

2021年度營業報告書

新冠疫情在病毒不斷變種之下揮之不去、全球供應鏈斷鏈之勢不曾稍解、台灣電力短缺疑雲未歇.....，這些因素伴隨著我們帶來不安定的一年；但在加密貨幣發展多年後，元宇宙概念崛起，似乎又帶來虛擬世界充滿期待的未來，世界的腳步就在憂喜參半的氛圍下，穩定地步步前行。

2021年在政府、產業、國人共同的努力下，經濟成長率、投資與消費的各種面向，都創造了極好的成績，6.26%的經濟成長率為11年來最高，GDP更首次超過30,000美元，這展現出堅強的韌性。2020年12月25日三讀通過的電子支付機構管理條例修正案，在2021年7月1日正式上路，迎來全新風貌的新電子支付時代，國人使用電子支付的人數更已突破1,500萬人，未來的電子支付產業發展，將在此優異的基礎上，更具魅力。

2020年12月愛金卡公司佔主要業者支付額(包括電子支付與儲值卡) 9.49%的市佔率，在市場的快速成長下，到2021年同期已成長到10.53%，這都是全體同仁努力的成果。整體而言，2021年公司的主要經營成果有：

- 一、全年營收7.16億元，較去年4.64億元，成長54.35%。淨損1.10億元，較去年淨利0.14億元，多虧損1.25億元。
- 二、全年icash持卡交易金額132.57億元，ICP支付金額34.81億元，分別較去年139.48億元、7.42億元下滑6.91億元與成長27.39億元。合併支付金額成長20.48億元，達14.02%。
- 三、本年新增發卡量181.2萬張，總流通卡數達2,471.8萬卡。主要有與華南、國泰、中信、元大、富邦五家銀行，聯名發行新卡；更有6家企業，採購5,000張以上的企業客製卡；同時經由肖像授權與品牌合作，發行多款造型卡，廣受消費者喜愛，造型卡的銷售佔比持續攀高，不僅有效增加發卡量，同時也提高營收與業績貢獻。
- 四、icash Pay註冊人數，從2020年年底的527,357人，成長到今年底的748,211人，增加220,854人。
- 五、特約機構開發的部分，儲值卡特約機構完成1,546家業者合約，共上線3,992場/站/店，主要有大魯閣運動休閒、美麗華百貨、台中捷運、拉亞漢堡、珍煮丹、50嵐、小北百貨、以及透過推廣機構協助的各類型小商店/連鎖加盟店。在電支業務

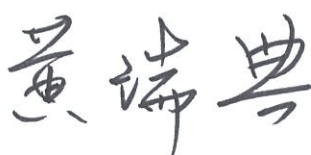
的發展上，參與政府共用乘車碼系統規格的制定，第一階段順利導入高雄地區所有客運業者；完成小商家線上合約系統，以及完成icash Pay線上支付系統規格開發，進一步導入統一超商線上賣貨便平台、91APP與博客來，同時也陸續導入統一超商Open Point APP諸多線上消費功能的支付服務；完成台新one碼平台系統串接，開始導入其簽約特店。總計429家業者，2,773支付店/點數成為icash Pay電支特約機構。

- 六、icash Pay新增5家銀行帳戶連結合作，以及2家信用卡直接系統串接綁定，開發包括信用貸款、線上保險、繳交停車費、水費、電子發票中獎儲入、支持政府振興5倍券等功能服務。
- 七、首次舉辦大型場域聯合回饋活動，超值星期天活動在市場上贏得顧客的心，有效帶動支付金額的成長，並獲得第四屆網路口碑之星年度大獎數位支付產業策略卓越獎。

政府政策的主導，產業環境優質的成長，消費者使用電子支付將日趨普及，根據東方線上消費者行銷資料庫的資料顯示，國人每週使用2次以上行動支付的重度使用者比率，從2017年5%，快速提高到2021年44%，對未來愛金卡公司的經營重點有：

- 一、開發多元的線上與線下特約機構，結合周邊業者資源與經銷商合作，成為數位支付使用者的日常，奠定長期發展的基礎。
- 二、提供豐富的APP功能，整合生活支付，提高生活繳/稅費及固定服務需求，加深icash Pay支付場景。
- 三、發展新普惠金融業務，深入消費者生活中心，建立icash Pay最好Pay的品牌印象。
- 四、持續結合統一超商OPEN會員，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
- 五、延續開發話題性門市卡，爭取指標合作案，凸顯icash卡片獨特性，創造顧客擁有欲望，提高客單與利潤。

資策會資料顯示，每日使用電子支付的用戶，從前年的0.8%成長到去年的4.3%，雖然增加超過4倍，然而消費是日常，這其實顯示還有很大的空間等待著我們去開拓，對於未來，我們充滿期待，同時也將繼續致力於實現我們的期待。

董事長 

總經理 