

悠遊卡股份有限公司

100 年度營業報告書

100 年度營業報告

一、悠遊卡發卡與使用現況

- (一)100 年度總發卡數約 576.1 萬卡，較 99 年度總發卡數 538.8 萬卡，成長 7%。
- (二)100 年度平均日交易筆數約 410 萬筆，較 99 年度平均日交易筆數 359 萬筆，成長 14.21%。
- (三)100 年度平均日交易金額約 8,757 萬元，較 99 年度平均日交易金額 6,768 萬元，成長 29.39%。

二、悠遊卡應用拓展情形

- (一)配合交通部推動多卡通政策，100 年 6 月悠遊卡使用範圍擴展至中彰投等縣市公路客運，新增簽約家數共計 63 家，其中第一類 51 家，較重要業者如台灣高鐵、台中客運、慈濟醫院等；第二類 12 家，較知名業者如丹堤咖啡、101 百貨、大江購物中心等，較 99 年簽約 58 家（第一類 31 家，第二類 27 家），增加 8.6%。
- (二)悠遊卡使用於台中市區公車交易自 100 年 6 月上線以來，至 101 年 1 月每月之交易筆數已達 1,868,542 筆，佔全部 4,497,177 筆交易 41.55%。悠遊卡於台鐵使用範圍則由原先基隆至中壢區段擴及福隆至新竹，統計今年 1~2 月每日交易筆數已達 160,829 筆，較去年同期平均每日 126,121 筆，增加幅度達 27.52%。

三、悠遊卡商品銷售狀況

100 年度悠遊卡商品之整體銷售金額共 2.07 億，目標達成率達 112%，除持續提升獲利外，更達成以下目標：

- (一)商品多元發展：首次取得授權發行「原子小金剛商品」及「故宮翠玉白菜商品」、書法名家董陽孜親筆「龍年悠遊卡」、觀光客層為主的「台灣意象商品」。
- (二)向南擴展市場：新增多所中南部院校教職員證、學生證及企業訂製卡訂單。
- (三)企業訂製卡造型化：如台積電、力成科技、捷運局、台鐵等造型商品。

四、悠遊聯名卡發卡與促動成效

- (一)100 年度新增發卡量 135 萬張，較 99 年度新增發卡總數約 90 萬張，成長 50%，創單一年度發卡量新高。
- (二)本公司於 100 年度會同合作銀行舉辦多檔促動計畫，帶動聯名卡自動加值大幅成長。就動用卡數而言，至 99 年底動用卡數為 92 萬張，佔總發卡數之 24%；至 100 年底動用卡數為 149 萬張，佔總發卡數之 27%；就使用情形而言，99 年度自動加值金額為 26 億，100 年度自動加值總金額為 52 億元，成長幅度達 100%。

五、重大專案或活動

- (一)高鐵自由席開放悠遊聯名卡付費

為服務 500 萬悠遊聯名卡持卡人，自 100 年 12 月 15 日起，持聯名卡即可在高鐵閘門感應直接搭乘自由座，省卻排隊購票時間。統計上線營運至 101 年 2 月底止，共計 77,155 筆聯名卡搭乘交易，扣除農曆春節 9 天高鐵無提供自由座服務外，實際營運共計 68 天，平均每日交易筆數 1,135 筆。

(二)積極舉辦公益活動

1.舉辦悠遊卡公益特映會，鼓勵青少年永不放棄

為了讓更多青少年努力追求成長，激勵奮發向上的精神，本公司於 100 年 8 月 26 日舉辦《翻滾吧！阿信》公益特映會，邀請台北市西區少年服務中心、新北市蘆洲少年福利服務中心、台北善牧學園及新竹德心少女之家的社工及輔導青少年共 150 人一起觀賞此片。

2.885 公益活動，匯集愛心回饋社會

為了讓弱勢孩子三餐不再餓肚子，本公司連續第三年舉辦「885（幫幫我）公益活動」，在 100 年特別與長期致力籌募弱勢兒童營養餐費的中華民國紅心字會合作，邀請藝人田馥甄（Hebe）與倪安東親手繪製《2011 公益悠遊卡》版面，由悠遊卡公司限量發行 1000 套贈與紅心字會，民眾只要捐款 885 元以上，就可獲得 1 套。兩位藝人並於 9 月 29 日公益拍賣會現場，拍賣各自親筆簽名的公益悠遊卡，吸引許多粉絲競標，2 套簽名版悠遊卡就募集到 38 萬元，捐款與拍賣所得全數作為弱勢兒童營養餐費，期待

拋磚引玉，協助紅心字會籌措善款，讓孩子能擁有健康安
心的成長環境。