

# 逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

行動支付採用落差之探討：台灣與中國大陸之比較

A study on the Gaps of Mobile Payment Adoption:  
between Taiwan and Mainland China

作者：劉映佑、戴佳來、趙瑄妤、沈樂添、白珂凡、林思彤

系級：企業管理學系

學號：D0387421、D0363493、D0387154、D0363518、D0261561、D0387111

開課老師：吳如娟

課程名稱：企業管理專題研究（一）

開課系所：企業管理學系

開課學年：105 學年度 第 1 學期

## 中文摘要

隨著資通訊科技的快速發展及行動裝置的普及，電子商務活動從網路購物發展到行動購物，除了消費機制的改變外，這其中也包含消費行為、消費環境與消費文化等等，然而在與來台灣求學的陸生的互動過程中，我們觀察到從這群來自中國大陸學生對台灣消費環境的反應：「台灣的資通訊科技的發展快速且相對成熟，可是在行動支付的採用程度卻不及資通訊科技發展起跑較晚的中國大陸，是硬體設備不足、還是交易機制與消費文化與環境的差異、亦或者是政策條款的限制呢？」。同時，從相關報導與文獻中我們也發現到行動支付的採用，應該會跟消費習慣與文化有顯著的關係，所以我們想從使用者觀點的角度切入，以使用者接受程度與科技接受模式為理論架構，以中部人潮最多的逢甲商圈為主要調查範圍，包括來台求學的陸生及年輕消費族群與商圈的店家，探討台灣與大陸有關行動支付的採用落差及相關影響因素。

本專題研究旨在以消費者觀點來探討行動支付的採用情況與行為，以來台陸生及逢甲商圈消費者為主要的研究對象與範圍，根據文獻與目前初步訪談與調查結果，設計半結構式問卷，用以研究逢甲商圈的店家有關行動支付採用的考量，據以了解消費機制相關問題，並以結構式問卷，進行實證研究。預期本專題研究計畫能為來台陸生對於台灣行動支付採用情況的疑問提出合理的解答，接著進一步根據問卷與訪談結果驗證本專題研究計畫所提出的研究架構，並探討大陸與台灣兩岸行動支付採用落差可能的影響因素，預期本專題研究成果能提供行動支付服務相關推行與改善的參考。

關鍵字：行動支付、第三方支付、科技接受模式

## Abstract

With the fast development of information communication technology and popularization of mobile device, E-commerce grows from online business to mobile commerce. In addition to the change of the consumption mechanism, the reason for the change in E-commerce also include consumer behavior, consumption environment and consumption culture, etc. However, when we interact with Chinese students studying in Taiwan, we observe their response to the environment of consumption, “Why the degree of mobile payment in Taiwan is defeated by China which development of information communication technology later than Taiwan?” At the same time, we find the adoption of mobile payment might be related to consumption habit and culture from related reports and literature. From the user's point of view, we use Technology Acceptance Model and user acceptance as our theoretical architecture. We use Feng Chia Night Market that most popular in central Taiwan as the main field of investigation to research the adoption gap and related affecting factors about mobile payment between Taiwan and Mainland China.

This study designed to investigate the adoption and behavior of mobile payment from the consumer's point of view with Chinese students studying in Taiwan and consumers at Feng Chia Night Market as the main subject and scope of study. According to literature and preliminary result of interview and investigation, we design a semi-structured questionnaire to find considerations of shop owners at Feng Chia Night Market about the mobile payment when they use it. After understanding related problems of consumption mechanism, we can conduct an empirical research with structured questionnaire. First, we expect this study can bring the reasonable answer to the adoption of mobile payment in Taiwan for Chinese students studying here. Then, according to the result of questionnaire and interview, we can confirm our theoretical architecture in this study and find out the possible affecting factors about the adoption gap of mobile payment between Taiwan and Mainland China. Finally, we expect the result of this study could be provided as a reference about the promotion and improvement to service of mobile payment.

**Key words:** Mobile Payment, Third-Party Payment, Technology Acceptance Model

## 目次

中文摘要.....	1
Abstract.....	2
圖目錄.....	5
表目錄.....	6
第一章 緒論.....	7
第一節、專題背景.....	7
第二節、研究動機與研究問題.....	8
第三節、專題研究方法與流程.....	10
一、專題方法.....	10
二、問卷調查.....	10
三、半結構式訪談.....	10
四、專題流程.....	11
第二章 文獻回顧.....	12
第一節、行動支付與商務環境調查.....	12
一、台灣智慧型手機普及率.....	12
二、行動支付的定義、種類.....	15
三、逢甲商圈的消費概況.....	16
第二節、消費機制.....	18
一、台灣行動支付的服務提供者.....	18
二、中國大陸行動支付的服務提供者.....	21
第三節、政府政策.....	23
一、台灣政府政策.....	23
二、中國大陸的政府政策.....	25
第四節、消費文化.....	25
一、台灣的信用卡使用文化.....	26
二、中國大陸的信用卡使用文化.....	29
第五節、科技接受模式 (Technology Acceptance Model, TAM) .....	30
第三章、專題執行方法與步驟.....	31
第一節、調查與研究分析步驟.....	31
第二節、專題範圍(可拉到後面).....	32
第三節、研究假說推論.....	32
第四節、問卷設計.....	36
第四章 調查結果與資料分析.....	38
第一節、訪談.....	38
一、訪談問題.....	38
二、訪談結果彙整與分析.....	39
第二節、問卷調查資料蒐集與分析.....	40
一、敘述性統計：.....	40
二、研究假設與驗證.....	48
第五章、討論與建議.....	49
第一節、調查發現與討論.....	49
第二節、採用.....	51

行動支付採用落差之探討：台灣與中國大陸之比較	
一、案例情境、服務藍圖、服務流程.....	52
第三節、建議.....	57
第六章 結論.....	58
第一節、總結.....	58
第二節、限制與未來方向.....	59
參考文獻.....	60
中文參考資料.....	60
英文參考資料.....	62
附錄 1：問卷內容.....	64
附錄 2、店家訪談內容.....	66
附錄 3：心得.....	71



## 圖目錄

圖 1 臺灣智慧型手機普及率發展趨勢及預測.....	8
圖 2 中國行動支付成長率.....	8
圖 3 中國行動支付成長率台灣消費者行動支付使用意願.....	8
圖 4 本專題之流程.....	11
圖 5 2009-2016 智慧型手機普及率曲線圖 .....	12
圖 6 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-性別 .....	13
圖 7 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-年齡 .....	13
圖 8 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-職業 .....	13
圖 9 逢甲商圈客群比例.....	16
圖 10 逢甲商家屬性.....	17
圖 11 2016 年中國大陸第三方支付市佔率 .....	21
圖 12 調查與研究分析步驟.....	31
圖 13 研究架構.....	34
圖 14 研究架構之路徑係數圖.....	48
圖 15 服務流程：早餐.....	52
圖 16 服務流程：午餐.....	53
圖 17 服務流程：夜市.....	54
圖 18 服務流程：超商、一般商店.....	55
圖 19 服務流程：販賣機.....	56



## 表目錄

表 1 中國大陸與台灣在政策、服務提供者、使用者、文化上的對比.....	7
表 2 行動支付種類、定義.....	15
表 3 台灣五種行動支付的比較.....	20
表 4 支付寶與微信支付的服務項目：.....	22
表 5 「電子支付機構管理條例」規定摘要表.....	24
表 6 中國大陸對第三方支付的政策法規.....	25
表 7 台灣信用卡文化的時間表.....	28
表 8 中國大陸信用卡文化的時間表.....	29
表 9 研究假設彙整.....	35
表 10 問卷衡量構面.....	36
表 11 敘述性統計表-台灣地區學生.....	40
表 12 敘述性統計表-大陸地區學生.....	43
表 13 台灣地區學生和大陸地區學生平均數對比.....	45
表 14 問卷比較表格.....	47
表 15 研究假設檢定.....	48
表 16 服務藍圖：早餐.....	52
表 17 服務藍圖：午餐.....	53
表 18 服務藍圖：夜市.....	54
表 19 服務藍圖：超商、一般商店.....	55
表 20 服務藍圖：販賣機.....	56



## 第一章 緒論

### 第一節、專題背景

台灣擁有智慧型手機的人超過 1500 萬，等於每 4 個人裡，就有 3 個人有智慧型手機，但是使用行動支付的人卻寥寥無幾(find.org)。台灣最近幾年才通過相關法案(蔡岡霖; 金融監督管理委員會, 2016)，但是單單有法案通過就能推動行動支付的發展嗎？行動支付肯定還和使用機制與情境有關，也就是誰來提供行動支付的服務以及提供了什麼樣的服務。其中文化也造成了兩岸行動支付的採用落差，比如說台灣早已開始使用信用卡，大部分人非常依賴和習慣刷信用卡付款，所以他們不會輕易改變自己的支付習慣(媛, 2012; 張勵珍, 1976)。但是中國大陸使用信用卡的年份較短，所以支付習慣容易被改變(丁一飛, 2009)。除此之外，使用者本身對於行動支付的接受度也會影響。所以我們實際調查與比較台灣學生和大陸學生對於行動支付的認知程度。

台中逢甲夜市的規模和知名度在台灣甚至海外都算很是熱門的夜市，以逢甲大學為中心環繞著的逢甲商圈卻很少有人使用行動支付平臺。我們觀察到只有少數商家譬如學校附近的萊爾富、屈臣氏等觀光客常去的店家，有提供給大陸遊客使用的行動支付平臺：支付寶和微信，但是使用者也以大陸觀光客居多。逢甲居民和學生其實大部分還是以現金的方式支付。行動支付可以讓店家和消費者都節省時間並且避免零錢的問題。在大陸，協力廠商支付的意義已經遠遠超過保障雙方交易，以阿裡巴巴旗下的支付寶來說，它目前整合了轉賬，付款，從銀行卡充值與提現（充值指的是把銀行卡的餘額轉存到支付寶，提現指的是從支付寶轉餘額到銀行卡），更可以直接用支付寶到商家消費、理財、購買保險、手機繳費、水電燃氣費、醫院掛號、交通罰單等等。這些動作可以直接使用支付寶 APP 完成，而無需使用實體貨幣或者去實體門市。

表 1 中國大陸與台灣在政策、服務提供者、使用者、文化上的對比

	中國大陸	台灣
政策	業者先推出服務，政府再依照實際狀況產生的漏洞進行規範。	因為台灣的法律金融法規並不寬鬆，所以早期行動支付推行過程常受到阻礙。
服務提供者	主要是一家獨大的情況，並且包攬了生活中許多功能，逐漸成為人們生活中不可或缺的一部分。 例如：支付寶	有很多金融機構或購物網站紛紛在法規鬆綁之後建立，目前仍在推廣中。
使用者	普遍認為行動支付是便利的、有用的，未來使用意願高。	對於個人隱私和安全性有所顧慮，對於未來行動支付可以取代現金持普通意見。
文化	大陸在信用卡方面發行時間比台灣晚了至少 10 年左右，以致於後來發展行動支付並沒有受到太嚴重的使用習慣影響。	台灣早期金融發展十分穩固，信用卡甚至在當時一度成為身分地位的象徵，並且後期銀行在發卡方面競爭激烈，積極進行推廣，導致了台灣民眾普遍習慣使用信用卡支付。

(資料來源：本專題研究整理)

## 第二節、研究動機與研究問題

台灣於 2014 年持有行動裝置的普及率達人口比 65.4%，約 1,355 萬人持有智慧型手機(如圖 1)，預測到 2018 年智慧型手機普及率為 81.7% (約 1,692 萬人)，幾乎是人手一支智慧型手機，顯示人們的生活和手機已經密不可分。隨著智慧型裝置普及，可預測行動支付(Mobile Payment)的應用將改變且豐富電子商務活動與樣貌，也可能取代傳統支付方式。

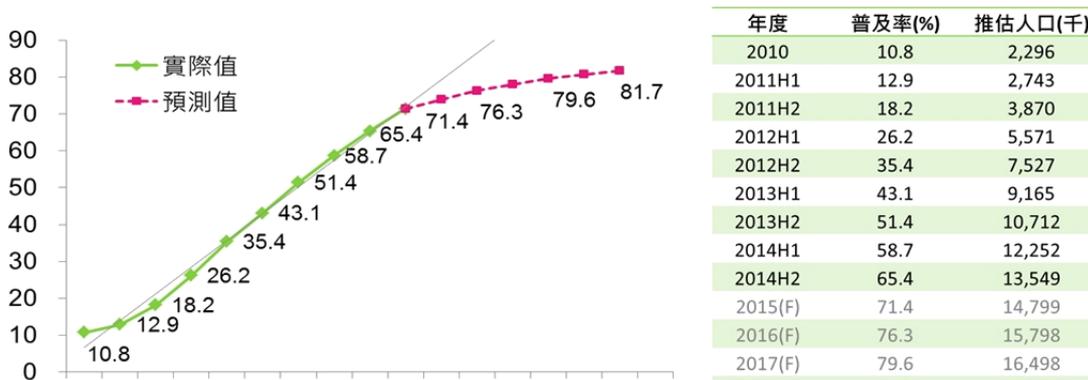


圖 1 臺灣智慧型手機普及率發展趨勢及預測(資料來源：鄭仁富，2014)

然而，觀察台灣目前行動支付的採用的情形，我們發現台灣擁有智慧型手機的人口雖然

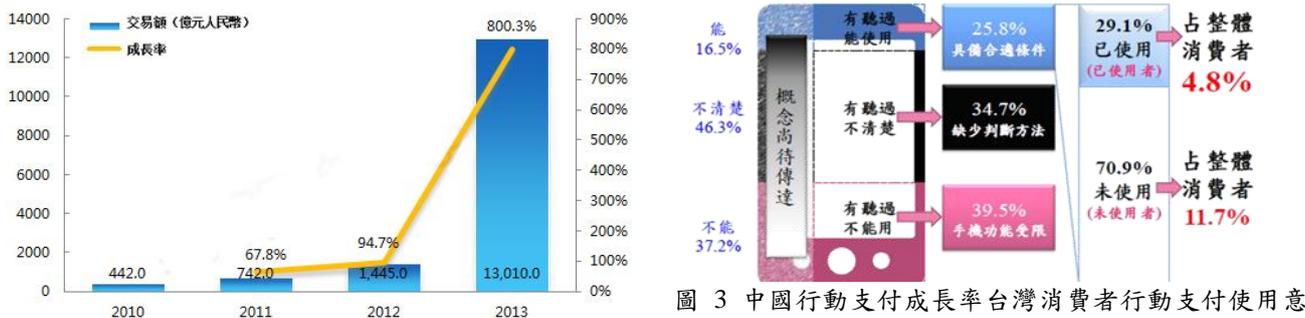


圖 3 中國行動支付成長率；資料來源：科技新報(2013)

圖 3 中國行動支付成長率台灣消費者行動支付使用意願；資料來源：資策會 MIC(2015)

預期將超過 1,500 萬人，但實際使用行動支付的人卻是相對少數，尤其是與對岸資通訊科技較晚起步的中國大陸相較之下，採用普及程度卻有明顯的差異。2012 年中國大陸全年交易規模僅 1,445 億元人民幣(237 億美元)，2013 年行動支付交易規模已達到 13,010 億元人民幣(2 兆 1248 億美元)(如圖 2)，其行動支付交易規模大漲的主因為個人用戶的消費、轉帳、信用卡還款的推動，以支付寶為代表的協力廠商行動支付平臺提供比傳統銀行、PC 端更優惠的價格，吸引大量用戶使用行動裝置完成轉帳，轉帳和信用卡還款這兩項基礎服務使得更多使用者瞭解行動支付，隨之帶動使用行動支付方式的消費交易(科技新報，2013 年)；根據資策會 MIC(胡自立，2015)調查報告指出，台灣行動支付使用者僅占整體消費者的 4.8%，具備行動支付條件(聽過行動支付且自己的手機能使用)而未使用者有 11.7%，台灣整體民眾對於將行動支付作為主要付款方式的意願，如圖 3。

台灣近幾年雖然積極通過行動支付相關法案(蔡岡霖;金融監督管理委員會, 2016)來推行，但是單單有法案通過就能推動行動支付的發展嗎？行動支付肯定還和使用機制與情境有關，包括提供行動支付的服務提供者(店家)以及使用者提，另外，消費習慣與文化也是其中的可能影響行動支付採用情況的重要因素，這個部分可以從現況的兩岸行動支付的採用程度情況以及來台陸生的反應中觀察到。因此，本專題研究企圖嘗試調查逢甲商圈中消費者對於行動支付採用的認知與反應，並以來台陸生為主要調查對象，並據以比較台灣消費者和大陸消費者對於行動支付的接受程度、認知與期待。而台中逢甲夜市規模和知名度在台灣甚至海外都是首屈一指的商圈，然而實際觀察逢甲商圈的攤商與店家卻很少有人使用行動支付平

行動支付採用落差之探討：台灣與中國大陸之比較

臺，但近幾年來，逢甲商圈的消費者已經不再只有台灣的消費者，也包括很多來台灣旅行的大陸旅客與求學的陸籍學生，其中逢甲商圈附近居民和台灣學生其普遍仍以現金的方式支付，本研究同時也觀察到，陸籍的學生對於無法在逢甲商圈以類似支付寶的行動支付方式進行消費感到困惑與不便；其實在類似商圈以行動支付的方式進行消費交易不僅可以讓店家和消費者都節省時間，更可並且避免零錢找付等問題。反觀中國大陸的行動支付採用情況，協力廠商支付的意義已經遠遠超過保障雙方交易，以阿里巴巴旗下的支付寶來說，它目前整合了轉帳，付款，從銀行卡充值與提現（充值指的是把銀行卡的餘額轉存到支付寶，提現指的是從支付寶轉餘額到銀行卡），更可以直接用支付寶到商家消費、理財、購買保險、手機繳費、水電燃氣費、醫院掛號、交通罰單等等，而這些交易均可以直接使用支付寶 APP 完成，而無需使用實體貨幣或者去實體門市。

本研究從來台灣求學的陸籍學生在逢甲商圈無法採用行動支付的反應觀察中發現兩岸行動支付的採用程度落差，並進一步發現研究問題：「資通訊科技發展成熟與進步的台灣為什麼不能直接使用手機付款？台灣的資通訊科技的發展快速且相對成熟，可是在行動支付的採用程度卻相較不及資通訊科技發展起跑較晚中國大陸？」究竟是什麼樣的原因造成兩岸行動支付採用落差？為什麼大陸的協力廠商支付乃至行動支付能如此普及且對於消費習慣與行為全面性的改變，僅僅是因為出門不用帶錢只要一隻手機就能付費的方便嗎？我們很好奇是什麼樣的原因改變了大陸的支付習慣，以及台灣的商家和消費者們為什麼不採用更便捷的支付方式的原因。綜合前述研究背景與動機，本專題研究計畫擬以逢甲商圈為主要調查場域，以商圈內的攤商、店家、與消費者(包括大陸籍消費者與台灣消費者)為主要調查與研究對象，進一步探討比較兩岸影響行動支付採用因素，並期依據兩者差異分析資料，進一步探討相關的管理與實務意涵，主要研究目的包括：

- 1.探討消費者(台灣與大陸)行動支付的接受程度與實際採用情況；
- 2.探討影響消費機制(攤商與店家)行動支付採用情況與影響因素；
- 3.比較台灣與大陸行動支付採用差異與相關影響因素。

## 第三節、專題研究方法與流程

### 一、專題方法

本專題的第一步是先確定專題方向：以大陸學生的角度探討台灣與中國大陸在逢甲商圈關於移動支付的採用落差，第二步說明專題的背景，並提出專題目的、動機為何。同時提出專題範圍、依照專題目的和文獻構建研究方法和流程圖。第三步是查閱學術理論文獻、報章雜誌書籍、網路資料，包括政府政策、服務提供者、使用者、文化四個方面的影響。以及使用 TAM 科技接收模式來探討影響使用者的因素，並根據此模型撰寫。第四步是用半結構式訪談逢甲商圈店家，並進行內容分析-逢甲商圈的店家為什麼不使用行動支付。第五步是問卷的發放及分析-對兩岸學生的結果進行對比分析。最後根據訪談、問卷的內容設計一個可行的以使用者角度的服務模式，包括案例情境、服務藍圖、服務流程。

### 二、問卷調查

因為網際網路的普及，計算機的研究已不止是資料統計分析，由於紙本問卷或者電話問卷有地點和時間的局限性，所以電子問卷調查（electronic survey），也就是結合調查法的原理和新傳播科技的調查方式，彌補了這個缺點。由受訪者使用文本處理程式，自己把資料鍵入電子設備，再由研究人員直接把資料轉換成電腦可讀形式，以便統計分析，省卻許多人力和處理資料的繁複工作。(李政忠 and C.C.Li, 2004) 本研究以逢甲大學大陸地區學生和台灣學生為對象，以 GOOGLE 線上表單方式透過網路寄問卷給使用者。主要目的是瞭解利用逢甲大學學生對於行動支付的接受程度，本次問卷總受訪人數為 150 人，大陸地區學生 75 人，台灣地區學生 75 人。

### 三、半結構式訪談

半結構式訪談是量化導向或質化導向模式的型式，也就是研究者利用較寬廣的研究問題作為訪談的依據，導引訪談的進行；訪談指引或訪談表通常在訪談開始前被設計出來，做為訪談的架構，但是問題順序並不用太侷限，最主要的就是要與研究問題相符，問題的型式或討論方式則沒有詳細規定，採用彈性的方式進行，但是相對結構式問卷來說，它的研究可比性可能降低，但優點是它可以提供受訪者的認知感受並且以及真實的面貌呈現。(林金定、嚴嘉楓、陳美花) 本專題以逢甲夜市店家為對象，利用半結構式訪談詢問：為何不使用行動支付。

