

108 年度

## 行動支付發展趨勢之探討

研究單位：第十二區管理處鶯歌服務所

研究人員：業務員陳佳君

研究期程：108 年 6 月至 108 年 7 月

# 目 錄

## 壹、緒論

- 1.1 研究背景.....5
- 1.2 研究動機與目的.....6

## 貳、行動支付發展現況

- 2.1 行動支付的定義.....7
- 2.2 行動支付的分類.....7

## 參、行動支付發展的市場潛力

- 3.1 行動支付普及率.....8
- 3.2 行動支付SWOT分析 .....10
- 3.3 服務模式的改變 .....12
  - 3.3.1 台水繳費多元化 .....12
  - 3.3.2 簡訊帳單 .....13
  - 3.3.3 雲端資料庫擴增運用 .....13
  - 3.3.4 打造行動支付櫃台 .....15
  - 3.3.5 行銷推廣 .....15
- 3.4 社會影響 .....16

## 肆、結論與建議

- 4.1 前端—支付模式的引導，使用體驗 .....20

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 4.2 行動支付的宣傳力(通路) .....     | 21 |
| 4.3 行動支付的優惠(競爭版圖的確立) ..... | 21 |
| 4.4 行動支付的加值 .....          | 23 |
| 4.5 行動支付的安全性 .....         | 23 |
| 伍、結語 .....                 | 24 |

## 參考資料

### 表目錄

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 表 3-1：行動支付 SWOT 分析..... | 10 |
|-------------------------|----|

### 圖目錄

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 圖 1-1：電子支付、電子票證、第三方支付之比較..... | 8  |
| 圖 3-1：行動支付產業生態體系 .....        | 17 |
| 圖 3-2：是否使用行動支付的前五名因素 .....    | 18 |

## 壹、緒論

國營事業的經營有其特殊的使命及定位，台灣自來水股份有限公司也不例外。給水收入是公司的主要營收來源，如何有效率及有品質的規劃收付水費作業也持續不斷地在改善，然而水費收取流程考驗著每個服務所承辦人員的智慧，水費催收作業的繁縟，像 repeat 鍵一樣，加重服務所承辦人員的壓力。因此，面對用戶/消費者交易型態的改變，傳統的服務模式及思維是否足以應付用戶層出不窮問題？如何提高用戶繳費的便利性及資訊傳遞的正確性，進而有效的資源配置以達成公司的願景！

位居全球科技領導的台灣，新的支付模式-行動支付正悄悄地進入了用戶的生活之中，影響著周遭的食衣住行，「行動支付生態體系」，為整合政府政策、電信、電商、金流及電子票證等支付產業，體驗手機在手，食衣住行暢通無阻的社會環境。

邁向無現金社會的願景，以現階段的台灣而言，行動支付使用狀況相較其他國家，普及率並不佳，未來的路還有一段要走，行動支付若是普及後，消費行為無紙化的時代也將來臨，其中統一發票全面轉型為「雲端發票」也

必定會實行，發票如何透過行動載具將一張張的發票儲存在行動載具，透過行動載具自動兌獎，直接匯入電子支付帳戶而不需經由實際兌領程序，也是推動行動支付的重要關鍵之一。

政府也扮演著重要的角色，積極地推動相關政策，只要支援行動支付的實體通路多，消費使用習慣的廣為宣傳，與商家配合提供多方優惠提高消費者使用行動支付平台的次數，行動支付使用率將會倍數成長。

行動支付不只是支付工具，進而創造更活絡的生態圈，台水也正搭上這頭班車，整合內外資源順應這熊熊趨勢，行動支付要在台灣社會普及，除了要擴大消費場景滿足消費者，更重要的是簡化業者導入的流程，才能夠真的提升用戶、商家雙方的意願。

## 1.1 研究背景

在科技的快速演進之下，原本只能在電影中呈現的科技應用，未來都將可能實現，如智慧型汽車透過車內觸控螢幕整合支付功能，支付加油費用，無人商店開發智慧販賣，以人臉辨識、自動結帳及行動支付等完成銷售服務，虛擬照顧藉由虛擬照護平台（CHI Health Virtual

