

103 年度 專案計畫執行期末報告

計畫名稱：

網際網路及電子商務發展趨勢及其對金融業 之影響與因應研究

執行期間：

本年度：自民國 103 年 2 月 5 日至民國 103 年 5 月 5 日止

全 程：自民國 103 年 2 月 5 日至民國 103 年 5 月 5 日止

報告修正定稿：民國 103 年 6 月 23 日

主辦單位：台灣金融服務業聯合總會

受委託單位：中華經濟研究院

中 華 民 國 1 0 3 年 6 月 2 3 日

摘要

本計畫目的旨在了解網際網路及電子商務的發展趨勢，並彙整各界意見，提出政府及金融產業如何因應此一嶄新趨勢，進而使台灣的金融業在合理的規範、風險管控下，創造更大的商機。

網路的發展對傳統產業銀行的影響包括：第一，個人化商品的蓬勃發展，未來個人消費金融業務，將更具主導性地位。第二，多樣化的通路，網路的應用可以利用其無遠弗屆的特性開發新的客源。第三，組織與人力資源的再造。第四，網路銀行交易可降低不少業者的營運成本。第五，資訊業務的發展可能造成實體機構的減少與客戶忠誠度的降低。

除了前述影響外，日漸普及的便宜頻寬更強大的智慧型手機等可攜式裝置，結合雲端科技及巨量資料的分析功能，也改變了金融業和消費者未來的互動模式，可能的影響包括：

第一，巨量資料、雲端計算、寬頻傳輸及互聯網催生的嶄新金融模式，改變了銀行與客戶的聯繫模式。第二，網路科技與金融業務有深度整合的必要性，包括電子銀行、電子支付、第三方支付、網路貸款等，應有較好的進展與規劃。第三，以客戶為中心的服務理念，落實於網路金融的必要性。第四，科技創新（如：巨量資料、雲端計算）所引發的風險控管與監理問題，也應密切關注。第五，透過行動網路將巨量資料、雲端科技有效應用，才能產生商業價值。

在第三方支付的問題上，根據各國的專法規定，各國第三方支付的管理法規的管理重點在於確保業者具有償債能力、營運管理能力、洗錢防制規範、專用存款帳戶、代收資金運用限制、資料保存業務及書面簽約等規定。

在資本額的規範上，高額資本可以確保業者投資設備、資訊安全、風險管控的最小效率規模，但可能也會使資金不足、但具有創意的業者無法參與第三支付的業務。相對於美國、歐盟、日本而言，臺灣的資本額需求稍高，但美國、歐盟鼓勵創新企圖心強，加上前述三國的法規密度高，配套完善，故資本額需求低。中國大陸的資本門檻大，主要原因在於法規管理仍在研擬之中。初步了解，根據臺灣目前第三方支付專法的規劃方向，臺灣雖有 3 億元資本額的限制，但係採分類管理，如不儲值則需 5 千萬資本額，如有非實質交易資金移轉則資本額的需求仍更高，基本上是合理的。

面對網際網路及電子商務的發展趨勢，政府、金融業者的因應策略，分別說明如下：

（一）政府的角色

第一，成為產業市場發展與轉型的推手；第二，產業規範的制定者；第三，加強交易安全配套及管理規範；第四，分類管理；第五，解決大陸的網路遮蔽問題；第六，兩岸金融合作的暢通機制建立；第七，洗錢防制、身分認證及消費者保護也是政府應正視的課題。

（二）金融業者

第一，積極因應網路金融趨勢，善用銀行優勢，結合不同領域業者，開創新商業模式，攫取網路新商機；第二，正視電子商務的存在，強化 IT 投資及能力，提升網路資訊主管的位階，以及善用社群網路拓展業務；同時並善用銀行優勢，推動嶄新相關業務；第三，透過以建立客戶單帳戶模式，連結基金、期貨、保險跨產業多元化整合行銷；第四，與購物網站、社群平台結合，擴展消費潛在客戶；第五，建置消費者帳號之全方位系統資安防護，保護消費者資金及個資之安全，使消費者有信心進行網路購物；第六，跨境行銷之結合第三方支付業者，或透過本身的平台，協助臺灣的農產品、有機產業、特色產品、美食進軍大陸及東南亞國家。

Abstract

The purpose of this project is twofolds. First, to explore the development trend of internet and e-commerce, as well as to summarize the views of various sectors. Second, to propose strategies for government and financial sector to respond to the new trend. Therefore, private sector can create more business opportunities, and at the same time, operate under reasonable risk management and control.

The internet development has several impacts on traditional finance industry, which are as follows. First, personalized financial commodity and consumer finance will play more dominant position. Second, the diverse marketing channels can help banks to reach out more new customers. Third, the internet development has affected the traditional banking business model; under such circumstance, re-training personnel, restructuring organizations to create more value-added marketing and related functions are in urgent need. Fourth, internet banking transactions is able to reduce operating costs of the financial sector. Fifth, internet finance may bring down customer loyalty and physical banking branches.

In addition to the above influence, the growing popularity of cheaper bandwidth, more powerful smart phones and other portable devices, combined with the massive cloud technology and data analysis capabilities, internet finance will also change the future

interactive model between financial industry and consumers. The potential impacts include:

First, the big data, cloud computing, broadband transmission and internet spawned a new financial model, changing the bank and customer contact mode. Second, the internet technology and financial business has great need for deep integration, including electronic banking, electronic payments, third party payments, online loans, etc. Therefore, it should be better progressed and planned. Third, customer-centric service philosophy, should be implemented in internet finance. Fourth, in addition to financial risks brought by internet (such as: market, credit and liquidity risk, etc.), technological innovation (such as: big data, cloud computing) triggered by risk management and supervision issue, should also be closely watched by authority. Fifth, through the mobile network, big data, and cloud technology can thus generate business value.

The third-party payment regulations is to ensure that the industry has ability to manage problems such as solvency, operational management, money laundering norms, special deposit accounts, the collection of funds, data retention and so forth.

Comparing with United States, European Union and Japan, the capital registration amount for Taiwan is relatively higher; however, United States, European Union encourage innovation, coupled with

high density regulations, supporting measures, so the capital requirements is relatively lower.

Faced with the development of internet finance, third party payment, the reacting strategies of government and the financial industry can be summarized as follows:

1. The role of government

First, to become the promoter of market development and transformation. Second, to establish the rules of game in internet finance. Third, to strengthen the transaction security and management practices. Fourth, to manage market by different categories. Fifth, to solve China's internet blocking problems. Sixth, to establish smooth cross-strait financial cooperation mechanism. Seventh, money laundering, identity authentication and consumer protection are related issues should also be addressed government should address the issue.

2. The role of the financial industry

First, to impose positive response to the trend of internet finance. Using bank advantages, combined with different areas of the industry, and opening up new business models, to grab the new business opportunities in the internet. Second, facing the existence of e-commerce, the banking sector should engage in more IT investment and use of social network to expand their business. Third, to build customer loyalty from a single account model, to integrate marketing

by linking funds, futures, insurance, and industrial diversification. Fourth, to cooperate with shopping sites, social community platforms, to extend potential customers. Fifth, to build comprehensive information security system to protect consumers, so that consumers have confidence in internet shopping. Sixth, to use cross-border marketing of third party payment industry, or through their own platform to help Taiwan's agricultural products, organic products, specialty products, to enter the mainland China and Southeast Asian market.

目 次

摘 要	I
Abstract	V
目 次	IX
表 次	XI
圖 次	XIII
第一章 緒 論	1
第一節 緣 起	1
第二節 研究內容	4
第三節 研究方法	6
第四節 章節架構安排	7
第二章 電子商務的發展及其影響與因應	9
第一節 緣 起	9
第二節 網際網路的發展趨勢及其對金融業的可能影響	11
第三節 電子商務的發展及內涵	14
第四節 國內電子商務的發展現況	20
第五節 國際趨勢、法令規範及衍生問題	25
第六節 網際網路對銀行發展影響	43
第七節 訪談意見蒐集	50
第八節 廠商因應策略及趨勢展望	57
第三章 網際網路與電子商務推展金融商品之可行性	69
第一節 緣 起	69
第二節 國內發展現況	73

第三節 國際發展趨勢.....	85
第四節 因應策略及趨勢展望.....	100
第四章 金融電子商務的發展.....	113
第一節 我國金融電子商務現況.....	113
第二節 我國金融電子商務發展所面臨的重要議題.....	119
第三節 外國金融電子商務實務.....	169
第四節 小 結.....	187
第五章 結論與建議.....	189
第一節 結 論.....	189
第二節 建 議.....	198
參考文獻	205
附錄一 第三次期末審查意見及處理情形.....	209
附錄二 第二次期末審查委員意見及處理情形.....	211
附錄三 第一次期末審查委員意見及處理情形.....	213
附錄四 「網際網路與電子商務對金融產業衝擊與因應」 座談會會議紀錄.....	217
附錄五 「網際網路及電子商務發展對金融業影響之研究」 訪談紀錄.....	228

表 次

表 2-1	國內主要第三方支付產業發展概況	23
表 2-2	各國電子商務發展趨勢	39
表 2-3	主要國家第三方支付管理法規	40
表 2-4	銀行、第三方支付業者的發展模式及優劣勢	49
表 3-1	各國運用電商推展金融商品相關議題之現況	99
表 3-2	其他可能的電子商務認證機制	108
表 3-3	政府與業者間之未來可行作法	112
表 4-1	ATM 以及網路銀行之服務功能比較表	115
表 4-2	金融機構參與網路繳稅情況	116
表 4-3	網路投保種類.....	117
表 4-4	銀行進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據	122
表 4-5	銀行須對客戶說明商品或服務之法規依據	124
表 4-6	銀行須對客戶說明商品或服務之法規依據	126
表 4-7	保險業進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據	135
表 4-8	保險公司對客戶說明商品或服務之法規依據	139
表 4-9	保險業洗錢防制義務之法規依據	140
表 4-10	證券或期貨公司進行客戶投資屬性及風險承受度調查 之法規依據	146
表 4-11	證券或期貨公司須對客戶說明商品或服務之法規依據	150
表 4-12	證券公司及期貨公司之洗錢防制義務規範	152
表 4-13	投信投顧公司的客戶投資屬性及風險承受度調查義務 規範	160
表 4-14	信投顧業者須對客戶說明商品或服務之法規依據	162
表 4-15	投信投顧業者之洗錢防制義務規範	163

圖 次

圖 1-1	計畫架構.....	3
圖 2-1	電子商務經營模式	15
圖 2-2	O2O 電子商務營運模式.....	16
圖 2-3	第三方支付流程圖	17
圖 2-4	行動支付.....	18
圖 2-5	電子商務與第三方支付、O2O 之關係圖	19
圖 2-6	2008 年至 2013 年我國 B2C 電子商務產值.....	21
圖 2-7	2012~2017 年全球 B2C 電子商務產值.....	25
圖 2-8	2011~2016 年美國 B2C 電子商務產值.....	26
圖 2-9	2011~2017 年中國電子商務產值	29
圖 2-10	2011~2016 年中國 B2C 電子商務產值.....	30
圖 2-11	2011~2016 年歐盟 B2C 電子商務產值.....	33
圖 2-12	2011~2016 年日本 B2C 電子商務產值.....	36
圖 2-13	消費者行為改變的四個「破壞」期	43
圖 2-14	現金付款萎縮—以美國為例	45
圖 2-15	歷年無店面零售額	47
圖 2-16	銀行在電子商務時代的可能角色	66
圖 3-1	傳統信用卡支付流程	73
圖 3-2	第三方支付平台之資金移轉流程	76
圖 3-3	電子交易憑證之交易流程	78
圖 3-4	FlyingV 群眾募資平台的贊助回饋方式.....	83
圖 3-5	創櫃板輔導登陸流程	84
圖 3-6	Square 行動刷卡機之介面	86
圖 3-7	網路銀行會員機制—網購保險	96
圖 3-8	CrowdCube 股權籌資流程.....	97

圖 3-9	二分法的電子認證市場	100
圖 3-10	二分法的電子認證市場差異化分工	101
圖 4-1	網路報稅程序 1.....	170
圖 4-2	網路報稅程序 2.....	171
圖 4-3	網路報稅程序 3.....	171
圖 4-4	網路報稅程序 4.....	172
圖 4-5	網路報稅程序 5.....	173
圖 4-6	網路報稅程序 6.....	173
圖 4-7	網路報稅程序 7.....	174
圖 4-8	英國保誠網路投保身分認證機制	175
圖 4-9	中國平安網路投保身分認證機制	176
圖 4-10	日本網路投保身分認證機制	177
圖 4-11	英國延長保固保險網路投保身分認證機制	177
圖 4-12	美國健康保險網路投保身分認證機制	178
圖 4-13	證券網路開戶流程 1	182
圖 4-14	證券網路開戶流程 2	182
圖 4-15	證券網路開戶流程 3	183
圖 4-16	證券商使用私人信用機構查詢信用流程 1	184
圖 4-17	證券商使用私人信用機構查詢信用流程 2	184
圖 4-18	證券商使用私人信用機構查詢信用流程 3	185
圖 4-19	證券商使用私人信用機構查詢信用流程 4	185
圖 4-20	證券商使用私人信用機構查詢信用流程 5	186

第一章 緒 論

第一節 緣 起

近年來，網際網路的應用無遠弗屆，而結合網際網路與商業模式的電子商務¹具有低成本、快速交易、應用網路無國界的特性，更是蓬勃發展。加之以全球約 14 億與我國同文同種的廣大華人市場，使其更具國際化發展潛力與優勢。根據行政院主計總處「100 年工商及服務業普查」結果，我國企業經營電子商務比重已達 32.97%，5 年間增加 15.2 個百分點，此外，我國 B2C 及 C2C 電子商務市場規模也以每年約 22% 的成長速度，由 2009 年的 3,775 億元上升至 2012 年的 6,605 億元，顯示出我國電子商務的發展蓬勃且深具潛力（經濟部，2013）。

但隨著網際網路結合電子商務的蓬勃發展，也為人流、物流及金流帶來急遽的變化，資通科技打破了這個百年的行業定規，讓金融服務與產品走向去場域化。誠如《Bank 3.0》的作者布雷特·金恩（Brett King）所說，「銀行不再是一個地方，而是一種行為。」就網路、行動通訊及電子商務的廣泛發展下，沒有時間和場域限制的網路虛擬銀行，有了更好的發展平台。然而，電子金融服務愈見便利之後，傳統型實體營業據點的存續將受到嚴苛考驗。其次，如何整合虛實兩端、持續提高服務品質，如何透過第三方支付進行跨業結盟，並迎戰來勢洶洶的互聯網金融，將是國內金融

¹ 註：此處電子商務係泛指電子網路交易平台通路。

業業務面、操作面、法規監理面、獲利模式面所不可避免的挑戰，更可能引發全產業型的變革。

此外，電子商務之支付面除了帶來金融業的挑戰，作為商品與服務的通路，在其他國家已有前例，如中國的淘寶網於 2013 年起在線上販售基金商品、日本樂天集團販售保險。其 KYC 程序、風險配置、洗錢防制，以及異業經營等問題，值得探討。

由於網際網路及電子商務發展趨勢的研究範圍相當廣泛，故在研究範圍的界定上，本計畫探討的重點以**電子商務、第三方支付對金融業的影響及因應為主要研究對象**。研究議題的設定亦以圖 1-1 研究架構左邊有關第三方支付、O2O 行動支付、證券電子交易憑證存廢、無實質交易資金移轉、以電子商務作為金融商品及服務通路及 KYC、電子簽章認證的探討為主。不過，本計畫亦會針對網際網路對金融業的影響，進行分析、討論。

有鑑於此，本計畫的主要目的有三，其一，探討網路與電子商務及其和金融業相關的發展趨勢，尤其是針對幾個重大議題，例如第三方支付、O2O 行動支付及可能衍生的資訊安全、交易平台與糾紛、網路屏蔽、無實質資金移轉、個資法、網路作為金融商品與服務之通路等方面加以探討，並分析其對金融業（包括銀行、證券、保險）的影響。此外，證券交易電子交易憑證的存廢或協調擴大至其他行業，以及相關客戶糾紛仲裁亦將納入探討。其二，參酌各國規範、立法趨勢，做為政府訂定、調整法規的參考。其三，研擬可能的因應策略（政府政策規劃、金融業因應對

策)。藉由妥適的因應策略，可以促使臺灣的電子商務在合理的規範、風險管控下，帶動相關產業的發展，以及金融業的更大商機。

本計畫的主要架構如圖 1-1 所示。

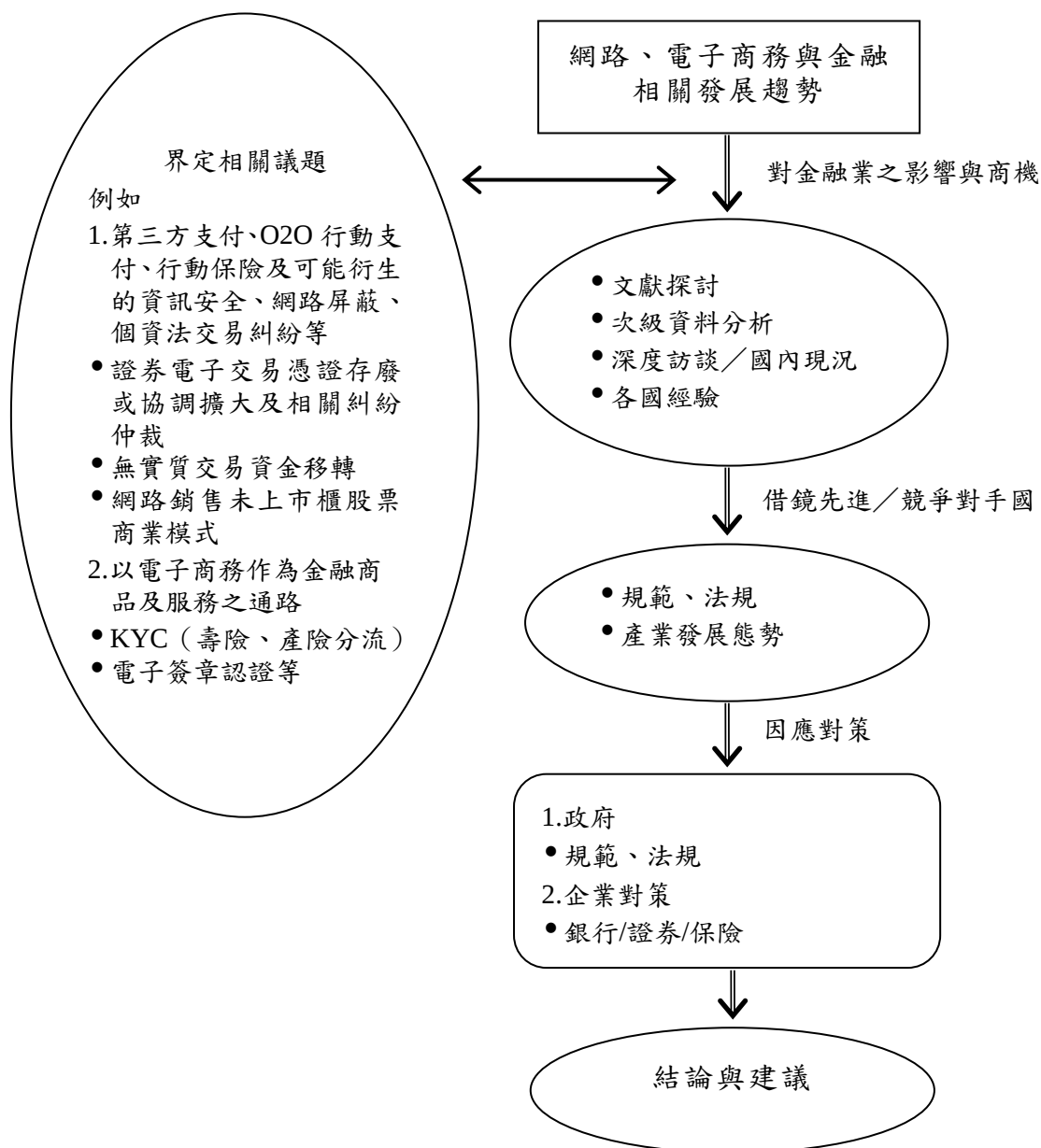


圖 1-1 計畫架構

第二節 研究內容

為達成上述研究目的，本計畫涵蓋以下內容：

- 1.網路、電子商務發展及其與金融相關的趨勢（含第三方支付、O2O 行動支付、資訊安全及網路屏蔽、個資法、無實質資金交易移轉、網路上銷售未上市櫃股票之商業模式等議題與可能衍生問題，以及電子商務作為金融商品或服務之通路等議題）。

在研究思考上，將分析金融業如何應用電子商務推廣服務，或者非金融業者利用電子商務提供金融服務。

以保險業為例，我國已開放產險業者在其所經營維護之網站上，針對汽機車強制險、住宅火險與地震險，以及旅遊平安險等三大險種，提供線上要保以及保險費用之優惠，惟目前尚未開放由電子商務平台業者業務招攬、推銷，甚至銷售保險商品。

此外，投信投顧業、證券業或銀行業銷售基金與金融商品者，雖然目前已開放網路下單，但初次開戶仍需向實體營業據點辦理，且款項收付均以該實體營業據點所維護之帳戶為中心。一旦開放電子商務，本計畫初步認為可能有兩大類衝擊：第一，初次開戶以線上方式辦理，恐有洗錢防制、人頭戶之控管、客戶風險屬性與商品風險配置、以及產品解說責任等監理措施之適用，而遭遇障礙；第二，以電子商務業者擔任推介或銷售之角色，則與前述電子商務平台業者推介或銷售保險商品類似。

- 2.上述電子商務崛起之相關議題對金融業（銀行、證券、保險）的影響與商機。
- 3.分析產官學研及各業業者對前述議題的看法。
- 4.分析國內現況，並掌握各國對電子商務發展趨勢、議題及法規、規範借鏡，以及產業發展現況。
- 5.提出因應策略。

第三節 研究方法

本計畫主要採行的研究方法包括文獻探討、次級資料分析、訪談、座談會及各國經驗借鏡。

- 1.文獻探討、次級資料分析：主要在於了解各國網際網路、電子商務及其和金融相關發展趨勢。
- 2.訪談及座談會：探討電子商務發展態勢對金融業可能影響的重大議題（例如第三方支付、O2O 行動支付等），以及可能影響、商機與因應對策。
- 3.國內現況探討。
- 4.國際比較：了解各國相關法規、規範及其可能影響。

第四節 章節架構安排

為了達成上述研究目的，本計畫的章節架構安排如下：

章名	節次
第一章 緒論	第一節 緣起 第二節 研究內容 第三節 研究方法 第四節 章節架構安排
第二章 電子商務的發展及其影響與因應	第一節 緣起 第二節 網際網路的發展趨勢及其對金融業的可能影響 第三節 電子商務的發展及內涵 第四節 國內電子商務的發展現況 第五節 國際趨勢、法令規範及衍生問題 第六節 網際網路對銀行發展影響 第七節 訪談意見蒐集 第八節 廠商因應策略及趨勢展望
第三章 電子商務推展金融商品之可行性分析	第一節 緣起 第二節 國內行動支付發展現況 第三節 國際發展趨勢 第四節 因應策略與建議
第四章 金融電子商務的發展	第一節 我國金融電子商務現況 第二節 我國金融電子商務發展所面臨的重要議題 第三節 外國金融電子商務實務 第四節 我國金融電子商務身分認證機制之建議解決方案
第五章 結論與建議	第一節 結論 第二節 建議

第二章 電子商務的發展及其影響與因應

第一節 緣 起

全球網際網路（Internet）於 90 年代中期迅速發展與普及化，融入企業與一般家庭之中，成為資通訊傳播與交換的重要基礎工具。企業使用網路進行商業貿易的活動，使得電子商務成為熱門的新興商業交易模式。而各國政府政策的大力支持、資通訊科技快速地發展、網路基礎設施的完善建置、網路傳輸技術的成熟及資訊軟硬體之普及化，成為電子商務發展的重要因素。

電子商務改變了傳統商業營運模式，是以電子工具為媒介，進行金流、物流與資訊流的商品與勞務的交易。主要的營運模式有企業對企業（B2B）、企業對消費者（B2C）、消費者對消費者（C2C）及線上支付與線下消費（O2O）等模式。

隨著 B2C 及 C2C 等零售購物之電子商務交易規模的擴大，對應的電子金融支付工具也隨之多樣化，如信用卡、電子現金、電子支票、電子錢包等。在無線通訊技術的發展下及智慧行動通訊載具日漸普及化，如智慧型手機、iPad 等，一般消費者透過行動載具就可進行電子商務消費，促使行動商務的興起。

網際網路技術日益成熟，資通訊技術更新變化快速，電子商務交易伴隨的風險也隨之上揚，網路交易及資訊安全越受重視。關乎消費者的消費信心，考驗著電子商務交易的穩定性。在健全資安保護環境之下，消費者才有信心從事電子商務的交易消費活動。因此第三方支付產業因應而生，以保障電子商務交易的交易

安全與服務的品質。非金融業的第三方支付，成為從事電子交易的消費者有了新的支付工具平台，及新興的行動支付模式改變傳統商業交易支付模式，對金融業產生莫大的挑戰與創新機會。

因此，本章之研究將從國內外新電子商務發展趨勢、資訊安全問題及相關法規，進行探討分析，並彙整專家學者之意見，提出我國金融產業電子商務未來發展趨勢建議與因應策略。

第二節 網際網路的發展趨勢及其對金融業的可能影響

本節分別針對網際網路與金融業的發展，以及可攜式裝置、巨量資料應用的崛起，對金融業的影響加以分析。

一、網際網路與金融業的發展

隨著網路及無遠弗屆的運用，帶動電子商務的興起，加上科技的突破，使得手機、可攜式設備的頻寬增加，以及上述裝置大量使用的平價化，帶動跨業的整合（如電子錢包的出現）。其次，雲端運算的崛起及背後的内容（如巨量資料的運算等），針對消費者行為更精確、深入分析，並提供更多、更心、互動、即時資訊，也對銀行及客戶的關係帶來巨大的變化。當然，創造嶄新的營運模式，可以為銀行帶來新的商機，但也使若干非銀行業者（如第三方支付業者、IT 業者等）有切入銀行業務的壓力，另一方面，也會衍生電子交易、管理上的風險。

根據方耀、李榮謙（2000）²的分析，網路的發展對傳統產業銀行的影響包括：第一，個人化商品的蓬勃發展，未來個人消費金融業務，將更具主導性地位。當然，在金融商品的標準化壓縮業者利潤，因此，金融業整建資料庫，透過資料分析可帶來若干商機。第二，多樣化的通路，網路的應用可以利用其無遠弗屆的特性開發新的客源。第三，組織與人力資源的再造。網路的發展

² 方耀、李榮謙（2000），網際網路對金融服務業的衝擊及其在管理上衍生的議題，中央銀行經濟研究處。

已影響傳統銀行的經營模式，因此，人員的再訓練、組織的再造，才能創造行銷等更具加值的功能，並促成人員生產力的成長。第四，網路銀行交易可降低不少業者的營運成本。第五，資訊業務的發展可能造成實體機構的減少與客戶忠誠度的降低。因此，金融機構將更不容易確實掌握客戶，形成另一種競爭模式及經營壓力。第六，網路交易可能引發的金融監理及電子交易安全的疑慮應予以正視。

