



101 年自提研究計畫

我國銀行業異業競合之趨勢研究
-新世代消費模式創新經營之環境與策略
【結案報告】

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

計畫主持人：梁敬思

研究顧問：許振明

共同主持人：侍安宇

協同主持人：林士傑

研究員：賴威仁、林慧雯、遲淑華

研究助理：葉俊沂

中華民國一〇一年十二月

財團法人台灣金融研訓院自提研究計畫

我國銀行業異業競合之趨勢研究 -新世代消費模式創新經營之環境與策略

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

本報告內容純係研究團隊之觀點，

不應引申為補助單位中華民國銀行商業同業公會全國聯合會之意見。

計畫主持人：梁敬思

研究顧問：許振明

共同主持人：侍安宇

協同主持人：林士傑

研究員：賴威仁、林慧雯、遲淑華

研究助理：葉俊沂

中華民國一〇一年十二月

摘要

近年來，競合策略(collaboration)已取代傳統之競爭策略，蔚為管理之新風潮，透過競合策略創造出許多新的經營模式(business model)。此外，台灣銀行業早已存在銀行業過度競爭及其所衍生的競爭、管理等問題，於此競爭環境下，以電子商務(e-Commerce)與行動商務(m-Commerce)為首的新世代消費模式，將成為未來銀行業發展支付業務的主要方向。同時，銀行業亦將面臨新世代消費模式變化之潮流，電信業者、電視頻道業者、手機業者、通路業者、卡片業者的異業競爭。

本研究由分析新世代消費者模式出發，探討新世代消費者客群及其熟悉的消費模式，再研究如何透過銀行業與異業之競爭與合作模式，為新世代消費者提供最便捷的服務。此外，由於民眾及業者對於電子交易始終存有安全性的疑慮，本研究亦經由交易安全與監理的角度切入，瞭解銀行業在新世代消費當中所面臨的課題，並探討由金融業及一般產業監理此類新式交易的差異點。同時，藉由蒐集各國重要監理法規資訊，並借助國外銀行業或一般產業在行動電子支付的發展經驗，提供我國銀行業者參考，以作為我國銀行業與其它產業(例如：電信業、網路通訊業)發展行動電子支付，或是與其他異業發展結盟關係之重要參考資訊。

研究結果顯示，行動支付的產業合作模式，由銀行業及行動產業的參與度決定，依參與程度的不同，可分為銀行主導、行動產業主導、合作模式及第三方主導等四個主要模式，以中國大陸發展經驗及目前台灣發展情況觀察，合作模式似較為可行。然而，台灣目前支付行業適用之監理法規及機關，仍需要繼續加強、配合，以使各產業別支持的支付行業，得以在相同的法令環境下發展。未來政府再視產業發展情況，透過政策加強引導行動支付之發展，並同時建立統一的技術標準及反洗錢機制，促進產業間的跨業合作，使支付行業能進一步整合及穩健地營運。最後歸結出結論與建議方向，期能提供我國銀行業相關業者、公會及政府主管機關作為日後業務發展及監理之參考。

目錄

| | |
|---------------------------------|-----|
| 第壹章 新世代消費模式之研究 | 1 |
| 第一節 新世代定義及生活形態轉變探討 | 1 |
| 第二節 新世代支付模式探討 | 4 |
| 第三節 新世代支付模式各國發展經驗 | 14 |
| 第貳章 銀行異業競合與新世代消費金融模式的發展 | 23 |
| 第一節 銀行異業競合趨勢發展 | 23 |
| 第二節 銀行業與通路業競合的發展 | 25 |
| 第三節 銀行業與行動通訊業競合的發展 | 30 |
| 第四節 新世代消費模式的趨勢與銀行服務 | 33 |
| 第五節 結合通訊科技及新世代消費模式發展銀行業務 | 38 |
| 第六節 小結 | 40 |
| 第參章 第三方業者與銀行間的競爭與合作 | 47 |
| 第一節 跨業競合的趨勢與第三方業者的類別 | 47 |
| 第二節 大陸第三方支付業務發展狀況 | 51 |
| 第三節 台灣第三方支付業務發展狀況 | 73 |
| 第四節 台灣銀行業跨足第三方支付業務之評估 | 85 |
| 第肆章 行動支付安全 | 91 |
| 第一節 行動付款安全機制 | 91 |
| 第二節 行動支付安全之疑慮及隱憂 | 91 |
| 第三節 行動支付風險及安全需求 | 94 |
| 第四節 如何提升行動支付的安全性與隱私 | 101 |
| 第五節 行動支付的技術標準 | 103 |
| 第六節 台灣及中國大陸電信業者及銀行業對安全的做法 | 111 |
| 第七節 小結 | 116 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 第五章 行動支付監理 | 117 |
| 第一節 國際上行動支付的主要商業模式 | 117 |
| 第二節 國際上行動支付的監理措施及相關法規 | 118 |
| 第三節 行動支付監理方向之探討 | 135 |
| 第四節 台灣行動支付的監理措施及相關法規 | 143 |
| 第陸章 結論與建議 | 153 |
| 第一節 結論 | 153 |
| 第二節 建議 | 156 |
| 參考文獻 | 163 |
| 附錄一 受訪單位訪問內容整理 | 169 |
| 附錄二 我國電子票證及信用卡相關法規整理 | 181 |

表目錄

| | |
|----------------------------------|-----|
| 【表 1-2-1】各種支付模式及相關應用整理 | 7 |
| 【表 1-2-2】拉卡拉手機刷卡各項服務 | 12 |
| 【表 2-2-1】台北市政府相關代收費率表 | 27 |
| 【表 2-2-2】網路購物付款方式彙整表 | 28 |
| 【表 3-2-1】獲批支付業務許可證之第三方支付企業 | 55 |
| 【表 3-2-2】第三方支付行業發展大事記 | 64 |
| 【表 3-2-2】第三方支付業務之相關政策法規 | 66 |
| 【表 3-2-3】第三方支付業務之進入要求和業務監管 | 67 |
| 【表 3-3-1】台灣網路拍賣/商城營運模式彙整 | 73 |
| 【表 4-5-1】中國行動支付技術標準之比較 | 108 |
| 【表 5-2-1】中國大陸支付相關法律法規 | 127 |
| 【表 5-2-2】國際重要行動支付監理措施及法規 | 134 |

圖目錄

| | |
|---|-----|
| 【圖 1-1-1】美國 2012 年第 1 季主要零售網站單一客戶每月平均銷售額..... | 2 |
| 【圖 1-2-1】一維條碼..... | 8 |
| 【圖 1-2-2】各種二維條碼..... | 8 |
| 【圖 1-2-3】支付寶條碼支付操作流程 | 10 |
| 【圖 1-2-3】中國大陸目前市面上各種隨身刷卡器 | 12 |
| 【圖 1-2-4】我國目前數位電視播送方式 | 13 |
| 【圖 2-2-1】我國近年度自動櫃員機台數及交易次數..... | 26 |
| 【圖 2-3-1】行動通訊業者應用服務體系 | 32 |
| 【圖 3-2-1】第三方支付貨幣傳送型交易模式 | 52 |
| 【圖 3-2-2】第三方支付網路交易履約擔保型交易模式..... | 53 |
| 【圖 3-2-3】中國大陸第三方支付企業網路支付業務之交易規模..... | 60 |
| 【圖 3-2-4】2011 年中國大陸第三方支付企業網路支付業務之市場占有率..... | 60 |
| 【圖 3-2-5】中國大陸第三方支付企業網路支付業務之交易規模結構..... | 63 |
| 【圖 4-2-1】行動支付發展面臨的主要挑戰 | 92 |
| 【圖 4-3-1】行動支付體系的一般性架構 | 96 |
| 【圖 5-2-1】香港法制電子錢財務安全層面規範架構..... | 130 |
| 【圖 6-1-1】行動支付的產業合作模式 | 154 |

第壹章 新世代消費模式之研究

第一節 新世代定義及生活形態轉變探討

討論新世代消費模式之前，必須先瞭解新世代定義及生活形態轉變。關於世代的定義，可來自許多不同的層面，例如：家庭、文化與社會等。過去台灣社會常見的「三代同堂」，即指家庭的世代而言，在 20 世紀初葉，這樣的一個世代差距可能只有 16~20 年，而在 21 世紀的現代，世代間的年齡差距已更為向後延伸，依據美國及德國在 2008 年所作的人口調查，一個世代的差距分別為 25 及 24 年，然而，這個數字在開發中國家，則可能低至 20 年左右，其間之差異視各國開發程度與風俗民情而有不同。

相較於家庭在世代上的定義，文化的世代定義上，通常較為模糊，可泛指在同一社會、文化環境下成長，且年齡相近的群眾，法國學者 Émile Littré (1863) 即指出世代為「約略同時生活的所有群眾」。之後，世界各國在 20 世紀的現代化、工業化及西方化影響下，世代間的行為模式逐漸藉由教會、學校、工作等場合，做逐步的傳遞。在 20 世紀末，由於網際網路的興盛，世代間的行為模式傳遞更加快速，而新世代的生活型態也在此環境下發生了重大的改變。

關於新世代的定義，各國在時間上的定義略有不同，但以年齡層觀察，多指年齡在 30 歲以下，初入社會工作具有經濟自主能力，消費金額占所得比例較高的族群。例如美國等西方國家所稱的 Y 世代，即指的是在 X 世代後，出生在 1982 到 1999 左右的世代；在中國大陸，新世代則可能指的是 80 後世代，甚至是 90 後世代，這些世代出生的群眾，由於出生時正處於中國大陸推行一胎化的高峰期，受到雙親或是祖父母的呵護、照顧，各種資源的取得較過去充足。因此，當這些世代的群眾投入社會後，消費能力較處於工薪世代的父母親大為提升，加上科技的進步與社會的開放，推動中國大陸成為全球支付產業最大的潛在市場。

綜合上述新世代的定義，配合其消費模式及型態，其主要特色可歸納如下：

一、網路交易盛行：21 世紀網路科技發展日新月異，資訊科技的進步使顧客不再侷限只能以傳統面對面的方式來進行服務，創新的自助服務科技(self-service

technology)模式已在人們日常生活中興起並成為一種主流，其中發展速度最快、影響層面最大的，即是網路交易盛行。以美國2012年第1季主要零售網站單一客戶每月平均銷售額為例(參見下圖)，多數網站業者較去年同期仍存在高度的成長。在銀行業方面，各國銀行業者也引入創新的自助服務科技—網路銀行，他們相信網路銀行將帶給顧客創新的體驗。由於近年來資訊溝通科技的興盛和政府解除金融上的管制，因此降低了金融服務產業的進入障礙。許多金融機構已經從實體通路轉變為實體和虛擬通路共存的營運模式。由於網路銀行估計只需要實體銀行營運成本的25~30%成本，因此，為了維持競爭優勢，網路銀行被各大銀行所引進。一般而言，網路銀行除了無法存提實體現鈔的先天性限制外，其他銀行實體通路的所有功能，幾乎已在網路銀行全面實現。



【圖 1-1-1】美國 2012 年第 1 季主要零售網站單一客戶每月平均銷售額

二、使用新型付款方式交易：新世代消費模式中，除了網路銀行付款模式外，隨著智慧型手機及搭載應用軟體的蓬勃發展，移動支付將佔有很重要的地位。移動支付是指交易雙方透過移動設備進行某種商品或服務交易，所使用的移動終端主要是手機，也可以是PDA，移動PC等。移動支付一般分為遠端支付和現場支付。遠端支付是消費者通過移動業廠商的SMS、WPA、IVR、USSD等服務向遠端商家傳

遞支付資訊，移動業廠商通過手機號碼來確認消費者，並透過手機手動發送的密碼確認整個支付過程的真實性；現場支付是指移動終端通過近距離通信技術向商家的消費終端發出支付資訊，通過消費終端與內置智慧晶片進行帳戶和密碼資訊交換完成。

三、結合物流之便，商品交易頻繁：由於新世代民眾運用網路從事消費活動甚為便利，使消費過程花費的時間較過去大為縮短，進而使消費者可視需要隨時購買，使商品的交易較過去更為頻繁。另一方面，由於消費頻率的增加，帶動小型包裹物流的需求，促使物流業者由大型貨運，轉向開發運送小型包裹業務，甚至可以結合物流與金流，讓消費者採取貨到付款的方式購買，減少網路交易詐欺事件的發生，而物流業者，也可藉由提供金流服務，賺取交易手續費。

四、利用網頁分享購物經驗：在行銷學的觀點上，口耳相傳(word of mouth)一直是傳播良好經驗的重要方式，當然這樣的傳播不限於面對面親口傳述，近年來隨著網路討論區及社群軟體的盛行，新世代民眾常利用網路文字(例如：開箱文、試用心得、打卡文)、照片或視訊的發表，交換彼此的購物經驗，達到口耳相傳的傳播方式，使網路上口碑良好的店家，生意更加興隆。而這些購物經驗的分享，再結合網路購物的便利性，使店家的客戶群快速擴展，在此情況下，店家更加依賴網路銀行、行動付款等方式進行款項的核對與確認，提供了各項支付模式發展的有利環境。

五、社群行銷方式崛起：目前網友最常使用的購物經驗分享方式，即是透過社群網站來傳遞。國內外社群網站眾多，較有名氣的例如：facebook、twitter、plurk、Google Plus、無名小站、騰訊微博及人人網等。在社群網站這個分類下，有上百個不同的渠道、數十個種類，而每個產業運用的社群網站渠道組合，都會有些不一樣，形成各行各業的社群行銷方式。

然而，銀行業在社群行銷上，卻面臨許多實務運作上的問題。銀行業由於受到規範較多，一般民眾多認為銀行社群行銷就是很枯燥，不如一般商業活動的內容有趣，造成即使有許多精彩網站內容，但並不一定適合置入社群網站中。在此情況下，銀行或許只能做配角，要由銀行直接下來做可能較為困難，目前較有可能的執行方式是銀行由電子行銷部門整合各部門意見後，上傳行銷內容，或以跨業的方式尋找

合作夥伴，一起從事社群行銷。

其實行銷工具種類繁多，端看公司要如何運用這些廣告行銷通路，來建立消費者對公司的印象，進而達到促進商品銷售的效果。從銀行角度來看，社群網路行銷主要還是以建立消費者品牌形象為主，目前最大的優點就是廣告費用相較於電視媒體或平面媒體低。銀行雖然在商品剛推出時可採取社群來建立口碑，進行口碑行銷或病毒式行銷，除非公司本身的商品具有的差異程度很高，否則最終還是要回歸到商品是否能滿足消費者需求。以臉書 (facebook)行銷為例，臉書在建立消費者對銀行的印象，或許會有些幫助，但並不表示一定有辦法帶來大量的客戶或交易量；其他目前免費的社群行銷方式，例如：粉絲團¹，由於社群網站對於使用者並沒有採取實名認證，行銷對象難以確認，且社群網站多數擁有自己的廣告行銷方案，也不會同意銀行以粉絲團的模式直接在網站上行銷，也造成銀行目前只能對粉絲團進行形象廣告或新消息的發布，無法從事實質的行銷活動。

第二節 新世代支付模式探討

就新世代支付模式而言，其重點在於行動支付的發展。由於現代無線網路及通訊技術的突破，實現了人類可以隨時隨地高速上網的目標，更由於電子晶片技術的發展，使民眾可以藉由電子晶片儲存各種不同的資訊，包括貨幣、帳戶資料等，使支付程序更加便利，行動支付遂在此一環境下應運而生。行動支付雖然看似是全新的應用型態，但其實背後的金流模式仍是現有三大支付模式的延伸。在臺灣，例如悠遊卡業者、信用卡業者、金融卡業者，這些原有支付業者也都進一步將自家金流服務延伸到行動支付上。雖然對前端消費者來說，都是同樣以手機來執行支付動作，但對於擁有不同支付環境的各類服務業者，尤其是新興投入業者來說，找對適合的後端金流模式，就是搶攻行動支付必需了解的關鍵重點。目前現有的行動支付模式，依照消費者支付的態樣，可區分為三大類別，分別為儲值卡、網路應用、信

¹ 目前社群網站對於粉絲團(fans group)的做法，尚未全面採行收費方式建立，但未來可能逐步採收費方式進行，以結合社群網站自身的行銷業務推展。

用卡或借記卡(debit card)²及電信或媒體服務商等四大類支付模式：

一、儲值卡支付模式：

支付工具本身就具備儲存金額的功能，消費者需要先付款儲值，再實際到消費現場使用服務，屬於實體交易的儲值卡支付模式。早年儲值卡即以晶片的形式存在於電話卡、銀行電子錢包、電子禮券等用途，然而，後續因為晶片卡容易受潮、接觸點容易氧化造成接處不良的情況，逐漸由RFID演進而來的近距離無線通訊技術(NFC)³取代其部分功能，我國的悠遊卡即採取NFC作為主要技術基礎。

以消費者支付時點觀察，通常採取儲值卡支付模式是一種「事前」支付的概念。因為消費者在採取儲值卡支付之前，必須確認帳戶存有相的金額，足敷支付此次交易，否則交易便無法成功。也由於這項因素，消費者必須在事前將儲值卡加值到一定金額，才能進行交易。所幸，在儲值卡與信用卡功能結合後，儲值卡已能在低於一定的金額時自動加值，使消費者更加便利。

二、網路應用支付模式：

網路應用支付模式主要指消費者利用網路上預存於網站上的小額購物金，或是利用各銀行之網路銀行或網路ATM，進行即時連線以扣除帳戶金額之交易。時至今日，隨著網路銀行和各種行動App銀行的出現，網路支付也逐步朝向行動化邁進。消費者可透過行動網路進行銀行轉帳、信用卡支付等應用。

在支付時點上，若採取網路銀行或網路ATM進行支付的方式，主要為「同時」支付的概念；另一方面，若採取預存於網站上的小額購物金進行支付，則主要為「事前」支付的概念。當然，部分網站亦可讓消費者進行網路刷卡，或是與電話帳單併同支付，由於消費者在預存時並未實際支出現金，待收到帳單(通常為月結)後才必

² 國際信用卡組織 VISA 在臺灣發行的借記卡稱為「VISA 金融卡」，為與一般沒有借記功能的 ATM 金融卡區隔，此處仍統一稱 debit card 為借記卡。

³ NFC (Near Field Communication) 是建立在 RFID 的技術基礎上的極短距離無線通訊技術。所謂 RFID(Radio Frequency Identification)指的是一種非接觸的自動識別系統，利用無線電波來傳送識別資料。短距離的 RFID 可以運用在工廠自動化、貨品銷售，長距離的 RFID 則可用在收費系統或車輛身分的識別，而 NFC 增加了檔案傳輸此一重要功能的新技術，提高安全性與便利性，是在無線時代下最具發展潛力的市場新星，並由 Philips、Nokia 和 Sony 主推的一種類似 RFID 極短距離無線通信技術標準。

須支付，因此，類似的預存小額購物金交易可視為「事後」支付的概念。

三、信用卡或借記卡支付模式：

信用卡從過去利用機械刷卡機作離線刷卡，進化到使用電子式刷卡機作線上刷卡，再逐步走向非接觸式刷卡的行動支付模式，消費者可在一般店家透過線上刷卡或非接觸式刷卡，透過網路進行信用卡交易；借記卡則和信用卡不同，通常必須透過消費者的密碼認證，方能進行交易，少部分借記卡可單以簽名，或同時以簽名配合密碼進行交易。目前國際間大型信用卡組織例如威士(VISA)、萬事達(MasterCard)及中國銀聯，均可支援其會員銀行發行借記卡。

信用卡或借記卡可說是目前與其他支付模式結合最廣泛的項目。若是以信用卡和儲值卡、小額購物金結合，消費者只須在「事後」支付這些消費款項即可，反之，若是以借記卡結合，則屬「同時」支付的概念。

四、電信或媒體服務商支付模式：

隨著科技的進步與製造成本的降低，數位機上盒(digital set-top box)價格已降到合理的水準。此外，由於數位光纖網路的佈建，如今數位機上盒已能實現由高速網路接收、發出雙向數位訊號，從而達成客戶經由機上盒傳遞購買資訊的目標。一般而言，客戶並無需自行付費購買機上盒，電信或媒體服務商常經由一定費率組合，提供客戶使用機上盒，客戶僅需使用手上的遙控器，轉至喜愛的購物頻道，選擇商品後即可由機上盒發出購買訊息予服務商，再將商品寄到客戶家中。

上述的購物方式已被電信或媒體服務商視為未來經營業務的一大附加商機。客戶購買商品的程序可較過去使用電話配合信用卡支付的方式大為增速，此外，媒體服務商可在客戶有數次回購經驗、信用較為無虞的情況下，改由媒體服務商直接記帳月結的方式服務客戶，減少對信用卡公司手續費的支付，以提升營運獲利。整體而言，此類支付模式以支付時點而言，不論是否採取信用卡支付，對客戶而言，應屬「事後」的支付模式。各種支付模式及相關應用整理如下表所示。

【表 1-2-1】各種支付模式及相關應用整理

| 支付模式 | 支付時點 | 相關應用之支付方式 |
|----------|---------------------|--|
| 儲值卡 | 事前 | 1. NFC 儲值卡(悠遊卡、八達通...) 2. 手機內建 NFC 晶片，透過 NFC 儲值卡支付。 3. 晶片儲值卡(早期 i-cash、電子禮券) |
| 網路應用 | 事前、同時或事後 均可 | 1. 網路銀行 2. 網路 ATM 3. 條碼支付 |
| 信用卡或借記卡 | 事後(信用卡)或 同時(借記卡) | 1. 商店線上或離線刷卡 2. 網路線上刷卡 3. 隨身刷卡器 |
| 電信或媒體服務商 | 事後 | 1. 手機內建 NFC 晶片，透過電話帳單或信用卡支付。 2. 經由有線電視或網路電視業者，於機上盒點選商品，透過服務月結帳單繳納。 |

資料來源：本研究整理

上述支付模式其中部分已於國內銀行業行之有年，故不贅述，以下僅就近年較為創新的支付模式進行介紹。

一、 手機支付

手機支付又稱為移動支付，是手機用戶使用行動終端設備對消費行為支付帳款的服務模式，產業鏈包括銀行、手機支付服務商、電信系統營運商、設備系統供應商等。目前市面上流通的手機主要透過手機用戶消費費用透過手機帳單或透過信用卡及借記卡支付。

手機支付屬於個人行動金融業務的一種，透過手機號碼與個人信用卡或銀行帳戶連結，使手機具有行動付款功能，用戶不僅可透過手機傳達指令完成手機話費加值，還可以繳交個人的信用卡帳單、水電費、保險費，甚至可進行機票訂購。然而，手機支付雖有其便利性，但也具有缺點，例如：交易受限於手機訊號可接收之範圍、銀行與行動服務商之間的資料傳輸仍有被破解和修改的疑慮，因此，以手機支付進行小額交易為目前較為風行的交易方式。

目前手機支付在歐美國家已得到廣泛的推廣及應用，例如：美國、德國、瑞士、奧地利、英國、法國、日本等。以日本為例，2008年手機支付用戶就已達4900萬，佔總人口的38.5%；而2009年大陸手機支付市場規模已經達到19.74億元人民幣，用

戶人數約8,250萬人。

二、 條碼支付

條碼的使用最早可追溯至1949年美國人喬·伍德蘭德 (Joe Wood Land) 和伯尼·西爾沃 (Berny Silver) 申請了用於食品自動識別領域的環形條碼。之後逐漸運用於商品流通、圖書管理、郵政管理及銀行系統上。條碼或稱條形碼 (barcode) 是將寬度不等的多個黑條和空白，按照一定的編碼規則排列，用以表達一組訊息的圖形識別元條碼的應用。條碼的原理主要是運用白色與黑色反射可見光的差異，經由條碼轉換器內部的光電轉換器來解讀反射光訊號，再進而轉換為電訊號。目前商品上常見的條碼以一維條碼居多。

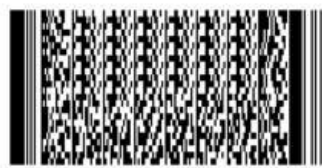


【圖 1-2-1】一維條碼

由於一維條碼的寬度記載著數據，而其長度沒有記載數據，但二維條碼的寬度、長度均可記載著數據，且二維條碼具有不需掃描到全部的條碼，就可獲取條碼內容的「容錯性」，再配合智慧型手機的照相鏡頭、二維條碼解碼程式及高解析度的螢幕顯示，使得二維條碼藉由智慧型手機的上網功能，在業務、生活及政府機構等方面皆獲得廣泛的運用。二維條碼依據不同的開發機構，以及不同的結構以及編寫、讀取方法，主要有QR碼、PDF417碼、漢信碼及MagicCode。



QR碼



PDF417碼



漢信碼

【圖 1-2-2】各種二維條碼

相較於一維條碼，二維條碼由於記載的資訊量更多，在商業活動中應用更為廣泛，特別是在高科技行業、儲存運輸業、批發零售業等需要對物品進行廉價快捷的標示訊息的行業。在許多先進國家(例如：日本)，由於手機上網功能發達，藉由手機可輕易讀取、製作各種QR碼，使得QR碼已經成為生活中快捷便利的信息交流方式。某些國家如菲律賓、埃及、巴林等國，也已在身份證或駕駛證上採用二維條碼，甚至採用PDF417碼作為身分識別的標籤，並直接印製在身份識別的證件上，以便快速讀取。在台灣，二維條碼則早已被應用於綜合所得稅的報稅方式之一，將報稅資料印在二維條碼內，節省稅務機關輸入資料的時間，此外，台灣高鐵、中國大陸的火車票票面上也均印有防偽二維條碼。

在中國大陸，條碼支付已領先台灣實現。2011年7月1日，支付寶在2011廣州網貨會上推出全新的手機支付產品——條碼支付(Barcode Pay)，該方案旨在為數以百萬計的微小商戶提供無需額外設備的低成本收款服務，其門檻需求最低只需一支智慧型手機，這是全球第一個條碼支付產品，也是支付寶首次通過線上支付技術進入線下市場，實現「現場購物、手機支付」。條碼支付主要的執行方式，是以支付寶帳戶為核心，在支付寶手機用戶端中顯示與帳戶關聯的動態隨機一維條碼或二維條碼，對方只需掃描手機螢幕即可快速創建交易，用戶可當場查看和確認付款。消費結帳時，用戶出示手機，商家可使用紅外線條碼掃描槍掃描用戶手機上顯示的一維條碼發起收銀。切換到二維條碼時，對方可使用手機或專用設備掃描並發起交易。比如便利店，商鋪、餐廳等消費場所。商家收銀台用戶無須更換手機，通過條碼支付即可享受支付寶快捷的手機支付功能，每次交易後，手機上的條碼都即時失效，不可重複使用，保護用戶帳戶安全。在2012年春節期間，支付寶實現了透過二維碼進行銀行卡轉賬和送紅包的功能，允許用戶在支付寶平台在線生產、製作「電子紅包」二維碼，其包含了轉帳金額、收款人和祝福語等信息，並通過網際網路發送至收款人，收款人使用相關設備掃描二維條碼後，帳款就可以成功地轉入其銀行帳戶中。

操作流程



【圖 1-2-3】支付寶條碼支付操作流程

在費率方面，支付寶方案中每個商戶有每月2萬元的免費額度，超出部分按照千分之五計算，這一費率僅為傳統POS機⁴收單方案的1/2到1/6。這是網際網路支付技術首次跨界應用於終端消費，更由於成熟、先進的數位支付技術，交易成本得到大幅降低，讓使用者今後可以在便利店用支付寶買各項商品。在手機時代，用戶更關心的是使用的便捷度，當前即時(線上)與離線(線下)兩大市場的場景界限已經趨於消融。當前iPhone、Android以及多數諾基亞Symbian系統的手機都已可升級至條碼支付。用戶登錄最新的手機支付寶用戶端，選擇「條碼支付」就會顯示一個動態的條碼，用戶使用餘額或快捷支付即可快速完成付款。

三、隨身刷卡器支付

顧名思義，隨身刷卡器為一個小型可隨身攜帶的刷卡器。最早為美國 Square 公司於2010年所發明，Square的隨身刷卡器為一個小巧的正方型白色塑膠材質小器械，套放在 iPhone 的耳機插孔裡、再搭配簡易的應用程式，便可隨身接受信用卡，

⁴ POS(point of sales)機，即整合刷卡、掃描及收銀等功能之連線收銀機。

即使沒有正規刷卡器也能收款。Square隨身刷卡器發明後，各行各業的人士從裸母到打零工的青少年，都開始接受刷卡；Square從當中的每次交易金額抽取 2.75% 手續費，但不像傳統刷卡模式一樣有月費、最低刷卡金額、安裝成本，甚至毫無硬體費用，隨身讀卡器完全免費。依據Square 公司透露的數據顯示，目前全美已有 200 萬人透過搭配 iPhone 等智慧型手機的小白盒刷卡消費。

在Square 公司首開先河，全球支付業跟隨者眾，同樣免費提供搭配手機的刷卡器、收取刷卡交易，差別大多只是交易費率、以及鎖定的訴求對象不同，例如Intuit 公司推出 GoPayment，搭配的刷卡器稍微大一點，交易費率也比較複雜，原則上費率為 2.7%，但如果刷用的信用卡是回饋卡、美國運通卡 (American Express) 以及公司卡，交易費率便上調為 3.7%。另一家公司 mPowa 則鎖定希望消費者的錢直接進到公司帳戶的大企業，透過 mPowa 服務，顧客刷卡後，錢便直接進入公司帳戶，不必像透過 Square、Intuit 等公司的服務系統先存入暫存帳戶、然後再轉進企業帳戶；此外，PayAnywhere 公司的交易費率最低，只要 2.69%。最後，還有在第三方支付享有盛名的 PayPal 公司，交易費率比 Square略低，讀卡器外觀與眾不同，是三角形、而非正方形，刷卡時特別穩，但體積稍大。

中國大陸在美國Square公司推出隨身刷卡器後，許多業者亦競相推出類似的刷卡器，但其在運用層面上，卻較Square更為廣泛，擴及到公共費用繳費及小微商戶的收單服務。以聯想集團旗下轉投資公司拉卡拉支付有限公司(Lakala)為例，該公司由最早在全國超過300個城市投資了超過5萬台自助終端，遍佈所有知名品牌便利店、商超、社區店，每月為超過1500萬人提供信用卡還款、水電煤氣繳費等公共繳費服務出發，再於2010年開始推出了一系列自主研發的個人刷卡終端(包括拉卡拉MINI(家用型)、拉卡拉轉賬寶(PC刷卡器)、手機拉卡拉(手機刷卡器等)，於2011年起，拉卡拉更進入商戶收單服務市場，創新了針對小、中、大商戶的多種POS產品和服務，尤其是針對小微商戶的「收款寶」、「生意通」等產品。

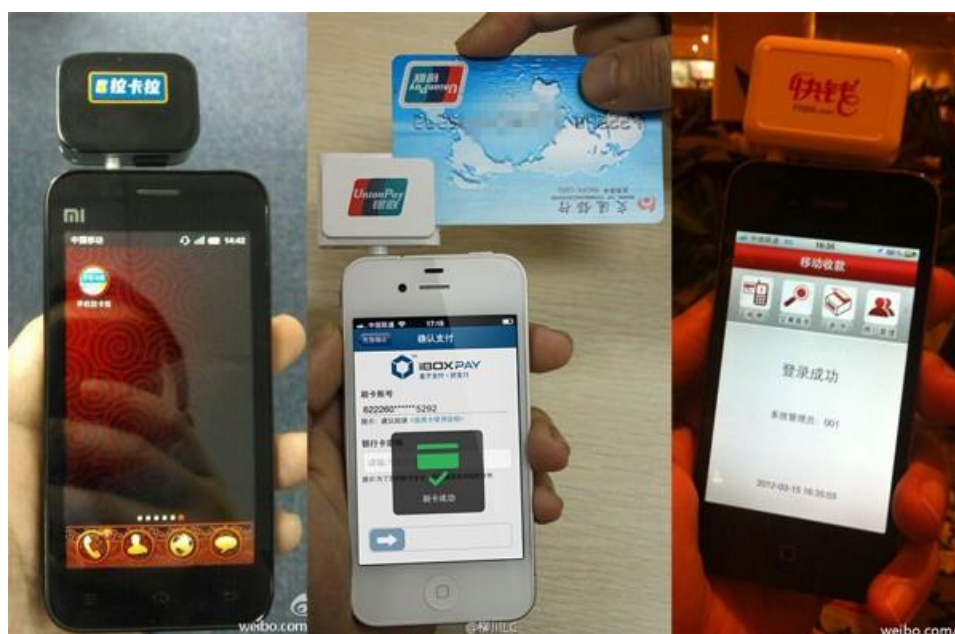
整體而言，目前各國隨身刷卡器的發展，除了以上的磁條交易外，已經進展到磁條與晶片卡兩用的階段，我國過去曾經發生在磁條卡上的偽卡、盜刷等安全上的顧慮，也可藉由晶片刷卡機的運用而降低，未來在刷卡機成本逐步降低、體積縮小

之後，台灣銀行業的手持式行動裝置的金融業務，可望在此一領域進一步發展。

【表 1-2-2】拉卡拉手機刷卡各項服務

| 功能 | 服務項目 |
|--------|--|
| 一、查詢 | 銀行卡餘額查詢，收款到賬查詢，匯款轉賬查詢以及終端交易查詢。 |
| 二、還款 | 支持26家銀行跨行信用卡還款；指定銀行個人貸款賬戶跨行還款。 |
| 三、轉帳 | 支持包括五大銀行(中、農、工、建、交)在內的全國範圍跨行轉帳匯款業務。 |
| 四、收款 | 通過收賬寶功能，收房租、AA制收款、收欠款等。 |
| 五、便民繳費 | 包括水、電、瓦斯、固話、手機、寬頻等數十項便民服務。 |
| 六、網購特惠 | 上百家電子商務網站均可付款；即將開通機票、彩票、演出票、商旅生活等上千種優惠折扣服務 |

資料來源：mobile01、拉卡拉。



【圖 1-2-3】中國大陸目前市面上各種隨身刷卡器

四、 有線或網路電視業者機上盒支付

台灣在2012年7月正式邁入無線電視數位化後，數位機上盒(digital set-top box)成為一般民眾接收無線電視節目訊號必備的工具。一般而言，民眾收看電視節目訊號的來源有四類：地面廣播(無線)、有線電視系統、衛星及寬頻通訊網路。無線電視免費提供民眾收看節目；衛星頻道節目透過有線電視系統或直播衛星業者的播送，付以收取收視費方式，供民眾收視，而寬頻通訊網路藉由寬頻網路(xDSL)將電視頻道及服務傳輸至民眾家中。



資料來源：社團法人台灣數位電視學會

【圖 1-2-4】我國目前數位電視播送方式

上述的四種訊號來源，可大略分為單向與雙向性訊號。單向性訊號指的是民眾僅能利用機上盒接收傳來的單向節目訊號，無法將訊息反饋回去，例如：地面廣播及衛星屬此類播送方式；雙向性訊號則指民眾可以利用機上盒接收訊號來源，亦可經由機上盒將訊息反饋回去，有線電視系統及寬頻網路則屬之。過去在寬頻網路尚未普及前，為改善地面廣播及衛星訊號的單向性，日本當地曾以電話線輔助將訊號改為雙向性。因此，業者如需透過機上盒作為支付的管道，必須經過雙向性訊號才能達成。

在雙向性訊號服務中，我國目前亦採用寬頻網路及有線電視網路二種服務方式，分述如下：

- (一)寬頻網路：此處寬頻網路主要泛指透過有線與無線方式接上網路的連接方式。民眾只需透過業者提供之機上盒(例如：中華電信「MOD」)，即可連上服務。以有線的連網服務方式而言，民眾若採用寬頻電路業者提供之機上盒，由於電路已接通至機上盒，且通常電路之可用頻寬會高於民眾所申請之頻寬，因此，機上盒所提供之服務將不占用客戶原先申請使用之網路頻寬，客戶將可獲得較為穩定的服務品質。另一種機上盒為網路服務業者提供之機上盒(例如：壹傳媒「網樂通」)，此類機上盒使用的頻寬，為民眾向寬頻電路業者所申請頻寬之一部分，若客戶申請之頻寬不足，則可能影響正常之上網速度。
- (二)有線電視網路：台灣有線電視網路除主要幹線外，其餘多以同軸電纜架設，其所提供之頻寬已足敷同時提供數位有線電視與寬頻網路的服務。然而，數位有線電視機上盒的一大服務弱點，即在於民眾無法依自己喜好決定在特定的時間、特定的頻道，觀看自己喜愛的節目或購買特定的商品，只能依照頻道商提供之時間表為之，這也可能是有線電視網路發展支付服務的一大阻礙。

第三節 新世代支付模式各國發展經驗

新世代支付模式主要經由電子支付完成，行動支付更是近年來發展的核心所在。電子支付是指紙質支票以外的非現金支付，工具包括信用卡、借記卡、預付卡和ACH(自動清算中心)。近年來，隨著網際網路的普及，以及無線技術和電子商務的發展，電子支付發展迅速。依據2012年度一項外資調研機構針對新世代消費者從事的研究報告顯示，由於網際網路的快速發展(截至2010年底全球上網人數已達21億人，其中又以中國大陸等新興國家發展最速)，再加上各國上網人數多以15-34歲的新世代年齡層為主，致使從事網路線上消費的人口因而大增。

報告中另指出，近年智慧型手機的快速發展，將是網路線上消費人口持續攀高的另一項重要推手，智慧型手機隨處可以進行的社群聯繫及地區資訊提供，更是其中的重要關鍵因素。地區資訊主要指消費者經由手機的GPS及聯網功能，系統業者可以得知消費者所在的地區位置，針對該區域的手機使用者發出該地區的促銷資

訊，吸引客戶上門，再配合社群聯繫軟體的「打卡」功能，讓使用者的朋友得知此一訊息，而達到訊息傳播的目的。

研究內容中同時比較中國大陸與其他主要國家(地區)，智慧型手機使用者的消費行為，發現中國大陸使用者經常購買智慧型手機的應用軟體(app)的比例達35%，高於美國及英國20%左右，而經常使用app執行行動交易的比例，更達到40%，遠超過美國及英國的9%及12%，顯示中國大陸的智慧型手機使用者，更樂意使用行動交易。報告中也指出使用行動交易及經驗分享縮短了消費者產品找尋的流程與時間，更容易產生購買的意願而促進交易的快速進行。目前中國大陸更有業者積極開發此一領域的高淨值族群，提供更高單價的產品與服務，帶動營收及獲利大幅成長。

針對行動交易的發展，報告中更針對交易的幾個重要環節提出看法。例如：傳統上的客戶忠誠度電子郵件或實體郵寄折價券，改由手機簡訊、社群軟體通訊進行；消費的方式由實體信用卡刷卡，轉向電子數位付款方式進行；報告中並指出這些傳統交易流程的改革，引發了市場新進者、傳統交易系統商及金融機構競逐此一服務，在服務界線模糊的情況下，他們可能彼此既為合作、又為競爭的夥伴，有待市場進一步明朗化。

最後，報告提出業者行動交易發展成功，必須具有各項因素。包括：渴望(apire)、選擇(choose)、發現(discover)、開展(evolve)、平衡(balance)、尋求援助(extend)、動員(mobilize)及重複(repeat)。渴望指的是瞭解消費者想要的是甚麼？進而分配企業資源進行長期開發準備，資金亦須不虞匱乏；選擇指的是企業選定具有革新性及發展性的平台進行投入，創造新領域的發展；發現指的是開發具有可執行性及市場差異化的行動方案進行創新，使該項創新具有更高的價值性；開展指的是從各項創新計畫，確定其創新的執行方式；平衡指的是隨時調整計畫的預期報酬、執行期限及風險程度等各項評估，以利企業資源重新分配到具有開發價值的重要案件上；尋求援助指的是運用外部合作團隊及外部專業人士，協助達成企業規劃的目標；動員指的是激勵並組織團隊內成員，產生良好互動並彼此提供必要的協助，朝向商業化的行動目標前進；重複指的是團隊分享開發經驗及過程，使企業內部瞭解其開發的整體過程，進而成為日後創新的指標與經驗傳承。

本研究將於美國發展經驗中完整介紹上述各項支付模式的發展經過，其它國家則由於電子支付以外的支付模式發展歷程與美國相似，將著重在近年興起的電子支付(特別是行動支付)發展經驗上。

一、 美國

在美國，紙質支票長期佔據著主導地位，電子支付只有大約50年的歷史，直到2003年電子支付才從交易筆數上超過紙質支票。根據美國聯邦準備理事會相關研究報告，在2009年，電子支付已經佔據了美國整個支付交易筆數的78%。

ACH部分，美國第一個ACH於1972年在加州成立，隨後幾年又有多個地區性的ACH湧現。ACH的主要特徵是低成本和大交易量，比支票支付更便捷和安全。ACH主要用於商業、金融和政府機構之間發生的支付活動。NACHA在聯準會的監督下，主要由17家各區域分行負責本地區ACH的營運，2010年共處理了194億筆交易。

信用卡部分，Diners Club於1950年發行了第一張現代信用卡;1958年，美國銀行推出了BankAmeriCard(VISA卡的前身)；1969年，數家加州的銀行聯合以MasterCharge卡(即現在的MasterCard)加入了競爭。信用卡交易涉及發卡行、收單行、卡終端、授權機構、商家、持卡人和信用卡公司等，單獨依靠各個銀行和不同的信用卡機構很難完成整個交易的過程，以第一資訊(First Data)公司為代表的支付網路聯結和交易處理公司在1969年應運而生。該公司的STAR網路廣泛地聯結政府部門、金融機構包括ACH和超過600萬個ATM零售商及卡終端系統，並對所涉及的支付交易提供資料處理服務。

借記卡部分，LANDMARK於1984年發出了第一張借記卡。借記卡相對於信用卡，其涉及的環節較少。支付交易指令和資訊經過終端和EFT(electronic funds transfer system)支付系統網路到達發卡行完成交易資金的劃撥。美國的電子轉帳交易(EFT)網路，除First Data的STAR外，還有PULSE和NYCE等服務商。由於借記卡涉及的環節少，交易費用低而且使用更安全方便，在電子支付的整體份額中逐年增加。

2006年以前，預付卡就已經出現並用於公共交通系統、電話服務或其他依賴於小額支付的行業，交易量少到可以忽略不計。次貸危機後，美國的經濟一直在低谷徘徊，失業率居高不下，房屋貸款違約情況嚴重，破產案例大量增加。信用水準

較差的人們開始使用預付卡。持卡人可以方便而安心地在消費或任何ATM上提款，不必像以前那樣擔心刷爆信用卡而在下個月無法償還。同時消費者還可以重建和恢復信用記錄，美國聯準會的支付研究報告亦顯示預付卡的交易量在過去幾年中穩步增加。

隨著20世紀90年代初網際網路在美國的興起，1994年世界上第一個網路支付公司CyberSource在矽谷創立，除提供支付處理外，還有反欺詐和網上支付安全方面的服務，該公司在2009年處理了總額1200億美元的支付交易，占美國整個電子商務交易額的1/4，最後，於2010年被Visa以20億美元併購。網際網路的蓬勃發展例子還有PayPal公司，該公司創立於1999年以虛擬帳戶為服務基礎，為網路上數量龐大的中小企業和個人提供了一個低門檻的安全收付服務，促進了電子商務的發展。特別是PayPal在2003年併入EBAY後，PayPal支付服務快速增加，2011年行動交易額已超過40億美元，為前一年度之5倍，顯見美國行動交易的呈現暴衝式發展。

電子支付的新突破點在於移動支付，主要推動力是智慧手機的迅速普及和NFC技術的成熟，依據Juniper Research的數據顯示，今(2012)年美國移動支付金額將達到600億美元，預計2016年將達到1700億美元。未來兩到三年，各種支付手段將展開激烈角逐，競爭獲勝者將整合弱勢一方，真正的勝利者會最終浮出水面。隨著無線通信網路的發展，特別是Apple iPhone和Google Android的智慧手機的迅速普及，推動了移動支付的發展。以PayPal為例，移動支付的交易量從2008年的2400萬美元成長到2009年的1.4億美元，2010年又以幾何級數成長到7.5億美元，2011年已超過40億美元。

目前美國行動支付產業仍處於百家爭鳴的競爭時期，沒有統一的標準，各種支付手段不斷湧現；沒有獨大的平台，市場給新興力量留下了充足機會。零售商、電信服務商、銀行、信用卡公司、手機平台、第三方支付商都在努力獲取市場，爭奪寶貴的用戶與數據。

然而，在此市況下，Square、PayPal與Google Wallet憑藉著先發優勢佔據一定的領先優勢。三家公司不斷發展新的商家合作伙伴，推出更為優惠的資費、更加便捷的服務來吸引消費者。由於市場仍處激烈競爭的狀態，零售商與金融服務商仍在籌

備新一波攻勢，意圖依靠下優勢奪取市場與用戶，而新型支付方式也在不斷湧現，可能會給支付帶來革命性的衝擊。

行動支付的分類可以有很多種：按照服務提供商，可以分為第三方(Square、Paypal)、手機平台(Google Wallet)、商家(Wal-Mart計劃打造的支付聯盟)、金融服務商等。按照支付技術，可以分為NFC近距離通訊技術(Google Wallet)、刷卡器(Square、Intuit)、綜合類(PayPal)。以下先就目前市場具領先地位的三家公司：Square、PayPal與Google Wallet進行說明。

Square創辦於2009年，為行動支付的先驅者，由傑克·多西(Jack Dorsey)於離開Twitter後與他的朋友吉姆·麥克勒維(Jim McKelvey)共同創立。偶然間二人因信用卡無法在網路上順利完成支付，卻衍生了Square移動支付的創意。2010年初，兩人推出了Square的刷卡器，而Square的命名就來自那個小方盒子般的刷卡器。透過Square免費提供的刷卡器，再下載蘋果與谷歌平台的移動應用，用戶就可以在合作商家刷卡(借記卡與信用卡)消費，經由密碼及簽名實現安全防護，消費後還可得到電子收據進行支出管理。但目前Square市場暫時僅限於美國，經過兩年的發展，目前已經擁有700萬合作商家，其中大部分是本地小商家。Square在移動支付領域佔據先發優勢。

Google Wallet則是谷歌主打的支付服務，基於NFC技術的智慧型手機連結信用卡或借記卡資料後，用戶透過加密的應用，只需輕觸支付終端就可完成支付。谷歌推廣Google Wallet可謂不遺餘力，其舉辦之相關活動多可通過此一服務來支付。目前Google Wallet推展的最大優勢，即在於Android平台在美國智慧型手機市場占有率高達59%，但具有NFC晶片的Android手機並不算多，成為了限制推廣的重要因素，其他關鍵因素還有消費者必須在配備NFC技術終端機的商家，才能使用這一支付服務。

PayPal一直以來線上支付服務的主導者，而擁有14年歷史Paypal目前已在全球擁有1億多活躍用戶。但在行動支付方面，PayPal卻沒有相對優勢，目前與Square相去不遠，去年交易額僅達了40億美元，預計今年將達到70億美元。從多方面觀察，PayPal都有理由將線上支付的優勢帶入行動支付：這是個完善成熟的全球化支付平

台，支持20多種貨幣與190個國家地區，而PayPal為諸多商家最為信賴的交易平台，全球合作商戶數量達到1,000萬家，是PayPal的另一大優勢。PayPal目前既有Square那樣的刷卡器(Paypal Here)，也支持Google Wallet的NFC技術，更可直接透過電話及密碼接入帳戶支付，在行動支付上具有多樣的領先優勢。

二、 日本

日本是行動支付普及率較高的國家，遠遠超過美國和歐洲，已具有較成熟的商業模式。2010年12月，日本市場有大約9800萬用戶使用行動支付業務，其主流的行動支付技術是日本索尼公司(Sony)研發的非接觸式感應技術 — FeliCa⁵。行動通訊業者NTT DoCoMo占據了日本移動支付業務市場的主導地位，該公司提供的NFC移動支付業務最大的優點就是極大地簡化了移動支付業務的操作流程繁瑣性，方便了用戶的使用。但要成功開展行動支付業務，行動通訊業者需要銀行和商家的支持。為增強銀行和商家對於行動支付的積極性，NTT DoCoMo透過注資的方式掌控行動支付產業鏈。

日本上班族群眾早在5年前即已依賴手機上網的功能。在早上上班前，可以使用他的手機裏的優惠券去附近的速食店買早餐，並直接用手機支付；若有拜訪客戶的需求，可用手機地圖查看自己的行進線路，再用手機刷卡直接進入地鐵站。在搭車過程中，他會使用手機內的各項服務，或與朋友進行即時通訊，更可以在手機網頁服務商直接下載一部最新的日本書籍或漫畫，在通勤時透過手機閱讀。簡言之，一個日本人出門只需要帶一部手機，就可以滿足幾乎所有基本需求。

當時以NTT DoCoMo為代表的日本企業是全世界行動網路業者想學習對象，我國早期的和信電訊(其後併入遠傳電信)也曾與NTT DoCoMo技術合作，各家行動通訊服務商亦曾推出各項行動金融服務，然而，受限於行動網路服務速度及連線價格居高不下，未能有效推展，甚為可惜。

美國業者在考察日本的手機行動服務後，由蘋果在2007年推出iPhone並紅遍世

⁵ 目前世界上有東京的SUICA、香港的八達通以及新加坡的EZ-link使用Sony的FeliCa晶片技術；倫敦的Oyster、台北的悠遊卡及首爾的Upass則是使用Philips的MIFARE技術，目前台灣許多大樓的門禁卡亦使用MIFARE技術晶片卡，是全球應用最廣泛的非接觸式智慧卡技術。

界後，由於新式的智慧型手機真正作到「網路服務手機化」，美國迅速取代日本成為世界行動網路服務發展的火車頭。各國相關業者把美國的蘋果、Google、Square等公司變成新的朝聖地，儘管如此，日本的手機網路服務仍屬世界上最好的行動服務。

日本的網際網路發展，和各國比較不一樣的是日本是先有手機網際網路，再發展個人電腦網際網路。在日本，個人電腦的上網費用一度非常昂貴，這給了手機業者很大網路發展空間。再加上日本都會區人口密集，早期的PHS系統可提供較GSM系統更高的手機網頁瀏覽效能，使得當時許多日本人家中甚至根本沒有個人電腦，一部手機就能滿足他的大部分上網需求。

發達的通信網路讓日本整個行動網路服務產業快速起飛。包括手機音樂、手機閱讀、手機支付、手機遊戲、手機廣告、手機視頻在內的各種移動服務蓬勃發展，並成長出一大批如GREE、DeNA、NAVER等知名的行動網路企業。

三、 中國大陸

目前大陸著名的手機支付服務企業有中國移動、中國聯通等。2010年五月的上海世博會即已採取中國移動的手機支付方案，業者將世博門票的數據傳到中國移動用戶的新型SIM卡中，實現無線支付。目前中國移動用戶只要更換具有手機支付功能SIM卡，即可在部份連鎖餐廳進行手機支付消費，中國移動為這些商家配置讀卡器，目前每個讀卡器的成本約3,000元人民幣，而每個新型SIM卡的成本約50到100元人民幣；而中國聯通則與第三方公司聯合研發，推出交通工具手機支付服務。

儘管中國大陸移動支付市場仍處於發展的初級階段，其巨大的發展潛力已經讓包括金融機構、電信服務商、第三方支付等參與企業積極行動起來，紛紛在行動支付領域布局，進一步促進移動支付產業的發展。依據Deloitte《2012—2015年中國大陸移動支付產業趨勢與展望》的調查顯示，行動支付將於未來3年發展成為主流的支付方式，近距離(近場)支付和遠端支付的普及率將會得到進一步提升。

調查報告中分析目前中國大陸移動支付產業的發展狀況，指出遠端支付領域相對發展成熟。遠端支付市場推出了面向大眾的成熟產品，如手機支付寶等，移動電

子商務成交量、移動支付金額都在攀升。反觀，近距離支付領域的發展就顯得相對緩慢，仍以金融機構、運營商和行業企業的城市商業試點的推行為主。

調查對象認為近距離支付在未來3年內會受到高度和中度關注的占93%，認為遠端支付在未來3年受到中度和高度關注也占95%。報告稱產業各方的關注將進一步推動越來越多參與方的加入以及行動支付工具的創新、推廣與普及。

目前，中國大陸移動支付產業的主要推動力量來自金融機構、電信服務商和第三方支付機構，各方都分別進行了積極的嘗試，預期至2015年該局面仍將繼續。在Deloitte的調查對象中，有21.37%受訪者認為，到2015年銀行將會主導行動支付產業，而認為電信商、銀聯和第三方支付機構主導產業發展的分別為20.48%、16.96%和15.86%。

調查結果亦顯示，合作開放式的商業模式應更有可能獲得成功，其中金融機構和電信商合作模式成功可能性最大。在調查對象中，認為近距離支付領域金融機構和電信服務商合作模式最可能成功的占47.71%，遠端支付領域這一比例也達到43.81%。此外，建立行動支付開放平台也受到受訪對象較高的認可，在近距離支付和遠端支付領域，認為該模式最可能成功的分別占34.86%和32.38%。

第貳章 銀行異業競合與新世代消費金融模式的發展

第一節 銀行異業競合趨勢發展

近年來，競合策略(collaboration)已取代傳統之競爭策略，蔚為管理之新風潮。全球高科技產業合作案例已經不勝枚舉，透過競合策略創造出許多新的經營模式(business model)，當科技快速發展，社會愈趨多元開放後，單一專業體系已不足因應在地和全球性重要課題。透過不同觀點和專業，跨領域的專業體系碰撞，激盪出創新的火花。隨著時代演進與金融業務多元化，我國銀行業處在一個微利且充滿多變競爭的環境，若能透過異業間的合作，在本業專長的領域的基礎之下，結合外部資源創造競爭力是競合策略的最重要原則。擁有不同專長的企業，互相交換異質的經營資源，不僅能增加本身產品之附加價值，更能擴大自己的市場占有率。

多家不同的企業可以是以「合作」、「競爭」，或「競合」(Co-opetition)的業態存在於產業之中，異業結合必須用一套合理的邏集思考方式來輔助。主要來說，是有一些重要因素在本研究是必須要考慮的。此外，某項關鍵技術的成熟度、發展的時間點、市場的需求性與法令的限制等，都是異業結合的發生條件(Enabling Conditions)。由於金融產品的侷限性，銀行在規劃行銷活動時常跨出自身領域與異業結盟，以便提供不同產業客製化的優惠及活動給適合的銀行客群，而異業廠商亦可藉此獲得更多顧客的青睞，讓行銷活動達到銀行、異業廠商、顧客三贏的效果，銀行異業聯盟行銷正逐漸興起。

異業結合 (Inter-Industry Integration) 是描述某個產業集中化的現象。異業結合中的技術合作聯盟必須將性質相去甚遠的技術結合在一起，並加以調合。結合的充要條件是兩個或兩個以上的企業，皆具有影響資訊家電產品進入新市場的能力。銀行業產品與服務同質性高，競爭激烈，金融商品或服務的業者著重於客群資料與市場同業資訊的統計、分類、分析、有系統的加以做市場區隔，針對不同市場區塊來釐訂出定位、定價、去執行客製化行銷。如能善用競合策略 (Co-Opetetion Strategies) 來行銷，利用異業合作聯盟，相互運用彼此的資源，把餅做大，例如銀行之聯名卡，與百貨公司、遊樂場、餐飲業之認同卡，和同業異業以 IC 卡網路連結來分享利益。「技術力」與「效率」的交互作用是決定異業結合的可行性一項重

要的指標。「進入模式」及「選項模式」的分析，則是實現異業結合的過程。

進入二十一世紀的數位經濟體系，銀行所扮演的功能已經由資金與仲介的角色，轉向提供百貨化的金融服務，並兼顧投資理財顧問的功能。新一代的金融商品正轉向數位化、虛擬化與電子化，使顧客與銀行互動的關係愈趨複雜，加上新的交易通路與新種服務不斷產生，可想見的在高度資訊化的社會裡，未來銀行業的競爭就是 e 化的競爭。

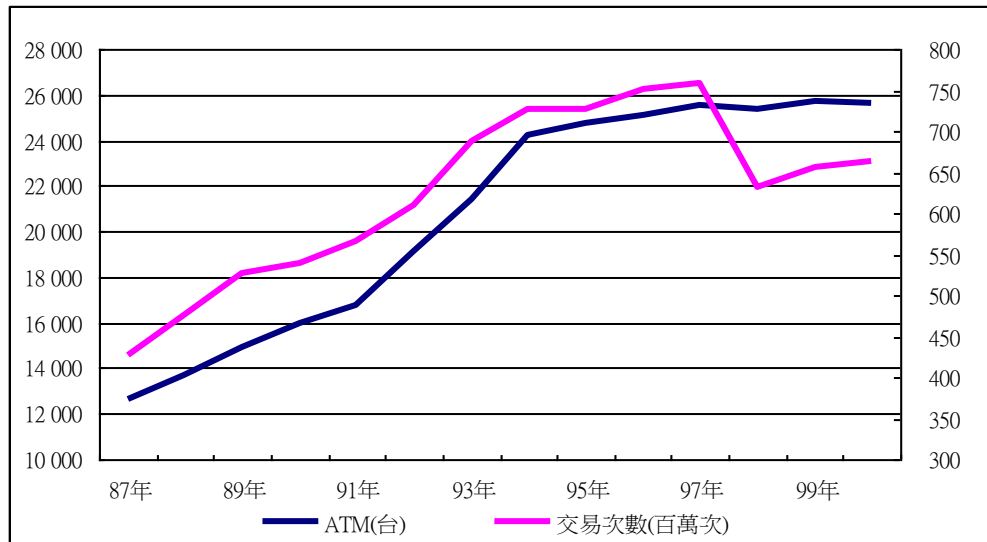
金融 e 化按照通路來說，提供了 ATM、電話服務系統、網路銀行、行動銀行與企業的電子金流等服務，可以降低銀行的營運成本並開拓新客源，金融 e 化過程也創造新的電子商務的機會、造成同業品牌與服務的競爭，甚至異業也開始競逐金融服務的大餅。然而，金融 e 化已經是必然的趨勢，它促使銀行由產品導向的銷售模式轉為需求導向，並加深了實體分行與虛擬通路的交互影響，新的營運模式與服務方式固然提供了顧客更便捷的金流服務，但也因此衍生了新的營運風險，同時也要面對新的消費者權益與法律保障等問題。新世代的消費型態使得銀行界掀起了史無先例之大競爭，包括了同業以及異業競爭，它們造成的結果是迫使銀行走向兼併或金控，以及加速各種型態之異業結盟。

另外，銀行業面臨同業同質競爭，異質化已成為微利化的解決方案之一，近年來異業結盟的趨勢及效益也慢慢顯現出來，例如中國信託銀行透過與連鎖咖啡業者合作，巧妙將輕鬆優閒的氣氛注入銀行營業廳中。且為紓緩現代上班族忙碌緊繃的生活腳步，特別將大廳等候區規劃成「咖啡理財沙發區」，民眾便可以坐在沙發上等候系統叫號通知，亦可到比鄰的星巴克櫃檯點一杯咖啡，讓上銀行變成一種輕鬆優閒的日常活動。渣打銀與伯朗咖啡合作，不僅提供無限上網，讓民眾在品酌咖啡同時，也可藉隨身電腦，或使用所設置的互動設施輕鬆上網，獲得各類網路資訊、生活情報、銀行相關訊息與最新活動。且民眾可透過互動觸控咖啡桌，進行網銀交易，讓民眾體會少一點壓力、多一點空間的新型態多元銀行金融服務。藉由異業合作、提供適合族群客製化優惠及活動訊息，讓顧客有專屬且切中需求的行銷模式。兩岸經貿、金融及投資開放後，著眼於大陸龐大消費市場，銀行業與大陸企業異業結盟亦將蔚為風潮，將是未來銀行業經營的新趨勢。

第二節 銀行業與通路業競合的發展

通路為企業與顧客接觸的管道，而通路之便利、安全、迅速等服務品質影響著顧客向企業進行消費之意願。在資訊科技發展之下，商業通路已產生革命性改變，自動化實體通路與電子化虛擬通路的興起已改變了顧客以往使用通路服務的習慣與偏好 (Black et al., 2002)。在今日以顧客主義為中心之消費者市場內，通路服務管理執行之優劣是企業能否具備市場競爭力的重點之一，而金融服務業無論在人員實體通路、自動化實體通路或電子化虛擬通路都有著巨量的使用者，因此管制評估通路服務之服務品質是經營管理上絕對需要與重要之作業 (Bahia and Nantel, 2000)。Brown (2000) 提出以顧客關係管理觀點來分析電子化通路管理。Brown (2000) 提出以顧客關係管理觀點來分析電子化通路管理。Brown 認為有效率及良好的通路建立是未來顧客關係管理的重點工作，並提出評估顧客互動通路服務績效之五構面，分別為：(1)資訊(Information)：企業的通路是否提供顧客充足與最新之服務資訊。(2)溝通(Communication)：企業的通路是否提供顧客方便良好的互動與溝通管道，並能迅速解決顧客問題。(3)交易(Transaction)：企業的通路是否提供顧客安全與便利之交易活動。(4)分佈性(Distribution)：企業的通路是否易於讓顧客到達接近以進行(5)服務(Service)：企業的通路是否提供顧客良好的服務品質。

在傳統的銀行業務中，代收代付業務一向是銀行存在的一項重要功能，而其中的代收業務，更是其中的重點。綜觀該項業務發展歷史，在近代有兩個重大發展突破點，一是自動櫃員機(ATM)的啟用，二是網路銀行的發展。然而，在付款模式愈加便利的情況下，自動櫃員機的交易次數卻不見增加(參見下圖)，除了網路銀行的發展之外，其中的一個可能性，在於便利商店代收服務的替代效果。



資料來源：金管會

【圖 2-2-1】我國近年度自動櫃員機台數及交易次數

由於現代人生活習慣的改變，傳統銀行的服務模式已無法滿足人們的需求，尤其是在代收費用這一個區塊。目前銀行除了較大金額的代收稅款，尚有部分民眾使用外，其它的代收費用，包括公用事業費用、地方稅及地方政府監理規費等項目，民眾使用銀行臨櫃通路繳費的比率，已愈來愈低。究其原因，銀行通路臨櫃使用率減低，主要包括下列幾個因素：

一、營業時間受限：國內銀行主要銀行營業時間多到下午 3 點半為止，少數銀行延長至晚上 7 點左右及週六上午營業，然而，這樣的營業時間仍無法滿足一般民眾白天上班的，需要利用晚間處理這些繳費行為的需求。

二、臨櫃繳款等候時間可能較長：一般銀行的臨櫃服務，以辦理客戶存款、提款及匯款等交易為主，雖然目前銀行通路據點已較過去增加不少，等候服務客戶時間已較過去大為縮短，但小額繳款客戶仍需和一般臨櫃客戶一樣，抽號碼牌，等候服務。這樣的服務模式讓不想等候的客戶逐漸轉向其它通路繳費。

三、通路據點有限：一般客戶請銀行辦理代收費用的通路據點，多半受限於該銀行實體通路據點所及之處，即便該客戶透過多家銀行協助收費，在考量通路據點位置的重複性後，實際能服務客戶的面向十分有限，大多以居住在城鎮地區的民眾為主，因此，銀行亦逐漸朝向自動化服務，拓展代收費用業務。

四、通路人員服務成本高：代收款項通常金額小、件數多，對銀行而言，每件代收費案件所獲得的收入，與超商等其他通路相去不遠，然而，銀行員的薪資與福利，卻遠高於超商店員，因此銀行逐漸淡出臨櫃代收業務。

在考量上述因素之後，在代收款業務上，可發現銀行傳統的臨櫃服務逐漸減少，取而代之的是便利商店支付及網路銀行(含網路 ATM)繳費方式，網路銀行部分非本節重點，先不予討論。本節先行討論含便利商店支付的其他小額付款方式。

我國便利商店支付模式，最早源自於公用事業費用的代收服務。統一超商(股)公司參考日本便利商店發展經驗，在 1998 年與中華電信共同推出電話費代收業務，這也是臺灣便利商店業者首次跨入費用代收的領域，當時為了避免人工錯誤與加速處理流程，設計了一種三段式條碼的系統，從此也成為台灣便利商店代收業務的共同標準，目前此項業務快速發展，已經從電話費代收擴大到瓦斯費、停車費、水費、電費、保險費等多達上百種費用之代收業務處理，台北市政府相關代收費率詳如下表。

【表 2-2-1】台北市政府相關代收費率表

| 費用項目 | 費率(每件，新台幣元) | 收費方 |
|----------------------|-------------|-----|
| 自來水費 | 2.5元 | 政府 |
| 停車費 | 3.5元 | 政府 |
| 地方稅 (牌照稅、房屋稅、地價稅) | 6元 | 政府 |
| 汽車燃料費 | 7元 | 政府 |
| 交通罰單 | 8元 | 政府 |
| 換發行照、駕照 | 15元 | 民眾 |

資料來源：台北市政府、自由時報

便利商店支付模式的發展，除了上述討論的因素均具有競爭優勢外，而近年發展快速的一個主要原因，是來自網路購物的盛行。網路購物發展初期，民眾多認為這樣的交易在「購買時」相當便利，但是後續的付款、收貨等時間，可能要花費相當的時間。以國人最常使用的二大網路購物模式—大型網路商店及拍賣網站為例，

大型網路商店通常設有專業資訊人員，可建置讓消費者使用信用卡於線上直接付款的機制，但亦有部分民眾考量網路購務的安全性，採取匯款(或 ATM 轉帳)後交易的模式，需賣方對帳後確認收到款項後才能出貨，耗時較長。大型拍賣網站的交易雙方，通常規模較小，尤其是賣方沒有自行建置線上直接付款機制能力，故常以加入大型購物網站方式營業，或自行於拍賣網站上建立帳號，以客戶先行匯款後出貨，或是便利商店取貨付款的方式交易，茲彙整主要網路購物付款方式如下表。

【表 2-2-2】網路購物付款方式彙整表

| 付款方式 | 網路商店 | 網路拍賣 | 說明 |
|---------------------------|------|------|---|
| 信用卡 | ✓ | × | 有線上交易安全疑慮 |
| 匯款 (臨櫃、ATM、網路銀行、網路ATM) | ✓ | ✓ | 需到金融機構通路匯款後，並與賣方對帳完才能收貨。 |
| 便利商店付款取貨 | ✓ | ✓ | 結合金流與物流一次完成，最為便利 |
| 當面交易 | × | ✓ | 部分網路拍賣賣方由於交易量大或不願曝光，亦會不接受當面交易。 |
| 小額預付款扣帳 | ✓ | × | 網路商店多僅能使用其自己發行之小額付款點數或較大規模之小額預付款服務商(例如：HiNet) |