### 四、專題流程

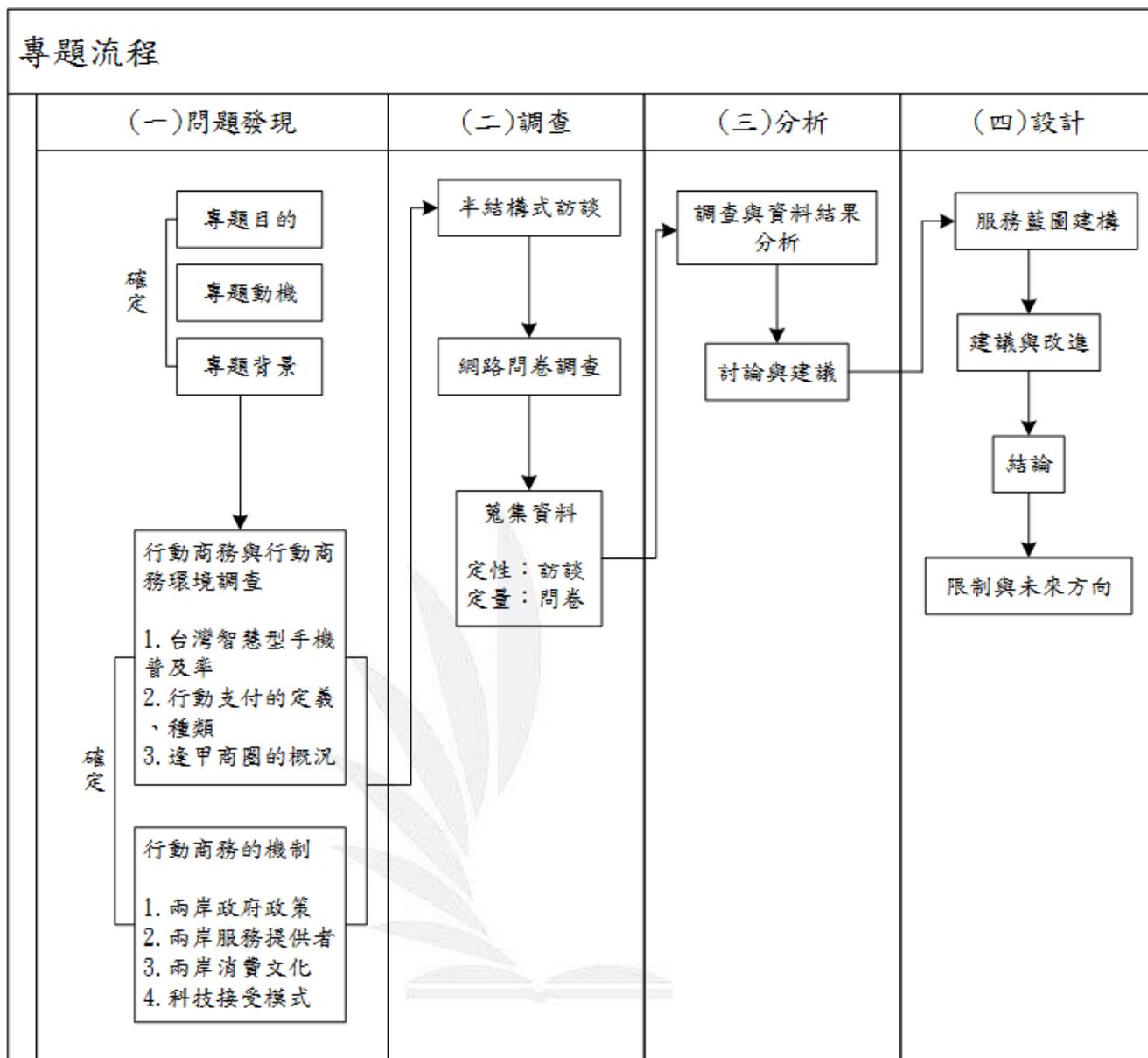


圖4本專題之流程

## 第二章 文獻回顧

### 第一節、行動支付與商務環境調查

#### 一、台灣智慧型手機普及率

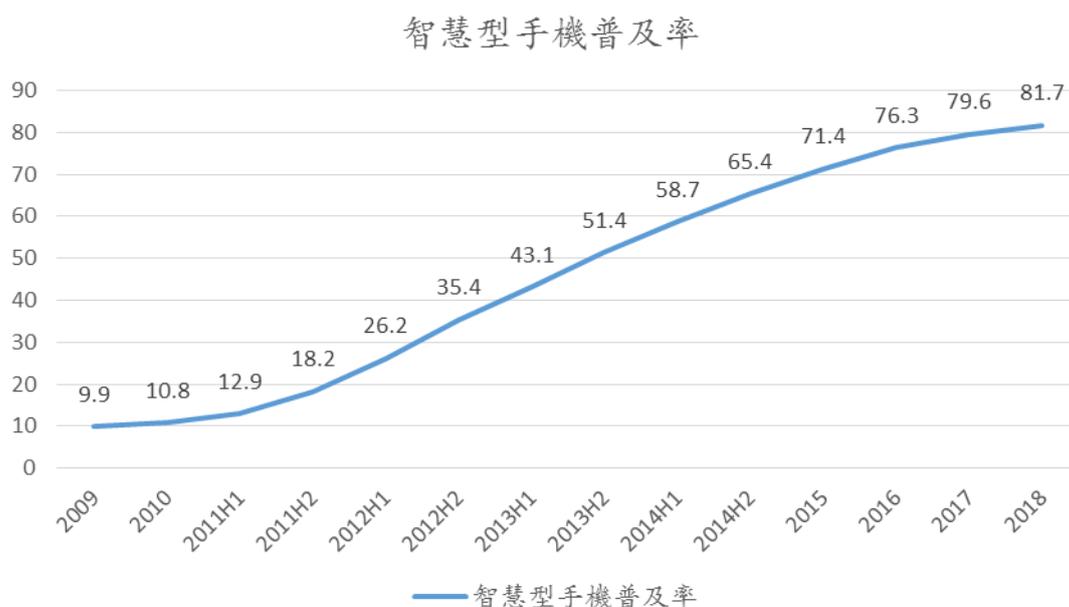


圖 5 2009-2016 智慧型手機普及率曲線圖

2015 年，資策會(FIND)調查中心針對台灣的民眾的智慧行動裝置使用普及率來做調查，根據調查的結果顯示，在台灣，大於 12 歲使用智慧型的手機或者平板電腦的人數已達 1604 萬人，幾乎可說是每四個人裡面就會有三個人是行動裝置使用者。

該調查根據內政部的性別、年齡、居住地、人口，來分層進行隨機抽樣的方式，通過電話來訪問 1200 位中大於 12 歲的居民，根據調查統計結果出爐後，與半年前的使用普及率相比之下，發現台灣的行動用戶多了 170 萬，將近達到 1605 萬人。

該調查也可以發現從 2014 年上半年到下半年台灣人使用行動裝置的普及率也上升了七個百分點，臺灣的民眾擁有智慧型手機的普及狀況從原本的 58.7% 上升到 65.3%，依據發展的趨勢進行研判，臺灣的智慧型手機相關普及的狀況將會慢慢趨近於較為成熟的階段，估計將會在二零一六前後左右來進入市場的飽和期。

調查中也發現，行動裝置不僅僅再是年輕一代的專利，在年輕族群使用智慧型行動裝置普及率逐漸飽和下，高齡層普及率也正在提高，導致普及率成長的原因有一大部分是來自於 50 歲以上人口使用行動裝置的增加，大於 51 歲的人群持有行動裝置的比例達 26.2%，表示行動的裝置也將會慢慢進入到中高年齡層的生活裡面。(find.org)

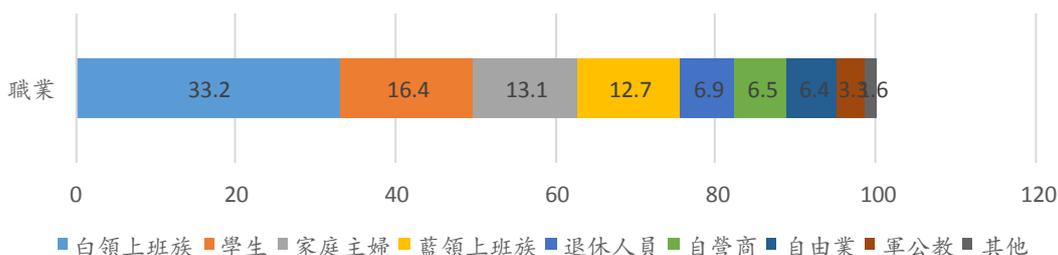


圖 6 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-性別

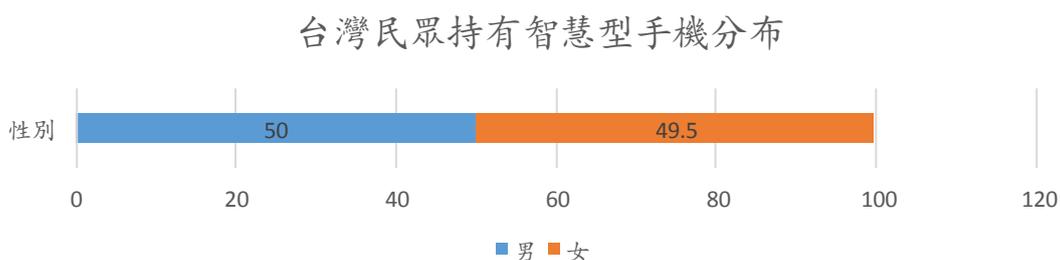


圖 7 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-年齡

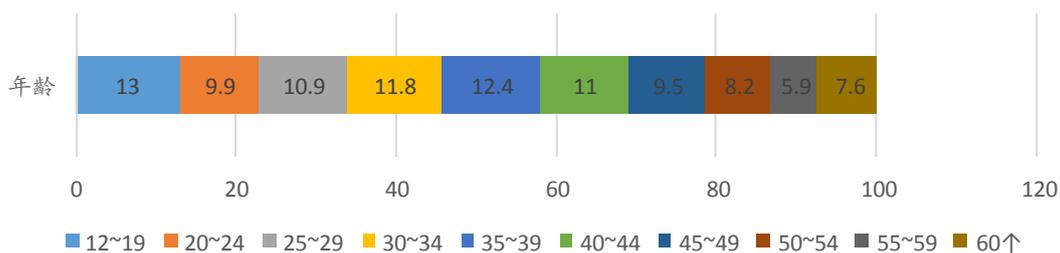


圖 8 台灣民眾持有智慧型手機分佈圖-職業

根據以上圖表，不難發現台灣的智慧型手機擁有以及使用普及率較高，行動支付的環境較為成熟：

韓國 Koreaitimes 《2015 年上半年手機趨勢》的調查結果顯示，在 2015 上半年時全球智慧型手機普及率達到 60%，而台灣的普及率竟然高於平均，達到了 78%，在全球排名下排名第九，而台灣也被視為適合發展行動支付的國家，在「行動支付環境」逐漸成熟的同時，也說明著行動支付的時代要來臨了。

金融監督管理委員會表示，104 年是行動支付的第一年，這一年下來，台灣行動支付業務發展已有初步成果，到 104 年 7 月底，各式行動金融卡、手機信用卡、行動收單(mPOS)、QR Code 行動支付、及行動 X 卡總交易金額達 15 億新台幣，104 年 8 月，總共有 14 家金融機構會通過台灣的行動支付公司平臺，開通 HCE 手機信用卡服務，其中就有 6 家銀行開放一般民眾申請。

聯卡中心總經理林棟樑表示，台灣使用信用卡簽賬金額持續穩定成長，2015 年簽賬金額達新台幣 2.23 兆元，在 PCE(民間消費支出)所占比率約 26%，台灣的行動支付包括 TSM、HCE、綁定卡號和代碼化技術等四大主流，未來聯卡中心將朝平臺資源共用精神，提供 OBO(On-Behalf-of Service，即代處理)服務，有效提升銀行導入行動支付服務速度。

財金公司總經理林國良指出，台灣的金融卡發卡量已高達 9,322 萬張，約佔支付卡 70%，2014 年的交易金額約達 2.9 兆元，佔支付卡 57%，目前已有 15 家金融機構發行的行動金融卡，兼具提款、轉賬、繳費、繳稅、購物、查詢等多元功能，比實體金融卡更能提供訊息通知與持卡人互動服務。(財團法人資訊工業策進會 and 財團法人資訊工業策進會)

### 小結：

一般來說我們會認為像智慧型手機這種高科技的東西就一定只有年輕人會用，但是現在會使用智慧型行動裝置的年齡階層範圍越來越大，甚至使用的頻率還比年輕人還高，台灣的行動裝置普及率是在世界排名的第九名。這一節主要是要研究調查行動支付與智慧型行動裝置之間有何關係。根據以上資料，說明智慧型行動裝置的使用普及率是否會影響行動支付的發展情況，因為如果普及率不夠高，代表將來會使用行動支付的普及率也不高，兩者之間息息相關，成正向關係。台灣雖然智慧型手機持有率很高，但是目前行動支付的使用率目前卻是相對較低的。目前台灣地區已經擁有使用行動支付的充分條件，所以可以排除智慧型手機普及率對行動支付使用率的影響。

## 二、行動支付的定義、種類

目前的行動支付 (mobile payment) 可說是各式各樣，各種花招都有，行動支付似乎能為業者帶來不小的商機，它吸引著電信業者、電商、銀行等不同的企業，他們似乎都想與行動支付這塊大餅沾上邊，首先我們要先來瞭解何謂行動支付(20140220)。

表 2 行動支付種類、定義

類型	說明
以簡訊為基礎的支付交易 (SMS-based transactional payment)	運用手機完成轉帳或匯款，消費者透過 SMS 簡訊或 USSD 發送支付請求至一個電話號碼或簡碼，支付的款項由電信帳單或電子錢包中扣除，收款人憑簡訊內容或密碼，可在電信商營業據點或代理商領取現金，或是在指定銀行的 ATM 上無卡提現。此類型的服務在亞洲及歐洲十分盛行(Matthew,2012)。
行動帳單付款	是使用電信商開設的金融平臺，在進行購物交易後，將交易的帳務納入手機的帳單內，由電信商做代收付，而商家的部份也是由電信業者來進行付款(N. Wishart,2006)。
近場通訊技術 (Near Field Communication, NFC)	又稱近距離無線通訊，是一種短距離的高頻無線通訊技術，只要手機有這項技術，就可以和感應式讀卡機進行交易。
二維條碼 (QR-Code)	該 App 先行連結經過與電信業者認證的信用卡或金融卡，於消費時，以手機掃描特約商店端產生的 QR-Code，透過後端網路刷卡系統或金融卡轉帳系統的連線授權，即可完成付款(IBM 總經理月刊, 201403)。
App 軟體直接使用電子錢包	藉由藍牙或聲波連結銷售終端執行交易結算，許多商家的實體儲值卡或禮物卡 (Gift Card) 轉為行動支付，或是協力廠商支付的儲值帳戶要拓展實體商店的支付時，多採此模式。
個人對個人支付 (Person-to-person, P2P)	P2P 支付是銀行業為能抗衡協力廠商支付，如 PayPal，僅需知道收款人手機號碼或 email 位址，不需要銀行帳號，就可直接轉帳，並以即時簡訊通知對方收款，比起網銀嚴謹的轉帳程式，是快速又方便(預見雜誌,2013)。
行動裝置網路支付 (Wireless Application Protocol, WAP)	是一個使移動用戶使用無線設備 (例如行動電話)，隨時使用網際網路的資訊和服務的開放的規範(維基百科,2008)。

(資料來源：2.16.886.101.20003, 2014; 財團法人資訊工業策進會)

### 三、逢甲商圈的消費概況

逢甲商圈附近有許多學校，像是逢甲大學、僑光科技大學、西苑高中等學校，逢甲夜市的範圍很廣大，包括文華路、西屯路、逢甲路、福星路、河南路都是屬於商圈的一部分，因為臨近市區且周遭又有許多學校，使逢甲夜市成為台中最熱門的夜市，也是觀光客必逛的夜市。

逢甲夜市與台中其他的夜市相比較，最大的不同點在於逢甲夜市不單只是以小吃聞名，也包含了各式各樣不同性質的店家，且逢甲夜市的店家營業時間也比較長。近年來，台中市政府對於商圈風貌進行重新規劃，路面進行整修，街道造景，除此之外為瞭解決停車方面的問題，還致力於規劃停車空間，現今逢甲夜市用跟以往不同面貌的方式來吸引不少消費族群，使商圈規模逐漸擴大。逢甲夜市販賣的商品五花八門、各式各樣的種類都有，商品價格從高單價到低單價的商品，又或者是時下最流行的商品，這些通通都在這裡買的到，甚至有許多店家讓你比價。經過調查研究發現，逢甲商圈是最受年輕族群喜愛的商圈，因為此商圈適合大眾化消費，價位也平易近人，店家屬性也豐富。目前登記有案的攤販和商店大約有 1600 多家(蔡念庭 et al., 2015)，逢甲商圈的店家競爭非常激烈，家家都要想辦法搶生意，因為店租高得驚人，如果生意不好，很容易就被淘汰掉，造成許久沒逛逢甲夜市的人常常會覺得店家怎麼一直在變，每次來都不一樣，但也因此增添了不少的新鮮感。

#### 消費族群比例：

逢甲夜市的消費族群性別比是男性 35%、女性 65%，若是以年齡層來區分的話，逢甲夜市的消費族群主要以 20~30 歲的年輕人為主，21 歲到 30 歲之間就占了 43.1%，這當中逢甲大學的學生就占了很大的比例，其次為年輕的上班族群，然而這些人口通常會在晚上六點至七點期間出現；名列第二的消費族群是 10 歲到 20 歲的人口，比例為 27.3%；名列第三的消費族群是 31 歲到 40 歲，比例則為 19.6%；名列第四的消費族群則為 41 歲到 50 歲的人口，比例為 8.4%，比例占最少的則是 51 歲以上的人口，比例為 1.6%。若是要將主要的消費客群分為三大類，可分為學生族群、上班族群、觀光客，他們所占比例分別是 45%、45%和 10% (臺中觀光旅遊網)

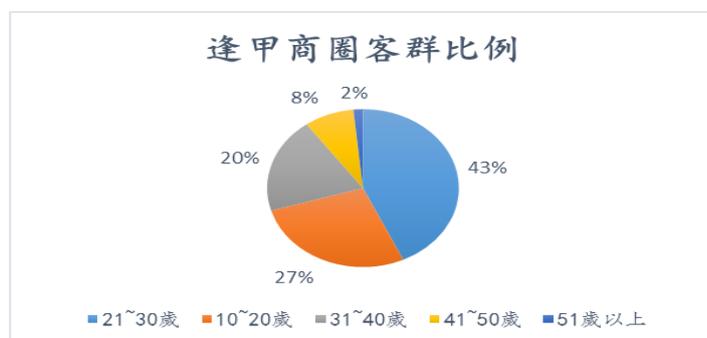


圖 9 逢甲商圈客群比例

(資料來源：本專題研究整理)

## 商圈屬性：

公車站、夜市、社區人口、觀光景點、大學學區、高中學區

預估人潮流量：針對 2015 年的逢甲商圈人潮流量做調查，研究結果顯示，逢甲商圈在禮拜一到禮拜四的晚上，平均每天約有 2.4 萬人左右，禮拜五則約有 2.9 萬多人；禮拜六則是一週當中人潮量最多的，高達約 7.1 萬人口；禮拜日則約有 6.9 萬人口。用這份數據換算成逢甲商圈一年的人潮量，則高達 1,328 萬人(林珮萱；臺中觀光旅遊網)。

## 逢甲商圈店家屬性：

逢甲商圈各種店家都有，不管觀光客是要買吃的、穿的、用的、玩的……應有盡有，其中在食方面的店家比例占了最多，高達 42%，緊接在後的是服飾店，比例約有 36%，再來分別是育樂方面的 9%、生活用品的 6%，以及其他方面的店面約有 7%(臺中觀光旅遊網，2015)。

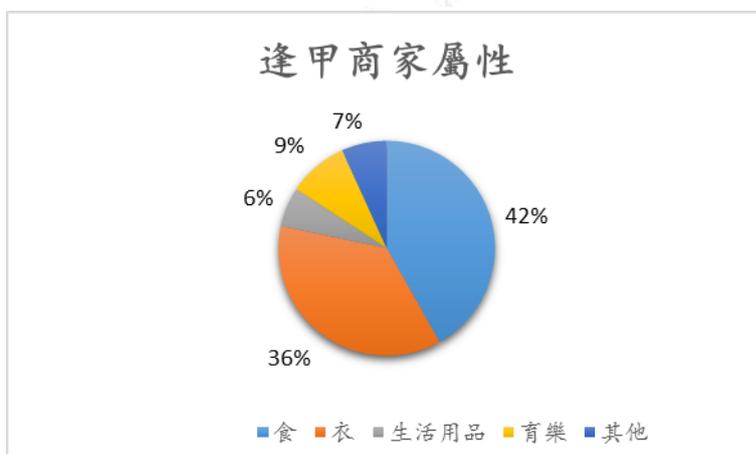


圖 10 逢甲商家屬性

(資料來源：本專題研究整理)

## 小結：

逢甲夜市可說是台中必逛的一個景點，它結合了北中南各式的小吃，甚至許多食物都是從逢甲夜市發跡的。逢甲商圈涵蓋的範圍非常廣，店家性質涵蓋的也很廣，幾乎可說是沒有什麼是在逢甲商圈買不到的東西。

如果逢甲夜商圈能結合行動支付，絕對能為店家帶來方便，例如減去收錢找錢的時間、省去人力成本、可以防止收到假鈔或是找錯錢等等。

## 第二節、消費機制

我們列舉了台灣現有的幾個移動支付平臺例如街口支付、歐付寶、LINE Pay 等等以及大陸現有的移動支付平臺例如支付寶、微信支付各自所提供的服務以及服務提供者的相關簡介，從中可以看出大陸的移動支付在生活繳費方面提供的服務更多元化，而我們調查的目的是想探究怎樣才能使移動支付在逢甲商圈提供更便利的生活方式。

