



我國發展電子商務之現況與未來趨勢 －以第三方支付為例*

張郁芝**

壹、前言	肆、台灣第三方支付產業面臨
貳、電子商務運作概況	機會與挑戰
參、台灣的第三方支付服務業	伍、結語

摘要

發展電子商務，台灣擁有健全的網路基礎建設優勢，而金流、物流的基礎建設亦為發展成功與否的重要關鍵。政府因應電子商務發展需求，歷經多次的跨部會研議，第三方支付服務業政策配套近期已有相當進展，包括 2012 年 2 月「信用卡業務機構管理辦法」修正通過、2013 年 3 月鬆綁第三方支付服務的信用卡支付限制、9 月開放銀行與第三方支付服務業者合作提供儲值服務，並已著手規劃研擬第三方支付管理專法與機制，以健全電子商務法制基礎環境。本研究將以第三方支付產業為例，探討其發展現況與國際趨勢，並分析產業面臨機會及挑戰。

* 本文參加經建會 2013 年研究發展作品評選，榮獲財金政策類甲等獎。

** 作者為經濟發展處專員。

The current situation and trends of the E-commerce business development-A study on internet traders using the third-party

Yu-Chih Chang

Specialist

Economic Development Department, NDC

Abstract

For E-commerce development, Taiwan has an advantage of robust network infrastructure. However other elements such as infrastructure development of cash flowing, logistics are also essential to success.

Response to the needs of e-commerce development, the third-party payment services policy has achieved further progress after Taiwan government holding several inter-ministerial deliberations. The recent progress including the "Credit Card Business Organization Management Regulations" amendment has passed in February 2012, the third-party payment services credit card payment restrictions deregulated in March 2013, the collaboration between banks and third-party payment service in prepaid services liberalized from this September.

Related ministries have also begun planning management professionals to develop third-party payment method and mechanism for improving the legal basis for e-commerce environment. This study will discuss the third party payment on the status of its development with the international trends and analyze the development of opportunities and challenges.



壹、前言

隨著資訊技術的發展，網際網路已深入社會各領域，商家、顧客、銀行或金融機構及政府等因電腦網路融入在電子商務中。我國網際網路使用普及率逐年穩定成長，根據資策會 FIND 調查數據顯示，截至 2012 年 9 月止，台灣經常上網人口已突破 1,100 萬，並逐年穩定成長；而隨消費者對智慧型行動裝置依賴度提升，我國電子商務迅速蓬勃，各種電子付款機制因應而生，第三方支付服務亦已萌芽，然過去因相關法令而使平台經營發展受限。

政府因應電子商務發展需求，開放微型商店或個人賣家可透過第三方支付服務，接受消費者利用信用卡刷卡完成交易，有助於 C2C 型態的電子商務的交易成長，跨出我國第三方支付法令鬆綁的第一步；同時順應國際趨勢，亦陸續討論第三方支付產業適用法源、承作業者門檻以及相關配套措施等議題，預期可為電子商務及網路產業帶來更大的成長動力，也將促成金融服務與資訊服務業跨業合作的新商機。本研究將以第三方支付產業為例，探討其發展現況與國際趨勢，並分析產業面臨機會及挑戰。

貳、電子商務運作概況

迄今我國法律尚未予電子商務之範圍明確定義，就廣義而言，舉凡交易雙方均以電腦透過網路進行交易都可謂之為「電子商務」。隨著網際網路帶來的跨國性、資訊性以及流通性，電子商務改變傳統的交易模式，促使消費及貿易快速增加，因而各國莫不積極推動電子商務，拓展輸出商機。

一、電子商務交易模式

隨網路普及度日增，商家、顧客、銀行或金融機構及政府等因電腦網路融入在電子商務中。一般而言，電子商務依交易對象大約可分為後端的企業對企業電子商務（Business-to-Business, B2B）、前端的企業對消費者電子商務（Business-to-Consumer, B2C）、消費者對消費者電子商務（Consumer-to-Consumer, C2C）、政府與企業之間的電子商務交易（Business-to-Government, G2B）、政府與消費者之間的電子商務交易（Government-to-Consumer, G2C）等5種模式。

表1 電子商務類型

類 型	說 明
Business-to-Business (B2B)	廠商與廠商間的電子化商務交易，例如採購商與供應商透過網路訂貨、簽約。
Business-to-Consumer (B2C)	企業與消費者間的交易，亦即利用網際網路完成傳統交易，例如網路書店。
Consumer-to-Consumer (C2C)	消費者彼此間的交易，網站經營者不負責物流，而是協助搜尋市場資訊以及建立信用評等制度，例如 Yahoo 拍賣、Ebay。
Consumer-to-Business (C2B)	消費者聯合組成一個採購團體與企業進行交易，透過社群強化議價能力，例如團購網站。
Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C)	廠商提供網路平台讓中小型廠商藉此與消費者進行交易，例如樂天市場、Yahoo 超級商城。
Government-to-Business (G2B)	政府採購、稅收、商檢、管理條例的發佈等。
Government-to-Consumer (G2C)	政府透過網路對民眾提供各種服務，例如線上提供就業培訓、申辦繳納綜合所得稅等。