資料來源：本研究整理

便利商店營運商除辦理付款取貨的服務之外，亦有自行儲值卡供民眾儲值後於店內消費(例如：統一超商的 iCash)。然而，由於儲值金額使用之場合有其限制(無法用於繳費)，且除了於連鎖店家使用外，無法使用於其他地方，再加上近年悠遊卡的強力競爭，超商發行之儲值卡似稍有減退跡象，僅能朝向發行精美的套裝卡增加發行量，而近年發行的套裝卡，也已和悠遊卡結合，早期的晶片式儲值卡，使用者愈來愈少，再加上晶片讀卡機長久使用，卡片讀取時間長，客戶不耐久候，多已改用悠遊卡或是感應式信用卡支付。

此外，便利商店結合物流及金流的優勢，近年發展代收業務可說是所向披靡。依據台北市政府統計資料，以代收路邊停車費項目為例，使用超商代收方式付款的比例可達 90% 以上，顯見民眾對付款便利性的要求，而民眾到了便利商店繳費，更可能衍生購買商品的需求，因此代收業務的推廣可說是便利商店整體業務成長的一大推手。分析便利商店代收業務發展的主因，除了便利商店營業時間長、據點眾多等顯而易見的因素外，尚可發現下列誘因：

一、集點活動的推展：便利商店為了加強對客戶使用店內代收服務，常不定時推出集點活動，利用集點換購精美小物的方式，吸引客戶使用代收服務。因此，民眾常為了蒐集點數，而到便利商店繳費。

二、網路購物交貨的便利性：在台灣，目前居住在北、中、南三大都會區的民眾為數眾多，而這些區域的共同特點，就是住宅密集，其中有些是沒有設立管理委員會的住宅。當民眾訂購網路商品後，如採用過去的郵寄方式交貨，可能常常收不到，只好到郵局收貨，但郵局的營業時間有限制、且據點較少，這些發展條件讓便利商店利用替客戶收貨、保管貨品的服務，取得了交貨便利的極大優勢。

綜前，傳統銀行在網路購物的收費機制上，仍有可以加以努力、改善之處。以目前便利商店收取費用觀察，小件包裹使用便利商店貨到付款方式寄送，費用約在 60 元左右，仍較傳統的 ATM 轉帳(17 元)加郵局寄送(30~40 元)略高。如配合郵局業者積極反撲推展小型物流包裹業務，金融業者若發展出更為便捷的網路交易支付模式，或可在此項業務中，聯合郵政系統扳回一城。基本上，降低部分 ATM 使用者的跨行轉帳交易費用，應是目前的首要之可行方式，其他進一步的方法，將在本研究中繼續探討。

第三節 銀行業與行動通訊業競合的發展

近年來，智慧型手機及行動平板電腦的快速發展，行動支付市場的開發越來越受到重視，而手機支付將加速鑰匙、手機及錢包整合為一的速度。手機支付是手機用戶使用行動設備對消費行為支付帳款的服務模式，用戶不僅可透過手機傳達指令完成話費充值，同時可以繳交個人的信用卡帳單、水電費等，甚至可進行機票訂購。整個產業鏈包括金融業者、電信營運商設備系統供應商等。目前市面上流通的手機支付模式有兩種：其一，手機用戶消費費用透過手機帳單一併支付；其二：透過金融卡或信用卡支付。

目前在歐美國家手機支付已得到廣泛的推廣及應用，例如：美國、德國、瑞士、奧地利、英國、法國、日本等。2008年日本的手機支付用戶就已達4900萬，佔總人口的38.5%；而2009年大陸手機支付市場規模已經達到19.74億元人民幣，用戶人數約8250萬人。國際研究機構Gartner最新報告指出，2012年全球行動支付交易金額將自2011年的1,059億美元，大幅成長61.9%至逾1,715億美元，行動支付服務的使用人數也將從2011年的1億6,050萬人，2012年增加至2億1,220萬人。Gartner估計，到2016年之前，透過Web/WAP存取方式所進行的交易，將分別占北美與西歐地區整體交易比重的88%和80%。

中國大陸最近正式發放「支付業務許可證」給中國移動、中國聯通及中國電信，未來將可以名正言順地推展近場無線通訊（NFC）及電子錢包等相關業務，這也促使台灣的中華電信、遠傳、台灣大哥大、威寶及亞太等5家電信公司與悠遊卡公司決定加快推展行動支付服務的脚步。

為了搶攻台灣的行動支付市場，中華電信、悠遊卡公司、恩智浦半導體、萬事達卡國際組織4公司共同合作，於2011年底推出「悠遊NFC背夾」PayPass版，未來手機變身兼具信用卡及悠遊卡的悠遊聯名卡，一機在手，就能滿足乘車需求，還能利用悠遊卡在全台超商等1萬2千多個特約商店進行小額消費及NFC功能打卡、行動叫車、打卡定位、下載優惠券等功能，並且能在全球30萬間PayPass特約商店憑手機消費，為手機支付開創新的里程碑。據了解目前合作的銀行夥伴有國泰世華、玉山銀行、台新銀行等三家業者。

所謂 NFC 技術係指近距離無線通訊(Near Field Communication, NFC)，這項無線連接技術，可與非接觸式的智慧卡片相容，透過對等連接與辨識機制，可自動通訊與傳遞資料，並能整合信用卡、電子錢包、悠遊卡與手機，擴大服務範疇，更為貨幣的發展掀起革命性風潮。事實上，目前 NFC 手機約可分為 3 種，一種是將信用卡晶片以黏貼方式與 SIM 卡重疊，並置入手機 SIM 卡插槽；第二種是將 NFC 元件嵌在手機電路版，而信用卡資料寫在手機上；第三種則是 NFC 資料直接寫入 SIM 卡，但僅限 NFC 手機使用。至於未來發展的進程，仍需要相關業者的通力合作，以及建立消費者的使用習慣而定。

據報導，全球行動通信協會(GSMA)正在討論、擬將 NFC 技術列入全球手機標準功能，加上各國電信公司、Google 及蘋果等大廠表態加入，帶動 NFC 手機 2012 年爆發成長。市調機構 iSuppli 預估，NFC 手機 2012 年出貨總量 1.82 億，2015 年將上看 5.45 億支。預估 2016 年以前全球將有 41% 的手機可支援 NFC 技術，現在建構商業模式，後續可望推出更多行動支付服務。

日前國內 5 大電信公司及悠遊卡公司達成共同合作推展行動支付市場的共識，預計於今年成立國內首家信託服務管理(TSM; Trust Service Manager)共通平台。未來 TSM 公司主要任務包括整合電信 SIM 卡、信用卡及悠遊卡，類似財團法人金融聯合信用中心的角色，提供一個互信且具安全認證機制的平台，未來再加入信用卡發卡銀行。而電信公司發行的全新行動電話門號(SIM)卡，將預先經過 TSM 認證，並具備搭乘捷運與公車等交通、刷卡付款、查詢餘額等功能，達到 Mobile Payment 功能。智慧手持裝置快速成長、普及率快速竄升，帶動行動支付市場未來商機前景看俏，5 大電信公司與台北悠遊卡公司籌畫成立的 TSM 公司，除了台北悠遊卡公司確定加入外，包括宏達電、宏碁等終端設備品牌商，也表達參與合資意願。

電信業者認為，行動支付市場需靠整體上中下游產業鏈共同參與投入，市場規模才能迅速擴大，因此，TSM 發起公司亦期望終端設備商加入合資行列。由於行動支付市場牽涉後端金融支付系統，5 家電信公司最近邀請銀行及金融單位共同建置支付平台，以全球推展行動支付服務方向來看，有些市場直接將支援 NFC 整合在終端設備，有些則將 NFC 晶片整合在行動電話 SIM 卡上，台灣傾向採用後者。TSM

是公正第三方的 NFC 行動付款系統的安全管理系統，銀行信用卡、商家會員卡等各類實體卡片發行商，或者提供內容服務之服務提供者，僅需在平台上註冊，便可將多媒體數位內容、生活資訊及各式票券等服務上架銷售，供消費者挑選；而持有 NFC 功能手機的用戶，當在應用程式清單中選取的服務需付費時，只需透過 NFC 手機內的支付工具進行扣款、消費的動作，便可於手機上完成交易行為。

TSM 平台主要為各業者建立一個方便性的標準，NFC 的商機有多大，現階段仍很難評估，電信商除了收取手續費外，重點應該是如何擴大後續商機，如果電信商有集團相關企業的應用，可望應用 NFC 加以銜接，NFC 獲利就不僅是網路環境上的獲利而已。例如遠傳電信便積極將其旗下的 HAPPY GO 卡與 NFC 相結合，藉由消費者的購物習慣，拓展更大商機。

在金流付款系統，目前傾向由各家電信公司自行尋找合作的銀行體系，中華電與中國信託等銀行合作多年，遠傳背後有遠東商銀、台灣大關係企業則是富邦金控，威寶、亞太也各有金仁寶集團、東元集團相互支援，甚至悠遊卡公司也有配合合作的金流機構，各家電信公司目前都正在積極串連行動支付產業鏈中。



【圖 2-3-1】行動通訊業者應用服務體系

在銀行業方面，遠東集團未來將積極發揮整合綜效，看好行動電子商務未來發展，遠東銀行、百貨、量販、電信等相關企業，將攜手推展行動購物商機。台灣大除布局國內市場，看好大陸行動支付及物聯網龐大商機，富邦與台灣大也正考慮以電信和金融加值跨業服務模式，搶進大陸行動支付市場。在相關法令規定方面，因應行動支付趨勢，金管會於 2012 年 9 月指示銀行公會訂定信用卡行動支付安全控管機制規範，以維護交易安全，確保消費者權益。對於國內五大電信業者與悠遊卡公司推動信託服務管理平台（TSM）及 NFC（近距離無線通訊）公平交易平台，大力推動行動支付服務業務商機，銀行業者也將積極參與，對消費者來說，未來除可拿手機刷卡購物外，甚至還可以延伸到門禁、身分識別、交停車費、刷卡進表演場地、資料交換等其他服務功能。信用卡交易攸關持卡人權益，在行動支付愈加便利下，持卡人的權益維護也更顯重要。官員表示，行動支付是將信用卡資訊與通訊資訊合在一個共通區域，銀行無法完全掌握通訊設備，電子銀行安控機制單純都是銀行端的控管問題，而信用卡行動支付是加入了通訊設備，需另訂安控機制。未來如何設立防火牆確保交易過程的安全性，有必要加以規範。

第四節 新世代消費模式的趨勢與銀行服務

在現代資本主義社會裡，消費與日常生活經驗之間是息息相關的，它既是一種表現自我的方式（Bourdieu,1984），也是一種交流體系，人們為了使自己與某些人成為同類而與另一些人有所區別，往往透過物品代表的差異性來達到區隔的目的，並進而獲得自己想要的社會地位和社會意義（Baudrillard,1988）。新世代藉由流行消費的方式凸顯自身的定位、決定自身在同儕團體中的地位及展現次群體的文化。因此，新世代的消費行為不只在意物品的使用價值，還重視物品所代表的心理、社會及文化的意涵；對他們來說，消費的主要邏輯是透過商品的購買與使用，而與同儕團體相互溝通並產生關聯或進行社會比較，社會性的目的往往大過經濟性的目的。

新世代消費行為的本質同時亦具有從眾性（Blackwell et al. 2001），崇尚流行的消費行為更彰顯行動者追求社會認可與他人認同的意圖。對於年輕族群來說，加入流行消費的行列不僅可以與同儕有共通的話題、展現關於流行商品的知識與財力，藉以維持並強化同儕關係與地位，也可以藉以補償與同儕之間社交關係不足所引發的寂寞感。然而，多數的年輕族群尚未完全擁有金錢的自主權，消費的行為仍受家庭因素影響，他們的消費行為所反映的可能不只是青少年自身的選擇，而是受限於外在條件的結果。相對的，消費態度是一種消費方面的長期性價值判斷，是長期與周遭環境及團體互動而形成的，較具穩定性與持久性。個人的消費品味與選擇除了年齡差異之外，也受到社經階層、居住地、宗教信仰、家庭背景，以及人格特質等因素的影響。此外，有許多研究發現兩性無論在購買動機、消費產品或是消費態度等方面均具有很大的差異（Campbell, 1997；Underhill, 1999）。國內許多關於青少年的金錢態度與消費行為之研究亦指出，性別是解釋消費的有效變項之一（林英花, 2009）。由於不同的性別在生理上的需要和心理上的差異也不同。衣服、化妝品、雜誌、珠寶和鞋子等產品都常以性別來區隔消費市場。

全面網路通訊時代的來臨，打破了許多傳統行銷和顧客通訊模式的既有觀念。根據AC尼爾森公司近期的一項研究發現，美國人上網時數有23%是花在社群網站上的。如果加上其他藉由網路傳遞的交流方式，如部落格、電子郵件和及時通，佔了上網時數的36%。新世代消費模式愈來愈趨多元化。網路同時也創造了新的契機。在瀏覽網頁時，訪客每次的連結點擊集結成串流式的即時消費行為模式紀錄。這種洞察力可以使顧客接收到高度個人化的行銷內容資訊，遠比傳統模式符合經濟效益。受2008年金融海嘯的影響，以及低利率環境與市場飽和之影響，銀行如何不斷提升服務品質服務消費者，進而可以給顧客來銀行辦理業務時可以感受到不同的氛圍，並且讓顧客感覺到受尊寵的感覺並適時的提供顧客高效率的服務以滿足顧客至銀行辦理業務之需求外，並能如何有效提升銀行給予顧客專業「服務品質」與「企業形象」，透過異業聯盟以創新的策略經營模式深根現有的顧客並進而開發拓展潛在客戶，增加與同業之間的差異化，有效的提升「顧客滿意度」是銀行業面臨的一個十分值得探討的課題。銀行業基於市場環境因素、資源共享、提昇金融業競爭力

發展異業聯盟後對於提升服務品質、企業形象與顧客滿意度具有很大的助益。

為突破銀行傳統制式化服務的窠臼，隨著時代演進與金融業務多元化，擺脫一般民眾對銀行的刻板印象，以據點的優勢，大力擴展銀行業市場，是銀行異業合作的優勢。而資訊科技(IT)因應網際網路結合金融業務快速發展的產物，更是適應電子商務(e-Commerce)與行動商務(m-Commerce)發展需要而產生的新消費世代網路金融運行模式，銀行業面臨新世代消費模式變化的潮流，網路業者、手機業者、通路業者、卡片業者的異業競爭，如何有效結合異業發揮金融商品及服務的異質化，並轉化競爭為合作的動力，整合銀行創新經營模式；而鑑於電子金融與相關付款機制對貨幣市場整體金流影響甚深，為迎接電子商務潮流及多元化電子付款趨勢，並先進國家多已著手規劃相關交易環境之建置，並賦予其法律依據，上述亦為本研究探討的重點所在。

21 世紀網路的新紀元，科技發展日新月異，各產業無不積極投入電子商務。資訊科技的進步使顧客不再侷限只能以傳統面對面的方式來進行服務，創新的自助服務科技(self-service technology)模式已在人們日常生活中興起並成為一種主流。近年來各產業引入各類自助服務科技，它使服務傳遞系統產生革命性的創新，因為自助服務科技改變了服務提供業者和顧客之間的互動模式，顧客可以藉由與科技接觸的過程就完成所想要的服務和交易(Meuter, 2000)。在高度競爭的環境下，各銀行業者也引入創新的自助服務科技—網路銀行，他們相信網路銀行將帶給顧客創新的體驗(Hensmans et al., 2001)。由於近年來資訊溝通科技的興盛和政府解除金融上的管制，因此降低了金融服務產業的進入障礙(Hensmans et al., 2001)。許多金融機構已經從實體通路轉變為實體和虛擬通路共存的營運模式(Chau and Lai, 2003; Hensmans et al., 2001)。由於網路銀行估計只需要實體銀行營運成本的25~30%成本，因此，為了維持競爭優勢，網路銀行被各大銀行所引進(Hensmans et al., 2001)。

自助服務活動意指顧客完成交易而不需要透過任何員工或服務者(Globerson & Maggard, 1991)，所以相對於傳統必須仰賴他人才能完成的服務，自助服務是一種截然不同的服務創新電子商務新方式，自助服務科技是市場交易的創新管道，使顧客以全新的方式進行服務流程(Meuter, 2000)，而網路銀行正是一種自助服務技術。

Bateson(1985) 強調公司能夠藉由顧客自我服務的方式來提升收益率。此外，自助服務也逐漸成為日常生活中重要的一部分(Globerson and Maggard, 1991)。透過自助服務模式能解決或提供一個有效率的服務傳遞系統，例如，自助商店，在近年來持續增加中。自助服務科技可以幫助公司節省人事成本，進而提供較優惠的價格給顧客，例如，自助加油站、ATMs、自助旅館、自助式餐吧(Meuter,2000)。另外，對於一些習慣於網路交易的顧客，也可以避免掉這些尷尬面對面的互動，因此，自助服務比起傳統的服務方式成本更為降低。

自助服務科技存在一些優勢特性，帶給顧客好處，並吸引顧客使用。Meuter et al. (2000) 使用關鍵事件法，找出令顧客在使用自助服務技術上滿意和不滿意的關鍵因素，並指出顧客會滿意科技基礎服務是基於以下特性：容易性、避免受服務人員困擾和窺視隱私、節省時間、方便性及節省金錢。而Meuter et al. (2000) 研究發現容易性和節省時間是影響消費者使用自助服務科技最重要的兩個關鍵因素。Globerson &Maggard (1991) 提出「自助服務模型」理論，包含三個方面，分別為顧客面、組織面、和環境面。在顧客面有七個主要因素會影響顧客在用使用自助服務技術上的顧客偏好，分別為使用的方便性、節省時間、自我控制、節省金錢、自我印象(self-image)、風險、自我實現(self-fulfillment)。

相似於Meuter et al.'s (2000) 的概念節省時間、節省金錢、自我控制會影響顧客的在使用自助服務科技的偏好上。因此，節省成本在網路銀行服務中扮演重要的角色。Curran and Meuter (2005) 認為影響顧客對意圖使用網路銀行的態度中，有用是重要的因素。Dabholkar (1996) 提出兩個服務品質模型，探討關於自助服務技術(SSTs)的使用意願。在屬性基礎模型中，有五個關鍵因素，分別為傳遞的速度、容易使用、可靠性、娛樂性、控制性。著名的TAM(technology acceptance model)理論也確定容易性和有用性是為顧客決定接受資訊科技的衡量標準(Davis, 1989;Davis et al., 1989)。當顧客有較大的個人控制(personal control)慾望時，會有較高的使用意願(Globerson and Maggard, 1991, Lee and Allaway, 2002)。基於以上文獻探討，網路銀行的自助服務創新特性主要彙整包含了4 個關鍵特性決定顧客的使用態度：容易性、有用性、節省成本與自我控制。

高度互聯的新世代消費模式，社群網路與行動裝置的量變，創造了消費模式的質變。在數位化與行動化的消費模式，正是一種藉由資訊科技使金融產業在顧客進行服務流程上產生劇烈改變，視為一種突破性創新(breakthrough innovation)，它也象徵金融機構在消費型態上一項新跳躍式的科技改進(Chan et al., 1998)。相較於亞洲，美國和歐洲使用網路銀行的情況較為普遍，但近年來香港和新加坡每月使用網路銀行的比例也相當快速。反觀台灣、中國、和日本在使用網路銀行比例上頗低，仍有很大的推廣空間。

根據 comScore 及 BIGresearch 的研究調查顯示，有 80% 到 90% 的消費者到實體商店購物之前，會先行上網查詢商品使用心得等。這些數據顯示，光是分析網路流量資料，就可以獲取極為豐富的顧客購物意圖相關資料。因此，銀行建置顧客資料庫可儲備了來自多種管道的顧客互動資料（如實體商店、客服中心、網站、手機、社群網路等等）整合為統一的顧客資料庫。有別於傳統顧客關係管理資料庫（Customer Relationship Management，簡稱CRM），未來銀行因應新世代消費金融模式的發展，必須有效集結了多種來源的資訊，做到網路流量資料與實體商店的顧客交易資訊這兩種最為關鍵的資訊來源的完全整合，因為它們是評斷顧客購買意願與實際行動，評斷出最真實的顧客行為模式的主要參考指標。

銀行在從事金融行銷服務的時候，必須從產品或是管道導向行銷策略，轉換成顧客導向的行銷，並適時更新KYC行銷策略，反應當今市場環境。包括從客戶端評估商品品牌的形象與價值、從實體商店、客服中心、直接信件、網站或網路商店、應用程式APP等等，以及客戶互動行為如部落格連結、討論區、社群網路、微網誌、評價／心得等等，從客戶的角度描繪出顧客消費經驗的整體情形，歸納出顧客的購買意圖和實際行動所代表的意義，新世代消費者可以充分感受到即時個人化行銷帶給他們的便利與好處。

第五節 結合通訊科技及新世代消費模式發展銀行業務

在智慧型手機的風潮下，行動支付為信用卡業者競爭的市場。萬事達卡已與Google、花旗銀行、FisrtData、Sprint等業者合作，推出Google電子錢包(Google Wallet)服務，只要透過裝有NFC晶片的手機，就能以感應方式完成付款，取代傳統的刷卡消費。此外，Visa也已完成三星電子、LG等多款具有NFC功能智慧型手機的認證。亦即，未來只要持裝載NFC功能智慧型手機，即可在全球各地的Visa payWave指定店家消費。以目前台灣市場的大小與科技發展的成熟度來看，十分適合推展行動支付，而目前仍需要手機廠商、銀行或電信業者著手開發。

目前手機支付的結算系統主要有兩種模式：第一種是以金融機構與電信業者合作的手機支付方式，以金融機構為主導，電信業者作為支付通道，用戶將手機號碼與銀行卡等支付帳號綁定，通過簡訊、WAP 等形式利用銀行金融卡等帳戶進行交易。另外一種模式則是電信業者為用戶提供一個帳號（跳過金融機構），用戶預先存入費用並從該帳戶中支付費用，或者電信業者通過 SIM 卡等直接從用戶的話費中扣除手機支付的相關交易費用。

無論手機支付採取哪種方案，都將面臨跨行業合作的問題，電信營運商、銀行在多種業務並行的合作模式為何，手機支付是一個全產業鏈的發展模式，不是任何一個機構可以獨立完成的。然而，透過手機支付，所有相關的公司如何分帳，或是因此增加支付的手續費，目前仍未明。而手機支付的核心問題是商業模式，由於目前尚無統一的標準，誰的業務模式在市場上佔得先機，誰就有可能以自己的模式勝出。

透過手機作為與各卡片資訊交換的結合，主要是讓用戶直接與消費資訊互動。用戶除了從手機螢幕看到自身的消費明細、儲值餘額外；更可透過鍵盤，得知在信用卡中累積的紅利、回饋金等，與商店進行各式各樣的兌換行為。這樣的互動讓消費者更容易仰賴以手機為核心的消費模式，進而增加消費率、儲值金額、與銀行間往來的頻率，為各業者創造更多收益。而銀行在做手機支付業務時，除為了搶佔一種新型的支付模式外，還有降低設點成本，改變經營模式的考慮，這也決定了銀行不可能僅局限於做狹義的手機支付，而會延伸到理財等手機金融業務。因此，銀行

業者如何在手機支付這新型業務中，取得關鍵性的主導地位，以取得競爭優勢，為本研究主要探討之方向。

因應新世代消費模式的銀行業在顧客服務要求逐年提高與人事、建置成本節節攀高環境下，每家金融業者除了加速於各類金融服務自動化的提供外，亦卯足全力於金融服務多元化、便利化與服務品質之提昇。在資訊科技為基礎設計的金融服務系統中，促使金融業者加速於各類金融服務自動化的提供。而結合電腦設備與通訊網路之電子銀行(Electronic Banking)服務，正可以使金融業者達到降低營業成本目的與有效開拓市場通路功效，亦可提供顧客通路多元化與便捷的金融服務。因應新世代消費習慣的改變，電子銀行服務系統從自動櫃員機(Automatic Teller Machine, ATM)、電話銀行(PhoneBanking)、網路銀行(Internet Banking)到行動銀行(Mobile Banking)，銀行業者必須因應未來消費習慣的改變及各年齡層市場加強各項創新金融商品服務。

我國銀行業如何在此全新競合關係中取得成長與平衡，共創雙方互利雙贏的局面，或是採行與異業結合的發展策略，來促進金融服務的多角化服務規模、提高經營能力與效率，是本研究主要目的所在。另外，在強烈的消費者意識環境下，消費者擁有多元化的選擇機會，且在經濟水平不斷提升之市場裏，產品與服務的提供琳琅滿目，行銷的訴求不再只談，品質、功能、特性，而是強調一種情境、感受、感觸，讓客戶重視「體驗」後產生「共識」，引發出「以價值來帶動行銷」的理念，銀行業異業合作的行銷策略偏重在「客製化」、「差異化」，服務則注重「分眾化」，因為一種產品或服務，已無法滿足所有消費族群，所以必須再細分出各種不同的分眾化服務。銀行業消費客戶能否忠誠持續地使用特定金融服務通路，決定於通路服務品質的績效(performance)表現是否符合客戶的期望且讓客戶滿意。因此掌握對未來對消費者最具影響力或顯著影響性的消費模式進行金融業務創新，且改善與提升目前客戶通路服務品質，絕對是金融業者不容忽視之經營管理工作。

日前臺灣最大發卡銀行中國信託商業銀行於4月19日與全球發卡量逾29億張的中國銀聯簽訂合作備忘錄(MOU)，是目前唯一與中國銀聯共同進行產品開發和創新的銀行。雙方將在IC卡產品、持卡人權益、線上支付、跨境匯款及商店收單業務

等領域合作，對兩岸金融合作都是新的里程碑。中國銀聯是全球主要銀行卡機構；目前全球銀聯卡發卡量超過29億張，銀聯網路遍佈中國大陸城鄉，並已延伸至亞洲、歐洲、美洲、大洋洲、非洲等境外125個國家和地區。中國銀聯已與全球近400家機構合作，近年來拓展大陸境內外支付通路與走向國際品牌化，創新支付方式的研究與開發，為全球支付領域的領導者。雙方在符合兩岸法規前提下，針對發卡與支付相關業務進行合作發展，希望藉由雙方在支付領域的專業基礎，共同研究國際各類新型支付業務型態，提供兩岸三地乃至國際間創新跨境支付服務，在通訊科技與行動金融飛速發展的時代中，提供客戶更迅速、安全與便捷的支付環境和服務。

中國銀聯在各銀行間已構建跨行交易清算系統，以及全球化的銀聯卡受理網路，中信銀目前約有538萬張流通卡數，自2009年底以來，不論是在特約商店收單、ATM業務上皆與中國銀聯密切合作，全臺近2800家商店可接受銀聯卡使用，超過4200台的中國信託ATM可接受銀聯卡提領現金服務。中信銀、中國銀聯在符合兩岸法規前提下，針對兩岸發卡與支付相關業務進行合作發展，研究國際各類新型支付業務型態，以提供兩岸三地、甚至國際間創新跨境支付服務，希望在各種通訊設備上能夠提供客戶更迅速、安全與便捷的支付環境和服務。金管會近期核准開辦銀聯卡在臺灣網路交易授權清算服務，中信銀亦已遞件申請，規劃納入新增業務服務項目。兩岸金融開放以及未來我國銀行業走向國際化之後，台資銀行如何與大陸及國際企業異業合作或異業結盟，跨業合作，將是本研究一個重要的議題。

第六節 小結

台灣銀行業存在 Over Banking、市場規模不足問題，所衍生削價競爭、資產報酬率偏低之情況，因此如何在此資訊發達之年代，創造新型金融業務模式以及採行異業結盟的發展策略，實為重要之課題。自 1990 年代初期台灣開放新民營商業銀行設立以來，金融版圖有了前所未有的巨變，再加上外商銀行業務的開放、消費金融的蓬勃發展，以及近期開放的陸資銀行來台，台灣的銀行業者不僅要面對變化瞬息、競爭激烈的國內市場，除了在規模、策略等方面需要作適度的調整外，在業務

經營的作法，以及在整體金融環境的發展上，更應該以積極的態度來面對。在另一方面，正當台灣的金融業亟欲躍升國際舞台時，國際上不論是資金或是產業，卻又大量湧入台灣對岸的中國大陸市場，政府及業者更要思考如何迎向國際舞台的嚴峻挑戰。

近年台灣銀行業之平均授信利差(spread)僅為 100 基點(Base Point)，相較香港、新加坡同期的 200 基點為差。而 ROA 亦較香港、新加坡低。再者，台灣的銀行業者經營授信業務，賺取授信之利息收入，長久以來是銀行業者各金融商品收入中之重大來源之一。而銀行業者在從事授信融資業務時，除透過授信業務賺取利差之外，同時得承擔呆帳風險及衍生之成本，此即授信品質好壞的重點。國際化經濟日益興盛、國內環保意識抬頭，使得台灣以代工為主之產業界，也因人力成本、土地成本、營運成本日益高漲之下，企業被迫外移而逐漸走出台灣以外的經濟世界，銀行業在面臨國際化及自由過程中，其自身經營也得接受國內及國際銀行業同一標準管理，企業經營市場不再局限於台灣，隨著資訊科技與通訊交通發達，企業在面對異業或同業間的競合，因而必須尋找低成本經營策略、差異化競爭之藍海競爭策略，使得企業在一片紅海世界中找到生存發展的利基。

根據本院最近幾年針對銀行業者所做的營運趨勢問卷調查顯示，銀行業者極為重視營運模式之調整與改進。銀行業者對於這一部分重視的原因可能包括下述幾點。首先，台灣中小型銀行過多、競爭激烈，從國際比較上來說，台灣國內的銀行規模較小，如商品開發等皆欠缺國際競爭力；另外，缺乏金融產品的創新力及國際性的金融人才，種種原因使金融業者營運模式與績效仍有進步的空間。同時，在兩岸金融政策逐漸開放下，促進兩岸金融業務發展及連動性，台灣業者不但將積極西進擴展業務，也要謹慎面對大陸金融業者來台所引發的各種影響，因此，為順應不同環境而適時調整營運模式，實為台灣銀行業者所重視之議題。隨著時代演進與金融業務多元化，擺脫一般民眾對銀行的刻板印象，以據點的優勢，大力擴展銀行業市場，是銀行異業合作的優勢。銀行業面臨網路業者、手機業者、通路業者、卡片業者的異業競爭，如何轉化為合作的動力，整合銀行創新經營模式，亦為本研究的重點所在。預期達到由銀行業異業競合的發展觀察未來銀行業因應新世代族群及消

費方式之發展面向，以及整合各項異業資源所發展出的創新經營體系，透過收集與分析銀行發展策略之相關研究，整理與歸納其發展面向，作為台灣銀行業者策略規劃之參考。

我國銀行業目前正處在一個充滿挑戰的競爭環境。為了求取生存及增加競爭優勢，僅依靠金融業本身所擁有的資源和能力，已經愈來愈難因應環境的變化。若能與其他產業的結合，導入不同行業的經驗及資源，向其他企業搜尋自己所缺乏的部份，不僅能提高金融產品的附加價值，更能增加對消費者的號召力。取人之長，補己之短，經由策略聯盟，造就「雙贏」的效果，透過異業間的合作，擁有不同專長的企業，互相交換異質的經營資源，形成更堅強的合作團隊，因應更複雜的環境。因此金融業競爭地位之轉變，與異業合作的情形，實有加以探討之必要。各家銀行所具備的資源及條件各不相同，為了充分發揮其本身優勢，迴避本身劣勢，所展現的策略組合自然也就大易其趣。在這個全球競合的年代，金融業務的發展如能在一個孕育金融創新的環境運作，我國的金融發展當更為順暢而有效率，進而帶動台灣整體產業的發展。

中小企業金融、個人財富管理仍為我國銀行業業務發展重點。個人財富管理方面，銀行業現有零售通路據點日趨飽和，且極度競爭下，如何與同業或異業競合，進行差異化經營，提升企業競爭力為重要課題。90年代以後的世界是個網路通訊科技蓬勃發展的新世紀，科技通訊產品的推陳出新，使得行動通訊服務也由成長茁壯期驅入成熟穩定期。從銀行業經營角度來看，網路科技的無遠弗屆改變原有通路，擴大了交易與服務層面。銀行業e化的腳步加快後，使得同業競爭更為激烈，面對新世代消費市場大餅，銀行業將面臨同業及異業的競爭與合作，各家業者無不盡出奇招，期望能在廣大的通訊市場中取得更高的市佔率。一開始的競爭模式無非是以低價吸引顧客，但如此一來，不但沒有辦法獲得高的利潤，也缺乏其他更有力的競爭武器。正因為如此的削價競爭，使業者們體會到降價並非長久之道，旋而轉向互補合作和競爭合作的矛盾關係。透過銀行業分析自身處於市場的定位、策略的作戰方針，我們了解到在賽局裡絕非靠單一力量就可以生存的，跨出範圍的限制，結合同業異業的競爭與合作，思考利己與利他的新思維，而不是僅僅以擊垮競爭對手為

目的，如此才能創造出多贏的局面。

在新世代消費模式及競爭激烈的金融環境交互影響之下，強化金融行銷效率已成為銀行業維持優勢及提升競爭力的必然選擇。銀行業為了瞭解哪些客戶最能為企業創造價值，應仔細分析客戶資料，從中發現對其獲利貢獻大的客戶並培養關係，以維護長期銷售機會及創造交叉銷售之效能。可採取之作法為：第一是區隔客戶，善用資料研究客戶的購買行為、購買態度或心理特質，同時分析客戶年齡、性別以及生活型態、購買的金額、頻率或時間等，據以推測客戶未來的購買形態，有助於找出對金融機構最具價值之客戶；第二是計算客戶的終身價值，並評估客戶不同時間的獲利貢獻，以便能在每個可能的轉捩點適當回應客戶需求，以確保他們能與金融機構進行交易；第三是量化各類客戶的終身價值，金融機構可避免將資源浪費在無價值的客戶，將資源放在有價值的客戶上，並依據客戶價值提供差異化服務；第四是定期檢視客戶價值，透過不同管道大量蒐集並儲存客戶相關資訊，累積客戶資料，利用資料採擷（Data Mining）分析每一位客戶的消費特性，並定期檢視客戶行為模式、生活型態等是否改變，有助於在客戶行為產生變化前，找出問題，並加以解決，進而提高金融機構之價值。

2008年發生金融海嘯，金融商品價格大幅波動，造成金融機構與金融消費者之間的糾紛層出不窮。主管機關為導正市場，確保投資人權益，先後修訂了《境外結構型商品管理規則》、《銀行辦理衍生性金融商品業務應注意事項》、《銀行辦理衍生性金融商品及結構型商品業務自律規範》及《金融消費者保護法》等相關法規。規範金融機構於銷售流程中，應針對個別客戶風險承受度，提供符合客戶風險程度之金融商品服務，若客戶風險承受度不符合產品風險投資要求者，則不應提供客戶該項產品；同時要求金融機構指派專人向客戶解說產品特性及風險揭露，並要求投資人親自書寫明瞭產品風險之確認。目的在防止金融機構位自己利益濫行提供金融商品或服務，損害金融消費者權益。若金融消費者與金融機構仍產生消費糾紛，則遵循金融消費者保護法之處理機制，以一元化之金融消費爭議處理辦法，期能以最快的速度與最低的成本解決金融消費糾紛。

隨著網路人口的增加、網路環境的普及化以及消費群眾結構的改變，銀行網路

行銷與交易成為當今金融服務重要的一環。網路銀行業務之推行不僅可以減少實體通路大幅降低人工成本，同時透過虛擬通路提供即時的服務。年輕族群使用習慣多傾向透過網路進行，包括銀行轉帳、消費甚至購買共同基金等，而網路的無遠弗界也突破了營運地點與時間之限制，未來銀行網路行銷將是一股無法抵擋的潮流。透過異業結盟進行多角化的經營，比起多數單一經營的業務更具優勢，應利用此優勢擴大自身的賽局，與其他異業合作，不要侷限於僅有的版圖裡營利，只要能擴大範圍就能夠分食其他區塊的餅，增加獲利。採取廣告行銷的策略，提升自己的產品之附加價值，改變消費者的認知，強化企業形象，使其產品在市場中更具競爭力。CRM制度更能掌握顧客的消費模式，了解消費者較迫切的需求。在交易、創新或流程管理上使用資訊科技及通訊網路投入的成敗，對金融業者的競爭力，將帶來決定性的影響。這種挑戰與機會的考驗使許多金融機構競相投入網路銀行與e化平台，但考量安全機制，消費者保護法的健全與否影響消費者權益至鉅，因此很多銀行在各自發展結果下，若無一安全控管機制，發生問題則無法可依循解決。

數位科技、新世代消費模式之快速發展，整合製造、銷售、流通與金融之商業自動化和電子商務環境的建立與應用，已成為數位匯流下的知識經濟發展必然的走向。除電子商務(electronic commerce)已有突飛猛進的發展外，電子支付系統(electronic payment system)與電子貨幣(e-money)等金流機制之發展，在金融服務更趨電子化之時，諸如網路銀行(cyberbanking)與網路電子貨幣等交易方式，即成為金融創新服務的重要指標，大大提昇了商業交易的支付效率；近年來更由於電信、資訊及傳播科技之匯流趨勢，致使傳統銀行服務結合行動通訊科技，整體金融服務逐漸呈現朝向行動銀行(mobile banking)等交易方式發展的趨勢。

為迎接新世代消費模式，電子商務潮流及多元化電子付款趨勢，並鑑於電子金融與相關付款機制對貨幣市場整體金流影響甚深，先進國家多已著手規劃相關交易環境之建置，並賦予其法律依據。我國目前僅財政部於1999年6月公布「個人電腦銀行業務及網路銀行業務服務契約範本」(「網路銀行服務契約範本」)，供消費者向銀行申請網路銀行服務之使用，以及2000年8月修訂之「金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準」，尚無相關法令可供相關消費者或銀行加以遵循；行動

商務之金流相關規劃，亦已成為相關機關積極研擬規劃之重要發展方向。

近年來許多國家的電子銀行業務已經突破國界，開始了跨國經營之路。跨國電子銀行業務成為銀行業未來發展的趨勢，消費者越來越習慣於使用銀行的電子化服務管道，並感受到了它的便捷性；資訊技術不斷進步，使銀行提供的跨國電子銀行服務更安全、更便捷、成本也更低；銀行競爭加劇迫使銀行在產品和服務管道上不斷創新，不斷開闢海外市場。然而因應電子銀行跨國經營帶來的挑戰，同時也為確定電子銀行國際化的正確策略，巴塞爾銀行監管委員會(BCBS)的電子銀行組織將電子銀行業務的主要風險歸結為策略風險、信譽風險、操作風險、法律風險、信用風險、市場風險、流動風險；跨國電子銀行業務的發展，雖然並沒有增加一些以前我們沒有識別的新風險類別，但它幾乎影響到上述所有風險類別，使這些風險表現形式和程度有了很大的不同，其中以操作風險、信譽風險和法律風險增加得最為顯著，有必要對跨國電子銀行業務中存在的風險及如何對其進行管理和監管進行研究。

中國大陸推動擴大內需，使得移動金融服務將成為商業銀行未來最具潛力的業務之一。另外，移動互聯網傳輸速度的提升和品質的改善，以及手機平台和應用程式(APP)開發日趨成熟，也為發展手機銀行奠定了良好的技術應用基礎。隨著移動終端的智慧化，用戶端模式的手機銀行的優勢越來越明顯，將成為手機銀行的主流模式。未來銀行業如何因應新世代消費模式的改變，透過移動支付平台可提供消費者包括食、衣、住、行、育、樂等多樣化的消費金融服務內容，銀行業者方面如何面對異業競爭的發展趨勢，調整營運策略，而法令方面如何正視業務監管強度及法令規範不同所造成銀行業者與非銀行業者(如通信業者)競爭條件不平等的問題(如行動支付業務)，在法令上予以衡平處理，使銀行業化阻力為助力，成功運用業務差異化及異業結盟創造的差異化競爭優勢，亦為本研究的重點所在。

第參章 第三方業者與銀行間的競爭與合作

第一節 跨業競合的趨勢與第三方業者的類別

雖然網路管道使銀行能提供客戶更便捷與寬廣的服務，並創造出過去無法達成的商業價值，但順搭網際網路的特性，金融領域也出現不同類型的跨領域競爭者。

憑藉電子商務趨勢，具備技術優勢與客戶基礎的非金融機構，陸續跨足傳統金融業的部分業務，其透過網際網路的高整合、高效率與客製化特性，得以更低廉的成本、更快的速度進入金融領域，一方面彌補金融服務的不足，另一方面也形成對金融業的競爭壓力。

這些跨域進入的第三方網路金融服務，提供了包括第三方支付服務、第三方金融中介服務與第三方金融資訊服務等類型。簡述如下(黃健青、陳進，2011)：

1. 交易支付平台：提供買賣雙方電子支付接口，減少客戶網上交易的心理負擔，促進電子商務發展，如支付寶。
2. 服務中介平台：運用既有的客戶資源與較低廉的中介成本，促使不同金融服務業願意提供金融服務訊息。例如「易保網」(www.ebao.com)提供中立客觀的網路交流中介客戶與保險相關機構。
3. 金融資訊平台：對不同金融機構提出的利率、匯率與金融商品進行分析，幫助客戶選擇最適商品，範圍涵房貸、車貸、銀行卡、理財商品、儲蓄、基金、保險等。例如「和讯網」(www.hexun.com)所建立的財經資訊垂直網站，以專業化、個性化、互動性與娛樂性的特性，提供多元化的金融服務。

這些透過網路服務為媒介，進入金融服務領域的非傳統金融機構，來自於：

1. 網路金融服務廠商(例如 e-Trade, e-Loan 等)。透過提供低成本的服務取得競爭優勢。
2. 網路服務供應商(例如 Yahoo, AOL, MSN 等)。透過既有客群與資訊技術取得競爭優勢。

3. 發展金融服務的非金融機構(例如大型商業零售企業 Walmart、掏寶、拍拍等)。透過既存的銷售網路與客戶群，開展線上與離線業務的競爭優勢。

這些跨域提供金融服務的非傳統金融業者，具備以下特點：

1. 專業性。專注於特定領域，為客戶提供諮詢與導引服務。
2. 易用性。掌握客戶偏好資料，提供客製服務，依據客戶需求設計服務流程。
3. 權威性。不屬於特定金融機構，在商品推薦與分析過程中，可以更客觀公正，或者更容易取信於接受服務的客戶。
4. 個性化。擺脫金融機構營業限制，建立更符合客戶需求的業務模式。

以第三方資訊服務業者的服務型態來說，其由非金融機構建立金融資訊服務平台，為客戶提供綜合、即時、專業與個性化金融資訊，由於沒有身分限制，所提供的金融資訊可以更全面、更客觀。

據統計，國外商業銀行 81% 利潤來源與資訊服務有關，只有 19% 利潤源自於存放款利差(黃健青、陳進，2011)。過去金融業自行開發提供資訊服務，轉為與第三方金融資訊公司(如彭博、路透社等)合作。應用較廣的金融資訊資料庫如全球金融資料庫、金融市場即時資訊源等；第三方金融資訊服務公司透過網路的特色，為客戶提供綜合性、一體化的資訊服務，做到一站服務的理想，而金融業客戶也由過去被動接受資訊的模式，轉為依據自己的需求與偏好，透過第三方金融資訊服務商的整合資訊，主動尋求所需的金融資訊與服務。

國際的趨勢，同樣表現在大陸金融服務市場，由於銀行客戶難以從個別金融機構的眾多網頁，跨金融機構整合資訊、比較商品，第三方資訊服務者的出現，洽解決此問題，方便的做到一站式的服務。面對客戶的殷切需求，金融資訊服務商提供多層次、全方位的資訊內容與服務功能，輔助客戶做成財務決策。以東方財富網(www.eastmoney.com)為例，該網站提供包含財經、股票、基金、期貨、債券、外匯、銀行與保險等分類金融資訊，為客戶提供便利的整合查詢，其在 2009/4 iUserTracker 垂直財經網站中以日均 730 萬人位居第一。

資訊資源作為重要生產要素，有不可取代地位，其為促進金融創新、推動金融發展的重要觸媒，也是管理風險促進金融穩定的工具。依據統計，95%的金融創新來自於資訊科技，從創新產品設計、風險管理到產品行銷，資訊科技不可或缺。第三方資訊公司解決資訊眾多且分散的問題，由專業資訊服務供應商建立的第三方資訊服務網，將銀行、證券、保險等金融資訊整合，讓客戶體驗到專業、全面、個性化的金融資訊服務。

前述第三方業者類別中，影響最大、最直接的當屬第三方支付業者，因此，本計畫特別針對第三方支付服務業專節討論。

國外第三方支付市場發展歷程及業務現狀

1996年，全球第一家第三方支付公司在美國誕生，隨後逐漸有 Amazon Payments、Yahoo!、PayDirect、PayPal 等三方支付公司成立，以 PayPal 之發展歷程更代表北美第三方支付市場的發展。PayPal 成立於 1998 年，是因應逐漸興起的電子商務發展熱潮及彌補商業銀行不能對個人收單業務領域的不足。

1998 至 2001 年，PayPal 在市場拓展上取得一定成績，但真正步入發展快速期，則歸因於 2002 年被全球最大的 C to C 網上交易平臺 eBay 收購。當時，eBay 已經是全球最大的個人電子商務交易平臺。但 eBay 主要是一個產品展示平臺，產品的所有者和購買方都是個人，而商業銀行、信用卡組織又不向個人提供信用卡收單服務，因此，eBay 平臺的買方大都使用銀行或郵局匯款的傳統支付方式，時間長、效率低。為解決支付問題，eBay 最終收購 PayPal。此後，僅 2003 年 1 年的時間，PayPal 就因 eBay 龐大的市佔率，產生 4.4 億美元的交易金額，較 2002 年暴增 359%。目前，PayPal 在全球擁有 1.53 億個帳戶，是全球最著名的第三方支付機構之一。

在為 eBay 提供支付服務的基礎上，PayPal 也正努力將業務擴展到更廣闊的電子商務領域。在北美市場，PayPal 已經和 535 家獨立的 B to C 電子商務線上商城簽訂合作協議，大到零售巨頭沃瑪線上，小到普通的披薩餅屋等都支援使用 PayPal 支付。正如 PayPal 主席 Jeff Jordan 所言，PayPal 的目標是要成為線上支付行業的標準。

中國大陸業務規模排名前兩位的第三方支付公司分別是支付寶和財付通，發展歷程的第一階段是在 2004 年至 2010 年，第三方支付機構藉由交易平臺累積大量的用戶群。第二階段是 2010 年之後(亦即中國人民銀行正式發佈《非金融機構支付服務管理辦法》後)，第三方支付機構開始廣泛介入細分行業的支付市場，例如與人們生活緊密相關的水、電、氣、通訊等日常費用的繳納等。

從第三方支付機構與商業銀行的業務合作情況看，其成立之初大部分的交易量都集中在交易平臺，客戶定位主要是個人客戶，業務定位也主要是小額支付。雖然商業銀行收單業務未能含蓋個人客戶，但透過支付合作間接分享個人電子商務市場的成長收益。在此階段商業銀行與第三方支付機構的關係以合作為主，第三方支付機構聚焦個人客戶和小額支付，而商業銀行主要服務大額支付商戶。隨著第三方支付機構的發展壯大，後續和銀行競合之關係值得關注。

整體而言，國外第三方支付市場的發展歷程可歸納為兩個階段：一是依附個人電子商務市場(C to C 市場)起源、壯大、成熟；二是向外部專業化、垂直化電子商務網站(B to C 市場)深入拓展。

第二節 大陸第三方支付業務發展狀況

一、第三方支付概述

(一) 第三支付的定義及特點

所謂第三方支付⁶，指在電子商務企業與銀行之間建立一個中立的支付平台，為網路購物提供資金劃撥管道和服務的企業。在交易中，買方選購商品後，使用第三方平台提供的帳戶進行貨款支付，由第三方通知賣家貨款到達、進行發貨；買方檢驗物品後，就可以通知付款給賣家，第三方再將款項轉至賣家帳戶。主要運營形式有網路支付、固定電話支付、行動電話支付、銷售終端交易、自動櫃員交付、其他支付等。目前大多數第三方支付平台之收入來源主要是以收取手續費為主，即第三方支付平台與銀行確定一個基本的手續費率，繳給銀行；然後，第三方支付平台在這個費率上加上自己的毛利潤，向客戶收取費用。其特點如下：

1. 第三方支付平台採用與眾多銀行合作的方式，從而方便網路交易的進行，對於商家來說，不用安裝各個銀行的認證軟體，一定程度上簡化費用和操作。
2. 第三方支付平台作為仲介方，可以促成商家和銀行的合作。對於商家，第三方支付平台可以降低企業運營成本；對於銀行，可以直接利用第三方的服務系統提供服務，幫助銀行節省開道開發成本。
3. 第三方支付平台能夠提供增值服務，幫助商家網站解決即時交易查詢和交易系統分析，提供方便及時的退款和止付服務。
4. 第三方支付平台可以對買賣雙方的交易進行詳細的記錄，從而防止買賣雙方對交易行為可能產生的抵賴、以及為後續交易中可能出現的糾紛問題提供證據。

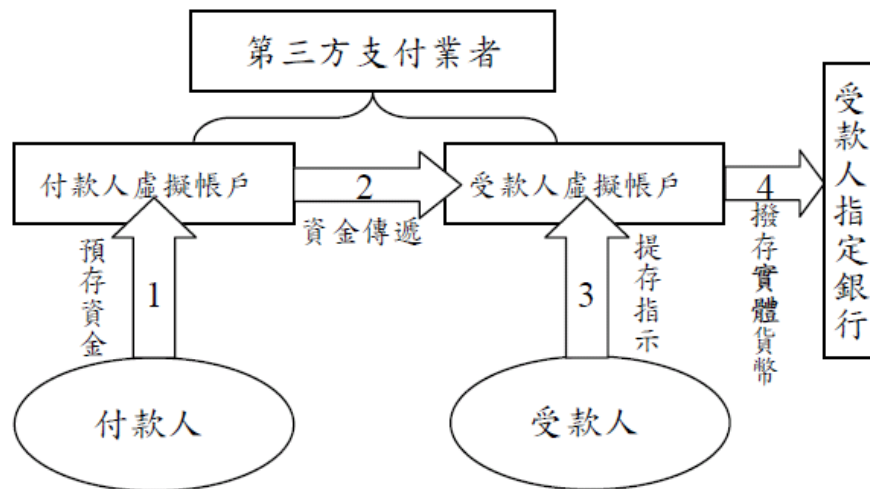
⁶ 有關第三方支付定義的差異。第三方支付最早是由中國人民銀行於 2010 年所提出之「非金融機構服務管理辦法」中所使用。不過，依我國經濟部定義，是指買賣交易雙方以外的第三人，其將銀行業者納入；但金管會認為若由銀行業者進行第三方支付，應該稱為網路代收代付，而非所謂的第三方支付業務。因此，傳統上所稱之第三方支付業者多指提供第三方支付服務的非金融服務機構。

(二) 第三方支付市場的交易模式及流程

目前較為普遍之交易機制歸納為二種模式：貨幣傳輸型(Money Transmitter)與網路交易履約擔保型(Internet Escrow Agent)⁷。

1. 貨幣傳輸型(Money Transmitter)

此類型支付方式主要功能在於資金的傳輸，付款方與受款方均有一個虛擬帳戶，使用時付款人預先將資金存入自己的虛擬帳號，而第三方支付業者會保密付款人個人資料，再居中以業者本身名義將付款人指定的金額轉移到受款人的帳號中，受款人則可以隨時要求第三方支付業者從專屬的虛擬帳戶中提存款項至指定的實體帳戶(如圖 3-2-1)。例如 PayPal 在跨國電子金流之第三方代收轉付實務運作上，能夠在平台上轉換不同之幣別，營運模式也因用戶不斷增加而推陳出新⁸。



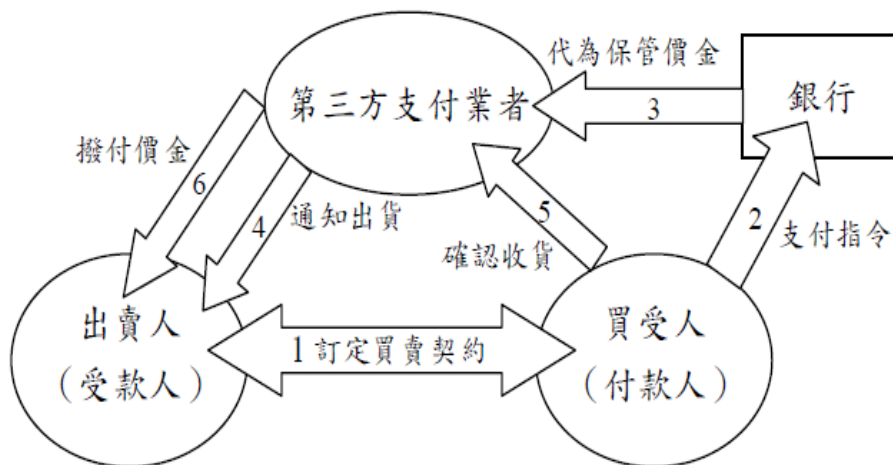
【圖 3-2-1】第三方支付貨幣傳送型交易模式

⁷ 參考經濟部 2008 年之「電子商務法制及基礎環境建構計畫跨國電子商務金流法制規範」研究報告。

⁸ PayPal 帳戶持有人可以選擇使用匯款或是信用卡付款，當收到不同貨幣種類的款項時，可以選擇直接經由匯差換成預設幣別，或是在同一帳戶下另設該幣別專戶予以存入。

2. 網路交易履約擔保型(Internet Escrow Agent)

與貨幣傳輸型之開設帳戶以儲值、傳遞資金不同，網路交易履約擔保型的第三方支付系統係提供價金保管服務，待特定條件如貨物交付完成時，再予以支付價金，此即符合第三者代管契約（Escrow）之涵義。析言之，當付款人在網路上與出賣人達成買賣契約時，付款人經由第三方支付業者所提供之資訊平台向銀行發出支付指令，銀行取得授權後，即將買賣價金交由第三方支付業者代為保管，業者收到價金後，通知受款人(出賣人)出貨，待付款人收到貨物，確認後通知第三方支付業者，此時業者再將已收受的價金交予受款人(如圖 3-2-2)。例如企業對企業（Business to Business, 簡稱 B2B）跨國交易平台「阿里巴巴」旗下提供金流服務的「支付寶」，營運模式係採上述兩者合併之類型⁹。



【圖 3-2-2】第三方支付網路交易履約擔保型交易模式

⁹使用者雙方均須申請虛擬帳號，使用者在申請帳號後，即可在與支付寶簽訂契約之金融機構提撥一定金額至虛擬帳戶儲值，當在網路上訂定買賣契約後，因交易雙方均有虛擬帳號，在金流方由支付寶系統暫為保管交易價金，在出賣人出貨、買受人收到貨物檢驗無誤後，通知支付寶，再由其給付價金予出賣人。

二、大陸第三方支付牌照之介紹

(一) 第三方支付牌照之發放

2011年5月，中國人民銀行公布首批「支付業務許可證」，支付寶、銀聯商務、財付通、快錢等互聯網上常見的27家第三方支付企業，全部獲得許可證。2011年8月發放第二批第三方支付牌照，共有13家企業獲得；隨著2011年底第三批61家牌照的發放，大陸共有101家企業獲得第三方支付經營牌照。之後，中國人民銀行又於2012年6月28日發放第四批支付牌照，共有95家企業獲得資格。本次獲批的企業多為區域性、行業性的第三方支付企業。值得注意的是，銀視通信信息科技有限公司是第一家做電視支付的企業。本次支付牌照所覆蓋業務範圍主要是預付卡發行與受理、銀行卡收單、互聯網支付、數字電視支付及移動電話支付。

在第四批支付牌照發放時間後之一個多月，中國人民銀行於2012年8月7日發放第五批非金融機構《支付業務許可證》，不過與前四批相比最大的不同是，此次獲得第五批支付牌照的企業只有一家：青島百達通。根據中國人民銀行公告顯示，該公司申請的是山東境內的預付卡發行與受理，而牌照允許的業務範圍為青島市內預付卡的發行與受理。所以截至2012年8月7日，共有197家企業獲得中國人民銀行頒發的支付牌照(詳如表3-2-1)。2013年1月6日，又有26家企業獲得支付牌照。

目前牌照發放地區主要分布的情形為，分佈：上海(51家，26%)、北京(42家，21%)、廣東(20家，10%)、江蘇(12家，6%)、浙江(12家，6%)及其他省份(60家，31%)；業務類型為，預付卡發行和受理(120家，61%)、互聯網支付(72家，37%)、銀行卡收單(45，23%)、移動電話支付(33家，17%)。未來央行可能按「合規一家、發放一家」原則陸續對支付企業發放牌照，也可能將不再完全集中發放支付牌照。但未必會再有全國性或者跨區域的多業務牌照，這也意味著大陸支付業態格局基本底定。

【表 3-2-1】獲批支付業務許可證之第三方支付企業

| 第一批 27 家 (發證日期：2011 年 5 月 3 日) | |
|----------------------------------|-----------------|
| 支付寶(中國)網路技術有限公司 | 銀聯商務有限公司 |
| 北京商服通網路科技有限公司 | 深圳市財付通科技有限公司 |
| 通聯支付網路服務股份有限公司 | 開聯通網路技術服務有限公司 |
| 北京通融通資訊技術有限公司 | 快錢支付清算資訊有限公司 |
| 上海匯付資料服務有限公司 | 上海盛付通電子商務有限公司 |
| 錢袋網(北京)資訊技術有限公司 | 上海東方電子支付有限公司 |
| 深圳市快付通金融網路科技服務有限公司 | 廣州銀聯網路支付有限公司 |
| 北京數字王府井科技有限公司 | 北京銀聯商務有限公司 |
| 杉德電子商務服務有限公司 | 裕福網路科技有限公司 |
| 渤海易生商務服務有限公司 | 深圳銀盛電子支付科技有限公司 |
| 迅付資訊科技有限公司 | 網銀線上(北京)科技有限公司 |
| 海南新生資訊技術有限公司 | 上海捷銀資訊技術有限公司 |
| 北京拉卡拉網路技術有限公司 | 上海付費通資訊服務有限公司 |
| 深圳市壹卡會科技服務有限公司 | |
| 第二批 13 家 (發證日期：2011 年 8 月 29 日) | |
| 上海銀聯電子支付服務有限公司 | 杭州銀通數碼資訊技術有限公司 |
| 聯動優勢電子商務有限公司 | 成都摩寶網路科技有限公司 |
| 捷付睿通股份有限公司 | 證聯融通電子有限公司 |
| 上海得仕企業服務有限公司 | 山東魯商一卡通支付有限公司 |
| 中付通資訊服務股份有限公司 | 上海暢購企業服務有限公司 |
| 四川商通實業有限公司 | 南京市市民卡有限公司 |
| 上海富友金融網路技術有限公司 | |
| 第三批 61 家 (發證日期：2011 年 12 月 22 日) | |
| 天翼電子商務有限公司 | 聯通沃易付網路技術有限公司 |
| 中移電子商務有限公司 | 上海點佰趣資訊科技有限公司 |
| 天津城市一卡通有限公司 | 江蘇瑞祥商務有限公司 |
| 武漢市金源信企業服務資訊系統有限公司 | 廣東銀結通電子支付結算有限公司 |
| 現代金融控股(成都)有限公司 | 國付寶資訊科技有限公司 |
| 重慶易極付科技有限公司 | 河北一卡通電子支付服務有限公司 |
| 山西萬卡德商務有限公司 | 哈爾濱輪回網路科技有限公司 |
| 浙江商盟企業商務服務有限公司 | 安徽華夏通支付有限公司 |
| 河南匯銀豐資訊技術有限公司 | 貴州匯聯通電子商務服務有限公司 |
| 大連中鼎資訊有限公司 | 寧波銀聯商務有限公司 |
| 廈門易通卡運營有限責任公司 | 深圳市錢寶科技服務有限公司 |
| 上海電銀資訊技術有限公司 | 廣州易聯商業服務有限公司 |
| 北京海科融通資訊技術有限公司 | 浙江易士企業管理服務有限公司 |
| 中聯信(福建)支付服務有限責任公司 | 深圳市網購科技有限公司 |
| 東方付通資訊技術有限公司 | 廣東益民旅遊休閒服務有限公司 |
| 易智付科技(北京)有限公司 | 深圳市泰海網路科技服務有限公司 |
| 上海華勢資訊科技有限公司 | 廣州市易票聯電子商務有限公司 |

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| 深圳市深銀聯易辦事金融服務有限公司 | 北京資和信通聯科技有限公司 |
| 上海融興網路科技有限公司 | 深圳市銀聯金融網路有限公司 |
| 寶付網路科技(上海)有限公司 | 上海德頤網路技術有限公司 |
| 北京金科信安科技有限公司 | 上海富友支付服務有限公司 |
| 安易聯融電子商務有限公司 | 北京愛農驛站科技服務有限公司 |
| 上海付費通企業服務有限公司 | 北京首采聯合電子商務有限責任公司 |
| 北京中欣銀寶通商業服務有限公司 | 上海都市旅遊卡發展有限公司 |
| 北京市政交通一卡通有限公司 | 通聯商務服務有限公司 |
| 北京雅酷時空資訊交換技術有限公司 | 上海通卡投資管理有限公司 |
| 中投科信科技股份有限公司 | 上海宜友企業服務有限公司 |
| 安付寶商務有限公司 | 上海便利通電子商務有限公司 |
| 上海紐斯達科技有限公司 | 錦江國際電子商務有限公司 |
| 上海申城通商務有限公司 | 上海大眾交通商務有限公司 |
| 上海杉德支付網路服務發展有限公司 | |
| 第四批 95 家 (發證日期：2012 年 6 月 27 日) | |
| 上海卡友資訊服務有限公司 | 深圳市中付電子支付科技有限公司 |
| 上海匯潮資訊技術有限公司 | 深圳商聯商用科技有限公司 |
| 上海瀚銀資訊技術有限公司 | 西安銀信商通網路科技有限責任公司 |
| 銀視通資訊科技有限公司 | 陝西易通商聯網路科技有限公司 |
| 上海東方匯融資訊技術服務有限公司 | 陝西郵政西郵寄電子商務有限責任公司 |
| 天津榮程網路科技有限公司 | 北京恒信通電信服務有限公司 |
| 南京蘇甯易付寶網路科技有限公司 | 北京和融通科技有限公司 |
| 雙乾網路服務(蘇州)有限公司 | 北京商銀信商業資訊服務有限責任公司 |
| 山東省電子商務綜合運營管理有限公司 | 北京市銀博盛世電子商務有限公司 |
| 深圳市神州通付科技有限公司 | 北京銀通時代資訊服務有限公司 |
| 廣東嘉聯支付技術有限公司 | 北京交廣科技發展有限公司 |
| 深圳市快匯寶資訊技術有限公司 | 北京華瑞富達科技有限公司 |
| 北京一九付科技有限公司 | 北京高匯通商業管理有限公司 |
| 北京數碼視訊軟體技術發展有限公司 | 北京潤京搜索投資有限公司 |
| 北京匯元網電子商務有限公司 | 銀信聯(北京)商務服務有限公司 |
| 北京隨行付資訊技術有限公司 | 北京中誠信和商務有限公司 |
| 網易寶有限公司 | 北京廣聚福企業商務服務有限公司 |
| 浙江貝付科技有限公司 | 北京商銀科技有限公司 |
| 浙江航太電子資訊產業有限公司 | 國旅(北京)資訊科技有限公司 |
| 浙江余姚中國塑膠城網上交易有限公司 | 重慶城市通卡有限責任公司 |
| 福建國通星驛網路科技有限公司 | 重慶市公眾城市一卡通有限責任公司 |
| 鷹皇金佰仕網路技術有限公司 | 重慶千禮科技有限公司 |
| 廣西集付通投資管理有限公司 | 河北禦嘉商務服務有限公司 |
| 新疆潤物網路有限公司 | 山西易聯資料處理有限公司 |
| 江蘇省電子商務服務中心有限責任公司 | 山西蘭花大酒店有限公司 |
| 山東網上有名網路科技有限公司 | 吉林城市通卡股份有限公司 |
| 上海優樂網路科技股份有限公司 | 哈爾濱金聯信網路科技有限公司 |
| 上海億付數位技術有限公司 | 杭州盛炬網路技術有限公司 |

| | |
|-------------------------------|---------------------|
| 上海新華傳媒電子商務有限公司 | 舟山市明生商盟科技服務有限公司 |
| 上海商業高新技術發展有限公司 | 浙江銀付通資訊科技有限公司 |
| 上海樂易資訊技術有限公司 | 福建一卡通網路有限責任公司 |
| 上海金誠通商務服務有限公司 | 泉州市掌財通網路科技有限公司 |
| 中鋼銀通資訊技術服務有限公司 | 瑞特商務(泉州)有限公司 |
| 上海大千商務服務有限公司 | 廈門金利卡資訊科技有限公司 |
| 上海潤通實業投資有限公司 | 安徽省萬事通金卡通科技資訊服務有限公司 |
| 普天銀通資訊科技有限公司 | 安徽聖德天開資訊科技有限公司 |
| 上海巾幗三六五企業服務有限公司 | 安徽瑞祥資訊服務有限公司 |
| 上海瑞得企業服務有限公司 | 江西繳費通資訊技術有限公司 |
| 常州市愛心消費經紀服務有限公司 | 湖南星廣傳媒有限公司 |
| 江蘇大眾書局商務服務有限公司 | 長沙商聯電子商務有限公司 |
| 南京萬商商務服務有限公司 | 廣西支付通商務服務有限公司 |
| 江蘇鴻興達郵政商務資訊有限公司 | 海南海島一卡通支付網路有限公司 |
| 江蘇旅通商務有限公司 | 昆明卡互卡科技有限公司 |
| 無錫市民卡有限公司 | 雲南樂富資訊科技有限公司 |
| 蘇州市城市資訊化建設有限公司 | 雲南本元健康管理有限公司 |
| 山東城聯一卡通有限責任公司 | 蘭州易家萬通企業服務有限公司 |
| 成都天府通金融服務股份有限公司 | 青島百森通集團有限公司 |
| 匯通寶有限責任公司 | |
| 第五批 1 家 (發證日期：2012 年 8 月 7 日) | |
| 青島百達通 | |