二、可攜式裝置及雲端、巨量資料崛起對金融業發展的影響

除了前述影響外，近幾年日漸普及的便宜頻寬更強大的智慧型手機等可攜式裝置，結合雲端科技及巨量資料的分析功能，也改變了金融業和消費者未來的互動模式，可能的影響包括：

第一，巨量資料、雲端計算、寬頻傳輸及互聯網催生的嶄新金融模式，改變了銀行與客戶的聯繫模式。因此，銀行在電子化、管理決策資訊化、自動服務通路的創新和發展等三個層面必須尋求變革（大陸〈經濟日報〉，2014）。第二，網路科技與金融業務有深度整合的必要性，包括電子銀行、電子支付、第三方支付、網路貸款等，應有較好的進展與規劃。第三，以客戶為中心的服務理念，落實於網路金融的必要性。透過網路、第三方支付提供客戶更深入、更貼心的資訊，並透過網路金融做為銀行轉型的重要策略。第四，除了網際網路帶來的金融風險（如：市場、信用及流動性風險等）需特別注意之外，科技創新（如：巨量資料、雲端計算）所引發的風險控管與監理問題，主管機關也應密切關

注。第五，透過行動網路將巨量資料、雲端科技有效應用，才能產生商業價值。第六，根據 Bank 3.0 一書的描述，未來銀行的進展，將由網路、社群媒體、智慧型手機，邁向行動錢包及分行萎縮（人人都是銀行）的階段，因此，銀行應擁有產品、交易、支付平台，並積極採用科技，和各領域業者形成夥伴關係。

第三節 電子商務的發展及內涵

一、電子商務（Electronic Commerce；EC）

電子商務，簡單而言，泛指通過電子技術手段所進行的商業交易服務活動。中華民國電子商務年鑑（2012）中電子商務之定義為運用先進資訊科技，同時藉由組織作業的流程改造，來達到減低組織營運的成本開支，提升作業效率，增加客戶滿意度之商業活動。而廣義的定義，即凡是交易雙方均以電腦、手機、電子紙及平板電腦等新興的手持式電子產品，透過有線、無線或行動網路進行交易活動或相關服務活動都可稱之為電子商務。如商業 EDI（Electronic Data Interchange）、金融 EDI、網路銀行、網路下單、電子購物、電子訂貨及行動支付等皆為電子商務之範疇。由此可知，電子商務具有交易虛擬化、低成本、高效率及透明化等幾項特點。

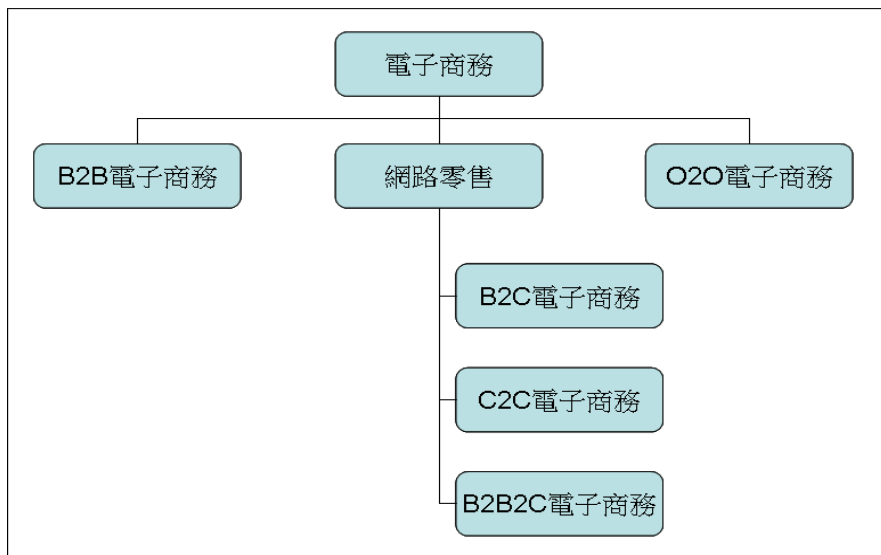
1. 電子商務經營模式

目前電子商務因買賣交易雙方之不同而產生不同的經營模式。有企業對企業、企業對消費者的網路零售與虛實通路間等幾種電子商務模式，如圖 2-1 所示。

企業對企業電子商務（Business to Business）是企業之間透過網路平台來提供商品勞務的訊息，吸引有需求之企業合作或進行採購。

網路零售的電子商務模式主要有企業對消費者（Business to Customer；B2C）電子商務，是指企業利用網路將商品或勞務直接銷售給消費者，商品服務包括線上購物、證券下單、

線上資料庫等應用。企業對企業對消費者(Business to Business to Customer ；B2B2C)，指企業將商品在交易平台上展示，透過交易平台銷售給顧客。成品、半成品、材料供應商等賣方，將商品上架到平台來同時服務企業與消費者，能從生產、分銷及終端零售的資源整合，有利於中小企業進入電子商務市場的模式。消費者對消費者（Customer to Customer；C2C），消費者之間的電子商務，即網路拍賣模式。



資料來源：資策會 MIC(2013)，經濟部 ITIS 計畫。

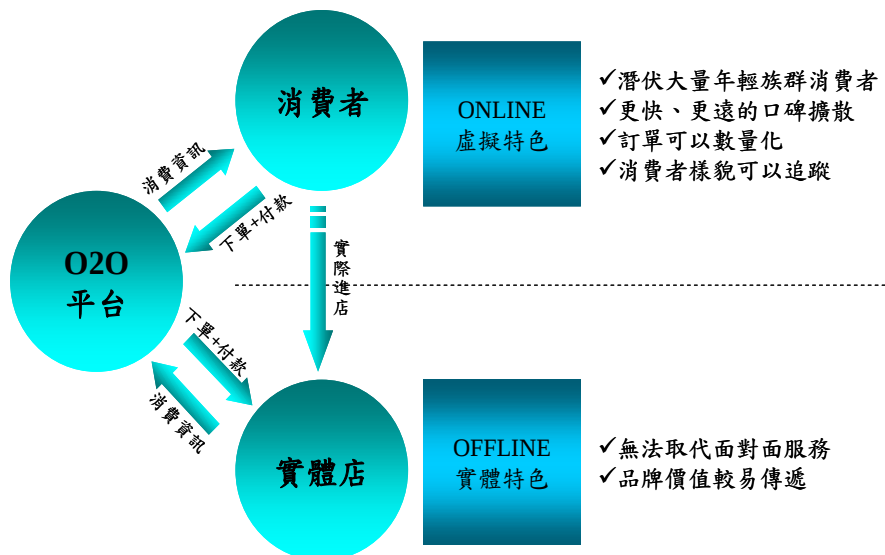
圖 2-1 電子商務經營模式

虛實通路（Online to Offline；O2O）的電子商務模式，係指實體店家透過不同方式讓消費者從網路獲得購物相關訊息，並於網路上訂購且付費完成後，再至線下實體商店享受服務與體驗的經營模式，一種網路與實體商店相互結合的虛實整合商業模式，如圖 2-2 所示。

這是自美國折價券網站 Groupon 興起後，O2O 開始受到廣泛的討論。其狹義的定義為消費者透過網路平台購買實體

商店的商品與服務，之後再到實體商店享受服務。如在網路上購買餐廳、美容診所或運動休閒課程後，再到該實體商店去享受商品與服務。其基本的商業營運模式有團購平台、品牌網站結合實體分店及交換訊息平台等模式。

廣義而言，只要將消費者從網路上帶到實體商店，皆為O2O。在經過許多網站與企業運作後，O2O 模式也出現了變化經營方式，如反向運作從實體到網路（Offline to Online），及 QR Code 行銷。



資料來源：數位時代(2012.12)

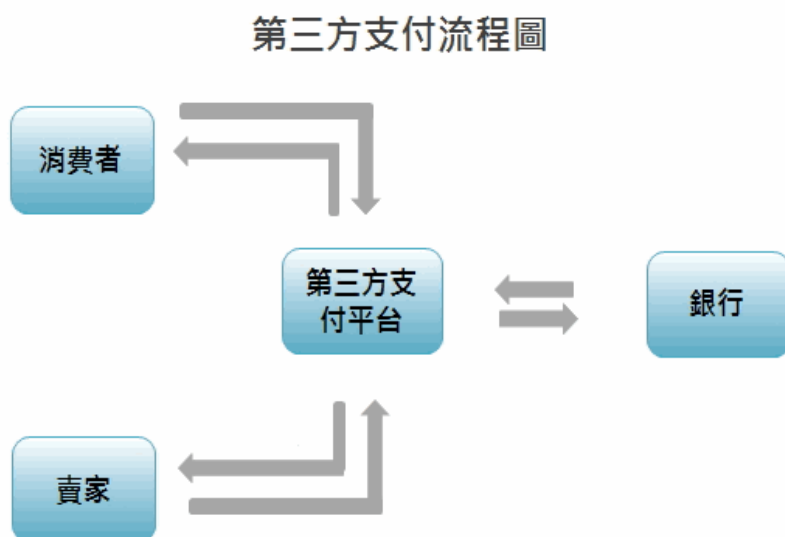
圖 2-2 O2O 電子商務營運模式

2. 電子交易支付

進行網路零售之電子商務交易時，由於交易的買方與賣方兩者無法像在實體商店購物般同時完成價金與商品交付，與缺乏信任基礎的情況下而興起第三方支付平台。一般而言，網路購物的電子商務交易方式是買家在網站上完成訂購下單並付款後，賣家透過物流系統將貨品送至買家指定地

點，兩者之間的時間差就成了無法同時達成的情況，此時就須要公正的第三方來保障交易的穩定與安全。

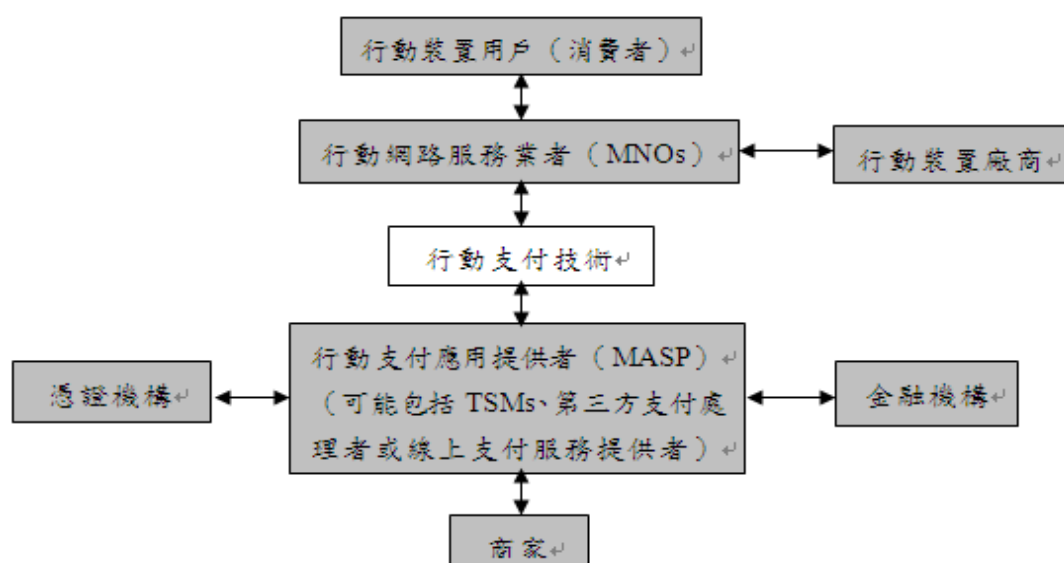
第三方支付平台係指一電子商務企業或是具實力及信用保障的獨立機構，與銀行之間訂約，建立一個中立的支付平台，提供與銀行支付結算系統介面，為線上購物者提供資金劃撥的通路及服務之網路支付模式，如圖 2-3 所示。因此第三方支付為一個中介服務平台，扮演確保買賣雙方交易與資訊安全保障的角色。



資料來源：MoneyDJ 財經知識庫

圖 2-3 第三方支付流程圖

隨著個人智慧行動通訊裝置的普及與無線通訊網路愈來愈暢通而發展出行動支付（Mobile Payment）。根據移動支付論壇對行動支付作的定義，是指雙方為了某種貨物或是業務，通過移動設備進行商業交易，如圖 2-4 所示。行動支付所使用的移動設備，如手機、平板電腦等，可以結合信用卡與電子錢包的優點，完善貨幣電子化的進程。

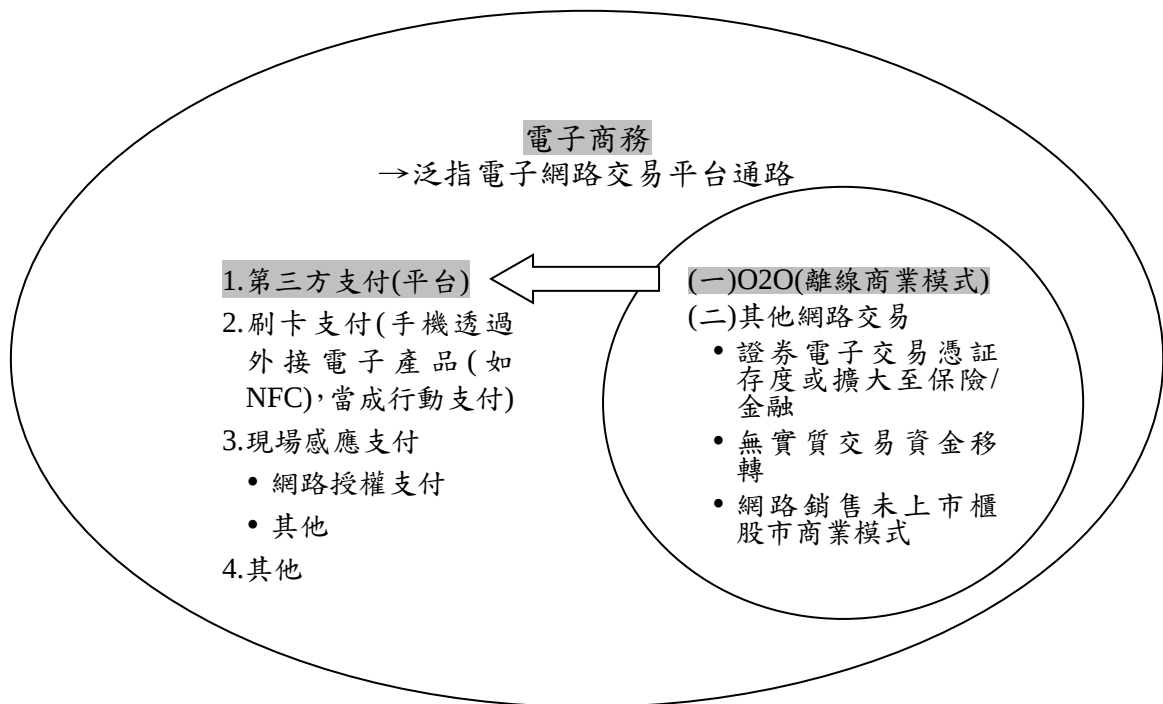


資料來源：Mahil Carr (2008)

圖 2-4 行動支付

三、電子商務與第三方支付、O2O 關係

有關電子商務與第三方支付及 O2O 的關係，請參見圖 2-5。



行動支付：

利用「行動裝置」進行商品與勞動交易之支付，包括支付指令的發動、確認及貨幣移轉。包括：

- (1) 手機感應商店 POS 進行消費支付
- (2) 手機進行個人用(P2P)匯投、及帳單支付(C2B, B2B)
- (3) 網路商店消費
- (4) O2O(離線商務模式): 線上營銷、購買帶動線下經營/消費，網路延伸至實體市場、透過手機、網路為實體商店帶動更多商務的行動電子商務

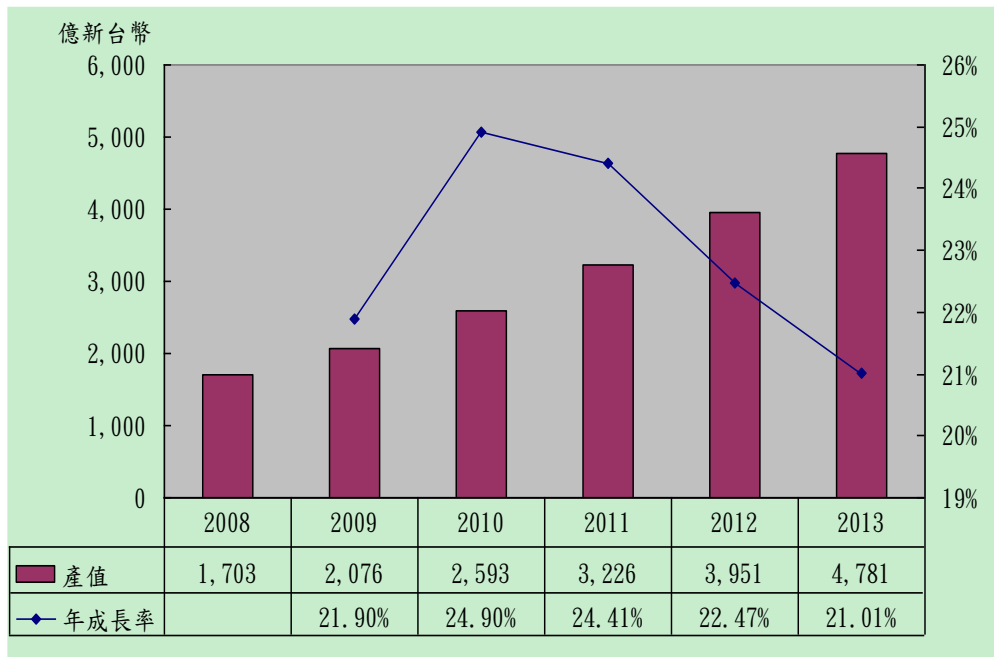
圖 2-5 電子商務與第三方支付、O2O 之關係圖

第四節 國內電子商務的發展現況

一、國內電子商務現況

近年來，臺灣先進的資訊科技產業與完善網路基礎設備，建置了電子商務絕佳的發展環境。行政院強力推動六大新興產業與四大智慧產業的政策，加上一系列相關政策的推動，如經濟動能推升方案、數位匯流發展方案、新網路時代電子商務發展計畫、華文電子商務際交易安全推動計畫、雲端運算應用與產業發展方案及服務業發展方案等措施施行，使得我國網路基礎環境建置更上一層樓，成為推升電子商務進階的主要動能。

由於國內網際網路環境的建置漸趨完善與個人行動通訊載具的普及化，有助於電子商務的發展，其經濟規模亦逐年提高。經濟部商業司「新網路時代電子商務發展計畫」中調查顯示 2013 年我國 B2C 電子商務的產值（如圖 2-6 所示），從 2008 年的 1,703 億元，並預估 2013 年增加到的 4,781 億元。又依據資策會產業情報中心（MIC）對臺灣電子商務產值的調查，2012 年產值為 6,605 億元增加到 2013 年的 7,673 億元，年成長率 16%，預期 2015 年時，產值可望突破兆元。主要是因為政府對第三方支付服務鬆綁與開放儲值業務，提高消費者對於使用電子商務的信心。顯現出未來電子商務深具發展潛力。



註：2012、2013 年的產值為預測值

資料來源：經濟部商業司(2012)，「新網路時代電子商務發展計畫」。

圖 2-6 2008 年至 2013 年我國 B2C 電子商務產值

二、電子商務產業相關發展

我國行動網路普及率日益提高，依據中華電所做的「行動上網幸福力調查」指出有 8 成民眾每天使用行動網路，顯示出民眾因為無線網路技術進步（3G 與 wifi）與智慧行動裝置的普及，讓日常生活一部分的網際網路行為，已從家用電腦（桌上型電腦）的定點上網擴展成為隨時隨地行動上網模式。此一網際網路發展趨勢，將國內外電子商務帶入一個新局面的發展。

國內金融機構與非金融機構皆發覺到這新一波的網際網路發展趨勢所帶來的新商機與市場，而積極建構創新電子商務模式來迎接新時代國際化挑戰與產業發展契機。以下是目前最熱門議題的發展現況。

1. 第三方支付

非金融機構從事第三方支付之業者方面。目前國內的藍新、紅陽與綠界是早期成立的非金融機構第三方支付業者，初期的業務僅是單純提供網路金流資訊的功能。近年來，網路交易安全與消費者保護日受重視的需求下，第三方支付業者提升成為保障網路交易安全的平台，並帶來電子商務新的市場商機。藍新公司在 2010 年與中國大陸的阿里巴巴集團旗下的支付寶合作，整合兩岸跨境電商通路，帶來龐大的商機。紅陽公司則推出「e'safe 代收代付金流服務」，在 2010 年更創造每月 5 億元的高流量，成為國內最大的第三方支付業者。接著與中國的銀聯支付共同合作，提供跨境的服務。而綠界以優秀的網路專業技術與經驗，在 2013 年與擁有廣大客戶服務群的歐付寶結合成為第三方支付業者。而國內的 PC home 與 Yahoo 奇摩兩大購物商城分別成立支付連 Paylin 與「輕鬆付」的第三方支付平台。前者主要為旗下「露天拍賣」C2C 電子商務部分提供第三方支付的服務；後者則與玉山、台銀等金融機構成立第三方支付平台「輕鬆付」以提供網路金流的服務，為保障商品交易安全，凡在網上透過奇摩商城網的購消費者皆強制以輕鬆付為商品價金支付管道。

行動支付方面 2013 年國內五大電信業者與悠遊卡公司聯合出資，新台幣 3 億元成立群信行動，積極吸引內容服務商、終端設備商、信用卡金融機構入股，建立擁有完整生產供應鏈的行動支付平台以迎接未來行動支付的趨勢。

金融機構從事第三方支付之業者方面，目前有永豐商業銀行、中國信託、第一金控、國泰世華、兆豐銀行與華南銀

行等金融機構分別推出「豐掌櫃」、「pockii」、「第 e 支付」、「安心付」、「Mega ePay 兆豐支付」與「e 指收」等網路支付平台。玉山銀行則與國內的歐付寶、跨境的支付寶合作，成為擁有國內與跨境的網路支付平台。

行動支付部分，國內金融機構玉山銀行與中華電信合作「QR Code (Quick Response Code) 行動支付」，這是信用卡收單業務，消費者只要事先向玉山銀行申請行動支付帳號，下載行動支付 APP 後，就可選擇使用 QR Code APP 進行刷卡消費，提高網路購物的便利性。

表 2-1 國內主要第三方支付產業發展概況

企業	藍新	紅陽	綠界	Yahoo！ 奇摩商城	PC home
發展現況	2011 年，與中國阿里巴巴集團旗下的支付寶合作，整合兩岸電商通路。	推出「e' safe 代收代付金流服務」，創造高流量。並與銀聯 Chinapay 及支付寶 Alipay 合作，提供跨境服務。	2013 年與擁有廣大客戶服務群的歐付寶結合。	與玉山、台銀等金融機構成立第三方支付平台「輕鬆付」，以提供網路金流的服務。	為「露天拍賣」C2C 電子商務部分提供第三方支付服務。

資料來源：王興詠、林珮瑜、張尹(2014)，第三方支付產業現況與發展，本研究整理。

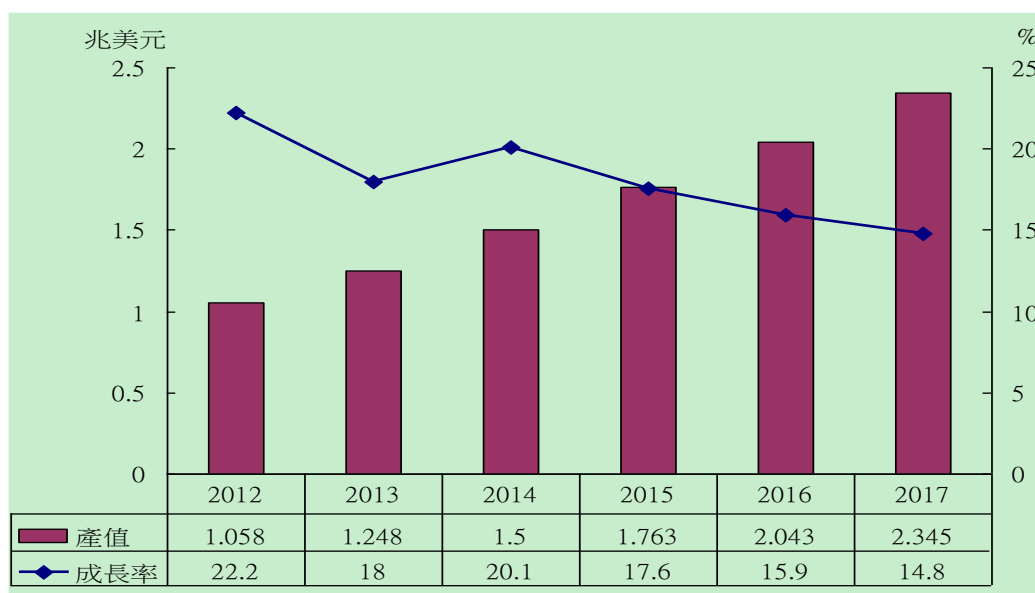
2.O2O 電子商務

未來第三方支付專法通過，將開放電子商務業者能夠進行 O2O 電子商務。此類虛擬通路與實體店面的相互結合的電子商務模式，其範圍還可擴展到夜市攤販。消費者到有設置二維條碼的攤位消費，可用手機錢包來輕鬆消費。

有鑑於目前網際網路科技的技術不斷提升，資訊科技軟體技術的高速發展，為電子商務模式提供創新的基礎。加上消費者智慧行動裝置的持有率高，消費者對網路購物的信心提高及消費行為的改變，創造出更廣大電子商務的商機與市場。不論是金融機構或是非金融機構都積極布局，透過自行建構或與同業結合，或與異業聯合建構新的網路支付平台或是行動支付平台，以提高自身電子商務的競爭力，迎接網路無國界的產業挑戰。對金融業而言，這是擴展市場的新契機。

第五節 國際趨勢、法令規範及衍生問題

國外電子商務發展，由美國開始發展向並外擴展到全球，歐盟、亞洲等地區，尤其是新興經濟國家的電子商務市場也逐漸發展。電子商務企業方興未艾，加上全球各國資訊科技軟體及硬體設備完善，網路通訊技術的提升，促使第三方支付產業快速興起，其中新興的行動支付也成為熱門的焦點。eMarketer 調查機構統計顯示 2012 年 B2C 電子商務全球產值為 1.058 兆美元，並預測 2013 年高達 1.248 兆美元，年成長率為 18%。而根據 Gartner 研究機構對全球行動支付交易規模預估，將由 2012 年的 1,715 億美元，成長到 2016 年 6,170 億美元。面對產業未來深具發展與成長潛力，全球各個國家地區也加大力度持續發展電子商務產業。因此，底下將以美國、中國、歐盟及日本等主要國家及地區之電子商務發展情況，了解世界電子商務的發展趨勢及其相關法規範。



