

台湾でのモバイル決済

台湾
2023
財經專題
Economy

Mobile payment in Taiwan
行動支付在台灣使用度調查

行動支付是指使用行動裝置進行付款的服務。在不需使用現金、支票或信用卡的情況下，消費者可使用行動裝置支付各項服務或數位及實體商品的費用。行動支付概括的範圍有很多，像是電子支付、第三方支付、電子票證等等。故而千萬別把第三方支付和行動支付混淆在一起，只是第三方支付將其大多數的支付在智慧型手機上開發應用，理由就是手機是最多人有的裝置，而我們每天會一直使用它、帶著它，但不代表

支付就等於第三方支付。行動支付，其實就是把支付從現金、個人電腦、卡片、ATM等支付方式，移轉到手機（或者是其他穿戴裝置這個載體上，「它是一種「行為」上的概念，而非產業上的變革。」（今周刊，2019）

一般來說就是業者與各大銀行簽約而成立的中立支付平台，它的主要業務在於買賣雙方間協調金流的代收與代付。主要的行動支付方式共有五種類型：簡訊為基礎的轉帳支

付、行動帳單付款、行動裝置網路支付（WAP）、應用程式支付（APP）和非接觸型支付（NFC）。

台灣人最愛的行動支付 Top10

	通用型	限定型
1	Line Pay (28.1%)	PX Pay (11%)
2	街口支付 (15.5%)	Fami Pay (3.8%)
3	Apple Pay (9.7%)	Open錢包 (1.7%)
4	Easy Wallet (6.2%)	Carrefour Pay (1%)
5	玉山Wallet (5.1%)	Happy Go Pay (0.7%)



台灣目前主要行動支付

1. LINE Pay

LINE Pay用戶僅需要於手機內下載使用「LINE」App，於「錢包」功能中綁定註冊「信用卡」或「金融卡」皆可，完成後於支付時驗證LINE密碼後，顯示QR Code給商家掃描，或掃描商家QR Code進行支付即可，消費可回饋LINE Point及結合會員卡、載具雲端發票等便利功能。



2 Apple pay

Apple pay 適用於使用蘋果公司推出的相關裝置，用戶可於裝置內建的 Wallet App 中，綁定銀行帳戶「金融卡」或「信用卡」皆可，另外於裝置上進行網路購物時，也僅需驗證密碼即可完成付款，省去輸入繁瑣的資料程序，付款時驗證密碼後感應商家接收器後即完成付款並適用於世界上 60 個以上的國家，但缺點是只有蘋果用戶才能使用，希望未來能_{在其他行動裝置使用。}



3 街口支付

街口支付不限制於有規模的商店，就算逛夜市、路邊攤等都可以看到不少攤位上貼著可使用街口支付的字樣，也是現在使用人數和每月交易金額最高的電子支付業者。儘管不像 LINE Pay 一樣提供龐大服務，但街口擁有聯名信用卡、叫車、外送、捐款及繳費等功能，未來或許可以更多看到電子支付與其它金融服務的結合，提供給消費者更多的服務，還有便利性。

在這人手一機的時代中，手機已經成為生活中不可或缺的產品之一，也漸漸將許多生活的小事資訊化，只要一支手機就可以搞定許多事情。對消費者而言，行動支付可以解決一些突發狀況，例如忘記帶錢包的尷尬時刻，也進而習慣行動支付的快捷性。對於商家而言，可以避免收到假鈔，還可以節省記帳的時間，另外在這個疫情肆虐的時期，還可以減少與顧客接觸，降低染病的風險。

從財務面上來看，許多業者會與行動支付端合作，依照節日推出優惠活動，例如：點數回饋，而點數也能充當現金使用，許多消費者也可以貨比三家，選擇最經濟實惠的店家進行消費，同時店家也可以利用顧客享用折扣時，產生價格變低的心理落差，來刺激購買慾。從環境面來看，時下年輕人對於 3C 產品不陌生，商家便可利用同儕相互影響的心理，藉由推廣，讓顧客成為行銷來源之一。

以技術面來說，商家只需要掃描 QR code 就可以完成結帳，對於相對忙碌的商家，減少工作量是提升效率的方法之一，而透過 QR code 結帳，也可以減少找錯錢、算錯帳的情況發生，減低店家損失的成本。雖然行動支付會增加店家的成本，但也可以藉此開創新的客群，權衡之下還是利大於弊的。



