

悠遊卡股份有限公司



悠遊卡公司成立已屆二十年，為電子支付市場儲值卡發行量、流通量及代理收付金額最大之電子支付公司。累計至今已發行超過 1.1 億張悠遊卡，全國平均每每人有四張悠遊卡，日交易筆數超過 700 萬筆，日交易金額超過 1.8 億元。

隨著金融科技蓬勃發展及支付市場開放，強勢通路品牌陸續加入支付戰場，去年起通路及第三方支付流量加入後，電子支付市場將大幅成長。「悠遊付」整合政府、連鎖通路及商圈微店、夜市、市場等全方面服務，加上悠遊卡豐富的支付消費行為及生活交通動線資料的基礎，將在支付市場開創具備悠遊卡特色之一卡一付支付服務。

111 年營收仍受到疫情影響，但已較 110 年恢復成長。交通類交易較去年同期成長約一成，消費類交易亦小幅成長。規模市佔仍維持電子支付市場第一名。在公司積極應對疫情變化及提升經營效能下，為支付市場少數仍維持正獲利之電子支付公司。

一、 111 年度營業結果報告

(一)、 111 年度營業計畫實施成果

111 年度，在全體同仁的齊心努力下，本公司仍維持獲利，全年營收 16.56 億元；稅後淨利為 6,032 萬元。

(二)、 預算執行情形

本公司未公開 111 年度財務預測，故無預算執行情形。

(三)、 111 年報財務收支及獲利能力分析

1. 財務收支

項目	111年度	110年度	增(減) 金額	增(減) %
營業收入	1,656,302	1,625,840	30,462	1.87%
營業毛利(損)	833,416	790,995	42,421	5.36%
營業費用	803,792	777,697	26,095	3.36%
營業淨利(損)	70,603	47,583	23,020	48.38%
本期淨利(損)	60,323	40,788	19,535	47.89%

單位：新台幣仟元

2. 獲利能力分析

項目	111年度	110年度
資產報酬率(%)	0.47	0.34
股東權益報酬率(%)	6.15	4.23
營業利益佔實收資本比率(%)	10.09	1.90
稅前純益佔實收資本比率(%)	10.29	7.31
純益率(%)	3.64	2.51
稅後每股盈餘(虧損)(元)(註)	0.86	0.58

註：係以流通在外加權平均股數計算。

(四)、 研究發展狀況

1. 策略聯盟、深耕場域：

鎖定政府學校機關、交通運輸、大型百貨、超商超市、餐廳速食、夜市/市場/商圈等關鍵場域，並朝高單價場域、線上通路進行佈局，強化特約商店悠遊卡/付使用識別。針對中南部特定商圈/夜市等場域深耕，111年新增 63,931 個支付點，新增線上電商 16 家。卡/付交易金額達 563 億元，為市場上電支業者交易金額第一名。

2. 客群經營、多元客群：

透過卡付合一及忠誠回饋整合 CIF 會員資料，結合金融合作與商務需求發展，增加多元會員溝通互動，打造廣度及深度兼具的行銷機制：

- a. 樂齡銀髮客群：配合政策提供北市敬老/愛心卡靠卡領取儲值金，並提供 8 大通路專屬優惠活動，建立通路消費習慣。
- b. 車主客群權益升級：結合汽車道路救援知名品牌以升級悠遊付會員權益，於 App 內完成登錄即享有免費道路救援 30 公里。
- c. 跨境服務開拓客群：針對國外旅遊開放以及沖繩跨境支付功能開啟，提供消費滿額享 10% 回饋之行銷活動，刺激跨境支付使用外、同時收集國外旅遊客群樣貌。
- d. 通路行銷、忠誠經營：持續經營悠遊卡消費族群，透過交通加消費場域全面性回饋活動，深度溝通哩卡服務的便利性與使用優惠利多。