Care)，線上選擇醫生並透過行動支付取得醫療診斷，Swatch 與 Visa 共同開發俱備 NFC 功能行動支付手錶，AI 人工智慧機器人與各種感應式及前瞻的科技等等，皆為行動支付的衍生，這看似小小的環節，成就了日常生活食衣住行的關鍵元素，正一點一滴的與行動科技相互融合，開啟全面智慧化生活。

行動支付的多元化尤以人人皆有之智慧型手機轉變最大，從初始接聽電話功能、擴增文字的傳遞、螢幕觸控的升級、行動上網瀏覽到目前正在竄起之消費行為支付功能，這智慧將無所不在，對未來商務世界將做一番轉變，走向無現金社會型態，所有人與人之間的交易行為只須手機即可。

## 1.2 研究動機與目的

隨者全球金融環境的開放、市場需求的刺激和消費者行為模式改變，全球行動支付市場成長近幾年呈現激增狀態。臺灣進入行動支付已邁入第 5 年，整體而言，中國已成為全球行動支付最友善國家，挪威次之，英國則排名第三，美國則排名第七，行動支付市場的競爭，隨著軟硬體技術的進步和增值服務的不斷創新，持續地進化，如何運

用行動支付導入服務模式成為無現金市場的重要課題。

將從台灣行動支付發展的優劣、服務模式的改變、產業動態比較、社會影響等面向加以探討，提出可能性方案以提升用水服務附加價值。

## 貳、行動支付發展現況

### 2.1 行動支付的定義

以移動存取設備，包含手機、平板電腦、手錶等透過移動網路，不論採用語音、短訊或線上通訊方式，所啟動的支付行為都可稱之為「行動支付」。也就是說把支付的行為從現金、個人電腦、卡片、ATM 等支付方式，移轉到手機（或其他穿戴裝置）這個載體上，是一種交易消費行為上的改變。

### 2.2 行動支付的分類

行動支付（Mobile Payment），其實是一種相當廣義的概念，就台灣行動支付市場而言，可分為 3 種類別，包含電子支付、電子憑證及第三方支付，此三種營業項目各由不同的主管機關所管理，取得合格營業執照條件也不一相同（如圖一），應用範圍最廣的屬電子支付，除了基本的收

付功能，還多了可以儲值和轉帳的服務，如同一間小小行動銀行，也因此規範最為嚴格。相較於中國大陸目前行動支付使用比例最高的 WeChat 而言，台灣目前業者仍需更進一步的整合，將通訊與電子支付結合提升電子支付的便利性。

#### 電子支付、電子票證、第三方支付之比較

資料來源：金管會銀行局、經濟部商業司（2018年8月）  
Created by 大和有話說

|         | 電子支付                                                                                                                  | 電子票證                                                                                          | 第三方支付                                                                                 |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 主管機關    | 金管會                                                                                                                   | 金管會                                                                                           | 經濟部                                                                                   |
| 法規      | 《電子支付機構管理條例》                                                                                                          | 《電子票證發行管理條例》                                                                                  | 信用卡收單機構簽訂「提供網路交易代收代付服務平台業者」為特約商店等自律規範                                                 |
| 最低實收資本額 | 新台幣5億元                                                                                                                | 新台幣3億元                                                                                        | 無限制                                                                                   |
| 主要功能    | <ul style="list-style-type: none"> <li>帳戶可儲值、轉帳</li> <li>儲值金額上限為新台幣五萬元</li> <li>可從事代收代付業務</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>帳戶可儲值、但無法轉帳</li> <li>儲值金額上限為新台幣一萬元</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>帳戶不可儲值、轉帳</li> <li>只能從事代收、代付</li> </ul>        |
| 市場代表    | <ul style="list-style-type: none"> <li>專營：街口支付、橘子支付、國際連、歐付寶、智付寶、ezPay台灣支付等6家。</li> <li>兼營：22家銀行、中華郵政、一卡通等。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>悠遊卡、一卡通、愛金卡(iCash)、遠鑫電子票證(HappyCash有錢卡)等4家。</li> </ul> | 台灣有6,300+家第三方支付服務商，例如：Yahoo奇摩輕鬆付、支付連(PChome)、樂點卡(遊戲橘子)、豐掌櫃(永豐銀行)、Line Pay、Gomaji Pay。 |