資料來源：本研究自行整理。



二、電子金流支付機制

過去傳統交易過程中，支付多仰賴紙張型式的支付工具。而電子商務交易不受地理疆界、營業時間限制，電子商務市場規模成長迅速，電子金流支付機制亦發展多元。OECD (2006) 將線上支付系統分為帳戶型 (Account-Based Systems) 與電子貨幣型 (Electronic Currency Systems) 兩大類，帳戶型支付類型又可分為信用卡 (Credit Card)、轉帳卡 (Debit Card)、中介服務 (Mediating Services)、行動支付 (Mobile Payments and Telephone Account Systems) 以及網路銀行支付 (Payment via Online Banking)；電子貨幣型則可分為智慧卡 (Smart Card)、線上貨幣 (Online Cash)，詳表 2。

分析上述線上支付工具特性，信用卡在網路購物交易中，係為電子支付工具之主流，雖具備廣為使用且可快速完成付款之優勢，惟對於付款人而言，仍有偽卡盜刷消費、在網路洩漏個人財務資料之風險；對於賣家而言，多數銀行對信用卡特約商店均設有資本額或資訊安全設備之門檻，因而使微型商店個人賣家的 B2C 與 C2C 交易模式發展受限。

鑒於買賣雙方對於線上金流支付藉由信用卡交易的安全性仍有疑慮，作為中介服務角色的第三方支付系統因應而生。買賣雙方透過第三方支付平台設置虛擬帳戶，買方透過一般匯款或信用卡等方式預先將資金存入虛擬帳戶，業者居中將買方款項匯至賣方之虛擬帳戶，買方享受付款便利的好處，同時依循同一途徑進行多次消費，較無洩漏個人資料風險，而微型賣家或個人賣家也可不必花費較高成本成為信用卡特約商店，可使買方利用第三方支付平台選擇信用卡支付款項。

表 2 電子支付工具特性比較

支付工具	種類	說明
帳戶型	信用卡	<ol style="list-style-type: none"> 1. 最廣為使用且容易取得的支付工具，可及時且快速完成交易付款。 2. 商家在偽卡盜刷猖獗下，須要求買方提供信用卡卡號、到期日及驗證碼等個人資訊，仍有部分消費者對網路交易資訊安全仍有疑慮，另一方面，若商家如有詐騙行為，買方並不能直接要求銀行停止付款，易蒙受損失。 3. 部分商家限制信用卡使用地區或不適用於小規模及個人賣家。
	轉帳卡	<ol style="list-style-type: none"> 1. 支付方式與信用卡大致相同，差別在於轉帳卡為直接從付款人帳戶中扣款，若消費金額大於帳戶餘額即不得請領。 2. 使用尚未完全普及，部分商家不接受跨國交易支付。
	中介服務 (第三方 支付)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商家與買方均有虛擬帳戶，付款人使用時預先將資金存入虛擬帳戶，由第三方支付業者居中將付款人指定金額轉移至商家的帳戶中，買方可依循同一途徑進行多次消費，較無洩漏個人財務資料之風險。 2. 方便買方進行小額支付與跨國交易支付。 3. 使用者可利用多重帳戶進行洗錢等不法行為。
	行動支付	<p>因行動裝置日益普及，在小額支付方面具備高度發展潛力，但對於缺乏使用行動裝置知識之消費者仍多，以及商家是否接受跨國交易支付方面仍面臨挑戰。</p>
	網路銀行 支付	<p>廣泛使用於商家與消費者之間的交易，較無個人資訊於網路揭露之風險，但進行跨國交易支付價格昂貴。</p>
電子貨幣	智慧卡 線上貨幣	<ol style="list-style-type: none"> 1. 可使用於小額支付，但使用上並不普及，且購買智慧卡、支援讀卡軟體價格成本較高。 2. 並非所有從事電子交易雙方所在國均能認可電子貨幣之價值，將面臨國際流通性之問題。

資料來源：OECD(2006)“Online Payments for E-Commerce”, p.31, Table 5. Summary of selected characteristics of online payment systems；本研究自行整理。