3. 新商品推出：

悠遊卡新里程，SuperCard 超級悠遊卡於 10/4 首發上市。數據產品『節能減碳始於足下 千里之行悠遊同行』亦於今年推出。

- a. SuperCard 超級悠遊卡：111 年開始銷售，並與北市數位學生證結合，展開校園應用推廣。預計 112 年起與各縣市市民卡及社福卡合作試發，113 年起各縣市市民卡將全面改用，預期將可提升 SuperCard 銷售。
- b. 數據產品：利用悠遊卡大數據資料，協助政府機關及民間企業完成交通、市民卡、ESG 減碳分析等。並可針對特約商店提供經營概況、消費群體、競業分析等，協助提升營業額並強化特約商店營運能力。

4. 跨境應用-琉球開通使用悠遊卡：

111 年起沖繩當地已開始使用悠遊卡消費，為積極推廣當地商家接受悠遊卡於當地消費，多次前往沖繩宣傳及招商，獲得台日媒體高度關注，有機會於 112 年第一季推廣到日本本土。

二、112 年度營業計劃概要

(一)、經營方針及重要產銷政策

1. 展望 112 年度，悠遊卡將以完備支付點的覆蓋率及跨境支付場景的擴充。
2. 藉服務提升各年齡層的使用黏著度並完善學生、敬老族群、一般消費族群

的服務需求。

3. 成為民眾安心的支付系統，以不同產品滿足客戶的付款，讓民眾使用安心。
4. 友善、永續經營的開放式平台，成為市場、各式服務提供商、環境永續的好夥伴等四項經營策略為重心，其擬定之各項發展策略如下：

1. 卡付收單策略

(1) 通路佈點策略及卡付整合行銷：

- a. 大型連鎖通路維持聲量鞏固交易。
- b. 卡付合一通路優化卡付行銷回饋。
- c. 中型及新通路提升實際交易量。
- d. 大型運輸通路維持通勤族群消費動能。

(2) 確保利潤平衡發展：

- a. 金融產品跨售。
- b. 國內外小額匯兌。
- c. O to O 服務導流。
- d. B to B 金流解決方案。
- e. 支付業務持續優化。

(3) 特約商店經營管理功能提升：

建立特約商店維護部門，並提供店家管理、市場調研、關係維護、B to B 即時服務、專業分工、提升交易等六大功能。

(二)、悠遊卡與悠遊付產品發展

(1) 電支強化平台功能：

a. 加強數位金融服務。b. 加強會員深度服務。c. 加強店鋪互動管理。

(2) 儲值卡導入場景運用：

a. 強化交通應用領域。b. 強化卡片商業應用。

(3) 二代卡導入場景運用：

結合穿戴式裝置、讓使用場景更廣泛。

(4) 虛實整合 無現生活更進一步：

結合實體及數位市民卡，發展 a. 虛實整合、b. 在地生活、c. 無現金支付、d. 碳足跡、e. 社會福利發放、f. 市政服務等六大功能。

(三)、產品及應用服務新發展

(1) 附隨卡：

悠遊付商品+附隨卡，將有以下二大發展

- a. 擴增通路場域：除悠遊付現有場域使用外，將增加信用卡場域使用，進入信用卡消費市場。
- b. 深入金融夥伴合作：拓展雙方客群、共享客戶資訊、開發更多業務契機。

