

致 股東報告書

各位親愛的股東女士、先生：

102 年外在環境並不理想，整體經濟成長率僅達 1.77%，全球經濟遭遇歐洲經濟不振、美中景氣趨緩、聯準會量化寬鬆退場疑慮、油電雙漲帶來物價波動、國內政治紛紛擾擾等多重夾擊，對此地的淺盤經濟來說，自然造成不小的衝擊，特別是媒體一直唱衰。但不只來台觀光客持續成長，已超過 800 萬人次；台灣出國的人次更是連年持續成長，去年已超過 1100 萬人次，景氣那麼不好，出國人次還能持續成長嗎？

影響旅遊活動的意外事件頻傳，去年初的槍襲漁船事件導致政府對於菲律賓的全面杯葛，菲律賓的旅遊一直到十月份才恢復；大陸 H7N9 流感疫情的爆發也讓大陸線的產品滯銷將近半年；埃及地區的暴動也讓政府對該地區發佈紅色警戒燈號禁止民眾前往；無獨有偶，泰國首都曼谷的民眾聚集抗議，雖僅是橙色燈號警戒，但在媒體放大報導的情況之下風聲鶴唳，讓報名前往泰國地區旅客駐足；歐洲地區因歐元匯率處在高檔、分包商降低或取消激勵獎金等因素造成該線成本激增，利潤下滑。所幸日本地區延續前一年的盛況營收及利潤仍有大幅提升，其他地區如土耳其、紐澳、美國、郵輪線等均有成長。

財務表現

去年的成績是雖不滿意，但可接受，歐洲線持平，少的只是機會利潤的匯差，日本線和土耳其線持續成長，其他各條線都略差，大陸線減少得最多；總代理的利潤也減少一些。總的來講，利潤減少了一兩成，但 EPS 仍維持三元以上。

一、102 年度營業收入總額為 3,108,572 仟元，較 101 年度 3,000,736 仟元，增加 107,836 仟元，增幅為 3.59%。102 年度毛利為 435,265 仟元，較 101 年度 458,498 仟元，減少 23,233 仟元。

二、營業外收入及支出合計為 102 年度 67,830 仟元，較 101 年度 69,049 仟元，減少 1,219 仟元。

三、102 年度稅後淨利 186,383 仟元，每股稅後盈餘為 3.03 元。

榮譽與獎項

102 年的產品頻頻得獎，除了第八度榮獲 TTG Asia 雜誌頒發「台灣區最佳旅行社 (Best Travel Agency Taiwan)」的殊榮外，公司包含東歐、日本、東南亞、中東四個地區的產品也獲得到中華民國旅行業品保協會金旅獎，對來年產品行銷推廣助益不少。另外，法國旅遊發展署 2013 年度最佳合作夥伴、英國 The Plimsoll Global Analysis 全球旅行社排名第 280 大第 124 最賺錢、中華徵信所 2013 年版台灣大型企業排名 TOP5000 運輸輔助業第 6 名、服務業經營績效排名第 170 名及其他小獎無數。

企業發展

- A.政府及各方預測103年經濟成長率均可超過3%，景氣應可較為復甦，旅遊活動應可增加，除加強與原合作的航空公司關係爭取更多機位供應外，並持續爭取其他航空公司合作。
- B.為增加公司整體營收及擴大公司的服務層面，以子公司華夏旅行社「墨客旅遊」推出第二品牌，發展不同策略包裝的旅遊產品，並著墨於會議獎勵旅遊等。
- C.有鑑於市場上為數不少的企業包圍，103年在行銷推廣上除了一般的系列團體外，更加強對包圍的承攬，此舉也在於落實公司的收益管理，以期達到質與量齊揚的目標。
- D.擴大徵才，募集有志於觀光旅遊行業的菁英，除新訓課程外並規劃多元之在職訓練。

營業方針

A.歐洲線

102年歐洲線營收有略為增加，但因成本增加的情況下，該線毛利下降，然歐洲線仍占全公司比重35%，市場形象鮮明頗受歡迎，103年除加強收益管理並以主題性產品及小團體及自由行期能提升業績。

B.美加線

自實施免簽證後，在102年美洲線營收成長，103年推出五大國家公園行程、賞楓行程、美南加墨西哥馬雅文化、阿拉斯加Land Tour，並推廣自駕遊。

C.紐澳線

102年成長約一成，103年推出以黃金海岸6天，歐雷利、凡賽斯6天及獲得金質旅遊獎之海豚島凡賽斯7天等創新行程，並與澳旅局合作YOUTUBE點閱雪梨及黃金海岸行程，以期通路突破。

D.大陸線

102年因大陸禽流感爆發，嚴重影響該地區的旅遊活動，導致營收及收益下滑，103年業績已逐漸回升，將加強廈門、福州地區旅遊及推出朝聖團、素食團及自由行產品。

E.中亞線

102年略為成長，103年推出新產品包括伊朗、賽席爾、外蒙、高加索、喬治亞等地區產品，輔以公司獲得金旅獎產品的杜拜行程。

F.東南亞線

102年度東南亞線雖營收略為下滑，但毛利卻有增加，103年將加強MINI TOUR及浪漫蜜月產品，並推出獨家客製化行程，惟泰國目前為橙色警戒旅客仍持觀望態度。

G.日本線

102年因日元貶值，加上媒體大肆報導及東北亞黃金航圈之開通，機位供應量大增，整體赴日旅遊人數大幅成長。該線無論營收及毛利均成長約四成，103年將擴編該線組織，期待能再創佳績。

F.郵輪線

短線郵輪部分102年業績成長，103年在長線郵輪方面將多增品牌產品，涵括歌詩達郵輪、公主號郵輪、加勒比海郵輪、挪威郵輪，短線部分採取銷售不間斷策略，除5至7月基隆出發之包船外，其餘月份分別為連結日本、香港及新加坡等地出發。

未來展望

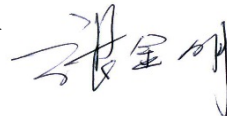
十三年前鳳凰創風氣之先，旅行社第一家上櫃，到現在已有兩家上市，兩家上櫃，今年我們樂見有更多的同業準備公開發行，目標當然是上櫃上市，這是好現象，希望大家形成群聚效應，良性競爭，讓這個行業走上規模化、制度化與國際化。值得注意的是，「進步不夠快，就是落伍」，每一家已上市櫃或準備上市櫃的同業都來勢洶洶，工作人數都超過我們，營業額也多家超越我們，雖然利潤更重要，但我們要維持基本的利潤，需要更多的業務量來支撐，我們不能再保守的”Play safe, play easy.”了，要加人也要加業務量，我們需要衝刺、需要努力，必須落實服務業『收益管理』的觀念，更彈性，軟的更軟，硬的更硬，該放寬的持續放寬，該堅守的原理原則更要堅守。

最後，要感謝我們的客戶、各位股東女士、先生以及努力不懈的員工，對您們長久以來不斷地支持、鞭策與鼓勵，謹致上最誠摯的謝忱！

肅此 敬頌

健康快樂！ 萬事如意！

董事長



謹具