資料來源：eMarketer

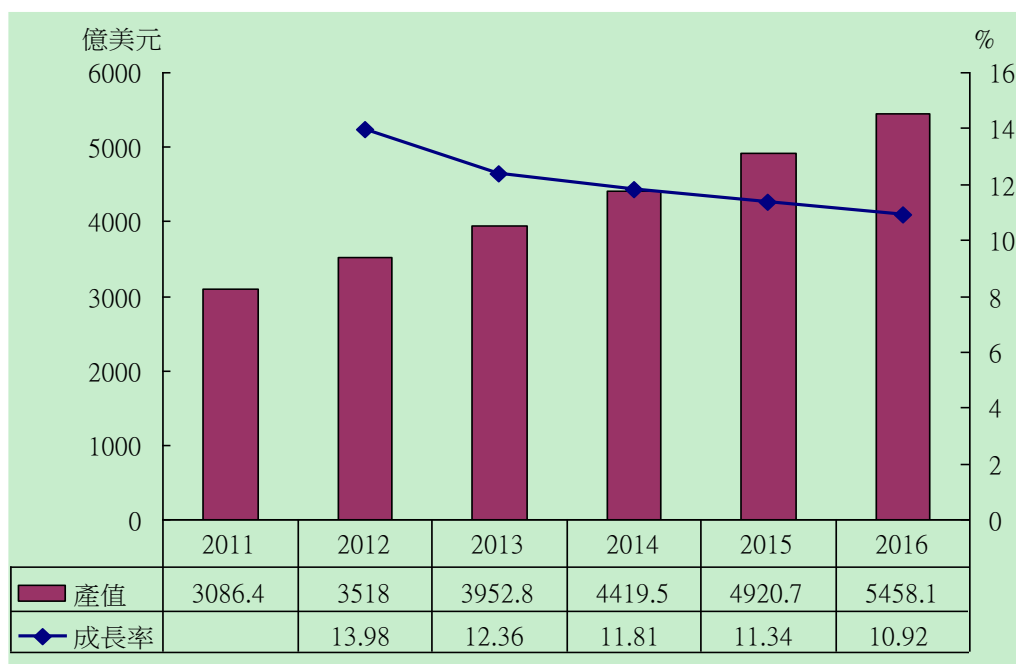
圖 2-7 2012~2017 年全球 B2C 電子商務產值

一、美國

美國是電子商務發展的發源國，該產業的成熟度相較其他國家為高，法令規範也較嚴謹，為其他國家效法的對象。

1. 電子商務發展現況

依據 eMarketer 調查機構數據顯示，2013 年美國 B2C 電子商務產值為 3,952.8 億美元，較 2012 年的 3,518 億美元增加 434.8 億美元，成長率為 13.98%。成長的主要因素為智慧型行動通訊載具的使用率提升，如手機、平板電腦等，促使消費者上網覽商品資訊的便利程度提高。因此，資通訊硬體的普及促使網上購物的消費者增加。



資料來源：eMarketer

圖 2-8 2011~2016 年美國 B2C 電子商務產值

2. 電子商務之第三方支付機構

電子商務界最為著名的第三方支付平台 PayPal，在全球有 193 個國家、1 億 3200 多萬以上的註冊會員與 900 萬的賣家皆能使用其支付工具進行電子商務交易。2012 年 PayPal 所處理的支付金額總計約為 1,450 億美金，其中跨國交易約占 25%。除了可以使用 25 個主要國家貨幣進行交易，在該平台上還可以使用 PayPal 帳戶儲金、信用卡、簽帳金融卡及銀行帳戶等方式支付交易。臺灣地區 PayPal 註冊賣家會員 27,017 家，並可接受國際付款；買家會員 145,300，僅能使用信用卡支付。

2013 年 10 月亞馬遜（Amazon）推出行動支付「用亞馬遜登錄並支付」，使用手機就可以透過在亞馬遜註冊的帳號進行網路購物的行動支付，並無須再註冊新帳戶，有利於支付運行的便利性。目前亞馬遜有 2.15 億的活躍帳號，配合行動支付能吸引更多的電商加入，如家用品銷售商 Build.com。

著名的第三方移動支付企業 Square，透過小型行動信用卡刷卡裝置達到隨地隨付的便捷支付，引發了美國國內支付企業相繼在行動支付領域的布局，例如快錢、盒子支付等企業出現相關支付裝置。

3. 電子商務之第三方支付法規

統一資金服務法（Uniform Money Service Act）為美國第三方支付產業的法規依據，各州政府依據該項法規進行該州之第三方支付立法。想要經營第三方支付者須向各州的政府申請資金傳輸執照才可營業，從事票據兌現及外幣兌現等業

務。在美國各州之法律有自主的權力，因此申請執照也要視該州法律情況而進行申請。也因此各州的第三方支付的主管機關會有些許的差異，但通常是該州的金融主管機關，如紐約州的主管機關為金融服務局。

經營資金傳輸業者必須財政部進行註冊列管，並具備防制洗錢措施。又須提供相當程度的風險防護機制，統一資金服務法中有規範執照申請人須取得履約保證金或信用狀。而第三支付機構的最低保證金額為 5 萬美元，其每增加一個營業點，保證金就增加 1 萬，上限為 25 萬美元。營業時還須維持資本淨值在 2 萬 5 千美元以上，每年還需繳交 2 千美元的年費。

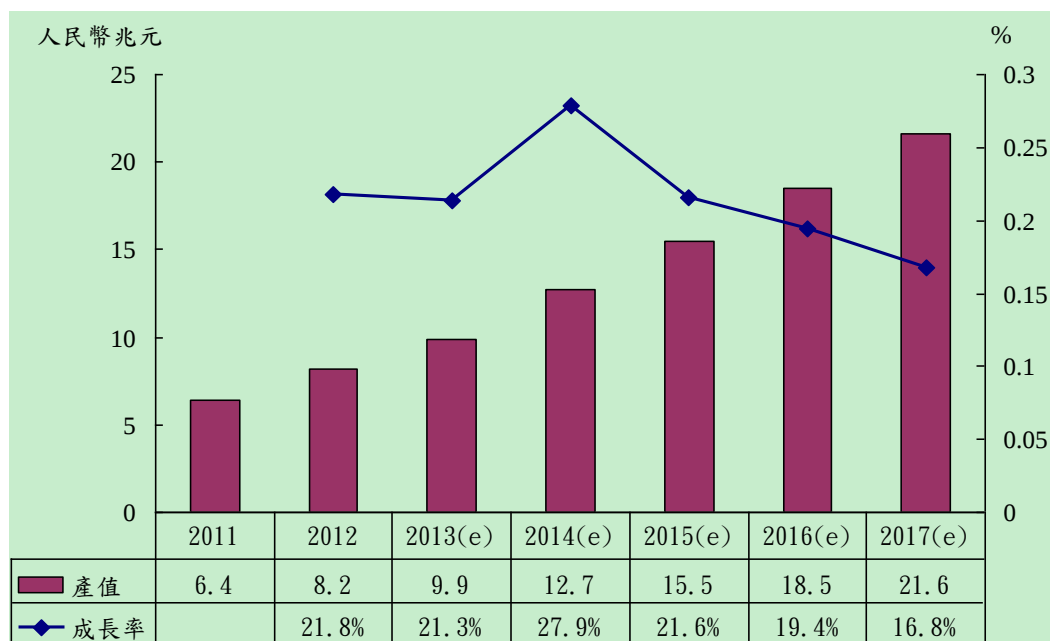
向消費者收取的資金，准許第三支付機構使用資金進行特定投資活動，如定存單、銀行承兌匯票、管理投資公司發行的股票或憑證等，並將資金信託。若無投資，則以存款的方式存入銀行以獲得中央存款保險的保障。前述兩種形式都是保證資金安全，隔離第三方機構破產的風險。

二、中國大陸

中國大陸電子商務發展增長快速，其產值逐漸地接近美國，並有可能超越美國成為世界第一大的電子商務國家。

1. 電子商務發展現況

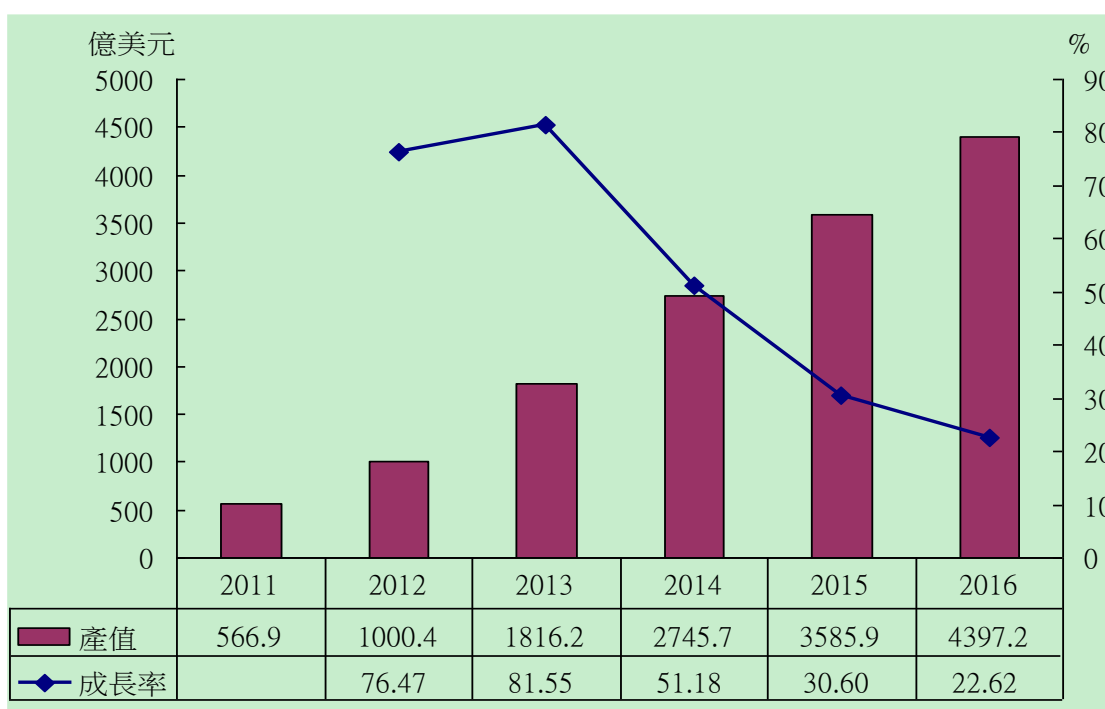
中國電子商務市場為全球電子商務增長快速的地區之一。依據艾略諮詢統計 2013 年中國電子商務產值為 9.9 兆人民幣，較 2012 年的 8.2 兆人民幣成長 21.3%，如圖 2-9 所示。成長的主要原因為國家政策的支持與引導、電子商務企業轉型升級與進行網路購物的消費者比例上升，使得中國電子商務發展進入一個快速成長的時期。



資料來源：艾略諮詢

圖 2-9 2011~2017 年中國電子商務產值

其中，B2C 的電子商務市場的規模也日益成長，根據 eMarketer 研究調查機構預測 2013 年產值為 1,816.9 億美元，較 2012 年 1000.4 億美元增加 816.5 億美元，成長率為 76.47%。主要因為電子商務企業服務體系完善、網路購物的商品與服務多元化與消費者對網路購物的信賴度提升。



資料來源：eMarketer

圖 2-10 2011~2016 年中國 B2C 電子商務產值

2. 電子商務之第三方支付機構

2004 年，阿里巴巴集團成立的第三方支付企業支付寶 (AliPay) 在中國大陸迅速的發展成長，成為亞洲地區第三方支付企業發展的楷模。在 2012 年，其市場占有率為 46.6%，遠超過財富通、銀聯網等支付機構成為中國大陸第一大的第三方支付企業。每日營業額更是高達 200 億人民幣，年營業額更是破兆。

其經營的範圍除了作為電子商務交易，並跨足基金商品的買賣，建立餘額寶的基金商品買賣平台，只要支付寶有註冊帳號，就可以將帳號中的儲值款轉入餘額寶帳號來進行電子交易。2014 年初，餘額寶的規模已經達到 4,000 億人民幣，快速的成長已成為第三方支付平台跨領域經營的成功案例。餘額寶的高報酬引發熱潮，消費者將其銀行存款轉入餘額寶，造成銀行的存款大幅減少 9,402 億元人民幣，對傳統銀行產生極大的衝擊，並引起中國人民銀行的關注。另外，還運用現有的資金針對想要創業的創業者進行小額貸放業務。

由於中國大陸手機的普及率日益提高，消費者願意接收新的網路購物模式，行動商務與行動支付的電子商務模式發達。微博與即時通訊網站也跨入行動電子商務的領域。

中國大陸的第三方支付的電子商務，成功跨零售服務業、金融業的經營。不僅是其多樣化的經營，也積極進行海外市場的建構，成為國際化的產業。

3. 電子商務之第三方支付法規

在 2010 年，中國人民銀行發布「非金融機構支付服務管理辦法」做為第三方支付的法源依據。辦法第 2 條明定網路支付即是非金融機構服務。非金融機構要提供支付服務者，須向中國人民銀行申請「支付業務許可證」。而中國人民銀行就是支付機構的監督管理機關。

依據辦法第 9 條規定，要在全中國境內提供支付服務者，其資本額最低限額 1 億元人民幣；擬在省（自治區、直轄市）

範圍內從事支付業務的，其註冊資本最低限額為 3 千萬元人民幣。註冊資本最低限額為實繳貨幣資本。

關於洗錢防制，該辦法第 8 條規定在申請時須提出完整的反洗錢措施。而反洗錢措施在辦法第 4 條中規定，包括反洗錢內部控制、客戶身分識別、可疑交易報告、客戶身分資料和交易紀錄報告。使用支付服務者須在註冊時提供真實的資料。

對於支付服務與客戶之間的權利義務、糾紛處理及違約等事項要簽訂書面協議；支付機構必須在商業銀行開立「備用金專用存款帳戶」，將收受服務者的資金存入，且不能挪做他用；機構中的持有資本不能低於平均 90 日的日平均處理金額的 10%；資訊安全方面須通過國家之標準安全檢測；交易相關資料保存至少 5 年。

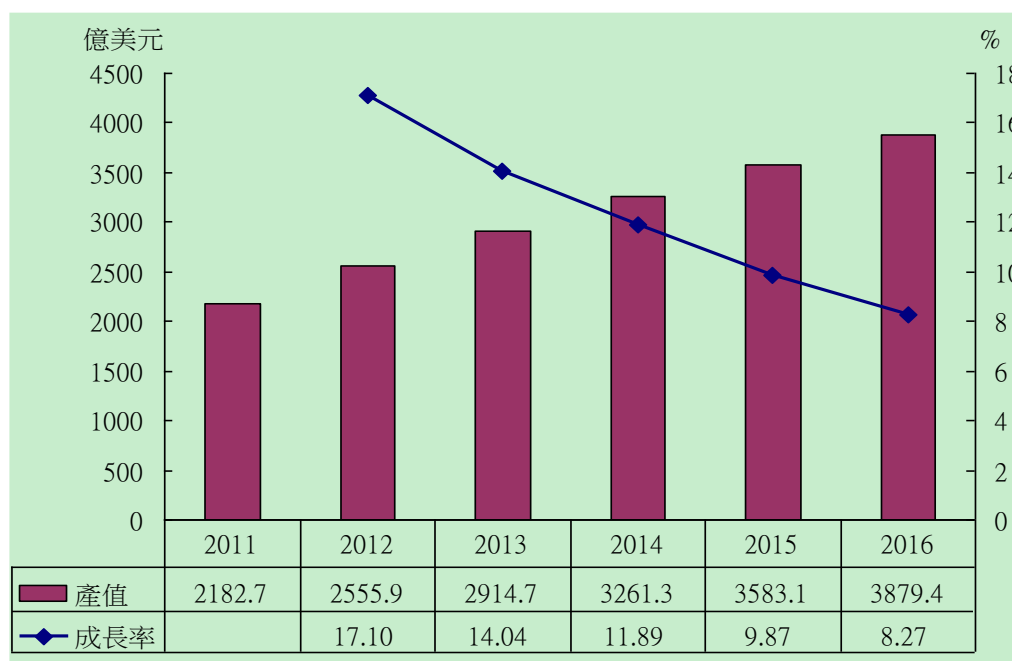
由上述可知，中國對於第三方支付產業之規範非常的完善，從支付機構的資本額度、收受資金的處理模式、防制洗錢、資訊安全及資料的保存都能兼顧，對於電子商務發展著實是重要之助力。

三、歐盟

歐盟的電子商務發展情況與美國發展情況較為相近，法令規範也與美國相仿。

1. 電子商務發展現況

2013 年，根據 eMarketer 調查機構數據顯示歐盟電子商務產值為 2914.7 億美元，較 2012 年 2555.9 億美元增加 358.8 億美元，成長率為 14.04%。主要是因為網際網路科技技術的提升與智慧型行動通訊裝置的普及。但根據 2013 年中華民國電子商務年鑑提及歐盟的電子商務仍存在缺乏合法的跨國際網路、消費者使用網路服務時隱私權沒有保障、結帳及運送系統的不完善、網際網路傳輸速度過慢導致的無效率等五大障礙，並自 2012 年起施行數位化單一市場計畫來解決之。



資料來源：eMarketer

圖 2-11 2011~2016 年歐盟 B2C 電子商務產值

2. 電子商務之第三方支付機構

歐盟對於電子商務市場呈現開放的態度。接受國際的第三方支付機構程度高，如知名美國的 eBay 及亞馬遜都是在此地區成功設置第三方支付機構。

對於第三方支付機構的型態，也無限制。可從商品購物甚至博弈。如英國第一家獲得許可的著名第三方電子支付機構為 Moneybookers，為 2001 年成立，主要是網路博彩的網路支付公司，並與 eBay.com、Skype 和 Thomas Cook 等著名網路公司合作。業務遍及全球 200 多個國家，包容 80 多種貨幣支付。因此，歐盟地區的第三方支付機構的種類多樣化，也朝國際化的方向前進。

3. 電子商務之第三方支付法規

歐盟 2007 年在支付服務指令（Payment Service Directive, PSD）中的所稱之支付機構第三方支付業者為指令中的支付機構。而歐洲經濟區的會員國依據此支付服務指令完成各自的國內立法。

對於支付服務產業的型態與服務範圍之規範為支付服務使用者（買方）與商品服務提供者（賣商）的中間平台，此平台透過網際網路及資通訊設備提供存款、提款、轉帳與匯款等支付服務，為電子商務交易提供支付的服務平台。

而歐盟各會員國對第三方支付業者的主管機關不盡相同，如在英國的主管單位為金融服務局。網路支付機構在創辦時，最低的資本額為 5 萬歐元。對於支付機構亦有分類，而各會員國對於不同等級的支付機構，其服務範圍也有所限

制，如處理支付總金額低於 300 萬歐元者視為小型支付機構，在英國則限制其不能進行跨國支付服務。支付機構也有必需維持最低的資本。

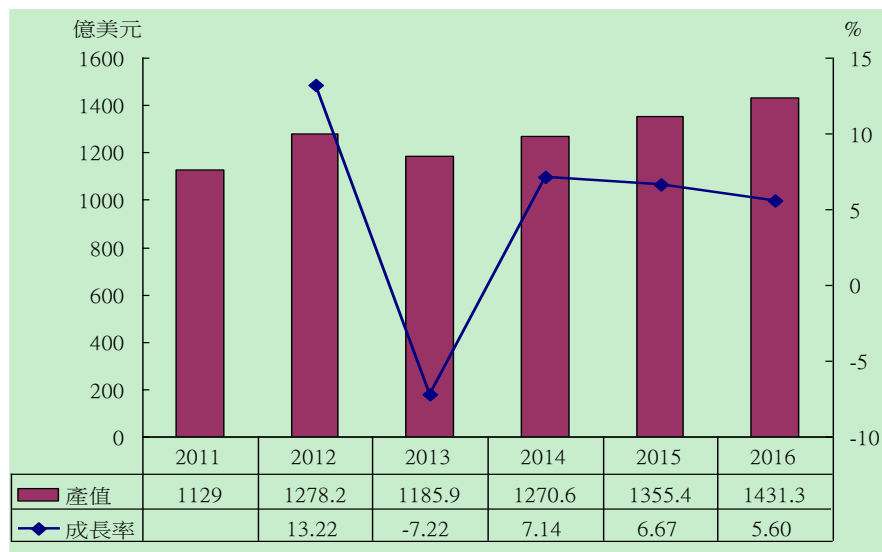
支付機構對代收的資金可以專用帳戶的提供、破產隔離與保險等方式進行資金的保護，使代收的資金可以不受支付機構的狀況而有所影響，為消費者提供資金的保護。對於客戶資料的保護、提供防範洗錢架構及與客戶之間訂契契約部分也有所規範。

2014 年歐盟委員會針將對支付服務指令進行部分的修正，預計下個會期才會進行修正。

四、日本

1. 電子商務發展現況

2013 年，根據 eMarketer 調查機構數據顯示日本的電子商務產業產值為 1185.9 億美元，較 2012 年稍微減少 92.3 億美元，成長率為-7.22%。主要是日本國內實行經濟政策與電子商務發展不佳的因素，及日本國民滿意本國之電子商務消費環境，較少進行跨國際消費。



資料來源：eMarketer

圖 2-12 2011~2016 年日本 B2C 電子商務產值

2. 電子商務之第三方支付機構

日本是亞洲地區電子商務最為發達的國家，而日本國內較少有國際第三方支付業者的原因，主要是因為其消費者的消費習慣，傾向於僅在國內消費。

日本最為著名的電子商務網站為樂天網站，年營業額為 39.3 億美元。近年來，也積極佈局海外市場，如臺灣的樂天網路購物。其背後的第三方支付平台也是樂天所屬的第三方支付平台。在 2012 年年底推出行動支付系統 Smartpay，作為電子商務交易支付工具。

擁有廣大使用者的及時通訊 LINE 也朝向電子商務發展，進軍日本 C2C 電子商務市場。

3. 電子商務之第三方支付法規

日本對資金移動業者即為第三方支付機構之法規依據為資金決済法。該法規定日本金融廳為第三方支付機構的監管機關。對於進入支付產業的並無資金門檻限制。但要取得資金移轉商業經營者的許可證，並登記為資金移轉商。其成立資格為必須為國內股份有限公司，完備財務狀況、企業業務組織及確保符合法律的審核系統，具有防範洗錢制度、資金保障機制。

且允許非金融機構在特定條件下進行 100 萬日圓的資金移轉業務。但禁止外國非登記之資金移轉機構在其國內進行相關業務，同時禁止招攬行為。

在消費者資金保護上，規定電子支付商須存入一千萬日圓的保障資金，以供企業發生狀況時得以清償客戶。並所收受資金僅能投資在儲蓄機構中的存款以防止資金被挪用。且資金移轉商必須負有告知消費者資金移轉細節的規定，對於消費者的隱私權也規定保護之。

五、小結

美國及歐盟第等國家地區之第三方支付產業發展較為先進，也為亞洲地區發展的範例。近年來發展快速，電子商務的產值亞洲地區的成長率也高於歐美等國。尤其是中國大陸的發展更是快速，主要的原因是國家政策的支持、資通訊科技發展快速、網際網路的環境設備日益完善、消費者的網路消費習慣日益增多，各國電子商務現況與趨勢如表 2-2 所示。

隨著網際網路科技的進步而完善及個人手持行動通訊載具的普及，電子商務發展的趨勢已經朝向 O2O 及行動電子商務的發展，尤其是 B2B 及 C2C 的電子商務模式。支付型態也逐漸地發展出能以智慧型手機作為支付載具的行動支付，未來手機將有可能取代信用卡成為支付電子貨幣。

表 2-2 各國電子商務發展趨勢

國 家	美 國	歐 盟	日 本	中國大陸
現 況	電子商務產業最為發達與領先的國家，全球著名國際電商，如 eBay 搭配旗下的第三方支付機構、亞馬遜發展行動支付業務、行動支付 Square 公司發展更便捷的裝置。	電子商務發達地區，與美國發展情況相近，電子商務都朝國際化發展，並且呈現多元化發展。	亞洲較為先進的電子商務發展國家，在 B2C 的電子商務方面，日本國內民眾消費的不同，使得國外電子零售商物與第三方支付機構較不容易進入日本市場。 樂天電子商務可以用 Smartpay 進行支付。即時通訊網站朝電子商務發展。	亞洲電子商務發展最為快速的國家，其最著名的網站為淘寶網，並搭配支付寶之第三方支付機構，並成功塑造跨業的基金商品銷售，成為國內電子商爭相仿效的成功範例。
趨 勢	1. 國際化電子商務發展。 2. 電子商務企業自行成立第三方支付機構。 3. 行動商務及行動支付興起，包含 O2O。 4. 行動支付裝置技術提升，便利消費者購物。 5. 手機變成成為整合型支付工具-電子錢包。 6. 融合社群、即時通訊等社交網站，提高潛在顧客量。	1. 國際化電子商務發展。 2. 電子商務企業第三方支付機構。 3. 行動商務及行動支付興起，包含 O2O。 4. 融合社群、即時通訊等社交網站，提高潛在顧客量。	1. 國際化電子商務發展 2. 電子商務企業自行成立第三方支付機構。 3. 行動商務及行動支付興起，包含 O2O。 4. 融合社群、即時通訊等社交網站，提高潛在顧客量。	1. 積極國際化電子商務及擴展 2. 電子商務企業自行成立第三方支付機構。 3. 行動商務及行動支付興起，包含 O2O。 4. 融合社群、即時通訊等社交網站，提高潛在顧客量 5. 電子商多元化業務發展，如基金買賣，小額創業貸放 6. 跨業之電子商務零售交易模式。

資料來源：各國資料整理，2012 年中華民國電子商務年鑑。

各國大都已經制定法律規範此一產業，主要是針對非金融機構所成立的支付機構。這個產業最主要的風險在於資訊安全、防範洗錢及保護消費者資金的權益。美國的發展歷史最久，各項規定也極盡周全，對於防範洗錢更是規定嚴格以避免支付機構疏漏未盡監督之責，使得資金流向未明可能會傷害市場的穩定機制。而歐盟的法規與美國的相近，中國大陸的規範則是因為非金融機構發展成型後，中國才訂定出相關的規範。有關各國的第三方支付管理法規，請參見表 2-3。

表 2-3 主要國家第三方支付管理法規

國 家	美 國	歐 盟	日 本	中國大陸
法 令 (專法)	統一資金服務法	支付服務指令	資金決濟法	非金融機構支付服務管理辦法
主管機關	由國內各州自行決定，如 紐約州：金融服務局 華盛頓州：金融機構部	由各會員國自行決定，如 英國：金融服務局 德國：聯邦財務監管局	日本金融廳	中國人民銀行
企業資本額	2 萬 5 美元 (鼓勵創新、法規密度高)	5 萬 歐元 (鼓勵創新、法規密度高)	無限制	全國營業： 1 億人民幣 省內營業： 3 千萬人民幣 (法規密度低)
經營限制	許可制	許可制	許可制	許可制
儲值業務	無限制	無限制	無限制	無限制
資金保障制度	信託存款及保險等方式	以信託之方式	信託保證金方式	存入特定銀行帳戶
隱私權	以國際與國內商務電子簽名法、個人隱私保護法等法規範之	以電子簽名指令、隱私權與電子通信指令等法規範之	電子簽章及認證業務法及個人情報保護法等法規範之	並無明確規範

國 家	美 國	歐 盟	日 本	中國大陸
其他	• 准許使用現金投資，如定存、銀行承兌匯票或存證；基金投資則存入銀行，享受中央存款保險的保障 • 各州有自主權利 • 第三方支付業者(Escrow)須有執照，免損害賠償責任，並強制投保	• 英國小型支付機構沒有最低資本額限制，但不得提供跨國支付服務 • 資本維持義務(前一年固定經常費用的10%) • 具備洗錢防制機制 • 消費者的代收轉付資金投保 • 專用存款專戶	—	• 支付寶、餘額寶在法令未明確規範時進行不少灰色地帶業務，監管制度未齊備，引發銀行反彈 • 支付許可証業務有效期限 5 年

資料來源：1.李俊平(2012)，第三方支付法律制度比較研究，中國大陸湖南師範大學論文。
2.謝孟珊(2013)，第三方支付法治問題研析，科技法律透析。

根據上述各國的專法規定，各國第三方支付的管理法規的管理重點在於確保業者具有償債能力、營運管理能力、洗錢防制規範、專用存款帳戶、代收資金運用限制、資料保存業務及書面簽約等規定。