三、第三方支付產業的崛起

雖然電子商務交易可不受地理疆界、營業時間限制，促使交易快速成長，惟未能達到傳統交易的「銀貨兩訖」，亦即付款與收受貨物在同一時點完成。買方透過網路購買商品並完成付款後，在等待賣方將商品寄送予買家或鑑賞期到期的過程中，可能產生詐騙、毀損甚至商品與實品不符等買賣糾紛，因此需要具備相當資產與信譽的第三方公正單位居於買賣雙方之中，扮演資金傳輸或履約擔保的角色。

第三方支付雖屬因應電子商務交易而生的現代產業，其商業模式已演變出多種型態，根據經濟部報告，¹ 大致可歸納出單純代收代付的貨幣傳輸型與網路交易履約擔保型兩種模式。

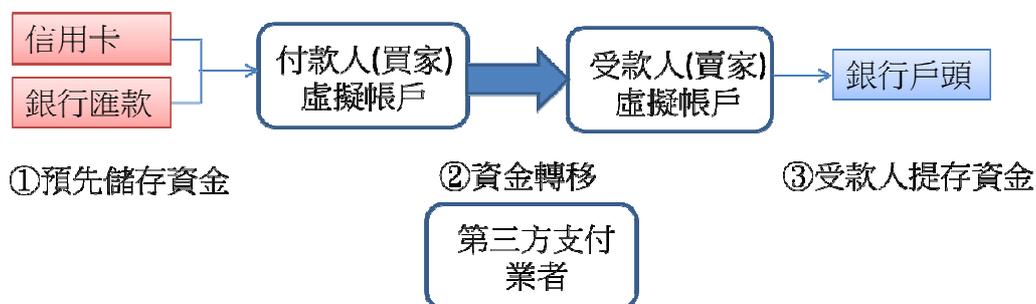
1. 貨幣傳輸型 (Money Transmitter)

貨幣傳輸型第三方支付主要目的為克服地理環境之不便與匯款手續繁瑣，支付方式主要功能在於資金的傳輸，尤以 1999 年成立之美國 Paypal 為成功代表典型，2002 年 Paypal 為知名拍賣網站 ebay 併購後，成為 ebay 主要付款途徑之一，根據 Paypal 網站公布，目前有超過 1 億 3,200 萬個用戶，在平台轉換 25 種不同之幣別，提供跨國金流服務。

Paypal 帳戶持有人以電子郵件識別身分設置虛擬帳戶，使用者可透過一般匯款方式或使用信用卡儲值，交易時由該虛擬帳戶扣款。Paypal 特點在於保護付款人（買家）權益。若付款人確認付款後，之後向 Paypal 提出信用卡遭盜刷、未收到商品或商品與

¹ 經濟部 2008 年電子商務法治及基礎環境建構計畫跨國電子商務金流法制規範研究報告，頁 19。

實品不符等申訴，Paypal 將不問原由將該款項自受款人（賣家）帳戶凍結，返還付款人。為回應對 Paypal 過度保護付款人權益之批評，該公司自 2013 年 10 月起提供賣家交易安全保障，若有不實買家濫用信用卡付款機制，當賣家收到未經授權的付款或是買家提出未收到商品的索償時，只要賣家的交易符合條件，即可獲得完整交易金額的理賠。



資料來源：本研究自行整理。

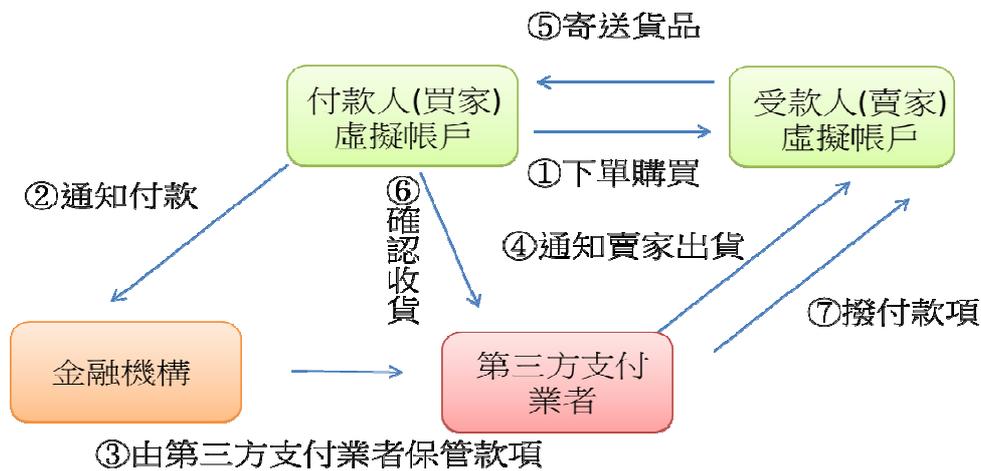
圖 1 貨幣傳輸型第三方支付流程

2. 網路交易履約擔保型 (Internet Escrow Agent)

