

第一章、計畫摘要

1.1 計畫緣由

00 欣運股份有限公司及 00 快遞有限公司（以下簡稱 00）成立於民國七十三年，為台灣目前國內知名大型快遞公司，秉持「專業、服務、安全、迅速」之經理營理念，提供全年無休的全國宅配快遞服務（含離島金門及澎湖），目前企業客戶以服務「電視購物、網路購物、金融保險電銷商品合約文件及 3C 零售通路」為主。

因看好未來「兩岸網路購物交易快遞運送商機」、「政府開放大陸人民來台觀光」、「台灣與中國及越南國際分工依存度日增」…等有利快遞市場前景，00 決定增加台灣、中國地區投資。00 已於 100 年元月 26 日與中國速遞（兩岸郵配通最大物流平台）（詳如附件一）簽訂合作協議、並於近期與亞洲最大網路零售商圈淘寶網（詳如附件二）合作承接兩岸貨件運送事宜，預計此計劃完成後將成為目前國內專門經營兩岸三地最大網路宅配公司，00 將規劃擴大總公司、中正機場轉運中心、北、中、南部轉運中心營運規模、並增設國內十營業據點、完成總部與淘寶網配送系統整合、並進一步增設福建省、廣州市及上海專業物流中心，總投資規模將達新台幣 1.5 億元。

00 預計於 100 年 10 月起進行此計劃中總公司、轉運中心及各站所之擴增、電子系統及機器之安裝設置…等，根據淘寶網提供之台灣大陸成交貨件派件數據，100 年底將成長至每日平均 2 萬筆訂單、101 年底將成長至每日 5 萬筆訂單，大陸物流中心將每天處理 40~50% 訂單量，將處理每天 8,000~25,000 件進倉包裹，保守預計將於二年內挹注營業收入新台幣 2.3 億~7.3 億元（每派件費用以均價新台幣 80 元計算），00 合併總營收將成長 67%~212.8%，預計 2012 年營收將可達到新台幣 5.8 億~10.8 億水準。

00 為因應本計劃之投資及支應相關週轉金所需，擬向 貴銀行申請行政院經濟建設委員會流通服務業及餐飲業政策性優惠貸款新台幣 1 億元，藉由取得中期穩定的資金來源。

1.200 欣運股份有限公司競爭優勢

1.2.100 通過 ISO9001（2003）、ISO27001（資訊安全認證，2010），並通過經濟部商業司補助之物流利基化與供應鏈服務推動計劃輔導（2008，詳如附件三）及經濟部商業司補助綠色逆物流商品創價暨服務平台計劃（2010，詳如附件四）。為國內少數同時擁有此殊榮之快遞宅配廠商。

1.2.2 國內宅配業知名廠商並累積 27 年快遞經驗：累積 27 年快遞經驗，深入

熟悉客戶需求及運送過程突發事件處理經驗，優良的服務品質。

1.2.3. 全省服務網：全省皆有服務據點，總計 32 個站所，自有車隊（293 輛專責集配車及專業宅配 SD）（詳如附件五）、全省服務，並涵蓋金門、澎湖地區，提供統一、標準化服務。

1.2.4. 客製化服務：提供客戶個別需求、客製化服務，依個別需求量身訂製個別服務

1.2.5. 專責客服中心：總公司成立專責客服中心專責窗口，以負責滿足淘寶客戶需求，提昇配送品質改善成效，以達到全方位服務。

1.2.6. 資訊系統整合服務：

(1) E 化系統：設有專屬資訊部門，結合專業外包資料廠商，可主動提供貨品配送即時狀況回覆，並具有提供客戶網際網路資訊查詢之能力。

(2) M 化系統(行動化)：結合配送服務人員車上之 PDA 將配送狀況之最新貨態，立即回傳總公司，客戶可即時查詢配送狀況，並將逆物貨(退貨)處理訊息立即傳送至各營業所，當日完成取件作業。

1.3 快遞市場未來評估

(1) 電子商務、電視購物交易平台之成熟，貨件所需服務增加。

(2) 網路消費市場規模之擴大，客戶配送服務量增加。

(3) 支援性後勤作業需求外包，搭配物流作業成本低。

(4) 國際行銷障礙及管制降低，提昇貨件往來之頻繁。

(5) 兩岸經貿交流之正向發展，兩岸貨件交易量增加。

(6) 產業水平垂直整合之趨勢，各項物流服務需求提昇。

(7) 購物樂趣、即時便利要求，客戶所需服務不斷提昇。

(8) 派送系統完整之快遞公司，因派送成本低之優勢，未來擁有規模之運輸業將直接經營網購形成通路概念股。

1.4 本案資金需求

單位/新台幣千元

資金用途	金額	比率	資金來源	金額	比率
營運週轉金	50,000	33.4%	銀行借款	100,000	66.6%
中正機場空運轉運區相關軟硬體設備設置完畢	10,000	6.7%	自籌資金	50,000	33.4%
台北、台中、高雄轉運中心物流廠房軟硬體建置完畢（每站 500 萬）	15,000	10%			
增設十營業據點（每站 200 萬）	20,000	13.3%			
總部與淘寶網配送系統整合完畢	20,000	13.3%			
大陸福建、廣州專業物流倉設置完成	20,000	13.3%			
上海專業物流倉設置完成	15,000	10%			
合計	150,000	100%		150,000	100%

第二章、借款人簡介

2.1 一般概況：

2.1.1. 公司基本資料：

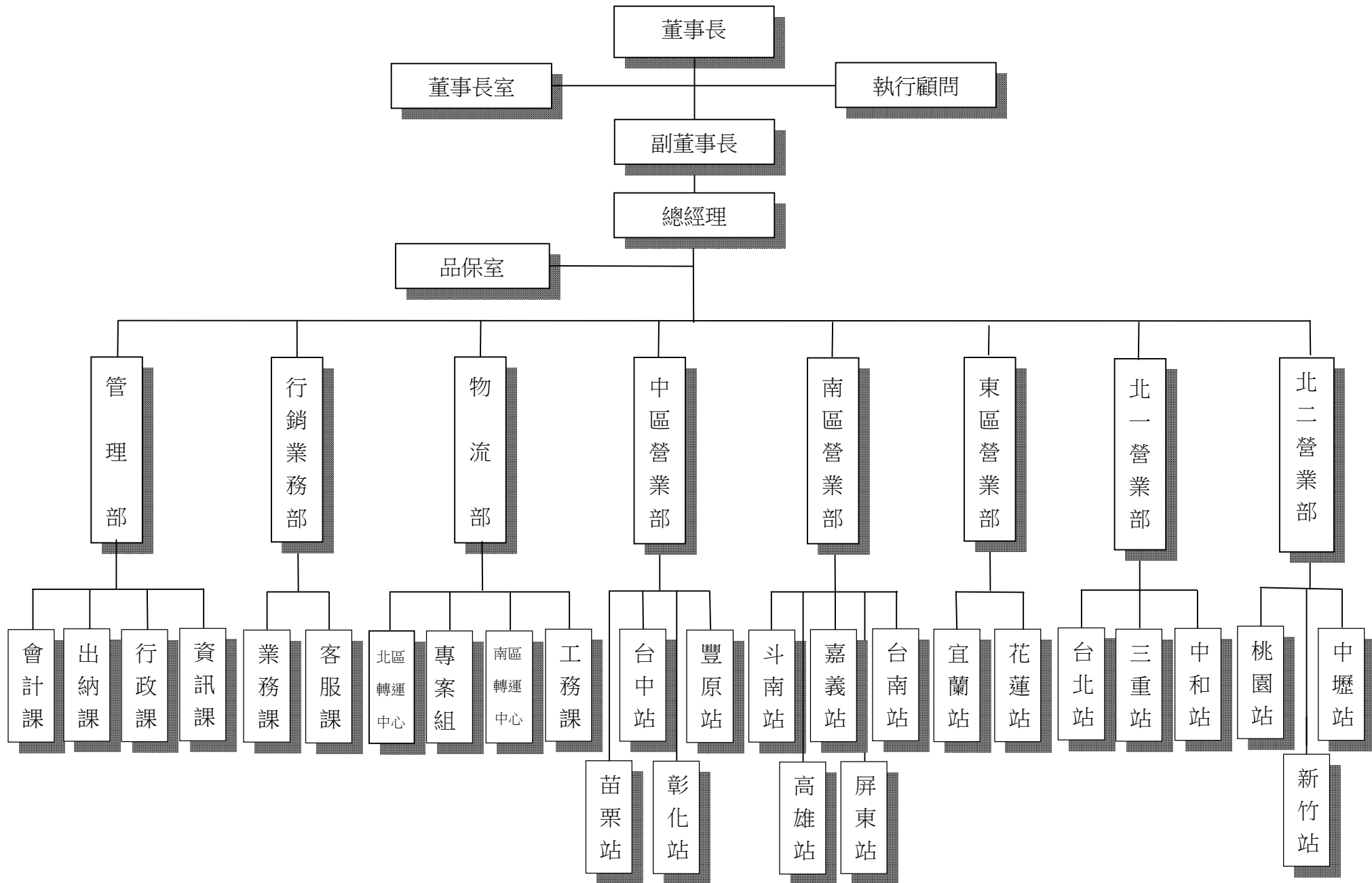
項目/公司	00 欣運	00 快遞
設立日期	73 年 7 月 6 日	94 年 10 月 7 日
統一編號	86862532	27723964
負責人：	XXX	XX
登記資本額：	60,000,000 元	25,000,000
實收資本額：	60,000,000 元	25,000,000
總公司所在地	臺北市中山區建國北路 1 段 35 號之 1, 1 樓	新北市五股區五工二路 106 巷 6 號 1 樓
主要業務：	國內宅配、國際快遞、3PL 企業委外第三方物流	
員工人數	658 人	
公司英文名稱：	JETEXP Express delivery	