在資本額的規範上，高額資本可以確保業者投資設備、資訊安全、風險管控的最小效率規模，但可能也會使資金不足、但具有創意的業者無法參與第三方支付的業務。相對於美國、歐盟、日本而言，臺灣的資本額需求稍高，但美國、歐盟鼓勵創新企圖心強，加上前述三國的法規密度高，配套完善，故資本額需求低。中國大陸的資本門檻大，主要原因在於法規管理仍在研擬之中。初步了解，根據專法的草案，臺灣雖有 3 億元資本額的限制，但係採分類管理，如不儲值則需 5 千萬資本額，如有非實質交易資

金移轉則資本額的需求仍更高，基本上是合理的。不過，為了鼓勵創新，可以考慮適度降低資本額的門檻，但輔以「實際資本需求」(如前三個月實際營運金額的 10%)，並加強「信託保證」、「洗錢防制機制」、「資訊安全」等配套。

第六節 網際網路對銀行發展影響

根據 King (2013) 的《Bank 3.0》一書的描述，銀行面臨客戶行為改變的四個破壞性階段。



資料來源：BRETT KING (2013)，BANK 3.0—銀行轉型未來式。

圖 2-13 消費者行為改變的四個「破壞」期

一、第一階段

網際網路已徹底改變客戶與銀行往來和管理金錢的方式。客戶可以用自己想要的方式、在自己方便的時間，使用他們放在銀行裡的錢。隨著網銀功能改善，客戶開車跑銀行的必要性大減；網路銀行新通路將取而代之，變成客戶和銀行間日常交易最主要的管道。在短短十年間，銀行臨櫃交易比例，已轉變成用手機、網際網路、客服中心、ATM 進行的交易，市場遊戲規則逐漸改變。

二、第二階段

第一階段的後期和第二階段的一開始有些重疊，此時社群網路崛起。某種程度上，社群媒體是四個階段共通的現象，卻在網路成形後才成為可能。社群媒體的顛覆力之大，反映在「客戶價值交換」的根本權力轉移上。

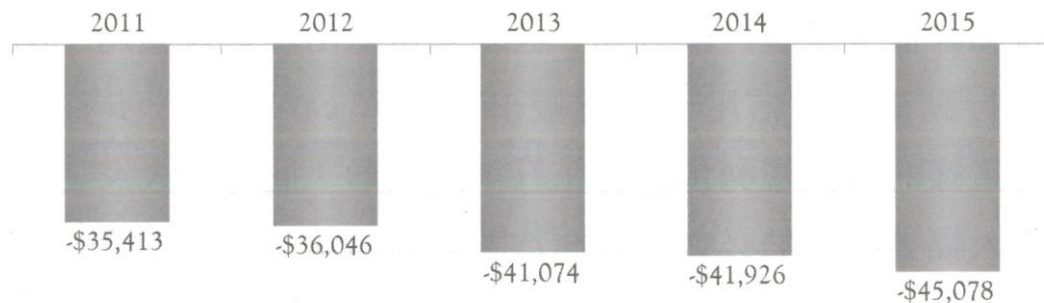
第二階段仍在進行中。智慧型裝置或手機催生出新式行動銀行應用，並進一步延伸到平板電腦和更多可上網和使用 App 的設備上。

三、第三階段

此一階段不再需要實體的現金或信用卡，這就是第三階段——行動支付的時代。現在國外市面上已經有一些採用近距離非接觸式通訊技術（Near-Field Contactless；NFC）的行動錢包和儲值卡微型付款方式，但未來可望出現更多應用。第三階段也是行動電話和信用卡／轉帳卡（debit card）進一步整合的階段，而這樣的科技趨勢預計將在五年內成形，屆時，大家對現金的需求將大幅萎縮，勢必會帶來極為廣泛的衝擊。

未來五到十年間，電子儲值卡、轉帳卡和行動錢包只要取代一半的現金交易，就會讓供給現金的提款機和分行變成銀行難以承受的成本重擔。假使我們不再需要用提款機領錢，那麼，今天我們在提款機上做的每一件事都可以用手機 App 完成。倘若銀行的分行不再需要經手現金，它們很大一部份存在的必要性也將隨之消失。

美國現金交易比例持續下滑



2010到2015年間，美國消費者使用現金付款的比例將縮減17%，平均每年減少4%。

資料來源：BRETT KING（2013），BANK 3.0—銀行轉型未來式。

圖 2-14 現金付款萎縮—以美國為例

四、第四階段

根據 King（2013）的分析，在第四階段裡，銀行不再是一個「地方」，而是一種「行為」，我們可以最佳方式使用銀行業務，而且，銀行服務無所不在，能因應客戶需求隨時、隨處提供。由於銀行的傳統經營模式無法鋪天蓋地時時提供產品與服務，所以，銀行勢必得廣泛開展跨界合作關係，以即時滿足客戶需求。同時，金融銷售通路（retail distribution）將正式與產品開發及風險控管脫鉤；非銀行業者也可跨界提供過去我們認為專屬於銀行的服務，而這種現象正在發生中。往後，銀行產品或交易將融入客戶日常的生活中。買房子的過程將和房貸銷售結合，期間完全不會出現房貸授信人員。旅遊網站不僅提供旅遊險，也可以使我們貸款支付旅費而不用再刷卡。車商也能讓我們用租賃的方式買車。在零售商，提供信用額度讓我們可以用行動錢包買家具。客戶是屬於別人的，不再只屬於銀行，銀行只是支撐起「銀行功能」（utility of banking）服務體系的生產者、網路和流程而已。

在第四階段中，銀行可以選擇積極改變，或被動的不做任何因應。尋求積極改變上，銀行應建立擁有產品、交易和支付的平台，並積極採用科技，和其他關聯業者廣泛形成夥伴關係。如果被動地相信什麼事都不會改變，可能會付出市場流失的代價。

另一方面，相較於傳統金融，網路金融有以下幾項優勢，包括：(1)傳播速度更快：以往信息不對稱的現象將極大改善；(2)滲透率高：特別是智慧手機的普及，網路金融向行動終端的滲透已成為主流趨勢；(3)成本優勢：由於銀行受金融監督管理委員會（簡稱金管會）的相關規範較嚴謹，包括人力的運用、洗錢防制、存款準備金等，故相較於網路金融，成本相對較高；(4)巨量數據的分析：這方面運用最成功的是阿里巴巴的小額信貸。金融最重要的數據是信譽，其本質在於信用的管理。阿里巴巴基於淘寶的大量交易數據形成自己獨有的徵信體系，所以它可以開展缺乏抵押的小額度信貸業務，而傳統銀行在這方面則較無能為力（旺報，2014，〈網路正在顛覆傳統金融〉）。

其次，根據經濟部統計，去年無店面零售業締造 1,948 億元之佳績，再次刷新歷史紀錄，若和景氣循環相比發現，無店面零售業幾乎不受景氣低迷影響。同時，和 10 年前相比，國內無店面家數成長 1.2 倍，其銷售管道以透過網路提高 4.7 個百分點最多，透過自動販賣機提高 2.3 個百分點次之。此外，原係由經濟部主導主政的第三方支付相關專法部分，目前已改由金管會負責，相關草案業已送至行政院審查。

其中，無店面零售業組成項目中，逾 5 成屬於電子商務產業。從營業額逐年刷新紀錄可發現，網路和智慧型手持裝置的消費者使用行為，功不可沒，加上越來越多國內中小企業選擇整合虛擬、實體通路，衝高整體零售業內需金額。

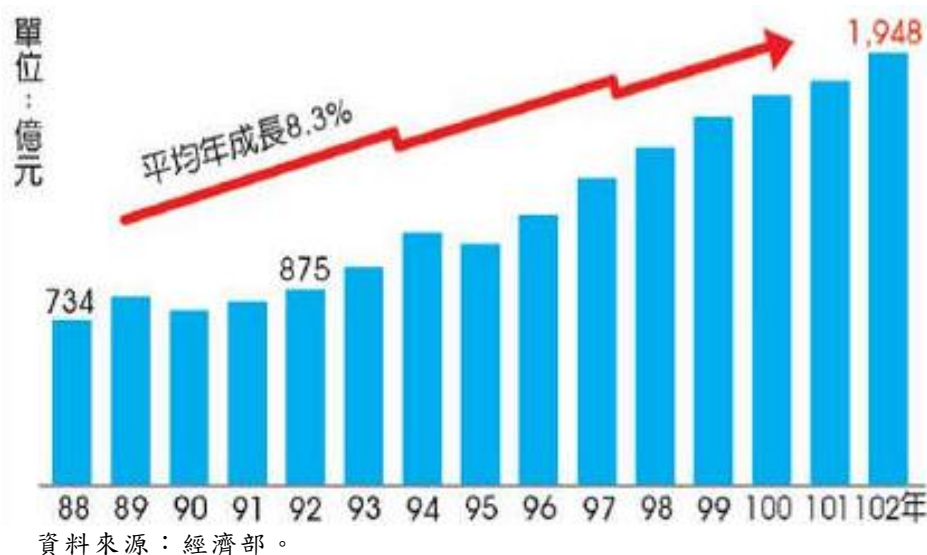


圖 2-15 歷年無店面零售額

至於為何銀行需要發展第三方支付（今周刊，2014）？在網路無國界的情況下，各種產業透過網路進行跨境交易已是常態。消費者透過網路進行交易之行為漸漸成為趨勢與習慣。各種企業商家透過網路與消費者連結，提供多樣化的商品與服務。新型的支付平台也環境需求而產生。

第三方支付是電子商務支付渠道的平台，其背後連結的是跨業結合的廣大市場。電子商務之創新營運模式變化快速，不管是購物網站、O2O、行動支付、基金等網路交易產業，其背後都需要穩定金流的支持，才能得以順利進行。而銀行業能提供非常穩

定的金流服務系統，不管是境內或跨境，促進各種產業順利發展，並推動產業升級轉型與成為經濟成長的動力。

因此，銀行成立金融互聯網，需要第三方支付的因素為：

- 1.協助創新產業的發展：提供小額信貸來協助創意企業的電子商務發展，有助於新興產業的發展，如文創產業者，及網路創意業者。
- 2.為銀行業開創新市場：透過第三方支付可以進行跨業之業務，如證券業、期貨業、保險業及其他各種服務業，創造銀行的新藍海。
- 3.提升銀行業電子商務的國際競爭力：提升銀行業對於電子商務的成熟度，面對未來不分線上線下的全球村市場，能夠快速地跟隨國際的腳步，提供更先進的金流服務。

除此之外，銀行參與第三方支付有以下幾個優點：

- 1.多一個支付品牌，可以打入以前無法打入的市場，接觸以往接觸不到的客戶。
- 2.加快交易速度，衝高業績。
- 3.透過第三支付的數據，提供客戶更多客製化、貼心，即時的產品與服務。
- 4.因應交易型態的改變：現代人利用零散時間購買必需品，故愈來愈依賴行動商務，會提高第三支付的普及率，以 yahoo! 為例，其中電子商務平台已有 65%透過「輕鬆付」平台完成，未來比例更可能提高。

表 2-4 臚列了銀行及第三方支付業者的發展模式及優劣勢。

表 2-4 銀行、第三方支付業者的發展模式及優劣勢

方式 \ 作法	作法	優劣勢
第一種（互聯網金融）	網路拍賣業者結合平台業者（如 PC home）	缺點：具排他性，其他平台業者不會採用不同的支付機制，推廣較難
第二種（互聯網金融）	歐付寶平台業者：和網路、商城、銀行，如一銀、玉山銀行與歐付寶合作，華南、土銀、合庫也在醞釀中	平台業者利用自身支付機制和後台數據管理能力，巨量資料成為平台業者專利，銀行可能受制於平台業者。
第三種（金融互聯網）	銀行自己推出第三方支付機制，如永豐的豐掌櫃，國泰世華的安心付，中國信託推出 Pockii	- 電子商務業者辦理網路金融在平台上買賣雙方直接交易，「去中介化」，大大地衝擊銀行的未來 - 銀行具有安全、信任優點，使第三方支付（網路上的代收代付）更具安全性 - 銀行具高資本、高安全、高信任優點 - 銀行管制多，網路人才少，商業模式較差 - 第三方支付快速發展，銀行主導的第三方支付業務可能不敵「銀行+平台結盟」產生的效益 - 小額貸款、投資理財，尤其在投資理財上，客戶資料的分析，可以提供客戶更個性的便捷服務

資料來源：參酌臺灣銀行家（2013）、數位時代（2014）等整理而成。

第七節 訪談意見蒐集

全球電子商務發展深受網路技術層級的影響，在網路普及化及接收載具升級的情況下，電子商務的已從第一階段單純的網路交易，進入到第三階段行動互動式的電子交易模式。電子商務行業也轉型升級，如第三方支付產業。其型態包括金融互聯網（金融業出來做電子商務），或是互聯網金融（第三方支付來做金融電子商務），都是融合金流、物流、資訊流的電子商務產業。銀行業、保險業與證券期貨業也有新的電子商務模式等。

以下根據訪談資料，依序就電子商務發展趨勢、面臨問題及未來發展方向的建議，整理如下：

一、電子商務的發展趨勢及面臨之問題

（一）電子支付產業（金融與非金融）

1.發展現況

(1)臺灣發展電子商務已有十幾年之時間，隨網際網路科技的影響，型態也隨之改變。但產業發展的程度與規模，相較於其他國家，還有很大進步空間。如中國大陸的產業規模大到可以將電子商務服務細分為網站賣商品、金流、物流、支付、代營運等服務；但臺灣只有購物、物流部分，已經沒辦法再細分。

(2)電子商務整體而言，前端是電子網路商品勞務的交易，後端是支付體系。再就支付體系而言，前端是第三方支付，後端是銀行，第三方支付與銀行是相輔相成的關係。如中國大陸的支付寶，也是與銀行緊密連結。

(3) 第三方支付對銀行而言，支付並非銀行大宗的業務，是其他如擔保、信用狀、融資與法規信託。產業線上化與行動化已是趨勢與潮流，對金融業者的影響非常大，但非受第三方支付業者的影響。反而金融業最重要的任務是調整內部，透過網際網路來服務客戶。

2. 面臨問題

(1) 面對快速的電子商務變動環境，法令規範限制使國內電子商務相較於國際潮流已呈現出緩慢發展之情況。如 2014 年中國大陸的阿里巴巴新創意持續出現，從餘額寶到娛樂寶，又與平面媒體合作，充分展現新電子商務風貌。主要原因是中國大陸法規無規定者，產業就可以先行，等待產業發展後，才有法規產生。如第三方支付產業、私募基金產業。促使互聯網金融的業務包括 P2P 借貸、眾籌、第三方支付等能快速發展。而臺灣則是法令規定可以者，產業才可以進行。讓金融業者在許多新種業務失去發展先機。因此，主管機關的監理狀況與法令更新的部分，是產業會沒辦法進步因素。且中國大陸之支付也已從線上轉到行動，但臺灣立法中的法規內容還停留在基礎的部分。

(2) 臺灣電子商務產業面臨的問題有三，第一是國內市場小，造成市場誘因不夠，無法吸引外資與創投資金進入市場。第二是壟斷，造成大者恆大的局面，小商家缺乏創新動力，大流量的商家不積極創新。第三是政府支持。而政策方面，主要在於政府與他國政府管制規範方式

有所差異。資本額的限制會使得具有創新能力的微型企業，形成產業進入障礙。

(3)臺灣的支付程序存在逆金流風險管理問題，就是完整支付金流程序之結果可以回溯之程序尚未受到重視。

(二) 其他金融業（證券、保險、期貨）電子商務

1.發展現況

證券業

(1)目前證券業可透過網際網路，使用電子憑證進行證券、期貨、海外股票的電子下單業務。且使用證券交割制度是使用 T+2 日交割制度。

壽險業

(1)自金融風暴後，保險公司進行開源與節流的措施。節流部分，保險公司進行成本檢視，透過有效率的工具，如自動化機制，來降低內部成本，減少人力支出。開源部分，重視自主性很高的網路世代族群的市場。

(2)目前壽險業並沒有電子商務。但傳統保險的業績是每年在下滑，且下滑幅度驚人，到了需要開拓新渠道新市場的時機。

(3)中國大陸保險業的網路投保技術領先臺灣 5 至 7 年，其整合自動核保、電子保單及後續的電子服務的技術。其中，自動核保是關鍵技術，例如，電腦系統中可設定在一秒之內檢核 500 個規則，並確定沒有風險讓公司客戶可以完成核保。目前中國大陸的自動核保率有 80%。

產險業

- (1)1998 年超商開始代收汽機車強制險，開啟產險的電子商務市場。初期限於網路撥接，市場不大。進入寬頻時代，發覺網路投保趨勢越來越明顯。
- (2)國外的產險業，如中國大陸、英國、香港、日本都不使用憑證，主要原因是沒有道德風險。因此，2012 年英國線上購買保險沒有透過業務員的比重高達 65%，只有 35% 是透過業務員。臺灣車產市場高達 952 億，透過各家保險網路投保只有 4.2 億，所占之比例不到 1%，顯示出產險業仍有極大發展空間。
- (3)保險電子憑證消費者接受度不高的原因，在於消費者若要臨櫃辦理，就會傾向直接購買保險與每 2~3 年需更新憑證。

期貨業

- (1)目前期貨交易規模大約是證券的 10%，交易方式高達 90%是利用網路交易完成。因為期貨交易講求速度，網路下單相較電話下單快。

2.面臨問題

證券業

- (1)目前國際上證券業實施清存日交割，即是 T 日交割。而我國實施 T+2 日交割，與國際有銜接的問題。且因為 T+2 日交割制度，產生無法確定客戶身分之問題導致證券業不能進行線上開戶。

(2)缺乏完整的競爭力指標。

(3)未上市股票無法在市場上進行買賣。

壽險業

(1)在身分認證方面，因為必須符合達到親晤程度的 KYC 制度，使得想要進行網路投保的保戶，其身分認證程序成為網路保險無法突破的難點。

產險業

(2)產險所面臨的道德風險較低。因此主要問題在於缺乏電子憑證之共同認證平台，成為全體產險業者作為對網路投保客戶進行身分識別的重要工具。

(三) 電子商務法規面

1.發展現況

電子憑證

(1)目前電子商務以電子簽章法作為網路身分識別的法規依據，以透過電腦設備綁定電子憑證之方式，作為網路使用者的身分識別工具。

(2)2004 年的「保險業經營電子商務自律規範」中規定使用憑證。消費者第一次辦理憑證需要臨櫃辦理並確定本人，目前保險業的保險憑證委由保發中心辦理。

資安

- (1)依據政府的規定以最高標準來嚴格進行資訊安全防護工作。如 F 科技公司，採用 ISO27001 規範與 PCIDSS 系統來建置資安防護網。

防制洗錢

- (1)目前金融業各產業都遵循防制洗錢之相關法規範。

2.面臨問題

電子憑證

- (1)如何放寬規範，使得在網際網路上能使用電子網路認證方式達到親晤本人之 KYC 效果。

二、未來發展之方向與建議

(一) 電子支付產業（金融與非金融）

- (1)電子商務的新時代來臨，是一融合金流、物流、資訊流等多項的整合服務流程，因此整體流程需要跨相關部會緊密搭配合作。若以跨部會團隊方式隨時掌握電子商務發展情況與趨勢，協助第三方支付產業的創意蓬勃發展，提高國際競爭力，帶動國內電子商務發展更上一層樓。

(二) 其他金融業（證券、保險、期貨）電子商務

證券業

- (1)建立一個競爭力指標。因為指標會產生極大化外部性的效果，及影響公司之資源配置。

- (2)建議訂定落日條款，讓 T+2 日交割可以變成 T 日交割制度，真正與國際接軌。因為開戶便利性高，T 日交割制度能鼓勵客戶進行電子下單，也能加速證券商轉型。
- (3)參考香港、新加坡的管理模式，該機構皆從實務面進行規範與管理。同時，香港的標準流程在於主管單位的派員，從頭到尾輔導業者到測通系統為止。

保險業

- (1)壽險業者建議用帳戶密碼替代電子憑證作為網路身分識別的工具。且此方式也有利於行動電子保險商務。
- (2)產險業者建議為，產險業需要一個中間機構平台，是否能透過主管機關來設置。

(三) 電子商務法規面

- (1)落實電子簽章法的精神，讓使用電子簽章等同臨櫃，代表網路身分證。而業者僅需強化客戶端的風險控制與資訊安全。如香港金融管理局（HKMA），對於銀行或證券業者要進行網路上線服務，規定連線測試申請標準是所有整合點必須通過連線測試，才可從事網路業務。

第八節 廠商因應策略及趨勢展望

一、電子商務及第三方支付發展趨勢對金融業之可能影響

本節分別針對第三方支付的發展趨勢加以分析，並探討它們對金融業的影響，以及政府角色，金融業者及第三方支付業者可以採行的因應策略。

（一）銀行該不該參與第三方支付？

由於網際網路結合網路購物行動電子商務的蓬勃發展，但基於電子交易的風險，也衍生了第三方支付及其平台的應用。相較於傳統金融，網路金融有以下幾項優勢，包括：(1)傳播速度更快：以往信息不對稱的現象將極大改善；(2)滲透率高：特別是智慧手機的普及，網路金融向行動終端的滲透已成為主流趨勢；(3)成本優勢：由於銀行受金管會的相關規範較嚴謹，包括人力的運用、洗錢防制、存款準備金等，故相較於網路金融，成本相對較高；(4)巨量數據的分析：透過資料分析，金融業者可以更了解消費者，這方面運用最成功的是阿里巴巴的小額信貸。

其次，根據經濟部統計，去年無店面零售業締造 1,948 億元之佳績，再次刷新歷史紀錄，若和景氣循環相比發現，無店面零售業幾乎不受景氣低迷影響。此外，行政院正研擬第三方支付專法，市場趨勢加上法規突破，無店面零售業未來可望更蓬勃發展（經濟日報，103.3.15）。

第三方支付是電子商務支付通路的平台，其背後連結的是跨業結合的廣大市場。電子商務之創新營運模式變化快速，不管是

購物網站、O2O、行動支付、基金等網路交易產業，其背後都需要穩定金流的支持，才能得以順利進行。因此，銀行業應積極參與第三方支付，提供穩定的金流服務系統，不管是境內或跨境，促進各種產業順利發展，並推動產業升級轉型與成為經濟成長的動力。

（二）銀行和第三方支付的關聯性

銀行成立金融互聯網，發展第三方支付的主要考量因素為：

- 1.協助創新產業的發展：提供小額信貸來協助創意企業的電子商務發展，有助於新興產業的發展，如文創產業者，及網路創意業者。
- 2.為銀行業開創新市場：透過第三方支付可以進行跨業之業務，如證券業、期貨業、保險業及其他各種服務業，創造銀行的新藍海。
- 3.提升銀行業電子商務的國際競爭力。

另一方面，銀行參與第三方支付還有以下幾個優點：

第一，增加一個支付品牌，可以打入以前無法打入的市場，接觸以往接觸不到的客戶。第二，加快交易速度，衝高業績。第三，透過第三方支付的數據，提供客戶更多客製化、貼心，即時的產品與服務。第四，因應交易型態的改變。

（三）銀行、第三方支付發展及優劣勢

銀行發展金融互聯網，或第三方支付業者發展互聯網金融，各有其優劣勢。在互聯網金融上，銀行和平台業者合作，有利拓

展業務，但平台業者也可能利用自身支付機制和後台數據管理能力，巨量資料成為平台業者專利，銀行可能受制於平台業者。至於在金融互聯網上，電子商務業者辦理網路金融在平台上買賣雙方直接交易，「去中介化」，將衝擊銀行的未來。同時，銀行管制多，網路、電商人才少，商業模式待加強。不過，銀行具有安全、信任優點，使第三方支付（網路上的代收代付）更具安全性，同時，銀行也具有高資本、高安全、高信任優點。

（四）電子商務及第三方支付發展趨勢及影響

以下彙整說明電子商務及第三方支付的發展可能帶來的影響，歸納整理如下：

- 1.電子商務業者成立第三方支付機構方興未艾，行動商務及行動支付興起；手機變成整合型支付工具——電子錢包。
- 2.對消費者服務由被動轉為主動精準行銷，支付方式多元化，但電子交易風險有賴保障機制，故第三方支付平台應運而生。
- 3.第三方支付平台，要有普及性，交易效率高，以及交易安全、反洗錢、帳號管理等；第三方支付電商成功關鍵在於平台、金流的齊備（包括跨境交易）、儲值、銀行合作、資安、洗錢防治、風控、消費爭端解決等。
- 4.第三方支付效益包括活絡電子商務市場（整合金流服務及雲端通路等）、扶植個人創意、開創新的銀行業務、增加消費者選擇。

- 5.跨業之電子商務零售交易興起，大陸商務網站相當多程度掌握兩岸電商交易，因此，藉由金融互聯網或互聯網金融，利用兩岸跨境金流，推動台灣產品貨暢大陸。
- 6.大陸互聯網金融發展的龐大空間在於長期金融壓抑，加之與銀行利率的管制，資金需求未得到滿足，但隨著利率市場化，利基會縮小。
- 7.金融互聯網使銀行得以接觸到其不易接觸的客戶，並提供客戶雙向、即時服務、深度拓展服務通路。銀行可整合互聯網、核心業務，提供整合服務，包括營銷、產品、風控、財務處理於 IT 層面。
- 8.在交易安全得到保障下，網路保險、證券、期貨交易將更蓬勃發展。

（五）電子商務、第三方支付對金融業是危機或轉機？

隨著網路、電子商務及第三方支付的興起，網路金融發展趨勢莫之能禦，未來實體的交易將逐步為網路、虛擬交易取代。其次，根據 Bank 3.0 的分析，未來數位匯流（電子錢包）、分行萎縮已成為趨勢，因此，擁有商品、支付平台，並善用科技，成為金融業發展的必然趨勢。再者，智慧型手機的普及，加上雲端、巨量資料的應用，未來消費者和銀行的接觸將更即時、雙向，也會帶動新的商業模式。

在網路時代，金融仍有相當優勢，包括品牌、交易安全、消費者的信貸及既有的網路，其次，網路金融相對於傳統金融具有

速度快、滲透率高、成本低及巨量資料的分析。所以，積極因應網路金融、第三方支付的變化，應是金融業無可避免的選擇。

鑑此，善用銀行的品牌、安全、消費者依賴及既有網路，結合 IT、電子商務人才，並進行必要的組織再造，並透過雲端、巨量資料的分析，結合或自己擁有產品、支付平台，帶動新的商業模式，接觸以往接觸不到的客戶，或提供現有客戶更深入、更雙方、更即時的服務，將是金融業在網路、電商、第三方支付崛起的最佳因應策略。

二、因應策略

臺灣環境和其他國家不同，信用卡交易方便，第三方支付、電子商務的影響可能不如想像中大，但根據 King（2013）的《Bank3.0》一書的描述，隨著科技、電子商務的發展，未來手機、智慧型裝置、Apps 行動錢包會逐步取代現金交易，銀行的傳統經營模式無法提供滿意客戶的即時產品與服務，所以銀行界必須展開跨界服務與整合，並擁有產品、交易和支付的平台，積極運用科技，跨業形成夥伴關係，才能滿足客戶的即時需求。

國際上跨國大型支付機構，PayPal 的開端主要是因應電子商務 C2C 個人拍賣市場提供買賣雙方交易的支付平台。被 eBay 收購之後，透過全球布局成功地成為國際知名的支付機構。其主要的營運模式主要是透過吸引電商加入其平台之費用，與透過交易之間代收代付之間的手續費用，包含國內的交易或是國際間交易的匯兌、銀行信用卡低手續費率，以上的相關交易收入成為支付機構的營利來源。這種營利模式成為第三方支付機構的發展範本。