資料來源：中國人民銀行網站

根據人民銀行2010年6月發布的《非金融機構支付服務管理辦法》規定，非金融機構提供支付服務需按規定取得「支付業務許可證」，成為支付機構。2011年9月1日後，沒有獲得支付業務許可證的第三方支付機構將不得繼續從事支付業務。從業務種類來看，中國人民銀行發放支付牌照中，含互聯網支付、行動電話支付、預付卡發行、預付卡受理、POS收單、貨幣匯兌、固定電話支付等七大業務類型，似乎意味著人民銀行對業務型態抱持多元開放的態度。從目前已獲牌照的197家第三方支付企業之地理佈局可以看出，這些企業主要集中於上海、北京、深圳等經濟發達地區，其他區域有待擴展。經濟發達使這些地方網路購物、線上支付，及各種與商務、交易、金融、物流相關的活動也較為活躍。

(二)未來是否繼續發放牌照

截至2012年1月，已有超過240家第三方支付企業提出申請，尚有百餘家企業等待牌照。大陸政協委員、中國建設銀行信用卡中心總經理趙宇梓在2012年兩會的提案中指出，第三方支付機構發展尚不成熟，建議人民銀行要嚴格控制牌照數量，大幅提高進入門檻，進一步嚴格進入標準和退出機制。易觀國際¹⁰預期，未來人民銀行對第三方支付企業的審核將愈趨嚴格，日後發放的牌照應會適量減少、時間拉長，且審批將更為嚴格。

所以在經過三次支付牌照發放後，支付行業出現三種變化：首先是交叉定位¹¹更為明顯，拿到牌照的企業開始思考定位問題；其次是考量如何以商品業務的創新以避免同質化競爭。再者，後續發放綜合性牌照的可能性愈來愈小，顯示行業的進入門檻在提高。

三、大陸第三方支付行業發展的現狀分析

隨著網路科技與電子商務的迅速發展，金融與網路技術不斷地融合，非傳統意義上的金融機構，憑藉先進的科技技術能力及靈活的經營方式，推出許多傳統金融

¹⁰ 易觀國際是中國大陸科技及互聯網行業在資訊產品、服務和解決方案的最大提供商，旗下包含易觀智庫、易觀商業解決方案、易觀會展和易觀資本等四大業務線。成立於2000年，總部位於北京，在上海、廣州設立分公司，並在深圳、南京、成都等地設有代表處。

客戶群含括企業和政府的管理階層，高科技、電信與專業服務機構的業務負責人，以及技術投資人等。在媒體方面，平均每年有4,000餘家大陸媒體，在超過12萬篇新聞稿件中引用易觀國際的數據分析；2011年有13,000多家海外媒體、近2萬篇報導引用其資料分析，易觀國際顯然已成為媒體引用資料最多的中國大陸互聯網資訊服務機構。

在其它使用者方面，在中國大陸，從中央到地方，超過25家的各級政府機構與易觀國際成為合作夥伴；逾九成的證券公司在日常研究中使用易觀國際的數據；超過100家公司在海內外上市時亦使用易觀國際的分析；每年平均超過2萬人參加其電商、移動互聯網及新媒體行業盛會，累計參加人數已超過百萬。在過去的10餘年，共有超過2,000家機構依據易觀國際所提供的資訊、服務和解決方案，在不同程度上提升經營業績。

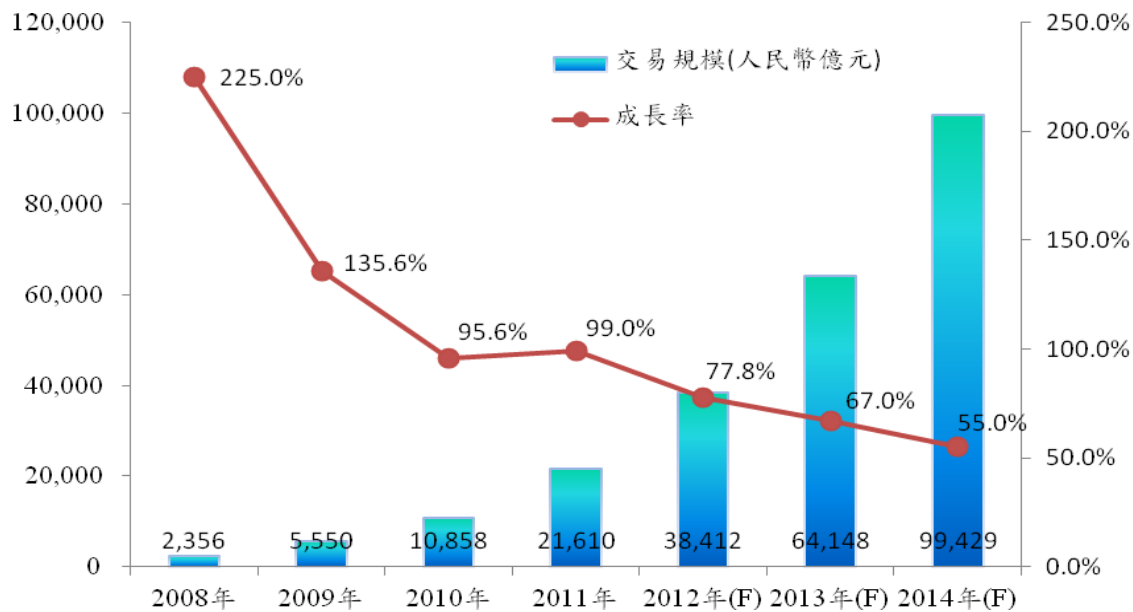
¹¹ 意指隨著支付業務許可證的發放，短期內將使得未獲牌照之企業停止支付業務、或被獲得牌照企業收購，具有優勢之企業將致力於技術研發，逐步擴大市場占有率。所以，牌照的發放促使支付市場發展發生變化。

機構沒有提供且更符合客戶需求的金融服務，逐步發展成為中國大陸金融服務市場的重要力量。

中國大陸第三方網路支付行業正持續保持強勁成長，根據易觀國際於 2012 年 2 月公布之大陸支付市場資料顯示，2011 年大陸網路支付市場交易額全年已達人民幣 2.16 兆元，較 2010 年成長 99%(如圖 3-2-3)。支付寶以 46%的市場占有率排名第一，財付通和銀聯網上支付(包含銀聯在線 Chinapay、好易聯及銀聯總公司)分別以 21.2% 和 10.8%的市場占有率佔據第二和第三，快錢、匯付天下、易寶支付、環迅 IPS 等公司則分別以 6.2%、6.1%、3.9%和 3.5%的市場占有率位居第四至第七位。這些支付企業均在第一批牌照發放時就已通過審核，搶佔市場先機；並在保持傳統優勢的基礎上，透過與產業鏈多方合作，不斷創新業務模式，衍生出更多發展機會。因此，雖然大陸第三方支付公司為數眾多，但前七大支付企業之市場占有率在整體網路支付市場中已達 97.7%(如圖 3-2-4)，顯示市場主要由少數幾家大型公司主導。

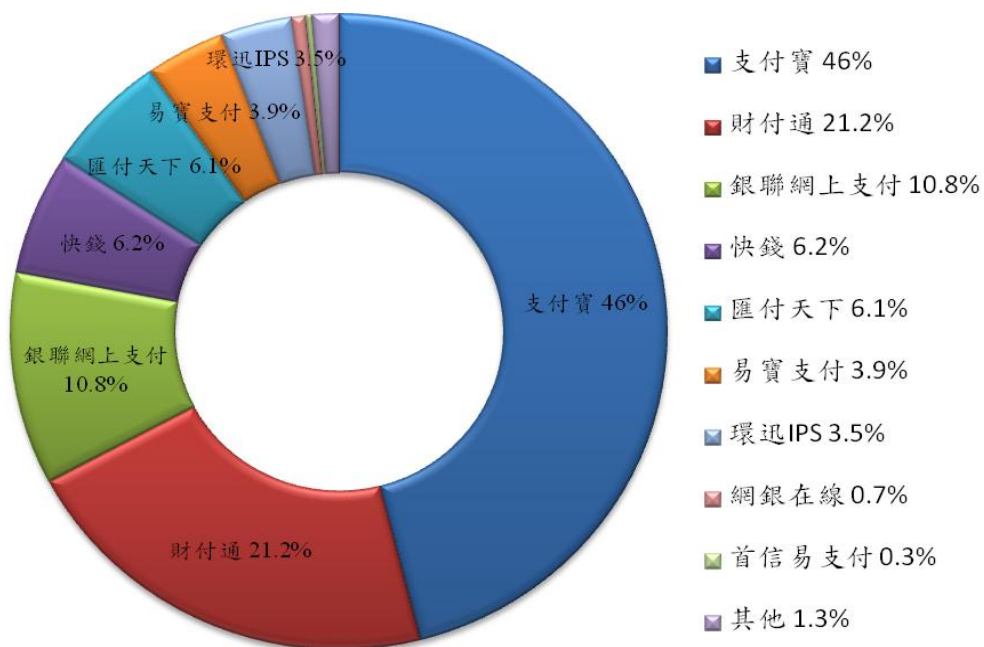
中國互聯網絡資訊中心¹² (China Internet Network Information Center，簡稱 CNNIC)發布之《第29次中國互聯網絡發展狀況調查統計報告》顯示，截至2011年12月底，大陸使用網路支付的用戶規模達到1.67億，使用率提升至32.5%。易觀國際於2012年1月5日發布報告更預期，第三方支付行業2012年市場規模可達人民幣3.84兆元，2013年達6.41兆元，而2014年則可能達到9.94兆元。

¹² 中國互聯網絡資訊中心於 1997 年 6 月 3 日經中國大陸國家主管部門核准下成立，在「國家公益、安全可信、規範高效、服務應用」方針指導下，CNNIC 主要職責有：1、國家網路基礎資源的運行管理和服務機構；2、國家網路基礎資源的技術研發和安全中心；3、互聯網絡發展研究和諮詢服務力量；4、互聯網絡開放合作和技術交流平台。



資料來源：易觀國際

【圖 3-2-3】中國大陸第三方支付企業網路支付業務之交易規模



資料來源：易觀國際

【圖 3-2-4】2011 年中國大陸第三方支付企業網路支付業務之市場佔有率

所以，在產業快速發展及相互競爭的情況下，不同公司研發的業務模式平台則各有側重。在行動支付發展加速及與部份銀行業務交錯重疊的背景之下，大陸第三方支付的發展呈現狀況如下：

(一)非獨立支付服務商占主流地位

以支付寶、財付通和銀聯在線Chinapay為代表的非獨立支付服務商目前在大陸第三方支付市場，具有絕對的主流地位。支付寶、財付通和銀聯在線分別憑藉阿里巴巴、騰訊及銀聯等集團企業的強大商業資源、技術和品牌影響力，三大支付企業在整體網路支付市場之市占率已近八成，這是多數不隸屬任何電子商務網站的支付企業在短時間不易追趕的。

以支付寶為例，身為阿里巴巴公司針對網路交易而推出的第三方支付平台，作為信用中介，在買方確認收到商品前，先替買賣雙方暫時保留貨款，數量眾多的阿里巴巴和淘寶網用戶及商家，自然成為支付寶的使用者。藉由阿里巴巴和淘寶網的強大人氣，快速累積用戶，目前支付寶已成長為全球最領先的第三方支付公司之一，除淘寶網和阿里巴巴外，運用支付寶交易服務的商家已超過46萬家，至2011年底，支付寶註冊用戶已突破6.5億，日交易額超過人民幣45億元，日交易筆數達3千多萬筆。

支付寶也已與海內外100多家銀行，及VISA、MasterCard等機構建立合作關係，成為金融機構在電子支付領域最為信任的合作夥伴之一。筆者設算，若消費者運用支付寶於網路購物後立即付款，若資金停留在支付寶的時間平均為7天，則停留於支付寶的資金將高達人民幣300億元以上。換言之，只要支付寶的業務量不下滑，該筆資金存於銀行，以年利率1%計算，每年的利息預估將超過3億元。再加上很多用戶在支付寶帳戶中存有剩餘資金，僅這些沉澱的資金，就已帶給支付寶非常可觀的收入。

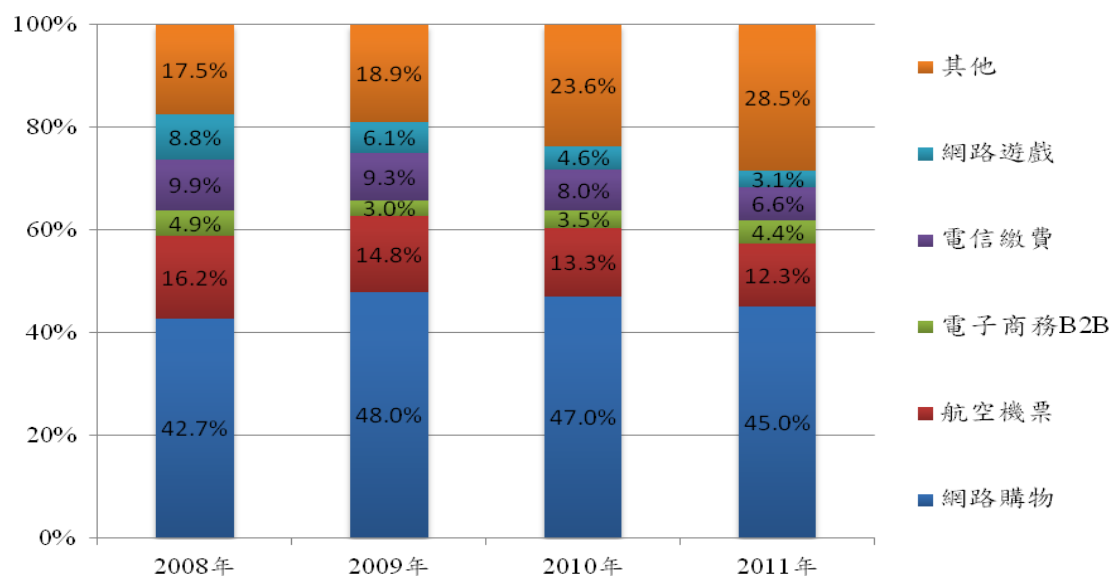
(二)獨立支付服務商強調客製化服務

相對於前三大支付企業，第四大的快錢公司於建立之初，即確立保持獨立、不依附任何企業之發展定位。支付寶是阿里巴巴的衍生支付企業，商家若選擇與這類支付平台合作，客戶訊息就會被網站自動保留，從而導致自己的客戶有可能流失，快錢則與商戶和企業間保持絕對的獨立，因此容易爭取客戶的信任。

快錢認為用戶及非用戶皆可能有交易產生，基數愈大，網路效應就愈大，應避免單一的線性成長，因此幾乎與所有重要入口網站合作。它利用網上帳戶、銀行卡、銀行匯款、郵局匯款和預付費用等多種支付方式，根據合作業者的需求搭建不同的平台。最大的優勢就是根據企業客戶的特殊需求，量身訂做銀行不願意做的特別服務。藉此，快錢可確實掌握客戶需求，不僅有效加強客戶的忠誠度，又可使其他增值業務在平台上順利延伸。

(三)支付服務市場朝向行業細分化及專業化發展

隨著各種電子支付業務的蓬勃發展，支付的行業化及專業化更趨明顯。第三方支付企業紛紛致力細分市場的拓展，網路購物及航空機票持續為最大的細分市場，電信繳費、網路遊戲及教育等市場則保持穩定成長(如圖3-2-5)。電子商務B2B和其他傳統行業之市場規模也逐漸擴大，預期跨境支付、保險、基金等金融商品將成為新藍海。此外，部分支付企業亦開展供應鏈金融服務，在金融服務上嘗試創新，第五大第三方支付公司—匯付天下甚至以金融支付專家自許。預計第三方支付企業在基金、保險銷售和產業鏈支付等金融相關領域之創新業務模式發展將愈趨專業及多元。



資料來源：艾瑞諮詢集團

【圖 3-2-5】中國大陸第三方支付企業網路支付業務之交易規模結構

(四)行動支付發展加速，可能改變市場格局

近年來，智慧型手機(如iPhone)及行動平板電腦(如iPad)的快速發展使得第三方支付企業愈來愈重視行動支付市場的開發。行動支付有效地突破網路支付使用環境的限制，並進一步實現從線上到線下(Online to Offline, 簡稱O2O)的合作發展模式。伴隨著中國電信、中國移動及中國聯通等三大電信營運商旗下之支付公司於2011年底獲得第三方支付牌照，行動支付的發展勢將加速。由於行動支付目前尚處於發展初期，極具潛力，若各第三方支付企業能加快市場區隔，搶佔先機，很有機會改變其市場地位及格局，因此相信短期內將有愈來愈多第三方支付企業會加強對行動支付市場的創新與開發。

四、第三方支付行業發展大事記

現將中國第三方支付行業發展過程整理如【表3-2-2】。

【表 3-2-2】 第三方支付行業發展大事記

| 期間 | 大事記 |
|---------------------------|---|
| 萌芽階段：2000 年～2003 年 | |
| 2003 年 | 支付寶成立，為淘寶提供支付服務，互聯網支付開始興起。 |
| 發展階段：2004 年～2006 年 | |
| 2005 年初 | 快錢正式上線，率先提出第三方支付概念，出現開放獨立的支付模式。 |
| 2005 年 | 支付寶推出擔保交易模式，使支付寶快速發展。 |
| 2006 年 | 快錢推出 IVR 語音支付，移動支付開始出現。 |
| 轉型升級階段：2007 年至今 | |
| 2008 年 | 第三方支付進入銀行卡收單領域，形成綜合電子支付模式。 |
| 2010 年 | 以快錢為代表的綜合電子支付解決方案成為主流。 |
| 2011 年 | 移動支付興起，移動支付產業五大格局開始形成。目前移動支付產業可劃分為五大陣營： 1、非接觸式支付(Google Wallet)、 2、移動收銀終端(Square)、 3、綜合移動支付平臺(PayPal、快錢)、 4、手機帳單(虛擬數字賬戶 PaymentOne)、 5、自建自用封閉平臺(Starbucks) |
| 2011 年 | 中國人民銀行頒布非金融機構《支付業務許可證》，規範產業之發展方向。同時，產業細分及專業化之發展趨勢更加明顯。 |
| 2011 年 5 月至 2013 年 1 月 | 共有 223 家第三方支付企業獲得中國人民銀行頒發的《支付業務許可證》。但獲得全國性、跨區域、多業務牌照的企業僅有支付寶、銀聯商務、財付通、快錢、匯付天下等 20 幾家。 |
| 2012 年 | 快錢率先由單一電子支付延展到企業流動資金管理領域，推出企業流動資金管理解決方案。 |
| 2012 年 | 基金支付牌照頒布，支付寶、財付通、快錢、匯付天下等正式進入基金支付領域。 |

資料來源：中國證券報、中證網，2012 年 8 月 10 日

五、大陸對第三方支付業務之政策法規及監理

(一) 第三方支付業務之政策法規

2005年1月，大陸國務院發布《加快發展中國電子商務市場的若干意見》，對網路支付明確給予高度重視。

2005年6月，中國人民銀行第一次發布《支付清算組織管理辦法(徵求意見稿)》。

2005年10月，中國人民銀行以指導性法規的形式頒布《第三方支付索引》，對第三方支付中的銀行及其客戶提出規範性要求，擬對第三方支付服務商發放牌照，進行市場進入的制度化管理。

2010年6月14日，中國人民銀行發布央行令，制定並公布《非金融機構支付服務管理辦法》，規範非金融機構支付業務，並明定於2010年9月1日起施行。該管理辦法規定，非金融機構提供支付服務，應依規定取得「支付業務許可證」成為支付機構。

2011年5月23日，半官方組織的中國大陸清算協會¹³順利成立，可視為正式承認第三方支付業務非金融機構之法律地位，亦正式將其納入國家監管體系。

2012年1月，中國人民銀行起草《支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿)》，向社會公開徵求意見。這也是人民銀行在發放三批第三方支付牌照後，針對互聯網支付業務單獨作出的管理規定。意見稿明確支付帳戶的開立實行實名制，支付機構對客戶身份資訊的真實性負責。支付機構不得為客戶開立匿名、假名支付帳戶。此外，意見稿中亦規定支付機構不得為客戶提供帳戶透支、現金存取和融資服務。

¹³ 支付清算協會是經中國大陸民政部許可、由中國人民銀行主導成立的專業協會，主要負責制定支付清算行業之準則及規範。其成立將有助於支付服務行業進行自律管理，維護支付服務市場的競爭秩序和會員的合法權益，防範制度風險。

【表 3-2-2】 第三方支付業務之相關政策法規

| 時間 | 頒布機構 | 規章文件 |
|-------------|--------|------------------------|
| 2005 年 1 月 | 大陸國務院 | 加快發展中國電子商務市場的若干意見 |
| 2005 年 6 月 | 中國人民銀行 | 支付清算組織管理辦法(徵求意見稿) |
| 2005 年 10 月 | 中國人民銀行 | 第三方支付索引 |
| 2010 年 6 月 | 中國人民銀行 | 非金融機構支付服務管理辦法 |
| 2012 年 1 月 | 中國人民銀行 | 支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿) |

資料來源：本研究自行整理

(二) 第三方支付業務之監理

2010 年 6 月至 9 月，隨著中國人民銀行關於《非金融機構支付服務管理辦法》及《非金融機構支付服務管理辦法實施細則(徵求意見稿)》的頒布，第三方支付行業正式納入國家監管體系，未來第三方支付行業將面臨行業高度集中與差異化優勢並存的格局。中國人民銀行的監管主要集中在「進入要求」和「業務監管」兩個方面。

2005 年徵求意見稿對第三方支付公司影響最直接的是資本門檻和外資比例限制。資本門檻分成全國、區域和地方三個層次，對應的最低限額分別是人民幣 1 億元、5,000 萬元和 1,000 萬元，外資不得超過 50%。2006 年的徵求意見稿將資本門檻分為全國和省兩個層次，全國還是人民幣 1 億元，省級則是 3,000 萬元；外資比例限制則更為嚴格，改為不得超過 25%，進一步將 PayPal 等外資排除在門外。

2006 年新增的條款，集中在內部控制上，主要是保證金管理和設立風險基金。依照草案規定，第三方支付公司可以向商戶收取保證金，但需支付保證金利息；保證金應在銀行設立專戶¹⁴，且同一家銀行只能開立一個專戶；企業需按照銀行營業日下午 3 點時保證金專用帳戶的餘額，提供 50% 的現金擔保，且不得動用此現金擔保。

¹⁴ 支付寶開創行業先例，自 2006 年以來，主動委託中國工商銀行每月核查支付寶在各家銀行的客戶交易保證金帳戶餘額，然後出具《支付寶客戶交易保證金託管報告》，證明交易資金沒有任何被挪用的風險，以有效確保客戶的資金安全。

2010年《非金融機構支付服務管理辦法》之第三章「監督與管理」明確禁止支付機構挪用客戶備付金，並且提出支付機構的實繳資本與客戶備付金日均餘額的比例不得低於10%。《管理辦法》亦對已取得「支付業務許可證」的支付機構提出持續監管之要求，累計虧損超過實繳貨幣資本一半的支付機構，將被人民銀行責令停辦支付業務。

2012年1月，央行公布《支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿)》向社會公開徵求意見，要求支付帳戶的開立實行實名制，支付機構須對客戶身份資訊的真實性負責，主要就是為了防範風險。實名制是第三方支付的發展方向，一方面具有反洗錢的功用，另一方面對用戶資金也有保障。現將中國人民銀行對於第三方支付業務之進入要求和業務監管內容整理於表3-2-3。

【表 3-2-3】 第三方支付業務之進入要求和業務監管

| 監管政策 | 內容 |
|------|--|
| 進入要求 | 資本門檻：全國 1 億人民幣、省級 3,000 萬人民幣、外資比例限制不得超過 25% |
| 業務監管 | 保證金：支付保證金利息、開立保證金專用帳戶、提供現金擔保 備付金：支付機構資本與客戶備付金日均餘額的比例不得低於 10% 許可證：累計虧損超過實繳資本一半的支付機構，停辦支付業務 實名制：對客戶身份資訊的真實性負責 |

資料來源：本研究自行整理

六、支付市場發展新趨勢：跨境支付

(一) 中國大陸第三方支付企業之跨境支付業務

2012 年以來，中國大陸兩大第三方支付企業支付寶和財付通分別與萬事達卡旗下的Data Cash集團和全球知名電子支付提供商Cybersource、Asiapay 達成合作協議發展跨境支付業務，為用戶提供國際支付解決方案。支付寶和財付通這兩家第三方支付企業不約而同地跨境支付市場，顯現支付市場發展的新趨勢。

(二) 跨境支付業務興起之原因

跨境支付業務興起之原因可分為兩方面，海淘之盛行及第三方支付行業之競爭激烈。近年來，隨著全球電子商務市場的發展，直接在境外網站購物的“海淘族”興起。萬事達卡的相關調研報告顯示，中國大陸跨境網購市場呈現逐年遞增的趨勢，預計2012年消費額將達人民幣180億元，2015年將接近500億元。艾瑞調查顯示，在中國大陸4億多網路用戶中，約有1.6億用戶參與網路購物，其中11%、約為1,800萬的網路購物者為“海淘族”。然而，對於“海淘族”來說，境外購物付款需要把人民幣轉換成外幣，申請手續繁瑣，而且境外購物網站大多是外文，語言上的障礙導致部分消費者對安全問題認識不足。

透過第三方支付平台進行網路跨境支付不需要進行外幣兌換，保障支付安全。在當前競爭激烈和高度集中的市場態勢下，第三方支付企業只有不斷探索新的業務領域，研發創新的支付商品，才能持續擴大市場占有率。對於第三方支付企業而言，跨境支付擴大其業務範圍及拓展市場；對於用戶而言，跨境支付讓“海淘”變得更加便捷。易觀國際分析師張萌認為，跨境支付已成為大陸第三方支付企業在同質化競爭之下出現的新興市場。

目前，中國大陸第三方支付企業的跨境支付業務主要有兩個方面，一方面是支持大陸消費者在境外網站消費支付，也稱購匯支付；另一方面是支持境外消費者跨境到境內網站消費支付，也稱收匯支付。第三方支付平台一般都會和銀行合作來統一購匯清算。

(三) 跨境支付業務發展趨勢

支付寶、財付通、快錢、易寶支付等第三方支付企業紛紛進入跨境支付，現將各家第三方支付企業發展跨境支付業務之發展趨勢介紹如下。

1. 支付寶

支付寶很早就開始對跨境支付業務佈局。在協助中國大陸消費者於境外網站消費方面，2007年8月，支付寶正式推出跨境支付業務，向境內買家和境外賣家提供

一站式的資金結算解決方案，此項業務之結算幣別包括英鎊、美元、日元、加拿大元、澳大利亞元、歐元在內的20種貨幣。截至目前，支付寶已與共600多家境外商家簽約，範圍含蓋香港、日本、美國、澳大利亞、加拿大、歐洲等數十個國家和地區。

在協助境外消費者跨至境內網站消費方面，自2008年起，支付寶陸續在香港、澳門與台灣等地推出Visa和萬事達卡支付服務，幫助開通Visa和萬事達卡3D認證的信用卡用戶透過支付寶完成支付，從而實現在境內網站購物。

2011年，支付寶又啟動跨境快捷支付；2012年9月5日，支付寶收購安卡國際集團旗下安卡支付，進入國際航空支付領域奠定拓展跨境業務的基礎。2012年5月，支付寶聯合中銀信用卡（國際）有限公司在香港、澳門地區推出快捷支付服務，由於無需事先辦理任何手續，跨境快捷支付的成功率可以達到96%以上。

目前支付寶已經突破國外信用卡用戶跨境支付的技術障礙，也就是說西方國家的信用卡持有者很快就可以透過支付寶直接從中國大陸市場購買商品。

2. 財付通

中國大陸第二大第三方支付企業財付通在2011年9月與美國運通達成協定，推出虛擬支付商品「財付通美國運通國際帳號」，財付通用戶可以透過美國運通線上購物平台globaleshop獲得在美國和英國網站線上購物的支付服務。用戶開通該帳號後，就可以在接美國運通卡的海外商家網站上購物，大陸消費者可直接在亞馬遜、美國梅西百貨等近百家境外商家進行購物，並進行跨境人民幣結算。

財付通用戶在實名認證後，核對真實姓名、身份證號、確定手機號碼無誤後，輸入密碼進入開通美國運通國際帳號介面。隨後系統將分配一個美國運通發行的帳號和有效期。大陸用戶在開通國際帳號後，即可進入海外協議商家網站進行購物。在結算的時候，按照當天匯率直接結算為人民幣，支付流程與在大陸境內支付一樣快捷安全。未來，財付通採取的方式是，如果人民幣匯率波動幅度加大，將以控制兌換週期等方式控制成本，並以收費支出等抵扣，要求商家承擔一定損失。

與支付寶自行開發不同的是，財付通選擇更為便捷的路徑。與美國運通的合作，將能加速財付通擴展業務規模，進入跨境線上支付服務領域。2012年6月，財付通與全球知名的電子支付提供商Cybersource、Asiapa達成策略合作，借助其遍佈全球的企業客戶及完善的支付解決方案，迅速介入跨境支付市場。未來財付通會有一系列商品來開拓跨境支付，全力發展國際業務。

3. 快錢

目前快錢能夠支持VISA、MasterCard、American Express、JCB等4大國際發卡機構之支付，涵蓋近15億張信用卡。快錢亦推出國際收匯方案，借助快錢平台，企業可以方便、快速、安全地開通全球的外幣收款管道，迅速將業務拓展至世界各地。除了提供交易和結算的便利性外，透過與全球領先的支付風險服務機構CyberSource合作，採用專業化的風控服務，為商家建立有效的防欺詐機制，減少商家風險。

4. PayPal

公開資料顯示，2010年底，PayPal在大中華地區的商戶總數突破100萬，其中絕大多數是中小企業。2011年PayPal在大中華區的總支付金額超過44億美元，占其亞洲地區收入的40%，並以每年70%的速度成長。PayPal擁有超過1億用戶，支付業務遍及全世界190個市場，支援20多種貨幣交易。PayPal擁有的海外管道和網路，在全球的用戶分佈較為廣泛，並擁有相當數量的合作企業，因此其在國際業務的拓展上相對具有一定的優勢，可幫助企業迅速拓展全球市場，這也是中國大陸的第三方支付公司最為欠缺的。

此外，在中國大陸第三方跨境支付市場上，還有一股不容忽視的競爭力量，那就是以PayPal為代表的在跨境支付市場已成功佈局，能服務全球線上收付款業務的境外支付企業。2012年6月，PayPal開始為中國大陸商戶免費提供兩種簡單易用的移動電子商務解決方案PayPal Mobile Payments Standard和Mobile Commerce in a Box。

然而，隨著大陸第三方支付企業跨境支付業務的發展，在跨境支付領域一家獨大的PayPal勢必面臨挑戰。但是在短時間內還很難形成威脅，畢竟PayPal是外國公司。事實上，因為監理審批問題，尚未獲得大陸支付牌照的PayPal，確實不易在大陸支付市場大展拳腳。

(四)跨境支付業務的安全性

跨境支付，又沒有信用卡，安全性如何保障？為了保障跨境支付的安全，第三方支付企業均採取了不少措施。

支付寶為了保障大陸境內消費者跨境支付的安全，對每一家簽約的境外商戶都進行了嚴格的審核；對於境外消費者的境內支付，支付寶則採取與大陸境內支付相同的安全標準來保障用戶的支付安全。財付通在保障“海淘”用戶的跨境支付安全方面採取密碼安全控制項、資金變動通知、仲介保護交易、密碼驗證保護和數位證書五重安全保護體系。與支付寶和財付通的自主研發不同，快錢則引入安全電子商務支付管理服務提供商CyberSource的線上反欺詐管理解決方案，以期提升跨境支付業務的安全。

根據財付通美國運通國際帳號使用「一次性安全碼」安全功能，財付通用戶每次進行網路交易時，會自動生成一個不同的一次性安全碼。由於每個安全碼在每筆交易中只能使用一次，用戶無需擔心安全碼被人盜用，從而在跨境網購時保障財付通帳戶資金的安全性。

此外，該平台還可解決購物時提供美國境內遞送地址的要求，服務財付通美國運通國際帳號用戶的在線服務平台，美國運通「海外直購」平台可以為用戶指定一個美國轉運位址，用戶完成跨境網購後，商品將由境外轉運地址轉送到大陸境內指定的收貨地址。與“海淘”族時常需要長時間等待不同，這種轉運將有時間上的保障。

(五) 跨境支付業務法規及監理

2010年6月，中國人民銀行發布《非金融機構支付服務管理辦法》，第三方支付企業從此取得合法地位，其支付業務也受到相關部門的監理。在隨後的兩年多時間裏，人民銀行先後公布針對網路支付、預付卡、銀行卡收單等業務的具體管理辦法或徵求意見稿，然而，卻始終未提出有關跨境支付業務的監理細則，導致相關企業在開展跨境支付業務時無法可依。中國人民銀行近日表示，正在研究進一步完善中國大陸支付清算體系、建設人民幣跨境支付系統等相關議題，將在支付系統中增加跨境支付清算功能。這足見人民銀行對於跨境支付業務的重視。

隨著跨境支付業務的發展，第三方支付企業在為消費者提供便利跨境支付服務的同時，也帶來一系列問題。因此，大陸監理部門應該儘快提出跨境支付管理的辦法，以使大陸第三方支付企業在開展跨境支付業務時能夠有法可循。

(六) 跨境支付業務的未來

數據顯示，2011年大陸境外代購市場交易規模達到人民幣265億元，比2010年成長120%。中國大陸電子商務研究中心預估，2012年大陸境外代購交易規模會達到人民幣480億元，市場仍呈初期發展階段。在競爭激烈及獲利模式受限下，跨境支付成為第三方支付企業的必爭之地。中國大陸第三方支付企業涉足跨境支付關鍵要看境外用戶是否接受、願不願意使用、接入網站的全球性及商品的多樣性。中國大陸支付企業的加入，將為全球用戶提供更多的支付選擇和豐富的用戶體驗，但是還不足以對PayPal帶來足夠的威脅。外來，大陸的支付企業仍需在各個細分領域慢慢積累自己的優勢。

第三節 台灣第三方支付業務發展狀況

不論國內或是國外，交易雙方相互的不信任感，是第三方支付業務發展的起源。國內拍賣網站成立時間由來已久，以營運方式的不同，主要可分為兩大區塊：(一)個人客戶或小型商戶自行上網登錄的商品拍賣網/商城、(二)拍賣網站自行營運的購物中心。其中，第一個區塊又可分為純粹由個人客戶或小型商戶自行辦理收款、包裝寄送的純拍賣服務，以及由拍賣網站協助小型商戶客戶收款(例如：信用卡、網站小額預付點數)，再由小型商戶出貨的半自助銷售服務，而第一個區塊由於商家規模較小，也是發展第三方支付的重要原因。

【表 3-3-1】台灣網路拍賣/商城營運模式彙整

| 營運模式 | 收款模式 | 寄送 | 範例 |
|----------------------------|-------------------------|--------|---------------------------------------|
| 1.個人客戶或小型商戶自行上網登錄的商品拍賣網/商城 | 自行收款 | 自行寄送 | 雅虎奇摩拍賣網 露天拍賣網 eBay 台灣 樂天超級拍賣 |
| | 商城協助收款 (半自助式) | 自行寄送 | PChome商店街 雅虎奇摩超級商城 樂天市場 |
| 2.拍賣網站自行營運的購物中心 | 拍賣網站收款 小額預付 第三方支付 | 拍賣網站寄送 | 雅虎奇摩購物中心 PChome線上購物 |

資料來源：本研究整理

半自助銷售服務由大型購物商城收款(買方可採信用卡付款)，再交予商戶，增加了買方付款的便利性。然而，因為由商城協助收款，帳款不免需要流經商城，且由其扣除服務費後再付予店家，且商城若發生經營不善等情事，賣方貨物帳款的回收將發生困難。因此，國內第三方支付的發展便在此環境下逐步醞釀、發展。

除了國內拍賣網站的需要，跨境交易更需要經由第三方支付來增加交易的便利性及安全性。國內網拍業者協助買家跨境交易(代購)的經驗由來已久，最早發展的

動機是國內買家需要到美國、日本及韓國等國家的拍賣網站購買商品，由於消費者無法付款予當地賣家及在當地收受貨品，因此需要代購業者協助下標國外的網拍商品，並在當地收取貨品。然而，由於代標業者在國外收到貨品後，無法真正驗證包裝內貨品的真實性，轉寄予國內代購客戶後常發生消費上的糾紛，近年代購業者已不願協助買家下標拍賣網站個人賣家出售的商品，但仍有向國外大型網路商城的代購服務。

國內買家向大陸網拍業者購買亦同樣面對上述的困難。雖然大陸淘寶網已在2012年3月開放台灣買家使用信用卡及金融卡付款，然而，買家支付貨款後，仍無法獲得保障，且由於大陸第三方支付的盛行與便利性，國內買家跨境購買後，收到貨品如有爭議，仍得以止付貨款，因此仍偏好以第三方支付方式支付貨款。部分國內純粹提供金流服務業者，即是搭上與大陸第三方支付業者的串接而開展業務。以下將就國內第三方支付的發展現況予以介紹。

一、發展現況

台灣第三方支付業務起步較晚，依營運模式的不同，主要可以分為**網路商城轉投資的支付業者**(例如：PChome的支付連)、**純粹提供金流服務業者**，(例如紅陽、綠界¹⁵和藍新等)，以及**銀行體系內業者**(例如：玉山銀行「兩岸支付通」、第一銀行「第e支付」)。各者的營運模式均略有不同，網路商城轉投資業者主要以提供現有商城客戶，在信用卡及銀行帳戶直接轉帳以外，以另一種支付選擇為營運的出發點；純粹金流服務業者則因缺乏大型商城奧援，主要服務跨平台的網路買家(尤其是大陸地區買家)，協助國內商家收取境外網路商城的支付款項；最後，銀行體系內業者由於起步最晚，經營策略亦有差異，有些已與境外第三方支付業者合作，協助國內商家向境外買家收款，有些則先以發展國內網路交易支付服務為主。以上各類業者，皆屬「第三方支付服務」參與業者，再就業者發展情況介紹如下：

¹⁵ 已併入茂為歐買尬(3687)轉投資成立之歐付寶財金資訊股份有限公司。

(一)網路商城轉投資的支付業者：

國內網路商城有鑑於網路交易詐騙日益盛行，最早即有從改善金流機制減少詐騙案件的構想。其中，雅虎奇摩於2007年與中國信託¹⁶合作推行「輕鬆付」的網路交易機制。簡單地說，該機制就是在傳統由買方匯款/轉帳至賣方提供的自有銀行帳戶，改為匯款/轉帳至合作銀行提供的虛擬帳戶，買家匯款至該虛擬帳戶後，會直接轉入賣家的輕鬆付帳戶中，拍賣系統並會自動判斷買家已付款並通知賣家出貨，省去了上網對帳確認買家是否將款項匯入的麻煩。此外，該項機制可一次提供多家銀行的虛擬帳戶供買家匯款，減少買方跨行匯款產生的手續費支出，增加交易意願。然而，該項機制的缺點在於並未保障買家在收到物品前，停止對賣方的付款，且部分新手賣家由於使用上的不熟悉，可能發生買方匯款後沒有確認收妥款項，而產生延遲出貨的情況，因此，大型網路業者仍有朝向以第三方付款，作為未來的改進方向。

於是，國內另一家網路商城龍頭—PChome於2012年3月，透過旗下子公司支付連提供第三方支付服務。大體而言，支付連的第三方支付特色，與大陸支付寶相似，包括買家貨款10天保護、延遲撥款機制及收款即時通知等主要特色，更與銀行合作，加強了「足額履約保障」的特色，以保障客戶儲值的金額可以獲得銀行保障。大體而言，網路商城轉投資的支付業者，挾其網路客戶資源的優勢，發展較為快速，但另一方面，也受限於母公司網路商城的規模及國際知名度較低，後續發展可能受限，尤其在跨境支付上，若與銀行進一步配合，較可能有進一步的發展。

(二)純粹提供金流服務業者：

目前純粹提供金流服務的業者，以台灣交易者為主體及交易買賣雙方流程區分，可分為**台灣買家服務業者**及**台灣賣家服務業者**。前者主要指協助台灣買家在大陸充值第三方支付公司餘額的金流業者，後者主要指協助台灣賣家在大陸拍賣網站銷售物品後，經由金流業者的協助收取貨款，並將資金轉回台灣或其他境外公司。

¹⁶ 目前雅虎奇摩輕鬆付已和中國信託、台灣銀行、合作金庫、華南銀行、國泰世華及玉山銀行等6家銀行訂有合作機制。

在台灣買家服務業者方面，由於買家支付/預付金額較小，較能相信由金流業者協助進行在大陸第三方支付業者的代充值工作。台灣網勁科技代辦「香港淘1站」所提供的服務，協助台灣買家在淘寶網購物時，能夠以ATM、WebATM、超商付款、iBon等多種付款方式完成訂購，購買大陸網路商品；另一方面，網勁也積極開發大陸買家服務模式，與全買網與支付寶合作，讓大陸網友可以使用支付寶在台灣網路商店購物。

在台灣賣家服務業者方面，藍新科技(ezPay)與大陸阿里巴巴集團旗下支付寶合作，世界最大規模的B2B網站阿里巴巴於2003年10月創辦中國最大的消費者購物網站「淘寶網」，2004年12月中國最大的電子支付公司「支付寶」開始營運，註冊會員近3億，市場佔有率超過60%，領先同業如財付通(約18%)、銀聯ChinaPay(約10%)。這項合作讓大陸網友在台灣網站購物時，可選擇使用支付寶付人民幣，在台灣商店則收到台幣。

台灣里與中國銀聯控股的銀聯(ChinaPay)合作，銀聯電子支付服務有限公司於2002年6月正式成立，係依附在中國銀聯的全國統一的支付平台，台灣的網站透過台灣里提供的銀聯卡網路付款機制，便可接受大陸約15億張銀聯卡的潛在客戶群，在大陸的網站亦可透過台灣里的ibon、便利超商、WebATM，接受台灣的消費者對其網站進行消費，台灣里則提供交易履約服務。

此外PChome、台灣樂天、紅陽科技、財宏科技等公司及統一客樂得、新竹貨運等物流業者均著墨已久，紛紛提出第三方支付合作方案，企圖搶佔兩岸網路支付市場台灣電子商務發展熱絡，以信任為基礎的交易模式，成為電子商務發展中備受關注的環節，因此具有安全性與保障性的第三方支付機制，對於台灣電子商務發展以及跨足海外極為重要。

(三)銀行體系內業者

經濟部因應產業需求於亞太華文電子商務行動計劃中，極力推動第三方支付服務機制。今(2012)年2月經濟部商業司所舉辦「經營網路第三方支付機制」甄選，最後遴選第一銀行、玉山銀行及支付連國際資訊公司(PChome集團下公司)三家金融

機構及資訊網路平台加入計畫，提供未來國內及跨境第三方支付金流平台。其中，支付連的發展狀況已如前述，本段將優先探討其他二家銀行的發展現況。

第一銀行第三方支付品牌「第e支付」已於2012年11月上線，該項平台屬於同時服務國內網路拍賣買家及賣家的第三方支付平台，提供網路交易代收代付的服務。舉例來說，買方上網購物付款後，由「第e支付」代收款項，且將款項轉入專戶妥善保管，待買方確認收到貨品後，再將款項支付給賣方，買方不需多繳納費用，賣方則要支付相關費用。此外，消費者登錄於「第e支付」相關資料皆留存於銀行而非商家，可避免信用卡等帳務資訊遭洩漏風險，以及款項無法追蹤等疑慮；對於商家來說，無須憂慮收不到貨款，另買方實名認證，可有效降低偽冒交易，大幅降低買賣雙方的不信任感、減少買賣糾紛。另依據第一銀行規劃，在完成第三方支付平台的電腦系統後，接下來將先在國內推動第三方支付平台，將電子金流產合在資訊及網路平台，下一個階段則要推動跨境的電子商務。

相對於第一銀行以國內網路交易平台的第三方支付為出發點，玉山銀行則以兩岸跨境交易的第三方支付為出發點，並且和大陸支付寶合作，於2012年3月推出「兩岸支付通」的第三方支付機制。「兩岸支付通」的主要目的，為協助國內商家在大陸拍賣網站、商城刊登商品出售後，得以接受大陸民眾以支付寶作為支付貨款方式，支付寶在買方確認收到物品後，再由支付寶將貨款跨境匯出，由玉山銀行協助轉換為台幣後存入台灣賣方商家帳戶內。因此玉山銀行主要是代支付寶付款給台灣商家，賺取中間手續費，以代收、代付服務為主。除了上述二家銀行外，中國信託商業銀行亦於2012年2月獲得金管會許可，辦理第三方支付業務，惟其細節與模式尚不明朗。

二、法令規範及實務作業之限制

繼電子票證發行管理條例於2009年1月23日公布實施、悠遊卡股份有限公司於隔(2010)年1月28日成為國內第一家取得核准之非銀行電子票證發行機構後，金管會於2010年2月2日針對銀行發行信用卡及現金儲值卡分別公告修正其管理辦法，亦即「信用卡業務機構管理辦法」（以下簡稱：信用卡管理辦法）及「銀行發行現金儲

值卡許可及管理辦法」(以下簡稱：儲值卡管理辦法)，可知我國金融法規對於消費大眾所常用之卡片支付方式，已依市場環境及交易習慣而有相應調整。

根據統計，我國線上購物之支付方式以使用信用卡為大宗。一般特約商店加入電子商務平台業者出租之虛擬店鋪，而以該平台業者所提供之金流服務收受信用卡時，除收單銀行應知悉其所代墊款項流動方式而訂以契約外，若提供金流服務之平台業者有代收特約商店(實際受款人)款項之情形，應將該筆交易金額取得銀行十足履約保證或全額交付信託以維護資金安全，而此代收款項之平台業者即屬實務上所稱「第三方支付服務提供者」之一類型。

所謂「第三方支付服務」，係指具備一定資產與信譽之第三方機構所提供之資金流動服務；該機構不以金融機構為限，所提供之服務亦非限於信用卡相關項目。其藉由本身之資力與資安技術，提供網路賣家支付閘道連結，以便買家使用電子支付時，經由該閘道向收單銀行發出付款指示，而第三方支付服務提供者則於收單銀行代墊款項時，先行介入付款流程而將價金代為保管，俟特定條件達成再將款項交付受款人，如此受款人(網路賣家)即可無須成為電子支付特約商店，買家仍可選擇電子支付工具支付款項。

然而，支付行為與一般商業模式之監理密度有別，後者乃以創造最大利益為取向，法規亦因此偏向最小程度之限制；而前者與國家金融秩序存有不可切割之重大影響，監理政策自然較為嚴格，故信用卡管理辦法雖已酌修將第三方支付服務態樣納入該法第27條，但於適用範圍上則較為保守，蓋其僅言「特約商店」，而按同法第2條第11款規定，特約商店係指：「與收單機構簽訂契約，並接受持卡人以信用卡支付商品或服務之款項者。」自是不包含無法成為銀行信用卡特約商店之小型商店或個人賣家，以此就前述第三方支付服務市場需求而言，信用卡管理辦法之規定雖有雛形，惟實質上仍排除資力不足之中小企業或個人賣家藉信用卡達成受款目的，難謂其已符合第三方支付服務之信用卡功能目的。

建議主管機關實可斟酌適度鬆綁法規，除使信用卡管理辦法第27條第1項第8款但書「特約商店」放寬為「商店」外，另將監理重心改置於第三方支付服務業者成

立所需條件，舉凡資本額門檻、擔保金額、價款交付信託，甚至是強制要求業者提供消費者履約保障機制，以及糾紛處理平台設置等，均訴諸法律明文，如此非但得以符合產業發展需求，更能兼收合法及監理之效。

至於電子票證屬於預先儲值型之支付工具，為符合線上支付之網路特性。線上支付實為電子支付的一種形式，兩者目前雖未有明確而統一的法律定義，但實務上大多將電子支付界定為「交易當事人，包括付款人、受款人以及金融機構，使用電子化訊息，透過相對應的電子傳輸環境，達成支付或資金傳遞之目的」；由此可知，線上支付乃是「經由網際網路完成的電子支付」。隨著科技不斷進步，可用於線上支付的支付工具種類愈見繁多，電子貨幣即屬其中一種，於國際間應用亦相當成熟，我國目前與其性質相近，發展亦較可期者，即為電子票證。

電子貨幣理應為「貨幣」的一種形式，其於虛擬的電子世界中亦應與實體貨幣有相同的功能，亦即：交換媒介、價值計算、價值儲存以及延遞支付等。為使電子貨幣能完整發揮前述功能，除付、受款人及往來金融機構均應對該電子貨幣表彰價值存有共識外，主要應使其與實體貨幣得以自由轉換，因此，電子貨幣使用方式多為使用人事先向該貨幣發行機構申請一個虛擬帳戶後，利用銀行轉帳或其他方式將不特定金額預存至該虛擬帳戶以供日後使用。所謂日後使用，則不以消費支付為限，事實上，國外機構多認電子貨幣為金融工具，亦即用在網路商店支付外，尚能在不同使用人的虛擬帳戶間轉帳（如PayPal Funds），甚至有讓使用人得以該電子貨幣直接在ATM兌換不同實體貨幣者。因此，發行機構對申請人身分審核至為重要，其尚有向申請人銀行核對帳戶的方式為之者，主要目的在於減少網路詐騙並防堵洗錢行為。

電子票證如同電子貨幣般，同樣屬於預付式（Pre-paid）的支付工具，其不以實體卡片型態為限而可用於線上支付，此為票證條例第3條第1款之意旨，因此在線上支付的實務應用上亦與電子貨幣雷同，使用人應於發行機構申請可用於網路交易上的虛擬帳號並預存金額以供日後支付使用。然需予以特別注意者為，電子票證於我國仍以支付用途為限，與電子貨幣得於不同虛擬帳戶間轉帳有別，故電子票證發行

機構業務管理規則第5條第1項規定：「電子票證之交易，不得為電子票證間之資金移轉。」此外，小額支付工具訂有儲值上限，故其亦不像電子貨幣有採較嚴格審核申請人身分之規定，目前僅對同一人購買或儲存總值超過一定金額時，主管機關有要求發行機構應確認申請人身分的規定（參見電子票證發行機構業務管理規則第2條）。

誠如前述，電子貨幣與電子票證用於線上支付雖為近似，但仍存有細微差異，前者為金融工具，使用範圍及功能較廣，而後者做為支付工具，使用範疇自以買賣商品之交易目的為限。兩者可用性在網路拍賣即可看出差異，由於網路拍賣仍多以個人為之，而個人以資本額及硬體設備實與商店不同，票證條例第3條第5款之「特約機構」雖不以法人為限，理論上自然人亦可為之，但以發行機構角度來看，與個人簽訂特約機構所負風險較高，個人能否承擔資訊安全成本亦是發行機構所顧慮，故自然人成為特約機構的情形，實難以想像，如此一來，在個人對個人（C2C）的網路拍賣中，由於拍賣人不是特約機構，付款人自然無法以電子票證支付款項，但雙方卻可利用電子貨幣得於不同虛擬帳戶間轉帳的特性，達成支付的目的。在目前「電子票證應用安全強度準則」的規範下，實體設備的電子票證或以交易為目的電子票證均不符合網路交易彈性、便利的特性。沒有多用途的網路虛擬儲值帳戶就不是電子商務平台業者所需要的第三方支付模式，這也將會影響銀行推展「網路代收代付業務」與這些大型、高知名度的電子商務平台、網路商城合作的可能性。

而銀行業者辦理代收代付業務在會員實名認證的要求必須是連結銀行(不限自行)存款帳號或是信用卡卡號，也就是申請這項服務的客戶至少需要在銀行開戶或是申請信用卡，這是銀行業認識客戶(KYC)非常重要的一環。然這除了使申請程序繁複之外，亦將限縮目前使用網路交易的年輕族群(沒有銀行帳戶、沒有信用卡)，特別是線上遊戲的族群。目前購買線上遊戲點數或數位內容在支付工具上有相當比例採用電信帳單扣款或是超商繳款，而主管機關對這兩個部分尚未開放。

此外，目前貨到付款、貨到刷卡、超商領貨付款的機制可以解決大部分銷貨收款的問題，如加入銀行提供的代收代付服務，可能會使作業程序更為繁複(登入平

台、輸入訂單資料、查詢收款情形、出貨回報等)外，但提供給買方的繳費管道並未更多。且影響賣方加入代收代付服務的關鍵在於其收款期將會延後，以信用卡收單而言，貨物售出、買方刷卡後即可請款(約1~2日)，代收代付服務則為送達通知後加7天的鑑賞期(即使買方使用信用卡也是)，才可收到款項，影響其資金的調度。再者，代收代付手續費的負擔也是其考量的主要因素，特別是原本以ATM轉帳或是網路銀行轉帳免費的電子化收款代收變成要負擔至少交易金額1%的成本。因此這樣支付模式轉變可有一定的困難度存在。

銀行為金融特許行業，無法經營網路商城，代收代付業務要成功可能需與網路商城或電子商務平台業者合作。小商家(小B)與個人戶(小C)的信用卡收單是國外第三方支付成功的另外一個原因，然依照目前的規範，銀行審核信用卡收單特約商店的規範並沒有因存在第三方支付的履約保障機制而有所差異，因此仍然無法解決小B信用卡收單的問題。其次，銀行無法擔任信用卡的特約商店，必須與網路商城或電子商務平台業者合作，由其擔任主特店，小B小C為次特店的概念辦理信用卡收單；因主特店、次特店及銀行間要簽訂三方合約，如須一一簽訂合約(動輒數千家)將增加許多成本與難度，恐非銀行收單人力所能負荷。再者，依據「信用卡業務機構管理辦法」第26條，簽立特約商店前應確實徵信，每半年應查核乙次，如此高額簽約與高頻率查核之人事與交通成本亦是以往銀行不願承接之因素。而收單銀行不肯接受此類商家成為特約商店另一個重要理由是風險及收益不成比例，因為若提供次特店信用卡收單服務，收益(扣除給予發卡機構之成本)約為交易額之0.1%~0.3%，但要承擔小型商店倒閉之風險。一旦該小型商店倒閉，收單行必須承擔100%商家倒閉之風險。

基此，建議主管機關可考量以他國經驗為借鏡，蓋歐美第三方支付服務演進至今亦非無中生有，追究根本原因，其仍端賴國家政策法令與市場需求反覆調和始得以快速開展。以美國金流巨擘PayPal為例，其業務最初並非毫無阻礙，在各州相繼以專法解釋其合法地位後，PayPal始有今日成就。同樣演變亦發生於歐洲及日本，是故法令之支持甚為關鍵。惟各國法律體系、交易習慣及經濟結構均非一致，我國

在立法設計上自不宜按他國法規照本宣科；然第三方支付服務於線上支付發展乃不可忽略之趨勢，準銀行架構是否依循他國法制前例將其定以第三方支付服務統整規劃，似值主管機關考量。此外，準銀行雖於國內法制已見雛形，然我國支付市場卻仍然期待進一步的法令解釋、調整，甚或明文創制以落實準銀行完整功能，同時予以妥適監理。因此，主管機關與立法者若能正視此一問題，我國電子商務金融法制之健全則將指日可待。

三、未來展望

從各家銀行的發展模式觀察，切入第三方支付服務的角度似乎不盡相同。本研究觀察，目前由國內業者自行發展系統切入台灣本土的「第三方支付」，似為較佳選擇。其理由如下：

(一)發展系統的規劃成本已較初始投入降低：

第三方支付在國外、中國大陸已行之有年，國內業者可參考其公開的運作機制據以規劃系統，降低摸索期間所付出之成本。完成後可運用於國內網路拍賣、個人交易，商機廣泛，長期而言應可回收投入之研發成本。

(二)先行者優勢(first mover's advantage)明顯：

觀察國外發展第三支付的領先業者(如：PayPal、支付寶)，多為第三方支付發展過程中之先行者，而網路交易雙方如已習慣使用特定業者作為第三方支付做為中介者，短期間在收取費率相似的前提下，先行者具有較大優勢。待小型第三方支付業者加入後，必定以降低費率作為市場侵入的手段，而此一狀況在大陸已經發生，監管機關對於第三方支付業者必須有更積極、有效的監理措施，才能確保合規的業者具有競爭優勢而得以持續發展、生存。然而，由於台灣情況和大陸不同，由於主管機關以往已對銀行業者進行有效監管，此一監管成本應成為促進產業合理競爭的重要守門員，亦為早期投入發展業者的一大保障。未來國內的第三方支付業者，亦應以相同的監管方式進行管理，以確保各家業者在相同的條件下競爭。

(三)與國外業者合作雖初期成本較低，但可能存在後續業務持續性風險：

國內業者與國外第三方支付業者合作，短期可藉由該支付業者或其背後的拍賣網站客戶群，賺取代收、代付手續費，賣方等於必須支付國外第三方支付業者及國內業者兩層的手續費。在這樣的情況下，業者必須思考一個問題，就是同樣的購買流程在多次交易後，雙方交易默契與信用已逐步建立的情況下，賣方是否會尋求買方的同意，採取較低的手續費率，且在有效的交易保障下，繼續進行交易，進而降低買方的購買價格？這是相當可能發生的情況，甚至連第三方支付的过程都省卻了也有可能。當然，如果大家記得「小心駛得萬年船」的道理，最後還是會運用第三方支付進行交易，但是會選擇手續費較低的方式進行，此時，業者自行建置第三方支付系統，存在價格上的競爭優勢，就可以逐步顯現。

依據金管會於2012年2月14日對未來發展具兩岸特色的金融業務訂定三大方向，其中之一就是建立兩岸網路金流平台。金管會正規劃建構「兩岸電子金流服務平台」，允許銀行業者與大陸地區網路支付平台業者建立交易仲介平台。屆時，透過大陸網站購物將不限持銀聯卡購物，適用對象將更為廣泛。金管會已經核准玉山銀行申請辦理這項業務，亦督導財金資訊公司規劃建立跨行電子商務交易金流支付平台，並也開放台灣銀行業者可以承作第三方支付業務。在推動兩岸特色金融業務方面，金管會已成立跨部會項目小組，並將上述規劃列入將推動的項目之一。

最後，國內第三支付的發展仍要端視政策引導方向而定。監管機關所需辦理的角色，應當是給予適當、合理且具有一致性的監管政策，使所有願意加入我國第三支付的業者在公平的環境下競爭。目前研究團隊所觀察到的現象，即存在銀行及非銀行業者在相同領域持續競爭，因此，若監管機關達成共識，願意讓我國的第三方支付業者在「非銀行領域」進行競爭，則可能必須放寬金控公司或銀行業轉投資第三方支付公司的相關限制，此時，銀行業者亦可以和具有資訊技術背景團隊的成員合組公司，在「非銀行領域」競爭，屆時網路商城轉投資以及銀行體系內的支付業者，都將具有較為合理且相同的競爭環境。另一方面，倘若主管機關若決定業

者在「銀行領域」競爭，且各家銀行若願意擴大參與，甚至可以由各方合組成立支付公司，由早期發展的銀行或第三方支付公司，以技術及資產入股的方式取得支付公司股權，其餘銀行採現金出資，凝聚銀行業及網路銷售業者的力量，全力發展台灣的第三方支付業務。

第四節 台灣銀行業跨足第三方支付業務之評估

一、第三方支付對銀行業務的影響

(一)影響手續費及佣金收入¹⁷

隨著商業銀行利差的不斷縮小，銀行在支付業務中所獲取之手續費收入，在盈利來源有其重要性。第三方支付業務之所以快速發展得益於銀行的支持與合作，銀行在資金安全和商業信用上都為其提供所需之服務，這也為第三方支付行業的快速成長作出巨大的貢獻。然而，第三方支付在快速發展的同時，亦可能在一定程度上搶占銀行部分的業務範疇。

例如許多銀行之網點可代為辦理的水電費、電話費繳納等支付業務，消費者亦可透過第三方支付工具辦理，這也使得銀行非利息業務收入減少，對銀行「手續費收入」形成替代效應。況且，目前第三方支付企業也可跨足原本屬於銀行經營的基金與保險銷售業務，亦可能使銀行「佣金收入」減少。所以，第三方支付業務之興起在未來可能對銀行手續費及佣金收入造成一定威脅。

(二)潛在客戶減少

第三方支付企業擁有龐大的客戶數量，隨著第三方支付改變原先依附由銀行提供付款的做法，轉而使用自己的虛擬帳戶來直接獲得客戶相關資訊，這就使得第三方支付企業瓜分銀行的客戶資源¹⁸。原本銀行在支付方面具備兩大核心優勢：一是得知最終的客戶；二是擁有支付結算的通道和網路。但是，未來有可能這兩大優勢會受到第三支付的影響和衝擊。

¹⁷銀行中間業務收入(中間業務收入係大陸用語)包括手續費收入及代銷保險、基金、信託理財產品等佣金收入；銀行手續費收入是指銀行在辦理支付結算、諮詢、擔保、委託貸款等業務時取得的手續費收入。

¹⁸根據中國研究報告網之「2011年支付寶快捷支付用戶數統計情況分析」(2011.12.16)，來自支付寶方面的最新資料顯示，截止目前支付寶快捷支付用戶數已經突破4,000萬，而快捷支付占支付寶總交易筆數的比例已達50%以上。從2,000萬到3,000萬歷時近3個月，而從3,000萬到4,000萬只歷時短短1個多月。這意味著，快捷支付這一新型網上支付服務正受到愈來愈多用戶的歡迎。

(三)削弱銀行存貸款

雖然第三方支付部分資金會以各種形式回流到銀行系統，但銀行的存款來源不可避免地受到削弱。以支付寶沉澱資金為例，目前日均餘額僅在人民幣數十億元，尚未對商業銀行形成挑戰。但隨著第三方支付平台的快速發展以及業務拓展至代理保險、代理基金等領域，未來可能將對存款的「投資」功能形成競爭，其潛在威脅不容小覷。同時，第三方支付企業憑藉對產業鏈上下游交易行為和資金紀錄的全面掌握，開始為中小企業和商戶打造網路融資平台，符合中小企業融資「小、短、頻、快」的需求特點，競爭力和成長性不可低估，可能對銀行的貸款業務構成競爭。

二、銀行選擇第三方支付企業合作對象之考量

台灣的「藍新科技」，早期以「ezPay 易付通」打響名號，自 2009 年起就與支付寶合作，並在經濟部輔導下建立「台灣通」購物網站。目前玉山銀行是和支付寶合作、中信銀行與中國銀聯聯手發起「銀聯線上支付」、台新銀行於 2012 年 3 月 29 日之董事會決議，將與支付寶及中國銀聯分別簽署業務合作備忘錄，發展兩岸業務交流與技術合作，並相互提供支援，以促進合作雙方業務發展。經濟部在 2012 年 4 月透過遴選，最後選出第一銀行、玉山銀行及支付連國際資訊公司(PC home 集團下公司)三家金融機構及資訊網路平台，將提供未來國內及跨境第三方支付金流平台。

自中國人民銀行陸續發放三批支付牌照後，第三方支付企業已有 101 家，支付市場競爭日益激烈。但由於第三方支付企業業務的進入門檻低，業務模式容易產生複製，這也成為其行業性的問題。儘管目前第三方支付企業主要獲利來源是收取手續費，但手續費率逐年走低已是不爭的趨勢。1999 年，第三方支付企業針對每筆網路支付，收取 3% 之手續費，2003 年至 2004 年，手續費就大幅下滑至 1.3%-1.6%，隨後銀行網關手續費繼續大幅下滑至千分之五左右。所以，第三方支付企業目前面臨的問題是欠缺獲利模式，當務之急是如何開發新的業務，進行產品創新。例如快

錢公司在差異化業務發展上，選擇偏重企業客戶的「保理業務¹⁹」，並將業務從傳統支付領域擴展到中小企業金融服務。

所以，在第三方支付產業快速發展、相互競爭及各公司經營業務重點不同的情況下，台灣的銀行業者除了根據第三方支付企業不同的運營模式，在考量自身策略發展下選擇合作的第三方支付企業，亦應評估第三方支付企業未來發展的新興業務。

三、銀行跨足第三方支付市場之風險控管

(一) 客戶隱私

第三方支付機構保留客戶姓名、聯繫方式、住址、身份證字號、信用卡卡號及密碼等重要訊息，若安全防護能力不足、應用程式存在漏洞、內部人員管理不善等因素，均可導致資訊被不法分子利用或竊取，將對第三方支付企業的公信力產生影響。

(二) 違法犯罪

隨著第三方支付平台的不斷發展，其業務範圍必然擴展到跨國交易支付，屆時跨國性的洗錢活動很可能透過第三方支付平台的電子化交易進行，可能成為資金非法轉移套現及洗錢犯罪活動的工具。如何加強風險監管及防範套現風險、打擊網路洗錢及等犯罪行為，是台灣銀行業者欲跨足第三方支付市場面臨的重要考驗。

(三) 資金風險

當買方向第三方支付帳戶付款後，款項一般約在平台停留 3 至 7 天，直至買方收到貨物後確認付款，所以在第三方支付企業的帳戶上就會保留客戶的資金，形成資金沉澱。這時有可能會產生兩個問題：首先，若這些資金若缺乏有效的流動性管

¹⁹保理業務係大陸用語，即為應收帳款承購與融資業務 (Factoring)，企業把應收帳款的債權轉讓給銀行，無須等到貨款到期就可先取得資金，進而增加資金的周轉效率。

理，可能存在被非法挪用和占用等資金安全問題，引發支付風險和道德風險；再者，沉澱資金如何管理？這些資金產生的利息是歸屬於買方還是第三方支付企業？

本報告已於第二節大陸對第三方支付業務之監管措施中，說明中國人民銀行對備付金之監管原則。至於利息的歸屬先前尚無定論，但於 2011 年 11 月第三方支付機構沉澱資金(等同於客戶備付金)利息歸屬問題終於明確。中國人民銀行發布《支付機構客戶備付金存管暫行辦法(徵求意見稿)》，進一步明確第三方支付企業所接受的客戶備付金，不屬於支付企業的自有財產，但支付企業可獲沉澱資金的大部分利息，即沉澱資金利息必須計提 10% 的風險準備金²⁰，剩餘之 90% 可全歸屬第三方支付企業，其可將已計提風險準備金後的利息餘額，劃轉至其自有資金帳戶。

四、銀行與第三方支付在業務之競合關係

第三方支付服務和銀行相關業務已形成相互緊密的關係，且各具優勢。在共同做大市場的同時，競爭與合作並存。目前第三方支付企業與銀行間是合作大於競爭，尤其在個人對個人 (Consumer to Consumer, 簡稱 C2C) 的業務上，因為賣家零散眾多，管理耗時，在銀行資源有限的情況下，銀行與第三方支付企業雙方互利合作是必然的。據第三方支付企業「快錢」日前表示，將把業務從傳統支付領域擴展到為中小企業提供應收帳款融資服務，其把中小企業的融資需求和資訊，經過處理、打包後，變成銀行能夠接受的標準化流程以進行合作。所以，中國大陸第三方支付企業利用本身所擁有的中小企業客戶資源，幫助銀行拓展其需用較高成本才能夠觸及的中小企業，雙方一起拓展市場，兩者的關係是合作大於競爭。

