

## 致股東報告書

2004年台灣的Outbound旅行業，在激烈競爭的環境下一般表現平平，但對鳳凰旅遊來講，卻是豐收的一年，可以說是過去八、九年來最好的一年，子公司雍利企業股份有限公司代理的埃及航空、俄羅斯全祿航空，及義大利航空都有斬獲，相關的旅遊團體大幅增長，鳳凰旅遊的各項產品利潤及數量，也都比前一年增長了許多，尤以歐洲線的表現更是可圈可點，真是貫徹了公司多年來謹守的一貫策略：「有點貴，又不太貴，質好且價有所值」，也相當地回應了市場「消費升級」的趨勢。

公司上櫃三年多來，剛好度過了旅遊業景氣最不好的幾個年度，美國911恐怖事件的陰影，並未完全去除，其後的美伊戰爭、嚴重急性呼吸道症候群 (SARS) 風暴、巴里島痢疾事件、禽流感、油價的暴漲、匯率的上下震盪等及所有的天災人禍在在不停地衝擊國內外經濟及旅遊業景氣，無一倖免，有些人已經開始懷疑這個靠天吃飯的行業是不是值得再經營下去？但旅遊服務業的未來發展趨勢，絕對是台灣的重點項目，也是甚多國家國計民生的支柱產業，旅行社雖只佔其中小小的一環，卻也是重要的一環。

不好的年度還能有利潤，景氣回升當然利潤也會增加，證明公司多年來的品牌經營策略是成功的，上櫃的品牌效益逐漸增強，「口碑」與「公司治理」就是鳳凰旅遊的核心競爭力。平常即非常注重「管理利潤」，機會來臨時，亦不忘抓緊「機會利潤」，「機會」稍縱即逝，「財測」的準確與否雖然重要，但抓住「利潤」更是重要，這是經營團隊的天職，知易行難，我們不敢自滿，努力的空間還很大。

我們雖為傳統旅行社，但電子商務開發最早，我們是旅行業開風氣先河，第一家全面使用網際網路郵件（1994年），也是第一家公司網頁上網（1996年），礙於公司經營團隊的保守性格，也經歷過網路泡沫的吹起和沒落，一直不敢像網路業者的燒錢搶營業額，我們承認在這電子商務這一塊是落後了，但最重要的是利潤保住了，網路上門的客人愈來愈多，網路機制與環境愈來愈成熟，這是今後我們急起直追迎頭趕上的重要課題。

去年年底的南亞海嘯的重創，亦造成甚多同業的重傷，所幸公司經營項目多元，迅速轉移戰力至不受影響的地區，衝擊難免，但傷害不大；展望今年，為配合財務會計準則第35號公報之政策，本公司於第一季帳列固定資產減損20,153千元，但因對本公司之現金流量並無直接影響，故對本公司

年度之營運資金運用並無重大關係；且本年度競爭門檻較高的歐洲、埃及線等一路長紅，紐澳線維持不墜，大陸線業績不賴，日本線大有進步，美加線亦漸有起色，公司經營團隊與全體同仁對2005年充滿信心，熱切期盼續創佳績，以回報各位股東女士先生長期的支持與愛護。

謹此 敬祝大家  
身體健康！ 萬事如意！

謝謝各位

董事長 張金明 謹具