中國大陸的支付寶第三方支付平台除了 B2C 與 C2C 電子商務的信賴支付平台以外，透過平台之間的資金轉換以進行跨產業的電子商務商品服務的交易，例如將貨幣基金推上電子商務平台，讓網購消費者可以購買，而推動成功的主要因素是餘額寶用商品的角度買賣基金，即使帳戶金額只有 1 元也可進行商品的購買，是為另一種的網路理財工具。

網際網路及通訊設備技術提升，促使行動電子商務出現新的營運模式與商機。O2O 的營運模式可以快速推展，提供線上線下的虛實整合的網路銷售模式，並可結合 QR Code 與 App 的銷售模式。

因此，面對國內與國際間非金融機構第三方支付的發展情況，我國金融業及第三方支付業者的發展及因應策略，分別說明如下：

（一）政府的角色

面對網路金融電子商務的蓬勃發展，政府應扮演基礎建設提供、金融交易安全（如認證、產業規範等）及金融監理的角色。說明如下：

- 1.成為產業市場發展與轉型的推手：**積極促進傳統金融產業進行必要的電子商務先進網際網路設備的建置與轉型發展，厚實業者電子商務發展潛力。同時，針對若干國外已實施的汽機車保險、旅行平安保險及壽險業線上投保的試辦，俟成效符合預期再擴大開放。此外，一定金額以下的簡易貸款，不必臨櫃辦理的開放亦可考慮。

2. **產業規範的制定者：**訂定標準產業相關規範，簡化新種業務報備流程時間，提升高嚴謹度與彈性的市場監督，使業者能遵循發展。
3. **加強交易安全套配及管理規範：**在認證、防火牆、電子簽章、信託、洗錢機制及風險管理上，政府應投入更多心力及資源，在交易安全的保障前提下，才能創造更多的商機。
4. **分類管理：**依不同資本額、不同儲值上限、不同業務範圍、不同監管頻率，以兼顧風險管理及產業發展有其必要性。
5. **針對非金融機構提供電子商務的業者納入金融監理範圍有其必要性。** 主要理由包括：
 - (1) 立足點平等（銀行的實體據點、人事成本、檢查密度等較高）
 - (2) 合作金融機構電商業者提撥一定比率交易金額即時注抱（類似提撥準備金）
 - (3) 不必然完全類似銀行的監管規範及密度

主要在於考慮創新、創業及已有信託的機制下，太多規範會降低產業發展的彈性及效率。
6. **解決大陸的網路遮蔽問題：**透過 ECFA 服貿協議或兩會談判，解決大陸對台灣網路的遮蔽問題。
7. **兩岸金融合作的暢通機制建立：**突破兩岸跨境金融，線上直接境外交易，有利「貨暢大陸、金流台灣」。

(二) 金融業者

1.積極因應網路金融趨勢，善用銀行優勢，結合不同領域業者，開創新商業模式，攫取網路新商機

隨著網路崛起、電子商務的發展，金融業者應主動出擊，化危機為轉機，推出產品，擁有或結合其他業者建立平台，透過雲端科技與巨量資料分析，接觸以往接觸不到的客戶，或提供既有客戶更深入、貼心、互動、即時資訊與服務，開創嶄新商機。

2.正視電子商務的存在，強化 IT 投資及能力，提升網路資訊主管的位階，以及善用社群網路拓展業務；同時並善用銀行優勢，推動嶄新相關業務

隨著電子商務的快速崛起，銀行應更正視跨領域整合，包括投資 IT 設備，聘用電子商務、網際網路相關人才，並提高其在銀行的角色。同時，透過社群網路及組織改造來拓展及配合新的營運模式，其次，善用銀行本身的信用、安全、融資的優勢，開發新的模式，服務原本銀行接觸不到的網戶，或提供企業更即時、周延的服務，才能因應電子商務時代的挑戰。

3.透過以建立客戶單帳戶模式，連結基金、期貨、保險跨產業多元化整合行銷

目前國內金融產業多以金控公司的方式經營模式，有銀行、基金、壽險、產險與證券等子公司，在既有的電子銀行機有的基礎下，使用客戶單一帳戶，即可在銀行、基金、壽

險、產險與證券之間的帳戶轉換互通之便利性，提高消費者使用銀行電子商務之交易時間。

4.與購物網站、社群等平台相互結合，擴展消費潛在客戶

購物及社群網站擁有大量的潛在網購顧客群，金融機構透過結盟方式與之連結，透過精準行銷來發掘有能力消費的潛在消費群體。

5.建置消費者帳號之全方位系統資安防護，保護消費者資金及個資之安全，使消費者有信心進行網路購物

網路購物的消費者，最關心的是資金與個資的安全性問題，目前網路駭客盜取個資的情形絡繹不絕，只要帳號被盜將影響消費者的權益，尤其是帳戶之中的資金，甚至是信用卡的資訊。因此需要建構安全的網路交易環境，是一切交易的基礎。

6.跨境行銷之結合第三方支付業者，或透過本身的平台，協助臺灣的農產品、有機產業、特色產品、美食進軍大陸及東南亞國家

網路的發展除了金融、虛擬交易外，如能結合實體交易，尤其協助台灣的農產品、有機農業特色、美食突破跨境行銷的障礙，將會擴大商機並贏取國人的支持。

7.線上保險、證券：在安全、資安機制無虞下推廣線上保險、金融

線上金融、證券、期貨投資，在下單者身分及交易安全如有更大的保障下，將可創造更多的業績。

8.結合電子商務與自由經濟示範區財富管理中心開發新業務：透過電子商務平台，開發新的金融商品，加速接觸海外台商進行財務投資，發展臺灣為亞太的財富管理中心

當然，金融業和電信、第三方支付業者合作的細節，也應小心因應。因為客戶重疊性高，銀行業者可能擔心電商支付、行銷功能由電信業者主導，如同當年超商代繳業務流失的困擾。

相關銀行在電子商務時代的可能角色，請參見圖 2-16。

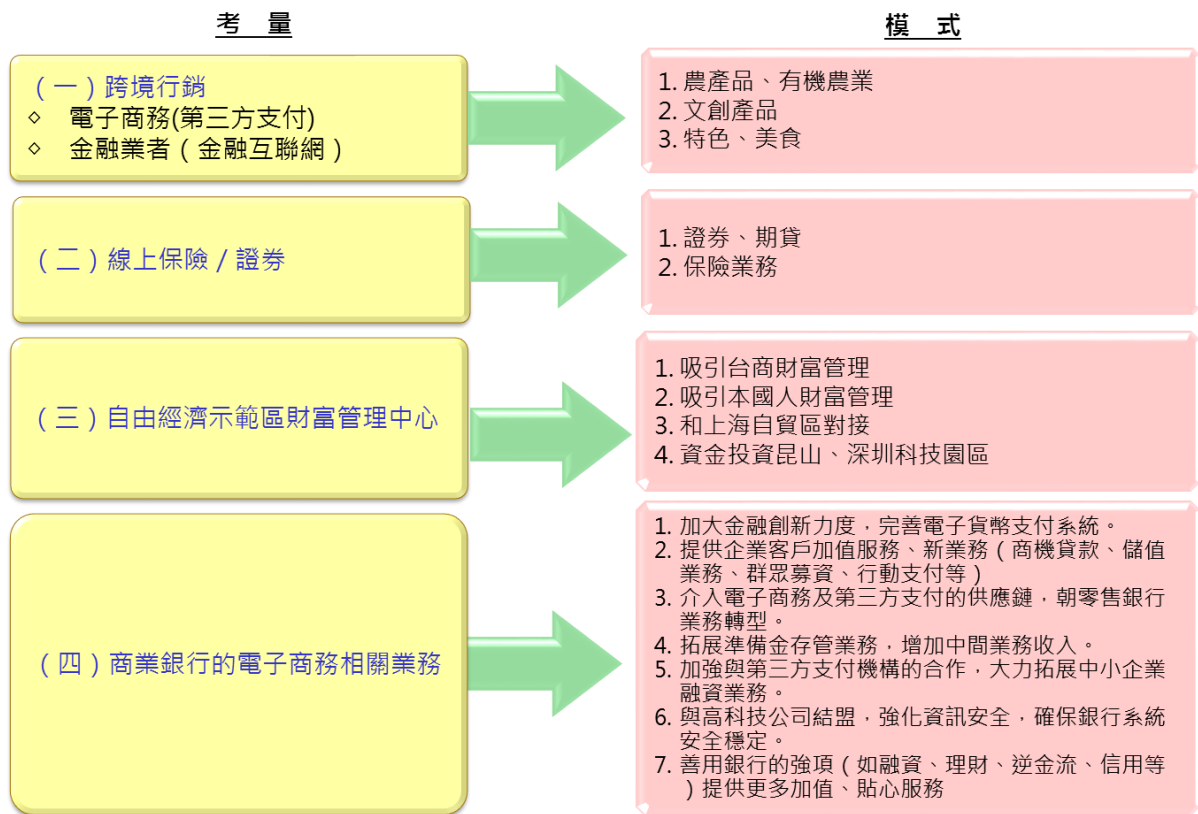


圖 2-16 銀行在電子商務時代的可能角色

(三) 第三方支付業者角色

第三方支付平台目前最主要的獲利模式，是來自於電商的收費與進行電子商務交易的支付手續費。未來可進行更多嶄新的業務包括：

- 1.提供拍賣平台中小企業賣家金流、貸款服務：**由於中小商家或個人普遍有現金流不夠便利，或信任度不夠的問題，且本身的物流及營運金流已由第三方支付業者掌握，因此開展此一業務，屬雙贏策略。
- 2.強化跨境支付：**臺灣的觀光、文創商品、農業、有機產品有安全安心的優勢，國內第三方支付業者與國際業者結合，滿足跨國境金流需求。
- 3.利用 O2O 行動支付：**連結線上與線下消費，提供支付服務。未來可以透過類似 Square，NFC 將手機變成刷卡機的服務。
- 4.善用 ECFA 服貿協議的開放，展開跨境交易：**ECFA 服貿協議准許臺灣的電子商務業者在福建持股 55%。因此，臺灣的第三方支付業者可以透過電商平台結合金流、物流及國內賣家提供跨境服務，協助中小企業打破國際行銷的障礙。
- 5.新的創意應用模式：**包括無實質交易、個人貸款（P2P）、結合手機業者發展新的商業模式（如過年發紅包等）。
- 6.結合電子商務平台接觸過去不易接觸的客戶：**除接觸過去甚少接觸的客戶外，透過巨量資料的分析，提供企業客戶周延、更貼心、更即時的產品及服務。

- 7.和銀行合作，發展新的電子商務保險：包括個資、標錯價格、交易安全等相關的新保險。
- 8.加強信託、洗錢防制、網路、資訊安全：藉由上述努力，以提供消費者交易上的安全保證，並擴大金融業的線上交易量。
- 9.參酌行動支付在交通、娛樂上的應用：例如透過手機購買車票，利用車票的 QR Code 感應站，或買電影票利用手機感應（臺灣銀行家，2013）。
- 10.借鏡阿里巴巴、騰訊開發的貨幣基金、手機叫車、線上紅包、網路信用卡等新的服務模式。

第三章 網際網路與電子商務推展金融 商品之可行性

第一節 緣 起

貨幣及支付系統隨著時代和技術的推進，正逐漸改變其樣貌。從原始交易必須透過面對面以物易物的交易過程，經過現金交易以及銀行體系帶來的支付形式（如：轉帳、支票、履約保證等），到近年人們熟悉的信用卡支付方式，都一再地讓買賣雙方的交易模式更加便利化。

尤其，在國際信用卡（如 Visa 或 MasterCard）出現之後，買賣雙方的直接契約關係分成「買方對信用卡組織」及「信用卡組織對賣方」，並在交易的第一時間，進行資訊交換授權的過程，經過金錢移轉以及交易雙方的資訊掌握，讓賣家獲得收單銀行的付款保證、收單銀行獲得國際信用卡組織的付款保證；而發卡銀行基於付款人信用或帳戶餘額的訊息，做出授權判斷及付款予國際信用卡組織承諾，讓信用卡持卡人（買家）得基於信用卡合約，有義務跟發卡銀行結清購買款項。

自從金融業務拓展信用卡的交易方式後，買賣交易之間的金流與資訊流可以做出區隔，讓交易關係不再受限於清算系統（DNS）的時間差，即可透過科技而獲得即時交易授權，讓交易能馬上完成清算，使得能夠掌握資訊流的平台或業者，開始有機會介入金融服務或商品交易的過程；並隨著電腦技術、網際網路及資通訊設備的發達，除了讓非面對面交易的方式更加方便之

外，也創造建構出電子貨幣、行動支付的環境，實現整個買賣過程的電子化、網路化與行動化的目標。

由於網際網路與電子商務的發達，讓買賣交易雙方得以透過網路上的商品訊息（商流與資訊流）、配送服務（物流）及安全方便的資金結算系統（金流）進行交易，這也使得過去人們習慣且熟悉的金融環境與體系，面臨即時性的變革與挑戰。買賣雙方經由資訊流讓金流表現出商品的價值、讓物流表現出商品收受的使用價值，透過電子商務提昇交易行為的效率與安全。

對於金融業者而言，如何經由網際網路與電子商務達到企業網路銷售經營的目標，運用數據處理、電子網路、資訊安全等技術工具，確保現代資訊發達社會的金融發展，藉以改變傳統金融業務與操作，運用網路化、電子化、行動化的方式，保障消費者對金融商品通路經營銷售的方便性與安全性，確實影響著現階段整體社會與金融行業的發展。尤其，在智慧型手機與平板電腦等行動載具的創新發達，讓新型態的行動支付方式在短期間蓬勃發展。

根據國際研究機構 Garner 報告指出，2014 年將有 3.4 億人口透過行動載具使用行動支付，交易金額也將會從 2010 年的 320 億美元增加到 2014 年的 2,450 億美元(智財交易加值服務網, 2010)。使用行動支付交易的金額，在 4 年間出現 6.65 倍的成長，除了要歸功於網際網路的發達與行動載具的普及之外，更要歸功於支付系統成功的演進。

資訊業者面對金融商品或服務的支付系統，靠著網際網路、電子商務及行動載具的發達，也走出與傳統金融業全然不同的道路。因為資訊業者能迅速掌握網路技術、移動通信技術，進而能實現資金融通、交易支付與訊息中介等業務之新興金融模式；這種資訊業跨足金融業務範疇的過程，一般常稱之為互聯網金融（The Internet Finance）。而傳統金融業為了因應資訊業者跨業搶食業務的挑戰，也為了滿足市場需求等目標，業者也多加緊腳步將業務延伸，甚至透過網路擴大金融服務範疇，將服務觸角延伸至發展第三方支付等業務；這種金融行業跨足資訊業的發展，一般稱為金融互聯網（The Finance Internet）。³

不論是互聯網金融或是金融互聯網，資訊業與金融業彼此之間的業務範圍與界限開始打破，雙方彼此可透過彼此合作拓展業務，也可以互相競爭瓜分市場，而如此競合現象正在市場上演著。尤其，自 2007 年美國蘋果公司發表全球第一款智慧型手機（iPhone）之後，手機的使用得到重新定義，並將行動載具、行動網路行業帶到下一個世代。這些年行動網路在手機與平板電腦的創新大幅普及化，對於資訊業與金融業的電子商務及行動支付業務，更是產生相當大的助力。

網路提供消費者購買商品的方式，除了越來越便利之外，手續過程也更具有電子化、網路化、行動化等特性。尤其在電子商務及行動支付的方便，讓新世代的年輕人更能夠透過電腦網路交易，直接登錄帳號密碼即可進行交易之外，也可以將交易方式轉

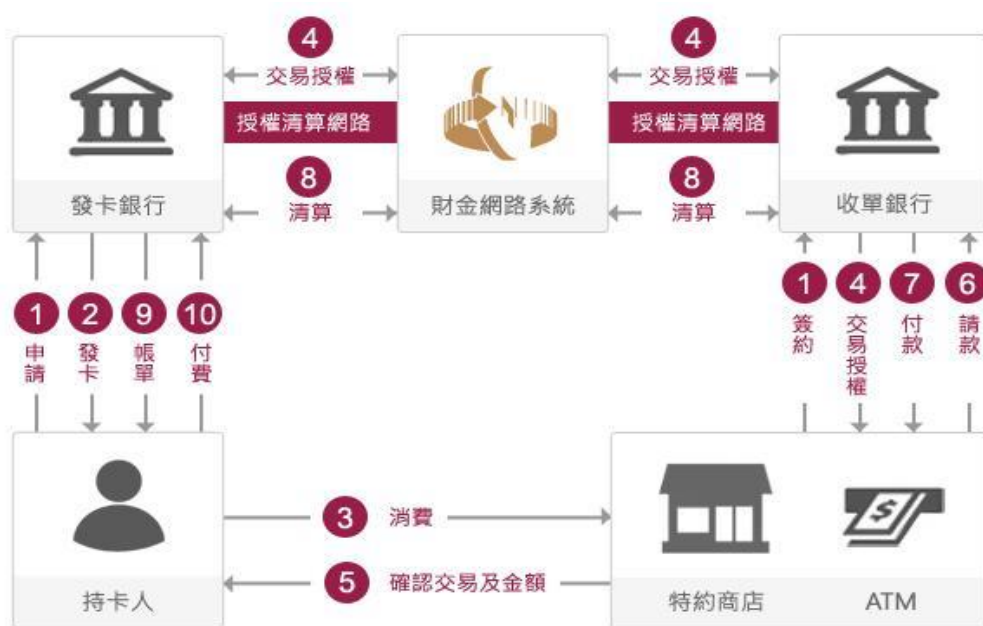
3 有關「互聯網金融」或「金融互聯網」的說法，是參考自中國對網路金融的常用解釋。

移到民眾所持有的智慧型載具上操作，包括：使用行動軟體、NFC 近場支付、條碼掃描、QR-Code 掃描等。這些支付方式雖然略有差異，但也僅屬於技術應用的差異，其背後所表達的支付概念並沒有太大的不同。

各行各業受到消費者對於網際網路及電子商務的廣泛使用，無不投入與加強更便利且安全的技術，藉以提供消費者更加安心的交易環境。金融業者面對這種已經邁向網路化、電子化及行動化的交易環境，如何善加運用本身對的優勢而拓展金融業務則是刻不容緩。因此，本章主要是從我國目前網際網路與電子商務推展金融商品的發展談起，尤其著重於(1)電子交易憑證；(2)無實質交易；(3)網購保險，及(4)網路交易未上市櫃股票等議題，藉以了解目前金融業者與商品推展面臨網際網路的我國現況；其次則透過國際發展趨勢的資料整理，了解其他國家將網際網路或電子商務視為金融通路的現實作法；最後再提出我國運用電商推展金融商品的因應策略與展望，以供相關單位未來修法之參考。

第二節 國內發展現況

過去，有關消費者使用轉帳或信用卡支付的方式，主要是涉及到不同銀行帳戶間的資金轉換，而協助買賣雙方交易過程的銀行，通常可區分為發卡銀行（轉出）與收單銀行（轉入）兩家，透過財金網路系統的資訊提供，讓交易得以順利完成。相關的信用卡支付流程請參考圖 3-1。



資料來源：財金資訊股份有限公司網站（2014）。

圖 3-1 傳統信用卡支付流程

除了信用卡的支付之外，電子票證的小額支付也是國內相當受到消費者喜愛的支付工具之一。以 2002 年 6 月推出的悠遊卡為例，就是一種基於 RFID 技術的感應式電子交通票證，初期受限於儲值金額僅限使用在交通方面的規定，使得悠遊卡的使用者僅止於大臺北地區大眾運輸系統的消費使用。隨後與四家銀行業者合作，發行結合悠遊卡功能的聯名信用卡；政府並在 2010 年 4 月開

放悠遊卡得用於小額消費服務，讓民眾可以直接將款項儲值於悠遊卡中，並直接使用悠遊卡支付小額費用。⁴

另外，近年使用相當頻繁的近場通訊（Near Field Communication，簡稱 NFC）支付方式，又稱近距離無線通訊，就是一種透過短距離的高頻無線通訊技術，允許電子設備之間在 10 公分以內的距離，進行非接觸式的點對點資料傳輸。因為 NFC 的技術特性，在行動支付發展的進程中，自然被納入成為一種支付手段。

國內在 2013 年政府宣布開放國內銀行手機信用卡業務之後，臺灣的五大電信商（包括：中華、遠傳、台哥大、亞太、威寶）就與悠遊卡公司共同成立「群信行動公司」並推出授信服務管理平台（Trusted Service Management，簡稱 TSM，行動網路營運商認證平台）。而 TSM 平台的運作模式，就是透過與所有行動支付的相關業者連線後，NFC 手機用戶下載與設定 TSM 系統，便能以手機進行消費，使得 TSM 平台在 NFC 行動支付業務中扮演極關鍵的統合角色。⁵

除了五大電信商與悠遊卡共同成立的 TSM 之外，財金公司、票交所和聯合信用卡中心也共同籌設建置 PSP TSM（支付服務供應商認證平台），準備在 2014 年底正式上線，預計廣邀各家銀行

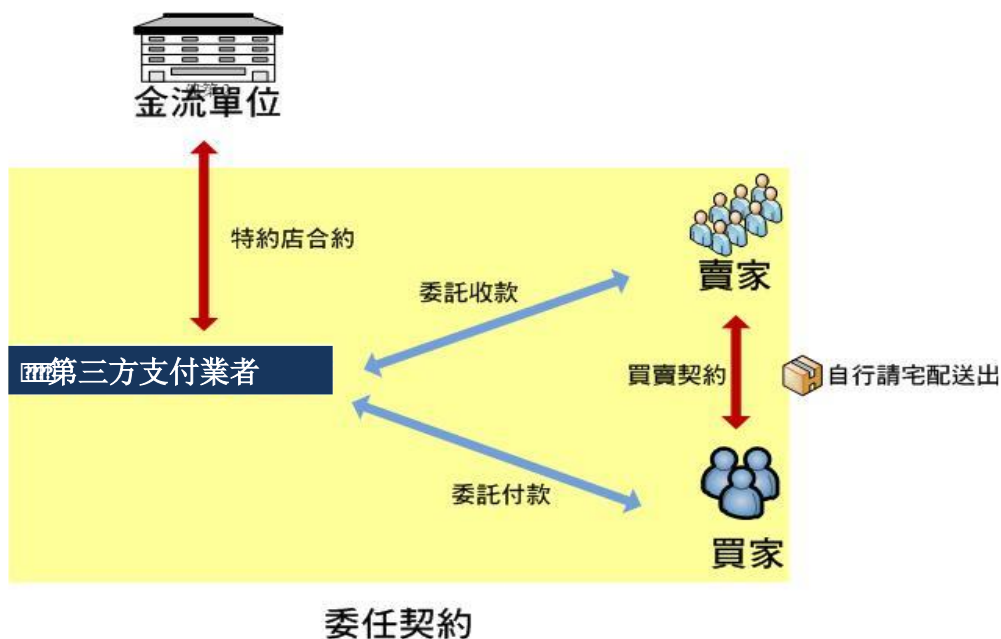
4 悠遊卡小額支付的部分有其金額的限制，目前規定為單筆消費不超過 1,000 元，而當日消費不超過 3,000 元，即屬於可使用的小額支付範圍。

5 除了電信商之外，開南大學是更早投入 TSM 平台建制的單位，因為其身為獨立第三方的角色，不牽涉到其他合作業者如電信商、零售商、銀行業者等電子商務環節，因此在推展合作上^{反而}領先五大電信商的腳步；加上開南大學採用法商歐貝特（Oberthur）的核心 TSM 技術，2012 年中基礎建設建置早已完成，發展時程上領先群信一大步。

參股，藉以打造手機版的全國性購物支付平台；未來可望在和 TSM 合作介接下，消費者將可透過發卡銀行將個人資料傳送到 TSM 認證，再透過空中下載將資料植入手機 SIM 卡，亦即信用卡功能縮小至手機的 SIM 卡後，消費者可透過 PSP TSM 的平台，不需侷限單一電信公司用戶或信用卡方式，只要上網下載數位皮夾 APP，並且在付款時選擇信用卡、金融卡、儲值卡、悠遊卡或是儲值支付帳戶，即可運用手機達到行動付款，提供消費者更多元、即時且安全的付款服務。

隨著網際網路逐漸成為大眾生活的重心，傳統金融業也陸續有業者將服務觸角延伸到網際網路，希望能藉由網路作為提升績效、擴大服務範圍、降低交易成本的工具。部分金融業者甚至跨足經營第三方支付平台，例如：安泰銀行推出的 paynow（其前身為紅陽公司）、第一銀行推出的第 e 支付，以及永豐金控創辦的瘋掌櫃服務；其中，永豐金所創設的瘋掌櫃，同時也發展網路商店的服務，是國內少數金融業者中，對於進軍第三方支付服務有強烈且積極作為的金融業者。

傳統所謂的第三方支付系統，主要是提供使用支付系統的會員，除可將交易資金儲存在第三方支付系統的帳戶中；當買賣雙方進行交易時，會員得以將買方帳戶的資金扣除並轉移至第三方平台，在賣方確實交付貨品予買家之後，第三方平台在確認交易完成後才將買方扣除的資金轉移至賣家帳戶之中，此時整件交易過程便屬完成。



資料來源：黃崇勝（2013）。

圖 3-2 第三方支付平台之資金移轉流程

在此交易的過程中，並沒有傳統銀行的參與，所有會員儲值的資金都是透過支付業者信託於銀行，或是透過電子票證管理辦法成立的電子票證公司，使得將銀行資金兌付的功能被第三方支付平台取代掉。相關的第三方支付平台之資金移轉流程，請參考圖 3-2。這種透過第三方支付平台的交易過程，最大的意義在於：支付業者從此能夠代替銀行業做資金儲放的業務，並可以透過會員儲值的資金去做其他的金流操作（如：放貸、購買金融商品、投資等），支付業者也就跨進了金融業的業務範圍。

然而，國內因為銀行業務屬於特許行業，目前尚未開放非金融業者進行承做，儲放相關業務也須遵守規定，包括與銀行合作或資本額限制等。國內相關業者目前提供的第三方支付服務，除了可透過信用卡結帳外，也都提供帳戶內儲值餘額消費的功能，

但僅止於代收代付，非金融業者暫時無法將服務延伸至金融相關業務。

金融業對於透過網際網路與電子商務推展金融商品相當積極，為的就是提供新世代更多更完善的金融商品服務，不僅可拓展業務、提高獲利外，也可讓消費者更加便利環境、符合個人私密消費特性，以滿足更多需求，故以下分別從電子交易憑證、無實質交易、網購保險，及網路交易未上市櫃股票等議題蒐集整理。

一、電子交易憑證

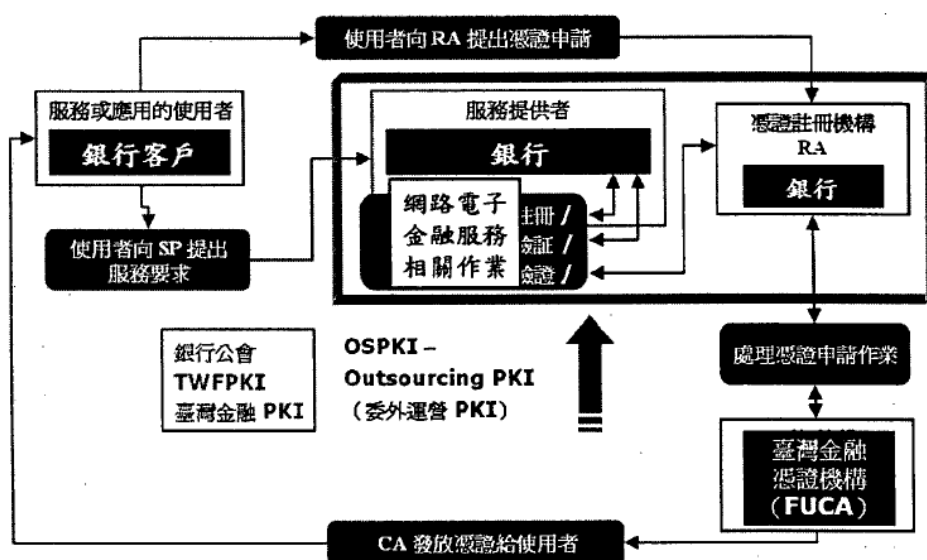
網路交易的資訊安全，一直是政府與業者非常重視的議題；除了帳號密碼保護外，更發展出支付安全的技術，以進一步能夠對於消費者的身分識別獲得認證，而政府也制定的相關法律予以規範。臺灣於 2001 年底公布並於 2002 年施行的「電子簽章法」⁶，清楚表述法規的產生是為因應快速發展的電子商務而制定。尤其，傳統通信及交易行為，係以書面文件（如契約書）及簽名、蓋章來確定相關權利義務；但是在網路環境中，電子化政府及電子商務勢必依賴電子文件及電子簽章作為通信及交易之基礎。

