



# 東吳大學商學研究中心個案分析

## CBRD Case Study

東吳大學商學院個案

台灣篇之三：財金公司之金融卡支付

歐素華

January, 2018

東吳大學商學研究中心 <http://cbrd.scu.edu.tw/>

Copyright©2018 | 歐素華

## 台灣篇之三：財金公司之金融卡支付

撰稿人：東吳大學企業管理學系歐素華老師

相較於玉山銀行、中國信託銀行、台新金控推出自己的行動支付 APP，或是與 Apple Pay 合作；國內還有一家公司正以鴨子划水之姿，鎖定全國近 9000 萬張金融卡<sup>1</sup>，默默推動「金融卡支付」，他是財金資訊股份有限公司（簡稱「財金公司」），長期扮演國內金融機構幕後的跨行網路規劃、設計與建置工作。面對「無現金」交易時代來臨，財金公司過去長期仰賴跨行 ATM 提款轉帳的手續費拆分收費<sup>2</sup>，面臨市場萎縮挑戰。因此，財金公司決定從金融卡的行動支付切入，推出「雲支付」服務。而鎖定的目標則是 QR Code 市場。

### 一、金融卡行動支付

在討論「雲支付」之前，先說明財金公司在推動行動支付的努力與遭遇到的挑戰。

2017 年 3 月 29 日，台灣行動支付與財金公司共同發表「金融卡雲支付」服務，將金融卡虛擬化整合到具有 NFC 功能（短距離高頻無線通訊技術，Near Field Communication）的 Android 手機，讓用戶可以隨時透過 APP 就能轉帳、繳費，在百貨公司、量販店或便利商店感應付款<sup>3</sup>。

---

<sup>1</sup> 根據統計，國內支付卡市場，以金融卡發行 9400 萬張最多，平均每人約有 4.5 張金融卡。其次是發行已超過 8000 萬張的電子票證，如悠遊卡或一卡通。信用卡發行量超過 4000 萬張，位居第三。

<sup>2</sup> 一般跨行轉帳手續費 15 元中，由銀行取得 9.5 元，發卡機構取得約 3 元，財金公司取得 2.5 元。

<sup>3</sup> 所謂 HCE (Host Card Emulation) 就是利用代碼取代實體卡片號碼，讓 APP 可以模擬實體的信用卡或金融卡功能，在商家購物結帳時使用 NFC 感應付款，目前限定 Android 4.4 以上手機支援，iOS 裝置尚無法使用。民眾只要下載 t wallet+ APP，輸入金融卡號/存款帳號，通過發卡銀行線上驗證後，就能下載虛擬金融卡到 APP，在設定密碼後就能將金融卡存在

目前已有 30 多家金融機構有意加入金融卡雲支付服務，首波約 20 家機構將先導入，包括台新、玉山、上海銀行、兆豐、彰化銀行、合作金庫、台灣銀行、第一銀行等，合計佔金融卡發卡量超過七成。

然而，有許多人質疑，將金融卡綁在手機裡，是否夠安全？又透過金融卡繳費付款，相較於信用卡，是否少了延遲支付或分期付款的優惠？而使用金融卡支付究竟又有何好處？

財金公司提出說明。首先，金融卡綁在手機裡，因需要輸入個人密碼，其實是相對安全的。在現實開發環境中，原本財金公司希望做到線上驗證、下載後就可使用，完全做到數位化。但仍有金融機構如日盛證券，要求客戶必須臨櫃，才能辦理金融卡的行動支付服務。「畢竟金融卡裡是客戶自己的錢，必須相當慎重。信用卡帳單發生時，還不是自己的錢，必須繳款時才會用到自己的錢！兩者有極大區別。」

其次是金融卡支付不用手續費，相較於信用卡刷卡付費需 1.5%~3% 手續費（其中 Visa、Master 等轉介機構就收取 0.5% 手續費），對消費者來說，十分便利。「因為金融卡原本就是銀行自己發行，客戶持有，因此在使用時不需要付手續費阿！」主管說明，在許多不需要使用信用卡的情境，如早餐店、醫院、計程車等，金融卡支付有其市場，未來也極有機會取代部分信用卡市場。