與貨幣傳輸型以買賣雙方資金移轉為主不同，網路交易履約擔保型第三方支付模式提供價金履約擔保的服務。當付款人（買家）於網路下單後，經由第三方支付業者提供之資訊平台提供信用卡或是金融卡資訊，向銀行發出支付指令，銀行取得授權後將款項交由第三方支付業者代為保管，業者即通知受款人（賣家）出貨，俟付款人收到貨物通知第三方支付業者，業者再將保管之價金交予受款人（賣家）。



為解決國土幅員廣大與買賣糾紛頻傳的問題，中國大陸的支付寶公司因應成立，成為電子商務交易中實施網路交易履約擔保型支付型態最可代表之範例。支付寶係由阿里巴巴集團 2004 年創辦，截至 2012 年 12 月，註冊用戶數突破 8 億人，每日交易額最高超過 200 億人民幣。根據艾瑞諮詢公布數據，今年第 2 季中國第三方網路交易規模達 1.12 兆元人民幣、年增率達 10.2%，而支付寶市占率達 48.7%，高居中國第一。



資料來源：本研究自行整理

圖 2 網路交易履約擔保型第三方支付流程

四、第三方支付服務的國際趨勢

各國第三方支付服務業提供金流服務模式不脫上述「貨幣傳輸型」與「網路交易履約擔保型」商業模式，支付業者除與使用者眾多的購物平台合作外，也透過擴大線上匯兌支付幣別，搶食跨國交易市場；另業者除提供支付款項服務外，亦開發多元化服

務，例如中國大陸支付寶公司推出餘額增值服務，用戶可使用支付寶餘額透過餘額寶購買基金產品，資金隨時轉入轉出，收益每日結算；因應智慧型行動裝置亦漸普及，美國 Paypal 公司透過應用程式（Application, APP）讓使用者利用行動支付功能快速結帳付款。

電子商務跨國交易便利，跨境金流支付方式日新月異，包括跨國商務活動之法律適用、管轄權認定、爭端解決以及金流制度等問題亦已浮上檯面，各國為順應電子商務活動之金融需求機制，已著手調整政策或法令。² 非金融機構可執行第三方支付，大致以規範經營資格、洗錢防制、公司償債能力、代收資金安全、消費者保護為法制重點。根據翁瑋珊（2010）指出，各國法令大多參考美國統一州法委員會所訂定的「統一資金服務法（Uniform Money Services Act）」所設計，使符合一定資格之非銀行機構經由主管機關許可發給執照，得以經營部分銀行業務；中國大陸的「非金融機構支付服務管理辦法」納入各種科技支付，包括網路支付、³ 預付卡的發行與受理、銀行卡收單以及中國人民銀行確定的其他支付服務。鄰近台灣之日韓亦可使用第三方支付，如日本 2010 年通過的「資金決済法」（中譯：資金決算法）係屬第三方支付法令。

² 如歐盟、英國、韓國、馬來西亞、印尼、新加坡、泰國等亞洲經濟體先後頒佈法律規章，要求電子貨幣發行人必須預先得到中央銀行或金融監管當局的授權或許可，並對儲值卡設置金額上限等。

³ 該辦法所稱網路支付，是指依託公共網路或專用網路在收付款人之間轉移貨幣資金的行為，包括貨幣匯兌、互聯網支付、移動電話支付、固定電話支付、數位電視支付等。



表 3 各國第三方支付法制規範比較

	美國	歐盟	日本	中國
法令	統一資金服務法 (Uniform Money Services Act)	支付服務指令 (Payment Services Directive)	資金結算法	非金融機構支付服務管理辦法
規定支付方式態樣	電子貨幣、信用卡代收代付、指定銀行帳戶資金移轉、匯兌	電子貨幣、信用卡代收代付、指定銀行帳戶資金移轉	禮券、電子票證、資金傳輸	電子貨幣、信用卡代收代付、指定銀行帳戶資金移轉
經營限制	向主管機關申請取得營業許可執照或註冊登記經營限制			
資本門檻	2 萬 5,000 美金	5 萬歐元	無資本額門檻要求，由主管機關視個案判定	單一省市 3,000 萬人民幣，全國性為 1 億人民幣