在現行體制下，銀行在支付業務中的核心地位尚無法取代，因為第三方支付機構不僅在資金劃撥和結算清算業務方面，最終還是需要通過銀行來完成。但 B2B 及企業對個人 (Business to Consumer, 簡稱 B2C) 網路支付業務方面，在各大銀行之網路銀行不斷改進與強化後，銀行與第三方支付企業的競爭態勢將日益突顯。而第

²⁰ 風險準備金是支付機構按季從所有備付金銀行帳戶利息所得中結轉的、專門用於彌補支付機構客戶備付金等特定損失的資金。

三方支付企業於跨足基金與保險銷售，以及供應鏈金融等原本屬於銀行經營的業務後，預期更將逐步激化彼此間的競合關係。

但是，隨著第三方支付機構業務範圍的逐步擴張和用戶數量的激增，在與銀行的競爭中，第三方支付機構的角色益形重要。如何廣泛地強化與銀行互補合作的可能，同時憑藉靈活、創新和低費率等特色與銀行在零售及客製化金融商品上競爭，將會是第三方支付平台成功的關鍵。

五、銀行因應之策略

在支付結算業務方面，第三方支付已對銀行之業務和經營風險帶來影響。隨著兩岸相關政策的公布實施和支付牌照的發放，第三方支付行業的崛起已是必然趨勢。銀行應深入了解第三方支付對自身經營的影響並積極應對，探索零售業務發展，針對不同支付業務實施差異化策略，以因應市場發展需求的新興業務。在法令許可的前提下，若銀行能嘗試考量和一家運作成熟、成長性佳的第三方支付企業進行合作、培植甚至收購，或許可解決第三方支付機構現存的困難，又為銀行未來業務發展和持續成長提供重要契機。

整體而言，大陸第三方支付市場發展快速，商機龐大。雖仍存在資訊安全及違法洗錢等疑慮，且監理法規配套措施尚不完善；但在中國人民銀行陸續發布相關規範辦法，訂定嚴格的市場進入資格後，第三方支付平台之風險監理機制正在逐漸強化中。為協助國內網路商店及中小企業爭取大陸商機，金融監督管理委員會已於2012年1月核准金融機構辦理銀聯卡在國內網路交易之收單業務，使大陸民眾利用網路即可方便地購買台灣商品。同時，金管會於2012年2月亦表示將督導財金資訊公司積極規劃建立跨行電子商務交易金流支付平台，建立多銀行參與之開放式系統，以利更多大陸民眾利用網路購買台灣相關商品；並允許銀行與大陸網路支付平台業者建立交易仲介平台，甚至直接承作第三方支付業務，扮演第三方支付角色，推動具兩岸特色的金融業務。在主管機關的支持與持續營造第三方支付業務發展的友善環境下，相信未來兩岸經貿衍生的各種金融商品或業務合作中，第三方支付服務定將不會缺席，甚至將扮演開路先鋒。

第肆章 行動支付安全

移動支付為商務處理流程中，利用現代的設備如手機、PDA及筆記型電等，從事商業交易為目的的資金流流動。人們已經習慣於既有的付款方式，而新的付款方式的引進，勢必帶來相對地不安全感。因此，不論是電子付款或行動付款，如何讓人們相信新的付款方式而願意採用，安全性就顯得特別地重要。所以本研究針對付款的安全性做探討，分析目前有哪些安全機制及技術可以運用在行動付款上。我們先探討在做行動付款交易時所可能遭遇的風險及安全需求，然後探討有哪些資訊保密技術及安全機制或協定可以用來達成這些安全需求。

第一節 行動付款安全機制

行動付款的話題一直方興未艾，近年來隨著智慧型手機普及，投入開發行動付款市場的業者也愈來愈多。首先是 Google 在美國推出的 Google Wallet 服務，接著台灣也有中華電信、悠遊卡、NXP、與萬事達卡合作推出、內嵌 NFC 晶片的 iPhone 4/4s 手機背夾。日前，開南大學也宣佈與法商歐貝特系統合作，建置 NFC TSM 授信服務管理系統，並計劃年底推出交通與小額消費服務的行動 APP。

未來，金融、交通、零售通路...等業者，可以將服務轉換成 APP，並透過 Global Platform OTA 空中下載系統提供給使用者，換句話說，使用者如果想申請某家銀行的信用卡，不必再到銀行櫃檯（或上網下載）填寫申請書，只要下載該家銀行的信用卡 APP，經過認證後，銀行就能透過 OTA 開通信用卡服務（如：將資料寫入手機 NFC 晶片），使用者就能拿著手機付款購物。

第二節 行動支付安全之疑慮及隱憂

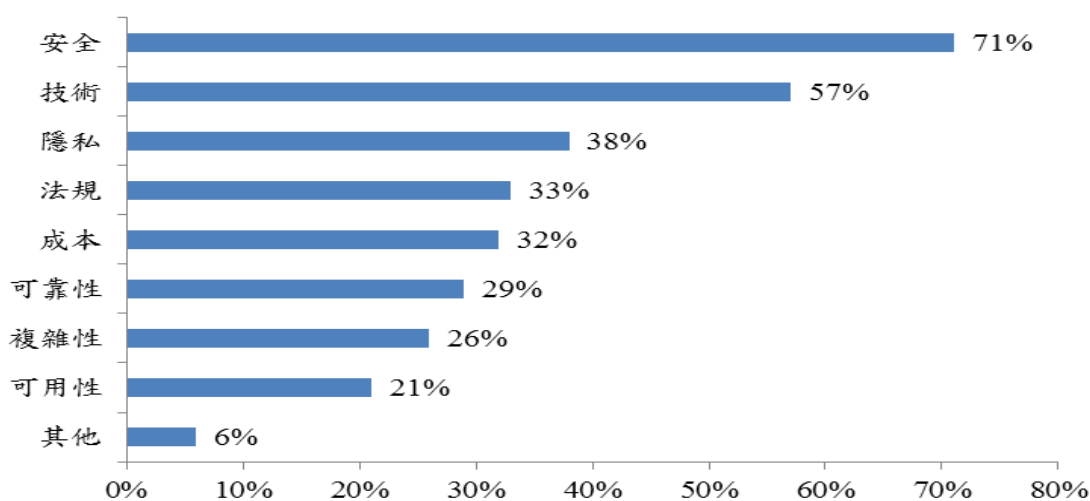
（一）行動支付之安全疑慮

支付的安全性及個人隱私一向是消費者主要關切事項，也是新支付工具或方案

能否成功的關鍵因素。雖然行動支付方案提供許多安全性機制，也致力提升消費者資料保護，但消費者對行動支付的「安全性」與「隱私」仍有不少疑慮，究其原因主要為：

- 部分行動支付業者不是銀行，其風險管理經驗與能力較欠缺，且政府對它們的監管也較鬆散。
- 駭客攻擊的技術，亦隨科技的進步而提升；網路詐欺的手法，也不斷更新。
- 用戶資料被竊取、盜賣或不當使用，時有所聞。

根據 KPMG 會計師事務所一項針對 446 家全球性公司之問卷調查(如圖 4-2-1)，71%的行動支付業者認為，行動支付發展面臨的主要挑戰為「安全」，38%認為係「隱私」。行動支付業者必須讓消費者相信，其交易及支付資料被安全的持有及移轉。57%的業者認為係採用的「技術」，行動支付的技術必須能滿足用戶安心、容易使用、交易迅速等要求，也必須達到高安全性的標準。



資料來源：KPMG 2011 Mobile Payments Global Survey, p.23。

【圖 4-2-1】行動支付發展面臨的主要挑戰

艾瑞諮詢(iResearch)根據 Pew Internet 發佈的調研報告發現，2012 年美國 42% 的用戶擔心移動支付的安全性，另外，認為移動支付沒給他們帶來任何好處和認為移動支付比較繁瑣的人群分別占 37%和 36%。艾瑞諮詢認為，出現以上情況的原因有以下兩點：第一，美國的移動技術處於世界領先水準，手機等移動平臺上會保留更多的私人資訊，因此用戶在使用移動支付時會更加慎重；第二，美國銀行卡、信

用卡體系已經非常健全，在支付過程中，用戶更傾向於刷卡、現金等傳統的方式，這導致用戶對移動支付的要求更高，更個性化。

(二) 行動支付安全之隱憂

2012年2月10日，據美國媒體報導 Google Wallet 服務被曝出現漏洞，攻擊者甚至無需掌握專門的駭客技術，就能夠獲取用戶的個人識別碼(PIN)並竊取帳戶中的資金。但如果手機未被授予 Root 許可權，或者設置鎖屏密碼，就不會出現這一問題。不過，Google Wallet 的另一個漏洞是，能夠對沒有獲得 Root 許可權的手機起作用。而 Google 作為移動支付領域的領頭羊出現安全問題，必將引起業界關注移動支付的安全問題。

最嚴重的問題在於，這一攻擊方式十分簡單，甚至無需專業技術或駭客技巧。只需清空應用設置資料，就會產生新的個人識別碼，隨後輸入新的個人識別碼，向手機捆綁新的 Google 預付卡，便又可以使用之前所有的資金。因此，任何人只要持有您的手機，就能夠在眾多零售商處使用，輸入新設置的個人識別碼，就可以用您的現金消費。

目前用戶在等待 Google 解決方案的同時，還可以採取預防措施：啟用螢幕鎖定，對存儲系統進行加密，以及避免手機離開視野範圍內。不過在現實中，最後一條很難做到。Google Wallet 目前的普及率還很低，只有與 Sprint 合作的三星 Nexus S 4G 手機支援這一服務，因此不會有太多人受到影響。不過這一問題也突顯，隨著近場通訊技術的發展，一些新的資訊安全問題也隨之出現。在這項技術普及前，必須先解決這些安全問題。

智慧手機普及率越來越高，手機病毒也越來越多，駭客使用病毒盜取用戶的手機 PIN 碼、網銀密碼，導致用戶帳戶被盜刷，這樣的案例比比皆是，如何保證手機支付帳戶的安全已成為目前手機支付的一個重要難題。

另外，由於移動支付產業鏈較長，鏈內沒有任何一方能夠單獨將該業務一手包攬從頭做到尾，加之移動支付仍欠缺行業標準，若產業鏈環節中的各方各自為戰，整個產業的發展舉步維艱。因此，移動支付作為一種全新的支付方式，在得到廣泛

應用的同時，移動支付的安全性是首要應該解決的問題，同時應儘快建立移動支付安全性的統一標準，對此，招商銀行長馬蔚華建議，應將移動支付產業納入大陸重點扶持創新產業，推動移動支付商業模式的創新，實現移動支付產業鏈上下游合作共贏，這樣，產業鏈各企業共同建立一道支付防火牆，將駭客阻擋在外，這樣才能真正實現安全支付。

第三節 行動支付風險及安全需求

(一) 行動支付風險

行動支付體系的主要參與者：買方、賣方、行動網路服務業者、手機業者、行動支付應用提供者、金融機構及認證機構。圖 4-3-1 簡單地描繪行動支付體系的一般性架構，此架構說明行動支付的主要參與者及其彼此間之關係。行動手機用戶及商店使用行動支付的服務。行動支付應用提供者(M-payment application service provider, MASP)提供必要的軟硬體設施，以利行動支付，並扮演金融機構與行動網路服務業者間之媒介機構。行動支付使用者(行動手機用戶及商店)事先必須向 MASP 註冊登記，註冊登記後 MASP 即可彙集用戶及商店的帳戶資料及其有效的數位憑證。用戶手機號碼及商店機台號碼被連結至其往來銀行帳戶，此均由 MASP 予以維護及管理。用戶的行動錢包(mobile wallet)可嵌入手機或手機中的 SIM 卡。行動錢包則通常與 MASP 的伺服器連結。

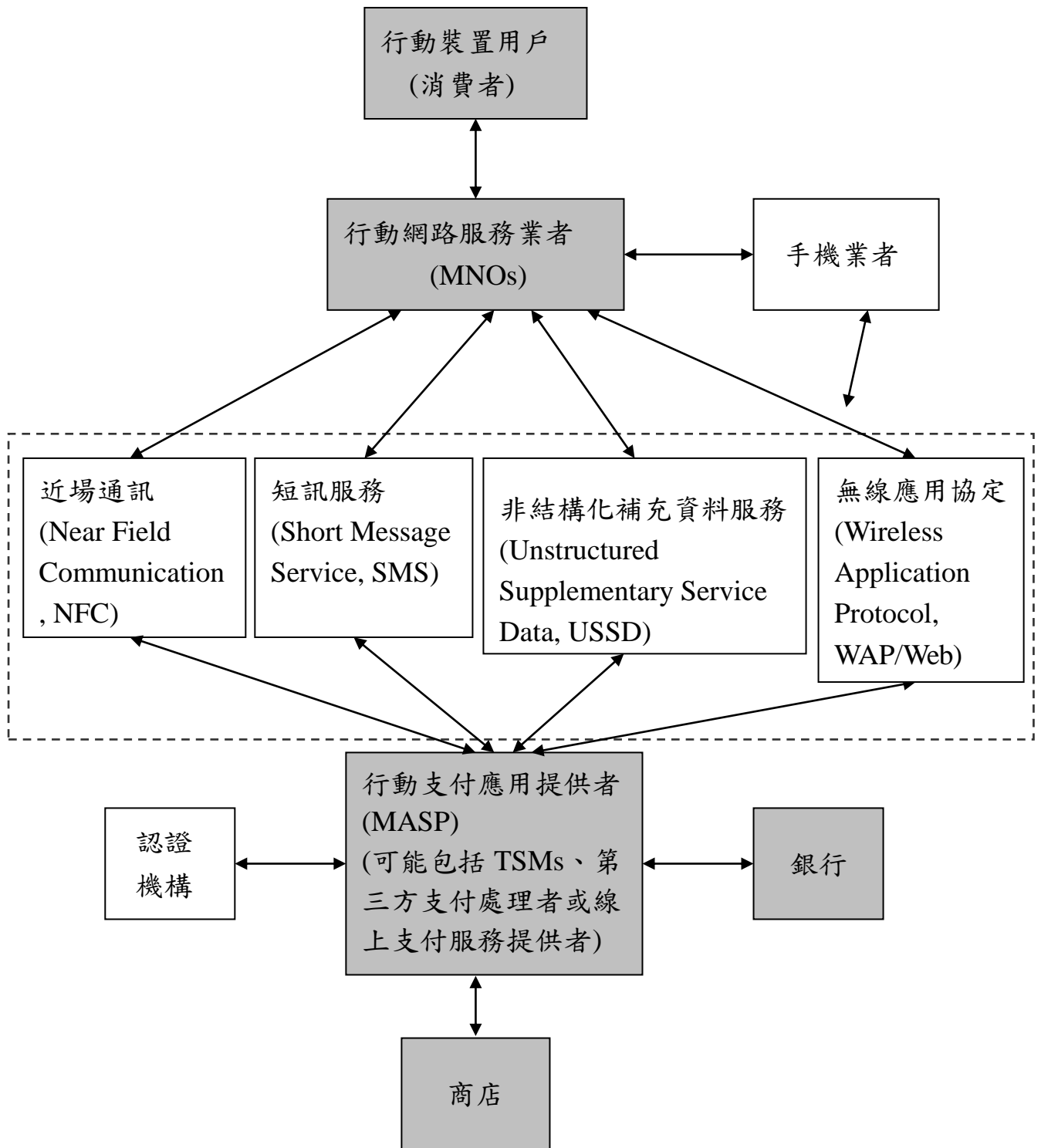
當行動裝置用戶的手機與商店的 POS 機台感應，並進行一宗電子交易時，商店即取得用戶的手機號碼並發動交易款項的請求，用戶確認此項請求並授權支付。MASP 收到用戶的確認及授權後，透過與銀行連結，借記用戶帳戶並貸記商店帳戶。一旦電子資金移轉成功，確認訊息將傳送至用戶及商店，分別通知其已被扣帳及入帳。憑證機構在行動支付體系中，則扮演提供用戶數位憑證的角色，俾確保支付交易的安全性。

手機裝置結合第三方信任服務管理者 (Trusted Service Manager, TSM) 及空中

下載行動網路（Over The Air, OTA）等模式，於 TSM 安全管理平台下，利用 OTA 行動網路自卡片應用服務供應商（Application Provider）下載卡片應用程式，再運用近場通訊（Near Field Communication, NFC）進行行動支付。

跨國應用程式下載整合之 TSM，一般可由獨立及可靠的第三方機構來擔任，並作為手機裝置與應用服務供應商之間的服务管理平台；舉例來說，NFC 手機裝置在台灣可透過中華電信 TSM 下載悠遊卡應用程式，當此手機裝置到香港想運用當地八達通等小額支付工具時，則可藉由 Global Link 模式與中華電信 TSM 進行連結，完成應用程式下載，藉由整合不同國家間之 TSM 服務，達成全球作業一致化之目的。

值得強調的是，行動支付尚在發展階段，且每個國家的商業模式、行動支付功能、參與者及法規等有很大的不同，故並沒有一套放之四海皆準的行動支付架構。



資料來源：參閱 Mahil Carr(2008), p.6。

【圖 4-3-1】行動支付體系的一般性架構

在做付款交易時，買方、賣方、相關支付服務業者與金融機構之間必須做付款相關訊息的交換。在做行動付款訊息交換的時候，如何確保安全性至為重要，必須考量到網路的安全性（無線傳輸因為在空中傳遞而有可能被竊取）、裝置的安全性（行動運算裝置的遺失與裝置上的資料被破壞）、和行動付款應用相關的安全性（如交易者身份的認證）。

行動支付可能會面臨的風險

1. 在付款交易時，交易者的身份可能會被冒用。
2. 交易資料的傳輸可能會被竊取或修改。
3. 交易者有可能否認曾經做過的交易。

就買方來說，會擔心交易的對象可能是假的商家，可能在付款之後收不到所購買的商品。或者買方本身的身份被有心人士冒用，用來作一些買方所不許可的交易。還有信用卡或帳號等私人資料，可能在傳輸過程中被劫取。而商家同樣也會擔心所面對顧客的身份是假的，或者顧客在做過交易後，也可能會否認自己所做過的交易。

(二) 行動支付安全需求

1. 行動付款交易系統之特質

一個安全付款交易系統需要具備下列特質：

- (1) 交易雙方身份的認證(authentication)，確認交易者的身份。

在行動交易進行中，惡意第三者可能偽造交易資訊以欺騙系統或其他使用者，為了確保系統資料傳送者的身分及資格的正確性，對於使用者身分認證，必須保有鑑別性。一般身分驗證方法主要是利用一些登入機制來確認使用者身分，同時系統應該啟用日誌功能，針對每次驗證要求與結果進行追蹤與記錄。而常用的登入方式之一，通常是使用密碼進行驗證，在密碼的管理上，必須避免使用「無效密碼」，並且要求使用者週期性更換密碼，以降低帳戶遭盜用的可能性。

- (2) 資料訊息的隱密性(confidentiality)，經過加密的資料，不怕訊息被竊取。交

易必須保持其不可侵犯性，經由網際網路送出及接收的訊息是不能被任何闖入者讀取、修改或攔截的。駭客入侵電腦系統之前，往往是利用網路窺視，並事先蒐集使用者在登入系統前所輸入的帳號、密碼及使用者姓名等重要訊息，再冒名侵入系統。

- (3) 資料訊息的完整性(data integrity)，交易一定不能被竊改、破壞或干擾。電子交易的內容在用戶端和伺服器間傳遞的過程中確認沒有被改變，也就是訊息在交易的處理過程中不能被任意地加入、刪除或修改。而在實際使用上，通常是使用數位簽章，透過公開金鑰密碼系統，發送方可利用其私密金鑰以特定演算法產生「簽章」，而接收方則利用相對的公開金鑰，驗證資料的完整性。

- (4) 不可否認性(non-repudiation)，人們不能否認曾經做過的交易。

不可否認機制所提供的服務主要用於防止惡意的使用者否認先前所做過的事，並用之以解決已發生或尚未發生的事件或交易糾紛。施行不可否認機制時，必須要有一個要令買賣雙方都信服的可信賴的第三者，需要可以與不可否認服務請求方共同產生證據，以及要可以提供證據給證據使用者和判決者，而這些證據都需要有真確性、來源、時間等的特性，以確保不可否認性。

可信賴的第三者在扮演證據產生者的時候，同時也是驗證的那一方，所以在使用金鑰來對證據作安全符號時的金鑰，存放在證據產生者、證據驗證者與判決者所共同持有的抗破壞模組內，而安全符號則是只有可信賴的第三方才會有金鑰。在實行不可否認機制時，需要再三確立可信賴第三者的角色與職務，尤其是憑證機構、公證機構，並且在交易時將交易資料加密，以防止資料被竊改及偽造。

因此，要確保交易的安全，必須要有堅固的網路安全防衛措施（如防火牆），以及安全的資訊保密技術(如加密技術、數位簽章及憑證)之輔助。

2. 行動支付系統的安全問題

(1) 行動支付資訊的機密性

商家向移動支付平台傳遞的產品資訊、買家付費的帳戶資訊以及在移動支付平台上傳輸的機密資訊，有可能在網路上傳送或存儲的過程中被他人竊取、洩露或披露給未經授權的人或組織，造成用戶損失。不安全的移動終端也有可能使個人帳號、密碼等敏感資訊受到病毒、木馬程式的攻擊，威脅用戶銀行帳號安全。

移動支付的WAP協議中存在一個安全漏洞：伺服器到WAP 閘道用SSL（安全套接層）加密的資訊需在WAP 閘道解密後，再用WTLS（Wireless Transport Layer Security，無線傳輸層安全）加密後發送出去。這樣儘管內容伺服器到閘道，閘道到終端用戶是安全的，但資訊層以明文形式在閘道上存在一段時間，這就有可能被攻擊者竊取，造成安全隱患。

(2) 移動支付資訊的完整性

機密資訊以及買賣雙方與移動支付平台間的數據可能被未授權者修改、嵌入、刪除、重複傳送或由於其他原因使原始資料被更改。如果沒有一種讓持卡人認可的措施來確保支付過程是安全的，將極大影響用戶選用移動支付的信心和積極性。

(3) 移動支付多方身份的認證性

移動支付是在支付各方互不見面的情況下，使用移動終端通過移動通信網進行的交易。移動用戶與服務提供商之間不存在固定的連接，很難確認彼此的合法身份，建立信任關係，保證支付全過程的安全進行。

(4) 移動支付的不可否認性

與傳統商務活動相比，移動支付是無紙化支付，支付行為難以留下憑證，不便於對支付過程進行記錄、分析、管理和追蹤。對於資訊發布、支付談判、支付合同簽署等關鍵交易步驟，一旦有一方予以否認，另一方沒有已簽名的記錄作為仲裁的依據。並且即使進入法律程式，由於缺乏配套的法

律法規支持，使得訴訟請求不能得到合理的支持。

(5) 移動支付服務的不可拒絕性

由於移動支付網路中存在擁塞、單點失效、效率和服務品質不高的問題。無法保證授權用戶在正常訪問資訊和資源時不被拒絕，無法保證為移動用戶提供穩定的服務。

(三) 消費者權益保障

此類用來做為小額支付之工具，隨著利用率及普及率的升高，發生使用爭議的案件亦時有所聞，而成為消費者權益保障的重要議題。

此類電子化小額支付工具，之所以使大眾感覺消費者權益有受到侵害的疑慮，可歸納為下列幾項原因：

- 1、客戶在申用時未能詳細閱讀約定條款或使用規則，而金融機構則多以交付法令要求的文件代替具體說明。
- 2、交易筆數頻繁，但金額小，且交易時間短暫，故客戶較少保存交易記錄或證明。
- 3、處理交易之一方為客戶個人，另一方為商家的最基層服務人員，或甚至為無人的自動化服務設備，以致一旦爭議發生當時未能即時處理或保全必要證據。
- 4、金融機構自身系統安全及保密措施若有疏失，造成資訊安全及客戶隱私受損之問題。
- 5、由於電子化小額支付工具所針對的是額度較小之交易，是故，諸如預付卡及儲值卡並未有身分認明之功能，也就是說，這類支付工具大多數不具有識別性，當卡片遺失或是被竊，消費者只能自認倒楣。這類不具有身份辨識的支付工具或許便於交易，但也引發其他問題，像是支付工具因被竊或遺失而遭他人使用，這些都會使消費者權益處於一種不可回復之狀態。

第四節 如何提升行動支付的安全性與隱私

由於非接觸式行動裝置(手機及 PDA 等)具備支付功能，因此，如何強化支付安全甚為重要。具備非接觸式技術的行動支付體系或平台，可運用智慧型晶片及各種安全設施，提供安全的支付環境。有三種措施可以提升行動裝置的安全性：1.用戶使用前，可以使用密碼進行個人身分的識別。2.萬一手機遺失、被盜或被竊，使用者可以透過撥打電話或上網的方式，進行手機的遠端鎖住，以防止被盜打或盜刷。3.使用者可以利用事先嵌入手機的 GPS 功能，透過個人電腦尋找手機。

資訊安全是十分依賴密碼技術的，在網路上傳送的資料可採用密碼技術加以保護，加密過的訊息在網路上流通時就算被駭客竊取，他也不易將訊息還原(解密)。目前最常用的加密技術可歸類成以下三種：

1. 身份認證技術

對於在行動支付中，確認使用者的身份認證的關鍵安全問題，建議以下五種方式可以提供不同安全程度的認證：

- (1) 行動電話號碼採用實際記名制管理；
- (2) 行動支付加入固定的密碼；
- (3) 行動支付過程中採用對稱式加密進行資料交換；
- (4) 行動支付中可採用動態密碼管理的方式；
- (5) 行動支付中可運用移動公開金鑰基礎建設 (Public Key Infrastructure；PKI) 做身份認證，如 WAP 身分識別模組 (WAP Identity Module；WIM)。

在實際操作中，將根據不同的因素和安全需求決定不同的身份認證方式。小額行動支付認證可以採用行動電話號碼和固定密碼認證，大額行動支付認證可以採用固定的密碼和動態密碼來提高安全性。此外，以 WIM 為基礎的移動 PKI 認證方式可以同時滿足以上兩項要求，進而可以完成更多的型動支付功能。

日本行動通信龍頭企業 NTT DoCoMo 是行動支付業務發展得最好的電信業者之一。DoCoMo 和三井住友銀行聯合推出兩項業務，包含 ID 借記卡業務，使得 DoCoMo 的行動支付業務突破了小額支付的界限，以及 DCMX 信用卡業務使

DoCoMo 的行動支付業務跨足到消費信貸領域。為確保行動支付業務的安全性 DoCoMo 規定，消費額超過預存款以及 DCMX 行動信用卡業務每筆消費超過 1 萬日元都需要輸入 4 位元驗證密碼；使用者可以透過已註冊電話或者公用電話告知 DoCoMo 鎖定行動支付業務；針對 DCMX 信用卡業務推出的定制手機中有指紋和面部辨識功能，以提供行動支付之安全性。

2. 數位簽章技術

數位簽章又稱電子加密，可以區分真實資料與偽造、被篡改過的資料，公開金鑰加密技術是數位簽章的主要技術，它有兩個金鑰：一個是簽名金鑰，它必須保持秘密，稱為私密金鑰；另外一個是驗證金鑰，它是公開的，稱為公開金鑰。使用者在送出單據和帳號資訊後，同時產生一個私密金鑰和證書，然後將該帳號連同證書和簽名檔作為一個包裹傳輸給接收方；接收方在收到簽名帳號資訊後，首先至 CA 中心驗證此證書的合法性，來確定發送方的身份是否可信。如果可信，則用證書中的公開金鑰來驗證傳輸來的檔是否是發送方所簽署的。

3. WPKI 技術

WPKI 即「無線公開金鑰體系」，主要透過公開金鑰基礎設施以及證書管理策略，建立安全有效的無線網路通信環境。WPKI 中使用兩個不同的公開金鑰：一個用於金鑰交換（其證書可用於身份認證），另一個可用於數位簽章，這樣有效地將身份認證和存取控制分開。無線 PKI 的架構包括無線終端、註冊中心（RA）、證書認證中心（CA）、目錄伺服器和無線閘道等。註冊中心負責接受用戶對證書頒發、撤銷等請求，認證中心負責證書的頒發和管理，證書內容包括使用者的姓名和公開金鑰、證書有效期等資訊，和 CA 對這些資訊的數位簽章。目錄伺服器用來存放證書、CRL 等供用戶查詢、下載，無線閘道完成無線和有線環境協議的相互轉化。在安全協議 WTLS 中，伺服器和客戶（如果伺服器要求的話）分別利用其公開金鑰證書向對方證明自己的身份。

4. 在支付方面

用戶在進行支付交易時可以選擇在手機上設置一定的金額，超過該額度即需要輸入密碼後才能成功交易，否則可認為是小額支付，無需輸入密碼。同時，此類功

能的手機要求用戶設置多重密碼，包括開機密碼、銀行卡資訊密碼等，加密技術更為先進。晶片與手機 SIM 卡集成，手機丟失後其他人無法使用，也無法查閱機主的個人資訊，向銀行和運營商提出掛失申請後，可以及時取消手機支付業務，從而保證用戶利益。

第五節 行動支付的技術標準

一、行動支付技術標準現況

由於移動支付一直缺乏全球統一的技術標準，這對於移動支付的發展構成一道重要的障礙。標準的建立是移動支付商業化的關鍵條件。很多因素表明標準的設立是關鍵。比如說，移動支付技術標準將使銀行以及他們的技術提供者提供一個全球都通用的支付方案，這種方案能夠給客戶帶來更大的靈活性和移動性。標準的設立同樣也能夠在價值鏈中有效地推動支付過程，從客戶到支付處理者再到銀行。

因此，許多銀行都在用一種觀望的辦法應對技術問題。這種立場也有它的好處，對小銀行來說尤其如此。移動支付方案的開發和部署需要大量投資，並且對於有的銀行而言，失去特定客戶群的風險要小於預先把資金投資於不確定的技術標準方案。

儘管有部分銀行繼續等待標準的設立，革新者正採取更積極主動的措施，透過和價值鏈中的其他角色的合作，影響並促進標準的設立以及開展試點專案合作。愈來愈多國家透過組織跨廠商的支付平台來提高整體競爭力。舉例來說，在荷蘭，三家最大的銀行和三家最大的電信公司組成了一個合作論壇（Six Pack），旨在設立一個全國性標準。在美國，2010 年底，由 AT&T、Verizon Wireless 和 T-Mobile USA 建立一家提供移動支付服務的合資公司 Isis 協會 在英國，2011 年 6 月 Vodafone、O2 和 Everything Everywhere 表示，三家企業將合資成立移動支付公司。在丹麥，2011 年 6 月 TDC、Telia、Telenor 和 3 Denmark 聯合成立合資公司，主要負責開發手機錢包支付平台。在瑞典，2011 年 11 月 Telenor、Telia、Tele2 和 3 公司已經成立合資公司，來處理移動支付業務。其他參與創新的銀行也正在積極努力參加各種

論壇、建立對話機制，交換意見，目標是嘗試建立全球統一的標準。

然而，在建立標準的過程中想要競爭掌舵者地位的不僅只有銀行。事實上，這需要支付價值鏈中所有的廠商共同努力，建立一個通用的標準，才能為客戶提供跨銀行和跨地域便捷有效的服務。

二、中國移動支付國家標準

(一)中國銀聯 v.s 中國移動

標準一直是移動支付產業最關注的問題。移動支付跨通信行業和金融行業兩個行業，關聯著用戶、電信公司、金融業者、第三方支付業者、終端卡、晶片製造商、平台業者、系統商、商家等眾多環節，標準情況複雜。三年前，在中國銀聯推出國際市場上通用的13.56MHz移動支付標準後，中國移動自主研發2.4GHz技術標準。在標準的爭奪中，中移動和銀聯各有優勢，也各有難題。

起初，中移動對爭奪移動支付標準躊躇滿志。2010年中國移動斥資人民幣400億元入股浦發銀行，為進軍移動支付布局準備。中移動所提出的2.4GHz標準獨樹一幟，更是中國大陸的主導技術標準，但難題是已存在的金融基礎設施並不支持，中移動標準需要大量地改造現有的機具設備。在中移動入股浦發銀行之後，中國銀聯也加快對移動支付的布局，與中移動的競爭對手中國聯通、中國電信展開積極合作。至此，銀聯周圍聚集包括銀行、兩大電信商在內的合作者。

相較於中移動標準，銀聯標準在支付工具上有廣大基礎，目前銀行、金融等機構的POS機等終端設備大都基於13.56MHz技術，採用銀聯標準不需要對現有設備進行改造。不過，銀聯標準也具有天生的缺點，即用戶使用手機支付業務必須更換為特制的手機。而中移動標準下，用戶只需要更換一個特制帶有射頻的支付SIM卡。

2012年年6月，中國銀聯和中國移動簽署戰略合作協議，這已經釋放信號：中移動“妥協”，移動支付標準最終落定。中國銀聯標準與中國移動自主研發標準歷時多年之爭，於2012年6月，雙方在上海簽署移動支付業務合作協議，塵埃落定。中國移動放棄此前主推的2.4GHz支付標準，轉向13.56MHz標準。雙方共同推出

基於 NFC 技術的手機近場支付通訊標準和銀行支付標準，均符合國際標準，並且將在全世界推廣。

(二)主管機關對行動技術標準之制定

早在 2010 年初，中國人民銀行和工信部就開始著手制定移動支付標準，然而金融業、電信公司在移動支付標準的選擇上不盡相同，缺乏統一的移動支付標準始終限制著移動支付產業的發展。移動支付存在兩種技術標準，分別是中國移動主導的 2.4GHZ 與銀聯主導的 13.56MHZ。儘管 13.56MHZ 和 2.4GHZ 標準方案各自具備自己的優勢，但中移動與銀聯之間標準的不統一，一定程度上影響移動支付產業的快速發展。於 2011 年 3 月，由央行科技司、大陸金融標準化技術委員會²¹(以下簡稱金標委)主導的移動支付行業標準工作正式啟動。

2012 年 4 月，中國人民銀行集合商業銀行、銀聯、行動通訊業者等 40 多家公司，成立移動支付標準編寫組。2012 年 10 月 16 日，移動支付系列標準通過金標委審查。通過審查的金融支付系列標準，包括 2011 年《中國金融移動支付遠端支付應用》等 6 項標準、2012 年《中國金融移動支付近場支付應用》等 29 項標準。中國人民銀行支付結算司副司長樊爽文在第二屆清華大學五道口金融街大講堂暨 2012 中國電子銀行高峰論壇表示，移動支付標準現在認同為中國銀聯主導的 13.56M。移動支付標準還需要幾個部門的會簽，將於 2012 年年底正式發佈。

央行科技司對移動支付標準的制定五個原則：一是有效整合移動支付與金融 IC 卡資源，二是實現移動支付聯網通用，三是推動移動支付安全可靠基礎設施建設，四是應用國產密碼演算法，五是實現與國際標準有效銜接。正是在這些原則的指導下，13.56MHz 技術方案勝出成為標準。中國人民銀行副行長李東榮建議，大陸應從六個方面推動移動支付產業發展，包括：推動移動支付標準實施及應用試點，推進移動支付非接觸受理環境改造與完善，開展移動支付安全可

²¹ 金標委是國家標準化管理委員會授權、在金融領域內從事全國性標準化工作的組織，受央行領導和管理，其秘書處設在央行科技司。

信基礎設施建設，加強移動支付技術風險研究，加快移動支付技術管理體系建設，創新移動金融服務應用。

(三)行動技術標準之比較

目前中國大陸手機支付主流技術方案主要有兩大類：一類是基於 13.56MHz 的非接觸技術的 NFC、SIM—pass 終端技術方案，另一類是基於 2.4GHz 的 RFID—SIM/SD 卡方案。這兩種標準各有其特色，現說明如下。

1. 標準的開放性

13.56MHz 的 NFC 技術規範是國際移動支付標準，專利由 Nokia、Sony 等國際企業掌控²²，優點是國際上使用較多，在國外所有開展手機支付業務的國家包括較為成熟的法國、日本等都採用 13.56MHz 頻率，並廣泛地應用於中國大陸金融晶片卡支付等領域，形成較為完整的產業鏈技術支援。所以，NFC 代表著國際宣導標準，成熟度高，商用經驗豐富。

另一個標準 2.4GHz 的 RFID—SIM/SD 技術由中國大陸企業自主研發，百分之百擁有 RF-SIM 卡技術的核心基礎專利。已經形成 RF-SIM 手機支付技術的專利集，且完全來自大陸企業。就目前來看，2.4GHz 和 13.56MHz 標準雙方均暫時沒有向下游廠商徵收專利費用，但未來無法預期。

2. 標準的通用性

移動支付的應用是要拓展到公車、地鐵、商戶、電影院等多個領域。目前，中國大陸部分銀行自 2012 年初開始，進行由傳統磁條銀行卡轉向金融 IC 卡的升級，以及 POS 機、ATM 機受理金融 IC 卡的改造工作。而 13.56MHz 技術標準，與廣泛用於非接觸 IC 卡交易的 13.56MHz 頻段相同，可以大幅複用金融 IC 卡網路、系統和終端資源。銀行方面之所以使用 NFC 標準主要原因是 NFC 技術更成熟。另外，銀行目前已經持續投入資源支持 NFC 的 POS 機，而如要支援 2.4G 標準，還需對

²² 有超過 1,400 項的專利掌握在 Nokia、Sony、NXP、VISA 等國際企業手中，中國大陸企業專利只有 34 項，且均為非核心專利。

POS 機再進行升級。但是，其缺點也非常明顯，由於信號易受金屬結構影響，消費者必須更換手機和 SIM 卡，成本比較高，對手機外形和材質的選擇餘地小²³。

就 2.4GHz 標準而言，用戶只需要付一張 SIM 卡或 SD 卡的成本就可以實現手機支付²⁴，無疑比需更換定制手機或相關外設的 NFC 標準方便不少。在上海，2.4G 標準支付已被廣泛應用於很多商場、便利商店和地鐵公車；但是，因為商場與銀行、公車等主要行業的 POS 機不一致，需要重新鋪設或改裝終端機，這需要公共、金融部門與電信公司之間的協調，也需要一定的工作量和成本。2.4GHzRF-SIM 卡方案支援遠端資料下載與更新，優點是兼具刷卡功能，對手機終端沒有限制；而 13.56MHz 做不到離線刷卡，也不支持遠端充值。目前 2.4G 標準得到大陸電信公司的大力支持。除了中國移動一直大範圍採用 2.4G 手機支付技術外，中國電信也已連續數月採購其晶片。

3. 標準的安全性

考慮金融業務的屬性，移動支付的安全性必須納入統一的國家金融安全管理體系。基於 13.56MHz 頻段的近場無線通訊技術是天然的近距離通訊技術，超出感應距離（約 10 公分）即無法讀寫金融卡片，可以有效防止遠距離盜刷的風險。而針對業界一直質疑的 2.4G 安全性，2.4G 標準擁有國際認可最高規範。從目前規模商用後的情況來看，2.4G 和 NFC 標準都沒有受到過來自安全方面的威脅。之前曾有

²³ 正是由於這種缺點，過去幾年裏，大陸多次 NFC 的試點都未能成功普及。2006 年大陸發放了近 1 萬部具備 NFC 支付功能的諾基亞 3220 手機等，但商業化營運未堅持下去；2008 年中國銀聯牽頭工商銀行等 5 家銀行，在陸家嘴等上海核心商業區的商鋪開展 NFC 手機支付試點專案，後來也因無人問津基本上停掉；2009 年，上海聯通做了一個 NFC 試點，給手機做補貼，在營業廳銷售，最終以發放了幾百部手機告終。“讓消費者為此更換手機，被證明不是一個好模式”，專家表示，這是 NFC 標準最難解決的問題，這也是這麼多年 NFC 沒能發展起來的主要原因。

²⁴ 因為其在應用時不需要像 13.56MHz 技術那樣要求用戶更換帶 NFC 功能的手機，用戶更換一張帶有 2.4G 移動支付功能的 SIM 卡即可。2011 世界大學生運動會在深圳舉辦，期間電信商、銀行和技術商提供物聯網應用：市民不用換手機，只要更換一張 RFID-SIM/SD 卡，以後乘坐公車和地鐵就不用買票、無需帶卡，用手機在地鐵閘機或公車刷卡機上輕輕晃一下，就能輕鬆完成付費。僅僅 1 個多月已發卡 10 萬多張，每天刷卡次數超過 8 萬筆。

電信商抱怨過 NFC 標準的穩定性不強，而針對安全性，業界目前沒有明確的、有說服力的證據證明哪個更安全。

茲將上述有關行動支付技術標準之比較整理如【表 4-5-1】。

【表 4-5-1】中國行動支付技術標準之比較

| 技術標準 項目 | 13.56MHz | 2.4GHz |
|------------|---|--|
| 技術簡介 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 13.56MHz 標準輻射範圍較近，與目前的公車卡類似，需要近距離接觸方可感應。 2. 為國際移動支付標準，專利由 Nokia、Sony 等國際企業掌控。 3. 銀聯採用的是國際標準 13.56MHz 方案。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2.4GHz 的輻射範圍可以達到約 20 公尺，更具穿透性，不過這也帶來安全問題。 2. 技術由中國大陸企業自主研發，百分之百擁有 RF-SIM 卡技術的核心基礎專利。 3. 中國移動採用 2.4GHz 方案。 |
| 優點 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 為國際標準，故使用上較多、技術成熟度高，商用經驗豐富。 2. 適用於大部分現有的 POS 機、公車、地鐵等讀卡終端設備，改造成本小。 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 用戶只需要付一張 SIM 卡或 SD 卡的成本就可以實現手機刷卡支付。 2. 穿透性好²⁵，兼具刷卡功能。絕大多數手機終端均適用，沒有限制。 3. 具有支援遠端資料下載與更新的技術優勢。 |
| 缺點 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 信號易受金屬結構影響，消費者必須更換手機和 SIM 卡，成本比較高，對手機外 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 與現行非接觸式支付頻率不同，推廣需要大量改造 POS 機、公車、地鐵等讀卡 |

²⁵ 2009 年 4 月，中國移動推出 RF-SIM 卡，這種卡一般置於手機電池之後，若要實現現場支付，其射頻必須穿透電池。當時，13.56MHz 頻率在穿透手機電池、金屬後蓋上遭遇瓶頸，因此中國移動力推 2.4GHz 頻率作為行業標準。

| | | |
|------|---|--|
| | <p>形和材質的選擇餘地小。</p> <p>2. 穿透性較差²⁶，需加裝天線（易損壞）。</p> <p>3. 做不到離線刷卡，也不支持遠端加值。</p> | <p>終端設備²⁷，基礎設施改造的龐大資金投入，且短期內還無法完成。現有設備無法順利銜接，成為制約中國移動標準廣泛推廣的巨大瓶頸。</p> |
| 使用情形 | <p>銀行使用 NFC</p> <p>1. 目前銀行、金融機構的 POS 機等終端設備大都基於銀聯制定的 PBOC2.0 標準，這個標準裏面已經涵蓋非接觸功能的 13.56MHz 標準，運用在 NFC 上只需升級即可。</p> <p>2. 銀行方面之所以使用 NFC 標準，主要原因是 NFC 技術更成熟。</p> <p>3. 目前，中國大陸部分銀行已經開始傳統磁條銀行卡向 IC 卡的升級，而 IC 卡採用的就是 13.56M 標準。</p> <p>4. 銀行目前已經並將持續支持 NFC 的 POS 機，而如要支援 2.4G 標準，還需對 POS 機再進行升級。</p> | <p>電信公司支持 2.4G</p> <p>1. 目前 2.4G 標準得到大陸電信公司的大力支持。除了中國移動一直大範圍採用 2.4G 手機支付技術外，中國電信也已連續數月採購其晶片。</p> <p>2. 在上海，2.4G 標準支付已被廣泛應用於很多商場、便利商店和地鐵公車、學校和企業。</p> |

資料來源：本研究自行整理

²⁶ 從技術上來看，由於手機對攜帶便利和移動性的要求，其在設計時對 NFC 功能模組能夠給予的硬體空間相當有限，大約相當於 1 元硬幣的大小，而硬體面積決定著感應的能量，這就使得被稱為非接觸性技術的 13.56MHz，在刷卡時由於能量不夠，有時候需要貼上去才能刷得到。國民技術副董事長、總經理孫迎彤說：「有人把 NFC 刷卡時要求的近距離說成是為了安全，這是誤導，其實是受技術所限」。為解決這個問題，NFC 技術在應用時不得不把 POS 端設備的發射功率提高一倍。

²⁷ 據支付寶策略經理張春樂預計，若採用 2.4GHz 標準，營運商改造每台 POS 機的成本約人民幣 500 元，獨立採購每台 POS 機的成本則為 1,200 元；若佈局 13.56MHz 標準，除了考慮 NFC 手機置換成本，用於新解決方案的研發資金亦是不菲。

(四)行動支付技術標準之統一

2012年12月5日中國人民銀行副行長李東榮在北京出席「金融移動支付技術創新研討會」時表示，中國大陸移動支付相關技術標準將於近期正式發佈。中國人民銀行科技司副司長陸書春透露²⁸，中國大陸金融移動支付標準近期即將發佈。央行下一步將積極推動標準的應用試點示範以及基礎設施的改善，為移動支付技術創新營造更好環境。根據央行內部人士表示，移動支付系列標準中的近場支付標準已確立為銀聯主導的13.56MHz標準，並透露專門為此開過專家討論會，之所以最後決定採用該標準是因為13.56MHz標準相對比較成熟。

移動自主研發的2.4GHz技術標準是中國大陸專利技術，但困難在於，如果推中移動標準，需要大量地改造大陸現有的POS機具設備。基礎設施改造的龐大資金投入，且短期內還無法完成，成為制約中移動標準廣泛推廣的瓶頸。相對中移動標準，銀聯主導的13.56MHz標準更具推廣性。據瞭解，目前銀行、金融等機構布點的POS機等終端大都基於銀聯定的PBOC2.0標準，這個標準裏面已經涵蓋非接功能的13.56MHz標準。

中國人民銀行支付結算司副司長樊爽文表示，通訊標準模式不要一刀切更好，推動一種技術的時候最好也為其他的標準留下生存的空間。但推行13.56M標準，並不意味著中國移動完全放棄了2.4G，預計中國移動在2.4G已經推廣的區域，還將繼續維持。13.56MHz的NFC技術標準成為產業標準已經指日可待，但2.4GHz標準並未被完全放棄。工業和資訊化部電信研究院首席專家龔雙瑾表示，2.4GHz標準專利技術幾乎完全掌握在中國大陸廠商，國務院亦多次強調要鼓勵自主創新，努力發展具有自主知識產權的產品業務。2.4GHz標準被業界認為技術尚不成熟，然而不成熟的東西卻更加需要標準的確立，如果不做標準將永遠無法成熟。

²⁸ 「移動支付國標年前落地、中移動技術標準落敗」，鉅亨網新聞，2012年12月2日。

第六節 台灣及中國大陸電信業者及銀行業對安全的做法

因應行動支付趨勢，金管會指示銀行公會訂定信用卡行動支付安全控管機制規範，以維護交易安全，確保消費者權益。行動支付是將信用卡資訊與通訊資訊合在一個共通區域，銀行無法完全掌握通訊設備，未來如何設立防火牆確保交易過程的安全性，有必要加以規範。電子銀行安控機制單純都是銀行端的控管問題，而信用卡行動支付是加入通訊設備，有必要另訂安控機制。

(一) NFC 和 microSD 卡搭配 Internet 雲端模式

行動支付雖然具有相當便利的優點，但是由於不記名，遺失就等於損失了儲值金，成為消費者最大的風險。也就是說，由於行動支付交易是指透過手機、平板電腦等來支付，手機幾乎等同錢包，消費者除了要保管，也要留意設定密碼。

目前全球行動支付的發展，主要可分為以 NFC 非接觸模式，以及以 microSD 卡透過網路 Internet 雲端模式，兩種模式各有優勢。國泰世華和台新銀行推出的行動支付屬於前者，必須在實體商店感應交易；萬泰銀行的行動支付 X 卡，則必須透過網路連線完成交易扣款。

萬泰銀行總經理張立荃指出，就風險的角度來說，比較 NFC 和 microSD 卡搭配 Internet 雲端模式這兩種方式，NFC 的消費者若不慎遺失手機，又沒有設定密碼，就容易被盜用；microSD 卡的消費者即使不慎遺失手機，同樣沒有設定密碼，但因交易時還需要輸入 pin 碼，安全性較 NFC 來得高。對注重安全性的消費者來說，可以選擇 microSD 卡搭配 Internet 雲端模式的行動支付；若希望交易速度較快，則可以考慮 NFC 模式，只要手機在商家的讀卡機感應扣款後，即算完成交易。

(二) 悠遊卡之安全風險：悠遊卡 6 小時才止付恐遭盜刷

新一代晶片悠遊卡強調記名保障和查詢交易紀錄，所謂「記名保障」竟要在掛失後六小時才止付，六小時內的損失民眾需自行負擔，香港的八達通卡只有三小時；悠遊卡公司強調，政府的規定是廿四小時，不過願意再檢討。

新一代晶片悠遊卡記名優惠方案，因類似悠遊卡的預付式電子票證，多屬離線式交易，掛失無法立即鎖卡；依據政府的「電子票證定型化契約範本」規定，記名

式電子票證掛失二十四小時內損失由民眾負擔，悠遊卡方案已較為優惠。

記名悠遊卡辦理掛失後，銀行會立即鎖卡，例如在超商消費若餘額不足，無法自動充值，即使搭捷運，掛失後的充值最多也只能使用一次，損失風險其實相當有限。目前有六百五十五萬張悠遊聯名卡，由於有自動充值功能，如遺失時卡內儲值金額不足，便會自動透過信用卡充值五百元，銀行可自動充值三至六次，如果一張悠遊聯名卡被盜刷一千五百元，六百五十五萬張的潛在損失風險達九十八億元。

(三) 中華電信推出內嵌 NFC 晶片的手機背夾

日前，中華電信、悠遊卡、恩智浦半導體及萬事達卡公司合作，推出內嵌 NFC 晶片的手機背夾，兼具悠遊卡與信用卡功能，惟目前僅適用於 iPhone 4/4S 手機。NFC 手機背夾與 Google Wallet 原理相同，只是應用模式不同。就 NFC 手機背夾來看，使用者必須到銀行填寫申請書，由銀行將信用卡號與加密金鑰寫入至 NFC 晶片裡（即入碼），至於 Google Wallet 則是為 OTA(Over the air)傳輸模式，消費者上網申請服務，經過花旗銀行認證，再透過 3G 網路將相關資料寫至手機晶片中。

在這次合作案中，中華電信主要負責背夾與手機 APP 的開發工作，由於 OTA 模式透過行動網路傳輸持卡人個人資料，安全要求相對較高，中華電信在機房運作、資料傳輸、軟體開發上，都必須符合萬事達卡的安全認證規範，只不過礙於目前法令限制，無法推出 OTA 模式的行動付款服務，只能先採用手機背夾的形式。

至於付款過程中的安全問題，NFC 手機背夾與原來非接觸式信用卡的付款方式相同，只是將付款工具由信用卡換成手機，但原有的安全機制（即交互認證與金鑰加密）卻沒有改變，只有通過認證的刷卡終端設備，才能讀取資料，資料在傳輸過程中同樣會以金鑰加密，避免被竊取。

先前 Google Wallet 才爆發出信用卡資料未加密儲存的爭議，資安公司 viaForensics 表示，可透過中間人攻擊讀取手機儲存的資料，例如：持卡人姓名、餘額、卡號末四碼、有效期限、E-mail…等，而此次的 NFC 手機背夾，其晶片內同樣存放信用卡號、手機號碼、加密金鑰、及發卡銀行認為有必要的資料，相關 APP 只存取信用卡號與到期日，但不儲存 CVV 驗證碼。

信用卡號、到期日等資料是印在信用卡上，並沒有特別保密，移植到虛擬世界裡也不必特別加密，只要沒有驗證碼就不能完成交易。然而，隨著人們對手機的依賴愈深、手機內存放的個人資訊就愈多，這些資料若整合在一隻手機裡，駭客只要竊取到其中一部份，就能再往下取得更多資料，對使用者來說仍有可能造成極大的風險。

(四) 中國信託銀行四大安全防護網

甫獲得 2011 年 Global Finance 雜誌「亞洲最佳行動銀行」榮銜的中國信託銀行，針對非約定帳號轉帳除了既有的網銀密碼及 OTP(One Time Password)動態簡訊密碼外，還提供有需求的客戶申請第三重的交易確認碼，提升交易安全性。此外，該行亦標榜所謂四大安全防護網，即 APP 程式版本驗證、網路 SSL 128 位元全程加密、獨特的動態鍵盤(隨機變動無鍵空間避免被猜出密碼，但仍保持使用者輸入時習慣性的相對位置)，以及手機掛失(設定該手機無法開啟行動銀行)服務等。

(五) 永豐銀行動態密碼 Combo 卡為其特色

永豐銀行在行動銀行的安全機制上，運用集團關係企業元太科技電子紙技術，與 Master Card 合作發行 Display Card，直接將動態密碼(OTP, One Time Password)顯示在 Display Card 上的小螢幕，在網路消費或非約定帳號轉帳時，只要按一下卡片背面的紅色按鈕，就會隨機出現六位數密碼供使用者輸入，不需另外再攜帶權杖 (Token) 或接收密碼簡訊。

美商萬事達卡台灣區總經理楊雅婷表示，即使是在國外也很少有 OTP 卡的應用，有的話也多半僅用在金融卡上。技術合作伙伴宏通數碼總經理謝儒生表示，要做到符合 Combo 卡的要求，必須要能夠耐凹折、耐熱等種種要求，甚至在卡片的製作也更要求做到 4.8 公釐的薄度，該張卡片的電力可產生十萬次的 OTP 密碼。除了方便性以外，這張卡片還能夠增加其安全性，一是表示消費者持有這張卡片，二是具有 OTP 動態密碼。在進行非約定交易轉帳時，使用者需輸入十碼，使用者可先至 Master 平台進行 Master 3D 驗證，註冊信用卡並申請密碼共四位，而永豐 Display Card 卡片螢幕提供六位數字密碼，只要輕按卡片背面按鈕便會產生動態密碼。

按照資安稽核上的定義，3 重認證是指卡片、密碼加上生物資料。如果可以做到 3 重就算是最安全。資安專家楊伯瀚說，其實 OTP Card 就跟發給消費者兩張卡片是一樣的道理，4 個密碼算一重，實體卡片與 OTP 密碼算同一重作兩次，效力等同於多一組密碼或多一組卡號來驗證。

(六) 騰訊推出安全支付解決方案

手機支付安全的關鍵在於確保手機使用源頭的安全。不僅要重視手機系統安全，如何保障手機支付類應用的使用安全更是關鍵。騰訊推出全方位移動安全支付解決方案，為用戶的移動支付安全保駕護航。不僅涵蓋騰訊手機管家，管家 PC 版、應用寶以及海納等多款騰訊明星應用，更是結合各個產品在支付與安全領域的各自獨特優勢，共同保護移動互聯網用戶在移動電子消費的支付安全。

因此騰訊手機管家從支付環境和內容安全方面雙管齊下，為整個安全解決方案支起堅固的安全屏障。

在支付環境方面，騰訊手機管家通過病毒查殺提醒，為用戶的安全風險及時預警；憑藉軟體鎖保護，避免用戶資訊洩露；更有聯網安全監控和第三方安全檢測介面，化解外來不安因素對用戶安全的威脅。

在內容安全方面，騰訊手機管家會對非官方應用進行風險提示，從源頭規避下載風險。騰訊手機管家“軟體遊戲”、應用寶、騰訊手機管家 PC 版以及海納應用搜索四大應用下載平臺都將推出帶有騰訊手機管家“官方正版”認證標誌的手機支付和網銀用戶端。讓用戶可以安心下載。據瞭解，這些經過正版認證的手機支付和網銀用戶端應用都經過騰訊手機管家嚴格的病毒、插件檢測，可確保是企業官方版。

騰訊手機管家還與財付通、手機 QQ 流覽器、應用寶以及海納等共建安全支付生態圈，力求通過更緊密深入的合作，打造更全面的保護，從而全方位確保用戶手機支付的安全。據悉，財付通針對用戶不同的手機支付訴求，通過採取搭建強大的風控預警系統、移動數位證書、二級登錄密碼、短信驗證以及手機權杖等多項安全措施，全方位保護用戶的移動支付資金安全。

而手機 QQ 流覽器則通過清爽簡潔的用戶支付介面，有效減少用戶交付過程中繁瑣的操作流程；並且依託騰訊安全中心和騰訊手機管家等專業安全服務，為用戶提供網頁安全監測、下載檔檢測等安全服務。此外，海納應用推出安全支付的“官方正版”專題並設置首頁入口，用戶可以看到帶有騰訊手機管家“官方正版”標誌的各大手機支付類應用；而在騰訊應用寶中已經有“安全支付”專題，用戶可以進入專題，下載官方正版手機網購用戶端和手機支付類應用進行使用。

(七) 建設銀行行動銀行五大防護為安全保駕

建行手機銀行分 wap 網頁版和客戶端版，從安全方面都具備以下五大特點：

1. 客戶身份唯一認證：建行手機銀行與手機號碼唯一綁定，即客戶在開通手機銀行時需預留唯一手機號碼，這是個人身份的識別標誌。

使用 wap 版手機銀行時必須使用該手機號碼通過運營商網絡，由建行通過與運營商合作的機制，識別手機號碼，驗證客戶登錄密碼後，允許客戶進行相關交易操作。客戶端版延續 wap 版客戶身份和手機號綁定的安全理念，在客戶首次使用時通過交互短信方式驗證客戶開通時預留的手機號碼。同時，在客戶首次登錄時還完成使用設備與客戶身份的認定，且一個設備只能認定一個客戶，一個客戶也只可認定一台設備。

2. 雙重密碼驗證保護：登錄密碼和短信交易密碼雙重保護。

登錄建行手機銀行需要客戶輸入自設的手機銀行登錄密碼，別人無從知曉。每日登錄密碼連續輸入錯誤 3 次，當日將無法再次登錄手機銀行。建行手機銀行客戶端版附加短信動態密碼，即客戶進行資金轉移類交易時，向客戶預留的唯一手機號碼發送短信動態密碼，驗證動態密碼後方可完成交易。專家建議客戶將手機銀行登錄密碼和銀行卡帳戶密碼設置成不同的密碼；不要把自己手機銀行登錄密碼和銀行卡帳戶密碼等信息告知他人。

3. 傳輸技術先進安全：建行手機銀行數據採用最先進的端對端全程加密數據傳送方式，防止數據在傳輸過程中被修改或丟失，確保安全可靠。封閉的移動通信網絡，免受駭客和木馬的攻擊。

4. 帳戶信息不留痕跡：客戶完全退出手機銀行後，手機銀行不會在終端上保留任何密碼和登錄信息，手機內存中關於卡號、密碼等關鍵信息將會被自動清除，帳戶信息也不在手機中存儲，他人無法獲取客戶賬戶信息。即使手機丟失，也不會造成資金損失。專家建議手機銀行客戶每次使用完手機銀行後，一定要安全退出。不要隨意開啟不明來歷的短信或彩信。如果手機丟失或手機號碼更換，請及時註銷手機銀行業務。
5. 嚴格監控，防範風險：建行是率先建立集事前防護、事中監控、事後處理為一體的電子銀行風險防範體系的銀行之一。通過實時監控和識別客戶的交易活動，主動發現可疑欺詐行為，及時向客戶預警，快速阻斷不法攻擊，切實保障客戶利益。專家建議，使用手機銀行業務的客戶要仔細辨別真假銀行網址，不要輕易點擊不明鏈接登錄銀行系統。

第七節 小結

新一代行動銀行隨著智慧手機的發展，雖已擺脫第一代行動銀行大部分技術面的窘境，但手機上網的安全性，仍讓不少銀行客戶對使用行動銀行存有相當疑慮。誠如 Oracle 亞太區金融服務業方案首席顧問吳應揚所言：「行動銀行不是新技術，唯一困難之處在於安全。」目前 Oracle 已提供銀行客戶除了在手機上設定密碼之外，還可加上拍照以進行臉部辨識的雙重加密解決方案。

使用行動付款服務最重要的前提是，手機必須支援 NFC 功能，開南大學除了建置 NFC TSM 之外，也推出 NFC 智慧型手機，以及適用一般智慧型手機的 NFC 安全元件，如：NFC SD 卡、iPhone NFC 背夾，無論使用者現今使用哪一種手機，都可透過加購安全元件的方式，將手機升級為具備 NFC 功能的智慧型手機。另外在台灣還有法令問題，目前台灣法令尚未開放 OTA 機制，惟有解決這個問題，行動付款服務才能真正上路。

第五章 行動支付監理

第一節 國際上行動支付的主要商業模式

行動支付可以提供的業務種類較多，包括商品交易、繳費、銀行帳戶管理等，行動支付產業鏈較長，主要包括電信商、金融機構、硬體提供商、系統集成商、中介機構、商家和用戶。主要有以下幾種模式：

(一) 銀行主導模式

以銀行業務為主，在銀行與客戶既有之服務基礎下，新增行動支付管道。此模式中，行動網路服務業者參與支付活動的程度有限，主要是網路銀行的延伸和補充，手機使用者直接登錄並由銀行帳戶進行交易。銀行主導模式的優點為在處理支付、風險控管、防止詐欺與洗錢方面具有豐富的經驗。此模式產生三部分費用：一是資料流程量費用，由行動網路服務業者收取；二是帳戶業務費用，由銀行收取；三是支付業務服務費用可能由由銀行、行動網路服務業者及支付平台分拆。

(二) 行動網路服務業者主導模式

行動網路服務業者，通常為電信業者，其在手機用戶的身分辨識、提供相關設施、客戶支援與增值服務等方面具有相當經驗。因此，直接向使用者提供小額支付服務，銀行等金融機構的參與程度有限。該模式下行動網路服務業者以用戶的手機帳單帳戶或專門的小額帳戶作為手機支付帳戶來進行支付。典型案例為日本行動網路服務業者 NTT DoCoMo，其推出的 i-mode Felica 手機電子錢包業務，用戶只需一張 IC 卡與手機捆綁後，就可以進行交易支付。

(三) 協力廠商支付機構主導模式

協力廠商支付機構處於產業鏈的核心，行動網路服務業者和銀行作為合作夥伴。該模式產生兩部分費用：一是向商店收取支付傭金並與行動網路服務業者和銀行進行分拆；二是行動網路服務業者向用戶收取通訊使用費用。主要代表有瑞典的 PayBox 公司，它在歐洲推出手機支付應用，透過向用戶提供 PayBox 註冊帳號，並與手機綁定後，即可線上購買商品並進行費用支付。客戶利用手機進行非接觸式消

費交易時，手機電話號碼會傳輸入到付款系統，PayBox 一方面會驗證商店的合法性，並於辨識用戶身分後，通知用戶交易的真實性，進而要求付款，用戶必須輸入密碼來授權付款，系統則直接從用戶的銀行帳戶予以扣款，扣款後以短訊(Short Message Service, SMS)通知完成交易。

(四) 銀行與行動網路服務業者合作模式

此模式目前最為普遍，雙方發揮各自的優勢，聯手提供服務。此模式主要特色是：行動網路服務業者與銀行關注各自的核心產品，形成一種策略聯盟關係，甚至合資公司或相互併購，共同合作主導整條產業鏈。在資訊安全、產品開發和資源分享方面合作更加緊密。例如，德國 Rabobank 所轄之 Rabo Mobile 結合行動通訊及行動支付服務。日本的行動網路服務業者 NTT DoCoMo 公司，它合併一家銀行及一家大型零售商，提供全方位的行動支付服務。

(五) 傳統電子商務企業主導模式

此模式實際上是傳統電子商務的行動化，用戶透過手機採無線應用協定 (wireless application protocol, WAP) 等上網方式登錄網站進行商品購買、遠端支付等。

第二節 國際上行動支付的監理措施及相關法規

(一) 美國之監理措施及相關法規²⁹

美國可以說是網路等電子支付的發源地，因此在金融監理方面，也走在前面。美國的法律相對鼓勵創新，承認非銀行機構開展新興業務的資格。美國並不太關注電子貨幣、銀行和金融機構的理論性概念，而傾向逐個分析這類支付服務所定義的業務本身，將這些新型支付服務看做與旅行支票、電報、傳真等類似的另一種支付服務。但這並不意味創新支付服務在美國不受監理，相反地，網路及行動等電子支

²⁹ 本段美國及歐盟監理及法規資料部份參考取材自社會科學文獻出版社(2011)，「中國電子商務服務業發展報告」，NO.1。

付系統在美國受到高度的管制。相關規範包括聯邦層面，也包括地方州法層面。管理此類電子支付的法規有聯邦《電子資金移轉法》、聯邦準備理事會(Fed)頒布的規則 D 及 E、各州關於電子資金移轉匯撥與設立分支機構的法律等。

在監理重點上，美國對電子支付平台進行功能性監理，即將監理重點放在交易過程，而不是從事支付的機構³⁰。所以，美國並沒有將支付機構作為一種新的機構來進行專項的立法監理，而是主要從貨幣服務業務³¹的角度進行管理。在監理體制上，美國採立體式之監理制度，由聯邦及州兩個層面對支付平台進行監理。在聯邦層面，聯邦存款保險公司（FDIC）為監理之重要部門，各州的監理則可由各州根據各自不同的法律採取不同的監理措施。在法律方面，美國係在現有的法規中尋求相關的監理依據，或對已有的法規進行必要的增修，沒有專門制定針對電子支付平台的法規。

在對第三方支付平台的身分定位上，FDIC 把第三方網路支付平台上之滯留資金定義為負債，而不是聯邦銀行法中定義之存款，如此一來，第三方支付平台就不能被歸類為銀行或其他類型的存款機構，從而不需獲得銀行業務許可執照。換言之，第三方支付平台只是貨幣轉帳公司或貨幣服務企業。但 FDIC 同時指出，各州監理機關可依據該州法律，對第三方支付平台從事的業務自行進行定位。

在對第三方支付平台滯留資金的監理上，FDIC 透過存款延伸保險的概念進行對滯留資金之監理。FDIC 規定每個第三方支付平台都必須在 FDIC 的銀行中開設一個孳息帳戶，該平台的滯留資金必須及時地存放在相應的帳戶中，並規定每個用戶帳戶之保險上限為 10 萬美元，保險費由這些滯留資金，也就是客戶資金在銀行產生的利息繳納。這樣一方面避免了第三方支付平台人為地延長在途資金的在途時間