第三是使用金融卡支付的優點，在於實現「收入與支出」的一卡通。對使用者來說，除了免除手續費外，未來也不需要太多卡片與支付工具，有效處理收支帳戶。尤其對還無法辦理信用卡的年輕族群來說，金融卡支付是另一個優先選項，也是實踐無現金交易的重要手段。

## 二，QR Code 跨行支付標準

不過現階段財金公司在推動金融卡行動支付仍遭遇不小困境，除品牌知名度不高，使用介面不夠方便之外，多數國人也還沒有金融卡支付的概念與習慣養成。「說穿了，很多人真的不知道有金融支付。過去我們推出第一代的 T-Wallet 在使用方式上確實相當不方便，首先要在手機上換裝 SIM 卡，還要裝置一個感應設備，推動的並不理想。因此，我們決定從 QR Code 下手。」

財金公司主管分析，QR Code 已是當前行動支付的主要應用模式，簡單、快捷、低成本的特性，使得 QR Code 被大量應用。優點是所有智慧型手機都可以使用，進

---

手機中帶著走。

入門檻低，而且商家可以張貼靜態 QR Code 或產生動態 QR Code，接受電子支付更為容易。此外，根據資策會在 2017 年 1 月的「行動支付消費者調查」顯示，台灣行動支付使用者，曾經使用過行動支付技術以 QR Code 最高，佔 64.9%，最為普及；其次則是「一維條碼」佔 41.7%。

不過現在各家銀行或業者在推動 QR Code 掃碼支付卻不統一，也容易遭不肖人士張冠李戴，或被詐騙集團利用 QR Code 進行詐財。此外，目前商家櫃檯上也貼滿各種 QR Code，如 VISA、MasterCard、支付寶、微信、Pi、橘子支、玉山銀行等，消費者需要下載各種支付 APP，結帳時常手忙腳亂。因此，財金公司決定與聯合徵信中心、台灣票據交換所共同成立「台灣行動支付公司」，制定「跨行 QR Code 標準」，以加速推動台灣行動支付市場的發展。

預計在 2017 年底前推出的 QR Code 付款標準，可以讓不同銀行互通支付，利用相同 QR Code 標準，店家可以同時接受金融卡雲支付、信用卡、境內境外電子支付。QR Code 標準不僅可以跨銀行、跨商家使用，也打破現有 HCE (Hosted Card Emulation) 或 TSM (Trusted Service Manager，信任服務管理平台) 手機行動支付服務限制只能用於 NFC 功能的 Android 手機，不具 NFC 功能的 iPhone 用戶未來也能使用。

「我們認為，當我們的 QR Code 特約商店變得越來越多時，其他行庫，甚至包括信用卡支付等，就會加入我們！」透過 QR Code 付款標準的建立，財金公司將有機會再度扮演「銀行中的銀行」角色，擔任跨行支付清算的角色。

### 三，金融卡感應支付

除了金融卡的行動支付與 QR Code 標準制定外，財金公司更積極構思發行金融卡感應支付的有效作法，換句話說，就是在金融卡上直接裝上一個感應器，而不需要透過手機下載軟體，輸入密碼等手續，真正做到金融一卡通。可行的應用情境，主要有以下幾種。

**情境一，郵局的金融卡持卡人。**在台灣，郵局的金融卡幾乎是所有人擁有的第一張卡片，從小學開始，父母就會幫子女把過年的紅包壓歲錢存到郵局裡，所以至今郵局已有 6000 萬張金融卡。將郵局金融卡換裝成金融感應卡，成本也不低，以一張卡 15 元計算，換卡成本就高達九億元。不過財金公司評估，郵局會願意吸收成本，主要是考慮未來郵局的郵票、郵務處理等便利性，都有機會做到一卡通。不過目前郵局還在評估中，也是財金公司全力推動的服務項目。

**情境二，全聯的金融卡感應支付通路。**財金公司目前正全力推動的通路是全聯

在全省的購物通路，財金公司甚至主動將手續費轉為廣告費的模式，與全聯洽談合作。財金公司主管說明，相較於信用卡以各種優惠手段爭取客戶的「錢包佔有率」，金融感應卡則是在爭取顧客的「持卡率」。

「現在人有太多張信用卡，因此，信用卡發卡行必須以免手續費或現金回饋優惠方式，提高在客戶錢包裡的佔有率。因為他們知道，只要進入消費者的荷包，就有機會成為消費者的支付工具。優惠的錢可以從之後的持續性消費中逐漸回收，甚至有『施以小惠，獲取大利』的優勢。」金融主管分析道。