圖 1-1 電子支付、電子票證、第三方支付之比較

## 參、行動支付發展的市場潛力

### 3.1 行動支付普及率

「行動支付」這 4 個字在生活中出現的頻率愈來愈高，MIC 在 2018 年第三季針對臺灣 18 至 65 歲有使用網路且持有智慧型手機的消費族群進行「行動支付」調查，顯示行

動支付普及率相較 2017 已明顯成長，行動支付年齡層變化尤已學生、社會新鮮人最顯著，18~25 歲用戶普及率從 2017 年 39.2% 提升至 63.3%，另外在年長者 56~65 歲用戶是從 26.3% 增長到 41.4%。2018 年前五大最常使用的行動支付工具排名分別 LINE Pay (22.3%)、Apple Pay (19.9%)、街口支付 (19.7%)、Google Pay (9.1%) 與台灣 Pay/台灣行動支付 (4.7%)。各支付業者彼此競爭激烈，正逐漸拉進與國際業者的距離，觸及民眾日常生活消費，消費行為型態也將走向數位化，進而促使消費市場的繁榮。

台灣自來水股份有限公司(以下簡稱台水)也在去年(107 年)3 月推廣行動支付繳費，如：掃瞄水費帳單 QR Code 線上刷卡，或以「台灣 Pay APP」綁定銀金融卡、即進入合作銀行 APP 點選「台灣 Pay」等行動支付方式進行繳費，而在今年(108 年)3 月起增加「街口支付」、4 月「Pi 錢包」及 5 月「Line pay 一卡通」也陸續上線，讓用戶有更多便利性繳費管道，對台水也可減少內部催收作業時間成本，提高現金回流時間。

### 3.2 行動支付 SWOT

對於行動支付各類型 SWOT 分析，如圖二，無論哪種支付方式，因消費行為的改變，對於買方消費者來說，其優點在於節省交易行為時間成本，省去貨幣交換的繁冗程序，提升各通路的無限性。相對賣方商家來說，搭配行動支付能大幅降低金流運輸成本，利用搭配行動支付推廣提高行銷效益，減少人力作業時間等等，因此結合行動支付已經成為未來不可或缺的元素，如中國大陸 WeChat 即為一成功之案例。

|                  | 電子支付                                             | 電子憑證                                                                | 第三方支付                             |
|------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 優勢<br>(Strength) | 付款便利性<br>高<br>可轉帳可儲<br>值<br>交易時間成<br>本低<br>環保無紙化 | 大眾運輸便<br>利性佳<br>可儲值<br>實體交易安<br>全性佳<br>減少收取偽<br>幣、偽鈔之<br>風險及損<br>失。 | 付款便利性<br>中<br>環保無紙化<br>資金流動性<br>佳 |
| 劣勢               | 註冊規定嚴                                            | 無法轉帳                                                                | 無法轉帳與                             |

|                     |                                       |                       |                                    |
|---------------------|---------------------------------------|-----------------------|------------------------------------|
| (Weakness)          | 謹<br>安全性存疑                            | 建置成本高<br>實體遺失風<br>險較高 | 儲值<br>個人資料外<br>洩風險高<br>前置作業較<br>繁雜 |
| 機會<br>(Opportunity) | 吸引年輕學<br>子族群加入<br>結合店家優<br>惠提高使用<br>率 | 轉型升級電<br>子支付產業        | 轉型升級電<br>子支付產業                     |
| 威脅(Treat)           | 平台系統穩<br>定度須維持<br>強化風險管<br>理          | 電子支付取<br>代風險高         | 多家產業市<br>場競爭力大                     |

表 3-1 行動支付 SWOT 分析

數位發展之迅速，使用行動支付之阻礙也越加扁平化，產生商機日益劇增，多家業者加入也造成競爭激烈的局面，上至政府推動、技術開發、下至產業整合，無不邁

向行動支付世界，從 SWOT 分析來說，電子支付功能應用最廣，所觸及族群也最廣，台水也可藉此趨勢利用電子支付提升服務效能，蛻變新的服務模式。

### 3.3 服務模式的改變

政府訂定 2025 年全台行動支付普及率達九成的目標，其中，行動支付的基礎環境、應用場域被列為發展重點。此外，台灣的智慧型手機滲透率高居亞太之冠有強大的行動支付發展潛力。因此感應支付及 QR Code 掃碼支付逐漸發展為新型態的數位支付，而台水服務型態轉變要素可從下列幾點作發展。