³⁰ 在美國，網路第三方支付業務目前是被視為貨幣轉移業務的一種，第三方支付機構被視為支付仲介人或者客戶的代理人，根據客戶指示對客戶的資金來進行劃轉，儘管其採用先進的網路交易管道和交易方式，但本質上仍舊是傳統貨幣服務的延伸。

³¹ 美國沿用現有的法規對大多數匯款及非銀行機構的支付業務實施行業監理，此類業務通稱為「貨幣服務業務」，監理的重點放在交易的過程。第三方支付公司被視為「貨幣服務機構」，需由監理機關發放牌照，明確規定其初始資本、自有流動資金、投資範圍限制、記錄和報告制度、反洗錢義務等方面的監督內容。

問題，解決了平台和用戶之間的利息分配問題；另一方面，當該支付平台資金出現問題時，可以用保險金來降低客戶的損失。FDIC 嚴格規定第三方支付平台只是客戶資金的代理人，將客戶帳戶與公司帳戶分開。第三方支付平台無權將客戶資金移作公司經營之用或在公司破產時用於清償債務。

在對非法金融活動的監理上，美國在 911 事件後頒布的《愛國者法案》，規定第三方支付平台作為貨幣服務企業，需要在美國財政部金融犯罪局執行網路 (FinCEN) 註冊，任何經營貨幣服務業務的機構在開業前必須通過 FinCEN 的認定。接受聯邦及州兩級政府的反洗錢監理，及時彙報可疑交易，保存所有交易紀錄。2009 年 11 月，美國財政部下屬的內部稅收服務署 (Internal Revenue Service, IRS) 對銀行卡支付與第三方網上支付的資訊披露問題作出了新規定：「第三方網路交易」為透過第三方支付網路進行清算的交易；而第三方清算組織只需要彙報當年交易總額超過 2 萬美元或者交易筆數超過 200 筆的第三方網路支付交易。

在對電子貨幣的監理上，美國並沒有明確的電子貨幣概念，一般將儲值卡作為電子貨幣的代名詞。美國 50 個州中，有 43 個州及哥倫比亞特區對非銀行的電子貨幣發行者進行監理，但沒有專門的電子貨幣監理法規，而是依照已有或增訂的監理貨幣轉帳公司或貨幣服務企業之州法律進行監理。由於各個州的執照不相互承認，第三方支付服務商需要分別取得當地的貨幣轉帳公司與貨幣服務企業之營業執照才可發行電子貨幣。此外，美國監理體系較少涉及資本要求，因此進入門檻相對較低。在聯邦層次上，美國近年來也開始關注電子貨幣的監理，由其在對消費者保護方面，《銀行安全法案》的許多規定也被運用於對第三方支付平台的監理。

2012 年 8 月 10 日，美國電子交易協會 (Electronic Transactions Association) 宣布成立行動支付委員會³² (Mobile Payments Committee)。行動支付委員會的成員囊括美

³² 大多數的人都認為行動支付將成為未來商務發展的一個新方向，但是如果發展的方向不對或者缺乏執行的意願，那麼對於消費者而言，科技將僅僅是一種不切實際的興趣愛好。為了要給行動支付行業指出一條前進的方向，一批非常有影響力的公司在電子交易協會的旗下團結起來並組建行動支付委員會 (Mobile Payments Committee)。

國行動支付市場的關鍵角色³³，其中有 AT&T、Sprint、T-Mobile 和 Verizon 營運商；Google、Isis、VeriFone 和 PayPal 等行動支付方案供應商、以及各大金融機構，包括富國銀行、第一資本金融公司(Capital One)、美國運通、Discover、萬事達和 Visa。毫無疑問地，行動支付委員會將會成為支付行業標準的制定者。

行動支付委員會的首要任務包括：促進與商戶之間的關係，確保消費者使用先進的支付方法，探索最佳的操作方式，以及確保網路、設備和金融機構之間的互通性。行動支付委員會還將參與向立法機構和監管部門遊說的工作，同時他們還要負擔起教育商家和消費者以使他們明白行動支付未來之發展潛力。

(二) 歐盟之監管措施及相關法規

歐洲和美國對待創新支付機制的立場明顯不同。在歐洲電子貨幣出現的初期，央行與立法機構便迅速做出反應，很早就對電子貨幣與提供電子支付、網路支付服務的機構資格做出限制(歐盟 EMI 指令)，試圖制定大範圍的規則以規範此新興領域。1994 年歐盟的「預付儲值卡報告」指出，代表購買力價值儲存在電子錢包中的資金應被視為銀行存款，因而只能由銀行來處理。因此，歐盟認為只能由銀行擔任電子貨幣發行的職責，但歐盟法律並不禁止非銀行機構與銀行合作開發電子貨幣產品，或者自己獨立投資開設銀行從事電子貨幣經營。

歐洲央行 1998 年發布了「電子貨幣報告」，是目前為止歐盟發布對電子貨幣進行監管的重要文件。該報告認為，最直接簡單的方法就是將電子貨幣的發行主體限制為銀行，這樣就不會改變現有的貨幣政策及銀行業務經營的法律體制。但幾乎同時，歐盟執行委員會於 1998 年 9 月針對電子貨幣提出建議案「關於電子貨幣機構審慎監管之立法建議」，又對電子貨幣之監管提出立法動議，明確定義電子貨幣，並否定 1994 年電子貨幣等同存款的報告。該建議案提議修訂法律，將非金融的發行機構納入金融法的規範中。根據該立法建議的說明，整個立法建議的目的在於「促進歐洲電子貨幣市場的競爭，允許市場的不斷發展和創新，以提供消費者符合其需

³³ Square 並沒有加入行動支付委員會，和上述這些支持 NFC 支付的參與者立場不同，Square 早就公開表示 NFC 對行動支付的普及沒有幫助。

求的產品，並在國際市場上具有競爭力」。雖然這兩份文件對電子貨幣的發行者持不同的態度，但對電子貨幣的監理卻有相近的看法。

歐洲央行是最主要的監理機關，其對電子支付之監理目標有二。一是促進系統的相互融合，以使支付系統更具效率。盡可能讓貨幣系統的發行者與設計者進行合作，防止重複投資並促進各系統間能相互兼容，最好是採用相同的標準。二是監理社會信用，為了維護消費者和特約商店對電子貨幣系統的信心，歐洲央行必須致力監理，以防止某一電子貨幣的發行者倒閉對系統穩定帶來影響。

在法律法規方面，歐盟主要以三個指引文件對電子網路支付公司進行監理。2000年1月頒布《電子簽名共同架構指引》，確認了電子簽章之法律有效性與在歐盟內之通用性。同年又頒布《電子貨幣指引》(e-money Directive, PSD, 2000/46/EC)和《電子貨幣機構指引》，要求非銀行之電子支付服務商必須取得與金融部門有關的營業執照(完全銀行業執照、限制銀行業執照或電子貨幣機構執照)，亦明確規範發行電子貨幣之機構所需具備的各項資格及運營規範，作為儲值性質支付業務的法規基礎。

2007年歐盟委員會推出《支付服務指令》(Payment Services Directive, PSD, 2007/64/EC)，對歐盟行動支付業務進一步產生直接影響，讓會員據以完成國內相對應之法規立法。該法令允許非銀行機構提供支付服務，嚴格限定行動支付的准入門檻，要求非銀行的電子支付服務商必須取得與金融部門有關的營業執照，明確訂定行動支付服務商的監理義務及對使用者資訊和其他權益的保護等，是歐盟行動支付業務最直接監理之法規。若電子支付服務商還提供其他非支付業務，則必須保證支付業務的帳戶與非支付業務的帳戶間之相互獨立。2009年推出《歐盟跨國界支付條例》，規定凡在歐盟成員國之間或國內從事限額不超過5萬歐元之支付時，行動支付提供商不得收取差價，因此消除了歐盟區跨境消費時手續費的差別，進而推廣泛歐行動支付的發展。2009年推出《電子貨幣機構指令》，電子貨幣被視為現金的形式，並且鼓勵電子貨幣的創新和發展，以及保障電子貨幣服務安全。

當然，對於洗錢等非法活動，歐盟與美國一樣，強調審慎監理。同時也致力保護消費者權益。

(三) 日本之監理措施及相關法規

日本信用卡及行動支付業務均屬於經濟產業省管轄對電子支付的政策比較寬鬆，因此允許電信商開發多種模式的行動支付業務，並且可以將行動支付業務和信用卡業務結合。在日本，非金融機構是推動網路銀行、行動銀行等新型銀行業務的主要力量之一。日本政府對待包括行動支付在內的新型金融業務和經營相關新型金融業務的經營實體-非金融機構抱持著積極支持的態度，其已制定或正在制定的相關法律法規都使得這些經營新型金融業務的非金融機構獲得了合法地位。但是，日本政府對新型金融業務提供商的市場准入和准入後的市場行為進行嚴格的監理與規範，並將是否採取措施保護消費者私密資訊做為重點審核要項。嚴格的市場准入和監理政策為這一市場的健全提供了堅實的基礎。

2000年8月，日本金融廳發布了非金融機構經營新型銀行業務指導方針，從五個方面對非金融機構經營新型銀行業務的市場准入和監理進行規範，其中最為重要的是確保經營金融業的銀行子公司和其所屬的非金融母公司之間的相對獨立性。通常情況下，非金融機構的母公司作為其經營金融業的子公司的主要投資方，為確保母公司的整體利益，大多會對銀行子公司的管理決策施加影響甚至壓力。因此，確保銀行子公司的獨立性，以便能夠保證子公司決策的公正性不被破壞就格外重要。為此，日本金融廳對銀行子公司股權提出了特別的設計要求，即非金融機構母公司以外的獨立投資方須在銀行子公司中擁有20%或以上的股份。此外，日本金融廳還會對獲得許可證的銀行子公司進行業務經營的監理。監理內容主要包括，一是當銀行子公司的主要股權結構發生變動時，必須向監理機構繳交股權變動報告；二是對銀行子公司是否依照申請許可證時，所作之維護其獨立性的承諾進行監督，並要求其提供相關報告。

在建立非金融機構母公司及經營金融業子公司間的經營防火牆方面，日本金融廳主要做法可包含核准前之審核及核准後之監理。首先，審核銀行子公司是否制訂相關措施來規避非金融機構母公司之經營風險，包括子公司應明確規定，當非金融機構母公司財務狀況惡化時，不能向母公司提供貸款。其次，當銀行子公司和非金融機構母公司共享營運資源時，應保證非金融機構母公司的經營狀況惡化不會影響

銀行子公司的正常營運。而當銀行子公司獲得業務許可後，金融廳將對其業務營運進行監理。日本金融廳並將要求銀行子公司定期向其交付反映非金融機構母公司財務和管理狀況之報告書。

一般來說，通常銀行子公司和非金融機構母公司會共享各自的消費者資訊，來達到利益最大化。為避免經由非金融機構母公司洩漏消費者機密資訊，日本金融廳規定，若銀行子公司欲和母公司共享消費者資訊時，需要事先取得消費者的同意，以確保消費者的資訊保密。此外，日本金融廳也要求若欲提供以非臨櫃方式辦理銀行業務時，其整體交易過程需具備更高的安全性，以保護消費者的權益。並要求業者對客戶之投訴和查詢能作出即時的回應；當系統關閉時要能對客戶的要求做出回應；遵守資訊查詢規則；對客戶身分進行認證，以防止洗錢等違法行為的發生；保證適當的流動性資金以應對客戶臨時提取大量現金；若傳統銀行被非金融機構收購，也必須符合上述之規定。

日本在 2009 年通過「資金決済に関する法律」，其主要章節包涵前払式支払手段（儲值支付）、資金移動（代收付業務）、資金清算（銀行間資金清算，類似財金公司的角色）這三種業務態樣，針對各該業務範圍進行資格、業務內容及風險管理等規範。

如果台灣要針對支付業務進行整合性的立法工作，日本這部「資金決済に関する法律」值得參考，一次滿足各種非銀行機構營運相關業務的法源定義及規範，甚至還包含業者間的自律組織³⁴(Alternative Disputes Resolution；ADR)。

(四) 韓國之監理措施及相關法規

韓國對於所有從事支付業務的企業實施嚴格的准入條件並要求其接受金融監督管理委員會的監理，而且在保障交易安全方面也制定了明確的法律。一是針對直接參與電子商務的公司，制定了《電子商務消費者保護法》；二是電信商受到電信商業法的規範；三是《電子金融交易法》規定所有從事電子金融交易的公司均須取得許可證，接受金融監督管理委員會的監理，其相關責任條款包括：不同金融業務

³⁴ 替代性爭端調處，類似台灣的金融消費者保護機制。

間的會計分離、須達最低安全標準、交易紀錄至少保存 5 年、向金融監督管理委員會提供績效報告並接受監理，以及企業需為消費者遭受之金融損失負責。

(五) 中國大陸之監理措施及相關法規

目前大陸行動支付的監理分散於不同部門。人民銀行主要負責支付結算規則制定，對非金融機構開展行動支付業務市場准入及業務監理等。銀監會負責各項銀行業務之監理，對行動支付業務僅針對手機銀行業務，不監理非銀行類結算業務。工業及資訊化部對行動營運商的行動支付業務內容進行監理。目前尚未明確具體由哪個部門負責統籌監理整個行動支付產業，多頭監理容易導致監理盲點和重複監理的弊端，不可避免地造成監理有效性的降低及監理資源的浪費，不利於行動支付產業的有效監理及有序發展。

大陸之反洗錢法律法規僅對金融機構和特定非金融機構在履行反洗錢義務方面做出規定，而對行動支付業務則沒有相關規範，《非金融機構支付服務管理辦法》僅在總則中規定「支付機構應當遵守反洗錢的有關規定，履行反洗錢義務」，但對第三方支付平台如何履行反洗錢義務缺乏明確的詳細措施，導致反洗錢主管部門無法對其開展相應的監理。行動支付具有交易隱蔽、匿名、便利、無痕等特性，在客戶身份識別、大額交易和可疑交易報告、客戶資料保存等制度缺乏的情況下，正好提供有意違法犯罪者利用行動支付工具從事洗錢活動的可乘之機。

大陸電子支付方面的法律大多是由人民銀行或銀監會制定，在法律層次上屬於部門行政規章。相關條文有 2005 年《電子支付指引（第一號）》，主要針對銀行開展電子支付業務進行規範，部分規定已不符合現代技術發展所帶來的新問題。2005 年《支付清算組織管理辦法（徵求意見稿）》、2006 年《電子銀行業務管理辦法》，直至 2010 年 6 月，人民銀行正式發佈《非金融機構支付服務管理辦法》，明確對非金融機構的監理職責和支付服務市場的許可制度，制定支付服務參與者市場准入條件，提出客戶備付金管理、參與者的規範經營和《辦法》過渡期要求，對於規範支付清算服務市場秩序，防範支付服務市場風險，保護消費者合法權益，引導支付清算服務市場健康有序發展具有重大意義。銀監會頒布的《電子銀行業務管理辦法》和《電子銀行安全評估指引》將手機銀行業務、個人數位輔助（PDA）等銀行業務

納入監理體系，進一步加強手機銀行的交易安全保障。

《非金融機構支付服務管理辦法》僅對非金融機構辦理相關業務提出監理對策，對產業鏈其他相關環節，並沒有相應的法律法規規範。此外，涉及行動支付方面的立法，絕大多數是由人民銀行或銀監會制定，屬於部門規章及規範性層次，法律效力相對較低，一旦與法律、行政法規相衝突就不能適用，勢必影響其規範作用的發揮。再者，只提供原則性的保護架構，行動支付的相關政策尚不完善，消費者並不易維護應有的權益。消費者可能須面對以下三方面的風險：

1. 資金風險：對第三方支付平台沉澱資金監理不嚴，孳息權益歸屬不明，容易被侵佔挪用，侵害消費者的財產權。
2. 技術風險：行動支付安全性方面仍有漏洞，當消費者把銀行帳戶密碼透過無線信號傳輸時，信號有可能被竊聽、截取，導致銀行帳戶被篡改，資金安全不能得到保障，還可能造成個人信息洩露。
3. 舉證風險：在行動支付中，一系列操作行為需要透過特定的技術系統傳輸，證據多以電子形式存在且不易保存，並且雙方舉證的難易程度也不一樣，主張者須舉證的規則，對消費者明顯不利。

在預付卡監理方面，2011年5月，國務院辦公廳轉發人民銀行等部門《關於規範商業預付卡管理意見的通知》，首次明確預付卡的監理主體，多用途預付卡由人民銀行負責監理；單用途預付卡由商務部進行監理。同時，在預付卡實名制、防腐敗措施、維護消費者權益等方面都做出架構性的規定。

2011年11月4日，人民銀行發佈《支付機構客戶備付金存管暫行辦法(徵求意見稿)》，對備付金存管銀行、備付金存放和使用劃轉、沉澱資金利息等業界關注的問題做出詳細規定，並向社會公開徵求意見。此舉為規範支付機構客戶備付金的管

【表 5-2-1】中國大陸支付相關法律法規

| 時間 | 部門 | 名稱 |
|-------------|---------------------|----------------------------|
| 2004 年 8 月 | 商務部 | 《中華人民共和國電子簽名法》 |
| 2005 年 4 月 | 中國電子商務協會 | 《網上交易平臺服務自律規範》 |
| 2005 年 6 月 | 中國人民銀行 | 《支付清算組織管理辦法》 |
| 2005 年 10 月 | 中國人民銀行 | 《電子支付指引（第一號）》 |
| 2007 年 3 月 | 商務部 | 《關於網上交易的指導意見（暫行）》 |
| 2008 年 4 月 | 商務部 | 《電子商務模式規範》和《網路購物服務規範》 |
| 2009 年 11 月 | 商務部 | 《關於加快流通領域電子商務發展的意見》 |
| 2010 年 6 月 | 國家工商總局 | 《網路商品交易及有關服務行為管理暫行辦法》 |
| 2010 年 6 月 | 中國人民銀行 | 《非金融機構支付服務管理辦法》 |
| 2010 年 9 月 | 中國人民銀行 | 《非金融機構支付服務管理辦法實施細則》（徵求意見稿） |
| 2011 年 6 月 | 中國人民銀行 | 《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》（徵求意見稿） |
| 2011 年 6 月 | 中國人民銀行、 監察部、財政部等 | 《關於規範商業預付卡管理的意見》 |
| 2011 年 10 月 | 中國人民銀行 | 《支付機構預付卡業務管理辦法（徵求意見稿）》 |
| 2011 年 11 月 | 中國人民銀行 | 《支付機構客戶備付金存管暫行辦法（徵求意見稿）》 |

資料來源：中國大陸第三方支付產業發展戰略研究（2011年），賽迪顧問股份有限公司。

（六）香港八達通之發展、監理措施及相關法規

1. 八達通發行情形

八達通系統於 1997 年 9 月正式推出。從 1997 年開始提供跨運輸業付款整合服務，而後逐步拓展到現今提供零售業、文教娛樂業等更多元化的付款服務。在香港，八達通最初是市民乘坐公車、地鐵、計程車和其他交通工具而使用的智慧卡，但到

1999年，八達通開始擴展到非公共運輸的零售服務，同年推出自動充值服務及八達通手錶。2000年，香港金融管理局發放許可證給營運者，並移除八達通非交通類業務不得多於15%的限制。在2003年6月29日八達通另外一個新功能啟用，香港政府決定使用八達通系統取代全香港18,000個路邊停車付費機。在此同時，很多政府的公共設施包括公共游泳池、體育館也開始使用八達通系統。現在八達通的功能已經擴展成為用途廣泛的電子貨幣，目前的發行量超過1,700萬張，在香港有5萬多台讀卡器，超過1.2萬個場所接受八達通。

2. 管制架構發展歷程

香港於1996年即開始進行多用途儲值卡業務是否納為管制的討論，主因在於當時的智慧卡技術逐漸成熟，受到各方業者重視，因而試圖修正銀行業條例以新增一業務類別，惟當時討論對象主要著重銀行業者和信用卡業者所推出的Mondex系統與Visa/Master Card系統，而非現今最盛行的八達通卡。最初計劃的發行機構也局限於銀行，而未計畫開放予非銀行業者申請。在規劃管制架構之初，曾就二種不同的管制體系設計進行探討，一種為就單一用途儲值卡另訂獨立的管制體系，一種則為現行採用修正銀行業條例的作法，允許非銀行業者申請成為限制牌照銀行（restricted licence bank）或接受存款公司（taking-deposit company）。主管機關認為修正銀行業條例的作法可避免為銀行及接受存款公司業者設立重複條文，但另種看法認為此架構設計可能會導致公眾混淆，無法分辨究竟發行機構屬銀行、限制牌照銀行或接受存款公司，而後主管機關決定非銀行業者申請儲值卡業務時，僅可申請成為接受存款公司。

3. 相關法令規範

八達通卡類型的電子錢在香港被稱為「多用途儲值卡」業務，發行須符合銀行業條例規定，並接受主管機關香港金融管理局(Hong Kong Monetary Authority；HKMA)的管轄，由於八達通涉及大量的資金流，金融監理須非常嚴謹，1997年香港政府在《銀行業條例》中決定非銀行機構應可獲准發行多用途儲值卡，但規定這類機構須經認可成為特別目的接受存款公司。

除《銀行業條例》的監理規定外，主管機關也透過鼓勵業者自律的方式，明定

交易過程中各參與者的權利義務關係，八達通卡公司亦須遵守《多用途儲值卡營運實務守則》。其管制架構主要由 HKMA 的《銀行業條例》構成，新業者想成為電子錢發行業者必須遵守銀行業條例、並符合主管機關針對多用途支付業務的授權規則（Authorization of the issue of Multi-Purpose Stored Value Card）規範。該公司已於 2005 年以自願採納該守則，以提高透明度及運作效率。這份守則中一些條文包括明確規定不應有任何措施具不公平限制市場競爭的效力，亦不應有專利貿易條款禁止經任何營運商收購的商戶採用其他形式的儲值支付系統，並由香港金管局監察八達通卡公司的具體遵守情況。

根據香港主管機關的認定，預先儲值在八達通卡公司的資金可被視為存款，將八達通卡發行機構被歸為接受存款公司（deposit-taking），受銀行業條例管轄，但其性質仍和一般銀行有所差異，主管機關 HKMA 限定八達通卡使用核心目標應該著重發行機構母公司執行的相關業務（即交通運輸相關業務），限制在非核心目標（如便利商店、超市、速食連鎖店等非交通事業）的交易價值比例不得超過 50%，同時要求必須有 25% 的價值運用在增進持卡人的使用便利性。

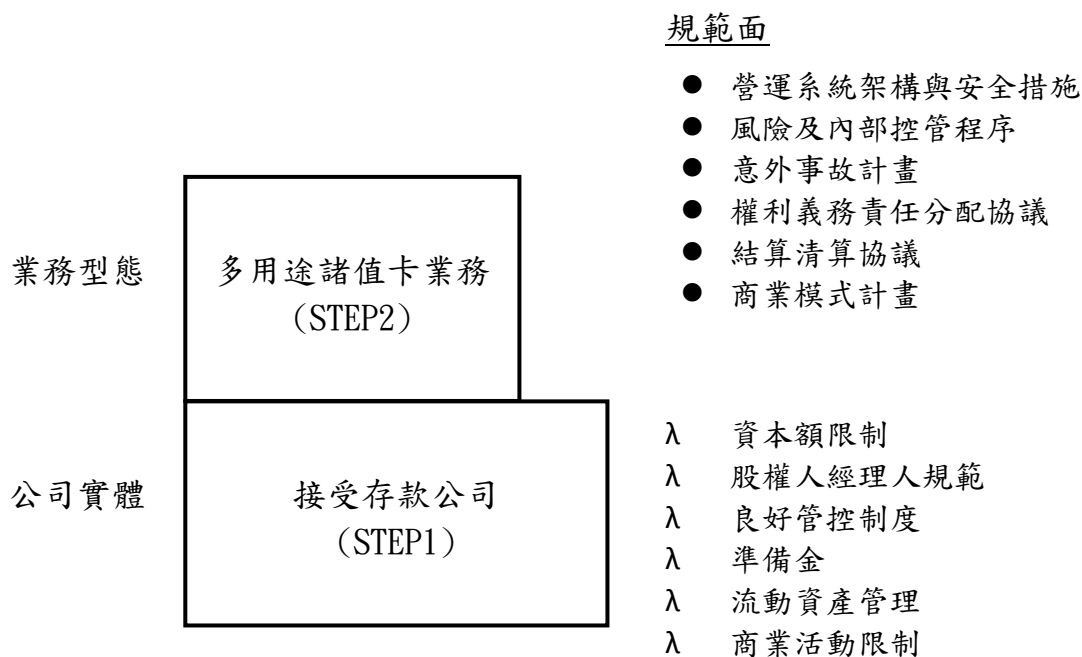
金管局對八達通卡有限公司採取的主要監理目標，是確保該機構的安全與穩健性，從而保障持卡人的利益，而持卡人的身分是相當於一般接受存款機構的存戶。八達通系統營運者應具備穩健及審慎的管理、行政、會計及管控程序，以管理其可能會面對的財務與非財務風險。同時，應採取適當措施，以限制持卡人因失卡而導致的潛在損失。此外，八達通系統營運者應負責有關系統的所有數據及記錄的安全、完整性、準確性及保密性，並就所有交易建立明確的審計記錄，以及提撥足夠的損失準備金。發卡機構亦應審慎管理持卡人預付的款項，該等債務在所有時間均應由足夠、流動及低風險的資產作為支撐。

4. 香港模式：既有銀行法管制

香港法制中規定電子票證發行機構必須先成為接受存款公司，而接受存款公司必須受香港銀行業條例管轄，故香港電子票證法令奠基於銀行法架構上進行管制，藉由區別接受存款公司與銀行間之差異，來劃分不同管制界線。此種作法使發行機構在資本額限制、股權人與董事經理人身份、管控制度及準備金制度等項目達到和

既有銀行法規一樣的管制要求。發行機構成為接受存款公司後，屬特別類的金融機構（接受存款公司），因此必須符合銀行業條例中對流動資產風險管理之規範，故在流動資產管理等項目上，發行機構必須維持一定比例之資本充足率及流動資產比率。

發行機構同時必須符合主管機關對多用途儲值卡業務之需求規範，主管機關發照考量重點包括系統安全性、浮動管理及營運計畫等，從此角度可觀察出香港主管機關管制多用途儲值卡業務重點主要在發行機構的財務架構、浮動資產管理及商業活動範圍，要求發行機構預先保存可償還消費者金額之流動資產，並限制發行機構活動限制，避免發行機構違法從事授信行為，暴露於高度風險下。大致而言，香港法制以既有銀行法規修正，新增多用途儲值卡業務來進行規範，整體法令架構可以下圖呈現：



資料來源：巫國豪(2010)，「電子票證發行管理條例」之研究－財務安全與消費者保護之面向。

【圖 5-2-1】香港法制電子錢財務安全層面規範架構

(七) 非洲肯亞³⁵之監理措施及相關法規

在肯亞M-PESA透過信託帳戶隔離其客戶與債權人要求權，由第三方對帳戶進行管理。對於非銀行電子貨幣發行商，流動資產與發行在外的手機電子價值即電子在途資金須保持等值³⁶，並規定M-PESA信託帳戶託管人須將支撐電子在途資金的現金分開存入一個以上的銀行。

肯亞在2010年1月通過《銀行法》修訂案，允許金融機構利用代理商提供服務。2010年發佈的《銀行業代理指導方針》提倡銀行利用第三方提供服務，但對代理商擴張模式採取謹慎方式。銀行需向中央銀行提供代理商詳細資訊；在關閉代理據點前需經央行批准；基於信譽及服務連續性考慮，只有在有特別理由或過錯的情況下，才允許銀行這樣做。銀行對代理活動、技術規格、反洗錢、隱私等負有最終責任。代理商可提供一系列服務，如存取現、貸款申請、發放和償還貸款、帳單支付、餘額查詢、手機充值等，但不能代表銀行開立帳戶或評估貸款，不允許兌換外幣，也不允許向客戶收費。

(八) 南非之監理措施及相關法規

南非規定只有根據銀行法註冊的銀行才能從事收受存款等業務，而想從事收受存款業務的零售商、行動營運商和企業必須與銀行一起經營(不論合資或代理)。這一規定如雙刃劍。一方面，南非銀行監理廣泛且嚴厲，遵法成本高，因而非銀行機構與銀行合作可從銀行的法令遵循、內部控制和設施(如分支據點)中受益；另一方面，經驗顯示大銀行較為保守，可能限制參與行動銀行業務企業的競爭和創新。由於電子貨幣資金是以發行商而非客戶名義存在銀行帳戶上，非銀行發行商通常是帳

³⁵ 為何全世界最成功的行動支付案例會在非洲肯亞？2011年第四季肯亞政府公布的數字顯示在行動支付平台內的資金餘額大約是20億美元，大概佔商業銀行存款的10%，其中最重要的推手就是電信公司Safaricom在2007年推出的行動支付產品M-PESA(M是指行動，PESA是當地語言的錢)。2011年9月Safaricom公布的財報中指出，M-PESA有1,490萬的用戶，32,000個加盟據點接受M-PESA電子錢的交易，2011年4月到9月半年期間總共有31.5億美元的行動支付交易是在M-PESA的平台上完成。從一開始是都市居民寄錢給鄉下家人的匯款工具，到現在佔領所有小額支付－商業交易、薪水支付、繳交水電費、國際組織捐款的提撥、甚至搭計程車或者吃飯他們都是用行動支付來結帳。

³⁶ 印尼、阿富汗、菲律賓、柬埔寨、馬來西亞和印度都有類似規定。

戶法定擁有者。一旦發行商破產或將帳戶資金抵押借貸，資金有可能用於清償債權人。

南非態度保守，雖然允許非銀行機構涉足第三方支付，但不允許從事銀行交易中的貨幣轉帳。其央行制定規則，採取必要措施，就支付清算結算系統進行監督。1998年的《國家支付體系法》規定，只有銀行才能進入國家支付結算系統；非銀行機構要進入該系統需要透過與支付系統成員成立的合資公司或透過與該類銀行的合作相關產品。該法允許央行授權產業自律組織南非支付協會代理其控制國家支付系統的職責，但保留最終控制權及管理支付系統和支付協會行為的職責。支付協會指定Bankserv為銀行業支付清算所，對銀行部門提供同業電子交易轉換服務。2007年9月南非央行發佈兩個指令，允許非銀行機構對第三方進行支付，承認向第三方提供支付的非銀行機構為國家支付體系提供產值；特別強調非銀行支付經營者要遵從支付系統管理實體建議並經央行批准，且與接受服務的個體簽署書面協定。

南非允許銀行簽約代理商代其進行存貸款。2004年央行就業務外包發佈通知，雖然沒有明確哪類銀行功能可以外包，但禁止銀行法遵功能外包，內部審計功能外包則需進行個案審查。此外，該通知述明任何外包都受主管機關監督。銀行只要滿足規定即可高度自主地利用代理商在傳統分支行之外提供金融服務。

南非為促進手機銀行為更多偏遠地區窮人服務而不斷調整其反洗錢及恐怖融資立法。2001年頒布的反洗錢《金融情報中心法》對低收入族群利用行動銀行設置很大障礙，例如開立銀行帳戶時，需提供住址證明，以及提供證實個人資訊的國民身份文件。

由於大約有三分之一的南非成人生活在簡易居所內，無法提供住址證明。為此，為低收入族群提供服務的銀行要求修改監理規定。2004年，財政部針對反洗錢監理發布《17號豁免》，在受制於帳戶餘額和交易限制前提下，允許銀行僅憑身份號碼即可開立帳戶。2006年，央行發布《6號銀行通知》(2008年由《6號指引》取代)，允許銀行開立行動銀行帳戶(在交易和餘額限制範圍內)只需滿足《17號豁免》要求，而無需履行面對面瞭解客戶程序，亦即無需任何書面證明。但客戶須提供身份號碼，然後銀行透過第三方資料庫交叉驗證姓名和身份號碼真實性。

《6號指引》規定的帳戶開立程式僅適用於遵守《17號豁免》的銀行帳戶，且只適用於擁有有效身份號碼的南非公民和居民。該帳戶每日交易不超過1,000南非幣(約100美元)。客戶如果想突破這一限制，必須就身份接受面對面查核。同時，銀行須採取措施防止個人開立一個以上的帳戶，審查和識別可疑和不正常交易。從效果來看，《17號豁免》和《6號指引》成功降低南非低收入族群利用行動銀行的障礙，為發展中國家如何靈活適用反洗錢標準而又遵守安全規則提供實例。

(九) 菲律賓之監理措施及相關法規

菲律賓央行在Smart貨幣和G-Cash投入營運後，2005年11月成立核心技術監理小組，其2009年3月發布的《649號通知》，將電子貨幣作為經營活動而非根據發行者法律地位進行監理。該通知將電子貨幣界定為可透過手機或其他裝置使用的電子工具，如現金卡和電子錢包、儲值卡或其他產品。貨幣轉帳代理商只能經營電子貨幣及相關業務如匯款。如果要從事其他業務，須透過電子貨幣發行商的獨資公司發行電子貨幣。註冊為非銀行的電子貨幣發行商須籌組股份公司，最低資本1億比索。電子貨幣禁止支付利息，不受存款保險。要求機構在發行電子貨幣之前必須建立控制系統，並向央行每季提供財報。為保護客戶資金安全，非審慎監理的發行商須保有與發行在外的電子貨幣餘額至少相等的流動資產，包括存款、政府證券和央行允許的其他資產。

菲律賓不允許銀行利用代理商，但匯款代理商遍佈全國。銀行不得將與存款帳戶有關的任何業務外包給代理商，利用第三方商戶處理現金的模式在法律上行不通(Smart貨幣模式將其帳戶定義為預付帳戶而非存款，因而不適用該規定)。而2005年發布的《471號通知》卻涵蓋充當存取現代理商的所有機構。匯款代理商須向央行提出註冊申請，提交各種法律文件；派員參加由央行反洗錢委員會組織的培訓。2008年，反洗錢委員會應Globe和Smart要求，允許它們自行進行反洗錢培訓，代理商因此大幅增加。2010年1月，允許GXI一次向央行註冊數千個代理商，條件是要承諾對其負全部責任；批量註冊使GXI立即新增1.5萬代理商。

菲律賓央行於2006年9月發布《電子銀行消費者保護542號通知》，隨後成立消費者事務部專門處理來自於金融部門的消費者投訴。與央行存在合作關係的銀行業

協會則制訂零售銀行業行為準則，要求會員執行；同時要求保護消費者資訊、防止客戶敏感資訊被盜、提高銀行電子協定和交易的法律執行力等。該通知的關鍵點在於提醒銀行高階管理人員對行動銀行業務進行監控是其職責，尤其強調要加強風險管理和內部控制。該通知還要求銀行為保證資料和資金安全，必須進行網路和作業系統控制、採用分層加密和驗證技術等。

(十) 國際行動支付監理措施及法規對台灣的借鏡

各國在行動支付業務發展成熟，其法規及監理制度經驗值得我們借鑒，現將上述國際行動支付監理措施及法規重點整理如下：

【表 5-2-2】國際重要行動支付監理措施及法規

| 國名 | 行動支付監理措施及法規 |
|----|---|
| 美國 | 美國係在現有的法規中尋求相關的監理依據，或對已有的法規進行必要的增修，沒有專門制定針對電子支付平臺的監理法規。 |
| 香港 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 規定電子票證發行機構必須先成為接受存款公司，而接受存款公司必須受香港銀行業條例管轄，故香港電子票證法令奠基於銀行法架構上進行管制，藉由區別接受存款公司與銀行間之差異，來劃分不同管制界線。 2. 香港金管局表示，目前正在制定儲值電子貨幣牌照制度、設立具互通性的近場通訊(NFC)移動支付基礎建設、監管非銀行的儲值支付模式，以配合零售支付的發展，並起草法例，計畫 2012 年第 4 季及 2013 年上半年進行業界諮詢，並提交修訂條例草案供立法會審議。 |
| 日本 | 日本 2010 年推出「資金清算法」，一次滿足各種非銀行機構營運相關業務的法源定義及規範，其主要包括儲值支付、代收付業務、銀行間資金清算這三種業務，針對各該業務範圍進行資格、業務內容及風險管理等規範。 |

| | |
|----|--|
| 中國 | <p>中國人民銀行在 2010 年 6 月公佈《非金融機構支付服務管理辦法》，明確對非金融機構的監理職責和支付服務市場的許可制度，制定市場進入條件、提出客戶備付金管理、參與者的規範經營、規範支付清算服務市場秩序、防範支付服務市場風險、保護消費者合法權益等；亦明確說明業務範圍包含網絡支付、預付卡的發行與受理、銀行卡收單，而網絡支付又可涵蓋貨幣匯兌、互聯網支付、移動電話支付、固定電話支付、數字電視支付等。</p> |
|----|--|

第三節 行動支付監理方向之探討³⁷

支付清算系統之監理係指中央銀行對於支付及清算系統予以監督與管理，藉由監視現有及規劃中的系統，評估系統是否達成監理目標，並於必要時誘導改變系統，以促進系統「安全」與「效率」二大政策目標之達成。由上述定義可看出，探討支付清算系統之監理，可由監理之公共政策目標（安全與效率）、範圍（支付與清算系統）及方式（監視、評估及誘導改變）著手。

行動支付屬新興支付工具，且各國行動支付體系正在萌芽或發展初期，故相關的監理規範、監理標準及監理措施大多仍在發展階段。在台灣，零售支付業務的主管機關為金管會，支付系統的監理者為央行，對零售支付工具及市場的管理，依現行法律規範，由金管會在核准相關業務前，會先洽商央行意見。「行動支付」既屬零售支付之一環，則似應依循此原則予以管理。以下謹就上述監理定義來探討有關行動支付監理的一些議題。

(一) 行動支付的發展對支付系統「安全與效率」的影響

從下列效率面要素探討，行動支付的發展有助於提升支付系統之效率：

³⁷ 本段內容參考取材自黃昱程(2012)，「新興支付工具—行動支付的發展與相關議題」，出國報告資料：參加中央銀行出版公司舉辦「行動支付有效監管」課程。

- 行動支付具快速、便利等特性。
- 行動支付的相關成本較低。
- 消費者選擇多樣化。
- 讓銀行滲透率低的地區或國家，其民眾能取得支付服務。

就安全性層面而言，行動支付使貨幣移轉能迅速完成、支付平台或網路具「多樣化」及「支付鏈長」等特性，確實對交易及資料的安全性造成較大威脅。因此，如何強化系統安控機制，以及提升相關設施的安全元件，以防止行動裝置遭盜用、POS 機台及讀卡機遭攻擊、資料傳輸中途遭病毒侵襲或惡意程式攔截，係安控機制的重要環節。常見的行動支付安控措施，包括確認用戶身分、額外輸入 PIN 碼、交易限額，以及資料傳輸的安全防護等。

(二) 行動支付體系是否納入監理範圍

支付清算系統的監理範圍，係指監理者(通常為央行³⁸)為達成政策目標，除了於相關法規明訂或宣示監理職責外，亦應明訂監理範圍的判斷標準，來決定哪些系統應被指定而受央行監理。

截至目前為止，行動支付體系或平台是否納入監理範圍，並無一套公認的判斷標準。下列二種判斷標準可供參考，即央行如認為其屬「具系統重要性之系統」(systemically-important systems)或符合所設定之監理門檻，則可將其納入監理範圍：

1. 「具系統重要性之系統」。一個系統若具有下列任一條件，該系統可能是對金融體系影響重大的重要支付系統³⁹：
 - 該系統為該國「唯一」的支付系統，或以支付總金額來看，該系統為該國的主要支付系統；

³⁸ 由央行監理支付系統的主因，係系統健全與否攸關央行的三項固有職責：1.提供貨幣作為交易媒介。若支付系統沒有效率或突然失靈，貨幣作為交易媒介的功能將大為降低；2.維持金融穩定。系統處理的金額相當龐大，且系統與各金融機構間已廣泛連結，若系統發生失靈，將可能造成金融失序；3.貨幣政策執行。安全、有效率之支付系統，使得央行與其交易對手間能可靠地移轉資金及證券，藉此執行貨幣政策的效果，能有效地在經濟體系中傳遞。

³⁹ Committee on Payment and Settlement Systems (2001). “Core Principles for Systemically Important Payment Systems,” Bank for International Settlements, p.23.

- 該系統主要係處理「大額」支付交易；
 - 該系統為金融市場交易進行清算或替其他支付系統進行清算。
2. 符合監理門檻的其他系統。藉由設定系統所處理之交易金額門檻⁴⁰，作為是否列入監理範圍之標準。亦即，若系統非屬「具系統重要性之系統」，但其處理之交易金額達一定「門檻」，表示該系統處理的金額相當大，該系統足以引起金融失序或將金融衝擊傳遞至其他金融體系，進而危及金融穩定，故有納入監理範圍之必要。

顯然地，行動支付體系或平台並不符合上述「具系統重要性之系統」的判斷標準。實務上，各國尚無將行動支付體系或平台認定為「具系統重要性之系統」。至於是否達到監理「門檻」，端視各國規定及行動支付發展情況而定，實際上，大部分國家的行動支付尚在發展階段，行動支付金額仍低，尚不致影響支付系統穩定及央行的貨幣控制，且為避免阻礙支付創新，故多未將其正式納入監理範圍；惟隨著行動支付的應用範圍擴大，行動支付的金額持續增加，此議題已引起各國央行關注，央行有必要持續注意行動支付的發展，收集並統計相關資料，俾適時判斷是否將行動支付體系或平台納入其監理範圍。

(三) 如何監視行動支付體系及是否要求其自我評估

不論行動支付體系或平台已納入監理範圍與否，央行仍須持續監視該體系或平台之運作，監視的主要作用為：(1)瞭解行動支付體系或平台的運作，俾制定適當的監理政策，並藉此評估系統之風險及效率，以決定該體系或平台是否納入監理範圍。(2)藉由監視所取得的資料，來評估被監理系統是否符合相關標準及政策期望。

1. 對於行動支付體系或平台，可採下列監視方法：

- 廣泛收集相關資訊。
- 檢視系統所提計畫。
- 評估與分析營運者對相關標準及政策期望之遵循。

⁴⁰ 例如，根據 Fed 發布的「支付系統風險政策」(policy on payment system risk)，其設定監理範圍為，未來 12 個月內任一營業日，以美元計算之交易總額超過 50 億美元的公、民營支付及清算系統。

• 與利害關係人對話。

2. 是否要求營運者進行自我評估：對於納入監理範圍之特定行動支付體系或平台，可要求其進行有無遵循國際認可準則及政府要求之「自我評估」，俾分析其安全性與效率性，並讓用戶、相關主管機關及其他利害團體，對該體系或平台之運作、風險管理方法、作業可靠性、服務效率，以及治理機制等，有所瞭解。對於若評估不符合準則標準或政策要求之處，必須設法誘導其作必要的改變。惟若根據上開二種判斷標準，或政策考量，不擬將其平台納入「監理範圍」者，則不須要求特定行動支付體系或平台的營運者，進行是否遵循國際準則及政府要求之「自我評估」。

(四) 行動貨幣是不是符合「貨幣定義」的貨幣

行動貨幣是不是真的「貨幣」，攸關央行貨幣數量統計與控制、是否要求該發行機構提存準備金、是否將該發行機構列為融通對象，以及央行的監理強度等事項，係央行未來可能須面臨的課題與挑戰。

一物能成為貨幣的必要且最重要的條件，就是它必須具備「普遍接受性」(the general acceptability)。貨幣的概念性定義，就是用「普遍接受性」的這個概念，來定義貨幣。詳言之，不論貨幣是由何種質材所造成，是有實體的或無實體的，凡是能為大眾所普遍接受⁴¹，而可作為支付財貨與勞務、償付債務的工具，即可稱為貨幣。

就功能上的貨幣定義(functional definitions of money)而言，凡具備交易媒介、計價單位、價值儲藏及延期支付等貨幣功能者，就可以稱為貨幣。由於貨幣最基本也是最重要的功能，就是它可用來作為「交易媒介」，因此，不論理論或實務上，欲探討某物是否為貨幣時，常聚焦此一功能，即認為能清楚地扮演交易媒介的資產，才能列入貨幣的定義之中。

嚴格來說，大部分的行動貨幣並不算真正的貨幣。有些行動支付係使用既有的轉帳卡或信用卡進行支付，這類卡式貨幣只是支付工具，並不算真正的貨幣；在部分國家，

⁴¹ 至於一物為何被廣為接受，而能成為貨幣，主要取決於：1. 貨幣發行者值得信任；2. 貨幣的價值應具穩定性；3. 技術上不容易被偽造等要素。

由電信公司創造的「通話時間」、行動電子錢包(如 Gcash)等型式的行動貨幣，用戶可以用它來購物及互相移轉電子貨幣，這類的行動貨幣則可能符合或接近「貨幣的定義」。

電信公司創造的「通話時間」或行動電子錢包，若其交易範圍及用途不大，則僅具有「交易媒介」部分功能，與真正貨幣的交易媒介功能，尚有一段差距，因為它僅能適用在某些特定的交易範圍，並無法普遍被使用及接受。不過，若「通話時間」或行動電子錢包等型式的行動貨幣，其發行量大、交易範圍及用途很普及、發行機構有很強的信譽，且其發行的行動貨幣價值也很穩定，則此類行動貨幣可算是一種「貨幣」。此類行動貨幣與「存款貨幣」的主要差別有二：第一，前者的發行機構通常為非存款貨幣機構，而後者的發行機構為存款貨幣機構；第二，前者發行機構通常不支付利息，而後者大部分會支付利息。由於此類行動貨幣的性質與功能，與通貨及「存款貨幣」等貨幣仍有不同，因此，可稱之為另類貨幣(alternative money)。

(五) 監理行動網路服務業者(Mobile Network Operations, MNOs)行動支付平台之理由

部份國家監理者及其他主管機關基於下列理由，制定相關法規，對 MNO 行動支付平台(如菲律賓 Gcash 支付平台及類似系統)予以監理：

1. 手機用戶存放在 MNOs 帳戶的「行動貨幣」或「流動貨幣」(float money)，如可被大眾普遍接受，作為支付財貨與勞務的媒介，則稱得上是一種「電子貨幣」，發行機構(如 Gcash 的發行公司 GXI)亦可視為某種形式的「電子貨幣發行機構」，故有予以監理之必要。
2. MNOs(如 GXI 公司)持有手機用戶大量類似存款的資金，如果經營不善倒閉，客戶利益將受到嚴重損害。
3. MNOs 管理大量客戶資訊，並持有龐大客戶資金，但不像銀行般受到嚴格的審慎監理。
4. 此類行動支付平台，可能被作為詐欺及洗錢等工具。傳統的銀行間匯款，資金在途時間較長，若發現可疑交易，有較充餘時間處理，但行動匯款(如

Gcash 匯款⁴²)快速到帳，僅能事後處理。

(六) 採高度或低度監理

在發展中國家，監理者通常容忍使用手機進行小額交易，而不要求系統營運者須取得銀行執照。若行動支付交易達到一定金額，行動支付體系或平台可能成為經濟體「系統性風險」來源時，即應受到主管機關較高度的監理。

部分國家採監理比例原則(regulatory proportionality)，即藉由設定平均交易金額門檻，超過該門檻的系統營運者被要求須取得可吸收存款的執照，並經許可方得經營行動支付業務。反之，若 MNOs 處理的交易金額仍低，則將其免除須取得銀行執照的義務，係合理且妥適的。當行動支付交易之金額仍維持相當低水準時，其對安全性之威脅尚小，基於避免阻礙創新及競爭之立場，監理者可採低度管理策略，如較低或無資本要求、採較鬆散的管理規則等。

各國對經營行動支付業務的非銀行機構(如 MNOs)，所採取的監理措施與監理強度，差異甚大。在歐洲，已針對非銀行「支付服務提供者」(payment service providers)制定「支付服務指令」(payment service directive)。根據該指令，MNOs 可成為支付服務提供者，而無須取得銀行執照；然而，MNOs 是否必須符合一定的資本要求，該指令並無明訂，此端視歐盟各國監理者的政策而定⁴³。例如，在法國，對於成為「支付服務提供者」有最低資本要求。若 MNOs 欲在歐洲發行電子貨幣，則必須遵守電子貨幣機構(electronic money institutions)適用的管理規範，並符合一定的資本要求。在其他國家，如日本及菲律賓已決定訂定電子貨幣機構管理規則，然而，有些國家，如俄羅斯，並沒有類似的管理規則可供遵循。

如果 MNOs 欲扮演類似銀行之角色，其必須遵守銀行法規及建立風險管理能力，以確保金融體系的安全及穩定。例如，主管機關應要求 MNOs 必須取得銀行執照或設立銀行子公司、MNOs 必須證明其具備風險管理能力，以及符合法定資本要

⁴² 以跨國匯款而言，如果透過一般銀行，約 3~5 日到帳；若透過西聯公司等匯款機構，通常隔日到帳；而若使用 Gcash 支付平台，則即時到帳。

⁴³ Marc Bourreau and Marianne Verdier (2010). "Cooperation for Innovation in Payment Systems : The Case of Mobile payments," Communications and Strategies, No. 79, p.111.

求。除了風險管理並非 MNOs 強項外，在處理客戶與商店的交易紛爭、法規風險管理等領域上，MNOs 較欠缺經驗。

(七) 行動支付監理方法

如何發展一套行動支付的監理策略與方法，在鼓勵創新與競爭的同時，確保交易安全及金融穩定，將是監理者的一大挑戰。

常見的行動支付監理方法有：

1. 公佈行動支付業務的準則、指引或相關規範。妥適設計的管理規章，對行動支付方案的成功有明顯助益；不確定的管理規章將使業者減少或不投資，因而阻礙行動支付的發展。
2. 更清楚定義並揭露監理範圍，對於非銀行的行動支付平台營運者(如 MNOs)，亦必須適度監理。
3. 設立交易限額等交易規則。
4. 對收存行動貨幣的銀行業者，要求提存準備金；對收存行動貨幣的非銀行業者，要求提存準備金或提撥信託資金。惟應注意的是，該行動貨幣的性質與功能必須符合或相當接近「貨幣」，且發行量達一定水準，方有要求業者提存準備金或類似資金的需要，以免阻礙創新及不利支付效率的提升。
5. 考慮對欲經營此業務的非銀行業者，就其淨值、流動性、安控等事項，設立進入條件。
6. 要求業者強化科技與安全標準，以及消費者保護措施。
7. 要求業者必須申報交易資訊，包括異常交易資訊，並留存交易軌跡及紀錄至少一定期間。
8. 央行應與行動支付的利害關係人，包括銀行、非銀行金融機構、MNOs 等進行對話，並定期評估市場發展及其意涵。
9. 央行應與銀行監理者、主管通訊科技的部會等其他政府部門，進行監理合

作。

(八) 行動支付監理與一般支付系統監理有何差異

行動支付監理與一般支付系統監理至少有二項差異，值得注意。

第一，行動支付平台通常係由電信業者等非銀行機構所建立及營運，這類業者的業務主管機關不是央行，為提高監理的有效性，央行應與這類業者的主管機關，如銀行監理機關、主管通訊科技的部會等機關，就資訊交換、相關規範的研訂及執行等事項，進行監理合作。監理合作可減少人力及資源的重覆投入，可增加監理的效率；亦可避免不同主管機關獨自作業，所可能產生的政策不一致性，且可降低監理意見分歧的可能性。

第二，誠如前述，行動支付的安全性至關重要，為確保行動支付交易之安全，監理者將發現有建立交易規則的需要，例如，訂定或要求業者採取下列措施：

- 手機被通報遺失時，即不能進行交易；
- 排除黑名單交易；
- 交易金額上限；
- 帳戶餘額上限；
- 交易達一定金額時，要求對手機用戶額外進行身分辨識；
- 交易紀錄必須留存。

第四節 台灣行動支付的監理措施及相關法規

一、行動支付監理措施及相關法規

台灣在法制面的發展歷程上，最早可溯及2000年修訂《銀行法》第42條⁴⁴，開放銀行得經主管機關許可後發行現金儲值卡。2001年，主管機關更進一步公告《銀行發行現金儲值卡許可及管理辦法》，賦予銀行透過儲值卡型式作為電子支付工具付款之用，此種支付工具特點主要以便利、小額付款為主，市場上曾經出現的商品有Mondex、悠遊聯名卡、iCashwave 電子錢包及TaiwanMoney。然而，該法僅准許銀行業者發行現金儲值卡，禁止非銀行業者發行跨越不同業務、商業體系經營之現金儲值卡，是故包括I-Cash 卡、悠遊卡等儲值卡，僅可在其營運系統中使用，侷限此類電子票證支付工具的使用範圍。追本溯源，該管理辦法的母法為《銀行法》，立法目的包括維護金融秩序、健全銀行業務經營、保障存款人權益等，該類金融監督法制的管制較為嚴謹，具備業務管理、存款管理、內部稽核控制等全面性且詳盡的法律規範，故禁止非銀行發行現金儲值卡的用意，最主要在於公司不當運用該業務作為洗錢、或從事危害金融體系的營運。

然而，由於我國交通票證的逐步整合，2007年原本只能應用於台北公車及捷運系統的悠遊卡與基隆交通卡整合成功，2008年悠遊卡公司與台灣鐵路局簽訂合作協議，擴大悠遊卡使用範圍從捷運系統延伸至台灣鐵路上的基隆到中壢段，自此，電子票證支付市場邁入蓬勃發展期，立法院於2007年提案推動《電子票證發行管理條例草案》，試圖藉管制法規建構完善的消費者保護，並維護市場秩序，賦予電子票證運用在小額支付用途的法律效力。該管理條例並於2009年1月正式經總統公告施行。受此法影響，原先僅能用於交通票證的悠遊卡、單一營運商之用的統一超商I-cash，如今皆可從事跨業支付之用。

目前金管會將行動銀行業務視同新業務，須由個別銀行向金管會提出申請，經

⁴⁴銀行法第42-1 條：銀行發行現金儲值卡應經主管機關許可，並依中央銀行之規定提列準備金；其許可及管理辦法，由主管機關洽商中央銀行定之。前項所稱現金儲值卡，謂發卡人以電子、磁力或光學形式儲存金錢價值，持卡人得以所儲存金錢價值之全部或一部交換貨物或勞務，並得作為多用途之支付使用者。

審核通過後，才可開辦此種業務，國內關於支付工具專法，只有票據法跟電子票證發行管理條例是立法院三讀通過的法律，其他均屬主管機關頒布之法規命令層級。即便經濟部曾經力推的「資金傳輸服務管理條例」草案，也僅是加強規範代收付業者應具備的資本條件等門檻及在途資金應受到的保護等內容。

(一) 行動支付需遵循電子票證法規

臺灣各類卡片支付的應用，在民國 98 年發生重大的轉折。在這一年，政府公佈「電子票證發行管理條例」，從此以後，各種電子支付的應用，都可以跨行業別使用，提供通用性的支付服務。故從民國 98 年起，通用型的支付服務受到「電子票證發行管理條例」規範，未來這些新的行動支付型態也將遵循此法規的規範。

通用性支付服務，也正是行動支付的基礎。過去這些電子支付的形式，多以卡片為工具載具，到了行動支付的時代，手機就是新的載具，同樣也是使用這些通用性支付服務。未來這些新的行動支付型態，也將受到原有管理卡片支付的「電子票證發行管理條例」所規範。

(二) 政府首次鬆綁交通票證公司跨足其他行業支付使用

臺灣最早出現的電子票證，多用於一般交通支付上，原有發行儲值支付卡片的服務業者，也為企業專屬應用範圍，無法跨其他行業使用。而在民國 98 年，電子票證發行管理條例的頒布，是政府重視臺灣電子票證的開始，原有票證公司，例如悠遊卡、臺灣智慧卡等企業，多以卡片做為支付的載具工具，這些企業只要通過電子票證發行管理條例主管機關的審核通過，就可從原有交通票卡發行，擴展到不同行業別的支付使用。

對於消費者來說，就可用單張卡片，在不同的服務單位支付使用。而現在悠遊卡公司所推出的小額支付，就是在原有交通票卡延伸其他行業支付的最好案例。悠遊卡投資部副總經理李志仁表示，新法規條款的公佈，就是驅使電子票證的使用，走向通用性應用的關鍵。

因為電子票證具備一定儲值貨幣的價值，消費者需要先給付一定的金額，才能購買到等值的電子票證。因此，為防止發卡機構惡性經營，而發生倒閉，甚至服

務不可用的情形，這個法規要求發卡機構必需為專責的發卡機構，不得從事發卡業務以外的其他業務行為。

(三) 發行通用性支付票證的發卡單位需為專責票證公司

對於原先已有發行卡片載具的企業，例如太平洋百貨推出了 Happy Go 會員點數卡，但因為太平洋百貨仍屬於百貨零售業者，而非專責的票證公司，就無法發行類似悠遊卡，可跨行業別使用的通用性支付工具。僅能發行類似統一超商等 iCASH 會員儲值卡，隸屬於零售業者的禮券發行應用，來做為支付票卡發行的解套，而且這樣的會員儲值票卡，只能在自有單位企業使用，而無法跨企業或行業別使用。這些企業卡未來要轉型行動支付時，也只能在企業內使用，無法跨出企業或跨產業。

此外，除了要求票證公司的專責業務之外，電子票證發行管理條例也規定發卡公司必需嚴格管理民眾的儲值金額，以信託管理的方式來處理民眾預存款項，以防止發卡單位濫用民眾預先儲值的消費金額。

以悠遊卡公司為例，目前光民眾預先儲值的金額就相當高。悠遊卡公司必需將這筆款項，以信託的方式管理，專款專用，而不得挪款在悠遊卡本身的營運規畫上。

(四) 票卡儲值與支付金額有限制

而針對消費者的儲值金額，電子票證發行管理條例限制單張卡片的儲值金額以 1 萬元為上限。悠遊卡公司也限制每張卡每日的消費金額上限為 3,000 元，以防民眾卡片遺失，或甚至以電子票證來作為各類不法洗錢的作用。

這些過去針對卡片支付的規範限制，也將通通移轉到新型的行動支付應用上，來保障消費者權利。手機裝置上的通用性卡片服務，例如悠遊卡公司推出的行動支付服務，也將同樣有每日 3,000 元的支付限制，總儲值金額不得超過 1 萬元。

除此之外，這些提供支付服務的業者，每一項業務的拓展，還需要經由主管機關行政院金融監督管理委員會審查通過。因此，現有服務業者要發行支付卡片，或直接跨足手機載具的行動支付服務，也必需先通過行政院金融監督管理委員會的審核通過，才能從事通用性的行動支付應用。因此，對於這些非票證公司的企業來說，行動支付也提供新的機會。

(五) 悠遊聯名卡依法信託、不納入存保保障範圍

一般來說，銀行發行的電子票證像是現金儲值卡，都列在存款保障範圍內，但悠遊聯名卡卻不在存款保險保障範圍，主要原因是其儲值餘額是由悠遊卡公司依法辦理信託，或取得銀行十足履約保證，並非由銀行依法提列準備金，所以悠遊聯名卡不屬於存款保險保障範圍。

目前國內銀行等金融機構，發行以電子、磁力或光學形式儲存金錢價值，並可使用在支付第三人提供的商品、服務價金的多用途儲值卡片，即為所謂的「電子票證」。中央存保公司指出，受到存款保險保障的電子票證，必須符合銀行發行且對電子票證預先收取的款項，都要依法提列準備金等要件，而存保保障金額則以每張電子票證餘額為準。

現行電子票證依法最高僅能儲值 1 萬元，在納入中央存保保障的部分，銀行每次繳交存保保費時，就依儲值總餘額計算。而這種卡片大多不記名，未來若發生存保理賠的情況時，也只能憑卡提供保障。中央存保公司解釋，儘管發行單位同樣是旗下的要保機構，可是由於其儲值餘額是由悠遊卡公司依法辦理信託，或取得銀行十足履約保證，發行單位不須另外提列準備金，所以並不提供悠遊聯名卡的存款保險保障。

二、行動支付相關問題

(一) 缺乏支付產業專法

台灣欠缺專法來定義審核條件與執照發放的標準與流程。支付產業跟銀行應該要被列為特許行業，因為他們都會對國家的金融環境造成系統性影響。目前相關的法規只有「銀行發行現金儲值卡許可及管理辦法」以及「電子票證發行管理條例」，前者還是以銀行執照為基礎，而後者基本上是為了悠遊卡因應而生的法規。

所以，台灣完全沒有專法針對第三方支付機構審核以及發放執照的規範，倘若政府也認同第三方支付是確保台灣網路產業蓬勃發展的關鍵，那主管機關就應該要全盤檢討相關法令，設立專法管理第三方支付，清楚定義產業的遊戲規則。

(二) KYC/AML 的範疇及義務

身為金融相關特許行業，第三方支付應該要被清楚賦予 Know Your Customer (KYC) 以及 Anti-Money Laundering (AML) 的責任，但是主管機構也要注意規範不宜過度，過度的風險控管機制會帶來過高的成本，假如完全以銀行的標準來執行，可能會扼殺支付產業的獲利能力跟吸引力。

為推行電子以及行動支付，國際市場上這幾年來一直在倡導立法機構的規範要比例化 (Proportionate)，相關的控管方式如：根據產品風險的不同要求不同程度的 KYC，不同程度 KYC 的帳戶有其對應的帳戶餘額、每日交易數量以及金額限制，這些限制應確保支付產業的適用性，並同時將風險控制在可接受的程度內。另外，這些控管限制也可以先緊再鬆，過程中監理單位可定期審查去決定法規是否需要適時調整，支付公司也在某個程度被鼓勵要確保風險以及服務品質控管得宜，以換得更寬鬆的經營環境，目的是在發展過程中促成正向循環。

(三) 支付帳戶資金當成存款管理

第三方支付最常被大家拿來討論的，就是支付帳戶裡的資金，應該要如何管理？按照現行法律，只有銀行可以收取存款，而且必須提列準備金，以確保流動性；但這類規定的原意是為了反應銀行的商業模式：收取存款然後放款賺取利差，所以一定得透過法規才能確保流動性，否則銀行一定會盡量把款項放貸完以達到利益最大化。可是，第三支付的獲利模式與銀行並不相同，支付產業的利潤，主要是來自於交易手續費，而且也沒有放款的資格，所以流動性的要求以及存款的使用，一定要有與銀行不同的規範，以反應這個產業的本質以及與銀行的差異。

由於第三方支付機構並不是銀行機構，收取的資金存款還是得存放在某個清算銀行帳戶中。為了確保消費者的利益，法規勢必要規定這個支付資金要交予銀行信託 (Trust) 或者履約保證 (Escrow)，才能將第三方支付機構的倒閉風險跟支付資金分開。這類型資金被稱為 Client Money (客戶資金)，與支付公司自己的營運資金，一定要分開放在不同帳戶；信託銀行在第三方支付機構倒閉的情況下，就可依據第三方支付機構系統裡記錄的帳戶資料，將支付資金退還給第三方支付機構的客戶。

另外一個風險，是支付機構的清算銀行倒閉。一旦倒閉，銀行帳戶上的資金會立刻被凍結，等著被債權人清算 (liquidate)。台灣現行的存款保險是以帳戶為依據，

因此存款保險賠償上限預計是無法承擔第三方支付機構的資金金額的。至於信託法是否可以更進一步將這筆資金跟第三方支付機構的清算銀行獨立開來，根據非洲開發行動支付的經驗，有些國家這麼做是可行的，相關法律可以超越商業法規，最重要的是確保信託帳戶的資金得到完善保護。

利息的歸屬也是爭論重點。以現行信託的精神，利息應該屬於受益者 即第三方支付機構的客戶，但第三方支付機構是否可以在契約中明定信託帳戶孳息將給予第三方支付機構作為支付產品的服務費用？目前在國外看到的例子都是以後者為主，背後的理由是政府機構極力避免支付機構能「產生孳息」，所以倘若信託帳戶有孳息產生，其所有權主管機關也要仔細思考，以確保公平性但又不牴觸其他法律原則。

（四）儲值方面的議題

線上支付基本的架構，是任一人都能同時扮演收款方與付款方。例如賣一台二手 iPad 所獲取的營收，可以停留在系統中做為下一次支付的款項；另外為了支付方便性，也要能預先儲存一筆金額，方便進行各種小額支付。

台灣的現況，儲值是個難以克服的議題。在「電子票證發行管理條例」出現前，台灣金融監理當局，對非金融機構發行儲值性質支付工具分為電子禮券及交通票證兩方面。儲值卡系統一般分為二種：一為封閉型，僅可限定特定區域使用，另一則為開放型儲值卡，可於大區域範圍使用，而作為多用途支付工具。一般所通稱之電子禮券屬於封閉性之單一用途儲值卡；而典型之現金儲值卡則為開放型儲值卡。

封閉型儲值卡時，業者不需要申請電子票證，只需要透過信託即可。金管會認為，封閉型儲值卡只能於單一產業使用；而跨業型儲值卡，業者需要申請電子票證，但電子票證有其本身安控標準，與銀行業者的不太一致。

所以銀行若要發行跨業型儲值卡，將使推動第三方支付業務之成本暴增。因為銀行本身即有一套較其他產業嚴格的安控標準，若兩種安控標準不一致，銀行業者需另行投入大量成本建置，此為銀行業者現在推動第三方支付業務時重要障礙。依據銀行法第 42 條之 1 規定，銀行可以發行現金儲值卡，但要提存準備金。事實上，為了風險控管，將其他行業發行之儲值卡限定使用在一、二項範圍內的做法或許合

理。惟銀行業係高度監理的行業，本身負有吸收不特定人存款的功能，各項風險控管本來就相當謹慎周全，開放銀行依原有之安控標準從事開放型儲值卡業務其實並不違反社會對銀行的期待。

台灣依現行法律可行的支付業務架構為何？最簡單的，就是 7-ELEVEN 等便利商店幫商家做的代收款項業務。由收款方與代收業者（即便利商店）簽訂契約，付款方將款項交予代收業者，代收業者再結算予賣方。

金管會曾於民國 99 年及 100 年分別於兩份函文中說明這樣的作法：

99 年：第三方支付服務係基於買賣雙方之實際交易後，透過銀行支付體系所為之代收轉付，並無涉及銀行法第 29 條所定吸收大眾資金之疑慮，故係屬一般商業交易支付形態，尚無制（訂）定金融法規納入金融監理之必要。

100 年：第三方支付業者營運模式中，買方於進行網路實質交易後，支付該次交易金額，或主動溢額支付與交易金額顯不相當之款項予第三方支付服務業者，由業者依買方指示撥付賣方之行為，係屬針對實質交易之逐筆交付辦理代收轉付性質，為一般商業交易範疇，尚無違反銀行法及電子票證發行管理條例之問題。

