



台驊物流控股集團

股票代號:2636



2016年法人說明會

免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息內含有從公司內部與外部來源所取得的預測性資訊。
- 本公司未來實際所發生的營運結果、財務狀況以及業務展望，可能與這些預測性資訊所明示或暗示的預估有所差異，其原因可能來自於各種本公司所不能掌控的風險。
- 本簡報中對未來的展望，反應本公司截至目前為止對於未來的看法。對於這些看法，未來若有任何變更或調整時，本公司並不負責隨時提醒或更新。

大綱

1

2015年度回顧

2

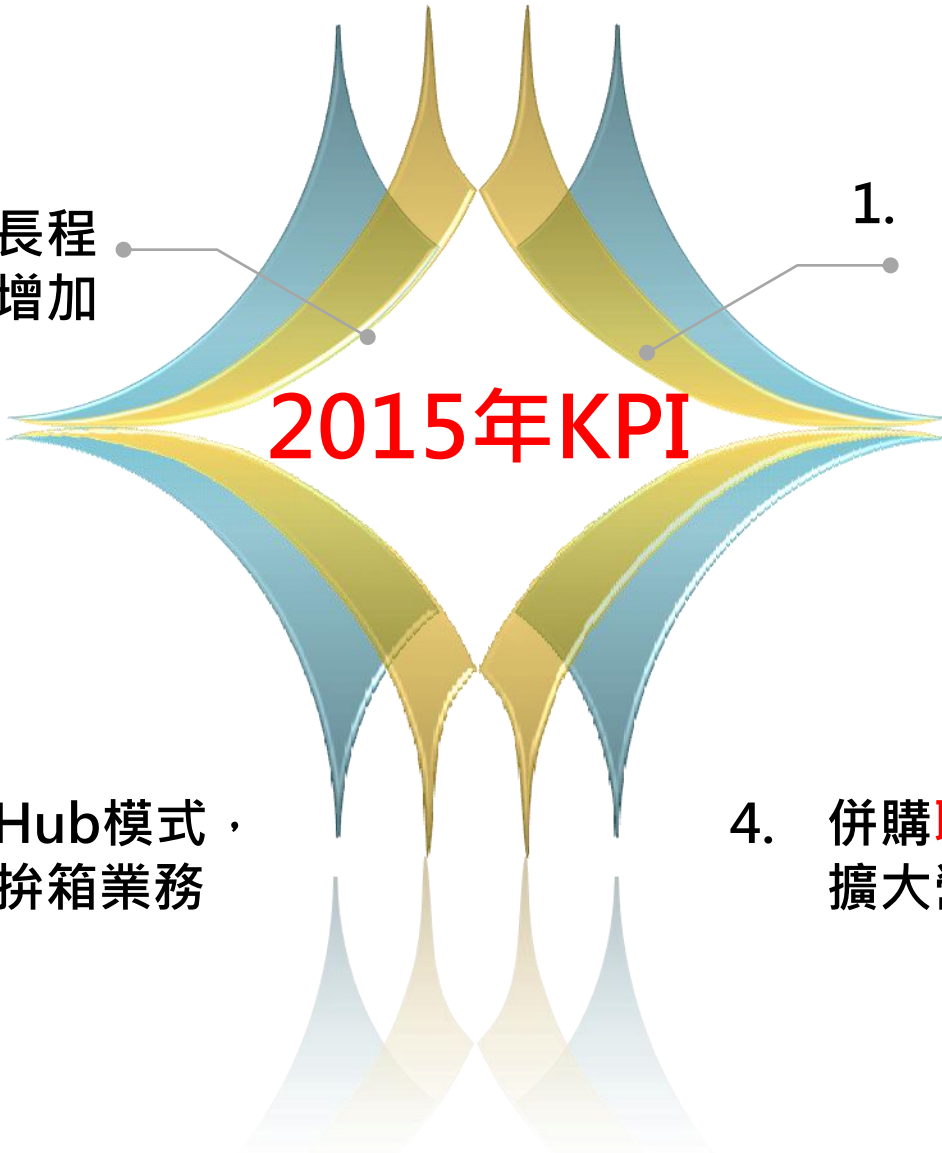