#### 3.3.1 台水繳費多元化

在這數位崛起的時代，由金融業引領的 Fintech（金融科技）導入，運輸、餐飲及甚至政府，都應運出新服務的角色，台水也不例外，繳費不再是傳統的現金交易或銀行代扣繳的方式，也無須一定要紙本帳單才能繳費，就目前利用行動支付繳費外，綜觀行動支付的功能，台水也需擴大收費區塊的整合，以便提高用戶便利性及服務品質，政府未來也將規劃開放超商、超市及金融機構都能夠使用電子支付繳水電、停車、罰鍰、稅金，因應多元化的繳費，台水可

有 5 項發展方向。

### 3.3.2 簡訊帳單

以簡訊方式寄送當月帳單連結，取得驗證後，可進行線上繳費及帳單明細查詢，可附加連結導向其他行動支付讓用戶選擇偏好繳費方式，並提供帳單檔案下載、儲存、轉發 e-mail 等功能，後續單期、雙期催繳通知皆可透過此方式，若非實際應繳費人，可提醒來電告知變更。無論紙本及非紙本繳費用戶，使用簡訊帳單，可大幅降低前置作業成本，減少紙張的浪費，提升環保意識，對後端催收階段，節省的時間人力可規劃轉型售後服務領域來提升附加價值。

### 3.3.3 雲端資料庫擴增運用

在搭上行動支付這股潮流過程中，要成功轉型，內部資料庫中資料與程式功能是否足以對應支付工具調整，符合用戶所需，分兩大項目來探討。

其一，從用戶端資料庫正確與完整性部分，不難發現在目前辦理業務時，如中間結清，用戶資料更新不完全，以致後續無法聯絡用戶，因此各項受理所應呈現的用戶資料正確性將影響後續管理及應用的不便利，若全然單靠人

員注意難免會有遺漏，故強化系統的功能即顯得重要，舉例來說，中間結清選單增加用戶電話、通訊地址和代繳等相關界接，如同過戶畫面已涵括用戶異動應具備的變更項目，其他申辦亦可檢核其需要性增減，以完整資料庫的建立，使日後保有完善資料庫的正確性並整合運用於行動支付，供用戶使用相關資訊。

其二，對雲端資料的延伸應用管理，行動支付衍伸的無現金社會，意味著也能改善無紙化的環境，面對這樣的趨勢，要改變一般習慣紙本的用戶為無須紙本客群，在於訊息傳遞、資料保存性與認知心理行為改變，以使用紙本為主的用戶意味者眼見為憑，以紙本為訊息媒介，繳費後可完整保留，確立獲得保障並便於日後存查，若改以接收訊息與繳費 e 化，繳費前後的資訊如何獲得呢？故雲端資料如何提供用戶利用數位化資料就能達到留存或查詢的目標，並且設置相對安全防護層級，提高用戶使用行動支付的意願，增加便利性及強化安全設計，減少用戶對使用上安全的疑慮，例如透過行動支付 APP，繳交水費頁面可提供連結台水網站登入會員查詢帳單，亦或者直接與雲端資料庫連結，登入查看或申請用 e-mail 發明細，將整個繳費流

程完全數位化。

### 3.3.4 打造行動支付櫃台

創造行動支付的環境，落實隨之而來無紙化的概念，簡化用戶來所辦理業務時間，提升效率，可設立行動支付專屬櫃檯，首先可建置觸控號碼機依繳費及非繳費業務判斷來客需求，單一繳費用戶則利用行動支付快速櫃台，用戶自行操作電腦螢幕畫面，包含繳費及中間結帳，進行掃碼支付付款，減少櫃台收費員設置，降低用戶等待時間，增加用戶使用行動支付意願。非單一繳費業務櫃台，同樣利用觸控螢幕申辦各項業務，配合服務人員解說，進行線上資料點選輸入、電子簽名、掃碼支付繳費及發票的開立等，簡化流程縮短作業時間，減少民怨及資料的錯誤性，使服務人員能有效率地提供用戶更多額外諮詢服務、用水知識宣導與提升服務品質。

