

  
悠遊卡股份有限公司  
營業報告書

悠遊卡公司自 89 年成立至今已屆 24 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 1.5 億張悠遊卡，流通卡量超過 1.1 億張，全國平均每人有四張悠遊卡，日交易筆數達 800 萬筆，日代理收付金額超過 1.86 億元。

目前無現金支付環境，在疫情推波助瀾下，電子支付交易持續增長。著眼於市場逐漸擴大，各大零售通路紛紛推出自有支付並結合會員機制，搶進電子支付場域。面對多元支付市場日益競爭的挑戰，本公司強化鞏固交通支付之本業，秉持一貫公眾服務的宗旨及在公眾領域長期累積的技術優勢，配合各級政府政策推出各種功能及服務，持續深耕悠遊卡市場，在支付市場開創具備悠遊卡特色之一卡一付支付服務。

112 年營收在疫情走緩，交通及零售業務均逐漸回溫，相較於 111 年各項業務均大幅度成長，交通類交易較去年同期成長約 23%，消費類交易亦成長達 20%，規模市佔維持電子支付市場第一名。在公司發揮交通主場優勢，積極建立屬於自己的支付生態圈，強化小額支付與交通應用間的關聯性，為支付市場少數仍維持正獲利之電子支付公司。茲就 112 年度營業結果及 113 年度營業計畫概要，向各位股東報告如下：

## 一、 112 年度營業結果報告

### (一)、 112 年度營業計畫實施成果

112 年度在全體同仁的齊心努力下，全年營業收入達 19.27 億元，稅後淨利為 2.01 億元。就「儲值卡」及「電子支付」之業務，說明 112 年度營運概況如下：

#### 1. 儲值卡

單位：仟卡、仟筆、仟元

項目	112年度	111年度	增加數	成長率
流通卡數	110,973	99,912	11,061	11%
交易卡數	23,914	19,285	4,629	24%
交易筆數	2,686,883	2,227,302	459,581	21%
交易金額	60,138,102	51,858,767	8,279,335	16%

#### 2. 電子支付

單位：仟人、仟筆、仟元

項目	112年度	111年度	增加數	成長率
使用者人數	2,711	2,053	658	32%
總交易筆數	38,390	19,088	19,302	101%
代理收付金額	8,245,973	4,506,776	3,739,197	83%
儲值金額	12,130,762	6,155,615	5,975,147	97%

(二)、預算執行情形

本公司未公開 112 年度財務預測，故無預算執行情形。

(三)、112 年報財務收支及獲利能力分析

1. 財務收支

單位：仟元

項目	112年度	111年度	增(減) 金額	增(減) %
營業收入	1,927,952	1,656,302	271,650	16%
營業毛利	1,036,180	833,416	202,764	24%
營業費用	919,860	803,792	116,068	14%
營業淨利	244,602	70,603	173,999	246%
本期淨利	201,205	60,323	140,882	233%

2. 獲利能力分析

項目	112年度	111年度
資產報酬率(%)	1.42	0.47
股東權益報酬率(%)	18.98	6.15
營業利益佔實收資本比率(%)	34.94	10.09
稅前純益佔實收資本比率(%)	35.13	10.29
純益率(%)	10.44	3.64
稅後每股盈餘(虧損)(元)(註)	2.87	0.86

註：係以流通在外加權平均股數計算。

(四)、研究發展狀況：

1. 協助推動全台公共運輸定期票：

本公司提供公共運輸定期票之價金保管、協助發行及核銷等相關服務，定期票自 112 年 6 月開始販售以來，共計在 16 個縣市發行 20 種定期票，累積銷售已超過 334 萬張。

2. 建構悠遊卡多元兌換平台，照顧經濟弱勢孩童：

本公司與雲林及臺中等縣市政府合作，打造多元兌換平台，讓學生可憑數位學生證悠遊卡至超商超市兌換餐點，即時提供師長知悉學童領餐情形，協助師長關懷學童，並簡化核銷作業，節省紙本餐券與人力成本，成為節能與智慧的兌餐平台。

3. 推出交通旅程碳足跡數據服務：

為協助國內上市櫃企業接軌 ESG 與淨零碳排等永續發展規範，本公司建構交通大數據、碳排放統計模型，是全球第一個通過英國標準協會(BSI)查核的儲值卡碳盤查系統，協助企業盤點員工通勤碳排樣態，作為 ESG 績效指標評估與改善策略，落實綠能減碳與企業永續發展。

4. 產品及應用服務新發展：

(1) 持續發行收藏性造型卡：發行「巨大版悠遊卡」、「樂天女孩髮香包



悠遊卡」、「北一女綠制服造型悠遊卡」等商品，引發全台民眾的搶購熱潮，形成新聞熱議話題，除為本公司提升品牌形象，造型悠遊卡的銷售成功也為本公司挹注相當的營收及利潤。

