

金融監督管理委員會 109 年度
委託研究計畫

從國際支付生態發展研析我國金融創新及
監理政策

計畫主持人：王儷容

執行單位：財團法人中華經濟研究院

民國 109 年 12 月 10 日

[本研究報告為研究單位之觀點，不代表委託單位金融監督管理委員會之意見]

從國際支付生態發展研析我國金融創新及 監理政策

計畫主持人： 王儷容

研究人員： 林葳均

特約研究人員： 王士維

研究助理： 蘇哲緯

執行單位：財團法人中華經濟研究院

民國 109 年 12 月 10 日

[本研究報告為研究單位之觀點，不代表委託單位金融監督管理委員會之意見]

中文摘要

本研究之目的係從國際支付生態發展，研析我國金融創新及監理政策。

首先，在借重國際經驗方面，本研究自支付業務發展概況、運用金融科技創新模式、與傳統金融業之競合、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)、與促進普惠金融之效益五大面向，探討美國、英國、新加坡、馬來西亞、日本、韓國共六國之支付生態。接著，並比較此六國針對支付業者之監理法規差異。

在我國支付業務發展部分，本研究自我國支付業務之發展現況、各國與地區共同 QR-code 之分析比較、與我國支付業務之民情發展三大層面，進行分析。

綜合上述分析，本研究提出我國電子支付產業展望以及電子支付發展宜關注議題，後者包括：法規監管、純網銀與電子支付之關聯、第三方禮券與電子支付之發展、電子支付跨足紅利點數整合、推動開放銀行、資格認證等加強資安之推動、與央行數位貨幣 CBDC。最後，本研究並提出相關建議，包括：法規監理、電子支付金融業務創新、無現金社會與行動支付再思考、建立更完善之行動支付與使用者交易之統計分析、加速建立國家級共同 QR-Code 之發展、降低各銀行參與開放銀行之疑慮，作為相關部會引導支付業務創新發展、採行適切監理政策與作法及推動普惠金融等之參考。

Abstract

The purpose of this research is to analyze Taiwan's payment-related financial innovation and regulatory policies, deriving from the development of international payment ecosystem.

In the case of lessons from the international experiences, this research explores the payment ecosystems of the US, UK, Singapore, Malaysia, Japan, and South Korea from five dimensions, such as the development of payment industry, business model of fintech innovation, co-opetition with traditional financial institutions, the effect on promoting inclusive financing. Furthermore, the payment regulations as well as payment-related economic and political environments of these six countries are discussed, respectively.

As to domestic payment development, besides probing the overall payment situations and circumstances, this research compares particularly the common QR-code in some countries with that in Taiwan. The operation and risk management strategy, challenges, and opportunities of Taiwan's payment industry are thus analyzed.

To sum up, this research brings forward the prospect of Taiwan's electronic payment industry and some issues worthy concerned, the latter include payment-related regulations, promoting open bank, central bank digital currency, qualification certification, the link between internet bank and the third party issued gift coupons with electronic payment, respectively. Several suggestions are finally raised as follows : Some innovations on the electronic payment business, rethinking of the cashless society and mobile payment, improving the statistics of mobile payments and users' transaction volumes, accelerating the development of TWQR, and reducing banks' hesitation to participate the open bank.

目錄

中文摘要.....	i
Abstract.....	iii
第一章 緒論	1
第一節 研究目的與緣起	1
第二節 研究架構	2
第三節 研究方法	2
第四節 預期效益	3
第二章 國際支付生態發展概況分析: 美國、英國、新加坡、馬來西 亞、日本、韓國	4
第一節 美國	5
第二節 英國	19
第三節 新加坡	32
第四節 馬來西亞	43
第五節 日本	56
第六節 韓國	66
第七節 小結:各國之比較	76
第三章 各國支付法規、政經環境對業者發展之影響及相關風險 ..	84
第一節 美國	84
第二節 英國	87
第三節 新加坡	90
第四節 馬來西亞	93
第五節 日本	98
第六節 韓國	102

第七節	小結:各國支付法規之比較.....	109
第八節	各國社會、政治與經濟對支付發展之影響.....	111
第四章	我國支付業務之發展現況、營運與風險管理策略、面臨之挑戰與機會.....	122
第一節	我國支付業務之發展現況.....	122
第二節	我國共同 QR-Code 之發展現況.....	159
第三節	我國支付業務之民情發展.....	171
第五章	我國電子支付產業展望、宜關注議題、與相關建議.....	188
第一節	電子支付產業展望.....	188
第二節	我國電子支付發展宜關注議題.....	192
第三節	相關建議.....	202
附錄一	：期中座談會會議記錄.....	215
附錄二	：期末座談會會議記錄.....	223
附錄三	：期中報告評審意見回覆表.....	229
附錄四	：期末報告評審意見回覆表.....	234

表目錄

【表 2.1.1】美國主要行動支付業者分類.....	7
【表 2.2.1】傳統銀行、FinTechs 與 BigTechs 的金融服務及競合關係.....	27
【表 2.4.1】馬來西亞主要非銀行業者所主導之電子錢包	46
【表 2.4.2】馬來西亞銀行業者所主導之電子錢包.....	48
【表 2.4.3】馬來西亞跨境匯兌指標業者.....	53
【表 2.5.1】日本國內行動支付結算手續費彙整.....	63
【表 2.7.1】各國金融科技驅動組織.....	76
【表 2.7.2】國際支付生態系的擴張策略.....	77
【表 2.7.3】各國業者與支付聯結之次金融業務比較.....	78
【表 3.7.1】各國支付法規範比較.....	109
【表 3.8.1】我國與韓國有關非現金支付租稅優惠之比較	118
【表 4.1.1】電子票證業者資料.....	123
【表 4.1.2】電子票證發行資料統計表.....	124
【表 4.1.3】電子支付業者資料.....	128
【表 4.1.4】電子支付機構業務統計表.....	129
【表 4.1.5】電子支付業者業務功能比較.....	130
【表 4.1.6】跨境電子支付模式說明.....	139
【表 4.1.7】主要業者跨境支付發展情況.....	140
【表 4.1.8】玉山銀行電子支付之跨境業務比較分析.....	141
【表 4.1.9】第三方支付業者資料.....	145
【表 4.1.10】電子錢包業者資料.....	148
【表 4.1.11】裝置載體支付業者資料.....	150
【表 4.1.12】我國主要後支付業務比較.....	153
【表 4.1.13】我國後支付業者業務分析比較.....	153

【表 4.1.14】臺灣金融沙盒創新業者比較.....	158
【表 4.1.15】外籍移工匯款途徑比較.....	159
【表 4.2.1】QR Code 及 NFC 支付方案比較彙總表.....	160
【表 4.2.2】亞洲主要國家地區共同 QR-Code 比較圖	162
【表 5.2.1】零售通路分級.....	189
【表 5.2.2】我國具有發展性的零售通路.....	190
【表 5.2.3】亞洲主要國家與地區支付業者結盟關係圖	212

圖目錄

【圖 2.1.1】美國支付業務發展概況.....	6
【圖 2.2.1】2019 年英國電商和實體銷售支付方式組合	20
【圖 2.2.2】英國數位銀行的 Revolut 和 Monzo 「MONZO」比較.....	24
【圖 2.2.3】英國巴克萊銀行 bPay.....	28
【圖 2.3.1】新加坡實體通路支付方式組合.....	33
【圖 2.3.2】近 12 個月新加坡前十大非現金支付方式	33
【圖 2.3.3】2018 年銀行卡在電商及實體通路支付比例	34
【圖 2.4.1】馬來西亞支付業務發展概況.....	44
【圖 2.4.2】2017 年馬來西亞外籍勞工人口數.....	55
【圖 2.5.1】日本支付業務發展概況.....	57
【圖 2.5.2】最常使用的 QR code 行動支付(n=15,423)	58
【圖 2.6.1】韓國支付業務發展概況.....	67

第一章 緒論

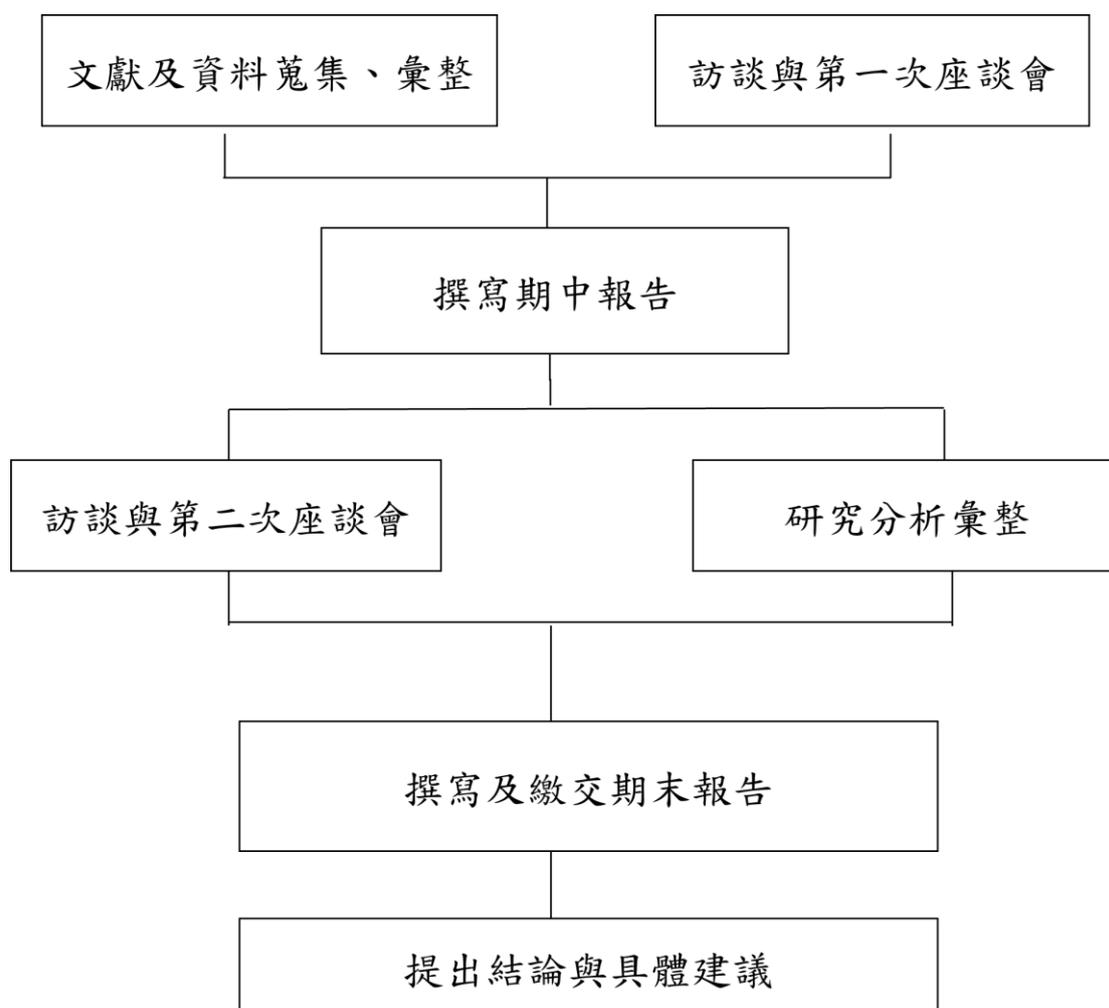
第一節 研究目的與緣起

依據安侯建業發布之「2019 FinTech100 金融科技創新者報告」指出，全球百大金融科技公司以支付類型最多，占了 27 家，此尚不包含如螞蟻金服(支付寶)等提供多元金融服務(含支付業務)之業者，可見全球支付業務快速成長且創新發展，已於金融科技領域扮演舉足輕重之角色，並吸引 BigTechs 業者競相投入，如 Apple 及 Google 已推出支付服務，臉書原計畫發行臉書幣(Libra)搶占支付市場，後遭多國央行反對而改推出支付業務 Facebook Pay，在科技巨擘及更多金融科技公司搶進支付領域後，勢必在市場公平、個資保護、洗錢防制等議題對監理機關形成新的挑戰。

面對國際支付生態之變化，我國面臨之課題包含既有電子支付、電子票證業者之業務範疇與監理是否足以因應國際發展趨勢、有無需依業務規模採行差異化管理及開放限制性執照等，允有必要瞭解其他國家現行支付業務型態、創新經營模式、規模及監理法制等發展狀況。

本研究擬從支付業務蓬勃發展之國家(如美國、英國)出發，研究該國支付業者之成功案例及其支付生態如何改善民眾金融服務體驗，進而比較成文法國家(如我國、日本、韓國)與非成文法國家如英、美、馬來西亞、新加坡等國家針對支付業者之法規與監理標準差異，最後提出對於法規調適及我國支付生態發展之建議，作為金管會引導支付業務創新發展、採行適切監理政策與作法及推動普惠金融等之參考。

第二節 研究架構



第三節 研究方法

首先，有關本章六大研究國別之選取，係基於委辦單位之需求及執行單位之判讀，針對國際上金融科技或是金融相對發達國家(如美國、英國)，支付與跨境支付發展相對蓬勃國家(如韓國、新加坡及馬來西亞)，以及與我國同為成文法系國家(如日本)，進行研究分析。

另外，本研究主要將採取以下方法進行研究：

一、制度比較法

以選定比較國之金融主管機關相關制度、法規、實務案例、相關報告與檢討意見、未來草案與規劃等內容與我國現有相關制度進行比較研究。

二、提問訪談法

針對本研究下之各章節主題，提出理論與實務上所可能面對之問題，並進行實地訪談，嘗試尋求妥適之因應對策，並提出具體建議。訪查對象預計可能包括：

相關主管監理單位：央行與金管會及金融周邊單位等進行請益及訪談；

國內學者與研究機構：與國內各大學金融科技或法律相關領域學者及研究機構研究人員等，進行請益討論；

國內金融科技業者、金融消費者：針對業者與消費者之支付相關營運及消費經驗，進行請益討論。

三、座談會

邀請金融科技業同業公會、商家及金融消費者，進行座談會，彙整各專家之意見，進行腦力激盪與交流討論，最後進行歸納整合。

第四節 預期效益

本研究之預期效益如下：

1. 了解各國支付業務發展概況、運用金融科技創新模式、與傳統金融業之競合、業務擴張策略，促進普惠金融之效益。並比較6國之支付生態及法制。
2. 找出各國支付業者(包含跨境支付業務)應取得之執照與應具備之營運條件、主要遵循法規、政經環境對其發展之主要影響及相關風險。
3. 釐清我國支付業務之發展現況、營運與風險管理策略，金融科技創新所扮演的角色、面臨問題與未來業務發展機會及挑戰。
4. 分別就主管機關及業者角度，研擬因應措施及建議。座談會邀請對象將納入金融科技業同業公會、商家及金融消費者提供發展支付業務或使用支付服務上之痛點，俾利研擬政策建議。
5. 借鏡各國支付生態圈之發展，針對我國現行支付業務監理法制、電子支付、電子票證業務整合方向及金融監理政策，提出分析及建議。

第二章 國際支付生態發展概況分析： 美國、英國、新加坡、馬來西亞、日 本、韓國

在國際支付生態發展方面，首先說明本章六大研究國別之遴選，係基於本計畫委辦單位之需求，輔以執行單位對國際支付生態之研究經驗，雙方討論後共同決定以下國家：針對國際上金融科技或是金融相對發達國家(如美國、英國)，支付與跨境支付發展相對蓬勃國家(如韓國、新加坡及馬來西亞)，以及與我國同為成文法系國家(如日本)，進行研究分析，以利於未來我國相關政策與監理法規上之參考。

「電子支付」，在我國係兼具儲值、支付與轉帳之功能；而根據本文研究發現，新加坡及馬來西亞的「電子錢包(E-Wallet)」所經營之業務與功能近似於我國的電子支付業務，故本章在新加坡及馬來西亞兩節中，仍以「電子錢包」稱之。另本文第四章提及，沈中華、王儷容與蘇哲緯(2020)所提出臺灣行動支付 3+3 分類中的「電子錢包」，則是零售商專注於會員培養與自身業務之擴張的閉鎖型行動支付，與馬國電子錢包業務並不同；另外於第三章所提及日本的「第三方支付」即為我國的「電子支付」，此部分則與我國經濟部所管轄之「第三方支付」營業項目有所不同，而韓國本研究仍維持以「電子支付」稱之。上述說明凸顯全球行動支付的多元，在各國與地區都有不同的樣貌。¹

¹ 本研究也針對其他國家與地區之官方與民間業者對其專法與執照所管理之業務稱呼進行整理，發現如：中國大陸人民銀行所稱的「第三方支付」、中國香港金融管理局所稱的「電子錢包」、印度 RBI 與民間業者所提到的「電子錢包(E-Wallet or Digi-Wallet)」，事實上即為我國的「電子支付」業務。

第一節 美國²

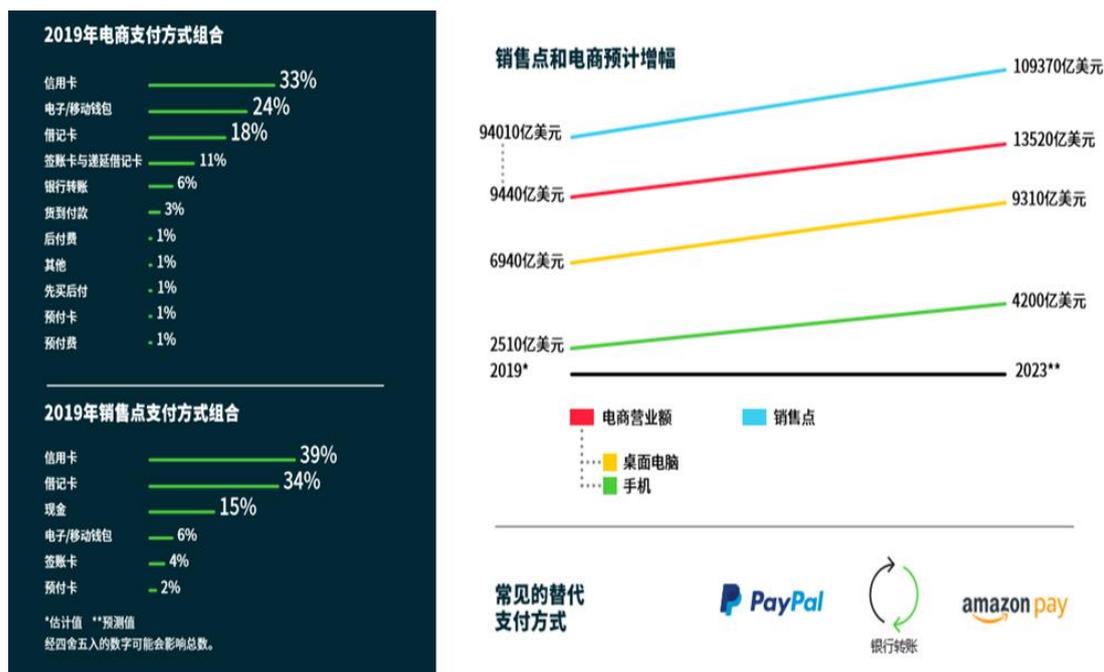
壹、 支付業務發展概況

美國一直處於全球金融科技的領先地位並持續創新發展，憑藉完整的支付基礎設施，使得美國擁有完善的支付生態發展，這無形也促成美國民眾日常消費高度依賴信用卡及簽帳金融卡等卡式支付工具，縱使近年實體卡片走向數位虛擬化發展，本研究注意到美國消費者仍習慣使用實體卡片作為消費時的首選。

不過，隨著行動裝置設備的普及以及應用更加多元，人們對於行動裝置的依賴變得密不可分，此種對於行動裝置的依賴情況未來只會更加深化於人們的日常生活，而行動支付的持續整合及提升使用者體驗下，人們對於行動支付或是電子錢包的接受度將會被更廣泛地接受，根據 GPR 2020(Global Payment Report 2020)，信用卡仍是美國最主流的支付方式，在終端銷售與電子商務分別有 40%與 34%，而在電子錢包上，終端銷售與電子商務分別只有 6%與 24%，其並預期美國的行動支付或是電子錢包將會快速成長，將有可能在 2023 年前超越信用卡，行動支付將成為未來消費中的主要支付方式。已經有數百萬的消費者在不不論是實體商店或是線上購物中使用支付軟體來進行付款，便利性及付款過程的簡化讓消費者的付款體驗大幅提升，因此讓行動支付的使用者與之俱增³。

² 本研究團隊針對美國行動支付研究以行業研究與相關業者發展模式策略作為研究架構，另透過相關行業新聞資訊與業者網站作為本研究之輔助資料來源，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。

³ FIS Global(2020)，Global Payment Report 2020，2020.5，p.125，最後瀏覽日：2020.9.22



【圖 2.1.1】美國支付業務發展概況

資料來源：《2020 年全球支付報告》，<https://www.fisglobal.com/>。

貳、運用金融科技創新模式

以 2019 年 KPMG 所發布的《FinTech100 金融科技創新者報告》(2019 FinTech100, 2019)⁴來看，進入 FinTech100 的創新金融科技公司以美國佔 15 家最高，金融科技創新模式的呈現相當多樣，例如：付款方式創新、支付技術創新、體驗服務創新、安全性創新等，創新的產品與模式不斷出現。過去在美國的行動支付大多以 PayPal 為主，PayPal 成立時間最早，後來被美國拍賣網站 eBay 收購成為其最主要的第三方支付模式與選擇之一⁵，隨著時間演進與產業變革，Paypal 規模與業務更加壯大。此外，Paypal 也積極於美國本土與亞洲地區的新加坡扶植金融科技新創，並建立金融科技實驗室和孵化器⁶，積極走向全球化發展；隨著近年為數眾多的行動支付業者崛起，如，主打社群支付的 Venmo、P2P(Peer to Peer)轉帳服務的 Zelle、跨境匯款的 Xoom 和 Payoneer 以及主打電商平台技術商的 Square 和 Stripe。

⁴ KPMG(2019), FinTech100 Leading Global fintech innovators, 2020.11, p.6, 最後瀏覽日：2020.9.22

⁵ 2002, EBay To Buy PayPal For \$1.4 Billion, Forbes, 2020.7.8, 載於：<https://reurl.cc/D641om>, 最後瀏覽日：2020.9.21

⁶ Benjamin Cher(2016), PayPal launches Innovation Lab in Singapore, first outside the US, digitalnewsasia, 2016.8.18, 載於：<https://reurl.cc/k0r5XK>, 最後瀏覽日：2020.9.21

同時也有越來越多大型科技公司、電商平台與零售業者積極跨入支付服務領域的發展，像是科技巨頭 Apple、Facebook、Google、Samsung，全球最大電商平台 Amazon、傳統零售餐飲業 Walmart、Starbucks 等，也都紛紛積極推出了行動支付應用程式提供用戶使用。

美國的金融科技創新以付款方式創新為多數，目前大多數支付模式都提供綁定信用卡、簽帳金融卡或是銀行帳戶作為支付工具，並提供金流來源。另外，技術層面分析，主要

以 NFC、QR code 兩大主流技術為主，然美國零售商業支付設備硬體較為先進，因此以 NFC 技術為常見之支付應用。

舉例而言，PayPal 所推出的 PayPal.Me 讓支付變得更加簡捷，其將支付的訊息變成是文字的連結，用戶只需要複製連結給收付款對象就可以進行交易。行動支付多以手機 APP 付款為主，如，Apple 推出了和高盛銀行合作的信用卡 Apple Card，而 Google 也計畫推出自家的實體簽帳金融卡，透過與銀行相關金融機構合作連結虛擬與實體的付款方式⁷。

【表 2.1.1】美國主要行動支付業者分類

業者型態	業者	行動支付品牌	生態系
手機系統商	Apple	Apple Pay	硬體裝置/消費電子/軟體服務/手機作業系統
	Samsung	Samsung Pay	硬體裝置/消費電子/軟體服務/家電產品
	Google	Google Pay	搜尋引擎/消費電子/雲端服務/軟體服務
社交通訊	Facebook	Facebook Pay	Facebook/Messenger/Instagram/WhatsApp 社交通訊服務為主
網路電商	Amazon	Amazon Pay	實體零售/無人商店/線上電商/數位影音視劇內容/雲端服務
	Square	Cash App	電商平台服務/POS 系統/軟體服務
網路電商	Stripe	Stripe	電商平台服務
零售業者	Walmart	Walmart Pay	零售店/線上電商
	Starbucks	Starbucks Pay	連鎖咖啡店
第三方支	PayPal	PayPal	規模最龐大(併購支付相關企業)

⁷ 陳冠榮(2020)，仿效 Apple Card 模式 傳 Google 著手規劃簽帳金融卡 Google Card，財經新報，2020.4.20，載於：<https://is.gd/kzVV87>

業者型態	業者	行動支付品牌	生態系
付		Venmo	Braintree、Paydiant、Honey、Venmo、Xoom)
		Xoom	
	Payoneer	Payoneer	跨境支付為主
	Zelle	Zelle	P2P 轉帳為主
	Green Dot	Green Dot	預付簽帳卡業務為主

資料來源:本文自行蒐集整理

利用行動支付來進行帳單繳費或是小額付款已經愈來愈常見，Xoom 提供用戶在美國 9 家電信商⁸，直接輸入電話號碼的方式，以幫助自己或是手機儲值或是繳費。

由於行動支付要求一定的技術及資本額，一般企業較難以輕易跨入該領域，Square 作為 B2B 電商平台服務商，透過旗下 Square Online 提供商家創建免費的網路平台並提供各式支付，每天的交易高達數百萬筆，可以為客戶提供符合自身規模的付款模式方案，提供企業虛實整合的支付功能，像是磁條碼及晶片刷卡、NFC 感應付款、Square Online 付款、手動輸入卡片資訊等等，除了幫助商家建立自己的電子商務平台，Square 的支付整合功能更幫助商家建立多元的收款方式；Cash App 則是 Square 旗下的一款行動支付 APP，讓 Square 的服務從 B2B 進入到 B2C，憑藉著自身電商平台規模去擴展一般大眾的行動支付業務，在短期之間累積了大量用戶，除了一般的日常消費支付、P2P 轉帳、存匯款之外，Cash App 還可以透過帳戶中的餘額購買股票或是比特幣，要是餘額不夠可以從用戶其他的簽帳金融卡補足金額。目前 Cash App 有一項小額貸款實驗正在進行，Cash App 提供貸款期限落在 1 個月的短期貸款，平均可借到 20 到 200 美元，提供臨時需周轉之用戶相關額度申請。

在美國 P2P 轉帳商機十分龐大，相較於傳統銀行匯兌的高額手續費與複雜手續，行動支付的 P2P 的支付轉帳服務提供便宜又簡便的模式，其中以 PayPal 旗下的 Venmo 與 Zelle 為主⁹。Zelle 與眾多美國銀行和金融機構合作¹⁰，強調免手續費與即時轉帳的特點，相較 Venmo 轉帳需要數天的工作時間，較為效率。目前

⁸ 9 家電信商業者分別為: Tracfone、MetroPCS、Cricket Paygo、ATT、T-Mobile、Verizon、Lyca Mobile、Airvoice Feel Safe、Net10

⁹ TransferWise (2020), Zelle vs Venmo - What are the differences?, 2020.3.20, 載於: <https://transferwise.com/us/blog/zelle-vs-venmo>, 最後瀏覽日: 2020.9.25

¹⁰ Nathan McAlone (2017), The biggest US banks have backed a new service that lets you pay friends faster than Venmo, businessinsider, 2017.6.12, 載於: <https://www.businessinsider.com/zelle-venmo-payments-us-banks-2017-6>, 最後瀏覽日: 2020.9.25

在美國有許多企業積極朝向 P2P 轉帳業務發展，像是 Apple、Facebook、Google 相繼推出的 Apple Cash、Facebook Pay 以及 Google Pay Send 等轉帳服務。

技術的創新能確保產業創造更多的經濟與社會價值，Square 開放後台 API 措施讓更多商家可以使用 Square 的技術去發展相關業務，目前 Square 提供支付功能系統 API、顧客管理系統 API、存貨管理 API、產品目錄管理 API，協助客戶將後台業務進行整合，由於 Square 具有完整的電子商務平台技術服務，對於規模與資金較為不足之中小型企業可以降低自行研發及維護的成本，讓企業更專注在自身的產品及服務發展。

零售商 Walmart 的 Walmart Pay 與其他行動支付不同之處在於其主打讓客戶手機在結帳時以 QR Code 掃描支付並輸入 PIN 碼進行確認，而後訊息會傳送到 Walmart 的伺服器進行比對，傳輸過程並不會傳輸顧客個人財務訊息，以此確保交易安全與個人隱私。

當然簡單、便捷同時又兼顧資訊安全的技術創新能夠提供企業在消費場景上更為吸引，如主打社交付款的 Venmo 打著「Just Venmo me」的口號¹¹，希望將支付功能連結社交與好友圈，如 Venmo 可以將帳單拆分，提供用戶和朋友間簡單且快速的分帳功能，同時也免除雙方現金找零與實體支票交易的複雜瑣碎；Venmo 帳戶可以自動連結 Facebook 好友，或是手機通訊錄將其加入 Venmo 好友中；Venmo 在每次交易時都可以打上一段交易備註，並可將此訊息分享到 Facebook 或是 Message 上。本研究注意到很多美國民眾會透過社群平台將交易訊息打得很有趣同時分享給好友，增加用戶間的互動，以此強化 Venmo 在社群轉帳的業務討論與熱度。

同樣以社交為基礎發展支付生態的還有 Facebook，Facebook Pay 支持大多數主要的信用卡和簽帳金融卡以及 PayPal，旗下還有 Messenger、Instagram 和 WhatsApp 等社交通訊軟體。

Facebook Pay 讓使用者可以更輕鬆地解決支付消費與轉帳等問題，而且配合社交網站和通訊工具的支付服務，可以應用在 Facebook、Messenger、Instagram 和 WhatsApp 之中，包括捐款、

¹¹ SC. Alumni(2015)，Just Venmo me，Digital Innovation and Transformation，2015.10.19，載於：<https://digital.hbs.edu/platform-digit/submission/just-venmo-me/>，最後瀏覽日：2020.9.25

個人拍賣、活動門票、遊戲儲值和 Facebook 的 Marketplace 商店中都可進行付款，讓付款的方式更方便容易；此外，本研究也認為支付功能也可用來培養品牌的忠誠客戶，如 Starbucks 將會員制度結合自身 Starbucks Pay，同時透過發行聯名卡等交叉銷售模式，使會員制度的行動支付模式去提升會員的服務體驗與回饋。

行動支付的安全性也一直是用戶及主管機關所重視。現今美國大多數行動支付都支持安全付款程序，像是使用 PIN 碼或生物識別方式（例如指紋或臉部識別）來保護付款帳戶訊息安全。

此外，支付平台也有義務確保客戶隱私訊息受到妥善保障，也需要避免詐欺或是洗錢等犯罪行為發生，如 Square 作為電商平台技術商，為客戶提供完善的後台系統，每筆交易資都會經過洗錢或是詐欺偵查，並且承擔法遵的風險與責任，商家不需要擔心這方面的審核或是評估，同時付款時也會查核付款是否有異常，對於每筆的付款都會有詐欺或是洗錢的偵測，系統中也有建置 AML（洗錢防制，Anti Money Laundering）及 KYC（瞭解你的客戶，Know Your Customer）的檢查，店家無需負擔額外費用，交易資訊也會做好資安防範，確保商家與消費者的權益受到保障。

參、與傳統金融業之競合

近年跨入美國支付市場的 Big Tech 與 Fintech 類型公司，如 Apple、Amazon 與 Paypal 等，在與傳統金融業的合作上，大多是採共同合作發行信用卡與簽帳金融卡的模式，原因大致有二：一、美國消費習慣以信用卡為主：美國人無論在線上或線下皆仍習慣使用實體卡消費，且民情十分注重隱私問題，他們並不太信任行動支付。二、金融法律規範嚴謹，各州各有相異之處，公司取得法令許可的機會成本高。

各家公司做法各有異同之處，大致分為四種，以信用卡刷卡回饋比率提升自家企業生態系競爭力者；加強自身互補性，提升自身競爭力者；成為金融業市場競爭者；以及整合服務者，以下分別敘述：

第一種類型以信用卡回饋比率的方式，提升自家企業生態系的競爭力：這種方式是最常見的方式，代表性的企業有 Apple、Amazon 及 Walmart，以下為這幾家公司的做法：

一、Apple：

Apple 與高盛(Goldman Sachs)合作推出了 Apple Card¹²，用戶透過 Apple Pay 綁定 Apple Card，可獲得較高的現金回饋；此外消費 Apple 的產品服務或合作商家，也能享受到更高級別的回饋，以下是 Apple Card 回饋方式與回饋範圍，分為三種：

1. 透過 Apple Pay 使用 Apple Card 並消費 Apple 產品或回饋合作商家，可獲得 3% 的現金回饋，使用範圍除了 Apple Store 自家的商品外，還可在 Exxon Mobil（加油站）、Uber、UberEats、Walgreens and Duane Reade stores¹³、T-mobile¹⁴、Nike¹⁵。
2. 透過 Apple Pay 使用 Apple Card，但消費上述第 1 點以外的商家，可獲得 2% 的現金回饋。
3. 直接使用 Apple Card 實體卡消費，1% 現金回饋：在 Apple Card 推出後，受到信用卡回饋比率，消費者為獲得較高的回饋，便會更傾向在 Apple 相關合作的企業內消費，比較特別的是：這張卡還擁有與 ios 系統整合的先天優勢，可以透過視覺化的模式將消費紀錄呈現在用戶所擁有連結的 Apple 裝置上，可用於協助消費者進行財務分析¹⁶，對於其日常生活開銷，一目瞭然。

二、Amazon Pay：

Amazon Pay 與 JP Morgan Chase 銀行合作，發行了兩張信用卡，分別是 Amazon Prime Rewards Card 和 Amazon Rewards Card¹⁷，兩張卡在申請獲得批准後便會自動登錄於 Amazon 帳戶中。Amazon Prime Rewards Card 和 Amazon Rewards Card 在 Amazon.com 和 Whole Foods Market 消費時可分別獲得 5% 和 3% 的回饋，另外在合作的加油站、餐廳、藥店等皆可獲得 2% 的回饋，其餘皆為 1%，比較特別的是：這些回饋是以點數的形式返還，返還每獲得的 1 美元是以 100 點數的形式返還，點數可在 Amazon 網站上兌換商品，亦可兌換現金存入在美國的帳戶中，此外還提供申辦就獲得 50 美元 Amazon Gift Card 的獎勵給消費

¹² Apple Card 官方網站業務介紹，載於：<https://www.apple.com/apple-card/>，最後瀏覽日：2020.8.21

¹³ Walgreens and Duane Reade stores 類似台灣的全聯超市，以紐約地區為主要營運據點

¹⁴ T-mobile 為美國第三大無線網路營運商，來自該公司的電信帳單可使用 Apple Pay 繳納，亦可設定 Apple Pay 自動付款。

¹⁵ 可於 Nike 門市、Nike.com、SNKRS、Nike Training Club、Nike Running Club、Nike App 使用。

¹⁶ Apple Card 財務功能官方網站業務介紹，載於：<https://www.apple.com/apple-card/financial-health/>，最後瀏覽日：2020.8.21

¹⁷ Amazon 發行信用卡功能介紹，載於：<https://www.amazon.com/Amazon-Prime-Rewards-Visa-Signature-Card/dp/BT00LN946S>，最後瀏覽日：2020.8.21

者。Amazon 推出這張卡也採用了點數回饋的方式，比較特別的地方在於：Amazon 的點數制度，點數能拿到的優惠與現金支付的差距又可再進一步增加顧客的黏著度，同時又保有一定彈性供顧客選擇；此外消費者擁有時間偏好，在對點數與現金有同樣的消費需求及條件時亦會使用點數，種種都使消費者的消費會更容易留在 Amazon。

三、Walmart Pay

Walmart Pay 與 Mastercard 合作發行 Walmart Mastercard，在 Walmart.com 或是 Walmart app 消費可獲得 5% 的回饋，加油站及合作餐廳則可獲得 2% 回饋，其他消費地點則為 1%，Walmart 的特點相對前述 Amazon 較為簡單，意即擁有較高的回饋比率。此外，透過 Walmart Pay 使用這張卡，可在獲得卡的前 12 個月內無限制地在 Walmart 商店中賺取 5% 的回饋。

第二種類型為加強自身的互補性，提升自身的競爭力者：代表性的企業為 Starbucks。Starbucks 與 JP Morgan chase 銀行合作，發行了 Starbucks Reward Visa Card (以下簡稱 Starbucks Card)，卡片有兩種，分別是信用卡與簽帳金融卡，使用卡在任何可消費的地方消費皆可獲得星星數，星星數多寡會決定用戶 Starbucks 的會員等級與消費折扣，其特點在於：較高的折扣、建立用戶的退出障礙，與將自身商品服務連結外部業者於消費時創造出互補性，以此給予消費者不斷回來 Starbucks 消費的誘因。

第三種類型為市場競爭者：代表性的企業為 Square，Square 直接加入金融業，開辦了 Square Financial Services 經營銀行業務，獲得聯邦存款保險公司 (FDIC, Federal) 的申請批准和猶他州金融機構主管部門的監管，Square 預計在 2021 年開辦銀行業務，主要經營業務型態為中小型企業提供貸款和存款產品服務¹⁸。

第四種類型為整合服務者：代表性企業如 Google，Google 目前正與多家銀行合作開創數位帳戶 Cache¹⁹，向美國 Google Pay 用戶提供數位支票與儲蓄帳戶，進而擴展其在美國提供數位銀行服務的計畫，此項服務將於 2021 年提出。合作涉及的銀行有 City、SFCU、Bank Mobile、BBVA USA、BMO Harris、Coastal Community

¹⁸ Donna Fuscaldo(2020), Square Gets The Nod To Operate A Bank, Forbes, 2020.3.18, 載於: <https://is.gd/WuMj4J>, 最後瀏覽日: 2020.9.25

¹⁹ Kyle Bradshaw(2019), Google 'Cache' to partner with banks to offer checking accounts, 9to5 google, 2019.11.13, 載於: <https://reurl.cc/R1WdYe>, 最後瀏覽日: 2020.9.25

Bank，而 Google 將在合作夥伴既有的業務基礎上，提供用戶額外附加的用戶體驗與客製化服務。

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

而這些跨入支付業務的業者所採取策略，大致上可歸為五大類，包含：塑造大型生態系、加強外部的連結者、拓展新服務者、異業合作、以及跨境支付策略，以下分別敘述：

一、塑造大型生態系：加強對內高附加價值以及互補價值

此類型以 Apple、Amazon 為代表企業，由於其企業規模龐大，業務領域多元以及用戶基數大等優勢，其跨入行動支付領域目的除了提高所有消費都在企業生態圈內創造附加價值，更能夠積極借力於多元業務以鞏固其會員制度，使用戶的生活能夠在其業務生態圈內發展。Amazon 從早期就一直圍繞在此模式擴展，是典型的成功案例；近年 Apple 也朝會員制度積極發展轉型，以下針對此兩家企業的擴張策略做敘述。

(一) Amazon

Amazon 從線上書店起家，現在為雲端服務與零售業的市場龍頭，從很早以前就開始著手經營全面性的服務，一開始是針對企業的雲端服務，後來轉為對一般大眾各方面的生態系經營。這種創造附加價值的做法使 Amazon 擠下當紅的科技公司 Google，近年雲端服務的市佔 Amazon 更是接近 50%²⁰，近幾年 Amazon 開始跨入各行各業中，收購了實況影音串流平台 Twitch，網路醫藥零售、實體有機食品超市 Whole Foods、食材配送的 BlueApron、並推出無人超市 Amazon Go 等，以 Amazon Prime 會員制度串起各個平台，再推 Prime Music、Prime Video 等，據 CIRP(Consumer Intelligence Research Partners)的調查研究結果，Amazon 在美國擁有超過一億位用戶，每年每位用戶平均能夠替公司帶來 1400 美元的收入²¹，Amazon Pay 則是希望透過支付端的整合，進而擴大 Amazon 既有的電商優勢，連結更多平台創造更多的價值並將其用戶留在 Amazon 生態圈內部循環。

²⁰ Gartner(2019) , Gartner Says Worldwide IaaS Public Cloud Services Market Grew 31.3% in 2018 , Gartner Newsroom Press Releases , 2019.7.29 , 載於: <https://reurl.cc/q80qjN> , 最後瀏覽日: 2020.9.22

²¹ Consumer Intelligence Research Partners(2018) , AMAZON PRIME MEMBERSHIP GROWTH SLOWS , 2018.7.20 , 載於: <https://www.cirpllc.com/blog/2018/9/25/amazon-prime-membership-growth-slows> , 最後瀏覽日: 2020.9.23

(二) Apple

Apple 在智慧型手機銷售鈍化後，硬體銷售表現遇到瓶頸，近年則致力於進行轉型，各項軟體、硬體、系統的整合度越來越高，也開始推行會員制度，如 Apple Music、Apple TV、iTunes U、Apple Arcade、Apple News 等，塑造出 Apple 的生態系，以 Apple ID、iCloud 等軟體將各項軟體服務、硬體設備串起，連動度高，本身也具有高品質、高設計感的品牌形象。Apple Pay 推出的時間非常早，在美國市場的接受度相對其他業者來得高，而 Apple Card 的推出則是 Apple 公司希望掌握用戶消費金流與形塑其金融財富樣貌，透過卡式支付工具，提升用戶對於 Apple 平台的黏著度，也許一台 Apple 電腦未必打得過 Windows 電腦，但 Apple 電腦、iPhone 手機、平板 iPad、軟體 iTunes 的組合就要能贏過競爭者的產品組合，實現一加一大於二的效果，這便是其生態系的核心，將 Apple 在軟硬體業務整合，透過自有的支付技術與支付工具，向外延伸。

二、加強企業本身與外部的連結者

此類型以 Starbucks 為代表企業，有別於上一種類型，儘管其與銀行合作發行信用卡，但用戶以 Starbucks Card 去簽帳支付星巴克以外的商品服務居然也能有回饋，這源自於 Starbucks 推出該張信用卡是以自家產品互補性而分析與發展，由於咖啡行業毛利率非常高，因此即便 Starbucks 售價下降或是折扣，其仍然有利可圖，但關鍵在於現今星巴克在美國市場已進入發展成熟期，其本身的咖啡餐飲業務能與一般消費者有更加緊密的連結互動是一大關鍵。因此 Starbucks 與銀行合作發行了 Starbucks Stars Rewards Card(星星卡)，其可提升消費者用戶的會員等級，亦可於星巴克消費支付時享有折扣，Starbucks 策略性地透過自身的會員與消費回饋機制，替自身的咖啡餐飲事業創造與提升附加價值，目的是讓 Star Rewards 這樣的類點數機制，融入於一般美國民眾的生活之中，本研究認為這也是星巴克 APP 在美國行動支付市場一直獨佔龍頭，儘管其非開放式行動支付平台，但其確與美國民眾日常有緊密關聯。

三、拓展新服務，跨入新市場者

此類型以 Google、Square、Facebook、PayPal 等，多半屬於提供服務、技術，原先並沒有自家商品或商品銷售力疲弱的公司，

這類公司為彌補此項弱點，一直在拓展服務項目，尋找新市場機會，以下分別陳述。

(一) Google

Google 推出為中小企業提供貸款服務，Google Pay for Business²²，此服務目前已在印度推出，目前有約 300 萬中小型企業正在使用。Google 將把其相關服務整合到一個平台上。此外 Google 在印度推行 Google Pay Spot²³（試驗中）希望建立屬於自己的電商平台，幫助企業與客戶互髮動，未來也較有機會推出自家商品在平台上販售，並利用平台的附加價值。

(二) Square

Square 自身於美國開辦銀行業務，並持續併購各項金融周邊服務提供公司，打造屬於自己的生態系，像在 2018 年收購餐飲服務公司 Zesty²⁴、網站建設公司 Weebly²⁵，2019 年收購智慧型對話機器人公司 Eloquent Labs²⁶，2020 收購 AI 公司 Dessa²⁷等。

(三) Facebook

Facebook 擁有強大的社群平台為基礎，Facebook 近年在平台上多加了 market 平台，Facebook Pay 透過綁定信用卡、簽帳金融卡與 Paypal 進行消費，並且可以匯款，而 Facebook 旗下擁有 Messenger、Instagram、WhatsApp 等通訊或社交平台亦都適用 Facebook Pay，免手續費使 Facebook Pay 更具競爭力，過去 FB 主要的收入來源是廣告，如今拓展支付功能，在這些競爭優勢下許多用戶會在 Facebook 進行線上拍賣購物，除了更能吸引商家投注廣告外，Facebook 能藉此搜集更多使用者的資訊、偏好，去增加應用功能、拓展自身的生態圈。

²² Manish Singh(2020)，Google to offer loans to merchants in India，techcrunch，2020.6.25，載於：<https://reurl.cc/Q3enXZ>，最後瀏覽日：2020.8.25

²³ Ben Schoon(2019)，Google Pay ‘Spot’ platform enables new tools for businesses and job seekers in India，9to5google，2019.9.19，載於：<https://reurl.cc/d5LzDM>，最後瀏覽日：2020.8.18

²⁴ Megan Rose Dickey(2018)，Square acquires corporate catering startup Zesty，techcrunch，2018.4.19，載於：<https://reurl.cc/4mj5W3>，最後瀏覽日：2020.8.18

²⁵ Anthony Ha(2018)，Square is acquiring website builder Weebly for \$365M，techcrunch，2018.4.26，載於：<https://reurl.cc/Q3eneZ>，最後瀏覽日：2020.8.19

²⁶ Megan Rose Dickey(2019)，Square acquires conversational AI startup Eloquent Labs，techcrunch，2019.5.7，載於：<https://reurl.cc/Md414L>，最後瀏覽日：2020.8.19

²⁷ Kyle Wiggers(2020)，Square acquires deepfake research firm Dessa，venturebeat，2020.2.7，載於：<https://reurl.cc/v1030y>，最後瀏覽日：2020.8.20

(四) PayPal

PayPal 則以併購的方式去拓展服務範圍，2011 年收購網路媒體公司 Where.com，改名為 PayPal Media Network，增益自身廣告投注技術，同年併購電子支付公司 Zong²⁸，Zong 原先主要處理小額的後付款服務，付款金額由手機營運商從手機帳單扣除，這種服務可被用於線上遊戲與社交網路上。2013 年收購電子支付公司 Braintree²⁹，Braintree 主要提供網站及行動裝置金流整合服務，提供電商平台、網站、軟體應用 App 方便簡易的金流支付服務，像 Uber、Airbnb、GitHub 等都有合作，同年併購 Venmo，Venmo 帳戶持有者可以通過手機將資金轉移給他人，也讓近期 PayPal 順利參與電子支付，2015 年取得雲端服務公司 Paydiant³⁰，同年取得 Xoom³¹，收購 Xoom 讓 Paypal 的國際業務能力大大增強，Xoom 原先主要提供電子資金轉帳匯款，提供跨境支付功能，消費者可透過 Xoom 從美國或加拿大地區向 131 個國家匯款，此外 Xoom 還有提供手機加值、帳單付款服務。2019 收購了網路公司 Honey³²，Honey 做的是網路擴充套件，該套件提供網路自動比價功能。PayPal 透過種種收購行為取得許多重要技術或服務，加上其現有金流服務能力，往後亦可推出如會員制服務訂閱等。

四、異業合作

透過兩個或兩個以上的行業去合作或是分享彼此的資源，找到金融服務模式創新的可能性，有助於企業提升競爭力，創造更多價值，像是 Venmo 與 Dosh cash-back 在傳統零售提出的 Venmo Rewards³³，消費者購買特定商品時(像是百事可樂或是 Frito-Lay 零食)，只需要用手機掃描袋子上或瓶蓋下的代碼即可獲得現金回饋獎勵，這筆錢會自動轉入其在 Venmo 或 PayPal 的帳戶中，

²⁸ Finextra (2011)，PayPal to acquire mobile payment company Zong，2011.7.7，載於：
<https://reurl.cc/9X7o3Y>，最後瀏覽日：2020.8.20

²⁹ Leena Rao, Sarah Perez, Ingrid Lunden(2013)，EBay's PayPal Acquires Payments Gateway Braintree For \$800M In Cash，techcrunch，2013.9.26，載於：<https://reurl.cc/R1WnLx>，最後瀏覽日：2020.8.20

³⁰ JILLIAN D'ONFRO(2015)，PayPal is going to buy the startup behind Wal-Mart's Apple Pay competitor for \$280 million，businessinsider，2015.3.3，載於：<https://reurl.cc/Q3ena9>，最後瀏覽日：2020.8.20

³¹ businesswire (2015)，PayPal Completes Acquisition of Xoom，2015.11.12，載於：<https://reurl.cc/Z79aIM>，最後瀏覽日：2020.8.21

³² Sarah Perez(2019)，PayPal to acquire shopping and rewards platform Honey for \$4B，techcrunch，2020.11.21，載於：<https://is.gd/o5MSOS>，最後瀏覽日：2020.8.21

³³ Anne Sych(2019)，Venmo rewards program gives instant cash back at major retailers，bizjournals，2019.10.30，載於：<https://is.gd/mIHSMc>，最後瀏覽日：2020.9.25

Venmo 在美國使用人數眾多，除了刺激更多消費者去註冊使用 Venmo。

Amazon 作為美國最大電商平台，事業橫跨零售、消費電子產品、數位內容、出版業務、雲端服務、還有連鎖超市等，Amazon 與 Avis 租賃汽車商合作，消費者可在租車時使用 Alexa 語音服務叫車，使用 Amazon Pay 可直接享有 30% 的折扣，租借程序完成後，同時，也會在 Amazon Gift Card 再獲得 10% 的回饋；異業合作將有助於擴展雙方的營利，這樣的策略更可以把客戶導向策略夥伴的場景中消費，共創雙贏局面。

五、跨境支付業務：Payoneer 是重要外包廠商

在跨境支付上，美國科技企業如 Amazon、Google，採取的方式是將跨境收受款業務外包予 Payoneer 處理。

Payoneer 主要提供企業跨境支付服務、營運資金、稅收解決方案和風險管理的公司，一般公司可直接設立 Payoneer 帳戶，註冊後會取得一個收款帳戶，公司可提供消費者此帳戶供消費者匯款；公司收到匯款後，Payoneer 會將收到的款項匯入公司註冊的 Payoneer 帳戶，公司可從該帳戶提取款項。使用的好處是 Payoneer 主打著較低的手續費，而此項服務也被應用在公司匯薪資給外籍移工、供應商，對於身在異鄉的外籍移工亦有促進普惠金融之效益。

伍、促進普惠金融之效益

一、Green Dot

Green Dot 是全球最大的預付簽帳金融卡³⁴公司，其也與經營自身的銀行業務 Green Dot Bank，隨著近年行動支付時代到來，積極與 Apple Pay、Google Pay 與 Samsung Pay 等業者合作，其主要業務為發行預付簽帳金融卡，提供青少年、沒有銀行帳戶、積欠銀行貸款或是移民家庭與財務條件較差之用戶提供相關金融服務。Green Dot 同與 Mastercard 及 Visa 等信用卡組織業者合作發行預付簽帳金融卡，可以在 CVS Pharmacy、Rita Aid、7-Eleven、Walmart 等連鎖業者使用簽帳支付。

³⁴ 預付式簽帳金融卡並非像信用卡一樣有信用額度，而是卡片需要預先存入金錢才可以供作消費，但是審核要求較低，並不會依據信用評分審核發卡對象

同時 Green Dot 也與 Visa 合作推出 Green Dot Platinum Visa Secured Credit Card 擔保信用卡³⁵，為過去那些沒有信用評分或是信用評分極低的人提供類預付簽帳金融卡的支付模式，以完善其無現金交易之目的，降低犯罪等社會問題。當然 Green Dot 也會將用戶的簽帳支付報告提交給信用評分機露，如，Experian，Equifax 和 TransUnion 等業者，以提供 Green Dot 用戶按時繳付款時也得以為自己改善或是建立良好的信用評分³⁶。

二、Xoom

Xoom 則是美國電子匯款的先驅，其可在全球 160 多個國家/地區安全地匯款、支付賬單和儲值電話費用等，這些匯款對世界許多人來說是生命的寄託，用於支付日常需求，例如水電費、醫療保健、教育費用以及緊急情況。傳統金融機構的跨境匯款主要以現金為主且需要複雜的文書工作與高額的手續費用，更可能會有時間與交通等間接成本，也包括匯款時間的冗長。Xoom 為客戶提供快速又安全的付款方式，使其可以在電腦或手機上安全地跨境匯款，幫助並改善全球數百萬人的財務狀況。

三、Square Capital

Square Capital 為企業訂制自身的小額貸款，貸款由 Celtic Bank 提供，根據企業的銷售能力及財務表現作為放貸之標準，主打不需要太多行政信用風險審核，貸款人(或企業)很快就可以確定是否審核通過貸款額度之申請。當企業還款時，可以透過在 Square 的帳上設定百分比自動償還企業貸款，當企業銷售較佳，此時，帳上現金收益較佳時，則企業償還貸款的比例就提高，反之。藉此減少企業償還貸款的壓力，使企業可以將自身營運重心專注於業務產品銷售，而非過度聚焦於財務方面的表現。

35 一切的信用額度是由用戶於 Green Dot Bank 的存款作為擔保

36 Pymnts(2016)，Green Dot Rolls Out Secured Credit Card，2016.9.30，載於：<https://is.gd/tdybRi>，最後瀏覽日：2020.9.25

第二節 英國

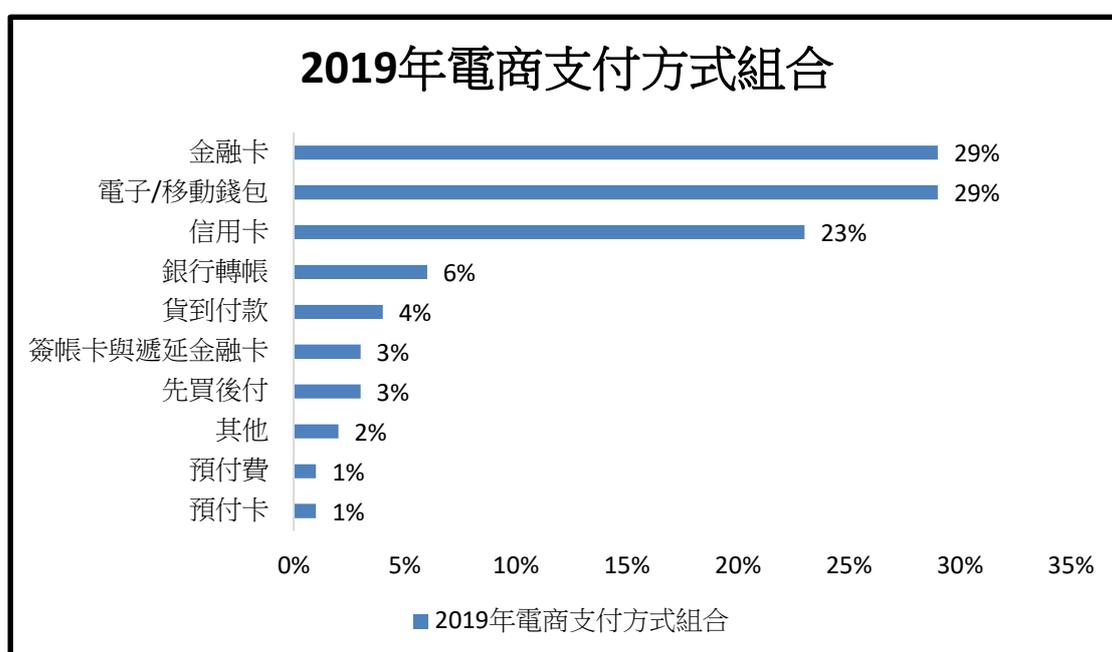
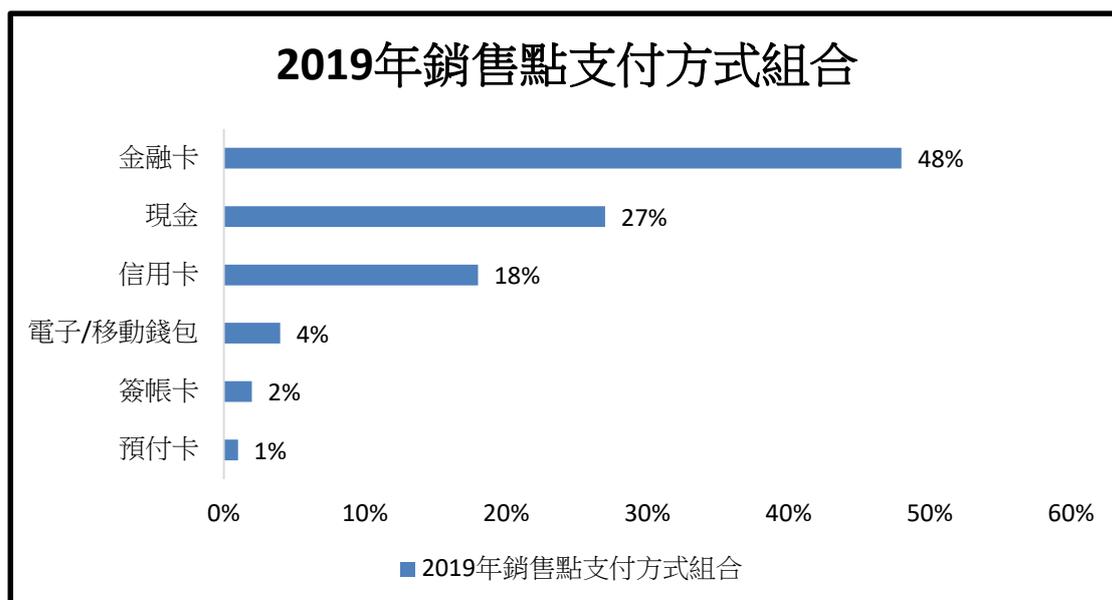
壹、支付業務發展概況

倫敦為世界金融重鎮，在國際金融體系中占據舉足輕重的地位。基於強大的金融體系、金融科技的優勢條件（如英國的金融服務實力、消費者對金融科技的接受度、靈活彈性監管環境、寬容的市場環境，以及吸引外資的開放態度），成就英國倫敦具全球 FinTech 領導地位。英國的網路借貸、支付、金融數據分析和區塊鏈等領域發展較成熟且具領先地位，其中又以網路借貸和支付領域發展最受金融科技投資者的青睞。本文以下將聚焦於討論英國數位支付市場與生態系，並討論英國金融監理主管機關「英國金融行為監督總署」（Financial Conduct Authority, FCA）的數位支付創新政策和措施，作為台灣的數位支付策略帶來可借鏡之處。

一、市場概況

由於金融數位科技崛起、金融服務快速轉型，英國快速地從傳統支付方式轉為無接觸支付市場，並已經成為市場主流的支付方式。目前 2018 年市場總值約 4.6 億美元，2025 年的市場總值推估可達到 12 億美元。根據英國財務部（HM-Treasury）數據，每 10 個銀行帳戶持有人就有 7 位使用網上銀行，現金支付的金額和比例不斷減少。2006 年約有 62% 是現金支付，到 2016 年已經減少到 40%，推估 2026 更可達 21%。隨著數位支付的普及度提升，英國金融機構正試圖加強數位支付的安全性和操作處理能力，例如：透過 NFC 技術，無現金付款變得更加安全。英國目前可用的無現金移動支付平台包括 Amex Pay，Apple Pay，Barclays Contactless Mobile，Google Pay 和 Samsung Pay³⁷。

³⁷ 本文搜尋自 Businesswire Website, UK Contactless Payment Market 2019-2025 report, 2020 年 8 月，載於：
<https://www.businesswire.com/news/home/20200421005587/en>



【圖 2.2.1】2019 年英國電商和實體銷售支付方式組合

資料來源： Global Payment Report 2020

二、英國金融科技 FinTech 產業環境

根據駐英國台北代表處經濟組 2019 年的商情文說明³⁸，英國金融科技市場的標誌性特徵為涵蓋行業的深度和廣度。英國在創新型銀行的投資領先全球，2018 年獲得 4.61 億美元的創業投資，包含 Revolut 銀行 2.5 億美元的 C 輪融資及 Monzo 銀行 1.1 億美

³⁸ 資料來源：經濟部駐英國台北代表處經濟組（2019），英國金融科技 FinTech 產業報告之投資環境，<https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=755961&iz=6>；UK FinTech State of the Nation。

元的 E 輪融資；另外英國在金融科技子行業的創業投資也具高水平，顯示 2017 年來投資活動急遽增加，包含個人理財和財富管理（personal finance and wealth management）的 3.336 億美元、替代性借貸和融資（alternative lending and finance）的 3.066 億美元、區塊鏈和數位貨幣（blockchain and digital currencies）的 1.747 億美元、保險科技（Insurtech）的 1.031 億美元及支付清算（payments）的 1.025 億美元等。

此外，據英國國家統計局（ONS）的數據顯示，2017 年海外對英國直接投資項目有 1,205 個，資金高達 1 兆 3,365 億英鎊，包含私募基金及創業投資基金募集的 330 億英鎊，且其中超過 80% 來自國外。而這些榮耀的紀錄歸功於英國政府的措施及基金計畫，其中稅收優惠的創業投資計畫包含種子企業投資計畫（Seed Enterprise Investment Schemes, SEIS）、企業投資計畫（Enterprise Investment Schemes, EIS）、社會投資稅收減免（Social Investment Tax Relief, SITR）及創業投資信託（Venture Capital Trusts, VCTs）等。

貳、運用金融科技創新模式

金融科技領域是近年來的熱門話題。整體來看，超過三分之一的歐洲成長最快的科技公司，現在均位於英國，目前倫敦有 45 家獨角獸公司，其中 18 家是金融科技公司，例如 Monzo、Revolut 和 Oak North。以下將列舉英國以支付聞名的新創公司。

一、英國純網銀 Revolut

2015 年成立的英國純網銀 Revolut，雖然不是先進者，卻是英國第一個進化成市值 10 億美元以上的純網銀獨角獸，在歐洲已有 600 萬用戶。2019 年相關資料如下：英國獨角獸排名 13，估值為 17 億美元（約 521 億台幣），主要業務為金融科技。員工數約 1,500 位，主要投資者為 Index Ventures、DST Global、Ribbit Capital。人才要求部分則以科技背景優先，有數據分析力、靈活變通的人才。主要市場一開始以歐洲為主，現在則逐步拓展至澳洲和美洲，甚至於有準備落腳台灣的規劃。其金融科技特色與金融服務創新將依序說明如下：

（一）改變既有銀行開通帳戶的服務流程：過去申請者如果想在英國開通帳戶，得先向銀行提供居住地址，且須證明本人過去 2 年都在此英國地址居住。但此點對於赴英工作，或

過去在英國沒有居住經驗的人而言非常不容易。甚至於成功開戶後，申請也需要等上 5 至 10 個工作天。流程改善後，主要特色在於帳戶開立流程可完全線上進行，消費者只要輸入電話、地址，大頭照與身分證件即可，後續則會有線上機器人進行人臉辨識，開戶流程縮短為 5 分鐘，1 天內可審核完畢。

(二) 多幣別電子錢包：用戶只要開立一個 Revolut 帳戶，等於同時擁有 28 種外幣的戶頭，可在同一錢包自由進行多幣別貨幣轉換，且中間無須支付額外匯差，銀行不會再向用戶收取額外換匯手續費。

(三) 帳戶使用者可利用 APP 換匯功能：只要持有 Revolut 發行且與 App 電子錢包帳戶連動的實體 Debit 卡（簽帳金融卡），即可在國際間刷卡、轉帳、或者到 ATM 提款，且不會收多餘的手續費。優點在於可解決消費者到國外旅遊剩下的外幣零錢，歸國後不知如何處理的狀況。另外，擁有多國外幣帳戶後，用戶就能在既有 App 上進行外幣操作或買賣，特色在於 Revolut 提供一個即期匯率和自動轉換匯的功能，如消費者可自行設定匯率到特定價格，可立即兌換。此外，還可提供即時跨國轉帳服務，且不收取任何手續費。

(四) 建立銀行訂閱制服務：有別於傳統銀行是以客戶的現有資產規模進行分級，提供其不同的金融服務。Revolut 則是將信用卡分成三種類型：Standard、Premium、Metal。不同類型的信用卡差異化服務包含：每個月可免費轉換匯的額度不同，可在各國 ATM 免費提領外幣的額度不同、是否享有旅遊保險和虛擬貨幣交易等功能。舉例來說，目前月付 10 至 15 美元，外幣兌換就無上限，或者新產品上線就可搶先體驗。

(五) 新增安全性設計：安全設計性服務舉例如下，(1) 用戶若遺失 Revolut 簽帳金融卡，可以在 App 上直接暫停卡片服務，也可隨時恢復使用，用戶還可自行關閉卡片於線上消費或是在 ATM 提領的功能。(2) Revolut 會偵測用戶消費時卡片與手機的距離，假設系統可利用機器學習偵測到用卡片消費的交易地點與手機距離很遠，代表可能有詐欺的狀況發生，即可馬上預防。(3) Revolut 能在手機上發行一次性的

虛擬卡片，用戶使用此張虛擬卡片一次性消費後，其卡號就會翻新。

(六) 提供一站式金融服務：Revolut 會持續透過使用者調查，開發創新服務功能。例如，Revolut 開發 Vault (金庫) 的服務，用戶可自行設定每月薪水要有多少自動轉到這個金庫，讓用戶每月的存款流程更為方便，或者可為家人之間共同的旅遊基金進行存款。

(七) 進行加密貨幣的買賣：Revolut App 內建的比特幣和加密貨幣交易所，並非自行開發加密貨幣相關平臺，而是透過開放 API 的方式，與外部專門提供加密貨幣服務的公司串接，讓用戶在 Revolut App 也能輕易接觸加密貨幣。

(八) 優先聚焦電子貨幣執照和服務經營：英國很多數位銀行，一開始急著跨出英國申請執照，但申請執照很費時，會壓縮開發 App 和產品的時間。因此，Revolut 一開始只有英國電子貨幣執照 (e-money license)，開始經營用戶，發展多元的產品線，包括賣保險、中小企業貸款，甚至是一般銀行沒提供的產品，如加密貨幣買賣。

二、Monzo

Monzo Bank 是一間 2015 年創立的英國數位銀行，於 2017 年 4 月獲英國金融服務局部門 PRA 正式授權批准提供經常帳 (Current Account，即商品及服務相關之國際貿易帳戶) 服務，正式營運銀行業務，與傳統銀行最大分別在於 Monzo 沒有實體地址或分行。雖然 Monzo 沒有實體的分行，但其依然受英國政府的監管。截至 2019 年 6 月已有超過 2 百萬用戶使用 Monzo。

基本開戶的便利性包含：(1) 下載 App 即可開戶，申請者不需要親身到英國當地開戶，(2) 10 分鐘就可馬上審核批准成功，(3) Royal Mail 將實體卡片寄到申請者的英國住址完全免費和免運費，(4) 免外幣交易手續費，(5) 每 30 日海外提款£200 內免手續費，超出收 3%，(6) 免費送£5，需用特定申請連結，(7) 支持 Apple Pay 和 Google Pay。對海外用戶的限制在需要英國住址、16 歲以上才能申請、海外用戶入金麻煩和手續費高。

Monzo 和 Revolut 同為具知名英國數位銀行，他們的宗旨都是免除使用者到國外旅遊或是生活時，進行兌換匯率或是提款所需要支付的手續費。除上述的共同功能，Revolut 和 Monzo 都還

有提供自動記帳功能、消費記錄提醒通知及鎖卡功能（如卡片遺失時，可馬上鎖卡，以避免被盜刷）。然而，Monzo 相較於 Revolut 的特色在於，除無需繳交年費外，申請卡片也不需要支付任何手續費和運費。

然而，Monzo 和其他數位銀行的差異如(1)內建的 Monzo.me 拆帳系統：讓用戶可以在跟朋友聚餐時輕鬆分攤費用。只要選取金額並透過社群媒體、簡訊等方式寄給對方，Monzo 便會自動產生一個連結，讓對方自動填入相關資訊即可完成轉帳，而對方甚至不需要是 Monzo 的用戶。(2)限制賭博：啟用此功能，Monzo 將禁止用戶在線上賭博網站及路邊簽注行刷卡。(3)隨行個人理財專員：用戶不僅能在刷卡後即時在 App 上看到自己的消費細項，App 還會將消費品分類，等於加入記帳 App 的功能。

	Revolut	Monzo
換匯手續費	無	無
ATM 提款手續費	無	無
月/年費	Premium、Metal 卡別需付年費	無
儲值功能	有	無
申請卡片費用	5 歐元	無
消費記錄通知	有	有
自動記帳功能	有	有
拆帳系統	無	有
一鍵鎖卡	有	有
客服處理速度	慢	快

【圖 2.2.2】英國數位銀行的 Revolut 和 Monzo 「MONZO」比較

資料來源：本文擷取自 MoneySmart (2019)，海外打工必備神卡！多幣帳戶 Monzo、Revolut 誰比較厲害？，2020 年 8 月，<https://www.moneysmart.tw/articles> 與傳統金融業之競合

三、B2B Payment Solutions Ltd

2020 年英國金融行為監管局(FCA)已授予 B2Broker 集團公司旗下成員 B2B Payment Solutions LTD 電子貨幣機構 (AEMI) 許可證。該許可證允許企業在英國和歐洲經濟區(EEA)從事與電子貨幣相關的服務和支付服務³⁹。

作為受監管的 AEMI 電子貨幣提供商，B2B Payment Solutions Ltd 現將能夠擔任支付中介。該公司的服務內容著重於

³⁹ 資料來源：<http://www.businesswirechina.com/hk/news/44377.html>

為受監管的外匯經紀商和持有許可的流動性提供商以及企業 IT 業務和電子商務公司提供支付服務，並創建量身打造的生態系統，使經紀商能夠在歐洲和英國的保證金帳戶及其最終用戶之間存取資金。

此外，該公司因此將提供數位銀行服務。據該公司估算，1,000 多家受監管經紀商和流動性提供商以及數十萬最終用戶將都能夠在幾秒鐘內存款和取款。為此，B2B Payment Solutions Ltd 將提供子 IBAN、SEPA 轉帳以及快速支付服務。該公司未來規劃中的服務包括 SWIFT 轉帳、卡片處理和電子錢包等。該公司更預計向擁有 PI、API、EMI 和 AEMI 許可證的其他類型業務，為受監管金融機構提供相同服務。大致來看，取得 AEMI 許可證是該公司在全球擴展產品、擴充服務以及為英國和歐洲客戶提供更好、更具競爭力產品策略中的重要部分。

四、Atom Bank

該公司 2014 年在英國 Durham 創立⁴⁰，係首家獲得英國銀行營業執照的手機銀行服務商，創始人過去長期服務於大型傳統銀行，致力於以透明的方式創新銀行業務。目標客戶族群鎖定慣於使用手機 APP 的年輕人，在介面設計上提供客製化功能，客戶可自行設計顏色及呈現方式，並透過影片、遊戲與客戶進行互動以拉近距離，在註冊及登入流程上，採用生物辨識技術進行身分識別，簡化開戶流程，省去所有的線下流程，客戶只要掃描身分證件、填寫基本資訊兩個步驟即可完成，對於重視便利性的年輕人而言，具有相當吸引力。

關於金融服務內容，Atom Bank 在 2016 年 4 月發布第一個定期存款產品，截至目前為止已推出數位支付、帳戶管理、房屋貸款、現金卡和信用卡等產品，並設有結合 AI 及機器人學習的客服團隊，為客戶即時解決使用 APP 時的所有疑難雜症，Atom Bank 在未上線之前，融資總額已達到 1.4 億英鎊，2015 年底西班牙銀行 BBVA 以 4,500 萬英鎊收購 Atom Bank 股份，成為其最重要股東之一。

五、Tandem Bank

Tandem 聯合創辦人兼行政總裁 Ricky Knox 發現，傳統銀行長期以來藉由收取手續費或利息等方式提高收益，並未從客戶的

⁴⁰ 資料來源：數位時代(2017)，<https://www.bnext.com.tw/article/43427/atom-bank-102-million>

利益出發，希望可以做一家與客戶為伍的銀行。Tandem 在英國推出服務時，特意設立名為「Tandem Co-Founders」（聯合創辦人）計劃，鼓勵首批使用 Tandem 的逾 1.1 萬名客戶，積極與公司溝通交流，協助設計其產品功能及品牌特色。並在 2015 年底取得虛擬銀行執照，虛擬銀行又稱「新式銀行」或「挑戰者銀行」（Challenger Bank），泛指透過網絡或其他電子渠道取代傳統實體分行來提供零售業務的銀行。Tandem 客戶可透過 APP 應用程式及實體信用卡，享用其儲蓄、貸款產品等銀行服務，強調讓客戶透過手機就能夠管理個人財務進而累積財富，願景是成為全方位的網銀，提供一站式服務，滿足客戶各種金融需求，包括活期帳戶、信用卡、儲蓄以及貸款，且將覆蓋網站和手機 APP 等跨裝置通路。

參、與傳統金融業之競合

一、英國競合關係分析

根據英格蘭銀行的調查顯示，近年來金融科技持續發展，FinTechs 與 BigTechs 逐步切入金融服務領域，對傳統銀行形成挑戰，其中，BigTechs 挾其廣大客戶基礎及先進科技能力，提供創新金融服務，未來可能衝擊全球銀行業及金融穩定，更引起國際關注。尤其 FinTechs 與 BigTechs 的發展背景與趨勢、驅動 BigTechs 提供金融服務的因素、更與傳統銀行業經營特性的形成差異化及競合關係⁴¹。相關說明請見下表。

⁴¹ 註：DBS 旗下數位銀行於 2018 年 7 月獲「Euromoney」雜誌評選為「World's Best Digital Bank」。數位銀行成立後，DBS 的成本收入比率（cost-to-income ratio）由 2015 年 45.4%，降至 2017 年 43%，同期間收入也上升 10.4%。

