



各位親愛的股東女士、先生：

回顧 107 年，美中貿易大戰可說是影響最深遠的事件，不僅拖累了世界經濟成長與國際金融市場，整體經濟環境趨於保守及觀望，影響所及台灣出口成長及股市也呈現「前高後低」現象。加上地緣政治影響、國內年金改革上路、年底九合一大選等議題也對旅遊市場造成一定的衝擊。

有鑑於此，除持續加強推廣公司主力中高價位產品外，並推出相關優惠措施及部份貼近市場價位團體以刺激買氣。加上歐洲暨土希埃等區域市場買氣回升、以基隆為母港之短線郵輪包船產品，因航次增加銷售成長，帶動整體營收上升。

整體而言，公司 107 年營運數字重點如下：

- 一、本公司107年度合併營業收入總額為29億1,781萬元(含停業部門)，較106年度27億4,144萬元(含停業部門)，增加1億7,637萬元，增幅6.43%。
- 二、本公司107年度合併營業利益為1億6,512萬元(含停業部門)，較106年度1億5,692萬元(含停業部門)，增加820萬元，增幅為5.23%。
- 三、本公司107年度合併營業外收支淨收入為3,638萬元(含停業部門)，較106年度3,826萬元(含停業部門)，減少188萬元，減幅為 4.91%。
- 四、本公司107年度淨利歸屬母公司業主1億5,851萬元(含停業部門)，每股稅後盈餘為 2.72元。

## 榮譽與獎項

107 年公司再次經 TTG News Asia 國際媒體評選，榮獲第十三座台灣最佳旅行社獎的殊榮。今年持續推出產品參加旅行業品保協會金質獎評選，並有七項產品獲獎，總計歷年來共 25 項產品獲獎，得獎數為業界之冠。

## 企業發展

- A. 旅遊產品因自由行個人化需求，已呈現碎片化趨勢。強化自由行一站購足，且讓消費者方便、安心之機制是必要因應之道。
- B. 持續加強完整包裝、多樣化、新景點開發及全球布局的團體旅遊產品，發揮本身豐富操作經驗及提供優質產品之核心競爭能力，以鞏固主力客群需求。
- C. 郵輪市場尚在成長期，除配合短線包船業務外也積極爭取大型郵輪公司航程銷售代理。長線如阿拉斯加、地中海、阿拉伯海等行程也有一定市場需求，將以更完整規劃分工，提供專業服務及豐富產品。
- D. 迎接智慧旅遊時代來臨，推出鳳凰隨身雲 APP，讓旅客更輕鬆即時掌握行程、食、宿、領隊公布事項等團體資訊。旅途中，還能呼叫領隊及地圖定位，尋求最即時的協助。並結合社群媒體功能及會員回饋機制，提供創新加值服務。
- E. 子公司柏悅股份有限公司，以提供專業美食街商場經營與管理服務為主要業務內容。第一個合作案進駐新北市土城日月光廣場打造「好食嘸HAUS FOOD」美食街新品牌，在107年7月試營運、7月26日盛大開幕，為集團多角化經營跨出第一步。



- F. 鳳凰旅遊與國內最大文創設計旅店集團承億文旅、高雄鑫富都建設宣布結盟，攜手打造小琉球地區休閒飯店，完工後將成為島上有史以來最大民間投資興建飯店案。另也以投資為目的取得高雄市前金民生區不動產。
- G. 順應網路環境及移動裝置普及化，社群媒體影響力，加強社群媒體，如 **line**、**facebook** 群組客群之經營，並利用產品說明直播吸引消費者目光，擴大產品訊息散播力。

## 營業方針

### A. 歐洲線

歐洲線市場買氣回溫，航空公司也增加新航線或班次，提供更多機位供給。除傳統量化行程增加新元素外，更靈活利用飛航航點包裝更多元產品，單國深度及豐富多國行程，提高產品豐富度。主題性產品，如義大利面具節、各國嘉年華、荷蘭花節、德國啤酒節、聖誕市集等產品隨季節推廣。北歐賞極光及破冰船等行程，拉長產品銷售時間，以期增加銷量。