2016年度展望

3

Q&A

2015年度回顧



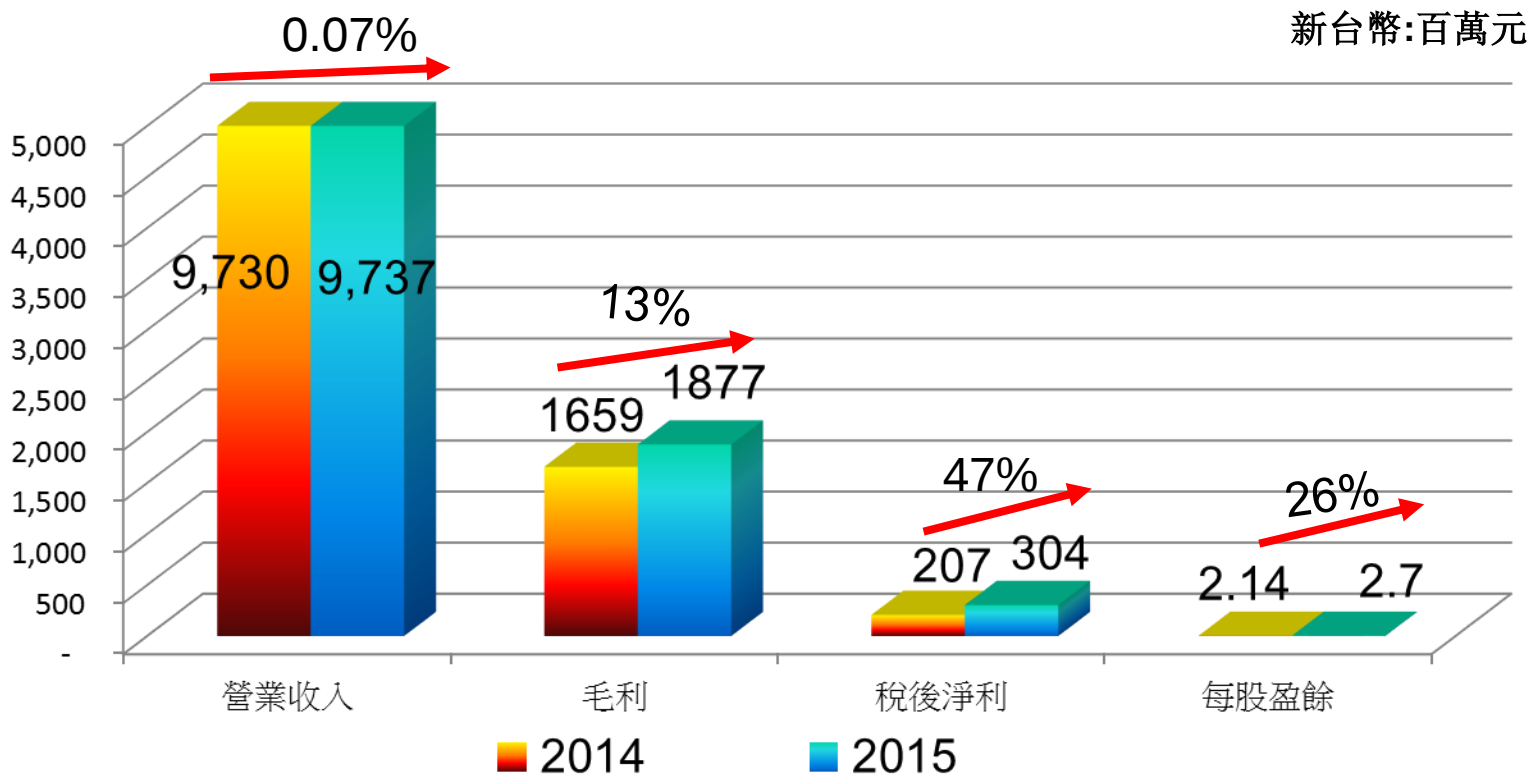


2015年KPI

1. 稅後淨利突破歷史新高，EPS達2.7元；毛利成長**13.4%**，毛利率提升**2%**；費用/毛利降低**3%**
2. 高利潤的長程線攬貨量增加
3. 透過集貨Hub模式，發展併裝拚箱業務有成
4. 併購**聯宇達方**及**賽澳遞**，擴大營業範疇

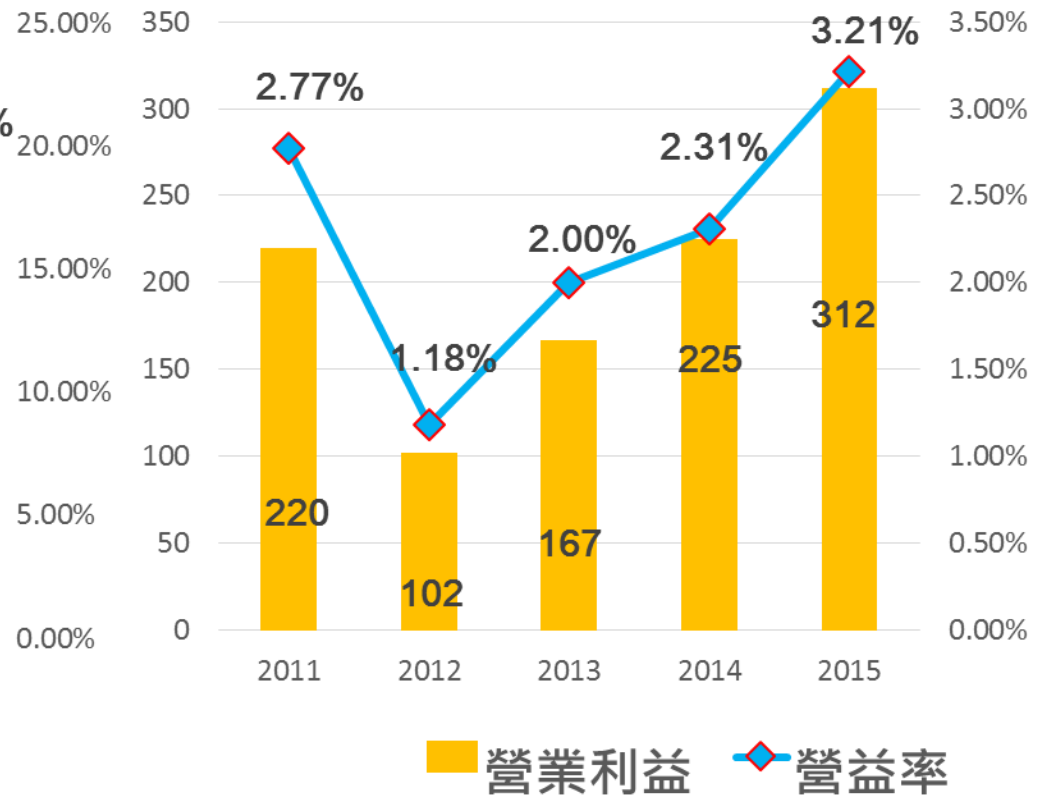
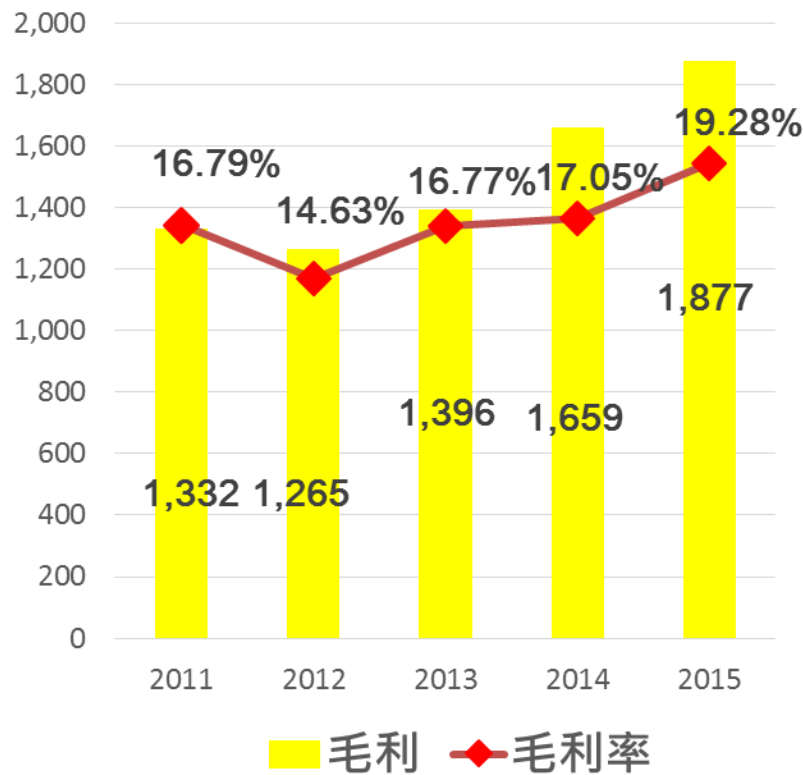
2015年度財務重點