【表 2.2.1】傳統銀行、FinTechs 與 BigTechs 的金融服務及競合關係

項目		傳統銀行	FinTechs	BigTechs
經營與管理	金融服務種類	齊全	特定項目	日趨多樣化
	服務提供方式	分行、網路	網路	網路
	金融科技運用能力	逐漸強化	特定專長	強大
客戶往來關係	客戶來源	對外推廣或自來客	部分與傳統銀行合作	衍生自原先非金融業務
	往來關係建立方式	透過長久往來建立	限於特定業務	透過多元商業互補，快速增加客戶黏著度
	資訊掌握	偏重財務面(金流)	與利基業務有關	包括物流、資訊流與金流等
	資訊運用彈性	須符合個資法等法令規範	較大	較大
與傳統銀行關係		-	多為合作或互補	既競爭亦合作
受監管程度		高度監管	逐漸納入監管	已引起國際關注
創新服務案例		星展銀行(DBS)-digital bank	美國 PayPal、Lending Club	Amazon、Facebook、騰訊、阿里巴巴

資料來源：本文彙整自中央銀行，<https://www.cbc.gov.tw/public/Attachment/991917185271.pdf>；FinTechs 與 BigTechs 對銀行業及金融穩定的影響，存款保險資訊季刊第 32 卷第 4 期，2020 年 8 月。

劉曉薇 (2019)⁴²的文章，進一步說明英國由於對金融科技開放程度較高，傳統銀行營收已出現移轉現象：根據英國埃森哲顧問公司 (Accenture) 的調查研究指出，2005~2017 年全球主要國家金融與支付機構，英國為刺激金融業創新，藉由鬆綁金融法規來擴大市場進入性，為金融市場開放程度較高的國家，2017 年英國市場新進者 (意指 2005 年後才成立的銀行、電子支付機構、金融科技公司) 的經營者家數占比高達 63%。其中，新進者營收占英國全體機構營收的 13.6%，且新增營收高達三分之一已經從傳統銀行移轉至這些市場新進者。換句話說，長期來看，傳統銀行和金融機構的存款基數正面臨快速流失的危機，甚至有被迫退出市場的疑慮。

二、英國巴克萊銀行案例⁴³

近年來在英國市場上出現許多數位化的金融產品及服務，然而其中不乏易用性差，或是操作步驟複雜、麻煩的應用，顧客經常遇到問題而無法繼續，甚至產生心理壓力寧願回到傳統通路等，上述都是大多數金融機構在數位轉型時經常遇到的瓶頸。

⁴² 劉曉薇 (2019)，純網路銀行對銀行業的影響研析，載於：
https://www.bankchb.com/chb_2a_resource/leap_do/gallery/1561621701711/68-6-%E5%B0%88%E9%A1%8C%E8%AD%AF%E8%BF%B0.pdf。

⁴³ 資料來源：陳鼎文 (2016)，商業週刊：抗衡 Apple Pay？英國銀行推 bPay，一張貼紙就能把喜歡的東西變電子錢包，<https://www.businessweekly.com.tw/business/blog/16068>

英國巴克萊銀行（Barclays Bank）觀察到上述需求，以簡化繁瑣步驟、提升支付和轉帳的效率為目標，在設計產品前，先針對顧客使用現金或是信用卡支付時的流程和步驟做進行調查，深入挖掘顧客的痛點和需求，開發了「pingit」App。這個 App 不需要對方提供銀行帳戶資訊或密碼，只需要電話號碼或是 Twitter 帳戶就可以完成轉帳。在支付方面，所有和巴克萊銀行合作的公司和公共機關都可以用 pingit 付款，甚至是購買公車車票。2015 年為止，pingit 已經擁有超過 270 萬顧客。在不討論其交易安全性及風險管控的前提下，對於其 App 的使用者而言，的確提升金融服務的效率。另外，巴克萊銀行推出 bPay，用於實際購物時的支付，無論是超市，還是每天通勤搭車，只要將 bPay 對準專用的讀取器，就可以從銀行帳戶付款；bPay 有手環、鑰匙圈和貼紙三種類型，都可成為使用者的電子錢包，截止目前為止，調查結果顯示，每個禮拜有超過上百萬筆支付透過 bPay 進行。



【圖 2.2.3】英國巴克萊銀行 bPay

資料來源：<https://www.expertreviews.co.uk/technology/1403566/what-is-barclaycard-bpay-and-how-does-it-work>

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

一、開拓新型態銀行業務

英國四大銀行如匯豐銀行、蘇格蘭皇家銀行、巴克萊銀行、萊斯銀行長期主導金融市場，2007 年金融危機爆發後，使得人們對傳統銀行產生不信任感，為此英國金融監管機構展開一連串的數位改革，其中一項即為放寬銀行執照的申請手續及門檻，藉由鼓勵更多競爭者加入，為英國金融業注入一股活水，因此近年英國市場上出現了基於手機 APP 遠端實現銀行服務的新形態銀行，

如數位銀行(Digital Bank)或是行動銀行(Mobile Bank)，產品設計及操作流程訴求個性化及透明化，注重客戶反饋，經營方式徹底顛覆傳統。

二、政策推動英國金融科技生態圈與國際連結

英國為持續維持全球金融科技中心地位，故積極布局朝向全球擴張的策略，其中最值得關注的政策是 2018 年發布首份金融科技產業戰略 (FinTech Sector Strategy)⁴⁴，旨在保持英國於歐洲金融科技領域的領導地位；此外，英政府積極與全球各地的司法管轄區建立金融科技橋樑 (FinTech bridges)，以減少監管壁壘及支持英國脫歐後的國際擴張，目前已與英國建立金融科技橋樑關係的國家包含澳洲、中國、香港、新加坡及南韓。

三、Innovate Finance (創新金融協會) 率先串接金融科技生態系

2013 年，卡麥隆政府計畫將倫敦打造成全球金融科技中心⁴⁵，最終經過各方金融業者的諮詢後，決議與營運倫敦金絲雀碼頭的英國知名私人地產管理集團 Canary Wolf，合作成立 Innovate Finance(創新金融協會)，並由英國知名連續創業家柯克頓(Claire Cockerton)負責初始的營運規畫，地點則座落於歐洲最大的科技育成中心 Level 39(位於倫敦新金融區金絲雀碼頭 Canary Wolf)。2015 年時，Innovate Finance 旗下機構會員僅約八十家，2018 年時已經有逾兩百五十家，除傳統金融業者外，眾多金融科技新創亦在其列(兩者比例約一比五)，涵蓋 P2P、AI、機器學習、網路安全、保險科技等領域。創立之初，Innovate Finance 被賦予「平台與媒合」的角色定位，並賦予兩大任務，一為創造英國金融科技的生態系統，二為確保英國作為金融科技創新的地位。

四、英國最大零售商特易購 (Tesco) 導入電子支付

2020 年英國最大零售商特易購 (Tesco) 結合數位支付，開立倫敦首家無現金商店⁴⁶，該門市特色在於讓購物者透過自助櫃台選擇多種電子支付方式，但不收紙鈔和銅板。目標客群是消費時間短暫的購物者。付費方式包括感應式金融卡、簽帳卡和信用卡，以及 Apple Pay 和特易購的電子支付 Pay+。包括 Waitros 在

⁴⁴ 資料來源 <https://www.trademag.org.tw/page/newsid1/?id=755961&iz=6>

⁴⁵ 資料來源：今周刊(2018)，倫敦直擊《政府、產業、NGO 聯手打造 英國 FinTech 致勝學》，<https://www.businesstoday.com.tw/>

⁴⁶ 本文彙整自 <https://udn.com/news/story/6811/4378863>，2020 年 8 月。

內的多家英國超市已推出或正在試用 App，讓消費者能用手機付款。然而，英國第二大零售巨擘 Sainsbury 去年曾在特易購無現金商店附近試辦英國首家無人商店，消費者可用智慧手機付款，毋須經過收銀台，但後來放棄這項嘗試。該公司表示成績不如預期，顧客並非都準備好接受無人商店。

五、倫敦交通局導入行動支付

另外，根據倫敦交通局（Transport for London；TfL）⁴⁷近期揭露的倫敦交通網路付費模式指出，乘客使用非接觸式技術購買或數位支付的公共交通工具數量大幅增加。這代表意味著旅客越來越願意接受數位支付的方式。尤其，這幾年倫敦交通運輸大力推動「行動支付（Contactless）」，也就是乘客不需要申請過去慣用的交通卡（牡蠣卡，Oyster card）；目前可使用的支付方式包含：非接觸式的信用卡和行動支付（可接受的手機支付方法很多元）。任何的支付方式都可以連結至牡蠣卡帳戶查詢扣款明細和旅遊紀錄，還可以透過下載 APP 管理支付明細。此外，以上的新數位支付方式和牡蠣卡的扣款費用機制相同，且數位支付不僅有「每日付費上限」的優惠，還有「每周上限」的優惠，以吸引使用者。

伍、促進普惠金融之效益

英國一直以來都相當關注普惠金融政策，除持續進行相關調查研究，並已陸續制定政策解決方案。此外，知名英國數位銀行 Monzo 也提出實驗性計畫 Pay It Forward 計畫，落實普惠金融的社會承諾和責任。相關內容說明如下：

一、研究佐證傳統金融服務網路化，影響弱勢族群獲得金融服務金惠

2018 年，英國國會國庫專責委員會 (Treasury Select Committee) 進行調查 Treasury Select Committee's Inquiry into consumers' access to financial services，調查研究⁴⁸特別關注為弱勢消費者提供金融產品和服務的問題，內容指出隨著傳統金融服務管道日漸網路化，實體銀行未來將持續關閉分支機構和 ATM 機數量迅速減少，老年人和貧困人口等社會弱勢群體獲得

⁴⁷ 本文彙整自 <https://tfl.gov.uk/>，2020 年 8 月。

⁴⁸ 本文彙整自 <https://committees.parliament.uk/committee/158/treasury-committee>，2020 年 8 月。

金融服務的管道也日益減少。故後續該委員會發布《消費者金融服務管道》(Consumers' Access to Financial Services) 專題報告，督促銀行採取必要措施，履行保障金融普惠性的相關義務。

二、相關政策：高齡人口、財務脆弱客戶和消費者保護機制

為促進英國金融消費者保護與公共利益，英國金融行為監理總署(FCA)於2017年10月進行大規模市調專案「全國金融生活調查」(Financial Lives Survey)，專案歷時約2年，總共蒐集約12,000份問卷樣本。其中，一部分的研究在於探討弱勢客戶之金融生活情形，作為FCA制定保護弱勢客戶之監理參考依據。研究發現指出，各年齡層的潛在金融弱點關鍵點和重要議題如下：18至24歲是低儲蓄議題，25至34歲是高負債議題，35至44歲是房貸負擔議題，45至54歲是無退休理財，55至64歲是無退休理財和金融詐騙議題，65歲以上是個資安全和金融詐騙議題。為因應該研究結果所呈現的社會現象，後續政府單位制定相關政策方案包含：「人口高齡化與金融服務」(Ageing Population and Financial Services) 專案、消費者保護之監理作法(Approach to Consumers)、退休金相關金融商品之監理策略(Joint Pension Strategy)及「對財務脆弱客戶的待客準則」(Guidance for Firms on the Fair Treatment of Vulnerable Customers)等皆參採此份研究報告⁴⁹。

三、業界實驗計畫

以行動支付為街友銷售雜誌創造額外收入，走入社會：另外，英國知名數位銀行Monzo和英國大誌(The Big Issue)合作，推出Pay It Forward計畫，重點內容在於以行動支付打造雜誌重複銷售模式，讓擔任大誌(The Big Issue)銷貨員的街友和弱勢族群可以增加額外獲利，進而得到更多健康、居住以及教育的資源。Pay It Forward運作模式為當消費者讀完雜誌想轉賣給他人時，下一位買家可用手機掃描雜誌封面上的QR Code(除交易用的QR code，雜誌上也會有該銷售員的姓名和相片貼紙)。每次轉賣的錢，都會直接匯款到原始銷售員的戶頭，轉賣越多次，銷售員的獲利也就越多，平均來說獲利可成長約15%。此計畫的亮點特色之一，還有協助街友進入金融體系。

⁴⁹台灣銀行家雜誌(2020)，FCA 金融生活調查一半英國成人具金融潛在弱點；FCA(2020), Financial Lives survey, 載於：<https://www.fca.org.uk/publications/research/understanding-financial-lives-uk-adults>

計畫背景在於，過去這些雜誌銷售員沒有銀行帳戶的原因在於，他們沒有固定地址，所以無法申請數位金融服務。為了提高雜誌銷售機會（因非現金支付交易提高）和協助銷售員融入新形態社會和使用金融服務。Monzo 因此提出了簡單的解決方案—讓銷售員使用大誌的辦公室作為申請地址，達成作為改善實現普惠金融承諾的期待。更重要的是，此計畫能有效幫助特定族群接觸到數位支付，幫助他們生活更加便利。未來該計畫 Pay It Forward 也將在 No Barriers to Banking 願景中，以創意的方式，協助更多弱勢團體也能體驗數位金融的便利性。

第三節 新加坡

壹、支付業務發展概況

身處亞太金融中心位置，新加坡擁有相當成熟的電商市場，73%的消費者進行跨境購物⁵⁰。高達 91%的網路普及率⁵¹，接近百分之百的人口擁有銀行帳戶⁵²，使新加坡握有電子支付發展的優勢。以下將從新加坡數位支付市場寫起，作為台灣借鏡。

一、市場概況：

相較於 2015 年支票交易數額佔總交易額 37%，2019 年已降到歷史以來最低（28%）。ATM 提款金額也逐年減少 3 億之多。⁵³然而，新加坡電子支付公司百花齊放、系統卻互不相連，人民難以選擇電子支付公司，導致現金及信用卡支付比例仍居高不下。2019 年，新加坡所有支付方式中，現金使用率仍然最高，第二是信用卡，第三是金融卡，第四是電子錢包。⁵⁴（見圖 2.3.1）。

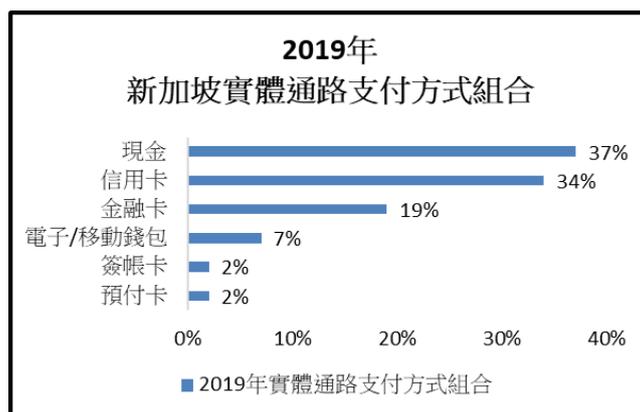
50 〈SINGAPORE B2C E-COMMERCE MARKET 2019〉，Ystats，最後瀏覽日：2020.7.31，載於：
<https://reurl.cc/n0Lo16>、Global Payment Report 2020

51 〈Number of internet users in the Asia Pacific region as of January 2020, by country or region〉，
STATISTA，最後瀏覽日：2020.7.28，載於：<https://reurl.cc/j5v81p>

52 〈Chart of the Day: 98% of Singaporeans have a bank account〉，Singapore Business Review，最後瀏覽
日：2020.7.31，載於：<https://news.nestia.com/detail/-/351148>

53 〈Government Announces Plan To Make Singapore A Cashless Society By 2025〉，EASY CREDIT，
2020.1.30，載於：<https://reurl.cc/XkmWy0>

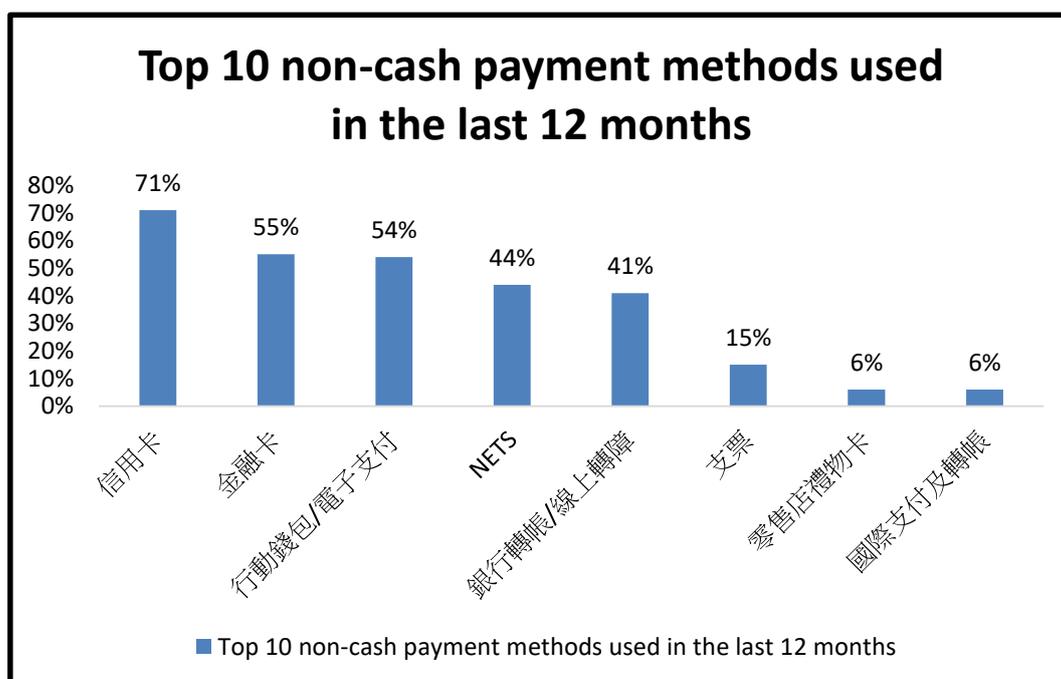
54 Global Payment Report 2020, p.104-105



【圖 2.3.1】新加坡實體通路支付方式組合

資料來源：Global Payment Report 2020

再以非現金支付方式來看，2017 年使用率最高的是信用卡，其次是金融卡，第三則是電子支付以及電子錢包，第四是 NETS⁵⁵ 電子支付平台，第五是銀行及網路轉帳。⁵⁶（見圖 2.3.2）。



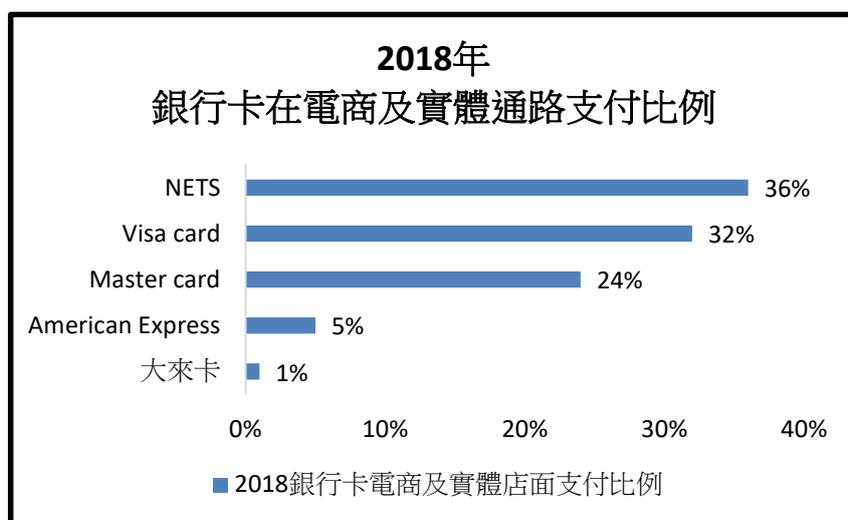
【圖 2.3.2】近 12 個月新加坡前十大非現金支付方式

資料來源：RFi Group - Singapore Retail Council, H2 2017

⁵⁵ NETS 是新加坡國有金融服務公司，提供各種支付和清算服務，NETS 和 VISA、MASTERCARD 一樣經營發卡業務，不過範圍僅在新加坡。此處的 NETS 功能類似金融卡。NETS 和金融卡差異在於：(1) NETS 有自己的終端機(terminal machine)、(2) NETS 向商家收取的手續費和金融卡不同、(3) 使用 NETS 支付時需要輸入密碼，金融卡則不用。

⁵⁶ Grace Christiany, 〈Asia: Temporary outage for Singapore's national payment system〉, 最後瀏覽日：2020.7.28, 載於：<https://reurl.cc/MdyAmL>

另外，在 2019 年，支付卡（包含銀行卡、金融卡等）中最常使用品牌的是 NETS，第二是 VISA 卡，第三是 MASTER 卡。⁵⁷（見圖 2.3.3）。在新加坡，多數的電商平台不支持信用卡支付，因此多數民眾使用在線網銀平台（electronics Network For Electronic Transfers (Singapore) Pte Ltd），eNETS）來轉帳。另外，以使用者數量來看，2019 年前五大電子錢包業者分別是：Grab Pay、DBS Pay Lah!、fave pay、ez-link、支付寶（Alipay）。最後，新加坡民眾偏好有消費回饋的支付方式，例如信用卡紅利回饋、ShopBack 等。



【圖 2.3.3】2018 年銀行卡在電商及實體通路支付比例

資料來源：Global Payment Report 2020

此外，在疫情影響下，研究指出，70%的消費者在疫情後更頻繁使用網路銀行，80%的新加坡民眾表示在疫情結束後仍會繼續使用網路銀行⁵⁸。2020 年 Ong Ye Kung（教育部長及新加坡金融管理局一員）表示⁵⁹，政府預計要在 2025 年前將新加坡打造成無支票、無現金國家。他也提到，80%的新加坡國民使用電子支付來轉帳，60%的商家接受電子支付，顯示其所言絕非空談。

⁵⁷ Global Payment Report 2020, p.104-1

⁵⁸ Ravi Menon, 〈Monetary Authority of Singapore's Annual Report 2019/20〉, p.12, 2020.7.26、SingSaver, 〈Analysis of 1,000 responses from Singaporeans and permanent residents aged 18 and above, to understand how COVID-19 will change financial habits and affect personal finance challenges over the next 6 to 12 months〉, 2020.7

⁵⁹ 〈Government Announces Plan To Make Singapore A Cashless Society By 2025〉, EASY CREDIT, 2020.1.30, 載於：<https://reurl.cc/XkmWy0>

貳、運用金融科技創新模式

新加坡在金融科技產業表現亮眼，在今年達到 1000 家 FinTech 公司，相較 2019 年的 600 家，呈現快速成長。⁶⁰其中，在數位支付領域，無數公司爭相進入市場，競爭激烈。以下將列舉四家公司，兩家具有獨角獸身分，另外兩家則是在新加坡本土市場有一定地位的公司。

一、Grab：

Grab 可謂是近年來在東南亞地區最大的獨角獸科技公司，旗下支付服務公司名稱為 Grablink Pte Ltd，成立一年多。Grab 資本額已超過 100 億，總部在新加坡，範圍遍及柬埔寨、印尼、馬來西亞、緬甸、菲律賓、泰國、越南。前身為 MyTeksi，原本提供叫車服務，後進展到外送、商業採購，之後更打開支付市場。如今 Grab Pay 已成為新加坡最多人使用的電子錢包。

Grab pay 業務內容主要包括實體店面支付、叫車支付、食物外送支付以及帳戶間轉帳。另外 Grab pay 提供點數回饋 (Grab Rewards points)，用戶可藉由點數來購物。⁶¹在資料認證上，Grab Pay 有地域上的分別，若用戶使用的是 Singapore Grab Pay，用戶位置必須位於新加坡才能進行認證。⁶²

Grab 用戶對於 Grab 有極高的忠誠度，有四分之三的 Grab 會員使用 Grab Pay 來付費，使用在超過 10,000 家實體店面及網路通路上。在新加坡以外的地區，Grab 也是馬來西亞最多人使用的電子錢包，在印尼則是第二大電子錢包業者⁶³。在龐大用戶基底，Grab 成為一個「super app」⁶⁴。除了作為簡單的支付工具，Grab 也提供其他金流服務，例如中小型企業貸款以及保險服務。Grab 從一開始只是個單一目的型的 app，如今發展成全方位科技公司，Grab 滲透了用戶中的生活大小事，甚至可以說 Grab 在其 app 中自成一個生態系。

Grab 目前在新加坡市場之金融服務由 Grab Financial Group 旗下子公司與部門經營，主要提供三大金融服務，以下分析：

⁶⁰ Ravi Menon, 〈Monetary Authority of Singapore's Annual Report 2019/20〉, p.12, 2020.7.26

⁶¹ Grab, 最後瀏覽日：2020.8.4, 載於：<https://www.grab.com/sg/pay/>

⁶² 〈How to top-up using PayNow〉, Grab, 最後瀏覽日：2020.8.4, 載於：<https://reurl.cc/Q3Z632>

⁶³ Deridian Nurhalim, 〈Report shows which e-payment apps Singaporeans use the most〉, 2019.11.14, 載於：<https://reurl.cc/XkmlE>

⁶⁴ 〈Payment aspects of financial inclusion in the fintech era〉, World Bank Group & Bank for International Settlement, p.23, 2020.4, 載於：<https://www.bis.org/cpmi/publ/d191.htm>

1.AutoInvest 服務

由 GrabInvest 公司營運，目前已獲得新加坡金融管理局資本市場服務執照(Capital Markets Services Licence，簡稱 CMS)並由大華銀行與 Fullerton 資金管理公司⁶⁵進行管理。主要面向 Grab 平臺所推出的消金服務，用戶只要以 1 元星幣即可起投，標榜預期收益 1.8%，官方網站則有提及，該投資並不保證收益，並明確說明該投資並不受到新加坡存款保險公司所保障等風險告知提醒。

當用戶於 Grab 生態主要四大場景⁶⁶消費使用後，平臺會自動自消費者綁定戶頭中扣下若干金額對 AutoInvest 進行投資服務，其每次扣款金額由用戶自行設定，類似於中國大陸支付寶所推出的「筆筆攢」服務。但是當用戶想贖回投資時，並不像中國大陸的餘額寶為即時到帳，而是必須有 2-4 天的贖回等待天數。

2.GrabInsure 服務

由 GrabInsure Insurance Agency 作為保險代理公司，保險產品之承保與產品開發仍由合作的保險公司⁶⁷負責。本研究發現，GrabInsure 主要面向消費用戶與平臺駕駛，採取較為封閉的發展模式，亦即保險商品要保人必須與 Grab 業務有連結才可進行投保。消費者以旅平險、乘車險為主；駕駛員則以修車、駕車與病假所造成薪資收入減少，等作為保險產品訴求，完善自有生態圈參與者對於保險保障的取得。

3.GrabFinance 服務

由 Grab Financial Group 旗下部門負責，主要是針對駕駛與商家的貸款服務，面向駕駛員目前僅有無卡分期的業務，僅針對購買智慧型手機使用；面向商家則是提供營運周轉方面的資金，倘若商家與 Grab Pay 及 Grab Food 合作，那麼其在貸款額度與利率等條件會來得較為優惠，主因來自於生態系完善的角度，GrabPay 與 GrabFood 因可較充分掌握合作商家或餐廳在資訊流與金流等銷售情況，故得以給予較具彈性之貸款融資條件，若其經營得以更好，也可滿足 Grab 用戶的消費體驗，達成互惠共贏。

⁶⁵ 主要營業母公司為新加坡主權基金淡馬錫控股

⁶⁶ 四大 Grab 生態場景: Grab 叫車服務、Grab Food 外送、Grab Mart 購物與 Grab Wallet 或是 Grab Pay 線下與線上消費

⁶⁷ 目前 GrabInsure 主要與三家保險業者合作，分別為 CHUBB、NTUC Income 與 ZA Tech，其中 2019 年 1 月中國大陸的互聯網保險公司眾安在線與 Grab 合組公司，眾安國際以發展東南亞網路保險業務

二、Sea：

Sea 集團旗下有三大事業體，分別是 Garena、Shopee(蝦皮電商)以及 SEA Money。⁶⁸SEA Money 主要提供數位金融服務，例如電子錢包、小微貸款等。旗下業務包括 Air Pay(愛貝金流)、Shopee Pay、Shopee PayLater 等，服務範圍遍布東南亞地區。愛貝金流提供收款、付款、信託等全方位金流服務⁶⁹，Shopee Pay 則是僅限使用在蝦皮購物的電子錢包⁷⁰。

三、Fave：

2015 年創立，總部位於新加坡。雖然 Fave 不像前兩家公司資本額達到獨角獸的標準，但 Fave Pay 在新加坡是第三多人使用的支付錢包，並且是第四大下載量的 app，僅次於 Grab、DBS PayLah 和 ez-link。Fave 有三大業務，包含「FaveDeals」、「FavePay」、「FaveBiz」⁷¹。「FaveDeals」讓商家得以提供優惠給消費者；「FavePay」為旗下支付方式，消費者可藉此賺取回饋⁷²；「FaveBiz」則負責交易認證及買賣追蹤。Fave 營業項目囊括吃喝玩樂，類似台灣 Gomaji，受到疫情影響最近營業額下滑。營業範圍包含新加坡、馬來西亞以及印尼。

四、InstaReM：

2014 年創立，總部位於新加坡。InstaReM 在新加坡經營境內轉帳以及「類跨境轉帳」(InstaReM 未申請跨境支付牌照)。以下簡述 InstaReM 的「類跨境轉帳」方式：匯款人(位於新加坡)希望能匯給收款人(位於美國)美金，在傳統跨境匯款方式下，匯款人須支付換匯手續費及跨境轉帳手續費。然而，新型跨境匯款方式使 InstaReM 作為第三方轉帳機構，匯款人會先將新加坡幣匯到 InstaReM 在新加坡的銀行戶頭。在匯率上，用戶可以選擇其心儀匯率⁷³，並以鎖定匯率的方式，在 36 小時內匯款。此時 InstaReM 使用鎖定匯率將新加坡幣換成美元，並再由 InstaReM 在美國的銀行戶頭將美金匯至收款人帳戶。這樣的方式使得銀行收不到換匯手續費以及跨境轉帳手續費，款項實質上也

⁶⁸ Sea Money，最後瀏覽日：2020.8.4，載於：<https://www.seagroup.com/products/SeaMoney>

⁶⁹ 愛貝金流，最後瀏覽日：2020.8.11，載於：<http://business.airpay.tw/>

⁷⁰ Shopee Pay，最後瀏覽日：2020.8.11，載於：<https://reurl.cc/N6yZp6>

⁷¹ Fave，最後瀏覽日：2020.8.13，載於：<https://craft.co/fave>

⁷² Fave，最後瀏覽日：2020.8.4，載於：<https://myfave.com/>

⁷³ Aubrey Yung，〈如何用 Instarem 從香港匯款：手續費、匯率及時間〉，TransferWise，2020.4.23，載於：<https://reurl.cc/n0L511>

未曾跨越國境，可以說是「越過銀行轉帳」以及「偽跨境轉帳」。InstaReM 不接受現金、信用卡、支票和第三方匯款，因此少了信用卡手續費等額外費用。

另外，InstaReM Amaze Card 是一種多幣別錢包，強調快速簡單操作且便宜的手續費，提供旅人在各國間支付的新選擇。其運作方式是在錢包內自由轉換幣別並進行支付，並可事先兌換外匯省下銀行匯差⁷⁴。InstaReM 和 Fave 一樣沒有達到獨角獸標準。

參、與傳統金融業之競合

新進的支付業者勢必和原有的傳統金融機構在業務上產生衝突或進行合作。以下將從兩個方面來進行介紹，第一是既有業者因應數位時代開展數位支付業務，第二則是新進業者和既有業者的合作及衝突，其中衝突將以跨境支付為例說明。

一、既有業者開展數位支付業務

(一) 國家投資，九大銀行共同組成「PayNow」：PayNow 是新加坡銀行工會（The Association of Banks in Singapore, ABS）中九個主要銀行推出的共同行動支付，形同台灣的台灣 Pay。九大銀行分別是中國銀行、花旗銀行、星展銀行、匯豐銀行、中國工商銀行、馬來亞銀行、華僑銀行、渣打銀行、大華銀行。PayNow 建立在 FAST (Fast And Secure Transfers) 的基礎上，除了使用 SGQR (Singapore Quick Response Code)，PayNow 也運用了中心化處理認證機制 (Central Addressing Scheme, CAS)。若要申請 PayNow 帳號，用戶須擁有新加坡本地銀行帳戶，手機號碼可以是本國手機號碼或海外。PayNow 目前由第三方機構管理，用戶資料儲存在第三方平台上。

(二) 相較台灣 Pay 緩緩滲透市場的模式，PayNow 高達 400 萬的登錄人數（也就是 80% 的新加坡 20 歲以上的青年皆擁有 PayNow 帳號）⁷⁵、有超過 216,000 家的商家登記⁷⁶以及每月超過 11 億的交易金額⁷⁷，顯示其在新加坡急速發展的現況。

(三) 傳統銀行也陸續跟上行動支付的腳步：常見的有 DBS 星展銀行的「DBS PayLah!」、OCBC 華僑銀行的「OCBC PayAnyone」

⁷⁴ I InstaRem Amaze Card, 最後瀏覽日：2020.7.28, 載於：<https://www.instare.com/en-sg/amaze>、許明恩,〈全通路 5% 回饋神卡：MCO Visa 卡的金融佈局及潛在風險〉, 最後瀏覽日：2020.7.28, 載於：<https://blocktrend.substack.com/p/-5-mco-visa-card->

⁷⁵ Ravi Menon, 〈Monetary Authority of Singapore's Annual Report 2019/20〉, p.12, 2020.7.26

⁷⁶ Ravi Menon, 〈Monetary Authority of Singapore's Annual Report 2019/20〉, p.12, 2020.7.26

⁷⁷ PayNow, 最後瀏覽日：2020.7.31, 載於：<https://abs.org.sg/docs/library/paynow-infographic.pdf>

以及 UOB 大華銀行的「UOB Mighty」。DBS 星展銀行的「DBS PayLah！」是新加坡第二大使用的電子錢包，採用 QR Code 支付模式。特點是單一 app 僅能使用其所屬銀行的帳戶來支付，為半封閉（semi-closed）模式的電子錢包。在新加坡，有 300 萬的人擁有 DBS 的銀行帳戶，在此基礎下，DBS 目標在 2023 年將 DBS PayLah！用戶增加到 350 萬。

（四）NETS 除了提供各式繳費服務，也開始經營 NETS pay：NETS 集團（Network for Electronic Transfers (Singapore) Pte Ltd.）星網電子付款有限公司）由星展銀行、大華銀行等組成，提供各式付款服務，包括 GIRO⁷⁸系統（General Interbank Recurring Order，如繳交學費及稅務）、EFTPOS（Electronic Funds Transfer at Point of Sale，如 ATM 電子轉帳）、eNETS（實體店面銷售網及線上轉帳）等。NETS 的系統是新加坡人民生活中常見的支付系統之一，運作穩定、普及率高，深受新加坡人民信賴。NETS 集團於 2017 年底推出 NETS Pay，用戶登錄其 NETS bank card 便可在所有 NETS 終端機上消費，但是限定用戶須擁有當地銀行帳戶。⁷⁹

二、新進支付業者和傳統銀行的合作及衝突

新進業者和傳統銀行合作，選用傳統銀行的數位支付方式來儲值新進業者的電子錢包。在幫電子錢包儲值的選項上，除了和既有的卡片連結並儲值，更可以選擇用其他數位支付方式來儲值，例如用 DBS PayLah！來儲值 Ez-link app、用 PayNow 儲值 Grab Pay。

（一）以 DBS PayLah！為例，用戶使用 Ez-link app 時可以選擇用 DBS PayLah！將錢從 DBS PayLah！提款並轉存至電子錢包。⁸⁰另外，在台灣，最常見的交通工具支付方式是悠遊卡和一卡通，而在新加坡最常見的則是 Ez-link 易通卡以及 NETS flash pay card。Ez-link 在新加坡是前五大電子錢包公司，使用頻率高，多用於小額支付。

⁷⁸ According to ABS, GIRO was set up in 1984 as an electronic direct debit mechanism used by billing organisations (BOs) as a low cost means to collect payments.

⁷⁹ NETS，最後瀏覽日：2020.7.31，載於：<https://reurl.cc/WLvXGy>

⁸⁰ 〈Bank Promotions：Topping up your ez-link card is easier with DBS PayLah!〉，DBS，最後瀏覽日：2020.8.6，載於：<https://reurl.cc/3D83XM>

(二) Ez-link 也和 YouTrip⁸¹合作，用戶將錢存入 YouTrip & Ez-link Master card (預付卡) 後，便可以使用這張卡來支付交通費用。⁸²這兩個例子之不同處在於一個使用手機上的 app 來儲值，一個使用實體卡來儲值。

(三) 再以 Grab Pay 為例，對於未持有信用卡及提款卡的民眾，在為 Grab Pay 儲值時，可以選擇其中的「PayNow transfer with QR code」選項，直接連結到用戶的 PayNow 帳戶，並使用 CAS 認證系統，無須帳戶數字只需要手機號碼即可付款。此服務只限定於 PayNow 參與的九個新加坡銀行。大致來說，持有信用卡或提款卡的民眾，選擇用 PayNow 支付等於省略將再將信用卡資料輸入的步驟，直接連結到銀行信用卡或提款卡在 PayNow 的資料。

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

一、擴大生態策略：連結水電費和通話費

為加強公司競爭力，並且更深入民眾生活以增加消費忠誠度，許多業者紛紛和相關產業合作，最常見的例子就是支付 app 也可以繳交水電費、通話費等。在帳單繳費上，多數新加坡人會選擇以信用卡付款，除方便外，還能獲得回饋。第二多人使用的是 NETS 的 GIRO。GIRO (General Interbank Recurring Order) 屬於傳統繳費方式，民眾在 GIRO 合作的銀行申請後，每月會自動從銀行帳戶扣款帳單費用。

數位支付業者也注意到這塊大蛋糕。以 Grab 為例。首先，新加坡 2001 年即著手開放電力市場競爭。如今，除了國有企業新加坡能源集團 (Singapore Power, SP)，亦有許多電力零售、批發商搶占電力市場。Grab 和許多下游零售批發電力公司合作，例如：SWKENERGY、Sabah Electricity⁸³等。用戶可支付和 Grab 合作的電力公司電費。除此之外，舉凡水費、通信費、網路費、有線電視費等，用戶都可以透過 Grab Pay 錢包來支付。

再以 PayNow 為例。身為政府大力推廣的數位支付，PayNow 在水電、通話等民生費用上無疑有合作的優勢。另外，GIRO 的

⁸¹ YouTrip 簡介：第一家在新加坡開展旅行用多幣別外匯錢包業務的公司，同時經營外幣兌換業務，強調無手續費優勢。

⁸² 〈Can my YouTrip card be used for public transport?〉, YouTrip, 最後瀏覽日：2020.8.6, 載於：<https://reurl.cc/e8dmdQ>

⁸³ 〈What are the billers supported by Grab〉, Grab, 最後瀏覽日：2020.8.11, 載於：<https://reurl.cc/WLvXAL>、<https://www.grab.com/ph/bills/>

缺點是交易須用到兩至三天的工作時間；使用 PayNow 後，能立即更新轉帳資訊。⁸⁴PayNow 可以繳稅、學費、交通費、電信費、水電費等。在未來，企業可透過 PayNow 來支付保費、薪水。保險公司如 FWD Insurance 和 AIG Singapore 甚至可透過 PayNow 支付消費者保險賠償。⁸⁵

二、異業合作策略：中小企業受惠

在異業合作下，中小型公司受益頗多。⁸⁶即時的轉帳交易使這些企業的資產流動性增加，縮減現金循環，企業能更有效率運用資產。消費者也能省下排隊時間，不需等待過長的工作時間。若台灣希望能加快電力市場開放，可參考新加坡支付業者和許多小型電力公司合作的模式，打響業者知名度，並能增加消費者直接和電力公司接觸的機會。在數位支付的浪潮下，無論是業者、消費者或是企業都能獲得屬於他們的利益。

三、跨境支付策略

以 Grab 為例，在跨境支付方面，Grab Pay 目前只支援從新加坡錢包轉到菲律賓錢包，不可以轉到國際銀行帳戶。但是 Grab 目前未申請跨境支付牌照，除了目前正在豁免期（豁免期直到 2021 年 1 月 28 日）的因素外，其錢包轉帳的方式是否能被認定為跨境支付也是其中須注意的因素。用戶在轉帳的過程中，新加坡幣會自動轉換為披索，並匯入收款人的錢包，收款人再自行將款項作為支付使用或提領至戶頭。⁸⁷

依照支付服務法，要想在新加坡經營跨境支付業務，必須要先申請牌照，只要在新加坡有開展業務，無論公司位置是否在新加坡，都必須申請。然而，除了會經過銀行的跨國轉帳公司（例如 WorldFirst、SinX），也有難以歸類在跨國轉帳但實際上經營類似業務的公司（例如 InstaReM、TransferWise）。

在台灣，第二種公司所經營的業務目前是受疑慮的，最為人熟知的就是兩年前櫻桃支付所面臨的法規風險。因為其業務性質

⁸⁴ Shamini Priya, 〈Use PayNow to pay your bills now〉, 2019.8.14, 載於：<https://opengovasia.com/use-paynow-to-pay-your-bills-now/>

⁸⁵ TOH EE MING, 〈Customers can tap PayNow to pay bills, receive money from companies from Aug 13〉, 最後瀏覽日：2020.8.11, 載於：<https://reurl.cc/8nN2DR>

⁸⁶ TOH EE MING, 〈Customers can tap PayNow to pay bills, receive money from companies from Aug 13〉, 最後瀏覽日：2020.8.11 載於：<https://reurl.cc/8nN2DR>

⁸⁷ Grab, 〈How do I remit money overseas〉, 最後瀏覽日：2020.8.4, 載於：<https://help.grab.com/passenger/en-sg/360029151432-How-do-I-remit-money-overseas>

被認為接近地下匯兌，並且有成為洗錢工具的風險。然而像是 InstaReM、TransferWise 的模式在國外已趨於成熟，在國外市場包含新加坡，新型匯款模式衝擊傳統銀行境外匯款的服務，低廉的手續費、優質的匯率以及幾分鐘內快速到帳等因素使得越來越多民眾選擇這些支付模式。在跨境轉帳業務上，越來越多非金融公司（例如 Grab）注意到這個領域，並和傳統銀行競爭。⁸⁸另外，多幣別電子錢包也是現今正流行的旅行支付方式，例如 Revolut、YouTrip。用戶將錢存入電子錢包，再在電子錢包裡將本國貨幣自由換成外匯，並在國外時以電子錢包支付，不須經過銀行換匯，省下高昂手續費。不過，並不是所有的國家的法律都適用這樣的支付模式。在我國，經營此種模式似仍有合規上之疑慮。

伍、促進普惠金融之效益

在網路的普及下，能有效幫助低收入戶人口接觸到數位支付。同時對於行動不便的人們來說，數位支付能幫助他們生活更加便利。另外，對於年長者來說，數位支付是一個陌生的領域，如何有效幫助年長者無縫接軌智慧生活是社會上所須關注的議題。

在新加坡，一些支付公司也開始進行相關社會行動，例如 Grab。2019 年 9 月，Grab 和微軟合作發起長期數位識讀計畫（digital literacy program），計畫名稱為「Grab for good」，期望能降低數位時代的隔閡，並立下 2025 年達到「Tech for Good」的目標。⁸⁹

Grab for good 主要是幫助低收入戶家庭、聾啞人士及行動不便人士透過駕車服務及外送 app 來謀生，2020 年 3 月在東南亞地區已幫助超過 50 萬人口。另外，Grab for good 也建立數位識讀健診（digital literacy clinics）教導年長者使用數位科技服務，2020 年在新加坡已幫助超過 3000 名年長者。對於在地小型商家以及企業，Grab 也積極和他們合作，幫助建立銀行帳戶，擴展 Grab Pay 支付範圍，並帶領大家一起加入數位支付的行列。⁹⁰

Grab 的目標是 2025 年時幫助超過三百萬位東南亞居民、使五百萬個小型傳統商家受益於數位科技，期間將與政府、私人及

⁸⁸ 〈Leveraging Fintech to Disrupt Cross-Border Remittance Services〉，SMU，2020.6.5，載於：
<https://news.smu.edu.sg/news/2020/06/05/leveraging-fintech-disrupt-cross-border-remittance-services>

⁸⁹ 〈Grab sets 2025 goals to use tech for good in Southeast Asia〉，Grab，最後瀏覽日：2020.8.6，載於：
<https://www.grab.com/my/press/social-impact-safety/grab-tech-for-good-in-southeast-asia/>

⁹⁰ Grab Social Impact Report 2020，p.29

非營利機構合作達成目標。另外，Grab 預計要訓練超過 20,000 位有志於在科技業工作的青年，透過和教育機構、科技公司和非營利組織合作的方式，培育未來人才。

第四節 馬來西亞⁹¹

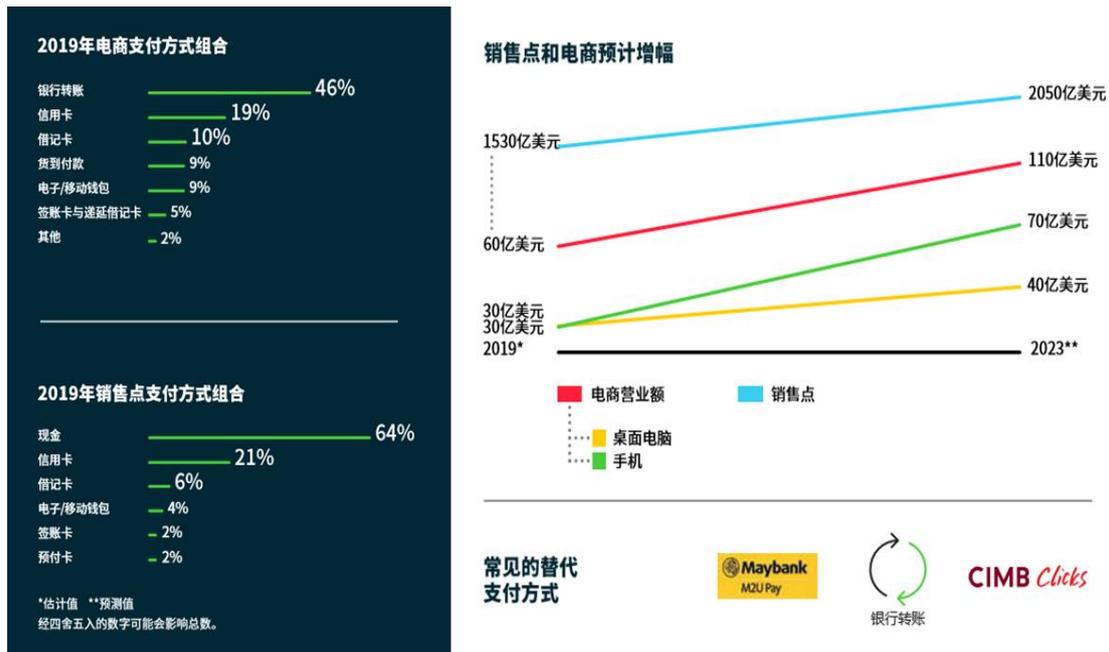
壹、支付業務發展概況

馬來西亞電子錢包⁹²行業發展態勢強勁。特別是在 2019 年 10 月中由馬來西亞財政部所提出《2020 年馬來西亞聯邦政府財政預算案》中，馬國政府將撥款 4.5 億馬幣(約合 31.5 億新臺幣)推動「數位紅包計畫」(e-Tunai Rakyat)計畫，該計畫規定年滿 18 歲以上及年收入低於 10 萬馬幣的馬國公民，可於 2020 年 1 月 15 日至 3 月 9 日向馬來西亞國庫控股公司(Khazanah Nasional)所合作的 3 家主要電子錢包運營商，包括 Touch n Go eWallet、Boost 與 Grab Pay 申請，以推動馬國國內電子支付普及率。另一大催化因素為 2020 年新冠疫情(Covid-19)在全球蔓延，馬國政府為因應新冠疫情之衝擊，而提出 2019 新型冠狀病毒疾病馬來西亞行動管制令(Movement Control Order，簡稱 MCO)，以限縮馬國民眾出外的機會，此舉也促進了外送平台與電子商務等業務的發展，漸而推升了非接觸式交易與無現金支付的使用。

另外，馬國政府推出「My Sejahtera」APP，旨在強化疫情之防範控制，為提升民眾下載使用率與振興馬國國內消費，並隨即再次推出「ePENJANA 50」(數位振興計畫)，規定年滿 18 歲，收入低於 10 萬馬幣的馬國公民如需獲得 50 馬幣的數位紅包補貼獎勵，則必須先下載註冊「My Sejahtera」。

⁹¹ 本研究團隊針對馬來西亞行動支付研究以國家政府網站、行業研究與相關業者發展模式策略作為研究架構，另透過相關行業新聞資訊作為本研究之輔助資料來源，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。馬來西亞國家政府單位與業者之網站以英文為主，並不常出現馬來語之資料，因此並無語言隔閡與翻譯等問題。另，研究團隊成員長期關注馬來西亞與東南亞國家在金融科技與社會人文之情況並熟稔當地政經發展以及近年中國大陸業者南向發展、金融科技、電商與物流等動向，以致力呈現較為貼近馬國實情的分析。

⁹² 由於馬國業者與民間一般稱電子貨幣(E-Money)之支付服務商為電子錢包(E-Wallet)，故本章以電子錢包稱之。根據作者研究發現馬國的電子錢包所經營之業務與功能近似於我國的電子支付業務。而沈中華、王儷容與蘇哲緯(2020)所提出臺灣行動支付 3+3 分類中的「電子錢包」則是零售商專注於會員培養與自身業務之擴張的閉鎖型行動支付，與馬國電子錢包業務並不同。



【圖 2.4.1】馬來西亞支付業務發展概況

資料來源：《2020 年全球支付報告》<https://www.fisglobal.com/>。

貳、運用金融科技創新模式

一、電子錢包

馬來西亞的電子錢包業者發展始於 2018 年。主管機關為馬來西亞國家銀行(Bank Negara Malaysia, BNM)，馬來西亞國家銀行將儲值預付支付平台，以電子貨幣(E-Money)稱之。

其中根據馬國央行對於電子貨幣發行之形式，分為兩類。第一類為實體卡片(Card Base)形式儲存法定貨幣價值，如：有馬來西亞悠遊卡之稱的 Touch n GO；第二類則為透過網路形式(Network Base)及智慧型手機及其他裝置所儲存價值的支付工具，馬來西亞業者與民間一般稱之為 E-Wallet(電子錢包)，如：目前馬國市佔率最高的 Touch n Go eWallet。上述兩者之業務與股權具有關聯性，但其營運主體分別為兩家獨立公司法人。

馬國電子錢包發展前期，約在 2018 年前受到兩大因素驅動：

第一、來自中國大陸的觀光客，大舉透過母地的行動支付平台來到海外消費支付，造成馬來西亞國內掀起一波行動支付熱潮與話題討論。

第二、馬來西亞本地人熱愛到中國大陸的淘寶體驗電子商務購物，而後支付寶也開放海外馬國用戶以護照等形式，進行身分驗證。馬來西亞民眾透過開立中國大陸銀行帳戶或是透過地下非

官方的支付寶代充業者，對其支付寶進行儲值，作為後續支付的金流來源。但這過程中，馬國用戶受到潛在的詐欺與洗錢等法規風險，就馬國央行而言其對金流的掌控力也不高，因此後續馬國央行才積極鼓勵業者申請電子貨幣執照，並推出馬來西亞自己的電子錢包品牌。

由於馬來西亞本土缺乏具有經營電子錢包經驗的業者和相關場景發展應用，因此第一波業者主要是由中國大陸的支付寶和微信支付進入市場，掀起馬來西亞電子錢包的一池春水，帶動整體行業的發展。其中支付寶(螞蟻金服)透過兩個途徑進入，第一，與馬國當地業者 Touch n Go 合資成立電子錢包業者 Touch n Go eWallet。第二，支付寶(螞蟻金服)收購其關係企業阿里巴巴所投資電商平台 Lazada 旗下的 Hello Pay，並改名為 Lazada Wallet。而微信支付則是成立法人子公司並向馬國央行申請電子貨幣(E-Money)執照，以此作為進入馬國市場的模式。

2017 年 7 月 24 日，馬來西亞聯昌國際銀行(CIMB)宣布旗下子公司 Touch n Go 將與中國大陸的螞蟻金融服務集團成立合資公司，隨即於隔年 2018 年 5 月正式推出 Touch n Go eWallet，開啟電子支付、公用事業、地鐵與巴士交通乘車、一般汽車過路費與停車費之相關應用服務。

同年 7 月，電競設備商 Razer 透過與馬國當地零售巨頭成功集團聯手推出 Razer Pay，Razer Pay 的擴張策略，透過收購線上金流服務商 MOL 間接取得其旗下電子錢包業務品牌 One2Pay。根據 2019 年其在香港上市的母公司雷蛇 Razer(1337.hk)投資人關係報告⁹³指出，2018 年時公司透過註冊即享有 10 元馬幣的紅利補貼政策，在短短的 48 小時內獲得了 30 萬用戶，快速在馬國電子錢包業中引起討論與關注。

而後 Maybank E-Wallet MAE、GrabPay 和 BigPay 等電子錢包品牌接連出現在市場上，搶佔市場佔有率。截止到 2020 年 7 月，馬來西亞國家銀行總共發出 47 家非銀行業者電子貨幣發行執照(Non-bank E-money issuers)⁹⁴，其中 8 家業者為目前馬國最受討論的電子錢包業者，包括 Touch n Go eWallet、Boost、Wechat Pay、BigPay、GrabPay、Maybank E-wallet(MAE)和 Razer Pay 等。

⁹³雷蛇公布 2018 年全年業績，Razer Inc，2019.3.21，載於：
<https://doc.irasia.com/listco/hk/razer/annual/2018/crespress.pdf>

⁹⁴ 此處 47 家業者，包含實體卡式(Card Base)與網路式(Network Base)儲值工具。

以上分析凸顯出目前馬國電子錢包仍具有強勁發展勢頭，但行業集中度還沒獲得有效提升，各家業者競爭仍有很大的考驗。

【表 2.4.1】馬來西亞主要非銀行業者所主導之電子錢包

業者類型	業者名稱	公司主體	母公司
電子商務	ShopeePay	AirPay Malaysia Sdn. Bhd	SEA Limited
	LazadaWallet	Alipay Malaysia Sdn Bhd	LAZADA
線上叫車	GrabPay	GPay Network (M) Sdn Bhd	GRAB
社交通訊	WeChatPay.MY	WeChat Pay Malaysia Sdn. Bhd.	騰訊集團
廉價航空	BigPay	BigPay Malaysia Sdn. Bhd.	Air Asia 亞洲航空
電信業者	Boost	Axiata Digital eCode Sdn. Bhd.	AxiataGroup Bhd.
電競設備	RazerGold / Pay	MOL AccessPortal Sdn. Bhd.	Razer Fintech
外資第三方支付 電子票證	Touch n Go eWallet	TNG Digital Sdn. Bhd.	Alipay Touch n Go 聯昌銀行 CIMB

表格資料來源:本文整理自馬來西亞國家銀行 Bank Negara Malaysia List of Non-bank E-money issuers。

二、WeChat Pay 創造場景體驗

(一) 智慧加油站 (Smart Fuel)：馬來西亞的加油付費模式與臺灣較為不同，以 Petron (佩特龍) 加油站而言，民眾要加油必須先到加油站的服務站 (類似於臺灣中油的複合式商店)，先向店員購買支付所需要的油種與公升數，上下班車流尖峰時期可能大排長龍；結帳後，方可到加油島輸入編號，才可開始啟動油泵加油。有鑑於此，WeChat Pay MY 於 2019 年，推出先進的智慧加油站 (Smart Fuel) 概念，即智慧車牌識別加油系統。馬國消費者透過 WeChat Pay 介面來找尋附近的加油站，選擇所需要購買的油種與油料量金額，並透過 WeChat Pay 無現金付款，接著用戶只要將車開到預先設定的加油站，加油站裡的智慧偵測器就會自動識別車牌號碼啟動油泵加油，算是解決馬國民眾在加油與油資支付上的痛點，惟目前該服務尚未正式推出。

(二) 智慧訂單 (Smart Order)：此外，馬國民眾平時最喜愛的嘛嘛檔 (Mamak)，過去多只能接受現金交易支付且用餐時間大排長龍，更重要的是由於是現金交易，因此店家與消費者之間的互動較為被動，因此 WeChat Pay MY 為了改善用戶的消費體驗，同時提高店家對於自身經營數據的掌握度，因此推出智慧訂單的點餐服務。其發展是來自於消費者預先透過 WeChat 的介面進入

店家的餐單選項，點選所需要的餐點數量與到店取餐，透過 WeChat Pay 達成線上訂單的體驗；同時店家也可透過 WeChat 不定期的推送相關優惠資訊與消費者產生互動，並且透過顧客預先下單的功能，分散餐點製作的時間，由於一切的交易過程是透過 WeChat Pay，因此店家可以分析自身經營的情況與金流等業務數據。目前智慧訂單(Smart Order)已普及於馬國大大小小餐飲業，創造不錯的消費用餐體驗。

參、與傳統金融業之競合

就馬來西亞行動支付業者的發展情況而言，電子錢包的崛起，勢必將對傳統金融業造成威脅，特別是在銀行業方面，銀行存款恐將流失至電子錢包儲值帳戶、信用卡與簽帳金融卡手續費收入亦將會下滑。另外，隨著行動支付作為數位渠道販售證券投資商品與相關保險產品等金融商品，這些在經營成本上相較有實體分行的銀行業而言，來得更具有優勢。

一、銀行業務

目前馬來西亞指標性金融機構已取得馬來西亞國家央行所頒發之電子貨幣執照，也推出其相對應的電子錢包服務。在業務發展上，可憑藉其既有存款用戶與信用卡及簽帳金融卡之卡友優勢，應可對其他非銀行業者所經營之電子錢包有所競爭，透過分析各家銀行業者之電子錢包功能，其應用選項及使用消費支付之場景較其他非銀行業者來得單調與簡單，且在業務生態系的構建較不豐富，目前僅發展於實體商店之消費支付、公用事業之帳單繳納與好友轉帳分帳而已。長遠觀察，馬來西亞金融業(銀行業)面對非銀行業者的電子錢包業務擴張下，具有威脅性。

另外，根據 2019 Fintech Malaysia Report⁹⁵，馬來西亞擁有信用卡比例僅有 21%，因此非銀行業者所主導的電子錢包品牌也積極與 Visa、Mastercard 等國際組織合作推出專屬的預付簽帳支付卡(Prepaid Card)或是信用卡(Credit Card)。如亞洲航空(Air Asia)旗下的 Big Pay 就推出 BigPay Card(Prepaid Mastercard)；另外叫車平台的 Grab 也表示有意在馬國境內推出 GrabPay Card，類似 Apple Card 的信用卡支付工具。

⁹⁵ Vincent Fong, 〈Fintech Malaysia Report 2019—How is Malaysia's Fintech Scene Doing?〉, Fintechnews Malaysia, p.2, 2019.12.3, 載於: <https://fintechnews.my/22107/editors-pick/fintech-malaysia-report-2019/>

馬國電子錢包業者積極跨入銀行業所擅長的卡式支付工具，以銀行業為主導的信用卡或是簽帳金融卡將面臨巨大競爭壓力，但另一層面也可以促進馬國之普惠金融發展，使過去較不受到銀行金融機構所關注的客群，獲得享有更好的金融服務。

2016 年馬來西亞中國報(CHINA PRESS)對該國卸任財政部副部長蔡智勇訪問內容指出，馬國國家銀行提供數據，2015 年馬國共有 380 萬張信用卡的申請，其中僅 170 萬張信用卡被批准，即 43.4%。換之，銀行批核信用卡時，必須考量申請者的每月薪金，最基本條件須年滿 21 歲，年收入達 2 萬 4000 馬幣。另外，信用卡利率是按照分級定價，即第一層(Tier-1)是 15%、第二層是 17%、第三層是 18%⁹⁶。由此可見馬國信用卡之申辦較為不容易。

【表 2.4.2】馬來西亞銀行業者所主導之電子錢包

銀行業者	平台名稱
CIMB Bank Berhad	CIMB Pay
Malayan Banking Berhad	Maybank E-Wallet MAE
MBSB Bank Berhad	MBSB Bank e-wallet
RHB Bank Berhad	RHB e-Wallet Raya

表格資料來源:馬來西亞國家銀行，本文整理。

二、證券投資業務

馬來西亞證券委員會 (SC) 於 2020 年 5 月⁹⁷宣布，將通過電子錢包(E-Wallet)或電子支付(E-Payment)服務提供商等電子服務平台，促進諸如單位信託等資本市場產品的在線發行。該修正案將允許電子錢包或電子支付應用程式的運營商與資本市場服務許可證持有人合作，向投資者分銷資本市場產品。

有意推展相關業務的電子錢包業者或是電子支付業者，必須先向馬來西亞證券委員會申請成為合格的市場運營商 (recognized market operator, RMO)。由於目前處於剛推行階段，尚無具體新聞訊息揭露相關業者向馬來西亞證券委員會提出申請之具體細節。

⁹⁶ 邱玉珊、劉凱璇，〈取代簽名，降低盜用，信用卡驗證碼更安〉，《馬來西亞中國報(CHINA PRESS)》，2016.9.28，載於：<https://reurl.cc/3L7o59>

⁹⁷ 〈SC TO FACILITATE DISTRIBUTION OF CAPITAL MARKET PRODUCTS VIA E-SERVICES PLATFORMS〉，Securities Commission Malaysia，2020.5.5，載於 <https://reurl.cc/VXNDD5>，最後瀏覽日：2020.8.24

三、保險業務

電子錢包推出汽車產險保費線上付的選項:目前馬國電子錢包業者主要是以 Touch 'n Go eWallet 與安聯保險公司合作為指標，原因在於 Touch 'n Go eWallet 之大股東為 Touch 'n Go，其過去主要是一家專注於大眾交通乘車票卡(類似於臺灣的電子票證)與馬來西亞高速公路過路費的支付工具(類似臺灣的 ETag)，在消費支付場景上較能與汽車周邊金流產生連結。用戶可直接透過 Touch 'n Go eWallet 的電子錢包介面，即可連結至安聯保險公司，用戶僅需輸入相關資料，在支付工具選擇 Touch 'n Go eWallet 即可進行保費支付。

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

一、集團式用戶擴張

此類型擴張模式主要是透過母公司本業的用戶與現有網路業務優勢，向平台使用者推出電子錢包服務。此類型電子錢包介面多為母公司 APP 內建服務進入，意即用戶需要消費支付時必須先打開如 WeChat、Grab 等應用程式才能進入到支付的介面，多為開放式消費，意即只要有與支付業者合作成為特約店家皆可支付消費。如:WeChat Pay 憑藉 Wechat 佔了馬國人口近 60-70% 的下載使用率，快速搶佔馬國電子錢包市場，憑藉其在中國大陸之經驗，積極複製相關場景體驗與應用到馬國；Grab Pay 則是透過馬來西亞最大的叫車平台 Grab 作為業務發展基礎擴張，後續透過外送平台的 GrabFood 與線上超市業務 Grab Mart 等生態系業務，提供 GrabPay 用戶更全面性的生活服務。目前正籌備將在馬國推出 GrabPay Card 的信用卡業務，以此擴及更多不受重視的金融族群。

二、電商封閉型擴張

此類型擴張模式主要是以電子商務業者為主，如 C2C 拍賣業務起家的 Shopee 與 2016 年遭到中國大陸電商巨頭阿里巴巴入股的 Lazada。其中，Lazada 早在 2012 年就已推出自有支付品牌 Hello Pay，但在 2017 年螞蟻金服收購整併 Lazada 旗下的 Hello Pay 公司營運法人改名為 AliPay，品牌名稱則更改為 Lazada Wallet。根據我們對其業務之分析觀察，ShopeePay 與 Lazada Wallet 之消費應用場景多聚焦在母公司本業的電子商務發展，較

少與線下實體通路合作，或是廣泛的開發特約合作店家，因此消費支付之場景較為封閉，使用率與討論度較難引起馬國電子錢包市場較大的迴響。

三、補貼回饋政策，搶占用戶使用率與討論度

由於馬國電子錢包之滲透率目前僅維持在 3-40%，整體市場仍處於成長擴張階段，因此目前電子錢包業者積極透過現金回饋去吸引用戶下載註冊，並透過新增合作特約店家的特定事件，去投以高額、限時、限量的現金回饋；並透過階梯式回饋(意即第一筆回饋較為高額，而後剩餘次數回饋金額較低)去創造馬國用戶討論度。

但我們在研究與分析馬國電子錢包業者業務時，注意到銀行業者所主導的 Maybank E-Wallet MAE。其透過點金幣炸彈的遊戲(Money MAE-hem One Chance Money)去吸引用戶註冊，利用社群平台，如 Facebook 貼文、WeChat 朋友圈去分享該款電子錢包的趣味遊戲，透過個人專屬的邀請碼(Invite Code)分享予好友，越多好友點擊與下載註冊，則發起人就可以獲得更多次的機會去玩金幣炸彈遊戲，以此賺取更多的現金回饋，並且即時入帳，是一大吸引力。然電子錢包的回饋不可能一直維持較高的水平，真正決定用戶使用關鍵之處，仍在於：電子錢包業務整合與功能性是否創新突破現有之商業環境。

四、發行實體卡片，補足用戶之金融服務不足之處

促進母公司本業亞洲航空 (AirAsia) 旗下的 Big Pay Mastercard 合作推出 Big Pay Prepaid Mastercard；該卡片並非信用卡也非簽帳金融卡，而是屬於預付簽帳支付卡。意即線上 APP 的實體延伸。用戶 Big Pay 帳戶中的儲值金額就是這張卡的額度，只要有 Mastercard 合作的國內外特約店家皆可簽帳消費使用，另該張卡最大的吸引之處在於：用戶透過該卡取購買亞洲航空機票是不需要手續費，且在辦理登機報到與購買行李艙位與餐點時享有優惠折扣，並且亞洲航空公司也有意將機上免稅品購買結帳的支付流程導入電子錢包 Big Pay 與其所推出的 Big Pay Prepaid Mastercard，進行無現金且跨幣別支付。

該業務模式，除了可讓 Big Pay 的用戶享有等同於類似信用卡、簽帳金融卡的簽帳支付工具，也可以強化母公司亞洲航空業務方面的發展與用戶忠誠。可以這樣思考：願意使用 Big Pay 的

用戶有很大的吸引力是來自於亞洲航空的獨家專屬優惠，亞洲航空是一家定位在東南亞地區的廉價航空集團，廉價航空意謂著其目標消費者具有高度價格敏感導向且經常出國旅遊的特性，也許國外不能使用 BigPay 電子錢包，但 BigPay 的用戶可以透過這張 BigPay Prepaid Mastercard 去達成國外的簽帳消費，成為馬國電子錢包實體化的代表業者。

五、異業合作情形

共有兩個案例說明如下：

案例一、實體通路的策略聯盟：Razer 透過收購馬來西亞第三方金流服務商 MOL Globe，以達到三個策略性目的：

1. 透過收購 MOL.Globe 以取得其旗下電子錢包品牌 One2Pay，使 Razer Pay 直接取得大量用戶，同時更可以透過 MOL 在金流服務的經驗，跨入東南亞跨境電商金流服務。
2. 收購 MOL.Globe 與其背後大股東成功集團(Berjava)產生業務連結。成功集團在馬來西亞之業務橫跨連鎖餐飲、觀光休閒、房地產開發、金融投資與博弈遊戲等多元業務，更重要的是馬國便利商店 7-ELEVEN、星巴克、麥當勞等連鎖事業皆為成功集團關係企業，透過與成功集團的合作，將能使 Razer Pay 從其所擅長的線上電競遊戲，跨足線下實體通路的消費支付，具有較高的策略綜效。
3. 利用成功集團的 7-11 作為 Razer Pay 帳戶儲值或是支付的通路。用戶透過親臨馬來西亞全國 2200 多家的 7-11 便利店購買購買 Razer Pay 儲值 PIN 碼（個人識別碼），即可對其帳戶進行儲值，意即用戶支付馬幣現金予店員則用戶取得一組號碼，再對其 Razer Pay 帳戶輸入，即可線上獲得儲值金額，概念類似我國的電子支付業者橘子支(GAMA Pay)，用戶可以到全臺的全家便利店門市 MyFami Port 事務機列印繳費單，並前往櫃台給店員新臺幣現金，進行電子支付帳戶儲值業務。

案例二、虛實整合「一卡一付」策略：馬來西亞電子錢包業者 Touch n Go eWallet 之大股東為 Touch n Go，為馬國指標的電子票證業者，類似於臺灣的悠遊卡。有別於悠遊卡的發展是從大眾交通票卡擴及至一般小額消費支付，Touch n Go 則是從高速公路電子過路費支付系統，跨足到捷運、公車等大眾交通票卡，最後延伸至馬國民眾日常小額消費。

該卡片除了作為支付工具外，還可承載零售品牌會員卡、銀行信用卡與簽帳金融卡(連結銀行帳戶自動加值，此類型為 Touch 'n Go Zin Card)、高速公路過路卡、馬國公民身分證(MyKad)等多功能，達成一卡多用的目標。

近年馬國民眾的消費支付模式受到一系列電子錢運營商的補貼吸引，消費者習慣也漸漸從實體卡片轉向線上數位 APP。Touch n Go eWallet 也看到此趨勢，因此從自身所擅長的汽車過路費場景去強化業務發展策略。用戶可透過電子錢包 Touch n Go eWallet 綁定連結 TNG Card 並且開通 PayDirect™服務，民眾可直接從線上對實體卡進行儲值，並且可選擇申請實體 SmartTAG 或是 TNG Card 在通過高速公路時進行過路費支付，省去過去可能需要找零錢與遭遇到 TNG Card 卡內餘額不足的情況。

透過 PayDirect 服務，用戶也可以在兩種停車費支付場景體驗快速付費的便利性。第一、路邊停車，直接透過 PayDirect Parking 感應，即可自動扣繳計時停車費；第二、專用合作停車場，目前 Touch n Go eWallet 積極與馬國連鎖停車業者合作，透過智能車牌辨識，即可自動計算出用戶所需繳納的停車費，而離開停車場時駕駛也無須拿出 TNG Card 感應或是現金繳費，因為電子系統會從車主所註冊的 Touch n Go eWallet 與車牌，自動扣繳。

透過一卡一付策略，讓用戶得以省去實體 TNG Card 餘額不足的情況，並且持續將 TNG Card 的業務發展優勢，從線下實體轉往數位化發展，擴及更多的用戶與場景應用，以此達成馬國無現金社會的目標，省去不必要的交易摩擦成本與時間成本浪費。

六、馬來西亞支付

近年來，馬來西亞的電子商務發展迅速，新創公司越來越關注於跨境支付和供應鏈服務，它們在市場中的收入也趨近快速成長。其中，馬國政府所開發的數位自由貿易區 (Digital Free Trade Zone, DFTZ) 是一個旨在促進馬來西亞中小型企業出口的電子貿易平台，它加快了馬國企業建立數位化和貿易便利化的舉措。

隨著東協內部跨境貿易的增加，對於跨國際的交易量和物流的需求也不斷在增加。而金融科技公司在跨境匯款領域中提出了創新的解決方案，為馬國個人和中小企業帶來了更多的機會和

競爭優勢。且馬國在線上購物的消費者對於跨境電商也較廣泛使用，其中大約有 40% 的交易是在跨境電商完成。

2017 年，阿里巴巴創辦人馬雲提出全球電商跨境平台（Electronic World Trade Platform，簡稱 eWTP）概念，馬國領先各國將吉隆坡國際機場附近的土地開發為數位自由貿易區（DFTZ），並與中國大陸的杭州跨境電子商務綜合試驗區合作。其中，eWTP 源于阿裡巴巴的 e-hub，通過 eWTP 數位樞紐，占馬來西亞企業數量 97% 的中小企業對 GDP 貢獻率將從 37% 上升到 60%~80%。目前已有 5 萬家馬來西亞中小企業活躍在阿里巴巴電子商務平臺，2017 年約 1,500 家中小企業加入數位自由貿易區。⁹⁸

【表 2.4.3】馬來西亞跨境匯兌指標業者

品牌	公司主體(執照)	有無電子貨幣執照	通路	貨幣服務種類	是否允許 eKYC
BigPay	BigPay Malaysia Sdn. Bhd.	是	入口網站	匯款	是
MoneyMatch	MoneyMatch Sdn. Bhd.	否	入口網站 & Mobile App	匯款	是
Tranglo	Tranglo Sdn. Bhd.	否	入口網站 & Mobile App	匯款	否
Valyou	Valyou Sdn. Bhd.	是	入口網站 & Mobile App	匯款	是

表格資料來源：馬來西亞國家銀行，本文整理

代表性業包含 BigPay、MoneyMatch、Tranglo 和 Valyou，上述公司的擴大生態系策略、數位支付發展方向，及其相關業務活動說明如下：

（一）BigPay

為亞洲航空所發起成立的電子錢包業者，除了如前述推出屬於自家的預付簽帳支付卡(Prepaid Mastercard)，更積極發展跨境匯兌業務，2020 年 7 月底 BigPay 與支付寶合作，推出馬國民眾可直接匯款至中國大陸的支付寶帳戶，公司介紹提到只需要 15 分鐘即可快速入帳，但匯款人必須負擔每筆 23 元馬幣的手續費；無論金額大小，但中國大陸支付寶的受款人必須是綁定銀聯卡，

⁹⁸ 博鰲亞洲論壇和亞洲金融合作協會，《亞洲金融發展報告—普惠金融篇》，頁 50，2020 年 7 載於：<http://www.boaforum.org/u/cms/www/202007/0220425444v5.pdf>