### 3.3.5 行銷推廣

因應行動支付導入，無疑的是要提高使用率及普及率，推廣通路可由以下方式切入，第一，隨信寄發 DM，或印製宣導內容於信封袋上，提升紙本用戶對行動支付的認識，第二，台水官網配合宣導，設置專區或 Highline 跑馬

燈等，第三，各行動支付 APP 中置入官網連結或不定期推出優惠活動，第四，服務所場所宣導，如海報張貼，向來所辦理業務用戶推廣，第五，地方活動參與推廣，桐花季，熱氣球嘉年華，童玩節，花卉博覽會等，接觸各地民眾以快速達到宣傳效果，第六，異業結合，透過各大超商，超市，金融機構，這些民眾日常生活必需場所，放置宣傳物品，或滿額贈面紙（附 DM）等方式，加速訊息傳遞。

### 3.4 社會影響

行動支付成為主流。人們出門不再考慮帶不帶現金或金融卡，只要有手機有網絡，就能輕鬆消費。隨即遊戲業者、電商業者、零售業者等，到最新通訊軟體及支付業者紛紛與金融端的結合以快速取得合作，推出更簡便的支付方式，試圖搶占這龐大市場商機，如圖二，為數百萬的消費者及商店，提供低成本且兼顧安全的行動支付服務，改變了我們的交易行為的模式，促進台灣邁向成為行動無國界的一員。



圖 3-1 行動支付產業生態體系

台水也不例外，雖說各產業跨足行動支付領域目標不盡相同，但趨勢使然，也必定對社會群眾產生改變，從認知感受及消費習慣改變與環保意識提高，來做為台水日後推動改變的依據。根據資策會產業情報研究所（MIC）在2017年2月所進行的「行動支付消費者調查分析」發現，台灣人考量是否使用行動支付的最大因素為安全性，如圖三，安全是使用行動支付時的首要考量，如同持紙本繳費用戶，其本身認知紙本是最有保障的，轉變認知重點是不斷的透過資訊分享推廣至用戶端，如行動支付帳號密碼的建立與銀行帳戶及信用卡卡號的使用安全性，無銀行往來

的用戶，未來行動支付也將推出儲值卡功能，無須帳戶資料的綁定也能使用，有安全性考量的民眾也能免除疑慮，相較紙本也多了繳費提醒功能，避免未及時繳費，為台水提供有利的宣傳，增加用戶定期繳費的認知，提高對水資源的重視。

既然行動支付越來越普及，舉凡購物、叫車、外賣與新開啟的繳費功能，新的服務模式正逐漸改變民眾習以為常的習慣，除了一般自行繳費用戶，來所辦理業務使用行動支付亦會日與遽增，所提供的服務極可能整合線下與線上轉型為數位化，設計嚴謹的資料安全防護層級為首要關鍵任務。



**【行動支付消費者調查】**  
**台灣民眾考量是否使用行動支付的前五名因素**

資料來源：資策會MIC(2017年2月)

圖 3-2 是否使用行動支付的前五名因素

## 肆、結論與建議

國營事業是台灣經濟發展中重要的一環，附有特殊性質並承擔諸多相關責任，因應民生需求而生並由國家監督下成立的事業單位，具有公用與生產事業的 2 大產業特性，其最終目的是為了改善人民生活品質且帶動各項產業發展，具有「穩定物價，調節供需」及「不以營利為著眼點，兼顧社會責任」的使命與責任。政府也訂定各項管理法規以確保國營事業的各項營運能夠永續發展。台水則以「QuICK（品質、創新、信賴、專業）」的經營理念為人民提供量足質優的水資源，以客為尊的服務品質。

依台水目前現況，變動營運資金的籌措大部分仍仰賴銀行短期融資，因此如何以有限的人力達成公司制定的售水目標外，並有效加速收回水費，降低借款利息，達成所約制的盈餘目標，正是上層管理者所面臨的挑戰。