### 一、台灣行動支付的服務提供者

#### 街口支付：

收藏喜愛的店家並可隨時搜尋店家資訊

提供包括優惠券、訂位、點餐、候位到手機支付...等服務

與超過 1000 家臺北市店家合作

吸引天母、晴光、永康、公館、貓空及西門這六大商圈店家加入

未來將提供叫車、電影、娛樂與各種便民服務等

與便利商店和各大百貨業者合作，為消費者提供更加方便的服務

目前已與台新、中信、永豐、玉山等銀行合作。

《街口支付》是專門為實體店家打造的一種線下開放式 APP 行銷平臺，不但有個性化的網站後台，還提供店家包含手機訂位、電子票券發行/核銷、收藏用戶推播、資訊/評論管理、候位管理、點餐等服務，更整合行動支付收款；店舖更可通過官網自動加入，經審核後可在 24 小時內快速上架。

此外，也可透過 APP 與銀行端串接 POS 系統，完成票券核銷與行動支付收款...等 E 化服務流程，這種合作模式使得百貨公司或大型連鎖店在接受《街口支付》的同時，也能接受其他行動支付的服務，EX：支付寶、歐付寶...等。("街口 APP 上線 行動支付 6 功能吸睛 | 即時新聞 | 20151014")

#### 歐付寶：

歐付寶是台灣目前業者中從事金流支付產業時間最久的協力廠商支付平臺

具有獨特的「一址付」功能，賣家可直接於部落格或社群網站上設定收款連結

多樣化的付款方式：信用卡、實體 ATM、網路 ATM、超商代碼/條碼、搭配簽約銀行的儲值支付賬戶以及海外支付平臺，如：支付寶、財付通...等

與多家銀行合作，免去跨行轉賬費

搭配統一超商、全家及黑貓宅配的物流服務

遊戲寶：專門為台灣玩家與遊戲業者量身定造的收付款服務

實況功能：在主持人直播的同時，現場觀眾可以馬上給主持人打賞

(2016)

## **GOMAJI 夠麻吉 PAY：**

專注於餐飲領域店家合作開發，搶進過往信用卡較少接觸的微型餐飲店家以及小吃等，同時強攻連鎖店、商圈、夜市合作，目前全台合作店家數已突破 3,000 家大關，在臺北市的部分，店家數更已成長到 1,800 家，密度是 7-ELEVEN 在臺北市店家數的兩倍以上。

為提供消費者在遊逛商圈時更豐富的美食選擇，GOMAJI Pay 攜手寧夏環保夜市、饒河觀光夜市、臺大公館商圈、內湖 737 商圈，聯合超過 200 家餐飲店家加入！（中時電子報）

## **Pi 行動錢包：**

PChome 推出的 Pi 行動錢包，最主要的功能就是可以在 7-ELEVEN 消費，也可以用來支援臺北市和宜蘭縣停車費。可以用各家信用卡支付臺北市和宜蘭縣的停車費。可以在 7-ELEVEN 消費。業者也推出「掃碼付款」的功能，讓民眾在全台灣約五千家統一超商門市可使用綁定信用卡的 APP，並透過兩組一維條碼快速掃碼結賬。(Titan, 2015)

## **LINE Pay：**

台灣最多人使用的 LINE 通訊軟體，也有推出 LINE Pay 行動支付，可以綁定信用卡付款，如果需要轉賬或收款，需要申請國泰世華銀行賬戶。

- 1.提供綁定信用卡的支付方式，並與中國信託商業銀行合作
- 2.民眾無論使用哪家銀行的信用卡付款，都會進入中國信託的收單體系，更加有保障
- 3.可經由現金或信用卡儲值，在平臺上的商家中購物、轉賬、或與親友分攤聚餐金額

2014 年 LINE Pay 進入台灣，讓用戶可以在 LINE 裡儲存信用卡資訊，購買代幣及點數，而 2015 年六月和國泰銀行合作，提供「儲值支付賬戶」的功能，並且透過 LINE 就可以開通，不必親自到銀行開戶，各大銀行皆可轉賬至其中，不過這些都只能在 LINE Store 上消費，今天開始終於有合作商家，也可以讓你使用 LINE Pay 了。

業者目前與將近三十家網路商家與服務合作，從 86 小舖、東森購物網，到女生必逛的服飾網站：東京著衣、OB 嚴選、Queen Fashion Shop 等；如果你是走文青路線，也有玩具反鬥城、Taaze 讀冊生活、金石堂網路書店，連旅遊業者如五福旅遊，還有 KKBOX 與好吃宅配網...等也都能用其支付。

### 五種行動支付比較：

表 3 台灣五種行動支付的比較

項目	GOMAJI	街口支付	LINE Pay	歐付寶	Pi 行動錢包
共通特色	Android 系統/IOS 系統都支援 不需額外申請 SIM 卡、虛擬信用卡、免綁定電信業者 以掃條碼的方式進行付款				
信用卡	不限信用卡	不限信用卡	不限信用卡	超商限定永豐 /玉山/新光/台 新/遠東/凱基	超商限定中信
合作實體 店鋪	約 2000 間餐廳 (包含糖朝、 SUBWAY、 LOUISA 咖 啡...等)	約 1500 間店 家(包含餐飲 業、美容舒壓 類、購物、寵 物類、娛樂 類...等)	Aday 咖啡館、 口 杯 食 堂 Guuday 生活用 品、美麗華百 貨、Dreamer38 咖啡館、T Play 聽不累耳機	尚未合作	敏盛綜合醫院、黑 松自動販賣機
合作網路 店鋪	尚未合作	尚未合作	近 200 個品牌 (包含綜合類店 家、旅遊、航 空、美妝、書 店、流行時尚、 婦幼親子、團購 宅配、慈善捐 款...等)	包含流行時 尚、美食、居 家收納、生活 用品...等)	PChome24H 購物 網站

(資料來源：中時電子報)

## 二、中國大陸行動支付的服務提供者

從下圖可以看出，大陸有許多協力廠商支付的業者，行動支付的市場，到目前來說是兩大陣營鼎立，一個是阿裡巴巴旗下的「支付寶」佔 55.4%，另一個騰訊的「財付通」佔 32.1%，兩者共同佔據近 9 成市佔率。(黃婷《經貿實踐》2015 年 09 期)

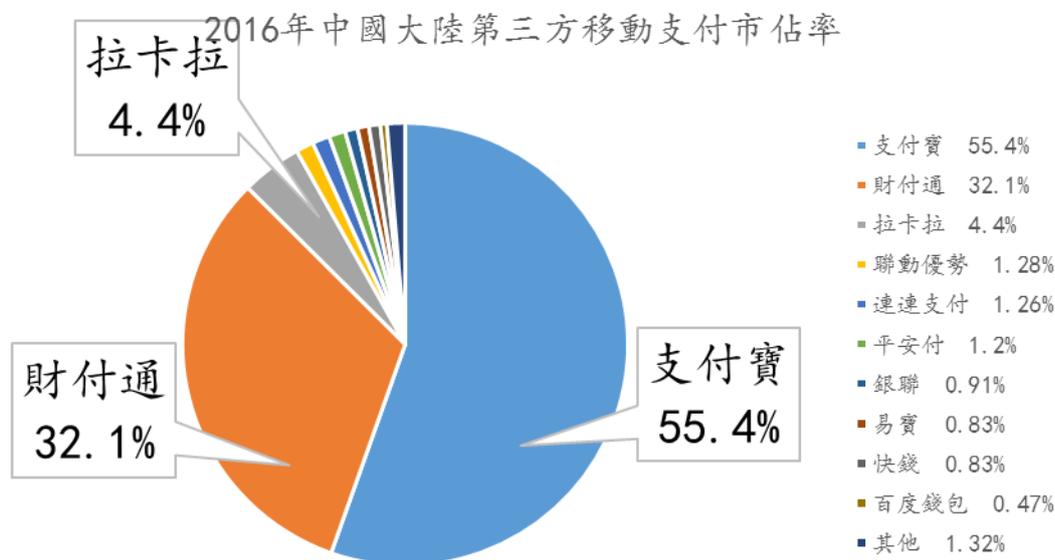


圖 11 2016 年中國大陸第三方支付市佔率

(資料來源：黃婷《經貿實踐》2015 年 09 期)

### 支付寶：

轉賬：賬戶到賬戶；銀行卡、賬戶到銀行卡；

付款：(支付方式多元)

·向付款方 show 付款碼付款：付款碼每次不同，保障付款安全。

·掃描二維碼或條碼付款：自動識別不安全鏈接，安心付款。

·透過聲波來進行收付款：沒有網路也能夠收款和付款。

·AA 付款

生活助手：舉凡生活上的大小繳費事宜，都可以通過支付寶來進行，例如：手機充值、水電費繳納、交通罰款、醫院掛號、有線電視繳費等。

支付寶相當於你額外搞了一個零錢包，而且這個零錢包還可以互相轉賬，也在不斷的増加支付的場景，並且直接使用這個零錢包，除了原有的交易擔保的支付功能外，更添加了一些為日常生活便利性而生的支付功能，是一個整合了許多功能於一軟體的協力廠商支付。近期更推出情感轉賬、公眾服務平臺、離線支付等服務，試圖從淘寶網下既定的支付功能脫穎而出，從後頭逐漸走向前端提供不同以往的服務。

## 微信支付：

微信支付是建立在微信客戶端的一個支付功能，廣大用戶可以用手機來完成快速並且便利的支付流程。微信支付通過綁定一張及以上的銀行卡的快捷支付作為基礎，向微信用戶提供快捷、安全、高效的支付服務。

支付場景：微信公眾平臺支付、二維碼掃描支付、APP 支付

1.轉賬：微信用戶到用戶；銀行卡到銀行卡、賬戶到銀行卡

2.透過指紋付款：通過自己設置的指紋來付款，不用輸入密碼，非常便利(廖婉婷, 2014)。

表 4 支付寶與微信支付的服務項目：

支付寶	微信支付
手機充值	轉賬
水電費繳納	理財通
轉賬	信用卡還款
醫院掛號	手機話費、流量充值
餘額寶	叫計程車
交通罰款	生活繳費
淘寶付款	騰訊公益

(資料來源：本專題整理)

## 小結：

看完支付寶以及微信支付的服務提供，如果映射到我們在逢甲實際的學習生活當中，可以通過移動支付進行繳交學費、社團費用、購買三餐等等，能夠切實的方便我們的日常。並且我認為移動支付的使命不僅僅是讓支付更便捷，而是更統一。化繁為簡，萬劍歸一。設想你現在把你的錢包打開，數數有多少張卡。儲蓄卡、信用卡、公交卡、各種商店的會員卡。而卡一多就容易丟，我相信每個人都有丟卡的經歷，作為實體卡片，一旦丟失就要走一遍電話、現場掛失—等待—再去現場領卡的複雜過程、相當麻煩，而行動支付恰恰可以使我們免掉這類煩惱。反觀台灣的行動支付，卻無法像大陸的行動支付一樣，利用一個軟體就能夠完成所有的服務，台灣的行動支付被分成很多塊，有的行動支付軟體只提供價金保管的服務，卻沒提供行動支付方面的服務；有的只提供行動方面的服務，卻不包含價金保管方面的服務。是什麼樣的原因導致台灣行動支付無法像大陸一樣，下載一個 App 就能完成所有的服務，我們認為是行動支付發展策略上以及長久以來消費文化習慣的不同。由於臺灣的行動支付市場太小及消費習慣的差異，較難發展成類似大陸的行動支付的規模，處於這種限制性的環境之下，臺灣若要使行動支付普及開來，各家銀行應依特性差異有不同的作法。非金融機構的行動支付業者方面，由於台灣目前的行動支付發展還不是非常完善，還沒有一個完整的行動支付軟體可以參考，再加上台灣使用行動支付的方式來付款的消費者也不普遍，因此業者們在行動支付這塊上面，還處於試水溫的階段，才會導致台灣的行動支付，沒有一個系統的軟件去提供完整的服務。

## 第三節、政府政策

### 一、台灣政府政策

協力廠商支付在臺灣普遍被定義為是為瞭解決「雙方契約無法同時履行」且「缺乏信任基礎」的買賣，而衍生出來的支付方式。2009年1月23日「電子票證發行管理條例」公告施行，但為因應實務運作，於2015年4月23日廢止「銀行發行現金儲值卡許可及管理辦法」，並於2015年6月24日大幅修正「電子票證發行管理條例」，總共修正14條、新增3條、刪除1條，並於公告日施行。

金管會於2015年5月3日確認實施《電子支付機構管理條例》，是臺灣繼電子票證發行管理條例之後，第二個針對非金融業者從事電子支付的管理條例，條例中明定電子支付機構是指以網路或電子支付平臺為仲介，接受使用者註冊及開立記錄資金移轉與儲值情形之賬戶（以下簡稱電子支付賬戶），並利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息，於付款方及收款方間經營下列業務之公司：

- 一、代理收付實質交易款項。
- 二、收受儲值款項。
- 三、電子支付賬戶間款項移轉。
- 四、其他經主管機關核定之業務。

不過在管理條例中沒有明定暫停支付或是價金保管機制在支付中的必要性，業者可以自行設計暫停支付的機制，或是與銀行合作利用既有的價金保管機制，提供消費者網路購物的保障。

行動支付於我國基本上落入「電子支付」之範圍，而適用有關法規。在銀行業的部分，「銀行法」第3條是有關銀行業務範圍的一般性規定，其中第14款之代理收付業務即包含一般的支付服務。目前銀行業辦理行動支付業務，即應經金管會許可。

### 電子支付機構管理條例：

為促進我國電子商務產業之發展及保護消費者權益，賦予非金融機構辦理電子支付業務適當法源，我國於104年2月4日制定「電子支付機構管理條例」。依本條例第3條第1項，電子支付機構係以網路或電子支付平臺為仲介，並利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息，於付款方及收款方間經營代理收付實質交易款項、電子支付賬戶間款項移轉及收受儲值款項等業務。前開定義已足以涵蓋行動支付業務內容，電子支付機構爰得依本條例之規定，辦理該項業務。另就電子支付機構提供實體通路之行動支付服務，依本條例第29條第3項規定，專營之電子支付機構就第3條第1項各款業務，利用行動電話或其他可攜式設備於實體通路提供服務，其作業應符合安全控管作業基準規定，並於開辦前經主管機關核准。本條例對於電子支付機構業務採取高度管理。有關行動支付監管常見議題，如代理收付資金之安全、資訊安全、消費者保護、交易及個人資料保護、洗錢防制等，本條例均已涵蓋在內(蔡岡霖)。

表 5 「電子支付機構管理條例」規定摘要表

項目	規定內容
業務項目	代理收付實質交易款項。
	收受儲值款項。
	電子支付帳戶間款項移轉。
	其他經主管機關核定之業務。
規範對象	兼營之電子支付機構（銀行、中華郵政股份有限公司及電子票證發行機構）。
	專營之電子支付機構。
電子支付機構最低實收資本額	新臺幣 5 億元。但僅經營代理收付實質交易款項業務者之最低實收資本額為新臺幣 1 億元。
儲值限額及電子支付帳戶間款項移轉限額	新臺幣 5 萬元（每一使用者新臺幣及外幣儲值之合計餘額）。
	新臺幣 5 萬元（每一使用者新臺幣及外幣款項移轉之每筆金額上限）。
管理方法	採許可制，電子支付機構為金融特許行業。
	實施支付款項安全確保機制。
	建立使用者身份確認機制。
	落實防制洗錢之執行。
	建置紛爭解決等確保消費者權益機制。
	建置適當的資訊系統及安全控管作業。
風險控管機制	由銀行協助管理專用存款帳戶運作。
	收受儲值款項達一定金額者，應繳存準備金。
	支付款項運用收益應計提一定比率金額作為回饋使用或其他主管機關規定用途使用。
	主管機關於必要時，得就電子支付機構收受款項總餘額與其實收資本額或淨值之倍數，予以限制。
	要求電子支付機構建立內部控制及稽核制度。
	建立金融檢查及會計師查核制度。
	建立累積虧損逾實收資本額二分之一之因應措施及退場機制。
清償基金	為避免電子支付機構未交付信託或取得銀行十足履約保證，而損及消費者權益，電子支付機構應提撥資金，設置清償基金。

(資料來源：金融監督管理委員會, 2016)

## 二、中國大陸的政府政策

表 6 中國大陸對第三方支付的政策法規

頒佈時間	政策法規	發文部門	關鍵內容
2009-8-1	銀辦發[2009]149 號文	人民銀行、銀監會、公安部、工商總局	銀行卡受理終端不得受理社會企業發行非銀聯預付卡
2010-6-14	《非金融機構支付服務管理辦法》	中國人民銀行	明確網路支付、預付卡、銀行卡收單業務需要許可證經營
2010-12-1	《非金融機構支付服務管理辦法實施細則》	中國人民銀行	對《辦法》答疑解惑，明確業務範圍、企業股東、管理人員、組織架構、申請材料內容
2011-5-25	《關於規範商業預付卡管理意見的通知》	國務院辦公廳轉發，人民銀行、監察部、財政部、商務部、稅務總局、工商總局、預防腐敗局	不記名卡面值 1000 元、記名卡面值 5000 元限制，購買記名卡和一次性購買 1 萬元不記名卡要實名登記，單位一次性購卡金額達 5000 元以上或個人一次性購卡金額達 5 萬元以上的，通過銀行轉賬方式購買，還有發票等方面做出了規定。
2011-10-28	《支付機構預付卡業務管理辦法(徵求意見稿)》	中國人民銀行	對預付卡的發行、受理、使用、充值和贖回，及預付卡業務企業的監督管理、紀律與責任做出了詳細的規定
2011-11-4	《支付機構客戶備付金存管暫行辦法(徵求意見稿)》	中國人民銀行	對預付卡業務備付金銀行、備付金銀行賬戶、客戶備付金的使用與劃轉，及對企業的監督管理、罰則列出了詳細要求
2012-1-5	《支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿)》	中國人民銀行	對互聯網支付賬戶管理、業務管理、特約商戶管理、風險管理，及企業的監督管理、紀律與責任做出了詳細的規定

(資料來源：唐榮智 and 丁海英, 1992; 巴曙松 and 楊彪, 2012; 張寬海 and 張靖, 2006)

## 第四節、消費文化

在台灣的消費文化之中，民眾已經慣於使用信用卡、悠遊卡、ICASH...等卡片作為替代現金的一種工具；然而大陸民眾在使用卡片的習慣方面則並沒有如此根深蒂固，是以我們想

要瞭解兩岸之間消費文化為何會產生如此差異，以便我們更加理解不同地區的使用者習慣。

## 一、台灣的信用卡使用文化

在台灣信用卡的發展史中，我們可以很明顯的看出它申請條件的降低與標準的改變，而從信用卡的申請標準逐漸降低，普遍化到普通民眾都可以申請時，信用卡所呈現的社會意義也隨之改變。

在時幾年前信用卡代表著比普通人更高的身分與地位，只有金字塔中等以上的人才能通過核准，而且還伴隨著嚴格的規定。

當時的信用卡申請者必須具備：

民國 63 年 5 月開辦信用卡業務，申請辦法，凡參加該銀行二年期信託資金五萬元以上者，均可申請，申請時須攜帶身份證及印章，親自該公司填寫申請書，經該銀行審查通過後，於 7 天內通知領取信用卡。（張勵珍，1976，「我國銀行開辦信用卡業務之商討」）

用民國 63 年的物價水準來衡量，50,000 元可以等同一棟普通的民房，也表示了卡片的申請者絕對是社會中少數的有錢人，並非普通民眾可以申請。

十幾年前申請者都必須填寫十分詳盡的個人資料，包括了存款與收入之類的財務隱私，而近年來卻不用如此麻煩，只需要一般的基本資料，再加上銀行內部建立的完善授信基礎，與業界間良好的聯合徵信基礎，更甚至是只要辦理過其他家銀行的卡就可以直接通過發卡程式。

近年來核卡標準已經隨著同業間激烈的競爭下逐步的降低。而主要原因是信用卡的利潤來源從年費轉為刷卡利息。民國八十五年某些銀行開始推出免年費，目標是搶攻市場佔有率，「免年費」這種手段對於民眾來說是非常吸引人的誘因，而這個策略也如同預期般有效，華僑、富邦、慶豐...等銀行也透過這個方法大幅度提高市佔率。

實際上，信用卡業務應該要達到某種程度上的經濟規模，才可以達到損益平衡，甚至產生利潤，其中收取年費，對發卡銀行在服務品質或是風險承擔上的影響十分深遠。

由此可知年費對於信用卡業務財務平衡的重要性，在即使不得不使用「免年費」這種策略的狀況下，銀行業者依舊想要經由刺激民眾購物慾望來獲取刷卡所產生的利潤。由此看來，不管業界內如何競爭，能夠取得的利潤，各家業者還是不會輕易放過。

由於信用卡業務以利息收入為主，必須普遍發卡才能獲利。所以當卡片的發行程度普及到每人甚至有十多張以上的時候，所謂的「申請門檻」就完全取決於每個人所能借貸的能力，信用卡就不可能再被當作社會中上層的象徵。經由其中比如循環信用之類的設計，還款能力，就變成通過信用卡申請的重點。

至此表示了眼下信用卡比起財富與地位的展現，與借貸的關係更加緊密，而它的持有者所表現出來的社會地位也從金字塔中上階層到如今的卡奴與負債(廖秀芳)。

### 小結：

1.在開放後的信用卡市場，各大銀行在同業間展開了競爭。在市場中信用卡的競爭，伴隨著發卡業者數量增加而呈現白熱化的情形，發卡銀行為了提高市佔率，陸續推出各種優惠

方案（EX：紅利積點、核卡禮...等項目）吸引民眾辦卡，甚至在各大商場與百貨公司都可以看到銀行業者在進行辦卡的攤位，是以在媒體廣告及促銷方案的推波助瀾下，呈現快速成長趨勢。