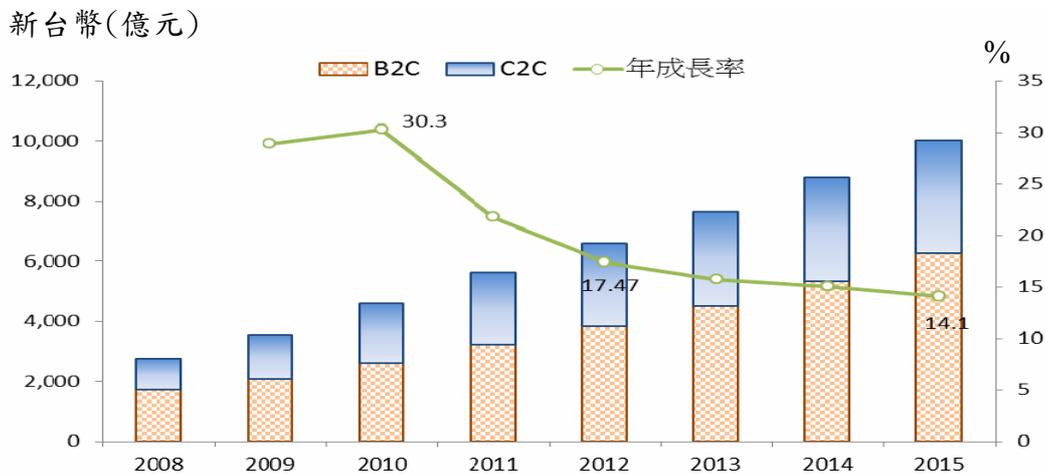
資料來源：經濟部華文電子商務發展行動計畫 2010 年 11 月「各國對第三方支付服務之法規設計暨我國現狀」簡報；本研究自行整理。

參、台灣的第三方支付服務業

一、電子商務發展概況

B2C 與 C2C 為台灣電子商務市場主要交易模式，根據經濟部估計，台灣 2012 年電子商務總產值達新台幣 6,605 億元，⁴ 較上年成長 17.47%，其中 B2C 市場規模占 57%，為 3,825 億元，C2C 市場為 2,780 億元。2015 年總產值預估將突破 1 兆元，惟電子商務產值年成長率將逐年趨緩，代表未來推動台灣電子商務仍有努力空間。

⁴ 經濟部 101 年新網路時代電子商務計畫，此處電子商務產值係指，除台灣市場的 B2C 規模外，尚包含金融服務與業者境外收入，境外的收入來源，如中國大陸，日本，馬來西亞等國家，而金融服務手續費，如線上證券、網路銀行等服務。



資料來源：經濟部商業司 101 年新網路時代電子商務計畫；本研究自行繪圖。

圖 3 台灣電子商務市場規模

分析經濟部「2012 年我國 B2C 電子商店調查結案報告」，2011 年有 48.3% 的網路商店面臨未獲利之情況，根據報告調查，網路商店經營主要面臨問題包括商品面以及市場競爭過度激烈問題外，另外則有七天猶豫期帶給網路商店額外經營成本、詐騙事件導致消費者不信任等問題。

因網路購物市場競爭生存不易，逾 7 成的網路商店皆表示願意拓展海外市場，且高達 8 成的業者願意發展行動商務等創新服務，開拓電子商務新商機。雖然業者對於跨足海外市場表達高度意願，惟已進行跨境銷售的業者比例僅有 28.4%，代表仍有許多網路商家對於海外市場開拓抱持保留態度，調查後主因包括缺乏物流管理及配送機制、通關倉儲和關稅問題，跨境難以控管金流，國際信用卡盜刷與徵信及金流帳款交易機制等，也是極需解決的問題。



二、台灣的第三方支付服務發展

1999 年紅陽、藍新、綠界網路金流公司陸續成立，係台灣第三方支付服務業成形的開始，惟 2006 年因網路金流業者提供儲值業務涉及銀行法第 29 條「除法律另有規定者外，非銀行不得經營收受存款、受託經理信託資金、公眾財產或辦理國內外匯兌業務。」之規定。因而網路金流業者無法如同美國 Paypal、中國支付寶公司提供使用者儲存資金與進行匯兌的服務。此後網購平台業者發展超商取貨付款、ATM 虛擬帳號匯款、信用卡付款、貨到付款等多元支付方式，有別於國際間主流的第三方支付商業模式，提供買賣雙方交易金流服務。

根據「2012 年我國 B2C 電子商店調查結案報告」的網路商店金流與物流調查結果，台灣消費者最常使用的付款方式，第 1 選擇仍以線上刷卡為主，其次為利用實體或網路 ATM 轉帳。另值得注意的是 2011 年超商取貨和到店面自行取貨的比例大幅增加，由 2010 年的 39.1% 增至 2011 年的 63.5%，主因超商取貨包括單純取貨或取貨付款，對於未持有信用卡的消費者來說可直接付現金，不需透過 ATM，減少詐騙的風險，同時不需要透露太多個人資訊（地址、電話）給店家。顯示除了利用超商取貨所帶來的便利性外，可保護個人資料不外流也是消費者選擇付款方式的主要考量。