方可將受款金額提領至銀行帳戶，目前 BigPay 算是可直接轉帳至支付寶的馬國跨境匯兌業者。

（二）MoneyMatch

該公司於 2017 年推出，是馬來西亞指標的跨境匯款服務提供商，在短短的 4 年間 MoneyMatch 交易金額已達 10 億馬幣，為大約 8000 多位用戶與 300 家企業提供服務。其先後在馬來西亞國家銀行（BNM）的金融監理沙盒與汶萊金融管理局（AMBD）的金融監理沙盒進行試驗，其中馬來西亞部分已出沙盒，正式投入市場營運發展。該公司並於 2018 年獲得澳洲交易報告與分析中心（Austrac，Australian Transaction Reports and Analysis Centre）所給予的匯款交易商和網絡匯款提供商執照。此外，該公司並於 2018 年 10 月開始採用 Ripple 的技術來推動其跨境交易。透過區塊鏈的技術，交易能夠在數小時內處理完成，對比傳統商業銀行的 SWIFT 網路，則可能需要花上至少兩天或是更長的時間。

（三）Tranglo

該公司成立於馬來西亞，起初是由馬來西亞國家私募股權公司 Ekuinas 投資，後 2018 年香港電子錢包業者 TNG 向 Ekuinas 以 2800 萬美金收購 60% 股權取得控制權。並且專注於透過銀行、信用卡及現金等支付工具提供用戶完善跨境匯兌、電信儲值等金流業務。根據馬來西亞金融科技新聞指出，Tranglo 自 2008 年成立以來發展迅速，如今每年處理超過 20 億美元的跨境交易。該公司與 Transferwise、WeChatPay.HK、Hyperwallet、SingCash、Valyou 和支付寶皆為合作夥伴。

（四）Valyou

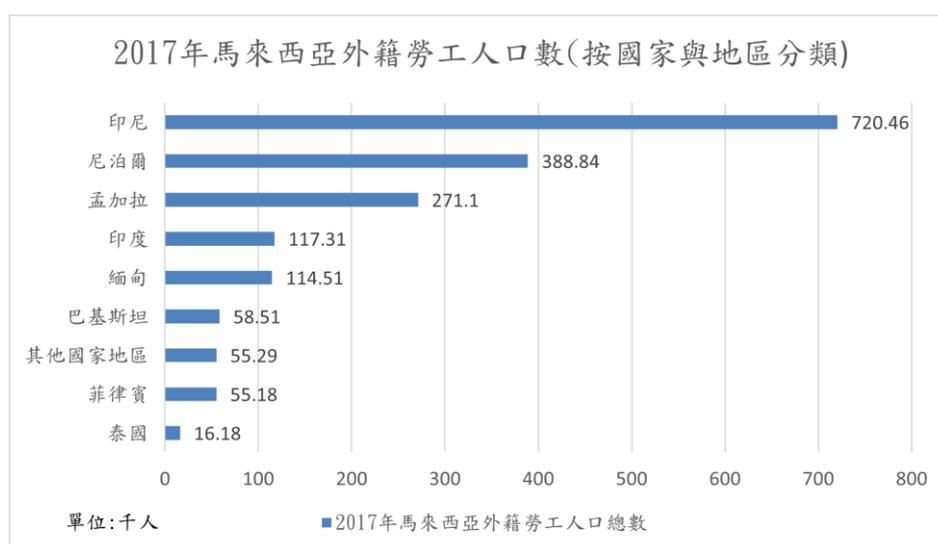
2016 年挪威電信商 Telenor Group 透過其在馬來西亞的電信子公司 Digi 成立電子錢包營運商 Valyou。有別於其他業者專攻馬國民眾的無現金消費業務，Valyou 更加專注在馬國外籍勞工的跨境匯款，並且與新創公司 MyCash Online 合作推出外國勞工的大眾公車票線上訂購。根據 MyCash Online 公司介紹，提到該公司的儲值業務皆由 Valyou 提供，而 MyCash Online 則是專注於周邊服務。

隨著 2018 年中國大陸的螞蟻金服（支付寶母公司）以 1.85 億美元收購巴基斯坦的 Telenor Microfinance Bank（Telenor 微型貸款銀行）取得其 45% 股權，以此作為螞蟻金服國際化與中小企業

貸款的目標，該銀行也積極發展巴基斯坦行動支付，公司並利用 2019 年螞蟻金服與支付寶所推出的區塊鏈技術，提供 Telenor Microfinance Bank 旗下的 Easypais 與馬國的 Valyou 推出馬來西亞跨境匯款至巴基斯坦的業務模式。

伍、促進普惠金融之效益

馬來西亞地處東南亞樞紐，北接泰國、南隔柔佛海峽對望新加坡、東部領土接壤印尼與汶萊；歷史上曾經先後受到葡萄牙、荷蘭與英國殖民，英國殖民時期，也有其他大量英國殖民地的人口移入馬來西亞境內，宗教層面又受到伊斯蘭教、佛教、基督教新教、天主教、印度教、錫克教等多元宗教融合。在產業經濟發展上以石油、錫礦、橡膠和棕櫚油等天然資源開採，還有電子加工製造出口等產業聚落，皆需由大量外籍勞工補足馬國內勞工缺額。



【圖 2.4.2】2017 年馬來西亞外籍勞工人口數

資料來源：本文擷取自 Statista，2020 年 8 月。

我們可以見到上圖為國際知名市場研究機構 Statista 於 2017 年對於馬國境內按國家分類之外籍勞工統計⁹⁹(Number of Migrant workers in Malaysia in 2017 by country)。因此在人口結構組成上也吸引大量來自印尼、尼泊爾、孟加拉、印度、緬甸、巴基斯坦、菲律賓與泰國等國的人民前來工作，由於是外國人身份，因此在金融帳戶服務方面的開設門檻與跨境匯兌之手續費較高；

⁹⁹ R. Hirschmann, 〈Number of Migrant workers in Malaysia in 2017 by country〉, Statista, 2020.4.6, 載於: <https://reurl.cc/bRD2ky>, 最後瀏覽日:2020.8.25

另對於相關金流周邊服務應用較不普及，因此馬國相關金融科技創新較專注於外籍勞工之跨境匯兌，作為核心業務發展，並且配合其在馬國境內乃至於南亞、東南亞等地的業務擴張。

根據環球匯款價格(RPW, Remittances Prices Worldwide's)提供的數據指出，截至2017年12月，全球匯款成本為7.09%，比聯合國設定的3%的目標高236%。但馬來西亞國家銀行貨幣服務業務主管機關負責人Nik Mohamed Din Nik Musa表示，馬來西亞跨境匯款成本目前已達到目標之3%左右。他在全球GFRID18 (Global Forum on Remittances, Investment and Development 2018)論壇¹⁰⁰的新聞發布會上提及：“我們的跨境匯款成本在2006年約為12%，而到去年為止，這一數字已達到約3%，這是由多種因素造成的。”¹⁰¹

此外，鑒於馬國擁有大批外籍勞工人口與較為完善的金融服務體系，2019年聯合國資本發展基金(UN Capital Development Fund, 簡稱UNCDF)，馬來西亞國家銀行(BNM)和馬來西亞數位經濟公司(Malaysia Digital Economy Corporation, 簡稱MDEC)推出了數位金融创新中心，目標積極發展馬國普惠金融的業務。該數位金融创新中心的目標是使服務提供商(包括金融機構和金融科技新創企業)能夠利用技術來促進普惠金融，推出更多適合馬國之金融產品服務。

另外，我們也注意到，由於新加坡與馬來西亞兩國相互接壤且在政治經貿上有密切往來，因此兩國民眾也形成一日生活圈的邊境生活模式，馬國電子錢包龍頭Touch n Go eWallet在帳戶註冊上也特別針對新加坡公民作出分類與說明。

第五節 日本¹⁰²

壹、 支付業務發展概況

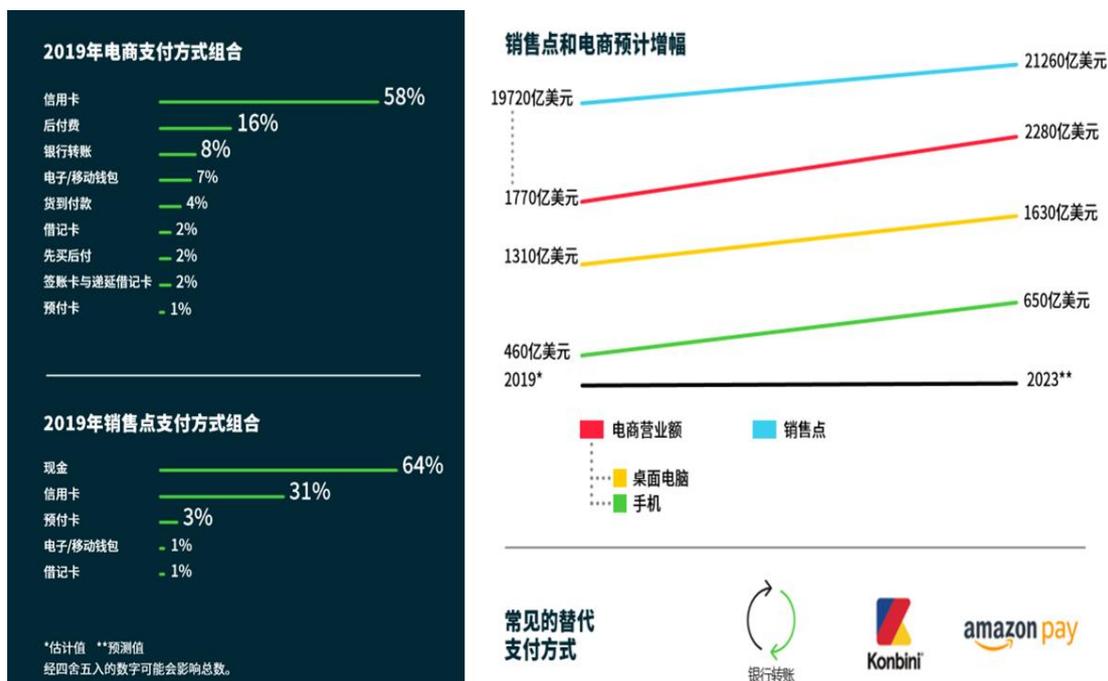
日本在高科技領域擁有不少領先全球的技術，然而在行動支付的發展上卻相對落後，根據美國FIS子公司Worldpay, Inc.發布的2020年全球支付報告，日本2019年使用行動支付的電商消

¹⁰⁰ GFRID18: Global Forum on Remittances, Investment and Development 2018

¹⁰¹ LIDIANA ROSLI(2018), 〈Malaysia hits United Nation's 3 pct target in cross-border remittances cost〉, NEWS STRAITS TIMES, 2018.5.8, 載於: <https://reurl.cc/v10dWL>。

¹⁰² 有關本節資料翻譯與取得，係先以相關關鍵字(如Japan payment market)搜尋英文新聞，再使用日文關鍵字接續搜尋相關日文文章，或參考日本行動支付業者之官方網站，並善用GOOGLE翻譯功能來解讀資料，最後再予以彙整分析。

費為 7%、實體據點消費為 1%，對比南韓的 16% 與 5%，顯示日本在行動支付的推廣上仍有很大的進步空間。



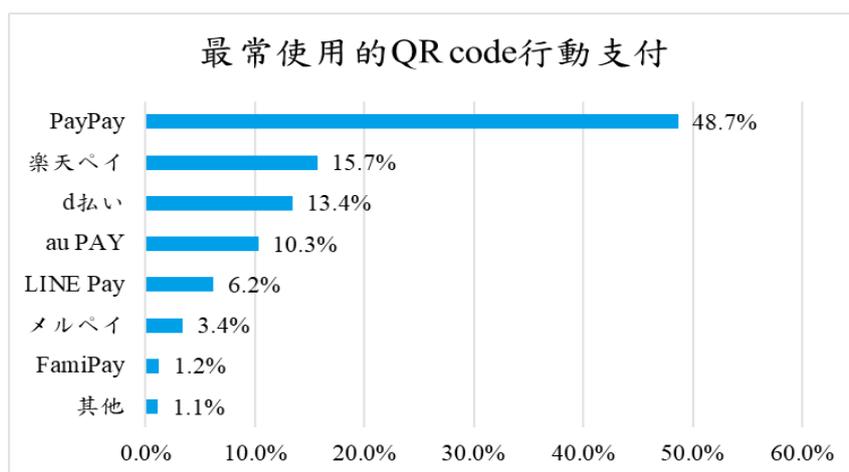
【圖 2.5.1】日本支付業務發展概況

資料來源：《2020 年全球支付報告》，<https://www.fisglobal.com/>。

貳、運用金融科技創新模式

一、行動支付三巨頭

2014 年由 Line Pay 擔任領頭羊，成為日本國內第一家發展行動支付的業者，截至目前有超過十家行動支付品牌。根據 MMD 研究所於 2020 年 7 月的抽樣調查結果(圖 2.5.6)，民眾最常使用的行動支付為 PayPay，佔 48.7%，其次是樂天支付，佔 15.7%，以下針對日本三家代表性業者—PayPay、樂天支付、LINE Pay 做詳細介紹：



【圖 2.5.2】最常使用的 QR code 行動支付(n=15,423)

資料來源：<https://mmdlabo.jp/investigation/>

(一) 代表廠商「樂天支付」：

日本樂天集團是由購物平台起家，積極拓展其他電商業務並利用超級點數(Rakuten Point)吸引龐大消費者，通用點數於各項業務都能進行消費折抵，成功建立消費者對品牌忠誠度。2009年後樂天開始朝向網路金融發展，透過會員積分等優惠活動將電商平台會員引導到金融業務，讓會員進行存款貸款、刷信用卡、買保險與投資股票時都能夠累積點數。目前樂天集團之金融業務跨足銀行、保險、信用卡、證券投資、電子票證(樂天 Eddy)等。2016年10月樂天推出行動支付「樂天ペイ」，可採用三種付款方式—Rakuten Cash(預付)、信用卡付款以及累積點數付款，樂天支付不僅能在樂天生態圈使用，也可支援多間實體店鋪、外送平台、繳稅與水電費，甚至還附帶 Suica 功能，可直接用手機操作儲值 Suica。整體而言，樂天成功建立生態圈的秘訣在於一站式服務緊扣會員的食衣住行育樂，並且將會員每一個交易行為轉化成點數回饋，而信用卡、電子貨幣及行動支付更能加強網購與實體消費的交互作用，刺激會員進行更多消費，此種模式是其他企業難以模仿的¹⁰³。

(二) 代表廠商「PayPay」：

PayPay 是 2018 年由日本雅虎 Yahoo、軟銀集團 Softbank 及印度最大的數位支付公司 Paytm 共同出資，為三大巨頭中最晚成立的行動支付品牌。早在 PayPay 成立之前，日本雅虎的「雅虎

¹⁰³ 孫繼俠，【解讀樂天經濟圈】，原載於《天下網商·經理人》2013年四月刊，載於：<https://reurl.cc/A80Y0K>，最後瀏覽日：2020.8.20。

錢包」已行之有年，民眾能用信用卡或銀行帳戶為雅虎錢包儲值，再至購物網站消費，PayPay 推行後日本雅虎終止雅虎錢包的功能，將用戶全數轉移至 PayPay，雅虎錢包的四千萬帳戶加上軟銀的用戶數為 PayPay 帶來龐大流量。此外在技術層面上，PayPay 與印度數位支付公司 Paytm 合作，採用其在行動支付的技術與專業知識。最後搭配行銷策略—20%消費優惠回饋及 0%手續費，成功吸引大量顧客與商家合作，讓 PayPay 在成立的短短兩年之間成為全日本使用人數最多的業者。

PayPay 有五種儲值方式，除了銀行帳戶、Seven Bank ATM 及雅虎信用卡，用戶在雅虎 PayPay 跳蚤市場銷售商品所得的款項，可直接轉入 PayPay 帳戶，而 SoftBank Y Mobile 的「集體支付」功能¹⁰⁴也能讓用戶繳交電話費的同時順便為 PayPay 帳戶儲值。此外從 PayPay 的消費生態圈來看，多數與樂天支付一樣，能夠支援多間實體店鋪、便利商店、繳稅與水電費，然而金融業務方面並沒有像樂天發展的那麼完整，與銀行的合作僅止於用戶能透過這些銀行帳戶儲值 PayPay，或者利用 PayPay 繳交保費。由此可見，PayPay 生態圈尚需一段時間才能更加健全。

（三）代表廠商「LINE pay」：

根據 LINE BUSINESS GUIDE 2020 年 7 月的統計，LINE 在日本月活躍用戶數(MAU)¹⁰⁵已達 8400 萬人，日本總人口約為 1.2596 億¹⁰⁶，代表 66.69%的人口為 LINE 的月活躍用戶，且其性別結構與日本人口極為相似，並廣泛分布於各年齡層中，作為通訊軟體的龐大用戶數是 LINE 發展行動支付的一大優勢。2014 年 LINE 推出行動支付 LINE Pay，可採用信用卡 Visa Line Pay 或銀行帳戶預先儲值的方式，為避免用戶忘記按時儲值，LINE pay 推出「自動充值」功能，可以設定當 LINE PAY 餘額低於某一數值後，由銀行帳戶自動轉入。LINE Pay 的特色在於個人與個人之間的匯款，不需要知道對方的銀行帳戶即可匯款給朋友，另外，「拆分帳單」功能也有利於朋友出遊聚餐，朋友只要掃 QR code 加入「付款群組」後，LINE pay 就會預付款項給店家，下一步再由成員檢查拆分後的付款金額並按下確認支付，即完成付款手續。

¹⁰⁴ 於 PayPay 應用程式介面點選「集體支付」並輸入儲值金額，該款項將於每月電話費一起結算支付。

¹⁰⁵ 月活躍用戶數(英文：Monthly active users；簡寫：MAU)，是用來衡量線上遊戲、社交網絡服務和應用程式每個月的用戶活躍度。

¹⁰⁶ 根據日本總務省統計局資料，截至 2020 年 3 月 1 日，日本人口數為 125.96 百萬人。

目前 LINE 服務生態圈涵蓋媒體、娛樂、金融、電商、AI、找工作、廣告等多種面向，特別是金融業務在近兩年有較大發展：在金融借貸方面，與瑞穗銀行、東方公司合作成立 LINE Credit，提供個人無擔保金融借貸業務 LINE Pocket Money 及個人信評服務 LINE Score；證券投資方面與野村證券株式會社共同推出 LINE 證券；保險則推出 LINE Insurance，主打簡單快捷的訂閱程序、獨特多樣的保險產品陣容以及合理的保險費。此外 LINE 目前正準備進入銀行業，2018 年 11 月與瑞穗銀行成立了「LINE Bank 設立準備株式會社」，預計 2020 年推出銀行相關業務。

一、日本雅虎與 LINE 的合併¹⁰⁷

2019 年 11 月日本雅虎(Yahoo!Japan)母公司 Z Holdings 與 Line 達成合併協議，預計雙方會員數合併後將打造出「一億人經濟圈」，而 Yahoo!旗下的 PayPay 與 LINE 底下的 LINE Pay 若整併之後將成為日本最大、最強的電子支付服務，共同對抗海外勁敵，以下分析兩大巨頭合併後所帶來的優勢與影響：

優勢一「雙方客群互補」：LINE 用戶主要分布在年輕族群，且除了日本客群還有大量台灣、泰國、印尼的用戶，而 Yahoo! Japan 發展歷史悠長，擁有一些不少從電腦時代就開始使用網路的中高齡用戶，兩者合併後能擴大服務範圍，甚至以日本為起點進軍海外，改造東亞企業版圖與西方勢力抗衡。

優勢二「達到超級 App 的目標」：超級 APP 是指將具有不同用途的應用程序全部整合在一個主應用程式中，讓民眾可以在這個主應用程式中使用多項服務，不需要額外下載一大堆應用程式，省去多個應用程式註冊與登入時間。Yahoo! Japan 與 LINE 的合併有助於達到超級 APP 的目標，不再局限於支付服務，讓生態圈可以緊密結合用戶的食衣住行育樂。

優勢三「共享大數據資料庫」：金融科技當道，若想創造更多收益，就必須善用大數據分析並推出更多創新、客製化商品及服務。透過「超級 App」建立的消費生態圈之後，一個會員 ID 就

¹⁰⁷ 整理於以下三篇文章：陳建鈞，【Line、日本 Yahoo 計劃 2020 年合併，日本行動支付產業掀 2 大變革】，數位時代，2019 年 11 月 26 日，載於：<https://bit.ly/3319qDj>，最後瀏覽日：2020.8.20；石川力才の日本時事まとめ翻譯【LINE 和日本雅虎 (Yahoo! JAPAN) 確定併入軟銀和 NAVER 共同出資的子公司傘下，將化身為中國式的超級 APP？】，2019 年 11 月 19 日，載於：<https://bit.ly/3hW8Jzn>，最後瀏覽日：2020.8.20；轉角國際【日本網路大帝國？Yahoo JP 與 LINE 合併的「1 億人經濟圈」】，作者不詳，2019 年 11 月 18 日，載於：https://global.udn.com/global_vision/story/8662/4172618，最後瀏覽日：2020.8.20。

能透過了解用戶全部的生活習慣與愛好，掌握更完整的生活軌跡，Yahoo! Japan 與 Line 就能利用這些資訊為民眾量身訂做更多商品及服務，例如提供適宜的基金、保險商品、優惠回饋活動，帶來更多利潤。

優勢四「統整海外合作夥伴」：PayPay 的海外合作夥伴包含中國大陸支付寶與韓國 KakaoPay，而 Line Pay 的合作夥伴是中國大陸微信支付與韓國 Naver Pay，這些海外業者都是當地行動支付的龍頭。此外，韓國與中國大陸皆是日本主要的旅客來源，根據日本觀光局統計，2019 年中國約有 838 萬、韓國約有 754 萬造訪人次，未來若 PayPay 與 Line Pay 的合併能進一步共享海外合作夥伴，有機會吃下龐大的外國遊客商機。

二、Smart code 與 JPQR

JPQR 是日本政府為了促進國內行動支付的發展所發布的 QR code 統一規範，但是在 JPQR 推行之前，就已經有類似概念的提出了。JCB(Japan Credit Bureau)是日本三和銀行、日本信販銀行、三井銀行、協和銀行、大和銀行等企業於 1961 年成立的信用卡組織，該組織在 2019 年推出「Smart code」，由於當時各家行動業者 QR code 規格不一致造成實務上困難，JCB 統一了 QR code 的規格，並成為商家與各行動支付業者的媒合橋梁；亦即商家不需要大費周章與眾多行動支付業者簽約，只要與 JCB 接洽就能享有所有與 JCB 結盟之行動業者的服務，目前 Smart code 已經更改為符合 JPQR 的規格，繼續擴展其作為支付訊息處理中心的業務。

三、樂天支付開發人臉認證付款¹⁰⁸

2019 年 7 月樂天支付在 Rakuten Optimism 2019 展覽會上發表了臉部認證付款，使用前，用戶需先於樂天支付 app 掃描自己的臉並設定四位密碼，之後於實體商店消費時不需要拿出手機，只要透過商店的平板電腦「刷臉認證」，並偵測用戶手機的藍芽訊號，就能完成付款手續，這種雙重認證方式相當嚴謹，能夠避免雙胞胎所導致認證失誤，若用戶沒有攜帶手機或開啟藍芽，則

¹⁰⁸ 小山安博，【樂天、完全キャッシュレスや顔認証でペイ。横浜で「Rakuten Optimism」】，日本新聞網站 Impress Watch，2019 年 8 月 1 日，載於：<https://bit.ly/3cqPDQw>，最後瀏覽日：2020.8.20。

需另外輸入原先設定的四位密碼。目前這項服務還在測驗階段，尚未開放大眾使用。

四、樂天支付開發「移動訂單」服務¹⁰⁹

每到用餐時刻，店家收銀檯前面總是會大排長龍，為了改善收銀檯前壅塞情況，樂天支付開發「移動訂單」服務，民眾可以掃描店家 QR code 來讀取菜單，並透過手機訂餐付款，樂天支付 app 就會顯示現在的訂單狀態(準備中或餐點已完成)，民眾可在家中等待至餐點完成再去取餐。

參、與傳統金融業之競合

針對傳統投資服務，新世代在使用上存在三個缺點：知識不足、資金不足、交易時間限制。因為這三個因素造成傳統投資的屏障，許多用戶無法邁出第一步。因此日本國內支付業者也與傳統金融業展開合作，共同開發創新投資服務，讓使用者能夠在行動裝置頁面就能完成操作過程。三巨頭中，LINE 和傳統金融業野村證券及 Sompo Japan 分別合作開辦線上理財與保險服務；樂天集團向海外開拓；PayPay 大股東軟銀則是透過投資新型的投資證券公司持續挖掘年輕族群的投資機會，擴大市場深度。

一、證券業務

案例一：Line 與野村證券株式會社以設立合資公司的方式發展 LINE 證券業務：Line 和野村證券株式會社共同開發了「LINE Securities(Line 證券)」的投資服務，提供易於理解和簡單的服務，對於沒有經驗的投資者和投資初學者來說，很淺顯易懂地操作證券買賣，讓許多用戶輕鬆規劃資產配置和投資。除了銀行帳戶轉帳外，也能從移動匯款和支付服務 LINE Pay 的餘額中進行存款和取款。

案例二：PayPay 與 One Tap BUY 合作推出基金¹¹⁰，PayPay 與 One Tap BUY 於 2020 年合作推出虛擬投資體驗，PayPay 用戶可將 PayPay 點數拿去投資 One Tap BUY 的基金，最小投資單位為一元，也無須至 One Tap BUY 開戶，且進出場不受時間限制，吸引民眾利用 PayPay 點數進行小額投資，目前有兩款基金可供

¹⁰⁹ 同上。

¹¹⁰ One Tap BUY 官網。(載於 https://www.onetapbuy.co.jp/base/bonus/about_bonus01.html)，最後瀏覽日：2020.8.20。

使用者投資，分為短線操作型 DIREXION S & P 500 3X (SPXL) 以及長期穩健型 SPDR S & P500 ETF (SPY)。

二、保險業務

(一) MS&AD 保險集團與各支付平台合作保險智能手機支付服務¹¹¹。2020年5月開始，MS&AD 保險集團(三井住友海上及 Aioi Nissay Dowa General Insurance Co. Ltd)推出保險智能手機支付服務，民眾可使用行動支付掃 QR code 繳交保費，目前有合作的業者包含 Docomo 付款、au Easy 付款、Softbank Ymobile 集體付款、PayPay、LINE Pay、樂天支付、Apple Pay、PayPal、銀聯在線支付等。

(二) Line 聯手日本保險公司 Sompo Japan 推出智慧型手機優化的非壽險保險服務。合作的範圍以日本地區為主，藉由 Line 在日本有眾多用戶的基礎，加上 Sompo Japan 在非壽險保險領域的專業知識，發展智慧型手機新形態的保險服務「LINE Insurance」，使用戶能更方便在手機上取得申請保險的資訊服務。

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

一、行動支付優惠回饋政策

各家行動支付業者為了招攬顧客，紛紛祭出優惠回饋政策，如消費折扣或點數回饋，提高民眾使用行動支付的誘因。針對商家，各家業者多採用免手續費的方式吸引商家簽約(表格 2.5.1)，但此法僅限於業務擴張初期，並非長久之計，之後還是會調漲手續費，不過與信用卡手續費相比(約 7%)，行動相對具有吸引力。

【表 2.5.1】日本國內行動支付結算手續費彙整

	結算手續費		初期簽約費用(元)	每月固定費用(元)
	2021/9/30 前	2021/10/1 後		
PayPay	0%	尚未確定	0	0
LINE pay	2021/7/31 前 0%	2021/8/1 後 2.45%(不含稅)	0	0
樂天支付	2020/6/30 前 2.16%(含稅)	2021/7/1 後 基本費率 3.24%(含稅)	0	0
d 払い	2020/6/30 前	2021/7/1 後	0	0

¹¹¹ 三井住友海上保險官網。(載於 <https://www.ms-ins.com/contact/new/smartphonepay.html>)，最後瀏覽日：2020.8.20。

	結算手續費		初期簽約 費用(元)	每月固定 費用(元)
		3.24%(含稅)	3.24%(含稅)	
au PAY	2021/6/30 前 0%	2021/7/1 後 3.25%(不含稅)	0	0

資料來源：日經交叉趨勢副主編 佐藤博昭 整理。

二、異業合作

(一) 水電油稅：主要透過掃描帳單上的條碼，從行動裝置的應用程式頁面支付電費、煤氣費和水費，部分地區可以繳稅。如 TEPCO 東京電力控股株式會社¹¹²、東京都水道局¹¹³、東京瓦斯¹¹⁴與前述三大支付龍頭皆有合作，唯一比較特別的是樂天集團須透過樂天銀行的應用程式管道進行繳費。

(二) 餐飲業：實體店鋪以餐飲產業及藥妝店為主，從大型連鎖店至小商家，以及日本境內四大便利商店皆可使用，是目前行動支付平台運用最廣泛的店家群體。為了因應到 2019 年日本調漲消費稅，由於運用行動支付完成結帳可享有回饋，促使民眾開始普遍使用；同時日本無現金促進協會¹¹⁵制定的統一 QR 碼和條形碼 (JPQR) 也促進小商店在內的代碼支付廣泛使用。

(三) 交通業：PayPay 與出租車調度服務 DiDi 合作，提供從出租車調度到 PayPay 應用程序付款的完整服務，可以在 PayPay 應用程序上點擊「出租車調度」，使雙方客戶享有顧客優惠。日本當地 MK taxi 也串聯 Line Pay、微信、支付寶等支付平台，提高外國旅客旅遊期間搭乘的便利性。

(四) 電信業¹¹⁶：KDDI、NTT Docomo、SoftBank 為日本三大綜合電信業者，SoftBank 推出自家的行動支付 PayPay；KDDI 的 au Pay 與樂天旗下的 R Pay 及共享平台與加盟店，在支付、物流、通訊上加強合作；原本 LINE 和 NTT Docomo 共同為「Mobile Payment Alliance」(MoPA) 聯盟，在商業與技術上整合，共享

¹¹² 東京電力控股株式會社 (日語：東京電力ホールディングス株式会社)，簡稱東京電力、東電或 TEPCO，為日本一家電力公司，原名東京電力株式會社 (東京電力株式会社)。

¹¹³ 東京都水道局 (與日語漢字寫法相同)，為日本大型自來水事業單位。

¹¹⁴ 東京瓦斯 (日語：東京ガス)，是日本最大的燃氣供應商，也是世界最大的民生用燃氣供應商，服務範圍涵蓋東京都和其鄰近的關東 6 縣部分區域。

¹¹⁵ 日本無現金促進協會，為日本社團法人機構，推進無現金化政策。(日語：一般社団法人)

¹¹⁶ 整理自以下三篇文章：陳建鈞，【Line、日本 Yahoo 計劃 2020 年合併，日本行動支付產業掀 2 大變革】，數位時代，2019 年 11 月 26 日，載於：<https://bit.ly/3319qDj>，最後瀏覽日：2020.8.20；石川カオリの日本時事まとめ翻譯，【LINE 和日本雅虎 (Yahoo! JAPAN) 確定併入軟銀和 NAVER 共同出資的子公司傘下，將化身為中國式的超級 APP？】，2019 年 11 月 19 日，載於：<https://bit.ly/3hW8Jzn>，最後瀏覽日：2020.8.20；洪立遠，【淺談日本行動支付 2019 最新趨勢，看台灣能有何借鏡？】，數位時代，2019 年 9 月 12 日，載於：<https://www.bnext.com.tw/article/54734/payments-japan>，最後瀏覽日：2020.8.20。

彼此的加盟店，而後 LINE 宣布併入 SoftBank 旗下的 Z Holdings，PayPay 和 LINE Pay 還是兩個獨立的行動支付，但會朝向加盟業者的收銀系統可以同時接受 PayPay 或 LINE Pay 這兩種行動支付的方向前進，擴大規模與勢力。

三、海外業者結盟，發展跨境支付

為擴張海外事業版圖，日本行動業者與海外業者結盟，讓外國人訪日時也能用行動支付，目前日本與海外結盟分為兩股勢力：

(一) LINE Pay Global Alliance：LINE pay 在日本、台灣、泰國及印尼四地皆有龐大的活躍用戶數，2018 年 LINE 宣布組成 LINE Pay Global Alliance 來提供跨國整合服務，2019 年與韓國 Naver Pay、中國 Wechat Pay 結盟，日後中國及韓國遊客來日本消費可直接在 LINE Pay 加盟店使用 Naver Pay 或 Wechat Pay，彼此的 QR code 規格是通用，且 2021 年 7 月 31 日前結算手續費與 LINE Pay 同為 0%。

(二) PayPay、Alipay 及 KakaoPay 的結盟¹¹⁷：從 2019 年開始，PayPay 加盟店可使用韓國 Kakao Pay、中國支付寶與香港支付寶¹¹⁸，在 2020 年 9 月 30 日之前，外國人在 PayPay 加盟店使用 Kakao Pay 及支付寶付款可免手續費，以此鼓勵外國人消費。

伍、促進普惠金融之效益

為達普惠金融，日本將各式金融服務彙集在應用程式主頁面，給予服務引導，結合數位支付系統，達到快速有效的操作效率，全方位地為社會所有階層和群體提供金融服務，特別是農村地區、小型企業等金融弱勢族群。說明如下：

一、**線上引導**：公布投資排名與分類，簡化投資選擇，讓投資初學者輕鬆上手，根據指標與需求分析，解決投資初學者金融知識不足的劣勢。

二、**降低投資門檻**：根據使用者特性，主打小額投資，以少量的資金進行投資，適合社會新鮮人、小資族群。每個月少量資金

¹¹⁷ PayPay、Alipay 與 KakaoPay 的結盟，類似於 LINE Pay Global Alliance 的合作模式。前者賴因於三家業者主要股東彼此有股權與業務上的合作關係，而後者則是以自身集團海外子公司作為發展跨境支付策略

¹¹⁸ 為一家香港地區的獨立法人公司，由中國大陸的螞蟻金服與長江和記實業共同出資營運

作為投資本金，對經濟狀況還不穩定的金融弱勢是較容易的投資方式。

三、 **破除實體交易時間限制**：解決偏鄉地區實體分行設點稀少的問題，突破空間的限制後，交易時間能夠更彈性。

四、 **輕鬆開戶**：在單一平台的頁面上即可申請開設帳戶，不須下載各種應用程式或是實體辦理帳戶開設業務。

五、 **操作簡易方便**：透過一鍵式交易的模式，將各式金融服務彙集在應用程式主頁面，給予服務引導，達到快速有效的操作效率。

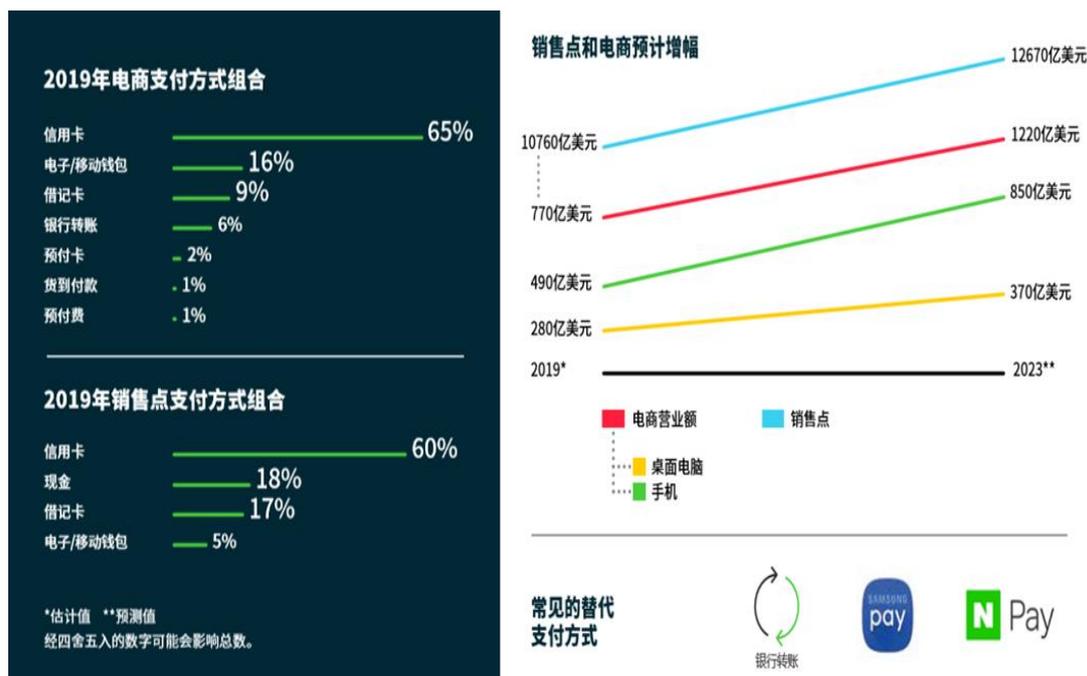
第六節 韓國¹¹⁹

壹、 支付業務發展概況¹²⁰

韓國最初推出行動支付模型，以簡化線上信用卡支付流程。移動巨頭 Kakao 於 2014 年推出了 Kakao Pay，而韓國領先的網際網路營運商 Naver 於 2015 年推出了 Naver Pay，類似於美國的 Paypal，用戶在 N Pay 或 Kakao Pay 上註冊信用卡，之後即能夠僅使用密碼或指紋掃描在相容的線上購物網站上進行購物，從而繞過了過往使用信用卡購買所需的複雜身份驗證過程。

¹¹⁹有關本節資料翻譯與取得，係先以相關關鍵字(如 Korean payment market) 搜尋英文新聞，再使用韓文關鍵字接續搜尋相關韓文文章，或參考韓國行動支付業者之官方網站，並善用 GOOGLE 翻譯功能來解讀資料，最後再予以彙整分析。

¹²⁰Sohn Ji-young, 【Going walletless: Korea's mobile payment market diversifies as competition grows 】, The Korea Herald(韓國先驅報), 2019 年 1 月 27 日, 載於：
<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190127000129>，最後瀏覽日：2020.8.20。



【圖 2.6.1】韓國支付業務發展概況

資料來源：《2020 年全球支付報告》，<https://www.fisglobal.com/>。

貳、運用金融科技創新模式

一、標竿廠商串聯數位科技/數位支付/金融科技創新

(一) Kakao pay¹²¹

Kakao Pay 本來是韓國用戶量最多的通訊軟體 Kakao Talk 旗下功能，Kakao Talk 在 2014 年 9 月 5 日開通了 Kakao Pay 手機行動支付的功能，後來正式分家出去成為子公司，處理行動支付服務、點對點轉帳等業務。Kakao Pay 支持同時綁定 20 張信用和金融卡，用戶填寫並綁定相關信用卡資訊後，交易時只需輸入密碼即可完成付款。特色說明如下：

第一、和 Kakao bank 合作推出簡化帳戶連接和資產管理服務：Kakao Pay 與 Kakao 銀行的帳戶連接過程可以簡化和集成金融資產管理，大大簡化了原本各帳戶連接中繁瑣的驗證過程。任何具有 Kakao 銀行帳戶的 Kakao Pay 用戶都可以通過單擊 Kakao Pay 連接帳戶設置中的「連接 Kakao 銀行」按鈕，輕鬆地連接該帳戶。只需輸入 6 位數字的 Kakao 銀行身份驗證密碼，而無需檢查連接帳號所需的帳號、帳戶佔用身份驗證和 ARS 身份驗證的過程。可以通過關聯帳戶使用匯款、付款和投資等 Kakao Pay 服務。另外，資產管理服務則通過帳戶、投資、借貸等數據來分析

¹²¹ 參考自 Kakao pay 英文官方網站，載於：<https://reurl.cc/5qOa3q>，最後瀏覽日：2020.8.20。

用戶資產集中和缺乏的地方，不僅可以連接 Kakao 銀行，而且可以連接所有銀行帳戶和信用卡，並且可以一目了然地檢查帳戶餘額，轉帳明細和信用卡交易明細。另外也呈報了 PFM（個人資產管理）報告，該報告每天更新和分析消費模式和投資狀況，系統地檢查財務管理模式。

第二、與 Kakao Pay Securities 建立為連接支付和投資的金融平台：引入一種將支付和投資聯繫起來的新的金融服務功能「Collecting Coins」和「Collecting Eggs」。「Collecting Coins」將支付 Kakao Pay 後的剩餘金額作為投資基金，通過使用 Kakao Pay 在線或離線付款時，自動計算少於 1000 韓元的剩餘硬幣來自動投資預定基金，而「Collecting Eggs」則以付款後獲得的回饋獎勵作為投資基金。

「Collecting Coins」與「Collecting Eggs」兩項業務為公募基金投資，並非現金管理帳戶(CMA)，因此當用戶投資時本身並不受到韓國存款保險公司所保障且仍會面臨投資上的風險，營運主體仍為 Kakao Pay Securities，本研究認為上述兩項基金投資業務可定義為低門檻隨意起投，本質上就是透過 Kakao Pay 的支付場景與基礎建立。Collecting Coins 即用戶透過 Kakao Pay 支付後，當 Kakao Pay Money 低於一定餘額時，則該筆金額會自動投資到用戶所設定的 Collecting Coins 的投資計畫當中，可以想成協助用戶將消費後的零錢投入到一個基金投資計畫當中；Collecting Eggs 則為當用戶於消費後所獲得的回饋，也可轉化為基金投資計畫中的一部分。

有別於新加坡 Grab 所推出的 AutoInvest 是由平臺業者進行資產投資管理配置並提出目標的預期收益，用戶較為被動；Kakao Pay Securities 所推出的自動投資則是可由用戶按照自身的風險偏好，主動選擇投資計畫中所提供的基金，基本上有股票型基金、混合型基金與債券型基金由用戶自行決定。

（二）Samsung Pay¹²²

Samsung Pay 為三星電子運用近場通訊技術（NFC）以及磁條讀卡器驗證功能（MST）二種技術，並可與信用卡或簽帳金融

¹²² 節錄自數位時代【三星支付為何比 Apple Pay 更被外界看好？】原文：【Here's why Samsung Pay is way better than Apple Pay and Android Pay】作者：Jason Cipriani 2015 年 9 月 30 日，載於：https://www.bnext.com.tw/ext_rss/view/id/878179，最後瀏覽日：2020.8.20。；

； Jason(tunacat)【行動支付新科技：MST 讓手機也能無線刷磁條信用卡】ePrice 2016 年 11 月 8 日，載於：<https://www.eprice.com.tw/mobile/talk/4523/5004897/1/>，最後瀏覽日：2020.8.20。

卡綁定的行動支付、電子錢包以及會員卡管理服務，幾乎可刷卡的地方就能用 Samsung Pay；此外 Samsung Pay 除了每組交易都會使用一組加密的數位代碼憑證，不會使用真正的信用卡號，可避免被盜用之外，付款時也必須使用指紋或是 PIN 碼方式授權，所有資料也都會存放在裝置的防護區域中。磁條讀卡器驗證功能技術仿效美國市場習慣使用的條形支付卡。這就意味著 Samsung Pay 能夠被用在美國市場的絕大多數支付終端，而無需服務方改造終端。特色說明如下：

第一、信用卡、金融卡支付：透過三星與全球各地不同的金融業者合作，支援將信用卡、金融卡加入到 Samsung Pay 中，使用 NFC 或 MST 技術使實體店家讀取並使用。同時也在部分行動應用程式中支援應用程式內線上付款。

第二、會員卡可將會員卡以條碼或磁訊號儲在 Samsung Pay 中。

第三、付款服務：支援與行動支付應用連結，透過付款條碼或 NFC/MST 流動付款。

（三）Naver pay

Naver Pay 是 Naver 株式會社推出的行動支付服務。Naver 株式會社為韓國最大的搜尋引擎企業。草創初期的 Naver 在 2001 年與韓國線上遊戲入口網站 Hangame 合併成為 NHN（Next Human Network）公司（Naver 株式會社前身），目前則專營搜尋引擎業務。特色說明如下：

第一、無縫購物體驗：Naver 推出了 Naver Pay，提供一鍵式簡單付款和匯款服務，Naver Pay 包含用戶和賣家在電子商務中所需的所有功能，為用戶打造從產品搜索到付款的「無縫購物體驗」。

第二、特殊 Naver ID 方式付款¹²³：相較於其他支付方式，Naver Pay 不儲存卡號，而是採用映射有 Naver ID 的虛擬卡號方法，以防止通過盜竊進行欺詐交易，僅使用 Naver ID 即可方便安全地進行付款、儲值累積和匯款。

第三、累計點數可換做現金使用：除了使用的卡有優惠外，每次使用 Naver Pay 進行簡單付款時，額外的 Naver Pay 點數都

¹²³ 參考自 Naver Pay 官方網站，載於：<https://pay.naver.com/about#secondPage>，最後瀏覽日：2020.8.20。

會與所使用的卡優惠分開累積。Naver Pay 點數可以在各通用據點與現金一樣使用。

二、新創公司之金融科技創新模式

根據周佳寧(2019)的文章¹²⁴，韓國金融服務委員會(FSC)為促進金融科技的發展並消除「擁有亞洲最嚴格的資料保護政策」的批評，韓國於2018年3月推出了一項新計畫，使金融科技初創企業無需遵循現有的法規即可推出新產品和服務法規。如果FSC將新創公司的App或服務歸類為「創新」，便可獲得兩年的豁免期。

(一) 點對點(P2P)行動支付服務

韓國金融科技新創公司 Viva Republica 研發一款提供點對點(P2P)行動支付服務 Toss，除了一般涉及動態密碼(One-Time Password, OTP)設備和多個加密貨幣的行動銀行外，Toss 效法 PayPal 旗下的行動支付服務 Venmo，簡化分帳和其他 P2P 相關交易的流程。Toss 還和現有金融機構及其他金融科技公司進行合作，提供與貸款、支付、投資、信用評分管理、支出分析和保險相關服務。

(二) 非面對面的線上證券開戶服務

KB 證券帳戶和 Kakao Bank 推出了非面對面的線上證券開戶服務。簡化了身份驗證過程並吸引了客戶，省略了股票交易所所需的現有 ID 註冊程序，以允許用戶在開設帳戶後僅通過身份驗證過程(例如 Kakao Pay 身份驗證)方便地使用證券服務。通過在 Kakao 銀行應用程式同意服務條款和條件，選擇與 Kakao 銀行的連接帳戶，設置密碼並獲取 ID 卡來開設 KB 證券帳戶。

(三) 開放銀行 Open Banking

2019年12月韓國金融服務委員會(FSC)領頭推動「開放銀行」服務。目前，只有傳統銀行才能訪問韓國的支付網路以進行匯款服務，進而使其只能訪問自己銀行帳戶的數據，這意味著金融科技公司必須與每家銀行建立合作夥伴關係，以通過自己的平台提供支付服務，且須向合作夥伴銀行支付佣金。開放銀行為一個聯合支付系統，可以方便地在一個地方處理多家銀行的查詢和轉賬。韓國金融服務委員會(FSC)主導讓韓國的10家商業銀

¹²⁴ 周佳寧，台灣經濟研究院研究六所助理研究員【新興領域：12月焦點3韓國金融科技發展趨勢】，2019年12月15日。載於：<https://reurl.cc/9XRy7j>，最後瀏覽日：2020.8.20。

行和金融科技公司透過測試平台，讓銀行允許第三方（例如金融科技初創公司）訪問銀行帳戶和支付網路，借助該系統，行動金融交易變得更加容易，用於匯款和付款（例如 Toss 和 Kakao Pay）的交易量也增加了。FSC 旨在通過擴大消費者選擇範圍，超越傳統貸方，為支付文化和行業帶來創新性變革。

參、與傳統金融業之競合

一、證券業務

（一）Kakao Pay 收購 Baro Investment & Securities，與多家證券業者合作

2020 年 2 月 Kakao Pay 收購 Baro Investment Securities，將其更名為 Kakao Pay Securities，成為韓國第一家由金融科技公司領導的證券公司。Kakao Pay Securities 的目標客群為年輕世代，主打小額投資，Kakao Pay Money 本身之功能並非如同中國大陸的餘額寶，會提供用戶固定收益，僅為 Kakao Pay 的儲值帳戶。惟當用戶開通 Kakao Pay Securities 並聯結 Kakao Pay Money 帳戶，則此時用戶於儲值帳戶中的餘額就會歸為所謂證券存款¹²⁵，就會有按週計算的存款利息且是受到韓國存款保險公司(KDIC)保障，與韓國其他證券公司業者所提供的現金管理帳戶(CMA)¹²⁶並不同。

讓這些缺乏投資經驗或資產規模低的用戶都能進行投資，來達成普惠金融的目標。此外，除了自己成立證券公司，Kakao pay 還與 NH Investment & Securities、梅里茨證券、Eugene Inv&Sec、元大證券及 Korea Investment & Securities 合作，可直接透過 kakao pay 註冊證券帳戶，無須親臨證券公司完成開戶手續。

（二）Naver Pay 與三星證券合作推出投資帳戶

Naver Pay 與三星證券於 2019 年 10 月推出「Samsung Securities X Naver Pay 投資存摺」，民眾在 Naver Pay 所開設之三星證券帳戶，可同時作為 Naver Pay 付款的 CMA 帳戶以及用於金融商品投資的綜合帳戶。此帳戶的特色是當用戶交易國內外

¹²⁵ 由於 Kakao Pay Securities 業務全以線上為發展，因此營運成本較同業來得低，其證券存款利息是優於同業，且採按周平均餘額進行存款利息計算。

¹²⁶ 現金管理帳戶（簡稱 CMA，Cash Manage Account），本身會有一定比例之按日計算收益，但其不受存款保險所保障

股票或基金時，可以賺取 Naver Pay 點數，此點數可於 Naver Pay 加盟店消費時使用。

二、保險業務

(一) Kakao Pay 併購 INBYU 來擴展保險事業

INBYU 是「Insurance By You」的縮寫，是 2017 年成立的線上購買保險平台，用戶可以根據承保範圍選擇保險條款，而不必購買標準化的保險套餐。這家新創公司在 2019 年被 KakaoPay 併購，使 KakaoPay 用戶無需經過複雜的申請流程，即可線上購買客製化海外旅行保險，目前 INBYU 與國內 12 家保險公司(包含三星消防海洋保險、韓華生命保險等)也存在合作關係。

(二) Naver Pay 推出汽車保險銷售服務

Naver Pay 與 KB Insurance、DB Insurance、MG Non-Life Insurance、SK m&service 等保險公司合作銷售汽車保險，使用 Naver Pay 購買汽車保險可獲得 Naver Pay 點數。此外 Naver Financial 預計在 2020 年 9 月推出汽車保險比較估算服務，該服務可根據汽車型號、駕駛資訊、客戶所需險種等資訊來比較各家汽車保險費用，進而推薦適合的汽車保險產品給客戶。

肆、業務擴張策略(擴大生態/異業合作/跨境支付)

一、國內生態系擴張策略

(一) Naver Pay 與 14 家銀行和信用卡公司建立合作夥伴關係

目前 Naver Pay 已與 14 家主要的國內銀行和信用卡公司合作，提供付款和匯款功能。Samsung Card、Shinhan Card¹²⁷和 Hyundai Card¹²⁸三家公司用於方便信用卡付款，NH Nonghyup 銀行、IBK 中小企業銀行、釜山銀行、新韓銀行和友利銀行五家銀行帳戶用於方便付款和匯款服務。往後將繼續擴大與金融公司的聯盟，提升 Naver Pay 的使用廣泛性。

(二) Joint QR Pay

在 2018 年末，BC Card¹²⁹、Shinhan Card 和 Lotte Card¹³⁰這三家韓國信用卡公司宣布了一項計劃，係一種名為「Joint QR Pay」

¹²⁷ Shinhan Card (韓語: 신한카드) 是新韓金融集團旗下的信用卡公司。

¹²⁸ Hyundai Card (韓文: 현대카드) 是韓國 Hyundai 汽車集團旗下的一家信用卡公司。

¹²⁹ BC Card (韓語: 비씨카드)，韓國信用卡公司，母公司為韓國通信(KT)。

¹³⁰ Lotte Card (韓語: 롯데카드)，是隸屬於韓國樂天集團的信用卡公司。

的解決方案商業化，該解決方案可以在韓國 800 萬家特許商店中使用。該解決方案與眾不同的原因是，付款請求將在每月到期日累計並全額支付，與信用卡的支付模式類似。

（三）Zero Pay

韓國政府在 3 月啟動了名為「零支付（Zero Pay）」的行動支付系統。Zero Pay 是首爾市和中小企業部（SMEs）和初創企業部（Startups）與當地銀行和金融公司合作發起的，Zero Pay 是一種行動支付系統，允許用戶通過掃描供應商的 QR 碼進行支付。可以通過國民銀行（KB, Kookmin Bank）和友利銀行（Woori Bank）等主要銀行的應用程式，以及連接 19 家本地銀行的線上支付來進行 Zero Pay 零支付。

二、異業合作

（一）實體店面付款

韓國行動支付推行初期，曾被人詬病為「不簡單的簡單支付」，原因是各家行動支付所分別支援的實體商店重疊性低，當地的商業利己主義阻止了各家行動支付生態圈的連結，造成消費者必須安裝多個行動支付 app 才能消費，相當不便，近年來隨著業者服務範圍擴張，此現象有明顯逐漸改善，現在知名連鎖餐廳、便利商店都可以使用多家行動業者的服務。

（二）外送平台

韓國兩大外送平台 Baedal Minjok (簡稱 Baemin) 和 Yogiyo 皆與行動支付業者合作，如 Kakao 用戶可於 KakaoTalk Ordering 點餐並選擇心儀的外送業者，餐廳能利用 KakaoTalk 發送促銷活動與優惠券吸引訂餐，至於 Naver pay 用戶則是在 Baemin 或 Yogiyo app 訂餐後，選擇 Naver Pay 付款可享 Naver Pay 點數回饋。

（三）交通業

韓國境內交通 IC card—Cashbee 與 T-money card 的使用率很高，目前尚未出現使用行動支付儲值交通 IC card，反而是民眾可以使用 cashbee 與 T-money card 儲值行動支付帳戶。在計程車業方面，2015 年開始民眾可以透過 Kakao Taxi 叫計程車，但當時並未開放使用 Kakao Pay 付款的功能，直至 2017 年 Kakao Pay

與 Korea Smart Card¹³¹ 簽署一項合作協議，計程車司機可於 Korea Smart Card 機台上輸入計程車費用，讓民眾使用 Kakao Pay 付款。

(四) 地方稅與水電瓦斯費

2019 年 7 月韓國公共行政與安全部推出「行動稅務系統」，民眾可以透過行動支付 app 接收當地稅單並完成支付，而部分水電瓦斯費也可以使用行動支付繳費，目前 Kakao Pay 能支援的項目最多，用戶可直接在 Kakao Pay app 裡使用「自動接收帳單」功能，手機通知的當下民眾就可直接確認付款。

三、海外生態系擴張策略

(一) PAYCO¹³²

PAYCO 與 LINE Pay 雙方於 2019 年 6 月 3 日簽署合作備忘錄，進一步在全球支付商戶網路及行銷活動資源互惠合作，包括 LINE Pay 能藉由 PAYCO 在南韓的線下商店網路拓展市場，同時 PAYCO 得以運用 LINE Pay 於全球市場擁有的強而有力、穩固的平台與基礎架構。LINE Pay 與 PAYCO 兩家行動支付平台因這次合作開啟跨境服務，像是當日本、台灣、泰國的 LINE Pay 用戶到南韓時，可利用 LINE Pay 在南韓境內與 PAYCO 合作的實體店家消費，而 PAYCO 的用戶亦能在日本、台灣和泰國的 LINE Pay 合作店家直接消費。

(二) Samsung Pay¹³³

首先，三星推出的行動支付工具 Samsung Pay 在 2016 年 3 月與銀聯合作登陸中國大陸，後續與阿里巴巴集團關聯企業螞蟻金服達成合作，將把支付寶的合作店家納入 Samsung Pay，支持支付寶掃碼支付，擴大其在中國大陸線上交易中的影響力。

接著，Master Card 與三星的合作夥伴關係將 Samsung Pay 擴展到歐洲，促進了兩者合作零售商和消費者的。Master Card 持卡人將能夠在行動裝置上使用 Samsung Pay 進行日常購物，預計未來持續擴大其全球合作夥伴關係。

(三) Kakao Pay

¹³¹ Korea Smart Card 於 2004 年成立，最初是一家運輸 IC 卡系統公司，業務範圍廣泛，包括出租車，公共汽車，地鐵和鐵路票價結算，交通信息收集，處理和銷售。

¹³² 節錄自陳瑞霖【LINE Pay 與 PAYCO 合作，擴大跨國消費實體店家數量】，科技新報，2019 年 7 月 3 日。載於：<https://reurl.cc/Xkm3m3>，最後瀏覽日：2020.8.20。

¹³³ 節錄自呂紹玉【三星 Samsung Pay 與支付寶合作，試圖再走進中國人的生活裡】，科技新報，2016 年 5 月 20 日，載於：<https://reurl.cc/8nN704>，最後瀏覽日：2020.8.20。

Kakao 金融科技子公司 Kakao Pay 受支付寶母公司螞蟻金服投資參股約 44%，將 Kakao Pay 與支付寶之間建立服務連接，支付寶用戶可使用支付寶在韓國 Kakao Pay 的特約合作店家付款。

伍、 促進普惠金融之效益

傳統金融的主要客戶是少數擁有大量資產的客戶，隨著普惠金融的概念興起，大家不再只關注這些資產規模大的少數族群，開始將觸角擴及整體社會，而互聯網正是最好的媒介，因為手機人人都有，上網幾乎不受時間空間限制，這也成為南韓最大搜尋引擎 Naver 與通訊軟體 Kakao 的最大優勢，但是光有優勢卻沒有手段是不夠的，於是兩家企業開始發展行動支付，憑藉著過去累積的龐大用戶，行動支付可以完整記錄用戶的每一筆交易，形成大數據資料庫，而大數據分析能幫助公司區分客群的特性，推出客製化的產品，使社會上所有人都有機會享受金融服務。以下將金融活動分為三大區塊—支付、投資、融資，探討行動金融服務促進普惠金融之效益：

一、 支付：

由於韓圓幣值小，其流通紙鈔面額較大，民眾出門必須隨身攜帶大量紙鈔，導致日常生活諸多不便，發展行動支付不僅能改善上述的缺點，app 還會完整記錄每一筆交易，民眾不必花時間額外記帳，就能做好現金管理。

二、 投資：

行動支付業者與證券商合作，主打非面對面的開戶流程，或甚至省去開戶，讓行動支付帳戶兼併投資帳戶的功能。其次，為了避免用戶在眾多金融商品間選擇困難，業者會初步篩選金融商品，將範圍縮小到十幾樣商品，並明確標示該商品的風險屬性與過往績效，降低投資初學者的進入障礙。第三，標榜小額投資，讓中低收入戶也能運用有限資金進行投資。目前與證券商合作或自行發展證券投資業務的韓國支付業者有 Kakao Pay、Naver Pay、Samsung Pay、PAYCO 等。

三、 融資：

純網銀與實體銀行相比可以節省大量營運成本¹³⁴，因此能提供優於實體銀行的存款利率及較低的貸款利率，讓經濟條件不佳

¹³⁴ 純網銀的優勢在於：不用租賃銀行店面、無須雇用大量員工、避免繁複的紙本作業。

的人也有機會向銀行貸款，還能減輕其還款負擔。目前韓國國內有兩家純網銀 K-Bank 與 Kakao Bank，時常與行動支付業者聯合舉辦優惠活動，提高民眾使用行動金融服務的誘因。

第七節 小結:各國之比較

壹、各國金融科技驅動組織

目前金融科技創新模式的發展驅動組織，在美國和韓國，領導廠商大多隸屬於新興數位科技服務、或傳統大型集團與零售通路業者。馬來西亞和日本也有相同的現象。值得注意的是，英國和新加坡由於金融管理體制得宜，故能催生純網路銀行、純數位銀行和數位金融服務公司。

【表 2.7.1】各國金融科技驅動組織

國家	金融科技創新模式(發展驅動組織)
美國	手機系統商、社交通訊商、網路電商、零售業、第三方支付
英國	純網路銀行、純數位銀行
新加坡	獨角獸科技公司(叫車支付/多元支付)、數位金融服務公司
馬來西亞	電商業者、集團業者
日本	樂天集團、YAHOO 集團、LINE(數位多媒體)
韓國	電信公司、集團業者、網路通訊商

資料來源：本研究彙整。

貳、國際支付生態擴張策略

其次，以下綜合說明各國支付生態系之發展趨勢(表 2.7.2)，歸納其多采多姿擴大策略和多元發展方向，作為國內產官學研借鏡與未來執行作法之參考：

- 1.從集團發展角度發展大型生態系：作法如加強外部的連結者、拓展新服務、補貼回饋政策、跨境支付、海外業務擴張等；
- 2.鼓勵新興金融業者與傳統金融業者合作：作法如放寬銀行執照的申請手續及門檻，鼓勵新型態銀行成立；國家投資銀行導入數位支付、數位支付與證券和保險等金融服務合作、和信用卡公司建立夥伴關係；

3.孕育國內金融創新與數位支付生態圈：如英國 Innovate Finance 先串接金融科技生態系；

4.異業支付：串接公部門費用支付（如水費、通信費、網路費、有線電視費）、串接交通運輸支付方式（如韓國 Kakao Taxi 叫計程車和付款、英國倫敦交通局牡蠣卡導入數位支付和馬來西亞 Touch n Go）、串接實體店鋪付款和外送平台。

【表 2.7.2】國際支付生態系的擴張策略

國家	支付生態系的擴張策略
美國	<ul style="list-style-type: none"> • 塑造大型生態系：Amazon 從線上書店到雲端服務/零售 • 加強外部的連結者：星巴克與信用卡合作 • 拓展新服務：Google 提供中小企業貸款 • 與傳統金融業者合作：消費者線上線下仰賴實體信用卡消費，對於行動支付信任程度不高，須和銀行信用卡合作
英國	<ul style="list-style-type: none"> • 放寬銀行執照的申請手續及門檻，鼓勵新型態銀行成立，如數位銀行和行動銀行 • 政策推動英國金融科技生態圈與國際連結 • 英國最大零售商特易購（Tesco）導入電子支付 • 倫敦交通局導入行動支付
新加坡	<ul style="list-style-type: none"> • 與傳統金融業者合作：國家投資由九大銀行共同組成「PayNow」 • 傳統銀行陸續跟上支付腳步，如星展和大華銀行的 NETS pay，新進支付業者和傳統銀行競合關係日益升溫 • Grab Pay 可支付水費、通信費、網路費、有線電視費等 • PayNow 身為政府推廣的數位支付在民生費用有合作優勢；可繳稅、學費、交通費、電信費、水電費和薪水、保險費
馬來西亞	<ul style="list-style-type: none"> • 集團式用戶擴張：透過母公司本業的用戶與現有網路業務優勢，向平台使用者推出電子錢包服務 • 電商封閉型擴張：此類型擴張模式主要是以電子商務業者為主，如 Lazada • 補貼回饋政策，搶占用戶使用率與討論度 • 發行實體卡片，補足用戶之金融服務不足之處：如亞洲航空旗下推出 Big Pay Prepaid Mastercard • 異業合作情形，如 Razer 透過收購馬來西亞第三方金流服務商 MOL Globe，如虛實整合「一卡一付」策略：Touch n Go 類似於臺灣的悠遊卡，從高速公路電子過路費支付系統，跨足到捷運、公車等大眾交通票卡
日本	<ul style="list-style-type: none"> • 塑造大型生態系：PayPay 為日本雅虎、軟體銀行和印度最大數位支付公司 Paytm 共同出資，生態圈涵蓋金融保險、電商、水電費、加油站、稅、電信通訊、實體店、計程車 • 異業合作：Line 和野村證券業務以合資方式，發展證券業務；和

國家	支付生態系的擴張策略
	<p>日本保險公司 Sompo Japan 推出智慧型手機優化的非壽險保險服務</p> <ul style="list-style-type: none"> • 塑造大型生態系：樂天支付從購物平台起家，跨足銀行、保險、信用卡、證券投資和電子貨幣 • 跨境支付：LINE 服務生活圈涵蓋娛樂、媒體、金融、電商。LINE Pay 海外結盟成立 Line Pay Global Alliance
韓國	<ul style="list-style-type: none"> • 國內擴張策略：如 Naver Pay 與 14 家銀行和信用卡公司建立合作夥伴關係 • 海外擴張策略：如 PAYCO 與 LINE Pay 於 2019 年簽署合作備忘錄，在全球支付商戶網路及行銷活動資源互惠合作 • 異業合作：實體店面付款、外送平台 Baedal Minjok 和行動支付合作、透過 Kakao Taxi 叫計程車和付款、地方稅與水電瓦斯費在 Kakao Pay app 裡使用「自動接收帳單」功能直接確認付款

資料來源：本研究彙整。

參、各國業者與支付聯結之次金融業務比較

本小節針對各國各次金融業務(即銀行、證券與保險)與支付聯結之案例，進行彙整，以供各界參考

【表 2.7.3】各國業者與支付聯結之次金融業務比較

國家	次金融業務	內容
美國	銀行	<ul style="list-style-type: none"> ● 和銀行或信用卡機構合作發行信用卡，以回饋金吸引客戶 <ol style="list-style-type: none"> 1. Apple 與高盛 (Goldman Sachs) 合作推出了 Apple Card，用戶透過 Apple Pay 綁定 Apple Card，可獲得較高的現金回饋。這張卡還擁有與 ios 系統整合的先天優勢，可以透過視覺化的模式將消費紀錄呈現在用戶所擁有連結的 Apple 裝置上，可用於協助消費者進行財務分析。 2. Amazon Pay 與 JP Morgan Chase 銀行合作，發行了兩張信用卡，分別是 Amazon Prime Rewards Card 和 Amazon Rewards Card。回饋是以點數的形式返還，返還每獲得的 1 美元是以 100 點數的形式返還，點數可在 Amazon 網站上兌換商品，亦可兌換現金存入在美國的帳戶中。點數能拿到的優惠與現金支付的差距又可再進一步增加顧客的黏著度，同時又保有一定彈性供顧客選擇。 3. Walmart Pay 與 Mastercard 合作發行 Walmart Mastercard。

國家	次金融業務	內容
		<p>4. Starbucks 與 JP Morgan chase 銀行合作，發行了 Starbucks Reward Visa Card (信用卡與簽帳金融卡 2 種)，使用這張卡在任何可消費的地方消費皆可獲得星星數，星星數多寡會決定用戶 Starbucks 的會員等級與消費折扣。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 和銀行合作或自行開辦貸款業務 <ol style="list-style-type: none"> 1. Square 預計在 2021 開辦 Square Financial Services，經營銀行業務，獲得聯邦存款保險公司 (FDIC，Federal) 的申請批准和猶他州金融機構主管部門的監管，主要經營業務型態為中小型企業提供貸款和存款產品服務。 2. 另外，目前 Square Capital 已為企業訂制自身的小額貸款，貸款由 Celtic Bank 提供。當企業還款時，可以透過在 Square 的帳上設定百分比自動償還企業貸款，當企業銷售較佳 (帳上現金收益較佳) 時，則企業償還貸款的比例就提高。 3. Google 推出為中小企業提供貸款服務，Google Pay for Business，此服務目前已在印度推出，目前有約 300 萬中小型企業正在使用。 <ul style="list-style-type: none"> ● 與銀行合作創建數位帳戶：Google 目前正與多家銀行合作開創數位帳戶 Cache，向美國 Google Pay 用戶提供數位支票與儲蓄帳戶，進而擴展其在美國提供數位銀行服務的計畫，此項服務將於 2021 年提出。
	其他	<ul style="list-style-type: none"> ● 電商平台 <ol style="list-style-type: none"> 1. Google 在印度推行 Google Pay Spot (仍在試驗中) 希望建立屬於自己的電商平台，幫助企業與客戶互動，未來也較有機會推出自家商品在平台上販售。 2. Facebook 近年在平台上多加了 market 平台，Facebook 旗下擁有 Messenger、Instagram、WhatsApp 等通訊或社交平台亦都適用 Facebook Pay，許多用戶會在 Facebook 進行線上拍賣購物，除了更能吸引商家投注廣告外，Facebook 能藉此搜集更多使用者的資訊、偏好，去增加應用功能、拓展自身的生態圈。
新加坡	銀行	<ul style="list-style-type: none"> ● 貸款 <ol style="list-style-type: none"> 1. Grab Finance 受理中小企業貸款，主打快速撥款及客製化貸款服務。另外，若企業本身是 GrabPay 或

國家	次金融業務	內容
		<p>GrabFood 合作者，Grab Finance 會更有機會願意借貸給企業，共創雙贏局面。最後，還款方式為每月自動從 Grab Pay 帳戶或銀行帳戶扣款。</p> <p>2. Sea Money 在金融服務上，推出小額貸款服務。Shopee PayLater 業務範圍為印尼及泰國，用戶可先收到商品並可延後付款。Shopee Pinjam 業務範圍在印尼，主打現金貸款，中小企業及個人皆可申請。另外，Dana Cepat (Fast Escrow) 縮短申貸工作時間，滿足企業短期資金需求，目前業務範圍亦僅限印尼。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 開辦數位銀行業務，鎖定數位消費者（年輕世代）及中小企業：MAS 釋出五張數位銀行牌照，其中包含兩張 DFB¹³⁵(Digital Full Bank) 牌照及三張 DWB¹³⁶ (Digital Wholesale Bank) 牌照，共有 21 家申請者。MAS 在第一階段剔除 7 家企業，但並未公布哪七家。Grab、Razer (Razer Youth Bank)、Sea 皆為 21 位申請者之一。最後在第二階段成功拿到牌照的 5 家企業將可在明年中開辦數位銀行業務。
	證券	<p>Grab Invest：連結到 GrabPay 錢包，提供自動化投資服務，主打小額投資，和富敦資產管理 (Fullerton Asset Management，為淡馬錫旗下公司) 及大華資產管理 (UOB Asset Management) 等企業合作，以投資固定收益債券為主，目前僅接受新加坡國民申請。</p>
	保險	<p>Grab Insure：擁有叫車軟體背景的 Grab，Grab 推出專為駕駛保障的意外險、醫療險及車險等保險產品。除此之外，針對乘客，Grab 也推出旅遊保險 (包含醫療、班機延誤等) 及乘客的意外險。Grab 挾其客戶優勢，帶來更完善的乘車服務。</p>
馬來西亞	銀行	<p>根據 2019 Fintech Malaysia Report，馬來西亞擁有信用卡比例僅有 21%，因此非銀行業者所主導的電子錢包品牌也積極與 Visa、Mastercard 等國際組織合作推出專屬的預付簽帳支付卡 (Prepaid Card) 或是信用卡 (Credit Card)。如亞洲航空 (Air Asia) 旗下的 Big Pay 就推出 BigPay Card (Prepaid Mastercard)，用戶</p>

¹³⁵ According to MAS (Monetary Authority of Singapore) announcement, a DFB will be allowed to take deposits from and provide banking services to retail and non-retail customer segments. A full banks is authorized to transact the whole range of banking business, both personal and corporate. (“payment systems in Singapore”, MAS)

¹³⁶ A DWB will be allowed to take deposits from and provide banking services to SMEs and other non-retail customer segments. Besides, a wholesale bank, formerly known as restricted banks, cannot accept Singapore dollar fixed deposits of less than SGD250,000 per deposit from non-bank customers and pay interest on Singapore dollar current accounts operated by resident individuals. (“payment systems in Singapore”, MAS)

國家	次金融業務	內容
		Big Pay 帳戶中的儲值金額就是這張卡的額度；另外叫車平台的 Grab 也表示有意在馬國境內推出 GrabPay Card，類似 Apple Card 的信用卡支付工具。
	證券	馬來西亞證券委員會 (SC) 於 2020 年 5 月 宣布，將通過電子錢包(E-Wallet)或電子支付(E-Payment)服務提供商等電子服務平台，促進諸如單位信託等資本市場產品的在線發行。該修正案將允許電子錢包或電子支付應用程式的運營商與資本市場服務許可證持有人合作，向投資者分銷資本市場產品。
	保險	目前馬國電子錢包業者主要是以 Touch 'n Go eWallet 與安聯保險公司合作為指標，原因在於 Touch 'n Go eWallet 之大股東為 Touch 'n Go，其過去主要是一家專注於大眾交通乘車票卡(類似於臺灣的電子票證)與馬來西亞高速公路過路費的支付工具(類似臺灣的 ETag)，在消費支付場景上較能與汽車周邊金流產生連結。
日本	銀行	<ul style="list-style-type: none"> ● 與銀行合作開辦借貸：LINE 與瑞穗銀行、東方公司合作成立 LINE Credit，提供個人無擔保金融借貸業務 LINE Pocket Money 及個人信評服務 LINE Score。 ● 成立銀行：LINE 在 2018 年 11 月與瑞穗銀行成立了「LINE Bank 設立準備株式會社」，預計 2020 年推出銀行相關業務。
	證券	<ul style="list-style-type: none"> ● Line 和野村證券株式會社共同開發了「LINE Securities(Line 證券)」的投資服務，提供易於理解和簡單的服務，對於沒有經驗的投資者和投資初學者來說，很淺顯易懂地操作證券買賣，讓許多用戶輕鬆規劃資產配置和投資。 ● PayPay 與 One Tap BUY 於 2020 年合作推出虛擬投資體驗，PayPay 用戶可將 PayPay 點數拿去投資 One Tap BUY 的基金，最小投資單位為一元，也無須至 One Tap BUY 開戶，且進出場不受時間限制，吸引民眾利用 PayPay 點數進行小額投資。
	保險	<ul style="list-style-type: none"> ● LINE Insurance 藉由 Line 在日本有眾多用戶的基礎，加上 Sompo Japan 在非壽險保險領域的專業知識，發展智慧型手機新形態的保險服務，主打簡單快捷的訂閱程序、獨特多樣的保險產品以及合理的保險費。 ● 2020 年 5 月開始，MS&AD 保險集團推出保險智能手機支付服務，民眾可用行動支付掃 QR code 繳費。

國家	次金融業務	內容
韓國	銀行	<ul style="list-style-type: none"> ● Kakao Pay 與 Kakao 銀行的帳戶連接過程大大簡化了原本各帳戶連接中繁瑣的驗證過程。任何具有 Kakao 銀行帳戶的 Kakao Pay 用戶輕鬆地連接該帳戶，並使用匯款、付款和投資等 Kakao Pay 服務。 ● 融資：目前韓國國內有兩家純網銀 K-Bank 與 Kakao Bank，時常與行動支付業者聯合舉辦優惠活動，提高民眾使用行動金融服務的誘因。
	證券	<ul style="list-style-type: none"> ● 2020 年 2 月 Kakao Pay 收購 Baro Investment Securities，將其更名為 Kakao Pay Securities，成為韓國第一家由金融科技公司領導的證券公司。Kakao Pay Securities 的目標客群為年輕世代，主打小額投資，引入一種將支付和投資聯繫起來的新的金融服務功能「Collecting Coins」和「Collecting Eggs」。「Collecting Coins」將支付 Kakao Pay 後的剩餘金額作為投資基金，通過使用 Kakao Pay 在線或離線付款時，自動計算少於 1000 韓元的剩餘硬幣來自動投資預定基金，而「Collecting Eggs」則以付款後獲得的回饋獎勵作為投資基金，讓這些缺乏投資經驗或資產規模低的用戶都能進行投資。 ● 除了自己成立證券公司，Kakao pay 還與 NH Investment & Securities、梅里茨證券、Eugene Inv&Sec、元大證券及 Korea Investment & Securities 合作，可直接透過 kakao pay 註冊證券帳戶，無須親臨證券公司完成開戶手續。 ● KB 證券帳戶和 Kakao Bank 推出了非面對面的線上證券開戶服務。簡化了身份驗證過程並吸引了客戶，省略了股票交易所需的現有 ID 註冊程序，以允許用戶在開設帳戶後僅通過身份驗證過程（例如 Kakao Pay 身份驗證）方便地使用證券服務。 ● Naver Pay 與三星證券於 2019 年 10 月推出「Samsung Securities X Naver Pay 投資存摺」，民眾在 Naver Pay 所開設之三星證券帳戶，可同時作為 Naver Pay 付款的 CMA 帳戶以及用於金融商品投資的綜合帳戶。此帳戶的特色是當用戶交易國內外股票或基金時，可以賺取 Naver Pay 點數，此點數可於 Naver Pay 加盟店消費時使用。

國家	次金融 業務	內容
	保險	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019 年 Kakao Pay 併購 INBYU 來擴展保險事業，Kakao Pay 用戶無需經過複雜的申請流程，即可線上購買客製化海外旅行保險。 ● Naver Pay 與 KB Insurance、DB Insurance、MG Non-Life Insurance、SK m&service 等保險公司合作銷售汽車保險，使用 Naver Pay 購買汽車保險可獲得 Naver Pay 點數。此外 Naver Financial 預計在 2020 年 9 月推出汽車保險比較估算服務，該服務可根據汽車型號、駕駛資訊、客戶所需險種等資訊來比較各家汽車保險費用，進而推薦適合的汽車保險產品給客戶。

第三章 各國支付法規、政經環境對業者發展之影響及相關風險

第一節 美國

壹、法源依據

美國針對支付之法規範，區分為聯邦法及州法兩個系統，兩者對於非銀行支付之管理皆無訂立專法適用之，而係用金融監管法律將非銀行支付擴大解釋，將其視為貨幣傳輸服務並受相關法律規制¹³⁷。

針對支付相關主要係依據「統一資金服務法」(Uniform Money Services Act, UMSA¹³⁸)係由統一州法委員會(The National Conference of Commissioners on Uniform State Laws)於2000年起草，2001年對外公布。統一州法委員為係一民間組織，旨在促進各州法律統一，該會起草各種法律供各州採納，又該會起草之法案，須經各州立法採納後，始具有法律上之效力¹³⁹。

貳、執照取得

美國將電子支付業務視為傳統支付服務的延伸，且將電子支付機構視為資金傳輸機構而非金融機構，因此針對此類機構管理方式並未特別立法¹⁴⁰。美國聯邦層級要求業者於承作業務前須取得許可證才能提供服務，而取得資格及程序，則由各州自行訂定。

一、許可資格態樣：

支付業者須依各州參考統一資金服務法所訂定之州法，向州政府申請資金傳輸執照(money transmission license)。本法所規範之主體為從事資金傳輸服務之非金融服務業者，然而以下排除於本法適用之主體範圍：美國政府機關、由美國郵政服務或代表美國郵政服務之承包商、政府部門及機構、銀行、期貨經紀商、

¹³⁷ 參施予安，非銀行支付機構清償能力之確保，東吳大學法律學系碩士論文，頁66。

¹³⁸ The National Conference of Commissioners on Uniform State Laws，網址：

<https://www.uniformlaws.org/acts/overview/uniformacts>，最後瀏覽日期：109年8月24日。

¹³⁹ 參王志誠、廖乃慶、許光承、張宇脩，互聯網金融之監理機制，新學林出版股份有限公司，2017年1月1版，頁155。

¹⁴⁰ 參蔣念祖、戴凡芹，電子支付機構管理條例修正草案評析，萬國法律第228期，頁85，2019年12月。

證券經紀交易商、信用卡、電匯、記帳卡之清算結算服務業者、為貿易所提供清算與結算服務者及結算或代收服務者。而除已取得資金傳輸執照，或為取得資金傳輸執照者所授權之代理人，任何人不得從事資金傳輸業務，或進行廣告、招攬行為，或聲稱提供資金傳輸服務。¹⁴¹除符合下列情形，任何人不得從事資金傳輸業務或有廣告、招攬業務之行為或聲稱自己為資金傳輸服務之提供者：

1. 已取得資金傳輸執照或根據本法第 203 條取得從事資金傳輸服務之許可者。
2. 為取得資金傳輸執照者所授權之代理人。
3. 為依照本法第 203 條經許可從事資金傳輸服務者，則無須依照本法第 202 條規定申請許可之規定，而該州需已將統一資金服務法納入州法，或該州之資金傳輸法規定與統一資金服務法相當。

而本法所規範之服務態樣包含資金傳輸服務（Money Transfer Services）、支票兌現（Check Cashing）及貨幣兌換（Currency Exchange），如獲准許從事資金傳輸服務（Money Transfer Services），即可從事支票兌現和貨幣兌換服務，無需再取得支票兌現及貨幣兌換之許可資格，若獲准許從事支票兌現（Check Cashing），即可從事貨幣兌換，但不能進行資金傳輸服務，若獲准許從事貨幣兌換（Currency Exchange），則僅能從事外幣兌換服務。另外資金傳輸服務者亦得依照本法第 206 條規定於每年許可屆滿前 30 日內提出相關資料與費用申請經營期間之展延。

二、許可延展：

資金傳輸業者應於每年許可屆滿前 30 日內，支付許可延展費 2,000 美元，並同時提出申請許可延展書面資料，該資料應包含以下內容：

1. 最近年度經審計之財務報表，若為他公司百分百持有之子公司，則應提出合併財務報表。
2. 在外流通及已銷售之儲值金額及支付工具金額。
3. 重大變更事項。

¹⁴¹ 533c.201.

