半島（Promthep Cape）的低碳旅行體驗，包括選擇以單車代替汽車、遵循指定步道、支持本地手工藝者，以及於旅途中實踐更多可持續旅遊選擇，為保護當地脆弱生態系統盡一份心力。



附錄

關鍵績效指標

環境績效

指標	內容	2025 年	2024 年	2023 年
溫室氣體	溫室氣體排放總量（範圍一、二、三） （噸 CO ₂ e）	229,199	249,070	/
	溫室氣體排放總量（範圍一、二） （噸 CO ₂ e）	24,535	28,413	9,976
	每百萬元收入的溫室氣體排放總量 （範圍一及範圍二） （噸 CO ₂ e/ 百萬元人民幣）	0.39	0.53	/
	範圍一排放量（噸 CO ₂ e）	4,012	3,325	25
	範圍二排放量（噸 CO ₂ e）	20,523	25,088	9,951
	範圍三排放量（噸 CO ₂ e）	204,664	220,657	/
能源	能源消耗總量（兆瓦時）	43,883	47,514	14,230
	每百萬元收入的能源消耗總量 （兆瓦時／百萬元人民幣）	0.7	0.9	0.3
	直接能源消耗量（兆瓦時）	4,006	759	85
	間接能源消耗量（兆瓦時）	39,877	46,755	14,145
水資源	用水量（噸）	428,719	96,379	87,046
	每百萬元收入的用水量 （噸／百萬元人民幣）	6.86	1.8	1.9

註 1：自 2024 年起，攜程按照《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》、科學碳目標倡議（SBTi）《資訊和通信技術行業科學碳目標設定指引》以及《ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查標準》計算溫室氣體排放；並參考《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）計算能源消耗數據。2024 年（基準年）溫室氣體排放數據已通過科學碳目標倡議（SBTi）認證。2025 年溫室氣體排放及能源消耗數據波動主要由經營範圍調整所致。

註 2：2025 年範圍三各披露類別溫室氣體排放量佔範圍三排放總量的比例分別為：外購商品與服務 57.25%、資本商品 3.23%、燃料及能源相關活動 2.07%、廢棄物處置 1.11%、商務差旅 9.23%、員工通勤 6.23%、上游租賃資產 0.43%、下游租賃資產 1.40%、特許經營 12.12%、投資 6.93%。

註 3：2025 年用水數據波動主要由經營範圍調整及數據精細化管理推進所致。

用工績效

指標	內容	2025 年	2024 年	2023 年
用工	員工總數	30,875	29,949	28,007
	按性別劃分的員工人數			
	男性人數	13,193	12,870	11,917
	女性人數	17,682	17,079	16,090
	按用工類型劃分的員工人數			
	全職人數	30,491	29,611	27,854
	兼職人數	384	338	153
	按年齡組別劃分的員工人數			
	30 歲以下	42.2%	39.7%	42.3%
	30 至 50 歲	57.0%	59.8%	56.1%
員工培訓	50 歲以上	0.8%	0.5%	0.6%
	按職級劃分的員工人數			
	基層	76.9%	77.8%	78.0%
	中層	22.6%	21.7%	21.4%
	高層	0.5%	0.5%	0.6%
	總受培訓人次	151,189	105,842	96,133
	總培訓比例	100%	100%	100%
	按性別劃分的培訓員工比例			
	男性	45.1%	42%	43%
	女性	54.9%	58%	57%
員工培訓	按職級劃分的培訓員工比例			
	高級管理人員	0.36%	0.49%	0.36%

註：主動離職率 = 報告期內該類別僱員的主動離職人數 ÷ 報告期內該類別總人數 × 100%

用工績效

指標	內容	2025 年	2024 年	2023 年
員工培訓	中級管理人員	19.6%	17%	16%
	基層員工	79.9%	82%	83%
	培訓員工時間			
	人均培訓時間	43.11	42.26	38.81
	按性別劃分的培訓員工時間（小時）			
	男性	50.69	45.67	42.35
	女性	45.61	39.66	36.17
	按職級劃分的培訓員工時間（小時）			
	高級管理人員	15.90	15.90	15.39
	中級管理人員	86.72	82.59	76.64
員工流失	基層員工	42.92	38.32	35.43
	主動離職率	6.7%	7.3%	11.7%
	按性別劃分的主動離職率			
	男性	6.2%	6.9%	10.5%
	女性	7.1%	7.5%	12.3%
	按年齡劃分的主動離職率			
	30 歲以下	11.9%	12.1%	19.8%
	30 至 50 歲	3.6%	3.8%	5.4%
	50 歲以上	5.4%	3.8%	8.8%
	按地區劃分的主動離職率			
員工流失	中國大陸地區	5.7%	6.3%	11.0%
	非大陸地區	17.0%	18.7%	20.8%

附錄

報告索引

報告框架	香港交易所 ESG 守則	TCFD	GRI
序言			
高管寄語			
關於攜程集團			
可持續發展管治			
企業管治			
可持續發展管治架構	B 部分：管治架構		
持份者溝通			
重要性議題評估	B 部分：匯報原則		
可持續發展戰略			
社區友好			
推動鄉村旅遊振興	C 部分：B8、B8.1、B8.2		413-1
商業向善，支持公益慈善	C 部分：B8、B8.1、B8.2		
客戶服務保障	C 部分：B8、B8.1、B8.2		
全球旅行 SOS 平台	C 部分：B8、B8.1、B8.2		
消除數碼化隔閡	C 部分：B8、B8.1、B8.2		
家庭友好			
打造家庭友好型企業	C 部分：B1		202, 401, 405, 406
踐行多元、平等與共融	C 部分：B1		408, 409
吸引與保留人才	C 部分：B1、B4、B4.1、B4.2		405-1

報告框架	香港交易所 ESG 守則	TCFD	GRI
賦能人才發展	C 部分：B3		404-1, 404-2
關注員工健康與活力	C 部分：B2、B2.3		403-1
業態友好			
堅持合規營運	C 部分：B7、B7.1、B7.2、B7.3	風險管理 -(b)	205-2, 205-3
保障資訊安全	C 部分：B6		418
守護用戶私隱	C 部分：B6、B6.5		
AI 安全與合規	C 部分：B6、B6.5		
知識產權保護	C 部分：B6、B6.3		
提升產品品質			
供應鏈管理	C 部分：B5		308-1, 308-2, 414-2
推廣中國入境旅遊			
生態共建			
環境友好			
環境與氣候治理	C 部分：A1, A1.2, A1.5, A2, A2.1, A2.3, A3.1; D 部分：管治，策略，風險管理	管治 – (a)、(b) 及 (c); 策略 – (a)、(b) 及 (c); 風險管理 – (a)、(b) 及 (c)	305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-6
實踐綠色營運	C 部分：A2、A2.2		302-4, 302-5, 303-1, 303-3
倡導及推廣可持續旅遊			