

### 便利商店

icash Pay 支付累點

統一集團 OPEN POINT		全家集團 FamiPoint	
會員數量	1,700萬	會員消費佔比	50%-55%
累兌點數	25-30億點	點數研發投入	>1.2億
合作商店	>20萬家	發行點數價值	16億元(2022)
<b>集團內部通路</b>		<b>集團內部通路</b>	
7-11、星巴克、康是美、時代百貨、酷聖石、聖娜、聖德科斯、博客來、統一精工等逾8,000家據點。		全家便利商店、大戶屋、沃克牛排、IKIGAI燒肉專門店、bb.q CHICKEN等逾4,200家據點。	
<b>外部合作夥伴</b>		<b>外部合作夥伴</b>	
六角國際、中華電信、台鹽加油站、PChome、yoxi、華航、台灣樂天、中信、美廉社、國泰等。		中華電信、Ocard、華碩、元富證券、HAPPY GO、LINE WEBTOON、CATCHPLAY+、KKTV等。	
<b>特殊營運策略</b>		<b>特殊營運策略</b>	
2023年結盟日本三菱商事旗下Ponta點數經濟圈，可於日本超過28萬個Ponta合作據點消費累點。		與幣託集團旗下BitoPro加密貨幣交易所、穩定幣發行商Circle合作，推出點數兌換4款虛擬貨幣服務。	

全益支付 支付累點

### 超級市場&量販賣場

點數兌換共通作業

家樂福-好康卡點數		全聯實業-福利點/印花點/生鮮積分	
會員數量	>870萬	活躍會員佔比	>50%
集團內部通路	家樂福量販/超市/線上購物	會員點數永久有效	
<b>特殊營運策略</b>		<b>特殊營運策略</b>	
美廉社-紅利點數		大潤發-發幣	
會員數量	>300萬	會員消費佔比	>48%
集團內部通路	美廉社門市、Go美廉	發行點數	1.25億點
<b>外部合作夥伴</b>		<b>外部合作夥伴</b>	
統一超、LINE購物等		與多家支付業者合作，擴大點數贈送	

全支付 點數共通 兌換活動共通

### 專賣零售

屈臣氏-濶卡點數	MUJI-里程數	寶雅-紅利點數	IKEA-宜家卡點數	特力屋-愛家卡點數
會員數量 >650萬	會員數量 >250萬	會員數量 >800萬	會員數量 >300萬	會員數量 >800萬
集團內部通路	集團內部通路	集團內部通路	集團內部通路	集團內部通路
屈臣氏門市&網購、電商平台官方旗艦店	MUJI門市&網購、電商平台官方旗艦店	寶雅實體門市&網購	IKEA門市&網購	特力屋門市&網購
<b>特殊營運策略</b>	<b>特殊營運策略</b>	<b>特殊營運策略</b>	<b>特殊營運策略</b>	<b>特殊營運策略</b>
海外門市可同步累點	門市打卡可同步累點	2024年推出高消費力白金卡等級會員	開通LINE帳號綁定宜家卡功能	2023年拆分特力屋-HOLA通路分開集點

### 電商平台

樂天網銀 開戶&交易累點 拍付國際 支付累點

momo購物網-momo幣		樂天市場-樂天點數		PChome-P幣	
會員數量	>1,200萬	會員數量	近750萬	會員數量	>1,300萬
mo幣發行量	>100億元	集團內部通路	樂天市場/網銀/電子書/旅遊/信用卡等	P幣發行量	20-30億點/年
聯名卡發行量	近100萬張	外部合作夥伴	HAPPY GO、中華電信、統一超、譚學人寬頻等。	P拍錢包會員數	>150萬
集團內部通路	momo購物網、台灣大哥大、譚學人寬頻等。	特殊營運策略	可兌換為日本樂天點數，於日本樂天市場及實體特約商店進行折抵與累點。並與Bincenive合作，可使用樂天點數進行加密貨幣投資。	合作商店	>38萬家
外部合作夥伴	元富證券、超級點數銀行	集團內部通路	PChome 24h購物、PChome線上購物、PChome商店街、露天市集、比比昂代標代購等。	外部合作夥伴	中國信託、中華電信、統一超、亞洲萬里通、HAPPY GO、宜春智慧、RE點數等。
特殊營運策略	拓展福委採購、禮贈平台等流通計畫，加速mo幣經濟圈規模化。	外部合作夥伴	中國信託、中華電信、統一超、亞洲萬里通、HAPPY GO、宜春智慧、RE點數等。	特殊營運策略	2022年與中國信託、中華電信聯名發行中信ALL-ME卡，首創跨平台即時轉點功能。

Pinkoi-P Coins		蝦皮購物-蝦幣		東森購物網-東森幣	
會員數量	>625萬	會員數量	>1,000萬	會員數量	>1,052萬
集團內部通路	Pinkoi	集團內部通路	蝦皮購物	活躍會員佔比	>20%
外部合作夥伴	萊爾富、agoda、cama、珍煮丹、樂入kobo等。	特殊營運策略	提供賣家於直播活動及賣場遊戲中行銷使用。	累計發放量	>233億枚
特殊營運策略	2020年推出會員新制與P Coins外部合作機制，次年點數兌換率提升20%。	集團內部通路	東森購物	VIP會員持幣率	>68%
外部合作夥伴	萊爾富、agoda、cama、珍煮丹、樂入kobo等。	特殊營運策略	以東森幣串聯線上銷售與線下門市業務，打造東森幣經濟圈。	特殊營運策略	

### 百貨公司&購物中心

遠東集團-HAPPY GO點數		誠品百貨-誠品點		新光三越-skm points	
會員數量	>1,000萬	點數消費軌跡	50億點/年	會員數量	355萬
合作品牌	>4,000家	合作通路	>80萬個	會員消費佔比	約85%
年度消費金額	2,600億	年度交易資料	>1億筆	會員持點比例	>70%
集團內部通路	遠東百貨、愛買、SOGO百貨、遠傳電信、FriDay購物、citysuper、遠企購物中心等。	集團內部通路	誠品書店、誠品生活、誠品線上、誠品行旅等	點數回流率	>90%
外部合作夥伴	全家、PChome、悠遊卡、SHOPLINE、寶雅、迪卡儂、蝦皮購物、Uber Eats、樂天市場、乾杯等。	特殊營運策略	2020年9月推出新會員制度，區分白/金/黑卡等級，適用不同點數累積方式。	集團內部通路	新光三越百貨公司、skm online、SKM Park Outlets
特殊營運策略	2015年開始拓展跨境累點業務，與日本T-POINT、d POINT、O-Point等大型點數平台達成合作。除點數服務外亦發展出GO SURVEY市場研究顧問及iCONNECT智能數據行銷事業體。	外部合作夥伴	Global Mall、環球Online線上購	外部合作夥伴	亞洲萬里通、Klook客路

環球購物中心-GM點數		台北101-101 Point	
會員數量	>125萬	會員消費佔比	約55%
集團內部通路	Global Mall、環球Online線上購	會員數量	>40萬
外部合作夥伴	亞洲萬里通、Klook客路	會員消費佔比	>55%
特殊營運策略		集團內部通路	台北101購物中心