稅後淨利突破歷史新高，EPS達2.7元



毛利及營業利益雙成長

新台幣:百萬元



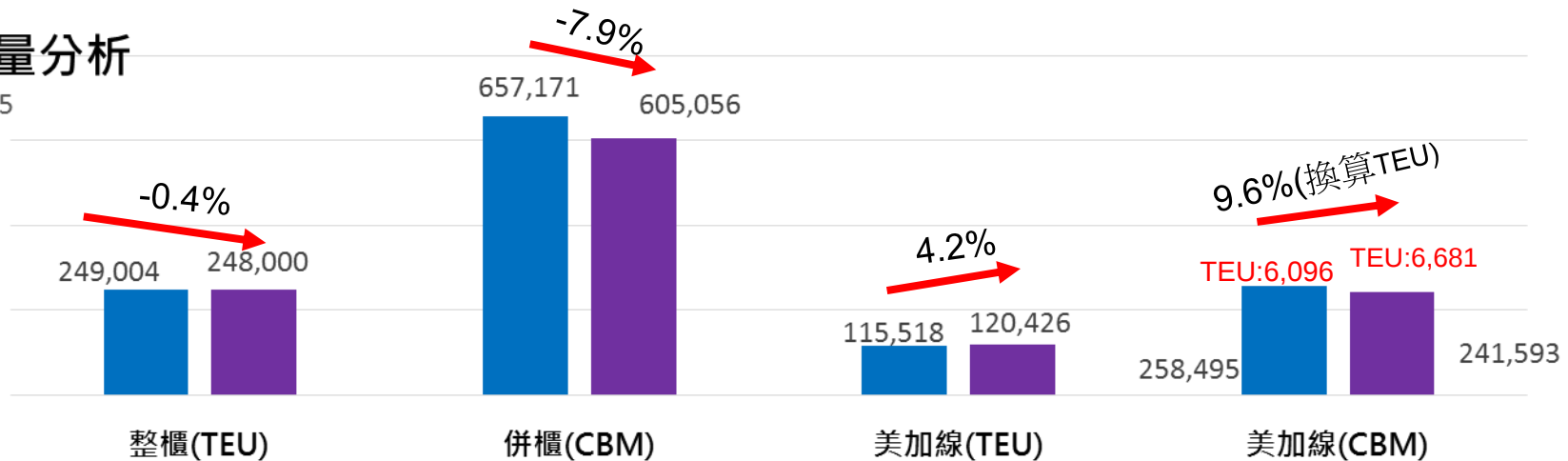
2015年毛利增長分析

--海運價量

海運運價分析	YOY (2015vs2014)
美西線	-23%
美東線	-21%
歐洲線	-47%

海運運量分析

■ 2014 ■ 2015

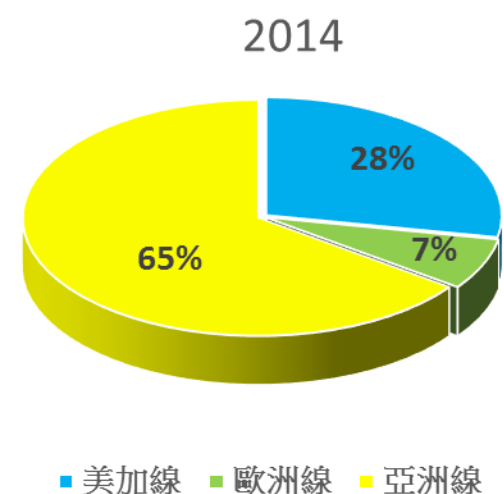
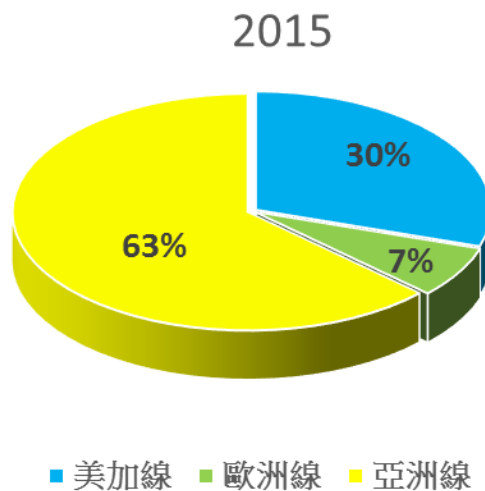
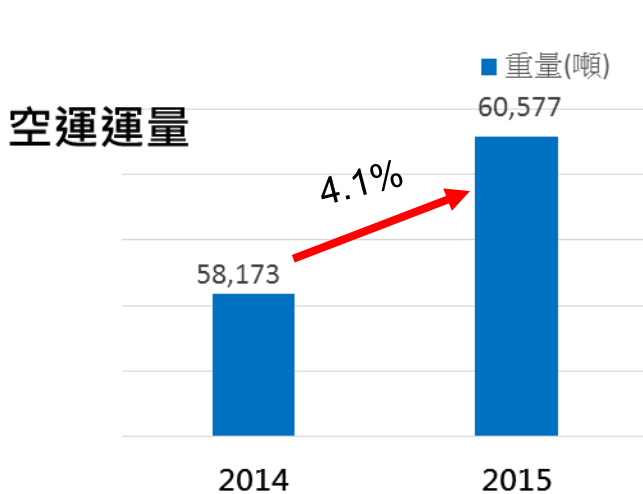