2.申請信用卡的條件逐漸降低，再也不是持有者社會地位與財富的象徵。

台灣信用卡的普遍化導致了業者們為爭取市佔率，不斷提高發卡數量和降低審核標準，過去白金卡只針對金字塔頂端的消費者發行，更是一個體現了個人財富與社會地位的象徵，而如今隨著業界內競爭的激烈化，甚至學生族群都只要成年就可以經由傳真完成「白金卡」的辦理手續。由此可見，在業者寬鬆的申請標準以及發卡數量無限制的狀況之下，持有信用卡不再是社會地位以及財富的表現。

3.持有許多信用卡也可以說是等於「卡債」。信用卡有許多特性，其中除了代替現金成為民眾的支付工具以外，另一個功能就是在購物時與銀行借款。對業者來講，其利潤來自手續費、借款利息以及年費。不過近年來，卡片借款的利息，已經變成主要的利潤來源，是故，對業者來說，發行信用卡的目的主要已經變為：擴大民眾持有的卡片數量來提高獲利、並同時強化持卡民眾的購物及刷卡慾望。因此，信用卡和借款的連繫就更加緊密了。



表 7 台灣信用卡文化的時間表

年代	大事紀
1976	財政部以發行信用卡若非統一管理，易滋流弊，遂萌創辦聯合簽賬卡之構想
1981	一、財政部頒布「聯合簽賬卡業務管理要點」規定： 1.辦理簽賬卡業務之國內發卡機構必須加入聯合簽賬卡處理中心為會員 2.一人一卡制度 3.國內發卡機構負責發卡業務；聯合簽賬卡處理中心負責集中清算、委託收單業務
1983	「財團法人聯合簽賬卡處理中心」正式成立
1984	國內發卡機構發行「聯合簽賬卡」
1988	一、財政部廢除一人一卡制度，增加循環信用功能，核准發行「信用卡」 二、「財團法人聯合簽賬卡處理中心」更名為「財團法人聯合信用卡處理中心」
1989	配合金融自由化及國際化，國內發卡機構發行 VISA 信用卡，國際信用卡之國內清算業務由聯合信用卡處理中心辦理
1991	國內發卡機構發行 MasterCard 信用卡
1993	台灣信用卡市場開放
1994	一、國內發卡機構發行 JCB 信用卡 二、推動建置國內外信用卡預借現金業務
1995	實施信用卡國內清算制度
1996	一、開放國內信用卡機構推展收單業務 二、建置信用卡 ATM 預借現金作業系統
2000	建置「信用卡國內授權連線核心」，由聯合信用卡處理中心與財金資訊股份有限公司共同辦理國內交易於國內完成授權之連線架構
2001	規劃國內 EMV 晶片信用卡交易環境，台灣成為亞太地區第二個晶片化之國家
2002	一、國內電子簽章法施行細則正式實施通過，為網路刷卡提供安全保障 二、財政部首度開放以信用卡方式繳交個人綜合所得稅款
2003	一、國內發卡機構開始發行結合金融卡、信用卡的多功能金融卡 Combo 卡 二、交通部觀光局規劃建置「國民旅遊卡」檢核系統，初期以公務機關人員為發卡對象，目標期為協助政府機關振興觀光產業，帶動就業風潮並落實公務人員休假補助設立之宗旨 三、台灣地區全面導入晶片卡計劃，由中華民國銀行商業同業公會全國聯合會推動「全國性晶片信用卡轉換計劃」
2004	行政院研考會建置「電子化政府多元付費作業平臺」，信用卡持卡人可於網路上申辦及繳交各項公務機關相關費用
2005	11 家銀行開辦信用卡繳學費

(資料來源：媛, 2012; 張勵珍, 1976)

## 二、中國大陸的信用卡使用文化

隨著中國大陸信用卡的個人零售業務對外資的全面開放，中國信用卡在國際市場上的競爭力將會進一步得到增強。目前，許多如 HSBC、渣打等外資商業銀行已經開始對中國的信用卡市場的開始進行滲透。但是總體來說，大陸的信用卡使用文化起步較晚，有利於行動支付在中國大陸的發展，因為人們還沒有依賴信用卡，反而更能接受先存錢在消費的習慣，而不是像信用卡，先消費再還貸。

表 8 中國大陸信用卡文化的時間表

年代	事件
1979 年 10 月	(大陸) 信用卡的出現
1985 年 6 月	中國發行第一張信用卡：中國銀行珠海分行發行中銀卡
1987 年 2 月	中國銀行珠海分行開始提供 ATM 服務
1987 年 3 月	國際支付組織開始進入中國卡市場
1988 年 6 月	中國銀行發行外匯長城萬事達卡 (國際卡)
1997 年 10 月 30 日	銀行卡資訊交換總中心在北京正式成立
1998 年 12 月 24 日	銀行卡資訊交換總中心系統正式投產運行
1999 年 3 月 26 日	CFCA (中國金融認證中心) 工程正式啟動
1999 年 7 月	首家俱有仲介性質的個人征信公司--上海資信有限公司在上海成立。
2000 年 7 月 1 日	上海正式啟動"個人聯合征信"制度
2000 年 6 月 29 日	CFCA 正式運行
2002 年 1 月 10 日	首批銀聯卡在北京、上海、廣州、深圳、杭州五大城市推出
2002 年 3 月 26 日	中國銀聯股份有限公司在上海浦東正式成立
2002 年 5 月 17 日	中國工商銀行牡丹卡中心在北京正式成立
2002 年 6 月 25 日	銀聯公司正式成為萬事達卡國際組織的會員
2002 年 11 月	銀聯同萬事達卡國際組織合作建成外卡資訊交換介面
2002 年 12 月	銀行卡聯網通用"314"目標已全部實現,且絕大多數髮卡商業銀行系統內異地交易成功率都達到了 80%以上;在 100 個城市中同城平均跨行交易成功率達到 75%以上;在推廣普及"銀聯"標識卡城市中,各商業銀行均全部完成了標準化改造和異地跨行業務開放工作,實現了"銀聯"標識卡在這些城市內和城市間的跨行通用。
2003 年 12 月 31 日	花旗、滙豐銀行獲得銀監會批准,在內地發行雙幣信用卡。外資銀行邁出進入中國銀行卡市場第一步
2004 年 1 月 18 日和 9 月 8 日	銀聯卡分別在中國香港和澳門地區實現受理
2005 年 1 月 10 日	中國銀聯正式開通銀聯卡在泰國、韓國及新加坡的自動取款機 (ATM) 和商戶 POS 受理業務

(資料來源：丁一飛, 2009)

逢甲大學學生報告 ePaper(2016 年)

## 第五節、科技接受模式 (Technology Acceptance Model, TAM)

根據(Davis et al., 1989)提出的科技接受模式，通常能夠用於解釋或預測新資訊系統在使用上會對其產生影響的因素。知覺有用性與知覺易用性是影響消費者採用新科技系統行為意圖的兩個重要因素，而影響消費者知覺有用性和知覺易用性的變數稱為外部變數(陳姿蓉 et al., 2013)。本研究將知覺有用性隱私顧慮、安全性顧慮、行動性、知覺交易便利進行探討。

主要概念就是主張「有用性」與「易用性」會影響到用戶使用新系統的態度，進而影響到用戶所採取的具體行為。科技接受模式的主要目的是找出一種行為模式來解釋用戶接受新資訊系統的行為，並分析影響到用戶行為的各種因素。

以「認知有用」和「認知易用」為獨立變數「行為意圖」和「使用行為」為相依變數。

### 1. 知覺有用性 (perceived usefulness) :

指使用者相信使用某系統會增加其工作績效或所能省下努力的程度，亦即個人對於採用某種資訊系統，會增加其工作效能的主觀認知。

當使用者認知系統容易被使用時，會促進使用者以相同的努力完成更多的工作，因此認知有用同時受到認知易用與外部變數的影響。

### 2. 知覺易用性 (perceived ease of use) :

指使用者認知到科技容易使用的程度，當系統愈容易使用時，使用者對於自我效能與自我控制會更具信心，對系統所持態度也會更積極。

### 3. 外部變數 (external variables) :

認知有用性及認知易用性會受到外部變數的影響，包括使用者外在環境，如組織的支援、電腦的介面、方便性等，及使用者個人的內在特質如自我效能、學習風格等都會影響使用者的認知信念。

### 4. 行為意圖 (behavioral intention to use) :

資訊系統的使用決定於行為意圖，而行為意圖同時受個人對科技的使用態度與認知有用所影響。

### 第三章、專題執行方法與步驟

#### 第一節、調查與研究分析步驟

回顧相關文獻之後，為驗證本專題研究計畫所提出的問題、推論與假說，計畫採用半結構式訪談對商家進行訪談，希望能從對商家的訪談中找出問題所在，並進一步以科技接受模式（TAM）為研究架構進行研究問卷設計，對於逢甲商圈的消費者包括台灣與來台陸生發放問卷進行調查並收集相關資料進行實證研究。

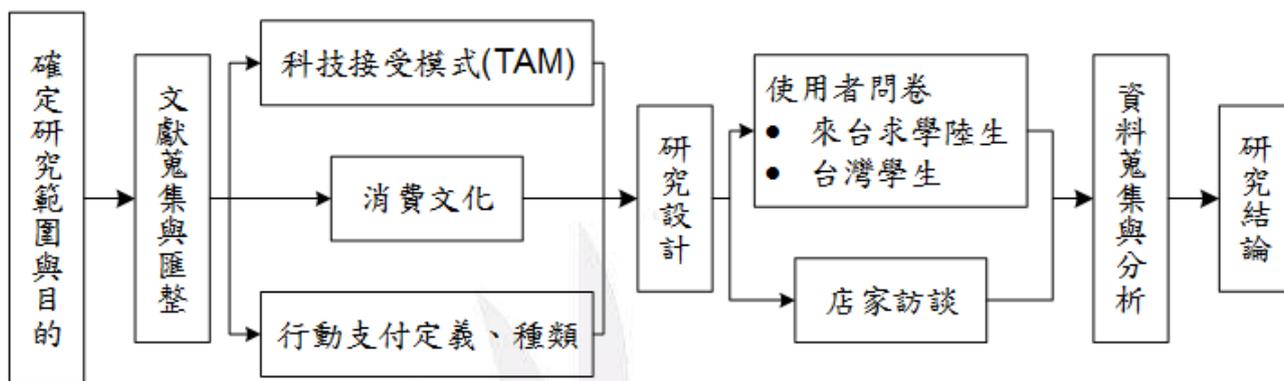


圖 12 調查與研究分析步驟

## 第二節、專題範圍

由於本研究旨在探討行動支付在兩岸之間的採用落差，因此研究對象以造訪逢甲商圈的台灣與中國大陸消費者為主，在初步調查與前測部分我們以逢甲大學的台生與陸生作為取樣的對象，進行使用者問卷調查，並對逢甲商圈的店家進行半結構式訪談，藉以驗證本研究提出的研究架構之正確性與適用性。

## 第三節、研究假說推論

知覺交易便利性和行動性支作為外部環境因素影響著知覺有用性和知覺易用性，而知覺有用和易用又影響到使用者的行為意圖，同時，個人隱私顧慮和安全顧慮作為個人行為變數影響也影響使用者的行為意圖，而行為意圖決定了使用者的採用意願。

### 隱私顧慮(Privacy Concern)：

在人類的社會生活中，隱私是一個普遍而重要的部分，大部分的國家都會立法將隱私公認為基本的人權之一。至今為止，由於電信技術的不斷進步，其中通訊訊息保密的提升包含安全性和隱私(Bellman et al., 2004),有關電子商務的研究指出，用戶對於安全性風險包含重視個人隱私可能受侵犯(Lwin et al., 2007),使用者在網路上或打電話時，若需要提供個人資訊，如：信用卡、銀行帳戶...等，此時許多使用者會對其安全程度特別關心，甚至不願意提供個人訊息(Traci B. Warrington et al., 2000),尤其行動服務會隨時隨地透過用戶的裝置接受訊息，並提供適地性和個性化的資訊提供參考，但往往未經用戶授權便追蹤該用戶資訊，因此使用行動服務的用戶擔心其隱私受侵犯(Bauer et al., 2005)

多數人對於行動支付的使用經驗不足，且使用行動支付進行交易的同時，風險也相對提升(Bauer et al., 2005),過去研究中顯示消費者對於個人隱私和安全性的問題，會增加使用者對於行動支付的不確定性

先前電子商務的研究指出隱私為使用者所重視,而行動商務無限數據的使用更經常運用及取得個人資訊(Zhang et al., 2013),我們考慮到使用行動支付服務的用戶會更加重視自己的隱私類的問題，所以我們的研究會考慮到個人隱私負向影響行動支付的使用意圖。

### 安全顧慮(Security Concern)：

在資訊系統環境中安全性通常是指未經授權的情形下受到入侵;在使用行動支付服務時，由於無限網路尚未標準化，訊息的轉化過程會比較複雜，因此在無限網路傳輸資料的過程中，訊息遭到竊改、盜用破壞等行為是有可能會發生的。因此安全性一直是行動支付服務市場難以普遍的阻礙原因之一(Pousttchi, 2003)在(Suh and Han, 2002)所認為安全議題在行動商務中是須受到重視的，一共分為五類：1.身份認證：進行網站交易時，需確認雙方身份的機制。2.隱密性：僅參與交易者才能接受到交易訊息。3.隱私權保障：確保消費者資料不外洩。4.資料完整性：資料受到保護，避免他人修改。5.不可否認性：交易完成以後，雙方無法否認曾經參與交易。從以上學者所提出的研究發現，當消費者在使用行動設備使用行動支付服務時，會擔心個人資料外洩，以及自己的財物會有損失的風險等問題，因此本研究把安全性列入影響行動支付使用意圖的因素之一。

### **行動性(Mobility)：**

行動性指能夠利用行動設備在任何時間、任何地點使用無線網路。使用者在行動服務的過程當中，最顯著的感受即是行動性，因此行動性是行動服務的最大核心特色。傳統的電子商務與行動支付相較之下，行動支付的交易是透過無線互聯網、行動計算的方式，使用戶自由使用上的價值提升。使用者可以不論在任何時間、地點，進行所需要的服務，將其空間與時間獨立開來，超越時空的限制，隨時隨地的連接到所需要的網路資訊、服務等，讓行動科技更大幅的提升工作和生活上的效率。使用者還能夠利用衛星定位技術提供的適地性資訊與服務內容，做出更準確的決策並滿足其當下的需求。(Anckar, Bill; D’Incau, Davide.2002)

由於行動服務有能在特定時間、地點提供服務的特性，再根據關於行動資訊的相關研究資料顯示，行動性是行動科技最為重要的特性。從(Schierz et al., 2010)行動支付接受度的相關研究來看，可以知道驅使消費者使用行動支付的影響因素有很多，其中最為主要的影響因素正是行動性。因此我們要透過此研究來探討，行動性對於知覺易用性是否有影響。

### **知覺交易便利 (Perceived Transaction Convenience)：**

隨著網際網路的蓬勃發展，行動設備已經逐漸成為新的生活趨勢，在台灣每4個人就有3個人使用行動裝置。行動裝置由於它的方便攜帶，改變了很多以前只能在電腦面前操作的事務，所以將便利性當做行動支付的特徵，影響消費者使用的因素之一。

知覺交易便利性指使用者使用科技系統時，所能節省的時間程度；知覺有用性是指當使用者使用該科技系統時，能感到有效的提升工作效能，亦即使用者在使用該系統後，對工作或學習上的表現期望。當使用者對科技系統所帶來的便利性重視程度改變，在採用科技系統時，對知覺有用性也會跟著改變(王子駿 2003)，可以了解到知覺交易便利性會影響知覺有用性。

知覺易用性指使用者在使用該科技系統時，主觀的認為該系統的操作容易程度。當使用者對科技系統所帶來的便利性重視程度改變，在採用科技系統時，對知覺易用性也會跟著改變(王子駿 2003)，系統越容易可以了解到知覺交易便利性會影響知覺易用性。

### **知覺有用性 (perceived usefulness)：**

知覺有用性是根據科技接受模型為基礎，被廣泛地運用在調查用戶對此技術或者資訊科技系統中。科技接收模式中，知覺有用性、知覺易用性是兩個主要的因素(Davis, 1989)。

1.知覺有用性：潛在的用戶認為使用此科技系統可以增加工作績效的程度

知覺有用性其定義為使用者相信使用此科技可以提高自身的利益，也就是使用者會不會用這個科技的時候，會考慮到這個科技能不能提身自我績效(Davis, 1989)。

### **知覺易用性 (perceived ease of use)：**

Davis et al. (1989) 指出潛在使用者主觀地認為學習某一特定的操作流程，容易使用的程度。通常容易操作、操作過程是清楚的且容易理解的，使用者會對自我表現會具有信心；但是在技術使用上，若越難操作、過於複雜或是需花許多精神學習的系統，對使用者心中將造成負擔、產生不良負面情緒、進而排斥使用。簡單來說，當使用者知覺到該創新科技智慧型

手機的資訊系統功能操作上，愈不需要花費太多的心力進行學習，則使使用者對使用該系統的態度愈正向(Davis et al., 1989; Shih, 2004)。

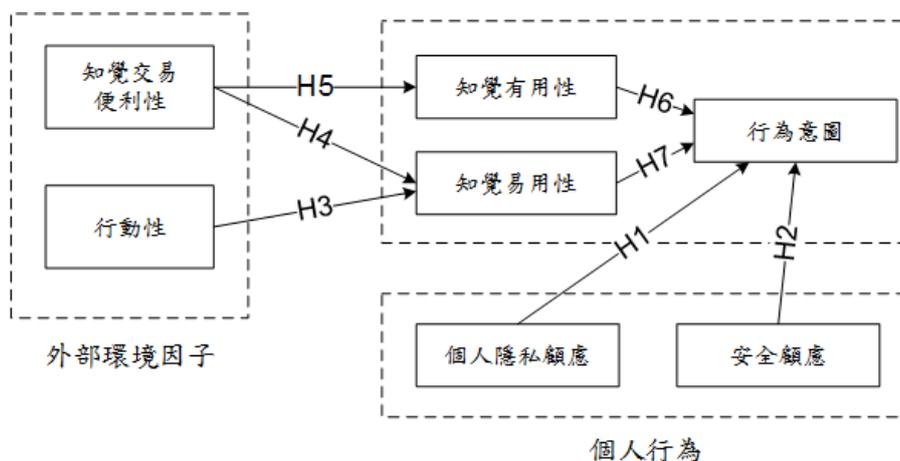


圖 13 研究架構(資料來源：本研究)

#### 1. 隱私顧慮與行為意圖之關係

由於消費者在透過使用行動支付系統時，會擔心個人資料遭外洩等風險，使用者在使用行動支付時，不確定性的風險是必須承擔的，知覺風險又包含安全性和隱私性，當使用者的知覺風險提升時，採用行動支付的行為意圖就會降低，因此知覺風險會負向影響使用者的行為意圖，也表示安全性和隱私性會負向影響使用者的行為意圖。綜合上述說明，本研究提出以下假設：

H1：隱私顧慮會負向影響使用者對行動支付的行為意圖。

#### 2. 安全顧慮與行為意圖之關係：

由於顧客使用線上交易的經驗會有差異，他們對於線上交易系統的安全有不同的期望和要求，顧客會因為擔心電子支付的安全性低而降低使用的可能性；顧客對於安全因素較為考量時候，對於行動支付的行為意圖也較低 (Ghosh & Swaminatha, 2001)。綜合上述說明，本研究提出以下假設：

H2: 安全顧慮會負向影響使用者對行動支付的行為意圖。

#### 3. 行動性與知覺易用性的關係：

Hong et al. (2008)及 Yao and Murphy (2007)等學者將行動性定義為，顧客在需要行動支付服務的時候，能隨時隨地的使用它，期望使用的便利性。Mallata et al. (2009)將行動性定義為，使用者對於行動資訊服務對使用者在時間和地點上給顧客帶來的便利。綜合上述說明，本研究提出以下假設：

H3：行動性會正向影響知覺易用性。

#### 4. 知覺交易便利性與知覺易用性之關係

知覺交易便利性為影響消費者採用的重要因素之一，可以用來衡量消費者是否採用行動

支付 (Eastin, M., (2002), "Diffusion of E-commerce: an Analysis of the Adoption of Four E-commerce Activities, "Telematics and Informatics, Vol. 19 (3), 251-267.), 當使用者在使用該行動支付時, 若是態度偏向正面, 則對此行動支付所帶來的便利性有正向的影響 (黃淑宜 (2004)。現金卡服務便利性對服務品質影響之研究, 大葉大學工業關係所研究碩士論文)。綜合上述說明, 本研究提出以下假設:

H4: 知覺交易便利性正向影響知覺易用性。

5. 知覺交易便利性與知覺有用性之關係:

使用者對科技系統所帶來的便利性重視程度越高, 在採用科技系統時, 對知覺有用性及知覺易用性會有正向的影響 (王子駿 (2003)。科技準備性與服務便利性對使用科技基礎服務影響之研究—以第三代行動通訊為例, 淡江大學企業管理學系碩士論文)。當使用者採用該科技系統時, 所需要花費的時間越少, 則知覺便利性就會越高 (Berry, L. L., Seiders, K. & Grewal, D. (2002), "Understanding Service Convenience, "Journal of Marketing, Vol. 66 (3), 1-17.), 而知覺交易便利性為影響消費者採用的重要因素, 由此可見, 知覺交易便利性正向影響知覺有用性。綜合上述說明, 本研究提出以下假設:

H5: 知覺交易便利性正向影響知覺有用性。

6. 知覺有用性與行為意圖之關係:

使用者採用科技系統的意願, 取決於科技系統有用程度的高低, 當科技系統能有效提升使用者工作時的效能, 使用者對於使用該系統的行為意圖就會跟著提升, 綜合上述說明, 本研究提出以下假設:

H6: 知覺有用性會正向影響使用者對行動支付的行為意圖。

7. 知覺易用性與行為意圖之關係:

可從 Davis (1993), Mathieson, Peacock & Chin (2001), Shih (2004) 等的研究中發現; 使用者能夠輕鬆的學會使用行動支付服務, 會對行動支付服務有較正面的感受。綜合上述說明, 本研究提出以下假設:

H7: 知覺易用性會正向影響使用者的行為意圖。

表 9 研究假設彙整

研究假設	
H1	隱私顧慮會負向影響使用者對行動支付的行為意圖
H2	安全顧慮會負向影響使用者對行動支付的行為意圖
H3	行動性會正向影響知覺易用性
H4	知覺交易便利性正向影響知覺易用性
H5	知覺交易便利性正向影響知覺有用性
H6	知覺有用性會正向影響使用者對行動支付的行為意圖
H7	知覺易用性會正向影響使用者的意圖

## 第四節、問卷設計

表 10 問卷衡量構面

構面	衡量構面	參考文獻
個人隱私顧慮	1.我會擔心使用行動支付服務會收集我的個人資料 2.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經授權就被利用 3.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權在其他途徑上被分享 4.我會擔心我的個人資料會被非授權的人(ex:駭客)利用 5.我會擔心使用行動支付時個人資訊隱私的問題 6.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權而被販售	Kim (2008) Rupak Rauniar(2014) Bonsón Ponte(2015)
安全顧慮	1.我感覺使用行動支付來付款是不安全的 2.我認為行動支付服務所提供無法保障個人隱私的安全個 3.我認為使用行動支付服務無法妥善保管我所用到相關的資訊 4.我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行帳戶資料	Yoon&Barker Steege(2013) Bonsón Ponte(2015)
知覺有用性	1.我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果 2.我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率 3.我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款 4.我認為使用行動支付服務使付款的流程更容易處理 5.我認為行動支付服務是有用的付款方式 6.我認為行動支付服務無法節省我的時間	Davis(1989) Kim et al.(2010) Zarpou et al.(2012) Tan et al.(2014)
行動性	1.我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候 (EX.手機預先完成付款) 2.我認為使用行動支付服務在時間上沒有限制 3.我認為行動支付服務在地點上沒有限制 4.我認為使用行動支付是可以代替現金的 5.我認為隨時隨地我都可以使用行動支付服務	Mallat(2007) Au and Kauffman(2008) Kim et al.(2010)
知覺交易便利性	1.使用行動支付不用花費我太多的精力 2.使用行動支付是便利的，因為它使付款變得更容易 3.在交易時我會優先選擇使用行動支付服務完成支付 4.我認為行動支付服務能使我的交易更加便利 5.相比於傳統支付方式，我相信使用行動支付服務是更為便利的	Berry et al.(2002) Collier & Sherrell(2010) Teo et al.(2015b)
行為意圖	1.我認為在未來我會使用行動支付服務 2.我未來很可能會使用行動支付服務 3.我會推薦其他人使用行動支付服務	Tan et al.(2014) Lious et al.(2015)

知覺易用性	1.我認為使用行動支付服務是容易的。 2.我認為學習如何使用行動支付是容易的。 3.我可以容易地學習到如何使用行動支付服務的功能。	Davis,F.D.,Bagozzi, R.P.,& Warshaw,P.R.(1989) Davis (1989)
-------	---	---

(資料來源：本專題整理)



## 第四章 調查結果與資料分析

為了比較台灣與陸生之間在使用行動支付時分別會受到何種影響，以及兩岸在行動支付使用體驗上的差異，我們進行了問卷訪談；另一方面，我們也訪問了逢甲的店家對於行動支付的採用意願，以及找出為何不採用的原因，希望可以藉使用者體驗的部分對服務流程進行改善，以期達到提升台灣行動支付的使用率。

### 第一節、訪談

本專題採用半結構式訪談，針對逢甲商圈的店家為何不採用行動支付進行訪談。主要對顧客、設備成本、便利性、安全性這四個構面設計訪談問題。訪談記錄見附錄。

#### 一、訪談問題

##### 便利性

- Q1.妳認為協力廠商支付的便利性如何？
- Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂
- Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

##### 安全性

- Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

##### 設備成本

- Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

##### 顧客需求：

- Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？
- Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

## 二、訪談結果彙整與分析

我們針對逢甲夜市攤販進行訪談，瞭解他們為何不採用行動支付進行結賬，主要針對便利性、安全性、設備成本、顧客需求這四個方面進行探究。

經過訪談後我們發現，行動支付的便利性對大多數店家來說，不構成太大的影響力驅使他們使用，大多數店家認為比起行動支付，現金交易是更為方便、簡易的方式，因為店員都已相當熟悉櫃台結賬程式，因此就算是尖峰時刻，店員依舊能井井有條的為顧客結賬。

安全性方面，目前大多數的店家並不會因為沒有使用過行動支付，認為行動支付使用上不安全，現在有越來越多關於行動支付的相關報導與資訊，讓店家能夠瞭解行動支付的概況，因此安全性對店家使用行動支付的影響並不大。

設備成本方面，對大多數店家而言，設備成本的高低會影響他們使用行動支付的意願，倘若使用行動支付的設備成本偏高，加上與不使用行動支付時的整體效益相差不大時，店家就會選擇不使用。

而顧客需求方面，根據訪談店家的結果可以發現，店家使用行動支付的意願，會隨著消費者需求而跟著變動，倘若有越來越多的消費者使用行動支付來付款，那麼店家就會隨著消費者的需求，跟著使用行動支付來結賬；相反的，要是目前消費者主要還是以現金或信用卡來付款，那麼店家使用行動支付的意願就不會太高。

根據訪談結果的發現，最主要影響店家使用行動支付的因素為顧客需求以及設備成本，曾經有行動支付的服務提供者找過訪談店家合作，店家也提供過行動支付的服務，但是由於顧客的使用率實在太低，因此最後決定停止提供這樣的服務。

就算設備成本再低、操作方法再便利、周圍店家都採用等，只要顧客的使用人數過低，店家就不會願意採用。因此不難看出，顧客需求和店家採用之間有著很深的關聯，反倒是便利性和安全性對店家而言，並不構成太大的影響因素，影響逢甲商圈店家使用行動支付的最主要因素還是顧客需求和設備成本。

## 第二節、問卷調查資料蒐集與分析

### 問卷資料分析

本研究問卷的主要內容分為隱私顧慮、安全顧慮、知覺有用性、行動性、知覺交易便利性、行為意圖這六個部分，採用李克特五點選項：1 表示非常不同意，2 表示不同意，3 表示普通，4 表示同意，5 表示非常同意。表 10 為台灣地區學生平均數與標準差統計表，表 11 為大陸地區學生平均數與標準差統計表。表 13 為台灣和大陸地區學生的平均數比較表。

#### 一、敘述性統計：

##### 1.敘述性統計資料分析-台灣地區學生

表 11 敘述性統計表-台灣地區學生

構面	衡量指標 (台灣)	平均數	標準差
隱私顧慮	PRI1 我會擔心使用行動支付服務會收集我的個人資料	3.75	0.887
	PRI2 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經授權就被利用	4.05	0.837
	PRI3 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權在其他途徑上被分享	3.99	0.862
	PRI4 我會擔心我的個人資料會被非授權的人 (ex:駭客) 利用	4.17	0.876
	PRI5 我會擔心使用行動支付時個人資訊隱私的問題	3.99	0.846
	PRI6 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權而被販售	4.12	0.805
安全顧慮	SEC1 我感覺使用行動支付來付款是不安全的	3.2	0.885
	SEC2 我認為行動支付服務所提供無法保障個人隱私的安全個	3.44	0.809
	SEC3 我認為使用行動支付服務無法妥善保管我所用到相關的資訊	3.25	0.871
	SEC4 我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行帳戶資料	3.63	0.941
知覺有用性	PU1 我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果	3.79	0.827
	PU2 我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率	3.88	0.838
	PU3 我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款	4	0.788
	PU4 我認為使用行動支付服務使付款的流程更容易處理	3.75	0.902

	PU5	整體而言，我認為行動支付服務是有用的付款方式	3.85	0.833
	PU6	整體而言，我認為行動支付服務無法節省我的時間	2.57	1.029
行動性	MO1	我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候（EX.手機預先完成付款）	4.09	0.701
	MO2	我認為使用行動支付服務在時間上沒有限制	3.77	0.924
	MO3	我認為行動支付服務在地點上沒有限制	3.76	1.038
	MO4	我認為使用行動支付是可以代替現金的	3.27	1.155
	MO5	我認為隨時隨地我都可以使用行動支付服務	3.48	1.018
知覺交易便利性	PTC1	在我看來，使用行動支付不用花費我太多的精力	3.76	0.714
	PTC2	在我看來，使用行動支付是便利的，因為它使付款變得更容易	3.88	0.716
	PTC3	在交易時我會優先選擇使用行動支付服務完成支付	3.07	0.935
	PTC4	我認為行動支付服務能使我的交易更加便利	3.88	0.697
	PTC5	相比於傳統的支付方式，我相信使用行動支付服務是更為便利的	3.73	0.905
行為意圖	BI1	我認為在未來我會（繼續）使用行動支付服務	3.55	0.92
	BI2	只要有機會的話，未來我會使用行動支付服務	3.66	0.873
	BI3	我未來很可能會（繼續）使用行動支付服務	3.67	0.905
	BI4	我會推薦其他人使用行動支付服務	3.37	0.897
知覺易用性	PE1	我認為使用行動支付服務是容易的。	3.91	1.038
	PE2	我認為學習如何使用行動支付是容易的	4.10	0.797
	PE3	我可以容易地學習到如何使用行動支付服務的功能	4.14	0.816

### 資料分析：台灣地區學生

- 1.在隱私顧慮部分，台灣地區學生平均數落在 3.75~4.17 之間，也就是介於同意至非常同意之間。並且針對問題：“我會擔心非授權的人（ex：駭客）使用我的個人資訊”、“我擔心行動支付業者未經同意販售我的個人資訊”平均數都在 4 以上，所以說明台灣地區學生比較擔心個人隱私被非法盜用。
- 2.在安全顧慮部分，平均數落在 3.2~3.63 之間，並且針對問題：“我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行帳戶資料”平均數最高，達到 3.63，所以台灣地區學生比較在意行動支付是否會影響到個人的銀行帳戶的問題。
- 3.在知覺有用性方面，平均數落在 2.57~4.0 之間，其中最高平均為 4 的題目：“我認為使用行動支付服務更容易進行付款”說明台灣學生普遍都認為行動支付可以讓付款更容易進行。
- 4.在行動性方面，平均數落在 3.27~4.09 之間，其中最高平均 4.09 的題目：“我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候”說明瞭台灣地區學生認為行動支付可以節省排隊時間的同意度一般。

- 5.在知覺交易便利性方面，平均數落在 3.07~3.88 之間，台灣學生大部分人都認為行動支付便利性普通，特別是相較於傳統的現金支付方面，沒有特別的便利。
- 6.在行為意圖方面，平均數在 3.37~3.67 之間，說明台灣地區學生未來使用行動支付的意願沒有很高，並且沒有很願意推薦身邊的朋友去使用行動支付。
7. 在知覺易用性方面，平均數落在 4.27~4.35，說明大陸地區學生對於行動支付易用性的認同度高，對於問題：“對我而言，學習如何使用行動支付是容易的。”的平均數達到了 4.35，表明同意行動支付的知覺易用性。



2.敘述性統計資料分析-大陸地區學生

表 12 敘述性統計表-大陸地區學生

構面	衡量指標 (陸生)	平均數	標準差	
隱私顧慮	PRI1	我會擔心使用行動支付服務會收集我的個人資料	3.4	0.973
	PRI2	我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經授權就被利用	3.81	1.062
	PRI3	我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權在其他途徑上被分享	3.88	1.065
	PRI4	我會擔心我的個人資料會被非授權的人 (ex:駭客) 利用	3.97	1.115
	PRI5	我會擔心使用行動支付時個人資訊隱私的問題	3.69	1.013
	PRI6	我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權而被販售	4.01	1.072
安全顧慮	SEC1	我感覺使用行動支付來付款是不安全的	2.24	0.898
	SEC2	我認為行動支付服務所提供無法保障個人隱私的安全個	2.73	0.875
	SEC3	我認為使用行動支付服務無法妥善保管我所用到相關的資訊	2.88	0.944
	SEC4	我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行賬戶資料	3.11	0.981
知覺有用性	PU1	我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果	4.45	0.664
	PU2	我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率	4.61	0.655
	PU3	我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款	4.56	0.663
	PU4	我認為使用行動支付服務使付款的流程更容易處理	4.45	0.684
	PU5	整體而言，我認為行動支付服務是有用的付款方式	4.51	0.705
	PU6	整體而言，我認為行動支付服務無法節省我的時間	2.31	1.355
行動性	MO1	我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候 (EX.手機預先完成付款)	4.37	0.767
	MO2	我認為使用行動支付服務在時間上沒有限制	4.07	0.844
	MO3	我認為行動支付服務在地點上沒有限制	4.44	0.683
	MO4	我認為使用行動支付是可以代替現金的	4.09	1.117
	MO5	我認為隨時隨地我都可以使用行動支付服務	4.16	1.079
知覺交易便利性	PTC1	在我看來，使用行動支付不用花費我太多的精力	4.21	0.759
	PTC2	在我看來，使用行動支付是便利的，因為它使付款變得更容易	4.49	0.645
	PTC3	在交易時我會優先選擇使用行動支付服務完成支付	4.33	0.859
	PTC4	我認為行動支付服務能使我的交易更加便利	4.51	0.742
	PTC5	相比於傳統的支付方式，我相信使用行動支付服務是更為便利的	4.51	0.705

行為意圖	BI1	我認為在未來我會（繼續）使用行動支付服務	4.48	0.723
	BI2	只要有機會的話，未來我會使用行動支付服務	4.34	0.855
	BI3	我未來很可能會（繼續）使用行動支付服務	4.55	0.622
	BI4	我會推薦其他人使用行動支付服務	4.48	0.665
知覺易用性	PE1	我認為使用行動支付服務是容易的。	4.29	0.844
	PE2	我認為學習如何使用行動支付是容易的	4.35	0.848
	PE3	我可以容易地學習到如何使用行動支付服務的功能	4.31	1.026

### 資料分析：大陸地區學生

- 1.隱私顧慮方面，平均數落在 3.4~4.01 之間，平均數最高的題目：“我擔心行動支付業者未經同意販售我的個人資訊”平均數為 4.01，表明了大陸地區學生在意業者未經過同意就販售我的隱私並且從中獲取利益。
- 2.在安全性方面，平均數落在 2.24~3.11 之間，大陸地區學生普遍不同意行動支付存在太大的安全隱患，但是擔心個人的帳戶被盜用。
- 3.在知覺有用性方面平均數落在 4.45~4.6 之間，說明大陸地區學生普遍非常同意行動支付是有用的，並且可以提高日常付款的效率。
- 4.在行動性方面，平均數落在 4.07~4.44 之間，表明大陸地區學生普遍認為行動支付是可以代替現金，並且沒有地點和時間的限制而隨時隨地使用行動支付的。
- 5.在知覺交易便利性方面，平均數落在 4.21~4.51，說明大陸地區學生對於行動支付便利性的認同度高，對於問題：“我認為行動支付服務會使我在交易時更便利”、“相比於傳統的支付方式，我相信使用行動支付服務是便利的”的平均數達到了 4.51，也就是非常同意行動支付的便利性。
- 6.在行為意圖方面，平均數落在 4.34~4.55 之間，總體來看，大部分的大陸地區學生未來都會考慮使用行動支付，或者繼續使用行動支付。
- 7.在知覺易用性方面，平均數落在 4.27~4.35，說明大陸地區學生對於行動支付易用性的認同度高，對於問題：“對我而言，學習如何使用行動支付是容易的。”的平均數達到了 4.35，表明同意行動支付的知覺易用性。

3.敘述性統計資料分析-台灣地區學生和大陸地區學生平均數對比

表 13 台灣地區學生和大陸地區學生平均數對比

構面	衡量指標 (陸生 VS 台生)	台生	陸生
隱私顧慮	PRI1 我會擔心使用行動支付服務會收集我的個人資料	3.75	3.4
	PRI2 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經授權就被利用	4.05	3.81
	PRI3 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權在其他途徑上被分享	3.99	3.88
	PRI4 我會擔心我的個人資料會被非授權的人 (ex:駭客) 利用	4.17	3.97
	PRI5 我會擔心使用行動支付時個人資訊隱私的問題	3.99	3.69
	PRI6 我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權而被販售	4.12	4.01
安全顧慮	SEC1 我感覺使用行動支付來付款是不安全的	3.2	2.24
	SEC2 我認為行動支付服務所提供無法保障個人隱私的安全個	3.44	2.73
	SEC3 我認為使用行動支付服務無法妥善保管我所用到相關的資訊	3.25	2.88
	SEC4 我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行帳戶資料	3.63	3.11
知覺有用性	PU1 我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果	3.79	4.45
	PU2 我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率	3.88	4.61
	PU3 我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款	4	4.56
	PU4 我認為使用行動支付服務使付款的流程更容易處理	3.75	4.45
	PU5 整體而言，我認為行動支付服務是有用的付款方式	3.85	4.51
	PU6 整體而言，我認為行動支付服務無法節省我的時間	2.57	2.31
行動性	MO1 我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候 (EX.手機預先完成付款)	4.09	4.37
	MO2 我認為使用行動支付服務在時間上沒有限制	3.77	4.07
	MO3 我認為行動支付服務在地點上沒有限制	3.76	4.44
	MO4 我認為使用行動支付是可以代替現金的	3.27	4.09
	MO5 我認為隨時隨地我都可以使用行動支付服務	3.48	4.16
知覺交易便利性	PTC1 在我看來，使用行動支付不用花費我太多的精力	3.76	4.21
	PTC2 在我看來，使用行動支付是便利的，因為它使付款變得更容易	3.88	4.49
	PTC3 在交易時我會優先選擇使用行動支付服務完成支付	3.07	4.33
	PTC4 我認為行動支付服務能使我的交易更加便利	3.88	4.51
	PTC5 在我看來，使用行動支付不用花費我太多的精力	3.73	4.51
行為意圖	BI1 我認為在未來我會 (繼續) 使用行動支付服務	3.55	4.48
	BI2 只要有機會的話，未來我會使用行動支付服務	3.66	4.34
	BI3 我未來很可能會 (繼續) 使用行動支付服務	3.67	4.55
	BI4 我會推薦其他人使用行動支付服務	3.37	4.48

知覺易用性	PE1	我認為使用行動支付服務是容易的。	3.91	4.29
	PE2	我認為學習如何使用行動支付是容易的	4.10	4.35
	PE3	我可以容易地學習到如何使用行動支付服務的功能	4.14	4.27

### 資料分析：台灣地區學生和大陸地區學生資料對比

1. 隱私顧慮方面，台灣學生的平均數略高於大陸學生，並且兩方都比較在意個人資料外洩的問題。
2. 安全顧慮方面，台灣學生對行動支付的安全比大陸學生更擔憂，特別是第一題：“我感覺使用行動支付來付款是不安全的”，台灣學生的平均數為 3.2，而陸生的平均為 2.24。所以台灣學生對於行動支付的安全問題有所顧慮。
3. 知覺有用性方面，陸生大部分同意行動支付可以改善付款效率，使付款更容易進行。而台灣學生對於第 3 題：“我認為使用行動支付服務更容易進行付款”平均為 4，但是第 1、2 題：“我認為使用行動支付服務可以改善付款的效果”、“我認為使用行動支付服務可以提高日常付款效率”，平均只有 3.79 和 3.88。所以他們認為行動支付可以更容易付款但是並不能很好的改善效率和效果。
4. 行動性方面，台灣學生和大陸學生在第一題：“我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候”都同意可以省去排隊時間。但是台灣學生對於可以代替現金的平均數只有 3.27，而大陸學生平均數則為 4.09。
5. 在知覺簡易便利性方面，大陸學生普遍認為行動支付是便利的，使付款變得更容易。每一題平均數都在 4.2 以上，而台灣地區學生每一題平均數都低於 4，所以台灣學生認為行動支付便利性普通。
6. 在行為意圖方面，台灣地區學生未來或者繼續使用行動支付得分都低於 4。對於像其他人都推薦使用行動支付的意願也只有普通到同意之間，而大陸在行為意圖方面的平均數都高於 4.3，他們未來使用行動支付意願很高。
7. 在知覺易用性方面，平均數落在 3.91~4.14，說明大陸地區學生對於行動支付易用性的認同度高，對於問題：“對我而言，我可以容易地學習到如何使用行動支付服務的功能。”的平均數達到了 4.35，表明同意行動支付的知覺易用性。

### 小結：

從以上對比的表格可以看出臺灣學生在安全和個人隱私顧慮方面比大陸地區學生更擔心，而在便利性和有用性方面，台灣學生的普遍沒有大陸地區學生認為行動支付那麼方便和有用，最後在行為意圖，大部分台灣學生對於未來使用意圖持普通意見，未來使用意圖不高，而大陸地區學生卻非常願意開始或者繼續使用行動支付。