企業如人體，資金如血液，帶動企業成長與均衡，面對快速變化的支付模式、消費者行為的改變，台水必須在資金移動的洪流中找到定位，並取得有利的契機。

由於台灣法規管制嚴格且金融業業務發展心態保守，民眾支付習性趨於僵固，且對於創新金融服務常抱持抗拒或戒備心態，行動支付的普及需要的時間較長，且各支付模式均有一定數量的使用者，目前台水的行動支付若真要發展，可朝以下 3 個面向著手：「使用體驗」、「通路」以及「競爭版圖的確立」。故台水推動有幾點建議：

#### 4.1 前端—支付模式的引導(使用體驗)

中國在發展行動支付普及的原因是，中國銀行服務不佳，而信用卡普及率甚低，再加上偽鈔問題非常嚴重，民眾使用電子支付可以不依賴銀行及信用卡，更可避免受偽鈔所苦，所以受消費者歡迎而大行其道是必然的事；相較之下，台灣並沒有這些問題，由於台灣的支付環境單純且相對安全，使用現金不但方便，假鈔問題也未顯嚴重，種種因素造成台灣的多元支付生態圈裹足不前，相關資訊流通普及率低，這絕不是我國業者一頭熱的補貼或是促銷就能解決的問題。

在台灣，行動支付龍頭「LINE Pay」、「街口支付」的使用體驗，對於年輕人而言可能不成問題，但若要普及到年長者都能使用，仍有很大的進步空間，其部分水費繳納

者由年長者負責的不在少數，這也造成了一部分的用戶無法改變既有的繳費習慣。

因此，台水在初期的推動上可參照商場的收費櫃台試辦增設感應機，提升用戶對於行動支付的體驗，並讓用戶的支付紀錄在手機留下資料以便下期查詢繳費，列印繳費單的方式也可參照商場的作法選擇列或不列，達到節能減碳的效果。另外，櫃台人員也需有相對的服務提昇及訓練，假若訓練不足發生不會操作的情形，就會有糟糕的用戶體驗產生。

## 4.2 行動支付的宣傳力(通路)

台水目前的繳費管道來源：代繳、代收（超商、金融機構、電子支付業者及網路轉帳）及臨櫃繳費，其中電子支付業者—即透過行動支付繳納水費的用戶，比重仍然不高，然而想藉由廣告單或郵寄廣告物宣傳效果提高行動支付使用比例，可參考以下方式：

$$\begin{array}{l} \text{廣告單或} \\ \text{郵寄廣告物} \\ \text{的攻擊力} \end{array} = \begin{array}{l} \text{廣告單或} \\ \text{郵寄廣告物} \\ \text{的品質} \end{array} * \text{發散次數}$$

所謂的廣告單或郵寄廣告物的品質，就是指其內容的

色澤、文字圖案、版面設計等讓人看起來的印象。發散次數為訊息接收者接收的次數多寡，可縮小至集中區域，如都市化人口密集區或鄉鎮市，與其一年一次執行全面性派送幾百萬張的方式，不如分成多次，將市場區隔化，首先以都市為目標進行宣傳，集中效果佳，另外也可與台電或往來合庫銀行合作，在相互的宣導單上加註彼此的標語（台水也可利用行動支付繳費），一方面可提醒用戶別忘記繳納水費，另一方面也可增加發送的次數，達到加乘推廣的效果。

#### 4.3 行動支付的優惠(競爭版圖的確立)

台灣行動支付業者正進入百花齊放的局面，自 2018 年以來有更多新進業者搭配優惠活動推出自有方案，但除了 LINE Pay、街口支付以及國際三大 Pay，其他行動支付的方案不是使用率低，就是使用者評價不高，也就是台灣行動支付的競爭版圖還沒確立，要說台灣行動支付普及言之尚早。以各支付模式均有一定數量的使用者來說，選擇市占率較高的業者，台水可不定期與其業者搭配活動，提供優惠回饋，吸引用戶使用行動支付繳費，藉此綁定水號，改變用戶的原有繳費習慣。