2.1.2. 公司沿革

1984 年	成立 00 欣運股份有限公司，資本額為新台幣 60,000,000 元
1993 年	設立宜蘭站、花蓮站，並擴展東部之收送貨服務
1996 年	增加各離島服務（金門、馬公）收送服務
1998 年	第一代 TMS（運輸管理系統）導入
1999 年	通過 ISO9001-2000 認證
2003 年	導入第二代 TMS 系統
2005 年	成立 00 快遞有限公司
2006 年	導入第三代 TMS 系統及 SAP 財務系統
2007 年	完成物流照相回報系統建置 完成簽收單影像掃描即時查詢系統建置
2008 年	承接東森電視購物宅配業務
2009 年	榮獲經濟部商業司科專補助計劃-「虛擬購物之逆物流客服 e 化平台」
2010 年	榮獲經濟部商業司科專補助計劃-綠色逆物流商品創價暨服務平台計劃，導入掌上型 PDA，提升貨件配送 M 化處理功能

2.2 公司組織：

2.1 組織架構圖：



00 組織架構圖

2.2.2 董監事名單及主要股東：

職稱	姓名	持有股份		具配偶或二親等以內關係之其他 主管、董事或監察人		
		股數	持股比例	職稱	姓名	關係
董事長	XXX	2,012,366	33.5%	董事	XX	妻
董事	XX	1,044,627	17.4%	董事長	XXX	夫
董事	0000	331,103	5.5%			
監察人	0000	533,710	8.8%			

2.2.3 經營團隊：

董事長 XXX 先生及董事 XX 女士從事快遞貨運相關本業已有近 30 年經驗，因未來大陸快遞業務（淘寶網及中國速遞）預計將有快速性成長，白董事長特別延攬改造台灣大車隊關鍵人物董事長特別助理之專業經理人李孟宗先生，針對未來將純本土 00 快遞集團帶向國際化、創造持續穩定成長之目標，近期李孟宗當選中華民國物流協會理事長，對 00 未來發展有相當大的助益。

經營團隊之主要學、經歷整理如下表：

編號	姓名	公司職稱	公司年資 (年)	本業 年資 (年)	最高學歷 (學校系 所)	專業領及主要經歷/特殊 成就
1	XXX	00 欣運 法定代 表人	27	27	高中	快遞市場經營 27 年
2	XX	00 快遞 負責人	22	22	高中	快遞市場經營 22 年
3	李 0 宗	00 欣運 總經理	-	20	國立中央 大學管理 學院高階 主管 EMBA 班碩士	台灣大車隊股份有限公司 (興櫃，運輸業) 董事長特別助理 並任子公司六通開發(股) 公司 董事長 大榮汽車貨運股份有限公 司(上市，運輸物流業) 總管理處協理(主管) 物流事業處協理(主管)
4	歐 0 傑	資訊顧	5	25	美國麻州	致理技術學院商業自動化

		問			州立大學 -羅爾分 校電機博 士	與管理系副教授 萬大股份有限公司總經理 北京尚品制版有限公司總 經理
5	劉 0 維	營運顧 問	5	20	國立中央 大學土木 所運輸管 理組博士	大榮汽車貨運股份有限公司 總管理處高級專員 中華民國物流協會物流工 程師班講師 環球技術學院中小企業經 營與策略里研究所助理教 授
6	簡 0 煌	總管理 處協理	5	24	國立空中 大學	新竹貨運主管 20 年
7	潘 0 文	運籌服 務處處 長	11	11	佑德高中	00 快遞運輸處處長 9 年
8	廖 0 璋	運務部 協理	24	24	泰山高中	00 快遞營業站主管 21 年
9	林 0 雄	管理部 副理	7	27	國防管理 學院會計 系	國防部人力司陸軍上核 台灣空港巴士集團特助 東森購物管理部專員
10	白 0 玲	財務部 副理	25	25	士林高商	00 快遞財會主管 19 年
11	林 0 良	資訊室 副理	11	14	台東高中	00 快資訊主管 11 年

2.3 營運狀況：

00 欣運股份有限公司成立於 73 年，為國內專注宅配業務知名快遞公司，目前主要從事國內宅配服務，97 年承接東森購物及並已於 100 年承接中國速遞派件服務，即將進行淘寶網兩岸派件服務。

00 從事宅配快遞本業已有 27 年經驗，其服務品質長期受國內外客戶之好評，在國內擁有穩定營收及豐富快遞經驗，更促使淘寶網對 00 服務品質深具信心，欲將兩岸配宅運業務交付配送，未來成長可期。該公司業務拓展成果如下：

00 業務拓展成果：

年度	業務拓展成果
100年	預計於今年10月承接淘寶網業務
100年	承接中國速遞業務
97年	承接東森購物宅配業務
96年	承接PChome 宅配業務
95年	整合各地區加盟營運站網
96年	增加賣場駐點服務
85年	增加各離島服務（金門，馬公）收送服務
82年	設立宜蘭站、花蓮站，擴展東部收送貨服務

2.3.1. 主要產品及營收比重

單位：仟元

項目	比重	99年	100年（預估）	101年（預估）
配送運輸	95%	325,850	475,000	570,000
貨款代收	4%	13,720	20,000	24,000
流通加工	1%	3,430	5,000	6,000
總營業收入	34,300	100%	500,000	600,000

2.3.2. 前十大銷售通路（99年度）

排名/客戶別	客戶	金額/月	付款條件	佔營收比率
1	一般宅配戶	778萬	現金/匯款	22.68%
2	東森得意購	600萬	T/T 90天	17.49%
3	PC-HOME 網路拍賣	300萬	T/T 90天	8.75%
4	新世界	300萬	T/T 90天	8.75%
5	神腦	210萬	期票 45天	6.12%
6	利合亞太	210萬	T/T 90天	6.12%
7	中國速遞	150萬	T/T 90天	4.37%
8	燦坤	150萬	期票 45天	4.37%
9	聯合報	150萬	期票 45天	4.37%
10	新光人壽	100萬	期票 45天	2.92%
11	國泰人壽	100萬	期票 45天	2.92%

12	亞銳士	30 萬	期票 45 天	0.87%
13	捷元	30 萬	期票 45 天	0.87%

說明：根據 99 年銷售通路統計：00 客戶分散，最大宗以一般宅配戶為主（佔 22.68%），其次是東森得意購（17.49%）、PChome（8.75%）…等通路，100 年東森得意購因市場競爭業務量下降（森森百貨開台影響）及向 00 提出付款條件延長及降低運費之要求，在考量成本、配送產能、承接中國速遞及淘寶網之業務下，100 年後已少替東森得意購從事宅配服務，轉向與淘寶網及 PChome…等通路合作，預計民國 102 年營收將成長至 5.8 億~10.8 億水準。

2.3.3 經營績效（借款企業：00 欣運股份有限公司）

單位/新台幣仟元

項目/年度	99 年度	98 年度	97 年度
營業收入	257,201	237,637	244,407
成長率	8%	-2%	1%
營業毛利	87,823	79,666	80,252
管銷費用	84,776	76,216	73,522
營業利益	3,047	3,450	6,729
營業外收入	40,936	52,162	168,690
營業外支出（不含利息）	1,213	965	3,096
利息費用	1,664	2,206	3,857
稅前淨利	210	298	56
稅後淨利	163	219	-154
毛利率	34.15%	33.52%	32.84
營業利益率	1.18%	1.45%	2.75%
稅前淨利率	0.08%	0.12%	0.02%
財務費用率	0.65%	0.93%	1.58%

00 快遞有限公司

單位/新台幣仟元

項目/年度	99 年度	98 年度	97 年度
營業收入	86,528	132,285	125,889

成長率	-34%	-45%	-
營業毛利	27,479	42,566	40,877
管銷費用	33,013	42,704	38,231
營業利益	(5,534)	(138)	2,645
營業外收入	7,538	2,155	64
營業外支出(不含利息)	1,578	1,966	2,189
利息費用	1,113	1,279	1,257
稅前淨利	425	50	520
稅後淨利	349	50	398
毛利率	31.76%	32.18%	32.47%
營業利益率	(6.40)	(0.10)	2.1%
稅前淨利率	0.49%	0.04%	0.41%
財務費用率	1.29%	0.97%	1.58%