雖然整體運價及貨量下跌，但美國加拿大線等高利潤的長程線攬貨量增加，海運毛利(YoY 15%)表現仍較去年佳。

2015年毛利增長分析

--空運價量

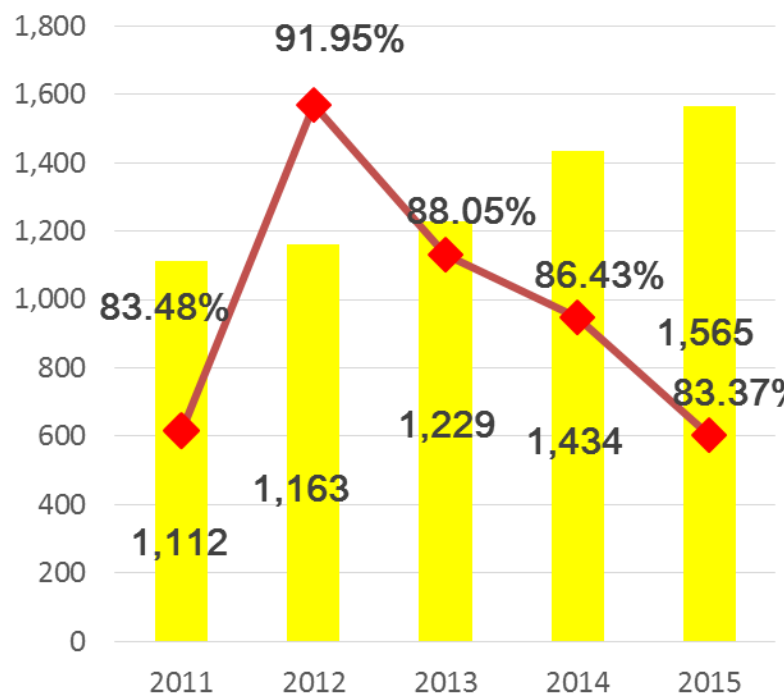
空運運價 分析	YOY (2015vs2014)
美國線	-26%
歐洲線	-23%



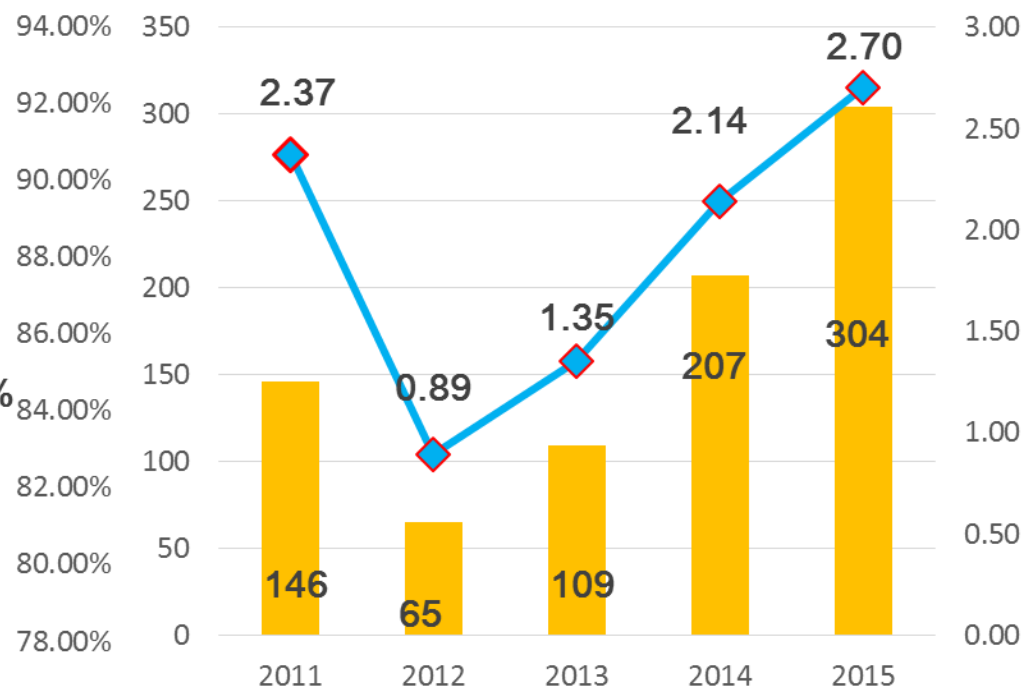
1. 以高利潤的長程航線為主
2. 國際標案貨量增加，並搭配亞洲為母體市場(Hub)集貨，拼箱貨成長。
3. 年初美西塞港利多。
4. 雖然空運運價下跌，但透過上述策略使空運毛利(YoY 22%)表現優於去年同期。