表 14 問卷比較表格

	台灣	大陸
1.隱私顧慮方面	台灣學生的平均數為 4.01 並且比較在意個人資料外洩的問題。	大陸學生的平均數為 3.79 並且像較與台灣學生，比較不在意隱私問題。
2.安全顧慮方面	安全顧慮方面，台灣學生的平均數為 3.38 台灣學生更擔憂安全問題，特別是第一題：“我感覺使用行動支付來付款是不安全的”，台灣學生的平均數為 3.2，所以台灣學生對於行動支付的安全問題有所顧慮。	安全顧慮方面，大陸學生的平均數為 2.74，相對來說陸生比較不擔心安全問題，特別是第一題：“我感覺使用行動支付來付款是不安全的”，陸生的平均為 2.24。所以陸生對安全顧慮較低。
3.知覺有用性方面	知覺有用性方面，台灣學生的平均數為 3.64，台灣學生對於第 3 題：“我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款”平均為 4，但是第 1、2 題：“我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果”、“我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率”，平均只有 3.79 和 3.88。所以他們認為行動支付可以更容易付款但是並不能很好的改善效率和效果。	知覺有用性方面，大陸學生的平均數為 4.14，陸生大部分同意行動支付可以改善付款效率，使付款更容易進行。對於第 3 題：“我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款”平均為 4.56，但是第 1、2 題：“我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果”、“我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率”，平均只有 4.45 和 4.61。所以陸生認為行動支付能更容易付款並且可以也可以加快效率
4.行動性方面	行動性方面，台灣學生的平均數為 3.67，行動性方面，台灣學生在第一題：“我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候”都同意可以省去排隊時間。但是台灣學生對於可以代替現金的平均數只有 3.27	行動性方面，大陸學生的平均數為 4.23，大陸學生在第一題：“我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候”都同意可以省去排隊時間。對於可以代替現金的平均數只有 4.09
5.知覺交易便利性方面	知覺便利方面，台灣學生的平均數為 3.65 而台灣地區學生每一題平均數都低於 4，所以台灣學生認為行動支付便利性普通。	知覺便利方面，大陸學生的平均數為 4.41 大陸學生普遍認為行動支付是便利的，使付款變得更容易。並且每一題平均數都在 4.2 以上。
6.行為意圖方面	行為意圖方面，台灣學生的平均數為 3.56 台灣地區學生未來或者繼續使用行動支付得分都低於 4。對於像其他人都推薦使用行動支付的意願也只有普通到同意之間，	知覺便利方面，大陸學生的平均數為 4.46 而大陸在行為意圖方面的平均數都高於 4.3，他們未來使用行動支付意願很高。
7.知覺易用性方面	知覺易用性方面，臺灣學生的平均數為 4.05，對於知覺易用性較高，但低於大陸學生的平均。	知覺便利方面，大陸學生的平均數為 4.3，高於臺灣學生，很同意行動支付的易用性。

(資料來源：本專題整理)

## 二、研究假設與驗證

表 15 研究假設檢定

研究假設		關係	t 值	結果
H1	隱私顧慮→行為意圖	-	0.284	不支持
H2	安全顧慮→行為意圖	-	4.065	支持
H3	行動性→知覺易用性	+	0.409	不支持
H4	知覺交易便利性→知覺易用性	+	0.124	支持
H5	知覺交易便利性→知覺有用性	+	14.264	支持
H6	知覺有用性→行為意圖	+	15.550	支持
H7	知覺易用性→行為意圖	+	1.089	支持

研究假設大部分獲得支持，其說明如下：

- 1.原『隱私顧慮』對『行為意圖』假設並未獲得支持，顯示使用過行動支付服務的受訪者對於隱私性的顧慮並不會影響其使用行動支付，而是會受其他因素影響而不使用行動支付。
- 2.原『安全顧慮』對『行為意圖』獲得支持，顯示受訪消費者會因為對安全性的顧慮影響其使用行動支付。
- 3.原『行動性』對『行為意圖』假設並未獲得支持，顯示使用過行動支付服務的受訪者對於其行動性並不會影響其使用行動支付，而是會受其他因素影響而不使用行動支付。
- 4.原『知覺交易便利性』對『知覺易用性』獲得支持，顯示知覺交易便利性對知覺易用性有正向影響，這表明消費者覺得行動支付便於交易會提升其知覺易用性。
- 5.『知覺交易便利』對『有用性』獲得支持，顯示知覺交易便利性對有用性有正向影響，這表明消費者會因為覺得行動支付便於交易而提升其有用性。
- 6.『知覺有用性』對『行為意圖』獲得支持，顯示受訪消費者認為行動支付服務會對他們的日常消費有所幫助，因此消費者使用行動支付服務的意願也會提升。
- 7.『知覺易用性』對『行為意圖』獲得支持，顯示受訪消費者的知覺易用性對其行為意圖有正向影響，消費者對行動支付的知覺易用性認可度越高，其使用行動支付服務的可能性也越高。

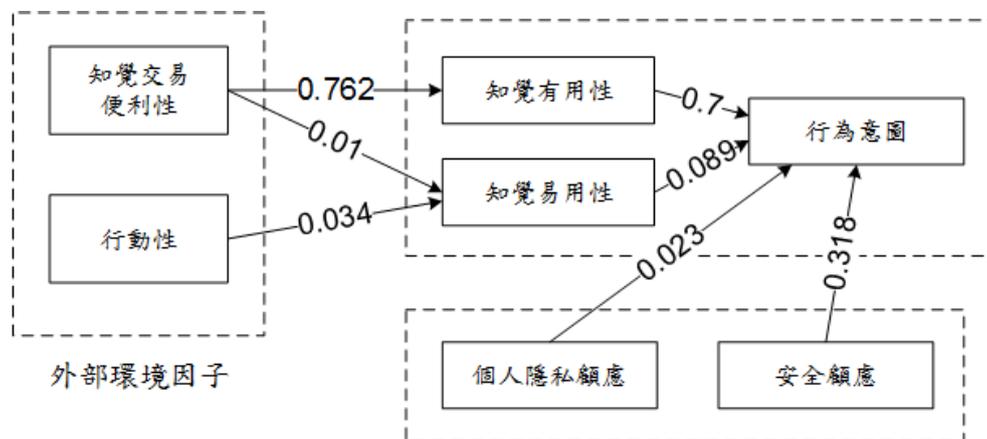


圖 14 研究架構之路徑係數圖

## 第五章、討論與建議

### 第一節、調查發現與討論

本專題主要在探討台灣與中國大陸關於行動支付採用上的落差，我們從行動支付的政府政策、消費機制以及消費文化開始著手，透過蒐集文獻資料以及問卷、訪談的方式，研究這些因素如何影響行動支付的發展，導致台灣與大陸行動支付的落差，以及這些因素與行動支付之間的連結。

逢甲商圈的範圍相當廣泛，周邊涵蓋了學區、社區、公司行號等，平日學生、上班族等附近人口會前往逢甲商圈消費，也因為逢甲商圈是著名的觀光景點，因此假日更會有許多觀光客到逢甲商圈觀光，從這裡不難看出逢甲商圈擁有極為廣大的商機。再從台灣智慧型手機普及率來看，可以瞭解到目前台灣智慧型手機普及狀況處於成熟階段，也就是幾乎人人都有一台智慧型手機，這個結果對於行動支付而言是相當有助於推廣的，持智慧型手機的消費者，只要下載一個 APP 就能使用行動支付來付款，不需要再另外使用其他硬體、軟體設備，因此要是逢甲商圈能巧妙地與行動支付結合，便能節省相當的結賬程式，為逢甲商圈創造更龐大的商機。

既然台灣有這麼好的市場推行行動支付，為何台灣的行動支付卻會發展的不健全，反觀中國大陸的行動支付，起步時間要比台灣稍微晚了些，但現在卻發展得要比台灣健全、使用率要比台灣來的高許多，根據所蒐集到的文獻發現，造成這樣的落差有很大部分的因素，源自於兩岸行動支付相關法規的差異所致。台灣過去行動支付推行過程經常受到諸多限制，也曾有服務提供者因此離開台灣的市場，但近年由於政府受到許多業者以及時代趨勢影響之下，逐漸鬆綁金融法規的限制，2013 年頒布《電子票證發行管理條例》，2015 年頒布《電子支付機構管理條例》，是針對要從事網路儲存支付的非金融業者進行的管制。但就算台灣金融法規已有逐漸鬆綁的趨勢，對行動支付來說還是有許多限制，發展空間依舊不足，也還不夠自由，因此造成台灣行動支付在發展上還不成熟。

接著再從服務提供者以及使用者的角度來看，發現台灣與大陸的服務提供者間也存在著差異，兩岸都有許多不管是銀行或非金融業者推出的行動支付，大陸最主要的行動支付為支付寶，透過對支付寶的資料蒐集，可以瞭解到支付寶的平臺上提供不只一種的服務，除了有轉賬的功能、行動支付，支付寶更與生活作結合，使用者可以直接透過支付寶的 APP，進行生活上的繳費動作，讓生活增添更多便利性。再回來研究台灣的行動支付服務提供者，我們發現台灣能提供整合性服務的服務提供者並不像大陸地區來的多，很多服務提供者所提供的服務不像支付寶那樣來的全面，大部分的 APP 沒辦法一次涵蓋轉賬、行動支付以及結合城市生活的功能，進而導致兩岸行動支付發展上的差異。而根據科技接受模式，影響消費者採用科技系統行為意圖的兩個重要因素為知覺有用性與知覺易用性，從學者提出的研究資料，我們也發現除了知覺有用性和知覺易用性之外，隱私顧慮、安全顧慮、行動性以及知覺交易便利也都是影響使用者使用意圖的重要因素。其中台灣的大多數使用者（消費者）對隱私、安全的顧慮，會影響到他們對科技系統的信任程度，當使用者使用行動支付時，擔心自己的個人資料遭外洩，認為使用行動支付是不安全的同時，使用者對行動支付的信任程度就會降低。

從研究顯示看來，台灣的消費者對於個人隱私和安全性的問題，會增加他們對於行動支付的不確定性，當今仍有許多軟體在使用上，需要提供個人資料才能進行使用，此時使用者就會對其產生隱私及安全上的疑慮，深怕個資因此遭業者外洩或遭駭客盜用等，信任程度就會大幅下降，使用者的信任程度降低，進而影響到使用意願也跟著降低，這也是為何行動支付在台灣不盛行的因素之一，因為台灣的消費者認為，台灣多數行動支付的安全機制還不夠完善，使用上仍有極大的疑慮存在，反觀大陸的微信支付，安全機制方面上，提供了整套的安全機制與手段保護消費者的權益，包括硬體鎖、支付密碼驗證、終端異常判斷、交易異常即時監控、交易緊急凍結等，如此全方位的安全保護，增加使用者對系統的信任程度，加上問卷結果顯示，大陸地區的使用者比較不擔心使用行動支付會不安全，因此在信任程度高的情況之下，要改變他們原有的消費習慣使比較容易的。由此可見，由於台灣消費者對行動支付的信任程度不高，進而影響台灣行動支付的使用率不高，導致了台灣與大陸行動支付採用上的落差。

除了以上提過的幾項因素外，消費者的消費文化也是造成台灣與大陸行動支付落差的一個重要因素。消費者付款的方式能透過現金、信用卡、預付卡、行動支付等其他付款工具，以目前台灣來說，主要以現金以及信用卡付款居多，而現金付款所佔的比例最高，其次為信用卡。台灣的消費者主要以現金來付款，是因為大多數時候在消費上為小額消費，加上目前仍有不收信用卡的店家存在，例如傳統早餐店、手搖飲料店、小吃店、路邊攤販等，因此在消費上為使用現金付款較為方便。而信用卡早期申辦需要經過重重的規定，必須具備一定地位的人士才能申請通過，但後來申辦信用卡的限制逐漸開放，現在想申辦信用卡只需要一些基本資料以及具備最低繳款能力，就能成功申請到信用卡，加上目前許多信用卡業者為了吸引民眾辦卡，提供累積紅利點數、與合作商家優惠、每月刷卡回饋金等五花八門的促銷方案，造就了今日人人都有信用卡的景象，導致台灣的消費文化主要還是依賴現金與信用卡。反觀大陸地區的消費文化，由於支付寶等行動支付發展的很健全，可以說是結合了個人資產管理、網購清單管理、理財服務等服務於一體的行動電子錢包，完全取代了銀行卡的功能，加上全機制非常完善，消費者在使用上非常有保障，因此大陸目前有越來越多的消費者選擇使用行動支付來付款，造就了以行動支付為主要付款工具的消費文化。從兩岸消費文化上，不難看出之間的差異，台灣主要還是以傳統的現金以及信用卡來付款，而大陸則以較進步的行動支付為主要付款工具，因為兩岸消費文化上這樣的不同，導致目前台灣與大陸行動支付發展上的落差。

總結來說，根據所有蒐集到的文獻資料以及問卷、訪談結果，可以幫助我們瞭解台灣與大陸行動支付之所以產生落差，歸因於兩岸行動支付的政府政策、服務提供者、使用者以及消費文化上的不同。台灣的消費文化難以改變，是由於目前使用行動支付的店家以及消費者不多；而造成消費者與店家使用率不高的因素，又是因為行動支付尚未發展完全，導致使用者信任程度低落，進而影響到使用者的使用率；而造成行動支付發展不完全，又是牽制於法律法規的限制，造成台灣行動支付發展沒辦法像大陸來的完善，可見影響台灣與大陸行動支付發展的各項因素之間，是環環相扣、互相影響著彼此的，也能看出上述這幾項因素與兩岸行動支付發展上有著很深的關聯。

## 第二節、採用

根據問卷調查的結果，與大陸學生相比，台灣的學生認為行動支付更容易進行付款，但是在付款效率方面並沒有那麼高，而且台灣學生比較不覺得行動支付可以代替現金，未來使用的意願也沒有很高，所以我們後來又進行店家訪談，我們想了解店家為何不採用行動支付，經過一系列的訪談後，我們了解到，因為店家認為目前消費者對於行動支付的使用率低且使用意願也不高，但是店家有提到若是在未來消費者的使用意願提高，那麼店家會願意使用行動之付以供消費者使用，所以我們改善了服務模式，將服務模式簡化，讓消費者容易使用，也提供了多種功能的服務，進而提高消費者使用的普及率，因此店家也會提高使用意願，藉此創造店家及消費者雙贏的局面，讓台灣的行動支付蓬勃發展。



## 一、案例情境、服務藍圖、服務流程

### 案例情境：早餐

白白早八的課每次都會因為排隊人潮過多來不及買自己喜歡吃的那家早餐，在知道了可以用 APP 預定點餐後，白白都會在前一天晚上在 APP 上確定好店家，然後選好餐點，在線上完成付款，這樣隔天早上，只要向早餐店出示訂單資訊，就可以輕鬆省去排隊的時間直接取餐後去上課了。

表 16 服務藍圖：早餐

顧客行為 資訊分割線	進入行動支付 APP	進行點餐	結賬	選取點餐時間	取餐
前場接觸 可視度分割線	APP 商城提供下載	訂單信息記錄	手機 APP 支付收款確認	確認取餐時間	將餐點交到顧客手中
後場接觸 內部互動分割線	APP 架構、信息傳輸	接受訂單資訊	確認訂單、早餐製作	匯總、分類取餐時間和訂單	
支援		APP 商城		行動支付 APP	

(資料來源：本專題研究整理)

### 服務流程：早餐

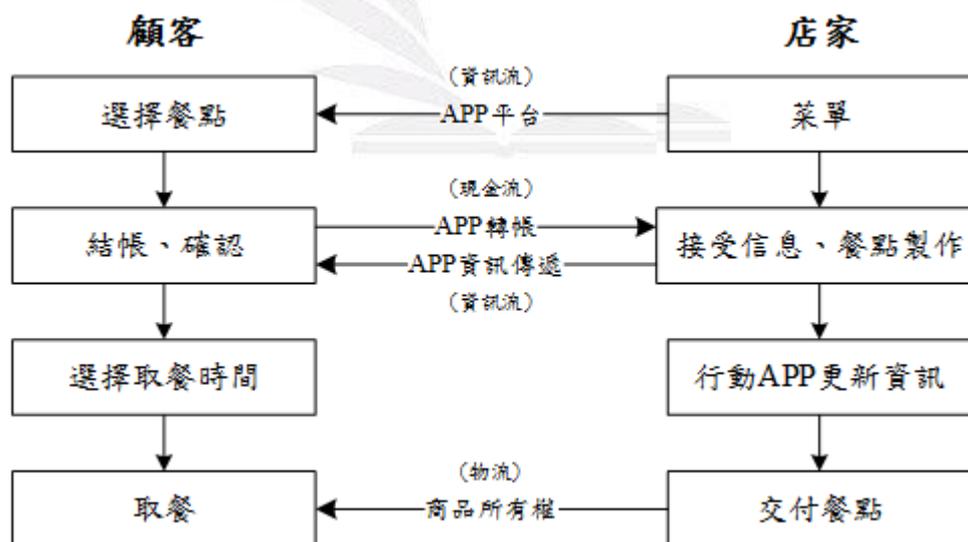


圖 15 服務流程：早餐 (資料來源：本專題研究整理)

### 案例情境：午餐

某個假日，白白和她的室友們睡懶覺睡到中午才起來。四個人都懶得出門買午餐，於是打開外送 APP，填好送餐地址以及聯繫人之後開始瀏覽商家，看看都有什麼好吃的，評價如何，確定好之後在線上完成付款，等待餐點送達。過了沒多久，接到外送員的電話下樓取餐，愉快的享用午餐。

表 17 服務藍圖：午餐

顧客行為 資訊分割線	進入行動支付 APP	查詢餐廳評價	線上挑選、點餐	結賬	等待送達	評價
前場接觸 可視度分割線	APP 商城提供下載	APP 提供數據	訂單信息輸入	手機 APP 付款確認	外送人員送達取餐地點	APP 提供評價的相關資訊
後場接觸 內部互動分割線	APP 架構、信息傳輸	提供相關餐廳評價		收到訂單資訊並製作		
支援	APP 商城		行動支付 APP、餐廳廚房		餐廳資訊平臺、行動支付 APP	

(資料來源：本專題研究整理)

### 服務流程：午餐

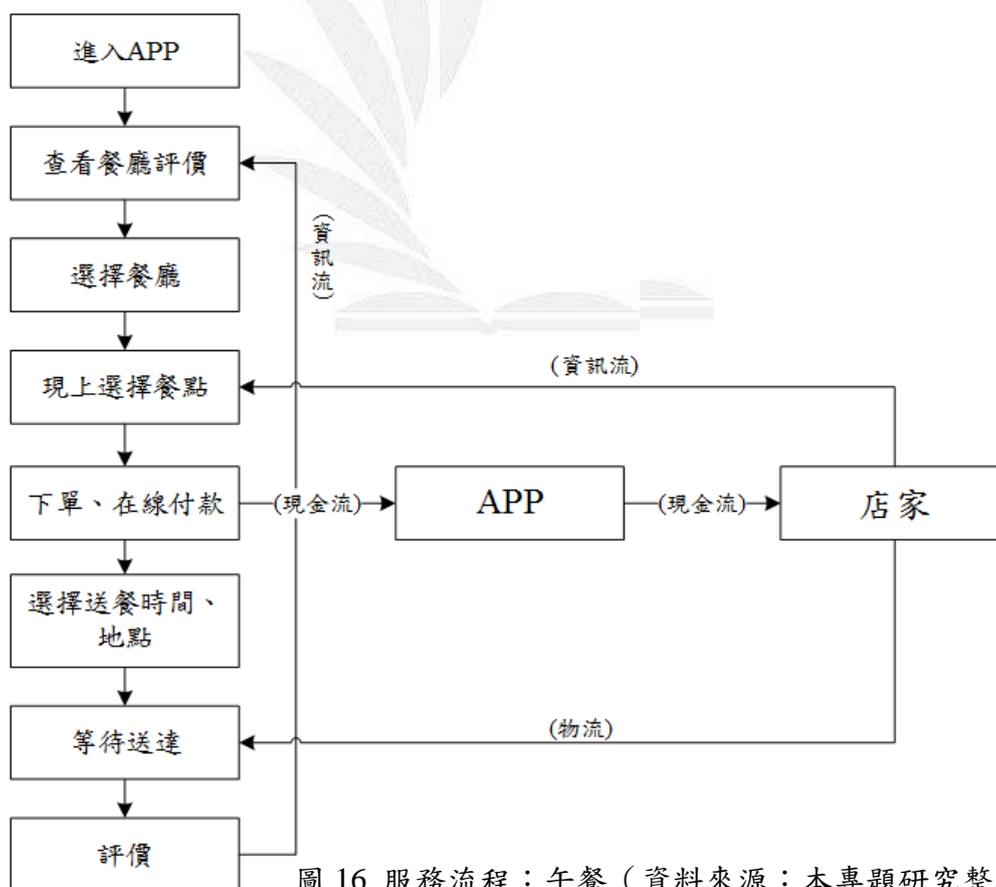


圖 16 服務流程：午餐 (資料來源：本專題研究整理)

### 案例情境：夜市

某天佑佑和好好下課回到宿舍後發現肚子餓，於是決定出門去買晚餐吃，但是他們並不知道晚餐該吃什麼好，這時佑佑提出了意見到逢甲夜市購買他們的晚餐，在前往逢甲夜市之前，他們先用手機到逢甲夜市 APP 上查看攤販資訊，看看有沒有哪家攤販最近有優惠的活動，以及攤販的菜單和地址。之後決定先利用 APP 進行線上預約選購餐點，以及線上付款，以節省等待餐點的時間。完成付款後佑佑和好好就前往他們選購的攤販，到了攤販後，先和服務人員確認他們的訂單，拿取餐點後，最後再到 APP 對攤販進行評論，以完成所有的程序。

表 18 服務藍圖：夜市

顧客行為 資訊分割線	打開 APP 查看逢甲夜市攤販信息	查詢有優惠的攤販餐單以及地址	在線預約選購	線上結賬	到達攤位	拿取餐點	評價
前場接觸 可視度分割線	APP 商城提供下載	APP 提供攤販資訊	訂單信息輸入	手機 APP 付款確認	服務人員接待、確認訂單	服務人員送上餐點	APP 提供評價的相關資訊
後場接觸 內部互動分割線	APP 架構、信息傳輸提供相關餐廳評價		收到訂單資訊並製作				
支援	APP 商城			行動支付 APP、後台製作	行動支付 APP		