2.3.4. 營收表現

00 多年來營收皆有穩定成長，因服務品質日漸受許多客戶認可，且在承接淘寶網配送件下，未來 2012 年營收將逐漸成長至 5.8 億~10.8 億水準。

2.3.4.1 毛利率概述

00 目前擁有 293 輛快遞專用車(詳如附件五)，平均每月運費收入 2,800 萬元~3,500 萬元，年總送件數約 400 萬件以上，平均每月送件 35 萬件~60 萬件，平均運費約 70~90 元之間，如以目前產能利用率 75% 計算，油費約佔運費收入 6~8%、車輛維修保養費用約佔運費收入 2%，保費佔運費收入 1%，運送人力費用約佔 40%，車輛折舊約佔 10%，其他費用約 14%，毛利約 25%，如產能利用率提升昇至 75% 以上，毛利率將提升到 40% 以上水準。

2.3.5 競爭優勢

2.3.5.1. 產品優勢

產品	說明	優勢
----	----	----

當日配	各縣市都會地方當日配達 某國內知名電視購物—東 ★購物要求配送時效：出貨日(D)隔日 D+1 配達 95%以上;出貨日(D)再隔日 D+2 配達 100%。	上午 11 點交運，下午 8 點前送達。 24 小時內送達 偏遠地區除外
假日配	全年 365 天無休	星期日正常宅配之配送服務，滿足客戶需求。
隔日配	隔日送達	偏遠地區除外
國際快遞（越南）	南越地區-交貨日隔日到達、北越地區（河內市）	交貨日隔二日到達
國際快遞-中、港	華南地區、華東地區、華北地區、 香港地區	交貨日隔二日到達
3PL 服務	倉儲管理規劃 運輸管理規劃 長程運輸與區配服務 物流中心管理 流通加工服務 客制化作業 物流資訊整合 代購代銷服務	根據客戶需求提供最適整體後勤規劃
NG 商品購物平台	專業退貨物流系統	價格低廉送貨快速

2.3.5.2 服務優勢

2.3.5.2.1 全省服務網

00 全省皆有服務據點，自有車隊，全省服務，並涵蓋金門、澎湖地區，提供客戶統一、標準化服務；

2.3.5.2.2 定時班車

00 排有固定時間及車次，每天多班次服務

2.3.5.2.3 專業能力

00 營運 27 年，深入熟悉客戶的需求及平日運送過程所需注意的事項，以提升服務的品質。

2.3.5.2.4 具競爭力之價格

00 提供具競爭力的價格，以降低合作伙伴的成本，共創雙贏。

2.3.5.2.5 客製化個案服務

00 提供客戶個別需求，依個別需求量身訂製個別服務

2.3.5.3 業務行銷

隨著電視購物興起及網路普及化，在 ECFA 法案通過兩岸的電子商務及虛擬通路已衍然成為現代消費者重要的消費方式，00 未來業務行銷永續發展策略如下：

- (1) 持續在夜配及假日配配送量能提升及持續與同業擴大差異化服務水準層面。
- (2) 統包企業客戶物流後勤功能面，並全力配合及協助主力客戶行銷業務發展。
- (3) 建立創新虛擬購物逆物流及 E 化客服平台，以創造更高的顧客附加價值與企業認同。

未來 OO 將建立一個高度行動化與智慧化的全新運輸車隊，提供消費者、一般契約客戶及虛擬購物通路業者一個更快速、便捷的正、逆物流服務系統，並同時藉由所建置的消費端導向商情資料蒐集、分析系統模組，提供資訊能力較為不足的網拍客戶及中小企業完整的銷（退）貨情報分析資訊，以建立 OO 於物流市場的差異化及市場佔有率。

2.3.5.3.1 整體市場評估與市場區隔分析

2.3.5.3.1.1 產品差異化服務市場定位

貨件類別 項目	當日達	一般件	逆物流	貴重物品
現有配 送運量	本島及金門、 澎湖	本島及金門、 澎湖	本島及金門、 澎湖	本島及金門、 澎湖
未來計畫	1. 增購集配車，建立全島當日配 送網。 2. 導入物流籠 車轉運系統 3. 最高日配 送量為十萬 件。	1. 導入物流籠 車作業系 統。 2. 增購集配車 輛提昇配 送時效與配 送品質。 3. 規劃導入轉 運中心。 4. 最大日配 送量為二 十五萬件。	1. 導入 PDA 取 件系 統，以提昇 取件率。 2. 資訊系統導 入取件報表 管理。	1. 設立貴重物 品作業區。 2. 導入物流籠 車作業系 統。 3. 導入車隊控 管系統。 4. 建構貴重物 品留庫設 施。
相較同業	優	普通	普通	普通

2.3.5.3.1.2 市場競爭對手分析：

市場上前三大宅配比較

業者	OO 快遞	黑貓宅急便	台灣宅配通
----	-------	-------	-------

成立時間			
成立時間	1984 年	2000 年	2000 年
主要合作虛擬通路廠商	淘寶網、中國速遞、EHS、精技、捷元等資訊業、新光人壽等壽險業	ViVa 電視購物台、PChome 商店街、博客來、樂天	MOMO 電視購物、Chome 商店街
優勢及特色	1. 完整的都會區當日配、夜配、宅配服務 2. 即時簽收影像查詢系統 3. 高度客製化與客戶忠誠	1. 完整的常低溫宅配服務 2. 與 7-11 便利超商一條鞭管理機制 3. 統一企業集團營運高度綜效化	1. 獨家貨到刷卡服務 2. 與全家便利超商略合作 3. 即時貨品追蹤系統
平均運費水平	低	中	中

2.4 財務概況：

2.4.1 財務結構

00 欣運股份有限公司及 00 快遞有限公司財務報表（詳如附件六）

00 欣運股份有限公司

單位：新台幣仟元

項目/年度	比率	99 年	98 年	97 年
資產總額	100%	117,052	102,490	178,383
現金及約當現金	6.89%	8,063	2,887	2,350
應收款項（淨額）	48.16%	56,373	73,937	87,550
預付費用（淨額）	1.46%	1,713	1,558	1,121
同業往來	11.63%	13,608	-	
暫付款	-			35,000
其他流動資產	0.1%	112	46	7,769

流動資產合計	68.24%	79,871	78,428	133,791
固定資產	22.01%	25,766	17,319	20,573
其他資產	9.75%	11,414	6,742	24,018
負債總額	58.53%	68,514	54,116	90,228
短期借款	15.92%	18,630	12,225	36,270
應付款項	11.14%	13,044	11,733	30,180
一年內到期之 長期借款	16.68%	19,523	-	-
其他流動負債	0.1%	114	4,208	2,275
流動負債合計	27.16%	51,315	28,166	68,727
長期借款	14.69%	17,198	25,949	21,500
淨值	41.47%	48,537	48,374	88,154
資本額	51.26%	60,000	60,000	100,000
自有資金比率	-	41.4%	47.1%	49.4%
負債比率	-	141.15%	111.8%	102.3%
金融負債比率	-	114%	78.9%	65.5%
固定長期適合 率	-	39.1%	23.3%	18.7%
應收款項週轉 天數		80.04	113.7	130.8
存貨週轉天數		-	-	-
應付款項週轉 天數		28.12	27.1	67.1
流動比率		155.6%	278.4%	194.6%
速動比率		152.3%	272.9%	194.6%
利息保障倍數 (倍)		1.13	1.14	1.01

00 快遞有限公司

單位：新台幣仟元

項目/年度	比率	99年	98年	97年
資產總額	100%	63,414	79,520	59,033

現金及約當現金	4.46%	2,827	3,545	15,827
應收款項（淨額）	68.21%	43,765	54,235	24,860
預付費用（淨額）	1.16%	735	1,220	863
其他流動資產	0.17%	106	104	3
流動資產合計	74.80%	47,435	59,106	41,554
固定資產	24.31%	15,420	19,324	15,920
其他資產	0.89%	558	1,090	1,558
負債總額	62.59%	39,692	56,147	35,710
短期借款	39.95%	25,332	44,801	4,642
應付帳款	16.07%	10,193	11,345	31,067
其他流動負債	-	112	-	
流動負債合計	56.02%	35,525	56,147	35,710
長期借款	6.57%	4,166	0	0
淨值	37.41%	23,722	23,372	23,322
資本額	-	25,000	25,000	25,000
自有資金比率		37.4%	29.3%	39.5%
負債比率		167.3%	240.2%	153.1%
金融負債比率		124.3%	191.6%	19.9%
固定長期適合率		55.3%	82.6%	68.2%
應收款項週轉天數		184.6	149.6	72.09
存貨週轉天數		-	-	-
應付款項週轉天數		63.03	13.07	48.7
流動比率		133.5%	105.2%	116.3%
速動比率		131.4%	103%	113%
利息保障倍數（倍）		1.38	1.04	1.41

2.4.1.1 資產配置

00 欣運 99 年度 (1) 流動資產佔 68.24%，其中主要包含現金 (6.89%)、應收款項 (48.16%) 及預付費用 (1.46%) 等 (2) 固定資產佔 22.01%。其中應收帳款

較高導因於企業客戶放款條件較長、故企業存在合理營運週轉金缺口。此外運輸產業係高度勞力密集性產業著重相關運送服務的完成，故其固定資產以運輸設備、其他相關設備（PDA…等系統配置）為主。

2.4.1.2 財務結構

00 欣運 99 年流動比率及速動比率差距不大，主因行業特性存貨及預付費用較少所致，流、速動比、負債比皆呈現穩定趨勢，預計未來取得此計劃擴充之中期資金後，財務結構將優於行業水準。