(2) 擴大發行超級悠遊卡：超級悠遊卡無單筆消費金額限制，尚有隨時隨地可在手機悠遊付 APP 加值的便利性，為重點推廣的產品。本公司陸續與各縣市政府洽談市民卡、社福卡與數位學生證以超級悠遊卡規格發行；並依據超級悠遊卡使用場域或特性，開發適合的商品，例如：與鑰匙結合的迷你卡、開車族適用的伸縮棒、手機支架等，吸引消費者購買。

(3) 悠遊付擴大金融合作及服務：持續與各項金融商品服務合作，提供會員在悠遊付 APP 即可購買保險、基金，並與銀行合作導客滿足會員一站式完整金融服務。與國泰投信合作基金申購服務，奠定悠遊付會員從「花錢」到「存錢」的下一個支付里程碑。

#### 5. 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。112 年新增 54,797 個支付點，新增線上電商 19 家，卡/付交易金額達 683 億元，為市場上電支業者交易金額第一名。

#### 6. 客群經營、多元客群：

持續深入與客群溝通，將悠遊卡持卡人轉化為悠遊付會員，帶動會員數並提升卡/付使用黏著度。同時，搭配政府重大政策推動各種優惠，針對社福、通勤族群使用者，進行精準行銷及客製化溝通，提升各客群行銷成效。

(1) 協助發放重陽敬老禮金：設籍於臺北市 51 萬名 65 歲以上長者，112 年可選擇以敬老卡領取 1,500 元重陽敬老禮金，總計共有 37 萬名長者完成敬老卡領取重陽敬老禮金，佔所有符合資格之長者達 73%，顯見以敬老卡領取敬老禮金深受長者歡迎。

(2) 全台定期票優惠：為鼓勵民眾善用悠遊付購票，針對新會員、既有會員提供以悠遊付購買定期票送現金回饋券、抽半年份定期票、大禮包回饋券等，將持卡人轉化為悠遊付會員，並提升既有會員黏著度。

(3) 協助推動內湖科學園區減碳計畫：自 112 年第四季起，配合臺北市政府公共運輸處推出悠遊付會員減碳活動，鼓勵內湖科學園區內企業員工善用園區的大眾交通運輸工具以降低碳排放。

## 二、113 年度營業計畫概要

### (一)、經營方針及重要產銷政策

目前悠遊卡每年使用卡數約 2,400 萬張，每月使用卡數約為 1,100 萬張，擁有全台 8 成以上的交通數據，再加上悠遊卡及悠遊付的消費數據，為發揮數

據力及善用支付數據，提升商業機會及行銷效益，再造數據賦能及機會商機，讓「支付不只是支付」為 113 年度經營發展方針。就經營方針所展開之各重點工作，依「產品發展面」、「業務推廣面」及「服務提升面」三個面向說明如下：

## 1. 產品發展面

### (1) 悠遊卡產品發展及應用

- A. 發展行動悠遊卡：行動穿戴裝置(手錶或手環)支援超級悠遊卡、電信悠遊卡提供線上充值與購買定期票。
- B. 建立更多超級悠遊卡使用場景：提供 APP 充值機線上領取回饋機制、整合縣市局處需求，規劃縣市民卡新應用、敬老愛心點數擴大應用。

### (2) 悠遊付市場經營及會員服務

- A. 加入跨機構共用平台，提供 TWQR 購物共用碼。
- B. 建立交通生態圈，發揮捷運主場優勢。
- C. 開發悠遊付 SDK，嘗試嵌入式支付金融科技。
- D. 建置生活繳費與捐款平台，建立自動扣繳機制。
- E. 提升自動充值使用，持續擴大使用人數及交易頻次。
- F. 優化使用流程設計、特店 APP 的卡付帳務整合。

### (3) 產品及服務新應用

- A. 附隨電支帳戶儲值卡：擴增通路場域，進入信用卡消費市場；深化金融夥伴合作，拓展雙方客群、共享客戶資訊、開發更多業務契機。
- B. 跨境支付：因應疫情後國外旅遊快速復甦，積極拓展日本、韓國跨境旅客付款服務。
- C. 紅利積點整合及折抵交易款項：攜手點數發行機構，提供使用者數位整合紅利點數、兌換儲值金及折抵交易等業務，活化點數運用流通與可用性。

## 2. 業務推廣面

### (1) 支付點拓展

- A. 交通應用：持續擴建 YouBike 站點及區域中小型計程車隊，規劃與國道客運業者合作國道定期票功能，及在桃園、台中捷運導入悠遊付 QR 支付。
- B. 生活消費：以卡帶付建構更完整的生態圈，線下場域著重在北北基桃、台中、台南人流、捷運熱點及校園場域，鎖定停車場、超市量販、餐廳速食、冰品飲料、百貨相關、藥妝藥局等六大品類來拓展；線上場域鎖定線上餐飲平台、線上商城，停車繳費等應用，延攬年輕客群加入使用。