許多人都會把金融卡放在錢包裡，但還不習慣把金融卡拿出來消費支付，財金公司需要一步步養成消費者的習慣，而第一波就是以全聯、好市多等通路為主打客群，以「0 手續費」為號召，鼓勵消費者使用。

「我們希望全聯的消費者能開始嘗鮮、體驗、適用金融感應卡，也希望全聯服務人員主動協助推銷。當很多人看到『原來金融感應卡』也可以支付日常消費，就有機會讓越來越多人開始使用這項方便的支付工具。」財金公司主管分享道。

按照原始規劃，金融感應卡的服務，需由消費者支付手續費給財金公司，作為銀行間結帳清算的手續費用。但財金公司卻決定讓消費者「免手續費」，提高消費者使用誘因；至於自行吸收的「手續費」成本則轉為「廣告費支出」，甚至財金公司還準備主動幫全聯加裝感應設備，全部納為廣告支出費用。如此一來，消費者與全聯等商家可大幅提高使用動機，達到財金公司行銷推廣金融卡支付的效果。

**情境三，台亞加油站的自助加油區。**財金公司認為，金融卡感應支付也相當適合應用在加油站的自助加油區，主要原因是這類自助加油區非常擔心收到假鈔，金融卡感應支付可以有效解決假鈔問題。財金公司與台亞合作，準備提出自助加油每公升降 1.1 元的優惠，優惠成本仍由財金公司自行吸收，作為行銷推廣費用，以鼓勵更多人使用。

**情境四，「醫指付」醫院繳費。**感應式金融卡的下一波則是希望推廣到醫療院所的就醫費用繳納。2017 年 4 月 7 日，金管會與衛福部合作，正式推動在長庚、國泰、新光、彰化基督教醫院等 22 所醫療院所裡可以正式使用「醫指付」手機 APP 付款繳費。民眾在手機上安裝 APP 後就可以在線上完成註冊，輸入繳費病患的身分資料，連線到醫院的批價系統查詢繳交金額，確認金額無誤後就可以按下繳費鍵完成付款。對消費者而言，繳費不需要在大排長龍，完成 APP 付款後，就可以直接前往領藥。對醫院來說，消費者直接透過手機付款，可以簡省人力成本，也減少在醫院大廳的停留時間，降低病毒傳播機率，一舉數得。財金公司希望未來能在「醫指付」的基礎上，或是透過 QR Code 有效推廣金融感應卡的無現金支付。

#### 四，財金公司的複合商機

財金公司推動「雲支付」、QR Code 付款機制與金融感應卡，這一系列金融創新，除了呼應政府推動國內電子支付比例要由 26% 提高到 2020 年的 52% 之外，背後其實還有商業模式轉型的戰略思維。

首先是由 ATM 擴及一般民間消費的通路變革。銀行 ATM 交易在 2015 年突破 8 億次，不斷創新記錄，而財金公司提供跨行交易轉帳與結算服務，收取穩定的跨行交易手續費收益。過去一筆 15 元的跨行手續費中，銀行約取得 9.5 元，發卡行收 3 元，財金公司約收取 2.5 元，可謂細水長流。

不過隨著各種行動支付工具的推動，在現金交易可能逐漸被無現金支付取代的趨勢下，財金公司必須預作規劃，除了推動「雲支付」與 QR Code 回應電子支付需求外，財金公司也發現，透過電子支付，ATM 轉帳付款的平台，其實正由「實體設點」推廣到多元的交易平台上，包括便利商店、賣場、醫院、計程車等。「無所不在的 ATM」是「雲支付」的經營邏輯，若有效推動，甚至可以取代部分信用卡市場。

現行制度下，消費者使用信用卡支付，不但得付 1.5~3% 手續費，由發卡行、財金公司、信用卡國際組織均分；而且店家也需要另外支付一筆會員費給發卡國際組織。至於 Apple Pay，金融同業透露，發卡行必須支付一筆近億元的服務推廣費給蘋果公司，還得負責行銷推廣任務。財金公司推動的金融卡感應支付，著眼的便是銀行體系原本就已握在手上的金融卡，不需另外向國際發卡組織或蘋果等大廠支付「會員費」或類似「標準授權費」。從這個角度思考，財金公司的「雲支付」正在幫國內金融機構建置專屬金流體系，避免電子支付的金融流通與「過路閘道」被國際信用卡發卡組織或 Apple Pay 等國際大廠搶奪先機。