2.4.1.3 經營效率

00 對一般企業客戶之實際收到款約寄件後 30~120 天收款，一般消費者以收現為主，其收款天期因產業特性不同，以 00 應收帳款週轉天數及應付帳款天數分析存在合理資金週轉缺口約 90 天水準。

2.4.2 現金流量分析

00 欣運股份有限公司

單位：新台幣仟元

年度	99	98
營業活動：		
本期淨利	163	219
折舊	3,599	3,789
各項攤銷	2,677	1,064
處分固定資產(利益)損失(淨額)	3	14
應收票據及帳款(增加)減少	17,563	13,612
預付款項(增加)減少	155	436
暫付款(增加)減少	-	35,000
同業往來(增加)減少	13,608	-
其他流動資產(增加)減少	65	7,722
其他資產(增加)減少	3,114	18,289
應付票據增加(減少)	4,269	2,790
應付帳款增加(減少)	39	5,946
應付費用增加(減少)	2,220	11,605

應付稅捐增加(減少)	696	1,894
其他流動負債增加(減少)	4,093	1,932
營業活動之淨現金流入	10,504	62,762
投資活動之現金流量		
處分固定資產價款	33	1,074
購置固定資產	12,076	1,625
存出保證金(增加)減少	-	115
未攤銷費用(增加)減少	10,463	1,963
投資活動之淨現金流入	22,506	2,629
融資活動之現金流量		
短期借款增加(減少)	6,405	24,045
長期借款增加	10,773	4,448
現金增資	-	
現金減資	-	40,000
融資活動之淨現金流入(流出)	17,178	59,596
本期現金及約當現金增加(減少)數	5,176	536
期初現金及約當現金餘額	2,887	2,350
期末現金及約當現金餘額	8,063	2,887
現金流量資訊補充揭露		
本期支付所得稅	113	0.9
本期支付利息費用(不含資本利息)	1,845	2,157

00 快遞有限公司

單位：新台幣仟元

年度	99	98
營業活動：		
本期淨利	349	50

折舊	4,608	4,264
各項攤銷	75	0
應收票據及帳款(增加)減少	10,469	(29,375)
預付款項(增加)減少	484	(356)
其他流動資產(增加)減少	(1)	(100)
應付票據及帳款增加(減少)	(1,512)	(20,040)
應付費用增加(減少)	79	324
應付稅捐增加(減少)	279	(6)
其他流動負債增加(減少)	(112)	-
營業活動之淨現金流入	14,833	(45,215)
投資活動之現金流量		
其他資產(增加)減少	756	468
購置固定資產	(2,824)	(7,716)
處分固定資產價款	2,119	23
未攤銷費用(增加)減少	(300)	
存出保證金(增加)減少		
投資活動之淨現金流入	(249)	(7,224)
融資活動之現金流量		
短期借款增加(減少)	(19,469)	40,158
長期借款增加(減少)	4,166	
融資活動之淨現金流入(出)	(15,302)	40,158
本期現金及約當現金增加(減少)數	(718)	(12,281)
期初現金及約當現金餘額	3,545	15,827
期初現金及約當現金餘額	2,827	3,545
現金流量資訊補充揭露		
本期支付所得稅		182
本期支付利息費用	1,082	1,279
合計	1,082	1,461

2.5 銀行借款及保證人信用狀況

2.5.1 銀行借款(至100年4月30日)

往來銀行	貸放項目	額度	餘額	備註
第一銀行	信用借款	4,000,000	4,000,000	
彰化銀行	抵押貸款	4,500,000	4,500,000	
	信用貸款	20,000,000	1,143,987	
新光銀行	信用借款	7,700,000	3,318,448	
永豐銀行	信用借款	10,000,000	8,679,226	
合計		46,200,000	21,641,661	

2.5.2 保證人信用狀況

本案保證人為 XXX 先生、XX 小姐，其與各行庫授信往來並無退票、拒往及逾放錄，信用紀錄優良。

第三章、計劃概要

3.1 淘寶網物流服務計劃概要 (詳如附件二)

OO 將與淘寶網簽訂物流服務合作協定，根據大陸淘寶網提供之數據台灣將在 2011 年底成長每天平均 2 萬筆訂單，2012 年底將成長至日均 5 萬筆訂單，如未來順利承接大陸至台灣及台灣至大陸貨量，OO 將成為台灣最大兩岸網路拍賣專業宅配公司。為順利承接淘寶網台灣貨量，OO 預計建置桃園中正機場理貨中心、擴增北、中、南轉運中心、增設營業站 (10 點) 大陸理貨中心 (福建、廣州、上海、)、OO 全公司軟硬體更新所需週轉金，總資金需求將逾新台幣 1.5 億 (以下簡稱「本計劃」)。

3.1.1 合作對象-淘寶網簡介

淘寶網成立於 2003 年 5 月 10 日，由阿里巴巴集團投資創辦。經過 6 年的發展，截至 2009 年底，淘寶擁有註冊會員 1.7 億；2009 年全年交易額達到 2083 億人民幣，是亞洲最大的網絡零售商圈。中國著名互聯網分析機構艾瑞諮詢調查顯示，淘寶網占據國內電子商務 80% 以上的市場佔有率。通過開放平台，發揮產業鏈協同效應，淘寶網致力於成為電子商務的基礎服務提供商，為電子商務參與者提供水、電、煤等基礎設施，繁榮整個網絡購物市場。截至 2009 年底，中國已經有超過 80 萬人通過在淘寶開店實現了就業 (第三方機構 IDC 統計)，帶動物流、支付、營銷等產業鏈上間接就業機會達到 228 萬個 (國際第三方機構 IDC 統計)。目前每天全中國三分之一的宅送快遞業務都因淘寶網交易而產生。通過縮減渠道成本、時間成本等綜合購物成本，淘寶提供銷售平台、營銷、支付、技術等全套服務，幫助更多的企業開拓內銷市場、建立品牌，實現產業升級。淘寶為整個網絡購物市場打造一個透明、誠信、公正、公開的交易平台，進而影響人們的購物消費習慣，推動線下市場以及生產流通環節的透明、誠信，從而衍生出一個“開放、透明、分享、責任”的新商業文明。

資料來源：淘寶網網站

3.2 預計產能及時程

3.2.1 主要服務產品及產能

本計劃完成後，根據淘寶網提供之台灣大陸成交貨件派件數據，100 年底將成長至每天平均 2 萬筆訂單、101 年底將成長至每日 5 萬筆訂單，大陸物流中心將每天處理 40~50% 訂單量，將處理每天 8,000~25,000 件進倉包裹，保守預計將於二年內挹注營業收入新台幣 2.3 億~7.3 億元 (每派件費用以均價新台幣 80 元計算)，OO 合併總營收於 2012 年將成長 67%~212.8%，預計 2012 年營收將可達到新台幣 5.8 億~10.8 億水準。

3.2.2 計劃期程

時間 (年/月)	計劃進度
----------	------

100/10~101/1	1、中正機場空運轉運區電子化系統、相關軟硬體設備、人員設置完畢 2、台北、台中、高雄轉運中心物流廠房軟硬體、人員建置完畢
100/11~101/2	1、於台北市、新北市、桃園縣、苗栗縣、高雄市增設 10 個營業據點。 2、總部與淘寶網配送系統整合完畢
100/12~101/3	大陸福建、廣州專業物流倉設置完成
101/1~101/4	上海專業物流倉設置完成

3.3 資金用途

本計劃總資金需求預計為新台幣 1.5 億元，主要資金需求如下：

單位/新台幣千元

資金用途	金額	比率	資金來源	金額	比率
營運周轉金	50,000	33.4%	銀行借款	100,000	66.6%
中正機場空運轉運區相關軟硬體設備設置完畢	10,000	6.7%	自籌資金	50,000	33.4%
台北、台中、高雄轉運中心物流廠房軟硬體建置完畢（每站 500 萬）	15,000	10%			
增設十營業據點（每站 200 萬）	20,000	13.3%			
總部與淘寶網配送系統整合完畢	20,000	13.3%			
大陸福建、廣州專業物流倉設置完成	20,000	13.3%			
上海專業物流倉設置完成	15,000	10%			
合計	150,000	100%		150,000	100%

3.4 投資計劃效益說明：

3.4.1 強化競爭地位

00 預期本計劃將可強化其競爭地位：

1. 掌握全世界最大網路拍賣網站之台灣大陸線宅配市場. 具有經濟規模：

快遞宅配業發展以通路佈局為首，中國大陸為全世界最大消費市場，網路拍賣通路亦為各大快遞物流業爭相搶食之重點，因網路無國界性、兩岸網路拍賣交易日漸成長等趨勢，00 除鞏固原有國內宅配市場外，並加強拓展兩岸宅配最大商機，未來成功完成淘寶網及中國速遞配送倉儲作業，將能產生規模經濟，降低派件成本，提高競爭力。

2、開發陸客商機，挹注獲利：

根據交通部觀光局統計，去(2010)年觀光外匯收入達 87.19 億美元，國外來台旅客達 556.7 萬人次，而中國觀光客已經取代日本，成為來台的最大客源。旅遊業預估，陸客自由行將有機會額外帶給台灣 1 年 54 億元的商機。相信陸客帶來之購物商機，亦能產生宅配需求商機。