(資料來源：本專題研究整理)

### 服務流程：夜市

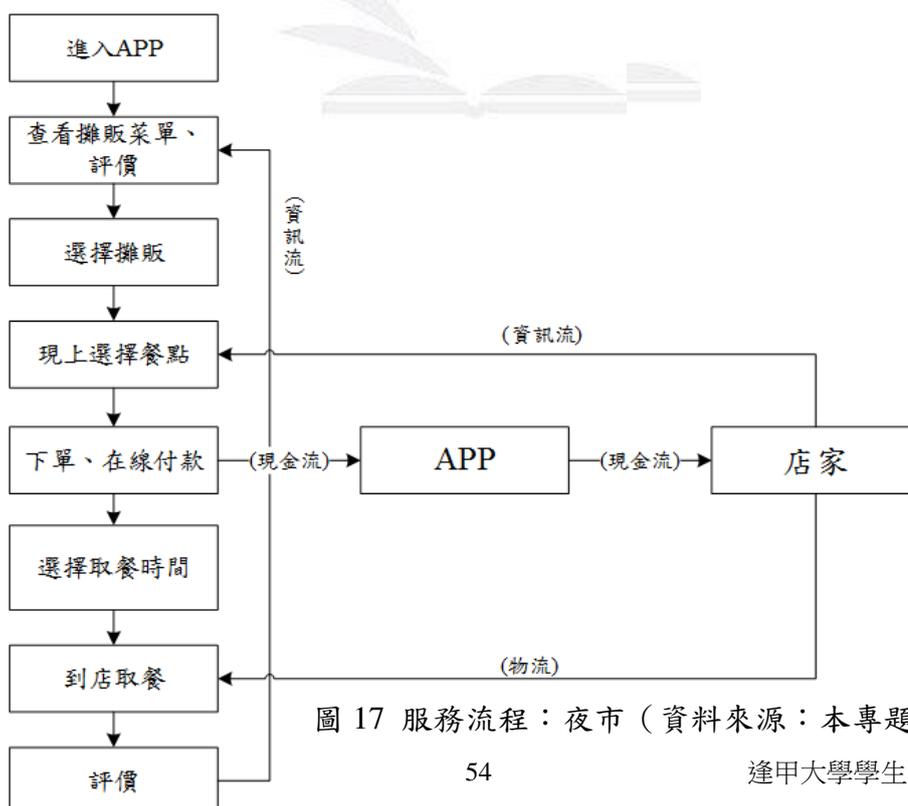


圖 17 服務流程：夜市 (資料來源：本專題研究整理)

### 案例情境：超商、一般商店

某天佑佑和好好想趁著午後閒暇的時間，上網找電影來看，在這之前他們想到附近超商買零食來吃，這樣看電影的時候就不會感到無聊。當他們挑選好想買的零食到結賬台準備結賬時，佑佑和好好才發現他們帶的零錢不夠買他們挑選的零食，於是他們只好決定使用 APP 進行付款。在店員用條碼機刷完商品後，佑佑先進入 APP 介面，再打開行動 APP 條碼，讓店員掃描佑佑的 APP 條碼，之後就能進行付款，在確認付款完成後，佑佑和好好就拿著他們的零食離開了超商。

表 19 服務藍圖：超商、一般商店

顧客行為 資訊分割線	挑選所需商品至 結賬區	進入 APP	打開 APP 條碼	確認付款
前場接觸 可視度分割線	用條碼機刷所選 商品	APP 商城提供下 載	輸入金額並掃描 顧客 APP 上的條 碼	打包商品
後場接觸 內部互動分割線	POS 機統計金額	APP 架構、信息 傳輸	自動扣取款項	
支援	POS 系統	APP 商城	行動支付 APP、POS 系統	

(資料來源：本專題研究整理)

### 服務流程：超商、一般商店

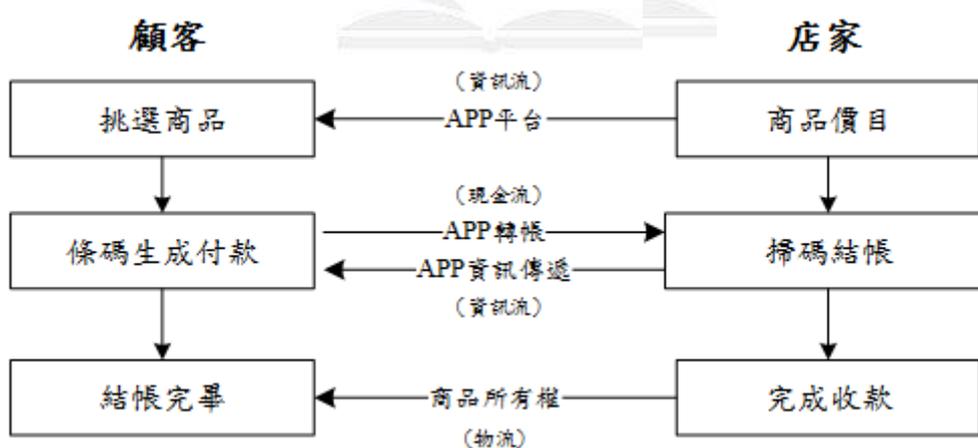


圖 18 服務流程：超商、一般商店 (資料來源：本專題研究整理)

### 案例情境：販賣機

某天佑佑和好好在上學的途中，好好突然感覺到口渴想買飲料來解解渴，但由於買手搖飲料需要耗費時間等待，因此佑佑和好好決定順路到教室旁的販賣機買飲料。佑佑和好好走到了販賣機前，開始挑選要喝什麼飲料，挑選完畢後就按下販賣機的按鈕及確認鍵。此時，好好翻了翻書包，才發現自己急著出門而忘了帶錢包，在不知該如何是好的同時，佑佑提出了可以使用行動支付來付款的建議，於是佑佑打開了行動支付 APP，掃了一下所選商品的付款 QR CODE，接著輸入付款密碼完成了付款，飲料就從販賣機出口掉了出來，佑佑和好好就從販賣機取出飲料，完成在販賣機使用行動支付的整個程式。

表 20 服務藍圖：販賣機

顧客行為 <b>資訊分割線</b>	挑選販賣機飲料	打開行動支付 APP	掃描 Q&R CODE 付款	輸入付款密碼	拿取飲料
前場接觸 <b>可視度分割線</b>	販賣機選購介面	APP 商城提供下載	顯示所選商品的 Q&R CODE 碼		飲料從販賣機出口掉落
後場接觸 <b>內部互動分割線</b>	APP 架構、信息傳輸		將購買諮詢與付款資訊轉成 Q&R CODE		
支援	APP 商城	行動支付 APP			販賣機

(資料來源：本專題研究整理)

### 服務流程：販賣機

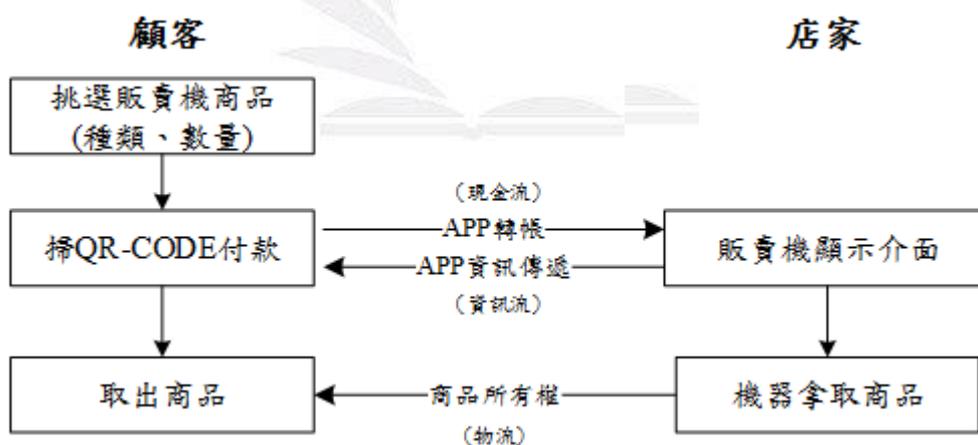


圖 19 服務流程：販賣機 (資料來源：本專題研究整理)

### 第三節、建議

政策與法律法規：有關於協力廠商支付的相關法規在近期才剛剛通過，台灣政府應該推行更多的相關政策來支持協力廠商支付的推廣和發展，以此來讓行動支付服務更為普及，這樣就能使民眾瞭解到行動支付服務的便捷性來逐漸改變他們以往的消費模式。台灣政府也需要通過推廣行動支付來打破銀行之間的壁壘、解除信用卡支付方式對市場的壟斷。因為行動支付平臺和許多銀行有合作關係，用戶的任一銀行卡都可在此平臺上都可以進行交易，簡化了交易過程，這就能大大簡化消費者的支付過程，例如可以免去要使用多張銀行卡才能支付大金額物品的麻煩，給消費者更好的消費體驗。同時，台灣政府也要健全市場監管體系，完善行動支付產業的發展環境，對於臺灣剛剛起步的行動支付服務產業，用政策加以扶持，同時推出更多的法規來改善市場的狀況，培養更多和行動支付科技相關的人才，開發新型技術，這樣就能在法律、技術、人才等方面為行動支付提供更多的支持。

商家：目前雖然有行動支付的平臺與商家進行商談，但是由於消費者很少使用行動支付，所以商家很少願意使用行動支付進行收款，所以不僅要培養用戶，更要培養線下商家，讓商家更好的融入到行動支付服務推廣的這波科技浪潮中，要提高線下商家的移動互聯網意識，讓商家學會利用行動支付來對商品進行宣傳、優惠促銷來吸引更多的顧客購買商品。同時也要讓商家體驗使行動支付服務平臺來進行收款，體會到行動支付服務的便利性，來使商家願意使用行動支付服務，並對消費者推薦使用行動支付服務來進行付款。

安全：消費者不願意使用行動支付服務，有部分原因是擔心行動支付服務平臺對個人資料是否能夠進行妥善保管，個人資料是否會洩露或是未經個人許可被商家利用，在某些途徑出售牟取非法利益。所以為此要提高行動支付平臺的安全性，要開發更多的網路安全協議和技術，給予交易更多的安全保障，確保在網路交易過程中消費者的個資不會被駭客劫持篡改。行動支付服務平臺也要做好信用仲介，對商家和消費者同時建立合理的信用評價指標和評價體系，主持公正，但同時也不涉及交易雙方的具體業務內容，保護消費者和商家雙方的個資安全和隱私。根據在行動支付服務中涉及的資金和貨物物流轉移，來提供和公佈公允的信用評定方法，來約束買賣雙方的誠信意識，增加對行動支付交易的引導和制約。

## 第六章 結論

### 第一節、總結

本主題緣起於來台陸生在逢甲商圈的消費經驗的觀察，發現了台灣與中國大陸在行動支付的採用上的落差，故以此為專題方向，並確定了動機、目的、背景。通過查閱學術理論文獻、報章雜誌書籍、網路資料等方式搜集文獻並分析，其中包括行動商務的環境調查、行動商務的消費機制、兩岸的政府政策、消費文化、科技接受模式。然後通過調查搜集資料。調查方法有對逢甲商圈的店家進行半結構式訪談，以及以科技接收模式的結構式問卷調查在逢甲大學的台灣學生與大陸學生。並對調查結構進行資料分析。最後根據結果建立一個適合逢甲商圈的服務藍圖、服務流程，並對現有的服務模式加以改善，展望行動支付的未來。

首先我們收集了兩岸有關行動支付的文獻，包括背景資料：行動支付的定義與種類、臺灣智慧型手機普及率、逢甲商圈的基本概況；兩岸政府法律法規的政策差異；兩岸支付機制差異、兩岸支付文化差異。我們初步假設推論由於支付機制的差異導致了兩岸行動支付服務採用上落差，接著我們開始採用半結構式的訪談採訪逢甲夜市中的多個商家，希望能從對商家的採訪中找出支付機制差異所導致的問題所在。結果顯示：影響店家使用行動支付的主要因素為便利性以及顧客需求，反而設備的成本與安全性對店家而言，不構成太大的影響因素，採用行動支付的成本除了手續費之外，並不需要額外準備硬體設備，而某些行動支付的安全機制做的較為完善，能讓店家在使用上不會有安全問題的疑慮，所以我們可以進一步推論出逢甲夜市的店家之所以不採用行動支付，最主要的因素為便利性不高以及顧客需求度不高所致。在分析訪談結果後我們進行總結，採用科技接受模式為架構設計問卷，並針對個人隱私顧慮、安全顧慮、知覺有用性、行動性、知覺交易便利性、行為意圖這六個衡量構面，採用李克特五點選項設計相關問題組成問卷。然後我們對在台陸生和台生分別發放了問卷，一共選取了150人，陸生75人，台生75人為樣本進行資料分析，發現台灣學生在安全和個人隱私顧慮方面比大陸地區學生更擔心，而在便利性和有用性方面，台灣學生普遍沒有像大陸地區學生認為行動支付那麼方便和有用，最後在行為意圖，大部分台灣學生對於未來使用意圖持普通意見，未來使用意圖不高，而大陸地區學生卻非常願意繼續或開始使用行動支付。接著我們根據問卷結果描繪相關案例情境，並設計出可行的服務藍圖，推導出相關的服務流程，並提出未來臺灣行動支付服務可以加以改善的地方。根據所有蒐集到的文獻資料和訪談、問卷結果，這些資料說明我們瞭解台灣與大陸行動支付之所以產生落差，歸因於兩岸政府政策對於行動支付的差異、行動支付服務提供者、其使用者以及兩岸消費文化上的不同，這幾項因素都密切相關，聯結在一起。

## 第二節、限制與未來方向

本專題主要探討台灣與中國大陸行動支付的採用落差之原因，分別為政府政策、使用者、店家、文化差異、服務提供者。但是本專題由於是在台陸生在逢甲商圈的消費經驗觀點，調查的樣本只有 150 人，陸生 75 人，台生 75 人，數量有一定限制。而且以逢甲商圈的店家為訪談對象，不能夠代表全台灣的店家之意見，缺乏一定說服力。衡量消費者行為變數的構面不夠完整，而且文化只提出信用卡的影響，不能體現出兩岸所有的文化差異。

對於未來發展方向，本專題以來台陸生在逢甲商圈的消費經驗，擬出一個可行的服務模式，倘若未來想再更深入的研究此專題，可以針對幾個地方進行改善。本專題目前研究範圍僅限於逢甲商圈，未來可以擴大研究範圍至其他台中的商圈，亦或是擴大到研究全台的商圈，最後甚至可以研究出一個適合全台各地的服務模式。若是擴大研究範圍，問卷部分可以增加問卷的樣本數，並且把訪談的範圍擴大至台中其他商圈，甚至是全台的商圈，透過收集更多問卷樣本以及

訪談更多其他地區的商家，能夠增加一定的說服力，以及增加這些調查與分析對研究的代表性。本專題採用的問卷架構主要參考科技接受模式，未來研究可以改為採用更為複雜的其他架構，像是改為參考科技接受模式 2(TAM 2) 等的架構，增加研究更多面向以及專業性。除此之外，由於衡量消費者行為變數的構面不夠完整，因此可以針對消費者行為變數再增加其他影響因素，例如社會因素等。文獻部分的消費文化，只提到了兩岸信用卡的文化，可以再針對其他消費文化進行研究，挖掘兩岸更多文化之間的差異。



## 參考文獻

### 中文參考資料

1. 廖秀芳(2007)， “台灣信用卡發展歷程與其社會意義流變之研究” 。
2. 張勵珍 (1976)， “我國銀行開辦信用卡業務之商討” ，56 - 58 。
3. 蔡岡霖(2015)， “臺灣第三方支付法制現況與發展之探討” 。
4. 陳姿蓉, Chen T.-J., 黃仁宏, and Huang J.-H. (2013). 以科技接受模式探討消費者使用 QR Code 行動支付的行為意圖。
5. 洪新原, 梁定澎及張嘉銘, “科技接受模式之彙總研究”, 資訊管理學報, 卷 12, 期 4, 頁 211 - 234, 2005 。
6. 鄭仁富(2014)， 臺灣智慧型手機普及率發展趨勢及預測。
7. 丁一飛 (2009)， “我國信用卡發展的現狀、問題及對策” ，金融經濟：下半月, 41 - 42 。
8. 卓鈺惠 (2014)， “行動支付使用意圖之探討：以心理帳戶理論為觀點” 。
9. 唐榮智, 丁海英 (1992)， “海峽兩岸投資法規比較及對策建議” ，上海政法學院學報：法治論叢, 38 - 41 。
10. 媛徐新 (2012)， “逾期信用卡持卡人背景因素之探討-以國內某銀行為例” ，交通大學。
11. 巴曙松, 楊彪 (2012)， “協力廠商文付國際監管研究及借鑒” ，財政研究, 72 - 75 。
12. 廖秀芳(2004)， 台灣信用卡發展歷程與其社會意義流變之研究。
13. 張寬海, 張靖(2006)， “協力廠商支付的分析研究” ，中國信用卡, 58 - 62 。
14. 黃婷(2015)， “微信支付與支付寶的對壘” ，經貿實踐, 2015 年 09 期。
15. 李政忠, C.C.Li J, (2004)， “網路調查所面臨的問題與解決建議” ，資訊社會研究 6, 1 - 24 。
16. 林金定, 嚴嘉楓, 陳美花(2005)， 質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析, 身心障礙研究季刊, 3 卷 2 期, P122-136 。
17. 金融監督管理委員會(2016)， “金管會推動國際行動支付情形” ，取自於，  
[http://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news\\_view.jsp&data-serno=201609290003&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap\\_root,o=fsc,c=tw&dt-able=News](http://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&data-serno=201609290003&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap_root,o=fsc,c=tw&dt-able=News)

## 參考網站

1. FIND(2016), “跨螢廣告創造驚人效果”,  
取自於 [http://www.find.org.tw/market\\_info.aspx?n\\_ID=8882](http://www.find.org.tw/market_info.aspx?n_ID=8882)
2. IBM(2014), “總經理月訊-行動支付是什麼”,  
取自於 <https://www.ibm.com/tw/industries/fss/overview/201403.html>
3. 預見雜誌(2013), “中國與台灣的協力廠商支付紛紛面臨困境”,  
取自於 <https://journal.eyeprophet.com/ce20130613/>
4. 維基百科, “無線應用協議”, 取自於  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%97%A0%E7%BA%BF%E5%BA%94%E7%94%A8%E5%8D%8F%E8%AE%AE>
5. INSIDE(2015), “放大絕了! Pi 行動錢包讓你在全台 5,000 家 7-ELEVEN 用手機付款購物”, 取自於,  
<https://www.inside.com.tw/2015/07/14/now-you-can-use-pchome-pi-app-to-pay-in-every-7-eleven-convenient-store-in-taiwan>
6. 中時電子報(2016), “GOMAJI Pay 全台合作店家破 3 千家”,  
取自於 <http://www.chinatimes.com/realtimenews/20160822005282-260412>
7. 中時電子報(2016), “中時電子報 5 大行動支付 優惠比一比”,  
取自於, <http://www.chinatimes.com/newspapers/20160621000299-260208>
8. 蘋果日報(2015), “街口 APP 上線, 行動支付 6 功能吸睛”,  
取自於, <http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20151014/711508/>
9. 歐付寶, 取自於, <https://www.allpay.com.tw/WebHome/Index>
10. 遠見雜誌(2013), “最愛逢甲夜市, 最不满意環境清潔”,  
取自於, [https://www.gvm.com.tw/Boardcontent\\_23757.html](https://www.gvm.com.tw/Boardcontent_23757.html)
11. 台中觀光旅遊網(2013), “逢甲夜市(逢甲商圈)”, 取自於,  
<http://travel.taichung.gov.tw/zh-tw/Attractions/Intro/39/%E9%80%A2%E7%94%B2%E5%A4%9C%E5%B8%82-%E9%80%A2%E7%94%B2%E5%95%86%E5%9C%88->

## 英文參考資料

Ankar, Bill; D’Incau, Davide. 2002 Value creation in mobile commerce: Findings from a consumer survey - ProQuest.

Au, Y.A., and Kauffman, R.J. (2008). The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application. *Electron. Commer. Res. Appl.* 7, 141–164.

Bauer et al., 2005 DRIVING CONSUMER ACCEPTANCE OF MOBILE MARKETING: A THEORETICAL FRAMEWORK AND EMPIRICAL STUDY - ProQuest.

Bellman, S., Johnson, E.J., Kobrin, S.J., and Lohse, G.L. (2004). International Differences in Information Privacy Concerns: A Global Survey of Consumers. *Inf. Soc.* 20, 313–324.

Berry, L.L., Seiders, K., and Grewal, D. (2002). Understanding Service Convenience. *J. Mark.* 66, 1–17.

Bonsón Ponte, E., Carvajal-Trujillo, E., and Escobar-Rodríguez, T. (2015). Influence of trust and perceived value on the intention to purchase travel online: Integrating the effects of assurance on trust antecedents. *Tour. Manag.* 47, 286–302.

Collier, J.E., and Sherrell, D.L. (2010). Examining the influence of control and convenience in a self-service setting. *J. Acad. Mark. Sci.* 38, 490–509.

Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Q.* 13, 319–340.

Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Manag. Sci.* 35, 982–1003.

Kim, C., Mirusmonov, M., and Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Comput. Hum. Behav.* 26, 310–322.

Kim, D.J., Ferrin, D.L., and Rao, H.R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decis. Support Syst.* 44, 544–564.

Lwin, M., Wirtz, J., and Williams, J.D. (2007). Consumer online privacy concerns and responses: a power–responsibility equilibrium perspective. *J. Acad. Mark. Sci.* 35, 572–585.

Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments – A qualitative study. *J. Strateg. Inf. Syst.* 16, 413–432.

Pousttchi, K. (2003). Conditions for acceptance and usage of mobile payment procedures.

Rupak Rauniar, Greg Rawski, Jei Yang, and Ben Johnson (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage: an empirical study on Facebook. *J. Enterp. Inf. Manag.* 27, 6–30.

Schierz, P.G., Schilke, O., and Wirtz, B.W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electron. Commer. Res. Appl.* 9, 209–216.

Shih, H.-P. (2004). An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web. *Inf. Manage.* 41, 351–368.

Suh, B., and Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electron. Commer. Res. Appl.* 1, 247–263.

Tan, G.W.-H., Ooi, K.-B., Chong, S.-C., and Hew, T.-S. (2014). NFC mobile credit card: The next frontier of mobile payment? *Telemat. Inform.* 31, 292–307.

Titan (2015). Traci B. Warrington, Nadia j. Abgrab, and Helen M. Caldwell (2000). Building trust to develop competitive advantage in e-business relationships. *Compet. Rev.* 10, 160–168.

Yoon, H.S., and Barker Steege, L.M. (2013). Development of a quantitative model of the impact of customers' personality and perceptions on Internet banking use. *Comput. Hum. Behav.* 29, 1133–1141.

Zarmpou, T., Saprikis, V., Markos, A., and Vlachopoulou, M. (2012). Modeling users' acceptance of mobile services. *Electron. Commer. Res.* 12, 225–248.

Zhang, R., Chen, J.Q., and Lee, C.J. (2013). Mobile Commerce and Consumer Privacy Concerns. *J. Comput. Inf. Syst.* 53, 31–38.

## 附錄 1：問卷內容

親愛的小姐，先生您好：

這是一份學術性研究的問卷調查，朋友您好，我們是企管三年級的學生，正在進行畢業專題的資料搜集：這是一封探討“台灣和大陸學生使用行動支付服務的研究”，歡迎逢甲大學的朋友填寫這份問卷，有您的熱心協助將使得研究結果更加確實、學術研究更具貢獻性。本問卷研究採用不記名方式，您所填寫的內容僅供本學術研究分析之用，並不會轉為其他用途，請放心填寫，再次感謝您的協助。您所提供的資料僅提供學術上的研究與分析，內容絕對保密，敬請您安心作答。

敬祝您：

順心如意！

逢甲大學學生

專題生：劉映佑，戴佳來，白珂凡，

沈樂添，趙瑄妤 林思彤 敬上

您對於行動支付的實際感受，採用李克特五等尺度量表的評分方式，將【非常同意】，【同意】，【普通】，【不同意】，【非常不同意】五個尺度，分別依次給予等距的分數（5,4,3,2,1）。

### 基本資料

您的身份是？

- 1.台灣籍學生
- 2.大陸地區學生

您是否有使用過行動支付的經驗？

- 1.有
- 2.無

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
<b>個人隱私部分</b>					
1.我會擔心使用行動支付服務會收集我的個人資料					
2.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經授權就被利用					
3.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權在其他途徑上被分享					
4.我會擔心我的個人資料會被非授權的人（ex：駭客）利用					
5.我會擔心使用行動支付時個人資訊隱私的問題					

6.我會擔心我的個人資料被行動服務的業者未經我的授權而被販售					
<b>安全性部分</b>					
1.我感覺使用行動支付來付款是不安全的					
2.我認為行動支付服務所提供無法保障個人隱私的安全個					
3.我認為使用行動支付服務無法妥善保管我所用到相關的資訊					
4.我擔心使用行動支付服務，因為其他人也許會存取我的銀行帳戶資料					
<b>知覺有用性</b>					
1.我認為通過使用行動支付服務可以改善付款流程、效果					
2.我認為使用行動支付服務可以提高日常生活中付款的效率					
3.我認為使用行動支付服務能使我更容易進行付款					
4.我認為使用行動支付服務使付款的流程更容易處理					
5.整體而言，我認為行動支付服務是有用的付款方式					
6.整體而言，我認為行動支付服務無法節省我的時間					
<b>行動性</b>					
1.我認為使用行動支付服務可以省去排隊等候（EX.手機預先完成付款）					
2.我認為使用行動支付服務在時間上沒有限制					
3.我認為行動支付服務在地點上沒有限制					
4.我認為使用行動支付是可以代替現金的					
5.我認為隨時隨地我都可以使用行動支付服務					
<b>知覺交易便利性</b>					
1.在我看來，使用行動支付不用花費我太多的精力					
2.在我看來，使用行動支付是便利的，因為它使付款變得更容易					
3.在交易時我會優先選擇使用行動支付服務完成支付					
4.我認為行動支付服務能使我的交易更加便利					
5.相比於傳統的支付方式，我相信使用行動支付服務是更為便利的					
<b>行為意圖</b>					
1.我認為在未來我會（繼續）使用行動支付服務					
2.只要有機會的話，未來我會使用行動支付服務					
3.我未來很可能會（繼續）使用行動支付服務					
4.我會推薦其他人使用行動支付服務					

## 附錄 2、店家訪談內容

### 1.果園-手搖飲料業者

#### 便利性

Q1.妳認為行動支付的便利性如何？

A：因為不熟悉行動支付的操作，所以覺得沒有直接使用現金來的方便。

Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂

A：長時間在櫃檯收銀，所以就算人很多也比不熟悉行動支付更快速。

Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

A：如果熟悉操作，顧客有使用的需求，會考慮。

#### 安全性

Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

不會，之前有行動支付（GO 麻吉）、支付寶找過我們合作，他們的安全機制我們比較放心，做的很完善，所以不擔心會有安全問題。

#### 設備成本

Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

GO 麻吉和我們合作的時候，每一單要抽取 1%的手續費，但是不需要額外準備硬體設備，直接使用手機下載他們的 APP 就可以完成結賬動作，所以設備成本其實不算高。

#### 顧客需求：

Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？

A：那時候有提供行動支付這個服務，可是使用這個 APP 的顧客實在太少，所以就沒有繼續合作了，但是如果行動支付已經很普及了，顧客有這個使用的需求的話，我們會使用。

Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

A：還是主要看顧客的使用狀況，如果普及的話就會考慮，如果其他店家有使用，但是顧客沒有使用，還是不會考慮。

## 2.擦槍走夥-手搖飲料業者

### 便利性

Q1.妳認為行動支付的便利性如何？

A：我認為相較於普通現金交易，行動支付當然會比較方便。

Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂

A：高峰時段客人非常多，有時候接應訂單或是結賬程式上會有一些延遲，連帶的整個出餐過程也會因為前面而受影響。

Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

A：這得思考到行動支付是否擁有可信度，節省時間當然很好，但如果剛好行動支付出現問題，那麼可能帶來的影響會更大。

### 安全性

Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

A：不會，因為現在還是有許多使用行動支付的例子，如：商店、百貨等等。

### 設備成本

Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

A：設備成本高低得衡量店家是否真的有需要，如果使用與不使用產生的結果相去不遠，卻多了筆成本，那可能就不會選擇使用。

### 顧客需求：

Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？

A：現在大眾的確有越來越多不帶現金出門的趨勢，這很可能會讓我使用上行動支付。

Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

A：主要還是從顧客方面思考，如果大眾並沒有很常使用，那不同的支付方式，可能對於店家影響會比較小，反之，如果大家都在使用，那當然得與時俱進。

### 3.秋本牛排-餐飲業者

#### 便利性

Q1.妳認為行動支付的便利性如何？

A：一般。

Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂

A：不會，因為員工都受過訓練，有對策可以應付。

Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

A：不會，因為很耗成本，也不符合夜市風格。

#### 安全性

Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

A：不安全倒不會，而是作業系統的操作需重新進行員工訓練，費時也花成本。

#### 設備成本

Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

A：會。

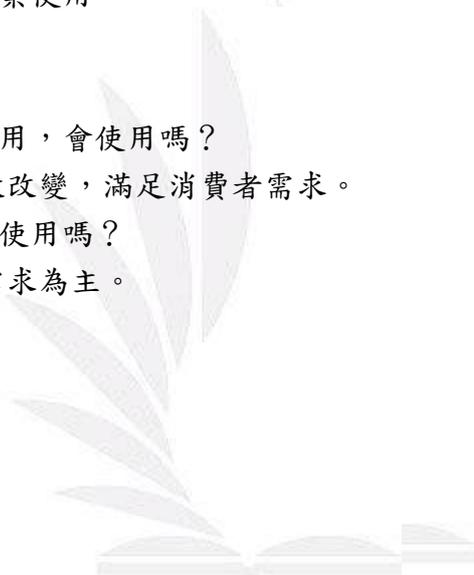
#### 顧客需求：

Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？

A：當然會，會跟著趨勢做改變，滿足消費者需求。

Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

A：會，但還是以消費者需求為主。



#### 4.鐵人番町-讚岐烏龍麵

##### 便利性

Q1.妳認為行動支付支付的便利性如何？

A：因為沒有使用過行動支付，所以不清楚行動支付是否真的便利。

Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂

A：手忙腳亂到不至於，因為我們都對櫃檯很熟悉了，所以就算客人很多，我們也都可以應付。

Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

A：這還要考慮到整體的效益，如果使用行動支付可以節省時間，但是與不使用的效益相差不大時，就不會使用。

##### 安全性

Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

A：現在有很多關於行動支付的資訊和報導可以參考，所以不會覺得不安全。

##### 設備成本

Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

A：會考慮到需要的設備成本，如果設備成本太高，就不會考慮使用。

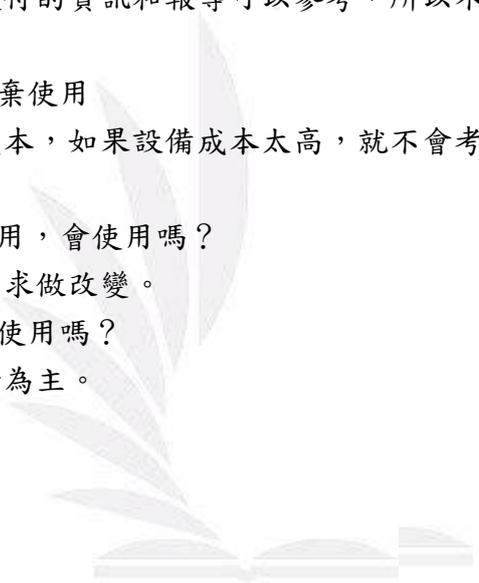
##### 顧客需求：

Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？

A：會，會跟著消費者的需求做改變。

Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

A：不會，還是會以消費者為主。



## 5. 襯 chen-服飾店業者

### 便利性

Q1.妳認為行動支付的便利性如何？

A：行動支付滿方便的，但是不常使用。

Q2.高峰時段會不會因為找錢而手忙腳亂

A：不會，因為已經非常習慣找零的動作，所以不會手忙腳亂。

Q3.如果行動支付可以節省時間，會使用嗎？

A：要看能節省的時間有多少，如果差異不多，就不會使用，因為我們使用現金結賬的時候，也不會手忙腳亂，所以不會花費成本在這上面。

### 安全性

Q1.是否會因為沒使用過而覺得不安全？

A：還好，因為知道他們有一些安全上的保障，所以不太會擔心。

### 設備成本

Q1.擔心設備成本過高而放棄使用

A：如果使用行動支付需要的設備成本太高，就會放棄使用。但是如果設備成本不高，我們還是會先考慮使用行動支付的顧客多不多，如果使用行動支付的顧客不多，我們還是不會使用。

### 顧客需求：

Q1.如果消費者逐漸開始使用，會使用嗎？

A：會，我們會盡量提供符合顧客需求的服務。

Q2.如果周圍商鋪使用，會使用嗎？

A：不會，因為主要考量的對象不是周圍的店鋪，而是來店的顧客。

### 附錄 3：心得

企管三甲 D0363493 戴佳來:

大一新鮮人來到台灣逢甲大學，我們印象中的台灣本應該是高樓大廈與科技生活結合的象牙塔，但從大一新鮮人至今，在逢甲生活了一段時間的我們，留意到一個有趣的現象，台灣的資通訊科技的發展如此健全，可是卻在行動支付上輸給了起跑點低的中國大陸。是硬體設備不足，還是軟體設計有缺陷，亦或者是政策條款的禁錮？我們還認為，一個全新服務模式的推廣，必定和使用者本身和文化有著很大的關係。我們的專題目的是探究什麼樣的原因造成了兩岸行動支付的落差，以及期望以使用者的角度去構建一個適合台灣的服務模式。所以通過這個專題我們瞭解到了有很多因素會影響，比如信用卡的文化，比如使用者的接受程度等等。

其實從大一到大三，大家比較熟悉的領域還是行銷方面，這次專題挑戰了資訊管理的領域，作為組長，從一開始的題目挑選到完成一整個專題的困難都看在眼裡，也經歷了很長時間的撞牆期才找到方向。首先謝謝專題導師的指導，給了我們許多建議和方向，再來就是謝謝組員們的配合和努力，因為靠我一個人是不可能完成的。從磨合期到最後的分工合作，大家也學到了很多。

對我而言，我學習到了如何撰寫一整份完整的學位論文的大致方向和架構，對於文獻的查找、正確的引用文獻、還有學到了結構式問卷：科技接受模式的基本架構。對研究方法也有了新的認識。最重要的是如何去當一個組長，如何和組員們分工合作，這些都是我們在大學的必修課。

企管三甲 D0387421 劉映佑：

這次專題報告前期我負責過與老師聯絡、分配任務、資料蒐集整理、專題流程修改、並且建立專題方向的架構，後期主要是負責文獻修改、服務藍圖、問卷製作、表格整理、英文翻譯...等工作。

經歷過本次專題製作，更能理解體會到規劃、組織、整合、語言、統計運用能力的重要，還有，我真的覺得當組長很不容易，所有的工作幾乎都壓在她身上，還要負責整體進度什麼的，以前我自己身為組長的時候感覺都沒有如此明顯，雖然這次參加的比賽來不及交出作品，甚至是晚了幾週才完成，其間也遇到不少困難和挫折，組內成員也曾經因為某些狀況而產生意見分歧、感到動盪不安，最終我們也都一路堅持過來了，這也要多虧組長負責的態度始終如一，並且在我最難熬的時候給與我支持與信任，我十分感激她，相信其他成員也是非常認同她為這份專題所做的付出。



企管三甲 D0363518 沈樂添：

透過大半個學期的專題研究，我深入的瞭解到了什麼是行動支付，以及關於行動支付服務的詳細知識，在比較兩岸的行動支付服務時我和小組成員通過各種管道仔細地收集資料並進行分析，結果卻發現臺灣的資訊科技的發展起步要比大陸早的很多，在移動網路的鋪設以及基站的架構普及率上早已領先大陸很多年就已完成，但是卻在行動支付上輸給了中國大陸，最近幾年，隨著支付寶、微信支付的普及，中國大陸的協力廠商支付 app 在大陸地區刮起了一陣行動支付的熱潮，我身邊的親朋好友幾乎個個都在使用微信支付和支付寶來完成生活中大大小小的各種付款，享受著行動支付服務給大家帶來的便利。引用我們專題引言裏的一句話：那麼這究竟是硬體設備不足，還是軟體設計有缺陷，亦或者是政策條款的禁錮？導致了兩岸行動支付服務的落差。經過進一步的討論，我們決定從文化、使用者者、店家等幾個方面展開研究，探討這個落差是否和以上幾個因素有所關聯，例如：行動者的文化素養、消費習慣、社會法規制度等。我們希望通過研究這些因素，得出初步結論後，來發放相關因素問項的問卷來調查臺生和陸生，希望能驗證這幾個因素是影響行動支付普及的原因，以及我們希望通過比較在陸生和臺生的想法，來設計一個能夠符合使用者期望的，構建出一個適合臺灣的行動支付服務模式的藍圖。

對我而言，專題真的是一個比較大的挑戰，因為在大一和大二，我只在系上修習過有關行銷和人資的個案以及專題研究，對於資管類的專案還是第一次接觸。這種全新的專案整合了各個管理領域的知識，甚至包含著許許多多全新未知的知識領域等待我去研究思考。再次感謝吳老師對我的指導，當我有時候在對專題的方向以及產出結果感到迷茫的時候，老師巧妙的指點迷津，讓我感覺到柳暗花明又一村，讓我明白下一步該做什麼，前進的方向是什麼。在不斷研究新知識，突破難題，和小組成員一起不斷完善專題，互相協作，明確分工，消滅矛盾和難題，將更多知識、資料、數據融入到我們的專題的過程中，我感受到孕育出一個獨有成果的成功感，這是一種前所未有的感覺，我十分享受這個過程。在專題發表之前，我會繼續和小組成員一起不斷努力，完善這分專題，努力讓它以最好的方式呈現在老師面前。

企管三甲 D0387154 趙瑄妤：

本次專題主要在於探討台灣與大陸關於行動支付採用上的落差，台灣的資訊科技是如此的發達，但為何行動支付方面上的發展，卻比中國大陸地區要來的不健全。以前只聽過協力廠商支付和行動支付這兩個名詞，但卻沒有花費時間對它們進行瞭解，透過這次製作專題的機會，讓我著手研究什麼是協力廠商支付以及行動支付，也發現原來在這背後有許多因素影響著行動支付的發展，像是政府政策、法律法規、服務提供者以及使用者的消費習慣等方面上的不同，造就了今日台灣與大陸地區行動支付上的落差。而我們對於這個專題當前所能做的，就是針對我們能夠改變的地方提出建議、改善方法，例如針對使用者的消費習慣，我們可以提出如何讓消費者從原本傳統的現金支付方式，進而漸漸轉向使用行動支付的建議。

這次專題的負責部分有文獻部分的蒐集，讓我能在蒐集文獻的同時，瞭解到更多有關行動支付的資訊，像是對於台灣智慧型手機普及率的資料，才發現台灣的智慧型手機普及狀況進入了成熟階段，表示目前幾乎人人都有一台智慧型手機，而智慧型手機市場的飽和，似乎也代表著有助於行動支付的推行。還有台灣法律法規的蒐集，也讓我發現原來台灣金融方面的法規是這麼的不開放，正因為受到金融法規的限制，台灣行動支付、協力廠商支付才會發展得不如大陸健全，期望有朝一日台灣的金融法規能夠逐漸鬆綁，讓行動支付以及協力廠商支付能有足夠的空間發展。從支付寶的服務上來看，我們也不難發現支付寶的安全機制是很健全的，提供多方面的服務保障讓使用者能夠安心使用，我認為這也是值得效仿的。最後負責的部分還有海報的製作，讓我能有機會學習如何製作一張海報。

對於研究專題的這個學期，不管是行動支付以及協力廠商支付的相關資訊，讓我從一知半解到現在對於整個專題有相當程度的瞭解，又或者是專題如何製作等等，都有了更進一步的學習，雖然過程當中時常會迷失專題的方向，不知道下一步該如何進行，但組員們之間還是都很配合、合作，一起找出專題的方向，一起完成最終的專題，我想這也是經過這份專題，讓我學習到的經驗。

#### 企管四乙 D0261561 白珂凡:

通過這次專題我學到了很多，不再只是局限於以往課堂上的理論知識，寫寫作業，期末看書考試做報告，而是通過和老師以及組員的溝通，選擇我們都感興趣的方面做出一個比較完整的專題。俗話書萬事開頭難，大家喜歡的都不太一樣比較難統一，後來想到組裏既然有陸生和台灣學生，何不利用這一特殊性，於是我們最終敲定從以陸生角度來探討台灣與中國大陸在逢甲商圈關於行動支付的採用落差。實際開始進行才發現，要做出一個較完整的專題，遠比想像中複雜的多，需要確定專題方法與流程，還要考慮預期的效益，效益還有分量性和質性，都是之前完全沒接觸過的，也因此學習到了很多，例如文獻如何正確引用、怎麼做小結、如何把找到的資料進行比較、以及問卷構成，怎麼通過問卷和訪談的結果分析出原因等等，在我看來有一定的難度，雖然掌握的不是很到位，但是至少有了方向去學習，知道了自己的不足。更重要的是也使我對自己的科系有了更深刻的瞭解與運用。最令我難忘的是跟大家的合作，不僅是與組員更是和老師。也使我增進了關於兩岸協力廠商支付的瞭解，對未來不管是學習還是職業生涯我覺得是有一定幫助的。通過這個專題，雖然過程並不輕鬆甚至遇到了很多困難，但也因此更珍惜出來的成果，收穫了很多以往沒有過的寶貴知識與學習體驗，感謝大家。



企管三甲 D0387111 林思彤：

這是我第一次接觸專題，沒有想像中的好做，我們從一開始討論要做什麼專題時就遇到瓶頸了，想不到要想一個專題題目就能讓我們感到挫折感，那時候我們就開始擔心接下來會不會也不順利，還好情況比我們想像中的好。

我們的專題偏向資訊科技的方面，裡頭提到協力廠商支付、行動支付等這種專有名詞，這些都是以前我所不知道的東西，因為專題使我們常常都要看很多查很多名詞資料，讓我從對這方面一無所知到對它聊若指掌。

協力廠商支付這項名詞也是我上了大學才聽過，因為身邊的陸生同學有時會討論淘寶支付寶之類的東西，讓我也耳濡目染，漸漸熟悉這個東西，行動支付也是，有時都會聽到陸生同學說大陸行動支付很方面，出門都不用帶錢包，一支手機就可以搞定出門時吃喝花樂的花費。

我覺得專題不只是在訓練我們做報告的技巧，更是在培養我們團隊分工合作的技巧，一個團隊是需要有好的團隊默契，若是每個人都在抱怨其他人怎樣怎樣的，那麼做出來的專題也不會多好。

我們指導老師在我們做專題的這段期間，也給予了我們許多好的建議以及想法，讓我們能順利地完成每週進度。