台灣因金融服務與超商密集度高，對於國內消費者而言極具便利性，惟電子商務市場並不只限於服務國內消費者，且網路購物市場具有大者恆大之特性，微型與個人賣家生存不易，同時因應國內業者開拓海外市場面臨之跨國金流需求，政府著手協助第三方支付服務業及相關金流支付工具運作。歷經多次的跨部會研議，第三方支付服務業政策配套近期已有相當發展，包括 2012 年 2 月「信用卡業務機構管理辦法」修正通過、2013 年 3 月鬆綁第

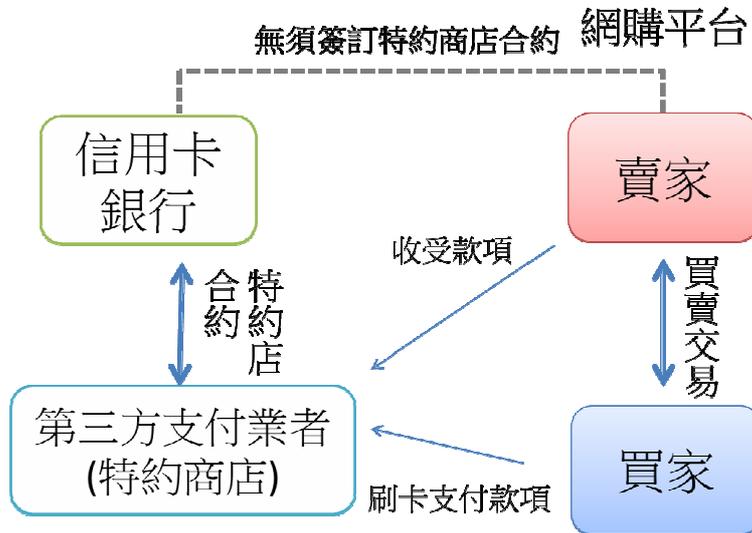
三方支付服務的信用卡支付限制、9月開放銀行與第三方支付服務業者合作提供儲值服務，詳表4。根據經濟部公布，⁵ 第三方支付服務業為從事配合金融機構及履約相關條件，並與銀行合作，取得信用卡特約商店資格，提供電子商務（含行動商務）買賣雙方收付擔保之中介機制之行業。顯示台灣第三方支付服務業初步定調為「網路交易履約擔保型」第三方支付模式。

表4 近期台灣發展第三方支付服務業重要進展

時間	重要進展
2012年2月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「信用卡業務機構管理辦法」修正通過。 2. 針對網際網路交易平台服務業者就使用該平台接受信用卡交易之特約商店，如該信用卡交易金額已取得銀行十足之履約保證或全部交付信託，並經收單機構審核屬實者，收單機構得依特約商店指示將款項撥付予網際網路交易平台服務業者。
2013年3月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 金融監督管理委員會備查「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自律規範」。 2. 開放信用卡收單機構可採簽訂提供網路交易代收代付服務之平台業者為特約商店之模式，規模較小型的商店或個人賣方不必與銀行簽訂特約商店，即可藉由平台業者接受買方以信用卡支付網路交易之款項。
2013年9月	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動金融機構「網路儲值支付帳戶」機制，銀行以「存款業務」方式提供儲值支付帳戶服務，並得由銀行或與網路代收代付平台業者(第三方支付服務業者)合作辦理，以滿足電子商務之消費者對儲值支付工具需求。 2. 已有中國信託商業銀行、第一銀行、玉山銀行及中華郵政公司等機構可辦理網路交易代收代付服務。

資料來源：經濟部、金融監督管理委員會網站，本研究自行整理。

⁵ 經濟部中華民國102年3月19日經商字第10202407100號函公告，公司行號營業項目代碼表8.0版修列代碼內容。



說明：依信用卡業務機構管理辦法第 2 條第十一款定義，特約商店係指與收單機構簽訂契約，並接受持卡人以信用卡支付商品或服務之款項者。

資料來源：本研究自行整理

圖 4 台灣第三方支付服務業者為信用卡特約商店流程

肆、台灣第三方支付產業面臨機會與挑戰

一、機會

(一) 網路普及度高，電子商務市場成長仍然可期

麥肯錫公司指出，⁶ 我國網路經濟發展快速，2010 年，網路經濟占 GDP 比率為 5.4%，與英國（2009 年 5.4%）大致相當，並已超越美國（2009 年 3.8%）和日本（2009 年 4.0%）。另 2010 年

⁶ McKinsey & Company (2012), Online and Upcoming: The Internet's Impact on Aspiring Countries, p. 148；行政院經建會 102 年 5 月 1 日發布「掌握臺灣網路普及優勢 開拓電子商務市場」新聞稿。