3、抗景氣衰退之新通路概念：

(1) 宅經濟：97、98 年金融海嘯經驗，在經濟不景氣下，消費者減少出門消費次數，待在家從事看 DVD、線上遊戲、逛網路拍賣平台，也讓相關產業成為抗景氣蕭條且能逆勢成長，宅經濟商機跨國界，失業率高國家之線上購物相關產業逆勢抗跌。根據資策會資訊市場情報中心(MIC)報導金融海嘯期間、網路消費金額有 29% 網友的消費金額是落在 1000 到 2999 元的區塊，占最大宗。現行消費金額最多是落在 3000 到 9999 的區塊，占 31%。而在 C2C 拍賣的部分，平均網拍年消費金額成長到 8,276 元。00 除原有宅配市場外更著眼於國內 (PChome)、大陸 (淘寶網) 市場，面對未來景氣起伏不定現象宅配業務亦能穩健成長。

(2) 通路為王時代，運送成本往往是通路的決勝關鍵，00 在發展此計劃下必能達到派件的規模經濟。因油價高漲趨勢下，運費節節高漲，使得 00 可利用多餘運送產能，在網路自行經營批發、零售事業成為新通路概念，掌握優勢。

4、送件產能利用率提升及經營通路利益：

00 除本計劃承接淘寶網及中國速遞業務後，將可提高送件產能利用率，並逐步依業務量需求，擴大車隊規模，降低派件成本，掌握低運費成本優勢，進而提高承接網路購物客戶比率。

3.4.2 投資效益

00 於本計劃完成後，快遞宅配營收將自 99 年 3.43 億 (合併) 水準逐步成長，至民國 102 年將達 5.8 億~10.8 億元水準；毛利預計將由約 1.15 億逐步提高至民國 102 年 3.2 億元，(該公司之營收及獲利預估請參閱下表)，顯示本計劃將為該公司帶來營收與獲利之成長動能。預估未來 101 年~105 年因本計劃帶來營收及獲利如下表所示：

項目/年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度

營業收入	500,000	600,000	720,000	864,000	1,036,800
營業毛利	175,000	216,000	266,400	328,320	404,352
稅後淨利 (損)	9,739	24,391	43,691	68,967	101,892

第四章、產業概況

4.1 產業及產品概況：

4.1.1 快遞業：

快遞業是一種與時間、空間爭奪的行業，對一切皆講求迅速且確實的產業環境來說，其貢獻不可謂不大。而所謂快遞服務業者是以採取一貫化的作業，用戶對戶的方式(Door to Door)將客戶之文件、包裹，透過專業收取、遞送，在最短的時間內送達指定的地方。

就國內的快遞業者而言，普及民間且收費便宜的郵局，實為快遞業的頭號強敵，但郵局的服務品質、營業時間皆有限制，造成了消費者很大的不方便；另外以運送大宗包裹為主的貨運行，也瓜分了此市場。除了國內快遞業外，國內快遞業服務的範圍更普及全世界，將全球的產業經濟發展確實功不可沒。國際快遞所提供的服務，就是將客戶所委託的商業文件、包裹，甚至於大宗貨件，以最快的速度裝機送到國外收件人手中，如貨件從臺灣送到美國人手中，國際快遞只需要一個工作天的時間，講求快速與便捷。

以往將文件或是包裹送往郵局寄快遞後，直到收件人收到貨為止，這段時間內寄件人無法查詢所委託之貨物的目前位置，且郵局的作業較繁雜，除了寄件人需在其營業時間內自行將貨件送到有快遞服務的郵局窗口外，其送貨的時間與品質均令人感到不便，而貨運業者的主要業務是在大宗貨物，其運輸方式主要為貨車，而其服務的範圍主要侷限在國內的貨運，國際快遞業的興起便克服了郵局與貨運的不便，首先國際快遞業為一通電話即有專車到府收貨的服務，突破郵局定點式的缺點。另外如 DHL 在 7-11 設收貨處，提供 24 小時的收貨服務，突破營業時間的限制；而國際快遞業更提供了 24 小時查詢貨件的服務，寄件人可在寄件後隨時查知貨件的所在位置。根據 99 年交通部統計處資料調查快遞服務業產值 2009 年 305 億元較 2008 年 286 億元，成長 6.64%。

單位/億元

業種/年份	2008	2009
鐵路運輸業	467	455
汽車貨運業	1,710	1,609
海洋水運業	3,086	2,029
民用航空運輸業	2,527	2,147
報關業	199	156
船務代理業	131	95
陸上貨運承攬業	115	94
海洋貨運承攬業	537	418
航空貨運承攬業	682	594
陸上運輸輔助業	10	12
港埠業	236	222
其他水上運輸輔助業	133	101

倉儲業	342	385
郵政業	4,456	2,874
快遞服務業	286	305

資源來源：99 年交通部統計處資料

4.1.1.1 宅配快遞運輸產業

近年來，台灣地區一般貨物運輸市場之規模仍持續穩定成長，其中又以**快遞貨物與宅配市場**的發展特別蓬勃。另以郵政包裹的收（寄）量來看（如下表），近年該業務仍屬成長狀態，平均年成長率約在 10% 左右。一般貨物運輸屬於較傳統的物流服務型態，以件數及重量計價，行駛一定路線，貨物多為工業原料、農產品、相關生產設備、辦公用品、民生用品等較大型貨件，收件方式分為到府收件與營業所收件兩種。快遞服務依其服務的對象，可分為對一般顧客或是對企業顧客的服務；亦可依使用運具的不同，分為航空快遞服務與陸運快遞服務。至於，**宅配服務**則係近年來業者提供由車輛直接到府取貨或直接將貨物配送到家的供應鏈「最後一哩」物流服務。

快遞服務業所經營的通路包括 B2B 及 B2C，主要是沿襲郵局的作法，將零星貨主的貨品於各地以小貨車收集後，再以定期、定時發車，加上轉運方式送到各目的地，其主要強調的特質在於「快」，然而實際上，快遞服務業與路線貨運業某些部份還是很相似，差別在其功能較廣。而**宅配**是屬外來語，在日文中指的是將物品送到家的意思。宅配服務其實並非革命性的運輸服務，而是彌補供應鏈末端存在已久的服務缺口，宅配物流服務係由傳統路線貨運與快遞業衍生而來，其需求主要來自於近年國內零售服務的發展，許多新興的行銷通路，如電視購物、網路購物等的快速發展，直接創造快遞宅配的需求。也正因為宅配服務的興起反映著新興的消費模式，因此宅配業者所運送的貨品多為小件包裹，其服務的對象除了一般民眾以外，還包括以直接行銷方式販賣商品的業者，因此運送的包裹內容繁多，舉凡生活用品、3C 產品、娛樂用品、禮品、食品、仍至於生鮮食品等都有，因此，服務的種類也包含不同的商品。目前台灣地區的宅配服務結合了傳統一般路線貨運業、快遞業、以及物流業的服務，其配送時效為台灣全島當日、隔日送達，而同一縣市（同區），上午寄送，下午可以到達；另外亦提供顧客指定配送時間的服務。收件方式則有到府收貨、營業所寄件、代收點寄件等。以目前台灣在電視購物、郵購、網路電子商務（約路拍賣、產地直銷）等新興消費模式的快速成長來看，指定收貨地點的快遞服務以及宅配服務之需求都會持續成長，且一

且宅配運輸服務網路成形時，業者可逐步提昇其更多元之加值服務，並有機會整合民生消費用品製造業者，逐步朝向整合性生活物流服務業務發展。

單位：千件

年（月）別 Year	函件	包裹	快捷	總計
	合計 Total	合計 Total	合計 Total	
90年	2,891,453	10,631	7,423	2,909,507
91年	2,876,084	7,973	5,846	2,889,903
92年	2,731,355	8,953	5,854	2,746,162
93年	2,815,145	12,108	5,862	2,833,115
94年	2,808,376	15,767	5,908	2,830,051
95年	2,662,932	17,897	5,674	2,686,503
96年	2,669,858	19,959	5,794	2,695,611
97年	2,645,930	24,269	6,294	2,676,493
98年	2,625,800	25,351	6,497	2,657,648
99年	2,728,007	26,352	6,239	2,760,598
100年1-6月	1,371,800	13,132	3,766	1,388,698
較上年同月% VS. Same Last Year	2	2	34	
本年累計% Accumulate Jan. to Date	3	5	28	