### B. 俄羅斯

俄羅斯線除單國行程外，再增加與鄰近國家如：波蘭、波羅的海三小國、白俄羅斯、中亞地區等組合，提升產品豐富度。並利用不同航空公司的航點特性，除提升產品舒適度外並增加貨源。針對旺季期間飯店之確認，也提前至前一年度作業，確保供應無虞及穩定產品品質。

### C. 紐澳線

紐澳線加強推廣自有產品及開發新產品：聚焦中高價位市場產品（哈蜜頓、塔斯馬尼亞、西澳、黃金海岸凡賽斯及北領地艾爾斯岩等），並結合聯營團體產品，以爭取中低價位消費族群。紐西蘭除短天數南島及北島深度之旅，亦利用紐西蘭航空國內航點優勢，包裝長天數產品，豐富行程內容。

### D. 美加線

美加線除傳統美西行程加入超跑體驗、國家公園等新元素。美加東結合賞楓季節，增加產品豐富度。加拿大落磯山脈行程推廣露意絲湖住宿兩晚漫遊系列，符合旅客悠閒深度之旅的需求。持續推廣中美洲古巴、南美多國、純祕魯、賞極光等產品，除搭上免簽或觀光開放等新議題外，也提供客戶更多元選擇。

### E. 郵輪線

郵輪於 108 年繼續以基隆為母港出發，含括東北亞為主要路線之公主遊輪及歌詩達郵輪包船業務推廣為主。另外也爭取其他郵輪代理銷售，增加產品覆蓋度。108 年度將加強推廣長線阿拉斯加及歐洲遊輪，以滿足不同客戶群需求。

### F. 大陸線

大陸線聚焦推廣主題性產品如：賞油菜花、紅葉、新疆薰衣草季、洛陽牡丹花季、冰雪主題等，並加強絲路、南北疆、張家界、青藏鐵路等較高單價產品包裝銷售。較為量化的區域如：江南、北京、桂林等，利用不同等級飯店及行程內容豐富度不同包裝出產品差異，提供旅客多樣化選擇，增加銷量。

### G. 東南亞線

越南北越下龍灣，更換雅麗號新船，品質再升級。另加強中、南越行程推廣，提供多元選擇。持續開發泰國新景點或增加新元素如：考艾國家公園、桂河水屋、利用 **mini group** 迷你小



團模式提高出團率。菲律賓度假區如巴拉望、宿霧等產品持續受年輕族群及學生畢旅之喜愛。馬來西亞主打親子主題旅遊，保證入住“樂高飯店”增加行程豐富性。

## H. 東北亞線

日本線：包裝深度、季節性及特殊慶典等產品，強化團體包裝之專業度及優勢，以避開大城市定點自由行之競爭。並配合子公司代理航空公司航線北九州、名古屋等，包裝出差異化行程，發揮資源整合功效。

韓國線：加強其他道縣或雙城遊產品，主題性商品如賞楓、暑期親子、賞櫻、冰魚節等為推廣重點。另也包裝米其林推薦景點及美食提高產品品質，滿足多樣化需求。

## I. 國內線

持續與高鐵公司配合高鐵假期或自主套裝產品，發揮高鐵省時、不塞車的特性，提供國人更便捷舒適之旅遊方式。加強多天數之產品如澎湖、金門、花東等行程，另包裝季節、親子、話題、等特性之產品如馬祖藍眼淚、澎湖花火節等。爭取與各地縣市政府合作，推動觀光。入境接待部份以承接高端大陸參訪團並開發東南亞等其他地區來台觀光旅遊業務為目標。

## 未來展望

鳳凰旅遊將在股東們監督、合作夥伴們配合、同仁們努力、顧客們支持之下，持續秉持「同業標竿自許、品牌信譽服人」的理念，提供顧客滿意之旅遊產品與服務，打造最值得信賴的旅遊品牌。並以消費者需求為導向，彈性調整步伐，以因應持續變動的旅遊市場，確立公司的領先地位。

在此，特別要感謝所有股東女士、先生們長期以來支持，並期盼大家一如以往繼續對公司指導、鞭策與鼓勵。

肅此 順頌

健康快樂！ 萬事如意！

董事長 張巍耀



謹具