政府為能明確規範電子文件及電子簽章之法律地位，並且配合日益蓬勃之數位經濟活動發展、普及電子商務之應用，建立符合國情的電子簽章法，其主要之立法目標包括：（1）建立安全及可信賴之網路環境，確保資訊在網路傳輸過程中不易遭到偽造、竄改或竊取，且能鑑別交易雙方之身分，並防止事後否認已完成

6 電子簽章法於民國 90 年 11 月 14 日總統令公布全文，民國 91 年 4 月 1 日施行。

交易之事實，乃電子化政府及電子商務能否全面普及之關鍵；(2) 為推動安全的電子交易系統，政府及民間企業正致力於利用現代密碼技術，建置各領域之電子認證體系，提供身分認證及交易認證服務，以增進使用者信心。

電子憑證是一個或一組電腦檔案，內載擁有人的身分資料及一組公開密碼鑰匙。擁有人憑著電子憑證檔案，可向電腦系統透過自己身分之認證，存取或使用某一特定的網際網路或電子商務之服務。技術上，電子憑證保障使用者的個人敏感資料在需要做身分認定時，不會揭露在索取資料者的系統中。取而代之的是將使用者遞交的憑證向憑證檢核機關核證，也就是對憑證效力本身做確認，一經確認代表該提供的個人資料是有用的，儘管資料內容並沒有直接揭露出來。相關的電子交易憑證交易流程，請參考圖 3-3。



資料來源：周芳冠（2007）。

圖 3-3 電子交易憑證之交易流程

現階段，臺灣金融相關業務在電子交易憑證的應用，皆必須經由消費者親自到各金融機構臨櫃申辦，主要用來網路下單證券、期貨、保險等金融交易憑證；以及也是要消費者親自到各戶政事務所臨櫃申報，主要用來報稅、滿足電子化政府服務的自然人憑證。以金融交易憑證為例，電子交易憑證並不僅是認定單一帳號申請，而是認定使用的設備類型為單位。以玉山銀行為例，使用電腦與行動裝置做證券網路下單，要求消費者須在不同設備上個別申請憑證；但是，中國信託只允許由電腦申請憑證，行動裝置使用服務必須先與電腦同步操作認證後，匯入電腦申請的憑證後方可使用；而新光金控則推出整合式憑證，讓消費者只要在新光金控申請一份電子憑證，便可以在相關機構如新光銀行、新光人壽、新光投信等單位共同使用。

至於我國的第三方支付平台方面，目前僅有歐付寶提供申請電子憑證強化帳號安全性，但憑證也僅能供電腦申辦使用，而沒有擴及至其他的行動載具。而多數的第三方支付業者，對於行動裝置所使用的帳號安全性強化技術，則是透過手機動態一次性密碼鎖（One Time Password，簡稱 OTP，又稱動態密碼），主要是以時間差做為伺服器與密碼產生器的同步條件⁷。另外，如 paynow 與第 e 支付等第三方支付平台，則是透過 SSL（Secure Sockets Layer）傳輸技術作網路安全強化，採用公開密鑰技術，讓通信達到保密性和可靠性，使客戶與伺服器應用之間的通信不被攻擊者竊聽。

⁷ 在需要登錄的時候，就利用密碼產生器產生一次性密碼，在進行認證之後即廢棄不用，下次認證必須使用新的密碼，增加了試圖不經授權存取有限制資源的難度。（維基百科）

因此，綜觀上述得知，目前臺灣金融業拓展相關業務，受到電子簽章法的交易安全要求因素，在電子交易憑證的使用已有一段時日；而非金融業之第三方支付平台業者，對於強化交易安全的方法與工具上，除了使用電子交易憑證之外，多數是運用先進的資訊技術所創造出來的強化技術（如 OTP 或 SSL 等），顯示金融業者在資安方面，使用電子憑證的頻率較非金融業者來得高。

二、無實質交易

目前，臺灣尚未允許第三方支付經營相關業務，故無實質交易的資金移轉，現階段國內並沒有允許；但隨著中國的互聯網金融業者，在無實質交易的蓬勃發展，甚至是 P2P 轉帳、P2P 小額信貸等金融業務範圍的廣泛應用，臺灣政府現正著手制定的第三方支付專法。如果業者的金流安全性控管無法達到讓資訊安全、業務安定、交易安心等「三安」要務，甚至業者無法提出完善的評估機制與配套措施，則無實質交易的資金移轉服務，就很有可能成為違法洗錢的一個管道。儘管如此，主管機關對於無實質交易資金移轉的業務、是否開放網路帳戶間匯款，以及小額貸款的相關業務的可能性，政府持續在評估當中。

三、網購保險

臺灣保險業在行動網路及行動載具普及後，便積極地推出各式行動保險服務，國內多數業者也都推出行動保險 APP，以提供包含保險商品查詢、個人保單記錄、行動保單繳費等相關服務，尚未有 App 能實現軟體內直接購買保險的功能。

以南山人壽的行動智慧 App 為例，即整合所有傳統型、投資型、團體保單等詳細內容可供消費者查詢，並提供個人投保項目額度及保障範圍總覽。但因為納保需要許多雙方資料的交換，包括承保人健康資訊、保險保障範圍等，為避免道德風險，若消費者有投保意願，僅可透過 APP 來聯絡服務人員，並無法經由 APP 而做到網路購買保險。另外，在保費繳納部分，南山除推出應納保費查詢之外，還提供 APP 代收條碼讓保戶可至便利商店直接刷條碼繳費的服務，是國內保險業在支付上面的一大進展；但是轉帳繳付或透過支付業者餘額支付的功能與服務，目前仍尚未提供。至於保險銷售端亦推出行動業務系統，主要提供保險銷售員能及時提供保險資訊予保戶，也可立即提供要保書供消費者填具資料，將資料及時匯回系統之後，納保成功後投保人便可從自己的行動載具端查看自己的投保項目更新。

對於網路購買保險的部分，目前國內多數的大型壽險業皆已暫停提供；這是國內業者經營此類業務時，需受到「電子簽章法」的相關規範，消費者僅能透過數位交易憑證才能在網際網路或電子商務購買保險。以國內的一家大型壽險業者為例，在 2004-2008 年間，消費者可以透過網路購買保險的申辦率只有 0.4%，平均每年經由網路投保的人數只有 137 人；在 2008 年結束網路買保險的業務時，全部 600 萬的投保人中，更只有 52 人是透過網路購買保險。

很少客戶會親自臨櫃申辦保險的電子交易憑證，主要原因是：(1) 初期使用須綁定電腦，想投保得使用特定帳戶電腦；(2) 消費者網路投保保險，並沒有得到業務員手續費或保費之優惠；

(3) 電子憑證需年年重新申請，客戶並不會時常有購買保險的需求；(4) 業者在客戶申辦電子交易憑證後，需面臨部分的製作費用等。這些原因使得臨櫃辦理的人數始終無法向上拓展，也連帶影響保險業者運用電子商務推展保險商品的力道與意願，而陸續結束相關網路購買保險的業務。

然而，隨者網際網路、電子商務與行動載具技術的發達，保險業者若能提昇安全控管的技術，加強確認消費者真實身分的識別能力以及相關的風險管理，各家業者無不看好未來電子商務對於網購保險的發展，以及行動支付工具為保險業者帶來的助益，對於保險銷售業務的拓展都將有正面影響；未來，兩岸兩會有關中國對臺灣的網路屏蔽問題，若能審慎地走向開放路線，對於具有臺灣品牌形象的業者而言，將有更廣闊網路購買保險的經營誘因。

三、未上市櫃股票交易

過去，群眾募集資多僅能從現實生活實現；但是在網際網路發達的現在，群眾募資從近年開始漸漸盛行，也就是缺乏資金的募集者，可以藉由網路平台提出各式各樣的創業企劃（例如：商品、活動、表演、創作等），都可在平台上刊載內容完整的相關提案，提供不同層級的贊助方案與回饋方案，藉以尋求有興趣的不特定群眾集資支持贊助。只要能在一定的時限內，成功完成事先設定募資的金額目標後，該計劃就有足夠的資金開始進行。

一般而言，群眾募資的資金投入多屬於贊助性質，並且可以附帶回饋方式；如圖 3-4，即為我國 FlyingV 群眾募資平台有關的

贊助回饋內容。然而，對籌資者而言，若能提供更多元的籌資類型，也就大大提高能達到資本目標的可能性。因此，各國現階段在群眾募資的金融創新道路上，除了一般的贊助型群眾募資外，也陸續發展出幾種不同的募資類型，例如：以債權或股權作為回饋方式。



資料來源：FlyingV（2014）。

圖 3-4 FlyingV 群眾募資平台的贊助回饋方式

我國除了以贊助回饋的群眾募資方式之外，股權募資目前僅由臺灣櫃買中心於 2014 年初成立的創櫃板⁸，提供以股權作為回饋方式之群眾募資平台；政府目前尚未提供債權相關的群眾募資平

8 「創櫃板」主要係取其「創意櫃檯」之意涵為命名，係定位為提供具創新、創意構想之非公開發行微型企業「創業輔導籌資機制」，提供「股權籌資」功能但不具交易功能。（櫃買中心網站創櫃板專區，2014）

台。創櫃板的主要目的是，讓新創公司得以在創業初期，符合一定的條件並向櫃買中心提出申請並進行綜合審查，具創新創意且值得輔導者即可接受輔導登錄，輔導期為兩年。只要符合創櫃板登錄要件者，即可透過創櫃板向群眾公開募資，而認購的投資者也能取得受輔導新創公司之股權；但目前群眾募資所獲得的股權，並無法在創櫃板或相關網際網路進行交易。不過，只要登錄於創櫃板時限超過三年，並且符合一定條件之後進入興櫃市場者，投資人的股權將可透過公開交易的方式進行。創櫃板的輔導及相關登錄流程，請參考圖 3-5。

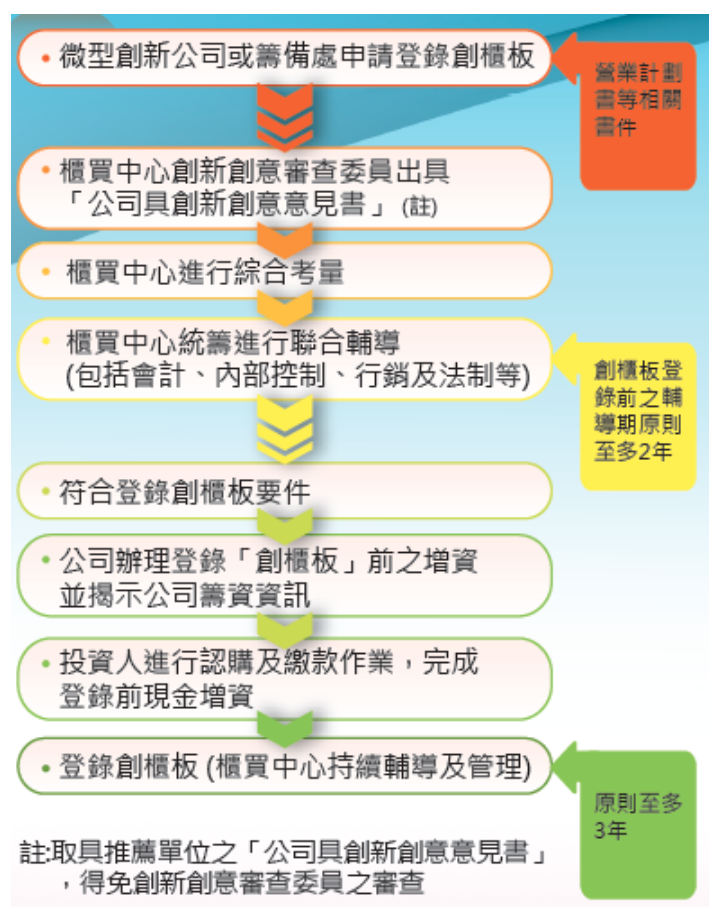


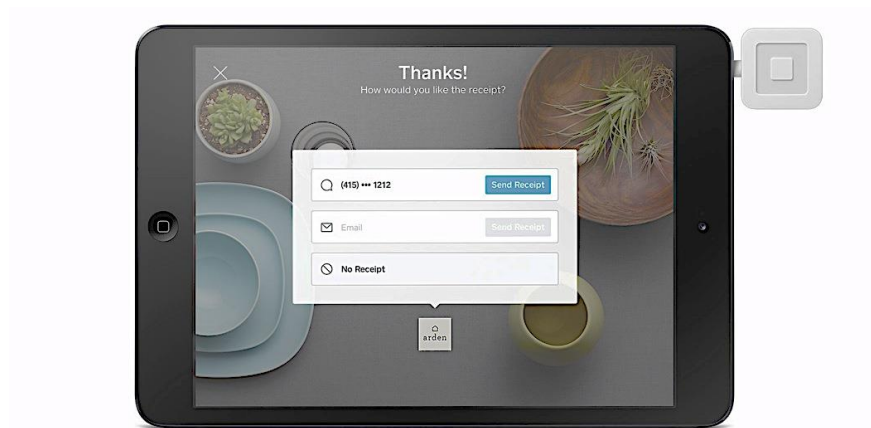
圖 3-5 創櫃板輔導登陸流程

第三節 國際發展趨勢

歐美是全球金融業務最發達的地區，信用卡支付等業務發展也很成熟，加上電信商競爭十分激烈，且相對於信用卡組織而言較為弱勢，並沒有主導行動支付產業的能力，使得歐美地區的信用卡組織因而成為產業的主導者。歐美地區的行動支付技術多以遠程支付為主，即透過如 WAP、SMS 等方式來驗證用戶身分並完成支付行為，就如同使用信用卡時，透過終端機與主機連線認證後才完成交易的過程。

尤其是在近年的行動網路、行動載具快速發展後，才開始進入真正的行動支付領域，並開始出現如 Square 公司所發展的行動刷卡機技術。相對於內置 NFC 晶片這種需要於手機本身新增硬體晶片的處理方式，Square 提出更簡單易行的外接式讀卡機解決方案。只要用戶鍵入交易金額並將信用卡的磁條刷卡後，讀卡機立即將磁條上儲存的資料轉換成 audio 訊號，並傳送到手機上，並同時與收單銀行進行信用卡驗證；在完成驗證後，App 取得銀行授權，Square App 會顯示簽名頁，讓支付方用觸控螢幕的方式簽名後就完成此筆交易。⁹有關 Square 刷卡機的介面，請參考圖 3-6。

9 此時支付方尚可以選擇以簡訊或者電郵寄發交易收據留存等。而收款方可到其關聯帳戶中查詢交易記錄，支付方也可以從簡訊或電子郵件中收到此筆交易的收據；讓整個交易過程在一分鐘之內就可完成。



資料來源：Square 官方網站（2014）

圖 3-6 Square 行動刷卡機之介面

因為 Square 帳號僅需要 email 即可免費申請，加上 Square 承諾下午 5 點前完成的交易，隔天上午就能拿到錢，也讓 Square 的用戶大幅成長。由於 Square 主要的營收來自於交易手續費，並不是賣硬體，因此讓更多人於無成本的情況下開始使用 Square 的服務，自然能產生更多的交易，進而收取更多手續費；如此一來，也很容易就可以回收其贈送硬體讀卡機的成本，創造正向的業務拓展循環，Square 要開發的電子商務及行動支付市場，在 NFC 的技術與行動金流應用全面普及之前，以滿足商家對於行動載具的信用卡收款服務需求（吳添聰，2013）。

不同於歐美地區的行動刷卡技術，日本的行動支付發展模式則是以近場支付為主。以日本電信商 NTT DoCoMo 為例，在 1999 年便已推出 I-Mode 手機網路服務，讓日本民眾很早就習慣使用手機行動網路，而行動支付在日本地區也很早就開始盛行。NTT DoCoMo 在 2004 年更推出具行動支付功能的手機，透過手機嵌入 Sony 的 FeliCa 晶片，能夠儲存包含個人資訊、帳戶、信用卡號等

個人資料；只要消費者到配備終端機的商店，即可掃描完成付費，並且此項功能是必須事先儲值。

由於日本的相關技術成熟，加上手機與網際網路的普及化，使得該支付服務自推出便受到歡迎而快速發展，日本的行動支付規模，從 2005 年的 5.1 億美元成長到 2008 年的 22.4 億美元，其後每年市場規模皆以成長率 50% 的幅度攀升。

另外，與日本同樣擁有手機普及率高、網路頻寬快的韓國，行動支付也很早開始發展；不過，相對於日本是由電信商主導、金融機構為輔助的行動支付業務，韓國則是採取電信商與金融機構緊密合作的方式，使得韓國行動支付在某些金融服務的滲透率要高於日本（人民郵電出版社，2012）。

中國挾著龐大而反應快速的市場，行動支付業務幾經轉變，從 1999 年透過手機代收費的方式，將小額支付費用算進手機話費中結算；隨著技術的成熟與網路的普及化，開始出現 WAP、NFC 等近場支付與遠程支付並行發展的階段。¹⁰

相較於歐美、日本、韓國與中國，全世界發展行動支付最成功的地方卻是在非洲地區。以人口將近 4 千萬的肯亞為例，全國名目 GDP 約為 380 億美元，規模不到臺灣的 10%；人口中大約僅 10% 的人有銀行帳戶，絕大多數的人都是以現金做交易。其中，M-PESA 於 2007 年開始推廣行動支付後，目前有超過 1,700 萬人使用行動支付，從一開始只是都市居民寄錢給鄉下家人的匯款工

¹⁰ 截至目前為止，中國共發出 250 張支付業者執照，而阿里巴巴的支付寶就高達 50% 的市占率。

具，到現在拓展到其他的小額支付，如：商業交易、薪水支付、繳交水電費、國際組織捐款的提撥，甚至是吃飯搭車等費用，都可以透過行動支付完成（TechOrange, 2012）。

肯亞的行動支付廣泛使用的原因在於，非洲地區原始的基礎建設薄弱，銀行服務並不健全，金融匯兌服務十分不便而昂貴。根據資料顯示，非洲地區行動支付到 2013 年使用人口達到 2 億，預計在 2015 年時，非洲與中東地區有將近 40% 的活躍用戶（中國電信移動支付研究組，2012）。而 M-PESA 就是針對市場推廣城市到鄉下的資金流，透過行動支付來完成的服務；讓民眾可以在加盟點將現金儲值在帳戶之中，並將帳戶餘額透過簡訊轉至他人帳戶，其他人就可在其他的加盟點將帳戶內的儲值金兌換提領出來。提供這項服務的手續費相較於銀行十分低廉，而且 M-PESA 針對非洲基礎建設落後的環境設計，僅需要基本的通訊功能便可以完成操作。因為大家相當習慣將金錢放在這個帳戶中，M-PESA 也開始承作其他支付業務，於是民眾便十分仰賴此支付系統。

除了上述有關各地區的電子商務或行動支付的發展之外，本節以下的部分將針對(1)電子交易憑證；(2)無實質交易；(3)網購保險，及(4)網路交易未上市櫃股票等議題，蒐集相關資料並予以整理，以了解外國透過網際網路與電子商務推展金融商品通路的現況。

一、電子交易憑證

（一）日本

日本憑證業的相關業務，是由總務省公共管理部、經濟產業省及法務部依相關的憑證功能而分門管理；頒布的電子簽章與認證業務法，能讓使用者在送出附有電子簽章的文件時，讓使用者的資料隨即被記錄於上頭。政府在 2003 年發行電子智慧身分證，能使用於網路購物、網路銀行及電子化政府等各項服務。

在醫療相關的憑證方面，則是由財團法人 OCHIS（Organization for Promoting Community Healthcare Information System）負責運作，以公開金鑰及 XML 標準，作為醫院、診所與藥局之間的資料交換基礎，並且讓憑證能夠廣泛應用於線上購物、資料數位下載、Wireless Key、閥門感應機、簡訊票根等。政府的公開金鑰則是使用「橋接憑證認證中心」，藉由憑證機構達到相互連結、進行相互認證，例如：商業登記憑證、公民憑證、政府部門憑證及企業公開申請的憑證，都是屬於政府公開金鑰所使用的範圍。

（二）韓國

韓國的「電子商務架構法規」以及「電子簽章法」，規範憑證機構的權限，包括：憑證實務作業基準、憑證發放、暫時停用與廢止等服務。韓國電子簽章法主要是規定，資訊及通訊部為憑證機構的主管機關；資訊安全局擔任韓國最高憑證管理機構審核及核發憑證給核准的 CA，並負責管理及鑑定工作。電子憑證主要應用在金融及政府兩領域，金融領域應用於網路銀行及網路下單

交易的身分驗證功能；政府領域的應用如報稅用途、電子投票、公共物拍賣競標；其他領域的應用則包括：保險契約購買、購物中心、電子採購、電子競標以及電子彩券等相關服務。

（三）中國

在 1998 年成立第一家的電子憑證公司（Certificate Authority, 簡稱 CA），到 2005 年時已超過 70 家的 CA；但由於中國沒有統一的認證中心，各家 CA 都使用屬於自己的憑證系統，進而造成交互認證的問題。目前，中國政府的相關單位也正研擬統一的標準，解決交互認證的問題與提升各憑證機構自身的安全性，但從 1999 年通過的「商用密碼管理辦法」，到 2005 年的「電子簽名法」與「電子認證服務管理辦法」¹¹，雖然讓憑證的發放有「依法可循」之標準，但對於憑證統一化的相關規範則尚未制訂。中國的電子憑證主要應用範圍，包括：網路購物、B2B 交易、網路銀行、線上簽證、稅務申報、電子政務、海關報關查核、安全郵件等。

（四）香港

香港的電子憑證將公、私鑰分開；公鑰的憑證機構為郵局總局，而私鑰的憑證機構為電子核證服務有限公司。香港電子憑證應用範圍非常多元，從網路銀行、股票線上交易、網路資料，到電子郵件、個人信用資料查詢、電子化政府、線上購物與線上競標等服務，皆可透過電子憑證完成相關服務。尤其在 2000 年成立「電子交易條例」給予電子憑證有效性的認定；只要依據法規要

11 根據中國的「電子認證服務管理辦法」規定，通過資訊產業部受理和審查後的 CA 可以獲得證書，到 2007 年 9 月已經有 24 家獲得證書。

求某人的簽章，而此簽章是由合法憑證機構發出，在沒有過期、被註銷或廢止的情況，皆可視為有效的簽章，以賦予電子憑證有效的證明。¹²

（五）印度

印度於 2000 年通過「資訊科技法」，確立公開金鑰於電子簽章或數位簽章的法律地位，並且提供統一認證中心，包括處理電子憑證的核發，以及規範電子憑證成立的要件與流程。印度的電子憑證主要的應用範圍在於：金融領域、報退稅款、B2B、對外貿易、印度專利局、電子護照、線上購票、政府內部資訊系統交換，以及醫療領域等。

二、無實質交易

隨著網際網路的普及性提高，無實質交易的業務也發展出與過去截然不同的情況（如小額信貸業務¹³），進而形成所謂的 P2P 網路借貸平台。所謂的 P2P 網路借貸平台，指的是個人通過第三方支付平台在收取一定利息的前提下，向其他個人提供小額借貸的金融模式。

P2P 網路借貸平台在英美等發達國家的發展較為完善，也較能夠受到大眾的接受；這種方式既有利於出借人實現資產增值，也有利於借款人方便快捷地滿足自己的資金需求。目前，美國與

12 2003 年香港郵政推出智能身分證，身分證的內容包括電子憑證的智慧卡，並於 2007 年完成 700 萬張智能身分證換證計劃。

13 小額信貸是一種將非常小額度的資金聚集起來，借貸給資金需求者的一種商業模式。其社會價值主要體現在滿足個人資金需求、發展個人信用體系和提高社會閑散資金利用率三個方面，由 2006 年諾貝爾和平獎得主尤努斯教授首創。

歐洲最大的網路借貸平台分別是 Prosper 以及 Zopa；這兩個平台都提供 C2C 的個人間網路的金融借貸服務，整個交易或借貸過程皆無需銀行的角色介入。Prosper 和 Zopa 的經營方式，主要是靠借貸雙方支付的費用（MBA 智庫百科，2013）。

英國的 Zopa 的運作是開始於 2005 年 3 月，資金放款人在網路上會列出想要出借的金額、利率和時間，若提供較低利率將搭配要求借款人較高的信用程度；相反地，如果提供較高利率則對於借款人的條件也相對較為寬鬆。另一方面，借貸者（需要資金）也可比較各個貸款的條件需求，選擇適合自己的最佳方案。由於沒有中間機構，出借方和借款方都可以找到最符合自身要求的交易。

另外，Zopa 也顧及到 P2P 的借貸交易可能存在風險，故提供用戶一個配套系統，將出借資金分為 50 筆，讓出借人的錢可同時借給 50 個不同的借貸者，而且同一個人不會獲得兩筆錢。因此，即使有人拖欠不還，出借人面臨的風險也大為降低。此外，Zopa 也會提供借貸雙方獲得具有法律約束力的契約，並且每月提供償還記錄的整理，如果有人沒有按時還款，該公司同樣會採取類似於商業銀行的補救措施。

美國的 Prosper 則是在 2006 年 2 月才上線營運，其功能同 Zopa 類似，但營運模式則有所不同。資金需求者只需在 Prosper 網站輸入需要借貸的金額，就會自動出現最高利率；資金出借人則可以尋找自己滿意的金額與利率，同時參考借款者的信用，再以自己願意提供的金額和利率競標，利率最低者將會得標。Prosper 將

借款者的信用分為：AA、A、B、C、D、E 等六個等級；信用等級高的借款者，其借款利率較低，反之則利率較高。¹⁴

P2P 的網路借貸平台發展，除了在英國與美國相當受到民眾的認同外，中國近年來也發展得相當迅速。尤其自 2011 年起，P2P 網路借貸的相關業務在中國猶如雨後春筍般崛起，並在 2012 年出現爆炸性的成長。根據估計，中國目前經營 P2P 網路借貸平台的公司已超過 200 家，交易金額更是超過上百億人民幣；但是，自 2013 年起卻陸續出現多起無預警的倒閉事件。有關中國 P2P 無預警倒閉的企業家數，截至目前為止已達到 119 家，涉及被惡性倒閉的資金高達 21 億人民幣；其中，2014 年從年初至 4 月中為止，更已出現 30 家 P2P 網路借貸公司的倒閉現象，造成上萬名的民眾蒙受損失。