資料來源：台灣郵政股份有限公司

4.1.2 電子商務產業：

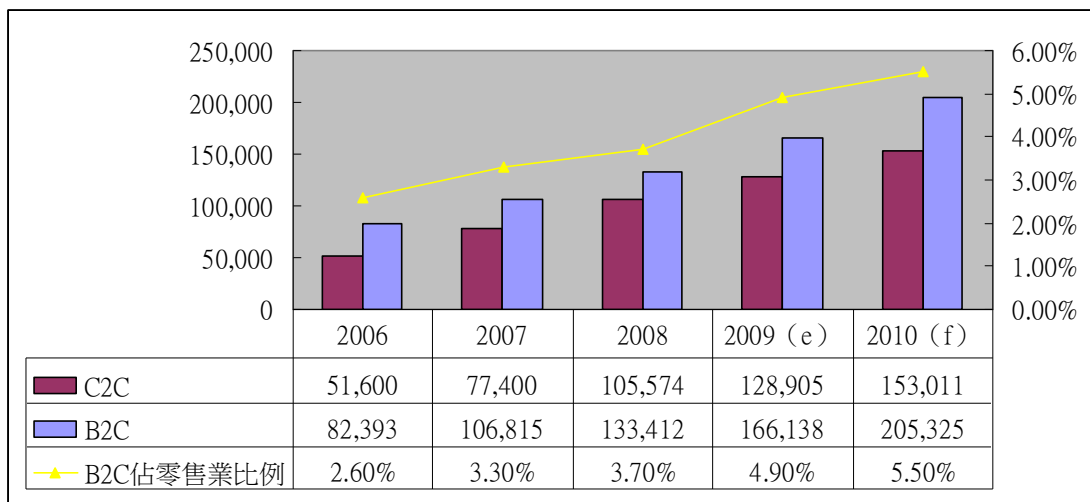
依據資策會市場情報中心（MIC）公佈的台灣電子商務市場調查報告指出：2010年台灣企業對消費者（B2C）電子商務及拍賣（C2C）市場整體電子商務規模共達新台幣3,500億元左右，其中2,000億元為B2C（企業對消費者）、約1,500億元屬於C2C（消費者對消費者）2011年整體電子商務市場可望成長20%，總規模將上看4,300億元市場規模。

以龍頭網路家庭（PChome）線上購物、Yahoo！奇摩等B2C電子商務平台為例，一年營業額加總約為250億元，不到該市場規模一半；加上市場每年預估可成長25%到30%。

展望未來，由於電子商務及網路拍賣平台發展成熟，消費者線上購物的經驗度提

昇，消費者逐漸發展出虛擬及實體通路交互影響的採購行為。目前消費者在實體店面看到產品轉而到網路上購買的比例為 70%，在網路上瀏覽商品再轉到實體購買的比例為 56%，顯見，多數消費者已經傾向在網路上購物，可以預期，未來網路購物可望大幅搶佔實體通路的市場。資策會 MIC 的研究報告亦指出表示未來幾年台灣的電子商務市場應仍是處於高度成長的情況。以 B2C（企業對消費者）來說，可望有 20% 的成長率，與前幾年成長幅度相當，2011 年應可達到新台幣 2,400 億元水準。

至於 C2C（拍賣模式）的電子商務，從 2006 年至 2010 年均有 2 成以上的成長，2011 年應可達到新台幣 1,900 億水準，未來亦有高度的成長期待空間。



2010 年台灣電子商務市場規模

4.2 產業發展趨勢

4.2.1 兩岸網購宅配商機：

2008 年 11 月 4 日，海協會會長陳雲林與海基會董事長江丙坤在台北就兩岸海運直航、平日包機、郵政、食品安全等四項議題簽署了協議。《海峽兩岸空運協議》、《海峽兩岸海運協議》、《海峽兩岸郵政協議》、《海峽兩岸食品安全協議》四項協議的簽署，將使兩岸同胞渴望了 30 年之久的兩岸直接通航、通郵變為現實。這些協議的簽署，為兩岸的電子商務帶來的新的契機。

根據大陸商務部的數據顯示，2008 年中國電子商務交易總額達人民幣 3.1 兆元，同比增長 41%，其中 B2B 電子商務交易規模近人民幣 2 兆元，同比增長 20%。根據國際權威市場分析機構國際數據公司 (IDC) 的預測，2009 年國內電子商務交易額達到人民幣 3 兆 4,278 億元，較 2008 年繼續保持大幅增長。IDC 同時預測認為，未來 10 年，中國將有 70% 的貿易額會通過電子交易完成。快速增長的電子商務也為電子商務運營商帶來滾滾財源，據統計，其營業收入同比增長達到

32.4%。

電子商務已成為中國快遞業發展的巨大推動力，全中國快遞業之1/3 業務量由電子商務牽動完成。中國國家郵政局副局長王渝次於2009 年9 月12 日在杭州出席“首屆電子商務與快遞物流大會表示2008 年中國電子商務帶動的包裹量已超過5 億件，可見電子商務和快遞物流與百姓的生活息息相關，已經成為現代生產流通的基礎要素，協同發展的空間十分巨大。中國大陸最大的購物網站淘寶網，每日交易規模就達到300 萬筆，其中75%的交易商品需要通過實物遞送。電子商務和快遞物流與百姓的生活息息相關，已經成為現代生產流通的基礎要素。

4.2.2 淘寶商城台灣館：

淘寶網一年交易金額約人民幣 2,000 億元（約新台幣 9,238 億元），約佔大陸全國零售的 2%，但如果以網路交易來看，淘寶網就佔八成，且每年以五至十倍速度成長，未來將協助台資品牌，以代理直營模式，拓展大陸市場。目前淘寶網約有 1.2 萬個店家、2 萬件商品，透過成立淘寶商場，提供更好的購物環境。台灣原創、生產的商品，對大陸居民很有吸引力。

淘寶商城是以企業品牌產品為門檻，台灣品牌本身就有吸引力，大陸消費者對台灣文化及商品很有興趣，未來會成為大熱門，尤其看好食品類的商機。淘寶網在 2008 年成立專屬的 B2C 購物平臺“淘寶商城”，淘寶網的行銷台灣館頗受好評。淘寶網是大陸最大 C2C（個人買家對個人賣家）的交易平臺，每年線上交易金額高達人民幣 2,000 億元，為提高網購商品的品質，近幾年切入 B2C（企業賣家對個人買家）市場，設立淘寶商場，尋找全球知名品牌上網開店。

淘寶網發展以來，不但已逐漸改變中國大陸民眾的生活購物方式，也在台灣打出知名度。據淘寶網資料顯示，每天有將近 100 萬人次的台灣網友上淘寶網瀏覽或購物。

4.2.3 虛擬零售（virtual retailing）通路時代之來臨

1980 年代中期，標榜 24 小時不打烊的便利商店 7-11 首度引進台灣，在經過將近 7 年的慘淡經營下才開始轉虧為盈，但也開始引起其他財團對台灣零售通路的重視。同時，適逢歐美管理風格的量販店（萬客隆、大潤發、家樂福等）也在台灣搶食消費市場大餅，於是 1990 年代，台灣通路市場啟動了第一次革命。然而，隨著 2000 年以後數位科技及網際網路應用的普及化，加上本土運輸物流業在配送技術及金流服務能力的大幅提昇，由資通訊技術（Information and

communication Technology, ICT) 引領的第二次通路革命衍然興起。從傳統的类型行銷、電話行銷、直效(面訪)行銷到現在廣為熱門的網路購物與電視購物, 虛擬通路已成為各類商品在行銷上不可或缺的重要渠道。日前家樂福、大潤發及愛買量販店更推出網路購物的銷售服務, 提供「人在家中坐、貨從店中來」的全方位商業服務。據此, 我們可確信虛擬零售(VIRTUAL RETAILING) 通路時代已正式來臨與展開。

4.2.4 供銷鏈即時(real-time) 資訊訴求之日切

產銷資訊整合係降低企業營運及行銷風險之良方, 因此過去僅單純的電子化、資訊化管理已不足以應付市場的需求, 近期國內部分業者已開始將物流的活動行動化, 現成所謂的行動物流(mobile logistics), 進而達到供銷鏈即時資訊之提供。「行動物流」是指透過行動設備與資訊科技, 方便委託人(或運輸業者)迅速並精確地握物流過程的即時資訊, 並降低追蹤和控制物流資料的成本。行動物流的出現將使國內的物流產業, 產生重大變化。為了強化自己的競爭力, 物流業者近年來隨著資訊科技及網際網路的蓬勃發展, 積極地透過電子化、資訊化的技術來改善自身的物流資訊處理能力, 以便能提供顧客便捷的服務, 同時有效地降低經營成本。然而, 雖然電子化、資訊化帶給物流公司許多便利, 但公司內部仍有許多作業流程無法延伸到外部環境, 當外部作業不斷更動, 作業的資訊卻無法即時傳回公司, 使公司無法掌握最新的動態資訊, 達到最佳化的物流控管以提升自己的競爭能力。有鑑於此, 如何導入行動物流(mobile logistics), 亦將物流行動化(即M化), 以解決移動化管理的問題, 使企業在處理作業上不再侷限於定點範圍, 可隨時透過手持行動裝置連結無線網路與企業內部作業資訊更新。同時, 藉由掌握最新的物流資訊來簡化作業流程, 降低作業成本, 並提升作業速度、效率與顧客滿意度。所以, 如何建置方便有效的供銷鏈即時(real-time) 資訊平台, 應該是運輸物流業者未來參與市場競爭及營運發展之重要工作。