- 4.按本法第 701、703 條規定取得投資許可所進行之投資活動及相關許可函。
- 5.按本法第 204 條規定維持足額營業擔保證明。
- 6.從事資金傳輸服務業者及授權代表之地址。

若資金傳輸業者未依時間規定提出許可延展申請，並繳納延展費用，主管機關應對該資金傳輸業者寄發暫停許可通知，如果業者於收受通知送達後 10 日內未提出申請許可延展，資金傳輸服務業者之許可將暫時失效。若資金傳輸業者於許可暫停後 20 日內提出申請許可延展，並繳納費用及每日滯納金 100 美元，前期暫停許可處分將失其效力。

參、營運條件

為保障公共利益，避免不具清償能力之公司進入市場，本法第 204 條規定，申請人提出申請從事資金傳輸服務資格時，應同時提出保證金（surety bond）、信用狀（letter of credit）或其他主管機關認可之擔保方式，其擔保金額最少為 500,000 美元，每增加一營業點增加 10,000 美元，而總金額以 250,000 美元為上限，但主管機關得視申請人之財務狀況，如資本淨值減少、發生財務損失或其他重大情形，將金額增加至 1,000,000 美元。另外網路資金傳輸業者由於不具有實體營業據點，其所需金額則由主管機關評估所涉該州居民的業務量規模而定。而擔保期間之長短由主管機關決定，然而該期間最短不得少於資金傳輸服務停止執行業務 5 年後。由於資金傳輸業者隨時面對不確定賠償之風險，對此美國法並無要求申請人提存大額資金，或規定高額之資本額門檻限制，而係透過要求申請人提供營業擔保，使規模較小、財力較不足之業者亦有進入市場之機會。

肆、跨境支付規範

按統一資金服務法第 102 條（Section 102），該法所稱之「資金服務（money service）」包含「資金傳輸（money transmission）」、「票據兌現（check cashing）」、「買賣外匯（currency exchange）」。有關資金傳輸係指「販售或發行支付工具、儲值價值（stored value）」，或基於傳輸目的收受資金或金錢價值。依照美國「統一州法律委員全國會議」於統一資金服務法第 102 條之說明（Comment）第 9 點，單純的傳輸服務，如包裹遞送服務，以及

單純擔任數據傳輸導引之網路服務提供者，不包含本法所稱之「資金傳輸」定義。

美國針對資金傳輸之監管，係採行各州法律與聯邦法律共同監管之二元體系。然各州法律對於資金傳輸之監管各有不同，但是皆係側重於消費者之保障，準此，各州法律基本上是以安全穩健之監管角度去保障消費者之資金，而避免發生損害之結果。惟聯邦法律則是在資金傳輸上較側重於反洗錢之規範，雖然其二者規範目的不同，但針對資金傳輸上皆採行一固定立場，亦即從事資金傳輸者須取得許可執照，並接受相關金融安全、文件記錄保存、報告與檢查之監管措施¹⁴²。

準此，參照統一資金服務法第 201 條 (Section 201) 規定：「任何人不得從事資金傳輸，或者是進行廣告、招攬或者是表現為提供資金傳輸，除非有下列情形：(1) 依本條規定取得執照；或 (2) 為依本條規定取得執照之人的合法代理人。依本條規定所取得之執照不得移轉或者是轉讓」。

美國「統一州法律委員全國會議」於統一資金服務法第 201 條的說明 (Comment) 指出，是否需在各州取得執照端視是否在該州提供資金傳輸，而是否在該州營業 (engaging in the business) 則繫之於各州案例法 (case law)。就網路交易而言，判斷因素包含是否以該州之消費者為目標對象。

第二節 英國

壹、法源依據

美國金融科技內需市場龐大、且有豐厚條件滋養金融科技新創企業發展，故其政府之金融監理手段相對較為寬鬆，任企業自由競爭。有別於此，英國基於其政經環境及市場條件之不同，英國政府乃積極協助新創企業發展，以政府力量建構金融科技監理，確保其國際金融中心之地位。

英國支付服務主管機關為金融市場行為監管局 (Financial Conduct Authority, FCA)，主要法規為支付服務法 (The Payment Services Regulations 2017)¹⁴³。該法於 2009 年 2 月訂定，並於 2017

¹⁴² See Kevin V. Tu, Regulating the New Cashless World, 65 ALA. L. REV. 77, 85-86 (2013).

¹⁴³ The Payment Services Regulations 2017, 網址：

<https://www.legislation.gov.uk/uksi/2017/752/contents/made>，最後瀏覽日期：109 年 8 月 24 日。

年7月參酌歐盟支付服務指令(Revised Payment Services Directive, PSD2)加以修訂，凡於英國境內提供支付服務之機構均受此法規範，電子貨幣機構若提供支付相關服務亦需遵守此規定，是以，英國支付法制與歐盟支付立法之發展與變動息息相關，以下就相關重點規範說明之：

依本法第138條¹⁴⁴規定，除非是下列單位，不得在英國境內提供支付服務：

1. 小型支付機構(small payment institution, SPI)。
2. 於歐洲經濟區(European Economic Area, EEA) 取得許可行使通行權(passport right)的支付機構(payment institution)。
3. 信用機構(credit institutions)、電子貨幣機構(electronic money institutions)、郵局(the Post Office Limited)、基於金融權責行使公共職責的英格蘭銀行、歐洲中央銀行、EEA 會員國之中央銀行，以及行使公共職責的中央及地方政府單位。
4. 信用合作社(credit unions)、市級銀行(municipal banks)、國民儲蓄銀行(the National Savings Bank)。依照本法第3條規定，本法不適用於這三者。
5. 前三款仍屬於支付機構，應符合本法相關規定，只是不需要取得 FCA 之許可提供支付服務。依照本法第13條，以連續12個月之平均為基礎，每月處理之支付交易金額小於500萬歐元者可申請註冊為小型支付機構。如果尚未營運滿12個月，可以提出12個月的預估值做判斷。小型支付機構依照本法並不需要取得 FCA 的許可以提供支付服務，只需於 FCA 註冊登記(registration)，但是小型支付機構於 FCA 註冊登記後如未遵守本法相關規定，仍有可能遭 FCA 取消登記¹⁴⁵。
6. 另外，在電子貨幣法(The Electronic Money Regulations¹⁴⁶)，規範對象主要針對電子貨幣指定機構及小型電子貨幣機構，所謂電子貨幣機構係指發行電子貨幣並提供支付或交易服務之機構，分為電子貨幣指定機構(Authorized Electronic Money

¹⁴⁴ 2017 No. 752, Article 138.

¹⁴⁵ 參謝孟珊，電子支付業務管制範疇之比較法研究，月旦法學雜誌，第263期，頁160-161，2017年4月。

¹⁴⁶ The Electronic Money Regulations 2011，網址：

<https://www.legislation.gov.uk/uksi/2011/99/contents/made>，最後瀏覽日期：109年8月24日。

Institution, AEMI)及小型電子貨幣機構(Small Electronic Money Institution, SEMI)。

7.又電子貨幣機構符合申請時之電子貨幣發行總量不超過5百萬歐元。或申請前12個月，每月平均支付或交易規模不超過3百萬歐元者，可申請許可為小型電子貨幣機構(SEMI)¹⁴⁷。

貳、執照取得

依照本法第5條¹⁴⁸規定，欲申請成為支付機構者，須向主管機關提供本法附件二(Schedule 2)要求之相關資料及證明文件，如營運計畫、最低資本額證明文件、資金防護措施、內部控制機制與風險管理機制、關於敏感支付資訊之編排、監控、追蹤與限制權限、持續性之營運計畫之描述、針對收集業績、資訊安全政策文件、洗錢防制與對抗恐怖組織金融活動之內部控制機制……等資訊。

參、營運條件

本法第6條¹⁴⁹規定，支付機構於申請許可時須符合創始資本額(initial capital)之限制，另依本法附件三(Schedule 3)第一部分(Part 1)，以支付機構提供之服務種類，而定有不同最低創始資本額要求。若支付機構僅提供資金匯兌服務，其創始資本額不得低於20,000歐元；若支付機構僅提供支付發動服務，其創始資本額不得低於50,000歐元；若支付機構提供本法附件一(Schedule 1)第一部(Part 1)中之第1項第1款至第5款任一種支付服務，其創始資本額不得低於125,000歐元。另外，根據電子貨幣法，電子貨幣指定機構初始資本額要求為35萬歐元，小型電子貨幣機構則為電子貨幣流通發行量之2%。

肆、跨境支付規範

按支付服務法第138條規定，任何人不得於英國境內提供「支付服務」(payment service)，或是「意圖」(purport)提供，除非該人為：

- 1.取得許可執照的支付機構(an authorized payment institution)。
- 2.小型支付機構(a small payment institution)

¹⁴⁷ 賴怡伶等，英國監理沙盒考察—參訪跨境匯款及支付創新業務，107年12月，頁15。

¹⁴⁸ 2017 No. 752, Article5.

¹⁴⁹ 2017 No. 752, Article6.

3. 歐洲經濟體（The European Economic Area, 簡稱 EEA）內具有通行權（passport rights）。
4. 同法第 2 條第 1 項關於支付服務提供者（payment service provider）定義（d）至（h）者，以及上述機構在 EEA 境內行使通行權者。

違反者，簡易定罪（summary conviction）可處三個月以下有期徒刑或不超過法定上限之罰金；定罪者（conviction indictment）可判處不超過兩年之有期徒刑或（及）罰金。

因此，支付服務法不只是處罰無執行資格但實際在境內執行支付服務者，包括「意圖」執行者，準此，透過廣告或是任何在英國境內的行銷活動，都可以被認為意圖在英國境內提供支付服務，同樣亦有本條處罰條款之適用。

另按支付服務法第 6 條第 4 款規定，支付機構申請人限為依照英國法成立之公司，並需在英國境內設置總營運處或者是註冊辦公室。又，同法第 9 款規定，假如申請人與其他人有緊密關係（close link with another person, 簡稱 CL¹⁵⁰），申請人必須要滿足下列要求：

1. CL 並不能阻擋 FSA 的有效監管。
2. 假如 CL 受轄於非歐洲經濟體（EEA）的法規、行政條款等，不得因該外國法規或者是執行之不足而阻礙了主管機關對於申請人的有效監管。

第三節 新加坡

壹、法源依據

新加坡係目前四大金融中心之一，係繼紐約、倫敦、香港之後所成立。又新加坡為東南亞經濟十分發達之國家，然現行隨著國際上非現金支付之潮流下，新加坡於 2019 年成立了「支付服務法案（Payment Services Act, PSA）」，該法案參考了澳洲、香港、英國等支付法，建構出新加坡的支付體系，而該部法律，除了鼓勵支付服務的發展外，亦包含了金融科技之創新、使用者之權益以及消費者之保障。

¹⁵⁰ CL 包含：CL 是申請人的母公司、子公司、公司的母公司、母公司的子公司；持有申請人 20% 之投票權或出資；申請人持有 CL20% 以上之投票權或出資。

貳、執照取得

「支付服務法案」係針對支付提供服務業者制定了兩套平行之制度。一是「指定制度 (Designation Regime)」，也就是直接由新加坡的金融管理局指定為之，被指定的支付業者即獲得提供支付服務的地位，並且具有其獨特性，乃因被指定支付業者其服務中斷，將可能會對於新加坡整體金融秩序造成影響，例如：消費者對其機構之信心，或是不符合公共利益¹⁵¹。簡言之，該制度主要目的在於穩定國內金融的金融體系跟支付環境。而另一種制度係「許可制度 (Licensing Regime)」，意旨如要在新加坡境內提供支付服務，須先向主管機關申請許可，於符合所有條件後，方可為之¹⁵²。必須取得許可之支付服務如下：帳戶開立、國內匯款、國際匯款、商業採購、電子貨幣發行、虛擬貨幣相關服務等¹⁵³，另外，支付服務業者可以選擇一項或多項之服務，分別取得「貨幣兌換」、「標準支付機構」及「大型支付機構」三種不同監管強度之執照¹⁵⁴。

首先，「貨幣兌換執照」僅得為貨幣兌換之服務；「標準支付機構執照」除得為貨幣兌換服務外，亦得針對前述所提及支付服務中的幾項進行組合，惟此對於支付機構所經手之資金額度有所限制。最後係「大型支付機構執照」，其與「標準支付機構執照」於業務別上規範雷同，主要差異在於金額規範上的不同，如該支付業者所提供之帳戶開立、國內匯款、國際匯款、商業採購、虛擬貨幣服務中某項業務總交易量超過 300 萬新加坡幣(下稱新幣)或兩項業務總交易量超過 600 萬新幣；抑或是該支付業者提供電子交易貨幣服務時，每日支付額超過 500 萬新幣時，則必須申請「大型支付機構執照」。¹⁵⁵

參、營運條件

為了保障使用者資金不受到支付業者破產等狀況影響，本法規定提供國內匯款、國際匯款、商業採購、電子貨幣發行及其他支付服務之「大型支付機構」收受使用者資金時，應選擇下列一種或多種方式來保管該筆款項¹⁵⁶：

¹⁵¹ Payment Services Bill 48/2018, §42.

¹⁵² Payment Services Bill 48/2018, §6(1).

¹⁵³ Payment Services Bill 48/2018, §7(4).

¹⁵⁴ Payment Services Bill 48/2018, §7(2).

¹⁵⁵ Payment Services Bill 48/2018, §7(5).

¹⁵⁶ Payment Services Bill 48/2018, §23(5).

1. 得到銀行全額之履約保障；
2. 在收到款項之隔一個營業日內就交付信託；
3. 存放至經主管機關指定或授權之信託帳戶中。

除上述三種方式外，本法亦允許大型支付機構將使用者資金用於經主管機關所同意之任何安全、流動性佳及風險較低的投資標的¹⁵⁷。支付機構若將使用者資金交付信託或為投資行為，須為了該使用者做資金或資產之單獨帳簿¹⁵⁸。如係以銀行提供履約保證之方式，則支付機構應確保在其破產時，這些被擔保的收益會存放在一個獨立的帳戶中，且此帳戶應指名係為使用者資金之履約保證帳戶，且該帳戶是由提供該筆資金之使用者以信託方式持有之¹⁵⁹。支付業者對其所選擇之保管方式、提供履約保證的銀行或交付信託的金融機構之名稱，或以上資訊有任何更改時，均須向主管機關報告¹⁶⁰。

該法現行將監管之範圍擴大到帳戶開立、國內匯款等服務，使得監管單位得以更大幅度的保護使用者之安全。且為要鼓勵小型支付機構之發展，將電子貨幣的交易量從 3,000 萬新幣降低至 500 萬新幣，此舉代表該支付機構只要每日交易量達到 500 萬元，其所持有之所有電子貨幣都會受到本法所規範之保障。

肆、跨境支付規範

新加坡的跨境支付服務所適用之法規為「支付系統法（Payment Systems Act）」，依照第 2 條之規定，所謂「支付系統（Payment System）」係指資金移轉系統，或者是任何加速金錢循環的系統，包含任何與該系統相關的工具以及流程。按第 7 條之規定，主管機關新加坡金融管理局（The Money Authority of Singapore, MAS）得指定（designate）對公共利益有影響或者是營運有重大影響力之支付機構適用本法，任何人未經 MAS 指定，不得表現為受指定之支付機構進行營業，違反者可處兩年以下有期徒刑，或（及）十萬新加坡幣以下罰金，如繼續違反，則可連續每日處罰一萬新加坡幣以下罰金。然而，對於未經指定的支付系統，該法並未表示不得營業。換言之，支付系統的營運，在新加坡並非許可制，並非需取得新加坡金融管理局之許可才得經營

¹⁵⁷ Payment Services Bill 48/2018, §23(1).

¹⁵⁸ Payment Services Bill 48/2018, §23(2).

¹⁵⁹ Payment Services Bill 48/2018, §23(3).

¹⁶⁰ Payment Services Bill 48/2018, §23(6).

支付系統提供支付服務。然而因受指定的支付系統依法尚有定期提交營運報告等受監管之義務，因此其服務將較受消費者信賴。

除了規範「支付系統」，支付系統法令亦規範「儲值設備（stored value facility）」，所稱儲值是指為了支付商品或服務而預先儲款於儲值設備。依照支付系統法第 31 條規定，新加坡境外之人不得自行或透過新加坡人對新加坡大眾行銷、廣告購買其儲值產品。違反者，包含協助境外儲值業者之新加坡人，都將面臨罰金以及自由刑的處罰。然而針對支付系統卻無類似的規範，換言之，並無明確條文直接禁止境外的支付系統對新加坡大眾招攬業務或者是進行廣告。

綜上所述，境外的支付系統如果對新加坡大眾提供服務或者是進行廣告，並不會違反支付系統法，但是假如境外支付機構以「受指定支付系統（designated payment system）」之名義進行廣告或者提供服務，將會違反支付系統法，而有刑事責任。

第四節 馬來西亞

壹、法源依據

馬來西亞是東南亞國協(ASEAN)的創始會員國之一，同時也是環印度洋區域合作聯盟 (The Indian Ocean Rim-Association for Regional Cooperation, IOR-ARC)、亞洲太平洋經濟合作 (Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC) 以及伊斯蘭會議組織 (Organization of the Islamic Conference, OIC) 的會員國。

馬來西亞國家銀行自 1959 年成立以來，著重於發展安全穩定的電子支付系統，藉此推展及強化普惠金融，使金融服務能夠較為充分地滿足公眾需求，這些皆屬重點工作事項。電子支付體系之安全穩定發展所涉及之金融機構和服務事項較多。按 2009 年馬來西亞「中央銀行法」，馬來西亞中央銀行持續進行多元化金融體系之規劃，透過領域分類以及逐步發展安全穩定的電子支付系統，以滿足消費者和企業發展之各類需要。而馬來西亞境內的金融業務以及伊斯蘭金融業務係由 2013 年馬來西亞「金融服務法令 (Financial Services Act, 下稱 FSA) 和「伊斯蘭金融服務法」 (Islamic Financial Services Act, 下稱 IFSA) 」監管。

貳、執照取得

有關執照取得之方式，係對申請人進行評估之後，如果銀行確定該申請人可以被授予執照，則應建議財政部部長向該申請人授予相關執照。申請人需要注意，根據 FSA 的規定，在開業後，持牌者必須遵守審慎事務標準、商業行為標準以及適用標準，在任何時候都應符合 FSA 和 IFSA 制定的關於與持牌者的業務運營相關的伊斯蘭教法相關事項。

針對執照取得之規範，以下分述之¹⁶¹：

1. 擁有持牌者 5% 以上的股份或利益：未經銀行或部長的事先批准，禁止任何人訂立協議或合約以獲取持牌者的股份。在根據 FSA 第 90 條¹⁶²或 IFSA 第 102 條¹⁶³進行的評估、批准申請時，銀行應考慮所有與銀行認為相關的事項，包括 FSA 或 IFSA 附表 6 所列的任何因素。
2. 控制持牌者：除非獲得部長的事先許可，任何人不得控制持牌者。
3. 成立方式：所有的持牌者都必須在馬來西亞註冊成立公司。另外，作為外國機構的分支機構，可以成立專業的再保險公司，專業的回教保險經營者，有執照的國際伊斯蘭銀行和有執照的國際回教保險經營者。

參、營運條件

隨著 2013 年 6 月 30 日生效的 2013 FSA 年和 2013 年 IFSA 的頒佈，任何打算操作支付系統的人（如 FSA 附表 1 第 1 部分第 1 部分或 FSA 附表 1 第 1 部分所列）或發行指定的支付工具，都必須根據 FSA 第 11 節或 FSA 第 11 節事先獲得馬來西亞中央銀行的批准，而任何打算提供獲取服務的人則必須根據 FSA 第 17 節向 BNM 登記。有關於支付系統的運作需要核准，以下分述之：

1. FSA 附表 1 第 1 部分第 1 項：

(a) 允許將資金從一個銀行帳戶轉移到另一個銀行帳戶，其中包括任何借方轉移、信貸轉移或長期指示，但不包括根據 2011 年

¹⁶¹ 參 https://www.bnm.gov.my/index.php?ch=en_policy&pg=en_policy_banking，最後瀏覽日期：2020 年 9 月 30 日。

¹⁶² Financial Services Act §90 (2013)

¹⁶³ Islamic Financial Services Act §102 (2013)

《貨幣服務業務法》第 40 條批准的匯款系統的操作；或(b)提供付款工具 啟用的網路操作通過使用付款工具付款。

2. IFSA 附表 1 第 1 部分：

(a)使資金能夠從一個伊斯蘭銀行帳戶轉移到另一個伊斯蘭銀行帳戶，其中包括任何借方轉移，信貸轉移或者站著指示，但是不包括匯款的作業系統根據 2011 年《貨幣服務業務法》第 40 條批准；或(b)提供伊斯蘭付款儀器網路行動這使得付款能夠通過的使用的伊斯蘭支付工具。

上述所指之付款工具已規定為指定付款工具或指定伊斯蘭付款工具：

1. 財務服務「2013 年指定付款工具」：

使用：(a)收費卡：一種付款工具，指示發行人給予用戶的信貸額度和用戶使用的任何金額，必須在指定日期或之前全部結清，而沒有任何擴展信貸；(b)信用卡：一種支付工具，它指示發行人給予用戶的信貸或融資額度，如果用戶使用的任何金額尚未在指定的日期或之前全部結清日期，未結算金額可能會有利息、利潤或其他費用；(c)借記卡：一種支付工具，與金融機構的存款帳戶相連，可以使用：(i)支付貨物和服務；(ii)從自動櫃員機提取現金或通過借記使用者帳戶的借記卡使用在參與的零售網點提取現金；或(iii)為第(一)(二)分段的目的)；(d)電子錢：任何支付工具，無論是有形的還是無形的，即：(i)以電子方式儲存資金，以交換支付給發行人的資金；和(ii)能夠用作向發行人以外的任何人付款的手段；和(e)(a)至(d)項規定的任何付款票據組合。

2. 2013 年「伊斯蘭金融服務（指定伊斯蘭支付工具）令」：

使用：(a)收費卡：一種伊斯蘭支付工具，它指示發行人根據伊斯蘭教法原則給予用戶的信貸或融資額度，用戶使用的任何數額的信貸或融資必須在指定日期或之前全部結清，而沒有任何擴展信貸或融資；(b)信用卡：一種伊斯蘭支付工具，它指示發行人根據伊斯蘭教法原則給予用戶的信貸或融資額度，如果用戶使用的任何信貸或融資金額在指定日期或之前尚未全部結清，則發行人可對未結清的金額給予較低的回扣。(c)借記卡：一種基於伊斯蘭教法原則的伊斯蘭支付工具，它與金融機構的存款帳戶相連，可用於：(i)支付貨物和服務；(ii)從自動櫃員機提取現金或通過借記卡在參與的零售網點提取現金；或(iii)同時達成(i)與(ii)之目的；

(d)電子錢：任何伊斯蘭支付工具，無論是有形的還是無形的，即：
(i)以電子方式儲存資金，以交換支付給發行人的資金；和(ii)能夠用作向發行人以外的任何人付款的手段；(e) (a)至(d)項規定的任何伊斯蘭付款工具的組合。

肆、跨境支付規範

馬來西亞中央銀行(Bank Negara Malaysia,下稱BNM)於2019年5月21日所頒布之指令¹⁶⁴，依據2013年6月28日所頒布之「與特定人和限制性貨幣交易指示」規定，所有MSB持有執照之人不得與特定人和限制性貨幣進行任何交易。如違反該規定者，將受到FSA第216條¹⁶⁵和IFSA第227條¹⁶⁶之規定處罰。

為遵循前述法令所賦予之權力，經部長批准後，發布以下指示：

1. 生效日期：該指示於2013年6月30日生效。
2. 定義規範：
 - (a)限制性貨幣包括-
 - (a)在以色列國為法定貨幣的貨幣紙幣或硬幣；
 - (b)任何接受這種貨幣或硬幣的權利-
 - (i) 在馬來西亞境內或境外的持牌在岸銀行或任何其他類似機構的任何信貸或餘額；
 - (ii) 來自馬來西亞境內或境外的任何人；
 - (c)任何種類的檔或裝置，其目的是使簽發該檔或裝置的人能夠以簽發該文件或裝置之人的信用從另一人獲得這種貨幣，特別是任何旅行支票或其他預定的匯票或信用狀；
 - (b)特定之人是指：
 - (a)以色列國或其居民；
 - (b)由以色列國或其居民直接或間接擁有或控制的任何實體，包括以色列國
3. 與指定人員打交道：馬來西亞之居民或非居民不得與指定的人進行或從事任何交易或交易。
4. 以限制貨幣進行交易：馬來西亞之居民或非居民不得從事或

¹⁶⁴ 參 <https://www.bnm.gov.my/index.php?ch=57&pg=146&ac=801&bb=file>，最後瀏覽日期：2020年9月30日。

¹⁶⁵ Financial Services Act §216 (2013)

¹⁶⁶ Islamic Financial Services Act §217(2013)

與任何人從事使用或涉及限制貨幣的任何交易或交易。

5. 持牌境內銀行的要求:持牌境內銀行須經本行批准,以指定人士或受限制貨幣開立帳戶。

然有關於馬來西亞跨境支付政策規範,以下分述之:

1. 在線匯款規定:在馬來西亞的金融系統中,馬來西亞國家銀行(BNM)是馬來西亞的監管機構和中央銀行。監管機構就客戶要求電匯或電子貨幣交易時,銀行和非銀行機構必須執行的CDD(客戶盡職調查:身份證明檔)何時和哪種類型的政策。當客戶銀行電匯涉及相當於 3,000 RM(690 美元)及以上的金額時,必須執行標準 CDD(國家 ID、居住位址、雇傭狀態、交易目的等)。對於銀行和非銀行發行人進行電子貨幣交易的電子貨幣標準 CDD 措施,必須在滿足以下任何條件時進行:
 - (a) 帳戶限額相當於 5,000RM(1,100 美元)及以上;
 - (b) 每月交易相當於 5,000RM(1,100 美元)及以上;
 - (c) 年度交易相當於 60,000RM(14,000 美元)及以上;
 - (d) 該帳戶用於支付馬來西亞境外的貨物和(或)服務;
 - (e) 帳戶用於跨境電匯;或。
 - (f) 該帳戶用於提取現金。

如果任何金融機構使用 e-KYC 代表非面對面業務關係,它們還應遵守以下要求:

- (a) 對於個人(包括外派員工)進行的匯款交易,除非馬來西亞國家銀行另有批准,否則應遵守每天不超過 30,000RM(7,000 美元)的總交易限額;和。
 - (b) 對於外國工人個人進行的匯款交易:(一)除非馬來西亞國家銀行另有批准,否則應遵守每月不超過 5,000RM(1,100 美元)的總交易限額;(二)應遵守每月不超過 5,000RM(1,100 美元)的總交易限額;(三)資金只能匯入個人的國家,受益人必須在建立業務關係時由個人在報告機構預先登記。
2. 銀行電匯費:馬來西亞銀行除了收取固定費用外,還可收取高達交易金額的 6%。統一費用可以在馬來西亞國家銀行的網站上找到。該倡議的目標是促進透明度。
 3. 現金限額交易:馬來西亞實行現金交易限額政策,這在全球市場上並非獨一無二,英國、法國、義大利等國家也實施。CTL

是每筆交易可用實物現金支付的金額的限制。任何超過此限額的現金交易必須以電子方式支付。從 2020 年 1 日起，BNM 將每日現金閾值報告 (CTR) 從 50,000RM (12,000 USD) 降至 25,000RM(6,000 美元)。

4. 信用卡與轉帳卡：馬來西亞國家銀行在網站上擁有市場上經批准的發卡機構名單，以透明信用卡政策規定，持卡人最多只能持有兩家發卡機構的信用卡，持卡人的最高信用額度為每家發卡機構月收入的 2 倍。馬來西亞發行的海外卡的使用由各發卡機構單獨管理，每次交易的費用通常為 1%-3%。

第五節 日本

壹、法源依據

日本的支付和結算體系沒有統一或綜合性的法律，「日本銀行法」、「銀行法」、「貸金業法」等幾部法律共同組成了支付和結算系統的法律基礎。在第三方支付領域，早先僅有「貸金業法」、「預付票證管理法」對信用卡業務、預付卡業務進行規範，基此，日本政府於 2010 年 4 月推出「資金決済に関する法律」（下稱資金決済法），授權日本首相及由日本金融廳負責指導和監管非銀行機構的預付支付工具、資金轉移和資金清算業務，同時廢止「預付票證管理法」。經過不斷地修改完善和擴充，「資金決済法」已成為日本第三方支付領域最重要的監管法案。

相關業務的定義和豁免，一是預付支付工具（Prepaid Payment Instruments,PPI）。「資金決済法」¹⁶⁷將預付支付工具定

¹⁶⁷ 「資金決済に関する法律」（平成 21 年法律第五十九号）令和 2 年 5 月 1 日（2020 年 5 月 1 日）施行。「第三条 この章において「前払式支払手段」とは、次に掲げるものをいう。

一 証票、電子機器その他の物（以下この章において「証票等」という。）に記載され、又は電磁的方法（電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によって認識することができない方法をいう。以下この項において同じ。）により記録される金額（金額を度その他の単位により換算して表示していると認められる場合の当該単位数を含む。以下この号及び第三項において同じ。）に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（電磁的方法により証票等に記録される金額に応ずる対価を得て当該金額の記録の加算が行われるものを含む。）であって、その発行する者又は当該発行する者が指定する者（次号において「発行者等」という。）から物品を購入し、若しくは借り受け、又は役務の提供を受ける場合に、これらの代価の弁済のために提示、交付、通知その他の方法により使用することができるもの

二 証票等に記載され、又は電磁的方法により記録される物品又は役務の数量に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（電磁的方法により証票等に記録される物品又は役務の数量に応ずる対価を得て当該数量の記録の加算が行われるものを含む。）であって、発行者等に対して、提示、交付、通知その他の方法により、当該物品の給付又は当該役務の提供を請求することができるもの」。

義為消費者通過對價購買，使用電子證書、電子設備、票證卡券或其他方式記載金額，可用於購買商品和服務的支付工具，包括預付票證、預付卡、電子錢包等形式。按發行和使用範圍，預付支付工具可分為單用途預付支付工具（PPIs for Own Business）和多用途預付支付工具（PPIs for Third-Party Business）兩類。由於在使用流程上有明顯差別，法律對兩類 PPI 分別有著不同的監管要求。

「資金決済法」¹⁶⁸特別說明了可以豁免監管的 PPI，主要包括以下七類：車票、門票和其他類似票證；根據內閣府令發行且僅能在特定時期使用的 PPI；國家和地方政府發行的 PPI；特設的公共福利組織發行的 PPI；專為企業內部員工使用而發行的 PPI；根據「分期付款銷售法」，為保全預收款項所使用的 PPI；正常的商業預付款中使用到的 PPI。

貳、執照取得

鑒於資金清算業務的重要性，非銀行機構經營資金清算業務實行許可准入制，相比其他業務而言更加嚴苛。「資金決済法」規定¹⁶⁹，除日本銀行和一般銀行機構外，任何人經營資金清算業務需向日本金融廳申請業務許可，並獲得日本首相的授權，否則不得開展資金清算業務。申請材料與登記註冊制的要求基本一致，申請流程僅包括申請和審查兩個步驟。另外，與登記註冊制不同的是，資金清算業務的許可授權還需徵求財務省大臣和日本銀行

網址：https://elaws.e-gov.go.jp/search/elawsSearch/elaws_search/lsg0500/detail?lawId=421AC0000000059，最後瀏覽日期：2020年10月7日。

¹⁶⁸ 參閱「資金決済に関する法律」「第四条 次に掲げる前払式支払手段については、この章の規定は、適用しない。一・乗車券、入場券その他これらに準ずるものであって、政令で定めるもの。二・発行の日から政令で定める一定の期間内に限り使用できる前払式支払手段。三・国又は地方公共団体（次号において「国等」という。）が発行する前払式支払手段。四・法律により直接に設立された法人、特別の法律により特別の設立行為をもって設立された法人又は特別の法律により地方公共団体が設立者となって設立された法人であって、その資本金又は出資の額の全部が国等からの出資によるものその他の国等に準ずるものとして政令で定める法人が発行する前払式支払手段。五・専ら発行する者（密接関係者を含む。）の従業員に対して発行される自家型前払式支払手段（専ら当該従業員が使用することとされているものに限る。）その他これに類するものとして政令で定める前払式支払手段。六・割賦販売法（昭和三十六年法律第百五十九号）その他の法律の規定に基づき前受金の保全のための措置が講じられている取引に係る前払式支払手段として政令で定めるもの。七・その利用者のために商行為となる取引においてのみ使用することとされている前払式支払手段。」

¹⁶⁹ 參閱「資金決済に関する法律」第五條-第九條說明。

的意見，以確保業務的開展不會對日本金融體系、支付體系的穩定性造成影響。

參、營運條件

按「資金決濟法」¹⁷⁰之規定，為保障用戶資金安全，開展 PPI 發行和資金轉移業務需繳存業務保證金。對於 PPI 發行機構，「基準日」時未用餘額總額超過 1,000 萬日元後需繳存保證金，金額不得少於未用餘額總額的 1/2；對於資金轉移機構，一旦開展業務就必須繳存保證金，金額不得少於 1,000 萬日元，也不得少於前一周內最高備付金額的 100%，即需要按照風險敞口全額繳存保證金。保證金的繳存方式如下：

1. 保證金交由距離機構總部最近的法務局保管，該保證金可以用日本國債、地方政府債券、政府擔保債券和日本金融廳認可的其他債券充抵，充抵比例為 80% 至 100% 不等。
2. 與銀行、信用金庫、保險公司等合格第三方機構簽訂保證金擔保協議，約定在必要時可由第三方機構代為承擔部分或全部保證金繳付義務，在協議的存續期間，可免於向法務局繳存部分或全部保證金。
3. 與信託公司簽訂保證金信託協議，將部分或全部保證金投資於貨幣、銀行存款、日本國債、地方政府債券、政府擔保債券和日本金融廳認可的其他債券，並約定信託資產用於保障和償付服務使用者，也可減免需向法務局繳存的保證金數額。當 PPI 發行機構和資金轉移機構自行終止部分或全部業務時，或被撤銷登記時，保證金將用於向服務使用者進行償付。在機構遭受經營風險或面臨破產時，服務使用者對保證金及擔保協議和信託協議項下資產享有優先受償權。為保障服務使用者的權益，必要時日本金融廳還可要求機構將保證金擔保協議和信託協議項下的減免額繳存至法務局。

肆、跨境支付規範

¹⁷⁰ 「資金決濟に関する法律」(平成 21 年法律第五十九号) 令和 2 年 5 月 1 日 (2020 年 5 月 1 日) 施行。……

按「資金決済法」第三章第 37 條規定¹⁷¹，在金融廳取得「資金移動業」之登記。所謂資金移動業，係指非銀行經營小額匯兌業務（為替取引）之業者。另按「資金決済法施行令」第 2 條¹⁷²規定，所謂之小額匯兌業務係指 100 萬日幣以下之匯兌交易。資金決済法之「為替取引」與銀行法第 2 條第 2 項之「為替取引」¹⁷³可劃上等號，但是兩部法規並未作出定義說明。依照日本相關判例（最三小決平成 13 年 3 月 12 日），所謂之執行匯兌，係指在隔地的顧客間，利用不直接進行現金運送的資金移動系統進行資金移動。

非銀行業者未經資金決済法第 37 條規定¹⁷⁴取得金融廳登記，而經營資金移動業者，違反銀行法第 4 條第 1 項及第 47 條第 1 項銀行業務之經營須經特許之規定，處罰規定為銀行法第 61 條，可處三年以下有期徒刑，或（及）300 萬日幣以下罰金。

按資金決済法第 2 條第 4 項規定¹⁷⁵，所謂「外國資金移動業者」，係指依照外國等同於資金決済法之外國法令，取得相當於資金決済法第 37 條登記之同類登記。又按同法第 40 條¹⁷⁶之規

¹⁷¹ 原文為：「内閣総理大臣の登録を受けた者は、銀行法第四条第一項及び第四十七条第一項の規定にかかわらず、資金移動業を営むことができる。」

¹⁷² 原文為：「法第二条第二項に規定する政令で定める取引は、百万円に相当する額以下の資金の移動に係る為替取引とする。」

¹⁷³ 原文為：この法律において「銀行業」とは、次に掲げる行為のいずれかを行う営業をいう。一・預金又は定期積金の受入れと資金の貸付け又は手形の割引とを併せ行うこと。二・為替取引を行うこと。」

¹⁷⁴ 原文為：「内閣総理大臣の登録を受けた者は、銀行法第四条第一項及び第四十七条第一項の規定にかかわらず、資金移動業を営むことができる。」

¹⁷⁵ 原文為：「この法律において「外国資金移動業者」とは、この法律に相当する外国の法令の規定により当該外国において第三十七条の登録と同種類の登録（当該登録に類する許可その他の行政処分を含む。）を受けて為替取引を業として営む者をいう。」

¹⁷⁶ 原文為：「内閣総理大臣は、登録申請者が次の各号のいずれかに該当するとき、又は登録申請書若しくはその添付書類のうちに重要な事項について虚偽の記載があり、若しくは重要な事実の記載が欠けているときは、その登録を拒否しなければならない。一 株式会社又は外国資金移動業者（国内に営業所を有する外国会社に限る。）でないもの二 外国資金移動業者にあつては、国内における代表者（国内に住所を有するものに限る。）のない法人三 資金移動業を適正かつ確実に遂行するために必要と認められる財産的基礎を有しない法人四 資金移動業を適正かつ確実に遂行する体制の整備が行われていない法人五 この章の規定を遵守するために必要な体制の整備が行われていない法人六 他の資金移動業者が現に用いている商号と同一の商号又は他の資金移動業者と誤認されるおそれのある商号を用いようとする法人七 第五十六条第一項若しくは第二項の規定により第三十七条の登録を取り消され、第八十二条第一項若しくは第二項の規定により第六十四条第一項の免許を取り消され、又はこの法律若しくは銀行法等に相当する外国の法令の規定により当該外国において受けている同種類の登録若しくは免許（当該登録又は免許に類する許可その他の行政処分を含む。）を取り消され、その取消の日から五年を経過しない法人八 この法律、銀行法等若しくは**出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律**（昭和二十九年法律第百九十五号）又はこれらに相当する外国の法令の規定に違反し、罰金の刑（これに相当する外国の法令による刑を含む。）に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から五年を経過しない法人九 他に営む事業が公益に反すると認められる法人十 取締役若しくは監査役又は会計参与（外国資金移動業者にあ

定，外國資金移動業者可以向金融廳申請登記，取得第 37 條日本國內的資金移動業經營資格。然而外國資金移動業者申請登記必須要符合以下兩個要件：(1)在日本國內設有營業據點；(2)設置在日本國內有住所的代表人。簡言之，不是只有日本本國公司可以在日本境內提供資金移動服務，外國資金移動業者也可以在日本提供資金移動服務，但是需依循第 40 條取得登記。外國資金移動業者申請無需符合資金移動業需為股份有限公司之要求，只要符合外國支付法相關規定即可。然而因為需要有營業據點，外國公司應在日本境內設立分公司。假如外國公司未在母國依相關法規取得經營資金移動業的相當資格，則就應回歸一般規定，成立日本籍的股份有限公司申請資金移動業登記。

第六節 韓國

壹、法源依據

早期，韓國的支付和結算系統嚴重依賴紙面支付工具。這是由於個人傳統上強烈偏愛現金作為支付工具，以及發達的票據和出納支票系統。然而，自 1980 年以來，隨著銀行間資金轉帳系統(如銀行間資金轉帳系統和銀行間 CD/ATM 系統)的建立，非紙面支付工具的使用穩步增長。近年來，電子商務交易的擴展和網上銀行的引入，正在加速電子支付和結算系統範圍的進一步多樣化。

韓國的支付結算系統主要由大價值支付系統、各種零售支付系統、證券結算系統和外匯結算系統組成。主要的大價值支付系

つては、国内における代表者を含む。以下この章において「取締役等」という。)のうち次のいずれかに該当する者のある法人イ心身の故障のため資金移動業に係る職務を適正に執行することができない者として内閣府令で定める者ロ破産手続開始の決定を受けて復権を得ない者又は外国の法令上これに相当する者ハ禁錮以上の刑(これに相当する外国の法令による刑を含む。)に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から五年を経過しない者ニこの法律、銀行法等、出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律若しくは暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律(平成三年法律第七十七号)又はこれらに相当する外国の法令の規定に違反し、罰金の刑(これに相当する外国の法令による刑を含む。)に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から五年を経過しない者ホ資金移動業者が第五十六条第一項若しくは第二項の規定により第三十七条の登録を取り消された場合又は法人がこの法律に相当する外国の法令の規定により当該外国において受けている同種類の登録(当該登録に類する許可その他の行政処分を含む。)を取り消された場合において、その取消しの日前三十日以内にその法人の取締役等であった者で、当該取消しの日から五年を経過しない者その他これに準ずるものとして政令で定める者2内閣総理大臣は、前項の規定により登録を拒否したときは、遅滞なく、その理由を示して、その旨を登録申請者に通知しなければならない。」

統是韓國銀行金融線網(BOK-Wire+)，這是韓國銀行(BOK)擁有和運營的混合結算系統。大部分零售支付系統由韓國金融電信結算協會(KFTC)運行。這些系統的代表包括支票清算系統、Giro 系統、銀行間共用網路系統以及 B2C 和 B2B 電子商務支付系統。也有信用卡支付系統。最近，一些由非金融機構經營的零售支付系統，如電信公司，已逐步出現。證券結算系統包括證券市場結算系統和由韓國交易所(KRX)管理的 KOSDAQ 市場結算系統和韓國證券存管所(KSD)管理的場外債券市場結算系統。2004 年 12 月，通過 CLS 銀行建立了外匯支付與支付(PvP)制度¹⁷⁷。

針對韓國有關支付規定，其除了依循韓國「中央銀行法」外，另外就是 2007 年正式施行「電子金融交易法」，該法主要內容，係先界定其適用範圍及基本原則，重點涵蓋電子貨幣、電子銀行及電子支付等面向，並融合反洗錢及監管措施等管理規範。

就法源依據之探討，以下分述之：

1. 支付營運和管理之範疇：係依據中央銀行法第 28 條及同法第 81 條；
2. 監督管理之範疇：按中央銀行法第 28、81 及 88 條、「金融投資服務和資本市場法」第 40 條和第 419 條，以及電子金融交易法第 28、29 和 41 條¹⁷⁸。

最後，韓國金融監督委員會（Financial Service Commission, 下稱 FSC）於 2019 年 2 月表示，將建立開放銀行系統(Open Banking System)之共用平台，並將修正「電子金融交易法」，允許銀行及非銀行之科技業者能以整合金融 APP 直接連結該平台，使各機構使用者均能依此單一平台，進行資金移轉服務。

貳、執照取得

以下針對支付業務執照取得分述之：

一、電子金融業務的許可和登記：

按電子交易金融法第 28 條¹⁷⁹，有關電子金融業務的許可和登記之規定，以下分述之：

¹⁷⁷ 參 <https://www.bok.or.kr/eng/main/contents.do?menuNo=400045>，最後瀏覽日期：2020 年 9 月 30 日。

¹⁷⁸ 同前註。

¹⁷⁹ 原文如下：「제 28 조(전자금융업의 허가과 등록) ① 전자화폐의 발행 및 관리업무를 행하고자 하는 자는 금융위원회의 허가를 받아야 한다. 다만, 「은행법」에 따른 은행 그 밖에 대통령령이 정하는 금융회사는 그러하지 아니하다. ② 다음 각 호의 업무를 행하고자 하는 자는 금융위원회에

- (1) 任何人打算從事發行和管理電子錢的業務，應獲得金融服務委員會的許可，但「銀行法」規定的銀行和總統令規定的其他金融公司得不適用此一規定。
- (2) 任何人如打算提供下列服務，應向金融服務委員會進行自我登記，但「銀行法」規定的銀行和總統令規定的其他金融公司不適用此種登記：
 1. 電子資金轉帳服務；
 2. 電子借條支付方式的發放和管理。
 3. 電子提前還款方式的發放和管理。
 4. 電子支付結算代理服務；
 5. 總統令規定的其他電子金融服務。
- (3) 儘管有第(2)款的規定，下列任何人都可提供該款各項所述服務，但無需向金融監督委員會登記：
 1. 任何人發出電子預付費是指下列情形：
 - (a) 僅在符合總統令規定標準的連鎖店使用，如設在專門指定建築物內的連鎖店；
 - (b) 發放金額的總餘額不超過總統令規定的金額；
 - (c) 如果是電子預付手段，其價格尚未由用戶直接預付，並由退款擔保保險等支付。根據總統令的規定，免除使用者儲存的貨幣價值的責任；

등록하여야 한다. 다만, 「은행법」에 따른 은행 그 밖에 대통령령이 정하는 금융회사는 그러하지 아니하다. 1. 전자자금이체업무 2. 직불전자지급수단의 발행 및 관리 3. 선불전자지급수단의 발행 및 관리 4. 전자지급결제대행에 관한 업무 5. 그 밖에 대통령령이 정하는 전자금융업무③ 제 2 항의 규정에 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 금융위원회에 등록하지 아니하고 같은 항 각 호의 업무를 행할 수 있다. 1. 다음 각 목의 어느 하나의 경우에 해당하는 선불전자지급수단을 발행하는 자. 가. 특정한 건물 안의 가맹점 등 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 가맹점에서만 사용되는 경우, 나. 총발행잔액이 대통령령이 정하는 금액 이하인 경우, 다. 이용자가 미리 직접 대가를 지불하지 아니한 선불전자지급수단으로서 이용자에게 저장된 금전적 가치에 대한 책임을 이행하기 위하여 대통령령이 정하는 방법에 따라 상환보증보험 등에 가입한 경우. 2. 자금이동에 직접 관여하지 아니하고 전자지급거래의 전자적 처리를 위한 정보만을 전달하는 업무 등 대통령령이 정하는 전자지급결제대행에 관한 업무를 수행하는 자④ 제 3 항제 1 호 다목의 규정에 따라 등록이 면제된 선불전자지급수단을 발행하는 자에 대하여는 제 4 조, 제 2 장(제 19 조는 제외한다) 및 제 3 장(제 21 조제 4 항, 제 21 조의 2, 제 21 조의 3, 제 23 조 및 제 25 조는 제외한다), 제 37 조, 제 38 조, 제 39 조제 1 항·제 6 항, 제 41 조제 1 항, 제 43 조제 2 항·제 3 항, 제 46 조, 제 46 조의 2 및 제 47 조의 전자금융업자에 관한 규정을 준용한다. 다만, 소속 임직원의 위법·부당한 행위로 지급불능 상태가 되는 등 대통령령이 정하는 금융사고가 발생하는 경우에는 제 25 조, 제 39 조제 2 항 내지 제 5 항 및 제 40 조제 2 항·제 3 항을 준용한다. ⑤ 금융위원회는 제 1 항의 규정에 따른 허가에 조건을 붙일 수 있다. 」

2. 執行總統令規定的電子支付結算機構服務的任何
人，例如僅為電子處理電子支付交易提供資訊，而
不直接參與資金轉移。

(4) 關於電子金融商業實體的第 4 條第二章（不包括第 19
條)和第三章(不包括第 21 條第 4 款、第 21 條第 2 款、
第 21 條第 3 款、第 23 條和第 25 條)，以及第 37 條、
第 38 條、第 39 條第 1 款和第 6 款、第 41 條第 1 款、
第 43 條第 2 款和第 3 款、第 46 條、第 46 條第 2 款和
第 47 條，應比照適用於根據第(3) 款第 1 款(c)項免於
登記的人：但第 25 條、第 39 條第 2 款至第 5 款以及第
40 條第 2 款和第 3 款規定的金融事件，如因有關雇員
或官員的任何非法或不公正行為而發生的破產，應比照
適用。

(5) FSC 可再根據第 (1) 款給予的許可後附加條件。

二、電子債券管理機構登記：

- (1) 有意從事電子債券登記管理業務的，應當在 FSC 登記。
- (2) 第 21 條、第 22 條、第 39 條、第 41 條和第 43 條比照
適用於根據第 (1) 款登記從事電子債券登記和管理業務
的電子債券管理機構。
- (3) 電子債券管理機構登記電子債券的程式和方法以及其
他必要事項，由總統令規定。

參、營運條件

有關營運條件相關之內容，以下分述之：

一、資本條件：

按電子支付金融法第 30 條¹⁸⁰之規定：

¹⁸⁰ 原文如下：「제 30 조(자본금) ①제 28 조제 1 항의 규정에 따라 허가를 받고자 하는 자는
주식회사로서 자본금이 50 억원 이상이어야 한다. ② 제 28 조제 2 항제 1 호부터 제 3 호까지의
규정에 따라 등록할 수 있는 자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 하되, 업무의
종류별로 자본금 또는 출자총액이 20 억원 이상으로서 대통령령으로 정하는 금액 이상이어야
한다. 1. 「상법」 제 170 조에서 정한 회사 2. 특별법에 따라 설립된 법인(해당 법률에서 정한
업무를 수행하기 위하여 행하는 제 28 조제 2 항제 3 호의 선불전자지급수단의 발행 및 관리업무로
한정한다)③제 28 조제 2 항제 4 호·제 5 호 및 제 29 조의 규정에 따라 등록할 수 있는 자는
「상법」 제 170 조에서 정한 회사 또는 「민법」 제 32 조에서 정한 법인으로서 업무의 종류별로
자본금·출자총액 또는 기본재산이 다음 각 호의 구분에 따른 금액 이상이어야 한다. 1. 분기별

- (1) 依照第 28 條第 1 款的規定擬取得許可的，應當是資本至少 50 億韓元的股份公司。根據第 28 條，下列任何一個實體都有資格登記。
- (2) 依據同法第 1 至 3 款，其資本或總投資應超過總統法令規定的數額，每類企業至少有 20 億韓元：
 1. 「公司法」第 170 條規定的公司；
 2. 根據特別法成立的公司（限於根據第 28(2)條第 3 款發放和管理電子預付手段，以履行相關法律規定的職責）。
- (3) 根據第 28 條第 (2) 款、第 4 條和第 5 條及第 29 條有資格登記的實體應是「公司法」第 170 條規定的公司，或「民法」第 32 條規定的公司，其資本、總投資或基本財產超過總統令規定的數額，這至少是每類企業下列各項所指的數額：
 1. 在每個季度電子金融交易總額不超過 30 億韓元(不包括根據第 29 條打算登記的人)的範圍內，打算低於金融事務委員會規定的標準經營的人：根據總統令規定的數額至少為 3 億韓元；
 2. 不屬於第 1 項的人：總統法令規定的數額至少 5 億韓元。
- (4) 凡屬第 (3) 款第 1 項所列人員依照第 28 條登記，且連續至少兩個季度繼續超過金融服務委員會根據第(3)款第 1 項規定的標準的，應向金融服務委員會報告有關詳情，並應在金融監督委員會規定的期限內滿足第(3)款第 2 項規定的資本要求。

二、許可和登記的要求：

按電子支付金融法第 31 條¹⁸¹之規定：

전자금융거래 총액이 30 억원 이하의 범위에서 금융위원회가 정하는 기준 이하로 운영하고자 하는 자(제 29 조에 따라 등록을 하고자 하는 자는 제외한다): 3 억원 이상으로 대통령령으로 정하는 금액 2. 제 1 호 외의 자: 5 억원 이상으로 대통령령으로 정하는 금액④ 제 3 항제 1 호에 해당하는 자가 제 28 조에 따라 등록을 한 후 2 분기 이상 계속하여 제 3 항제 1 호의 금융위원회가 정하는 기준을 초과하는 경우에는 그 내용을 금융위원회에 신고하고 금융위원회가 정하는 기한 내에 제 3 항제 2 호에서 정하는 자본금요건을 갖추어야 한다.」

¹⁸¹原文如下：「제 31 조(허가 및 등록의 요건) ①제 28 조 및 제 29 조의 규정에 따라 허가를 받거나 등록을 하고자 하는 자는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다. 제 4 호 및 제 5 호는 허가의

(1) 任何人如欲根據第 28 條和第 29 條獲得許可或登記，應符合下列所有要求。第 4 項和第 5 項僅適用於許可：

1. 他/她應持有第 30 條所述資本或基本財產；
2. 他/她應配備足夠的專業人力資源和實際設備，如電腦設備，以保護使用者和開展預期的業務；
3. 他/她應符合總統令規定的財務健全標準；
4. 他/她應有執行有關業務所需的適當和健全的計畫；
5. 他（她）應確保總統法令規定的主要投資者具有足夠的投資能力、健全的財政狀況和社會信用。

(2) 第（1）款規定的詳細許可和登記要求所需的事項應由財務委員會決定。

三、取消許可和登記資格：

按電子支付金融法第 32 條¹⁸²之規定：

根據第 28 條和第 29 條，下列人員均無權獲得許可或登記：

1. 根據第 34 條登出註冊後一年尚未通過的公司，以及該公司在註銷註冊時的大股東（指總統令規定的任何此類投資者；以下同樣適用）以及自註銷註冊後一年尚未通過的人；
2. 根據第 43 條第（1）款，公司的許可或登記被撤銷後三年仍未通過的公司，以及在撤銷時是公司的大股東的人，而且自

경우에 한한다.1. 제 30 조의 규정에 의한 자본금 또는 기본재산을 보유할 것 2. 이용자의 보호가 가능하고 행하고자 하는 업무를 수행함에 있어서 충분한 전문인력과 전산설비 등 물적 시설을 갖추고 있을 것 3. 대통령령이 정하는 재무건전성 기준을 충족할 것 4. 사업계획이 타당하고 건전할 것 5. 대통령령이 정하는 주요출자자가 충분한 출자능력, 건전한 재무상태 및 사회적 신용을 갖추고 있을 것②제 1 항의 규정에 따른 허가 및 등록의 세부요건에 관하여 필요한 사항은 금융위원회가 정한다.」

¹⁸² 原文如下：「제 32 조(허가와 등록의 결격사유) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 제 28 조 및 제 29 조의 규정에 따른 허가를 받거나 등록을 할 수 없다. 1. 제 34 조의 규정에 따라 등록이 말소된 날부터 1년이 지나지 아니한 법인 및 그 등록이 말소될 당시 그 법인의 대주주(대통령령이 정하는 출자자를 말한다. 이하 같다)이었던 자로서 그 말소된 날부터 1년이 지나지 아니한 자 2. 제 43 조제 1 항의 규정에 따른 허가 또는 등록의 취소가 있는 날부터 3년이 지나지 아니한 법인 및 그 취소 당시 그 법인의 대주주이었던 자로서 그 취소가 있는 날부터 3년이 지나지 아니한 자 3. 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 회생절차 중에 있는 회사 및 그 회사의 대주주 4. 금융거래 등 상거래에 있어서 약정한 기일 내에 채무를 변제하지 아니한 자로서 금융위원회가 정하는 자 5. 허가 또는 등록 신청일을 기준으로 최근 3년간 대통령령이 정하는 금융관계법령을 위반하여 벌금형 이상의 처벌을 받은 사실이 있는 자 6. 제 1 호 내지 제 5 호에 해당하는 자가 대주주인 법인」

撤銷後三年仍未通過的人；

3. 根據《債務人恢復和破產法》正在進行恢復程式的公司和該公司的大股東；
4. 在金融交易和其他商業交易中未在約定期限內償還債務的，由金融服務委員會確定者；
5. 在申請許可或登記之日前三年內，因違反總統令規定的金融相關法律或附屬法規而受到罰款或更重處罰者；
6. 大股東屬於第 1 至第 5 款任何一項的公司。

四、申請條件：

按電子支付金融法第 33 條¹⁸³之規定：

1. 任何人如欲根據第 28 條、第 29 條或第 45 條獲得許可或授權或提出登記申請，應按總統令的規定向金融服務委員會提出申請。
2. 在收到根據第 (1) 款提出的申請後，金融服務委員會應按照總統令的規定給予許可、登記或授權，並將結果通知申請人。
3. 金融服務委員會根據第 28、29 和 45 條給予許可、登記或授權時，應毫不遲延地在《政府公報》上公佈有關詳情，並通過電腦通訊等方式通知公眾。

肆、跨境支付規範

韓國政府於 2019 年 5 月 21 日在國務會議上表決通過「外匯交易法施行令」和「外匯交易規定修正案」，相關修正案將經總統批准後於本月 28 日起實施。根據修正案，金融科技公司等非銀行金融機構的外匯業務範圍拓展至發行和管理電子錢、預付型電子支付方式等。由此，在境外購物時的結算方式從過去只限於使用外幣或信用卡擴大至 Naver Pay、Kakao Pay 等移動支付。使用者只需在相應支付軟體中提前充值，即可在海外通過智慧手機快捷結算。線上外幣兌換服務平臺除了賣出外匯，新增外匯買入

¹⁸³ 原文如下：「제 33 조(허가·등록 및 인가의 신청 등) ①제 28 조, 제 29 조 및 제 45 조에 따라 허가·인가를 받거나 등록을 하고자 하는 자는 대통령령이 정하는 바에 따라 신청서를 금융위원회에 제출하여야 한다. ②금융위원회는 제 1 항의 규정에 따라 신청서를 접수한 때에는 대통령령이 정하는 바에 따라 허가, 등록 또는 인가를 하고 그 결과를 신청인에게 통보하여야 한다. ③금융위원회는 제 28 조, 제 29 조 및 제 45 조에 따라 허가, 등록 또는 인가를 한 때에는 지체 없이 그 내용을 관보에 공고하고 컴퓨터통신 등을 이용하여 일반인에게 알려야 한다」

服務。旅行後剩餘的少量外幣紙幣可線上申請後前往指定網點兌換成韓幣，限度為每人 2,000 美元。

此外，新村金庫、信協等非銀行金融機構也被獲准發行國際借記卡，進一步方便其客戶進行海外結算。修正案還將向跨國企業資金管理公司付款時所需的提前申報改為事後申報方式。同時，外匯監管機構將根據具體情況，要求使用者提供出入境事實證明、外國人登記事實證明、海外移民申報確認書等資料¹⁸⁴。

第七節 小結:各國支付法規之比較

綜上所述，以下將各國之支付規範，彙整列表如下：

【表 3.7.1】各國支付法規比較

	美國	英國	新加坡	馬來西亞	日本	韓國
資本額門檻	5 萬美元	12.5 萬歐元	500 萬新幣	3,000 萬馬幣	1,000 萬日元	50 億韓圓
資金運用方式	①販售或發行支付工具。 ②販售或發行儲存價值。 ③收受金錢價值以進行傳輸。	①可將現金存入支付帳戶之服務，以及所有營運此支付帳戶所需之營運活動。 ②可自支付帳戶提取現金的服務，以及所有營運此支付帳戶所需之營運活動。 ④支付交易執行。 ⑤發行支付工具或支付交易收單。 ⑥匯款。	①帳戶發行服務。 ②國內匯款服務。 ③跨境匯款服務。 ④支付型電子數字貨幣服務。 ⑤貨幣發行服務。 ⑥商家收單服務。 ⑦貨幣兌換服務。	①資金移轉 ②包括任何借方轉移、信貸轉移。 ③發行支付工具或支付交易收單。 ④支付型電子數字貨幣服務。 ⑤匯款。	①販售或發行支付工具。 ②國內外資金傳輸。 ③資金清算業務。 ④匯款。	①資金轉帳服務。 ②販售或發行支付工具。 ③資金清算業務。 ④匯款。
積極資格	①取得執照	①取得執照	①取得執照	①取得執照	①取得執照	①取得執照

¹⁸⁴ 參 <https://cn.yna.co.kr/view/ACK20190521002800881>，最後瀏覽日期:2020 年 10 月 1 日。

消極資格 (業者)	②未受犯罪 確定判決	②未受犯罪 確定判決	②未受犯罪 確定判決	②未受犯罪 確定判決	②未受犯罪 確定判決	②未受犯罪 確定判決
處罰方式	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。 ③自由刑處 罰	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。 ③自由刑處 罰	①刑罰-課 予罰金。 ②行政罰。

資料來源：本研究彙整

針對成文法系與不成文法系國家法規之比較，本研究認為，隨著世界潮流之演進，非銀行支付之使用率劇增且受到廣泛之討論，鉅額的使用者進入非銀行支付機構之實力支配下，在未受到我國銀行法嚴格監管之前提下應如何來進行規範。本文透過研析六國（美國、英國、日本、韓國、新加坡及馬來西亞）法律規範，分析各國有關支付生態上之規定，從發展面至監理面，所得之見解認為，適合我國支付生態之規範，應兼顧使用者之便利性（感受度）、業者合理之營運條件（符合其利益考量）、主管機關監管效率以及整體支付環境之安全性（例如：個人資料保護、反洗錢與資恐等）。

自金管會為推動將電子票證、電子支付兩機構合併，並於2019年7月30日，預告修正「電子支付機構管理條例」，金管會表示，為符合支付工具虛實整合之潮流，及因應支付生態圈發展趨勢下業者擴大業務範圍之需求，並衡平電子支付機構及電子票證發行機構之風險控管強度，以避免發生法規套利情事，規劃推動「電子支付機構及電子票證發行機構管理法制整合」（下稱電子票證與電子支付專法）¹⁸⁵。亦即，兩法整併後，「電子票證業」正式走向歷史，其意味者，未來的電子支付業之定義，將重新洗牌，例如現有的電子票證專營業者，悠遊卡及一卡通即將變更為電子支付業。

本文自支付法律依據、執照取得、營運條件以及新型態支付（跨境支付）進行研究，惟從發展面業者至監管面主管機關觀之，法規設計主軸應從「場景」進行探討，亦即臺灣最適支付環境為何，如此方能提升我國支付業者之競爭力，並創造對於使用者更友善良好之支付環境。

¹⁸⁵ 參

https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201907300004&toolsflag=Y&dtable=News。最後瀏覽日期：2020年10月5日。

第八節 各國社會、政治與經濟對支付發展之影響

壹、美國

美國行動支付發展，政府較少有對於行動支付之相關積極政策與財政方面的補貼作為鼓勵民眾使用，然根據 2018 年美國知名顧問公司貝恩研究針對美國民眾支付工具之選擇，有將近高達 80% 的民眾願意使用信用卡進行消費支付，反倒是對於行動支付的 Apple Pay、Venmo 與 Zelle 等行動支付平臺僅有約 6-9% 的民眾願意使用，凸顯美國在行動支付發展遭遇瓶頸，原因相信是來自於卡式支付工具之普及，近年美國大型網路科技公司 BigTech 也積極跨入卡式支付工具發展，未來可能深化應用於其母公司本業。

一、卡式支付工具普及

美國信用卡和簽帳金融卡及儲值預付卡等系統已發展成熟，多數民眾已十分能夠接受刷卡更便捷，卡式支付工具已廣受各類型消費者所接受，並且在一些特定的消費場景，民眾刷信用卡進行簽帳比取出智慧型手機或是對其進行 Face ID 解鎖或是透過手機 App 對準 QR-Code 等都更為容易，根據美國知名財經研究機構 CB Insights 高級分析師 Arie Levi 表示，卡式支付工具的普及是行動支付在美國發展不普及之主要原因。

Levi 說：“在美國和歐洲，借記卡和信用卡之間的飽和度令人難以置信。因此人們已經有了一種數字化支付的方式，而不僅僅是現金。”“在移動設備普遍的地區，還沒有真正建立起傳統的運營商。”¹⁸⁶

二、BigTech 公司崛起

隨著美國 BigTech 在各自本業之發展已相對飽和，以及為透過支付作為集團跨入金融領域的帶路者策略行為，都給予美國行動支付發展一定的發展契機。然部分美國 BigTech 所發展的行動支付品牌，如 Apple Pay、Google Pay 與 Amazon Pay 其所綁定的金融支付工具仍為信用卡或是簽帳金融卡等卡式支付工具，其發展基礎仍是提供實體卡片數位化載體，就目前本研究觀察，美國的行動支付發展應不會如亞洲國家的行動支付平臺般推出儲值

¹⁸⁶ Kate Rooney (2019), Mobile payments have barely caught on in the US, despite the rise of smartphones, CNBC, 2019.08.29, 載於 <https://www.cnbc.com/2019/08/29/why-mobile-payments-have-barely-caught-on-in-the-us.html>, 最後瀏覽日:2020.10.15

帳戶或是綁定銀行帳戶，因當前美國消費者已習慣信用卡的後付(PayAfter)與簽帳金融卡現付(PayNow)型態，目前才漸漸走向儲值帳戶的預付(Pay Before)型態。

貳、英國

英國的發展樣貌與美國類似，其民眾對於行動支付認知與使用仍是處於發展階段，英國政府對於行動支付亦不像亞洲各國政府般，對於民眾與業者推廣行動支付即給予一次性補貼，本研究相信英國的發展樣貌仍是以卡式支付工具作為主要發展驅動，而隨著純網銀從民眾的痛點進行導入，往往透過 App 與一張實體卡式支付工具進行虛實整合；另外就產業面的角度來看，英國本土並無指標性的電子商務或是網路公司平臺，能夠進入一般民眾生活進行支付與業務的生態系結合；本研究也注意到其央行英格蘭銀行(BOE)與民間社會亦開始重視探討現金存在之必要性。

一、純網銀崛起

大約 2015 年英國大量的純網銀紛紛開業成立，強調透過線上 App 申辦開戶，即可獲得實體信用卡或是簽帳金融卡進行線上額度與卡別停用與否的設定，以及好友社群的分帳以及可視覺化的消費紀錄分析。部分銀行 Monzo 和 Revolut 等以跨境支付錢包作為業務發展基礎都是強調使用者到國外旅遊或是消費時，可獲得較為實惠的匯率與海外提款時獲得手續費減免等多元功能，故民眾對於行動支付使用的動機較為缺乏，因為其所辦理的純網銀帳戶就類似一個行動支付平臺。

二、缺乏本土指標電商業者與網路公司

隨著智慧型手機的發展普及，越來越多電子商務與網路科技公司發展自有的行動支付平臺，然據本研究分析英國的兩大電商平臺仍以美國的 Amazon 與 eBay 為用戶主要使用，另外在社交平臺，以美國的 Facebook 與 Twitter 為主，搜尋網站視頻則以 Google 為主。由此可知英國較缺少具有規模與用戶流量的自有平臺推出行動支付模式，因此從英國的主要行動支付仍是以 Apple Pay、Google Pay 與 Samsung Pay 為主流，供用戶承載綁定信用卡與簽帳金融卡等卡式支付工具。