我國「電子商務平台指數 (eCP 指數)」評分為 67 (滿分 100)，排名 57 個接受評比國家中的第 18 位，與日本相當，優於南韓 (第 20 位) 及中國大陸 (第 39 位) 等亞洲國家。

台灣擁有健全的網路基礎建設，2012 年家戶電腦普及率高達 86.5%，家戶寬頻普及率為 79.9%。根據 WEF「2013 年全球資訊科技報告」，我國「網路整備度指數 (NRI)」排名全球第 10 位。此外，為凸顯電子商務的重要性，2013 年 WEF 的評比中新增「B2C 網際網路使用」指標，我國排名全球第 5 位，表現優異。因台灣在電子商務發展基礎完備占有優勢，未來可望創造更多利基與價值。

(二) 第三方支付與其他支付方式相比應有競爭力

消費者進行網路購物付款，可利用轉帳、匯款、貨到付款或是便利商店取貨等管道，每筆交易皆須額外支付處理費，例如：銀行實體或網路 ATM 轉帳收取 10~15 元、物流業者收取 30 元以上的貨到付款或超商取貨費用。對於小額支付或購買頻率較高的消費者而言，若可利用第三方支付服務業者與銀行合作的「網路儲值帳戶」進行付款，不必額外支付每筆交易處理費，第三方支付服務提供消費者付款的方便性與降低交易成本，與其他支付方式相比應有競爭力。

(三) 政府已著手推動第三方支付服務管理配套

電子商務日新月異，商業模式亦推陳出新，基於各國已針對電子商務活動之金融需求機制著手調整政策或法令，我國相關業者亦期待政府可順應國際趨勢，健全產業基礎環境，推動電子商務信賴機制並研擬相關法規。為使第三方支付儲值相關服務能儘速上路，政府短期以「電子票證發行管理條例」為法源，容許非



金融業第三方支付得提供網路儲值服務。中長期將推動制定涵蓋第三方支付管理之電子商務發展專法，以經濟部為主管機關，建議可參照國外立法經驗，以規範經營資格、洗錢防制、公司償債能力、代收資金安全、消費者保護為法制重點，第三方支付服務管理機制及法制陸續完成後，預期將可為電子商務及網路產業帶來更大的成長動力，也將促成金融服務與資訊服務業跨業合作的新商機。

表 5 第三方支付服務管理法制重點

	規範內容
規範經營資格	<ol style="list-style-type: none"> 1. 名詞定義第三方支付 2. 規範最低實收資本額 3. 公司資訊安全能力等
洗錢防制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對使用服務會員進行身分認證 2. 進行客戶審查、留存交易紀錄、申報大額交易等
公司償債能力	維持一定財務能力，如所持自有資金不得低於前一會計年度固定經常費用固定比例等
代收資金安全	<ol style="list-style-type: none"> 1. 交付信託或保險 2. 客戶儲值的金額達一定門檻後，需提撥準備金
消費者保護	與使用服務會員訂立書面契約，例如個資隱私保護、紛爭處理方式、揭露使用服務可能產生之風險

資料來源：本研究自行整理。

二、挑戰

(一) 台灣第三方支付起步較晚

美國 Paypal 與中國大陸支付寶等國際知名第三方支付服務業者提供服務已行之有年，而台灣第三方支付相較起步較晚。另分析 Paypal 與支付寶的成功因素，主因與強大的購物平台合作，在使用者數量即占上風，再者，網路生態有大者恆大趨勢，平台服務業者若初期擔任領頭羊角色，迅速布局將成效做大，後續競爭者若欲進入市場搶食商機競爭多半不易，因此仍需思考提供差異化服務，以改變買家的使用習慣。例如結合購物平台提供信用卡儲值紅利折抵、快速到貨服務、提供帳戶被盜保障等加值服務。

(二) 金融監理問題

Paypal、支付寶等國際第三方支付儲值業者係非金融業，且為高度發展後，各國政府始順應潮流，訂立專法管理。目前國內針對金融業者儲值業務管理已有法源基礎，惟針對非金融業的第三方支付業者，應適時擬定管理規範，參考國外發展經驗，亦可避免國外已出現之弊病。

現階段政府開放銀行與第三方支付服務業者合作提供儲值服務，第三方支付業者可委由金融業者提供身分認證及儲值服務，根據身分認證程序類型不同，儲值限額介於新台幣 1 萬元至 20 萬元不等，如表 5。鑒於銀行受高度金融監理，較無管理成本及風險。若開放電子商務業者提供儲值服務，代表業者可向消費者預先收取大量款項，若有經營不善，可能衍生消費者權益（無存款保險保障）、落實洗錢防制等問題。未來政府制定第三方支付管理專法時，宜考量相關配套措施，確保資訊安全、支付風險控管、保證資金安全等，以維護賣家和消費者的權益。