4.2.5 時基物流(time-based logistics) 之快速興起

在高度競爭的產業環境下, 各行各業的經營都將更重視效能與效率, 而速度、品質與準確更是決戰勝負之關鍵。根據「經濟部商業司 2009 年「新網路時代電子商務發展計劃」網路消費者對於商品到貨天數, 可接受天數在 1-2 天內者, 由 2007 年的 14%, 大幅提高至 26%, 甚至訂單確認為 24 小時內送達高難度服務需求也日益提升。因此, 當今運輸物流業所面臨的營運課題已非單純配送品質及貨物安全, ”優質速遞” 服務能力將更為形重要。而資訊的透通度(visibility)、訊息的回饋、掌控與溝通, 及強調以時間為基礎的時基物流策略(time-based

logistics strategy) 的營運模式，擁有當日配、隔日配的、國際快遞、整合性速遞服務能力將是未來國內運輸物流業的經營挑戰與決勝關鍵。

4.3 SWOT 分析

SWOT 分析與因應對策：

<p>(1) 優勢：(公司內部)</p> <p>1. 通過 ISO9001 (2003)、ISO27001 (資訊安全認證, 2010)，並通過經濟部商業司補助之物流利基化與供應鏈服務推動計劃輔導 (2008) 及經濟部商業司補助綠色逆物流商品創價暨服務平台計劃 (2010)，累積智慧資本，具競爭力。</p> <p>2. 國內宅配業龍頭並累積 27 年快遞經驗：累積 27 年快遞經驗，深入熟悉客戶的需求及平日運送過程所需注意事項，優良的服務品質。</p> <p>3. 全省服務網：全省皆有服務據點，總計 32 個站所，自有車隊 (293 輛專責集配車及專業宅配 SD)、全省服務，並涵蓋金門、澎湖地區，提供統一、標準化服務。</p> <p>4. 客製化服務：提供客戶個別需求、客製化服務，依個別需求量身定製個別服務</p> <p>5. 專責客服中心：總公司成立專責客服中心專責窗口，以負責滿足淘寶客戶需求，提昇配送品質改善成效，以達到全方位服務。</p> <p>6. 資訊系統整合服務：</p> <p>(1) E 化系統：設有專屬資訊部門，結合專業外包資訊廠商，可主動提供貨品配送即時狀況回覆，並具有提供網際網路資訊查詢之設計能力。</p> <p>(2) M 化系統 (行動化)：結合配送服務人員車上之 PDA 將送貨時配送狀況之最新貨態，立即回傳總公司，客戶可即時查詢配送狀況，並將逆物貨 (退貨) 處理訊息立即傳送至各營業所，當日完成取件作業。</p>
<p>(2) 劣勢：(公司內部)</p> <p>1. 外部資金入股及銀行借款少，發展計劃及營運週轉資金短缺。</p> <p>2. 零售通路合作對象少，有待開發。</p>
<p>因應對策：</p> <p>1. 加強銀行往來及對外募資技巧</p> <p>2. 此計劃完成後將具規模經濟，屆時將掌握議價能力及更能符合客戶需求服務，補強零售通路合作對象少之業務缺口</p>
<p>(3) 機會：(外部環境)</p>

1. 環保概念抬頭：OO 完整之逆物流（退貨）加上 E、M 化系統架構，節省收送貨時間、運輸成本，更進一步節省能源。
2. 經濟不景氣：過去金融海嘯經驗，網路購物、電視購物等”宅經濟”為抗景氣衰退產業，相較其他產業穩定。
(4) 威脅：(外部環境)
油價上漲、運輸設備成本提高。
因應對策：
增加派件車產能利用率，減少每單位之油價、運輸設備折舊成本，提高競爭力。

4.4 未來業務及產品發展計畫：

為深化 OO 未來競爭優勢及邁向永續事業發展，OO 擬於近期推動為期「六年三階段」之「333 翔鷹變革計畫」。此期間將推動包括：第一階段品牌力建設計畫、第二階段成長力深耕計畫，與第三階段轉型國際化運輸計畫專案，各專案推動之重要工作事項與營運目標如下說明：

階段	發展項目
第一階段：品牌力建設計畫 (2011~2013)	1. 品牌形象重塑與品牌力建構
	企業形象識別系統建立與推廣 全面品質管理系統建構與推動
	2. 公司治理制度建立及上市（櫃）規劃
	導入公司治理典章及組織制度 符合財政部上櫃公司法標準
	3. 管理人才招募與培訓制度建立
	專業經理人制度建立及導入 人事管理制度及管理人才培育系統建立
	4. 建置即時暨整合性 e 化車隊營運管理平台
	建置即時性 e 化車隊營運管理平台 導入金（物）流資訊整合營運平台
	5. 拓展兩岸電子商務整合性物流服務業務
	建立兩岸電子商務整合性物流服務業務 規劃兩岸電子商務金流整合系統

	<ul style="list-style-type: none"> 6. 引入外部資金加速運輸物流系統升級 7. 台灣地區當日配、夜配及假日配宅配運輸市場第一品牌 8. 台灣地區當日配宅配運輸市場佔有率達 40%以上。 9. 達成月營收新台幣 50,000 仟元目標
第二階段：成長力深耕計劃（2014~2016）	<ul style="list-style-type: none"> 1. 持續引進外部資金提升跨境電子商務物流服務系統 2. 完成運務自動化及第二代資訊系統建置 3. 物流履歷即時資訊網路化 4. 自動化轉運中心建置規劃 5. 籌設虛擬商務通路運籌規劃研究中心 6. 規劃及推動上櫃（或上市）計劃 7. 達成月營收新台幣 80,000 仟元目標
第三階段：轉型國際化運輸計劃（2017~2019）	<ul style="list-style-type: none"> 1. 投資越南快遞運輸市場開發 2. 加速整合東南亞快遞運輸網路 3. 籌設新加坡次營運管理中心 4. 達成月營收新台幣二億元目標。

第五章、財務預估

5.1 營收目標

單位/仟元

	100年	101年	102年	103年	104年
配送運輸	475,000	570,000	684,000	820,800	984,960
貨款代收	20,000	24,000	28,800	34,560	41,472
流通加工	5,000	6,000	7,200	8,640	10,368
總營業收入	500,000	600,000	720,000	864,000	1,036,800

註：預估101年起每年20%成長

5.2 財務假設

1. 固定資產投資部分

折舊年限：房屋及建築 10~20 年、資訊設備 5~10 年、運輸設備 5~10 年。

2. 銀行貸款部份

為因應資金缺口及計劃所需資金，00 擬向金融機構申請行政院經濟建設委員會流通服務業及餐飲業政策性優惠貸款營運週轉金新台幣 1 億元，貸款期限 5 年，以年利率 5%「貸款利率+信保手續費（直接保證）」計算。

3. 收（付）款政策：依現有客戶商場交易習慣支付運費約 50%的營業收入採月結 60~90 天期票，實際收到款項約 90~120 天、30%的營業收入採月結電匯、20%營業收入採當日現收。

付款政策：營業站所使用託運單紙張、資訊費、油料費部份，採月結 30 天期票；至於其他營運費用部份，則採月結 30 天 T/T（電匯）付款方式。

5.3 預估損益表

00 欣運&00 快遞（合併）-預估損益表

單位/仟元

項目/年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
營業收入	500,000	600,000	720,000	864,000	1,036,800
營業成本	325,000	384,000	453,600	535,680	632,448
營業毛利	175,000	216,000	266,400	328,320	404,352
毛利率	35%	36%	37%	38%	39%
營業費用	160,000	186,000	216,000	250,560	290,304
營業利益	15,000	30,000	50,400	77,760	114,048
淨利率	3%	5%	7%	9%	11%
營業外收入 (1%)	5,000	6,000	7,200	8,640	10,368
營業外支出 (借款 餘額 5%)	8,266	6,613	4,960	3,307	1,654
稅前淨利 (損)	11,734	29,387	52,640	83,093	122,762
稅前純益 率	2.35%	4.90%	7.31%	9.62%	11.84%
所得稅費	1,995	4,996	8,949	14,126	20,870

用					
稅後淨利 (損)	9,739	24,391	43,691	68,967	101,892
稅後純益 率	1.95%	4.07%	6.07%	7.98%	9.83%

假設 1、營業成本，因派件產能利用率由目前 75%往上提升，營業成本/營業收入每年減少 1%為目標。

2、營業費用，因派件產能利用率由目前 75%往上提升，營業費用/營業收入因規模經濟每年減少 1%為目標。

3、營業外收入：每年營收 1%

4、營業外支出：每年營收 0.5%+貸款餘額 5%利息及保證費用。

5.4 預估資產負債表

00 欣運&00 快遞（合併）-預估資產負債表

單位/仟元

項目/年度	100 年	101 年	102 年	103 年	104 年
資產總額	387,484	380,953	381,242	389,715	408,009
現金及約	22,624	52,011	104,651	187,744	310,506

當現金					
應收款項 (淨額)	144,376	148,389	135,829	100,832	35,785
預付費用 (淨額)	3,500	4,200	5,040	6,048	7,258
同業往來	13,608	13,608	13,608	13,608	13,608
其他流動 資產	218	218	218	218	218
流動資產 合計	184,326	218,426	259,346	308,450	367,375
固定資產	141,186	112,949	84,712	56,475	28,238
其他資產	61,972	49,578	37,184	24,790	12,396
負債總額	199,052	172,688	147,664	124,248	102,762
短期借款	93,962	75,170	56,378	37,586	18,794
應付款項	33,500	40,200	48,240	57,888	69,466
一年內到 期之長期 借款	0				14,276
其他流動 負債	226	226	226	226	226
流動負債 合計	127,688	115,596	104,844	95,700	102,762
長期借款	71,364	57,092	42,820	28,548	0
資本額	135,000	135,000	135,000	135,000	135,000
資本公積 及累積盈 餘	43,693	48,874	54,887	61,500	68,355
本期損益	9,739	24,391	43,691	68,967	101,892
淨值總額	188,432	208,265	233,578	265,467	305,247
負債及淨 值總額	387,484	380,953	381,242	389,715	408,009