三、英國社會仍重視與提倡使用現金

根據 BOE，現今英鎊流通中的紙幣價值超過 700 億英鎊，是過去十年的兩倍。在未來幾年中，替代的數位支付方式可能會變得越來越廣泛地被接受和使用。實際上，在 2017 年，簽帳金融卡已取代現金成為英國最常用的付款方式。即使這樣，許多人仍將繼續在日常生活中使用現金。許多人說他們喜歡現金是因為現金有以下特色：1.這是一種快速便捷的付款方式 2.它被廣泛接受 3.對於收支管理很有幫助。仍有些英國民眾還是喜歡完全使用現金支付，因為這是匿名的，另外英國具有超過 45,000 台可免費使用的 ATM 提款機。¹⁸⁷

另外，像是英國國內的公益組織機構 CashMatters 即相當著重英國國內維持流通現金之必要性，其提及在英國偏遠鄉村地區將會是無現金趨勢發展下的重災區，應保護其免受自動櫃員機取款和無現金政策的企業的襲擊。因此，該機構呼籲英國的銀行業、財政部與監管機構為 800 萬人（約為英國成年人口的 17%）在選擇使用現金的模式下提供保護，否則他們將在沒有現金的情況下艱難度日。¹⁸⁸其認為，現金是社會平等的衡量標準，該評論更是呼籲英國監管單位制定法規以保護使用現金的民眾相關社會利益。根據 2019 年 3 月 5 日發布《Access to Cash Review 2019》發現，在英國民間仍有很高現金使用比率，如¹⁸⁹：

1. 97%的人隨身攜帶現金；
2. 85%的人選擇將現金留在家中；
3. 16.5%的家庭存入超過£100 英鎊；
4. 每人平均持有的現金約 41 英鎊；
5. 每人平均在家中存放約 84 英鎊。

參、新加坡

新加坡作為東南亞國家政治與經濟體之指標國家，各國國際企業倘若能於新加坡取得一定的市場佔有率，則對於其向其他東南亞國家發展具有影響，相較於其他東南亞國家幅員廣闊、國土面積分散且網路基礎建設仍有待完善，新加坡作為城市國家在政策推廣零售終端 POS 機建置等基礎支付設施，較為完善與容易，

¹⁸⁷ 參考彙整自 Bank of England, will-cash-die-out, 載於: <https://reurl.cc/9XWMkY>, 最後瀏覽日:2020.10.20

¹⁸⁸ 參考彙整自 Access to Cash Review, calls for urgent action to guarantee cash access, CashMatters, 2019.03.06, 載於: <https://reurl.cc/avXQY3>, 最後瀏覽日:2020.10.12

¹⁸⁹ Natalie Ceeney (2019), 《Access to Cash Review Final Report》, CBE, 2019.03, 載於: <https://reurl.cc/Q320QO>, 最後瀏覽日:2020.10.18

另新加坡金管局(MAS)對於金融科技新創業者態度較為開放，都使其成為當前積極推廣支付創之指標國家首選，總體而言，因為新加坡國情特殊，因此本研究認為星國政府要推展無現金與相關支付金流整合系統較易獲得成效。本研究認為，2017年8月新加坡總理李顯龍於國慶群眾大會演講所提及中國大陸發展行動支付與無現金興盛普及，當年度亦為星國政府對於電子化交易與無現金關鍵與轉折年。

一、整合金流系統基礎建設

新加坡金管局與各家銀行於2017年7月推出轉帳系統PayNow，開啟新加坡電子化交易與轉帳的里程碑。2018年6月新加坡教育部長兼新加坡金融管理局董事在新加坡銀行公會年度晚宴時表示，新加坡將多管齊下推廣電子付款，減少現金和支票使用，爭取在2025年將新加坡打造成為無支票社會；9月17日新加坡全國共用付款QR碼(SGQR)正式啟動，以此整合銀行帳戶與電子錢包業者之轉帳與交易模式。星國政府見他國走向無現金社會之成效，因此也積極將其破碎的電子化金流系統方案加以整合，展現其企圖心。

二、兼顧社會整體推展電子化支付發展

星國政府與社會在積極發展行動支付與電子化交易時，亦沒有忽略對於數位轉型較為弱勢之中高齡長輩族群與小攤販。新加坡資訊通信媒體發展局(IMDA)於2020年7月成立數碼轉型辦事處，並分別針對銀髮族群與小攤販推出「數位樂齡計畫」與「攤販數位化轉型計畫」。其中，前者於新加坡主要的社區公家住宅的俱樂部、聯絡所與圖書館等地，有安排年輕的數位大使針對老年人進行協助使用新加坡銀行、電子錢包業者與政府所提供的PayNow、SGQR等服務，透過闖關集點的遊戲模式鼓勵長者參與，集滿四點，可以兌換禮物與轉輪盤；針對攤販之數位化轉型除鼓勵其頻繁使用外，更加以補貼，另外亦派員提供輔導協助。

肆、馬來西亞

2017年馬來西亞時任首相納吉(Najib Razak)積極推動數位化自由貿易區(DFTZ)與跨境電商、物流與金流等線上服務，有別於過去新加坡發展商業中心之集中化，所需土地較少，馬國則是以電子商務發展作為其數位化中心，因其能提供較為廉價與廣闊

土地且同樣位於東南亞中樞地帶，再加上當時政府對於中國大陸企業之網路企業阿里巴巴、螞蟻金服、騰訊集團等中資企業持開放態度，因而促使外資企業進入馬國發展行動支付產業。

一、財政補貼促進使用

馬國政府於 2019 年 5 月所推出的「2030 年共享繁榮新願景」當中第二大要點就提及應用數位經濟，以創造更多高技能工作。電子錢包與無現金交易就是馬國推動數位轉型的關鍵基礎。

另根據馬國《2020 年馬來西亞聯邦政府財政預算案》中，馬國政府將撥款 4.5 億馬幣(約合 31.5 億新臺幣)推動「數位紅包計畫」(e-Tunai Rakyat)，後於 2020 年 1 月底新冠疫情爆發後，馬國政府亦再次進行財政補貼。另外，馬國政府推出「My Sejahtera」APP，旨在強化疫情之防範控制，為提升民眾下載使用率與振興馬國國內消費，隨即再次推出「ePENJANA 50」(數位振興計畫)。

二、抑制貪汙

2018 年 7 月馬國前首相納吉因為挪用馬國國家主權基金「一馬發展公司」(1MDB)，依貪污及濫用職權罪遭起訴，當年度馬國財政部長林冠英積極推展電子錢包發展，他於 2020 年 1 月推廣馬國數位紅包(e-Tunai Rakyat)補貼政策時便提及，以電子方式進行記錄的電子交易應能阻止受賄行為。林冠英表示：“在實施改革中，無現金是政府遏制腐敗的手段之一。所有交易都被記錄在案，沒有收受或賄賂的餘地。”¹⁹⁰

三、馬國都市與偏鄉發展不均

根據本研究發現，馬國的都市與農村偏鄉地區發展電子錢包與無現金交易出現落差，目前主要的發展地區似乎以西馬地區的吉隆坡與巴生谷¹⁹¹為主，東馬地區的沙巴與砂勞越等地對於電子錢包與行動支付的接受度較不高，因此也可能出現城鄉發展不均的情況。受制於偏鄉網路覆蓋率較低或是市場規模較小，使電子錢包業者沒有意願前往當地推廣，使得消費者和商家對使用電子錢包的習慣較難建立，接受度和普及度仍需提高。

伍、日本

¹⁹⁰ Hazlin Hassan (2020), Malaysia targets half its population in e-wallet push, The Straitstimes 2020.01.29, 載於 <https://reurl.cc/N623e9h>, 最後瀏覽日:2020.10.08。

¹⁹¹ 巴生谷為馬國首都吉隆坡與行政首府布城所組成的都會圈。

隨著日本整體社會結構已步入超高齡化社會，推動日本社會走向無現金與數位化交易是必然趨勢。

一、日本社會偏好現金支付

由於日本隨處可見的便利商店民眾透過店內的 ATM 提款十分方便、且在日本許多的連鎖餐飲業自助點餐系統都提供現金支付結帳的選項，民眾透過現金消費支付並沒有受到店家的限制與排斥；另外，日本的治安良好，民眾拿著現金受到搶劫與竊盜的機率低，也因此日本的非現金比率仍為全球相對低的國家。

然高現金比例也可能造成民眾所持有的現金並不會被廣泛地拿去交易或是儲存於銀行帳戶，可能民眾會將現金收藏於自家儲藏櫃等，使現金無法回流至經濟循環或是流動於金融體系當中。本研究相信這也是為何日本央行決定於新天皇登基後，於 2024 年重新改版日幣紙鈔與硬幣，除了加強紙鈔的防偽技術外，更重要的是民眾必須將儲放於家中的現金紙鈔與硬幣給翻出來，拿去交易或是換為新版的樣式，促進交易之活絡。隨著近年日本政府積極發展無現金支付，說不定到時日本民眾對於現金之需求就會大幅降低，而減緩日本銀行發行實體現金的成本也說不定。

二、日本人口進入超高齡化與少子化

本研究相信，發展無現金社會，對於日本社會面臨人口超高齡化與少子化乃至於人力缺乏，一定有幫助，因為一切交易支付等流程皆可透過手機與電腦進行確認與結帳等後端流程，達到無現金化，可以大幅降低管理成本並且完善顧客體驗等，也許我們可以說日本在無人結帳系統已發展相對成熟，但關鍵點在於用戶可以透過現金進行結帳，背後仍需員工進行現金蒐集與轉帳等行政作業。

三、消費稅增加

日本政府於 2019 年 10 月調高消費稅率至 10% 之際，為減輕消費稅調漲對消費者的負擔及提高訪日觀光客消費意願，將推動「無現金支付」之普及。除協助中小零售店及餐飲店引進「無現金支付」必要的設備外，亦將評估調整消費稅率後 1 至 2 年間，補助店家購物金額的 2%，以通路等利用點數折現回饋消費者。

192

¹⁹² 駐日經濟組(2019)，〈日本非現金支付消費現況〉，2019.2.18，頁 3，載於：file:///C:/Users/user/Downloads/1080000123_Attach%20(1).pdf，最後瀏覽日：2020.10.18

四、日本政府政策支持

日本政府積極發展數位化政策，如:My Number Card 數位身分證的推出，以及鼓勵民眾使用無現金支付而推出的 My Number Point，透過積點可以折抵消費的現金支出，也可以作為日本在提高消費稅後對於民眾的補貼，以此變相積極鼓勵民眾使用無現金交易的支付工具，如:電子交通 IC 卡、信用卡與行動支付，又或是日本總務省與無現金協會所推出的 JPQR 共同支付標準，都成為日本政府在推展上的一些積極作為。並以此實現日本政府於 2025 年推動無現金支付比例達 40% 的目標。

五、積極發展觀光產業

日本政府推行無現金化的最初目的，主要是為了因應海外觀光客的需求。根據日本政府觀光局（JNTO）資料統計，2015 年赴日觀光人數創新高，達 1970 萬人次，總消費金額達 3.5 兆日圓，其中陸客人數佔總觀光人口的四分之一。其中陸客「爆買い」一詞（血拼、大採購）更是登上日本年度流行語大賞¹⁹³。

隨著原定 2020 年東京奧運與帕運之舉辦，亦將替日本國內帶入大量海外觀光客，為降低觀光客在日本國內消費所需兌換日幣現金所帶來的手續費、匯率與額度等附加成本限制了其在日本國內旅遊的便利性，故亦積極與國際三大 Pay 業者及信用卡業者展開合作，以此讓已經習慣非現金交易的海外觀光客透過信用卡、簽帳金融卡多元支付工具在日本進行消費，漸而刺激日本國內消費與經濟成長。

陸、韓國

韓國目前無現金支付比率相當地高，已約為 70-80%，其發展原因有別於中國大陸較不完善之金融服務體系與偽鈔等問題，而是以打擊地下經濟為最初目標。本研究認為，韓國政府推動無現金時間最早可以回溯到 1990 年代，其發展模式以信用卡為基礎，而後延伸至由國家政策主導之手機資通訊與網路遊戲等產業，漸而朝向行動支付模式發展。

一、打擊地下經濟

¹⁹³ 詹如玉、許博雅(2016)，〈陸客赴日觀光人數激增 支付寶打進日本市場〉，風傳媒，2016.01.21，載於:<https://www.storm.mg/article/79323>，最後瀏覽日:2020.10.10

於 1997 年中，亞洲金融風暴爆發，韓國經濟受創嚴重，遂積極鼓勵採行電子化之卡式支付工具，以求擴大稅基、增加稅收。一方面，制定專法「信用專門金融事業法」，輔導成立信用卡公司，讓銀行及信用卡公司等均能發行卡式支付工具，以提高發卡規模。¹⁹⁴

二、降低鑄幣成本

韓國銀行於 2016 年提出「無硬幣社會計畫」(Coinless Society Project)¹⁹⁵，目標係於 2020 年前可達成無硬幣發展的目標，根據韓國銀行(BOK)的數據，該國在 2016 年花費了 537 億韓圓(4,700 萬美元)生產硬幣，故上述計畫可以減少央行發行鑄幣的成本。韓國央行也宣佈，自 2017 年開始民眾可透過韓國主要的便利商店、超市百貨等零售通路，將消費交易後所剩餘之硬幣零錢儲值進入實體卡片。再透過特殊管道將硬幣回流至韓國央行。隨著上述計畫的推出，於 2018 年 7 月 16 日韓國有將近百間的星巴克門市也開始不接受現金(紙鈔與硬幣)，只接受電子化支付與信用卡等非現金支付，相信在韓國會有越來越多店家業者響應政府無現金社會的政策目標。

三、政府從減稅與發展 App 積極支持

韓國對於信用卡乃至於行動支付之政策發展是採取雙向獎勵，亦即其不僅針對導入的店家給與營業稅與營所稅上的優惠，更給予使用信用卡或是電子支付的消費者在個人綜所稅方面獲得抵扣，以提升店家與個人的使用意願。韓國政府透過減稅的模式，將地下經濟透明化，實則也刺激了民間消費，同時也擴大了政府稅基與提升無現金支付比率的目的。

韓國政府推出一款行動支付 App，名為「Zero Pay」，目的在調低小商戶和店主的交易手續費率，儘可能讓費用趨近於零，以降低其導入使用意願。另為鼓勵更多消費者使用「零支付」系統，韓國政府承諾將為使用該平台消費者減免 40% 所得稅。

【表 3.8.1】我國與韓國有關非現金支付租稅優惠之比較

差異比較	我國	韓國
支付方式	採行動裝置之行動支付	信用卡等電子支付

¹⁹⁴ 林盟城(2019)，〈中央銀行出國報告：非現金支付之發展—兼論韓國及印度經驗〉，《中央銀行》，2019 年 10 月 7 日，頁 21

¹⁹⁵ Bank of Korea(2016)，Action Plan for 'Coinless Society'，Bank of Korea，21.December 2016，P1，載於：<https://reurl.cc/D6xaVE>

差異比較	我國	韓國
適用商家	小規模營業人	符合一定銷售門檻之商家必須提供刷卡服務，再漸次縮小該門檻，擴大適用範圍
適用原則	商家自願申請	強制適用
截止時間	至 2025 年底	無
減免稅別	營業稅	營業稅、營所稅及個人綜所稅
獎勵與罰則	無	刷卡之個人及商家均有抽獎獎勵；違規商家將裁處罰款等

表格來源:林盟城(2019),〈中央銀行出國報告:非現金支付之發展—兼論韓國及印度經驗〉,《中央銀行》,2019年10月7日,頁32,載於:<https://reurl.cc/Md2rpk>

四、韓國網路產業自主發展

過去韓國產業發展與我國高度重疊，著重以半導體、面板與記憶體等電子零組件作為出口導向之發展重點，然 1997 年亞洲金融風暴後，韓國積極推動文創、觀光與網路科技等高技術 IP 與平臺化之營運模式產業發展，甚至以韓國為根基朝向鄰國的日本市場發展。最知名且成功的當推 LINE，其母公司即為韓國網路搜尋引擎 NAVER，積極發展支付與金融相關應用。韓國網路企業發展不僅成功替韓國產業轉型立下根基，更成功將韓國的行動支付產業帶到亞洲地區，進行外部市場擴張，這是目前台灣所缺乏的領頭業者。目前我國最具指標的行動支付業者 LINE Pay 與 LINE Pay Money 也來自於韓國。

柒、世界其他各國之參考

一、印度廢鈔打擊貪腐，推動無現金社會

2016 年 11 月 8 日印度總理宣佈廢除 500 與 1000 大面額盧比紙幣計劃，目的除了是打擊逃稅、腐敗尋租、地下經濟與偽鈔問題、以及打擊恐怖主義等，其實更間接促成印度「無現金社會」和「數位印度」等目標。印度政府透過「JAM 三位一體計畫」¹⁹⁶持續深化印度民眾取得金融服務的普及，並且透過印度儲備銀行 (RBI) 旗下印度國家支付公司以完善金融即時轉帳系統，加速民眾使用的意願，並推出了支付型銀行的執照 (Payments Bank

¹⁹⁶ JAM 三位一體計畫：J，是金融普惠政策 (Jan Dhan Yojana)、A，是指數位身分認證系統 (Aadhaar)、M (mobile phone)，是指印度手機滲透率。

Licence)以落實民眾得以透過該銀行帳戶，取得最為基本的金融服務與連結使用電子錢包。

二、歷史因素造成德國為歐洲高現金持有比率

德國在 20 世紀，由於惡性通貨膨脹、第一次世界大戰的賠償、及 1945 年戰敗後的經濟和軍事破壞，屢屢遭受經濟崩潰的困擾。這些事件使德國民眾之消費習慣更趨於節儉和避免債務，也使德國人認為手裡握有現金才較為實際與安全，這有助於解釋其對信用付款方式（例如信用卡）使用率較低的原因。PYMNTS Global Cash Index 指出，2016 年德國的現金比率約 80%¹⁹⁷；另外德國央行也在 2017 年所做調查顯示，德國人平均隨身攜帶 107 歐元現金，金額是法國人的三倍以上。相較之下，美國一份調查顯示四分之三的受訪者隨身現金不到 50 美元，另外四分之一隨身現金甚至少於 10 美元。

德國羅斯托克大學(University of Rostock)財富信用學系主任紐柏格 (Doris Neuburger) 表示：「德國人之所以愛用現金，是因為現金交易能保護個資，交易方式既安全隱密又簡便，在全國各地皆通用。」另外，德國哥廷根大學(Gottingen University)國際經濟學系副教授傑林格 (Agnieszka Gehringer) 表示：「持有現金讓人掌握有形資產，比無形資產更能讓人安心。」¹⁹⁸

三、疫情衛生的影響

2020 年 1 月新冠疫情(Covid-19)爆發，當時中國人民銀行副行長范一飛就表示，將從疫情防控重點地區的回籠現金，用紫外線或者高溫等消毒，存放 14 天以上再投放市場，對於非疫情防控重點地區現金消毒以後，要求存放 7 天以上再投放市場。

各國政府亦積極推展無現金支付，以降低病毒傳播之可能。根據美國空軍研究人員早在 2002 年就發布之調查認為，大多數 1 美元鈔票(68 張測試鈔票中的 94%) 都帶有細菌，其中包括一些可能引起肺炎或其他嚴重感染的細菌；又或是瑞士研究人員在 2008 年的一項研究中發現，流感病毒通常會以瑞士法郎(CHF)存

¹⁹⁷ Geld stinkt nicht (2017), NEW DATA: Behind Germany's Obsession With Cash, PYMNTS, 2017.12.20, 載於:<https://www.pymnts.com/cash/2017/germany-cash-usage/>, 最後瀏覽日:2020.10.18

¹⁹⁸ 陳穎芃(2019),〈德國人崇尚現金交易〉,工商時報,2019.07.14,載於:<https://ctee.com.tw/bookstore/world-news/119326.html>, 最後瀏覽日:2020.10.15

活幾天，如果伴有粘液，則可以存活長達 17 天¹⁹⁹，上述發展都給予了各國無現金發展普及的誘因。

¹⁹⁹ Dina Fine Maron(2017) , Dirty Money:The public health case for a cashless society , ScientificAmerican 2017.01.03 , 載於: <https://www.scientificamerican.com/article/dirty-money/> , 最後瀏覽日:2020.10.18

第四章 我國支付業務之發展現況、營運與風險管理策略、面臨之挑戰與機會

第一節 我國支付業務之發展現況

壹、我國電子票證發展與策略

一、發展歷程²⁰⁰

依金管會（2009）對電子票證²⁰¹定義為：「指以電子、磁力或光學形式儲存金錢價值，並含有資料儲存或計算功能之晶片、卡片、憑證或其他形式之債據，作為多用途支付使用之工具。」

源於 2009 年推行電子票證專法出世，以下本研究將其分成三個階段。第一階段之最初目的是為了整合臺灣大眾交通工具，為不同地方交通公司業者(台鐵、捷運、地方公車、船舶)營運，而延伸出車資與收費方式不統一的現象。透過電子票證，如悠遊卡這樣標準化的交易支付工具，能夠達到跨縣市與跨公司車資結算，因而受到廣大民眾好評。電子票證的普及發展，應用領域也從大眾交通工具擴及至小額消費支付與地方政府規費，並且也有地方縣市將社福卡的功能與電子票證進行結合，亦或是學生證結合電子票證，如台大的教師證、學生證也具有悠遊卡的功能，達成一卡多用的發展樣貌。

電子票證業者的特色是透過發行非接觸式智慧卡的實體卡片作為用戶在搭乘交通工具的支付載體，所謂非接觸式智慧卡是指卡片內建非接觸式晶片連接感應線圈，以供卡片資料運算與儲值，以技術層次而言，它使用 RFID 技術，透過店家的感應設備，用戶便能夠搭乘大眾交通工具與支付扣款。

第二階段是實體結合。將它結合在銀行的信用卡、簽帳金融卡或是一般金融卡內，兩張實體卡片結合的好處是銀行的信用卡具有雙重功能，即是信用卡，也是電子票證，同時，內建自動加值的功能，當電子票證的餘額低於一定額度時，系統便會自動加值，完善消費用戶在金融與交通應用的雙重場景，並且，讓用戶此時電子票證的加密與資安受到晶片的保障，提升為第二級安全

²⁰⁰ 本小段改寫自沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 70。

²⁰¹ 參金管會(2009)，〈電子票證發行管理條例第三條第一款〉，2009 年 1 月 23 日

規範，消費用戶單筆消費金額也不再受到小額消費的限制，此階段也有一大特色是零售通路業者將會員卡與電子票證進行綁定，消費者僅需於結帳時以電子票證支付即可，以達成會員卡數位化之特色，這也間接推動了我國零售業發展自有電子錢包 APP 的助力。

第三階段則是信用卡與電子票證的更進一步無實體化。隨著行動網路與智慧裝置的快速崛起，智慧手機與智慧手錶等穿戴產品，成為人們生活不可或缺的一部分，電信商、手機作業系統商，如 Apple、Google 等業者以及銀行，透過 SIM 卡或是手機內建的功能，將信用卡聯名電子票證置於手機內，另還有 2020 年 Samsung Pay 推出數位綁定悠遊卡並可針對其進行加值，有別於悠遊卡公司推出的「電子支付」業務「悠遊付」，Samsung Pay 之數位無實體承載仍為「電子票證」。

二、主要業者分析

【表 4.1.1】電子票證業者資料

電子票證(經濟部營業項目電子票證 HZ05011) 前四家專營業者目前都取得兼營電子支付業者的執照						
名稱	執照	公司名稱	資本額	集團或 大股東	領域	2019 年度公 司獲利表現
悠遊卡	專營	悠遊卡 股份有限公司	7 億	悠遊卡投控	官股 大眾交通	1.69 億
一卡通	專營	一卡通票證股 份有限公司	11.4 億	高雄市府 聯邦銀行 連加網路商 業	官股大眾交通 民營銀行 第三方支付	-1.22 億
Icash	專營	愛金卡 股份有限公司	7 億	統一超商 7-Eleven	連鎖便利店	0.11 億
Happy Cash 有錢卡	專營	遠鑫電子票證 股份有限公司	7.76 億	泛遠東集團	零售 電信 綜合業	-2.28 億
永豐銀行 現金儲值卡	兼營	永豐商業銀行	部門	永豐金控	金融控股	未公開揭露

資料來源：沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 71。本研究新增 2019 年度公司獲利表現。

【表 4.1.2】電子票證發行資料統計表

單位：張，新臺幣千元	資料月份：109 年 6 月		資料日期：109.7.27	
金融機構	流通卡數	當月消費卡數	當月消費金額	儲值總餘額
永豐商業銀行	15,893	305	671	27,600
悠遊卡股份有限公司	81,184,994	9,380,832	5,077,930	7,599,301
一卡通票證股份有限公司	23,251,115	1,876,996	641,444	1,518,048
愛金卡股份有限公司	22,195,850	2,035,021	1,483,461	1,353,053
遠鑫電子票證股份有限公司	1,795,375	20,142	14,736	67,470
總計	128,443,227	13,313,296	7,218,242	10,565,472

資料來源：本研究製作整理，數據來源：金管會，109 年 6 月份信用卡、現金卡、電子票證及電子支付機構業務資訊新聞稿，2020 年 08 月 04 日

(一) 悠遊卡：

其係目前臺灣電子票證在流通卡數、消費金額與儲值金額之龍頭業者，也是目前臺灣少數有獲利的電子票證與電子支付業者，憑藉在雙北市捷運與公車等大眾交通工具的深厚優勢，作為其主要應用場景，透過小額消費深入一般民眾生活，另外透過與雙北市機關與院校合作等，讓悠遊卡承載綁定學生證、敬老卡、軍警工作證等，更有零售商將其支付與會員積點結合，如：全家便利店、全聯等通路業者透過設定悠遊卡，以作為其會員卡，則每次小額消費都可累積會員點數。悠遊卡公司更積極與異業合作推出不同造型與主題的悠遊卡，作為其部分公司收入來源。

隨著近年行動支付崛起，實體卡走向數位化發展一直是社會各界所關心議題，又或是金管會開放了電子票證業者兼營電子支付，各界不斷有悠遊卡何時推出屬於自家的電子支付的聲浪出現，直到 2018 年另一電子票證同業一卡通與 LINE Pay 合作推出電子支付品牌 LINE Pay Money²⁰²，順利從實體卡片走向線上帳戶，悠遊卡的龍頭地位也開始受到動搖，質疑批評聲浪也更加強烈。

但本研究透過實境的體驗與比較，發現電子票證之存在對於我國社會具有落實普惠金融之意義，以下分析。如本文觀察到，現行法規規定單卡儲值金額上限新臺幣 10,000 元、每日消費金額上限 3,000 元與單筆消費金額 1,000 元的額度，或許對於金融理財觀念與心智尚未健全的國、高中學生族群，具有培養其消費觀念與金流風險控管的能力。因為悠遊卡僅可只作為一張支付卡

²⁰² 起初稱為 LINE Pay 一卡通，而後於 2019 年 12 月底為方便用戶辨別，而改名為 LINE Pay Money

片，並不像悠遊付可以綁定銀行帳戶或信用卡或是轉帳，父母可有效降低孩子胡亂消費之情形；對於來臺短期觀光旅遊的外國旅客，其透過悠遊卡，也可達成無現金交易的便利性，又或是長居於臺灣的外籍移工與外籍人士，可能自身在申辦銀行帳戶、信用卡等限制較多，申辦電子支付較為複雜而透過悠遊卡也能享有一定的服務便利；又或是中高齡長輩，由於數位落差(Digital Divide)或是界面操作不慎、與記憶力衰落等，都可能加大其操作電子支付的困難度。但持有悠遊卡，僅需透過現金充值，即可使用，無須綁定銀行帳戶或是信用卡，相對容易許多。

(二) 一卡通：

最初作為高雄捷運之交通票卡，股東結構除國發基金與聯邦商銀外，其他多為臺灣中南部縣市政府，公車客運公司以及地域性較強烈的高雄地方企業，如：中冠資訊²⁰³、晉禾企業。因此我們注意到，一卡通公共服務(政府規費、醫療院所與圖書館等)的支付地點就多以中南部地方政府機關，皆可以使用一卡通進行相關規費與小額支付等服務。

惟其業務重大轉變來自於 2018 年當時營業類別仍為第三方支付之 LINE Pay²⁰⁴，為取得臺灣金管會的電子支付執照，因此由連加網路商業策略性取得一卡通公司 30% 股權，以作為其跨入電子支付的入場券，此舉成功讓一卡通的電子支付用戶數大幅提升至 240 萬人次以上，並且從所謂「南霸天」的一卡通，成為「全國性」的一卡通，此部分在下一段的電子支付將詳細分析。

(三) icash：

2004 年由統一超商推出，icash 最初的發展僅為預付型儲值支付工具²⁰⁵，僅能於統一超商之全臺門市小額消費使用，然 2014 年愛金卡公司取得 icash 業務並申請到電子票證執照，icash 卡才由單一通路的儲值卡轉型為可跨業支付的電子票證。

隨著電子支付執照與專法的推出，icash 母公司愛金卡也順勢取得電子支付執照。我們認為，愛金卡公司其下電子票證 icash 與電子支付的 icash Pay 之發展格局有別於前兩家電子票證業者，因為悠遊卡與一卡通的布局是取決於大眾交通的公共利益層面，而 icash 之發展成敗取決於統一超商集團在臺灣通路事業之業務

²⁰³ 中鋼集團旗下之資訊系統公司

²⁰⁴ LINE Pay 在臺灣之營運公司主體為連加網路商業。

²⁰⁵ 封閉式消費，概念類似禮券，屬於目前臺灣零售業電子錢包的實體雛形。

發展與定位策略，本研究認為，icash 將更加與 icash Pay、OPEN 錢包進行深化合作，如此才具有綜效，對於整體統一超商業務的活絡與流通才有較大的助益。

（四）Happy Cash 有錢卡：

由遠東集團旗下事業體所出資投資的遠鑫電子票證公司所經營，其發展之策略以串接集團旗下各事業體為目標，如：愛買、遠百、SOGO 百貨、Big City、遠紡生活館、亞東醫院與香格里拉酒店等，透過點數平台 Happy Go²⁰⁶作為消費者回饋，並以此點數可再跨入與不同行業的交流。

不過，目前 Happy Cash 有錢卡的使用情況較不理想，且落後統一超商的 icash 一大段距離。本文認為會有這樣的發展，主因來自前者的消費應用場景多為量販店與百貨商場，相對來客之消費單價較高，消費者可能是在每月或是周年慶時才進店消費。而後者則是以超商便利店為主，即可能是每天或是每個時段都進到店內消費，且統一超集團旗下事業多為餐飲咖啡快速消費品的販售，因此與消費者互動頻率與進店消費使用的金額皆較高，這點可能是 Happy Cash 有錢卡所無法觸及的困境。

此外，2019 年 8 月遠東集團旗下的 HAPPY GO 推出第三方支付平台 HAPPY GO Pay，承載的支付工具為信用卡與簽帳金融卡，因此在消費額度上較高，而 Happy Cash 有錢卡屬於電子票證，因此在卡片儲值額上限為 10,000 元，每筆消費金額上限 1,000 元，而每日金額上限為 3,000 元，對於以百貨商場為主的遠東集團，Happy Cash 有錢卡對於用戶消費金額限制較多。

目前遠鑫電子票證雖已取得兼營電子支付執照，似乎還不見公司有具體業務動向，但本文相信，憑藉 HAPPY GO 作為全臺最大的點數平台以及遠東集團在零售百貨、觀光飯店、電信、銀行、遠通電收 ETC、Park Pay²⁰⁷等多角化事業發展下，具有一定程度的市場機會，成為其集團內部的生態圈運營。本研究團隊在針對馬來西亞電子錢包業者業務分析時，注意到馬國的 Touch n Go eWallet 之業務模式值得遠東集團在重塑 Happy Cash 之定位時參考，將旗下汽車周邊金流業務進行整合，如：停車的 Park Pay、

²⁰⁶ Happy GO 由遠東集團相關事業體所投資的鼎鼎聯合行銷經營，業務為發展點數平臺。

²⁰⁷ Park Pay 為一家專注停車自動支付的公司，為第三方支付營業項目，由遠東集團關係事業投資的遠鼎管理顧問公司經營

高速公路過路費的 ETC 整合進入 Happy Cash 電子支付業務之中。

貳、我國電子支付發展概況

一、發展歷程²⁰⁸

依金管會（2015）對電子支付²⁰⁹的定義如下：

以網路或電子支付平臺為仲介，接受使用者註冊及開立電子支付帳戶，並利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息，於付款方及收款方間經營「代理收付實質交易款項」、「收受儲值款項」、「電子支付帳戶間款項移轉」等業務之公司係屬「電子支付機構」，應向金管會申請許可，屬金管會金融監理業務之範疇。

2015 年 5 月「電子支付機構管理條例」正式生效，本文將其分為三階段，第一階段為專營與兼營業者執照的申請，以電商與遊戲業為主導者，於 2016 年取得電子支付專營執照的「歐付寶」、「橘子支」、「智付寶」²¹⁰、「國際連」、「ezPay 台灣支付」²¹¹正式營運、其餘的兼營業者為 20 家金融機構(商業銀行與郵局)。

第二階段，第三方支付業者透過申請與入股的形式取得電子支付執照，2017 年 12 月一卡通電子票證公司，取得兼營電子支付的執照，2018 年 1 月當時仍為第三方支付業者的「街口支付」取得「電子支付」專營執照，業務更加多元，用戶族群年齡層也更加全面。原先的第三方支付平臺 LINE Pay 因僅依靠綁定信用卡(或是簽帳金融卡)支付仍有不便，無法儲值與轉帳，因此透過增資入股的模式取得一卡通 30% 的股份，並間接取得電子支付執照，可直接綁定銀行帳戶，擴及更多的年輕、學生用戶，此舉也成功將臺灣電子支付業者的競爭拉出了差距。

第三階段，電子票證與電子支付專法進行合併管理，2019 年 8 月金管會為方便普及電子支付業務的普及與符合支付工具虛實整合的趨勢下，因此提出將電子票證與電子支付的專法進行合併管理預告，2019 年 8 月臺灣另外 2 家電子票證業者「icash(愛金卡股份有限公司)」、「Happy Cash 有錢卡(遠鑫電子票證股份有

²⁰⁸ 本小段改寫自沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊，第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 71-72。

²⁰⁹ 參金管會(2015)，「電子支付機構業務管理規則第三條」，2015 年 2 月 4 日

²¹⁰ 智付寶於 2018 年與 ezPay 台灣支付進行合併，智付寶為存續公司，並在完成合併後改名為「簡單行動支付」。

²¹¹ 2016 年藍新科技成立 ezPay 台灣支付，2018 年藍新科技母公司全達與智冠科技進行換股整併，ezPay 台灣支付與智付寶合併，並為消滅公司。

限公司)」取得兼營電子支付執照；2019年11月5日 icash，推出了「icash pay」，成功使母公司統一超商 7-Eleven 的行動支付業務功能更加全面。2020年3月悠遊卡公司更推出「悠遊付」，搶進電子支付業務。其中，經濟日報社論認為，金管會決定將整併電子支付與電子票證法制，合為一法，雖說這只是法規上的一個小小調整，對我國金融科技發展卻是一個正確的決策²¹²。

此項修法的動作，不僅提升與拉齊我國電子票證與電子支付的管理規範層次，也開放了以零售通路為主的統一超商²¹³與擅長經營百貨商場的遠東集團²¹⁴取得台灣電子支付的入場券，為電子支付發展吹起一波漣漪。

二、主要業者分析比較

【表 4.1.3】電子支付業者資料

電子支付(經濟部營業項目 HZ06011 電子支付業)						
平臺名稱	執照	公司名稱	資本額	集團或大股東	領域	2019 年度公司獲利表現
街口支付 JKO Pay	專營	街口電子支付股份有限公司	6 億	街口網絡股份有限公司	網路新創業者	-3.46 億
橘子支 GAMA Pay	專營	橘子支行動支付股份有限公司	8 億	遊戲橘子 全家便利店 樂點 Gash 玉山銀行 中興保全 台灣大車隊	遊戲業 連鎖便利店 商業銀行業 保全業 計程車運輸	-1.09 億
簡單支付 ezPay	專營	簡單行動支付股份有限公司	6.14 億	智冠	遊戲業	-0.57 億
國際連	專營	國際連股份有限公司	5.01 億	PChome 支付連	電商	-0.30 億
歐付寶 O Pay	專營	歐付寶 電子支付 股份有限公司	10 億	歐買尬	遊戲業	-0.25 億
LINE Pay Money	兼營	一卡通票證 股份有限公司	部門	一卡通	社交訊息 電子票證	-1.22 億
icash pay	兼營	愛金卡 股份有限公司	部門	統一超商 7-Eleven	連鎖便利店	0.11 億

²¹² 參社論，〈從法令整併談電子支付競爭力〉，《經濟日報》，2019年9月24日，載於：
<https://money.udn.com/money/story/5628/4066621>。

²¹³ 愛金卡股份有限公司為我國電子票證專營業者，其母公司為我國便利超商龍頭統一超商

²¹⁴ 遠鑫電子票證股份有限公司為我國電子票證專營業者，其主要股東結構為遠東集團旗下各子公司事業體

電子支付(經濟部營業項目 HZ06011 電子支付業)						
平臺名稱	執照	公司名稱	資本額	集團或 大股東	領域	2019 年度公 司獲利表現
悠遊付	兼營	悠遊卡 股份有限公司	部門	悠遊卡投控	電子票證	1.69 億 ²¹⁵

資料來源：沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊，第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 73。本研究新增 2019 年度公司獲利表現。

【表 4.1.4】電子支付機構業務統計表

單位：人、新臺幣 千元	資料月份：109 年 6 月			資 料 日 期：109.7.16	
電子支付機構名稱	使用者人 數	當月代理 收付實質 交易款項 金額	當月電子 支付帳戶 間款項移 轉金額	當月收受 儲值款項 金額	支付款項 餘額
悠遊卡股份有限公司	313,578	15,659	905	36,693	49,586
一卡通票證股份有限公司	2,449,995	1,148,041	775,691	2,786,012	1,052,834
愛金卡股份有限公司	338,028	86,263	876	87,440	32,651
國際連股份有限公司	33,406	6	8	33	1,056
橘子支行動支付股份有限公司	234,221	10,541	442	6,782	19,963
街口電子支付股份有限公司	2,687,245	1,831,161	1,131,109	3,118,436	1,057,021
歐付寶電子支付股份有限公司	880,958	171,974	18,688	7,011	286,026
簡單行動支付股份有限公司	44,585	1,386	30	116	1,855
總計	9,030,148	4,570,158	1,927,749	6,042,544	2,661,044

資料來源：本研究製作整理，數據來源：金管會，109 年 6 月份信用卡、現金卡、電子票證及電子支付機構業務資訊新聞稿，2020 年 08 月 04 日

²¹⁵ 一卡通、愛金卡與悠遊卡，因未提供兼營電子支付之相關部門獲利情況，因此以整體公司之獲利表現呈現。

【表 4.1.5】電子支付業者業務功能比較

平台名稱	發行聯名卡	應用場景	點數	大眾交通	美食外送	外帶點餐	叫車服務	公益捐款	公用事業繳費	其他服務
街口支付	台新街口聯名卡	1.合作特約店家 2.Jello 社群通訊	街口幣	—	街口外送	✓	台灣大車隊	✓	✓	1.繳保險費 2.託付寶 3.綁定會員卡
LINE Pay Money	1.聯邦賴點卡 2.中信LINEPay	1.合作特約店家 2.LINE 社群通訊	LINE Points	乘車碼(高捷為主)	有投資fodomo	✓ (LINE SPOT)	LINE TAXI	✓	✓	1.星巴克星意禮 2.繳信用卡費 3.繳電話費
歐付寶	歐付寶聯名卡	合作特約店家	紅利點數	—	—	—	台灣大車隊	—	✓	1.繳電話費 2.繳信用卡費 3.交通公路費
icash	—	統一超商集團事業體	OPEN Points	—	—	—	—	—	—	—
悠遊付	—	1.大眾交通為主 2.合作特約店家	規劃與UUPON合作	嗶乘車(含1,280月票) Youbike 租借	—	—	—	—	✓	台北卡
橘子支	—	1.合作特約店家 2.遊戲儲值	零用金	—	—	—	—	—	✓	1.KKBOX 繳費 2.GASH 儲值 3.點光明燈

平台名稱	發行聯名卡	應用場景	點數	大眾交通	美食外送	外帶點餐	叫車服務	公益捐款	公用事業繳費	其他服務
國際連	—	PChome 露天拍賣	—	—	—	—	—	—	—	—
簡單支付	—	1.合作特約店家 2.遊戲儲值	賞金寶 (類似現金回饋)	—	—	—	—	—	✓	MyCard 儲值

資料來源：本研究整理製作

(一) 街口支付

成立於 2017 年的街口支付，由街口網絡股份有限公司²¹⁶全資 100% 持有，一開始營業類別僅為第三方支付，後於 2018 年取得金管會所頒發的專營電子支付執照，對於街口的中長期策略發展相當關鍵，使其支付工具從單純的綁定信用卡與簽帳金融卡支付功能，到後來可以綁定銀行帳戶，意謂其用戶年齡層可以向下開發更多的年輕學生用戶或是無卡族群。

開放電子支付帳戶得以儲值新臺幣 50,000 元，並可轉予其他的街口支付用戶，每月支付+轉帳額度擴增到新臺幣 300,000 元，街口快速於近兩年台灣行動支付市場取得領先地位，近幾年大舉透過高額的現金與點數幣回饋，創造相當高的用戶討論與忠誠。

其股東雖為新創業者、且在應用場景的生態系豐富程度也許不及主要競爭對手 LINE Pay Money 來得全方位，但本文根據金管會所揭露的 2020 年 6 月電子支付使用數據分析來觀察，街口支付在用戶數上、代收付金額、收受儲值金額、轉帳金額與支付款項餘額皆獨佔鰲頭，更令本研究驚訝的是，其在轉帳金額部分打破過去我們所認知的 LINE Pay Money 在社交場景的絕對優勢，也就是轉帳金額的市場利基應該是來自於好友轉帳、發紅包與群組分帳等社交金融應用，但街口支付僅憑藉今年農曆新年重新推出的 Jello 社交通訊平台與自身的支付 APP 業務，就成功超車對手，這點非常值得關注與追蹤。

²¹⁶ 街口網絡股份有限公司於 2019 年 11 月更名為街口金融科技股份有限公司

縱使街口支付並沒有像 LINE Pay 一樣擁有龐大的用戶基數作為後盾支撐，但本研究認為，這或許是街口支付的最大優勢就是深化「支付」這個領域的多角化延伸，利用「支付+」這個核心思維去滿足消費者生活的方方面面，將街口支付定位為中小微商戶與消費者間的最佳溝通橋樑，以此向下深耕支付的種子。

街口支付近年與台灣大車隊合作了叫車服務，從街口支付的介面應用點選輸入所在地址，不久台灣大車隊即派遣小黃司機前來載客，乘客並可透過街口支付進行無現金支付動作，省得小黃司機找零的時間，這是相當便利的應用。

同時近兩年國內外送市場風起雲湧，不少國際品牌爭相進入台灣五大都會區推廣外送訂餐服務，街口支付當然也不會放過如此與支付、用戶及商戶間有高度連結的絕佳業務機會，因此透過自營「街口配送」與「店家自送」展開市場探索。

街口支付也在疫情期間大力推廣預先點餐服務，透過線上訂餐，線上支付的流程，省掉過去消費者在實體門市等待點餐、排隊取餐的時間浪費，同時也可以讓商戶藉由消費者預選設定取餐時間，有效將作餐流程排程化，讓消費者與商戶兩相得利，並且還可以線上預約與叫號服務，使消費者有較佳的消費體驗便利省時。

目前街口支付也與全家、萊爾富等業者合作綁定會員卡，將用戶支付與會員積點直接作串連，根據本研究團隊親身觀察體驗，過去在門市結帳的場景，時常會遇到一個情況，如：消費者選擇街口支付付款，但又要進行會員集點，因此消費者又需另外打開全家會員 app 給店員刷條碼，其才完成結帳與積點動作，一來一往間可能將花費更多的時間，又或是遇到手機停頓，網速不足的突發事件，因此透過街口支付綁定連結全家的會員帳號，以達成一付雙幣的結果，意即消費者用戶透過街口付款可同時獲得街口幣與全家會員點數，賴因於其綁定全家會員帳號，省時便利。²¹⁷

另外，金融應用也是目前街口正在積極發展的業務領域，街口支付大股東街口金融科技已取得華頓投信 25% 股權 並將其改名為「街口投信」，街口憑藉全台電子支付業者單月最高儲值金額的行業領先地位，本文相信胡亦嘉所領導的街口支付正一步步向成為「台灣支付寶」的目標前行。其於 2020 年 7 月上線的「

²¹⁷ 參沈中華、王儷容與蘇哲緯，〈紅利點數貨幣數位化創新手寫稿〉，2019 年 10 月。

託付寶」，標榜提供投資人一定比率的收益回報，然根據金管會新聞稿表示，其並未完備業務架構之適法性及消費者保護等監理要求²¹⁸且未具備負責任的創新精神²¹⁹，即貿然於市場推出服務，故該業務僅上線兩天即下架。此一事件凸顯我國電支業者於金融創新之際，應思考其業務是否符合當前我國法令規範與兼顧消費者保護之要求，以健全我國電子支付產業之發展。就此，或許業者在金融創新之際應思考進入監理沙盒試驗之必要性。

此外，街口支付也於 2020 年 7 月底上線與國泰人壽合作推出利用街口支付繳納保費的模式，本研究相信街口支付對於金融領域的創新與挑戰絕不僅於此。

（二）LINE Pay Money

LINE Pay Money 業務推出於 2018 年底，起初僅為一卡通兼營電子支付的部門業務，然隨著 LINE Pay 對於業務擴張的需要，於是透過增資方式取得一卡通 30% 股權，而間接取得電子支付執照的業務。

對於一卡通公司的策略性在於：其可與全國性乃至於亞洲區域性的社交通訊業者 LINE 產生業務合作，同時也可以跳躍式成長，就電子票證業者而言，悠遊卡獨霸地位難以撼動，悠遊卡有先進入的時間優勢，也有雙北市每日約 200 萬人次搭乘捷運的支持，難以突破競爭障礙，反倒透過兼營電子支付有一定的機會。果然與 LINE Pay 合作後，一卡通在電子支付業務大幅超越電子票證的老大悠遊卡；就 LINE Pay 的策略性而言在於：縮短取得電子支付執照的資金、時間與學習成本，且在此之前 LINE Pay 的業務屬於第三方支付，其僅能綁定信用卡與簽帳金融卡，並無法儲值與轉帳，更重要的是因為綁定連結卡式支付工具，可能 LINE Pay 就必須付給國際清算組織、發卡銀行與收單行一定比例的手續費，但如果是電子支付執照，則代表 LINE Pay 自己就是一個發卡與收單機構，自主掌握金流與提升獲利模式，這也是為何用戶使用電子支付的儲值帳戶之點數幣回饋會高於使用綁定信用卡，因為電子支付業者把本來要給其他業者的手續費分享給用戶。

此外，LINE Pay 因為自身場景源於線上社交通訊，缺乏線下實體的通路與合作夥伴，因此透過與一卡通公司合作，其便享有

²¹⁸ 參金管會新聞稿(2020)，「金管會對街口託付寶上線之回應」，2020 年 7 月 21 日

²¹⁹ 參金管會新聞稿(2020)，「金管會對街口託付寶架構之說明」，2020 年 7 月 23 日

高雄捷運與大眾交通的實體場景，本研究相信這也是 LINE Pay Money「乘車碼」推出的機會，起初僅能在高雄捷運的票閘進站使用，慢慢越來越多北部公車業者或是輕軌與其合作，該功能應用主要是以二維條碼(QR-Code)進行掃碼，電子票證的模式則是RFID，近期悠遊付的「嗶乘車」則是仰賴 NFC 技術感應，上述三種技術應用，取決於機臺設備的款式；又或是 LINE Pay Money 的繳費服務有很多的合作機關單位是中南部縣市的行政機關，其實都無形凸顯地域性的發展關鍵。

然隨著 LINE Pay 取得電子支付執照，LINE Pay 在熟人社交應用場景的使用更加如魚得水：家人親友間的轉帳、好友聚餐分攤付款、農曆新年發紅包都成為社交支付的應用場景。可以這樣解讀：LINE Pay 在臺灣市場的成功源自於其「社交+支付」的競爭護城河。隨著 LINE Pay 導入電子支付業務後，用戶可以附上可愛的貼圖與造型卡片，以訊息的方式給予朋友，以表達感謝及祝福之情。²²⁰

而從目前臺灣現有行動支付業者的發展應用來看，LINE Pay 是唯一從線上與線下兩個端口進行支付業務擴張的服務商，線上(online)從本業的社交訊息平台切入用戶使用體驗；線下則是藉由與多家銀行業者合作推出「LINE Pay 聯名卡」，以此吸引年輕用戶使用 LINE Pay，並且與商戶進行合作，透過使用 LINE Pay 聯名卡的高點數回饋，刺激用戶再使用 LINE Pay 或是 LINE Points 進行消費支付折抵，打造生態圈發展策略。

LINE Pay 掌握優勢，讓用戶透過：(1)實體聯名卡簽帳支付取得點數；(2)LINE Pay APP 支付取得點數，以上兩大途徑快速取得大量 LINE Points。

值得注意的是「LINE 酷券」業務。LINE 透過其大量用戶議價優勢，將許多通路業者納入其合作夥伴，如：7-11、全家、家樂福與大潤發等與生活息息相關的品牌。消費者透過 LINE 酷券可購買優惠的商品券，利用 LINE Pay 進行支付，用戶可獲得較其他平台更高的點數回饋，且消費者取得的點數幣等值一元新臺幣，可折抵消費金額外也可兌換咖啡券或是禮券，鼓勵用戶一直透過 LINE Pay 進行支付。LINE Points 就是消費者的激勵因子。

²²⁰ 本小段後之關於 LINE Pay Money 內容改寫自沈中華、王儷容與蘇哲緯(2020)，〈臺灣行動支付發展樣貌與其對金融財稅之影響〉，《臺銀季刊》，第 71 卷第 3 期，2020 年 9 月，頁 161-162。

（三）歐付寶

歐付寶為全臺灣第一家開業的電子支付業者，由線上遊戲公司歐買尬投資成立，起初歐付寶聚焦與大量傳統市場與在地美食街合作，以此掌握行動支付最大的市場利基：「無現金」其與街口支付一樣，係掌握「現金」這個場景去加以發展。

此外，其透過停車費與水電公用事業代收等業務滿足用戶生活便利性，全臺灣的行動支付業者都在積極搶進這塊市場。然而，隨著近年其他電子支付同業大量以現金回饋、點數幣與多功能等服務或是推出相關金融應用，使臺灣電子支付市場逐漸朝向集中化發展，歐付寶的用戶數與代收付金額呈現小幅穩健成長，缺乏殺手級應用場景，是目前歐付寶最大的困境，這也是儘管目前歐付寶使用人數為臺灣用戶數前三大的電子支付業者，但其在轉帳與儲值金額卻表現不盡理想。

歐付寶之未來業務發展方向似乎將會與經營第三方支付的綠界科技合作，推出相關金流整合服務，以走出新一波經營局面。

（四）icash Pay

icash 愛金卡公司兼營電子支付，於 2019 年 11 月推出 icash Pay，應用場景與合作店家以支持統一超集團相關事業體為主。

icash Pay 的發展除了是提供電子票證 icash 的數位化延伸且在儲值金額也提高至新臺幣 50,000 元，更新增了轉帳的功能，同時單月支付+轉帳金額上限也大幅提高至新臺幣 300,000，讓過去 icash 在金額與功能上的限制獲得改善。

此外，近年統一超商積極發展電子會員錢包 OPEN 錢包，但由於其僅能綁定信用卡與簽帳金融卡且為閉鎖式消費使用，對於學生族群或是無信用卡消費者使用方便性較低，故透過電子支付業務的推出，也可以擴及更廣泛的消費族群，也成為統一集團"再"次跨入金融業的市場機會，同時，透過全方位支付業務結合自家的 OPEN POINT 點數，串連集團旗下橫跨通路、量販、百貨購物中心咖啡餐飲甜點、生機等多品牌。透過點數兌換自家集團的商品與服務，不斷地創造用戶進店消費的動機。

根據本研究認為目前其仍處於發展階段，消費者會願意嘗試使用多半還是著眼於價格敏感與特定推廣期的優惠。未來業務發展走得長遠深淺與否，關鍵是在於 icash Pay 是否真的融入消費者生活之中，又或是統一超商集團真的能夠一直創造卓越的產品

與服務，並讓 icash Pay 深化統一集團各事業體。本研究認為下一階段倘若 icash Pay 仍停留在集團內的消費支付工具，那麼用戶與消費者就缺乏下載使用的動機，因為街口支付與 LINE Pay Money 的特約合作店家更多，也可以在統一超商使用，不一定非得要下載註冊 icash Pay。

（五）悠遊付

悠遊卡公司兼營電子支付業務，於 2020 年 3 月推出悠遊付，主要應用場景仍以大眾交通工具車資支付為主，以「嗶乘車」業務為市場用戶熱點，更於之後順勢推出 1,280 元月票。

如陳亭如董事長再三重申，手機支付並非取代卡片，「一卡十一付」才是他們心中完美組合。「一定要為弱勢族群保留最方便無現金支付」，因為悠遊卡還有外籍移工、年長者、學生等客群，不可能為了推廣悠遊付，就捨棄這些族群。²²¹

悠遊付作為悠遊卡的數位化延伸，因此強調一卡一付的發展策略，悠遊付之業務深化，更可以提升與用戶的交流互動，因為悠遊付有 APP，可以主動推送合作店家的行銷優惠資訊，也可以供用戶查詢消費乘車紀錄等，提升用戶體驗。另外，悠遊付的推出，也讓悠遊卡公司能夠與電子商務業者合作成為特約店家。因為過去的悠遊卡支付需要實體小型機台感應，一般消費者家中是不會有這樣的設備，而隨著悠遊付的推出，用戶可以透過電商 APP 直接點選悠遊付支付，又或是透過掃描網頁版的 QR-Code，即可支付，如：2020 年 7 月底悠遊付首先與 PChome 合作上線。悠遊卡公司之業務從線下實體走向線上虛擬，一切賴因於悠遊付業務的推出。相信後續會有更多的數位化應用推出。本研究認為，悠遊卡與悠遊付並非零和關係，而是互補與數位化延伸。

（六）橘子支

2016 年由遊戲橘子、樂點 GASH、玉山銀行、台灣大車隊、中興保全、全家便利店共同出資成立，主要應用場景以線上遊戲為主，因為過去玩家想要購買儲值點數必須先到鄰近的便利店儲值，此過程不僅浪費玩家時間，更重要的是發行商需支付給通路業者高百分比抽成，對於玩家體驗與遊戲發行商獲利都是極為不

²²¹ 參沈瑜，〈悠遊卡成立 20 年才玩行動支付，如何靠「悠遊付」彎道超車？〉，《遠見雜誌》，2020 年 5 月，載於：<https://www.gvm.com.tw/article/72760>。

利，因此透過電子支付即可在家進行線上繳費儲值，透過支付管道的便利性，可以降低玩家感知，刺激更多的遊戲消費儲值

此外，橘子支透過股東結構的多元性，去提供自身業務發展的支持，如：用戶可以到全家 MyFamiPort 事務機輸入儲值金額並列印輸出條碼單去櫃台結帳，金額就會自動儲值到橘子支的帳戶中；又或是合作店家如要提領橘子支帳戶中的錢，則使用玉山銀行帳戶可減免 10 元的手續費等。更重要的是，本文注意到中興保全、台灣大車隊等屬於金流豐沛的行業，如果能夠與橘子支有更深入的業務結合，則對雙方業務發展具有潛在成長性。

（七）ezPay 簡單付

ezPay 簡單付由簡單行動支付股份有限公司經營，2019 年智冠科技和藍新科技母公司全達國際以股權轉換的方式整合旗下四間子公司，分別為智付寶、智通數位、藍新金流和台灣電子支付²²²。

ezPay 簡單付主要業務場景為線上遊戲應用，賴因於其大股東智冠科技為臺灣指標線上遊戲業者，旗下業務 MyCard，更是臺、港、澳三地市占率最高的遊戲點數儲值通路。或許一般社會大眾對於遊戲點數儲值的業務發展，並無過多關注，但在業界點數遊戲儲值是掌握遊戲金流的生殺大權，更有國內遊戲龍頭於 2018 年積極透過公開市場加碼持股智冠科技，並有意取得董監席次，主要就是著眼於：掌控儲值通路即掌握遊戲同業金流咽喉。本研究提及上述事件，意在強調支付金流的重要性，不容小覷。

然而，然隨著玩家遊戲體驗的創造以及降低實體便利店的高抽成，國內遊戲業者積極跨入電子支付業務，如：遊戲橘子與 GASH 樂點儲值所投資的橘子支、由線上遊戲公司歐買尬所成立的歐付寶，皆為這樣的發展背景。

隨著 2018 年 ezPay 簡單付歷經母公司換股合併後，漸漸導入發展電商金流的代收付，並且與母公司藍新科技達成更加緊密的業務合作，更在 2019 年 9 月上線 Alipay 跨境收款業務。

本研究認為，國內電子支付業者發展朝向大者恆大局面，ezPay 簡單付難以朝向一般商家及民眾的小額消費支付業務發展，

²²² 2013 年智付寶由線上遊戲公司智冠成立，2016 年智付寶取得電子支付執照，並於 2018 年 2 月智付寶推出「Pay2go 電子錢包」正式上線。而 2016 年 12 月藍新科技出資成立電子支付公司「ezPay 台灣支付」。

換股合併後，智冠持股藍新科技 59% 股權，原母公司全達國際持股稀釋降為 20%，ezPay 台灣支付成為消滅公司，而智付寶則是存續公司，並更名為簡單行動支付股份有限公司，由藍新科技 100% 持有。

未來有極大的可能，是與大股東藍新科技或是智冠科技在金流整合解決方案，去強化發展電子商務乃至於跨境業務的金流代收付。

(八) 國際連:

成立於 2016 年，是金管會開放電子支付專營執照的第一批業者，由 PChome 旗下金流公司支付連²²³全額出資成立，主要應用場景聚焦於線上電商買賣家的貨款代收付等。惟根據金管會所揭露提供相關用戶數與金流代收付金額，相較其他同業較不活絡，未來業務還有很大的發展空間。另根據本文分析，網家 PChome 目前主要的行動支付業務仍聚焦在業務類別為第三方支付的 Pi 錢包²²⁴，透過與玉山商銀合作推出 Pi 錢包聯名卡，強調在自家電商平台消費可享有高額的 P 幣回饋，作為消費者忠誠與營運重心，也拍享券的推出，創造用戶點數體驗等。2020 年 9 月國際連母集團 PChome 宣佈旗下兩家經營第三方支付公司拍付國際與支付連進行整併，未來業務發展方向有待觀察。

參、我國跨境支付發展現況與前景

一、發展歷程²²⁵

2014 年，玉山銀行看準跨境電商的潮流與消費者愛買淘寶的市場需求，領先同業推出「淘寶跨境 e 指購」。在過去，沒有信用卡或是支付寶的消費者僅能透過不知名的第三方，使用其支付寶代為支付貨款價金，這過程中出現許多交易糾紛，如詐欺與洗錢的疑慮，因此玉山銀行抓準機會讓消費者也能透過轉帳和 WebATM 付款。

隨著 2015 年我國金管會推出電子支付機構管理條例，其中便開放電子支付業者從事跨境支付之相關業務，2016 年隨著大陸觀光客大舉來台，順勢推出支付寶在臺進行消費支付的應用。玉山銀行深耕於中國大陸電子商務、陸客來臺旅遊、臺灣店家業者線上收款等業務，也促使玉山銀行一直雄踞銀行業兼營電子支付的龍頭寶座。

2019 年 4 月 24 日，金管會發布「與境外機構合作或協助境外機構於我國境內從事電子支付機構業務相關行為管理辦法」

²²³ 支付連由 PChome 網家與露天拍賣成立

²²⁴ Pi 錢包之營運公司為拍付國際資訊，由 PChome 網家出資成立

²²⁵ 本小段改寫自沈中華、王儷容與蘇哲緯(2020)，〈臺灣行動支付發展樣貌與其對金融財稅之影響〉，《臺銀季刊》，第 71 卷第 3 期，2020 年 9 月，頁 156-157。

(下稱跨境合作辦法)第 4 條第 1 項第 6 款之解釋令，開放電子支付機構(含專營及兼營)得「提供客戶於我國境外利用電子支付帳戶進行實體通路實質交易價金匯出之代理收付款項服務」(以下稱本服務)，與「提供或接受客戶委託就本服務所生款項匯出辦理結匯及外幣匯款服務」，並訂定相關管理規範²²⁶。

2019 年 12 月，LINE Pay 宣布與一卡通、日本 LINE Pay、泰國 Rabbit LINE Pay、韓國 Naver Pay 與 PAYCO 等國際行動支付品牌，成立行動支付跨境聯盟，在臺灣啟動跨境支付服務。

2020 年 1 月 14 日街口支付更是搶先其他電子支付業者率先推出跨境支付之業務；2020 年 2 月 20 日悠遊卡也與琉球銀行合作，推出臺灣旅客持悠遊卡也可在日本進行小額支付消費，算是一大創舉與突破。本文認為，各家電子支付與電子票證業者紛紛選擇日本作為攤頭堡，相信除了是因一年有近 500 萬人的臺灣旅客前往日本作為海外旅遊的選擇，更重要的是 2020 年日本東京奧運具有一定指標意義。惟 2020 年 1 月中全球爆發新冠疫情(Covid-19)，阻斷了 2020 年臺灣電子支付跨境支付元年更進一步的發展。

二、業者發展情況

根據翁世吉、林宗達、時薇茜(2017)定義，跨境電子支付交易主要型態可分為：跨境匯出(Cash Outbound)代理收付款項服務、跨境匯入(Cash Inbound)代理收付款項服務，以及跨境匯出入 O2O (Offline to Online)代理收付款項服務，本研究新增跨境匯出 O2O 服務(Offline to Online)。

【表 4.1.6】跨境電子支付模式說明

項目	跨境匯出服務 (Cash Outbound)	跨境匯入服務 (Cash Inbound)	跨境匯入 O2O 服務 (Offline to Online)	跨境匯出 O2O 服務 (Offline to Online)
功能說明	國內消費者至境外網路商城(如淘寶網、天貓等)購物時，選擇使用我國金融機構發行之晶片金融卡，以新臺幣支付購物款項之服務。	提供境外機構客戶於臺灣網路商店購物時，選擇採用境外第三方支付工具付款之服務。	提供境外機構客戶於我國實體商店消費時，使用線上掃碼支付工具付款之服務。	國內消費者於境外實體商店消費時，打開電子支付 APP 進行支付工具付款服務。

²²⁶ 參金管會新聞稿(2019)，〈開放電子支付機構提供客戶於我國境外實體通路利用電子支付帳戶從事支付之代理收付款項服務〉，金管會，2019 年 4 月 23 日。

使用情境	我國晶片金融卡持卡人於與境外機構合作之網站，進行消費付款。	境外民眾於我國網路商店消費，並以境外第三方支付工具付款。	境外民眾於我國實體商店(如百貨公司、便利商店、夜市等)消費，並以線上掃碼支付工具(如支付寶)進行付款。	我國民眾於境外觀光、工作與就學等一般生活消費支付皆可以使用於當地實體門市付款
------	-------------------------------	------------------------------	---	--

資料來源:全球數位金融浪潮「跨境電子支付平台」啟航，財金資訊季刊 No.87，2017 年 1 月，頁 5。本研究新增跨境匯出 O2O 服務(Offline to Online)表格內容補充說明。

【表 4.1.7】主要業者跨境支付發展情況

業者	玉山商業銀行 ESUNPAY	LINE Pay Money	街口支付	悠遊卡
業務種類	銀行業 兼營電子支付	電子票證 兼營電子支付	專營電子支付	專營電子票證
模式種類	1.跨境匯出服務 2.跨境匯入服務 3.跨境匯入 O2O 服務	1.跨境匯入 O2O 服務 2.跨境匯出 O2O 服務	1.跨境匯出服務 2.跨境匯出 O2O 服務	1.跨境匯出 O2O 服務
相關國家	中國大陸、日本	韓國、泰國、日本	日本	日本
合作業者	淘寶、天貓 NTT DATA	PAYCO NAVER Pay Rabbit LINE Pay LINE Pay.JP	蝦皮購物 日本新生銀行 SBPaymentsService 樂天銀行 InComm Japan	琉球銀行

表格來源:本研究製作整理

1.玉山銀行：

算是過去 4 年間，臺灣銀行業兼營電子支付策略定位最為明確的業者，透過專屬於玉山銀行客戶的優惠，可能提高潛在的開戶數更重要的是擁有豐沛的用戶人數與代收付金流。

玉山銀行在跨境電子支付業務的策略就是定位在跨境電子商務金流代收付，並且推出淘寶與天貓的跨境匯出金流代收付，深受網購族所喜愛，因為透過 ATM 或是網路銀行轉帳至虛擬帳號即可完成付費；而跨境手機支付(跨境匯入 O2O)即是讓大陸觀光客與留學生來到臺灣時直接使用中國大陸的支付寶，即可完成店家消費，不須再帶著銀聯卡來臺灣的 ATM 進行新臺幣提領，省去匯兌成本與提領手續費，更重要的是透過支付寶來臺灣消費，大陸用戶還會有優惠券以及支付寶平台旅遊攻略與評價，因此有效提高旅行的體驗；另外就是兩岸支付通(Cash Inbound)業務，主要就是協助臺灣的品牌業者將商品與服務販售至中國大陸，再由玉山銀行進行價金的代收付。隨著近幾年兩岸的特殊發展，本研究注意到玉山銀行也將跨境電子支付漸漸移向東南亞國家發展，

由於玉山銀行相較其他電子支付業者，在支付 APP 的業務上不具有競爭優勢，因此不會貿然搶進跨境匯出 O2O 服務(Offline to Online)，而會專注於入口網站的跨境電商金流整合代收付相關業務。

【表 4.1.8】玉山銀行電子支付之跨境業務比較分析

模式	跨境 e 指構 (Cash Outbound)	跨境手機支付 跨境匯入 (Offline to Online)	兩岸支付通 (Cash Inbound)
對象	To C(臺灣買家)	To B(臺灣賣家)	To B(臺灣賣家)
屬性	台灣消費者在境外電商平台購物支付新臺幣，大陸賣家收取人民幣	大陸消費者來台灣，在實體門市消費，利用 QR-Code 掃碼付錢。	大陸消費者在台灣網路商店購買商品，付款人民幣，台灣商家收台幣
到帳時間	現繳款，現成交	交易日後五個工作天轉入商家玉山帳戶	每月 9、19、29 日撥款入商家玉山帳戶
匯率	淘寶與支付寶所訂的匯率	與境外機構支付寶間之臺幣兌美元匯率為臺灣銀行每營業日上午 9:30 美元現鈔買入牌告匯率加計服務手續費	玉山銀行與中國人民銀行每日牌告匯率由人民幣轉換成新臺幣
每月限額	30,000 新臺幣	未揭露 (銀聯卡每日一萬，每年上限 10 萬人民幣)	無限額
商家與平台	中國大陸：淘寶、天貓 日本：NTTD	台北 101、7-11、全家、誠品書店、維格餅家等大型企業、寧夏夜市與六合夜市小型攤商	四方通行(交通)、天下遠見、誠品書店 8591 交易平台、MyCard(遊戲點數儲值)、網銀國際(遊戲點數儲值)
身份認證	需要身分證 ID，玉山銀行自動幫助結匯申報	僅限持有大陸身份證的支付寶用戶，台胞證用戶無法使用。	需擁有公司登記證明

表格來源:本研究製作整理

2.LINE Pay Money：

LINE Pay 與一卡通公司於 2019 年 12 月推出跨境支付聯盟的新聞發布會，目前具體業務尚未推出。本文認為其業務優勢在於母公司日商 LINE Pay Corporation 的業務是遍及亞洲地區(日本、韓國、泰國)，因此對於其在發展跨境業務上相較同業有更好

的先天優勢。另本研究也注意到一卡通公司 108 年度之營業報告書中提到：與中國大陸的支付寶合作推出跨境業務，未來發展動向是發展跨境匯入還是匯出，目前本研究不得而知，會持續密切關注。

3. 街口支付：

街口支付目前在跨境匯出服務上與蝦皮購物海外合作，該類型支付目前僅能以街口儲值帳戶與其所綁定的銀行帳戶進行支付；透過街口支付金額，用戶可得到 2% 的街口幣，倘若用戶以傳統的信用卡，則會面臨到 1.5% 的海外刷卡手續費，一來一往差了近 3.5%，成功改變用戶習慣；另外在跨境匯出 O2O 業務上，街口也與日本多家支付金流業者展開合作，將其合作特約店家與街口支付合作。在匯率方面，街口的合作銀行為台新銀行，每天早上會於街口 App 中公布每日匯率，胡亦嘉表示，因為與銀行大量批次換匯，提供市場最優匯率，將以現鈔賣出價為基底，再優惠千分之 2.7。²²⁷

三、未來發展

隨著兩岸關係的特殊化發展，將影響與改變我國電子支付業者在選擇與境外機構合作或協助境外機構合作業務上的發展。本文研究認為有以下幾大跨境支付業務趨勢，值得主管機關注意：

1. 兩岸關係特殊發展：

過去五年，臺灣電子支付業者與境外機構業者的合作，最為廣泛與討論的模式，除了臺灣民眾到淘寶購物支付外的跨境匯出服務(Cash Outbound)，非屬跨境匯入 O2O 服務(Offline to Online)，後者之業務模式即為中國大陸觀光客或是學生來到臺灣的夜市攤販、藥妝店、101 購物中心還有隨處可見的便利商店，透過支付寶、微信支付兩大主要平台，進行實體門市小額消費²²⁸。

惟隨著兩岸關係的急凍，中國大陸方面從 2019 年 8 月 1 日起停止辦理來臺自由行的 G 簽，各省市陸客團體旅遊來臺出團數也大幅減少；另陸生來臺的研修生和交換生數量也是呈現下滑趨勢。且 2020 年 1 月爆發新冠疫情後，更加限縮陸客、陸生來臺的機會，漸而影響電子支付在跨境匯入的發展。

²²⁷ 參陳君毅(2020)，〈補貼金額上看 2 億元！街口支付日本也能用，不只免手續費還開放 20% 高額回饋〉，數位時代 BNEXT，2020.1.14，載自：<https://www.bnext.com.tw/article/56275/jkopay-japan>

²²⁸ 此處支付寶、微信支付，僅限於持中國大陸身分證的用戶方可來臺消費使用，如持有台胞證的用戶是無法享有此業務，賴因於中國大陸對於第三方支付業者推行實名制認證。

2.陸資跨境電商不對稱競爭，衝擊我國稅基與業者競爭：

自從我國的玉山銀行推出「淘寶跨境 e 指購」的金流代收付業務後，國人前往中國大陸的淘寶與天貓等電商平台購物的金額與習慣日趨普及，此舉恐增加境內與境外電商不公平的競爭，甚至境外電商透過較低的成本優勢與我國財政部無法課到關稅與營業稅的漏洞，將大量價廉質優的商品賣入臺灣，造成本地電商平台經營風險與壓力提高。

不過，本研究也注意到，財政部關務署於 2020 年 5 月推出「EZ WAY 易利委」的快遞收貨人實名制 APP，規定我國民眾以身分證字號綁定一組電話號碼，以此落實民眾跨境購物時的資訊落實；另，早前於 2018 年 1 月 1 日開始民眾跨境購物之單筆免稅額也由原本的新臺幣 3,000 元降為 2,000 元，且半年內進口超過 6 次以上，也將會課徵關稅、營業稅等，由此可見，跨境電商購物的交易限制將日趨嚴謹，勢必將衝擊我國電子支付業者在從事跨境匯出服務(Cash Outbound)時的業務發展。

3.後疫情時代，出國旅遊的爆發與機會。

如前文所言 2020 年原為臺灣電子支付跨境支付元年，但因受到疫情影響阻礙發展，本文認為倘若下半年疫情受到有效的控制、各國疫苗如期生產製造，再加上東京奧運的延期舉行催化下，那麼明年 2021 年可能將會是臺灣電子支付業者"再"經營跨境匯出 O2O 服務(Offline to Online)的發展重心，短期電子支付的使用國家仍會聚焦在亞洲地區的國家，如：日本、韓國、東南亞等國。

原因在於，上述這些國家為臺灣民眾普遍較為接受的旅遊市場，在旅遊型態上擁有較高的自由行比率，意即用戶自行掏錢支付餐飲、住宿與交通費的機會較多，而不像傳統跟團旅行，由旅行社全包，在消費購物型態也較為類似，較具使用跨境電子支付的驅動力，再加上上述幾國目前也積極發展行動支付，倘若與臺灣的電子支付業者策略結盟，或許也可以幫助自身平台用戶來到臺灣消費時使用，即跨境匯入 O2O 服務(Offline to Online)產生業務上連結。反倒歐、美國家因商業交易多仰賴信用卡與簽帳金融卡，因此臺灣業者要在當地找到適當的合作夥伴較為不容易。

4.東南亞市場成長快速，臺商必爭之地

此處業務發展模式主要是以跨境匯入服務(Cash Inbound)為主，意即臺灣的業者透過跨境電商將商品服務賣到國外，同時境

外消費者透過當地的電子支付來支付給臺灣的賣家，以此作為金流代收付的角色。

SHOPLINE 與 Facebook 攜手發布之「2020 跨境電商白皮書」集結全球電商產業與跨境電商的洞察深度解析全球電商跨境銷售的現狀，同時解密台灣品牌出海的新策略——前進東南亞。白皮書中指出，東南亞市場除因地利之便外，產業結構與潛力商品均與台灣相似，是台灣品牌跨境首選²²⁹。