其次是由交易記錄衍生信用評等機制。誠如玉山銀行主管所言，電子支付是最即時有效的個人信用評等機制，所有消費行為都會轉化為真實信用的一部分。財金公司的「雲支付」若能成為多數銀行交易支付的平台之一，就有機會扮演部分聯合徵信公司的角色，協助勾稽消費者的個人信用，發展交易支付之外的信用評等商機。

第三是大數據資料分析。財金公司的「雲支付」若能擴及賣場通路、交通運輸、醫療院所等支付場所，就能精準分析不同分眾類型在特定時間、地點的消費行為。例如中國大陸知名的螞蟻金服，就已發展出「支付寶的一天」這類精準的數據分析與服務內容。例如早上 7 點買早餐，可以支付寶條碼「掃一掃」在線上買早餐；早上 8 點用「餘額寶」查看投資報酬；早上 10 點，用「滴滴出行」拜訪客戶；中午 12 點利用「螞蟻花唄」購物並以分期付款；下午 3 點買新手機，並且上網取得「快買

碎屏險」；晚上 7 點，利用芝麻信用申辦新加坡簽證（未來式，這是支付寶的廣告噱頭，宣稱芝麻信用分達 700 分者，可以辦理）；晚上 10 點，則逛「淘票票」看個午夜場電影。這一系列的智慧生活與數位服務，正是所有支付平台業者希望能逐步建構數位資料後，進行精準的數位生活行銷服務。

總結來說，「雲支付」結合 QR Code 的數位服務，正是財金公司建構複合商業模式的基礎，不論是手機或金融卡感應支付，目的都在由行動支付的交易結算，發展出信用評等與數據資料分析的顧問服務等。這不但在幫助台灣金融體系建構專屬金流服務，也在協助財金公司善用數位科技轉型，由銀行結算服務收費發展信用評等服務、數位分析服務、乃至未來的商家廣告之平台服務等。

## 財金公司的複合商模



### 五，金融卡支付的服務疆界

金融卡感應服務看似相當便利，充滿商機，不過在推動過程中，財金公司主管也不諱言這當中所遭遇的各種挑戰，尤其是各種有形與無形的鴻溝與疆界。

一是認知疆界。多數民眾仍是將金融卡視為「個人財庫」，不太輕易動用。若經常拿出來消費支用，擔心會有安全疑慮。「畢竟被偷或遺失，或不小心被駭客入侵，個人身家財產就可能不保。除非開發另一種連結帳戶，較能讓消費者安心使用。」金融同業提出分析。這也能說明為何到目前為止，多數人仍較習慣使用信用卡消費，「因為信用卡還沒有動用到自己的錢，而且有分期付款的機制，感覺消費不用馬上付款，比較不會心疼。」相較於金融感應卡或金融卡行動支付，多數銀行仍選擇綁定信用卡；即使許多信用卡付款，已綁定特定帳戶定期轉帳，相當於從金融卡帳戶內直接扣款轉帳，但多數消費者尚未養成直接轉帳消費的付款習慣。

二是部門疆界。金融卡感應支付其實極有機會應用在悠遊卡等交通付費上，但直接遭遇到的問題，就是各地方政府各自為政，自營收益的考量。台北捷運公司或是高雄捷運公司等，都擔負各地方政府重要交通收入關口，自然會主動把關，抓牢「過路費」收益，其他支付工具想要切入並不容易。未來各種支付工具如何整合，以方便消費者為最大考量，將是另一項挑戰。

三是技術疆界。過去財金公司最早推出 T-Wallet，被外界暱稱為「台灣 Pay」在使用上確實不夠方便，也因此在使用者心中留下不易使用的印象。相較於蘋果的 Apple Pay 直接連結蘋果智慧手機，南韓三星也發展出感應式的磁卡支付連結，未來財金公司或其他金融機構如何突破技術門檻，趕上國際大廠規格，以發展方便好用的支付工具，讓技術升級，將是另一道重要挑戰。