5.5 現金收支預估表

00 欣運&00 快遞 (合併) - 現金收支預估表

單位：新台幣仟元

項目/年月	100年	101年	102年	103年	104年
-------	------	------	------	------	------

上期結存	10,890	22,624	52,011	104,651	187,744		
銷貨收入	500,000	600,000	720,000	864,000	1,036,800		
其他收入	5,000	6,000	7,200	8,640	10,368		
本期收入合計	505,000	606,000	727,200	872,640	1,047,168		
營業成本	325,000	384,000	453,600	535,680	632,448		
管銷費用	160,000	186,000	216,000	250,560	290,304		
財務支出	8,266	6,613	4,960	3,307	1,654		
其他支出							
本期支出合計							
收支相抵加上期結存							
資金 調 度	A. 銀行 借款	增加	100,000				
		減少		33,064	33,064	33,064	33,064
	B. 租賃 公司	增加					
		減少					
	C. 股東 往來	增加					
		減少					
	D. 現金增資		50,000				
此 計 劃 投 資	E 計劃投資		150,000				
本期結存	22,624	52,011	104,651	187,744	310,506		

基本假設：

1. 以 100 年營業收入為基礎
2. 每年營收以成長 20% 計算
3. 100~104 年毛利率分別為 35%、36%、37%、38%、39%
4. 營業費用每年減少 1%
5. 100~104 年的利息費用是由舊有利息費用加上預定申請貸款 100,000 仟元的利息之總和
6. 利息費用是以 5% 作為估計

5.6 資金用途及來源說明

為因應此計劃及營業額逐年增加所產生營運週轉金缺口 50,000 仟元，及興建本計劃所需物流中心、營業據點…等，說明如下：

單位/新台幣千元

資金用途	金額	比率	資金來源	金額	比率
營運週轉金	50,000	33.4%	銀行借款	100,000	66.6%
中正機場空運轉運區相關軟硬體設備設置完畢	10,000	6.7%	自籌資金	50,000	33.4%
台北、台中、高雄轉運中心物流廠房軟硬體建置完畢(每站500萬)	15,000	10%			
增設十營業據點(每站200萬)	20,000	13.3%			
總部與淘寶網配送系統整合完畢	20,000	13.3%			
大陸福建、廣州專業物流倉設置完成	20,000	13.3%			
上海專業物流倉設置完成	15,000	10%			
合計	150,000	100%		150,000	100%

總計 150,000 仟元，除由 00 自籌資金 50,000 仟元，另擬向金融機構申請貸款新台幣 100,000 仟元（規劃貸款期限 5 年，寬限期 1 年），並擬請求中小企業信用保證基金提供直接保證，以利 00 向金融機構取得貸款，充實營運週轉金及投資計劃所需資金，促進公司財務發展健全化，以利爭取兩岸最大網路通路淘寶網業務，進而有效達到未來各年度營收、獲利之經營目標。

5.7 銀行融資需求項目

1、融資營運週轉金 50,000 仟元；

2、中期週轉金貸款新台幣 50,000 元，貸款期限 5 年，寬限期 1 年，

一年後本利按月平均攤還，年利率粗估 5%（貸款利率+信保手續費）。合計 100,000 仟元。

5.8 還款計劃

00 快遞有限公司

項目年度		100 年	101 年	102 年	103 年	104 年
新增借款 金額	貸款	本案 100,000	0	0	0	0
		原借款 65,326 (註)				
還款金額	本金	-	33,064	33,064	33,064	33,064
	利息	8,266	6,613	4,960	3,307	1,654
期末借款 餘額		165,326	132,262	99,198	66,134	33,070

註：原借款金額以 99 年合併財務預估，至 100 年 4 月 30 日止，借款餘額 21,641 千元

5.8.1 未來償還能力分析

年度	100 年	101 年	102 年	103 年	104 年
----	-------	-------	-------	-------	-------

項目					
營業收入	500,000	600,000	720,000	864,000	1,036,800
營業利益	15,000	30,000	50,400	77,760	114,048
稅前淨利	11,734	29,387	52,640	83,093	122,762
所得稅費用	1,995	4,996	8,949	14,126	20,870
稅後淨利	9,739	24,391	43,691	68,967	101,892
加：折舊	40,631	40,631	40,631	40,631	40,631
加：非營業活動支出(利息)	8,266	6613	4960	3307	1654
可供償還淨現金流入	58,636	71,635	89,282	112,905	144,177

註：若以目前100年預估月營業額500,000仟元計算，保守估計毛利率35%估算並扣除固定開銷之營業費用後，預計營業淨利約11,734元，應足以支付舊貸款及本資貸款之利息費用；其次，若加計折舊後每年淨現金流入約58,636仟元，足以支付舊貸款及本次新增貸款之本息攤還，故償債能力無虞。

5.8.2 未來五年度財務分析：

年 度	未 來 五 年 度 財 務 分 析
-----	-------------------

分析項目		100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度
財務結構 (%)	負債佔資產比率	1.06	0.83	0.63	0.47	0.34
	長期資金佔固定資產比率	1.84	2.35	3.26	5.21	10.81
償債能力	流動比率 (%)	144.36%	188.96%	247.36%	322.31%	357.50%
	速動比率 (%)	141.62%	185.32%	242.56%	315.99%	350.44%
	利息保障倍數 (倍)	2.42	5.44	11.61	26.13	75.22
經營能力	應收款項週轉率 (次)	3.46	4.04	5.30	8.57	28.97
	應收款項收現天數	105.39	90.27	68.86	42.60	12.60
	固定資產週轉率 (次)	3.54	5.31	8.50	15.30	36.72
	總資產週轉率 (次)	1.29	1.57	1.89	2.22	2.54
獲利能力	資產報酬率 (%)	4.28%	7.84%	12.54%	18.40%	25.31%
	股東權益報酬率 (%)	0.05	0.12	0.19	0.26	0.33
	純益率 (%)	1.95%	4.07%	6.07%	7.98%	9.83%
	每股盈餘 (元)	1.15	2.87	5.14	8.11	11.99
槓桿度	營業槓桿度	14.64	7.33	5.10	4.02	3.36
	財務槓桿度	2.23	1.28	1.11	1.04	1.01

說明：

1. 財務結構

(1) 負債占資產比率 = 負債總額 / 資產總額。

(2) 長期資金占固定資產比率 = (股東權益淨額 + 長期負債) / 固定資產淨額。

2. 償債能力

(1) 流動比率 = 流動資產 / 流動負債。

(2) 速動比率 = (流動資產 - 存貨 - 預付費用) / 流動負債。

(3) 利息保障倍數 = 所得稅及利息費用前純益 / 本期利息支出。

3. 經營能力

(1) 應收款項(包括應收帳款與因營業而產生之應收票據)週轉率 = 銷貨淨額 / 各期平均應收款項(包括應收帳款與因營業而產生之應收票據)餘額。

(2) 平均收現日數 = 365 / 應收款項週轉率。

(3) 固定資產週轉率 = 銷貨淨額 / 固定資產淨額。

(4) 總資產週轉率 = 銷貨淨額 / 資產總額。

4. 獲利能力

(1) 資產報酬率 = [稅後損益 + 利息費用 × (1 - 稅率)] / 平均資產總額。

(2) 股東權益報酬率 = 稅後損益 / 平均股東權益淨額。

(3) 純益率 = 稅後損益 / 銷貨淨額。

(4) 每股盈餘 = (稅後淨利 - 特別股股利) / 股數。

5. 槓桿度：

(1) 營運槓桿度 = (營業收入淨額 - 變動營業成本及費用) / 營業利益。

(2) 財務槓桿度 = 營業利益 / (營業利益 - 利息費用)。

5.9 本案可能產生之經濟效益及非經濟效益

5.9.1 經濟效益：

OO 預計於 100 年 10 月起進行此計劃其中總公司、轉運中心及各站所之擴增、電子系統及機器之安裝設置... 等，根據淘寶網提供之台灣大陸成交貨件派件數據，100 年底將成長至每天平均 2 萬筆訂單、101 年底將成長至每日 5 萬筆訂單，大陸物流中心將每天處理 40~50% 訂單量，將處理每天 8,000~25,000 件進倉包裹，保守預計將於二年內挹注營業收入新台幣 2.3 億~7.3 億元（每派件費用以均價新台幣 80 元計算），OO 合併總營收將成長 67%~212.8%，預計 2012 年營收將可達到新台幣 5.8 億~10.8 億水準。

5.9.2 非經濟效益：

環保訴求：本計劃將增加派件車產能利用率及退貨逆物流系統（結合 E 化及 M 化系統，可在半個小時內收送），減少每單位之油耗、運輸設備折舊成本，提高競爭力、節能減碳。

第六章、附件

- 附件一：中國速遞合作合約
- 附件二：淘寶網合作資料
- 附件三：經濟部商業司補助之物流利基化與供應鏈服務推動計劃輔導
- 附件四：經濟部商業司補助綠色逆物流商品創價暨服務平台計劃
- 附件五：車輛資料
- 附件六：財務報表