另 2020 年 3 月玉山銀行已於東南亞指標的金流服務商 Razer Merchant Service(RMS)合作，目標是要達成雙向市場的連通，意即臺灣消費者可到東南亞的跨境電商平台購物支付金流；同時臺灣的賣家也可以更輕鬆將商品出售到海外，並透過玉山銀行的電子支付帳戶去收受海外消費者的價金。

新南向政策是近年政府積極推展的方向，或許是臺灣商家的機會，本文也注意到臺灣電商龍頭的 PChome 也於 2015 年與泰國當地臺商泰金寶合資經營 PChome Thai，順勢協助臺灣商品販售至泰國另以新加坡起家的蝦皮購物積極布局東南亞與臺灣市場，蝦皮是否後續進一步推出臺貨南進的跨境電子支付商業模式，值得注意。

肆、我國第三方支付發展

第三方支付主管機關為經濟部商業司，無資本額限制，僅有不具法律效力的自律規範約束，第三方支付業者必須符合以下經濟部訂定的事項與自律規範：

1. 第三方支付服務定型化契約應記載及不得記載事項。
2. 「信用卡收單機構簽訂『提供代收代付服務平臺業者』為特約商店自律規範」。

第三方支付發展分為兩類。第一類為狹義的第三方支付：當買家與賣家有不對稱訊息，為了保障買賣雙方的權益，確保線上交易的雙方能夠進行履約義務，保障金流與商品流確實到達雙方手中，買方先將價金交予第三方支付業者保管，待買方取得商品確認無誤，第三方支付業者再將買方價金撥予賣方。早期我國代表業者以「紅藍綠」²³⁰三家業者著稱。

²²⁹ 參蔡尚勳(2020)，〈SHOPLINE 攜 Facebook 發布跨境電商白皮書〉，《經濟日報》，2020 年 8 月 19 日，載於：<https://money.udn.com/money/story/10860/4795623>。

²³⁰ 紅藍綠業者，分別為紅陽、藍新、綠界科技三家業者為代表

隨著近年電子商務與線上平台商業模式快速崛起，第三方支付業者角色由交易金額代收付，逐漸朝向物流宅配、電子發票加值服務相關交易系統整合等滿足市場商家需要之服務，並透過收款途徑多元化，如：提供信用卡、超商條代碼及虛擬帳號等完善線上金流收款，透過提供一站式服務，以此滿足小規模店家營運成本及節省後端系統 API 串接等問題。藉著廣大合作店家以及完善的金流生態信用卡發卡組織、信用卡收單行、商業銀行及 4 大超商等業者合作強化業務關係與自有競爭力。當前平台經濟趨勢下外送平台與網路電商業者積極與第三方支付業者合作。

第二類為廣義的第三方支付。此時不再只限於保障買賣雙方的權益，而是回到直接的支付定義，強調用戶在實體商店消費過程交易無現金化，省去買賣過程不必要的時間與金錢成本浪費。如 LINE Pay、Pi 錢包與 HappyGo Pay 等業者，分別透過自身的 LINE 社交通訊、PChome 電子商務與點數平臺用戶數作為市場利基。

2016 年 12 月底臺灣最大社群通信運營商 LINE 憑藉「大平臺、多用戶、高回饋」三大優勢，推出屬於第三方支付「LINE Pay」，並與中國信託合作發行 LINE Pay 聯名卡，打造點數生態圈，創造年輕用戶討論，之後並參股投資擁有我國兼營電子支付執照的一卡通公司，將其業務延伸至電子支付業務；2018 年 8 月電商龍頭旗下 Pi 拍錢包也與玉山銀行推出玉山 Pi 錢包信用卡，將母公司的電商業務與支付進行整合。

2020 年 9 月 PChome 集團將旗下兩家第三方支付子公司拍付國際公司與支付連進行整併，可能影響目前我國電子支付雙強的局面，因支付連旗下擁有電子支付執照的國際連，則其可能針對百萬的 Pi 錢包用戶進行業務升級的動作；未來是否又會擁有以線下實體為主面向消費者的第三方支付業者進行電子支付整併動作，值得注意。

【表 4.1.9】 第三方支付業者資料

第三方支付(經濟部營業項目 I301040 第三方支付服務業)					
平臺名稱	所屬公司	組織	資本額	集團	領域
LINE Pay	連加網路商業	法人	5.47 億	LINE Corp	社交
Pi 錢包	拍付國際資訊	法人	9000 萬	PChome 集團	電商
支付連	支付連國際資訊	法人	8.5 億	PChome 集團	電商
Happy GO Pay	鼎鼎聯合行銷	部門	—	遠東集團	點數平臺

第三方支付(經濟部營業項目 I301040 第三方支付服務業)					
平臺名稱	所屬公司	組織	資本額	集團	領域
					零售百貨
Park Pay	鼎鼎企業 管理顧問	法人	0.54 億	遠東集團	點數平臺 智慧停車
旺 Pay	旺旺電子商務	部門	—	—	直銷電商
ECPAY	綠界科技	法人	1.28 億	歐買槍	遊戲
NewebPay	藍新科技	法人	11.14 億	智冠集團	遊戲
超好付	Yahoo 奇摩	部門	—	港商雅虎資訊 股份有限公司 (Verizon)	電商與 搜尋網路
Yahoo 奇摩 輕鬆付	Yahoo 拍賣	部門	—	港商雅虎資訊 股份有限公司 (Verizon)	電商與 搜尋網路
醫指付	大洸醫院管理顧 問	法人	300 萬	—	醫療 整合
網址付	紅陽科技	部門	—	—	

表格來源:沈中華、王儷容與蘇哲緯,臺灣行動支付發展歸類與探討,存款保險資訊季刊第 33 卷第 1 期,2020 年 3 月,頁 76。

伍、我國電子錢包發展概況

一、定義

電子錢包目前並無特定的專法進行管制,主管機關為經濟部,業者基本上可能需符合以下定型化契約(按行業類別有所差異):

- 1.零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項
- 2.零售業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項
- 3.餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項

另針對電子錢包業者面向用戶所預收之儲值金與寄售商品(服務),需專款由信託專戶保管或是獲得銀行十足額履約保證。

根據沈中華,王儷容與蘇哲緯(2020)給予其以下定義:

電子錢包:「僅可在發行電子錢包的店家使用,是一種封閉型的支付,將過去實體禮券、禮物卡與會員卡轉化為 APP 形式,兼具無現金支付與累積會員點數與店家寄售商品三大功能。」例如:全家的 My FamiPay、全聯的 PX Pay、家樂福的 Carrefour Wallet 與 7-Eleven 的 OPEN 錢包,電子錢包的支付使用只限在發行業者本身。

二、發展特色

(一)封閉式商戶消費

只能在自家店消費，各家零售業者推出「電子錢包」，最大的目標就是要簡化其線下通路的交易繁瑣流程與時間成本，例如：掏錢、會員集點、找零、排隊、點餐以及列印發票等流程，目標為無現金、無紙化、無實體化，並且透過自有 APP 內建支付功能，掌握商戶自主金流。此係因過去消費者使用信用卡或是其他行動支付平台進行消費時，店家難以知曉用戶消費樣貌。

(二)線上會員帳戶

電子錢包也可以稱為「實體儲值會員卡的電子化」，有別於過去消費者必須拿出實體會員卡進行會員點數積累，發展至今統一 7-Eleven 也逐漸延伸至檔期式的商品兌換積點，即過去滿額集點的可愛卡通人物造型或是進口鍋具的貼紙也可透過 OPEN POINT APP 進行積點行為，確實十分便利。

本研究認為更重要的是實體會員卡，可能是所謂家庭卡，即一家人消費支付時皆以單一卡片作為會員積點的選擇或是 A 卡 B 用，造成店家業者在消費者型態樣貌形塑時，出現偏誤；這概念套用在近年的臺北捷運 1,280 元月票也頗為貼切，用戶可能將有月票之悠遊卡共享與親朋好友，此時雙北市政府在分析規劃捷運與公車交通路線²³¹時，可能造成不準確的情況，但是透過電子支付 APP 的悠遊付進行乘車，則因必須承載個人信用卡或是銀行帳戶，因此用戶出於個人隱私資訊或是金融工具就難以出借給他人，並精準化用戶的交通乘車路線。然隨著智慧手機的普及，APP 商業模式發展，更加重視個人化使用表現，因為智慧型手機內含個人極高的隱私資訊與秘密，透過電子錢包 APP 的發展與導入將有助於零售商在相關應用與發展上，更精準知曉其用戶特性，投以適合之行銷優惠資訊與產品服務。

(三)消費者自助訂單

以餐廳開發的電子錢包為例，消費者藉由手機 APP 功能預約點餐，甚至自行選擇適宜的時段取餐，而同時電子錢包內建支付功能，因此省去結帳時間，對於消費者與商戶效率大幅改善，像是摩斯漢堡的 MOS Order APP，就可透過選取指定門市與時段進行取餐服務體驗。

²³¹ 2019 年 7 月 1 日開始雙北公車，上下車時皆需要感應電子票證，目的就是要了解用戶的乘車習慣以此優化公車路線

另外隨著近兩年國內零售業者，小至便利超商、大至量販店等通路，皆不斷嘗試探索發展無人零售與消費者自助收銀服務，如：統一超商的 X-Store，大潤發與家樂福曾經分別推出無人商店；另外臺灣社會走向高齡化發展不利於人力密集的零售結帳收銀，故店家也開始倡導鼓勵消費者使用自助收銀機，透過輸入會員電話、掃描商品條碼、並開啟行動支付進行支付即可完成結帳支付；當然隨著零售商自營 APP 出現，消費者直接刷取條碼即可一次完成會員積點消費支付與發票收據明細，達成結帳「一機完成」的支付流程。

(四)線上寄售商品

零售通路商透過電子錢包或是手機 APP 介面，向用戶推播商品的優惠活動提供用戶進行線上購買，以「整買零取」與「現貨店取」兩大服務，創造用戶流量，意即消費者透過手機 APP 大量購買後，可選擇分批次換取或是一次兌換帶回家，在價格上較為實惠。此外在目前臺灣電子錢包功能設定中，消費者一次購買大量商品後，也可透過電子錢包或 LINE 傳送商品條碼送給親友，供其直接進行兌換，創造社群性與便利性的用戶體驗。如全家便利店的咖啡寄杯服務、或是全聯於 2019 年 10 月底所上線的「PXGo!全聯線上購」，皆為此種經營特色。

(五)支付金流僅可透過綁定信用卡或是儲值金支付

電子錢包帳戶僅可綁定與商戶有合作的信用卡(或是簽帳金融卡)，並利用信用卡(或是簽帳金融卡)或至推出 APP 的實體零售通路，透過現金²³²方式進行儲值，消費者亦可於下次消費時以儲值金進行支付，或是有些零售 APP 也可以透過錢包帳戶中的儲值金「轉贈」²³³給朋友。經本研究分析，這樣的觀念事實上就是消費者預先購買數位化禮券或是禮物卡，並透過 APP 轉送給朋友。此外，電子錢包中的儲值金或是商戶預先寄售的商品，也需交由信託專戶保管或是銀行十足履約保證，以此保障消費者權益。

【表 4.1.10】電子錢包業者資料

電子錢包(經濟部無特別營業項目)				
錢包名稱	所屬公司企業	組織	集團	業務領域
My FamiPay	全家	部門	全家便利店	連鎖便利店
OPEN POINT APP	統一超商	部門	統一超商	連鎖便利店

²³² 目前可現金儲值消費的電子錢包業者有全家 Fami 錢包、全聯 PX Pay、家樂福 Carrefour Wallet。

²³³ 目前可儲值金轉贈與朋友的電子錢包有全家 Fami 錢包與家樂福 Carrefour Wallet。

電子錢包(經濟部無特別營業項目)				
錢包名稱	所屬公司企業	組織	集團	業務領域
	7-Eleven			
Hi pay	萊爾富	部門	光泉汪氏家族	連鎖便利店
OK Pay	OK	部門	來來百貨	連鎖便利店
PX Pay	全聯	部門	全聯實業	超市通路
Carrefour Pay	家樂福	部門	法商家樂福 統一集團	量販店
臺北 101 Pay	101	部門	臺北 101	百貨商場
Skm pay	新光三越	部門	新光集團	百貨商場
Breeze Pay	微風廣場	部門	微風集團	百貨商場
GM Pay	環球購物中心	部門	冠德集團	百貨商場
京站 Q Pay	京站	部門	日勝生	百貨商場
Watsons Pay	屈臣氏	部門	屈臣氏 (港商長和)	藥妝通路
Cama pay	cama coffe	部門	—	連鎖咖啡
黑貓 Pay	黑貓宅急便	部門	統一集團	宅配物流
中油 Pay	臺灣中油	部門	臺灣中油	加油站
大潤發會員 APP	大潤發	部門	法商歐尚 潤泰集團	量販店
85 度 C	85 度 c	部門	美食達人	連鎖咖啡
新光影城	新光影城	部門	—	娛樂影城
六角國際	六角國際	部門	—	連鎖茶飲
Mos Order	摩斯漢堡	部門	東元集團 (安心食品)	連鎖速食

表格來源:沈中華、王儷容與蘇哲緯,臺灣行動支付發展歸類與探討,存款保險資訊季刊第 33 卷第 1 期,2020 年 3 月,頁 78。

陸、我國裝置載體支付發展

一、定義

金管會(2016)對裝置載體支付以「數位支付服務供應商」(Digital Payment Service Provider)稱之²³⁴,例如,外國公司提供“Pay”的服務,如 Apple Pay、Samsung Pay、Google Pay,這些 pay 與信用卡發卡機構合作,則相當於信用卡裝在手機裡面,透過持卡人進行信用卡(或簽帳金融卡)進行綁定,平臺本身並不涉及交易款項的代收付移轉,僅提供實體卡片數化延伸,所以我們可以想成它將「信用卡無實體化」,而這些外國公司就是裝置載體支付商,透過裝置生產商所擅長的科技技術,去達成用戶在支

²³⁴ 參金管會(2016),「信用卡業務機構辦理手機信用卡業務安全控管作業基準」,2016 年 6 月 3 日

付簽帳過程中的方便性與資安保障，它們推動的 pay 就是「裝置載體支付」。

而近年受到國人所關注的「台灣 Pay」的業務，基本上也是裝置載體支付，只是它有一特色是它也可綁定金融卡與網路銀行帳戶進行轉帳與消費。過去我們都認為金融卡的功能就是提款與轉帳，然隨著共同 QR-Code 的出現建立，其實也給與我國金融卡與銀行帳戶的轉化，亦即台灣 Pay 也提供了一個實體卡片或是銀行帳戶的載體。

裝置載體支付始於 2016 年 5 月銀行公會提出的「信用卡業務機構辦理手機信用卡業務安全控管作業基準」，規範銀行與裝置支付業者的合作，並探討開放外資裝置支付業者進入台灣行動支付市場。2016 年底，Apple、Samsung 等智慧手機品牌與作業系統商的 Google 才開始在台灣推出相關業務。

裝置載體支付有以下兩大特色：第一：上述的第三方支付的 pay，或電子支付的”pay”這些行動支付業者都叫作「Pay」，但前二者的 pay 關心支付金流、儲值、轉帳，但裝置載體支付專注在支付。第二：它並不受任何專法監管，但它必須符合行動信用卡業務安全控管作業基準，因為它是信用卡無實體化的數位載體。

【表 4.1.11】裝置載體支付業者資料

A. 載具業者(手機裝置/穿戴式裝置)，無相關經濟部營業項目				
平臺名稱	所屬公司	組織	資本額	股東
Apple Pay	Apple	部門	—	外資
Samsung Pay	Samsung	部門	—	外資
Google Pay	Google	部門	—	外資
Fitbit Pay	Fitbit	部門	—	外資
Garmin Pay	Garmin	部門	—	僑外資
B. 財金公司主導，提供卡片載體平臺與整合 QR-Code，無相關經濟部營業項目				
台灣 Pay	臺灣行動支付股份有限公司	法人	6 億	1.財金公司 2.財團法人聯合信用卡處理中心 3.財團法人台灣票據交換所 4.合作商銀 5.第一銀 6.彰銀 7.兆豐銀 8.台新銀 9.北富銀 10.新光銀

表格來源：沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 80。

柒、我國後支付發展現況與前景

一、發展歷程

我國主要兩類型之創新後支付模式以「無卡後支付」、「無卡分期」為主，發展背景係因於我國電子商務快速發展，為創造較佳且完善用戶體驗，因而快速於我國相關消費支付場景滲透與發展，滿足不同屬性的消費者需求。

2018 年 6 月，電商平台業者 Yahoo 奇摩購物中心便宣布與國內知名租賃業者中租控股旗下子公司仲信資融合作，推出「無卡分期」業務，刺激電商本業之發展。無卡分期業務本意就是讓沒有信用卡的用戶也得以享有分期付款的體驗，更可以購買中、高單價的商品，分攤消費者負擔金額。此舉在當年度電商業界引起一股潮流。當年度 11 月仲信資融正式推出自有「中租零卡分期」APP，並透過 APP 及手機定位功能，完善提供用戶及實體與線上的合作店家。

2019 年 3 月，在日本經營長達 17 年的無卡後付業者日商恩沛(Net Protections)正式進軍台灣，與國內電商龍頭業者 PChome 推出 AFTEE 後支付服務，有別於「無卡分期」，恩沛所推出的無卡後支付，就是指消費者不需要信用卡，等待取到商品後一定時間內，再透過超商或是 ATM 進行支付繳款動作即可。²³⁵但這是當期就必須完成貨款金額的支付，並無法分期付款。

另外近三年我國金融新創業者盈士多科技(INSTO)快速發展多元支付模式，據本研究分析其商業模式，其主打「手機就是刷卡機」的功能，提供買賣雙方交易金額代收付²³⁶APP 平台，用戶可綁定信用卡、簽帳金融卡或是銀行帳戶即時圈存扣款服務²³⁷，公司初期從個人分期著手，而後開始切入定期付款、單次收款等模式。其發展目標是要改善中小型商家或是個人賣家，因營業規

235 參蔡曜蓮(2019)，〈勸敗滑世代網購有新招 快支付成敲門磚〉，《今周刊》，2019 年 4 月 24 日，載於：<https://reurl.cc/D6bDQN>

236 本研究針對中租零卡分期母公司仲信資融與盈士多科技之經濟部工商登記與營業項目可見前者以應收帳款收買業務、金融機構金錢債權收買業務等；而後者則有第三方支付服務業，並無債權相關業務

237 本研究認為當用戶選擇使用透過帳戶即時圈存扣款服務(eAch)時，方可稱其為無卡分期業務，因此時並不涉及信用卡的分期效果，可以想成就是自動扣款設定。

模較小、刷卡機租金費用較高或是其主要應用場景在於線上等，因而導入該項服務。

有別於我國電商平台與融資租賃業者推出的無卡分期業務是向賣家收取交易手續費、買家分期利息；盈士多盈利模式僅為向賣家請款時的分期信用卡手續費約 2%。因此在此過程其並不涉及債權移轉與利息收入等行為，可以將其視為綁定金融工具的代收自動扣請款服務。

二、業務定義

(一)無卡後支付：

過去幾年支付產業的發展，一般只要提到後付(Pay After)的代表就是信用卡，然隨著無卡後支付的出現，過去信用卡擁有較高之申辦門檻、可能會有盜刷疑慮或是對於消費者取得產品後也無一定的鑒賞等待期，或是退貨退款等保障。

無卡後支付的平台業者本質上就是當消費者購物後，先替消費者向賣家代墊貨款，消費者需於取得商品後 15-30 天內向無卡後支付業者進行「當期」繳款動作，倘若逾期，則可能會有滯納金，甚至法律相關的債權問題。也因此我們可以這樣想，無卡後支付就像一般我們使用信用卡購物後，先由銀行向賣家與商家進行貨款代墊，消費者用戶只需於下月帳單繳款期限內繳納信用卡款即可，倘若繳不出卡費，則可能會有違約金，甚至更嚴重會有循環利息等問題。

(二)無卡分期：

過去一般消費者若想要享有分期付款的消費體驗必需先擁有一張信用卡，信用卡背後所延伸的就是必須有一定的薪資收入與財力證明，同時必須調聯徵信用評分。而無卡分期的出現就是要打破分期後付必定由信用卡所把持的局面，也將用戶年齡層從固定薪資收入族群向下擴及至財務情況不佳的用戶、社會新鮮人(金融小白)與在學學生等，以此創造其完善的消費體驗，分擔其開銷支出。

那麼無卡分期究竟是否為借貸行為呢？我們可以這樣想，本研究認為無卡分期的發展基礎是商家和消費者進行交易，基於買賣契約可向消費者請求支款項，同時商家也可依民法第 294 條將這筆應收帳款(債權)受讓給第三人，一經讓與，債權人就從商家

轉移為前述的第三人，而消費者有義務將款項繳交給第三人²³⁸。此時第三人就是推出無卡分期的平台，多為融資租賃公司。在此過程的運作架構為民法第五節「債之移轉」，標的物基於買賣契約或勞動契約，過程中消費者不會經手現金，因此無卡分期並非借貸，而為經濟部營業項目應收帳款收買業務(HZ01010)。

至於消費者有資金需求而與商業銀行或是其他金融機構所簽立的借款契約才是借貸(貸款)，如:信貸、車貸、房貸都屬於貸款，因為客戶是要拿這筆錢去做某些事情，所以「錢是標的物」。

【表 4.1.12】我國主要後支付業務比較

業務種類	無卡後支付	無卡分期
主管機關	經濟部	經濟部
營業項目	無明顯規定	應收帳款收買業務 HZ01010
介紹	用戶先取得商品，於一定時間內進行單期帳單繳費	用戶於取得商品與服務時，可選擇分期付款
合作對像	主要是線上購物平台與賣家目的旨在完善用戶體驗	主要是線上購物、居家裝潢、手機、機車與大額消費之場景
有無利息	無	有
盈利模式	向合作店家收取交易手續費	1.向合作店家收取交易手續費 2.向消費者收取利息費用
是否需要進行信用聯徵	否	否
繳款方式	1.便利商店繳費 2.ATM 轉帳	1.便利商店繳費 2.ATM 轉帳
用戶分析	主要是小額高頻電子商務消費後付功能，單次帳單結清	通常為大額低頻的商品與服務適合學生與小資新鮮人分期消費，購買手機，證照課程，居家裝潢等

表格來源:本研究製作整理

【表 4.1.13】我國後支付業者業務分析比較

業者	AFTEE 先享後付	中租零卡分期
主導公司	Net Protections,Inc	仲信資融股份有限公司

²³⁸ 本小段內容參考自中租零卡分期學堂網站介紹，載於：
<https://www.chailease.com.tw/0Card/ZeroCard/ArticleItem/Explanation>，最後瀏覽日:2020年10月10日

	日商恩沛	
應用場景	線上:電商	線上：電商 線下；居家裝潢、手機、機車、補習課程、婚宴、產後月子中心、租車服務等
繳費期數	收到貨品後，當期繳完	少則 3 期，多則 36 期
驗證方式	透過手機簡訊碼線上認證	需提供上傳身分證做審核 另專員會電話照會確認身分
資本額	3000 萬	30.94 億
繳款方式	1.便利商店繳費 2.ATM 轉帳	1.便利商店繳費 2.ATM 轉帳
業務種類	1. 先取後付 2. 無卡分期(籌備中)	1. 零卡分期(有利息)

表格來源:本研究製作整理

三、無卡分期發展問題

無卡分期本身僅為單純之融資業務並非特許業務，主管機關為經濟部並無特定法規與資本額之進入門檻，因此我國無卡分期業者良莠不齊且競爭激烈。就消費者端也衍伸出許多糾紛，如：年化利率可能超過民法上限之 20%、以人頭退佣方式誘騙學生族群購買其無力負擔之智慧型手機造成其財務等社會問題。

本研究認為主管機關可以從完善相關消保法與定型化契約以此保護消費者權益，並且針對相關商品與服務之退貨與提前解約問題建立特別說明與約定，針對「18 到 20 歲未成年人」可要求雙法定代理人進行同意，以確實法律效力，減少糾紛。最後，參照過去我國無卡分期之糾紛，本研究客觀認為年滿 20 歲無卡分期消費者用戶應對其行為付出相對應之法律責任，而非因為其學生身分而受到過度保護。另近年國內指標融資租賃業者也開始積極跨入相關業務，民眾對於正面名聲品牌之選擇逐漸重視，相信不走正道之業者將逐漸受到市場淘汰。

捌、我國移工跨境匯兌之發展

一、發展階段

2009 年 6 月 1 日中央銀行准許銀行業受理私立就業服務機構代外籍勞工辦理薪資結匯申報，並透過勞委會「私立就業服務

機構從事跨國人力仲介服務品質評鑑」作為業務承辦之參考，意即外籍移工人力仲介業者，可在外籍移工委託下，向銀行辦理薪資結匯。國內多間外籍移工人力仲介公司，如：萬通人力、統振旗下的子公司數位點子多媒體，都是這類代辦業者。

然為因應 2018 年 11 月的「APG 第三輪相互評鑑報告」，國內多家銀行業者暫停受理外籍移工匯款之業務又或是停止與國際性匯款公司合作，如元大銀行於當年度 6 月終止與西聯匯款合作之相關跨境匯款業務、凱基銀行也於當年度 10 月 15 日陸續終止與速匯金(Money Gram)合作，此乃因國際匯款公司相關金流有極高風險淪為洗錢之可能，為了法規遵循與洗錢防制等主管機關要求，故銀行業大舉終止相關業務往來。目前，在臺最具代表的業者僅剩下京城銀行與西聯匯款合作，屬於目前外籍移工匯款與國內 Youtuber 提領廣告流量收益之重要途徑。

2019 年 1 月 29 日中央銀行修正銀行業輔導客戶申報外匯收支或交易應注意事項第 27 點，有關私立就業服務機構為外籍勞工代結匯申報的應檢附文件，刪除私立就業服務機構從事跨國人力仲介服務品質評鑑項目。²³⁹對此，央行指出，有鑑於評鑑證明與申報制度的立法目的無直接相關，並考量勞動部對私立就業服務機構已訂有管理規範及退場機制，洗錢防制法、資恐防制法及金融監督管理委員會亦對於銀行業辦理結匯及匯款業務的應遵循事項訂有相關規範，因此新修銀行業輔導客戶申報外匯收支或交易應注意事項第 27 點規定憑辦文件刪除私立就業服務機構從事跨國人力仲介服務品質評鑑項目。²⁴⁰

2019 年 1 月 31 日，我國金管會核准開放兩家非金融機構辦理的外籍移工小額跨境匯款創新實驗。分別為香港商易安聯股份有限公司台灣分公司「小額跨境匯款金融科技創新實驗」及統振股份有限公司「外籍移工薪資匯款金融科技創新實驗」二申請案。²⁴¹

2020 年 7 月 30 日金管會修正「電子支付機構管理條例」預告中提到增訂「外籍移工國外小額匯兌業務」之管理法據，授權

²³⁹ 參中央銀行新聞稿(2019)，〈修正「銀行業輔導客戶申報外匯收支或交易應注意事項」〉，中央銀行，2019 年 1 月 29 日

²⁴⁰ 法源編輯室(2019)，〈私立就業機構代外勞結匯申報無須檢附評證 央行修正注意事項〉，法源法律網，2019 年 1 月 31 日，載於 <https://reurl.cc/vlKbdo>

²⁴¹ 參金管會新聞稿(2019)，〈金管會核准第 2 批金融科技創新實驗—外籍移工跨境匯款〉，金管會，2019 年 1 月 31 日

主管機關(金管會)會商央行訂定管理規範。(修正條文第 5 條)之內容，使本該於 2020 年 4 月底到期之金融創新沙盒試驗業者提出延期 6 個月，以銜接金管會電子支付修法之規範。

二、業者發展情況

(一)銀行業者

中國信託曾於 2014 年針對印尼與菲律賓勞工，推出「U Remit」ATM 外幣匯款卡，在全台中國信託銀行，皆可免費、免開戶申請，持卡可在包括 7-ELEVEN 的中國信託 ATM 提款機進行匯款，透過全臺普及的 ATM 佈建，提供 24 小時全年不打烊的服務，且提供印尼與菲律賓語言操作介面，讓外籍移工匯款變得便利、簡單又安全。²⁴²但由於受款人必須前往中國信託於當地分行進行提領，對於身處交通不發達地區，可能較為不方便。

另外，也可透過商業銀行與國際匯款組織的合作，提供移工將薪資匯款至母國主要途徑，目前我國最具代表的銀行業者為京城銀行，其與西聯匯款合作提供移工更方便的匯款模式。

另 2020 年 8 月 6 日金管會核准印尼人民銀行 (Bank Rakyat Indonesia) 來台設立分行，對於印尼人民銀行來台鎖定的客群，金管會高層表示，包括移工匯兌業務、微型企業等，也會跟國內銀行合作相關業務。²⁴³

(二)匯款組織

在我國主要以西聯匯款(West Union)為主要業務經營者，透過與銀行業者(外匯指定銀行)、外籍移工仲介業者²⁴⁴合作推出匯款服務，之所以成為在臺移工匯款指標業者，最大的關鍵絕非在臺灣而是在海外受款方，因其在海外通路據點完善，從當地銀行業者、便利商店、當地電話卡業者與小型傳統雜貨店作為提取款服務合作者。

過去西聯匯款與多家臺灣的銀行業者合作，惟因 2018 年 APG 洗錢防制調查，國內多家銀行業者紛紛停止相關外籍移工仲介業者代結匯業務，因此大幅限縮移工享有完善金融服務之資格。目前在臺僅有京城銀行業者與其合作。

242 參溫子豪(2014)，〈中國信託 U Remit 卡 印菲外勞 ATM 輕鬆匯款〉，卡優新聞網，2014 年 4 月 9 日，載於：https://www.cardu.com.tw/news/detail.php?nt_pk=7&ns_pk=22225

243 參葉憶如、邱金蘭(2020)，〈印尼銀行來台設分行開例〉，《經濟日報》，2020 年 8 月 7 日，載於：<https://udn.com/news/story/7239/4762123>

244 外籍移工仲介業者與國際匯款組織合作推出匯款服務，仍需與我國央行外匯指定銀行合作，方可完成相關業務。

(三)外籍移工仲介

以下，以臺灣指標外籍移工仲介業者萬通人力作為分析對象。2010年萬通人力與外匯指定銀行及國際知名專業的匯款公司西聯匯款三方進行合作，透過整合自身在外籍移工仲介的產業地位將移工的匯款資訊提供與銀行及匯款組織，協助移工匯款回母國。

萬通人力更於2012年與統一7-ELEVEN簽署合作契約，客戶只須提交申請書完成系統註冊後，就可以在全台超過5,000家7-ELEVEN使用ibon機台委託萬通人力集團代為匯款，透過遍布各地的超商門市與簡易操作的事務機，即可服務為數眾多的外籍移工。

此過程萬通人力所扮演的角色有別於沙盒試驗的業者或是銀行辦理金流在匯出臺灣的關鍵角色，其所提供外籍移工在語言溝通、勞雇關係與生活便利通路的服務媒合者。此外，萬通人力也推出一系列針對外籍移工的服務，不僅止於代結匯業務，更有電信服務的MST FreeCall，主要服務內容是提供在台外籍移工「月租型」行動門號申辦服務、便利商店服務(外籍移工商店)、線上購物的「MSS-購物APP」，提供外籍移工母國語言介面以方便採購生活物品，更透過郵局EMS系統協助移工用最優惠的方式將包裹送達家鄉。

萬通人力更投資成立媒合台灣人借錢給外籍移工的P2P平台「湏宸科技」；還和國內線上遊戲龍頭網銀國際合資「戲兩國際」，開發「星城on-line」越南版。²⁴⁵

萬通人力透過一系列外籍移工在臺可能使用到的生活服務去串接起所謂移工生態系。本研究認為，未來值得注意其是否會申請電子支付執照以此作為跨入外籍移工匯款業務。

另本研究也實地走訪周末的台北車站地下街的外籍移工商店與中山北路的台北小菲律賓商圈，以瞭解外籍移工生活匯款模式。同時，據本研究了解，規模較小且可能以中南部偏鄉作為業務發展的外籍移工仲介業者也會與外籍移工商店合作，地點多位於工業區或是老年人口比例較高之縣市火車站周遭，如2019年7月遠見雜誌的移工、新住民系列報導就提到：中壢商圈轉角的Glenda's，二樓是匯款、物流，三樓是菲律賓料理自助餐，老闆

²⁴⁵ 勵心如(2020)，〈台南幫三代 拿下虧五年燦星旅背後籌謀〉，《今周刊》第1215期，2020年3月31日

娘來台 16 年，最早先在東南亞連鎖超市工作，後來興起創業念頭，選在租金低廉的二、三樓開店。²⁴⁶

(四)沙盒試驗

主要利用手機 APP 進行相關轉帳業務並與便利超商合作作為匯款金額代收單位，並透過與外國受款國銀行合作，將錢直接透過自有結算系統將金額匯至海外，時間快速且手續費較銀行臨櫃來得低。目前已有兩家業者正辦理沙盒試驗(見下表)，惟需等待電支條例修正草案通過，方能真正出沙盒進行相關業務。

【表 4.1.14】臺灣金融沙盒創新業者比較

業者	統振	EMQ
母公司本業	電池製造，移工仲介	跨境匯兌公司
品牌名稱	QPay	EMQ SEND
資本額	8.96 億(母公司)	20 萬(臺灣分公司)
通路	1. 超商繳款 2. 自營據點 4 個	1. 超商繳款 2. 自動櫃員機(ATM) 3. 網路銀行 4. 銀行跨境匯款
收款國家 貨幣種類	菲律賓(菲律賓披索) 印尼(印尼盾) 越南(越南盾) 泰國(泰銖)	菲律賓(菲律賓披索) 印尼(印尼盾) 越南(越南盾/美元)
收款國家模 式	1. 現金提款 2. 銀行帳戶 3. 現金派遞	1. 現金提款 2. 電子錢包 3. 銀行帳戶 4. 現金派遞
在台 合作銀行	—	上海商業儲蓄銀行 SCSB

表格資料來源：本研究整理

(五)地下匯兌

透過部分外籍移工商店進行移工地下匯兌，不經由銀行與匯款組織將金額匯至母國，多半是透過台灣與受款當地的資金池進

246 沈瑜(2019)，〈最大移工商團帶旺桃園每年消費商機上看 79 億〉，《遠見雜誌》第 487 期，2019 年 7 月。載於：https://event.gvm.com.tw/201906_migrant-worker/13.html

行配對交易；也有部分是透過將資金以偷渡的方式到香港，再經由香港當地的黑社會組織將金流洗至菲律賓，中間可能牽涉到毒品買賣、非法犯罪所等之洗錢，然隨著近期臺灣成為線上博弈遊戲業代工島並走向「薩摩亞模式」，都給予跨境地下匯兌發展的溫床。下表對於上述五種外籍移工匯款途徑，加以比較。

【表 4.1.15】外籍移工匯款途徑比較

項目	銀行臨櫃	西聯匯款	移工仲介	沙盒實驗	地下匯兌
下單	不方便	不方便	普通	方便	普通
費用	高	普通	低	低	低
時間	慢	慢	慢	快	快
安全	高	高	中	高	低
匯價	差	差	普通	好	好

表格來源：陳怡慈(2020)，〈造反有理—直擊沙盒五個案之創新與挑戰外籍移工跨境匯款篇〉，經濟日報，2020年03月11日，載於 <https://money.udn.com/money/topic/2020031101>。

第二節 我國共同 QR-Code 之發展現況

壹、台灣 Pay QR Code 共通標準

一、發展階段

為配合我國政策推動行動支付普及，華南商業銀行早在 2016 年中，提出建置「QRCode 共通支付」標準，當時即獲得財政部支持。後財政部於 2017 年 3 月召集 9 大公股金融機構成立「公股事業金融科技研發成果整合平臺」，共同研擬共同支付標準。並於當年度正式運作委由財金公司規劃暨建置「國內 QR Code 共通支付標準」系統。

2017 年臺灣行動支付公司所經營之「twallet+」更名「台灣 Pay」，2017 年底已上線以公股行庫為主之金融機構，後隨著現金回饋與當年度熱門戲劇「花甲少年」演員群的廣告台詞，吸引民眾踴躍申辦，並逐步擴及至民股銀行，提供金融卡、簽帳金融卡與信用卡等多元化支付工具進行綁定。

2020 年底台灣 Pay 預計推出會員與紅利制度，創造用戶忠誠度，同時在我國電票電支專法合併案，也將正式將我國電子支付業者與第三方支付等業者推出共同 QR-Code 之業務發展。

二、業務介紹

(一)行動支付技術比較

目前國際上行動支付技術模式分為兩大類：NFC 感應支付與 QR Code 掃碼支付。

1.NFC 感應支付：

NFC 交易快速，但無法應用於紙本生活帳單繳費或是線上交易，且 NFC 感應支付為店家需透過感應設備方可達成交易支付，對於小吃餐飲與路邊攤之小規模營業人導入門檻較高。應用場景多為具規模且可刷卡之連鎖品牌事業為主，以國際智慧裝置營運商²⁴⁷Apple Pay、Samsung Pay 與 Google Pay 為主，財金公司主導的台灣 Pay 在少部分店家也可透過 NFC 感應支付。

2.QR Code 掃碼支付：

QR Code 掃碼支付已成為當前我國行動支付的主要應用模式。因為導入 NFC 技術，需要一定設備建置成本，交易支付環境也有其限制，如：研究團隊前往夜市購買小吃，當時店家的牆壁上貼滿街口支付、LINE Pay 與台灣 Pay 等各家支付業者 QR-Code 條碼，但就是不見以 NFC 技術為主的國際三大 Pay。試想在高溫、高油煙，可能淋到雨水的場景適合設置佈建一臺要價不斐的實體刷卡感應設備嗎？由此可見 NFC 較不符合我國商業民情。

而 QR-Code 簡單、快捷、低成本的特性，促使 QR Code 應用廣泛而且多元，其優點是不限手機廠牌、機型，只要能讀取 QR Code 的手機都能適用，門檻最低；而且收單機構不再需要布建實體刷卡機，即可讓各種商家使用 QR Code 完成收款，成本低廉。因此可以預期，QR Code 支付應用在國內行動支付市場具備極大的發展潛力。²⁴⁸

【表 4.2.1】QR Code 及 NFC 支付方案比較彙總表

行動支付	QR Code	NFC
適用手機	不限任何廠牌， 作業系統之行動裝置	Android Pay：限 Android 系統且具有 NFC 支付功能之手機。 Apple Pay：限 iOS 系統且 iPhone6 以上之行動裝置。

²⁴⁷ 即裝置載體支付業者

²⁴⁸ 江玉如(2018)，〈發展普惠金融—我國「QR Code 共通支付」之規劃及應用〉，《財金資訊季刊》，No. 91，2018年1月，頁2

行動支付	QR Code	NFC
		Samsung Pay：限三星指定行動裝置
收單設備	簡單／不需要	需有感應式收單設備，市場價格約萬元
連結支付工具	信用卡、存款帳戶、金融卡	信用卡
使用範圍	可遠端及近端交易	近端交易
多元應用	消費、繳費稅、P2P 轉帳及帳單支付，可結合行動網銀，提供完整金融服務	消費支付
手續費	較低	較高(需支付給手機廠商手續費)

表格來源:許柏林(2018),〈台灣 Pay QR Code 共通支付打造行動支付新世代〉,《財金資訊季刊》,No.91, 2018年01月,頁24。

(二)國內與國際共同支付標準

1.財金資訊公司(國內標準)

透過臺灣行動支付公司之 TSP(Token Service Provider)平台，將金融卡與存款帳戶轉換成相對應之代碼(Token)，下載至用戶智慧型手機中，進行轉帳、購物、繳費稅等各種支付交易。可以說就是將實體金融卡與存款帳戶轉化為具有支付與繳費的 QR 支付模式。

2.國際信用卡組織 EMV QR Code(國際標準)²⁴⁹

EMV QR Code 交易為 Visa、MasterCard、JCB、銀聯卡(UnionPay)、American Express、Diners & Discover 等各信用卡國際組織與金融機構依據 EMV Co.國際信用卡共通規格，共同推出的國際標準 QR Code，此聯卡中心之 EMV QR Code 交易現支援之卡別包含 Visa、Mastercard、JCB 及銀聯卡(Union Pay)。

EMV QR Code 分為主掃交易(MPM, Merchant-Presented Mode)及被掃交易(CPM, Consumer-Presented Mode)，現聯卡中心支援 EMV QR Code 主掃交易。

(1)主掃交易(MPM)：特約商店提供收款 QR Code，消費者使用手機錢包進行掃碼支付。

(2)被掃交易(CPM)：消費者提供付款 QR Code，特約商店使用掃描槍進行掃碼支付收款。

²⁴⁹ 本小段參考自聯合信用卡處理中心 EMV QR Code 常見問答集，2019年9月12日，載於：<https://reurl.cc/4mly93>，最後瀏覽日：2020年10月5日

貳、各國共同 QR-code 之分析比較

一、主要國家發展概況

【表 4.2.2】亞洲主要國家地區共同 QR-Code 比較圖

國家	共同 QR	即時轉帳系統	共同 QR 推出年份	營運主體	政府主導者	功能定位	紅利回饋與會員制度
我國	台灣 Pay QRCode 共通支付 ²⁵⁰	台灣 Pay	2017	臺灣行動支付股份有限公司	我國中央銀行下轄財金公司財政部推動	整合商家 QR-Code	正在籌備
日本	JPQR	—	2019	日本無現金促進協會 ²⁵¹	日本總務省	整合商家 QR-Code	與 My Number Points 合作
新加坡	SGQR	PayNow	—	—	新加坡金管局新加坡資訊通信媒體發展局 ²⁵²	整合商家 QR-Code	—
中國香港	HKQR	FPS	2018	香港銀行同業結算有限公司	香港金管局	整合商家 QR-Code	—
馬來西亞	Duit Now QR	Duit Now	2020	Payments Network Malaysia Sdn Bhd	馬來西亞國家銀行	整合商家 QR-Code	—
泰國	THAI QR Payment	PromptPay	2018	—	泰國央行	整合商家 QR-Code	—
印度	Bharat QR	UPI	2017	印度國家支付公司 NPCI	印度儲備銀行	整合商家 QR-Code	—

表格來源:本研究整理

²⁵⁰ 未來可能正式轉型為 TWQR

²⁵¹ 日本無現金促進協會 Payments Japan Association，非公司法人，類似於我國財團法人組織

²⁵² 新加坡資訊通信媒體發展局 Infocomm Media Development Authority

(一)台灣 Pay

台灣 Pay 之發展，主要由財金資訊公司與多家銀行投資成立的臺灣行動支付股份有限公司負責經營，目前參與合作以商業銀行業者與金融機構為主，主要以整合各家銀行之 QR-Code 標準，目前並有轉帳與繳費等多元功能，相當便利且提供不偏好使用電子支付用戶達成無現金交易的目標，重點是其重新賦予商業銀行之信用卡、簽帳金融卡與金融卡在商家與用戶間的橋樑角色。

然目前我國共同 QR-Code 僅有銀行業者加入，尚未有第三方支付與電子支付業者，未來仍有很大的整合一段路要走，以完善豐富我國支付生態圈之發展。

長遠目標是透過「台灣 Pay QR Code 共通支付」標準制定，以提供金融機構、信用卡國際組織、電子支付及電子票證業者共同使用為目標，現階段運用既有「金融跨行資訊系統平台」，提供金融機構及各支付業者 QR Code 支付之互通服務，滿足金融市場對於統一 QR Code 支付標準之需求。²⁵³

(二)日本 JPQR²⁵⁴

JPQR 之發展政府機關為日本總務省，並由無現金促進協會 Payments Japan Association 主導實務面發展，目的是為了整合日本國內 30 多家的行動支付業者在，其主要發展應用在於各家支付業者之 QR-Code 標準不一致，商店必須設置多張的 QR-Code 或是廣告立牌以告知消費者其提供哪些業者合作，方便用戶辨識使用。有別於亞洲其他國家通常是 P2P 即時轉帳系統搭配共同 QR-Code，作為提升該國之無現金與電子化交易目標，日本 JPQR 更加著重的是在於以線下店家之整合為目標。

本研究注意到當商家導入 JPQR 後，並不是一次可以將所有的行動支付合作業者納入其合作業者，而是須與個別業者展開特約合作，JPQR 之發展目的僅是整合結帳場景 10 多張 QR-Code 的情況，以協助提升店家與消費者結帳時之效率。店家於申請 JPQR 後，將會收到無現金促進委員會所寄出之 QR-Code 與廣告

²⁵³ 江玉如(2018)，〈發展普惠金融—我國「QR Code 共通支付」之規劃及應用〉，《財金資訊季刊》，No.91，2018年1月，頁7-8

²⁵⁴ 本研究針對 JPQR 之發展主要以參考日本無現金協會及日本總務省發展 JPQR 官方網站作為參考，並透過日本經濟新聞網等財經媒體作為研究資料參考，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。

牌，並且按照各自合作行動支付平台並貼上各家業者之貼紙以利消費者辨識。

隨著日本政府推動數位身分證（My Number Card），到今年 8 月 1 日時為 2,324 萬張，持卡率為 18.2%，離 2022 年 3 月底要達到 9 千萬張至 1 億張的目標，仍相距甚遠。

總務省為促進 My Number Card 及無現金支付服務的普及，鼓勵持卡民眾上網登記，遂與電子 IC 卡、JPQR 等其他行動支付業者或是透過信用卡綁定連結支付，只要以無現金支付服務者，在消費時即可達成積點，稱之為 My Number Point。自 2020 年 9 月 1 日起至明年 3 月底適用，在消費或儲值時都可累積點數，最高可獲 5 千點，折合現金 5 千日圓（約台幣 1,400 元）。²⁵⁵

(三)新加坡 SGQR²⁵⁶

2018 年 9 月由新加坡金管局(MAS)與資訊通信媒體發展局推出的 SGQR，是全球首個共同支付 QR-Code 的國家，整合星國將近 30 種付款方式。SGQR 發展主要聚焦在新加坡的街邊店為主，當店主導入 SGQR 後，每個攤位即免費得到星網電子付款（NETS）提供的付款終端機和一個 SGQR 碼，同時也會協助顧客下載 NETSBiz App 來即時追蹤，付款消費者顧客只要透過 POS 終端設備感應支付卡或掃描 SGQR 即可付款。

SGQR 發展之另外一大特色是，有中國大陸的支付寶與微信支付加入其中，本研究相信主因在於大量來自中國大陸的觀光旅客所致，透過加入整合 SGQR，也可完善用戶體驗與介面。

2019 年 11 月新加坡銀行公會（ABS，Association of Banks in Singapore）宣佈，PayNow QR 碼將採用 SGQR 技術標準，企業可以通過 SGQR 接收 PayNow 轉帳。民眾日後只要在 SGQR 碼下方看到 PayNow 標誌，就可以用手機銀行應用裡的 PayNow 功能掃碼付款。PayNow 之發展應用，類似於香港金管局的轉數快(FPS)，就是銀行帳戶間的轉帳系統，目前共有 9 家銀行加入該系統。可提供自然人與法人(Entities)²⁵⁷進行雙向轉帳，

²⁵⁵ 黃菁菁(2020)，日拼電子支付技術掉漆 1 年竟有逾 7 億血汗錢遭盜領走，中國時報，2020 年 9 月 18 日，載於：<https://reurl.cc/6lGymM>

²⁵⁶ 本研究針對 SGQR 之發展主要以參考新加坡金管局及新加坡資訊通信媒體發展局官方網站作為參考，並透過相關新加坡民間新聞網站作為知曉 SGQR 之實務面應用參考，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。另，補充說明星國之官方網站語言以英語及華語為主，因此並無語言隔閡與翻譯等問題。

²⁵⁷ PayNow Corporate，提供企業，新加坡政府機構，協會和社團，皆可註冊使用

自然人以開立銀行帳戶的手機號碼或新加坡 NRIC(National Registration Identity Card 新加坡國民身份證) / FIN(Foreign Identification Number 長期簽證卡上標註的是外國人身份證號)，法人則以商業登記編號 (Unique Entity Number, UEN) 進行註冊即可。當用戶需要進行轉帳付款時，透過掃描收款人的 PayNow QR-Code 即可完成金額移轉。

(四)香港地區 HKQR²⁵⁸

香港地區之共同 QR-Code，為面向一般商戶端所推出之規格由香港金管局推動發展並由香港銀行同業結算有限公司 (HKICL)²⁵⁹負責營運，我們可以這樣想 HKQR 的概念就是整合各家銀行與非銀行業的儲值支付工具或是商業銀行帳戶的 QR-Code 支付基礎建設平台，透過一張 QR-Code 得以將店家消費支付場景更為簡捷也便於用戶識別，一張 QR-Code 背後代表的就是多家儲值支付工具業者。

而 HKQR 業務發展本身仍須仰賴「轉數快」Fast Payment System (FPS) 運作，轉數快是香港金管局於 2018 年推出的即時支付金融系統服務，由香港銀行同業結算有限公司負責運作，在香港推行即時支付轉帳，每周 7 日，每日 24 小時，每筆交易可隨時入帳，無須冗長等待時間，透過統一平台以電子化方式作實時交收清算。民眾僅需透過電話號碼、電子郵件、轉數快 ID，或者掃描收款人的轉數快 QR-Code，擇其一者，民眾用戶即可輕鬆進行轉帳、付款。其角色為扮演消費者與商戶端的金流支付介面整合，並將香港銀行業與儲值支付工具兩大支付業務進行結合。

轉數快的發展應用除了可以作為 P2P 個人轉帳的功能外，付款人也可於一般小規模商家或是有擺放轉數快牌子的場域進行小額付款，算是目前香港地區發展電子化支付關鍵的金流整合系統，達成銀行帳戶與電子錢包的互聯互通。

然賴因於香港地區與中國大陸緊密的關係，轉數快系統同時提供港幣與人民幣雙幣別的支持，算是當前亞洲國家與地區中，唯一可進行雙幣別交易付款的即時零售支付系統，但相關具體人

²⁵⁸ 本研究針對 HKQR 之發展主要以參考香港金管局及轉數快官方網站作為參考，並透過相關香港地區財經新聞網站作為知曉 HKQR 之實務面應用參考，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。另，補充說明香港地區之官方網站語言以中文及英語為主，因此並無語言隔閡與翻譯等問題。

²⁵⁹ 香港銀行同業結算有限公司是香港金融管理局和香港銀行公會共同擁有的公司

民幣之應用發展，較不受香港地區的民眾討論，官方也無提供具體交易數據與比例，因此本研究無從得知其真實發展情況。

(五)馬來西亞 Duit Now QR²⁶⁰

Duit²⁶¹ Now 為馬來西亞國家銀行(BNM)所主導推出的資金即時零售支付平台(RPP, Real-time Retail Payments Platform)。2017年由馬國央行與銀行界達成協議，將馬來西亞電子結算機構(MyClear)²⁶²與馬來西亞電子付費系統私人有限公司(MEPS)²⁶³合併，組成馬來西亞支付網(PayNet)作為未來馬國國家級的支付平台。

以RPP系統操作的DuitNow手機轉帳平台，於2018年投入運作，在馬國央行與政府推展電子化金融政策發展下，截至2020年10月已有40家銀行參與，包括匯豐銀行、瑞穗銀行等外資銀行，另外馬國本土銀行業者，則有聯昌銀行與豐隆銀行(Hong Leong Bank)等(當然也包含馬國的伊斯蘭銀行)。未來預計要導入馬國全部銀行業者加入該系統；馬國電子錢包前兩名的Touch n Go Ewallet、Grab Pay以及BigPay與FavePay等業者目前已在進行系統規格整合，即可透過電子錢包業者與銀行帳戶進行P2P轉帳支付。

未來或有更多銀行參與。過去馬國民眾轉帳需要輸入銀行名稱與十位數字的銀行帳號，現今透過Duit Now收款人所綁定的身份證號碼、手機號碼、軍警證號、護照號碼與企業登記號碼則一即可快速收帳，DuitNow特別的是一組ID號碼僅能綁定一個銀行帳戶，當轉帳人透過APP，連續輸入同一收款ID，則系統部分會自動將轉帳的銀行帳戶凍結二十四小時，以避免出現資金盜轉等問題；目前DuitNow單筆5,000令吉以下轉帳是免手續費，超過5,000令吉則要收0.5令吉的手續費，算是相當便民。

²⁶⁰ 本研究針對DuitNow之發展主要以參考馬國PayNet及DuitNow官方網站作為參考，並透過相關馬來西亞新聞網站作為知曉DuitNow之實務面應用參考，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。另，補充說明馬來西亞之官方網站語言以英語為主，因此並無語言隔閡與翻譯等問題。

²⁶¹ Duit為馬來語中，錢的單詞

²⁶² 馬來西亞電子清算公司有限公司(MyClear)成立於2008年，是馬來西亞國家銀行的全資子公司。MyClear建立並運營支付系統和金融市場基礎設施，以安全、可靠和高效地促進馬來西亞金融系統以及整個經濟的運轉和發展。

²⁶³ 馬來西亞電子支付系統有限公司(MEPS)是馬來西亞的一家銀行間支付系統運營商，成立於1996年。作為11家國內銀行擁有的支付聯盟，MEPS提供共享ATM網絡服務和實時資

馬來西亞國家銀行於 2018 年完善互操作信用轉賬框架 (Interoperable Credit Transfer Framework, 簡稱 ICTF), 目的在提升馬國電子錢包與電子化交易比率。ICTF 要求 PayNet 作為該國共享支付基礎設施提供商, 為馬來西亞實施可互操作且通用 QR 標準。

2020 年 1 月馬來西亞支付網公司(PayNet)與 Cyberview²⁶⁴合作推出 DuitNow QR, 作為馬來西亞國家共同 QR-Code 支付標準, 可以成功整合在商家複雜且多元的電子錢包 QR-Code, 更可以打通電子錢包與銀行帳戶間的藩籬, 將以馬國的科技產業創新城市賽城(Cyberjaya)²⁶⁵作為首先導入的城市。

馬來西亞現在有 40 家銀行成為 DuitNow 金流平台系統的成員, 其中 9 家銀行已經在其手機銀行 APP 中提供 DuitNow QR, 其中 38 家銀行, 電子錢包和非銀行業者預計將在未來 6 至 9 個月內導入 DuitNow QR。透過 DuitNow QR, 用戶可以從任何參與銀行或電子錢包 APP 進行付款。商家只需要顯示一個 QR 碼, 即 DuitNow QR, 即可接受付款。

(六) 泰國 THAI QR Payment²⁶⁶

泰國央行 BOT(Bank of Thailand)早於 2017 年 8 月 30 日推出泰國 THAI QR Payment 標準支付碼, 有別於他國之共同標準 QR-Code, 泰國央行採行先將 8 家銀行²⁶⁷於當年度 8 月進入監理沙盒試驗, 並於當年度 12 月 8 家銀行出監理沙盒。標準 QR-Code 本身採行國際 EMVCo 共同規格, 提供泰國本地支付業者與一般小規模店家接軌國際信用卡組織與金融支付工具。

本研究認為 THAI QR 之發展共重要的是泰國銀行公會業者推出的 PromptPay, 其發展是一般民眾利用電話號碼、身分 ID 與綁定銀行帳戶進行註冊, 概念就是透過 PromptPay 的介面代碼功能面向其他用戶進行銀行帳戶的轉帳, 過去可能需要輸入一長串

²⁶⁴ Cyberview 為一家馬來西亞國有公司, 馬國財政部持股 92.24%。成立於 1996 年, 早期主要是以開發馬國的數位科技城市 Cyberjaya 為目標(類似我國科技部新竹科學工業園區管理局), 後於 2015 年開始受命推動 Cyberjaya 城市的新創科技產業生態, 扮演孵化器與創投的角色, 類似香港數碼港。

²⁶⁵ Cyberjaya 為馬國新創數位化重要城市, 本研究注意到馬國有相關重要數位政策首先以該城市作為試點推行的指標, Cyberjaya 隔壁緊鄰馬國行政首都 Putrajaya(布城), 可見賽城之重要性。

²⁶⁶ 本研究針對 THAI QR Payment 之發展主要以參考泰國央行官方網站及泰國銀行業者針對 PromptPay 業務介紹網站作為參考, 並透過相關泰國新聞網站作為知曉 THAI QR Payment 之實務面應用參考, 如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。另, 補充說明泰國之官方網站語言以英語為主, 因此並較無語言隔閡與翻譯等問題。

²⁶⁷ 8 家商業銀行為: Bangkok Bank、Kasikornbank、Bank of Ayudhya、Thanachart Bank、Siam Commercial Bank、Krung Thai Bank、Government Savings Bank、TMB Bank

的銀行帳號與銀行名稱方可轉帳，現在透過輸入 PromptPay ID 或是電話號碼與掃描 PromptPay QR-Code 即可完成轉帳動作，減少向某人匯款時所需的信息與繁雜流程。其轉帳過程除了可用於 P2P 的個人轉帳，也可以透過有 PromptPay 圖示的 THAI QR-Code 進行商家的小額付款，成功使泰國民眾的銀行帳戶轉化為可直接面向 O2O 商家的支付工具，而不用透過信用卡或是簽帳金融卡，對於不信賴電子錢包而偏好使用銀行帳戶的用戶而言，是泰國政府普及電子化支付的一大利器，政府亦可透過 PromptPay 辦理退稅或社會福利發放等功能。

本研究認為更值得我國主管機關注意的是共同 QR 與銀行轉帳系統在跨境支付領域的合作互通，目前泰國的 PromptPay 已與新加坡的 PayNow 合作，兩國人民僅需於入境當地時見到 THAI QR 與 SGQR 上擁有各自國家 PromptPay 與 PayNow 的圖示即可達成跨境支付功能，免去過去須先換取目的地國之外幣或是透過信用卡進行高額海外手續費簽帳。

(七)印度²⁶⁸發展樣貌

本研究發現印度支付共同 QR-Code 發展樣貌有別於上述六個國家，較為多元化發展。印度零售支付系統主要由印度儲備銀行(RBI, Reserve Bank of India)旗下印度國家支付公司(NPIC, National Payments Corporation of India)負責相關業務。主要由 Bharat²⁶⁹ QR、BHIM QR(Bharat Interface for Money)為共同 QR-Code 兩大體系，其中前者又可延伸至 RuPay，而後者之應用主要來自於支持印度統一支付介面 UPI(Unified Payments Interface)之運作發展，兩大共同 QR-Code 體系代表的分別是降低用戶使用實體卡式支付工具，後者則為提升印度的銀行帳戶普及發展。

1. Bharat QR

Bharat QR 是 P2M (Peer to Merchant) 的支付整合共同 QR-Code 業務，主要由 NPCI 負責營運並由其旗下 RuPay, Visa 和 Mastercard 等發卡組織整合而成。商戶於收銀處設置 Bharat QR 碼，消費者打開 Bharat QR 即可透過其所承載與綁定的儲值預付

²⁶⁸ 本研究針對印度之發展主要以參考印度 NPCI 官方業務介紹網站作為參考，並透過相關印度行動支付業者與商業銀行網站作為知曉其系統之實務面應用參考，如遇相關不解疑問之處會以網路視頻等新媒體技術工具作為研究分析之佐證。另，補充說明印度之官方網站語言以英語為主，因此並較無語言隔閡與翻譯等問題。

²⁶⁹ 印度國家官方名稱除了 India，亦可以 Bharat(婆羅多)稱之，意為尋求真理者

卡、簽帳金融卡與信用卡達成支付行為，透過 Bharat QR，商戶可以同時接受整合 RuPay、Visa、Mastercard、American Express。

2. RuPay

RuPay 是由印度國家支付公司 (NPCI) 於 2012 年推出印度相關國內卡式支付工具，可以把它的角色想成是中國大陸的銀聯卡。主要是印度市場規模夠大，RBI 想要自主發展建立印度自有的發卡結算組織。RuPay 促進所有印度銀行和金融機構的電子化支付。但同時印度國家支付公司也與 Discover Financial、JCB 等國際業者合作，使 RuPay 卡規格能夠與國際接軌。印度為南亞地區之核心國家，且有大量印度勞工與旅客前往中東國家從事勞力密集工作，因此 RuPay 也積極與新加坡、印度洋國家與中東國家等電子金融系統公司展開合作。

本研究認為可以這樣思考，中國大陸的銀聯(UnionPay)走向亞洲國家的外溢效應來自於其國內大量人口前往海外觀光旅遊消費簽帳所需，以此吸引境外國家共同 QR 與其合作；而印度 RuPay 的國際化來自於大量印度人民前往外國工作或是部分觀光旅遊為主。

3. BHIM QR

BHIM QR 是基於 UPI 系統所延伸而出的 QR-Code。它最好用於使用虛擬支付地址的 P2P(Peer to Peer，個人轉帳)或 P2M(Peer to Merchant，個人店家)支付交易。

4. UPI

統一支付介面(簡稱 UPI，Unified Payments Interface)，由印度國家支付公司(NPCI)於 2016 年 8 月推出，目的在提升印度無現金支付比例，當年度 11 月 8 日印度總理莫迪上臺後宣布廢除面額 500 與 1000 盧比的紙鈔，充分展現印度發展無現金社會的目標。其主要功能為讓用戶可直接透過銀行帳戶進行 P2P 轉帳，簡化轉帳流程，因在 UPI 發展推出前，印度轉帳流程相當繁瑣，轉帳除須轉帳金額外，還需有收款人姓名、帳號、銀行與分支名稱及印度金融系統代碼(IFSC，Indian Financial System Code)

UPI 讓用戶綁定自己的手機號與金融卡，透過類似於自行建立帳號的模式並於後方加註@XXX 的 UPI 帳戶地址，就像電子郵件帳號，只是 XXX 為用戶的銀行簡稱縮寫，UPI 成立最初是為了整合打通印度國內各省各家銀行帳戶間的流通與活絡民間

轉帳，而成立整合性平台，且隨著 2016-2017 年印度行動支付業者快速發展，螞蟻金服與願景基金所投資的 Paytm、Google 下屬的 Google Pay 等行動支付也加入 UPI，

本研究認為印度 UPI 之發展與印度儲備銀行於 2016 年所推出的 Payments Bank licence(支付銀行執照)有一定程度的關聯性，因為 UPI 成立的目的是要活絡民間銀行帳戶的開立，倘若用戶有轉帳需求，則必須先透過所綁定的銀行帳戶方可使用 UPI 對其進行交易轉帳付款，透過 Payments Bank 該類型低門檻、多據點的銀行或是 ATM 將達成印度國內的普惠金融，提升銀行帳戶持有比率。就像 2017 年印度行動支付龍頭 Paytm 發起成立 Paytm Payments Bank，以此輔助其行動支付本業。而本研究透過 Paytm 之介面進入 UPI 轉帳的功能也就明顯見到 Paytm Payments Bank 的服務，達成業務互補性的發展，更創造金融支付與銀行帳戶的水壩與水庫生態關係。

此外，印度的 UPI 介面也提供用戶於國家證券交易所(NSE, National Stock Exchange of India)和孟買證券交易所(BSE, Bombay Stock Exchange)進行新股 IPO 認購時，使用 UPI ID 作為付款方式，用戶僅需於線上交易介面或是告訴所屬證券經紀人，填寫相關 IPO 表格時填寫使用 UPI ID 作為付款選項。

(1)市佔率上限²⁷⁰

UPI 生態系統目前由 Google Pay、Paytm、PhonePe 和 Amazon Pay 為主導者，其共同控制著約 90%以上的市場佔有率。ET 去年 9 月報導曾說，NPCI 可以將交易份額限制在整個市場份額的 33%，以使更廣泛的 UPI 生態系統免受任何單一系統崩潰的衝擊與影響。

NPCI 已經與支付服務提供商 (PSP, Payments Service Provider)銀行，UPI 指導委員會的成員以及選擇第三方參與者進行了閉門會議，討論實施範圍和措施。據印度相關新聞報導，考慮將可能引入新法規，將實施第一年的交易份額限制為 50%，並在接下來的兩個年度將交易份額分別降至 40%和 33%。

(2) 國際化發展已成趨勢

²⁷⁰ 參考自 Ashwin Manikandan(2020), NPCI looks to limit UPI dominance by single third-party application, may restrict share of transactions, *Economictimes*, Jul 31, 2020, 載於: <https://reurl.cc/7oEyQd>, 最後瀏覽日: 2020.10.31

2020年4月印度國家支付公司(NPCI)成立子公司印度國家支付國際有限公司(NIPL, NPCI International Payments Limited),目的為服務大量印度民眾前往海外支付所需在其他國家擴展實時支付系統統一支付接口(UPI)和RuPay卡的支付網絡。目其UPI和RuPay已經在新加坡和阿拉伯聯合大公國設有辦事處,正準備積極籌備發展相關業務,本研究認為選擇上述兩個國家共同主因在於皆為所在地區之商業金融中心具有指標象徵意義且每年都擁有大量印度民眾前往當地工作求職或是旅遊,後續國際化之動向,值得我國有關單位注意。

第三節 我國支付業務之民情發展

壹、對於支付政策再思考

本研究團隊首先提出一個概念想法,究竟臺灣所要追求的是「無現金社會」還是「行動支付的普及」?因為這是兩個截然不同的發展模式,在此命題架構下,必須了解兩者間,何者適合推展支付的生態系與作為創新經濟發展之基礎,又或是長遠來看何者較為利於促進我國數位化社會之目標,因此本研究以下首先針對上述兩個概念進行探討分析:

(一)無現金社會

其意義為:社會總體的交易支付媒介去現金化,此過程包含了塑膠貨幣(如:電子票證、會員儲值卡、信用卡與簽帳金融卡等)與電子形式貨幣(如:銀行帳戶、轉帳、電子支付與第三方支付等)等支付工具。其可能面臨卡式支付工具(Card Base)的功能單一以及只能透過RFID與NFC交易,代表收款方需準備感應式讀卡機進行收帳,而如果是行動支付的話,則在技術層面可能同時兼具QR-Code掃碼支付、NFC技術感應支付,限制較少。

又或是銀行帳戶可能不利於消費者與店家的銷售關係與周邊應用服務,因為銀行帳戶是較為封閉式的孤島,除非其透過綁定連結行動支付,則其金流才可能間接被賦與更多元的功能與應用場景。

(二)行動支付的普及

隨著近年線上數位 App 商業模式的普及，越來越多實體形式的塑膠貨幣(特別是會員儲值卡、信用卡、簽帳金融卡)也漸漸轉向數位化形式發展，並透過行動支付平臺創造其應用價值。

本研究認為，行動支付是來自於提供上述非現金支付工具之數位化載體與平台，使其從卡式基礎(Card Base)轉化為帳戶基礎(Account Base)，這過程中透過 APP 與消費者用戶之雙向連結，更可主動推送店家優惠與訊息、提供消費紀錄查詢，甚至延伸出更多附加的應用服務，因為在這之前塑膠形式的支付工具最大的功能就是僅停留在「支付」。

我們試想，10 年前的悠遊卡事實上早已達成「無現金交易」的目的，雖只能在大眾交通工具乘車與小額消費間游移發展；而現在透過 Easy Wallet 的 App 實名認證後，用戶可以主動查詢卡片資訊與餘額，更可以透過連結悠遊付給予悠遊卡自動加值的設定，甚至了解發票消費優惠等資訊，這在過去傳統的實體卡片是所無法達成；又或是 20 幾年前的信用卡，也只是純粹的無現金支付工具，但與電子支付綁定後，其被賦予了更豐富趣味的功能(預約點餐、門市資訊、會員集點、線上購物等)，行動支付提供的不僅是交易流程效率化，更是透過「支付」的本質疊加「交易」相關週邊服務。

本研究認為，透過行動支付 App，才有機會促成跨業支付生態圈的整合，因為行動支付在未來的功能不僅只侷限於支付，更是民眾生活的專屬平臺，賴因於各國政府近年積極開放相關支付執照，使許多非銀行金融業者得以跨入金融支付領域，透過與產業結合以自家本業的 App 內建支付介面，漸而形成生態圈的發展模式，本研究將其定位為「支付+」。

然而，本研究也認為我國社會在以下幾點背景下，也導致民眾較缺乏使用行動支付之動機：

1. 金融服務的普及完善

我國民眾對於銀行帳戶之開立及取得極為方便，密集的銀行分行據點與快捷方便的轉帳系統，搭配近年銀行業推出透過手機號碼作為銀行帳號即可轉帳等創新應用，都牽制影響我國電子支付業務之發展普及。

2. 隨處可見的 ATM

對於民眾而言，存取提領現金之便利性極高且手續費相較於其他國家來得便宜，因此透過 ATM 進行相關金融服務也極為理所當然。隨處可見的 ATM 將會是我國發展行動支付最大的阻礙。

3.全世界便利商店密度第二高

我國便利商店全球密度僅次於韓國，然韓國便利店之生活金流服務未必優於我國之發展樣貌，便利店內建的多功能事務機，提供民眾一站式生活服務，從生活公用事業的繳費，地方政府行政規費查詢與繳納、線上購物的超商取貨付款甚至外籍移工也可透過統一 7-Eleven 進行匯兌服務，對於偏好使用現金的民眾而言，缺乏使用體驗行動支付的動機，便利商店的實體交易與金流代收付，對其而言或許是一種信賴與安全。

4.完善的信用卡體系

我國信用卡之消費極為普遍，且申辦過程門檻限制相較他國來得親民許多，更重要的是信用卡的後付(Pay After)型態已養成民眾先享受後結帳的使用習慣，對比電子支付的儲值帳戶(Pay Before)或是綁定銀行帳戶(簽帳金融卡)的現付(Pay Now)，另外更重要的一點是，我國信用卡功能不僅停留於消費簽帳，還可以融合金融卡提款功能、特定店之聯名會員卡或是承載交通電子票證，對比民眾透過行動支付搭乘大眾交通工具時還需打開 App 與可能受到手機電力與網路等裝置外在因素，信用卡之發展還是臺灣社會主流。

綜觀上述之發展真實樣貌以及本研究針對我國行動支付發展困境分析，本研究認為，我國應以無現金社會作為支付產業發展之最大目標，與此同時透過行動支付對於 App 之生活資訊及支付疊加交易本質之創新應用，針對我國社會各層面所適合之發展領域加以強化，並強調「一卡一付，虛實整合」作為政策發展重心。

本研究在與業者訪談以及團隊成員親自使用體驗觀察分析，一致認為無現金與行動支付發展並非零和關係，而是發揮互補性，回歸用戶使用支付時的問題與痛點，"需要"無現金支付，還是"想要"行動支付，將會是我國主管機關與社會大眾及業者在應對數位社會到來時，十分重要的發展命題。

本研究以下論點針對我國消費者與商戶分別在使用與導入行動支付時的正負面要點分析，目的在於使社會大眾知曉行動支

付發展一體兩面，惟有了解各個應用場景與商業環境之特性，方可了解我國在推展無現金社會與行動支付時最佳取捨與採用。

貳、我國消費者對於行動支付之分析

一、行動支付對於消費者之正面效益

(一)短期獲得補貼，具有吸引力

行動支付平台為創造流量與用戶忠誠度，因此近兩年不斷以2-3%的點數幣與高額現金回饋吸引用戶使用，這也使得行動支付平台大量燒錢與虧損，然隨著用戶人數達到一定規模，其必須思考如何將流量轉化為收益，因此長期來看點數幣與現金的大量高額回饋已不復從前，但至少目前對於用戶而言，還是具有吸引力。但本研究注意到，今年開始，許多行動支付與銀行業者合作發行的聯名卡回饋比率不斷下降，似乎正說明了此一現象。

(二)長期支付疊加交易的附加功能，整合生活

從當前我國行動支付業者來看，尤以電子支付來看，業者皆積極從支付本業向外擴散至生活的其他領域，如：綁定會員卡、叫計程車、外送與生活繳費、購買線上禮券贈送好友、進行線上繳納保費，又或是得以透過電子支付 APP 進行跨境交易支付，未來相信會有更多的生活領域被行動支付整合進入我們的生活當中，值得持續關注。本研究參考許多國外指標支付業者，認為僅單純以支付交易手續費存活下來的乃極為少數，支付業者要走得長遠，仍需從生活+的角度進行發展思維，才會在市場走得長遠。本研究認為，支付就是一個領頭羊，透過消費紀錄累積數據，再由數據導引出特定的場景所延伸出的商業模式，這是我國支付業者的必然趨勢，只是走得快與慢的問題，而這取決於政府的態度與法規的開放程度。

二、行動支付對於消費者之負面成本

(一)使用環境限制多

本研究認為行動支付之使用有兩大要素：1.金融支付工具(額度)2.手機裝置環境(載體)。一般消費者可能受到網路流暢與資費之影響，手機裝置內建的記憶體容量與電力等多元因素皆會影響消費者在使用行動支付時的體驗，甚至衍伸出額外的負擔，如：消費者可能網路流量並非吃到飽，因此每次使用行動支付需打開行動網路，以進行連線。

常去過全聯超市的人可能會發現，由於全聯門市多位於社區住宅地下室等，因此每當消費者要使用 PX Pay 進行支付或是透過 PX Go 進行寄售商品兌換時，總是沒有網路訊號，必須詢問收銀員 WIFI 密碼並打開相關功能方可使用；又或是要登入使用悠遊付時，用戶收不到簡訊驗證碼或是搭乘捷運與公車時要感應票閘機檯，過程並不順暢，上述種種實例皆凸顯使用行動支付時所可能面臨到的手機載體問題。

(二)隱私權受到侵害

由於現金交易過程是採無記名，因此買賣雙方在支付過程並無法瞭解對方個人資訊，但是當用戶使用信用卡或是行動支付進行消費支付時就涉及直接與間接的記名交易。如：信用卡申辦時需要個人相關資料與財力證明，又或是申辦電子支付時需要進行連線聯徵中心與個人網路銀行進行認證，倘若利用第三方支付綁定信用卡或是簽帳金融卡時，又回到申辦金融支付工具時的身分認證。