簡單歸納這兩個函文的內容來看，第三方支付可以針對實質交易逐筆進行支付，再利用代收進來的錢做下一次付款，但不可預先儲值。儲值很重要嗎？能儲值是一種便利，對某些特定型態的交易可能重要。但從 Paypal 與支付寶的經驗看來，現多已經走向逐筆以信用卡或銀行帳戶扣款方式支付，所以儲值不是關鍵議題。如果一定要解除儲值功能限制，依據「電子票證發行管理條例」，這是目前非銀行機構發行儲值支付工具的唯一方式，但對網路交易還是門檻重重，簡單列出如下：

- (1) 電子票證需成立公司專營，資本額三億以上
- (2) 每張電子票證儲值金額上限為 10,000 元（只能買一萬元以下的商品）
- (3) 若透過網際網路交易，單筆以帳號密碼形式支付上限為 1,000 元，超過 1,000 元的部份，需要符合 CNS15408 安全規範的晶片票證（亦即超過 1,000 就要插入晶片卡交易）

(4) 電子票證之交易，不得為電子票證間之資金移轉。（個人不可直接轉錢給個人）

(五) 帳戶孳息問題

由銀行法本身來檢視，銀行法第五條之一（收受存款之意義）說明。

本法稱收受存款，謂向不特定多數人收受款項或吸收資金，並約定返還本金或給付相當或高於本金之行為。也就是說，代收轉付業務最好不要觸及帳戶孳息的討論，如此就不會違法銀行法第二十九條（專業經營原則）。

除法律另有規定者外，非銀行不得經營收受存款、受託經理信託資金、公眾財產或辦理國內外匯兌業務。最後，為了增進國內支付產業發展，台灣若要在這波支付工具變革的全球趨勢中迎頭趕上，政府實在應考慮制定類似國外的資金服務專法，讓非金融機構辦理這類型業務時，有遵循的規範，避免發生惡性倒閉或捲款潛逃等風險。

三、台灣政府對行動支付監理及法規之態度

政務委員管中閔於 2012 年 9 月 15 日說明，現行金流僅能由金融業，金融業因為是吸收大眾資金，須受嚴格規範。第三方支付是一對一，也須規範，但規範程度顯然與金融業不同，如果把它等同於銀行來進行規範，等於是限制這個行業。針對這項法規鬆綁，其指出近期將與金管會及相關單位討論與溝通協調。

行政院於 2012 年 11 月 1 日宣佈，鬆綁第三方支付服務，對於小型商店或個人賣家，未來可透過第三方支付服務，接受消費者信用卡刷卡完成交易。相較海外 Paypal 及大陸的支付寶的蓬勃發展，台灣第三方支付的服務並不發達。目前第三方支付服務的運作模式，還是透過轉帳等方式進行，對商家來說，現金週轉的時間很長，對買家來說，還是得要透過郵局轉帳等方式進行，無法刷卡。

四、建議

台灣的金融機構業務主管機關是行政院金融監督管理委員會，行動通訊的主管機關是國家通訊傳播委員會，在目前的法規下，並未明文規定行動支付服務是由那個機關管理。因此行動支付相關服務不但無完整的規格與配套措施，金融機構與電

信業者若推動服務也可能因為法規不清楚而觸法之疑。因此除非修法，確定主管機關的職責，否則難以推動。政府應儘速鬆綁相關金融法規，以加速國內行動金融服務。

隨著非金融機構支付服務業務範圍與規模的不斷擴大和新的支付工具推廣，以及市場競爭的日趨激烈，這個領域一些固有的問題逐漸暴露，新的風險隱憂也相繼產生。如客戶資金的權益保障問題、網路交易中的個人資料外洩及詐騙行為、反洗錢義務的履行問題、支付服務相關的資訊系統安全問題等。這些現象反映出銀行業做為金融中介(financial intermediary)的角色有其重要性。銀行具有安全性高、高度金融監理及法規遵循(regulation compliance)等獨特價值(value)，可以避免發生違約風險情事。

所以，非銀行業者在發展第三方支付時，若缺乏兼具安全性、便利性之風險管理，導致金融犯罪，對國內防治網路犯罪有極大的影響，也將可能對台灣金融市場秩序之穩定產生衝擊。若這些問題僅僅依靠市場的力量難以解決時，就必須透過必要的法規制度和監理措施加以預防和糾正。

或許建議可由修訂「電子票證發行管理條例」及其相關子法著手，茲列出主要項目如下：

1. 調整進入門檻的資本限制（或用階梯級距限制資本額與業務承做量的關係）
2. 有關「電子票證間之資金移轉」的限制

目前電子票證發行機構業務管理規則限制電子票證間資金不得互相移轉。因為電子票證資金若可以移轉，其實即等同於電子貨幣。

- (1) 若可移轉，對於該項業務提供者之要求，應等同於銀行的標準，需要提列準備金；此外，也應加入金額的限制，以避免洗錢的情事發生。
 - (2) 就銀行業者的立場而言，在活絡市場的考量下，金額較小的資金移轉可被同意，但金額較大的部份，仍宜由主管機關訂定規範管理之。
3. 調整特約機構的定義與特約機構訂定契約的方式
 4. 大幅調整「電子票證應用安全強度準則」內不合宜的安控標準

5. 網際網路交易得以使用者代號加密碼的形式進行
6. 放寬單一電子票證儲值金額限制，或以階梯級距區分票證樣態與儲值金額關係

此外，其他例如消費者保護、資料安全、第三方支付機構風險控管等等規定也都是相當重要的配套措施，一個好的法規在於能夠清楚定出有助產業發展的遊戲規則，倘若制度設計良好，產業的蓬勃發展也是水到渠成。

從以上的分析來看，主管機關（至少是金融主管機關）目前就支付產業，依法並無管制的權力與義務。反倒是如果要管，必須要有一部名正言順的法律清楚規定或授權，才符合依法行政、法律保留的原則。

支付產業是電子商務及網路、行動產業發展的命脈，所以目前主管機關面臨的真正問題，毋寧是審慎思考究應採取何種政策發展價值判斷，才有益於支付產業的發展：如果政府目前有資源、有能力、有把握能扶助台灣支付產業的健全茁壯，則應謹慎妥善的制定專法，確立產業衝刺的方向；因為如上述，支付產業目前並無特殊目的事業主管及主管法規，主管機關目前似無管制的正當性。

第陸章 結論與建議

第一節 結論

隨著行動技術的進步，金融服務的便利性逐漸提升，從最初傳統的營業據點櫃檯式服務，到 ATM 自動櫃員機的自助服務，再到透過網路銀行提供服務，商業銀行將資訊技術應用到服務中，逐步打破服務時間和空間的限制，向客戶提供更加及時便捷的服務。現今進入 3G 網路時代，行動通訊逐步普及，透過行動上網的用戶愈來愈多。這將進一步促進銀行與行動資訊技術的融合，以行動設備為交易媒介，為客戶提供靈活便捷服務，並提高銀行的經營效率及拓寬業務領域。隨著各種支付模式的快速發展，可以預測多元化及便捷性的金融服務將會是新世代消費模式的趨勢所在，使得行動金融具有廣大的市場發展前景。

行動銀行的安全機制在於業務發展的過程中，建置安全先進的支付平台及支付技術，需有完善的驗證機制，才能確保行動業務交易安全可靠的重要保證，減少網路詐騙，保障消費者權益。

首先，銀行需確保支付系統安全與穩定的運轉，其次，客戶與行動號碼需一對一的進行確認和鎖定。行動銀行業務資料應有較高的安全等級別，如加密認證演算法、代碼規模的大小及交易密碼長度的選擇都是重點。行動銀行系統採取點對點的加密資料傳輸方式，在傳輸交易資料前，行動用戶端與行動銀行端需轉換成安全的通道，同時採用帳戶額度設置、登錄時間控制、登錄地址檢測等多種保護措施。

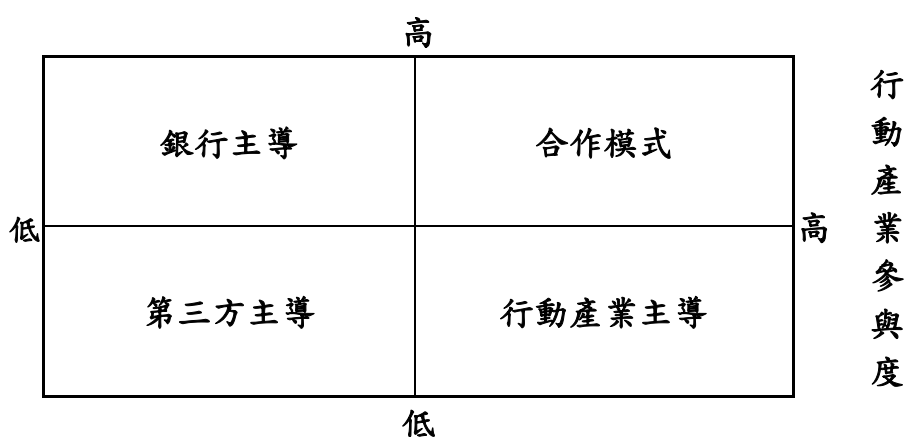
在行動銀行整體的產業鏈環節中，銀行與行動用戶、設備供應商、商家、移動服務提供商應加強合作，形成行動銀行整體移動支付產業鏈。產業鏈中各參與方自身的資源和優勢不盡相同，唯有化競爭為合作，才能實現資源分享、優勢互補、促進產業鏈發展共贏的局面。在發展行動銀行業務的過程中，各銀行需做好市場調查，瞭解不同層次的客戶需求，並將市場進行劃分，根據市場需求開發出擁有各種服務商品、金融商品、理財商品功能的行動銀行，向不同種類的行動銀行用戶提供差異化的行動銀行服務，以滿足不同客戶群的需求。同時可與商家合作，在各大商場、超市安裝與行動銀行業務相關的設備，透過行動支付可以購買各種商品及附加

金融服務，樹立銀行的品牌價值。

長久以來中小型銀行由於營業據較少，較難形成規模經濟效應，限制了其進一步的發展。而行動金融的發展，對於中小型銀行將是一大利多，以中小型銀行本身的靈活性，有利於解決其增設營業據點和處理小額交易的成本問題，打破規模限制，發展利基型業務。同時有利於提高原有金融服務的安全性，可以為客戶設置個人的安全卡和 PIN 卡等安控方式，提供更加個性化的安全模式，進而提高金融服務的安全性。

銀行擁有豐富的客戶資源是發展行動金融的優勢。一般來說，擁有金融卡數量較多的客戶，其所處的區域相對比較發達、平均收入較高，並且具備發展行動支付業務所必備的網路環境和相關技術，用戶對銀行的信賴程度要高於其他行動支付業務的參與者，人們更願意將自己多餘的資金存放在銀行。然而，首先必須先確認業務模式(如圖 6-1-1)，發展行動金融業務採取的主導模式、每種模式適合的客戶群和交易情況，以及經營獲利模式，包括先向商戶收取費用，待運作穩定後再向行動用戶收費或二者收費，應積極進行規劃。

銀行業參與度



【圖 6-1-1】行動支付的產業合作模式

行動銀行可以將信用卡業務、代扣代繳業務、轉帳匯款業務、支付業務、存取款業務、投資理財業務、業務及資訊諮詢等各種銀行服務進行整合。客戶可以透過行動工具，銷售銀行的各種金融服務。與傳統的銀行服務業務相比，行動銀行將銀

行各種金融服務和通訊領域技術優勢進行結合，大幅降低銀行的成本。對於客戶而言，利用手機隨身攜帶和隨時操作之新世代消費者特性，解決了方便性、及時性等問題。對銀行而言，行動銀行一方面延長了銀行的服務時間，擴大了銀行服務範圍，另一方面也無形中增加了許多銀行經營業務網點，真正實現 24 小時全天候服務，對於低利差環境下發展手續費業務將有極大助益。

綜上所述，歸結以下關於我國行動支付及第三方支付發展之結論：

一、新世代消費模式帶動行動支付及第三方支付發展

新世代消費模式主要由創新的支付模式引發，而支付模式可由媒介與流程二方面進行探討。媒介部分，行動支付作為其中的代表可說是當之無愧。由於新世代行動網路技術的突破及電子晶片技術的發展，使民眾可以藉由行動網路及電子晶片傳送、儲存各種不同的資訊，使支付程序更加便利，促使原有支付業者也都進一步將自家金流服務延伸到行動支付上。雖然對前端消費者來說，都是以相同的媒介(例如：手機)來執行支付動作，但對於擁有不同支付環境的各類服務業者，尤其是新興投入業者來說，找對適合的後端金流模式，就是搶攻行動支付必需了解的關鍵重點。

流程部分，第三方支付則是創新的代表。第三方支付主要是因買賣雙方的互不信任而發展出來的支付模式，並可能採取與眾多銀行合作的方式，從而方便網路交易的進行，以促成商家和銀行的合作。此外，提供增值服務及詳盡的買賣交易紀錄，以防止買賣雙方對交易行為可能產生的抵賴、糾紛，進而為後續交易中可能出現的糾紛問題提供證據。因此，在無法採取當面交易的方式進行時，為保障買方交易安全，第三方支付機制的存在更顯重要。

二、銀行業與其他行業的支付模式發展，合作的可能性大於競爭

銀行過去固守於傳統的支付模式上，包括傳統的支票、匯款及信用卡等方式。目前創新方向在於媒介與流程的發展。回顧過往，銀行業作為主要支付通路時期，人力負擔遠大於今日。之後，由於自動櫃員機(ATM)的普及，再到近年的網路銀行發展，銀行臨櫃通路的使用率已較過去大為降低。然而，受限於臨櫃通路的營業時間，以及網路銀行無法收付現金等缺點，超商等代收代付通路彌補了上述二項臨櫃

通路的主要缺點，其代收服務的發展，亦在減低銀行出納櫃員人力的負擔上，產生了具體成效。

展望未來，新世代消費模式的需求，已從支付的便利性逐漸擴展到支付安全性。其具體表現在銀行強化網路或行動銀行的安全性，以及網路交易者需要第三方支付模式，以確保其交易順利完成。另外，由於支付模式的發展走向，愈來愈趨向資訊發展技術的重度依賴，銀行業固守於採取內部發展支付模式，將造成資訊人員工作負擔。若增聘人員協助處理，未來若無法繼續維持一定的發展步調，將可能發生聘用人員過多等問題。再觀察大陸及其他國家發展第三方支付模式的經驗，若沒有適當的法令規範，建構合理的行業進入門檻，未來國內第三方支付業者，亦可能產生削價競爭的情況，因此，在我國監理機關適當的法令門檻上，銀行業似可考量與資訊業合作，以資訊業的專業程式設計技術，配合銀行業的業務面要求，切入發展本土的「第三方支付」，或可減少如大陸當地削價競爭的情況。

第二節 建議

一、對支付法規與監理之建議

(一) 對支付法規之建議

1. 制訂或調整法規，以利第三方支付、行動支付等新種業務蓬勃發展

銀行業係受高度監理之特許行業，相對其他行業受限較多。現行金融主要透過銀行業，銀行業因為吸收大眾資金，須受嚴格規範，所以發展第三方支付、行動支付等創新業務較為不易。在避免影響金融交易秩序下，第三方支付業者也須規範，但規範程度顯然應與銀行業不同。第三方支付業者需具備一定資產與信用，以保證支付的完成。建請主管機關參酌歐、美、日等先進國家第三方支付及行動支付經驗，並考量我國交易習慣及經濟結構等因素，制訂或調整法規，以利銀行與第三方支付業者之創新，使新種業務健全且蓬勃發展，提供消費者多樣、便利且安全的選擇。

2. 維護消費者權益並訂定完善的法律規範

應訂定健全的相關法令，維護各方的合法權益，借鑑國外經驗，建立相關消費者權益保護法令，健全電子交易消費者權益保護機制，保護消費者之財產權益。促使銀行及電信商等建立完善的基礎設備，確保交易紀錄的完整性及可靠性，並在發生交易糾紛時，由銀行及電信商等承擔舉證責任。

(二) 對支付監理之建議

1. 透過政策引導加強行動支付之未來發展

政府應有行動支付產業相關的鼓勵政策措施，仿照信用卡消費利益分配原則，加強行動支付產業鏈之間利益衝突的協調，努力形成利益共享、風險共同承擔的共存關係，加強產業合作，促進整個行動支付產業的規範發展。

2. 建立統一的技術標準，防範交易安全風險

新一代行動銀行隨著智慧手機的發展，雖已擺脫第一代行動銀行大部分技術面的窘境，但手機上網的安全性，仍讓不少銀行客戶對使用行動銀行存有相當疑慮。應制定適合行動支付發展的統一技術標準，以使不同金融機構、電信商及第三方支付平台之間系統相容，防範因技術不統一而產生的風險。並應研發資訊設備及傳送之管道，對客戶資訊自動加密、解密，以保護客戶的資料安全。

3. 建立反洗錢機制

借鑑歐美國家做法，將行動支付業務納入反洗錢監測管理範疇，防範不法人員利用行動支付工具從事非法資金交易。積極建立相關反洗錢之規定，強化客戶身分辨識措施、可疑交易和大額交易的自動報備制度、客戶身分資料保存機制，以監控異常電子支付交易。

二、對銀行業者之建議

(一) 銀行發展第三方支付業務之思考

1. 法規之限制及高度監理

監理對支付行業的創新會產生影響；除了商業模式及合作考驗著業者外，法規

要如何跟上科技，也是左右未來行動支付的重要一步。台灣銀行業面臨著比非銀行競爭對手更嚴酷的挑戰，相對其他產業而言自由度較低，因為在某些情況下，非銀行機構無需承擔相同的監理壓力，可以專注於以客戶為中心的創新。

2. 貼近消費者掌握客群

基本上，第三方支付業務要做的成功，最主要是第三方支付廠商必須想辦法貼近消費者。目前比較成功的案例大多是入口網站商(如：Yahoo)或大型網路商城(如：淘寶網)，而銀行受限於法規限制，所以最主要的服務項目還是以後端的金流為主。這是銀行在發展第三方支付業務上的一項先天限制。因為除非銀行有龐大的客群，可支撐其與入口網站商或大型網路商城抗衡，發展第三方支付業務，否則可能只能透過對第三方支付業務訂定統一的標準，來創造規模經濟，降低彼此成本。尤其 C to C 的第三方支付市場因台灣消費者不願支付 3%手續費、稅賦問題，以及貨到付款至便利商店取貨太方便，所以該市場在台灣不易發展。

綜上所述，台灣銀行業者在發展第三方支付業務上，先天競爭條件已經受到很大的限制，銀行需根據自身特性及優劣勢，思考發展第三方支付業務之利基及策略，決定自己投入從事第三方支付業務或和其他領域業者合作。

(二) 銀行進入第三方支付市場之管道

雖然銀行業者發展第三方業務看起來可能是困難重重，但銀行業者還是不能缺席。本研究建議銀行可從下列幾點切入：

1. 從消費者保護角度

第三方支付業者需具備一定資產與信用，以保證支付的完成，以免影響金融交易之秩序。銀行做為金融中介(financial intermediary)之角色有其重要性，銀行具有安全性高、高度金融監理及法規遵循(regulation compliance)之獨特價值(value)，銀行業在支付交易方面相對於其他行業，還是屬於高度信賴的金融專業，相信從消費者保護角度來看，還是較容易受到消費者信任，也才較有價值可向消費者額外收費。這也是目前第三方支付業者只能處理小額之交易，大額交易還是需由銀行處理的原因。

2. 從中小企業角度

借鏡大陸第三方支付市場目前的發展，市場已經出現較為激烈的價格戰，各個第三方支付企業利潤很低。要想扭轉這種惡性競爭的形勢，第三方支付企業需要在幫助商戶做業務整合方面有所突破，使商戶的業務保值增值，從而提高第三方支付企業的利潤。就台灣銀行業而言也可以從銀行在中小企業間深耕已久的經驗，扮演買賣雙方橋樑，滿足消費者需求。例如：類以日本樂天模式，從中小商戶企業輔導，行銷活動安排，店鋪怎麼佈置，CRM 賣給商店，最後並做到融資，而這也是目前大陸第三方支付業者在積極發展的。

至於台灣第三方支付體系是否與國際接軌，在國外競爭者之基礎及資源相當龐大的情況下，短期間台灣銀行業者應無法與其競爭，因此建議還是以先保護台灣金融產業為主。不過，由於台灣第三方支付系統目前發展主要是以服務中小型企業為主，所以建議小額支付業務應該要加以開放，銀行可藉由在部份業務開放給其他廠商，以促成與異業間相互合作。

3. 從資訊技術角度

銀行可從資訊技術角度切入，因為銀行業者相對於一般中小企業對資訊技術投入較多資源，也可形成一定競爭優勢。

三、對金融主管機關之建議

(一) 確立第三方支付的監理政策，促進跨業合作

台灣目前相關的法規只有「銀行發行現金儲值卡許可及管理辦法」以及「電子票證發行管理條例」，前者還是以銀行執照為基礎，而後者基本上是為了悠遊卡因應而生的法規。所以，台灣缺少電子支付法，目前沒有專法針對第三方支付機構審核及發放執照的規範。

國內電子商務跨國交易，缺乏第三方支付法源依據，其中涉及「銀行法」對非金融機構辦理支付的議題，包含第三方支付業者是否具備資本額之要求，如何確保第三方支付業者遵守金融監理，第三方支付業者是否必須與金融機構簽訂相當金額的履約保證契約或是必須洽金融機構辦理第三方支付業者接受款項之信託專戶。同

時法源依據涉及「電子票證發行管理條例」對第三方支付業者辦理多用途儲值交易的議題，以電子票證發行管理條例之規範，係指每筆限額1,000元、每日限額10,000元以下的小額支付，似乎難以滿足電子商務的市場交易，此外法源依據亦需面對第三方支付業者如何防制洗錢的議題。

監理機關所需辦理的角色，應當是給予適當、合理且具有一致性的監理政策，使所有願意加入我國第三方支付的業者在公平的環境下競爭。目前第三方支付業界，存在銀行及非銀行業者在相同領域持續競爭，因此，若監理機關達成共識，願意讓我國的第三方支付業者在「非銀行領域」進行競爭，則可能必須放寬金控公司或銀行業轉投資第三方支付公司的相關限制，此時，銀行業者亦可以和具有資訊技術背景團隊的成員合組公司，在「非銀行領域」競爭，屆時網路商城轉投資以及銀行體系內的支付業者，都將具有較為合理且相同的競爭環境。另一方面，倘若主管機關若決定業者在「銀行領域」競爭，且各家銀行若願意擴大參與，甚至可以由各方合組成立支付公司，由早期發展的銀行或第三方支付公司，以技術及資產入股的方式取得支付公司股權，其餘銀行採現金出資，凝聚銀行業及網路銷售業者的力量，全力發展台灣的第三方支付業務。

綜言之，主管機關應先確立監理方向，唯有政府能重視並致力推動第三方支付機制之發展，才能加速台灣參與全球快速演進的創新金融科技服務趨勢，並進一步幫助電子商務之發展與成長。

(二) 留意台灣第三方支付市場之結構與壟斷問題

相關主管機關應留意台灣第三方支付市場之結構與壟斷問題，以大型企業集團的優勢，單純的銀行欲與其競爭，應留意市場競爭的公平性。以目前大陸電子商務之發展趨勢來看，未來第三方支付業務不太可能有百家爭鳴的狀況發生。因為在客戶基礎、商戶數、通訊資源、百貨資源與銀行資源等條件下，只可能有少數廠商有機會生存。而大型企業集團因具備可結合其轉投資遍及各項產業的競爭優勢，發展此業務，可能必須思考公平競爭的問題。

反觀台灣，中華電信、台灣大哥大、遠傳、威寶和亞太五大電信業者和悠遊卡公司今年合資成立信託服務管理公司(TSM)，目標在「小額交易商機」，但電信業者

與市佔率八成六的悠遊卡公司合組交易平台，這樣的結盟是否會造成後續業者進入門檻過高、形成壟斷。公平會表示，必須看進入市場的門檻障礙有多高，在審查過程中，將特別注意到市場競爭的公平性。

針對市場結構與壟斷問題，建議不妨仿效歐洲，讓多家業者經營TSM，或是由政府來經營。交通業務也不應該只限於幾間廠商在推廣，應該讓銀行有機會切入，來換取銀行在部份業務也開放給其他廠商，以進行異業間相互合作，以避免獨占化。如何利用公平機制來維持競爭，以避免壟斷、獨占，是很重要的。

(三) 建立銀行間共同運用之資訊整合平台

台灣銀行業應先互相合作及互換資訊予以整合，進而加強對外之談判能力(bargaining power)，有些業務建議是否先開放予由政府主導的機構來做，例如：財金資訊公司與財團法人金融聯合徵信中心(Joint Credit Information Center; JCIC)是否可在銀行及非銀行之合作上扮演資訊整合角色。亦即，銀行業者可以有一個共同平台來交換彼此間資訊，而不是由銀行業者各自與大陸業者建立平台，如此既可降低銀行業者各別建置系統所耗費的成本，又可使各銀行保有各自業務之獨立性及競爭機密性。如同台灣信用卡於中國大陸消費付款，也是透過財金公司整合後，再供台灣銀行業使用。在國外競爭者之基礎及資源相對龐大的情況下，短期內台灣銀行業者應無法與其競爭，台灣銀行業應先整合以加強對外之競爭與談判能力，循序漸進地與國際接軌。

(四) 由資本額較小的第三方支付業者提供小額支付業務，大額支付交易仍應由銀行來處理

目前台灣第三方支付業者資本額並沒有很大，站在活絡市場角度來看，其實應同意小型第三方支付廠商存在，以提供小額支付業務。銀行做為金融中介之角色有其重要性，銀行具有安全性高、高度金融監理及法規遵循之獨特價值。在第三方支付業者資本額較小的情況下，本研究建議目前第三方支付業者只能處理小額支付交易，大額支付交易仍應由銀行來處理較為適合，畢竟大額支付金額較高，相關服務業者所需負擔風險相對也較高，若由資本額較小廠商來負責，可能有無法承擔違約風險的情事發生。

(五) 貸款、基金、保險等目前由銀行業辦理之相關金融業務，在風險及消費者權益考量下，主管機關應審慎規劃是否交由第三方等非金融機構辦理

隨著各種電子支付業務的蓬勃發展，國內外第三方等非金融機構紛紛致力開拓市場。無論實體通路(如超商)或非實體通路(如網路購物)皆由原先販賣生活用品、衣物、機票、線上遊戲等非金融商品，逐步欲跨足貸款、基金、保險等金融業務。中國大陸於2012年陸續核准多家協力廠商支付企業銷售基金的牌照，支付寶、財付通、快錢等公司已正式進軍基金支付領域。部分支付企業，如快錢亦開展供應鏈金融服務，在金融服務上嘗試創新。台灣的統一超商也希望透過店內的ibon機器平台，販售汽車、機車保險、住宅火險、寵物險等個人保險商品，惟目前主管機關尚不同意。這些發展顯示第三方等非金融機構亟欲與金融機構合作，跨足銷售金融商品。然而，金融商品不像一般商品，可能涉及複雜的專業知識及高度風險，在維護消費者權益的考量下，主管機關必須審慎評估是否交由第三方等非金融機構辦理。

參考文獻

中文部份

1. IT時代週刊(2012)，「第三方支付企業期盼跨境交易，專家建議先啟動業務試點」，4月25日。
2. 工商時報(2012)，「消金戰場延伸至對岸國銀搶攻大陸支付服務」，4月30日。
3. 中國研究報告網(2011)，<http://www.a8m.cn>，「2011年支付寶快捷支付用戶數情況分析」。
4. 中國互聯網絡資訊中心，<http://www.cnnic.net.cn/>。
5. 社會科學文獻出版社(2011)，中國電子商務服務業發展報告NO.1。
6. 中國廣播網(2012)，「第三方支付涉保理業務與銀行短兵相接」，5月1日。
7. 王金良(2010)，「第三方支付平台的風險分析及應對措施」，《財經視點》，12，137。
8. 王融(2010)，「歐盟修訂監管法規支持移動支付發展」《世界電信》，10:45-50。
9. 方至民(2000)，《企業競爭優勢》，台北:前程企業管理。
10. 艾瑞諮詢集團，<http://www.iiresearch.com.cn/>。
11. 艾瑞諮詢集團(2012)，「2011年第四季度及全年協力廠商支付核心數據發布」，1月。
12. 左力(2010)，「第三方支付變局」，《卓越理財》，8，44—45。
13. 冉俊(2012)，「移動支付的監管策略」，《武漢金融》，7:66-68。
14. 「台灣通」，<http://www.ezalipay.com>。
15. 李敏(2010)，「借五力量模型觀第三方支付發展的競爭環境」，《商場現代化》，602，17-18。
16. 李俊(2009)，「中國移動支付產業發展及監管策略研究」，北京郵電大學經濟研究所碩士論文。

17. 何光輝、楊咸月(2011),「手機銀行模式與監管:金融包容與中國的戰略轉移」,《財貿經濟》, 4:46-54。
18. 易觀國際集團官網, <http://www.analysys.com.cn/index.html>。
19. 吳思華(2003),《策略九說:策略思考的本質》,台北:臉譜出版。
20. 吳青松(1996),《國際企業管理》,台北:智勝文化事業有限公司。
21. 易觀國際(2012),「2011年中國協力廠商互聯網支付市場繼續高速發展」,2月20日。
22. 侍安宇(2012),「第三方支付平台打前鋒」,《台灣銀行家》,28,42-45。
23. 侍安宇、遲淑華(2012),「台灣銀行業跨足第三方支付業務之評估」,《存款保險資訊季刊》,第25卷第2期,80-102。
24. 周虹(2011),《電子支付與網絡銀行》,北京:中國人民大學出版社。
25. 帥青紅(2011),《電子支付與結算》,大連:東北財經大學出版社。
26. 郝紅(2010),「移動支付的風險分析與安全策略」,《Financial Computer of Human》,10:72-73。
27. 荊林波、梁春曉(2011),《中國電子商務服務業發展報告No.1》,北京:社會科學文獻出版社。
28. 財團法人資訊工業策進會(2008),「跨國電子商務金流法制規範研究報告」,經濟部97年度電子商務法制及基礎環境建構計畫,III9702-P404-021。
29. 財團法人工業技術研究院(2009),「產業交易安全環境評估與推動研究」,經濟部商業交易安全認證前瞻技術研發與應用委外案,ITRI9801-W01-PLR-03。
30. 郝傑(2011),「手機支付的發展及其監管研究」,吉林大學經濟研究所碩士論文。
31. 陳進(2011),《網絡金融服務》,北京:清華大學出版社。
32. 陳瑞甫(2009),「新興行動金融服務及其商業營運模式於台灣之應用研究研究成果報告」,行政院國家科學委員會專題研究計畫,NSC 98-2410-H-041-002。

33. 黃俊英(2000)，《行銷管理—策略性的觀點》，台北：華泰文化。
34. 黃俊英(2005)，《行銷研究:管理與技術》，第七版。台北：華泰文化。
35. 黃昱程(2012)，「新興支付工具—行動支付的發展與相關議題」，出國報告資料：參加中央銀行出版公司舉辦”行動支付有效監管”課程。
36. 程吉吉(2011)，「淺議中國第三方支付法律監管體系的建設」，復旦大學法律研究所碩士論文。
37. 張莉(2010)，「國外移動支付業務監管現狀分析與啟示」，《西部金融》，11:71-72。
38. 張勁松(2010)，《網絡金融》，北京：機械工業出版社。
39. 張寶明(2011)，《電子金融學》，上海：立信會計出版社。
40. 經濟部電子商務法制及基礎環境建構計畫跨國電子商務金流法制規範研究(2008)，計畫編號：III9702-P404-021。
41. 樓永堅、方世榮譯(2007)，《行銷管理學》，十二版，台北：東華書局。
42. 蔡宗霖(2009)，「從美國PayPal經驗與歐盟支付服務指令論我國第三方支付服務之現狀與未來」，《科技法律透析》，10:47-64。
43. 蔡宗霖(2010)，「從信用卡及電子票證研析我國線上支付之法律變動與趨勢」，《財金資訊季刊》，第65期。
44. 蔡宗霖、翁偉修(2010)，「剖析電子票證應用於線上支付之可行性與業者因應之道」，MIC研究報告。
45. 蔣東利、曲文波、徐靜(2012)，「移動支付領域金融消費者權益保護芻議」，《金融縱橫》，4:59-61。
46. 廣州日報(2011)，「第三方支付沉澱資金所生利息將明確歸屬」，11月7日。
47. 德勤(Deloitte,2012)，「2012-2015年中國移動支付產業趨勢與展望」。
48. 鄭蕓瓊(2008)，「科技化金融創新服務規範研析」，《科技法律透析》，3:15-38。
49. 薛榮(2010)，「英國支付體系風險監管的啟示」，《西部金融》10:28-30。

50. 歐陽衛民(2011),《支付與金融》,北京:中國金融出版社。
51. 賽迪顧問股份有限公司(2011),「中國第三方支付產業發展戰略研究」。
52. 賽迪顧問股份有限公司(2011),「第三方支付新政解讀系列:第三方支付企業格局漸變,資金安全新防線成未來重點」,11月8日。
53. 顏白鷺 (2009),「支付寶等第三方支付平台與銀行的競爭與合作」,《南通大學學報》,23-3,38-41。
54. 戴宏(2010),「移動支付系統安全風險評估」,北京交通大學博士學位論文。
55. 「藍新科技」公司網頁,<http://www.neweb.com.tw/>。

英文部份

1. Berg, B. (1998), *Qualitative research methods for the social sciences* (3rd ed.), US: Allyn & Bacon, pp57-93
2. David, F.R. (1997), *Fundamentals of Strategic Management* (6th ed.), NJ: Upper Saddle River.
3. Grant, E., G. K. Kondall and S. J. Ball-Rokeach (1991), "TV shopping media system dependency perspective", *Communication research*, 18(6), pp773-798.
4. Engel, J. F., R. W. Martin, C. K. Thomas and B. R. Bonnie (2000), *Promotional Strategy* (9th ed.), Cincinnati Ohio: Pinnaflex Educational Resources INC.
5. Hanson, W. (2000), *Internet Marketing*, South-Western College Publishing.
6. InnoPAY(2011), "Mobile payments 2012—My mobile, my wallet?"
7. Pride, W.M. and O.C. Ferrell (1998), *Marketing: Concepts and Strategies* (9th ed.), S.A: McGraw-Hill Iberamericana.
8. Steinfield, C., H. Bouwman and T. Adelaar (2002), "The Dynamics of Click and Mortar Electronic Commerce: Opportunities and Management Strategies", *International of Electronic Commerce*, 7(1), pp93-119
9. Swift, R. S. (2001), *Accelerating customer relationship: Using CRM and relationship*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
10. TNS(2012), "In Focus—mobile commerce reaches the tipping point."
11. Thompson, Jr., A. Arthur and III Strickland (2003), *Strategic Management: Concepts and Cases*(13th ed.), Mcgraw Hill Higher education.
12. Vorhies, D. W. and N. Morgan(2005), "Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage". *Journal of Marketing*, 69(1), pp.80-94.
13. Willcocks, P. L. and R. Plant (2001), "Pathways to E-Business Leadership: Getting from Bricks to Clicks," *MIT Sloan Management Review*, 9, pp50-59.

附錄一 受訪單位訪問內容整理

訪談日期：101 年 11 月 6 日

出訪研究團隊：侍安宇、賴威仁、遲淑華、葉俊沂

□ A 銀行訪談內容整理

一、貴行發展第三方支付起源為何？

答：本行發展第三方支付主要是由主管機關引我們入門的，後續經過本行對新種業務開發的成本效益分析後，決定投入該項業務。我們認為雖然第三方支付業務在市場上是有需求的，不過短期間本行要有明顯的獲利可能有點難，但本於承擔社會責任的企業良知，我們仍對第三方支付業務投入一定程度的資源。

二、貴行在經濟部推動的「經營網路第三方支付機制輔導」方案中被遴選出來，請問相關規劃之實際內容為何？以及 貴行於執行物流、金流與資訊流的整合服務上所面臨的機會與挑戰？

答：經濟部的遴選方案計畫書中規定，申請接受輔導需填寫申請者背景、為什麼要發展該項業務、未來預計要怎麼進行該業務等。同時該遴選計畫也針對一些關鍵因素去評估申請人的計畫，如申請人預計跟那些廠商合作，未來將運用在那些地方，並要求申請銀行需符合 ISO27001 的規定。雖然金管會認為第三方支付業務應該還是由銀行來承作較適合，但最後還是由兩家銀行及 PChome Paylink 中選。

三、第三方支付商如 Paylink 可提供買方或賣方廠商什麼服務，使廠商願意透過第三方支付業者來支付費用或收取帳款？

答：若買方有意以信用卡支付貨款，但因小型廠商或個人戶可能受限於信用狀況，使信用卡收帳銀行不願與其簽定合約。此時第三方支付商如 Paylink 可像一般信用卡特約商店，先與信用卡收款銀行簽約，再由 Paylink 與小型廠商或個人戶簽定合約後，廠商或個人戶即可以信用卡收款。

四、貴行認為發展第三方支付業務之可行策略或合作模式為何？貴行在選擇自行從事第三方支付業務或與其他國外第三方支付業者進行跨境、跨國金流合作之考量為何？

答：本行對第三方支付業務的定位為，第一、第三方支付業務比較像一項支付工具；第二、我們的第三方支付業務將包含買賣雙方價金保管的服務，即買方所支付的貨款，會先留在擔任公正第三方的本行特定帳戶中，待賣方交付貨物予買方時，再由銀行支付貨款。我們所採取的策略比較偏像中國大陸支付寶的模式，主要透過本行與其他商城的合作，說服其他商城採用本行的第三方支付系統。目前就本行所知 PChome 所推動的第三方支付系統不能跨至其他的商城。

我們也有考慮過與 Paypal 合作，透過 Paypal 進行小額貿易活動，但因考量到與銀行原有業務(進出口開狀業務)相衝突，加上以目前 Paypal 的規模，銀行沒有議價空間，只能依 Paypal 遊戲規則運作，評估過後決定不採行。另外，就我們所知富邦銀行與遠東銀行本身所使用的買賣交易流程模型也沒有加入消費者價金信託的功能。

五、貴行與其他銀行同業之第三方支付業務間的差異為何？

答：就我們所知，有一家國內銀行同業將第三方支付業務之焦點主要集中在跨境交易，而我們目前的焦點則在境內第三方支付方面，但未來也不排除有可能發展跨境交易的可能。

在支付寶與國內同業的合作模式中，國內銀行同業主要負責境外代收服務的角色，而支付寶因在中國大陸有廣大的客群，可補足國內銀行同業在客群缺乏方面的困擾。此外，國內廠商若想在中國大陸網路商城銷售商品，必需取得三證(大陸官方登記文件)，但在台灣網站販售則沒有這個需要。而在跨境結匯上，因小型廠商結匯金額通常不高，相關的結匯流程對小型台灣廠商可能造成困擾，故國內銀行同業係針對台灣廠商這個困擾，提供相關的結匯服務。

六、貴行對於行動支付及第三方支付之安全性架構作法與擬建置之方向為何？針對網路交易之信賴保障機制(Escrow)及個資安全疑慮上，貴行如何進行風險控管以保障消費者權益？

答：金管會認為，銀行應對買方與賣方進行實名認證措施，以避免發生銀行不知道交易買賣方而無法控管風險，同時也確保這筆交易是真實交易。

七、目前我國主管機關對銀行業及非銀行業從事金融服務所規範之監理法規有何差異？對於銀行業及非銀行業業務之推展有何影響？

答：台灣目前沒有對第三方支付業務的專門法條，相關法條是分散在其他法條中，如業務中包括儲值活動的即依電子票證發行管理條例。至於第三方支付業務的主管機關，銀行業執行該業務由金管會負責監理，一般企業則由經濟部負責。金管會主要目標為負責國家金融安全，但是經濟部則是負責活絡國家經濟為主要目標。受限於金管會與經濟部所肩負目標之不同，也造成目前第三方支付業務競爭上的不公平。銀行業因高度監理，所以受限較多。

就我們銀行所知，台灣第三方支付業務並沒有統一的主管機關，目前第三方支付業務由金管會發行執照給合格廠商，但若第三方支付業務有包含外匯相關服務，則需要另外加上央行的核准。基本上，金管會界定第三方支付為網路代收代付業務，相較於傳統代收代付業務，第三方支付業務承辦人係由網路取代人工櫃檯代收付。

日前有銀行業者推出，針對遊戲點數及不動產價金提出強制履約保證及信託的服務，來開拓新服務。基本上，我們銀行認為，從保障消費者的角度出發，交易價金的信託，應由公正的第三方支付機構來達成，而非透過與賣方同一集團的轉投資企業來擔綱，否則這樣就失去公正第三方的意義。另外，從風險控管的角度來看，若第三方支付業務可由銀行自己來做，對第三方支付系統風險控管將能更有效率，但若與異業合作時，風險可能較難掌握。

八、借鑑外國對於非銀行業監理制度建置之經驗，建議我國主管機關對於非銀行業所提供之金融服務，宜制定或調整之監理制度與規範為何？

答：目前就我們所知，PChome 第三方支付系統-支付連只能在 PChome 網站中使用，不能跨到其他網站，但銀行可以跨到其他網站中使用。不過從主管機關的立場來講，還是希望業者之間能有良性競爭，使消費者交易能更便利。

九、貴行對於透過社群網路從事行銷之看法為何？又應如何有效導入整合式行銷策略？

答：其實行銷工具種類繁多，端看公司要如何運用這些廣告行銷通路，來建立消費者對公司的印象，進而達到促進商品銷售的效果。從我們銀行角度來看，社群網路行銷主要還是以建立消費者品牌行象為主，此外就是廣告費用相較於電視媒體或平面媒體低。因為雖然在商品剛推出時可採取社群來建立口碑，進行口碑行銷或病毒式行銷，除非公司本身的商品具有的差異程度很高，否則最終還是要回歸到商品是否能滿足消費者需求。以臉書行銷為例，我們認為臉書可以建立消費者對我們銀行的印象，或許會有些幫助，但並不表示一定有辦法帶來大量的客戶或交易量。

十、第三方支付業務未來可能發展趨勢？

答：就我們銀行觀察，儲值業務應該是未來發展的重點，儲值業務中又以手機儲值業務發展空間較大，不過目前該項業務還未被核准，但未來仍期待有機會與主管機關溝通後而開放。

受訪銀行提問：

一、銀行適合自行發展電子商務，成立電子商城嗎？

答：未來若對銀行業務限制上能鬆綁，銀行或許有機會成立電子商城，並吸引小型商城來加盟；或可回歸到銀行本業，擴大跨國型或國內交易性融資業務應用範圍，透過銀行業務與新形態網路科技結合，來取代現有買賣雙方貿易模式。這方面業務量可能較 C to C 業務量大之外，也可能形成與資訊服務商的服務差

異，形成銀行另一個在電子商務上切入點。

地理環境差異可能是造成中國大陸與台灣在第三方業務發展時產生差異的主要因素。台灣相較中國大陸面積小，使得台灣買賣雙方交易風險相對較低，對第三方支付的需求也較低。目前文獻中顯示，中國大陸在第三方支付業務上還是以 C to C 為主，不過銀行要涉入 C to C 業務，還是有一定的難度，因此銀行可能還是偏向 B to C 或 B to B 為主。

廣義來講，第三方支付有點類似銀行業務中應收帳款承購(或中國大陸所稱的保理業務)，均是透過公正第三方來確保。即買賣雙方彼此沒有過往交易經驗來確認彼此的誠信，但在公正第三方提供基本保證下，交易能順利達成。

二、銀行發展支付業務是項優勢或劣勢？

答：部份銀行認為設立商城的業務並不是銀行本業，銀行本身可能也沒有相關專業人員來負責商城的業務，銀行應該還是將焦點集中在自己的本業上。

雖然主管機關會保護銀行業務，如政府法令可能會限制外來的競爭，但是相對也會要求銀行配合政府推動部份業務，如配合政府投資政府所欲扶植的產業，而那部份業務是否賺錢，其實也會造成銀行業務發展上的壓力。

三、世界各國銀行與異業間競合關係的發展為何？

答：以美國為例，它們視第三方支付公司為非存款機構，定義支付平台中所滯留的資金為負債而非存款，因此對第三方支付公司監理呈較開放的態度。歐洲監理方面，目前也對第三方支付公司維持較開放態度，但由於早先限制較多，因此沒有發展出規模能與中國大陸支付寶或美國 PayPal 匹敵的公司。日本政府對第三方支付公司開業門檻並沒有較特殊的規定，但是等公司成立之後採高度監理。八達通卡可做為香港例子，香港金融管理局認為多用途儲值卡發行公司應符合銀行業條列規定。至於中國大陸部份，由於目前大陸銀行業者認為有其他更能帶來利潤的業務可發展，所以對第三方支付業務涉入並不深，但是預計未來大陸銀行業在利率自由化後，利差將會將縮小，銀行業者可能會轉切入第三方支付市場，那時銀行業者將可能是第三方支付業者最大的競爭對手。

四、請問研究團隊認為是銀行業者來發展，或是由資訊服務業者來發展第三方支付業務較合適？

答：由資訊服務業者來發展可能比較有監理的漏洞，因為畢竟銀行屬於高度監理的行業，銀行的一舉一動基本上都受政府所監理，加上支付業務其實是銀行業務的延伸，透過銀行除較專業外，對消費者也更有保障。不過，若由資訊服務業者來發展可能會較有彈性，畢竟限制比較少。可以說，各有利弊。在法令許可下，若銀行與資訊服務業者可以合資方式成立公司，藉由結合資訊服務業與銀行業兩者的強項，共同來發展第三方支付業務，也可為思考的方向。

□ B 銀行訪談內容整理

一、貴行所認定的第三方支付業務為何？

答：就我們所知，金管會基本上不認為目前有所謂第三方支付業務，這項業務應該稱為網路代收代付。因為這項業務其實是代收代付業務的延伸，由原本銀行櫃員進行代收代付，改變為透過網路與電腦來完成整項業務，因此只需向金管會核備即可。

我們認為本行所切入的角度為廣義 Payment Provider 後面的連結者或提供者，透過尋找前瑞合作夥伴，由我們於後端提供金流支援或相關後勤支援。以目前發展較成功的支付寶或 PayPal 為例，因為淘寶網及 ebay 有支付系統需求，才發展出支付寶及 Paypal。電子商務的核心還是買賣雙方透過網路來達成交易，金流只是整個交易流程中的一個流程，因此支付寶也不會是電子商務的核心。我們則積極尋找合作夥伴，期待能做為合作夥伴的支付寶或 Paypal。

二、貴行在經濟部推動的「經營網路第三方支付機制輔導」方案中被遴選出來，請問所謂機制輔導之實際內容為何？是指由貴行提出計畫書，再由經濟部贊助整個計畫嗎？

答：因為目前第三方支付並沒有一定的營運模式，因此經濟部的此項活動主要是透過經濟部所提出的要求，再由業者自行去發揮，建構出可行的營運模式，得標廠商應各自設計出可行的運作模式。經濟部針對此次機制輔導共提供 30 萬給 3 家廠商來分，並設有 KPI 來評估得標者的業務推廣狀況，如會員數與商店數等標準需符合經濟部標準，才有補助金。補助金額沒有很多，主要是鼓勵廠商參與第三方支付。參與廠商應該是認為這項業務會有不錯的商機，才會參加。

本案原先是由我們銀行的合作夥伴進行提案，銀行只是負責後段金流的部份，不過因金管會有其他的考量，所以最終還是由我們銀行擔任計畫主導人。目前因為實際運作後成效沒有原先預估的大，因此規模上應該還會限縮。

三、想請問貴行目前規劃策略以跨境交易優先或國內網站優先?是否能提供相關意見供未來有意願跨入此項業務的銀行同業參考?

答：我們認為不論是跨境交易或是國內網站，我們銀行的策略一定以尋找策略夥伴為主。主要是因為台灣銀行業者受限於政府對銀行業者的管制，造成台灣銀行業者想要單獨進行電子商務困難度太高。第三方支付業務最主要還是要有商城，但銀行本身要另外培養經營商城人才成本很高，因此我們銀行認為目前還是以找合作夥伴為主。至於目標為境外市場或國內市場，目前我們對境外市場這塊比較積極，如中國大陸市場，畢竟大陸市場有幾億消費人口，商機相當可觀。反觀國內市場，則是以信用卡收單、便利商店收單等傳統服務為主，不過未來仍有可能發展新的模式。

境外業務部份，我們除了找商城作為合作夥伴，也有找二間物流公司來配合，但賣家還是可以選擇與自己配合的物流廠商，金流部份則是透過我們銀行。以目前我們與台灣賣家合作經驗來看，台灣傳統產業要跨入電子商務領域，可能還有一段路要走。台灣傳統產業通常對資訊流方面掌握度不足，需要銀行協助他們改善資訊軟硬體狀況。過去台灣傳統產業業者習慣於直接將商品放到 PChome 或 Yahoo 拍賣，對於架設公司網站來販賣自身的商品經驗較缺乏。我們銀行只能盡力幫忙傳統產業的業主，介紹相關電子商務廠商提供服務，來補足傳產業者的不足，畢竟電子商城架構並不是銀行的專長。

四、請問貴行認為，台灣發展第三方支付業務關鍵要素為何?目前台灣發展第三方支付業務時的困難點為何?

答：從網路上電子商務所產生的第三方支付業務來源可分為三項：Pay After、Pay Now 及 Pay Before，或可稱為信用卡、金融卡及儲值卡，但台灣目前這三項缺一項-儲值卡業務推廣不易，並被逐漸轉為電子禮券。原因為電子票證管理條例太嚴格，使業務推廣產生困難，如大額付款方面安控管理較鬆，但小額付款方面管制反而較嚴格。我們銀行就曾請資訊處評估，若依據目前電子票證管理條例規定來設計安控標準，大概需投入約新台幣一億元的資金才能做到。銀行基於成本效益考量，可能就放棄不做了。另外，執照發放效率低也是問題，以中

國大陸為例，對第三方支付廠商已發放接近二百張的執照，但台灣卻只有悠遊卡一家。受限於以上種種限制，台灣第三方支付業務先天上已經受限，銀行在台灣發展第三方支付業務能賺到錢的機率可能不高，大部份業務應該會變形。除非是像 PChome 有本身的商城，未來發展或許可循支付寶或 PayPal 的模式，這樣賺錢機會可能比較高。

五、既然台灣銀行業者在發展第三方支付業務所面臨困難重重，想再請教貴行，未來台灣的銀行業者在第三方支付業務上應該如何做，才有可能獲利？貴行第三方支付業務發展走向又為何？

答：依據外國的發展經驗，第三方支付並不一定是交由銀行來處理。而以目前台灣電子商務市場的營運模式來看，由銀行業者來發展第三方支付業務其實不一定有利基。

電子商務金流交給銀行來處理，交易部份則仍由電子商務業者自行處理，這樣的專業分工或許可使整個交易較為順暢。我們銀行未來應該還是以金流處理為主，但可能較一般銀行彈性大、更為創新。或許銀行也不一定要參加第三方支付業務，或參加的規模限縮，而以移動支付或跨境支付的形態來參與電子商務市場，未來名稱可能也不一定為第三方支付。

六、針對移動支付或境外支付部份，中國大陸支付寶最近動作頻頻，有人認為台灣受限於市場規模較小，第三方支付在 C to C 的業務上沒有機會，而中國大陸或美國的 C to C 會比較有機會。想請問第三方支付業務 C to C、B to C 或 B to B 三種市場中，貴行認為那種市場在台灣的發展機會較大？

答：我們認為台灣在電子商務發展上與國外市場的發展其實差異很大，地理原因可能是其中之一的因素。以中國大陸為例，賣家若是在上海，但買方是在哈爾濱，賣家幾乎不可能為價值不高的商品而面交，反觀台灣就不太一樣，因為地域較小，買賣雙方面交的機率大很多。以目前市場狀況而言，我們銀行應該還是透商城策略夥伴來尋找潛在消費者為主。因為 C to C 的市場，要我們銀行同時面對數百或上千個消費者，要投入的成本不小，藉由與策略夥伴間的專業分工，則可節省可觀的成本。而較小型的商城透過銀行的介入，應可取得更多消費者

的信賴，進一步擴大市場，達到銀行與商城業者雙贏的局面。

其實台灣過去曾有數家支付公司努力拓展市場，如紅陽科技、藍星科技及被歐買尬科技公司所併購的綠界科技等，只是目前仍在等待開花結果的契機。

七、在安全性方面，貴行於行動支付及第三方支付的做法與建置之方向為何？針對網路交易之信賴保障機制(Escrow)及個資安全疑慮，貴行如何進行風險控管以保障消費者權益？

答：在網路交易信賴保障機制(Escrow)上，其實中國大陸與台灣市場的發展也有很大的差異，因為大陸的電子商務市場是因為 Escrow 的發展使市場加速成長，反觀台灣，則是在電子商務市場發展到一定程度之後，才開始有所謂的 Escrow。以台灣消費者角度來看，消費者會很自然而然去尋找本身所信賴的電子商城，如 PChome 或是 Yahoo 拍賣，反而即便有 Escrow，台灣消費者也不一定會到名不見經傳的小型商城消費，除非這些小型商城可以提供台灣消費者所需要但其他商城沒得購買的商品。不過，以現在 PChome 或 Yahoo 拍賣的規模，台灣消費者幾乎可以在這些地方買到所有他所想要的商品。

台灣安控規範讓消費者相當辛苦，過多的密碼使消費者容易忘記，連帶造成銀行需不斷處理消費者忘記密碼的業務。我們期待主管機關能讓銀行版儲值規定通案成立，不要再把它定位成電子票證，這樣才能促進台灣電子商務的發展。此外，建議儲值相關新興業務要鬆綁，以目前電子票證管理條例所規定之軟體管理規章，銀行業者可能要花費龐大投資，成本效益可能不符，相關規定應適度調整。

八、請問貴行與 Yahoo 或 PChome 是合作或競爭的關係？

答：合作關係為主，透過 Yahoo 或 PChome 網站入口來收單，我們銀行主要是負責金流處理業務。

九、請問貴行目前電子商務發展狀況為何，台灣業者是否面臨什麼樣的困境？

答：以目前上線的兩岸商城業務為例，我們銀行主要作為中介角色，中介台灣名產給中國大陸消費者。我們認為資訊流是傳產業者較缺乏的部份，我們會協助尋

找資訊廠商，轉介給傳產業者，以提升傳產賣方的資訊能力。

十、若賣家有意直接至中國大陸淘寶網上販賣本身商品，是否有那些關鍵點要注意？

答：台灣賣家若在中國大陸淘寶網上進行買賣，算是在大陸境內交易，需要符合大陸法規，同時若交易數量若達一定規模，廠商需申請中國大陸企業執照，依大陸稅法規定繳稅，商品也需經通過一定檢驗標準。這些對一般台灣中小企業主而言，其實是筆不小的投資，雖然有機會將本身市場擴展至大陸，不過因為投入金額不少，相對面臨資金的風險也很可觀。

十一、目前台灣廠商如果有意願將商品銷往中國大陸，是否有哪些因素使台灣商品拼不過大陸商品？

答：第一是運費，雖然台灣目前物流業非常發達，貨物運送沒有任何問題，不過大陸畢竟大台灣非常多，光是大陸內陸運輸成本即相當可觀，加上台灣到大陸這段運輸，所以台灣商品要銷售至大陸消費者，運費是必須納入考量的因素。

第二為購物流程，目前台灣發展的購物流程是符合台灣市場狀況的最佳流程，但是當台灣廠商將觸角伸向中國大陸之後，相關購物流程即應調整以適應大陸消費者的需求，而大陸海關管理規範也與台灣有所差異，連帶會影響整體購物流程。

十二、商品在中國大陸銷售發生商業糾紛時，銀行將怎麼處理？

答：商業糾紛的處理主要還是由台灣商家直接面對大陸消費者，畢竟商家才是最懂自己商品的人，銀行業者其實都算外行。另一方面，商家直接處理消費者的問題，才能使商家更瞭解消費者的需求，進而善本身商品的缺點。

十三、台灣銀行業者在第三方支付業務上，主要受到那些法規所規範？

答：如信用卡業務規範、電子銀行安控基準或電子票據條例，就我們所瞭解，第三方支付業務法規散落在各函文、相關法規、公會規範或相關會議之會議紀錄中，但沒有整合的母法。其實我們業者希望能有完善的母法可供遵循，除了業者能更放心的推廣，當與消費者有業務糾紛時，也能提供消費者更完善的保護。

對於規模過小的商家，銀行可能無法直接與其簽定收取信用卡的契約，不過若透過第三方業者則可代其與銀行簽約，使小商家於收款業務能更方便。

基於負責業務目標的差異，有時金管會與經濟部立場會有所差異。經濟部立場是以促進國家經濟發展為主軸，但金管會則會偏向洗錢防制、消費者保護的立場，希望經濟部配合推動相關規範來管理業者。

我們銀行還是期待與現有的第三方支付業者合作，以合作取代競爭。

中國大陸在管理上採取的方式或許較聰明，保有灰色地帶。例如第三方支付業務的發展、近期阿里巴巴所推動的網路小額融資等，大陸皆採取事後立法的方式，先由業者自行推動相關創新業務，主管機關並不主動介入，等到業務規模到一定程度，業者的獲利營運模式也成型，主管機關再介入設立相關法規，除了可保護買賣雙方權益外，也可增加稅收。

十四、貴行對於透過社群網路從事行銷之看法為何？又應如何有效導入整合式行銷策略？

答：我們銀行認為銀行社群就是很枯燥，不如一般商業活動的內容有趣，因為銀行業受到規範較多，造成即使有許多精彩網站內容，但並不一定適合置入網站中。在社群行銷方面，銀行或許只能做配角，要由銀行直接下來做可能沒有辦法。目前我們銀行網路行銷是整合各部門意見後執行，社群行銷可能會找合作夥伴一起合作。

附錄二 我國電子票證及信用卡相關法規整理

法規列表

| | |
|--|-----|
| 電子票證發行機構應告知持卡人其他事項..... | 182 |
| 金融監督管理委員會銀行局處務規程..... | 183 |
| 金融消費者保護法..... | 186 |
| 電子票證定型化契約範本..... | 191 |
| 電子票證定型化契約應記載及不得記載事項..... | 196 |
| 發行國際通用電子票證或與國外機構合作發行電子票證之審核標準及管理辦法 | 198 |
| 信用卡業務機構管理辦法..... | 201 |
| 電子票證發行機構負責人兼職限制及應遵行事項準則..... | 213 |
| 關於應符合電子票證發行機構業務管理規則第 12 條及第 13 條所稱「主管機關所定一定條件」之解釋..... | 215 |
| 電子票證應用安全強度準則..... | 216 |
| 電子票證發行機構業務管理規則..... | 226 |
| 電子票證業務之發行機構、銀行與特約機構之契約，應於規定期限前調整符合電子票證發行管理條例規定..... | 231 |
| 電子票證儲存款項信託契約之應記載及不得記載事項..... | 232 |
| 電子票證發行管理條例..... | 234 |

電子票證發行機構應告知持卡人之其他事項

發文字號：金管銀票字第 10040004870 號令

修正日期：民國 101 年 01 月 17 日

一、茲規定「電子票證發行機構業務管理規則」第三條第一項第二款「其他經主管機關規定之事項」如下：

（一）向持卡人收取手續費及可能負擔之一切費用；並應以淺顯文字輔以實例具體說明之。

（二）有關電子票證交易帳款疑義之處理程序。

（三）攸關持卡人權利義務之事項。

二、本令自一百零一年二月一日生效。

金融監督管理委員會銀行局處務規程

發文字號：金管人字第 10000171850 號令修正

修正日期：民國 100 年 12 月 23 日

第 1 條 金融監督管理委員會銀行局（以下簡稱本局）為處理內部單位之分工職掌，特訂定本規程。

第 2 條 局長綜理局務，並指揮、監督所屬人員；副局長襄助局長處理局務。

第 3 條 主任秘書權責如下：

- 一、文稿之綜核及代判。
- 二、機密及重要文件之處理。
- 三、各單位之協調及權責問題之核議。
- 四、重要會議之籌辦。
- 五、其他交辦事項。

第 4 條 本局設下列組、室：

- 一、法規制度組，分三科辦事。
- 二、本國銀行組，三科辦事。
- 三、信用合作社組，分三科辦事。
- 四、信託票券組，分三科辦事。
- 五、外國銀行組，分三科辦事。
- 六、金融控股公司組，分四科辦事。
- 七、秘書室，分二科辦事。
- 八、人事室。
- 九、政風室。
- 十、會計室。
- 十一、統計室。
- 十二、資訊室。

第 5 條 法規制度組掌理事項如下：

- 一、銀行法、金融控股公司法、金融機構合併法及不屬其他各組掌理相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。
- 二、金融控股公司及銀行業公司治理制度之規劃。
- 三、臺灣地區與大陸地區金融業務往來及投資許可管理辦法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。
- 四、動產擔保交易法、票據法及其相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。
- 五、洗錢防制法授權規定及相關配合事項之研擬。
- 六、銀行資本適足性及資本等級管理辦法、金融控股公司合併資本適足性管理辦法及相關配合事項之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。
- 七、銀行及金融控股公司財務、業務資訊揭露規範之研擬。
- 八、其他有關法規制度事項。

第 6 條 本國銀行組掌理事項如下：

- 一、非金融控股公司轄下一般銀行業務之監督及管理。
- 二、銀行公會及財團法人臺灣金融研訓院之督導。

三、銀行間資金移轉帳務清算金融資訊服務事業與徵信資料處理交換服務事業之監督及管理。

四、銀行負責人資格條件、發行金融債券、內部控制與稽核制度、國內、外分支機構之管理、非營業用辦公場所及營業場所外自動化服務設備管理等銀行法相關規定之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

五、金融機構之安全維護事宜。

六、會同交通部督導中華郵政股份有限公司郵政儲金匯兌業務。

七、其他有關本國銀行事項。

第 7 條 信用合作社組掌理事項如下：

一、本局所監督、管理機構之消費者保護政策制度之訂修。

二、銀行業消費者金融知識推廣教育之規劃。

三、本局所監督、管理機構之消費者定型化契約應記載、不得記載事項及契約範本之規劃、訂修。

四、受理各銀行重大偶發事件之通報。

五、存款保險條例與其相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬、中央存款保險公司之管理及考核。

六、行政院金融重建基金設置及管理條例之訂修、廢止、疑義解釋之研擬與該基金之規劃及執行。

七、金融機構出售不良債權市場機制之規劃與公正第三人之管理及考核。

八、信用合作社改制商業銀行之監督及管理。

九、信用合作社法及其相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

十、信用合作社、中華民國信用合作社聯合社之監督及管理。

十一、其他有關信用合作社事項。

第 8 條 信託票券組掌理事項如下：

一、票券金融管理法、信託業法、金融資產證券化條例、不動產證券化條例、電子票證發行管理條例及其相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

二、工業銀行設立及管理辦法、信用卡業務機構管理辦法、金融機構辦理現金卡業務應注意事項、銀行發行現金儲值卡許可及管理辦法等相關規定之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

三、中小企業銀行改制之商業銀行、非金融控股公司轄下之票券金融公司、工業銀行、信用卡業務機構與電子票證發行機構之監督及管理。

四、短期票券、信託、證券化業務、信用卡、現金卡與電子票證資訊之蒐集及制度之研究。

五、票券公會、信託公會之督導。

六、票券集中保管結算交割制度之規劃及管理。

七、消費者債務清理條例前置協商機制之督導。

八、其他有關信託票券事項。

第 9 條 外國銀行組掌理事項如下：

一、外國銀行在臺分行、子行及代表人辦事處之監督及管理。

二、大陸地區商業銀行或陸資銀行在臺灣地區設立代表人辦事處及分行之審查及管理。

三、國際金融業務條例及其相關子法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

四、外國銀行分行及代表人辦事處設立及管理辦法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

五、管理外匯條例之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

六、金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

七、銀行辦理財富管理及衍生性金融商品業務相關法規之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

八、國際金融事務之處理。

九、國際金融監理制度與情勢發展之蒐集、調查及研究。

十、其他有關外國銀行事項。

第 10 條 金融控股公司組掌理事項如下：

一、金融控股公司與所屬子銀行、子票券公司之業務發展及監理。

二、金融控股公司投資管理辦法之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

三、金融機構整併政策之擬訂及推動。

四、金融控股公司集團資本配置、風險評估之管理及合併監理政策之整合等事項。

五、金融控股公司發起人負責人應具備資格條件負責人兼職限制及應遵行事項準則之訂修、廢止、疑義解釋之研擬

六、金融控股公司之子公司減資辦法及上市上櫃金融機構實施庫藏股注意事項之訂修、廢止、疑義解釋之研擬。

七、其他有關金融控股公司事項。

第 11 條 秘書室掌理事項如下：

一、印信典守及文書、檔案之管理。

二、出納、財務、營繕、採購及其他事務管理。

三、國會聯絡、媒體公關事務之政策規劃、研擬、執行及管考。

四、不屬其他各組、室事項。

第 12 條 人事室掌理本局人事事項。

第 13 條 政風室掌理本局政風事項。

第 14 條 會計室掌理本局歲計及會計事項。

第 15 條 統計室掌理本局統計事項。

第 16 條 資訊室掌理事項如下：

一、本局資訊應用服務策略規劃及協調推動。

二、本局資訊應用環境規劃及管理。

三、本局資通安全規劃及推動。

四、其他有關資訊事項。

第 17 條 本局處理業務，實施分層負責制度，依分層負責明細表逐級授權決定。

第 18 條 本規程自一百零一年七月一日施行。

金融消費者保護法

發文字號：華總一義字第 10000133861 號 令

修正日期：民國 100 年 06 月 29 日

第一章 總 則

第 1 條 為保護金融消費者權益，公平、合理、有效處理金融消費爭議事件，以增進金融消費者對市場之信心，並促進金融市場之健全發展，特制定本法。

第 2 條 本法之主管機關為行政院金融監督管理委員會。

第 3 條 本法所定金融服務業，包括銀行業、證券業、期貨業、保險業、電子票證業及其他經主管機關公告之金融服務業。

前項銀行業、證券業、期貨業及保險業之範圍，依行政院金融監督管理委員會組織法第二條第三項規定。但不包括證券交易所、證券櫃檯買賣中心、證券集中保管事業、期貨交易所及其他經主管機關公告之事業。

第一項所稱電子票證業，指電子票證發行管理條例第三條第二款之發行機構。

第 4 條 本法所稱金融消費者，指接受金融服務業提供金融商品或服務者。但不包括下列對象：

一、專業投資機構。

二、符合一定財力或專業能力之自然人或法人。

前項專業投資機構之範圍及一定財力或專業能力之條件，由主管機關定之。

第 5 條 本法所稱金融消費爭議，指金融消費者與金融服務業間因商品或服務所生之民事爭議。

第 6 條 本法所定金融服務業對金融消費者之責任，不得預先約定限制或免除。違反前項規定者，該部分約定無效。

第二章 金融消費者之保護

第 7 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約，應本公平合理、平等互惠及誠信原則。

金融服務業與金融消費者訂立之契約條款顯失公平者，該部分條款無效；契約條款如有疑義時，應為有利於金融消費者之解釋。

金融服務業提供金融商品或服務，應盡善良管理人之注意義務。

第 8 條 金融服務業刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實，其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。