經營績效

新台幣:百萬元



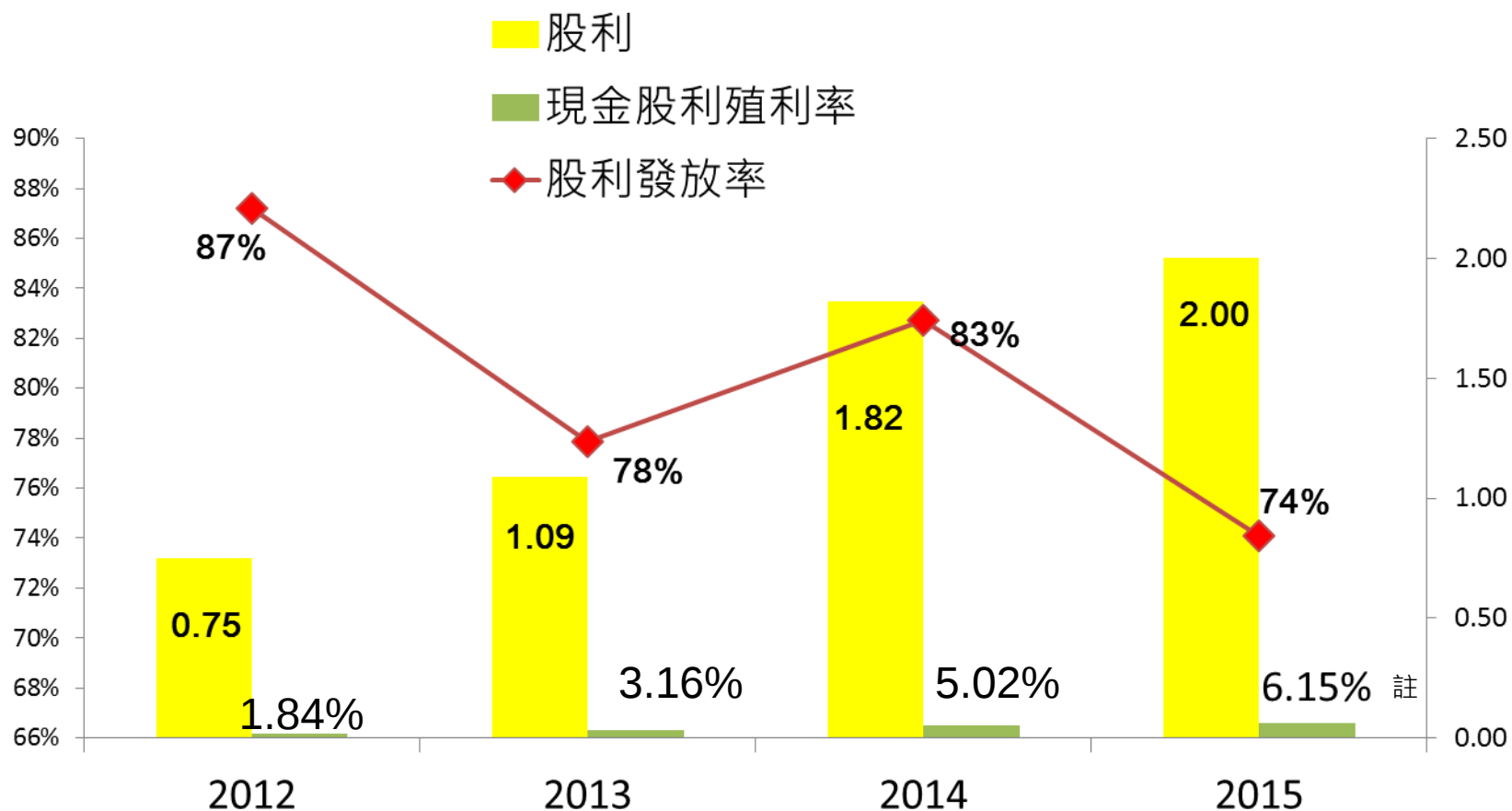
■ 營業費用 ◆ OPEX/GP



■ 稅後淨利 ◆ EPS



股利政策



註：現金殖利率係以董事會宣告
當日收盤價計算

2016年展望



五大策略



- 一.跨產品跨市場
- 二.強化核心產品
- 三.佈建據點通路
- 四.新產品新盈利模式
- 五.尋求新籌資管道

策略一：多品牌多市場 創造產業價值鏈