對於傳統市場和小攤販來說，客群大多為長輩，3C產品使用的熟練度大多與年齡層成反比關係，對於傳統市場來說，批貨金額通常是月結，但是行動支付一日轉帳金額最高是3萬元，可能會造成攤商使用上的困擾。

根據資策會MIC調查顯示，國人考量是否使用行動支付的前五名因素之中，安全性因素排首位，其次為有無優惠、是否普遍、是否穩定與「是否好用」，顯見大家對於資金安全的顧慮偏高，而使

用有額外的優惠也是一大考量，普遍性與穩定度則是未來將會持續使用的重因素。與是否好用，顯見大家對於資金安全的顧慮偏高，普遍性與穩定度則是未來將會持續使用的重因素。

行動支付還有通路使用範圍不夠廣泛的問題、付款速度不夠快、合作綁約信用卡行，都是目前大家常遇見的行動支付缺點。另外，如果遇到手機沒有電，或是完全沒有網路訊號，行動支付就變成完全無用武之地。



中國大陸由非金融機構提供的支付服務，最早緣起於2003年阿里巴巴集團推出「支付寶」，主要是為解決電子商務所涉及的信用問題，確保買賣雙方在信用卡尚不發達時的交易契約得以順利履行：買家先把錢付給支付寶，等賣家出貨，支付寶再將錢轉交賣家。這樣的「第三方支付」業務，隨著電子商務市場升溫而迅速起飛。

此後數年間，中國大陸的第三方支付業務，處在低度管制狀態。企業只

須在大陸工商局註冊，即可投入經營第三方支付市場，類似支付寶的第三方支付服務如雨後春筍般出現，大大小小的公司一度多達數百家。

中國大陸行動支付市場發展速度驚人，滲透率高，並已成為官方試圖朝「互聯網+」新經濟型態轉型發展的重要基礎。同樣的，蓬勃發展的行動支付市場也為中國大陸在金融科技和創新的領域打造有利的發展條件。不過，隨著行動支付市場逐步形成寡佔格局，行動支付的



服務商向用戶收取費用的情況可能將越來越普遍，從而可能影響民眾的使用意願。

而中國的消費者也對於資金安全的顧慮偏高，而使用有額外的優惠也是一大考量，普遍性與穩定度則是未來將會持續使用的重要因素。

蓬勃發展中的行動支付業務也不無隱憂和風險，特別是當這些第三方支付業者涉入互聯網金融產業後，雖可打破傳統金融業的壟斷格局，但其與傳統金融機構之間的利益

可能持續升高。

另外，互聯網金融在監管尚未健全的情況下，也可能隱含金融風險陸續發生風險控管問題。

鑑於大陸行動支付業務的快速發展，臺灣在過去幾年來也試圖急起直追，或許可以從中國大陸的發展過程吸取寶貴經驗，加強與大陸的行動支付業者展開互惠合作，並且從中預防可能隨著行動支付發展而衍生的金融隱患和風險，讓台灣的消費者能夠更安心的使用行動支付。

台北市長柯文哲上任

之後，極力推動無現金支付，公有市場未來也將強制加裝電子支付系統，市府以換約方式，要求市場處轄下公有市場攤商全數加裝電子支付，未加裝者將不得換約，然而部分攤商認為電子支付在傳統市場的使用率不高。電子支付在傳統市場的使用率不高，政府若要以強迫方式加裝電子支付並不合理，唯若為了進入無現金社會，或是為配合國際趨勢而鼓勵裝置電子支付，則宜以優惠方式鼓勵。

2019年，台北市

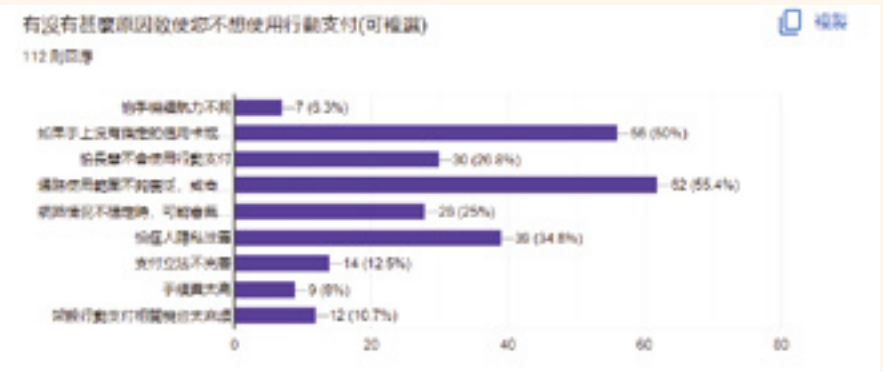
公有市場的攤商數總約5600攤，其中，已提供電子支付的攤商計有3295個，約占總攤商數的六成多。

