

109年度營業報告書

在黑天鵝-冠狀肺炎肆虐全球的壟罩下，時代雜誌形容2020年是最糟糕的一年，然而我國全民防疫有成，生產、製造、消費活動仍得以維持活力，使得全年GDP成長率達3.11%，傲視全球主要已開發國家。檢視後疫情時代，國內的消費需求提高，區域性發展尤勝全球化，新衍生的「零接觸」風潮，更重塑民眾的消費方式與日常生活，帶動新一波業態的發展，同時也加速了智慧生活型態的演進。線上通路持續的發展，實體接觸減少，在在都提供了電子支付業者新的發展機會。

基於市場的快速成長，以及全體同仁的努力下，109年12月愛金卡公司在電子票證支付額市占率為15.60%，較前一年同期的14.96%持續提高；在電票電支整合後，結合剛剛起步的電子支付業務，合併計算的支付額市占率已達9.49%，對未來的發展，已奠定穩固的基礎。整體而言，在109年，公司的主要經營成果有：

- 一、全年營收4.64億元，較去年3.95億元，成長17.37%。淨利1,469萬元，較去年1,288萬元，成長14.05%。
- 二、全年icash持卡交易金額139.48億元，ICP支付金額7.42億元，分別較去年133.92億元、1.00億元成長5.56億元與6.42億元。合併支付金額成長11.98億元，達8.88%。
- 三、本年新增發卡量172.8萬張，總流通卡數達2,290.6萬張。主要有與兆豐、台新、玉山三家銀行，聯名發行新卡；更有5家企業，採購1萬張以上的企業客製卡；透過造型卡開發與設計，不僅有效增加發卡量，同時也提高了持卡人的品牌好感度與忠誠度，更能創造市場話題，增進品牌聲量。
- 四、icash Pay註冊人數，從108年年底的167,848人，成長到今年底的527,357人，增加359,509人。
- 五、特約機構開發的部分，電票特約機構完成2,131家業者合約，共上線6,611場/站/店，主要有101文具、金玉堂文具、珍煮丹、50嵐、萊爾富、中華i郵箱、喜憨兒烘焙坊、烏弄茶飲、城市車旅、美麗華百貨、老爺酒店、何嘉仁書局、台中捷運、德恩堂眼鏡、京站等。電支特約機構

完成23家業者合約，共上線24,261場/站/店，主要的業者有高雄夢時代購物中心、聖德科斯、台北時代百貨、統一佳佳、悠旅、統一多拿滋、康是美、統一精工、台灣大車隊、岳洋停車場、竑穗停車場、嘟嘟房、大都會客運、豐原客運等。

- 六、組織與資源重整，成立電子支付業務部，規劃新業務與服務，優化APP體驗與價值，持續創新精進。
- 七、開發獨立icash Pay APP，規劃更多樣化的線上服務，提升使用者體驗，共計完成8家銀行帳戶連結合作，同時也完成首家銀行信用卡綁定合作。開放未成年使用者註冊，並配合政府，完成振興經濟方案的各系統開發。
- 八、結合最優質場域7-ELEVEN，舉辦立折活動，拉升全年度支付金額，帶動成長。

「電子支付機構管理條例」在109年12月25日經立法院三讀通過後，不僅合併電子支付與電子票證，更大幅度的擴大了業務範圍。在政府「電子化支付五年倍增計畫」之後，持續提出2023年非現金交易筆數要較2020年成長5成，支付額達6兆元的政策目標強力做多下，使得電子支付使用人數在109年年底來到1,177萬人，在政府與企業的共同努力，朝著發展數位經濟與推動普惠金融的方向推動，公司將擴大資源的投入，未來的經營重點有：

- 一、電子支付事業尚屬嶄新業態，政府持續開放各項新業務，每一項業務都具高度的專業性，必須不斷地延攬人才，創造組織新價值。
- 二、全新的業務發展，在初始階段，增加行銷預算，強化市場投放力道，全力拉抬使用人數與支付金額，提高市佔率，追求短中長期的經營成效。
- 三、持續結合OPEN POINT點數平台，建立系統連結，更快速有效提供特約機構有力的顧客消費價值，發展生活圈，促進全特約商店的經營綜效。
- 四、在我方主力7-ELEVEN場域經營再深化、再提升營收佔比。與集團內所有優質場域的合作，是奠定愛金卡公司成功與發展的最佳基石。
- 五、提供更豐富的APP功能、服務與體驗，發展新普惠金融業務，更深入消費者生活中心，同時也開創新的營收成長曲線。
- 六、結合周邊業者資源，與經銷商合作，進駐在地型優質商圈特店，深入消費者常民生活。

電子票證已發展十餘年，雖然建立起一個世代的消費與支付形態，卻在新金融科技的發展下，迎來了更新世代的電子支付，而此更新世代的樣貌正仰賴我們來勾勒、規劃、建置與推動，只有與之並肩疾行，方有機會親自體驗一路行來的未來。

董事長

黃瑞典

總經理

梁至謙