表 6 金融業者提供身分認證及儲值服務

類型	客戶身分之認證程序
第一類	採用電子簽章應符合電子簽章法之規定並能驗證有效性或其他具「不可否認性」之方式
第二類	透過連結金融支付工具(如儲值支付帳戶外之存款帳戶、信用卡等)之方式可驗證客戶身分。
第三類	透過行動電話認證(同一電話號碼限一人認證使用)並搭配其他方式(如 e-mail 等)之雙重認證模式

單位：新台幣(元)

類型	帳戶儲值 限額	單筆交易 限額	每日累計 交易限額	每月累計 交易限額
第一類	20 萬	5 萬	10 萬	20 萬
第二類	10 萬	5 萬	10 萬	10 萬
第三類	1 萬	1 萬	1 萬	3 萬

資料來源：金融監督管理委員會銀行局網站。

(三) 跨國商機可能受限

經濟部「2012年我國B2C電子商店調查結案報告」調查，多數業者均表達願意跨足海外市場，其中，高達85.7%的業者表示最希望拓展的市場為中國大陸。與其他海外市場相比，中國大陸電子商務市場規模龐大，且語言及文化隔閡較其他國家低，中國大陸消費者也對台灣商品接受度高等因素，使中國大陸市場為國內網路商店最想跨足經營的海外市場。惟國內業者赴中國大陸開設網路商店，或透過中國大陸電子商務平台銷售台灣商品，必須使用當地人頭，才能取得ICP執照及公司登記。再加上台灣主要電

子商務網站目前尚被中國大陸屏蔽，中國大陸消費者無法瀏覽台灣購物網站，同時台灣的網購平台與賣家無從對中國大陸消費者銷售商品。第三方支付業者所能提供的金流服務可能僅限國內市場，跨國商機因而受限。

伍、結 語

發展電子商務，台灣擁有健全的網路基礎建設優勢，而金流、物流的基礎建設亦為發展成功與否的重要關鍵。有別於國際間主流的第三方支付商業模式，因金融服務與超商密集度高，台灣網購平台業者已發展超商取貨付款、ATM 虛擬帳號匯款、信用卡付款、貨到付款等多元支付方式。惟在國內電子商務市場規模成長趨緩，網路商店業者對於跨足海外市場表達高度意願下，跨國金流交易順暢則多仰賴信用卡與第三方支付，提高買賣雙方交易之便利性。

歷經數次法規鬆綁，台灣第三方支付服務業近期已有重要進展，包括鬆綁第三方支付服務的信用卡支付限制，微型及個人賣家可藉由平台業者接受買方以信用卡支付網路交易之款項；開放銀行與第三方支付服務業者合作提供儲值服務；政府並已著手規劃研擬第三方支付管理專法與機制。

雖台灣電子商務市場成長仍然可期，且第三方支付服務提供消費者付款的方便性與降低交易成本，與其他支付方式相比應有競爭力。惟台灣第三方支付起步較晚，同時電子商務市場規模與其他各國相對較小，業者對拓展海外市場具有高度意願。故政府除完備電子商務法制環境外，仍需持續協調，創造電子商務市場利基與價值，如推動跨境金流機制、與中國大陸協商電子商務網站屏蔽問題。



參考文獻

1. 行政院 (2013),「江院長拍板『第三方支付服務』之管理短期以『電子票證發行管理條例』做為非銀行第三方支付儲值服務管理法源、中長期應制定專法」新聞稿。
2. 行政院經濟建設委員會 (2013),「掌握臺灣網路普及優勢開拓電子商務市場」新聞稿。
3. 財團法人資訊工業策進會 (2008),「跨國電子商務金流法制規範研究報告」, 經濟部 97 年度電子商務法治及基礎環境建構計畫。
4. 翁培珊 (2010),「第三方支付之國際趨勢與我國需要第三方支付原因」, 經濟部新網路時代電子商務發展計畫。
5. 張善政 (2013), 第三方支付服務之推動及管理作為。中國國民黨第 18 屆中常會第 187 次專題報告 (2013)。
6. 經濟部 (2012),「2012 年我國 B2C 電子商店調查結案報告」。
7. 蔡宗霖(2009),從美國 PayPal 經驗與歐盟支付服務指令論我國第三方支付服務之現狀與未來, 科技法律透析第 21 卷第 10 期。
8. McKinsey & Company (2012), Online and Upcoming: The Internet's Impact on Aspiring Countries, p. 148
9. OECD (2006), Online Payments for E-Commerce.p.31