有關中國上述的 P2P 惡性倒閉現象顯示，網路貸款平台的創新金融業務，已逐漸成為「影子銀行」體系下的新型態業務，潛藏許多令人擔憂的影子銀行問題與金融風險。中國政府面對此種 P2P 的相關業務，未來只有提出更積極的監管措施，建立一套杜絕利用開業門檻低而進行非法集資行為¹⁵，減少惡意公司一再地無預警性倒閉的情況，才能讓新型態的金融業務回到健全的軌道。

14 Prosper 支持的貸款利率為 5.55% 到 30.99%，貸款利率越高、風險越大。

15 包括非融資性擔保公司、投資諮詢等仲介機構，進行公開「代人理財」的非法集資；而小額貸款公司、私募股權投資等融資性機構，經營涉嫌非法集資；網路貸款平台則以「民間借貸」的口號進行非法集資。

三、網購保險

中國的阿里巴巴集團旗下的淘寶，近年來發展網路購買保險的相關業務；根據淘寶的官方網站發現，淘寶保險一共提供了 44 家的保險公司相關業務，網購保險商品的種類包括：投資保險、意外險、旅行保險、少兒保險、健康保險、財產險、車險與人壽保險。購買網路保險的方式，跟網路上購買網路商品一樣簡單，只需要三個步驟（填寫訂單、核對訂單、支付寶支付）即可完成保險購買；同樣和一般商品的網購皆可在鑑賞期內選擇退保。

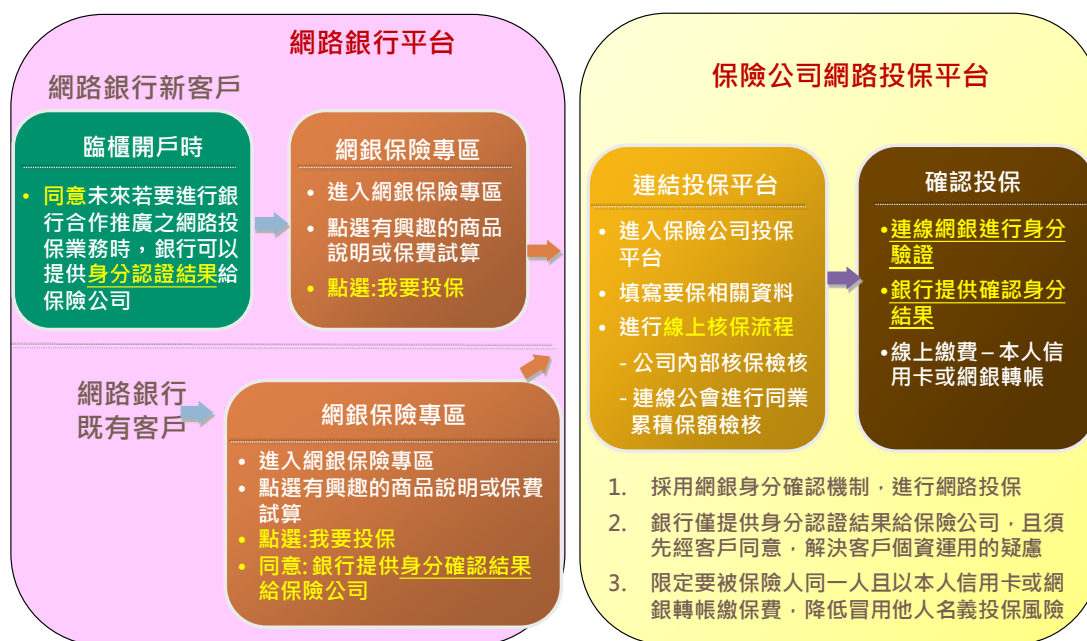
除了第三方支付的支付寶可以網購保險之外，2014 年 2 月蘇寧雲商也正式取得保險代理牌照，成為第一家中國商業零售領域擁有全國專業保險代理實質的公司。目前與蘇寧易購合作的保險公司，包括：中國平安、太平洋保險、泰康人壽、陽光保險和華泰保險等 5 家保險公司；依照提供的保險種類而區分：車險、意外險、旅遊險、健康險、簽證險、財產險、合作商保險與家電延長保險等 8 種。而蘇寧易購提供網購保險的支付流程，分別為：(1) 選定保險種類；(2) 填寫訂單；(3) 易付寶付款，以及(4) 保單完成。其中，易付寶屬於一個帳戶，可以把銀行卡或是充值卡的錢或現金，轉移到易付寶的帳戶之中，過程也只需要建立網路銀行的帳戶，即可透過網路銀行而得到加值的服務。¹⁶

16 招商銀行、中國銀行、交通銀行、工商銀行、建設銀行、農業銀行、興業銀行等銀行，都有和蘇寧易購合作提供服務；蘇寧易購除了提供消費者可透過網路銀行進行加值之外，還有快捷支付與消費卡充值的方式，均可提高易付寶帳戶的餘額。

以日本現階段提供網購人壽保險的業者 lifenet 為例，他們只賣四種商品，定期壽險、定期住院日額、終身住院日額、失能險。為了減少道德風險，業者提供的保額都不高；以定期壽險為例，最高僅能投保到 1,000 萬日元，日額部分每日最高 5,000 日元，而使用網路購買保險費用打五折，這無疑對年輕人是個很大的誘因，但是推廣網路保險還是遇到瓶頸：投保程序不便。所以網路銷售保險要突破瓶頸關鍵，就在於投保程序的簡化。

至於產險方面，目前包括英國 RSA 車險、AVIVA 車險、美國 GEICO 車險、大陸平安車險、日本東京海上車險、香港保誠旅平險，都提供消費者可經由網路進行申購，而且不需要使用電子交易憑證。以英國線上投保車險為例，投保比例高達 65%；相對於臺灣來說，根據我國的產險公會統計，2012 年使用網路投保車險的比例，只占整體車險市場的 0.7%。

另外，根據歐洲商會所提供的資料發現，消費者在臨櫃申辦網路銀行時，只要簽屬同意未來若進行銀行合作推廣之網路投保業務時，銀行可提供身分認證結果給保險公司，即可透過網路銀行會員的機制，達到身分識別的確認。若消費者準備透過網路銀行購買保險，在登入網銀之後連結網銀的保險專區與保險公司的網路投保平台。相關網銀購買保險的流程，請參考圖 3-7。

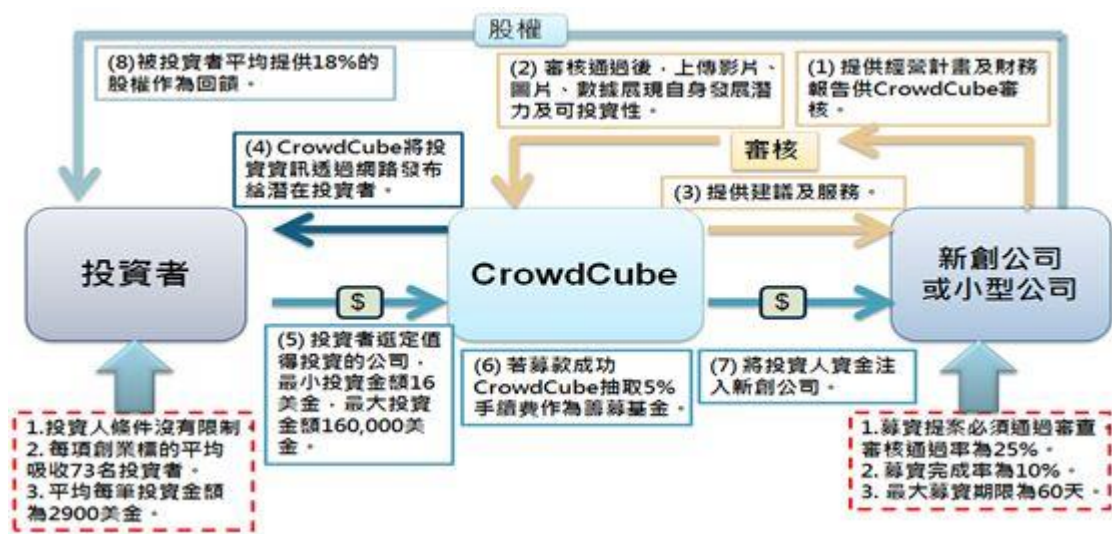


資料來源：歐洲商會簡報（2014）

圖 3-7 網路銀行會員機制—網購保險

四、網路交易未上市櫃股票

在英國資金危機中，銀行採取無風險貸款的保守政策；在英國政府 2010 年的報告指出，由於許多中小企業向銀行貸款的請求被銀行所拒絕，當時急需募資的替代方法。此時，英國的 CrowdCube 提出小額投資的潛力，建立了股權眾籌平台，不僅提供一條對中小企業籌資路線作為刺激經濟成長，同時也允許任何人參與股權投資，進而興起近年的新型眾籌時代（James Hurkey, 2011）。有關 CrowdCube 的股權籌資流程，請參考圖 3-8。



資料來源：工研院 IEK (2013)

圖 3-8 CrowdCube 股權籌資流程

CrowdCube 創造以股權為基礎的眾籌平台，讓一般民眾直接提供小額資金，協助企業家能夠繞過天使投資人和銀行而籌資；這種模式讓任何人都能進行商業投資，並且能在從該投資中取得股東權益。為行或中小型企業主為了能夠順利籌資，首先必須透過 Dragons Den¹⁷上傳影片，透過影片式的宣傳和文件向數以千計的微型投資者及一般民眾展示業務企劃與未來潛力，而小額投資者至少只須付出 10 英鎊就可以投資在任何感興趣的事業。

CrowdCube 自 2011 年 2 月發行以來，透過線上集資平台共募集超過 280 萬英鎊的基金，允許一般民眾可以透過股權投資，將傳統股票投資的觀念進行翻轉 (The Startups Team, 2012)。在企業主的募資方面，只有在募資達到金額目標時，微型企業公司才可得到基金資助，並收取募資的 5% 作為費用與傭金（將來可能的

17 Dragons Den 為 BBC 實境節目，提供創業家一個平台展示其企業的投資潛力。

收入尚包括品牌或技術的海外授權金)；若無法達到金額目標時，原本募集資金也將全部返還給投資者，而不收取任何的費用。儘管如此，CrowdCube 對於股權投資的投資人來說，目前並未提供股權眾籌募資的網路交易，投資人若對投資後的股權有交易的需求時，現階段在公司相關法規的規範下，將交由創業公司自行與股東決定，是否讓創業主進行股權買回的動作。¹⁸

本節有關各國對於在網際網路與電子商務推展金融商品議題，包括：電子交易憑證、無實質交易、網路購買保險及交易未上市櫃股票等國際趨勢與經驗，請參考表 3-1。

¹⁸ 根據 CrowdCube 的 FAQ 發現，通常多數的股權投資是屬於股東的長期持有；因此實際上多數股權的屬性較偏向於限制型特別股。

表 3-1 各國運用電商推展金融商品相關議題之現況

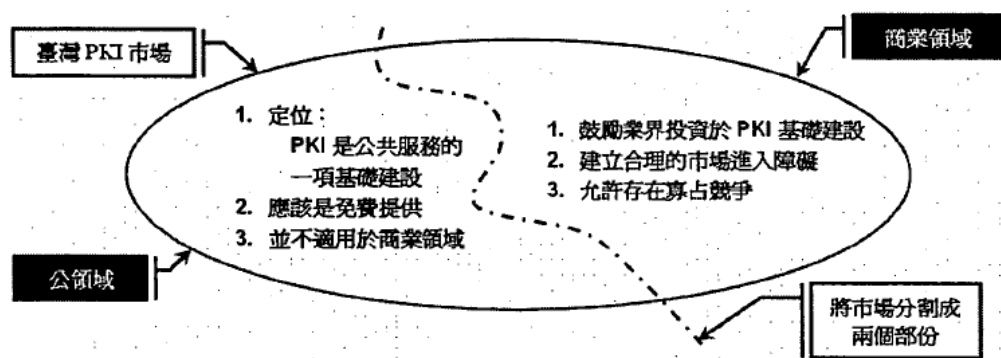
議題	國家/地區	內容
電子交易憑證	日本	讓公開金鑰可藉由憑證機構相互連結、相互認證，達到使用範圍擴大。
	韓國	具統一的主管機構，憑證應用範圍主要在金融與政府服務兩大領域。
	中國	「電子簽名法」是憑證發放標準，但憑證統一化的規範則尚未制訂。
	香港	整合個人身分證的實體與虛擬功能，成為線上與線下可共用的身分識別工具
	印度	「資訊科技法」確立公開金鑰於電子簽章或數位簽章的法律地位，並且提供統一認證中心處理電子憑證的核發及規範。
無實質交易	英國	Zopa 也顧及 P2P 借貸交易風險，提供用戶配套系統、償還記錄整理，及具法律效力之契約
	美國	Prosper 功能同 Zopa 類似，但營運模式有所不同：如透過審查借款者信用區分為六個等級，再依等級高低的借款者，給予不同的借款利率
	中國	P2P 網路借貸業務在 2012 年出現爆炸性成長。目前 P2P 平台業者已超過 200 家，交易金額上百億人民幣；但自 2013 年卻陸續出現倒閉，截至目前已達 119 家，惡性倒閉資金達 21 億人民幣。
網路購買保險	中國	購買方式簡單：填寫訂單、核對訂單、支付寶支付；可在鑑賞期內選擇退保。
	日本	以 Lifenet 為例，只賣低保額類型商品，且使用網路納保費用五折，然而投保程序不變仍是問題。
	英國	以線上投保車險為例，投保比例達 65%；臺灣網路投保車險的比例僅 0.7%。
網路交易未上市櫃股票	英國	CrowdCube 提供股權眾籌募資的網路交易；投資人若對投資後的股權有交易的需求時，現階段在公司相關法規的規範下，將交由創業公司自行與股東決定，是否讓創業主進行股權買回動作。

資料來源：本研究整理

第四節 因應策略及趨勢展望

一、電子交易憑證

近幾年電子交易憑證的整合，成為國內討論相當熱烈的議題之一；針對憑證整合的方式，各界也有許多不同的看法。根據周芳冠（2007）指出，憑證的類型大致可分成兩部分：（1）公領域，如內政部發行的自然人憑證、經濟部的工商憑證等；（2）商用領域，如證券下單、保險申購、購買金融商品等。相關電子認證市場的二分法及其定位，請參考圖 3-9。

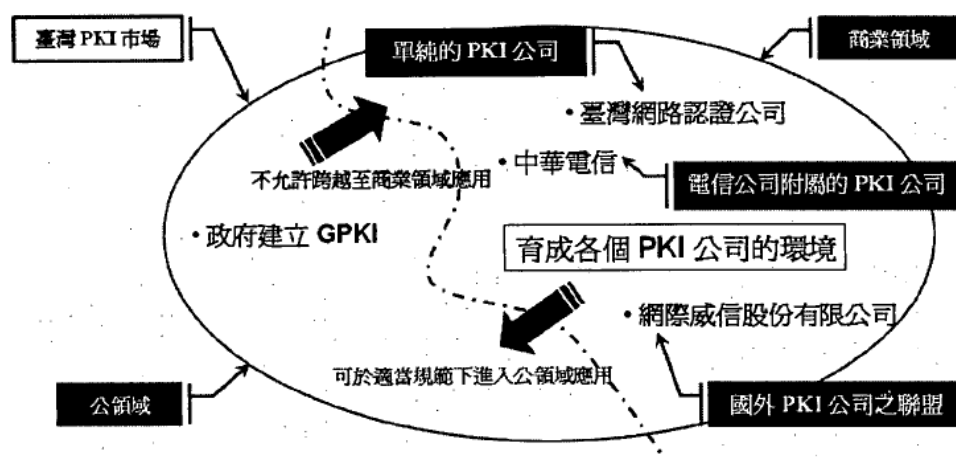


資料來源：周芳冠（2007）

圖 3-9 二分法的電子認證市場

在商用領域的電子憑證整合方面，例如新光金控只需要申請一個憑證，便可以應用在新光的相關機構中；但畢竟這類型的憑證整合，也僅止於在同一個金控的不同子公司間整合，尚未跨進到不同金融行業的不同公司間電子憑證整合。現階段有不少業者認為，政府可以思考將自然人憑證的使用範圍擴大，讓具有電子身分證的自然人憑證可以成為商務的認證機制；然而，目前自然人憑證的使用範圍，僅限於使用電子化政府服務，而不適用於任

何商業領域，加上根據電子簽章法立法時的市場導向原則¹⁹，明確指出憑證機構或電子認證的市場發展應由民間主導，政府不應涉入太多。相反的，如果商業領域的認證機制符合公領域的信賴標準，也可以允許提供於公領域使用。這也使得目前某些商業機構所發行的交易憑證，確實可在報稅時取代自然人憑證做網路報稅之應用；但卻鮮少商務型態的應用是經由自然人憑證作處理。有關二分法電子認證市場差異化之分工概念，請參考圖 3-10。



資料來源：周芳冠（2007）

圖 3-10 二分法的電子認證市場差異化分工

針對憑證互通的議題，技術層面不難解決，但根據電子簽章法的立法原則，希望電子認證市場是由民間主導；因此目前對於推動自然人憑證為網路身分認證標準，在法規限制上相對可能要走修法方向。而商用領域的憑證整合，是現在正進行的方向；只

19 市場導向原則：政府對於憑證機構之管理及電子認證市場之發展，宜以最低必要之規範為限。今後電子認證機制之建立及電子認證市場之發展，宜由民間主導發展各項電子交易所需之電子認證服務及相關標準。

是就現況而言，多數僅集中在相關企業的憑證整合，而非不同公司的跨機構使用。

消費者到任何一家金融機構申請電子憑證服務的現況，都必須先臨櫃使用實體的雙證件親自（或委託）辦理，以確保身分識別的安全性；而消費者對於不同公司或不同業別（如銀行、證券、期貨、保險、基金等）都必須重複親自臨櫃辦理電子憑證，導致消費者辦理的意願降低，加上不同的金融商品有其消費特性，例如：保險購買的週期就相對比證券購買的週期長，這也使得一再地申辦電子憑證的規定，將嚴重影響消費者透過網際網路或電子商務進行金融商品的購買。

另一方面，儘管整合金融商務用的電子憑證有其呼聲，但對於不同規模的金融機構來說，由於現階段製作電子憑證仍須由業者繳交一定金額的製作費用給 CA，加上，小公司若可接受大公司的電子憑證，不但降低營運跟認證的成本，也兼顧身分審核的安全性，使得電子憑證整合將會影響大公司的客戶占有率，導致商品利基嚴重受到小公司的侵蝕，這也是部分的金融業者對於整合型電子憑證的意願不高的另一個主因。

由此可知，由民間跨機構進行電子憑證整合，並無法完全滿足或適合現階段各個金融業者；如果政府能夠在符合法規條件下，交由第三方獨立的憑證核發單位統一處理，應是個不錯的方向。在目前電子簽章法的立法原則是，希望由民間來主導整個憑證產業的發展。但是根據目前發行憑證的資料顯示，自然人憑證

已發出 378 萬張，而金融機構的下單憑證核發總數約 150 萬張；相對來說，自然人憑證是相對普及的一項電子憑證。

政府未來因應網路世代的來臨，若自然人憑證所代表的是一個「電子化身分證」，而將視為一項公共性質的基礎建設時，建議可以參考香港有關電子憑證的作法，由政府統一建立一個完整的憑證系統，將實體與虛擬的身分證進行結合，成為線上與線下可以共用的身分識別，並且同時運用在公部門與私部門中，應該是政府未來對於電子憑證可以思考改革的方向。

二、無實質交易

政府目前對於第三方支付能承作的業務，是以有實質交易為主，對於無實質交易的內容與相關限制，目前仍在討論階段；因此與無實質交易有關的 P2P 帳戶間轉帳、P2P 貸款等相關業務，仍有待主管機關未來的公布。雖然如此，本文以下仍就外國經驗與臺灣本身的社會情況，提出相關規劃供外界參考。

有關 P2P 的網路借貸金融模式，能在短時間內發展迅速的主要原因有二：(1)操作簡單、門檻低。網路平台為借貸雙方提供，從訊息發布、資料審核到轉帳借款、利率計算、按期還款的一條龍服務。用戶只需註冊成為網路借貸平台的會員，並提供正確無誤的身分驗證之後，即可在網站上進行申貸或放款的動作，並根據提供的證明詳盡程度，獲得相對應的借款額度。相比於銀行貸款複雜的手續，這種交易比較自由，對放款人和借款人而言都比較方便。(2)具有相對較高的年收益率，成為廣大投資者的理財新

途徑。網路借貸平台上，一些借款人提出無抵押、無擔保的貸款條件，並承諾高於金融機構的利率吸引投資者，投資收益豐厚。

總體而言，網路借貸一般為小額無抵押借貸，使用的借款者一般屬於中低收入階層，藉由網路及社區化的力量，有效降低貸款審查的成本，促進小額貸款發展。網路借貸平台一般不參與借款，而提供以服務為主，由於針對的是中低收入以及創業人群，透過身分識別及風險控管，解決許多金融業對小額貸款普遍存在的成本高、不易追蹤、倒帳風險等問題。

然而，P2P 網路借貸平台帶來上述優點的同時，背後也有不少風險問題需要謹慎處理，包括：

（一）需注意用戶身分與借款原因的審核

網路交易的虛擬性容易導致評價借貸雙方的信用狀況無法得到確認，極可能產生欺詐或洗錢的問題。如果僅通過網路方式作為借款人的資料和借款用途的驗證並不可靠，極有可能會出現冒用他人資訊、一人註冊多個帳戶等騙取貸款的情況發生。

（二）缺乏完善的款項使用監管工具

多數的 P2P 網路借貸平台，有關借款者資金使用的情況，需要保證與借款申報登記的用途相一致；如果出現不符合原先承諾之借款用途，轉而進行高風險投資，將會給網路信貸平台帶來道德風險，進而產生不利影響。尤其，雖然網路信貸平台都會對貸款者的借款用途進行審核，但實際操作中也存在難度，平台業者或放款人並無法避免借款者，在借入資金後進行高風險投資的可

能，未來可能產生財務投資虧損而無法負擔本利的繳納。目前，許多網路信貸平台皆相當缺乏對資金使用的監管機制，相關借款原因的審核流程將出現形同虛設的局面，極易引發資金風險。

（三）無償抵押的風險性高

在網路 P2P 借貸平台中，多數網路信貸在借貸過程中，並沒有實質的動產或不動產進行抵押，完全在過往信用的基礎上借貸，相當缺乏對借款人的有效制約。另外，若不幸需要處理欠款的追討時，銀行欠款通常交由專門的機構追討或者訴諸法律；但是在對方借款數額較小的情況下，運用法律工具的成本太高，業者可能得不償失。

因此，如何解決上述的風險問題，建構完善的監管方式，以強化網路信貸平台的安全，是將來開放無實質交易時的重要課題。尤其是用戶的識別機制，是網路信貸平台開展業務時重要的基礎性工作。對用戶的身分、信用狀況、收入情況、借款用途、業務範圍做必要的瞭解和審核，以便在與用戶建立業務關係時，核實和記錄其身分，並在業務關係存續期間及時更新用戶的身分信息資料。²⁰

在資金管理方面，業者在推展網路借貸平台時，內部應建立嚴格的管理與監管，以明確資金轉帳流程、確認資金到位與責任人的情況；對於用戶因轉帳而產生的在途資金，則應妥善存入具委託監管功能的銀行監控帳戶中，按時回報。這對於提高客戶資

20 以美國為例，美國有完備而透明的個人信用認證體系，個人信用記錄、社會保障號、個人稅號、銀行帳號等個人資訊，讓借款人信用狀況可以得到充分驗證。

金帳戶的透明度、避免用戶資金被挪用或轉移等風險、提升用戶對網路借貸平台的信任度具有積極作用（MBA 智庫百科，2013）；相對於中國近年 P2P 網路借貸平台陸續爆發無預警的倒閉事件來說，安全監管的問題更是未來政府是否讓無實質交易的相關業務，能否走向開放而不致於影響國內金融秩序的重要考量。此外，金融服務的資安問題也是相當重要；故如何針對資訊安全發展完善且有效率的資安保護技術，提供穩定而可靠的網路借貸服務也是未來的重要課題。

對於無實質交易是否成為洗錢的管道，以美國的 Liberty Reserve（簡稱 LR）為例，這家註冊在哥斯大黎加的網路貨幣匯兌商，會員申請此項交易需要先提供姓名、地址、出生日期等個人資料；但根據檢方的起訴內容得知，LR 並未對客戶的身分相關資訊進行驗證，使得 LR 對每筆網路轉帳收取 1% 的轉帳費之外，若會員需要隱藏轉出的帳戶號碼，LR 對於每筆交易額外再加收的 75 美分「隱私費」，就成為洗錢犯罪的最佳管道。

未來若推行無實質交易的相關業務時，建議應借鏡金融業過去多年的經驗，包括：合規審查和詐欺、洗錢犯罪防治等方面的做法，進行實名而排除匿名操作的可能性，而監管的層級也應該要有相應的強度，建立一套審查機制與標準作業流程；甚至在某種程度的法規鬆綁下，允許金融業者透過投資控股方式，與非金融業者合作經營無實質交易業務，結合非金融業者的活力及金融業的自我規範與經驗，同時欲從事相關業務的業者也必須證明自己有能力做到安全的管控，提供穩定角色，對於官方未來允許相關業務發展，也才能提供更多可能。

三、網購保險

歷經金融海嘯以及歐債危機，保險業面臨全球市場利率下跌的情況，而難以支撐過去高利率時代所承作的保單利率，所以保險業現在除了要節流之外，還需思考如何尋找與開發新客源，以拓展新業務的可能。面對時下的年輕族群，尤其是所得收入不如以往世代優渥，而不喜歡業務員打擾而保有個人隱私，以及習慣於網際網路與電子商務的特質，都讓網路銷售保險成為保險業者思考的主要方向之一。

我國在電子簽章法施行之後，就允許保險業者提供客戶透過網路購買保險，只是消費者必須以親自（或委託）臨櫃的方式，透過實質證件的身分識別方式辦理。然而，以國內一家大型壽險業者為例，2004-2008 年以網路購買保險的納保率只有 0.4%，平均每年經由網路投保的人數只有 137 人，顯示在現階段的法令限制下，透過電子交易憑證作為網路購買保險的必要因素，可能無法吸引潛在消費者經由網路購買保險，而臨櫃辦理保險電子憑證的人數更是無法向上提昇，也連帶影響保險業者運用電子商務推展保險商品的力道與意願。

未來，政府除了考慮將具有電子化身分證的自然人憑證擴大其應用的層面，或是將現有金融憑證進行整合，以協助消費者方便就已通過的身分識別電子憑證進行網路交易之外，也可以參考國外作法，透過以下幾種可能的載具，作為核對身分的認證工具：(1)信用卡；(2)申請帳號密碼的會員制；(3)網路銀行勾稽身分認證

機制；(4)手機門號與信用卡的雙認證方式；(5)第三方支付的實名制度。相關取代電子憑證的身分識別認證機制，請參考表 3-2。

表 3-2 其他可能的電子商務認證機制

區分	說明	建議方向
信用卡	● 銀行經由一定認證程序核對客戶身分 ● 以要保人本人之信用卡繳費	參考他國作法
會員制	● 透過保險公司驗證身分後核發帳號密碼 ● 以要保人本人之帳號密碼及 ID 登入	參考網路銀行作法
網路銀行勾稽	● 採用網銀身分確認機制，進行網路投保 ● 銀行僅提供身分認證結果給保險公司 ● 限定要被保險人同一人，且以本人信用卡或網銀轉帳繳保費	參考網路銀行作法
行動支付	● 業者透過手機門號＋信用卡申請雙認證 ● 以要保人本人之行動支付帳號繳費	配合電子商務發展
第三方支付	● 業者經一定認證程序核對客戶身分 ● 以要保人本人之第三方支付帳號繳費	配合電子商務發展

