



一卡通票證公司
iPASS CORPORATION

105 年度營業報告書

-
- 總公司
高雄市前鎮區中安路 1 號 4 樓 | (07)791-2000
 - 台北服務中心
台北市信義區忠孝東路五段 6 號（市府轉運站 1 樓） | (02)2722-6872
 - 台中服務中心
台中市東區新民街 88 號（台中轉運站內） | (04)2225-9820

105 年度我們在通路據點、票卡發行量、銀行聯名合作、交易使用量及品牌形象等，已逐步拉進與兩家先行同業的距離。106 年度起同業間競爭、通路談判及各式行動支付、數位金融支付的出現將更為激烈，因此往行動裝置及網路、數據的整合性發展，應為建立差異化不可避免之趨勢，面對電子票證同業、代收付業者、大型電商、電信公司、社群媒體及各家銀行均競相投入電子支付及數位金融產業，各項先進及專利技術的蓬勃發展，技術的選擇與投入均存有高度風險，須有效進用與培養技術、風控等領域的專業人力，且如何兼具便利與安全，與各領域領導品牌的合作、使用習慣的建立，以及在法令上的溝通、爭取與適應亦是重點。整體而言國內電子支付產業尚處於起步的摸索期，能順利整合品牌、資源、技術、法令、行銷及商業模式，提出符合使用者需求的服務者始能存在。公司成立逾三年時間內，在董事會的領導與同仁努力下電子票證已有初步成果，106 年度必須是我們奮力進入行動支付浪潮的關鍵年度。

一、105 年度營業報告

（一）營運狀況

105 年度票卡發行數量為 3,391,063 張，累計發卡總數達 11,439,034 張，平均每日交易筆數由 104 年約 44 萬筆/日提升至 66 萬筆/日，儲值總餘額達到 6.6 億元。

（二）小額消費通路擴展

截至 105 年底，包含四大超商、全聯福利中心、中油加油站、迷克夏茶飲連鎖等全國性通路，及高雄新堀江商圈、台南市公有市場、宜蘭羅東夜市等地區商圈在內，累計已開通 257 個小額消費通路，共計於 14,311 個門市

/櫃位提供服務。另外，持續與連鎖性之百貨、商城、藥妝、餐飲、咖啡、茶飲、文具、加油站、戲院等通路洽商，戮力提供持卡人更便利的使用範圍。

（三）交通/規費/醫療通路擴展

在交通通路方面，延續完成北高捷運、公車、客運、台鐵、公共腳踏車系統及渡輪等大眾運輸運具整合之基礎，105 年度配合臺北捷運多卡通建置，完成全閘門開放一卡通扣款服務，並於各站內「單程票增值機」同步開放增值服務，亦完成臺鐵環島路網各幹線及支線全車站整合，讓持卡人享受大眾運輸無縫支付服務。此外，持續與各地客運業者共同發行學生認同折扣卡，爭取通學族群使用，扎根使用習慣。另為服務私有運具使用族群，除積極推展停車場業務，增加停車場使用據點外，並逐步加入加油站支付服務，提昇票卡使用便利性。

在政府規費/稅捐/代收、觀光景點與醫療院所支付服務上，新增包含台南市立醫院、高雄市政府、屏東縣政府、澎湖縣政府、中央健康保險署高屏業務組、國立故宮博物院等。

（四）聯名信用卡發行

105 年新增元大、台北富邦、華南、兆豐、玉山、陽信等 6 家聯名信用卡合作銀行，一卡通聯名信用卡合作銀行增加為 17 家，截至 105 年底，一卡通聯名信用卡總計發行達 172 萬張，後續將再持續增加合作銀行，提供民眾多樣選擇。

為提供持卡人多樣化服務，於 105 年與聯邦、國泰世華、中信合作發行一卡通聯名 Debit 卡，截至 105 年底，一卡通聯名 Debit 卡總計發行達 35,553 張。

(五) 公部門票卡發行

與高雄市、屏東縣、台南市、嘉義縣、彰化縣、台中市、苗栗縣、南投縣、台東縣、澎湖縣、宜蘭縣等合作發行社福卡，期能透過提供在地的服務應用，強化在各縣市的使用深度。其中，與台南市、桃園市、台東縣及澎湖縣等合作發行縣市民卡，更深入參與縣市府系統整合應用。

在數位學生證推廣上，配合北捷開通，合作學校逐步自南部地區擴及至中北部地區，105 學年度數位學生證共計發行約 12 萬張。

(六) 財務收支

本公司 105 年度營業收入 366,493 千元，營業成本 214,410 千元，營業費用 169,797 千元，營業外收入及支出 8,694 千元，105 年度稅前淨損 9,020 千元。

二、106 年度事業計畫

105 年度在各業務單位同仁的努力下陸續達成年度目標，回顧本年度重點工作，包括 7 月份台北捷運全閘門開放使用、與銀行端刷卡機進行併機作業進入百貨體系小額消費通路、發行中臺灣好玩卡、與國際大廠 Garmin 合作推出 vivo smart HR 行動支付・心率手環一卡通、和台北雀客旅館合作推出房卡一卡通、爭取獨家發行 2016 五月天 Just Rock It 年

底台北巨蛋演唱會版本一卡通、亞洲鋼鐵論壇門票結合一卡通及手機 App 驗票管理、與中國信託及社群軟體 LINE Pay 合作發行聯名卡等項目。

106 年度執行策略包含「延續既定產業市場」、「積極爭取及擴大電子票證服務範疇」、「持續產業創新應用」、「切入觀光旅遊市場」等重點，於通路上進入高鐵、桃園捷運與各停車場，持續擴展小額通路及銀行等異業合作，結合智慧手機與穿戴裝置之行動支付，發展下一代晶片之加值應用，並將邁入電子支付服務，於公共運輸、線下實體通路、銀行體系及縣市政府緊密合作之電子票證基礎，發展虛實整合支付與身分識別之會員管理架構，期望順利渡過國內電子支付產業起步的摸索與考驗，有效整合出符合使用者需求的服務。公司全體同仁將戮力達成 106 年度各項經營目標，並朝成為市場上最好用的非現金支付工具之願景邁進。