當我們的消費習慣皆透過單一行動支付 APP，則是否會成為平台業者對於用戶的消費習慣進行分析以此創造出其盈利模式，不論在用戶知情同意與否的情況下，皆可能影響用戶的個人隱私權與過度消費等負面可能。

更有可能出現「大數據殺熟」的情況，意即因為支付平台與 APP 熟悉用戶的習慣與其所能接受之價格，因而削減消費者剩餘，譬如：單一用戶短期頻繁點選特定時間之航班機票，行為背後可能代表其有迫切需求，故其機票售價可能就高於其他乘客；行動支付業者與電商平台透過試探性消費折扣給予多位用戶，如：同樣的商品 A 用戶願意以價格 100 元購買，B 用戶不願意以 100 元價格購買，則平台可能以更低的價格去試探性售予 B 用戶，使其願意消費支付，此時同樣的商品服務就會出現不同的價格，對於 A 用戶的權益是否受到侵害呢？這是長期發展下，我國商業社會終將遇到的發展問題。²⁷¹

(三)出現過度消費

行動支付的交易來自於無實體與非接觸交易，因此可能降低消費者在支付時的感知，過去我們使用現金，需要拿出錢包，付

²⁷¹ 本小段內容改寫自沈中華(2019)，〈科技與人性的衝突與相容〉口頭演講內容，2019 中華科技金融學會應用論壇，2019 年 6 月 25 日

出實體現金，獲得找零與發票收據。但進入無現金支付或是行動支付時代後，我們拿出的可能就是信用卡或是簽帳金融卡進行支付，又或是打開手機 APP，輸入密碼、指紋識別，就完成消費支付過程。

比利時盧汶大學(Louvain)的博士後心理學家和行為經濟學家埃弗雷迪(Emir Efendic)提到，重要的是反饋。「使用信用卡，不能得到即時反饋。但是有了網上銀行，馬上就能看到被扣除的金額，」埃芬迪奇說。「如果失去了反饋，那麼是的，你會花更多的錢。」使用信用卡，付款的痛苦被延遲(直到每月的賬單到達)。換句話說，信用卡的強大之處在於，它具有將購物的快樂與支付的痛苦分離開來的能力。

行動支付，用戶可以看到錢被立即扣除。在北京使用微信支付的英國僑民貝爾頓(Emily Belton)說，她喜歡每次微信支付後收到通知，餘額和付款會實時顯示。這是即時反饋，與信用卡的效果不同。²⁷²

三、普惠金融之探討

透過廣泛下載使用我國各類型行動支付 APP，本研究於第四章第一節中提出：電子票證之存在對於我國社會具有落實普惠金融之意義，以下加以延伸分析：

(一)對於學生族群之使用行為

本研究認為現行電子票證之發展應用適合小學、國高中學生族群，原因在於該年齡之學生仍處於生心理發育階段，過早接觸使用智慧型裝置，恐將造成睡眠不足、眼睛視力不佳、學習不專注與沉迷手機遊戲等負面情況。另電子票證目前法規規定單卡儲值金額上限、每日與單筆支額度皆有其上限，其可以透過現金進行儲值，無須綁定銀行帳戶與信用卡等其他金融支付工具儲值，對於缺乏金融理財觀念與兩性關係充滿好奇之國、高中學生族群，具有培養其消費觀念與金流風險控管的能力，此乃因為實體卡片之存在發展，可將其功能限定在「支付」上。相較於電子支付(APP)的儲值與轉帳，則可能會出現學生族群過度消費、遊戲儲值課金、直播打賞與不正當交友關係(色情交友與援助交際)，父母透過電子票證將可有效降低孩子胡亂消費之情形。

²⁷² 參梁路海(2020)，〈電子貨幣支付會導致花費更多嗎？〉《BBC 中文網》，2020年1月31日，載於：<https://www.bbc.com/ukchina/trad/vert-fut-51186413>

(二)外籍旅客與移工

對於來臺短期觀光旅遊的外籍旅客，其透過隨處販售之電子票證，並以現金就可對其進行儲值動作，本研究曾注意我們出國在外帶著大量的銅板硬幣，極為不便，可能會無法清楚辨識當地銅板面額出現給錯錢的問題，又或是每搭乘當地交通工具又必須掏出零錢，浪費時間；更重要的是當持有的外幣銅板帶回母國時，基本上是無法提供兌換。

本研究認為當外國人將我國法定貨幣帶回母國後，則對於我國貨幣流通會否有些微影響，倘若其以電子票證進行儲值，則餘額仍會流通於我國金融體系。

又或是長居於臺灣的外籍移工與外籍人士，必須擁有稅籍編號與居留證方可申辦銀行帳戶，又或是想要申辦信用卡必須具有一定工作年資與年薪能力，可能也需要本國民眾進行擔保等限制，且外籍移工於臺灣之薪資收入以收取現金為主，申辦電子支付對其而言較為複雜且提供實體現金儲值的業者與通路較不普遍，因此實體電子票證，如悠遊卡較適合該類型支付模式。

(三)中高齡長輩與視障族群

由於行動支付的普及造成交易無現金支付流程，本研究認為對於視障族群而言極為不便，因為手機螢幕為平面且在掃描店家QR-Code與輸入密碼與支付金額時，該用戶族群幾乎無法自行達成交易支付目的。反觀，透過實體現金因為大小面額的紙鈔版面不一樣，硬幣銅板也會有不同的圖像字型，使其得以方便辨認。

另外針對中高齡長者使用智慧型手機進行支付，可能受到字體大小影響其方便性、數位落差、界面操作不慎、與記憶力衰落，難以記住交易密碼等因素，皆可能加大其操作困難度；另由於行動支付之使用需綁定銀行帳戶與信用卡等金融支付工具，此時可能需登入網路銀行進行帳戶連結，本研究團隊成員曾於銀行分行遇過長者因為連續輸入密碼錯誤使其帳戶被鎖定等特殊情況。

也因此本研究認為實體電子票證較適合長者使用，因其可僅透過現金充值，甚至無須自行提款，可由孫兒輩等到便利商店等代其進行充值動作，相較容易許多。且隨著我國各地方縣市政府推出的身心障礙敬老福利卡與實體電子票證進行綁定承載，一卡多用，對於長者而言較為便利與適合。

(四)降低歧視

根據本研究分析，我國地方政府教育局以及各小學、國高中、大專院校可能於寒暑假或是學期期間針對弱勢學生（經濟或文化不利）等進行商品禮券、餐食券與生活津貼等補助，研究團隊成員觀察到：有些同儕之家庭經濟困難或受到重大變故後，對於其領取相關商品禮券等補助，心靈狀態為脆弱、且不願他人知其受補助之事，更不希望旁人以憐憫之心看待之。惟過去發放模式皆以實體紙本形式禮券進行發放，學童使用時，難免會有受到師長、同儕與店家歧視貼標籤之疑慮；隨著電子票證或是行動支付的普及出現，上述的歧視也可獲得有效改善，如：小學、國高中可能就透過學生證連結實體電子票證作為商品券之發放途徑，大學生可透過電子支付進行生活津貼無實體化發放。

目前臺大就與街口支付合作，針對臺大「高教深耕弱勢學生（經濟或文化不利）輔導暨獎助計畫—生活津貼餐食方案」之學生津貼金額，以街口支付 APP 方式領取，但僅限於臺大校內與街口合作之校內店家進行消費，此舉可以降低領取補助學生之標籤化可能，使其校園生活更具有自信。

但是，由於採用無實體化的商品券，商品券不會受到毀損甚至遺失又或是忘記使用而作廢等問題。但發展上可能也會遇到使用店家限制問題，或是無實體商品券可能到了便利超商使用，無法限制其購買的品項，而形成揮霍與浪費等行為。

參、我國商戶對於行動支付之分析

一、行動支付對於店家之正面效益

(一)提高店家能見度與消費者忠誠度

透過行動支付平台 APP 對於消費者用戶的點數幣與現回饋，可以吸引用戶願意來店家消費使用，更重要得是行動支付 APP 的資訊牆與用戶評價討論，事實上可以協助新開業或是較不具有知名度店家進行一定的品牌曝光，並且透過單一用戶常於特定區域的消費習慣，進行店家的 LBS 適地性導流活動，又或是行動支付平台透過商圈的優惠券發放協助店家進行用戶吸引與折扣。

不過本研究也注意到，許多小規模營業人導入行動支付後，很大一部分顧客是因為行動支付業者導流而來到店家消費，但此時店家就會要求顧客不得以該行動支付 APP 進行結帳，需另外

以現金支付，對於店家而言，此舉是希望減少不必要的交易手續費支出，但此舉事實上這對於我國行動支付發展極為不健康且惡性發展。本研究認為，顧客願意來到店家消費很大原因是因為行動支付品牌與訊息推播而將顧客導流到店家，這也是當前其主要盈利模式，倘若市場出現該類型店家將嚴重打亂市場機制，並且影響行動支付業者與顧客權益，也因此本研究注意到，已有消費者顧客自發地於 Facebook 成立社團，向行動支付平台舉發。

(二)降低店家內部的作業流程風險

當店家使用行動支付收帳時，一切金額將會流入到行動支付的帳戶上，但若使用現金支付則可能出現店家找錯錢、餐飲業店家接觸現金有衛生疑慮、又或是員工本身的道德風險，如可能 200 元的餐點只入帳 150 元，另外 50 元中飽私囊等。

當一切金流收入數位化後，店主則可透過圖表視覺化或是行動支付所提供的消費者特性(性別、年齡等)，知曉其營運特性與目標市場族群，以此調整店家產品結構與不同時段人員配置等。本研究認為，導入行動支付或是無現金支付，對於店家而言具有以上效益，縱使其規模不足以擁有專業的零售 POS 機台，但是行動支付所提供的介面與收帳平板其實也是一台 POS 機。

二、行動支付對於店家之負面成本

然行動支付之普及發展，對於店家而言有利必有弊，根據本研究團隊實地走訪一般店家(小規模營業人)，得出以下幾點分析：

(一)納稅問題：

由於使用行動支付交易代表店家之營業收入金流將達到可追蹤之特性，是否可能造成店家成為國稅局查稅之標準與依據，這是目前我國 40 萬以上小商家不願使用之主因，本研究團隊成員曾與住家附近熟識小商店店主探討過此問題，其認為，即使目前財政部公布「小規模營業人導入行動支付適用租稅優惠作業規範」，將租稅優惠期間從 3 年延長至 5 年，且過去須課營業稅 5%，現在可適用 1% 優惠稅率。但過了 2025 年的優惠期間終止，其仍需要開始進行繳稅，那為何要提前自願接受政府的政策，將自身店家的營業收入公開透明，何不抱持能拖且拖的心態，等到被國稅局要求開發票課徵營業稅後，再導入也為時不晚。

本研究認為政府有關單位可參酌韓國政府對於商戶與民眾進行營業稅與個人所得稅優惠抵免，亦即刺激用戶使用行動支付，

漸而提升店家導入行動支付之意願與動機，對於我國地下經濟透明化有一定程度助益，同時擴大我國稅基。然導入行動支付仍須注意我國小規模營業人於導入過程所可能遭遇之有形與無形成本。

(二)營運資金周轉與利潤率下降：

導入行動支付對於商家而言，其需負擔店家手續費率約 2% 上下，倘若導入行動支付 APP 點餐與外送服務，則手續費率可能高至 15%-35%²⁷³ 上下；對於商家而言，必須思考當其導入行動支付，其額外付出的成本是否真的能換來額外的利益。這會是影響其導入行動支付的關鍵問題。本研究注意到，一般傳統的排隊名店或是其顧客群多為中高齡長者之店家對於導入行動支付之誘因與動機較低，原因在於：排隊名店營收導入行動支付可能會成為國稅局查稅之紀錄來源，另外，其本身就擁有較高的品牌名聲，原本對於消費者顧客擁有較高的議價與吸引力，又或是因為主要目標顧客群的消費支付習慣以現金為主，因此導入行動支付對於該店家反而是一種成本。

此外，當顧客透過行動支付進行結帳後之金額，可能不是即時轉到商家的帳上、又或是可能需要 3-7 天的入帳期，則對於過去收現金的商家或是必須每日購料付款的店家，可能是一種財務負擔，故而降低其營運現金周轉能力。

(三)消費支付流程不順：

我們時常看到坊間對於行動支付之最大優點是在於交易支付過程不需找零，消費者得以直接將金額支付給店家，但事實上這樣的說法並不全然正確，因為，消費者在打開行動支付 APP 過程時仍須進行指紋或是輸入密碼開啟手機介面，點開行動支付 APP 又需再次設定與輸入指紋與密碼，並打開掃描 QR 碼功能，輸入支付金額方可完成結帳，這樣的過程未必較使用實體現金來得快速，有時還可能成為店家排隊流程時的負擔與浪費時間，甚至造成店家對於使用行動支付之消費者之反感。

又或是隨著近兩年外送平台在臺灣市場快速崛起，越來越多的小吃與連鎖餐飲店選擇與 UBER Eats 與 Foodpanda 等外送平臺合作，研究團隊成員曾實際面臨使用體驗問題，亦即透過行動支付 APP 內建功能進行線上預約取餐之功能，目的在於節省排

²⁷³ 外送平台叫餐，平台向店家收取約 30-35% 手續費

隊與找零之時間浪費，然於指定時間到店取餐，店家仍未備好餐點，經詢問係因店主不擅操作行動支付平台所給予之點餐系統平板，因此未成功接單，使用戶消費體驗極為不佳。

近年連鎖餐飲零售商積極建立會員制度，使交易過程涉及支付→會員積點→發票收據等，也因此本研究團隊發現，過去在便利商店門市結帳，時常會遇到兩種情景：

- 1.消費者可能選擇 LINE Pay 付款，但又要進行全家會員積點，因此消費者又需另外打開全家會員 APP 給店員刷條碼，才完成結帳與積點動作，又或是先報個人手機號碼，進行手機積點後再打開 LINE Pay 進行支付。
- 2.隨著零售商電子錢包寄售商品(先買後取)功能日趨普及，消費者可能同時要兌換咖啡，與拿取三明治準備進行結帳，此過程也會涉及打開兩個 APP 的流程。

上述一來一往間可能將花費更多時間，又或是遇到手機停頓，網速不足的突發事件，實務上都常造成店家結帳流程大排長龍且平均付款實間也大幅增加不少。

由上述實例說明，行動支付發展在於我國零售通路或是路邊攤小吃店(小規模營業人)實務面仍有其發展困境與不足，如要獲得普及廣泛使用，應當有更完善之流程分析與配套措施。

肆、我國政府行動支付場景探索與機會

本研究根據國家發展委員會對於我國行動支付場景的七大分類²⁷⁴場景加以分析並提出當前主管機關可關注之解決之道與政策建議：

一、交通運輸：需要還是想要的問題？

本研究發現目前台灣高鐵、台鐵與桃園機場捷運積極發展自有 APP 並鼓勵用戶於驗票口掃描 QR Code 車票進站，此過程看似先進與便利，但實則背後所花費的時間與流程相對繁瑣，如：使用桃園機捷 APP 需先註冊登入 APP，然後輸入購票資訊，再輸入購票人資訊並透過綁定信用卡進行支付簽帳，而後又需進行 OTP 認證，方可取得 QR-Code 乘車碼。

²⁷⁴ 參張智閔，〈行動支付推動成果豐碩 引領臺灣邁向智慧國家〉，《財政園地》，第 73 期，2019 年 1 月 28 日，頁 8

但當用戶與乘客來到票閘場景時，又可能面臨交通場域有快速通過的特性，需先打開手機介面，並點開桃園機捷 APP 還要輸入密碼(或過指紋)該流程，則會影響到人流的進出。

這樣的情況同樣也發生在捷運或是公車的票閘與刷卡機，點開悠遊付或是 LINE Pay Money 有時遇到網路不順，手機停頓等情況，可能造成後方排隊或公車司機責備與不悅等待。

另外，據有關電子票證業者表示在捷運系統這個場景，非現金²⁷⁵的使用比率其實已經高達 9 成以上，捷運公司對增加其他非現金支付工具的需求，只是想要不是需要，坦白說沒有那麼急迫。

本研究認為我國的台鐵與高鐵等大眾交通公司各自發展 APP 之效益有待政府相關部會研議與參酌，透過 APP 之應用固然可以避免台鐵與高鐵車站取票機壅擠、取票時間與印製等成本，但在民眾使用與體驗上可能多了更多流程甚至花費時間成本。

二、公共服務

(一)持續深化各公共事業之繳費服務

本研究認為當前政府或是各公司機關行號在公共服務繳費層面導入行動支付動作相對完善與積極，如：水、電、瓦斯、健保費、停車、有線電視費等皆可通過各行動支付 APP 進行繳納，但如有些許地方政府事業仍未達成有效整合，建請中央與地方政府針對地方行政規費罰緩稅捐等項目金額，持續深化整合納入行動支付得以繳納之情形。

(二)高速公路通行費服務擴張

遠通電收為交通部高速公路局所辦理『民間參與高速公路電子收費系統建置及營運案』之『建置營運公司』，並依法辦理高速公路電子收費等業務。

本研究注意目前我國高速公路通行費分為儲值與繳費兩大金流出入模式：

- 1.儲值:可分為銀行自動儲值、超商事務機儲值或是合作臨櫃儲值，也可透過 e-Bill 繳費網進行儲值。
- 2.繳費:平信通知繳費或未持掛號帳單繳費，也可至四大超商、遠傳門市繳費，但透過紙本通知需花費 5 月服務費並且也浪費我國郵政與紙張印刷，不為環保，且用戶也可能忘記繳費

²⁷⁵ 此處以電子票證或是承載電子票證之相關信用卡與簽帳金融卡為主要無現金支付工具

本研究認為有關業者尤其以遠鑫電子票證旗下兼營電子支付與遠通電收進行繳費支付業務整合，透過實體 eTag 綁定電子支付帳戶達成自動扣繳之便利也可活絡遠鑫電子票證之營運又或是交通部能夠鼓勵遠通電收與各家電子支付業者合作，當電子支付用戶透過帳戶即可對其 eTag 進行綁定與儲值，又或是於繳費功能上新增國道高速公路通行費繳費，用戶於電子支付介面輸入車號，即可達成線上繳費，而不用像過去用戶需先收到繳費平信通知，在至郵局、美廉社與遠通電收或是四大超商事務機進行列印帳單繳費，以達成無體化，也可透過 APP 推播提醒，進行繳費。

三、醫療院所

(一)仍應注意現金交易之重要性

當前中高齡長者或是視障族群仍是現金交易支付主要用戶，且隨著我國步入高齡化社會，中老齡長輩前往大型醫學中心、公立醫院、他區域醫院及基層診所之機會與次數將會更加頻繁，政府對於現金支付之重要性絕不可忽視。

本研究團隊成員曾前往榮總進行門診，診後前往繳費，榮總在自助繳費機台設置完善，提供信用卡，簽帳金融卡、現金與台灣 Pay 等多元支付選擇，且使用頻率相當普及。

(二)加速整合全台各家醫療費用支付系統

本研究認為當前臺灣各大醫學中心、公私立醫院、地方醫院、診所與衛生所等醫療費支付體系仍為分散且不利於用戶進行分辨，如：自建 APP 繳費、與網路銀行 APP 合作、多家私立醫學中心則採用「醫指付 APP」；又或是與電子支付的 LINE Pay Money、街口支付合作等。

上述繳費模式，百家爭鳴，對於用戶與患者實為不便，政府方面可參考整合各家支付業者，隨著我國即將推出共同 QR，未來是否能夠導入至不同的醫療中心院所加以整合。醫指付 APP 與自建 APP 本意良善，但不利於我國支付產業整合發展且對於民眾手機介面也不便，原因在於越多的 APP 只是讓用戶們的手機介面更加繁雜，並不利民眾熟稔使用，恐成為其負擔。

四、民生消費

針對高頻次消費場域，如便利商店、百貨量販及微型商家等，經濟部已推動「擴大行動支付普及應用服務補助計畫」經濟部小型企業創新研發計畫，本研究認為應當注意以下：

本研究認為連鎖通路餐飲業者較具有動機與資本得以發展導入行動支付，由於其營收較具規模，且零售 POS 設備導入已成熟，生產作業流程有標準化特性等，導入行動支付應當擁有較高之效益。

且隨著我國已步入高齡化社會對於人力密集的点餐收銀結帳工作，政府應具備前瞻思維積極支持商家與連鎖業者導入自助服務系統。目前零售通路的家樂福、大潤發等已在結帳收銀區建置自助系統，對於零售通路業者之經營效率與人事成本都有一定助益；另外像是近年麥當勞、肯德基、摩斯漢堡也積極與門市導入自助系統與服務，其成功拓展關鍵就來自於自助結帳機臺擁有多元化的行動支付工具，因此能夠節省點餐等不必要時間流程浪費。

另外隨著零售餐飲業者積極發展自有會員 APP 的電子錢包，或是鼓勵消費者進行網路線上點餐，其實這過程也無形推動了行動支付的發展，消費者僅要掃描電腦銀幕上的 QR-Code 即可達成支付並可在指定時間前往線下門市取餐，相當便利。

五、校園及文教場館

本研究認為發展行動支付，政府不應盲目發展，而是應該思考校園主要使用者與學生族群之年齡與特性進行彈性調整，此時就是無現金與行動支付的取捨。

(一)校園：

針對不同的學生年齡族群支付發展特色加以分類發展。小學與國、高中之校園，因仍以電子票證實體卡片作為無現金支付工具推廣²⁷⁶，因其年齡無法申辦電子支付或是能夠隨意申辦銀行帳戶與信用卡等支付工具，且金融理財觀念尚未成熟，卡式支付工具並且承載學生證，較為適合。

大學生則得以開始推廣行動支付作為我國數位化之主要發展族群並深化其習慣，以協助轉型。根據國發會報告提及目前教

²⁷⁶ 本研究第四章第三節，有針對學生族群與普惠金融發展之深度探討，讀者可參閱。

教育部正積極規劃「大專校院校園行動支付推動計畫」；目前我國業者也積極舉辦校園使活動、並且與大學校方合作針對學生之生活餐食津貼以行動支付帳戶發放。

本研究建議主管機關如要深化大學生族群使用行動支付之習慣，應該思考朝向數位學生證之發行與運作建立，目前我國大學生廣泛使用電子票證主因仍在其綁定連結學生證之功能，因此各大專院校可從系統部份切入，並積極與電子支付業者發展數位學生證透過掃描 QR-Code 即可完成課堂點名、借閱圖書、活動報名、宿舍門禁與租借校院運動場等行政流程，減少人力行政支出，並且因手機 APP 屬於私人裝置，出現冒名頂替可能性較低²⁷⁷；另就建置硬體設備部分，目前行動支付業者積極於大專院校各支付繳費場景推展支付 QR-Code 設備，並與校園商店合作特約，本研究認為應推展行動支付力道將擴及校園周邊商圈，效益將更大，因學生生活圈仍以校外為主；又或是從校園生活津貼補助、獎學金等以電子支付帳戶發放，也可鼓勵學生下載使用。

總結本研究認為從硬體設備層面去發展大學行動支付普及助益不大，因為偏好使用現金與電子票證的學生仍不為所動，缺乏使用動機，唯有建立數位學生證，才可發揮支付+生活的數位校園生態圈。並透過年輕學生之使用習慣建立，長遠對於我國行動支付普及有一定助益。

(二)文教場館

據悉教育部及文化部所屬全台文化及博物館，如台北歷史博物館、台中科學博物館、高雄科學工藝博物館、屏東海洋生物博物館及花蓮文創園區等已全面支援行動支付。

本研究認為推廣行動支付發展，除了用戶能夠以行動支付作為支付結帳之工具外，更重要的是應當思考將文教場館相關參觀資訊與周邊服務，整合進入行動支付 APP，此過程方可將行動支付疊加交易以外的功能發揮得淋漓盡致，讓行動支付成為用戶與消費者生活方方面面的服務提供者。

²⁷⁷ 有別於過去實體電子票證所承載之學生證，倘若透過行動支付 APP 作為數位學生證載體，因事涉個人通訊內容與連結金融工具之功能，出借予他人可能性較低。

六、觀光旅遊

(一)門票購買與旅遊資訊及住宿配套資訊整合

目前我國有關單位積極於各大觀光旅遊風景區導入行動支付，如，本研究於上述文教場館之內容提及，應當思考將風景區，餐食住宿與當地特色等相關參觀資訊與周邊服務，整合進入行動支付 APP 此過程方可創造旅客於當地旅遊體驗最佳化，也可有效於國定連假等人潮較為壅塞時，透過行動支付 APP 的 LBS 服務(Location Base Service)將風景區景點人流作為參考，也可結合「高速公路 1968」APP 的即時路況資訊系統，提供使用者支付以外的體驗與資訊推播。

(二)強化與跨境支付業者合作

隨著亞洲國際跨境支付的普及，外國民眾來到臺灣使用行動支付是必然趨勢，如前述共同 QR-Code 之標準建立後，我國財金公司除需積極與境外支付平臺展開合作外，更應與主要觀光旅遊景區之主管機關，如：林務局、觀光局等跨部會單位進行溝通整合，以強化我國境外旅客使用行動支付進行門票與相關旅費支付，甚至輔以多元外國語言，以完善外國觀光客體驗。

七、小規模營業人

全國超過 40 萬家小商家因營業規模小及交易金額少，多數無法提供信用卡等電子支付服務。故我國財政部積極推廣小規模營業人導入行動支付並輔以稅收之調降與優惠，但成效不顯著。本研究認為不顯著之主因並非在於財政部，而是應從實務面探索，如：小規模營業人之經營成本考量，導入行動支付商戶可以獲得 4%²⁷⁸ 的優惠稅率，但是導入行動支付店家則可能需支付給平台平均約 2% 的交易手續費，再加上各家店之實務面不同，導入行動支付之無形成本可能高於 2%²⁷⁹，且該類型店家之主要用戶本身就非行動支付主力使用者，因此導入行動支付對於店家而言恐將吃力不討好。

本研究就以我國國民美食魯肉飯業者作為分析例子，如：知名魯肉飯連鎖店的鬍鬚張本身店家擁有零售 POS 機台並於 2019

²⁷⁸ 4%，意旨我國「小規模營業人導入行動支付適用租稅優惠作業規範」中提及，若營業人平均每月銷售超過 20 萬元，過去須課營業稅 5%，如今因租稅優惠調降為 1%，則 5%-1% 為 4%。

²⁷⁹ 2%，我國小規模營業人導入行動支付後，其將獲得調降 4% 的優惠稅率，但是當其導入行動支付後，則可能需付給平台交易手續費的 2%，則 4%-2% 為 2%。

年部分店家導入 KIOSK 自助點餐機結帳服務²⁸⁰，店員以 2-40 歲年齡為主，操作收銀機台甚至對於智慧型手機與行動支付接受熟悉度較高。

但是反觀位於捷運中正紀念堂站附近或是雙連的魯肉飯名店，其經營型態就是以家族經營為主，店員年齡平均落在 5-70 歲上下，對於行動支付的操作與導入就不為合適與店主也較難以接受又或是位於雙連的魯肉飯名店其取餐流程是走自助取餐模式²⁸¹，我們試想當消費者一手拿著滿是餐點的端盤，另一手又需從口袋包裡拿出手機並且輸入密碼(或是指紋辨識)還要在點開行動支付 APP 輸入金額，時間效率上未必優於現金支付，導入行動支付對於小規模店家而言也許可以獲得優惠的 4% 稅額但對於其經營上的無形成本或是顧客的負面體驗則可能高過於這 4%，綜觀實務面看來，這是想要而不是需要。

²⁸⁰ 蔣曜宇(2019)，賣滷肉飯也要智慧化！60 年老店鬚鬚張大革新，導入行動支付、會員 App，數位時代 Bnext，2019 年 7 月 16 日，載於：<https://reurl.cc/2g10Qv>

²⁸¹ 意即用戶拿著端盤向店家點主食、飯類、小菜與湯品等

第五章 我國電子支付產業展望、宜關注議題、與相關建議

第一節 電子支付產業展望

壹、產業推動與整合

一、第三方支付

我國的第三方支付類別，面向消費者之平台經營模式，如 LINE Pay 與 Pi 錢包等業者，目前正在積極與金管會所負責之電子支付業務進行整併，因此對於其用戶所能承載之金融工具趨於多元化並延伸至銀行帳戶，未來的業務功能也從支付轉向儲值與轉帳發展，對於其獲利模式也趨向多元。本研究認為，主管機關可鼓勵更多的大型第三方支付業者與我國電子支付進行整併與合作，豐富其業務發展特色，更重要的是將我國業務較不活絡的電子支付業者進行結合，可能更加健全產業發展。

二、電子錢包整合

(一)先天的場景與規模優勢

本研究認為，目前在臺灣市場最有市場機會的行動支付類別，應屬以零售餐飲業的電子錢包業者，值得主管機關高度重視。原因在於：該類型支付模式背後擁有 1.龐大的營收量體 2.高會員用戶下載 3.消費者用戶生活日常必須高頻率消費使用的本業。這些因素決定了用戶打開 APP 的機會與市場整合。

本研究注意到，我國的三大零售業者統一超商 7-Eleven、全聯超市與全家便利店，皆有其市場基礎、用戶數與寡占的本業。2019 年統一超商集團旗下事業體年營業收入 1,580 億、全聯則是 1,280 億、全家約 777 億，此則代表當零售通路商在發展自有行動支付時，先天優勢與成功關鍵在於如何提升數位支付佔營收量體的比重，若果如此，則其一年交易金額，可能就得以輕鬆擊敗我國目前電子支付的雙強街口支付與 LINE Pay Money。

在 LINE Pay Money 與街口支付方面，前者是從線上虛擬社交通訊平台走向線下實體，其對於實體通路或是特約店家之合作必須從頭開始一家家建立，縱使 LINE 自有生態圈的完整，但其總體營收未必能夠與單一實體通路匹敵；而街口支付的股東背景

來自於新創公司業者，其本身缺乏自有生態系，同樣在實體零售場景仍需一家家自行發展合作特約。

因此，可看出以下趨勢：上述三家零售業者的電子錢包下載次數平均有 500 萬人次以上，另外，在交易代收付金額上電子錢包業者動輒 200-400 億元，因此從人數上與交易金額方面，電子錢包的市場爆發性與影響力皆較電子支付來得有機會。

【表 5.2.1】零售通路分級

	便利超商	超市	量販店	百貨公司
消費頻率	每天多次	每周多次	每周-每月 1 次	每年 1 次
消費金額	50-100	100-1,000	1,000-5,000	萬元上下
代表業者	統一 7-Eleven 全家便利店	全聯 美廉社	家樂福 大潤發	遠東太平 洋 SOGO 新光三越

表格來源：本研究製作整理

(二)從封閉型走向開放型

倘若金管會有意於我國行動支付產業的長期發展上推動電子支付業務，應可思考鼓勵封閉型電子錢包業者與既有電子支付業者進行整併，目前根據本研究所提出的三大零售商電子錢包 APP，可以明顯注意到：統一超商積極整合旗下的支付工具有三大類：電子票證的 icash、電子支付的 icashPay 與電子錢包的 OPEN 錢包，隨著電票與電支專法合併，電子支付的 icashPay 應會走向「虛實共存，一卡一付」之經營策略，但關鍵點在於其如何將 OPEN 錢包上的 1,000 萬會員數，轉化到電子支付的 icashPay，這才是長遠思考的問題，但目前業者方面似乎缺乏好的誘因鼓勵用戶消費。

icashPay 當前已是我國電子支付業者，其使用通路目前仍以統一超商集團旗下事業體為主，仍未走出集團生態圈發展模式，未來是否走得出去，擴展到非統一集團的合作店家，此過程之成功與否將取決於 icashPay 用戶人數多寡，因為用戶數的提升，將使業者得以更加吸引其他品牌通路加入自家平台。

同樣地，隨著全家與全聯積極拓展數位化會員與線上 APP 電子商務模式，就其營收與用戶數，也同樣有市場機會得以拓展其行動支付生態圈；另外就全聯持股我國純網銀將來銀行 9.9% 股權，未來全聯的支付生態圈是否會向外擴張與深化發展，值得期待，今年 10 月全聯 PX Pay 上線繳費功能充分展現其欲跨足金流

相關業務的企圖心。另外，又或是全家便利店轉投資我國專營電子支付業者橘子支 20%，未來是否透過參股與整併等模式，直接透過廣大的全家會員 APP，將流量與用戶人數轉化至電子支付用戶；日本的全家便利商店就是從封閉型電子錢包走向開放型電子支付業者，透過自身強大的零售通路向一些非本業的事業體進行策略結盟，並透過日本全家的會員積分反哺便利商店本業。以下彙整本研究認為有發展性的零售通路，僅供參考。

【表 5.2.2】我國具有發展性的零售通路

業者名稱	相關事業體品牌	擁有的支付工具	營收	母集團相關轉投資事業	母集團金融業務
統一超商 7-Eleven	星巴克	icash (電子票證)	1,580 億	夢時代購物中心	統一證券
	康是美			統一時代百貨	
	Mister Donut			家樂福	統一投信
	聖娜多堡	icashPay (電子支付)			
	21 世紀風味館				
	博客來 網路書店	OPEN 錢包 (電子錢包)		菲律賓 7-11	
	COLD STONE				
	聖德科斯				
BEING					
全聯超市 PX Mart	—	PX Pay (電子錢包)	1,280 億	—	華泰銀行 持股 將來銀行 9.9%
全家 便利店 FamilyMart	Lets café 咖啡複合店	持股橘子支 20%(電子支 付)	777 億	—	—
	BBQ Chicken				
	大戶屋餐飲	MyFamiAPP (電子錢包)			

表格來源：本研究製作整理

三、裝置載體支付

本研究認為，此類型裝置載體支付發展較不符合當前我國國情與民間商業社會之發展，中長期而言，其並非我國主管機關在金融支付產業創新之發展重心，原因如下：

(一)金融支付工具限制用戶族群

由於當前我國裝置載體支付平臺僅能夠透過綁定信用卡或是簽帳金融卡進行支付，對於以銀行帳戶為主的學生族群，或是

無信用卡族群，使用裝置載體支付較難以普及我國行動支付發展；而且，使用裝置載體支付的主要用戶族群本身就是促成我國無現金社會的信用卡族群，因為裝置載體支付就是將其實體卡片數位虛擬化，無法向下扎根於無卡族群。

(二)業務與場景單一

目前我國所有行動支付當中，由於電子支付具有專法與執照經營，因此其所能承作的業務除了支付、儲值還有轉帳功能，對比我國裝置載體支付，其功能就僅有支付較為單調，也不利於消費者用戶進行 P2P(Peer to Peer)轉帳。

另外，場景的先天劣勢也是裝置載體支付業者最大的發展困境，尤其該類型業者多以外資手機作業系統或是穿戴裝置公司為本業，其在臺灣的相關業務可能就是以官方手機直營通路與客服中心為主，對比以臺灣最大社交通訊平台 LINE 作為背景支持的 LINE Pay、LINE Pay Money、統一超商事業體的 icash Pay、OPEN 錢包，或是廣大實體零售通路體系內建自營的電子錢包，如：PX Pay、MyFami Pay 等業者，裝置載體支付的競爭利基就是來自於手機平台的技術支持，難以有很大的消費頻率與機會去推動用戶使用。

最後，由於裝置載體支付的國際業者本身不涉及金流的代收付款項移轉，因此決定用戶使用的最大驅動方，仍為信用卡或是簽帳卡之發卡銀行業者，其所發行的卡別，導致了用戶消費者使用的決定，主動權方仍是信用卡發卡銀行。

(三)商家導入門檻較高

裝置載體支付主要技術應用以 NFC 為主，在 Samsung Pay 則為 MST 技術，當用戶於一般消費場景支付時，店家必需擁有感應刷卡設備，方可完成支付動作，故觀察當前我國主要應用業者，多以本身就有提供刷卡設備的連鎖零售與餐飲業者為主，對於一般營業規模較小的店家而言，導入 Apple Pay、Samsung Pay 與 Google Pay 等國際品牌，較不符合自身營業環境與利益，對其而言，選擇與以 QR-Code 技術為主的電子支付與第三方支付較為適宜。

第二節 我國電子支付發展宜關注議題

壹、法規監管

現今科技發達，不論係實體領域甚或是網路領域，所有涉及新興數位產業之市場，均須具有便利及安全性之支付工具為基礎，方得提升產業之競爭力。準此，政府應正視新興科技潮流之衝擊，加速法令規範完備，以保障及有利產業發展。未來，可想而知民眾消費的支付方式和工具，越來越多樣化，金融科技的發展也是日新月異，本文希冀對於支付法制的理解與分析，並觀察現實產業的發展趨勢，有機會能對支付相關法制提出建議，實現普惠金融目標。

自金管會為推動將電子票證、電子支付兩機構合併，並於2019年7月30日，預告修正「電子支付機構管理條例」，金管會表示，為符合支付工具虛實整合之潮流，及因應支付生態圈發展趨勢下業者擴大業務範圍之需求，並衡平電子支付機構及電子票證發行機構之風險控管強度，以避免發生法規套利情事，規劃推動「電子支付機構及電子票證發行機構管理法制整合」（下稱電子票證與電子支付專法）²⁸²。亦即，兩法整併後，「電子票證業」正式走向歷史，其意味者，未來的電子支付業之定義，將重新洗牌，例如現有的電子票證專營業者，悠遊卡及一卡通即將變更為電子支付業。

準此就專法草案，以下相關議題有賴主管機關持續追蹤。

一、新型態業者管控

本次修法內容將大幅改善整體電子支付業之經營環境，然因科技發展快速，新型態業者湧入市場競爭。電子支付業各參與者，可知「現有競爭者」除同質化的核心支付業務外，勢必須發展其他附隨業務或金融衍生業務以創造差異化；而電子支付的「替代產品」可來自於銀行、數位銀行或純網銀提供如存款、理財、信用卡、金融卡等的多元金融整合服務，或來自受較低度監管的電子禮券，甚至由於現金在台灣有著便利、廉價、可信賴的提領、支付及存匯體系，亦屬電子支付業經營上的挑戰；產業「新加入者」將包含各家轉型為電子支付機構的電子票證機構，使市場競爭更形激烈；有關「買方議價能力」及「供應商議價能力」方面，

²⁸² 參考自 <https://reurl.cc/Kj7D49>。最後瀏覽日期：2020年10月5日。

將隨支付產業日趨競爭而更富有挑戰，且因近年洗錢防制規範、個人資料保護及資訊安全等金融監管標準提昇，金融業相關成本亦與日俱增。因此，各市場參與者如何尋求利基，獲得消費者青睞，確立自身定位將更形重要²⁸³。

二、小額匯兌業務開放

本次電子支付專法修正草案，除將電子支付與電子票證之界線消除，整合二大業務，主要應關注之修正為未來電子支付機關將可以辦理國內外小額匯兌，非電子支付機構經主管機關許可，也得經營外籍移工國外小額匯兌業務，為經營外籍移工國外小額匯兌業務建構出法源依據。實務上，地下匯兌因不合於銀行法第 29 條，由非銀行機構所進行的匯兌行為，造成洗錢防制之漏洞。準此，針對草案第 5 條第 5 項之規範，其因與銀行法第 29 條立法目的有扞格，故有關金融監理有其必要性，例如：市場、交易、信用及法律風險，均是金融業者應持續關注之堅強理由。

貳、純網銀與電子支付之關聯

純網銀與電子支付兩者互有異同，先從兩項業務之差異而論，純網銀得以吸收公眾存款並給予利息，且可透過貸款去化存款以賺取淨利息收入；而目前電子支付業者僅能收受儲值金，儲值金無法作為放款用途，更無法給予用戶利息；在市場同質性部分，根據純網銀業者於公開及非公開之活動皆提及：其有意透過自有集團生態圈、普惠金融(學生、無卡、移工)等市場策略進行發展惟隨著電子支付修正草案審查在即與目前業者之發展，其目標市場族群也是朝向上述兩大方向發展，故兩者都在客戶群上有所競爭。

本研究認為，與純網銀沒有直、間接股東利害關係人的電子支付業者，如：街口支付、歐付寶、icashPay 與國際連等業者，將會走向較為中立化與平臺化的方向，作為其面對純網銀競爭的策略。

至於以大型集團網路生態發展為主的 LINE Pay Money，則可能與 LINE Bank 有更緊密的合作關係，甚至吸引其用戶透過同集團的兩項業務，而推出較為客製化與精準化且優惠之服務。

²⁸³ 參王資元，純網銀元年的電子支付——淺談「電子支付機構管理條例」修正草案與相關產業，2019 年 9 月 30 日。

一、直、間接利害關係人業務發展

就純網銀與電子支付業者股權來分析:LINE Bank 股權結構由泛富邦集團持股 30.1%²⁸⁴、中國信託持股 5%、聯邦商銀 5%、渣打銀行 5%；LINE Pay 則由北富銀持股 19.99%、聯邦商銀持股 10%；而負責經營 LINE Pay Money 的一卡通公司，又分別由 LINE Pay 持股 29.9%、聯邦商銀持股 11.4%，即彼此股權結構呈現「你泥中有我，我泥中有你」之發展，未來對於電子支付的 LINE Pay Money 乃至於純網銀的 LINE Bank，在選擇合作伙伴時，是否可能出現同公司股東間的內部競爭，或是在電子支付業務與純網銀導流上可能出現偏重單一股東之情況，甚至可能有違我國金管會高度重視的「金金分離」等公司治理問題，值得主管機關重視與關注。

二、純網銀是否有意願申請兼營電子支付執照

要注意的是，我國的 LINE Bank 與樂天銀行具有外資網路科技集團背景，前者兄弟公司的 LINE Pay 已擁有 LINE Pay Money，而後者在我國尚未擁有支付業務，然隨著跨境電商與國人跨境支付旅遊等模式普及，是否上述兩家業者會憑藉自身集團在亞洲地區與日本市場之布局及完善基礎，推出 Cash Outbound 等業務，值得主管機關注意。然樂天銀行於日本國內有完善的電子商務業務生態體系以及日本國內市佔率前三名的 Rakuten Pay，背後代表著為數眾多的實體通路合作業者，若再搭配其在臺灣市場擁有樂天信用卡業務，對於其要發展線上電商的跨境匯出 (Cash Outbound) 以及臺人赴日觀光旅遊的跨境匯出 O2O 業務，都有其一定的發展基礎與競爭機會。

參、第三方禮券與電子支付之發展

另外，金管會電支修正草案中有關於修正條文第四條電子支付機構經營第八款之業務，本研究認為，透過扮演消費者與商戶在交易過程間的關鍵橋樑媒介，電子支付業者進行提供商品(服務)禮券或票券價金保管及協助發行、販售、核銷相關服務，將有助於我國規模較小且無法自主發展或是委由銀行代工設計電子錢包之業者，得以透過電子支付平臺，打造自身線上獲客與數位

²⁸⁴ 泛富邦集團集團持股 30.1%之計算原由來自於台北富邦銀行持股 25.1%、同一利害關係人的台灣大則持股 LINE Bank 5%

化經營之商業模式，並以「支付＋數位禮券」之基礎，開展朝向交易過程所需之服務如：經營會員點數、商品寄售，整買零取等商業模式擴展。本研究認為，此舉將有助於打造我國電子支付生態圈發展。

惟主管機關仍需審慎思考過去與現在實務面之差異，亦即過去

我國商品(服務)禮券係由經濟部負責管理，且以定型化契約加以規範，且禮券之發行採無記名型式，購買人亦無需經過第三方單位進行身分認證核實，購買禮券的交易額度亦無上限，且用戶也得以隨意轉贈予他人，不受任何限制。

然電子支付業者受到我國電子支付機構管理條例專法限制，法律位階較高且主管機關為金管會；另外，用戶申辦電子支付帳戶需與聯徵中心進行身分認證，每月儲值金額與實質交易金額方面都有限制，則未來修正條文通過後，用戶購買電子支付業者所代為發行之商品(服務)禮券是否沿用經濟部之標準？又或是用戶要將其所購買之商品(服務)禮券轉贈他人，是否受贈人亦需為同一平台用戶，又或是得以跨平臺轉贈，甚至對方身分是否需經實名制，皆是未來宜予關注事項。

肆、電子支付跨足紅利點數整合

隨著近年電商與行動支付平台為吸引用戶使用與討論等行銷手段，因此以高回饋、標榜 1 點數幣即可折抵 1 元消費之口號，吸引用戶開始關注點數經濟之優惠與累積，越來越多的業者與平台皆推出自家的紅利點數幣，如：LINE Points、街口幣與 OPEN Point 等，因此於電支條例修正草案，預計將開放電子支付機構，提供紅利積點整合及折抵代理收付實質交易款項服務，本研究認為此次修法符合當前我國商業民情，且可打通各家平台業者的點數幣，有助於我國點數經濟發展，相當認同。

然本研究注意到我國連鎖超市龍頭全聯超市推出的 PX Pay 會員 APP 促銷、推薦贈點活動，遭人透過電腦惡意程式，自動生產姓名、電話、出生年月日等資料，再委由門號認證服務公司，主動回傳認證碼進行開通，詐取福利點數。這些點數每 10 點可

抵購買商品金額 1 元，會員間點數還可互轉，故嫌犯詐取大量點數後，再透過網路店商平台以 8 折出售，牟取暴利²⁸⁵。

倘若未來電子支付推出紅利點數整合平台業務，本研究建議主管機關可規範業者需注意異常紅利點數之折抵與取得兌換，以降低過程出現詐欺與點數套現之負面犯罪情況發生，同時維護我國商業環境與點數經濟之穩定。

伍、推動開放銀行

在推動支付生態系方面，開放銀行(open banking)係一項相當重要之工程。開放銀行透過開放 API 平台之資訊整合，就個體經濟而言，可以擴大交易量、擴大支付產業生態，最終擴大支付企業之整體規模；就總體經濟而言，透過開放銀行可以降低台灣在發展金融或是經濟上最大之劣勢所在，即「經濟規模小」。²⁸⁶

一、我國開放銀行之進展與挑戰

自 2018 年 1 月開始，英國、墨西哥、以色列、奈及利亞、紐西蘭、加拿大、香港、澳洲已陸續啟動開放銀行資料相關措施。而在我國，金管會採自願、非強制方式推動開放銀行，並在 2019 年 10 月推動第一階段「公開商品資料」，首批上架 API 的銀行共有 23 家，以及 6 家 TSP 業者(Third-Party Service Providers)；啟動後，民眾即可自其他業者的 API 串接到各銀行的商品資訊，甚至可透過 APP 直接比較各銀行商品資訊，如存款、房貸及信用卡利率等。2020 年下半年進入第二階段即「開放客戶資訊」，意即在客戶同意前提下，客戶在各家銀行的房貸、存款、基金投資等相關資訊整合；最後，還有第三階段「開放交易資訊」，透過 APP 可直接連結帳戶扣款。

二、由開放銀行擴張至開放金融等更多領域

雖說迄今仍有些銀行因若干考量(以下說明)而不願參與第二階段開放銀行試辦，但實際上，當財金公司、金融總會、銀行公會、金管會於 2019/10/16 聯合舉行第一階段開放 API 成果發表會時，金融總會即曾指出，繼 23 家銀行之後，未來金融總會將協同相關單位，漸擴及證券、期貨、保險、投信等相關產業，

²⁸⁵ 參邱俊福(2020)，「全聯」APP 會員贈點活動遭惡意程式詐騙 盜取 1500 萬點數，自由時報，2020 年 10 月 15 日，載於：<https://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/3322285>

²⁸⁶ 王儷容(2019)，「我國開放銀行如何加快腳步？」，名家評論，工商時報，2019/04/10。

達到更寬廣的「開放金融（Open Finance）」目標。當時，元大金旗下元大人壽已透過「保險小存摺」界面加入，另已約有十多家非銀行領域的其他如保險、證券、期貨等業者，也想加入 API 的陣容。透過「開放 API 平台」，金融產業與金融科技業者將在大數據、智能理財及雲端服務等面向有更深化的合作，進而開發更多金融業以往未觸及的客群。²⁸⁷

此外，金融科技創新園區的「數位沙盒」創新實證平台在開放銀行推展各個階段之工作上，已展現其重要性：過去新創企業得一一與金融機構洽談 API，然而於 2020 年 7 月透過園區的數位沙盒創新實證平台，已可於 30 天內完成金融機構 API 對接，並達成四個月成功商轉的成績。其中，金融總會扮演協助與各 API 供應商聯繫之角色，特別是對於難以取得資料的 F4 包括證交所、期交所、集保公司、櫃買中心等單位，金總協助資料取得，以提供最豐富與多元的資源，做為創新實證的基礎。²⁸⁸

以往，Open API 商業模式多運用於提供一般客戶（B2C）服務，元大銀行則首度將 Open API 應用場景用於企業客戶，創新發展 B2B 商業模式，攜手企業客戶朝數位轉型邁進。元大銀行與程析科技共同籌劃「新世代財稅服務-Cloudcity Accounting」應用模式，未來可望透過 Open API 串聯企業、銀行與會計師事務所的資料庫，提供企業客戶透過該服務進行稅務資料上傳、應收付款項管理、智能對帳及行動支付功能，企業管理者即可隨時取得最即時餘額總覽、交易明細、應收應付帳款等資料，不僅有效提升工作效能，更能達成行動化管理綜效。²⁸⁹

三、新冠疫情加快開放銀行之進展

最後必須提及的是，英國調研機構 Juniper Research 指出，新冠疫情流行使得消費者新增數位帳戶的需求，已可看到促成開放銀行商模被大量採用，估計 2021 年的全球用戶量可達 4 千萬，較 2019 年的 1,800 萬出現倍增現象。²⁹⁰

Juniper Research 指出，全球開放銀行趨勢由歐洲推動，主因是歐洲由監管機構主導開放銀行需要的 GDPR 規範，建立起一個

²⁸⁷ 朱漢崙(2019)，「開放 API 平台 券商、保險也捧場 繼 23 家銀行後，已有十多家非銀行業者評估加入 API 陣容」，A5 版，工商時報，2019/10/17。

²⁸⁸ 朱漢崙(2020)，「數位沙盒創新實驗 邁大步 30 天內可完成銀行 API 對接」，A11 版，工商時報，2020/07/14。

²⁸⁹ 謝奇璋(2019)，「首創 B2B 商業模式 元大銀 Open API 應用再升級」，C4 版，工商時報，2019/10/21。

²⁹⁰ 陳碧芬(2020)，「開放銀行全球用戶 明年可達 4,000 萬」，A11 版，工商時報，2020/05/20。

標準化的市場，相關業者准入的門檻低；反之，美國雖然科技創新力強、金融科技市場龐大，但缺乏中央監管實質作法，難以把開放銀行的增長潛力激發出來。Juniper Research 研究員梅納德（Nick Maynard）表示，估算開放銀行用戶總數，主要是計算消費金融使用者透過開放銀行 API 共享數據，願意匯總個人在不同銀行的帳戶資訊，這種大量依賴數位金融服務的消費行為，在疫情流行期間被一般民眾大量接受，因此樂觀預估開放銀行將能有更大的促進機會。跨銀行間，以及銀行與第三方業者之間的關係形成新時代的競合。未來，客戶資料掌握在銀行手中，共享涉及隱私保護問題，因此金融業者必須克服 API 標準化、網路資安、個資保護等技術面之挑戰。

陸、資格認證等加強資安之推動

本文認為，要穩定加快我國開放銀行乃至於其背後相關金融業務(如支付)之推展，相關之基礎建設包括：除了必須透過立法針對個資法進行修訂，讓我們如歐洲與澳洲般地促使在開放銀行方面跑得更快外，為降低金融機構對於開放銀行時之個資與資安問題疑慮，對於 TSP 業者之相關資格認證，亦是相當重要。

事實上，眾多開放銀行的 TSP 業者相繼表示，將以通過 ISO/IEC 27001 以及 ISO/IEC 27701 的國際資安管理標準驗證，向金融合作方和消費者展現其對資訊安全和個資保護合規的承諾。²⁹¹譬如，加拿大公正第三方驗證公司（TCIC）於 2020 年 9 月將 ISO/IEC 27001 及 ISO/IEC 27701 證書，授予 AlphaLoan 實貸比較網，後續 AlphaLoan 將持續展現對兩個國際資安管理標準的合規，並經由每年的定期複核及每 3 年的重新驗證，以維持驗證有效性。此外，金管會推動金融資安行動方案，鼓勵金融機構導入國際資安管理標準及國際營運持續管理標準，並取得相關驗證，透過第三方獨立機構檢視管理制度及持續營運的有效性，亦是相當重要。當資安與個資保護逐漸成為各界關注焦點，新興金融科技應用公司紛紛採用 ISO/IEC 27001 及 ISO/IEC 27701 展現合規，不僅符合國際趨勢，也以此建立各金融產業互相信任的機制。

²⁹¹ IEK 產業情報網，「AlphaLoan 通過 TCIC 國際資安雙標準驗證」，C8 版，經濟日報，2020-09-24。

柒、央行數位貨幣 CBDC

2019 年 10 月，中國人民銀行透露即將推出數位人民幣 (digital currency/electronic payment, DCEP)。再加上臉書野心勃勃地推出將遍及全地表之加密貨幣 Libra，之後各國對央行數位貨幣 (Central Bank Digital Currency, CBDC) 的態度即產生相當大之轉變，同年 11 月傳出有著超過「200 間德國銀行」的銀行協會呼籲歐洲政府儘快推出「數位歐元」(Digital Euro)。我央行總裁楊金龍則於當年 11 月 7 日表示：「若能順利解決相關問題，CBDC 可望成為零售支付最後一哩路」；一改其 9 月 22 日宣示「暫時不考慮發行數位台幣」之立場。另外，前行政院院長賴清德曾發下豪語，希望臺灣的「行動支付普及率」可以在 2025 年時達到九成；蘇貞昌院長則在 2019 年 8 月指出，行動支付普及率已提升至逾五成。近期 CBDC 之微妙變化是否加速我國未來行動支付之神速進展，有待各界持續觀察²⁹²。對此，以下本文將自數位貨幣對電子支付間之影響與兩者之合作兩大角度分析之。

一、央行數位貨幣對電子支付之影響

CBDC 與電子支付/行動支付之關係，究竟為何？正如以上章節分析，不論是我國的電子支付，還是星馬的電子錢包，還是中國大陸的第三方支付，其功能大多包括儲值、轉帳、與支付。相對而言，CBDC 係由央行發行之數位法幣，以替代實體法幣，或作為實體貨幣的補充，以降低傳統紙幣發行、流通的成本，不斷提升經濟交易活動的便利性和透明度。CBDC 的發行可以是一般性或者具有限制性，即使是對一般大眾發行，央行也可選擇人們直接在央行開戶或透過商業銀行開戶，也可選擇實名制或匿名制。正如一般貨幣，CBDC 之功能包括(1)交易的媒介，即一般所稱之「支付」，亦是貨幣最重要的一項功能；(2)計價的標準；(3)延期支付的標準；(4)價值的儲存。換言之，CBDC 亦能儲值、轉帳、與支付。

在央行數位貨幣對電子支付之影響方面，之前各界預言，DCEP 之推動將對整個行動支付領域投下震撼彈，也將會改寫大陸第三方支付之版圖。尤其近來在央行數位貨幣上跑在前緣的

²⁹² 引用自王儷容(民國 109 年)，「央行數位貨幣將引領風騷 帶動我國行動支付快速進展」，名家觀點，經濟日報，109 年 2 月 11 日。

DCEP，被看成(至少在中國大陸)是可以覆蓋全場景的“超級錢包”(即我國之「超級電子支付」)。²⁹³《彭博社》指出，中國年度行動支付額高達 27 兆美元，約佔 GDP 的 16%；上海研究機構人士認為，人行無法忍受國家金融系統的核心被私人企業所支配，如果人行推出數位貨幣，至少三分天下，會拿下三分之一的行動支付市佔率，將重擊阿里巴巴以及騰訊。據悉，「支付寶」與「微信支付」目前合計佔有中國 94% 的行動支付市場²⁹⁴。

之所以有上述之評論，存在諸多原因：首先，CBDC 相對於現有之私人企業推出之電子支付，最重要的優勢在於：CBDC 有國家信用背書，具有法幣(legal tender)特性，也就是任何交易場景都必須無條件接受，不能拒絕；其次，在我國，於電支條例修法前各支付端之間係不能互相轉帳的，而在中國大陸，目前第三方支付如支付寶與微信間不僅不能轉帳，而且要在網路上使用，而 DCEP 數位貨幣已可離線使用，只要手機與手機之間碰一碰就可以完成轉帳，從支付效率看，DCEP 作為支付手段要比第三方支付簡便與快捷得多，故在大陸 DCEP 與第三方支付似乎存在著極大之業務競爭關係。此外，目前中國人行要求，行動支付平台都要與中國人民銀行監管的「非銀行支付機構網絡支付清算平台」相連通，以避免產生「第二間中央銀行」。

事實上，CBDC 與一般電子支付兩者之層次不太相同。前者係基礎貨幣，即一般貨銀理論中之 M0，而後者則綁定銀行帳戶、信用卡、簽帳金融卡等，再予扣款或轉帳，而銀行帳戶如活儲或定存，則屬貨銀理論中之 M1 或 M2。不論 M0 或 M1 或 M2，皆為貨幣，但 M1 或 M2 乃基礎貨幣 M0 經由一般商業銀行之貸款及乘數效應後，方才轉化出。若是 CBDC 採取如 DCEP 般的雙層運營體系，則係由央行發行數位貨幣，而商業銀行則負責儲存與保管數位貨幣，一般法人與個人再通過商業銀行存取與兌換數位貨幣。

不過要注意的是，大陸 DCEP 之發展將對我國帶來若干影響。我央行認為，若許多台灣民眾、企業與中國遊客使用人民幣 CBDC 交易，甚或未來部分兩岸貿易以人民幣 CBDC 計價，這對

²⁹³ 「超級錢包」即我國之「超級電子支付」。引用自張銳，數字貨幣會擠走第三方支付嗎？人民網—國際金融報，2020 年 09 月 28 日。

²⁹⁴ 引用自吳介聲(民國 108 年)，《中共「國進民退」變本加厲，台灣豈能置身度外？》，鳴人堂，108 年 12 月 17 日。取自：<https://opinion.udn.com/opinion/story/120611/4232414>

本國的貨幣主權、支付系統與清算，將會產生以下衝擊：排擠新台幣(通貨替代)；不經過財金資訊公司的「外幣結算平台」，脫離本國的支付與清算系統；台灣民眾與企業(在台灣或中國)的交易與金流遭監控。²⁹⁵

至於我國央行的 CBDC 計畫及進度則如下。央行、票交所、財金公司共 10 人(「央行數位貨幣(CBDC)研究計畫專案小組」)與三個學術單位(台大、政大、成大)正進行共同研究。工作小組提出批發型 CBDC 業務特性與功能需求，初步評估 DLT 技術之可行性。將以綜合初步研究結果，作為下階段概念驗證(PoC)的基礎。並將與外部技術團隊合作，且納入若干銀行、非銀行支付機構、電信公司、與晶片廠商等，進行批發型與零售型 CBDC 的 PoC 試驗及其平台，期間接近 2 年。若 POC 試驗順利，將進入 Pilot 試驗²⁹⁶。

比較兩岸之 CBDC，在兩極端之間選擇去中心化程度方面，我央行目前偏向採取之(完全)去中心化，具有高強韌，惟效能瓶頸必須克服；而中國大陸之 DCEP 則採完全中心化，具有高效能，惟有單點失靈問題，需要備援系統。Alexi Grym (2020, Bank of Finland)指出，區塊鏈或 DLT 不適用於零售支付；中心化帳本比區塊鏈或 DLT 效率高，更適合用來發行零售型 CBDC。

目前，我國 CBDC 最後推出之屬性與內涵仍未明確，究竟我國之 CBDC 將成為我國零售支付或批發支付之最後一哩路，仍有待觀察，但確定的是，CBDC 之推動必將成為我電子支付很重要的一項基礎建設，其影響將是可期待的。

二、數位貨幣與電子支付之合作

不過，即使數位貨幣與電子支付間確實存在若干競爭元素，但合作之可能是相當大的。因應電子貨幣的發展趨勢，IMF 提出結合中央銀行貨幣及電子貨幣優點的新型發行架構：透過與央行合作的電子貨幣機構，向民眾發行合成型 CBDC，並將收取之儲值金全數存放央行作為擔保。在此種公私部門之合作下，由央行提供發行的信任基礎及相關跨行清算服務，而民間電子貨幣機構

²⁹⁵ 引用自陳南光(民國 109 年)，「中央銀行角色的演變與挑戰 0---問談 CBDC 的興起」，中華財經政策高峰會，109 年度中華財經高峰論壇，西華飯店，109 年 8 月 28 日。

²⁹⁶ 引用自陳南光(民國 109 年)，「中央銀行角色的演變與挑戰 0---問談 CBDC 的興起」，中華財經政策高峰會，109 年度中華財經高峰論壇，西華飯店，109 年 8 月 28 日。

得以發行具備中央銀行貨幣信任及保障的合成型 CBDC，並可發揮支付創新、業務推廣、客戶服務等專長，並負責 KYC、反洗錢等業務。²⁹⁷

目前，國際間已有類似合成型 CBDC 概念的案例或計畫。譬如，英格蘭銀行已開放大型非銀行支付機構可在央行開立清算帳戶，並使用央行大額支付系統進行跨行清算；瑞士銀行則正與一些國家央行溝通，計劃以中央銀行貨幣作為擔保，讓民間機構發行穩定幣 USC，利用區塊鏈系統提供跨境支付服務。²⁹⁸

有鑑於上述發展態樣，我國央行數位貨幣未來若亦能扮演上述類似官民合作之帶動角色，相信必將有助於我國整體電子支付之蓬勃發展。

第三節 相關建議

壹、法規監理

從電子票證與電子支付專法草案內容，可以看出規範主體涉及電子支付業與銀行業、電子票證業、甚至非金融業者，其彼此之間高度牽連。準此就專法草案，以下分別提出相關建議：

一、資本額限制：

首先，關於電子支付機構的最低實收資本額限制，在專法中採取對於提供儲值服務的電子支付機構最少為新台幣 5 億元，如僅代理收付實質交易款項(無儲值服務)之電子支付機構最低實收資本額亦須達新台幣 1 億元。

參考外國立法例之規範，美國要求資金傳輸業者在成立申請執照時，要繳交美金 5 萬元到 30 萬元之保證金，該範圍約在新台幣 150 萬元到 900 萬元之間。又歐盟則是依照所提供服務之種類而分別要求持有 2 萬歐元、5 萬歐元、12 萬 5 千歐元，相當於新台幣 68 萬元、170 萬元以及 475 萬元等。單就部分國外比較法之觀點，顯然相對較高；然而，過高的資本額或許會造成業者不必要之負擔，並進一步成為支付機構發展的障礙。準此，應有向下調整之空間。

²⁹⁷ 引用自中央銀行(民國 108 年)，「FinTechs 與 BigTechs 在支付領域之發展及影響」，央行理監事會後記者會參考資料，108 年 9 月 19 日，頁 82。

²⁹⁸ 引用自中央銀行(民國 108 年)，「FinTechs 與 BigTechs 在支付領域之發展及影響」，央行理監事會後記者會參考資料，108 年 9 月 19 日，頁 82。

本文認為，主管機關本次的修正，因應了科技發展以及全球非現金支付的潮流，透過整合分層管理，為我國非銀行支付制定一個較為周全且成熟的規範架構。準此，參考「新加坡」之營運方式，採取「分級管理」，低實收資本額調降至適當的金額，鼓勵小型支付機構之發展，以提高我國非銀行支付機構之競爭力。

二、投資限制：

長期而言預先儲值，將形成一筆數額相對穩定之資金，也因其數額可觀，無論係存放於銀行或係用於投資皆可能帶來可觀之收益，則運用支付款項所得之孳息或其他收益究應如何歸屬，實牽涉支付業者與支付服務使用者間之利益平衡。另外，投資限制也對經濟流動性有所影響，有通盤討論之必要。目前依據本法第21條第2項、第21條第6項授權金管會訂定的「電子支付機構管理條例第二十一條第六項授權規定事項辦法」，這筆金額投資限制於低風險的類似約當現金項目，投資上限為百分之六十，所得利益應一半作為回饋之用。而就代理收受款項之部分，是完全不得予以利用的。

換言之，我國目前現行法得就儲值款項之60%為低風險、高流動性之投資，而代理收付款項完全不得利用。本文認為，該部分可以參考「美國」之營運方式，授權主管機關作出限制：美國採取列舉之作法，並進一步的以投資標的風險高低而分成兩個部分，支付機構若要投資被認定為風險較低之標的，則未有投資額度比例之限制，於投資較高風險之標的時，才有更進一步的限制。這種分級管制的方式賦予支付機構較大的決策空間，兼顧了使用者資金安全以及支付機構之營業利益。

貳、電子支付金融業務創新

一、後支付模式創新結合

目前「無卡後支付」與「無卡分期」之業務主管機關為經濟部，倘若金融機構業者(商業銀行與電子支付等)跨足相關業務或是與相關業者合作，則此時金管會才有權責進行監督管理。

本研究認為，當前我國電子支付業者盈利模式單一，若僅只依賴交易手續費收入，難以長久發展，金管會與相關主管機關應當思考鼓勵並協助業者跨入後支付消費性金融服務，以補足信用卡市場之不足，在考慮金融穩定的先決條件下，輔以普惠金融及

後續我國金融體系良性循環模式，作為電子支付業者之生態圈發展模式之策略思考。

(一)金融穩定

商業銀行本身的目標族群是聚焦於非學生族群、有固定薪資收入且個人財務狀態健全之用戶為主要市場，因此金管會透過鼓勵電子支付業者推動發展無卡分期業務，對於商業銀行之既有市場族群與利息收入等競爭因素，衝擊較不劇烈，可以避免過度競爭之局面，但卻可協助我國電子支付業者豐富多元其盈利模式。

(二)普惠金融

透過零卡分期的後付型態(Pay After)，作為在學學生、無信用卡族群、財務情況較差與信用資料遭到消除註記之中年族群²⁹⁹等用戶於市場切入機會。這些族群原先在申辦信用卡、小額信貸時，必需進行聯徵中心的信用評分系統方可與其產生業務關係，又或是需要 1 年以上的工作經歷等條件，使年輕小白族群較難以獲得實惠且人性化的金融服務。

(三)金融體系的良性循環

由於商業銀行過去對於財務情況較差、無信用卡族群或是在學學生較不重視，因此需透過電子支付業者作為金融與商業間的媒介串接角色，進行用戶市場的場景與體驗開發，透過無卡分期額度的風險控管倘若可行，則可面向社會大眾推出該類型業務。更重要的是，隨著開放銀行、開放數據的到來，探討用戶於電子支付所進行的無卡分期紀錄(準時或逾時繳款)是否可以成為聯徵中心或是商業銀行在對其個人信用評分建立時的參考依據，協助在學學生或是社會新鮮人(信用小白)累積其未來申辦信用卡、個人信貸、車貸時之信用數據，更可以提供年輕莘莘學子培養個人金融消費理財之良好習慣。

此外，透過上述模式更可以促使目前虧損連連的電子支付業者，開展另種獲利模式。目前我國無卡分期之業務發展，不受資本額與專法要求規範，業者良莠不齊，電子支付業者跨足相關業

²⁹⁹此處指當用戶信用資料因逾期、催收及呆帳紀錄等負面情況發生後 3-10 年經信用資料揭露期限塗銷註記後，其欲取得金融服務後，可能遭遇信用資料空白之情況，此時銀行可能就會斷定該用戶過去曾有信用資料不良之紀錄，成為其取得信用卡與貸款之限制。然該群用戶年齡層可能落在 35-55 歲之間，可能是一家經濟重心，漸而影響家庭生活。

務，對於整體產業發展應屬正面，透過市場機制以淘汰不良業者，同時參酌本研究之相關建議³⁰⁰，應可促進消費者權益保護等。

二、消費場景導入保險商品

行動支付發展本質來自於擔任消費者與店家結帳時之仲介橋樑，除提供交易金額款項移轉，本研究認為電子支付作為金融生態圈之基礎，其業務之格局不應僅停留在保險費用代收付，更可以思考如何在電子支付業務收入模式多元性與在我國金融機構數位化發展當中，取得平衡。

根據金管會保險局發布修正「保險業保險代理人保險經紀人與異業合作推廣附屬性保險商品業務應注意事項」等新聞稿，本研究認為，電子支付業者可考慮取得保險經紀執照從事保險經紀業務³⁰¹，業者可參考新加坡 GrabInsure 服務³⁰²推出保險商品服務模式，以滿足自身平台用戶(乘客)與合作之駕駛，非僅擔任廣告平台，且可避免不同保險業者同時委託支付業者宣傳時之利益衝突。而是利基自身消費支付場景以完善生態圈。

電子支付業者與服務平台業者、產險業者進行三方面商品合作，亦即當用戶於消費支付取得該商品或是服務之際，電子支付業者可於當下或是之前與消費者用戶推送產險商品，並協助商品合約之進行。如近年我國共享服務發展日趨普及且快速，其中以共享汽車、電動機車與自行車為主，當中可能促使用戶需要加保強制責任險、強制附加駕傷險與任意第三人責任險等多元險種。即使目前產險業者與平台業者有提供相關險種保障，但本研究認為共享服務的特色就是：隨時、隨地、隨租與隨借之特性，則過去之險種、保費與保障可能無法客制化與精準化提供用戶(駕駛與騎士)，因此可透過電子支付隨時推送相關產險服務方案，較可達到用戶服務無所不在(Ubiquitous)、一致性(Consistent)與客制化(Customized)等特性。

上述服務亦可延伸至電信費用繳納、電商購物或是旅遊網站等，透過消費支付結帳時，由電子支付平臺向用戶推送相關險種服務，如：手機碎屏險、行動電話綜合保險與旅遊平安險等。

³⁰⁰ 可參考本研究第四章第一節之我國後支付發展現況與前景

³⁰¹ 參金管會新聞稿(2020)，〈發布修正「保險業辦理電子商務應注意事項」、「保險業保險代理人保險經紀人與異業合作推廣附屬性保險商品業務應注意事項」及「保險業申請業務試辦作業要點」〉，金管會，2020年7月1日。

³⁰² 可參考本研究第二章第三節針對運用金融科技創新模式所提及 GrabInsure 之業務發展分析

透過電子支付業者之上述 UCC 特性，可提供更加符合市場、場景與用戶之產品，同時達成金融穩定與金融創新之效果，更有助於電子支付業者、保險業者與消費用戶三方共贏之局面。

(一)金融穩定

電子支付業者所提供的僅為用戶於支付時的介面與場景，並不涉及推出保險商品之開發與保險公司之成立，因為一切保險商品之開發、資安技術、風險控管與法規遵循仍由既有保險公司業者所負責。透過電子支付平臺之場景，更可提供保險公司抓準數位化轉型過程所需之經驗學習提升，並可將保險服務深入商業支付社會中的方方面面。

(二)金融創新

電子支付業者與保險公司進行相關產品服務之開發將有助於我國場景金融之創新，同時透過金融服務的無處不在，將可健全我國民眾取得保險商品服務的即時性與便利性。線上經濟的到來，民眾對於保險保障的需求更加無所不在，倘若仍停留在過去不斷跳轉網頁之局面，將不利我國用戶體驗，而電子支付扮演我國用戶與商家平臺間的橋樑，有其先天優勢。透過此舉也將有助於我國電子支付業者收益模式，達成真正生態系發展，而不是一味透過點數幣與現金補貼回饋，而導致盈餘無法增長之窘境。

三、電子支付結合金融科技新創業務

由於電子支付平台得以綁定銀行帳戶，因此其資金流通較有彈性，政府除開放電子支付得購買基金之產品，更可以思考鼓勵電子支付業者與我國金融科技新創業者展開合作，如 P2P 借貸、群眾募資等，透過電子支付介面可直接投資上述類型之業者，除可活絡電子支付之金融生態圈合作關係，更有助於我國金融科技創新更加普及於一般民眾生活與使用。

四、深化一卡一付虛實整合之發展

隨著我國電子票證與電子支付專法進行整併，本研究認為，主管機關與業者可思考將實體電子票證與電子支付帳戶進行數位化延伸。以悠遊卡而言，用戶現今需要先進行悠遊卡實名認證，方可透過悠遊付對於悠遊卡進行自動充值，但自動充值之過程需待實體悠遊卡內之儲值金低於一定額度，其才會自動充值。

對此，本研究認為，可參考馬來西亞電子錢包 BigPay 所發行預付簽帳儲值卡 Prepaid Mastercard，亦即，用戶使用預付簽帳

儲值卡之簽帳額度是來自於其 BigPay 電子錢包帳戶之餘額，支付型態屬於 Pay Before。

若果如此，則未來我國四大電子票證之電子支付帳戶亦可仿效此類型模式進行發展：亦即用戶仍可透過電子票證進行大眾交通工具乘車、小額消費與政府規費繳納等應用，但其實體電子票證卡內之餘額則是與其電子支付帳戶進行連動，達成一卡一付之虛實整合目的。惟實務上，仍需考量電子票證之連動額度上限、單筆交易額度上限、金流風險控管等問題，以及記名票證掛失之消費者保護與即時關閉電子票證餘額連動電子支付帳戶功能；又或是未成年用戶之法定代理人對於其電子票證與電子支付餘額交易額度之限制權限，皆需要主管機關及業者通盤思考。

參、無現金社會與行動支付再思考³⁰³

依據本文第四章第三節我國支付業務民情發展，以及本研究透過與業者之座談會、團隊成員使用體驗、社會大眾與商家使用及發展普惠金融等角度，建議主管機關應以打造我國成為無現金社會為最大目標，以行動支付發展作為我國未來長期步入數位化社會之核心基礎建設與民眾生活之重要工具，本研究認為無現金社會與行動支付發展並非零和關係，而是發揮其互補性，降低彼此在使用上的困難與衝突。