### (2) 商品卡推廣

- A. 企業卡：持續向縣市政府推廣超級悠遊卡；深化縣市合作，提升



服務品質；爭取結合企業 ESG 計畫導入識別證。

B. 商品卡：開發動漫/藝術/食玩/時尚流行等新主題商品；第三方創意合作靈活創新，打造商品亮點；跨界聯名，知名品牌/潮牌強強聯手，帶動話題旋風。

### (3) 深化會員經營

#### A. 提升廣度及深度：

- a. 交通主場：定位悠遊卡/付為交通周遭場域支付指定品牌，鎖定捷運周邊、共享運具、停車場等場域，加強卡/付的消費點佈局與行銷策略。
- b. 客群年輕化：擴大 18~25 歲年輕客群，鎖定校園場域學生族群，拓展年輕族群喜歡的場域。
- c. 差異化功能及服務：APP 加值機、發票載具綁定、LBS 導流等。

#### B. 強化一卡一付：

- a. 政策配合：積極配合創造雙贏，鎖定樂活銀髮、孕婦及觀光等商機。
- b. 連鎖通路：配合傳統節慶檔期、行銷造節，延續悠遊卡/付能見度，維持交易慣性。
- c. 場景行銷：通勤消費遊戲化，發揮交通主場優勢，與交通場域之重點品牌合作，建立站點生活圈。
- d. 亮點行銷：推廣 APP 差異化功能服務，建立差異化工具獎勵回饋，進行 VIP 及存戶經營計畫。

### (4) 數據應用服務

A. 運用 MarTech 平台與會員 Dashboard：結合外部 AI 數據公司合作建模，進行交易、會員及活動多維度分析，實現精準行銷與再行銷、最適化行銷接觸體驗及行銷資訊循環再利用。

B. 支付數據與通路應用：以數據合作替代封閉競爭，以支付數據協助數位轉型，進行會員圖鑑分級分群管理，行銷推薦增強會員價值，並協助店家進行用戶導流及商品推薦，數據跨界行銷合作。

C. 持續推動 ESG 減碳服務：結合政府及企業力量，提供獎勵誘因，鼓勵員工通勤利用公共運具，協助政府構建完整交通路網及運作效率，協助企業於年度 ESG 報告中揭露員工通勤碳排放統計及相關措施，以科學化的數據，爭取國際認同，提升企業形象。

D. 交通分析服務：開發定期票分析報表，獨立承接政府分析案件；與第三方交通數據公司合作爭取政府標案。

## 3. 服務提升面

(1) 優化特約商店及使用者之客戶服務流程，提升整體客服滿意度。

(2) 提升組織運作效率、加強資訊安全及風險管理。

## (二)、預計營業數量及其依據

本公司 113 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. 擁有全台 8 成、北部 9 成以上的交通數據，交通應用服務持續領先。
2. 有卡有付，會員年齡從 7 歲到百歲，全會員年齡涵蓋率最廣。
3. 悠遊卡交易市占達 78%，悠遊付交易市占達 5%，整體電子支付交易市占達 29%，數位支付市場普及率最高。
4. 全台公共運輸定期票、疫後國外觀光客來台、ESG 推廣公共運輸等政策服務，將讓悠遊卡交易與卡片銷量再創新高，發揮一卡一付服務策略，提供會員支付使用便利性。
5. 運用 MarTech 平台與會員 Dashboard，結合數據及 AI 科技應用，找出市場運作優勢，挖掘市場機會。

## 三、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

在外部競爭環境上，電子支付市場已是百家爭鳴的狀況，在零售場域有強勢通路品牌加入競爭戰場大打通路戰、以點數回饋衝刺交易金額，在交通場域亦開放多元支付瓜分大餅，未來市場將會有很大的轉變，面對這個難以抗拒的趨勢，本公司重視的仍是悠遊卡的千萬會員，我們不是通路支付，我們的 DNA 就是交通票卡起家的悠遊卡，我們將找回政策服務與公益的初心，立足在其他競爭者沒辦法和悠遊卡爭搶的市場，進行「以卡帶付、以付強化卡」的發展策略，滿足悠遊卡千萬會員的需求，面對其他電子支付業者的競爭與挑戰。

在法規環境上，因應主管機關公告施行之電子支付機構管理條例及相關授權子法，大幅放寬電子支付經營業務項目，本公司將視市場需求擴大經營業務項目，在符合法令的範圍下，向主管機關申請許可或取得備查相關新業務，提供使用者更豐富更方便的支付服務。

展望 113 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，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

各位股東身體健康，萬事如意！

董 事 長：林 志 盈



總 經 理：李 志 仁



會 計 主 管：黃 祥 珍