## 4.4 行動支付的加值

行動支付除了可以有定期的推播通知及支付的多元性外，用戶對於中獎發票的領兌方式也是使用行動支付所考量之重點，如統一發票全面轉型為「雲端發票」，目前手機繳費完成已有顯示載具號碼，未來可否增列顯示發票號碼或另行通知發票號碼，用戶可自行兌領，而既然行動支付已綁定銀行帳戶，使用銀行帳戶繳費的用戶，亦可如現行代繳戶一樣，直接將中獎獎金匯入電子支付帳戶，省去用戶兌領的作業，提高行動支付的附加價值，也是用戶考量使用行動支付的重要關鍵之一。

## 4.5 行動支付的安全性

台灣三步一間便利商店、五步一台 ATM，使得消費者過於習慣使用現金的便利性，如此的消費環境下，要改變原有消費者對於既有支付工具的信賴感著實不易。

不管大環境在如何的改變與創新，行動支付的資訊安全才是消費者最在乎的，如近期推動的行動支付偶會遇到用戶反應繳費無成功訊息，致產生重複繳款的情況，用戶需至公司官網查詢才知繳費訊息已成功，又如果用戶出現被駭客盜用受害者手機錢包的案件，是否有防範的措施

(如:用戶以行動支付繳費成功後是否以簡訊通知用戶等)以提高用戶的警覺性，減少用戶的不信任感及繳費糾紛。

因此，除了市場的推動外，台水也需要加強數位金融資訊安全與各式區塊鏈的應用，透過完善的資安系統防護以強化用戶對於行動支付的信任。

## 伍、 結語

根據 Visa 信用卡公司委託穆迪分析 (Moody' s Analytics)，分析了非現金的電子支付普及率對於市場的影響，經由調查全球 70 個國家分析的結果，從 2011 年到 2015 年內，如匯款、金融卡轉帳、信用卡消費、電子票證等支付方式，這些電子支付的使用普及率越高對經濟是呈現正向的成長。就已開發國家來說，電子支付除了增長對 GDP 的貢獻，也增加平均 14,800 的就業機會，尤以中國大陸最多。這大概就是政府要訂在 2025 年普及率要達至 9 成以上的原因。

儘管未來有各種支付方法不斷推出，「嗶經濟」的興起除了傳統的密碼、圖形支付外，如在生物特徵方面，有指紋支付、人臉感應支付、聲波支付、瞳孔支付、心跳支付

等種類繁多。但「行動支付」對台水而言最重要的價值，不只限於付款層面，更在於改變經濟活動的商業模式，任何完善的服務/工程，均須面臨「結帳付錢、收款後銷帳或付款後銷帳」的金流需求，尤以台水面對的是不特定大量的用水戶，妥適處理金流需求始能獲致用戶的支持，做好為民服務的角色。同時，隨時掌握現金流的改變並做好準備，才能在不確定的變化中做好應變，達成公司的願景。

## 參考資料

➤ 數位時代-數位專輯(<https://www.bnext.com.tw/>)

➤ 行動支付發展趨勢與策略

<http://www.thinkfintech.tw/Article?q=ART180301001>

➤ 產業情報研究所

[https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations\\_PressRelease02.aspx?sqno=487](https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sqno=487)

➤ 行動支付在台灣的應用場景

<http://rssc00.pixnet.net/blog/>

➤ 臺灣行動支付發展之現況

<http://www.accounting.org.tw/flptopic.aspx?f=93>

➤ 行動支付當道，驅動經濟新革命

[https://www.taipeiecon.taipei/article\\_cont.aspx?MmmID=1201&MSid=711302242025024236](https://www.taipeiecon.taipei/article_cont.aspx?MmmID=1201&MSid=711302242025024236)

➤ 行動支付與電子化支付普及之關鍵

<https://ws.ndc.gov.tw/>

➤ 經濟部國營事業委員會

<https://www.moea.gov.tw>

➤ 行動支付發展趨勢與策略

<http://www.thinkfintech.tw/>

- 2018 行動支付戰開打（三）：中國 vs 台灣 支付發展環境大不同

<https://cnews.com.tw/2018-taiwan-mobile-payment-03/>

- 【行動支付大調查】消費者愛好排名變動 本土業者成長幅度最大

[https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations\\_PressRelease02.aspx?sqno=504](https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sqno=504)

- 107 年委託研究報告 1 支付系統與競爭-公平交易委員新藍徹斯特戰略—基本原理