倘若以導入行動支付設備作為我國主管機關發展行動支付之施政成績表現，實際上可能淪於揠苗助長，使民眾逐漸排斥與不願接觸使用行動支付，對於政府主管支付之各部會也不甚公平。因我國在目前許多商業應用場景，仍有導入行動支付之困境與難題有待解決，甚至在先天上本就不適合透過行動支付作為支付工具，然這樣的課題並非從硬體設備的普及或是在各大場景放上 QR-Code 供民眾作支付選擇，就可獲得改善解決。

這甚至與本身所涉及的消費者用戶偏好早已根深蒂固有所關聯，使其選擇非現金支付工具而不願嘗試使用行動支付。如：信用卡的後付(Pay After)功能，大大降低民眾使用電子支付的先付(Pay Before)儲值帳戶與現付(Pay Now)銀行帳戶扣款的功能，又或是大學生族群因悠遊卡綁定學生證之功能，因而以此作為小額支付之用途，降低其使用行動支付之動機。

³⁰³ 讀者可參考詳閱本文第四章第三節我國支付業務民情發展

也因此，本研究建議主管機關應透過行動支付 APP 的本質：支付疊加交易本質並與民眾生活資訊作為創新應用，意即行動支付不只是單純的支付工具，更應該是我國民眾數位化生活的基礎建設，故建議要從提升民眾使用行動支付的「動機」作為思考，而這就須與我國數位化社會之展望進行溝通與連結。如：大學生使用電子票證之習慣主因來自其可作為實體學生證，那麼就應探索協助各大專院校與電子支付業者打造「數位化學生證」使其具有使用的動機，從而將學生校園生活進行整合，從上課點名、圖書證與宿舍門禁使用 QR-Code 掃描、教授請假等資訊，以 APP 進行推播，或是目前已有推出的校園生活補助津貼以電子支付帳戶發放等。目的是要提升學生校園生活的便利性，一機在手，即可完善生活，對於校園課程訊息的取得也得以更加即時快速，並且降低許多實體行政流程的人力資源與時間成本浪費。長遠而言，對於因應我國步入高齡化與少子化社會，亦應有若干助益。

總結本研究想要強調者，為行動支付有別於其他無現金支付工具，其具有更多的雙向生活資訊整合功能，我國行動支付要普及不宜以硬體設備為思考，更應思考從系統層面與數位化生活之發展方向，作為政策推展之方向，以提升民眾使用的動機與意願。方能竟其功。

肆、建立更完善之行動支付與使用者交易之統計分析

一、電子化支付比率：自支付工具源頭計算

按目前主管機關之定義，分子為：非現金支付工具交易金額（信用卡、電子票證、電子支付或第三方支付、轉帳等），而分母為我國民間消費支出總額。

本研究認為，隨著目前信用卡、簽帳卡與銀行帳戶可分別連結綁定電子票證、電子支付與第三方支付，則可能會出現重複計算使用，因此建議主管機關於計算電子化交易比率時，可直接從支付工具"源頭"計算，如：綁定信用卡的第三方支付直接從信用卡的簽帳金額去計算，又或是與銀行帳戶連結的電子支付直接以銀行帳戶作為基準，因為此處主管計算比率的目的，是要從總體角度來看我國整體非現金交易比率。

二、行動支付比率：自載體綁定終端計算

本研究認為，隨著智慧型裝置普及，與餐飲零售商發展自有電子錢包 APP 趨勢愈明顯，主管機關應當思考從用戶所綁定的裝置載體終端，進行我國行動支付業務分析、發展樣貌形塑與政策推廣。縱使目前金管會僅有主掌電子票證與電子支付業務，但倘若用戶是透過電子票證、電子支付、第三方支付、零售電子錢包與裝置載體支付等 APP，進行信用卡或是簽帳金融卡之綁定與數位化承載，則我國主管機關恐將以信用卡或是手機信用卡簽帳交易看待之，可能造成主管機關在建構我國支付生態發展真實樣貌時，無法在各種特色下之業務模式給予特定之發展支持。

據本研究了解，各家銀行業者基本上能取得用戶信用卡與簽帳金融卡³⁰⁴所綁定連結之平臺與 APP，故本研究建議主管機關可以參考沈中華、王儷容與蘇哲緯(2020)內所提出「行動支付 3+3 分類」³⁰⁵，以此為基礎，向銀行業者取得用戶信用卡或簽帳金融卡以數位化綁定之行動支付模式，從民眾綁定 APP 的類型與交易金額，加以計算分類(此處為總體的交易量體加總，因此不涉及民眾個資隱私議題)，這是從民眾綁定的"行動支付載體"作為分析與計算，從個體業態角度來分析。本研究提出:分子為行動支付 3+3 載體交易總金額/分母則為我國民間消費支出總額，以此呈現我國多元並進的行動支付發展之樣貌，方能對於我國行動支付發展對症下藥。

三、人數使用計算可更加精確

本研究認為，金管會每月新聞稿中提及我國電子票證與電子支付業務重要資訊揭露，內容完整，且展現我國政府對於行動支付發展之企圖，並達成與社會大眾傳遞發展情況之態度，對比亞洲其他國家之金融主管機關採年度揭露或是不揭露，實值讚許。

惟本研究認為，主管機關在使用者人數上恐將有重複計算之可能。譬如，今日用戶同時下載註冊使用 LINE Pay Money 與街口支付，則在重要資訊揭露當中就會顯示為使用者人數 2 人，此即為吾人時常見到之新聞媒體報導(如:我國電子支付使用人數超過 1,000 萬人)，但我國電子支付總體使用者人數是否達到此一數

³⁰⁴目前我國行動支付發展，信用卡與簽帳金融卡可綁定連結較為多元類型的行動支付 APP，而銀行帳戶部分，目前僅能綁定連結電子支付業務。

³⁰⁵參沈中華、王儷容與蘇哲緯，臺灣行動支付發展歸類與探討，存款保險資訊季刊，第 33 卷第 1 期，2020 年 3 月，頁 67。

字，則有待商榷。本研究認為，須有正確且合理之統計，方可有效達到政策目標。

目前民眾使用電支需透過實名認證，因此本研究建議主管機關可參酌透過個人身分識別進行確認統計，可能以季度或是年度公開，以呈顯我國電子支付使用人數的真實情況，但具體交易金額仍為業者方面提供，以避免個資隱私之疑慮。

伍、加速建立國家級共同 QR-Code 之發展

一、釐清各部會之職能角色

本研究參考亞洲其他主要國家與地區針對共同 QR-Code 之發展與其銀行間轉帳系統之主管機關，多為單一金融相關主管機關，惟因我國較為特殊之行政部門體系發展，使各部會主管機關在行動支付與銀行業電子化交易政策發展上，恐有權責與目標定位不一致的情況。

單就支付業務相關發展，我國金管會主管商業銀行、電子票證、電子支付業務監管，故在金融支付工具上的銀行帳戶、信用卡與簽帳金融卡也由其主管，但本研究注意到，我國共同支付標準 TWQR 與台灣 Pay 之主導業者為臺灣行動支付股份有限公司，其上層公司為我國的財金資訊公司，而其上層主管為中央銀行；另外，由於台灣 Pay 的業務推動者是公股行庫的大股東財政部，因此在台灣 Pay 的行銷補貼政策往往也由各家公股行庫負責。

因此，本研究認為，我國在發展行動支付普及與提升電子化支付比率時，是否會出現跨部會間之競爭關係或是分工角色定位不明確之情況，長遠而論，是否影響我國政策發展目標，值得主管機關慎思。

二、TWQR 共同支付標準加強與民間各行各業合作

本研究在分析日本無現金促進協會之發展時，注意到其所揭露協會會員³⁰⁶除來自日本銀行業、相關支付業者外，更重要的是擁有主要消費支付場景所涉及之產業、職業等社團法人、財團法人，與日本地方縣市政府之參與，充分建構日本無現金發展之生態，使無現金支付之業務發展不僅是金融業者(銀行與支付)所主

³⁰⁶ 參考彙整日本無現金促進協會基本會員網站介紹，載於：<https://www.paymentsjapan.or.jp/corp/members/>，最後瀏覽日：2020 年 10 月 10 日

導，更重要的是各消費應用領域之業者及利害關係人，皆一同參與。

本研究認為，我國相關主管機關中央銀行、金管會、國發會、財金公司，乃至於我國銀行同業公會及下屬之電子支付業務委員會，亦可廣納全國之各行業之產業公會與協會等團體與地方縣市政府、地方商圈自治會再加上我國中央各部會，共同組成有關共同 QR-Code 支付標準聯盟，導入行動支付之溝通整合平臺。

三、TWQR 共同支付標準之整合

本研究認為，我國共同 QR 支付標準之整合應加快推出，否則恐將造成我國既有支付業者面臨不公平之競爭問題。整合 QR-Code 不僅在於後端資安技術系統的層面，更重要的是，TWQR 前端商戶營運導入恐出現各方業者利益分配不均之現實問題。原因在於：行動支付平台於線下實體的商家開發與建置成本上皆相當龐大，如廣告行銷現金點數回饋補貼、人力業務開發市場、系統設備建置等；當「通路共享」成為共同 QR-Code 整合趨勢，實則對於支付產業先行者與龍頭業者而言，將面臨不公平之競爭，甚至可能出現「前人鋪路，後人乘涼」之發展困境，另應當思考由於各家支付業者對於其特約合作店家所收取之交易手續費率不統一，則當各家業者進行通路共享時，如何分潤拆帳將是一大發展課題。

四、加速整合臺灣共通 QR 支付標準，注意國際支付業者發展

當我國加速共同 QR 支付標準之際，更應注重臺灣以外的國際支付產業發展變化，特別是跨境支付的共同 QR 標準整合。本研究注意到，2019 年 12 月臺灣的 LINE Pay 與一卡通公司、LINE Pay 日本、韓國的 Naver Pay 與 PAYCO、泰國 Rabbit LINE Pay 組成「跨境支付聯盟(Cross Border Mobile Payment Alliance)」³⁰⁷。與此同時，日本的網路科技業也出現重大整併，即 YahooJapan 與 LINE 決議進行整併動作並合組控股公司，YahooJapan 之下有日本市佔最大的行動支付業者 PayPay，而 PayPay 又因為其最終母公司為軟體銀行(Soft Bank)使其與中國大陸的支付寶與支付寶.HK³⁰⁷及韓國的 Kakao Pay 進行跨境支付結盟，而隨著 Yahoo

³⁰⁷ 支付寶.HK，為一家位於中國香港之法人公司，由中國大陸的螞蟻集團與香港的長和實業所共同出資成立營運

Japan 與 LINE 的合併，未來我國共同 QR-Code 之境外合作業者，可能也會出現變化。

因為市場主要參與者的實質股東改變，而使其在跨境支付上與現有的業者出現重疊，甚至出現多個跨境支付聯盟加入臺灣市場，必需注意該項趨勢。

【表 5.2.3】亞洲主要國家與地區支付業者結盟關係圖

結盟模式	所在國家與地區	支付業者名稱	母公司業者背景	合作關係分類
跨境支付聯盟 Cross Border Mobile Payment Alliance	我國	LINE Pay	LINE 社交通訊	直接與間接利害關係人之 策略結盟
		一卡通公司	交通電子票證 LINE 社交通訊	
	日本	LINE Pay JP	LINE 社交通訊	
	韓國	NAVER Pay	NAVER 入口網站	
	韓國	PAYCO	NHN 網路集團	
	泰國	Rabbit LINE Pay	交通電子票證 LINE 社交通訊	
跨境支付結盟 陸、港、韓旅客 前往日本使用	中國大陸	支付寶	螞蟻集團(科技金融)	直接與間接利害關係人之 策略結盟
	中國香港	支付寶.HK	螞蟻集團(科技金融) 長和實業(綜合業)	
	日本	PayPay	YahooJapan 網路	
	韓國	Kakao Pay	Kakao 社交通訊	
螞蟻集團 透過股權形式投資持股	中國大陸	支付寶	螞蟻集團(科技金融)	螞蟻金服轉投資持股各國支付平台業者，目前部分業者已展開跨境業務，未來是否全部打通直得注意
	中國香港	支付寶.HK	螞蟻集團(科技金融) 長和實業(綜合業)	
	韓國	Kakao Pay	Kakao 社交通訊	
	馬來西亞	Touch n Go eWallet	Touch n Go (交通電子票證)	
	印尼	Dana	社交通訊	
	泰國	True Money	卜蜂集團(綜合業)	
	印度	Paytm	Paytm 電子商務	
	孟加拉	bKash	BRAC Bank(銀行業)	
巴基斯坦	Easypaisa	TelenorBank(銀行業) TelenorPakistan		

結盟模式	所在國家與地區	支付業者名稱	母公司業者背景	合作關係分類
			(電信業)	
Mobile Payment Alliance (MoPA) 日本境內結盟	日本	LINE Pay	LINE 社交通訊	無利害關係，就以彼此資源整合與業務共享所進行之策略結盟
		Merpay	Mercari 電子商務	
		au Pay	KDDI 電信業	
		d払い	NTT DoCoMo 電信業	
日本境內結盟	日本	au Pay	KDDI 電信業	無利害關係，強化彼此資源整合進行策略結盟
		Rakuten Pay	Rakuten 電商業務	

表格來源：本研究整理

五、配合觀光旅遊等國家政策，超前佈署強化跨境支付基礎建設

近年我國政府在觀光旅遊產業發展政策上強調新南向政策，並以東南亞與印度等市場作為跨境旅遊來台之重要發展市場，倘若我國能夠提供較完善之跨境支付服務，則對於外國旅客來台之便利性與消費額度較不具有限制，提高來台意願。

隨著兩岸關係特殊發展，陸客來台逐漸下滑甚至出現斷崖式下滑，後我國政府配合我國新南向政策發展印度旅客來台旅遊為我國觀光局發展重點市場，根據中央社報導截至新冠疫情前，觀光局 2018 到 2019 年投入約 100 萬美元（約新台幣 3059 萬元）進一步開拓印度市場後，2019 年第一季已經達成赴台印度旅客成長 20% 的目標，其中包括南韓現代汽車印度分公司 400 名員工赴台獎勵旅遊，及華碩超過 250 名印度員工赴台獎勵旅遊。³⁰⁸

本研究認為，隨著後疫情時代到來，對於我國電子支付除了積極備戰疫後復甦的國人出境旅遊消費支付，我國共同 QR-Code 之主管機關與營運單位可審慎思考，未來哪些國家與地區在疫後會成為來臺旅遊之主力市場族群，外國人來臺觀光消費則可以思考鼓勵我國業者與當地業者合作，漸而透過與他國之共同 QR-Code 展開合作，並於相關支付規格與基礎設施之導入與相容等軟硬體系統方面之整合，從長計議。如：日本的 JPQR、印度的

³⁰⁸ 參康世人(2019)，印度赴台旅客成長快 觀光局 109 年目標增 2 成，中央通訊社，2019 年 10 月 19 日，載於：<https://udn.com/news/e404?nver>

RuPay、新加坡的 SGQR 等，皆適合我國主管機關與有關單位積極配合推動。

陸、降低各銀行參與開放銀行之疑慮

本章上述內文提及，許多銀行不願參與開放銀行第二階段之試辦，背後原因可能各家有所差異，但其一是：還沒有準備好分享金融數據與客戶資料；其二則為：第二階段開放的資料涉及個資與資安問題，規定銀行必須跟 TSP 業者簽訂合約，並要求符合資安、技術標準。依照目前自律規範中的規定，當出現資料外洩等爭議時，責任要由銀行來負責，給銀行帶來很大壓力。因此，相關單位若得以降低上述各銀行參與開放銀行之疑慮，則對於推動我國開放銀行之進展，乃至於相關支付業務之擴大，將有重大助益。

針對上述分享金融數據與客戶資料之疑慮上，若能師法歐盟之 GDPR (General Data Protection Regulation)，保護好消費者的「資料權」使得被取得的個人資料不被濫用，應是可以讓資料傳輸及運用，走的更健全更長久，這也是是近期經濟主流國家的思考重點。至於有關由銀行來負責之壓力方面，可能解決方式，或許可參考以下建議³⁰⁹：仿效開放銀行起跑多年的英國，在政府的主導下，由 9 家銀行共同成立第三方機構「開放銀行組織」(OBIE)，在銀行與 TSP 業者發生資料傳輸爭議時，負責處理、調解爭議。

³⁰⁹ 高敬原(2020)，「開放銀行第二階段「客戶資料查詢」，什麼原因讓各大行庫遲未申請？」，數位時代，2020/08/05。

附錄一：期中座談會會議記錄

時間：8/18 (二)上午 9:00~12:00

地點：中華經濟研究院(台北市長興街 75 號)五樓 522 會議室

主持人：中華經濟研究院 王儷容 研究員

議程：

1. 9:00~9:30 ----主持人介紹計畫要旨及與談議題
2. 9:30~10:30 ----與談嘉賓第一輪發言
3. 10:30~12:00 ----自由討論

與談嘉賓(依姓名筆畫)：

- 卓瑩鎗執行長/台灣資料科學股份有限公司執行長/大專院校校園行動支付推動計畫顧問
- 陳亭如董事長/悠遊卡公司董事長兼總經理
- 楊瑞芬理事長 中華金融科技產業促進會理事長/瑞保網科—LnB 信用市集執行長
- 蔡宗榮講座教授/東吳大學金融科技開發中心執行長

列席人員-中經院研究團隊：

王儷容研究員、林葳均分析師、蘇哲緯助理

座談會與談內容彙整

壹、總體層面:監理/政策建議

- **電支電票雙法整併給予肯定:**與會人員肯定金管會在電子支付與電子票證條例雙法整併過程中對於母法之修正，金管會作出良好示範有關業者深度參與，意見被充分尊重納入提供主管機關參考。

另就電子支付與電子票證條例合併後，未來可能將會有更多業者進入市場，但台灣市場養不活這麼多業者。第二波要開始擬定子法，主管機關應該注重總體層面之發展方向，而非聚焦在個體層面。

- **應採原則性監理與差異化管理:**不如換個角度思考一般會出現監理套利的情況，可能表示監理不到位，因為監理單位畫了一個框，業者踩進一個框，可能就有監理套利之嫌，有關單位何不嘗試放大框框，以扶助創新；現有模式係採強監理，即一步步發展，應當思考更多的創新與組織配置等。應採原則性監理，

法規涵蓋之範圍應該大一些，然後採取差異化管理，或限制性執照，可以就此放大管理範圍與業務。

● **我國支付匯兌與銀行法 29-1 條再探討:**

1. 所有要用到金融科技的最後皆會用到支付，故支付所佔比例最大，包括有限度的支付/特定日的支付。檢視銀行法 29-1 條，將支付與銀行綁在一起，且有刑法入罪之規定，這在其他國家較為罕見。支付之目標不只在服務銀行客戶，而應是在協助整體經濟活動，實體、數位、行動、網路皆包含在內。
2. 監理單位擔心影響銀行匯兌；銀行法 29-1 規定匯兌為銀行專屬，但銀行並沒有以提升整體經濟與商務活動作為其營運發展的任務。反洗錢之相關規定仍要遵循，但匯兌與銀行不應綁在一起。

● **他國業者積極以國際化為目標:**我國相關法規目前並未支持業者走向國際化、或做其他國家之生意。其他六國皆是以國際化為目標，如英國之獨角獸 transferwise。數位原本沒國界。PayPal 解決了跨國交易之風險，找到其價值(小額收付找到定位、確保信用卡的真偽，並在買賣雙方成為中介角色)；後來 Paypal 跨入到中小企業融資，但做得不好，後來在 2017 年將壞帳切割出去(金額將近 60 億美金)，但其仍在支付領域走出專業與創造 Know-How。

● **我國支付產業應走向國際化的原因有以下:**

1. 臺灣的支付產業要走向國際必須先在國內有規模、這不只是金管會的責任，更是屬於行政院的大命題；臺灣在很多領域有很好的 Know-How 但都沒有產業化，如:我們有很好的 AI 人才與 AI 新創公司，但沒有很好的 AI 產業。
2. 悠遊卡走自己的路，不想加入 Mastercard 與 Visa，是因為怕被他們影響，當開放與這些國際組織合作，他們可能不會配合台灣的交通政策，因此較偏好與在地的財金公司合作。另外像是 SWIFT，這也是支付產業的一種出口，因為別的國家對你的資金與資料一目了然，令國際組織都看得一清二楚，同時無形中也對於國際貨幣地位有很大的影響。
3. 台灣有很多小的金融科技業者，如有 5 家專營電子支付業者與 10 多家的兼營業者，但皆沒有共同開發或產業方向。其

實，大家應該向外看，而相關法規也必須足以支持，讓業者得以做國際品牌。譬如，Grab 做的就是國際性之業務，其總部設在新加坡，原因即在於星國適合做跨國業務。

- **金管會應重新思考角色/定位：**其他國家之監理單位角色有在轉型，如英國之 FSA 轉為 FCA、新加坡之 MAS 讓其他 Fintech Office 監理單位也併入監理；監理單位不應只保護傳統金融機構，而是應保護人民推動創新，進而支持整體經濟活動之壯大；迄 2012 年 FSC 是委員制，根據六位委員專長分工共治。目前 FSC 是首長制/幕僚制，傾向穩定。FSC 組織是否可調整為有些專注於監理，有些專注於產業/科技發展。
 1. 早在 2000~2005 年，台灣曾有機會成為亞洲 E-commerce Payment 之重鎮，但因沒有金管會的政策支持(擔心影響銀行匯款量)、銀行不想負責保證後面交易之履約與安全性考量、也缺乏完整國家數位產業策略配套，因而錯過。
 2. 2004 年有業者想做類 PayPal(人與人之支付、e-visa、網路支付等)，但當時銀行不想負責後面之安全性問題，故不被允許。後來，PayPal 及支付寶在中國大陸崛起；第三方支付業者營業額逐年上升，信用卡業務慢慢下降，也影響到銀行之匯兌業務。回過頭來看，當時的阻擋只是延後發生，對於台灣的金融業所造成的保護結果也不一定很正向。
- **針對數據與相關身分認證等數位化，金管會可考慮跨部會合作：**
 1. 數據之開放-包括數據之標準、資料之安全；讓數據規格進來有門檻、出去容易。
 2. Card-base vs. ID-base
 - 甲、 包含身分認證，Digital authentication
 - 乙、 非金管會管轄範圍，但應討論
 - 丙、 在電支電票雙法整併後可逐步進行
 3. 英國重視創新，訂定法令，給予執照；反觀金管會卻關心監理套利
 4. 設立數位發展部，推展公開銀行，發展數位經濟議題
 5. 金融產業應是專業門檻、而非資本門檻
- **中央銀行之業務定位有待明確：**
 1. 台灣 Pay 究竟是品牌、通路還是平台，尚不清楚。透過 QR code 共通標準進行支付。當八大行庫一起衝刺業務的過程，

業績應是放在公股銀行的財政部、還是中央銀行的財金公司呢？未來如何合縱連橫是財金公司與八大公股行庫所要面對的議題。

2. 財金公司(負責台灣 Pay)與票交所目前皆由央行規管；前者原本由財政部規管，負責線上支付，後者負責轉檔支付。
 3. 票交所推出嘍嘍繳(BeePay)準備跨入代繳規費等，手續費可能比台灣 Pay 或是財金公司便宜；可成為類似虛擬之超商，透過其 APP 只收費兩-三元，則民眾不會想去一般超商。財金公司與票交所都是央行下屬單位，則對於每家公司的角色為何呢？
 4. 台灣支付生態系中央行之角色為何？外匯相關業務國際化皆與央行相關，金融業務相關監理與創新卻是由金管會負責。而金融穩定報告則由央行撰寫出版。
- **政府要發展行動支付還是無現金社會？：**
1. 我們的政府政策要達到之目標究竟是「普遍性的行動支付」或是「無現金社會」又或是「數位支付」？因為這是不同的需求命題。目前似乎都未釐清楚。因為若是「無現金社會」，則行動(或數位)及交易代碼化 Tokenization(或卡片)亦可以。
 2. 就目前來看行動支付比率以外的就是非現金支付比率，因為其可以綁定信用卡或是簽帳金融卡，因此台灣最後選擇走向發展的方向可能會是往無現金社會走，而非朝行動支付發展
 3. 歐洲發展的方向是「無現金社會」(而非只做行動支付)。如 PSDII 係支持數位化社會(digital society)，可負責管理電子商務/國家安全/個人隱私，不只管金融機構，因此歐洲是團結打造數位化為最大目標，而非像我國走得是強調在單一支付領域數位化的交易金額等，應當從整體的國家數位政策發展角度來看待支付這件事情。
 4. 他國經驗：荷蘭無現金比例高，其發展無現金化之理由為人道考量-因為若店家採無現金則晚上較沒人搶劫、治安也較好。在社會聲量也較無從去懷疑是否為難民(可能進行搶劫)，形成後續排擠難民的問題。

貳、個體層面：業者/業務/生態系策略發展

- 支付產業策略不是百花齊放最好。悠遊卡公司是少數沒虧錢且仍聚焦於支付之公司，原因如下：橫跨政府單位以及交通體系願

意交出票證發行權，最初悠遊卡公司之定位僅是通路業者，並不會搶金融業者生意，其僅是提供用戶與交通體系的橋樑。悠遊卡之成功在於用戶可透過一張卡片通行於全台灣，同時也與各地方縣市政府社福卡與學校的學生證合作推出相關服務結合、另外像是與金融機構合作發行信用卡與簽帳金融卡結合悠遊卡，同時，並強化小額支付消費，使悠遊卡成為多元的功能整合者。

- **悠遊卡曾經有機會走出去:**悠遊卡公司過去有條件組成國際化的公司與業務，但當時似乎有點迷失方向，其技術已經有些落伍，所熟悉的產業與銀行也出現重大變化；現在需要有好的產業策略，金融還是一個有主權性與需要高度監理的行業，關乎人民資產，還是要有一套標準，讓銀行與金融科技充分合作。支付仍應有規模/中立性與商業範疇。
- **生態圈型態之一係聚焦於自己之集團成員：**
 1. 街口似乎正在台灣循阿里模式燒錢補貼，成功與否仍有待觀察。
 2. 樂天生態系的相關業務多為自家的集團成員，參考日本樂天生態系的成功發展樣貌，透過 Rakuten Points 將用戶緊密圈在樂天集團內，消費者的需求才有機會獲得完善，此時補貼用戶才能夠發揮業務綜效。
 3. 但究竟係以補貼店家還是補貼消費者較佳，尚待觀察。
- **生態圈型態之二係跨業結盟：**
 1. 台新的 Richart Life 結合 22 個夥伴，因為合作夥伴並非來自於自家金控集團，但這些夥伴也都跟其他支付業者合作，對於夥伴而言，願意接受更多家的信用卡銀行業者才符合他的利益，除非 Richart Life 願意給予合作夥伴更多的補貼回饋不然生態系很難有獨特與專一性，只是把大家的業務一點點補足。
 2. 國泰世華不做純網銀，但他的 KoKo 數位銀行發展得就很好，但其訴求希望將金融服務遍及無所不在(Banking is everywhere)，因此也不發展自己的支付而是協助各大連鎖零售餐飲與超商業者合作發展屬於各自的電子錢包會員 app。
- **銀行以下列各種形式進行漸進式創新：**透過網路銀行與行動銀行發展，近年越來越多傳統銀行也積極發展數位帳戶並積極與

多元的業者合作，像是 Richart 結合 22 個機構，做的最好；過去大家都認為線上支付一定有很高的風險，但技術創新消費者刷卡消費後留下的，並非原始的 16 位卡號碼而是透過代碼 (Token)，進行交易資料的傳送可避免盜刷。

- **支付與銀行之競合：**支付之初衷在於服務無銀行帳戶者(serving unbanked)，但實際上，大多數人還沒到無銀行的地步，且有些東西還是銀行來做較佳；不過，銀行做不來支付，純網銀以人力來說還只是產品之提供者(product provider)，支付業者(以悠遊卡來說)10 億元之資本額也不能做放款。原因如下：
 1. 支付與銀行業者還是可具有合作關係。譬如，銀行放不出去的錢，可藉由支付業者之評分技術，一起合作達到雙贏。
 2. 不論何者，沒有利潤就無法生存、無法做好，故如何賺取收益便至關緊要。
- **未來趨勢/策略/安控**
 1. 儲值在卡片(餘額皆在卡片上---安控)上、或伺服器(餘額皆在終端、雲端)上，各有利弊。在安控上，都有監理上的挑戰。
 2. 如電支/電票合一，場景的創新電子票證的應用場景是在 Offline 交易，消費者無法馬上知道消費紀錄，如：悠遊卡在公車與捷運票閘上進行感應/或是在 7-11 結帳過程，需透過網路雲端進行帳差確認；而信用卡、APP 與掃描 QR-Code 的交易則可能是 Online，因此消費交易資訊才可能即時確認。
 3. 目前社會上還有很多既存業者未服務到之領域，未來商務活動將更細分(Micro 化)，故業者與監理組織要做調整。
- **台灣行動支付的發展特色**
 1. 國內六大類行動支付共 6000 多家業者，但財報為正的不到 10 家。台灣孕育了有別於世界的發展樣貌，事實上行動支付的發展並不難，第三方支付找會弄 App 的人就可做了，大家都賺不太到錢，但卻前仆後繼進入，這凸顯出很多廠商或是業者不是為賺錢而進來，如大潤發 pay、新光 pay，又或是遊戲公司從事支付業務之目的為何？成立支付業務可能與本業有關聯，可能是考量年輕人沒有 credit card，另外遊戲公司也不想被便利超商收取高額的抽成；統一超商 icash 問

世多年，兩年前才賺錢，為何統一超商集團願意燒錢那麼多年，目的可能就是希望透過支付能夠跨出便利超商本業，往集團內的星巴克、康是美發展。透過支付的點數紅利能夠走出去本業以擴大生態圈。

2. 社群軟體為何要做支付?如 Facebook Pay，Line Pay；另一方面，國內 Line Pay，街口也要做社群軟體，目的也是為打造用戶體驗與建立自有生態圈。

- 行動支付生態系策略性

1. 參考國內生態系發展支付業務並非為了透過支付業務達到獲利，而是要透過支付擴及至用戶會員以扶助本業業務更加強大。
2. 國外生態系下的支付業務是否也是如此?可分析其財報為正或負。若跟隨國外做法，則台灣會如何?
3. 在台灣大眾交通票證的支付亦是跨領域與跨疆域發展。悠遊卡往南，一卡通往北發展。如:台北市柯市長與前任市長，在市議會提即悠遊卡是政策工具，倘若將支付工具擴及全國性，那勢必間接形成縣市政策向外擴張。
4. 當生態系發展完善與支付領域深化於用戶消費過程後，背後所代表的是大量的數據分析，也是業者在分析用戶樣貌時所可能需要的資料來源，以扶助其業務發展及創造盈利模式，建議監理機關可參考日本，有數據治理、支付法規、利益共享，讓業者合法健康地使用數據。

- 電子票證悠遊卡曾經要一統天下

1. 一開始發行悠遊卡推出保證金制度，因此負債比率偏高，較受金管會擔心。
2. 但因為是做非實名制(是 Card Based)，假如一開始就做成實名制，則後續發展成(Account Based)就較為容易，據說當時是為了節省資本支出，但也有一說法是怕有的用戶沒有攜帶現金儲值，因此透過保證金可以抵減不足車資。
3. 一卡通受到高雄市政府扶植，一卡通先與北捷合作，而悠遊卡是後來才推展至高捷，另外悠遊卡公司在與異業合作時條件門檻太高，因此不易合作。
4. 卡片沒辦法跨國交易使用，這可能涉及到各國監理政策，當然可能也包含各國系統資訊的即時回傳，系統技術及時進行

帳差去認是一大挑戰，因為各國各地的大眾交通系統不一致，且可能涉及資料隱私與營業秘密等。

● **台灣如何學國際案例：每家公司打不同算盤**

1. LINE 著眼於更多角化，如投資、電子商務、純網銀與支付
2. 街口支付則是透過燒錢補貼去創造用戶流量，再慢慢朝向金融周邊應用發展
3. PChome 集團的電子支付國際連做得很好，另外像是第三方支付支付的支付連、Pi 錢包都在用戶間取得很好的使用，財報健康，且與早餐店合作、跨到物流等周邊業務。
4. 很多單位發展平台，如財金公司想做自己的平台，如何導客？—店家人數上升、營業額上升，擇其一即可。

附錄二：期末座談會會議記錄

時間：10/7 (三)上午 14:00~17:00

地點：中華經濟研究院(台北市長興街 75 號)五樓 505 會議室

主持人：中華經濟研究院 王儷容 研究員

議程：

1. 14:00~14:30 ---- 主持人介紹計畫要旨及與談議題

2. 14:30~15:30 ---- 與談嘉賓第一輪發言

3. 15:30~17:00 ---- 自由討論

與談嘉賓(依姓名筆畫)：

- 王治純副總經理/一卡通電子票證副總經理
- 王煦棋教授/東吳大學法律學系
- 葉奇鑫所長/達文西個資暨高科技法律事務所所長
- 劉美玲副總經理/玉山銀行副總經理兼副數金長/銀行同業公會電子支付業務委員會主委

列席人員-中經院研究團隊：

王儷容研究員、王士維研究員、林葳均分析師、蘇哲緯助理

座談會與談內容彙整

壹、總體層面：監理/政策建議

含跨境支付、普惠金融、以及其他監管/政策建議(如限制性執照和沙盒配套措施)

- **從電子支付展望到非現金支付社會：**目前電子支付業務委員會/電子化支付小組³¹⁰即將更名為「非現金支付」；希望台灣能從電子化支付發展到未來的非現金支付社會，2015 年台灣電子化支付比率為 25%，政府當時提出 2020 年我國電子化支付比率要達到 52% 的目標，但截止目前為止僅有約 38%。其中電子化支付(非現金支付)，範圍包含信用卡、行動支付、第三方支付、電子支付以及電子票證。
- **監管機制必須要有一致性基礎：**需告知相關單位，並為政策/監管機制建立一致性的基礎，使其獲得可預期、可評估之政策法規方

³¹⁰ 相關業務：1.促進電子支付機構健全經營與發展。2.協助主管機關推行、研究電子支付機構業，務之相關政策及法令。3.參與國際性電子支付機構或類似組織之活動或研討會。4.就會員所經營電子支付機構業務，為必要指導或調處期間之糾紛。5.依其他法令或主管機關或本會指定辦理之事項。

向，並可根據順應之而為投資、商業營運活動等適當行動。

- **目前監管機制保護消費者，金融單位需負責舉證責任：**以開放銀行（Open Banking）為例，在取得消費者同意後，透過應用程式介面（API）與其他銀行或是第三方服務供應商（TSP）的合作，藉由取得消費者資料，提供更加個人化、多元的金融服務。在此過程中，消費者對於帳號密碼有保管責任，金融單位有舉證責任。如有任何糾紛疑義，消費者通常較容易獲得體諒與同情，不論是金管單位、消保會和法院都較站在消費者方。
- **部分限制性執照放寬其金額限制：**為鼓勵金融業及金融科技業以科技創新或經營模式創新方式，進而產生商品創新、增加服務或作業流程技術創新，可考慮引進 limited license（限制性執照），相較於 full license，限制性執照可依業務內容多寡種類，調整資本額及監理強度。
- **公部門需定義再確認我國電子支付業務的計算方式與流程，避免重複計算：**
 1. 舉例來說，消費者可透過信用卡去綁定各項行動支付平臺，可能是電子票證、電子支付、第三方支付等。故未來主管機關在計算電子化支付比率方面，則會有「重複計算」的可能。原因在於臺灣信用卡支付已從過去的實體卡片轉往數位虛擬化發展，呈現信用卡連結多項行動支付的蓬勃發展現象。
 2. 需討論非現金支付是否包含 ATM 的交易金額。
- **從銀行端來看，目前銀行業務可在信用卡項目下，計算 Apple Pay 和 Samsung Pay 不同裝置載體下與其他類型的支付 App 簽帳金額。**
- **對裝置載體支付的監管機構和業務範疇進行討論說明：**以行動支付和所屬主管機關分類來看，電子票證、電子支付和裝置載體支付隸屬金管會管理；第三方支付、電子錢包和紅利點數貨幣數位化隸屬經濟部管理。裝置載體支付的業者隸屬金管會之管理範圍，主要在於提供實體信用卡與簽帳金融卡數位載體，進行支付，換言之，裝置載體支付可以稱為「信用卡的電子化或無實體化」。代表業者包含：Apple Pay、Samsung Pay、Google Pay。另像是台灣 Pay，由財金公司主導，提供卡片載體平臺與整合 QR-Code。
- **建議健全共用數據的發展，以及背後的基礎發展措施：**對商店來說，共用數據，一致性和方便性高的支付基礎建設是重中之

重，基礎建設應該由國家努力，建議主管機關可參考台灣信用卡當年的發展模式，當年發展思維係如何帶動台灣信用卡蓬勃發展。監理思維和發展思維的腦袋不同，主管機關需要調整。

貳、個體層面：營運策略與風險

- **日本「JPQR 碼」未盡成功的原因：**主要原因在於普及性欠佳；「TWQR 碼」和「JPQR 碼」的定位角色類似，功能在於資訊轉傳。而新加坡金管局於 2017 年公佈「SGQR 碼」，以共用技術標準為基礎，提供店家和使用者的方便性，SGQR 因為手續費低，也獲得商戶青睞，漸漸影響消費者使用。
- **若要擴大我國跨境支付業務，必須考量到地緣環境以及國內市場使用人數，和潛在跨境支付的消費力。**
目前跨境支付台灣重要業者，以玉山銀行（提供線上跨境消費）和街口支付為主。PChome 如果和國際連股份有限公司（電子支付服務）合作，就有機會作跨境支付。
- **營運場景與通路是個體經濟跨入支付的重要依託：**意即通路 PAY，舉例來看，Line pay 500 億元，PX Pay 約 400 億元，Fami Pay 也具有一定的規模。故場景是決定支付命運的關鍵，Paypal 靠 eBay 和支付寶靠淘寶都是重點。
- **建立支付統一的管理辦法，重視 KYC：**
 1. 大家如果都在作支付，需要有統一管理辦法。舉例來看，如第三方支付綁信用卡作支付交易，可是信用卡不能作儲值消費支付，會和其他支付管理有差異。未來數位支付的使用者，必須要實名制，要用真名帳戶，由銀行做 KYC（Know your customer，認識客戶），KYC 不只具備法規意義，從消費者權益看也有意義。
 2. eKYC 是發展重點之一，取得客戶的資料都不容易，Open Data 的心態絕對很重要，透過科技治理讓 Data 適度開放，這是主管機關要注意的發展方向因為這會決定我國在數位金融服務體驗，簡化作業流程，降低不必要時間作業成本。
- **目前電子支付營運獲利空間：**相較於台灣 1989 年發行第一張信用卡，但電子支付 2015 年甫發行，目前不少公司以獲利換市佔率方式經營，像 LINE 和街口支付。相較而言，全聯和家樂福就較有優勢，因為有實際場景。即使是信用卡，從成本結構來看，業者也不容易賺錢，信用卡是帶路雞和領頭羊角色。

- **認同金管會在電子電票業務賦予業者更多的業務經營空間：**擴大業者/多元民間團體參與法規制定過程，是多數與談人表示正面肯定的部分。另外，同時肯定開放 B2C 跨境支付，開放 C2C 的跨境支付，讓輕量級的銀行也有外匯/資訊轉傳/數據為核心發展的機會。
- **認為跨足金融的業者需要擁抱監理：**過程中需要有很多溝通，需有涉及如何管理、消費者保護的預計作法和規劃。目前國際重要公司的理念做法如下：支付寶的名言認為應擁抱監理，支付寶同時成立政府關係（GR，Government Relationship）部門和公共關係（PR，Public Relationship）部門。
- **亮點案例的建議和討論：**
 1. 街口案例可以考慮進入沙盒和說明對消費者保護的作法
 2. 一卡通與街口支付為目前市場上投入最多成本去開拓特約合作店家的業者，倘若政府打通共同 QR-Code 支付標準（TWQR 碼），則後進業者或是規模較小之業者，則可輕鬆坐享龍頭業者所打下的通路江山，因此政府需考量差異化手續費率與公平競爭等問題。
 3. 「TWQR 碼」正在說服幾間通路業者（7-11/全家）、電商平台業者（蝦皮/PChome）、支付寶和 Grab Pay 分別運用觀光客外溢與地緣關係進行擴張。
 4. 以獲利換市場的案例：以平台和支付合作為例，LINE TAXI 跟計程車司機，收 12.5%，平台費 10%，其餘才是一卡通的分潤獲利。
 5. 螞蟻科技集團大多收入來自 B2B，B2C，部分業務收入來自銀行與導流的工作。
- **支付工具角色依場域和消費者需求而定，未來會有多元化發展**
 1. 支付工具的角色定位像是百貨公司內的收銀機，以一卡通為例，為進入台北捷運局，付費為消費者取得更大的機會，故目前主要收入來自電子票證。
 2. 但場域其實需要不同的支付工具，博客來等線上場域部分，行動支付甚至比信用卡好用；行動支付在線下交易和實體交易的速度較慢，店家愛好度較低，電子票證嘩一下就完成非常方便。
 3. 未來營運者可思考：什麼樣的場景適合電子支付？什麼樣

的場景適合電子票證？什麼樣的場景適合現金？eID 是否更適用於老年人和小孩？

- **支付產業生態系的發展需考慮國家主要和支付場域保護機制：**法律要擴張的項目都是紅海，因為匯差和手續費都只有千分之幾。Amazon/Facebook/Google 能夠成立和法規、監理機制、國情都有關係。值得一提的是，支付仍然有國家主義，在員工聘用與支付場域都有保護的機制。
- **跳脫傳統金融產業的框架與激發發展潛力：**
 1. 2005 年 Paypal 不被認為是銀行，SKYPE 不被認為是電信公司。台灣 2015 年才可以作電子支付，但回想當年 PChome 一開始有兩百萬人就有機會，我們必須思考框架是否讓台灣失去場景金融的機會。
 2. 台灣支付發展較慢其中一個原因是台灣信用卡多元豐富功能和 ATM 普及率太高：台灣信用卡發展遠比國外 Debit 卡好，主要台灣信用卡多合一功能，含信用卡、提款卡、金融卡、紅利和現金回饋。信用卡也涵蓋電子支付，並且只是其中一個選項；台灣 ATM 做到太好。
- **中國大陸 DC/EP 值得觀察：**未來須留意數位貨幣對電子支付的影響。DC/EP 是 M0 基礎貨幣。對龐大第三方支付可能帶來正負面的影響。但 Libra 跨國型貨幣誤踩全世界央行的底線，發展並不如想像中順利。
- **關注 Open Banking 的開放對金融科技業的影響：**歐盟 PSD2（Revised Directive on Payment Services）指令於 2018 年 1 月 13 日生效，要求銀行在消費者同意下，必須開放其交易資料給非銀行的第三方「third party providers, TPPs」使用。例如：歐盟 open banking、API 皆可以通，甚至 AliPay(支付寶)都可以用。未來提高使用者方便性，歐盟採取開放態度，因為顧客體驗是現在的王道。建議主管機關須注意，歐盟支付服務指令(PSD)往 PSD 2 的具體發展方向，作為政策發展方向，另外像是小額移工匯兌的 Deregulation，前幾年其他國家早就已處於發展階段，但我國直到今年才法案修正，應更開放積極。
- **國際數位政府治理的標竿案例：**愛沙尼亞數位政府，對個人使用者來說，如 2017 年已經可以線上開辦銀行帳戶，如為避免洗錢和其他非法行為，已經積極和各國金融業務機構交換相關

資訊。

- **新創進入沙盒的計畫補助可能性探討：**由於金融科技新創，在草創初期須面對法令成本和資安軟硬體成本，相關初期投資部小，金管會未來是否能有相關計畫補助。借鏡案例可參考經濟部產業創新/A plus 計畫。

附錄三：期中報告評審意見回覆表

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
(一)陳教授文華	
<p>1.有關韓國支付生態相關內容，請補充韓國政府鼓勵電子支付業之發展政策(如減稅或法規鬆綁)，以及針對高齡人口抗拒使用電子支付之因應措施。</p> <p>2.他國電子支付業者可從事貸款、理財等業務增加營收，請研究國內業者(如街口或Line Pay)如欲發展上述業務，法規應如何調適。</p> <p>3.請針對我國支付業者未來發展應走本土化路線，抑或是國際化或朝新南向國家發展等議題研擬建議。</p>	<p>1.有關韓國政府鼓勵電子支付無現金發展(韓國央行無硬幣計畫、減稅與推出Zero Pay等政策)分析，本研究新增於第三章第八節；另有關高齡人口抗拒使用電子支付措施，本研究以新加坡數位轉型處數位樂齡計畫，補充說明於第三章第八節。</p> <p>2.針對此部分，電子專法草案並無提及，若要如同外國電子支付業者模式，除了法規鬆綁外，再來就是請欲成為電子支付業者進入監理沙盒，待合規相關事宜符合後，主管機關再予以協助成為合法之電子支付業者。</p> <p>(1) 針對貸款部分：因涉及銀行法規定，建議可以採行P2P模式。</p> <p>(2) 針對理財部分：目前有開放電子支付買基金。</p> <p>3.本研究認為我國電子支付市場仍處於成長期應先豐富並創造其獲利模式，才有本錢與餘力思考"市場國際化"，因而本研究於第五章提出相關金融創新應用模式，策略必須先採取"市場本土化"；惟本研究認為目前業者可以走得方向為"業務國際化"(跨境支付與跨境電商)，故本研究於第四、五章提出我支付業者與財金公司應思考配合新南向政策(在電商與旅遊)加強合作。</p>
(二)林教授瑞珠	
<p>1.請界定本案研究範圍並設定探討之議題，以利聚焦研究方向與報告題目：研究國際電子支付發展創新</p>	<p>1.本案研究範圍及探討之議題已說明於第一章第四節「預期效益」中。</p>

<p>之處及可供我國借鏡之監理政策。</p> <p>2.請詳述研究團隊之專業背景及具體分工，以維報告內容之一致性及品質。</p> <p>3.第一章緒論請敘明選擇研究國家之理由及運用之研究方法，另馬來西亞之章節內容多引用中文二手網路資訊，且未敘明參訪網站之日期及來源網址，部分引述內容不全或有誤，請研究團隊依學術論文格式撰寫並註明文獻來源。</p> <p>4.請研究團隊針對座談會出席來賓之建議或反饋，提出回應或說明是否採納，並建請將學者列入座談會邀請對象。</p> <p>5.請研究團隊參考電子支付電子票券兩法合一、第三方發行禮券、純網銀及兩岸跨境支付等議題，就修法後監理環境之變革提出法規調適意見。</p>	<p>2.本計畫為了在相當有限之研究時間內完成委託單位之要求，故研究過程係彙整中經院其他研究資源全力投入，各章節之研究與撰寫遂各由不同研究人員(皆是對數位金融有概念之助理/研習生)負責，故寫作風格與用詞確有不同，不周之處，敬請諒察。</p> <p>3.選擇研究國家之理由及運用之研究方法已於第一章及第二章開始處補強。各國支付概況與生態之資料來源並已依學術論文格式，分別補強說明於各國內文中。</p> <p>4.座談會來賓之建議係作為本案重要參考依據，最後由研究人員考量斟酌納入各章節中。第二次座談會並已遵照委員建議，邀請學者參加與談。</p> <p>5.本研究於第五章針對電子支付與電子票證兩法合一、第三方發行禮券與純網銀之議題，皆已進行分析並提出相關建議。因時間限制，兩岸跨境支付議題則於討論央行數位貨幣時，納入央行所關切之議題。</p>
(三)臧教授正運	
<p>1.期中報告框架尚模糊，建議可從支付活動、支付場域、虛實整合等面向出發，並於第二章各節提出小結式結論。</p> <p>2.目前我國支付生態面臨電支電票整合、純網銀、Open Banking及央行</p>	<p>1.期中報告框架係遵照委託單位需求辦理，尚祈諒察。惟委員所關切之支付活動(如銀行、證券、保險領域)、支付場域(如叫車)、虛實整合等面向之分析，雖未明確標示出框架，惟皆已涵蓋在第二及第四章中。另為節省篇幅，本計畫於第二章第七節提出各國綜合比較小結。</p> <p>2.委員所提之電支電票整合、純網銀、Open Banking及央行數位貨幣等變革，已於期末</p>

<p>數位貨幣等變革，研究團隊可從上述議題之法制規範進行系統化研究，以利委辦單位參考。</p> <p>3.報告之圖表請研究團隊重新製作，並統一文字行距，目前參考資料多來自網路資訊，建議增加學術文獻。</p>	<p>報告第五章中各別進行分析，並提出相關建議。</p> <p>3.已於期末報告中加以補強，感謝委員建議。</p>
<p>(四)邱副主委淑貞</p>	
<p>1.請研究團隊從資金來源(Pay Now、Pay Before、Pay After)類型切入架構，研究各國電子支付之消費者保護及管理法規之異同，並針對較為進步之國家，細部分析，進而產生可供我國參考之政策建議。</p> <p>2.研究團隊可從我國長遠應推動普惠金融、無現金社會或多元化支付社會等政策推動方向提出建議，俾供立法院各位委員或立法院預算中心參考。</p>	<p>1.本研究已針對我國兩類型之創新後支付業務、及我國民眾已習慣信用卡後付(Pay After)之特性，因而對於使用電子支付的儲值帳戶(Pay Before)與綁定銀行帳戶(Pay Now)較缺乏使用動機等，加以分析。惟針對此面向之各國電子支付之消費者保護及管理法規，涉及層面太大，因本計畫時間人力限制，恕無法提供，尚祈諒察。</p> <p>2.第四章已針對我國主要消費場景商家與消費者在使用行動支付所面臨痛點與困境，及對我國採取無現金社會或是行動支付(多元化支付)發展方向，提出分析。</p>
<p>(五)林副局長志吉</p>	
<p>1.請具體敘述我國與他國電子支付發展之異同，並整理各國取得執照條件不同之處，再針對監理政策提出建議。</p> <p>2.請團隊針對COVID-19疫情帶來跨境支付及非接觸式支付使用者及</p>	<p>1.已於第三章各國政經之發展內容中，比較分析主要研究國家在行動支付與無現金社會之發展；另也於第四章針對我國民情與商業環境在導入行動支付所缺乏動機，加以分析。另針對各國執照取得條件亦已彙整。監理政策部分則於第五章中提出建議：參考「韓國」之模式，透過發放有限制之證照，限縮業者可提供匯兌之額度、或確定使用者匯兌交易日之方式，如此亦可降低洗錢風險，且提升支付環境。</p> <p>2.針對COVID-19疫情對於跨境支付與非接觸式交易之影響，於第四章第一節我國</p>

<p>交易量之迅速成長，未來疫情若持續蔓延對電子支付之影響等進行研究。</p> <p>3.因目前從事支付業務之業者多處於虧損情形，請團隊研究他國業者經營現況及如何轉虧為盈，以利本國業者健全發展。</p>	<p>跨境支付及第五章探討發展支付生態之開放銀行基礎建設中，予以分析。</p> <p>3.已於第五章針對我國電子支付業者發展方向，如：消費性金融、保險業等金融創新，且兼顧金融穩定與金融生態循環與支付產業發展等面向，提出具體建議。</p>
<p>(六)張副局長玉輝</p>	
<p>1.第二章就各國小節請分別提出研究團隊評論意見，並詳述各國發展特色及其成功之處。</p> <p>2.增加各國消費者身分認證方式比較，以及商店加入生態圈之資格及業者取得執照之條件。</p>	<p>1.針對各國發展特色與成功處之評論可見期末報告第三章第八節各國政治社會政經對支付產業之發展，及第五章第一節針對各國創新模式與發展策略等分析。</p> <p>2.商店加入生態圈之資格，基本上無限制，惟須顧慮商店本身實務面考量，而選擇是否願意加入支付生態圈，委員可參考本研究第四章我國支付業務之民情發展；另各國消費者身分認證方式，因時間有限，尚未提及，懇請諒察。</p>
<p>(七)胡副處長則華</p>	
<p>1.請研究團隊精鍊第二章文字，保留較為重要內容，並加強法規制度之比較及敘述。</p> <p>2.第三章第一節有關美國法規制度之撰寫方式請參考第二節英國之呈現方式，敘明不同執照得從事業務規模之不同，俾利作為我國研擬限制性執照之參考。</p>	<p>1. 針對委員意見，已分別於第二章及第三章中予以修正加強。</p> <p>2.謹遵辦理。已於期末報告第三章中，依照委員所提之呈現方式，分別論述各國之內容。</p>
<p>(八)徐處長萃文</p>	
<p>請敘明各國法規與國情關聯性及規範重點，以利對比我國與他國法規比較。</p>	<p>已於第三章第七節有關各國社會及政經之分析中加以補充。</p>
<p>(九)蔡副局長麗玲</p>	
<p>1.報告之主題應係以支付生態發展入題，但仍應聚焦在「金融創新及</p>	<p>1.依據委託單位需求單、(競標)審查會議、與工作會議，本計畫係以支付為中心，進</p>

<p>監理政策」，無現金社會、行動支付或數位支付應非主要議題，建議研究報告後續儘量聚焦。又第三章係為各國支付法規，而非創新相關法規，請審酌是否符合主題？</p> <p>2.因本報告主題為「金融創新」，建議在探討各國發展時，有關支付連結到金融之創新，包括授信、理財、證券、保險等可多加著墨。</p> <p>3.新加坡部分，據外電報導，Razer Fintech 及美國資產管理業者 Franklin Templeton 合作開發專門針對青年和千禧世代客戶的數位財富管理平台、新加坡叫車服務公司 Grab 透過其 GrabPay 支付服務，擬跨足理財、授信及保險等，建議可了解；p.87 有關 LINE 與傳統證券及保險的合作模式，建議可再深入分析，p.92 有關韓國 Collecting Eggs、Collecting Coins 之模式（合作模式，係屬單純投資理財或現金管理）。報告 p.95Kakao pay money 之服務內容（如有無類似餘額寶之即時轉出入服務之功能等）。Never pay 之投資存摺內容及服務架構等，請研究團隊深入了解其創新內容、監理架構。</p> <p>4.建議研究團隊未來期末報告時增列國別比較表。期待比較時能就支付生態延伸之金融創新型態依證券、資產管理、保險、匯兌、授信等項目分別比較，對本會監理將大有助益。</p>	<p>行相關法規、金融創新、及監理政策之研究，應是符合主題。</p> <p>2.有關支付連結到金融之創新，包括授信、理財、證券、保險等相關內容，已盡力於期中報告之第二章中分別予以探討呈現。</p> <p>3.目前新加坡Razer Fintech業務尚處發展階段，因此本研究以針對Grab Financial為主，以投資、保險與財務等三大業務加以詳細分析；另也針對韓國的KakaoPay Money與KakaoPay Securities，所推出的Collecting Coin、Collecting Eggs及其業務進行分析。惟LINE與傳統證券、保險的合作模式及NAVER之投資存摺業務，因時間有限，未能詳盡分析研究，懇請諒察。</p> <p>4.已於第二章第七節中，就委員關切之支付生態延伸之金融創新型態，依銀行、證券、保險次金融領域項目，分別進行彙整比較。</p>
--	---

附錄四：期末報告評審意見回覆表

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>(一)陳教授文華</p> <p>1.報告中出現錯別字及注釋編排大小不一，請予修正。</p> <p>2.報告內容提及我國民眾使用電子支付所遭遇的不便之處或痛點，建議研究單位提出解決之道或改善建議。</p> <p>3.第五章內容兼有各國環境敘述、團隊針對支付現況發展之意見及對法規的調適建議，不易歸納重點。建議應聚焦結論及提出具體政策建議。</p> <p>4.實務上高中及大學生族群使用行動支付之普及性不高，建議研究單位提出具體改善建議。</p>	<p>1.謹遵辦理。</p> <p>2.本研究提出電子支付之不便之處與痛點，主因在強調發展行動支付一體兩面有好有壞，故強調無現金社會與行動支付發展具互補性，可參考本研究第四章所提及之民情，以對症下藥。</p> <p>3.已予修正彙整。</p> <p>4.針對高中生本研究提出以電子票證為主要發展方向，參考本文探討行動支付與普惠金融-學生族群之優劣性分析，主因在於高中生可能生心理發育、交友觀念與消費理財觀念尚未健全等影響，較不適合，且我國民法規定7-20歲為限制行為能力人，註冊使用電子支付仍需雙法定代理人同意有其限制與門檻。</p> <p>另針對大學生，本研究提出以發展行動支付為主。目前大學生使用電票主因仍在其綁定連結學生證之功能，故本研究建議從系統部份切入，各大專院校可積極與電支業者發展數位學生證，透過掃描QR-Code即可完成課堂點名、借閱圖書、活動報名、宿舍門禁與租借校院運動場等行政流程，減少人力行政支出，且因手機APP屬私人裝置，出現冒名頂替可能性較低，因涉及個人隱私與金融工具；另就建置硬體設備</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>5.針對商家發行禮券預收資金之運用與準備金提撥議題，建議予以深入分析。</p> <p>6.報告所提 Pi 支付與國際連已於 9 月合併，爰可觀察到我國目前專精電子錢包之業者，其營業額較電子支付高出甚多，建議研究團隊進一步研究此一現象。</p>	<p>部分，目前行動支付業者積極於大專院校各支付繳費場景推展支付QR-Code設備，並與校園店合作特約，本研究認為應推展行動支付力道將擴及校園周邊商圈，效益將更大，因學生生活圈仍以校外為主；又或是從校園生活津貼補助、獎學金等以電子支付帳戶發放，也可鼓勵學生下載使用。</p> <p>總結本研究認為從硬體設備層面去發展大學行動支付普及助益不大，因偏好使用現金與電子票證的學生仍不為所動，唯有建立數位學生證，才可發揮支付+生活的數位校園生態圈。</p> <p>5.經本研究分析認為，過去商家發行禮券以銀行足額履約保證與銀行信託專戶兩種方式為主，但因管理成本較高，故以大型連鎖業者為主。</p> <p>今電支業者跨足第三方禮券業務本質上就是提供中小型業者發行禮券機會，然因事涉預收資金與準備金提撥之議題，本研究認為調整準備金比例，對於經營型態本就屬高風險與不確定性之中小型業者，恐將影響消費者權益保障，嚴重可能淪為助長不法分子賺取不當獲利之工具。影響我國商業與金融穩定。</p> <p>綜上，再加上此議題事涉行政院消保會與經濟部等多部會溝通，本研究認為修改相關規範仍有待商榷。</p> <p>6.根據本研究團隊分析兩個角度來看此現象。第一類型的Pi錢包與LINE Pay等業者為第三方支付，在註冊流程上與綁定信用卡或簽帳金融卡之排他性較小，上述交易量之大之業者多有與母集團及銀行業者推</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>7.研究團隊可思考我國是否應培養本土支付業者，或讓 Apple Pay 或支付寶等外國大型業者主導我國支付市場?近日印度以國安理由禁止支付寶在該國發展，我國支付業者目前幾乎都尚未獲利，未來恐難培養出大型業者，建議團隊從法規、使用者習性及業者思維等方向，進一步研究適合我國未來發展方向與配套措施。</p> <p>8.台灣盈士多科技股份有限公司(INSTO)於無卡分期業務尚具國內外知名度，研究團隊可參考該公司資料，充實無卡分期業務相關內容。</p>	<p>出點數回饋聯名卡，而電子支付因需與聯徵中心進行身分認證，且在綁定的銀行帳戶可能受到銀行業者未與電支業者合作或是民眾仍偏好後付(Pay After)的信用卡等因素，因此電子支付可能限縮用戶使用便利性；第二種類型為零售業的電子錢包因憑藉本業的千億營收、零售消費場景、點數回饋或是寄售商品等數位商業模式漸而創造較高的使用下載次數與交易金額，國內代表業者為PX Pay、OPEN錢包。</p> <p>7.感謝委員建議。本研究認為，支付產業之發展有國家主義與在地化特性因支付產業得以蒐集大量消費者數據，漸而衍生出許多資安與隱私保護等國安風險，然就企業在地性與商業場景創造之角度而言，外資貿然搶進我國似乎不具有競爭優勢。本研究認為我國電支產業仍處於發展階段，近期有兩家業者分別先後取得與申請電支執照，可見我國產業仍有很大發展潛力。惟目前業者皆尚未獲利，但有朝向集中化發展趨勢，因而本研究提出從金融應用等多領域提供業者打破獲利模式單一的窘困。</p> <p>8.感謝委員分享INSTO公司，本研究已納入以充實相關內容。另補充說明：盈士多發展本質是提供賣家代收付的APP功能，業務發展仍多涉及信用卡、簽帳金融卡與銀行帳戶扣款功能；盈利模式以向賣家收取請款手續費為主。而本研究所提出電子支付業者發展無卡分期，則是強調融資借貸與債權移轉之模式，讓電支業者發揮買賣間的仲介角色，其盈利模式更多元，包含向賣家收取交易費與向買家收取分期</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
	利息費用，可打破電支業者目前較為單一之交易手續費之收取。
(二) 臧教授正運	
<p>1.第五章為本報告之核心，惟架構略顯鬆散，建議第一節可綜整前四章之內容，提出我國電子支付業務之展望；第二節就上一節之結論與目前國內產業發展與法規調適狀況進行對話，俾利前後呼應並點出可行發展方向；另第三節所提我國可借鏡新加坡法規，調降電子支付機構設立資本額門檻之建議，惟第三章未提及新加坡之資本額門檻規定，致論述缺乏佐證，無法理解我國與新加坡之差異及分析合理性。</p> <p>2.建議研究團隊就電支電票條例合併新法如通過後，相較現行法規鬆綁之處及業者可從事之新種業務進行論述，並分析新法對於我國電子支付產業之助益，再提出研究團隊認為新法上路後可再進一步改善之政策方向，俾讓報告內容更為完整。</p> <p>3.報告所載法律規範文字應具一致性，並力求正確，如第 112 頁新加坡支付服務法案，文字應為 Act 非 Bill。</p> <p>4.有關CBDC之敘述，建議放在報告前半部有關國際支付生態發展概況</p>	<p>1.第三節有關新加坡針對資本額門檻之規範，按 Payment Services Act 之規範，係以某項業務總交易量超過 300 萬新幣或某兩項業務總交易量超過 600 萬新幣；或是該業者提供電子貨幣交易服務，每日支付額超過 500 萬新幣，則應申請「大型支付機構執照」。似可推斷其在規範設計上，係以支付機構別來決定其資本額之門檻。又 500 萬新加幣約略新台幣 1 億元，在門檻設計上跟我國電支電票條例草案第 9 條類似。</p> <p>2.感謝委員建議，本研究認為主管機關本次的修正，因應了科技發展以及全球非現金支付的潮流，透過整合分層管理，為我國非銀行支付制定一個較為周全且成熟的規範架構。修正草案亦開放電子支付機構辦理國內外小額匯兌，雖然匯兌業務之開放可能伴隨洗錢之風險，然本研究認為，或可透過發放有限之證照、限縮業者可提供匯兌之額度、或確定使用者匯兌交易目的等方式，降低被有心人士用以洗錢之風險，提升我國支付業者之競爭力，並創造對使用者更友善良好之支付環境。</p> <p>3.感謝委員提醒，已予修正。</p> <p>4.有關CBDC之相關論述，考量其未來對於我國支付發展之重要性，及本計畫整體架</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
相關章節，作為電子支付長遠發展之參考。	構，故予放入第五章「未來宜關注議題」章節中加以闡述。
(三) 徐處長萃文	
<p>1.建議報告第三章有關借鏡各國法規之建議，應先針對各國國情與我國異同之處提出分析及論述，再提出可供我國借鏡之建議；又因各國歷史、人口幅員及法系差異甚大，不宜直接援引各國相較寬鬆法規作為我國法規調適建議。</p> <p>2.第140頁及第240頁有關行政罰則及刑事責任的分析，因其他國家電子支付法規亦有刑事責任，建議研究團隊審酌「先行政後司法」政策建議之妥適性。</p>	<p>1.感謝委員意見，依委託單位之建議，重新修正表格內容。</p> <p>2.感謝委員意見，針對刑事責任之部分，因難以跳脫銀行法第29條之規範，故將原建議之「先行政後司法」刪除。</p>
(四) 林副局長志吉	
<p>1.報告第五章提出我國可參考新加坡法規，訂定「適當」資本額之建議，因電支電票條例合併新法已針對資本額訂有差異化規定，建議研究團隊全盤考量經營型態及業務量等因素，針對資本額規範提出具體建議金額。</p> <p>2.有關研究團隊於第140頁及第240頁提出電子支付與第三方支付分屬不同主管機關，導致監理力道不同，建議由相同主管機關監管一節，我國目前監理框架係當時立法過程協調多方意見後確立，係考量業者實際經營情形與平均代收代付金額等因素，爰訂定不同監理密度之差異化管理機制，建議可於報告中適度說明，另若貿然提高監理強</p>	<p>1.感謝委員意見，考量資本額為反映立法者對一個行業的管制密度，準此，若主管機關對於監理程度希冀達到風險上之控管，本次草案所規定之資本額，應即適合我國業者經營型態，可達健全之財務狀況、完善之資安管理及妥適之風控措施，以維持業務之穩定與安全運作。</p> <p>2.感謝委員意見，考量業者經營監理過高，將不利於業者發展，故將原建議刪除。</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>度，恐非業者所樂見。</p> <p>3.報告文字有需更正處，如第100頁提及新加坡MAS釋出25張數位銀行牌照，應非正確之數字；第137頁表3.7.1馬來西亞及日本皆為支付服務法，惟第116頁馬來西亞為「金融服務法令」、第123頁日本為「資金決濟法」；第97頁下半部所載電支電票條例合併新法相關文字敘述，未合該節「國際支付生態擴張策略」主題，應為誤植，請併予更正。</p>	<p>3.謹遵辦理。</p>
(五) 蔡副局長麗玲	
<p>報告內容資料甚廣，不易聚焦，建議每章應增列小結，收斂各章重點及結論；另報告第五章可綜整各章小結及相關統計數據後，提出具體政策建議</p>	<p>感謝委員意見，已依委員意見調整報告結構。</p>
(六) 張副局長玉輝	
<p>1.第 284 頁就期中報告評審意見之回復略以，因時間有限，尚未提及各國消費者身分認證議題，請研究團隊於期末報告補充相關內容，俾利後續驗收事宜。</p> <p>2.有關建議主管機關可鼓勵電子支付業者跟保險業者合作以增加收入一節，鑒於主管機關應保持中立，且目前國內已有保險經紀人制度，業者可於取得執照後從事保險相關業務，建議修正為鼓勵業者取得保經執照從事保險經紀業務，非僅擔任廣告平台，且可避免不同保險業者同時委託支付業者宣傳時之利益衝突。</p>	<p>1.有關身分認證議題，因牽涉甚廣，恐非本報告篇幅足以涵蓋，爰本團隊聚焦於徵求計畫書所列研究項目，再加上時間限制之考量，故未將該議題涵蓋於本次研究之中。尚請 諒察。</p> <p>2.針對電子支付業者於消費場景導入產險商品之建議分析，本研究已修改相關內容並引用相關保險業與異業合作之修法內容。給予業者適切之發展建議。</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
(七) 林處長志憲	
<p>1.第 265 頁有關「GDPR 要求所有國家或企業要到歐洲做生意先得獲得 GDPR 適格認定」之敘述有誤，現行規定企業即使未取得 GDPR 適格性，仍得於歐洲營業，請予更正；另研究團隊援引中華金融科技產業促進會及金融研訓院之意見，尚有待商榷，請審酌妥適性。</p> <p>2.第 252 頁建議將消費者行動支付綁定資料交由經濟部、財政部及國發會等機關整合運用一節，因各部會權責不同，事涉民眾個資權益，尚不宜於此報告列入跨部會議題。</p>	<p>1.第五章有關個資立法或修法之意見，因考量與本文非直接相關且仍有待更周延了解後方宜提出，基於時間限制，故僅保留原則性之敘述，置於「宜關注議題」章節中，餘皆予以刪除。</p> <p>2.針對第 252 頁將消費者行動支付綁定資料交由其他部會之闡述建議，本研究已提出修正並補充註釋內容以利讀者，更加清楚了解本研究之原意。</p>
(八) 胡副處長則華	
<p>1.請就第五章各節精鍊重點，就可提供具體建議之部分，提出較為深入之論述分析後，再提出可執行之具體建議或他國值供我國參採之制度，以免流於單純文字敘述。</p> <p>2.有關第五章第一節建議我國參考他國資本額分級制度，因現行第三方支付法規及電支電票條例合併新法業納入差異化監理機制，請研究團隊斟酌我國監理現況，再比較他國及我國監理環境後，提出改善建議。</p> <p>3.請檢視第 137 頁表 3.7.1 正確性，務求詳盡正確，並說明報告所提一元化與多元化監理之定義，俾利了</p>	<p>1.參酌委員意見，第五章中除了較為具體、確切之內容放入建議章節外，另闢「未來宜關切議題」章節納入仍須注意之議題，如央行數位貨幣等，謹供各界參考。</p> <p>2.已將原先建議修正刪除。由本次修法已可看出主管機關仔細分析支付行為，將類似的行為放入同一部法令中，就高低程度做不同管制。而非過去對類似行為，卻有不同法令、機構的割裂立法，甚而將單一業者的營業模式預設為法規規範架構而非考量支付行為的差異進行規範。此次合併立法實為健全支付法制，且該部分立法方式與本文研究多國家雷同，已達與國際接軌目標。</p> <p>3.遵照委員建議，重新修正表格內容。另外有關一元化與多元化監理之定義，鑑於與修正表格較無關聯，故予刪除。</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>解論述重點。</p> <p>4.有關央行 CBDC 之相關分析可移往前面章節。在結論章節則可提出後續主管機關應持續關注之議題，如 CBDC 後續發展或電子禮券等，較符合本章之內容編排。</p> <p>5.有關無卡分期可能導致學生過度消費及利率過高等問題，建議提出解決之道或配套措施；另無卡分期業務似未涉金融特許業務，可逕行辦理，爰報告中毋須建議進入監理沙盒。</p> <p>6.第 252 頁建議主管機關採取載體綁定之統計方式避免重複計算使用者人數，但未提出具體之統計方法建議或各國所採較佳統計方式，請研究單位予以補充。</p>	<p>4.有關 CBDC 之相關論述，考量其未來對於我國支付發展之重要性，及本計畫整體架構，故予放入第五章「未來宜關注議題」章節中加以闡述。</p> <p>5.已大致依照委員建議進行修正。本研究認為可從規範定型化契約與建立消費者保護相關法律以規範我國無卡分期之業務，更應特別關注補教課程等服務中途解約之權益規範。針對 18-20 歲之限制行為能力人(大學生)申請相關業務時，要求本人身分證正本與雙法定代理人同意等，防範欺騙。</p> <p>6.針對統計計算模式分三大類探討： (一)電子支付使用者人數重複計算：因目前我國電支使用人數是由業者提供後加總，準此如深度使用用戶，可能一人就擁有多個電支帳戶，則實際使用人數會低於目前使用者總人數。目前民眾使用電支需透過實名認證，故本研究建議相關單位可透過 ID 辨識，以凸顯我國電支使用人數真實情況，但具體交易金額仍由業者提供，以避免個資隱私疑慮。 (二)電子化交易比率：按目前主管機關之定義，分子為：非現金支付工具交易金額(信用卡、電子票證、電子支付或第三方支付、轉帳)，而分母為我國民間消費支出總額。本研究認為隨著目前信用卡、簽帳卡與銀行帳戶可分別綁定電子票證、電子支付與第三方支付，可能重複計算使用，故建議主管機關計算電子</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>7.餘文字或用語部分，綜規處將再以書面提供中經院參考。</p>	<p>化交易比率時，可直接從支付工具"源頭"計算，如:綁定信用卡的第三方支付直接從信用卡的簽帳金額去計算，與銀行帳戶連結的電子支付直接以銀行帳戶作基準，因此處主管計算目的是要從總體角度了解整體非現金交易比率。</p> <p>(三)行動支付比率:目前資策會的行動支付普及率為抽樣調查，較難反映我國行動支付 APP 交易之真實金額，而若是主管機關想要知曉我國行動支付業者的使用情況，如:電子支付、第三方支付與零售業者的電子錢包或是國際三大 Pay 等類型在民間消費金額的使用情況，則可參考存款保險資訊季刊 33-1，「台灣行動支付發展歸類與探討」中所提出的「臺灣行動支付 3+3 的分類」。就目前本研究了解，銀行業內部已可就信用卡、簽帳金融卡所綁定店家業者的使用情況分類，故建議主管機關可從民眾綁定 APP 的類型與交易金額加以計算分類，這是從民眾綁定的"行動支付載體"計算，即從個體業態角度分析。本研究提出:分子為行動支付 3+3 載體交易總金額，分母則為我國民間消費支出總額，以此較真實呈現我國多元並進的行動支付交易比率。</p> <p>7.謹遵辦理。</p>
(九) 邱副主委淑貞	
<p>1.有關「先行政後司法」議題，係屬通案體制，考量層面甚廣，不宜於本研究案單獨提出。</p> <p>2.第五章結論部分，應以 Home</p>	<p>1.感謝委員意見，針對刑事責任之部分，因難以跳脫銀行法第 29 條之規範，故將原建議之「先行政後司法」刪除。</p> <p>2.謹遵辦理。本文第四章第三節提出「我國</p>

審查委員暨審查意見	中經院研究團隊回覆
<p>Market 為出發點，多面向考量我國人口、面積及金融機構密度等因素，及各國發展電子支付之不同先天條件，如美國擁有 3 億人口且幅員廣大、新加坡及馬來西亞具有東南亞國協之 6 億人口與腹地支撐等，據此確立報告之研究主軸與思維，再衍生電支電票條例合併、電子支付結合金融商品、支付生態系與純網銀發展，國際合作等議題，提出適合我國且具穩健、創新及包容性之政策建議，俾利提供主管機關及業者作為擴展海外市場參考。</p>	<p>支付業務之民情發展」，即意在深入思考我國國情，以利提出適切分析與建議。</p>