然而，台北市公有市場攤商使用電子支付工具的前三名分別是台灣P A Y 信用卡，以及LINE P A Y，悠遊卡的使用率約僅有一成，亦即全台北市的公有市場使用電子支付當中，台北市引以為傲的悠遊卡之攤商使用率未占鰲頭，僅占第四位。

另外，互聯網金融在

監管尚未健全的情況下，也可能隱含金融風險。

受疫情影響，即使現在各地夜市陸續開始營業，除了戴口罩、維持社交距離、簡訊實聯制等防疫措施，由於民眾對於行動支付感覺較為安心的反應，也讓不少攤商店家願意多瞭解行動支付作為付款方式的可行性，街口支付副總黃峰昶就指出，疫情期間就有約20個夜市管委會來找他，希望能合作。



以往夜市被詬病只賺快錢，缺少產業規劃，導致無法發展成一個完善的產業模式，但在數位化時代下，如何用對方法並成功吸引顧客，靠的不只是美味。

行動支付與現金收付的差別不只是收錢的方式，透過發放數位優惠券、會員機制，店家可以做到精準行銷，將資源花在刀口上，同時能創造品牌價值。對此，陳秘順也指出，透過像行動支付這樣的數位科技，店家可以發展出新的商業模式。

一部分是為了防疫，避免沾染紙鈔、零錢上的病毒細菌；第二個原因，是消費行為發生變化，電商、外送、線上點餐受歡迎，這些數位經濟的底層，都要靠數位金流支撐，才能完成交易。

民眾對於行動支付的偏好度，從2020年37%成長至50%，偏好卡片交易的比例，反而從2020年的35%降到2021年26%，可以說，行動支付已經從科技趨勢，變成實實在在的生活日常民眾使用行動

支付的地方。最多的是便利商店（70%）、網路商店（56.3%）、量販店（55.8%）、超級市場（51%）、連鎖餐飲（47%）。

若跟2020年相比，成長最多的地方分別是網路商店、外送平台、繳費、超級市場、自營非連鎖餐廳，其中網路商店成長10%、外送平台成長約9%，資深產業分析師胡自立表示，前三名的成長主要與疫情驅動實體交易轉移到線上有關，若疫情不見緩解，預期此二

大場域將持續成長。

台灣面臨的困境與未來發展行動支付在發展過程中，最重要的就是建構一個生態圈。以中國為例，中國銀行服務相當不友善，信用卡普及度不足加上偽鈔問題嚴重，因此建立起龐大的行動支付市場。相較之下，台灣並非是解決上述問題，而是透過打造一個能與生活結合的支付生態體系，藉由多元場景的應用。從消費習慣著手改善，才能在這樣的場景下享受支付與生活結合的便捷體驗。

面對競爭激烈的多元支付環境，現金的方便程度其實不亞於行動支付，相對支付場域也較多元，因此要建構出更高的誘因與更明顯的體驗差異，才能養成行動支付的使用習慣。再者，多款支付工具缺少整合的平台，遇到不同通路只能選擇不同的支付軟體，對消費者而言並沒有更便利，因此通路廣泛程度與各平台功能的整併應被列為重要議題。除了政府支持外，更需要各家業者在推行的同時，對消費者進行宣傳。

行動支付了你我的生活

主編

錢承佑

副編

黃奕成、江立帆

出版日期

民國一十二年一月十號

指導老師

何寶藍教授

出版

弘華數位影印

定價

新台幣三百元



其實行動支付的宗旨就是講求方便與快速。在各方面都如此繁榮的台灣,行動支付勢必在未來的生活中也會成為不可或缺的一部分,因此要如何把行動支付成功的推廣,其實才是台灣現在需要去探討的問題,如果能透過政府積極地去制訂完善的法律,商家和顧客們願意去嘗試且信任,這種新型態的消費模式才能更加的蓬勃發展,進而創造出更多的利益。



台灣

經濟專題報導

對比兩岸使用狀況

反映真實市場行情



EXAMPLE TEXT