

致股東報告書

各位親愛的股東女士、先生：

103年是農曆甲午年，歷史上台灣每逢甲午年幾乎都是多事之秋，從三月反服貿的太陽花學運，馬航MH370客機離奇失蹤事件，七月發生了復興航空澎湖的空難，隨後接著發生了高雄氣爆的意外，十一月九合一的選舉活動，再再的影響國人出國旅遊意願，日圓與歐元在103年度也呈現緩漲的走勢，赴日團體大爆發引起當地成本劇增，諸多的不利因素接踵而來，確實也造成本年度業務發展的困難度。但我們的團隊沒有抱怨的權利，面對各種挑戰只有不斷的調整策略因應時局，也從一次一次的事件中學得經驗，更向前邁進。

值得慶幸的是今年到目前為止，經營團隊業績已從去年谷底大幅成長，各個路線產品皆有顯著的進步，集團內各公司也按既定目標完成進度，台幣相對歐元、日圓、美金穩定到強勢的表現，也代表成本有效掌控及匯率的機會利潤，國際油料價格的下跌，也有助於產品整體包裝銷售價格的降低，如何將業績做最大發揮，是今年的最大挑戰。

財務表現

去年的成績受諸多不利因素所影響，雖然公司還是有獲利，但與前一年度落差達到EPS一元，少了機會利潤的匯差，大多路線也因時事或多或少影響到業績，總代理的利潤也不理想，103年EPS僅維持二元以上。

一、本公司103年度（合併）營業收入總額為28億8,500萬元，較102年度31億857萬元，減少2億2,357萬元。

二、本公司103年度（合併）營業利益為1億172萬元，較102年度1億5,644萬元，減少5,472萬元。

三、本公司103年度（合併）營業外收支淨收入為4,898萬元，較102年度6,783萬元，減少1,885萬元。

四、本公司103年度（合併）稅後淨利1億2,714萬元，每股稅後盈餘為2.07元。

榮譽與獎項

103年的公司除了獲得了亞洲TTG News Asia第九座亞洲最佳旅行社獎座的殊榮外，公司的大陸線產品也獲頒旅行業品保協會金旅獎，對來年產品的行銷推廣助益不少。目前在公司紮實的基礎上，包括票務及其他各產品線均將做出策略調整，相信必定能超越原訂目標再創佳績。

企業發展

A. 政府及各方預測104年經濟成長率仍可超過3%，另政府規定104年勞工於國定假日可以補休

- ，此連續假日之小確幸措施，應會導致旅遊活動增加。公司除加強與原合作的航空公司關係、爭取更多機位供應外，並將持續爭取其他航空公司合作。
- B. 郵輪旅遊活動方興未艾，尤以亞洲郵輪的成長更為迅速，除原有銷售之長線郵輪產品外，104年將以10梯次之包船方式銷售藍寶石公主號遊輪產品，以增加公司營收。
 - C. 有鑑於航空公司持續減少或取消販售機票之佣金，103年票務經營趨惡，為因應此經營環境因素，而電子機票及自由行又為目前趨勢，公司104年將網路直客及同業票務迅速整合，去蕪存菁，增加獲利。
 - D. 領隊為公司團體的靈魂人物，公司對領隊除分線定期舉辦領隊實務訓練，更對專業領隊實施多項之福利措施，並且持續的徵才，募集有志於觀光旅遊行業的菁英，除新訓課程外，並規劃多元的在職訓練。
 - E. 以行動優先為方針開發行動版網站，加強電子商務網站之直銷比例及社群網站，如line、facebook 群組之經營，隨時掌握訊息並擴大銷售機會。

營業方針

A. 歐洲線

103年歐洲線營收略有增加，但因成團人數較少，檔次不夠，導致成本增加的情況下，該線毛利下降，然歐洲線仍占全公司比重38%。市場形象鮮明頗受歡迎，104年土耳其航空於3月底直飛伊斯坦堡，有利機位供給及成本降低，另推廣主題性產品及金質獎獲獎行程，期能提升業績，加上歐元貶值效應，該線前景樂觀。

B. 美加線

103年美洲線毛利率雖提昇，但營收下滑，鑒於台灣赴美旅客以商務自由行或探親訪友佔比居多，104年推出自由行或兩人成行產品，並與美國聯合航空公司合作推出「聯合玩美國」自由行，另外推出國家公園行程系列、賞楓行程、印加文明及布萊斯峽5公里路跑等行程。

C. 紐澳線

103年人數雖有達到目標，但聯營團體及團體機票比例甚多，故營收仍然下滑，104年推廣以華航為主之澳洲行程及紐西蘭南、北島新行程外，持續利用上傳Youtube動行程，在Social Media上加強行銷，並全力開發會議獎勵旅遊團體。

D. 大陸線

103年擺脫大陸禽流感陰影，因基期較低，故營收回升較大，但因消化團體機位之故，利潤下滑。該線將持續推廣103年獲頒金質獎之麗江行程，並將加強海南、汕頭、青島、江西...地區旅遊，並與南方航空合作增加系列機位之使用率。

E. 中亞線

103年印度線因印度負面消息頻傳，成行率低，業績落後，杜拜產品略微成長，尼泊爾地區則因業者低價促銷而成績下滑，104年推出新產品，包括杜拜凡賽斯帆船系列、賽席爾、亞美尼亞及喬治亞阿曼王國及阿聯酋等新行程。

F. 東南亞線

103年度初期因泰國政局不穩仍為橙色警戒，整體赴泰旅遊大幅衰退，東南亞線營收及利潤均下滑，將加強涵蓋泰國曼谷、華欣、清邁、普吉等四大地區及華欣、芭達雅、蘇美地區之半自由行，增加學生專區以擴大消費層。

G. 日本線

103年整體赴日旅遊人數雖大幅成長，但該線市場競爭劇烈，日本當局又將消費稅提高，加上因供需失衡，導致旅遊商品採購成本提高，該線營收及毛利均不符預期，104年將重新擬定銷售計劃，期待能再創佳績。

H. 郵輪線

短線郵輪部分，配合亞洲郵輪產品盛行趨勢，在103年業績穩定成長，104年將推出10梯次的公主號郵輪包船，在長線郵輪方面將多增品牌產品，含括歌詩達郵輪、公主號郵輪、加勒比海郵輪、挪威郵輪，其餘月份分別推廣連結日本、香港及新加坡等地出發之產品。

未來展望

展望國內外經濟情勢，2015年的全球經濟復甦腳步可望延續，惟國、內外經濟仍存在部分不確定因素可能影響未來景氣走向，全球旅遊業在2015年的增長態勢仍然強勁，將增長3.7%。在面對全球經濟挑戰，旅遊業並未從各類混亂及意外事件的困擾中倖免，全球旅遊業將在不穩定局勢下持續增長。

鳳凰創風氣之先，為第一家上櫃、上市的旅行社，時至今日已有兩家上市、兩家上櫃，我們樂見有更多的同業準備公開發行，置身於這個資本市場，形成群聚效應，良性競爭，得以讓這個行業走上規模化、制度化與國際化。雖然有些同業的規模遠超過我們，但我們也戰戰兢兢的應對，隨時反應時局調整營運策略。雖然利潤重要，但我們要維持基本的利潤，需要更多的業務量來支撐，需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！

崙此 順頌

健康快樂！ 萬事如意！

董事長 張巍耀



謹具