

計畫緣起

台灣各類的支付工具已成熟發展，包括信用卡、儲值卡、現金卡、網路小額支付等，但過多的支付工具也造成消費者的困擾，如攜帶不便、共通性不足、需面對商家倒閉的風險等，對於商家而言，現金雖然是最適合進行周轉的支付工具，但也會面臨到偽鈔與被搶的風險，但若採用電子的支付工具，則會有手續費過高或收款時程緩慢的問題，造成商家的不便。對於目前消費者與商家在小額支付上的不便，銀行其實擁有切入的利基，但因為目前銀行業者在發展上，只透過單一銀行進行發展，造成成本與規模不足的問題，使得服務無法順利推展。

因此在國內缺乏便捷的小額付款機制下，將使國內消費之清算費用，拱手讓給國外業者，以台灣 2008 年信用卡國內簽帳金額約 1.3 兆元計算，預估五成付款金額屬於一萬元以下的小額支付，並以國際信用卡組織清算費用 0.05% 計算，每年約有 3.4 億元的手續費，流入國外信用卡組織，使得國內的消費，必需繞經國外清算的情況發生，且目前國內約有八成仍屬於現金支付，小額支付的清算流出的金額亦將逐年提昇。而國際如 PayPal 的小額支付品牌已經逐漸發展，若台灣無任何對應服務，將使得國內市場拱手讓與國外業者。

計畫推動作法

為協助台灣建立共同的小額支付服務，打造共通清算平台，使得各銀行順利界接平台，擴大使用者基底(base)，消費者不需煩惱通用性問題，也可以使其他業者藉由此基礎，推動各類創新服務。因此經由 2005 年 12 月 22 日「科技化服務業旗艦計畫」第 2 次指委會之施次長裁示建議以「I-Money 虛擬世界之貨幣及金流服務及清算創新服務」為優先推動主題，能有效解業者經營成本問題，故於 2006 年 4 月推動「電子商務跨行跨業小額支付金融整合服務」，促成資訊服務業者與銀行發展共同的清算服務。

另外，為加速在行動支付上之應用，依據施次長於依據 2006 年 3 月 27 日「科技化服務業旗艦計畫」第 3 次指委會指示，認為行動支付對消費者影響層面廣，建議及早切入推動工作。且為使各類行動支付技術得以發展出不同類型的應用，因此透過二年四階段之分期推動模式，在第一期鼓勵業者進行技術的概念驗證(PoC)，發展各類技術的雛型系統，如 NFC、2D Barcode、SIM/STK、SMS 等技術，待雛型系統發展完成，則協助業者進行初步試營運，推動各種服務營運模式的驗證(PoS)，若能達基本的使用量，則繼續鼓勵業者推動維運驗證(PoB)，實際帶動業者透過行動支付進行獲利營運。

計畫成果

在銀行共通平台推動上，促成財宏公司、財金公司、銀行公會、PCHome 等業者，共同發展網際網路小額支付服務，建立後端儲值卡金流清算平台，初期納入 24 家銀行，建立儲值卡清算機制，使不同銀行發行之儲值卡得以互相共通，避免消費者與商家面臨共通性不足的議題。行動支付服務，促成 17 家業者發展各式技術的行動支付服務，總計共投入 1.7 億，同時帶動周邊設備、卡片、服務之興起。

清算機制已於 2007 年底正式上線，目前有共有 9 家收單銀行，包括合庫、彰銀、富邦、

新光、玉山、中信、板橋農會、兆豐、華南等，及 32 家銀行加入發卡行，目前儲值卡發行量已達 20 萬家，且為擴大服務適用範圍，透過消費者持有之晶片金融卡，亦可以納入消費扣款使用，目前 83% 的晶片金融卡，約 4340 萬張的卡片，皆可以使用。銀行亦透過此共同機制，發展各類的創新應用，例如結合台北縣政府觀光局發行的台北縣觀光護照，推出「台北縣旅遊認同卡」、配合過年期間與所推出的紅包卡、於美國大聯盟球季期間，推出王建民禮物卡(Gift Card)，及劍湖山、立益球場等聯名卡應用，都促使儲值卡的多元應用，在國內蓬勃發展。

在特約商店的拓展上，目前促成全台灣 23171 家的特約商店採用 Smart Pay 小額支付服務，其中包括 17 家的網路商店與 2 萬家的實體店家，如 PCHome、遊戲王、智冠、遠雄海洋公園、大宇、麗嬰房等業者。因為不便利的支付工具，將造成 7% 的顧客流失率，因此 PCHome 也率先加入此項小額支付工具推動，目前目前每月平均透過 Smart Pay 支付交易金額達 1830 萬元，每月進行 6841 筆，交易有效帶動過去因顧慮或無信用卡的使用者 30% 開始參與購買使過去因無信用卡而無法購物的消費者納入。在 2008 年整體的消費金額達到 2.4 億元，共擁有 13 萬筆的交易量產生。

另外，為進行服務實證並產生創新服務，因此資策會亦與合作金庫合作，發展 ePocket 卡，藉由科技服務大樓 2000 位員工及民生社區 5 萬名的居民採用，並運用服務體驗工程(SEE)方法，協助進行服務設計、實證與修改，有效的針對服務的缺陷進行調校的作業，並且為業者找到三個新的發展方向，包括 VISA + Smart Pay 聯名通路、SaaS-CRM 的小型商家客戶關係管理、SVM 智慧商店金流應用，提供創新服務發展方向。促成國際 VISA 組織與 Smart Pay 進行合作，使得 Smart Pay 可以在 VISA 的通路消費，擴大使用通路至 20 萬家商店。而藉由與民生社區 50 家商店的合作，也透過 SaaS-CRM 遠距服務模式，協助中小型店家採用會員管理、紅利應用，使店家能藉由採用電子支付，同時提昇其他的資訊應用能力，而消費者也可以透過儲值卡做其會員卡，藉此獲得相關紅利。除此，亦將三合一整合支付成功推廣至智慧商店中，藉由電子支付服務的導入，可以降低其收取偽幣的風險，同時讓 SVM 具備有 KYC (Know Your Customer) 的能力，發展更多的創新服務。

根據 VISA 委託 Global Insight 於 2003 年以 50 個跨國研究中發現，當電子支付的比例增加 10% 時，將帶動國內消費(Personal Consumer Expenditures, PCE)與 GDP 增加 0.5%。目前台灣僅有 19.5% 的使用比例，較先進國家仍低，因此創新的科技化金融服務，除了建立便利、安全、共通的支付環境，更有助於提供國內消費使用，創造出更多的創新服務。