前項廣告、業務招攬及營業促銷活動之方式、內容及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

金融服務業不得藉金融教育宣導，引薦個別金融商品或服務。

- 第 9 條** 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。
前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。
- 第 10 條** 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。
前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容；其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。
- 第 11 條** 金融服務業違反前二條規定，致金融消費者受有損害者，應負損害賠償責任。但金融服務業能證明損害之發生非因其未充分瞭解金融消費者之商品或服務適合度或非因其未說明、說明不實、錯誤或未充分揭露風險之事項所致者，不在此限。
- 第 12 條** 金融服務業應將第八條至第十條規定事項，納入其內部控制及稽核制度，並確實執行。

第三章 金融消費爭議處理

- 第 13 條** 為公平合理、迅速有效處理金融消費爭議，以保護金融消費者權益，應依本法設立爭議處理機構。
金融消費者就金融消費爭議事件應先向金融服務業提出申訴，金融服務業應於收受申訴之日起三十日內為適當之處理，並將處理結果回覆提出申訴之金融消費者；金融消費者不接受處理結果者或金融服務業逾上述期限不為處理者，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向爭議處理機構申請評議；金融消費者向爭議處理機構提出申訴者，爭議處理機構之金融消費者服務部門應將該申訴移交金融服務業處理。
爭議處理機構除處理金融消費爭議外，並應辦理對金融服務業及金融消費者之教育宣導，使金融服務業與金融消費者均能充分瞭解正確之金融消費觀念及金融消費關係之權利與義務，以有效預防金融消費爭議發生。
爭議處理機構辦理金融消費爭議處理及前項業務，得向金融服務業收取年費及爭議處理服務費。
前項年費及服務費之收取標準及有關規定由主管機關定之。
- 第 14 條** 爭議處理機構為財團法人，捐助財產總額為新臺幣十億元，除民間捐助外，由政府分五年編列預算捐助。爭議處理機構設立時之捐助財產為新臺幣二億元。
爭議處理機構設基金，基金來源如下：
一、捐助之財產。
二、依前條第四項向金融服務業收取之年費及服務費。
三、基金之孳息及運用收益。
四、其他受贈之收入。
爭議處理機構之下列事項，由主管機關定之：
一、組織與設立、財務及業務之監督管理、變更登記之相關事項、捐助章程應記載事項。
二、各金融服務業繳交年費、服務費之計算方式。
三、基金之收支、保管及運用辦法。
四、董事、監察人之任期與解任、董事會之召集與決議、董事會與監察人之職權及其他應遵行事項。
- 第 15 條** 爭議處理機構應設董事會，置董事七人至十一人。

爭議處理機構置監察人一人至三人。

爭議處理機構之董事及監察人，由主管機關就學者、專家及公正人士遴選（派）之。

董事會應由全體董事三分之二以上之出席，出席董事過半數之同意，選出董事一人為董事長，經主管機關核可後生效。

董事、董事會及監察人不得介入評議個案之處理。

第 16 條 爭議處理機構設金融消費者服務部門，辦理協調金融服務業處理申訴及協助評議委員處理評議事件之各項審查準備事宜。
爭議處理機構內部人員應具備之資格條件，由爭議處理機構擬訂，報請主管機關核定。

第 17 條 爭議處理機構為處理評議事件，設評議委員會，置評議委員九人至二十五人，必要時得予增加，其中一人為主任委員，均由董事會遴選具備相關專業學養或實務經驗之學者、專家、公正人士，報請主管機關核定後聘任。
評議委員任期為三年，期滿得續聘。主任委員應為專任，其餘評議委員得為兼任。評議委員均應獨立公正行使職權。

第 18 條 評議委員會為處理評議事件，得依委員專業領域及事件性質分組。
評議委員應具備之資格條件、聘任、解任、薪酬及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

第 19 條 金融消費爭議當事人，就他方當事人於爭議過程所提出之申請及各種說明資料或協商讓步事項，除已公開、依法規規定或經該他方當事人同意者外，不得公開。
爭議處理機構及其人員對所知悉金融消費爭議之資料及評議過程，除法規另有規定或經爭議雙方之同意外，應保守秘密。

第 20 條 爭議處理機構受理申請評議後，應斟酌事件之事實證據，依公平合理原則，超然獨立進行評議。
爭議處理機構為處理金融消費爭議事件，得於合理必要範圍內，請求金融服務業協助或提出文件、相關資料。受請求之金融服務業未協助或提出文件、相關資料者，爭議處理機構得報請主管機關處理。

第 21 條 金融消費者依其申訴或申請評議內容所得主張之請求權，其時效因依本法申訴或申請評議而中斷。

有下列情形之一者，前項請求權時效視為不中斷：

一、申訴或評議之申請經撤回。

二、申訴後未依第十三條第二項規定申請評議。

三、評議之申請經不受理。

四、評議不成立。

第 22 條 金融消費爭議事件涉及眾多金融消費者或金融服務業且事件類型相似者，或涉及重大法律適用爭議者，爭議處理機構對該等爭議事件得暫時停止處理，並針對該等爭議事件擬訂爭議處理原則經報請主管機關同意後，依該處理原則繼續處理，或向有權解釋法令之機關申請解釋後，據以繼續處理。

第 23 條 爭議處理機構處理評議之程序、評議期限及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。

金融消費者申請評議後，爭議處理機構得試行調處；當事人任一方不同意調處或經調處不成立者，爭議處理機構應續行評議。

爭議處理機構處理調處之程序、調處人員應具備之資格條件、迴避、調處期限及其他應遵行之事項，由爭議處理機構擬訂，報請主管機關核定。

第十五條第五項及第十九條第二項有關評議之規定，於調處準用之。

調處成立者應作成調處書；調處書之作成、送達、核可及效力，準用第二十八條及第三十條規定。

金融消費者已依其他法律規定調處或調解不成立者，得於調處或調解不成立之日起六十日內申請評議。

第 24 條 金融消費者申請評議，應填具申請書，載明當事人名稱及基本資料、請求標的、事實、理由、相關文件或資料及申訴未獲妥適處理之情形。

金融消費者申請評議有下列各款情形之一者，爭議處理機構應決定不受理，並以書面通知金融消費者及金融服務業。但其情形可以補正者，爭議處理機構應通知金融消費者於合理期限內補正：

一、申請不合程式。

二、非屬金融消費爭議。

三、未先向金融服務業申訴。

四、向金融服務業提出申訴後，金融服務業處理申訴中尚未逾三十日。

五、申請已逾法定期限。

六、當事人不適格。

七、曾依本法申請評議而不成立。

八、申請評議事件已經法院判決確定，或已成立調處、評議、和解、調解或仲裁。

九、其他主管機關規定之情形。

第 25 條 爭議處理機構於受理申請評議後，應由評議委員會主任委員指派評議委員三人以上為預審委員先行審查，並研提審查意見報告。

評議委員對於評議事項涉及本人、配偶、二親等以內之親屬或同居家屬之利益、曾服務於該金融服務業離職未滿三年或有其他足認其執行職務有偏頗之虞時，應自行迴避；經當事人申請者，亦應迴避。前項情形，如評議委員及當事人對於應否迴避有爭議，應由爭議處理機構評議委員會決議該評議委員是否應予迴避，並由爭議處理機構將決議結果於決議之日起三日內，以書面通知當事人。評議委員會主任委員應於預審委員自行迴避或前項評議委員會決議預審委員應予迴避之日起五日內，另行指派預審委員。

第 26 條 評議程序以書面審理為原則，並使當事人有於合理期間陳述意見之機會。

評議委員會認為有必要者，得通知當事人或利害關係人至指定處所陳述意見；當事人請求到場陳述意見，評議委員會認有正當理由者，應給予到場陳述意見之機會。

前項情形，爭議處理機構應於陳述意見期日七日前寄發通知書予當事人或利害關係人。

第 27 條 預審委員應將審查意見報告提送評議委員會評議。

評議委員會應公平合理審酌評議事件之一切情狀，以全體評議委員二分之一以上之出席，出席評議委員二分之一以上之同意，作成評議決定。

第 28 條 評議委員會之評議決定應以爭議處理機構名義作成評議書，送達當事人。

前項送達，準用民事訴訟法有關送達之規定。

第 29 條 當事人應於評議書所載期限內，以書面通知爭議處理機構，表明接受或拒絕評議決定之意思。評議經當事人雙方接受而成立。

金融服務業於事前以書面同意或於其商品、服務契約或其他文件中表明願意適用本法之爭議處理程序者，對於評議委員會所作其應向金融消費者給付每一筆金額或財產價值在一定額度以下之評議決定，應予接受；評議決定超過一定額度，而金融消費者表明願意縮減該金額或財產價值至一定額度者，亦同。

前項一定額度，由爭議處理機構擬訂，報請主管機關核定後公告之。

第 30 條 金融消費者得於評議成立之日起九十日之不變期間內，申請爭議處理機構將評議書送請法院核可。爭議處理機構應於受理前述申請之日起五日內，將評議書及卷證送請爭議處理機構事務所所在地之管轄地方法院核可。

除有第三項情形外，法院對於前項之評議書應予核可。法院核可後，應將經核可之評議書併同評議事件卷證發還爭議處理機構，並將經核可之評議書以正本送達當事人及其代理人。

法院因評議書內容牴觸法令、違背公共秩序或善良風俗或有其他不能強制執行之原因而未予核可者，法院應將其理由通知爭議處理機構及當事人。

評議書依第二項規定經法院核可者，與民事確定判決有同一之效力，當事人就該事件不得再行起訴或依本法申訴、申請評議。

評議書經法院核可後，依法有無效或得撤銷之原因者，當事人得向管轄地方法院提起宣告評議無效或撤銷評議之訴。

前項情形，準用民事訴訟法第五百條至第五百零二條及第五百零六條、強制執行法第十八條第二項規定。

第四章 附 則

第 31 條 爭議處理機構之董事、監察人、評議委員、受任人或受僱人違反本法或依本法所發布之命令者，主管機關得解除其董事、監察人、評議委員、受任人或受僱人之職務。

第 32 條 金融消費者於本法施行前已向主管機關及其所屬機關、金融服務業所屬同業公會或財團法人保險事業發展中心申請申訴、和解、調解、調處、評議及其他相當程序，其爭議處理結果不成立者，得於爭議處理結果不成立之日起六十日內申請評議；自爭議處理結果不成立之日起已逾六十日者，得依第十三條第二項規定向金融服務業重新提出申訴，金融消費者不接受處理結果或金融服務業逾三十日處理期限不為處理者，得向爭議處理機構申請評議。

第 33 條 本法施行日期，由行政院定之。

電子票證定型化契約範本

發文字號：金管銀合字第 10030001591 號

修正日期：民國 100 年 06 月 27 日

1. 中華民國九十八年七月十五日行政院金融監督管理委員會金管銀合字第 09800279685 號公告訂定全文
2. 中華民國一百年六月二十七日行政院金融監督管理委員會金管銀合字第 10030001591 號公告修正全文；並自一百年九月二十七日生效

茲向_____股份有限公司（以下簡稱「發行機構」）申購

記名式電子票證，本契約於中華民國__年__月__日經申購人攜回審閱（契約審閱期間至少五日），並同意下列條款之內容。

無記名式電子票證，發行機構於交付無記名電子票證時應於背面或其他書面記載重要事項，並於持卡人使用無記名電子票證時視為同意本契約。

發行機構資訊如下：

- 一、發行機構識別標幟：
- 二、消費爭議處理申訴（客服）專線：
- 三、網址：_____
- 四、地址：_____

第一條 契約之適用範圍

本契約適用於所有發行電子票證服務定型化契約。

第二條 名詞定義

- 一、電子票證：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。
- 二、發行機構：指經主管機關核准後，依電子票證發行管理條例發行電子票證之機構。
- 三、持卡人：指以使用電子票證為目的而持有電子票證之人。
- 四、特約機構：指與發行機構訂定書面契約，約定持卡人得以發行機構所發行之電子票證，支付商品、服務對價、政府部門各種款項及其他經管機關核准之款項者。
- 五、押金：持卡人為使用電子票證而向發行機構提供，用以擔保持卡人妥善保管或返還電子票證等債務之金錢。

第三條 申 購

記名式電子票證之申購人應將基本資料據實填載於申請表格各欄，並依發行機構要求提出真實正確之有關資料或證明文件。
前項申購人填載之基本資料有所變動時，應通知發行機構，但發行機構依政府相關規定發行特種卡片者，依其規定。（註：發行機構如特別要求以書面通知者，應於契約中明定之）（註：發行機構如限定持有電子票證之條件或資格，應於持卡人申購電子票證時告知）

第四條 保 密

發行機構自身及其所簽特約機構對於申購人申請或持卡人使用電子票證之資

料，除其他法律或主管機關另有規定者外，應保守秘密。

發行機構不得利用持卡人資料為第三人從事行銷行為；亦不得未經申購人書面同意從事發行特定目的以外之行銷行為。

第五條 契約雙方之基本義務

發行機構應以善良管理人之注意為持卡人處理使用電子票證交易款項之清償事宜，並為持卡人處理在發行機構或特約機構使用電子票證之交易。持卡人應妥善保管及使用電子票證，不得以電子票證作為不合法交易之支付工具。

記名式電子票證除發行機構另有約定外，不得讓與、轉借、提供擔保或以其他方式將電子票證之占有轉讓予第三人或交其使用。

持卡人違反前二項約定仍完成交易者，持卡人不得主張其因此交易完成之扣款或墊款無效。

持卡人連續____年以上（至少2年）未加值或未使用電子票證完成交易時，發行機構得停止該電子票證之交易功能。但持卡人得進行加值或開卡程序，以重新啟動該電子票證之交易功能。（註：發行機構如與持卡人約定較長之未使用電子票證期間，或其他啟動交易功能之方式，應於契約中明定之。）

第六條 使用範圍及有效期限

持卡人僅得於標示發行機構識別標幟之特約機構營業場所、網站或自動化服務設備使用電子票證。

發行機構對電子票證所儲存之金錢價值不得訂定使用期限。但發行機構發行提供不限使用次數之電子票證者，不在此限，惟應於電子票證上記載使用期限及終止使用之處理方式。

第七條 電子票證自動扣款之方法

除雙方另有約定外，電子票證之儲值餘額應以新臺幣為計價單位（元以下四捨五入）。持卡人應按發行機構公告之使用方式於儲值餘額內扣款支付交易帳款。

（註：電子票證如有線上即時交易或其他非線上即時交易方式，應明定於契約）如交易帳款逾儲值餘額時，該筆電子票證交易不會完成，亦不會部分扣款，但下列情形者不在此限：

一、持卡人與發行機構約定，得單次墊款持卡人使用於「發展大眾運輸條例」所稱大眾運輸事業或停車場業之費用。

二、發行機構允許持卡人同時提供現金或禮券補足該筆交易差額。

如因持卡人同時攜帶二張以上之電子票證（無論是否為同一發行機構所發行），致電子票證感應設備同時感應二張以上之電子票證，造成重複扣款時，發行機構應協助持卡人解決爭議。

第八條 加值方式

持卡人應於發行機構設置或授權之人工服務櫃檯、自動化服務機器或網站就重複加值式之電子票證辦理加值，並應即時確認加值後儲值餘額是否正確。（註：發行機構如提供其他加值方式，應明定於契約）持卡人如擅自變更電子票證之資料或向其他第三人辦理加值，發行機構不負任何責任。

第九條 儲值餘額限制

每張電子票證之儲值餘額不得超過新臺幣____元。（註：發行機構得與持卡人約定儲值餘額上限，但不得超過新臺幣壹萬元）

電子票證之儲值餘額及押金均不計算利息。（註：本項應於契約中以粗體或不同顏色之醒目方式記載之）

第十條 收費項目（註：本條約款應全部以紅色文字標示）

發行機構得向持卡人收取以下費用或逕自電子票證之儲值餘額及押金中扣抵：

一、每張記名式之電子票證製發（包括毀損後換發）工本費為新臺幣____元；每張無記名式之電子票證製發（包括毀損後換發）工本費為新臺幣____元。

二、掛失手續費：記名式電子票證如有遺失、被竊、被搶、詐取或其他遭持卡人以外之第三人占有之情形（以下簡稱遺失或被竊等情形），而持卡人申請掛失時，每次掛失手續費依下列方式收取：

結合信用卡發行之電子票證，其掛失補發費用為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣貳佰元）。

非結合信用卡發行之電子票證，辦理掛失後，如不申請補發者為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣貳拾元）；如申請補發者為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣壹佰元）。

三、贖回作業手續費：記名式電子票證持卡人申請贖回全部或部分儲值餘額時，每次手續費為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣陸拾元）。但贖回方式，如於非發卡機構自行之自動化服務設備提領現金者，每次為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣陸元）；跨行轉帳者，每次為新臺幣____元（最高不得超過新臺幣壹拾柒元）。（註：發行機構如以退回電子票證為持卡人申請贖回儲值餘額及押金之條件時，應明定於契約）

四、終止契約作業手續費：持卡人向發行機構申請終止契約時，應支付終止契約作業手續費新臺幣____元（最高不得超過新臺幣貳拾元）。但電子票證使用五次（含）以上且滿三個月者，則免收手續費。持卡人同時申請贖回全部儲值餘額及終止本契約時，發行機構僅得收取一筆贖回或終止契約作業手續費。

五、交易紀錄查詢手續費：持卡人除得於發行機構所提供自動化服務機器為免費查詢電子票證交易紀錄及儲值餘額外，得依下列收費標準，向發行機構申請提供五年內之書面電子票證交易紀錄：第一頁新臺幣____元（最高不得超過新臺幣貳拾元），第二頁起每頁加收新臺幣____元（最高不得超過新臺幣伍元）。（註：發行機構如有其他收費項目或就上述收費項目另有收費標準，應於契約中明定）

第十一條 押 金（註：本條約款應全部以紅色文字標示）

發行機構如未收取卡片製發工本費，得於發行電子票證前向持卡人收取押金新臺幣____元（二擇一）。（註：發行機構得收取卡片押金或卡片製發工本費之電子票證種類及收費標準，應於契約中明定）已支付押金之持卡人得於向發行機構返還電子票證時，申請返還押金餘額。但電子票證有墊款金額未結清時，發行機構得以押金餘額抵償持卡人對於發行機構之未結清債務。若卡片因人為毀損或嚴重污損，發行機構得自押金餘額扣減卡片毀損費用後返還持卡人。

第十二條 退款辦法

持卡人有下列情形之一者，發行機構在可確定電子票證之金錢價值餘額且無疑義帳款，並扣除約定之手續費後，應退回其所發行電子票證之餘額：

一、記名式電子票證持卡人提示電子票證或依第十五條辦理掛失手續後，請求發行機構贖回全部或部分儲值餘額或終止契約者。

二、無記名式電子票證持卡人提示電子票證向發行機構申請終止契約者。（註：發行機構如以退回電子票證為持卡人申請退款之條件及退款包括押金時，應明定於契約）

持卡人依前項約定請求贖回或終止契約時，發行機構得與持卡人約定，由持卡人支付寄送款項之郵資（或轉帳費）。

第十三條 發行機構提供之消費者保障機制（發行機構應將下列消費者保障機制公告於公司網站及運輸場站或其他明顯處所）

銀行發行機構發行電子票證所預先收取之款項，應依電子票證發行管理條例第二

十九條第二項規定辦理。

非銀行發行機構發行電子票證所收取之款項，除依電子票證發行管理條例第十八條第一項繳存準備金外，其餘款項並依規定，採下列方式辦理：

已全部交付信託。(註：「1. 本公司依電子票證發行管理條例第十八條第二項規定，將發行電子票證所收取之款項交付信託予信託業者時，該信託之委託人及受益人皆為本公司而非持卡人，故信託業者係為本公司而非為持卡人管理處分信託財產，惟持卡人得請求本公司或信託業者提供信託契約相關約定條款影本」2. 持卡人對於存放信託業者之信託財產，就因電子票證所產生之債權，有優先於本公司之其他債權及股東受償之權利)

已取得銀行十足之履約保證。

第十四條 交易資料之保管及安全之處理

發行機構應確保交易資料之隱密性及安全性，並負責資料傳輸、交換或處理之正確性。

持卡人使用電子票證進行網路交易時，發行機構及持卡人應確保電子訊息安全，防止非法進入系統、竊取、竄改或毀損業務紀錄及資料。

第十五條 電子票證之遺失、被竊或毀損滅失(註：本條約款應全部以紅色文字標示)

無記名式電子票證如有滅失、遺失或被竊等情形時，持卡人不得掛失止付。

記名式電子票證如有遺失或被竊等情形時，持卡人應儘速以電話或其他方式通知發行機構或其他經發行機構指定機構辦理掛失停用手續，並依第十條繳交掛失手續費(註：各發行機構得視其狀況自行約定是否收取掛失手續費，但應明定於契約)。

惟如發行機構認有必要時，應於受理掛失手續日起十日內通知持卡人，要求於受通知日起三日內向當地警察機關報案或以書面補行通知發行機構。

記名式持卡人依前項規定以電話或其他方式通知掛失，即視為完成掛失手續，並自完成掛失手續後被冒用所發生之損失，應由發行機構負擔。但依前項完成掛失手續後 24 小時內，就非線上即時交易被冒用所發生之損失，應由持卡人自行負擔。

記名式電子票證持卡人於辦理掛失手續後，未提出發行機構所請求之文件、拒絕協助調查、向當地警察機關報案或其他違反誠信原則之行為者，其被冒用之損失應全部由持卡人負擔。

電子票證如有毀損，或記名式電子票證有滅失情事時，持卡人得申請發行機構換發電子票證。但發行機構得不發給相同卡面圖案、卡片材質、形狀、大小之電子票證。

前項毀損或滅失之原因，如係由於發行機構所致者，不得向持卡人請求支付電子票證換發工本費。

第十六條 持卡人使用限制及糾紛處理

有下列情形時，發行機構所簽定之特約機構得拒絕接受持卡人使用電子票證交易：

- 一、電子票證為偽造、變造或有毀損、斷裂、缺角、打洞、扭曲之情事者。
- 二、電子票證有效期限屆至、業依第十五條辦理掛失或本契約已解除或終止者。
- 三、發行機構依本契約第五條已暫停持卡人使用電子票證之權利者。
- 四、非發行機構所規定得持有特定記名式電子票證之持卡人本人。
- 五、特約機構之機器或網路連線設備等，不能讀取或辨識電子票證資料者。
- 六、持卡人於特約機構營業時間以外時間要求交易者。
- 七、發行機構有具體事實合理懷疑持卡人有非法或不正常交易之情事者。

持卡人以電子票證進行交易之相關商品或服務，如未獲特約機構提供、商品或服務瑕疵、商品退貨或服務取消、錯誤溢付款項等事宜，持卡人應先洽特約機構尋求解決，發行機構並應提供交易資料協助解決紛爭。

前項提供交易資料之費用，如經查明係屬特約機構服務之瑕疵，該費用得由發行機構向特約機構收取；反之，則依第十條規定向持卡人收取。

持卡人於網際網路進行交易時，與特約機構如有涉及商品或服務未獲提供者之消費爭議，應由特約機構及與特約機構簽約之發行機構負舉證之責。

第十七條 契約之終止、變更

持卡人得隨時通知發行機構終止本契約，本契約終止後，持卡人仍得依第十一條申請返還押金及依第十二條申請退還扣除相關手續費用後之儲值餘額。（註：各發行機構如特別要求持卡人返還電子票證、以書面通知或以其他方式終止契約者，應於契約中明定之）

本契約約款如有修改或增刪時，發行機構應於其所在地之日報、發行機構專屬網站及每一營業處所同時以顯著明確文字公告其變更事項、新舊約款內容、生效日期，暨告知持卡人得於變更事項生效前表示異議。

持卡人未於前項公告開始後三十日內異議並通知發行機構終止本契約者，視同承認該修改或增刪約款。

第十八條 送達

記名式電子票證持卡人於申請表格所載之連絡地址或其他聯絡方式有所變未通知發行機構者，則以持卡人最後通知之連絡地址或申請表格上所載地址為發行機構應為送達之處所。發行機構將業務上有關文書或應為之，向持卡人最後通知之連絡地址或申請表格所載連絡地址發出後，經通遞之期間，即推定已合法送達。

第十九條 適用法律

本契約之準據法為中華民國法律。依本契約發生債權債務之關係，其法律行為之成立要件、效力及方式適用中華民國法律。

第二十條 管轄法院

因本契約涉訟時，雙方同意以____地方法院為第一審管轄法院。但法律有專屬管轄之特別規定者，從其規定。

第二十一條 業務委託

持卡人同意發行機構於必要時得將下列事務依規定委由適當之第三人辦理：

一、_____。

二、_____。

（註：委外事務應具體明確）

電子票證定型化契約應記載及不得記載事項

發文字號：金管銀合字第 10030001590 號公告修正

修正日期：民國 100 年 06 月 27 日

1. 中華民國九十八年七月十五日行政院金融監督管理委員會金管銀合字第 09800279680 號公告全文 2 點；並自九十八年七月十五日生效
2. 中華民國一百年六月二十七日行政院金融監督管理委員會金管銀合字第 10030001590 號公告修正「電子票證定型化契約應記載事項」第 2 點規定；並自一百年九月二十七日生效

電子票證定型化契約應記載事項

一、電子票證發行機構資訊：

- (一) 發行機構名稱及識別標幟：_____。
- (二) 消費爭議處理申訴（客服）專線：_____。
- (三) 網址：_____。
- (四) 地址：_____。

二、使用須知：（同時發行記名式與非記名式電子票證，如有不同使用規定者，應明定於契約）

- (一) 購買與持有：包含購買、增值、退換、掛失、毀損等之處理方法及退款之規定。
- (二) 使用範圍、自動扣款之方法。
- (三) 費用收取：包括手續費、工本費或押金等費用是否收取及其金額等；如收取，其金額限制如下：
 1. (記名式) 掛失手續費：結合信用卡發行之電子票證，每次掛失補發費用最高不得超過新臺幣貳佰元。非結合信用卡發行之電子票證，辦理掛失後，如不申請補發者，每次最高不得超過新臺幣貳拾元；如申請補發者，每次最高不得超過新臺幣壹佰元。
 2. (記名式) 贖回作業手續費：每次最高不得超過新臺幣參拾元。但贖回方式，如於非發卡機構自行之自動化服務設備提領現金或轉帳者，依金融卡交易手續費計收。
 3. 終止契約作業手續費：最高不得超過新臺幣貳拾元。但電子票證使用五次（含）以上且滿三個月者，則免收手續費。

三、發行機構提供之消費者保障機制（發行機構應將下列消費者保障機制公告於公司網站及運輸場站或其他明顯處所）

- (一) 銀行發行機構發行電子票證所預先收取之款項，應依電子票證發行管理條例第二十九條第二項規定辦理。
- (二) 非銀行發行機構發行電子票證所收取之款項，除依電子票證發行管理條例第十八條第一項繳存準備金外，其餘款項並依規定，採下列方式辦理：

已全部交付信託。

（註：「1. 本公司依電子票證發行管理條例第十八條第二項規定，將發行電子票證所收取之款項交付信託予信託業者時，該信託之委託人及受益人皆為本公司而非持卡人，故信託業者係為本公司而非為持卡人管理處分信託財產，惟持卡人得請求本公司或信託業者提供信託契約相關約定條款影本」2. 持卡

人對於存放信託業者之信託財產，就因電子票證所產生之債權，有優先於本公司之其他債權及股東受償之權利)

已取得銀行十足之履約保證。

四、電子票證儲值餘額上限。(儲值餘額上限不得超過新臺幣一萬元)

電子票證定型化契約不得記載事項

一、不得記載逾期或未使用完之票證餘額不得退費或其他不合理之使用限制，但依政府相關規定發行之特種卡片者，依其規定。

二、不得記載記名式電子票證不得辦理掛失。

三、不得記載發行機構得片面解約之條款。

四、不得記載預先免除發行機構故意及重大過失責任。

五、不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。

發行國際通用電子票證或與國外機構合作發行電子票證之審核標準及管理辦法

發文字號：金管銀票字第 10040000200 號令

修正日期：民國 100 年 01 月 25 日

1. 中華民國一百年一月二十五日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 10040000200 號令訂定發布全文 13 條；並自發布日施行

第 1 條 本辦法依電子票證發行管理條例(以下簡稱本條例)第十六條第二項規定訂定之。

第 2 條 本辦法所稱之國外機構，指依外國法律組織登記，於中華民國境外發行電子票證之機構。

第 3 條 發行機構申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，應符合下列條件：

一、已取得主管機關核准發行電子票證，並營業三年以上。

二、申請前三年度決算後無虧損及累積虧損。

三、最近三年無違反金融相關法規，或處理消費金融爭議不妥適受主管機關處分或糾正之情事，或有違反情事，已具體改善，並經主管機關認可。

發行機構擬合作之國外機構，應符合下列條件：

一、最低實收資本額為等值新臺幣三億元。

二、前三年度決算後無虧損及累積虧損。

三、已取得該國發行國內及國際通用電子票證業務之執照或許可證明，並已發行國際通用電子票證達一年以上。

四、最近三年無違反得使用國際通用電子票證地區之相關法令。

五、其他經主管機關規定之條件。

第 4 條 銀行申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，除應符合前條第一項規定外，並應符合下列條件：

一、最近半年度自有資本與風險性資產之比率達百分之十以上。

二、最近半年度逾期放款比率在百分之二以下。

三、最近半年度備抵呆帳覆蓋率達百分之六十以上。

第 5 條 發行機構申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，應檢具下列書件各二份，向主管機關申請核准：

一、申請書。

二、董事會或理事會會議紀錄。

三、營業計畫書：載明自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證之業務範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、可行性分析(包括國際通用電子票證得以使用國外地區之選定因素、當地適用之法令規定及是否符合其規定)、國際市場展望及風險、效益評估。

四、業務章則及業務流程說明。

五、電子票證業務各關係人間權利義務關係約定書或其範本。

六、電子票證所採用之加值機制說明。

七、電子票證交易之結算及清算機制說明：載明國際通用電子票證於國外使用時之結算及清算機制之說明。

八、與信託業者簽訂之信託契約或其範本；或與銀行簽訂之履約保證契約或其範

本。

九、其他經主管機關規定之書件。

銀行申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，毋須檢具前項第八款規定之文件。

第一項第四款所稱之業務章則應記載下列事項：

一、作業手冊及權責劃分。

二、會計處理方式。

三、持卡人於國內外使用國際通用電子票證之權益保障措施。

四、持卡人於國內外使用國際通用電子票證之消費糾紛處理程序。

五、內部控制制度及內部稽核制度。

六、其他經主管機關規定之書件。

第 6 條 發行機構申請與國外機構合作發行國際通用電子票證，除檢具前條第一項規定之書件外，另應檢具下列書件各二份，向主管機關申請核准：

一、國外機構之法人資格證明文件及經所屬國家主管機關核發之國內及國際通用電子票證營業執照及認證書。

二、國外機構之聲明書：國外機構於最近三年內，無違反得使用國際通用電子票證之國內外地區相關法令之聲明書。

三、國外機構與發行機構合作之決議錄或相當文件認證書。

四、發行機構與國外機構簽訂之相關合約書或其範本。

五、其他經主管機關規定之書件。

前項有關書件之認證書，應經國外機構所屬國家之公證人予以認證或我國駐外館處予以驗證。

第 7 條 發行機構與國外機構合作發行國際通用電子票證者，應約定各自對其國內持卡人所收取並約定返還之款項負返還義務，並於該電子票證上載明或以書面告知持卡人。

發行機構向國內持卡人所收取並約定返還之款項，應留存於國內，且發行機構應依本條例第十八條規定，扣除應提列之準備金後，全部交付信託或取得銀行十足履約保證；銀行則應依本條例第二十九條第二項規定提列準備金。

前二項所稱國內持卡人指在國內購買或租用國際通用電子票證之持卡人；所收取並約定返還之款項包括國內持卡人於國外儲值之款項。

第 8 條 發行機構申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，有下列情形之一者，主管機關得不予核准：

一、申請之發行機構不符第三條第一項之規定或合作之國外機構不符同條第二項之規定者。

二、對於國內持卡人於國外使用國際通用電子票證之權益保障低於國內使用電子票證之消費權益保障者。

三、有本條例第八條第二款至第五款規定之情形者。

四、有其他事實顯示有礙健全經營業務之虞。

銀行申請自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證，除上述情形外，有不符第四條規定者，主管機關得不予核准。

- 第 9 條** 發行機構應確保其業務章則所載消費者於國外使用國際通用電子票證之權益保障措施及消費糾紛處理程序，符合各該國外使用地區之法律。
- 第 10 條** 發行機構應要求合作發行國際通用電子票證之國外機構確保國際通用電子票證交易資料之隱密性、安全性以及資料傳輸、交換或處理之正確性。
- 第 11 條** 發行機構與國外機構合作發行國際通用電子票證，國外機構有下列情事之一者，發行機構應擬具相關因應方案函報主管機關：
- 一、累積虧損逾實收資本額之三分之一。
 - 二、合併、讓與全部或主要部分之營業或財產。
 - 三、有電子票證發行機構業務管理規則第二十四條第二款至第七款規定之情事。
- 第 12 條** 發行機構終止辦理部分或全部自行發行或與國外機構合作發行國際通用電子票證業務，或暫停辦理部分業務，應依電子票證發行機構業務管理規則第十八條規定辦理。
- 第 13 條** 本辦法自發布日施行。

信用卡業務機構管理辦法

發文字號：金管銀票字第 09940000540 號令修正

修正日期：民國 99 年 02 月 02 日

1. 中華民國八十二年六月三十日財政部（82）台財融字第 821148464 號令訂定發布全文 12 條
2. 中華民國八十三年十二月六日財政部（83）台財融字第 83330685 號令修正發布第 3、4、6、7 條條文
3. 中華民國八十六年五月二十三日財政部（86）台財融字第 86622618 號令修正發布第 3、6、8、9 條條文；並增訂第 4-1、4-2、9-1 條條文
4. 中華民國九十年五月十五日財政部（90）台財融（一）字第 90706113 號令修正發布第 4-1 條條文
5. 中華民國九十二年十月七日財政部台財融（四）字第 0924000888 號令修正發布名稱及全文 40 條；並自發布日施行（原名稱：信用卡業務管理辦法）
6. 中華民國九十九年二月二日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 09940000540 號令修正發布全文 56 條

第一章 總 則

第 1 條 本辦法依銀行法第四十七條之一訂定之

第 2 條 本辦法用詞定義如下：

一、信用卡：指持卡人憑發卡機構之信用，向特約之第三人取得商品、服務、金錢或其他利益，而得延後或依其他約定方式清償帳款所使用之支付工具。

二、信用卡業務指下列業務之一：

- （一）發行信用卡及辦理相關事宜。
- （二）辦理信用卡循環信用、預借現金業務。
- （三）簽訂特約商店及辦理相關事宜。
- （四）代理收付特約商店信用卡消費帳款。
- （五）授權使用信用卡之商標或服務標章。
- （六）提供信用卡交易授權或清算服務。
- （七）辦理其他經主管機關核准之信用卡業務。

三、發卡業務：指前款第一目及第二目之業務。

四、收單業務：指第二款第三目及第四目之業務。

五、信用卡公司：指經主管機關許可，以股份有限公司組織並專業經營信用卡業務之機構。

六、外國信用卡公司：指依照外國法律組織登記，並從事信用卡業務，經中華民國政府認許，在中華民國境內依公司法及本辦法規定專業經營信用卡業務之分公司。

七、信用卡業務機構指下列機構：

- （一）信用卡公司。
- （二）外國信用卡公司。
- （三）經主管機關許可兼營信用卡業務之銀行、信用合作社或其他機構。
- （四）其他經主管機關許可專營信用卡業務之機構。

八、專營信用卡業務機構：指前款第一目、第二目或第四目之機構。

九、發卡機構：指辦理發卡業務之信用卡業務機構。

十、收單機構：指辦理收單業務之信用卡業務機構。

十一、特約商店：指與收單機構簽訂契約，並接受持卡人以信用卡支付商品或服務之款項者。

十二、電子文件：指電子簽章法第二條第一項第一款所稱之電子文件。

第二章 設立及變更

第 3 條 專營信用卡業務機構辦理發卡或收單業務者，其最低實收資本額、或捐助基金及其孳息、或專撥營運資金為新臺幣二億元，主管機關並得視社會經濟情況及實際需要調整之。

前項最低實收資本額，發起人應於發起時一次認足。

第 4 條 申請設立信用卡公司者，應由發起人檢具下列書件各二份，向主管機關申請設立許可：

一、申請書。

二、發起人名冊及證明文件。

三、發起人會議紀錄。

四、發起人之資金來源說明。

五、營業計畫書：載明業務之範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、市場展望及風險、效益評估。

六、預定總經理、副總經理等負責人之資料。

七、信用卡公司章程。

八、信用卡業務章則及業務流程。

九、信用卡業務各關係人間權利義務關係約定書。

十、其他經主管機關規定之書件。

第 5 條 申請設立外國信用卡公司，應檢送下列書件各二份，向主管機關申請許可：

一、申請書。

二、董事會對於申請在我國設立分公司之決議錄或相當文件認證書。

三、分公司之營業計畫書：載明業務之範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、市場展望及風險、效益評估。

四、擬指派擔任我國之分公司經理人履歷及相關證明文件。

五、分公司之信用卡業務章則及業務流程。

六、分公司之信用卡業務各關係人間權利義務關係約定書。

七、章程認證書。

八、法人資格證明文件及經母國主管機關核發之許可證照認證書。

九、委託律師或會計師申請者，該申請人母國負責人出具之委託書。

十、其他經主管機關規定之書件。

前項有關書表之認證書，應經該申請人母國公證人或我國駐外領務人員予以認證。

第 6 條 兼營信用卡業務之銀行、信用合作社及其他機構，應檢具下列書件向主管機關申請許可：

一、申請書。

二、營業執照影本。

三、公司章程或相當公司章程文件。

四、營業計畫書：載明業務之範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、市場展望及風險、效益評估。

- 五、董事會或理事會會議紀錄。
 - 六、信用卡業務章則及業務流程。
 - 七、信用卡業務各關係人間權利義務關係約定書。
 - 八、其他經主管機關規定之書件。
- 前項申請設立經主管機關許可後，營業項目應依主管機關規定之方式登載或申報。

第 7 條 本辦法所稱之信用卡業務章則應記載下列事項：

- 一、組織結構與部門職掌。
- 二、人員配置、管理與培訓。
- 三、內部控制制度（包括業務管理及會計制度）。
- 四、內部稽核制度。
- 五、營業之原則與政策。
- 六、消費糾紛處理程序。
- 七、作業手冊及權責劃分。
- 八、其他經主管機關規定之事項。

第 8 條 信用卡業務機構申請設立許可或兼營許可時，有下列情形之一者，主管機關得不予許可：

- 一、申請書件內容有虛偽不實者。
- 二、經主管機關限期補正事項未補正者。
- 三、經主管機關認定無法健全有效經營者。
- 四、其他不符合本辦法規定者。

第 9 條 信用卡公司及外國信用卡公司應自主管機關許可設立之日起，六個月內辦妥公司設立登記，並檢同下列之書件，向主管機關申請核發營業執照：

- 一、信用卡公司應檢具書件如下：
 - （一）營業執照申請書。
 - （二）公司登記證件。
 - （三）會計師資本繳足查核報告書。
 - （四）公司章程。
 - （五）股東名冊。
 - （六）董事名冊及董事會會議紀錄。設有常務董事者，其常務董事名冊及常務董事會會議紀錄。
 - （七）監察人名冊及監察人會議紀錄。
 - （八）其他經主管機關規定之書件。
- 二、外國信用卡公司應檢具書件如下：
 - （一）營業執照申請書。
 - （二）分公司登記證件。
 - （三）匯入專撥在我國境內營業所用資金之證明文件。
 - （四）其他經主管機關規定之書件。

前項規定期限屆滿前，如有正當理由，得申請延展，延展期限不得超過六個月，並以一次為限。未經核准延展者，主管機關得撤銷或廢止其許可。

第 10 條 信用卡業務機構經核發營業執照後經發覺原申請事項有虛偽情事，或經主管機關認定未能有效經營業務，其情節重大者，或滿六個月尚未開始營業者，主管機關得撤銷或廢止其設立許可，限期繳銷執照，並通知經濟部。

但有正當理由經主管機關核准者，得予延展開業，延展期限不得超過六個月，並以一次為限。

- 第 11 條** 信用卡業務機構除兼營信用卡業務之銀行及信用合作社外，其營業執照所載事項有變更者，應經主管機關之許可，並申請換發營業執照。
- 第 12 條** 專營信用卡業務機構於增設分支機構時，應檢具申請書及營業計畫書，報請主管機關許可，並核發營業執照。遷移或裁撤時，亦應申請主管機關許可。
- 第 13 條** 主管機關得視國內經濟、金融情形，限制信用卡業務機構之增設。

第三章 業務及管理

第 14 條 在我國境內發行之國際通用信用卡於國內使用時，應以新臺幣結算，並國內完成清算程序；於國外使用時，或國外所發行之信用卡於國內使用時，涉及外匯部分，應依據中央銀行有關規定辦理。

第 15 條 信用卡業務機構增加辦理其他信用卡業務，應檢具營業計畫書向主管機關申請，主管機關自申請書送達之次日起三十日內，未表示反對者，視為已核准。前項營業計畫書應載明下列事項：

- 一、辦理業務緣由。
- 二、辦理業務各關係人間權利義務關係約定書。
- 三、業務章則及業務流程。
- 四、市場展望及風險、效益評估。

信用卡業務機構所辦理之信用卡業務，其業務章則、業務流程或與業務之各關係人間權利義務關係，與主管機關原核准之營業計畫書內容有差異，且對消費者權益有重大影響時，應依前二項之規定辦理。

第 16 條 信用卡業務機構終止辦理部分或全部之信用卡業務，應檢具計畫書，向主管機關申請核准。

前項計畫書應載明下列事項：

- 一、擬終止辦理信用卡業務之理由。
- 二、具體說明對原有客戶權利義務之處理或其他替代服務方式。

發卡機構暫停辦理部分發卡業務，應檢具計畫書，釐明對持卡人權益保障措施與擬暫停之期間，向主管機關申請核准；未來如擬恢復辦理業務，應事先函報主管機關備查。

第 17 條 信用卡業務機構應依主管機關及中央銀行之規定，定期向主管機關、中行及主管機關指定機構申報信用卡業務有關資料，並依主管機關規定於卡業務機構之網站揭露相關重要資訊。

主管機關指定機構應擬訂信用卡業務機構申報資料之範圍及建檔作業，報主管機關備查。

卡業務機構依第一項規定申報及揭露之資料，不得有虛偽不實之情事，保資料之正確性。

第 18 條 信用卡業務機構未經核准辦理信用卡業務前，不得為任何有關之廣告或促銷之行為。

信用卡業務機構從事廣告或其他行銷活動而製作之有關資料，於對外使用前，應先經法令遵循主管審核，確定其內容無不當、不實陳述、誤導消費者或違反相關法令之情事。

第 19 條 發卡機構行銷時，應依下列規定辦理：

- 一、禁止以「快速核卡」、「以卡辦卡」、「以名片辦卡」及其他未審慎核卡之行銷行為等為訴求。
- 二、禁止行銷人員於街頭（含騎樓）行銷。
- 三、應建立信用卡空白申請書控管機制，及對行銷人員與申請案件進件來源之管

理機制。

發卡機構不得於辦卡、核卡、開卡、預借現金及動用循環信用時，給予申請人、持卡人或其他第三人贈品或獎品等優惠。

發卡機構於核發新卡時所提供之權益或優惠，除有不可歸責於發卡機構由外，於約定之提供期間內未經持卡人同意不得變更，且於符合前開變件時，亦應於六十日前以書面或事先與持卡人約定之電子文件通知持卡人。

發卡機構提供信用卡紅利點數之事由及使用範圍，應依主管機關之規定辦理。

第 20 條 發卡機構之信用卡平面及動態媒體廣告，其應揭露事項、版面及字體等相關事宜，應依主管機關規定辦理。

發卡機構與第三人合作時，應確保該第三人所製作之信用卡相關廣告符合主管機關規定。

發卡機構之廣告內容如經主管機關邀集相關單位及學者專家評定有誤導消費者不正確之價值及理財觀念等不當情事時，主管機關得命其限期改善，並得視情節暫停該發卡機構之信用卡廣告，或採行相關監理措施。

第 21 條 發卡機構於受理信用卡申請時，應確認申請人之條件如下：

一、正卡申請人：

(一) 應年滿二十歲。

(二) 申請時須檢附身分證明文件及所得或財力等可證明還款能力之相關資料。但發卡機構因與申請人有其他業務往來而持有其最近一年內之所得或財力等可證明還款能力之相關資料，且經申請人同意作為申請信用卡使用者，不在此限。

二、附卡申請人：

(一) 應年滿十五歲。

(二) 須為正卡持卡人之配偶、父母、子女、兄弟姊妹或配偶父母。

(三) 申請時須檢附身分證明文件。

第 22 條 發卡機構應建立核發信用卡管理機制，以審慎核給信用額度，並依下列規定辦理：

一、應確認申請人身分之真實性、正卡申請人具有獨立穩定之經濟來源及充分之還款能力，並瞭解其舉債情形。

二、所核給之額度應與正卡申請人申請時之還款能力相當，且核給額度加計申請人於全體金融機構之無擔保債務（含信用卡）歸戶總餘額與申請人最近一年內平均月收入之倍數應依主管機關規定辦理。發卡機構於調高持卡人之信用額度時，仍應符合本款規定。

三、應訂定核給正卡申請人之總信用額度與最近一年內平均月收入倍數之管理規範，並報董（理）事會或常務董事會核准後施行，修改時亦同；外國銀行在台分行前述董（理）事會應盡之義務由其總行授權人員負責。

四、應將正卡申請人於財團法人金融聯合徵信中心（以下簡稱聯徵中心）短期間內有密集被查詢之情事列為審核要件之一。

五、正卡申請人於聯徵中心有「代償註記」者，應確認其具有還款能力。

六、不得以聯徵中心之信用資訊作為核准或駁回之唯一依據，亦不得將其他金融機構登錄於該中心之信用資訊告知申請人、持卡人或第三人。

第 23 條 發卡機構辦理學生申請信用卡業務，應依下列規定辦理：

一、禁止對學生行銷。

二、全職學生申請信用卡以三家發卡機構為限，每家發卡機構信用額度不得超過新臺幣二萬元。

三、以學生身分申請信用卡者，發卡機構應將發卡情事通知其父母或法定代理人。

四、第三款之通知事項應於申請書及契約中載明。

第 24 條 發卡機構應按持卡人之信用狀況，訂定不同等級之信用風險，並考量資金成本及營運成本，採取循環信用利率差別定價，且至少每季應定期覆核持卡人所適用利率。

發卡機構應於契約中載明得調整持卡人適用利率之事由，且於符合該約定事由時，始得調整持卡人利率；調整時，並應將調整事由及調整後利率等相關資訊通知持卡人。

發卡機構對已核發之信用卡至少每半年應定期辦理覆審。

發卡機構對長期使用循環信用之持卡人，應依據主管機關規定提供相關還款或利息調整方案，以供持卡人選擇。

第 25 條 發卡機構不得因提供信用卡預借現金功能而提高或另行核給持卡人信用額度，且預借現金額度成數、行銷及相關事宜應依主管機關規定辦理。

發卡機構不得同意持卡人以信用卡作為繳付放款本息之工具。

第 26 條 收單機構辦理收單業務時，應依下列規定辦理：

一、非經簽訂特約商店契約，不得提供刷卡設備並接受特約商店請款。

二、簽立特約商店前，應確實徵信。

三、簽立特約商店後，應加強教育訓練，並應建立特約商店簽帳交易或請款異常情事之監控與交易終止機制，及高風險或提供遞延性商品、服務等特約商店之風險控管機制。

四、對已簽立之特約商店至少每半年應查核乙次，查核內容應包含交易異常狀況及聯徵中心之信用記錄，且對特約商店交易應予監控，如發現特約商店未經收單機構同意即接受信用卡支付遞延性商品或服務之款項，或涉有其他違約、違法情事時，應即對特約商店所為之交易樣態、營業內容等事項進行調查，並為必要之處置。

五、簽帳交易所列印給予持卡人之簽帳單至少應載明收單機構名稱、特約商店名稱、卡別、卡號、授權號碼、交易日期及金額，且卡號之揭露方式應依主管機關之規定辦理。

六、不得與財務資融公司等不提供商品或服務之機構簽訂特約商店契約，亦不得讓該等機構介入信用卡交易。

七、收單機構所簽訂之特約商店如係使用網際網路交易平台進行信用卡交易者，收單機構應與提供網際網路交易平台服務業者簽訂契約。

八、收單機構應撥付予特約商店之款項，不得直接撥付予第三人。但網際網路交易平台服務業者就使用該平台接受信用卡交易之特約商店，如該信用卡交易金額已取得銀行十足之履約保證或全部交付信託，並經收單機構審核屬實者，收單機構得依特約商店指示將款項撥付予網際網路交易平台服務業者。

九、應對刷卡設備建立控管機制，以確保交易資料之安全性。

十、特約商店之遞延性商品或服務無法提供時，收單機構應依主管機關規定辦理爭議帳款處理事宜。

依前項第八款規定採銀行十足履約保證者，其所簽訂履約保證之銀行應符合主管機關所定之條件。

第 27 條 收單機構簽訂特約商店之契約應載明下列事項：

一、特約商店應確保請款資料正確性。

二、特約商店非有正當理由不得拒絕持卡人簽帳交易、限制簽帳金額或加收手續費。

三、特約商店應妥善保管簽帳單及載有持卡人信用卡等個人資料之訂單或相關文

件，且對持卡人之一切資料，除其他法律或主管機關另有規定者外，應保守秘密。

四、特約商店不得從事融資性墊款之交易。

五、特約商店不得接受非營業範圍內之簽帳交易。

六、特約商店如自行提供以信用卡分期付款服務者，應約定特約商店不得將應收債權讓售予第三人。

七、特約商店不得將刷卡設備借讓予他人使用。

八、特約商店如有違反第四、五及七款之情事，收單機構應立即解約並通報聯徵中心。

收單機構簽訂特約商店之契約與前項規定不符者，應於本辦法修正施行之日起六個月內調整。

第 28 條 信用卡業務機構辦理信用卡業務之作業委託他人處理，應依據金融機構作業委託他人處理內部作業制度及程序辦法等相關規定辦理。

發卡機構與業者合作發行聯名卡或認同卡，應依下列規定辦理：

一、應確實建立客戶資訊保密機制，並對合作事項範圍、客戶權益保障、風險管理及內部控制，訂定內部作業制度及程序。

二、要求合作業者辦理行銷事宜時，應符合第十九條第一項及第二項規定。

第 29 條 信用卡業務機構出售信用卡不良債權予資產管理公司時，除符合金融機構出售不良債權應注意事項規定外，應依下列規定辦理：

一、應查證辦理催收作業者之催收標準與信用卡業務機構一致。

二、應建立內部控制及稽核制度，有效規範及查核各該催收行為，並承擔催收機構不當催收行為之責任。

三、公開標售不良債權應依據主管機關規定之作業程序辦理。

四、出售後，應以書面通知債務人，告知受讓債權之公司名稱、債權金額、信用卡業務機構之檢舉電話。

五、經民眾申訴或其他管道得知資產管理公司涉及暴力、脅迫、恐嚇、辱罵、騷擾、誤導、欺瞞或洩漏個人資料等非法行為時，信用卡業務機構經查證屬實，應立即與該公司解約，且向該公司買回不良債權及請求違約金。

六、信用卡業務機構應將前款相關資料移送檢調單位偵辦，及送聯徵中心建檔，且各信用卡業務機構之不良債權不得再出售予該資產管理公司。

七、其他經主管機關規定之事項。

第 30 條 為確保客戶之權益，信用卡業務機構出售信用卡不良債權予資產管理公司之契約應至少載明下列事項：

一、不得將不良債權再轉售予第三人，並應委託原出售之信用卡業務機構或該信用卡業務機構指定或同意之催收機構進行催收作業。

二、應遵守銀行法、洗錢防制法、電腦處理個人資料保護法、消費者保護法、公平交易法及其他信用卡業務機構應遵循之法令規定。

三、辦理催收標準應與信用卡業務機構一致，並應確實遵守第五十一條所列各款之規定。

四、資產管理公司應建立內部控制機制，並應作定期與不定期之考核。

五、不得利用信用卡業務機構債權文件中正、附卡持卡人及保證人以外之第三人資料。

第 31 條 信用卡業務之會計處理準則，由中華民國銀行商業同業公會全國聯合會（以下簡稱銀行公會）報請主管機關核定之。

信用卡業務機構應依前項會計處理準則辦理。

兼營信用卡業務之銀行、信用合作社及其他機構，其信用卡業務之會計應獨立。

第 32 條 發卡機構應依下列規定辦理逾期帳款之備抵呆帳提列及轉銷事宜：

一、備抵呆帳之提列：當月應繳最低付款金額超過指定繳款期限一個月至三個月者，應提列全部墊款金額百分之二之備抵呆帳；超過三個月至六個月者，應提列全部墊款金額百分之五十之備抵呆帳；超過六個月者，應將全部墊款金額提列備抵呆帳。

二、呆帳之轉銷：當月應繳最低付款金額超過指定繳款期限六個月未繳足者，應於該六個月後之三個月內，將全部墊款金額轉銷為呆帳。

三、逾期帳款之轉銷，應按董（理）事會授權額度標準，由有權人員核准轉銷，並彙報董（理）事會備查。但外國信用卡公司得依其總公司授權程序辦理。

發卡機構辦理信用卡業務逾期帳款比率超過主管機關規定者，應依主管機關規定調整之，主管機關並得視情節，依銀行法相關規定採行監理措施。

第 33 條 信用卡業務機構應建立內部控制及稽核制度；其目的、原則、政策、作業程序、內部稽核人員應具備之資格條件及其他應遵行事項之規範，由主管機關定之。

第 34 條 專營信用卡業務機構每屆營業年度終了四個月內，應將下列資料，報請主管機關備查：

一、營業報告書。

二、經會計師查核且報經董（理）事會通過或外國信用卡公司負責人同意之財務報告。

三、其他經主管機關指定之資料。

第 35 條 專營信用卡業務機構有下列情形之一者，應立即將財務報表、虧損原因及改善計畫，函報主管機關：

一、累積虧損逾實收資本額、捐助基金及其孳息之三分之一。

二、淨值低於專撥營運資金之三分之二。

主管機關對具有前項情形之信用卡業務機構，得限期命其補足資本、捐助基金及其孳息、專撥營運資金，或限制其營業；屆期未補足者，得勒令其停業。

第 36 條 專營信用卡業務機構有下列情事之一者，應先報經主管機關核准：

一、變更公司章程。

二、變更資本總額。

三、變更機構營業處所。

四、讓與全部或主要部分之營業或財產。

五、受讓他人全部或主要部分之營業或財產。

六、其他經主管機關規定應經核准之事項。

前項第四款及第五款情事應由擬讓與及受讓之信用卡業務機構共同向主管機關申請許可。

專營信用卡業務機構有下列情事之一者，應立即檢具事由及資料向主管機關申報：

一、發生百分之十以上之股權移轉。

二、存款不足之退票、拒絕往來或其他喪失債信情事者。

三、因訴訟、非訟、行政處分或行政爭訟事件，對公司財務或業務有重大影響者。

四、締結、變更或終止關於出租全部營業，委託經營或與或他人經常共同經營之契約者。

五、發生或可預見之重大虧損案件。

六、重大營運政策之改變。

七、其他足以影響營運或股東權益之重大情事者。

第 37 條 信用卡業務機構應依銀行公會規定申請加入銀行公會信用卡業務委員會。銀行公會應將其信用卡業務委員會章則暨議事規程，報請主管機關核定之，變更時亦同。

第 38 條 銀行公會為會員之健全經營及維護同業聲譽，應辦理下列事項：
一、協助主管機關推行、研究信用卡業務之相關政策及法令。
二、訂定並定期檢討共同性業務規章或自律公約，並報請主管機關備查，變更時亦同。
三、就會員所經營業務，為必要監督或調處其間之糾紛。
四、主管機關指定辦理之事項。
信用卡業務機構應確實遵守前項第二款之業務規章及自律公約。

第四章 消費者保護

第 39 條 發卡機構未完成申請人申請及審核程序前，不得製發信用卡。但已持有原發卡機構製發之信用卡且有下列情形之一者，不在此限：

- 一、因持卡人發生信用卡遺失、被竊、遭製作偽卡或有遭製作偽卡之虞等情形或污損、消磁、刮傷或其他原因致信用卡不堪使用而補發新卡。
- 二、因信用卡有效期間屆滿時，持卡人未終止契約而續發新卡，惟應事先完成覆審程序。
- 三、因聯名卡、認同卡或店內卡合作契約終止，依發卡機構與持卡人原申請契約規定換發新卡，惟應事先以書面或與持卡人約定之電子文件通知持卡人。
- 四、因原發卡機構發生分割、合併或其他信用卡資產移轉等情形而換發新卡，惟應事先以書面或與持卡人約定之電子文件通知持卡人。
- 五、因發卡機構將信用卡由磁條卡升級為晶片卡而換發新卡，惟應事先以書面或與持卡人約定之電子文件通知持卡人。
- 六、其他經主管機關規定之事項。

前項第三款至第五款之通知，持卡人於一定期間未表示異議，得視為同意。發卡機構對原製發之信用卡新增結合其他功能前，應事先取得持卡人同意，始得為之。

發卡機構因分割、合併或其他信用卡資產移轉等情形致原發卡機構主體變更者，變更後之新發卡機構應於基準日起一年內換發新卡。但有正當理由經主管機關核准者，得予延長。

第 40 條 發卡機構於辦理申請信用卡作業時，應以書面或電子文件告知申請人下列事項：

- 一、向持卡人收取之年費、各項手續費、循環信用利率、循環信用利息及違約金等之計算方式及可能負擔之一切費用。其中利率應以年率表示，循環信用利息及違約金之計算方式應以淺顯文字輔以實例具體說明之。
- 二、信用卡使用方式及遺失、被竊或滅失時之處理方式。
- 三、持卡人對他人無權使用其信用卡後所發生之權利義務關係。
- 四、有關信用卡交易帳款疑義之處理程序與涉及持卡人權利義務之信用卡國際組織相關重要規範。
- 五、提供持卡人之各項權益、優惠或服務之期間及適用條件。
- 六、其他經主管機關規定之事項。

前項告知內容應通俗簡明，攸關消費者權益之重要事項，應以顯著方式標示。

發卡機構應於契約中就第一項第一款及第五款之事項載明調整之頻率。

第 41 條 發卡機構應受前條第一項告知內容之拘束，倘有下列情形者，應於六十日前以顯著方式標示於書面或事先與持卡人約定之電子文件通知持卡人，持卡人如有異議

得終止契約：

- 一、增加持卡人之可能負擔。
- 二、提高循環信用利率。
- 三、循環信用利率採浮動式者，變更所選擇之指標利率。
- 四、變更循環信用利息計算方式。
- 五、變更前條第一項第二款至第五款之事項。

循環信用利率採浮動式者，除有不可歸責於發卡機構之事由外，不得變更所選擇之指標利率。

前項指標利率調整時，除於營業場所及其網站公告外，應以書面或事先與持卡人約定之方式通知持卡人。但指標利率調高時，得不適用第一項六十日前通知之規定。

第 42 條 發卡機構於申請書之申請人聲明及同意事項中，應至少載明下列事項，並經申請人簽名確認：

- 一、所收取之利率及各項費用，並詳列計收標準及收取條件。
- 二、持卡人未按時依約繳款之紀錄，將登錄聯徵中心，而影響未來申辦其他貸款之權利。
- 三、發卡機構與第三人合作，如涉及持卡人資料之使用，應設計欄位供申請人自行勾選是否同意提供個人資料予該第三人，並明列其使用範圍。

前項第一款應於發卡機構網站揭露。

發卡機構不得於信用卡申請書中，以「正卡申請人代理附卡申請人簽名申請附卡」之方式受理附卡申請。

發卡機構如於信用卡申請時，要求申請人提供正、附卡持卡人及保證人以外之第三人個人資料，應依下列規定辦理：

- 一、不得強制申請人提供，或作為核准或駁回申請之依據。
- 二、應向申請人說明提供該等個人資料之目的。
- 三、不得將該等個人資料用於徵信或催收作業。
- 四、如經第三人本人要求，應即停止使用其個人資料。

第 43 條 發卡機構於持卡人收到所申請信用卡之日起七日內，經持卡人通知解除契約者，不得向持卡人請求負擔任何費用。但持卡人已使用者，不在此限。

第 44 條 發卡機構應按期將持卡人交易帳款明細資料，以書面或事先與持卡人約定之電子文件通知持卡人。

前項明細資料應充分揭露下列資訊：

- 一、持卡人信用額度及預借現金額度。
- 二、起息日、循環信用利率及其適用期間。
- 三、帳款結帳日、繳款截止日、當期新增應付帳款、溢繳應付帳款及最低應繳金額。
- 四、每筆交易之交易日期、入帳日期、交易項目、交易金額、及國外交易之交易國家或地區、幣別、折算新臺幣金額及折算新臺幣日期。
- 五、各項費用之計收標準及收取條件。各項費用之收取金額，並應逐筆分別列示。
- 六、已動用循環信用者，應分別列示前期餘額、計入循環信用本金之帳款、所收取之利息及違約金。
- 七、當期應付帳款如持卡人未來每期僅依約繳交最低應繳金額時，其繳清全部帳款所需之時間及應繳納之總金額。
- 八、持卡人就全部或部分應付帳款採固定期數之分期還款方式清償時，其每期應繳納之本金、利息、費用、未到期金額及應付總費用年百分率。

九、發卡機構當年度截至當期已向持卡人收取之利息及費用之累計金額。

十、其他經主管機關規定之事項。

發卡機構所提供之交易帳款明細資料與本條規定不符者，應於本辦法修正施行之日起一年內調整。

第 45 條 發卡機構應依據下列規定辦理信用卡相關資訊之揭露：

一、信用卡循環信用利率應於營業場所牌告。

二、信用卡循環信用利率、年費、各項費用、帳款計算方式、遺失或被竊處理、持卡人之權益、優惠或服務等相關資訊，應於發卡機構之刊物或網路刊登。

三、其他經主管機關或中央銀行規定之事項。

第 46 條 發卡機構主動調高持卡人信用額度，應事先通知正卡持卡人，並取得其書面同意後，始得為之。若原徵有保證人者，應事先通知保證人並獲其書面同意，且於核准後應通知保證人及正卡持卡人。

正卡持卡人申請調整信用額度時，發卡機構應於核准後通知正卡持卡人。

若原徵有保證人者，除調高信用額度應事先通知保證人並獲其書面同意外，應於調整核准後通知保證人。

前二項信用額度之調整，如涉及附卡持卡人信用額度之變更時，發卡機構應通知附卡持卡人。

第一項及第二項書面同意之方式，亦得透過網路認證或自動提款機或自動貸款機之方式為之。惟應加強持卡人或保證人身分之驗證，並於契約中明定發卡機構應負擔未確實驗證而造成其損失之責任。

第 47 條 發卡機構訂定之信用卡定型化契約條款，其內容應遵守信用卡定型化契約應記載及不得記載事項之規定，且對消費者權益之保障，不得低於主管機關發布之信用卡定型化契約範本內容。

發卡機構信用卡契約條款印製之字體不得小於十二號字。

第 48 條 發卡機構辦理信用卡循環信用，其計息方式應依下列規定辦理：

一、不得以複利計息。

二、起息日不得早於實際撥款日，且應依據主管機關發布之信用卡定型化契約應記載及不得記載事項與範本之相關規定辦理

三、不得將各項費用計入循環信用本金。

四、不得將當期消費帳款計入當期本金計算循環信用利息。

五、得計入循環信用利息本金之帳款應依據主管機關發布之信用卡定型化契約應記載及不得記載事項與範本之相關規定辦理。

發卡機構因持卡人未於當期繳款截止日前付清當期最低應繳金額，而約定向持卡人收取違約金時，其收取方式應依主管機關規定辦理。

第 49 條 發卡機構不得要求附卡持卡人就正卡持卡人使用正卡所生應付帳款負清償責任。

第 50 條 發卡機構所提供之信用卡分期付款服務，如係與特約商店有合作關係者，應依下列規定辦理：

一、應於持卡人原信用額度內承作。

二、分期付款期間不得超過二年六個月。

三、特約商店應於交易時以書面告知持卡人該分期付款服務係發卡機構提供，及所需負擔費用之計收標準與收取條件。但屬網際網路或電視購物等非面對面式交易者，特約商店得以其他替代方式告知，並須留存相關紀錄。

四、發卡機構不得以確保特約商店商品或服務提供為由，要求持卡人負擔相關費用。

發卡機構所提供之信用卡分期付款服務，如係與特約商店無合作關係者，應依下

列規定辦理：

一、應符合前項第一款及第二款規定。

二、發卡機構應事先以書面或與持卡人約定之方式告知持卡人前項第三款之資訊。

發卡機構所提供之信用卡分期付款服務與前二項規定不符者，應於本辦法修正施行之日起六個月內調整。

第 51 條 信用卡業務機構自行辦理應收帳款催收時，應依下列規定辦理：

一、不得違反公共利益，或侵害他人權益，且應依誠實及信用方法行使權利。

二、僅能對持卡人本人及其保證人催收，不得對與債務無關之第三人干擾或催討。

三、以電話催收時，須表明機構名稱並裝設錄音系統，且相關資料至少保存六個月以上，以供稽核或爭議時查證之用。

四、不得有暴力、脅迫、恐嚇、辱罵、騷擾、誤導、欺瞞或造成持卡人隱私受侵害之不當催收行為。

五、進行外訪催收時，應對持卡人或相關第三人表明機構名稱並出示證明文件。

第 52 條 發卡機構應訂定信用卡申訴處理程序及設立申訴與服務專線，且應將該專線記載於卡片背面，並以書面通知持卡人，另於所屬網站公告，以保障持卡人之權益。除依主管機關規定免報送資料者外，發卡機構將持卡人延遲繳款超過一個月以上、強制停卡、催收及呆帳等信用不良之紀錄登錄於聯徵中心前，須將登錄信用不良原因及對持卡人可能之影響情形以書面或事先與持卡人約定之電子文件告知持卡人。