(2) 跨境應用：

- a. 琉球觀光地點佈點：針對臺灣旅客常去據點積極佈點。
- b. 日本其他地區拓展。

c.日本連鎖通路佈點：開發雲端 SAM 卡與日本連鎖超商對接。

(四)、平台生態圈

(1) 親子關係：

- a.建立家庭成員關係。
- b.交通費/零用錢打錢。
- c.控管家庭開支。
- d.親子延伸應用。

(2) 哩程經濟：

- a.紮根線下生活圈。
- b.透過減碳活動建立黏著度。
- c.從線下帶動線上內容服務的需求。

(3) 電子商務：

- a.分類分群深入耕耘。
- b.變化不同型態符合市場需求。
- c.建立風控監管機制，確保交易安全。

(4) 生活繳費：

- a.建立自動扣繳。
- b.擴張繳費範圍。
- c.將繳費數據延伸於商業發展。

(五)、深化會員經營

(1) 線上平台：

- a.客群區隔：區分親子專區、旅遊專區、生活稅費、金融商品、交通服務等不同客群專屬商品。
- b.喜好追蹤：針對不同時間、場景做專屬溝通方式及訊息溝通。

(2) 實體商店：

針對高頻次低客單及高客單低頻次等兩種客群，發展專屬會員經營模式。

(3) 結合金融商品整合行銷：

針對客戶需求，以數據分析及精準導客方式，協助會員累積投資財富。

(六)、Martech 系統建立

藉由行銷客群的探索與溝通，發展行銷成效優化與再行銷。預計達成目標如下：

(1)短期目標：a.提升客群探索正確性與時效。b.建立回應收集資料庫與效率。c.系統化管理行銷案件與成效。d.實現多波段即時性行銷操作。

(2)長期目標：a.實現精準行銷與再行銷。b.最適化行銷接觸體驗。c.行銷資訊循環再利用。

(七)、數據產品持續推出

(1)落實公司治理 ESG 減碳服務：ESG 產品優化，增加 BSI 查核認證及產品規格化。

(2)交通數據分析服務：

以交通數據及消費數據為核心，針對生活軌跡及消費偏好等個人化標籤，產出分析報告及整合數據。與縣市政府或數據、學術及特店合作，提供區域分析、縣市民卡分析、特店分析等服務。

(八)、預期銷售數量及其依據

本公司 112 年各項業務目標仍持續成長，預期將維持電支市占規模第一，說明如下：

- 1.現有悠遊卡特約機構將陸續增加悠遊付支付，並快速增加連鎖商家及大型百貨支付點，預計可大幅提升悠遊卡/付商家家數及使用，清分交易量持續擴增。
- 2.疫情過後，捷運及公車等大眾運輸已陸續回到疫情前交易，悠遊卡交易將較 111 年提升。加上悠遊付交易額仍維持年年成長，整體交易金額仍為電支市場交易量第一名。
- 3.隨著國門大開，日本旅遊為國人首選，112 年將是跨境業務特約商店及交易量大幅起飛的一年。
- 4.同時政府亦鼓勵國外觀光客來台旅遊，觀光客進國門後所購買之悠遊卡數量亦將顯著提升，加上新 Super 悠遊卡對政府及學校的推廣，卡片銷售量可望再創新高。

三、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

截至現今，疫情影響已接近尾聲，交通運量將會陸續回到疫情前，但因電子支付已呈現百花爭鳴，交通場域亦有多元支付業者加入瓜分大餅，零售場域強勢通路品牌(如全盈及全支付)也已加入競爭戰場，未來將如何提升與其他電子支付業者之競爭優勢將更具挑戰；另通貨膨脹亦造成物價上漲及晶片缺貨、未來如何控管卡片生產成本及穩定供貨來源亦為本公司營運重點之一。本公司公發及興櫃後，因應主管機關要求，內控制度更趨嚴謹，管理成本隨之提高，透過更高度監理，有望提升投資人及電支使用者對本公司信賴度。

因應電支、電票兩法合一後，主管機關大幅放寬電子支付業經營業務項目，未來公司經營趨勢將朝向擴大規模與異業深度合作、深入零售及金融商機發展，本公司將積極持續拓展其他業務發展商機，以提升本公司股東之股東權益。

展望 112 年，本公司仍將開啟嶄新及多元發展層面，全力推動業務持續成長，建立及強化數據分析及核心系統整合建置，提供安全、創新、便利的全方位多元化一卡一付整合服務。提升企業競爭力來面對各項挑戰，追求業績與利潤的穩定成長。

敬 祝

安 康

董 事 長：陳 亭 如



總 經 理：邱 昱 凱