策略二：強化核心產品



策略三：亞太地區自建完善網絡



策略三：海外地區與代理結盟



- 完善大陸及東南亞地區服務網絡及產品線，為歐美代理夥伴提供更好的服務；
- 利用歐美代理網絡，推廣集團全方位物流產品；

T3ex

T3ex+
THI

T3ex
TEC

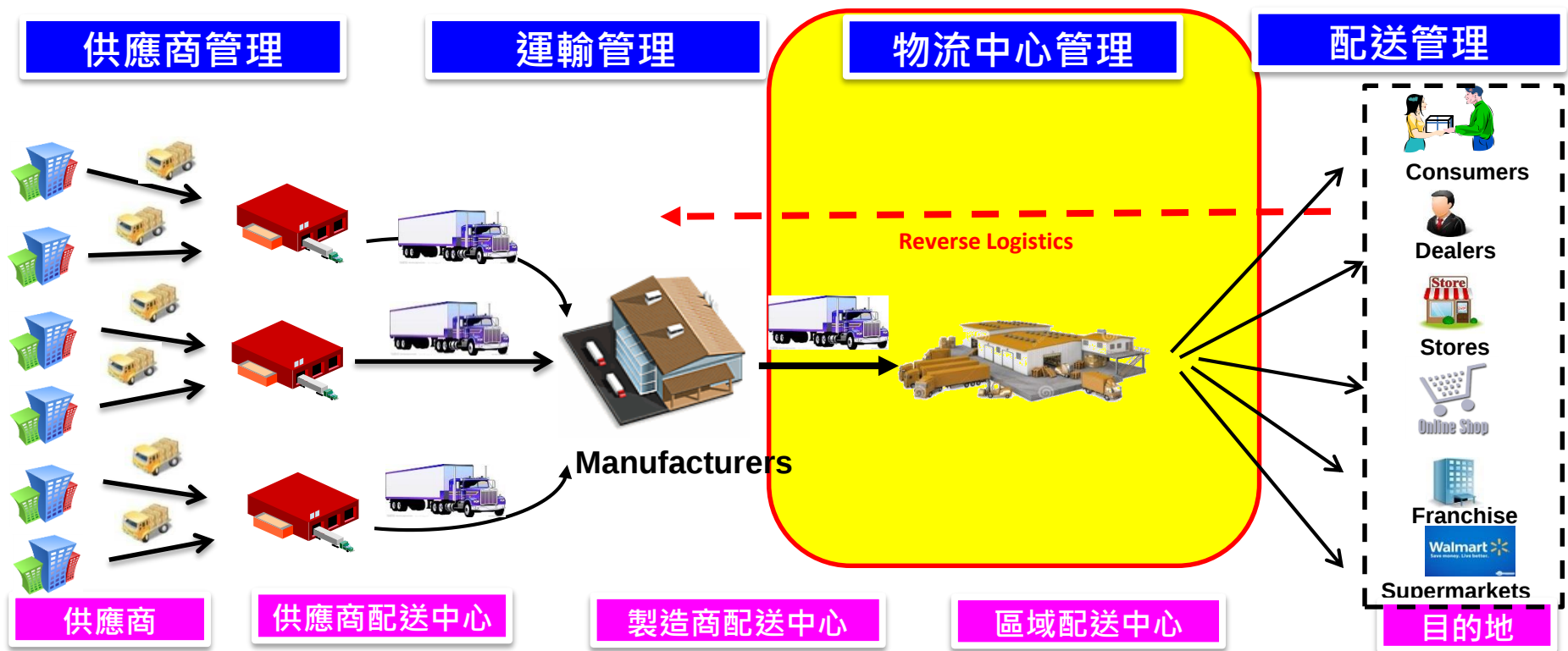
T3ex
E-THI

T3ex
YHI

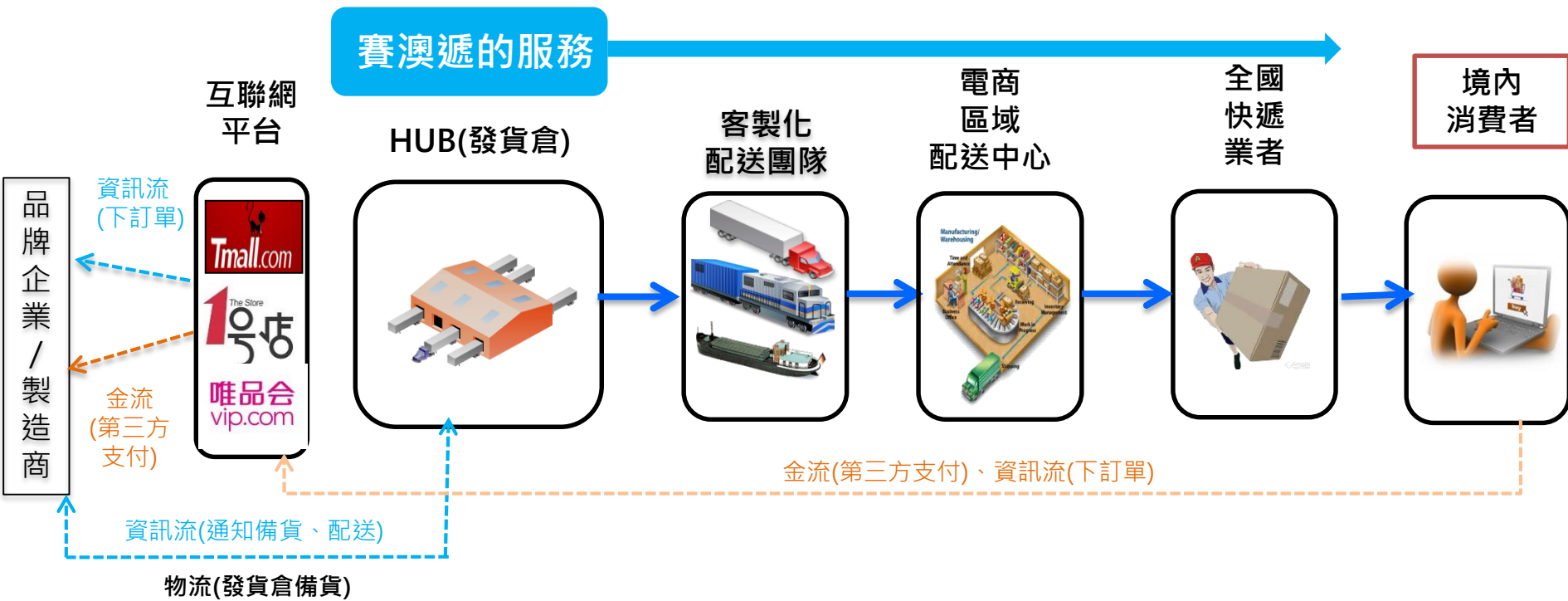