第 53 條 信用卡業務機構應確保自身及特約商店因信用卡申請人申請或持卡人使用信用卡而知悉關於申請人或持卡人之一切資料，除其他法律或主管機關另有規定者外，應保守秘密。

因職務或契約關係知悉前項資料者，亦同。

第五章 罰則及附則

第 54 條 主管機關得隨時派員，或委託適當機關，檢查專營信用卡業務機構或其係人之業務、財務及其他有關事項，或令專營信用卡業務機構或其他關於限期內據實提報財務報告、財產目錄或其他有關資料及報告。

機關於必要時，得指定專門職業及技術人員，就前項規定應行檢查事報表或資料予以查核，並向主管機關據實提出報告，其費用由專營信用業務機構負擔。

第 55 條 本辦法之規定者，依銀行法有關規定處罰之。

第 56 條 辦法自發布日施行。

電子票證發行機構負責人兼職限制及應遵行事項準則

發文字號：金管銀票字第 09840009560 號令修正

修正日期：民國 99 年 01 月 20 日

1. 中華民國九十八年七月十五日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 09840005240 號令訂定發布全文 10 條；並自發布日施行。

2. 中華民國九十九年一月二十日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 09840009560 號令修正發布第 6 條條文。

第 1 條 本準則依電子票證發行管理條例(以下簡稱本條例)第十七條第一項規定訂定之。

第 2 條 為強化發行機構負責人之專業經營績效，並提升負責人兼任職務之經營效率及制衡機制，以落實公司治理，爰訂定本準則。

第 3 條 本準則所稱負責人，指發行機構之董事長、董事、監察人或經理人。

第 4 條 有下列情事之一者，不得充任發行機構之負責人：

一、無行為能力或限制行為能力者。

二、曾犯組織犯罪防制條例規定之罪，經有罪判決確定者。

三、曾犯偽造貨幣、偽造有價證券、侵占、詐欺、背信罪，經宣告有期徒刑以上之刑確定，尚未執行完畢，或執行完畢、緩刑期滿或赦免後尚未逾十年者。

四、曾犯偽造文書、妨害秘密、重利、損害債權罪或違反稅捐稽徵法、商標法、專利法或其他工商管理法規，經宣告有期徒刑確定，尚未執行完畢，或執行完畢、緩刑期滿或赦免後尚未逾五年者。

五、曾犯貪污罪，受刑之宣告確定，尚未執行完畢，或執行完畢、緩刑期滿或赦免後尚未逾五年者。

六、違反本條例、銀行法、金融控股公司法、信託業法、票券金融管理法、金融資產證券化條例、不動產證券化條例、保險法、證券交易法、期貨交易法、證券投資信託及顧問法、管理外匯條例、信用合作社法、農會法、漁會法、農業金融法、洗錢防制法或其他金融管理法，受刑之宣告確定，尚未執行完畢，或執行完畢、緩刑期滿或赦免後尚未逾五年者。

七、受破產之宣告，尚未復權者。

八、曾任法人宣告破產時之負責人，破產終結尚未逾五年，或調協未履行者。

九、使用票據經拒絕往來尚未恢復往來者，或恢復往來後三年內仍有存款不足退票紀錄者。

十、有重大喪失債信情事尚未了結，或了結後尚未逾五年者。

十一、因違反本條例、銀行法、金融控股公司法、信託業法、票券金融管理法、金融資產證券化條例、不動產證券化條例、保險法、證券交易法、期貨交易法、證券投資信託及顧問法、信用合作社法、農會法、漁會法、農業金融法或其他金融管理法，經主管機關命令撤換或解任，尚未逾五年者。

十二、受感訓處分之裁定確定或因犯竊盜、贓物罪，受強制工作處分之宣告，尚未執行完畢，或執行完畢尚未逾五年者。

十三、有事實證明從事或涉及其他不誠信或不正當之活動，顯示其不適合擔任發行機構之負責人者。

政府或法人為股東時，其代表人或被指定代表行使職務之自然人，擔任董事、監

察人者，準用前項之規定。

發行機構負責人於充任後始發生第一項各款情事之一者，當然解任。

第 5 條

發行機構負責人有發生本準則當然解任情事時應立即通知發行機構。

發行機構於知其負責人有當然解任事由後應即主動處理，並向主管機關申報及通知經濟部廢止或撤銷其相關登記事項。

第 6 條

發行機構負責人除因發行機構投資關係外，不得兼任下列機構之任何職務：

一、其他發行機構。

二、該發行機構所簽訂之特約機構。

三、與該發行機構有財務或業務往來之特定公司或機構。

前項第二款及第三款機構為發行機構之股東或發行機構百分之百持股母公司之股東者，發行機構之董事或監察人得由該二款機構之負責人兼任。

第 7 條

發行機構之經理人除得兼任發行機構投資子公司之董事或監察人外，不得兼任其他公司或機構之有給職務。

發行機構如屬本條例第七條第一項規定經主管機關核准得不受專業經營限制者，其經理人得不受前項限制。但其辦理電子票證業務部門之經理人仍須符合前項規定。

第 8 條

發行機構負責人之兼任行為不得有利益衝突或違反發行機構內部控制之情事，並應確保持卡人及股東權益。

第 9 條

依本條例第七條第四項規定申請核准之發行機構，其負責人有不符本準則規定之情事者，得兼任至該職務任期屆滿之日。但最長不得逾六個月。

第 10 條

本準則自發布日施行。

關於應符合電子票證發行機構業務管理規則第 12 條及第 13 條所稱「主管機關所定一定條件」之解釋

發文字號：金管銀票字第 09840005720 號 令

修正日期：民國 98 年 08 月 28 日

- 一、電子票證發行機構業務管理規則第十三條第一項所稱「所簽訂履約保證契約之銀行應符合主管機關所定一定條件」，指銀行應符合下列條件：
 - (一)最近一期自有資本與風險性資產之比率達百分之十以上。
 - (二)最近三個月平均逾放比率低於百分之二。
 - (三)最近二年度經會計師查核簽證未連續有累積虧損者。
- 二、電子票證發行機構業務管理規則第十二條第二款及第十三條第三項所稱「銀行存款、金融債券及銀行可轉讓定期存單應符合主管機關所定一定條件」，指信託業之信託財產或發行機構收取款項運用於符合前項條件銀行之存款及所發行之金融債券與銀行可轉讓定期存單。
- 三、依電子票證發行管理條例第七條第四項規定申請發行電子票證之機構，有不符前述二項規定者，應於半年內調整至符合規定。
- 四、本令自即日起生效。

電子票證應用安全強度準則

發文字號：金管銀票字第 09840005460 號令

修正日期：民國 98 年 07 月 16 日

1. 中華民國九十八年七月十六日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 09840005460 號令訂定發布全文 19 條；並自發布日施行。

第 1 條 本準則依電子票證發行管理條例第四條第二項訂定之。

第 2 條 發行機構應依本準則規定之安全需求與設計，建立安全防護措施，以確保電子票證應用之安全強度，保護消費者之權益。

第 3 條 前條所稱之安全需求與設計說明如下：

一、發行機構於交易面應依據應用範圍等級，落實本準則對於交易訊息之隱密性、完整性、來源辨識性及不可重覆性之各項規定。

二、發行機構於管理面應防範發行機構、特約機構及增值機構之交易系統，遭受未經授權之存取、入侵威脅及破壞，有效維護交易系統之整體性及其隱密性，並保護交易系統作業安全及維持其高度可使用性。

三、發行機構於端末設備與環境面應實施安全控管，強化端末設備之安全防護，以防範非法交易或遭受外力破壞。

四、發行機構於電子票證面應依據應用範圍等級，選用適當型式之電子票證。

第 4 條 本準則用詞定義如下：

一、增值機構：係指接受發行機構委託辦理增值作業之特定機構。

二、線上即時交易：係指持卡人利用電子設備或通訊設備，透過各種網路型態，經由特約機構、增值機構或直接與發行機構即時連線進行交易者，包含特約機構與發行機構間、增值機構與發行機構間、增值機構或特約機構與其所屬之端末設備間之即時訊息傳輸。

三、前款所稱網路型態如下：

(一) 專屬網路：利用電子設備或通訊設備直接以連線方式(撥接(Dial-Up)、專線(Leased-Line)或虛擬私有網路(Virtual Private Network, VPN)等)進行訊息傳輸。

(二) 網際網路：利用電子設備或通訊設備，透過網際網路服務業者進行訊息傳輸。

(三) 行動網路：利用電子設備或通訊設備，透過電信服務業者進行訊息傳輸。

四、非線上即時交易：係指持卡人持電子票證，利用各種介面類型，於增值機構或特約機構之端末設備進行交易，而不與發行機構即時進行連線者。

五、前款所稱介面類型如下：

(一) 接觸式介面：利用磁性、光學或電子型式之電子票證，與特約機構或增值機構之端末設備以實際接觸方式進行訊息傳輸。

(二) 非接觸式介面：利用無線射頻、紅外線或其他無線通訊技術實作之電子票證，與特約機構或增值機構之端末設備以非實際接觸方式進行訊息傳輸。

(三) 網路及其他離線方式：利用電子票證，透過網路、通訊設備及其他方式，與遠端之特約機構或增值機構進行訊息傳輸，而不與發行機構即時連線進行授權者。

六、交易類型：

- (一) 線上即時消費交易：係指消費交易發生時，其消費是否合法之驗證，必須透過連線，將相關資訊送回發行機構進行處理者。
- (二) 非線上即時消費交易：係指消費交易發生時，其消費是否合法之驗證，不需透過連線送回發行機構進行處理者。
- (三) 線上即時加值交易：係指加值交易發生時，其加值之授權，必須透過連線，將相關資訊送回發行機構進行處理者。
- (四) 非線上即時加值交易：係指加值交易發生時，其加值之授權，不需透過連線將相關訊息送回發行機構進行處理者。
- (五) 帳務清結算交易：包含特約機構或加值機構與其所屬端末設備間之批次帳務訊息、特約機構或加值機構與發行機構間之批次帳務訊息、加值機構與發行機構間之非線上即時加值額度授權請求訊息等。

第 5 條 發行機構對於電子票證各項交易類型，應依電子票證應用之範圍，考量商品或服務之性質與交易金額等因素，區分應用範圍等級（如下表），並依據本準則之規定辦理。

一、商品或服務之性質

| 商品或服務之性質 | 說明 |
|----------|---|
| 第一類 | 繳納政府部門規費及支付公用事業（依據民營公用事業監督條例第二條定義）服務費、學雜費、醫藥費、公共運輸（依據大眾運輸條例第二條定義及纜車、計程車、公共自行車）、停車等服務費用，或配合政府政策且具公共利益性質經主管機關核准者屬之。 |
| 第二類 | 支付各項商品或服務之費用 |

二、交易金額

| 交易金額 | 說明 |
|--------|----------------------------|
| 小額交易 | 電子票證僅支付於單筆消費金額新臺幣壹千元以下之交易。 |
| 不限金額交易 | 電子票證非僅支付於小額交易。 |

三、應用範圍等級

| 或服務之性質 | | 第一類 | 第二類 |
|--------|--------|-----|-----|
| 交易金額 | 小額交易 | 第一級 | 第一級 |
| | 不限金額交易 | 第一級 | 第二級 |

第 6 條 發行機構於交易面應確保電子票證交易符合下列安全規定：

一、線上即時消費交易

| 連線類型 | | 專屬網路 | | 網際／行動網路 | |
|------------|------------|------|-----|---------|-----|
| 應用範圍等級防護措施 | | 第一級 | 第二級 | 第一級 | 第二級 |
| 訊息隱密性 | | 非必要 | 非必要 | A | A |
| 訊息完整性 | | B1 | B1 | B2 | B2 |
| 來源辨識性 | 訊息認證或持卡人認證 | C1 | C1 | C1 | C2 |

| | | | | |
|-------|---|---|---|---|
| 不可重覆性 | F | F | F | F |
|-------|---|---|---|---|

二、非線上即時消費交易

| 介面類型 | | 接觸式／非接觸式 | | 網路及其他離線方式 | |
|------------|--------|----------|-----|-----------|-----|
| 應用範圍等級防護措施 | | 第一級 | 第二級 | 第一級 | 第二級 |
| 訊息隱密性 | | 非必要 | 非必要 | A | A |
| 訊息完整性 | | B1 | B2 | B2 | B2 |
| 來源辨識性 | 電子票證認證 | D1 | D2 | D2 | D2 |
| | 端末認證 | E1 | E2 | E2 | E2 |
| 不可重覆性 | | F | F | F | F |

三、線上即時加值交易

| 連線類型 | | 專屬網路 | | 網際／行動網路 | |
|------------|-------|------|-----|---------|-----|
| 應用範圍等級防護措施 | | 第一級 | 第二級 | 第一級 | 第二級 |
| 訊息隱密性 | | 非必要 | 非必要 | A | A |
| 訊息完整性 | | B1 | B1 | B2 | B2 |
| 來源辨識性 | 發卡端認證 | E1 | E2 | E2 | E2 |
| 不可重覆性 | | F | F | F | F |

(*:僅適用於具認證與儲值功能之電子票證)

四、非線上即時加值交易

| 介面類型 | | 接觸式／非接觸式 | | 網路及其他離線方式 | |
|------------|------|----------|-----|-----------|-----|
| 應用範圍等級防護措施 | | 第一級 | 第二級 | 第一級 | 第二級 |
| 訊息隱密性 | | 非必要 | 非必要 | A | A |
| 訊息完整性 | | B1 | B3 | B3 | B3 |
| 來源辨識性 | 端末認證 | E1 | E2 | E2 | E2 |
| 不可重覆性 | | F | F | F | F |

五、帳務清算及結算交易

| 連線類型 | | 專屬網路 | | 網際／行動網路 | |
|------------|------|------|-----|---------|-----|
| 應用範圍等級防護措施 | | 第一級 | 第二級 | 第一級 | 第二級 |
| 訊息隱密性 | | 非必要 | 非必要 | A | A |
| 訊息完整性 | | B1 | B1 | B2 | B2 |
| 來源辨識性 | 訊息認證 | 非必要 | 非必要 | C2 | C2 |
| 不可重覆性 | | F | F | F | F |

六、第一款至第五款之交易訊息中若包含電腦處理個人資料保護法所定義之個人資料，為確保其隱密性，應採對稱性加密系統或非對稱性加密系統進行個人資料之加密，以防止未經授權者取得個人資料，其安全強度應不得低於第七條對訊息隱密性之規定（A）。

第 7 條 前條各項交易安全所稱訊息隱密性、訊息完整性、來源辨識性及不可重覆性之安全設計應符合下列要求：

| 防護措施 | | 安全設計之基本原則 | |
|-------------------|-------------------|---|---|
| 訊息 隱 密 性 | A | <p>應採對稱性加解密系統或非對稱性加解密系統，針對訊息進行全文加密，以防止未經授權者取得訊息之明文。一、對稱性加解密系統應採用下列演算法之一：</p> <p>(一) 美國國家標準與技術中心 (National Institute of Standards and Technology；以下簡稱 NIST) 之三重資料加密演算法 (Triple Data Encryption Algorithm；以下簡稱 TDEA 演算法)，金鑰有效長度為 112 位元雙金鑰之三重資料加密演算法 (Two Key Triple Data Encryption Algorithm；以下簡稱 2TDEA) 或 168 位元三金鑰之三重資料加密演算法 (Three Key Triple Data Encryption Algorithm；以下簡稱 3TDEA)。</p> <p>(二) NIST 之進階加密標準 (Advanced Encryption Standard；以下簡稱 AES 演算法)，金鑰長度為 128、192 或 256 位</p> <p>二、非對稱性加解密系統應採用下列演算法之一：(一)RSA 加密標準 (Rivest、Shamir、Adleman Encryption Standard；以下簡稱 RSA 演算法)，金鑰長度 1024 或 2048 位元。</p> <p>(二) 橢圓曲線數位簽章演算法 (Elliptic Curve Digital Signature Algorithm；以下簡稱 ECDSA 演算法)，質數模數為 256 位元 (P-256)。</p> | |
| | 訊息 完 整 性 | B1 | <p>應採用下列防止非惡意篡改訊息之檢核碼技術之一：</p> <p>一、縱向冗餘校驗 (Longitudinal Redundancy Check, LRC)</p> <p>二、循環冗餘校驗 (Cyclic Redundancy Check, CRC)</p> <p>三、使用雜湊 (Hash) 演算法產生訊息摘要 (Message Digest)</p> |
| | | B2 | <p>應採用可防止蓄意篡改訊息之加解密技術，可採對稱性加解密系統進行押碼 (Message Authentication Code, MAC) 或非對稱性加解密系統產生數位簽章 (Digital Signature) 等機制。</p> <p>一、對稱性加解密系統應採用下列演算法之一：</p> <p>(一) TDEA 演算法，金鑰有效長度為 112 位元 2TDEA 或 168 位元 (3TDEA)。</p> <p>(二) AES 演算法，金鑰長度為 128、192 或 256 位元</p> <p>二、非對稱性加解密系統應採用下列演算法之：</p> <p>(一) RSA 演算法，金鑰長度 1024 或 2048 位元。</p> <p>(二) ECDSA 演算法，質數模數為 256 位元 (P-256)。</p> |
| | B3 | <p>除須符合 B2 之所要求之強度外，加值交易訊息之金額須參與訊息完整性之運算。</p> | |

| | | | |
|-------|------------|---|--|
| 來源辨識性 | 訊息認證或持卡人認證 | C1 | 應確保持卡人之正確性，可採用下列任一種持卡人認證方式： 一、用戶代號與固定密碼。 二、磁條卡與磁條卡密。 三、用戶代號與動態密碼：動態密碼係運用動態密碼產生器、簡訊、或以其他方式運用一次性密碼（One Time Password；以下簡稱 OTP）原理，隨機產生限定一次使用之密碼者。 四、以密碼學運算為基礎，提供認證功能之晶片型電子票證。 |
| | | C2 | 應採用具訊息認證功能之晶片型電子票證或端末安全模組，確保訊息來源之正確性，可採對稱性加解密系統進行押碼或非對稱性加解密系統產生數位簽章等機制。 一、對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）TDEA 演算法，金鑰有效長度為 112 位元（2TDEA）或 168 位元（3TDEA）。 （二）AES 演算法，金鑰長度為 128、192 或 256 位元。 二、非對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）RSA 演算法，金鑰長度 1024 或 2048 位元。 （二）ECDSA 演算法，質數模數為 256 位元（P-256）。 |
| | 電子票證認證 | D1 | 應採用對稱性加解密系統或非對稱性加解密系統，由端末設備確認電子票證之合法性，以防範非法之電子票證 |
| | | D2 | 應採用對稱性加解密系統或非對稱性加解密系統，由端末設備確認電子票證之合法性，以防範非法之電子票證。 一、對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）TDEA 演算法，金鑰有效長度為 112 位元（2TDEA）或 168 位元（3TDEA）。 （二）AES 演算法，金鑰長度為 128、192 或 256 位元。 二、非對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）RSA 演算法，金鑰長度 1024 或 2048 位元。 （二）ECDSA 演算法，質數模數為 256 位元（P-256）。 |
| | 端末發卡端認證 | E1 | 應採用對稱性加解密系統或非對稱性加解密系統，由電子票證確認端末設備或發行機構之合法性，以防止未經授權之端末設備逕行交易。 |
| | | E2 | 應採用對稱性加解密系統或非對稱性加解密系統，由電子票證確認端末設備或發行機構之合法性，以防止未經授權之端末設備逕行交易。 一、對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）NIST 之 TDEA 演算法，金鑰有效長度為 112 位元（2TDEA）或 168 位元（3TDEA）。 （二）NIST 之 AES 演算法，金鑰長度為 128、192 或 256 位元。 二、非對稱性加解密系統應採用下列演算法之一： （一）RSA 演算法，金鑰長度 1024 或 2048 位元。 （二）ECDSA 演算法，質數模數為 256 位元（P-256）。 |
| 不可重覆性 | F | 應防止以先前成功之交易訊息完成另一筆交易，可採用序號、日期時間或時序或密碼學挑戰-回應（Challenge-Response）等機制。 | |

第 8 條 發行機構於管理面應採取下列防護措施：

| 防護措施 | 安全需求 |
|-----------|--|
| 建立安全防護策略 | 一、建立電腦資源存取控制機制與安全防護措 二、交易必須可被追蹤 三、監控非法交易 四、須防止小規模之特約機構不當扣款 五、完善之金鑰管理 |
| 提高系統安全之措施 | 提昇電腦系統之安全及可用性 |
| 制定作業管理規範 | 制定作業管理規範 |

第 9 條 前條發行機構管理面安全需求之安全設計應符合下列要求：

| 安全需求 | 安全設計 |
|------------------------|---|
| 建立電腦資源存取控 措施與安全防護措施 | 應防範未經授權存取系統資源，並降低非法入侵之可 能性。應以下列方式處理及管控： 一、建置安全防護軟硬體，如防火牆（Fire-wall）、 安控軟體、偵測軟體等。 二、控制密碼錯誤次數。 三、電腦系統密碼檔加密。 四、留存交易紀錄（Transaction Log）及稽核追蹤 紀錄（Audit Trail）。 五、設計存取權控制（Access Control）如使用密碼、 晶片卡等。 六、簽入（Login）時間控制。 七、遠端存取應使用虛擬私有網路（VPN）。 八、系統資源應依其重要性與敏感性分級管理。 九、強制更換應用軟體及網路作業系統之預設密碼。 十、系統提供各項服務功能時，應確保個人資料保護 措施。 |
| 交易必須可被追蹤 | 交易紀錄明細應包含下列資訊，並留存於發行機構主 機備查： 一、用戶代號或卡號。 二、交易金額。 三、端末設備代號。 四、交易序號或交易日期、時間。 |
| 監控非法交易 | 發行機構應監控非法交易 |
| 須防止小規模之特約 機構不當扣款 | 實收資本額低於新臺幣八千萬元且年營業額低於新 臺幣於六千萬元之特約機構應以下列任一方式進行 持卡人交易確認，但提供第一類商品或服務者，不在 此限： 一、刷卡或插卡。 二、輸入密碼。 三、任何由系統所提供予持卡人進行確認之設計。 |
| 完善之金鑰管理 | 金鑰管理應有下列之安全考量： 一、應確保金鑰品質（避免產生弱金鑰）。 二、金鑰之使用、儲存、傳送與銷毀，應確保金鑰之 內容無洩露之虞。 三、金鑰應備份以確保其可用性。 四、保存金鑰之設備或媒體，於更新或報廢時，應具 適當之存取控管程序，以確保金鑰無洩露之虞。 |

| | |
|---------------|--|
| 提昇電腦系統之安全及可用性 | 應建立異地備援及故障預防措施，包含： 一、預備主機、伺服器、通訊設備、線路、週邊設備等備援裝置。 二、建置病毒偵測軟體（Virus Detection Software），定期對網路節點及伺服器進行掃毒。 三、定期更新系統修補程式（Patch, Hotfix）。四、確保伺服器、網路設備之實體安全。 |
| 制定作業管理規範 | 應確定發行機構、特約機構與加值機構內部之責任制度、核可程序及與持卡人之間之責任歸屬，應包含： 一、制定安全控管規章含設備規格。 二、安控機制說明、安控程序說明。 三、金鑰管理措施或辦法。 四、制定持卡人使用安全須知及完整合約。 |

第 10 條 發行機構於端末設備與環境面應採取下列防護措施：

| 防護措施 | 安全需求 |
|------------|--|
| 建立安全防護策略 | 一、保持端末設備與環境之實體完整性 二、確保端末設備交易之安全性 三、建置有效或即時之管控名單管理機制 四、非接觸式電子票證應降低交易被意外觸發之機率 五、非線上即時加值應具有端末安全模組之設計 六、非線上即時交易，若採用應用範圍等級第一級之電子票證，且使用於提供第二類商品或服務之特約機構，應設置監視設備 七、網際網路應用系統開發注意事項 |
| 提高系統可用性之措施 | 提高系統可用性之措施 |
| 制定作業管理規範 | 制定作業管理規範：內部環境管理部分應落實管理規則之規範。 |

第 11 條 前條發行機構端末設備與環境面安全需求之安全設計應符合下列要求：

| 安全需求 | 安全設計 |
|-----------------|--|
| 保持端末設備與環境之實體完整性 | 應採用下列各項安全設計： 一、定期檢視是否有增減相關裝置： （一）原始設施確實逐項編號。 （二）比對現場相關設施及裝置是否與原始狀態一致。 （三）建立檢視清單（Checklist），並應定期覆核並追蹤考核。 二、應確定與端末設備合作廠商簽訂資料保密契約，並應將參與端末設備安裝、維護作業之人員名單交付造冊列管，如有異動，應隨時主動通知發行機構更新之。 三、端末設備合作廠商人員至現場作業時，均應出示經認可之識別證件。除安裝、維護作業外，並應配合隨時檢視端末設備硬體是否遭到不當外力入侵或遭裝置側錄設備。 四、發行機構應不定時派員抽檢安裝於特約機構或加值機構之端末設備，檢視該硬體是否遭到不當外力入侵，並檢視其軟體是否遭到不法竄改。 |

| | |
|---|--|
| 確保端末設備交易之安全性 | <p>運用端末設備處理交易時，應符合下述規範：</p> <p>一、電子票證內含錄碼及資料，除帳號、卡號、有效期限、交易序號及查證交易是否發生之相關必要資料外，其他資料一律不得儲存於端末設備。</p> <p>二、應確保端末設備之合法性，另端末設備應有唯一之端末設備代號。</p> <p>三、應用範圍屬第二級之交易，端末設備之安全模組應個別化（即每一端末設備之認證金鑰皆不相同）。</p> |
| 建置有效或即時之管控名單管理機制 | <p>為有效防範非法電子票證進行交易，發行機構應建置管控名單管理機制，對於線上即時交易應即時更新，非線上即時交易應每日更新。</p> |
| 非接觸式電子票證應降低交易被意外觸發之機率 | <p>端末設備應包含下列設計，以降低非接觸式電子票證在持卡人無交易之意願下，交易被意外觸發之機率：</p> <p>一、感應距離限縮至六公分（含）以下。</p> <p>二、交易過程應有聲音、燈號或圖像等之提示。</p> |
| 非線上即時加值應具有端末安全模組之設計 | <p>非線上即時加值交易之端末設備應具有安全模組之設計，進行加值交易另應包含下列設計：</p> <p>一、逐筆授權加值交易。</p> <p>二、限制其單筆加值金額。</p> <p>三、限制其加值總額（如：日限額），額度用罄應連線至發行機構重新授權可加值額度</p> <p>四、安全模組應進行妥善之管理，如製發卡與交貨控管流程、管制製卡作業、落實安全模組之安全控管等。</p> |
| 非線上即時交易，若採用應用範圍等級第一級之電子票證，且使用於提供第二類商品或服務之特約機構，應設置監視設備，或採取其他必要之措施以降低偽卡交易 | <p>應用範圍等級第一級之電子票證，若使用於提供第二類商品或服務之特約機構進行非線上即時交易，發行機構應要求特約機構設置錄影監視設備且於營業時間內保持全時錄影，或採取其他必要之措施以降低偽卡交易。</p> |
| 網際網路應用系統開發注意事項 | <p>若電子票證持卡人透過瀏覽器以網際網路進行交易，網路應用系統之開發應有下列設計：</p> <p>一、網站應採用網頁安全傳輸協定（Secure Sockets Layer；簡稱 SSL）加密或其他安全強度不得低於第七條對訊息隱密性之規定(A)之方式加密傳輸資料。</p> <p>二、系統應依每筆交易動態隨機變動端末設備查核碼或以亂碼化保護。</p> <p>三、系統應設計具遮罩功能之圖形驗證碼（Graphic One Time Password；簡稱 GOTP）或隨機按鈕等方式。</p> <p>四、系統應設計動態頁面呈現或限制滑鼠點選，以防止模擬鍵盤控制（SendKey Control）攻擊。</p> <p>五、系統應有連線（Session）控制及網頁逾時（Timeout）中斷機制。</p> <p>六、若有多網頁設計，系統應驗證前一網頁正確性。</p> <p>七、客戶端元件應驗證網站正確性。</p> <p>八、客戶端元件應具有防盜用機制，以驗證正確網站。</p> <p>九、客戶端元件應具有作業系統認可之程式碼簽章憑證（CodeSign）。</p> <p>十、客戶端元件應具有存取卡片時限定為獨占模式之設計。</p> <p>十一、客戶端元件應具有需經人工介入以完成交易之</p> |

| | |
|------------|---|
| | 設計。 十二、如有駭客入侵時，發行機構應即關閉網路服務，以確保交易安全。 |
| 提高系統可用性之措施 | 應以下列方式處理及管控： 一、規劃備援線路。 二、規劃備援電路或不斷電系統（Uninterruptible Power Supply；簡稱 UPS）。 |
| 制定作業管理規範 | 應制定端末設備管理規章，含設備規格、安控機制說明、安控程序說明、安全模組控管作業原則、管控名單管理機制、特約機構與加值機構簽約與管理辦法等。 |

第 12 條 發行機構應依據應用範圍等級選用下列適當型式之電子票證：

| 應用範圍等級 | 適用電子票證類型 |
|--------|--|
| 第一級 | 電子票證應為下列類型之一，第三點至第五點僅限於線上即時交易： 一、具加解密運算能力之晶片卡。 二、記憶型晶片卡與固定密碼。 三、用戶代號與動態密碼。 四、磁條卡與固定密碼。 五、用戶代號與固定密碼。 |
| 第二級 | 電子票證應為下列類型之一： 一、符合第六條之安全規定，且經安全認證之晶片卡。 二、用戶代號與經安全認證之動態密碼產生器（如 OTP Token）（限以線上即時方式進行交易）。 |

前項所稱「安全認證」係指經主管機關確認其安全等級通過行政院國家通訊傳播委員會或共同準則相互承認協定（Common Criteria Recognition Arrangement；CCRA）認可之驗證機構進行第三方驗證，符合或等同於下列任一標準者：

一、共同準則（Common Criteria）ISO/IEC15408 v2.3 EAL4+（含增項 AVA_VLA.4 及 ADV_IMP.2）。

二、共同準則（Common Criteria）ISO/IEC15408 v3.1 EAL4+（含增項 AVA_VAN.5）。

三、我國國家標準 CNS 15408 EAL4+（含增項 AVA_VLA.4 及 ADV_IMP.2）。

四、其他經主管機關認可之驗證標準。

第 13 條 發行機構對電子票證應採取下列防護措施：

| 防護措施 | 安全需求 |
|----------|--|
| 建立安全防護策略 | 一、確認電子票證之合法性。 二、採用戶代號與固定密碼者，應有一定之安全設計。 三、儲存於電子票證之個人資料必須保護。 |
| 制定作業管理規範 | 制定電子票證交貨控管流程 |

第 14 條 前條發行機構電子票證安全需求之安全設計應符合下列要求：

| 安全需求 | 安全設計 |
|------------------------|---|
| 確認電子票證之合法性 | 應以下列任一方式確保電子票證之合法性： 一、具有獨立且唯一之識別碼。 二、電子票證具有認證之功能。 |
| 若採用戶代號與固定密碼者，應有一定之安全設計 | 採用戶代號及固定密碼者，應有下列之安全設計： 一、用戶代號之安全設計： （一）發行機構如使用客戶之顯性資料（如統一編號、身分證號及帳號）作為識別，應另行增設持卡人代號以資識別。 （二）不得少於六位。 （三）不得訂為相同之英文字或數字、連續英文字或連號數字。 （四）客戶於申請後若未於一個月（日曆日）內變更密碼，則不得再以該用戶代號執行登入。 （五）客戶同一時間內只能登入一次密碼。 （六）如增設持卡人代號，至少應依下列方式辦理： 1. 不得為客戶之顯性資料。 2. 如輸入錯誤達五次，發行機構應做妥善處理 3. 新建立時不得與用戶代號相同；變更時，亦同。 二、密碼之安全設計： （一）不得少於六位。若搭配交易密碼使用則不得少於四位。 （二）建議採英文字或數字混合使用，且宜包含大小寫英文字母或符號。 （三）不得訂為相同之英文字或數字、連續英文字或連號數字。 （四）密碼與代號不得相同。 （五）密碼連續錯誤達五次，不得再繼續執行交易。 （六）變更密碼不得與前一次相同。 （七）首次登入時，應強制變更預設密碼。 |
| 儲存於電子票證之個資必須保護 | 若使用電子票證儲存個人資料，應設計存取控制或持卡人確認之機制，以限制其讀取。 |
| 制定電子票證交貨控管流程 | 發行機構應針對電子票證之生命週期進行妥善之管理，包含： 一、制定電子票證製發卡與交貨控管流程。 二、管制外包製卡作業。 三、落實實體電子票證之安全控管。 |

第 15 條 發行機構應按季向主管機關申報異常交易金額，若年度累計總金額超過實收資本額之百分之一，應即向主管機關提報改善計畫。

第 16 條 發行機構應依第五條有關商品或服務之性質及交易金額等之分類，按季向主管機關或其指定機構申報統計資料。

第 17 條 發行機構應委託會計師查核依本準則規定辦理之情形，並於年度終了後二個月內，將查核情形報主管機關備查。

第 18 條 本準則發布施行前，現有已發行電子票證並經核准辦理電子票證業務之發行機構及已辦理電子票證業務之銀行，有不符第九條「須防止小規模之特約機構不當扣款」之規定者，應自本準則發布施行後六個月內調整之。

第 19 條 本準則自發布日施行。

電子票證發行機構業務管理規則

發文字號：金管銀票字第 09840005241 號令

修正日期：民國 98 年 07 月 15 日

1. 中華民國九十八年七月十五日行政院金融監督管理委員會金管銀票字第 09840005241 號令訂定發布全文 27 條；並自發布日施行

第 1 條 本規則依電子票證發行管理條例(以下簡稱本條例)第十七條第二項規定訂定之。

第 2 條 發行機構每次對同一人發行電子票證達主管機關規定之一定數量或金額者，應確認客戶身分。

發行機構依前項規定，應憑客戶提供之身分證明文件或護照確認身分，並將其姓名或機構名稱、出生年月日、住址、電話、身分證明文件號碼或機構統一編號及所購買電子票證張數或金額、電子票證號碼加以記錄。

發行機構發行電子票證所收取之儲值款項應等值計入儲值金額。

第 3 條 發行機構應於電子票證上載明發行機構之聯絡資訊及可查詢持卡人權利義務訊息之管道，並於電子票證上載明或以書面告知申請人下列事項：

一、電子票證之使用方式、終止事由及款項退還之方式。

二、其他經主管機關規定之事項。

發行機構發行記名式之電子票證，並應以書面告知申請人下列事項：

一、向持卡人收取手續費及可能負擔之一切費用；並應以淺顯文字輔以實例具體說明之。

二、電子票證遺失、被竊或滅失時之處理方式。

三、電子票證遭冒用、變造或偽造之權利義務關係。

四、有關電子票證交易帳款疑義之處理程序。

五、其他攸關持卡人權利義務之事項。

六、其他經主管機關規定之事項。

前二項書面告知內容應通俗簡明，攸關持卡人權益之重要事項，應以顯著方式標示。

發行機構向持卡人收取之各項費用應合理反映其成本。

第 4 條 發行機構對電子票證所儲存之金錢價值不得訂定使用期限。但發行機構發行提供不限使用次數之電子票證者，不在此限，惟應於電子票證上記載使用期限及終止使用之處理方式。

第 5 條 電子票證之交易，不得為電子票證間之資金移轉。

發行機構不得就所發行之電子票證提供持卡人信用額度，或於持卡人交易帳款逾儲值餘額時代墊款項。但為單次墊款且使用於發展大眾運輸條例所稱大眾運輸事業或停車場業者，不在此限。

發行機構應提供持卡人查詢電子票證交易帳款及儲值餘額之服務。

發行機構對於電子票證偽冒交易之爭議應負舉證之責，如有不可歸屬持卡人之事由者，應承擔該交易之損失。

- 第 6 條** 發行機構所發行之電子票證使用於網際網路交易，應先檢具營業計畫書報經主管機關核准。
持卡人於網際網路進行交易時，與特約機構如有涉及商品或服務未獲提供之消費爭議，應由特約機構及與特約機構簽約之發行機構負舉證之責。
- 第 7 條** 持卡人終止電子票證之使用時，得要求發行機構於合理期間內返還其所發行電子票證之餘額及發行機構事先收取並約定返還之款項。
無記名發行之電子票證，除前項終止電子票證使用之情形外，發行機構不得應持卡人要求返還所發行電子票證之全部或部分餘額。
- 第 8 條** 發行機構辦理電子票證業務從事廣告或其他行銷活動而製作之有關資料，應列入內部控制制度管理並確定其內容無不當、不實陳述、誤導消費者或違反相關法令之情事，且於對外使用前，應先經其法令遵循或稽核部門之主管審核。
- 第 9 條** 發行機構如有事先向持卡人收取，並約定返還之款項，除儲存於電子票證之款項應依本條例第十八條至第二十條規定辦理外，其餘款項應全部交付信託或取得銀行十足履約保證。
發行機構於本規則施行前就前項所收取儲值金額以外之款項，應於依本條例第七條第四項規定申請時，檢具該款項至少百分之四十已交付信託或取得銀行十足履約保證之證明文件，其餘款項並應經董事會討論提出改善及調整計畫後報主管機關核准。
- 第 10 條** 發行機構依前條規定交付信託，應將每日向持卡人收取之款項於次營業日內存入信託契約所約定之信託專戶。
前項交付信託之款項，除下列方式外，不得動用：
一、持卡人要求返還款項。
二、信託財產之運用。
三、運用信託財產所生之孳息或其他收益分配予發行機構。
信託業者對於信託財產之運用，應以下列各款方式為限：
一、銀行存款。
二、購買政府債券或金融債券。
三、購買國庫券或銀行可轉讓定期存單。
四、購買經主管機關核准之其他金融商品。
信託業者運用信託財產所生之孳息或其他收益，應於所得發生年度，減除成本、必要費用及耗損後，依信託契約之約定，分配予發行機構。
信託契約之應記載及不得記載事項內容除信託款項之動用方式外，餘依電子票證儲存款項信託契約之應記載及不得記載事項規定辦理。
持卡人對於存放於信託業者之信託財產，就因電子票證所產生債權，有優先於發行機構之其他債權人及股東受償之權利。
- 第 11 條** 第九條所稱取得銀行十足之履約保證，係指發行機構應就收取之款項，與銀行簽訂足額之履約保證契約，由銀行承擔履約保證責任。
發行機構應於信託契約或履約保證契約到期日前一個月完成續約或依第九條規定訂定新契約，並函報主管機關備查。
發行機構未符合前項規定者，不得發行新卡。
發行機構應委託會計師每季查核依第九條規定辦理之情形，並於每季終了後一個月內，將會計師查核情形報請主管機關備查。

- 第 12 條** 發行機構依第九條及本條例第十八條規定交付信託者，應依下列規定辦理：
- 一、信託業就信託財產定期之結算結果未達發行機構應交付信託之餘額者，發行機構應依信託業之通知以現金補足差額存入信託專戶。
 - 二、信託業就信託財產運用於銀行存款、購買金融債券及銀行可轉讓定期存單，應符合主管機關所定一定條件。
- 第 13 條** 發行機構依第九條及本條例第十八條規定採銀行十足之履約保證者，其所簽訂履約保證契約之銀行應符合主管機關所定一定條件。
- 前項採銀行十足履約保證之發行機構，所收取款項之資金運用範圍以下列各款為限：
- 一、銀行存款。
 - 二、購買政府債券或金融債券。
 - 三、購買國庫券或銀行可轉讓定期存單。
 - 四、其他經主管機關核准之事項。
- 前項銀行存款、金融債券及銀行可轉讓定期存單應符合主管機關所定一定條件。
- 第 14 條** 發行機構不得投資於其他企業，但經主管機關核准投資於與其業務密切關聯且持股比率百分之五十以上之子公司，不在此限。
- 發行機構轉投資總額不得超過其投資時實收資本額扣除本條例規定之最低實收資本額及累積虧損後之百分之十。
- 發行機構就自有資金之運用，應訂定內部作業準則報董事會核准，修正時亦同。
- 發行機構不得對外辦理保證。
- 主管機關於必要時，得就發行機構各項負債之比率，規定其標準。
- 第 15 條** 依本條例第七條第一項規定，經主管機關核准不受專業經營限制之發行機構經營電子票證業務，應指撥最低營運資金新臺幣三億元專款經營，且其營業及會計必須獨立。
- 第 16 條** 發行機構增設營業據點，應於設立日起五個工作日內將設立日期、地址及營業範圍報請主管機關備查。遷移或裁撤時，亦同。
- 第 17 條** 發行機構依本條例第五條申請增加辦理其他業務，應檢具營業計畫書向主管機關申請。
- 前項營業計畫書應載明下列事項：
- 一、辦理業務緣起。
 - 二、各關係人間權利義務關係約定書。
 - 三、業務章程、業務流程及風險控管。
 - 四、市場展望及風險、效益評估。
- 第 18 條** 發行機構終止辦理部分業務，應檢具計畫書，向主管機關申請核准。
- 前項計畫書應載明下列事項：
- 一、擬終止或無法繼續辦理之理由。
 - 二、具體說明對原有客戶權利義務之處理或其他替代服務方式。
- 發行機構暫停辦理部分業務，應檢具計畫書及釐明擬暫停之期間等資料，向主管機關申請核准；未來如再繼續辦理業務，應事先函報主管機關備查。

第 19 條 發行機構簽訂特約機構時，應確實審核，並加強教育訓練及稽核管理，且定期查核特約機構，以保障持卡人之權益。

發行機構應要求特約機構於持卡人持電子票證完成交易時，須提供可顯示電子票證扣款金額及儲值餘額之交易憑證供核對，惟特約機構為發展大眾運輸條例所稱大眾運輸事業或停車場業者，且可於持卡人交易時顯示電子票證扣款金額及儲值餘額者，不在此限。

發行機構應要求特約機構非有正當理由，不得拒絕持卡人持電子票證進行交易。

第 20 條 發行機構應定期向主管機關指定機構申報電子票證業務有關資料。

前項主管機關指定機構應擬訂發行機構申報資料之範圍及建檔作業規範，報主管機關備查。

第 21 條 發行機構應建立內部控制及稽核制度，並確實有效執行。

發行機構內部控制制度，對於組織章程、與整體經營策略、重大政策或重大風險相關之管理章則及業務規範，應經董事會通過，其餘得依董事會通過授權之內部分層負責授權規定辦理。如有董事表示反對意見或保留意見者，應將其意見及理由於董事會議紀錄載明，連同經董事會通過之內部控制制度送各監察人或審計委員會；修正時，亦同。

發行機構應設置隸屬於董事會之內部稽核單位，並配置適任及適當人數之專任內部稽核人員，且應包括電腦稽核人員。

內部稽核單位應依風險評估結果擬訂年度稽核計畫，並經董事會通過；修正時，亦同。

發行機構內部稽核單位對營業、財務保管及資訊單位，每年至少應辦理一次一般查核及一次專案查核，對其他管理單位每年應至少辦理一次專案查核。內部稽核報告應交付監察人查閱，設有獨立董事或審計委員會者應一併交付，並於查核結束日起二個月內函送主管機關。

第 22 條 發行機構依本條例第五條規定將業務之一部委由具備提供相關功能之第三者辦理時，應先報經主管機關核准。

行機構對於涉及營業執照所載業務項目或客戶資訊之相關作業委外，以下列事項範圍為限：

- 一、無記名電子票證之販售、退卡。
- 二、電子票證增值作業。
- 三、資訊系統之開發及維護。
- 四、客戶服務。
- 五、現鈔及電子票證運送。
- 六、其他經主管機關核定得委外之作業項目。

發行機構辦理作業委外應符合下列規定：

- 一、發行機構應就委託事項範圍、客戶權益保障、風險管理及內部控制原則，訂定內部作業制度及程序，並經董事會通過；修正時，亦同。
- 二、發行機構應確認受委託機構符合發行機構作業安全及風險管理之要求。
- 三、發行機構應要求受委託機構不得違反法令強制或禁止規定。
- 四、發行機構應要求受委託機構就受託事項範圍，同意主管機關及中央銀行得取得相關資料或報告，及進行金融檢查。
- 五、發行機構作業委外如因受委託機構或其受僱人員之故意或過失致客戶權益受損，仍應對客戶依法負同一責任。

銀行辦理電子票證業務，對於涉及營業執照所載業務項目或客戶資訊之相關作業委外，除其委外之範圍適用第二項規定外，應依金融機構作業委託他人處理內部

作業制度及程序辦法之規定辦理。

第 23 條 發行機構有下列情事之一者，應先報請主管機關核准：

- 一、變更公司章程。
- 二、合併。
- 三、讓與全部或主要部分之營業或財產。
- 四、受讓他人全部或主要部分之營業或財產。
- 五、變更資本額。
- 六、變更公司營業處所。
- 七、其他經主管機關規定應經核准之事項。

第 24 條 發行機構有下列情事之一者，應立即檢具事由及資料向主管機關申報並副知中央銀行：

- 一、發生百分之十以上之股權讓與、股權結構變動。
- 二、存款不足之退票、拒絕往來或其他喪失債信情事者。
- 三、因訴訟、非訟、行政處分或行政爭訟事件，對公司財務或業務有重大影響者。
- 四、有公司法第一百八十五條第一項第一款規定之情事者。
- 五、舞弊案或內部控制發生重大缺失情事。
- 六、發生資通安全事件，且其結果造成客戶權益受損或影響機構健全營運。
- 七、其他足以影響營運或股東權益之重大情事者。

第 25 條 依本條例第七條第四項規定申請發行電子票證之機構，有不符第十條第三項、第十二條第二款、第十三條、第十四條第一項及第二項及第十九條第二項規定者，應於申請時檢具調整計畫報經主管機關核准。

第 26 條 銀行辦理電子票證業務不適用第九條至第十四條、第十六條、第二十一條、第二十三條及第二十四條之規定。

第 27 條 本規則自發布日施行。

電子票證業務之發行機構、銀行與特約機構之契約，應於規定期限前調整符合電子票證發行管理條例規定

發文字號：金管銀票字第 09800136880 號令

修正日期：民國 98 年 07 月 14 日

- 一、茲依「電子票證發行管理條例」第三十七條規定，指定依該條例第七條第四項申請核准之發行機構及已辦理電子票證業務之銀行，其與特約機構訂定之契約未符合該條例第十二條第四款規定者，應於九十九年六月三十日前調整至符合規定。
- 二、本令自即日起生效。

電子票證儲存款項信託契約之應記載及不得記載事項

發文字號：金管銀（四）字第 0980002940 號 令

修正日期：民國 98 年 04 月 22 日

1. 中華民國九十八年四月二十二日行政院金融監督管理委員會金管銀（四）字第 0980002940 號令訂定發布全文 2 點；並自即日生效

壹、電子票證儲存款項信託契約之應記載事項

一、（委託人、受託人及受益人之姓名、名稱及住所）

應載明以發行機構為委託人及受益人，信託業者為受託人等法律關係當事人之名稱、住所。

二、（契約審閱期間）

應提供委託人合理審閱期間。

三、（信託目的）

應載明信託目的係為維護電子票證持卡人之權益，並表明委託人發行電子票證所收取之款項，扣除應提列之準備金後，應全部交付信託，並由信託業者依信託契約，予以管理、運用及處分。

四、（信託財產之種類、名稱、數量及價額）

應載明信託財產之種類、名稱、數量及價額。

五、（信託存續期間）

應載明信託契約之存續期間。

委託人應於前項存續期間到期前一個月完成續約或與其他業者訂定新約，並函報主管機關備查。

六、（信託財產管理及運用方法）

應載明信託財產之管理運用方法，並表明該管理運用方法係單獨管理運用或集合管理運用，及信託業者對信託財產有無運用決定權。

前項管理運用方法應包含下列事項：

- （一）委託人應將每日持卡人儲存於電子票證之款項於次營業日內存入信託專戶。
- （二）交付信託之款項，除下列方式外，不得動用：
 1. 支付特約機構提供之商品或服務對價、政府部門各種款項及其他經主管機關核准之款項。
 2. 持卡人要求返還電子票證之餘額。
 3. 信託財產之運用。
 4. 運用信託財產所生之孳息或其他收益分配予受益人。
- （三）委託人就特約機構之請款，應依結算結果，指示信託業者撥付予特約機構，不得有拖延或虛偽之行為。
- （四）信託業者對於信託財產之運用，應以下列各款方式為限：
 1. 銀行存款。
 2. 購買政府債券或金融債券。
 3. 購買國庫券或銀行可轉讓定期存單。
 4. 購買經主管機關核准之其他金融商品。

七、（信託財產結算及差額補足之作業）

應載明信託財產結算及差額補足之作業。

信託業就發行機構交付信託之款項，應於每月底結算一次，結算時應將信託財產未實現之損失計入，結算結果未達發行機構應交付信託之餘額者，發行機構應依信託業之通知以現金補足差額存入信託專戶。

信託業應於每年一、四、七、十月底前將前一季底結算報告送主管機關。

八、(信託收益計算、分配之時期及方法)

應載明信託收益之計算、分配之時期及方法。

信託業者運用信託財產所生之孳息或其他收益，應於所得發生年度，減除成本、必要費用及耗損後，依前項約定分配予受益人。

九、(契約變更方式)

應載明信託契約變更之方式。

十、(契約解除或終止事由)

應載明信託契約之解除或終止事由。

十一、(信託關係消滅時，信託財產之處理)

應載明信託關係消滅時，信託財產之歸屬及交付方式。

十二、(信託業者責任)

應載明信託業者之責任。

十三、(信託業者報酬標準、種類、計算方法、支付時期及方法)

應載明信託業者之報酬標準、種類、計算方法、支付時期及方法。

十四、(各項費用之負擔及其支付方法)

應載明各項費用之負擔及其支付方法，並明確告知其信託報酬、各項費用與收取方式。

十五、(保密之約定)

應載明信託業者對於委託人除法律或主管機關另有規定外，對於因簽訂信託契約所獲得有關委託人及其客戶之交易及往來資料，負有保密義務，並不得為契約履行範圍外之利用。

十六、(受益權轉讓限制)

應載明信託受益權轉讓之限制。

十七、(避免持卡人誤認之約定)

應載明委託人於行銷、廣告、業務招攬或與持卡人訂約時，應向其行銷、廣告或業務招攬之對象或持卡人明確告知，該等信託之受益人為委託人而非持卡人，委託人並不得使持卡人誤認信託業者係為持卡人受託管理信託財產。委託人有與持卡人訂約者，並應於與持卡人之契約中明定。經持卡人請求時，委託人或信託業者應提供前項所載之約定條款影本，或以其他方式揭露之（例如於委託人或信託業者之網站揭露）。

十八、(契約份數)

應載明契約份數，並由委託人及信託業者雙方收執。

十九、(簽約日期)

應載明簽訂契約之日期。

二十、(風險告知及其他)

應告知可能涉及之風險及載明其他法律或主管機關規定之事項。

貳、電子票證儲存款項信託契約之不得記載事項

一、不得約定由信託業者保證信託本金之安全或最低收益率。

二、不得有使持卡人誤認信託業者係為其受託管理信託財產之內容。

三、信託業者除為共同受益人外，不得約定享有信託利益。

四、不得為其他違反法令強制或禁止規定之約定。

電子票證發行管理條例

發文字號：華總一義字第 09800019901 號令

修正日期：民國 98 年 01 月 23 日

1. 中華民國九十八年一月二十三日總統華總一義字第 09800019901 號令制定公布全文 38 條；並自公布日施行

第一章 總 則

- 第 1 條** 為因應電子科技之發展，便利民眾利用電子票證自動扣款之方式，作為多用途支付使用，確保發行機構之適正經營，並保護消費者之權益及維持電子票證之信用，特制定本條例。
- 第 2 條** 本條例之主管機關為行政院金融監督管理委員會。如涉及其他部會之職掌，由主管機關洽會各部會辦理之。
- 第 3 條** 本條例用詞定義如下：
- 一、電子票證：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。
 - 二、發行機構：指經主管機關核准後，依本條例發行電子票證之機構。
 - 三、持卡人：指以使用電子票證為目的而持有電子票證之人。
 - 四、多用途支付使用：指電子票證之使用得用於支付發行機構以外第三人所提供之商品、服務對價、政府部門各種款項及其他經主管機關核准之款項。但僅用於支付交通運輸使用並經交通目的事業主管機關核准者，不視為多用途支付使用。
 - 五、特約機構：指與發行機構訂定書面契約，約定持卡人得以發行機構所發行之電子票證，支付商品、服務對價、政府部門各種款項及其他經主管機關核准之款項者。

第二章 電子票證之發行

- 第 4 條** 非經主管機關核准，不得發行電子票證或簽訂特約機構。
依本條例發行之電子票證，其應用安全強度等級由主管機關定之。
- 第 5 條** 發行機構應經主管機關核准後，始得辦理下列業務：
- 一、發行電子票證。
 - 二、簽訂特約機構。
 - 三、其他經主管機關核准之業務。
- 前項業務涉及外匯部分，並應經中央銀行許可及依中央銀行規定辦理。發行機構未經主管機關核准前，不得變更第一項業務之全部或一部。
發行機構得將業務之一部委由具備提供相關功能之第三者辦理或共同發行電子票證。
- 第 6 條** 發行機構最低實收資本額為新臺幣三億元。主管機關得視社會經濟情況及實際需要調整之。
前項最低實收資本額，發起人應於發起時一次認足。

第 7 條 發行機構以股份有限公司組織為限，並專業經營電子票證業務，惟本條例公布施行前已發行電子票證之發行機構經主管機關核准者，不受專業經營之限制。申請設立發行機構者，應由發起人檢具下列書件各二份，向主管機關申請設立許可：

- 一、申請書。
- 二、發起名冊及證明文件。
- 三、發起人會議紀錄。
- 四、發起人之資金來源說明。
- 五、公司章程。
- 六、營業計畫書：載明業務之範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、市場展望及風險、效益評估。
- 七、預定總經理之資料。
- 八、業務章則及業務流程說明。
- 九、電子票證業務各關係人間權利義務關係約定書或其範本。
- 十、電子票證所採用之加值機制說明。
- 十一、電子票證交易之結算及清算機制說明。
- 十二、與信託業者簽訂之信託契約或其範本；或與銀行簽訂之履約保證契約或其範本。

十三、其他經主管機關規定之書件。

前項所稱之業務章則應記載下列事項：

- 一、組織結構與部門職掌。
- 二、人員配置、管理與培訓。
- 三、內部控制制度及內部稽核制度。
- 四、會計制度。
- 五、營業之原則與政策。
- 六、消費糾紛處理程序。
- 七、作業手冊及權責劃分。
- 八、其他經主管機關規定之事項。

本條例公布施行前，已發行電子票證之機構，其發行之電子票證仍得繼續使用，並得繼續發行其電子票證。但應於本條例公布施行後六個月，檢具下列書件各二份，向主管機關申請核准：

- 一、第二項第一款、第五款、第六款、第八款至第十三款規定之書件。
- 二、總經理資料。
- 三、股東名冊。
- 四、董事名冊及監察人名冊。

第 8 條 發行機構申請設立許可或業務核准，有下列情形之一，主管機關得不予許可或核准：

- 一、最低實收資本額不符第六條之規定者。
- 二、申請書件內容有虛偽不實者。
- 三、經主管機關限期補正事項未補正者。
- 四、營業計畫書內容欠具體或無法執行者。
- 五、專業能力不足，有未能有效經營業務之虞或為保護公益，認有必要者。

第 9 條 發行機構應自主管機關許可設立之日起，六個月內辦妥公司設立登記，並檢具下列書件，向主管機關申請核發營業執照：

- 一、營業執照申請書。

二、公司登記證件。

三、會計師資本繳足查核報告書。

四、股東名冊。

五、董事名冊及董事會會議紀錄。設有常務董事者，其常務董事名冊及常務董事會會議紀錄。

六、監察人名冊及監察人會議紀錄。

七、其他經主管機關規定之書件。

前項規定期限屆滿前，如有正當理由，得申請延展，延展期限不得超過三個月，並以一次為限。未經核准延展者，主管機關得廢止其許可。

本條例公布施行前已發行電子票證之發行機構，應自主管機關核准三個月內檢具申請書，向主管機關申請核發營業執照。

發行機構應於核發營業執照後六個月內開始營業。

發行機構營業執照所載事項有變更者，應經主管機關之許可，並申請換發營業執照。

第 10 條 發行機構經核發營業執照後，經發覺原申請事項有虛偽情事，其情節重大者，或未依限開始營業者，主管機關應撤銷、廢止其設立許可或業務核准，限期繳銷執照，並通知經濟部。但有正當理由經主管機關核准者，得予延展開業，延展期限不得超過六個月，並以一次為限。

第 11 條 發行機構訂定電子票證定型化契約條款之內容，應遵守主管機關所公告型化契約應記載及不得記載事項，且其對消費者權益之保障，不得低於機關所發布電子票證定型化契約範本之內容。

第 12 條 行機構與特約機構訂定之契約，應記載下列各款事項：

一、當事人之名稱及地址。

二、電子票證自動扣款之方法。

三、電子票證自動扣款設備之裝設及成本分擔。

四、所扣款項應每日定時結算。

五、款項撥付方法與手續費之收取。

六、契約之變更、解除及終止事由。

七、簽訂契約之日期。

八、其他經主管機關規定之事項。

第 13 條 本條例所定電子票證之儲存金額，不得超過新臺幣一萬元。

前項電子票證之儲存金額，得由主管機關依經濟發展情形，以命令調整之。

第 14 條 發行機構發行電子票證之交易方式，得採行線上即時交易及非線上即時交易。

發行機構發行電子票證之儲存金錢價值之方式，得採重覆加值式或拋棄式。

第 15 條 發行機構應於開始發行電子票證後五個營業日內，向主管機關申報。

第 16 條 經主管機關許可發行電子票證之發行機構，非經主管機關核准，不得發行國際通用電子票證或與國外機構合作發行電子票證。

前項發行國際通用電子票證或與國外機構合作發行電子票證之審核標準及管理辦法，由主管機關會商中央銀行定之。

第三章 業務及管理

第 17 條 發行機構負責人兼職限制及應遵行事項之準則，由主管機關定之。
發行機構之業務、財務與其他應遵循事項之管理規則，由主管機關定之。

第 18 條 非銀行發行機構發行電子票證所收取之款項，達一定金額以上者，應繳存足額之準備金；其準備金繳存之比率、繳存方式、調整、查核及其他應遵行事項之辦法，由中央銀行會商主管機關定之。

前項收取之款項，扣除應提列之準備金後，應全部交付信託或取得銀行十足之履約保證。

第一項所定一定金額，由中央銀行會商主管機關定之。

第 19 條 前條所稱交付信託，係指發行機構應與信託業者簽訂信託契約，並將每日持卡人儲存於電子票證之款項於次營業日內存入信託契約所約定之信託專戶。

交付信託之款項，除下列方式外，不得動用：

一、支付特約機構提供之商品或服務對價、政府部門各種款項及其他經主管機關核准之款項。

二、持卡人要求返還電子票證之餘額。

三、信託財產之運用。

四、運用信託財產所生之孳息或其他收益分配予發行機構。

發行機構就特約機構之請款，應依結算結果，指示信託業者撥付予特約機構，不得有拖延或虛偽之行為。

信託業者對於信託財產之運用，應以下列各款方式為限：

一、銀行存款。

二、購買政府債券或金融債券。

三、購買國庫券或銀行可轉讓定期存單。

四、購買經主管機關核准之其他金融商品。

信託業者運用信託財產所生之孳息或其他收益，應於所得發生年度，減除成本、必要費用及耗損後，依信託契約之約定，分配予發行機構。

信託契約之應記載及不得記載事項，由主管機關定之。

持卡人對於存放於信託業者之信託財產，就因電子票證所產生債權，有優先於發行機構之其他債權人及股東受償之權利。

第 20 條 第十八條所稱取得銀行十足之履約保證，係指發行機構應就持卡人儲存於電子票證之金錢餘額，與銀行簽訂足額之履約保證契約，由銀行承擔履約保證責任。

發行機構應於信託契約或履約保證契約到期日前一個月完成續約或依第十八條規定訂定新契約，並函報主管機關備查。

未符合前項規定者，不得發行新卡及接受持卡人儲存金額。

第 21 條 發行機構及特約機構，對於申請人申請或持卡人使用電子票證之個人資料，除其他法律或主管機關另有規定者外，應保守秘密。

發行機構不得利用持卡人資料為第三人從事行銷行為。

第 22 條 發行機構應依主管機關之規定，定期向主管機關及中央銀行申報電子票證業務有關資料。但中央銀行基於業務考量需新增資料時，發行機構並應依其規定提供。發行機構發行電子票證應保存持卡人交易帳款明細資料，並至少保存五年。

前項明細資料應充分揭露交易日期、使用卡號、交易項目、交易金額、交易設備代號及幣別等項目。

發行機構應委託會計師每季查核依第十八條第二項規定辦理之情形，並於每季終

了後一個月內，將會計師查核情形報請主管機關備查。

第 23 條 發行機構應於會計年度終了四個月內，編製電子票證業務之營業報告書、經會計師查核簽證之財務報告或製作其他經主管機關指定之財務文件，於董事會通過及監察人承認後十五日內，向主管機關申報及公告。

前項財務報告應經監察人承認之規定，對於依證券交易法第十四條之四設置審計委員會之發行機構，不適用之。

第 24 條 主管機關得隨時派員或委託適當機關檢查發行機構、特約機構或其他關係人之業務、財務及其他有關事項，或令發行機構、特約機構或其他關係人於限期內據實提報財務報告、財產目錄或其他有關資料及報告。

主管機關於必要時，得指定專門職業及技術人員，就前項規定應行檢查事項、報表或資料予以查核，並向主管機關據實提出報告，其費用由受查核對象負擔。

第 25 條 發行機構違反法令、章程或其行為有礙健全經營之虞時，主管機關除得予以糾正、命其限期改善外，並得視情節之輕重，為下列處分：

- 一、撤銷股東會或董事會等法定會議之決議。
- 二、廢止發行機構全部或部分業務之許可。
- 三、命令發行機構解除經理人或職員之職務。
- 四、解除董事、監察人職務或停止其於一定期間內執行職務。
- 五、其他必要之處置。

主管機關依前項第四款解除董事、監察人職務時，應通知經濟部撤銷其董事、監察人登記。

主管機關對發行機構、有違法嫌疑之負責人或職員，得通知有關機關禁止其為財產之移轉、交付或行使其他權利，並得函請入出境許可之機關限制其出境。

第 26 條 發行機構應確保交易資料之隱密性及安全性，並負責資料傳輸、交換或處理之正確性。

第 27 條 發行機構累積虧損逾實收資本額之三分之一者，應立即將財務報表及虧損原因，函報主管機關。

主管機關對具有前項情形之發行機構，得限期命其補足資本，或限制其業務；屆期未補足者，得勒令其停業。

第 28 條 發行機構因業務或財務顯著惡化，不能支付其債務或有損及持卡人利益之虞，主管機關得命其將電子票證業務移轉於經主管機關指定之其他發行機構。

發行機構因解散、停業、歇業、撤銷或廢止許可等事由，致不能繼續從事電子票證業務者，應洽由其他發行機構承受其電子票證業務，並經主管機關核准。

發行機構未依前項規定辦理者，由主管機關指定其他發行機構承受。

第 29 條 自有資本與風險性資產比率符合銀行法第四十四條規定之銀行擬辦理電子票證業務者，應檢具第七條第二項第一款、第五款、第六款、第八款至第十一款、第十三款規定之書件及董事會或理事會會議紀錄向主管機關申請，並準用第四條第二項、第五條、第十一條至第十六條、第十七條第二項、第二十一條、第二十二條第一項至第三項、第二十六條之規定。

銀行發行電子票證所預先收取之款項，應依銀行法提列準備金，且為存款保險條例所稱之存款保險標的。

第四章 罰 則

第 30 條 偽造、變造或未經主管機關核准發行本條例所規定之電子票證者，其行為負責人處一年以上十年以下有期徒刑，得併科新臺幣一千萬元以上二億元以下罰金。其犯罪所得達新臺幣一億元以上者，處七年以上有期徒刑，得併科新臺幣二千五百萬元以上五億元以下罰金。

違反第十八條第二項、第十九條第二項規定，或非經主管機關核准簽訂本條例所規定之特約機構者，其行為負責人處七年以上有期徒刑，得併科新臺幣一億元以下罰金。其犯罪所得達新臺幣一億元以上者，處七年以上有期徒刑，得併科新臺幣二千五百萬元以上五億元以下罰金。

第 31 條 有下列情事之一者，處新臺幣六十萬元以上三百萬元以下罰鍰：

一、違反第五條或違反第二十九條準用第五條之規定辦理未經主管機關核准之業務。

二、負責人違反第十七條第一項準則所定兼職之限制。

三、違反第十八條第二項、第十九條第二項至第四項、第二十條之規定。

四、違反第二十一條或違反第二十九條準用第二十一條之規定。

五、違反第二十二條或違反第二十九條準用第二十二條第一項至第三項之規定。

六、違反第二十三條第一項規定。

七、違反第二十四條第一項規定之命令。

八、違反第二十六條或違反第二十九條準用第二十六條之規定。

第 32 條 違反第十八條第一項規定未繳足準備金者，由中央銀行就其不足部分，按中央銀行公告最低之融通利率，加收年息百分之五以下之利息；其情節重大者，由中央銀行處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

第 33 條 違反本條例或本條例授權所定命令中有關強制或禁止規定，或應為一定而不為者，除本條例另有處罰規定者外，處新臺幣二十萬元以上一百萬元以下罰鍰。

第 34 條 條例所定罰鍰，由主管機關依職權裁決之。受罰人不服者，得依訴願及行政訴訟程序，請求救濟。在訴願及行政訴訟期間，主管機關得命提供適額保證，停止執行。

罰鍰經限期繳納而屆期不繳納者，自逾期之日起，每逾一日加徵滯納金百分之一；逾三十日仍未繳納者，移送強制執行，並得由主管機關勒令停業。

第 35 條 發行機構或銀行經依本條例規定處罰後，於命令改正期限內不予改正者，主管機關得對其同一事實或行為依原處罰鍰按次連續處罰，至依規定改正為止；其情節重大者，並得責令限期撤換負責人或撤銷其許可。

第 36 條 犯本條例之罪，因犯罪所得財物或財產上利益，除應發還被害人或得請求損害賠償之人外，屬於犯人者，沒收之。如全部或一部不能沒收時，追徵其價額或以其財產抵償之。

第五章 附 則

第 37 條 本條例公布施行後，現有已發行電子票證並經核准辦理電子票證業務之發行機構及已辦理電子票證業務之銀行，有與本條例規定不相符合者，主管機關應依本條例有關規定，指定期限命其調整。

第 38 條 本條例自公布日施行。