

# 震旦集团拓文化创意商机

本报讯 2010年上海世博会唯一台湾企业馆——震旦馆场馆模型揭幕仪式近日在上海浦东震旦国际大楼举行，震旦集团企业吉祥物“旦宝”也同时亮相。场馆建设和布展进入倒计时，意味着大家期待已久的上海世博会离我们越来越近。

上海世博会仅有17个企业馆名额，除9家中央企业和2个世博会合作伙伴之外，只剩余6个。震旦集团以独具创意的“中华玉文化·城市新风格”计划，获得2010年上海世博会全球17张企业馆门票之一。同时成为世博会160年历史上第一家建馆参展的台湾企业。其展示的主题代表了中华民族的悠久历史与深邃文明，玉文化更是本次世博会中独一无二的亮点。

震旦集团成立于1965年，从1993年起在大陆投资，经过十几年的创业和发展，成功获得了“中国驰名商标”、“上海市著名商标”和“上海名牌产品”等荣誉称号。

内地事业积极成长，震旦集团公布的半年报显示，上半年净利润为2.21亿元，创下近3年同期的新高纪录。每股税后纯益0.73元，也比去年上半年的0.69元增长。

针对上半年获利的情况，震旦集团表示，推动公司获利成长的主因，在于内地OA市场深耕有成，营

业据点扩增以及累积台数效益逐渐显现，不但营收续创新高，数字复印机销售台数更超过台湾销量的2倍以上，使得内地事业上半年获利，较去年同期增加1.2亿元。

震旦集团上半年合并营收56.43亿元，年减3%；毛利率37.84%，年增1个百分点；营业率5.1%，年增0.91个百分点，营业利益2.88亿元，年增17%。由于权益法认列投资收益年减62%，业外净收入从去年的1.1亿元降为6,700万元。总计该公司上半年税前净利3.55亿元，与去年同期持平；由于所得税费用较去年降低3成，带动税后净利年增5.7%达2.21亿元，EPS 0.73元，较去年同期的0.69元成长。

目前已在内地沿海6省3市，设置约320家直销据点，掌握大陆OA市场的内需通路，先期扩点和营销投资开始收成，复印机台持续累积后，未来耗材供应与维修服务等都属于高毛利收入，获利收割速度可望加速。

震旦集团强调，此次震旦集团在世博会中设立企业馆，除了希望向全世界展示中华玉文化与城市生活的美好关系，让古典文饰与现代生活结合，提升现代文化生活质量之外，还希望提升震旦企业形象与品牌价值。（李彦莹）