T3ex
T-CUBE

T3ex
EXer

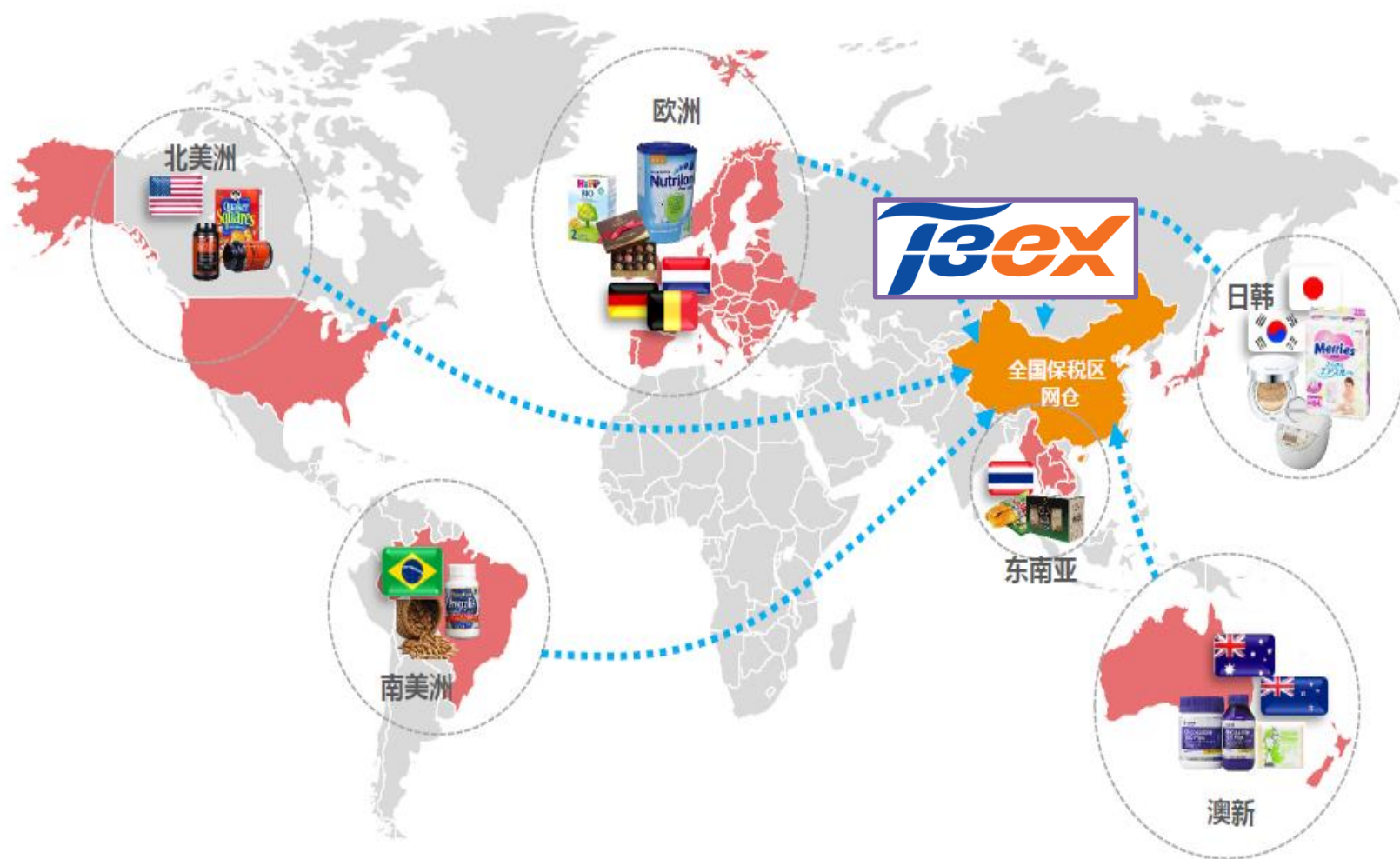
策略四：以倉儲為節點發展合同物流



策略四：跨足電商物流 架構最後一哩路



策略四：發展跨境電商物流



策略四：積極推動中歐跨境鐵路

“絲綢之路經濟帶”
(一帶)



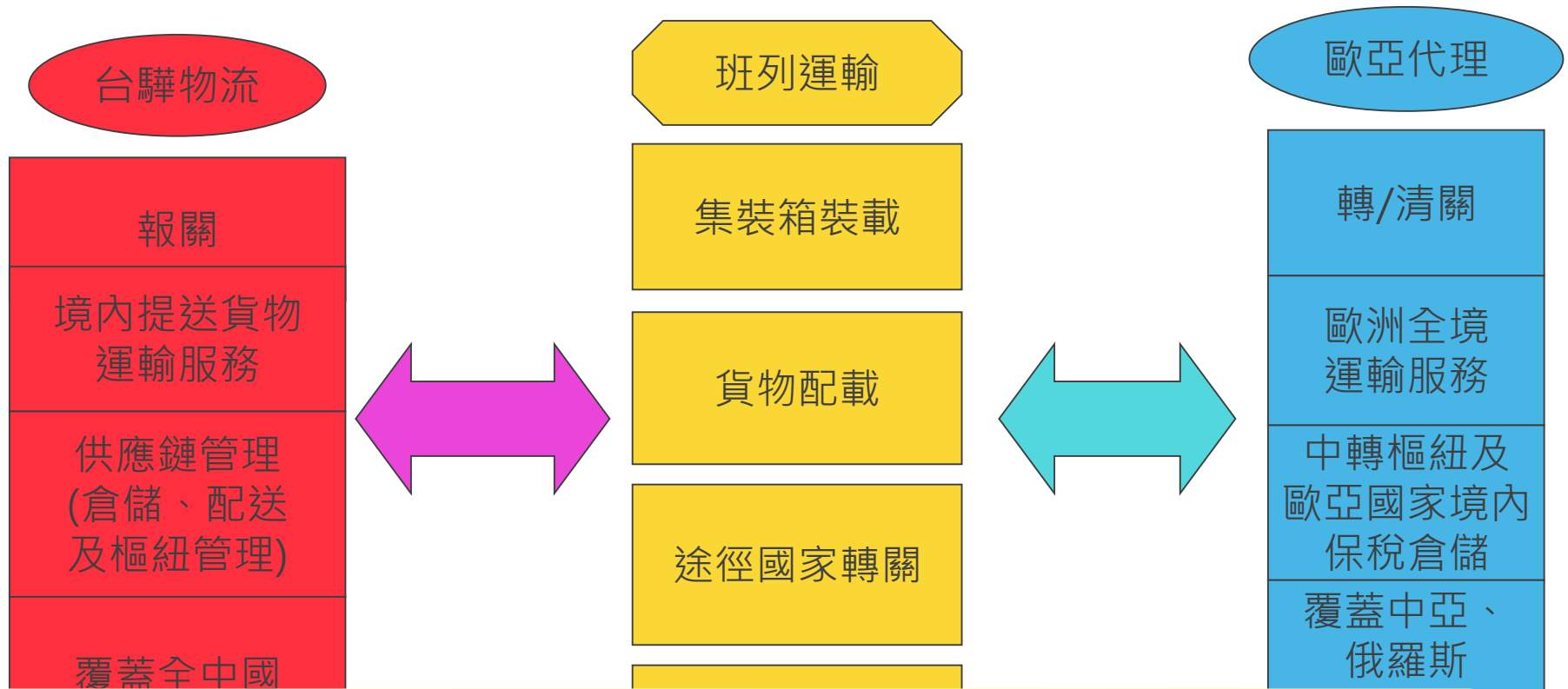
中歐鐵路跨境運輸

“21世紀海上絲綢之路”
(一路)



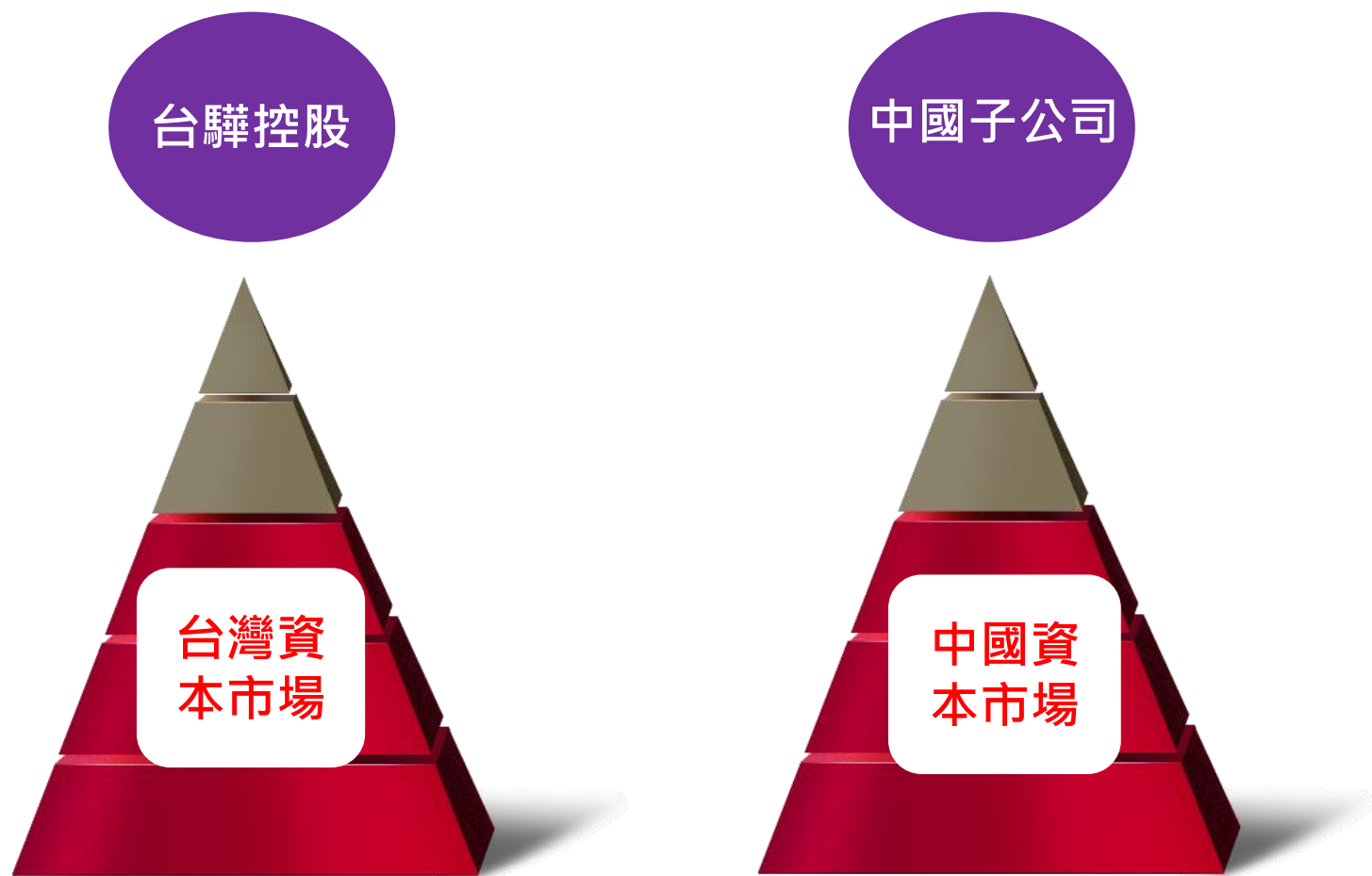
東亞海運跨境運輸

中歐跨境鐵路物流模式



1. 鐵路成本較空運節約70%，時間較海運快50%
2. 台驊目前主要出口玩具、高端裝備、電子產品等價值較高產品為主。
3. 台驊目前主要進口奶粉、食品、酒品等食品類及汽車零組件為主。
4. 2015年主要承作區域為鄭州及蘇州，2016年則擴大至鄭州、蘇州、成都、重慶、合肥、哈爾濱、瀋陽
5. 目前已與國際型客戶簽有一年期包櫃長約，陸續開發其他潛在客戶中。

策略五：分拆中國子公司上新三板及上市



透過中國資本市場籌資，兼具供應集團擴張資金及減少母公司股東的股權稀釋的雙重好處。

2016年預計投資計劃

區域布局計劃

馬來西亞
自設據點

印度
菲律賓
設立
合資公司

產品布局計劃

橫向整合——
中國
供應鏈

縱向整合——
貨代同行

互聯網帶來了全球供應鏈的變革
全球物流企業都在供應鏈變化中求新求變
物流業該如何因應趨勢的轉變.....

1 增值能力 → 物流需要更貼近零售及消費者需求

2 資訊能力 → 物流終將變成高科技公司

3 數據整合能力 → 成為供應鏈及數據鏈的橋樑

4

跨界整合能力



逐步構建貫通“商品-消費者”全生命週期的數據鏈條

Q&A



IR Contact Window:

Ms. Echo Wan, Vice President
+886 2 2753-2093 Ext107
echowan@t3ex-group.com

Ms. Linda Hsu, Assistant Manager
+886 2 2753-2093 Ext193
lindahsu@t3ex-group.com