資料來源：本研究整理。

儘管保險業朝向網路電子商務銷售，是國內保險業持續努力的方向，但因為保險可分為人壽保險與財產保險，各自的類別與特性並不相同，故網購（銷）保險可以考慮的方向與流程也應該訂定不同規範。

在人身保險方面，由於涉及個人資訊及道德風險的問題，需要制訂出比財產保險來得更加嚴謹的規範，所以除了電子憑證的身分識別方式之外，國內壽險的網購開放部分，可以參考外國作法，初期針對納保條件制訂比傳統購買保險稍嚴的條件，包括：(1)年滿 20 歲及一定保額限制之規定；(2)設定要保人與被保人需為同一人；(3)受益人必須為法定繼承人、直系血親及配偶等，以降低道德危機的發生可能性；(4)核保發單後迅速以簡訊及 e-mail 通知

客戶。此外，也可參考外商有關網路銀行推展保險的方式，運用 B2B2C（即銀行業與保險業合作），藉由網路銀行達到身分識別之確認機制，提高網路銀行達到「一站式服務」並補足網銀商品之完整性。

至於產物保險方面，主要是以動產或不動產為對象；由於理賠方式是將損壞情形恢復原狀為原則，對保戶而言，比較沒有誘因去使用手段盜領保險金，道德危機的可能性相對於人壽保險來得較低。但即使如此，產險本身在推行網路購買上，仍面臨身分認證與金流安全問題，尤其是中介認證與收付機制。²¹

因此，產險業者除了在未來政府擴大網購保險的業務範圍外，還須考慮中介機構的問題。以臺灣群信國際（TSM）為例，該平台是由國內五大電信商共同成立，對於保戶已經在前端做身分識別的認證，將可循臺北市 U-Bike 機制綁定手機號碼的方式，讓使用者身分可以透過 TSM 平台背後的電信業者取得認證，同時透過 TSM 平台完成支付，讓 TSM 成為未來電子商務與行動支付網購保險的可能平台。

隨著科技發達與民眾消費習慣的改變，唯有找出能夠讓政府、保戶安心的身分識別方式，以及提供安全的控管技術，加強相關的風險管理，電子商務或是行動支付對網購保險的發展才能帶來實質的助益，對保險業務的拓展也才能創造正面效果。未來，

21 假設在網路購買保險後，保戶使用信用卡刷卡付款，對於業者而言，目前必須要逐一與各家發卡銀行簽約確保該筆款項為保戶本人支付，這對於產險業者來說是一項成本很高的作業。對消費者而言，如果恰好持卡行不是保險業者簽約範圍的銀行，甚至必須進行線下繳款而無法成為純線上的服務。所以，網路購買保險的方式，就需要透過一個中介機構去統合各家發卡銀行，而保險業者僅需透過該中介機構，就可以獲得需要的資訊。

政府若能在兩岸相關的談判會議中，明確讓中國對臺灣的網路屏蔽問題得以開放，對於具臺灣品牌形象的保險業者而言，將有拓展出更廣闊網路購買保險的經營市場。

四、未上市櫃股票

臺灣投資人可以在創櫃板投資具有潛力的微型企業，但目前仍處於萌芽期，投資效應有待時間與效益的評估；但相較於外國的規定，臺灣對投資人的投資限制則較為嚴謹，包括：一般投資人單年度投資總額僅限 6 萬元，加上創櫃板不允許購買零股，因此若股價超過 60 元，則單張價格可能極易超過 6 萬元的限制，使得一般投資人根本無法對於有潛力的微型企業之股權進行申購。²²

相較於外國對未上市櫃股票的投資資格限制，臺灣齊頭式的投資條件顯得較為嚴謹。以美國來說，只要年收入或淨資產低於 10 萬美元的一般民眾，單一投資金額一年在 2,000 美元以內，或在年收入（或淨資產）的 5% 範圍內，兩者選金額較高者就可視為投資人的資格限制；但若一般民眾年收入或淨資產高於 10 萬美元，就可以投資年收入（或淨資產）的 10%。也就是說，美國對於低收入的投資者給予個人所得的限制，但對於高收入的投資者則視收入百分比的方式，給予所得高低者不同的差異條件，以保留投資者的彈性。而英國的 CrowdCube 則完全沒有投資人資格的限制。

22 專業投資人亦須符合資產限制：自然人資產需超過 3,00 萬元；法人資產需超過 5,000 萬元。

另外，目前臺灣的創櫃板並沒有交易市場可供投資者進行公開交易，如果持股人欲出脫持股，則依據目前公司法的規定，自行詢問該股權投資的公司或另外尋找買主辦理過戶，導致股權的流動性相對於上市櫃股票低。但是，股權眾籌畢竟與真正的上市櫃交易有差異。眾籌期望的是透過網路，尋找對公司理念認同，並預期該公司的未來成長可能，共享公司利益並為之承擔風險的投資人。在體質未健全的狀況下，股權眾籌的未上市櫃新創公司並無法如同上市櫃公司一樣，能夠透過公開市場交易來提高交易量與公司市值。如果開放交易，很有可能會發生籌資人在成功募資後，將持有的公司股份故意以不正常的價格賣給他人，獲取不正當的暴利。

因此，目前創櫃板的運作著重在輔導公司，以未來進入上市櫃為目標，以提供公司實質的幫助為原則。對於股權眾籌形式的創櫃板，是否應該提供網際網路或電子商務的交易市場，本研究建議仍應妥善考量並有待相關單位未來商討。但儘管如此，對於在 2014 年初才開始營運的創櫃板來說，能夠讓有潛力但尚未成熟的公司能獲得更多市場投資人的關注，以及解決部份籌資的問題，相信未來創櫃板的前景與成長性仍可期待。

綜合以上討論有關網路與電商推展金融相關業務之未來可行做法，請參考表 3-3。

表 3-3 政府與業者間之未來可行作法

	政府角色	金融業者角色
電子交易憑證	1.擴大具「電子化身分證」特性之自然人憑證，於金融電子商務的使用範圍。 2.整合「個人身分證」之實體與虛擬功能，開放在公部門與私部門皆能方便使用。	1.建立安全身分識別的環境與技術能力，以利政府與消費者安心、安全的交易環境。 2.宜建立 Bottom-up 的回報機制。
無實質交易	1.除規範公司業務資本額外，也應借鏡國內金融業多年經驗，建立合宜審查詐欺、洗錢犯罪防治方面做法。 2.進行實名制而排除匿名操作的可能性，讓金融業與非金融業者能平等得到法規監管與相關規範，建立審查機制與標準作業流程，加強對違法業者的查緝。	金融業者與非金融業者透過結盟合作方式拓展相關業務，達到以下幾點目標： 1.建立安全控管的能力證明與保全作法，提供政府與消費者安心、安全的交易環境， 2.提供合法的商品設計或經營模式，經主管機關審查核可後辦理， 3.初期金融創新，宜限制一定額度並定期提出財報資訊供外界參考，建立 Bottom-up 的回報機制。
網路購買保險	1.鬆綁電子交易憑證，並擴大其他身分識別方式，如：自然人憑證、透過信用卡或手機綁訂的帳號密碼之會員制、透過網路銀行勾稽認證機制、TSM 授信服務管理平台、第三方支付業者之實名制認證機制。 2.可思考階段性的逐步開放政策，在承保險種、保額範圍的規範考量下，讓人壽與產險業者在一定範圍之規範下，擴大其他身分識別，如信用卡、電子憑證、手機綁定等方式，透過電子商務與行動支付購買保險。	1.人壽保險宜避免產生道德風險，初期可參考以下方向，規劃出符合政府規範的相關商品： • 規範一定保額的限制 • 設定要保人與被保人需為同一人 • 保險受益人須為法定繼承人 2.產物保險道德危機相對人壽保險低，可透過設定完善中介認證機制，如 U-Bike 機制綁定手機號碼方式，透過 TSM 平台電信業者取得使用者身分認證 3.若短期無法突破現行電子憑證之規範，業者可思考透過網路銀行推展網購保險之可行性，規劃出合宜的相關商品。 4.宜建立 Bottom-up 的回報機制。
網路交易未上市櫃股票 (以創櫃板為例)	1.持續將重點放在輔導新創微型公司，協助資金股權的募集，並蒐集理論與實務的相關資料，以供未來政策判斷。 2.對於創櫃板股權的網路交易，有待未來較多資訊再做進一步評估。	1.協助投資人透過向籌資公司提出股權買回之申請，或進行公司法股權之轉讓。 2.整理與彙整投資人的股權買回需求，將一段期間的相關資訊供政府單位評估了解，建立 Bottom-up 的回報機制。

資料來源：本研究整理。

第四章 金融電子商務的發展

第一節 我國金融電子商務現況

一、銀行業

我國銀行業辦理金融電子商務已有十餘年的時間，自財政部於民國 87 年 1 月份開放約定帳戶轉帳，且進一步於民國 89 年 2 月份核准財金資訊公司建置金融機構網際網路共用系統，使銀行得進行非約定帳戶轉帳之後，自同年 3 月份起，銀行業均積極投入網路銀行業務。目前我國網路銀行所提供的金融服務，以查詢與轉帳為主，部分銀行另提供基金線上買賣、外幣匯兌、小額外幣匯款等服務。發展迄今，銀行業逐漸意識到相對於傳統的銀行分行而言，網路銀行業務所需成本因係由顧客使用瀏覽器主動獲取金融服務，而節省了店租與人事費用，成本相對低廉許多，故另行提供顧客以行動型載具（如手機 app 銀行）獲取金融服務的業務項目。

歷經這幾年的發展，網路銀行從最初單純提供顧客金融商品與服務之介紹，進展到提供銀行與客戶間的通訊管道，例如電子郵件、電子對帳單、餘額查詢、借款申請、聯絡方式之更新等功能，嗣後進步到提供實質金融交易服務，例如匯款、轉帳、帳單支付等功能。

網路銀行之蓬勃發展連帶相關規章之制訂，如銀行公會於民國 87 年訂定發布之「金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準」（嗣後經民國 89 年、94 年、96 年、97 年、99 年以及 102 年

之多次修正)、金融監督管理委員會於民國 101 年公告訂定並自 102 年 1 月生效之「個人網路銀行業務服務定型化契約範本」,再加上民國 90 年 10 月立法通過電子簽章法,明訂電子文件與電子簽章具有法律效力,書面文件之原本或正本得以電子文件取代,顯示網路交易安全挑戰的複雜、迫切與重要性。

民國 92 年 10 月起晶片金融卡跨行平台上線營運,人手一張的 ATM 提款卡普及率高,安全機制已為持卡人信賴,截至民國 100 年 6 月底,共計 339 家金融機構加入晶片金融卡的營運,發卡量 4,954 萬張,可在 25,581 台自動化服務機器使用,亦得在 31,420 家特約商店消費購物。網路 ATM 則自民國 93 年起開辦,對金融機構而言,由於網路 ATM (或稱 eATM、WebATM 等)投資成本遠較實體 ATM 成本低廉,且維護容易,加上金融機構間結合網路 ATM 的網路銀行服務不斷推陳出新,目前使用網路 ATM 轉帳、繳費、繳稅及購物的單月跨行交易,早已突破 200 萬人次;目前已有近 60 家金融機構使用,交易金額於民國 99 年達 4,624 億元²³。

目前在我國,不論係使用實體銀行或網路銀行(包括網路 ATM)服務,銀行帳戶開立必須由客戶親赴銀行臨櫃辦理:客戶須提供雙身分證件及親自簽章,以完成身分認證程序;銀行在接受客戶開戶前,必須詢問客戶有關開戶緣由、帳戶用途、資金來源等問題,以進行洗錢防制調查;銀行提供投資型金融商品或服

23 范姜群暉,我國網路金流業務發展概況,
<https://www.fisc.com.tw/Upload/b4432f75-500b-4749-913b-e9519e593725/TC/02.%20%E8%8C%83%E5%A7%9C%E7%BE%A4%E6%9A%90.pdf>,財金資訊公司,最後瀏覽日民國 103 年 4 月 21 日。

務者，不論客戶在開戶時是否表達投資之意願，同時藉此機會對客戶進行投資屬性及風險承受度調查，即要求客戶完成 KYC（Know Your Customer）問卷，減省將來再接近客戶以進行調查之障礙與勞費。客戶若欲利用網路銀行服務，可同時申請網路銀行帳號、密碼，之後即可在網路銀行查詢帳戶餘額、線上轉帳等等，無須每次親赴銀行或利用自動櫃員機辦理。銀行提供投資型金融商品或服務者，客戶亦可申請網路交易，例如線上申購外幣、基金及債券等等，配合銀行帳戶扣款，以線上完成交易。但客戶若備有讀卡機，可使用所持有之金融卡（提款卡），在任一銀行網路 ATM，利用其所提供之轉帳等服務（見表 4-1）。

表 4-1 ATM 以及網路銀行之服務功能比較表²⁴

	網路 ATM	網路銀行
驗證方式	晶片卡+晶片卡密碼，並搭配讀卡機。	個人帳號+密碼
到行申請	不需要。只需要具備中華民國國內核准任何一家銀行(含中華郵政及信用合作社)所發之晶片金融卡，不分國籍，無需到銀行申請，即得直接在網上使用網路 ATM。	需要
使用限制	除了存款與提款功能以外，與傳統 ATM 同，得於網際網路上享有餘額查詢、自行或跨行轉帳、約定或非約定轉讓等服務，不受地點限制，亦無需排隊等候；甚至可以辦理部分實體 ATM 無法完成之交易(如定存、投保等)。	需到開戶銀行的網站，登入後使用。
轉帳限額	1.非約定轉帳： 單筆最高 3 萬元 單日最高 3 萬元 2.約定轉帳： 單筆最高 200 萬元 單日最高 300 萬元 實際每日轉帳限額，視主管機關規範調整	1.非約定轉帳： 單日 20 萬元 單月 50 萬元 2.約定轉帳： 每日 3000 萬元 每月無限制 實際每日轉帳限額，視主管機關規範調整

資料來源：勁成國際股份有限公司

24 [認識]什麼是網路 ATM？ http://www.easyatm.com.tw/faq/2007/1225/article_18.html，勁成國際股份有限公司 EasyATM 客服中心，最後瀏覽日民國 103 年 4 月 21 日。

另外，配合行政院民國 92 年產業科技策略會議之決議「加速建立通暢金融支付服務基礎環境，發展共通繳費（稅）付款平台」，銀行公會於民國 93 年通過「建置全國性繳費（稅）機制」，並委請財金資訊公司建置「全國性繳費（稅）服務」入口網站，透過個人電腦、手機、ATM、數位電視以及 PDA 等五類通路設備，使用晶片金融卡、活期帳戶等兩種方式並視參加機構及業者，繳納水電、瓦斯等公用事業費、電信費、停車費、信用卡費、基金證券費、各級學校學雜費、保險費（含健保與私人保險公司）、貸款、醫療費用、政府規費，甚至政黨或公益慈善捐款。取決於各類帳單、參加機構及業者，全國繳費（稅）網提供交易服務之手續費率，視個案而有不同方式²⁵。以下茲提供截至民國 103 年 3 月止之參加金融機構數量統計表(見表 4-2)：

表 4-2 金融機構參與網路繳稅情況

	全國繳費網 https://ebill.ba.org.tw/CPP/	全國繳稅網 https://paytax.nat.gov.tw/
活期帳戶繳費/稅作業	金融機構 56 家 包含農漁會及信用合作社總計 360 家	金融機構 53 家 包含農漁會及信用合作社總計 354 家
晶片金融卡繳費/稅作業	金融機構 61 家 包含農漁會及信用合作社總計 365 家	金融機構 55 家 包含農漁會及信用合作社總計 359 家
信用卡繳稅	不適用	金融機構 34 家

資料來源：本所自行依據全國繳費網以及全國繳稅網所載資料匯整

²⁵ 全國性繳費/稅業務，
<http://www.fisc.com.tw/tc/business/Detail.aspx?caid=79ee6022-27b5-46e4-8434-aa147b865ef9&intIndex=3>，財金資訊公司，最後瀏覽日民國 103 年 4 月 21 日。活期性帳戶以及晶片金融卡得轉帳繳費/稅，而信用卡限於繳稅。

目前台灣網路金流已達邁向國際化的時機，於民國 99 年金融卡增加跨國（日本）提款及消費扣款功能，提供我國民眾於日本 ATM 提款及特約商店購物服務。同時隨著兩岸經濟的活絡，同年亦開通中國大陸銀聯卡在台 ATM 提現及餘額查詢服務，迄民國 100 年 7 月底止，金額已超過 100 億元，可提供服務之 ATM 覆蓋率達 82%，為兩岸金流合作開創新局。同時，財金資訊公司亦於民國 99 年 12 月推出境內美元匯款服務，由主要金融業者如台灣銀行、第一銀行、華南銀行、彰化銀行、台北富邦銀行等參加營運。

二、保險業

保險業提供的線上服務，依各家保險公司而有不同，除了線上查詢服務外，亦有線上交易服務。金融監督管理委員會目前已經核准辦理之網路投保險種如下，但限於要保人與被保險人為同一人，即自己為自己購買保險之情形(見表 4-3)：

表 4-3 網路投保種類

產業別	網路投保險種
壽險業	1.旅行平安保險 2.傷害保險 3.傳統型定期人壽保險 4.傳統型年金保險
產險業	1.旅行平安保險 2.強制汽（機）車責任保險

資料來源：財團法人保險事業發展中心，<http://www.teis.org.tw/qa.asp>

但由於線上投保必須先有特定保險公司之憑證，作為身分認證，而該憑證必須親赴各保險公司辦理，並同時完成客戶投資屬性、風險承受度調查及洗錢防制等問卷、填具個人資料使用同意書等等。因此，考量購買保單非如證券期貨下單一般頻繁，客戶多選擇透過業務員或親赴保險公司臨櫃辦理，利用保險公司線上交易服務之客戶並不多。

三、證券暨期貨業

證券業及期貨業目前亦有提供線上下單服務。客戶須親赴各證券或期貨公司臨櫃申請身分驗證，取得各證券或期貨公司所發給之網路下單憑證後，得以利用證券或期貨公司提供的線上下單服務。由於證券或期貨交易之頻率較高，證券或期貨公司網路下單服務之使用率亦較高。

四、投信投顧業

投信公司目前已有網路交易平台提供電子下單服務。與銀行或券商所提供的網路下單服務相較，通常多了專家評論及投資建議，即結合投資顧問服務。此外，選擇與投信公司交易的好處之一，是可以選擇扣款銀行，但目前亦僅得利用銀行自動扣款服務。目前在投信公司開戶，仍須臨櫃辦理，或以郵寄申請書配合電訪查證方式，完成必要程序，包括完成客戶投資屬性、風險承受度調查及洗錢防制等問卷、填具個人資料使用同意書等等。

第二節 我國金融電子商務發展所面臨的重要議題

我國銀行業目前發展金融電子商務仍面臨挑戰，以下僅就金融電子商務發展目前在我國面臨的重要議題，分述檢討之。

一、銀行業

（一）身分認證

儘管網路銀行的使用亦需先至銀行臨櫃開戶取得身分識別代號及密碼，但由於實體銀行設立的普及，相較於其他金融業而言，我國銀行業發展電子商務時，較未遇到線上身分認證之障礙。惟未來是否可能如同美國銀行接受美國公民或具有永久居留權（即綠卡）且有社會安全碼者線上開戶，免去臨櫃開戶之手續，可為我國銀行未來發展電子商務之參考。

就銀行金流服務之業務擴展而言，我國建置線上繳稅網站已有 10 年歷史，分別使用活期帳戶、晶片金融卡搭配讀卡機，以及信用卡等三種方式納稅。至於前端的報稅機制早已具備電子化平台，電子報稅軟體提供多種登入方式，其中使用電子憑證的即有兩種：第一種為「自然人憑證」，第二種為「金融憑證」。自然人憑證為內政部憑證管理中心簽發，作為網路上識別身分即所謂「網路的身分證」，每張自然人憑證效期 8 年，期滿後自動失效，如需要繼續使用，則需要本人親至戶政事務所繳交規費辦理。

金融憑證與自然人憑證同為辨識交易人之身分，惟金融憑證目前係由個別金融機構所簽發，通常在銀行、證券或保險公司開

戶時，開通「網路銀行」、「網路下單」或「網路保險」即可取得，一般來說效期為 1 年，惟得申請延展，每次延展 1 年，不限次數亦無需手續或工本費用。

截至民國 102 年止，經財政部審查通過為電子報稅金融憑證簽發機構共有 27 家，含 6 家國內銀行、19 家證券商、1 家保險公司以及 1 家金融控股公司，全國共有 3000 多家分行（分公司）提供免費申辦金融憑證服務，且使用金融憑證辦理網路報稅無需準備讀卡機。惟民國 101 年報稅年度全國使用金融憑證網路報稅件僅有 10 萬 5 千餘件，民國 102 年報稅年度為 12 萬 5 千餘件（佔全部發行金融憑證 152 萬 692 張的 8.26%），可見高達 9 成 7 的金融憑證用戶並未充分利用金融憑證查詢所得、扣除額及網路報稅等功能。

金融憑證並不限查詢所得、扣除額以及網路報稅，無需搭配讀卡機，平時即得使用於各金融機構網路下單、網路銀行以及網路保險等私人金融交易，待報稅時使用金融憑證登入，透過網路查詢下載所得資料參考，並就當年度實際應申報之所得、扣除額及稅籍資料作調整增修後，再上傳完成申報，節省親自到國稅局臨櫃查詢的時間；倘扣免繳憑單所得有漏未申報，係屬財政部財稅資訊中心或稽徵機關依規定應提供而未能提供之所得資料，亦不會被處罰。

民國 102 年度金融憑證共計 152 萬 692 張，為僅有 8.26% 的金融憑證被使用在下載所得資料以及報稅活動，經推究可能有下列因素：

1.報稅用金融憑證申請程序複雜

雖然國人使用網路銀行、網路下單或網路保險而取得金融憑證者逐漸增加，金融業經營電子商務已有 10 餘年期間，惟報稅用之特定金融憑證所需門檻仍高，用戶需每年攜帶雙證件正本及印章親自臨櫃辦理，個人帳戶所申請之金融憑證需受到金融單位嚴密審核並確認用戶真實身分，身分確認無誤後，行員將核發憑證相關資料（如憑證申請密碼單），用戶尚需依據該憑證申請密碼單登入指定之憑證申請網頁，完成憑證申請，該取得之金融憑證才可以作為個人綜所稅網路申報之身分識別憑證。

若金融憑證密碼遺失或忘記，還需回原申請憑證之金融機構重新申請，因基於使用安全考量，原申請憑證之金融機構並不會留存用戶密碼，亦無法查詢。

2.報稅用金融憑證效期過短，目前僅有 1 年之時間。

3.報稅用金融憑證簽發機構有限

限於財政部核准之 27 家金融業，以國內目前計有 39 家銀行、120 家券商觀之，受核准之金融機構普遍性並不高，等於是限於在該 27 家金融業者開立帳戶之民眾，才可以申請報稅用金融憑證。

4.報稅用金融憑證申請有潛在費用

可能依各家銀行、券商或保險公司之憑證收費，對用戶而言為額外支出。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調查（Know Your Customer）

銀行進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據如下（見表 4-4）：

表 4-4 銀行進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 9 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。 前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。
金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法	第 2 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應依本辦法規定充分瞭解金融消費者之相關資料及依不同金融商品或服務之特性，建立差異化事前審查機制，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度；本辦法未規定者，應按業務類別，分別適用各該業務法令及自律規範之規定。 第 4 條 銀行業及證券期貨業提供投資型金融商品或服務，於訂立契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，其內容至少應包括下列事項： 一、接受金融消費者原則：應訂定金融消費者往來之條件。 二、瞭解金融消費者審查原則：應訂定瞭解金融消費者審查作業程序，及留存之基本資料，包括金融消費者之身分、財務背景、所得與資金來源、風險偏好、過往投資經驗及簽訂契約目的與需求等。該資料之內容及分析結果，應經金融消費者以簽名、蓋用原留印鑑或其他雙方同意之方式確認；修正時，亦同。 三、評估金融消費者投資能力：除參考前款資料外，並應綜合考量下列資料，以評估金融消費者之投資能力： （一）金融消費者資金操作狀況及專業能力。 （二）金融消費者之投資屬性、對風險之瞭解

法規名稱	條文內容
	及風險承受度。 (三) 金融消費者服務之合適性，合適之投資建議範圍。
	第 5 條 前條所稱投資型金融商品或服務，係指下列商品或服務： 一、信託業辦理特定金錢信託業務或特定有價證券信託業務，受託投資國內外有價證券、短期票券或結構型商品。 二、信託業辦理具運用決定權之金錢信託或有價證券信託，以財務規劃或資產負債配置為目的，受託投資國內外有價證券、短期票券或結構型商品。 三、信託業運用信託財產於黃金或衍生性金融商品。 四、共同信託基金業務。 五、信託資金集合管理運用帳戶業務。 六、銀行與客戶承作之衍生性金融商品及結構型商品業務。 七、黃金及貴金屬業務。 八、受託買賣非集中市場交易且具衍生性商品性質之外國有價證券業務。 九、證券商營業處所經營衍生性金融商品及槓桿交易者經營槓桿保證金契約交易業務。 十、證券投資信託基金及境外基金。 十一、期貨信託基金。 十二、全權委託投資業務。 十三、全權委託期貨交易業務。
銀行辦理財富管理業務作業準則	第 2 條 銀行應依客戶投資屬性、風險承受等級，配合個別商品或投資組合之風險類別，銷售或推介其適合之商品或投資組合。此外，並應建立例外處理機制，若客戶執意投資之商品或投資組合，其風險等級較客戶風險承受度為高者，應請客戶另行簽署聲明書，銀行並得視實際狀況拒絕客戶之投資申請。(第 5 項) 銀行應以善良管理人之注意義務及忠實義務，本誠實信用原則執行財富管理業務，並依據客戶風險之承受度銷售或推介客戶適當之商品或投資組合，非經適當之授權，不得銷售或推介逾越客戶財力狀況或合適之投資範圍以外之商品。(第 7 項)

銀行進行客戶投資屬性及風險承受度之調查，多以問卷方式為之，且客戶應依據自身實際狀況自行回答，銀行不應提供意見，以免有引導客戶答案之嫌。在此狀況下，問卷的填具本身，並無不能在網路上完成之理由，僅有確認問卷填具人是否為客戶本人乙事，方屬重要。而確認問卷填具人是否為客戶本人，事屬身分認證之問題，從而，若已有合理且適當的線上身分認證機制，不僅解決線上開戶的身分認證問題，亦可同時解決客戶投資屬性及風險承受度線上調查之問題。

（三）商品或服務說明

銀行須對客戶說明商品或服務之法規依據如下（見表 4-5）：

表 4-5 銀行須對客戶說明商品或服務之法規依據

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 10 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。 前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容；其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。
信託業應負之義務及相關行為規範	第 10 條第 1 款第 1 目 信託業有下列情形之一者，應視為違反善良管理人之注意義務： 一、應告知委託人或受益人之重大訊息怠於告知者，其情形包括下列事項： （一）未依相關法令規定向委託人或受益人告知信託帳戶投資運用之風險。

參照臺灣高等法院 99 年度上易字第 181 號、同院 98 年度上易字第 299 號、臺灣高等法院臺南分院 100 年度金上易字第 2 號、同院 99 年度上易字第 157 號等民事判決著有「本件上訴人既委託被上訴人投資購買國外金融商品，並要求保本，不得有全損風險之情形下，被上訴人及其所屬理財人員即應針對上訴人未具域外投資金融商品經驗及其資力不願承擔重大損失風險等背景資料，提供上訴人適當之投資服務，包括完整逐條說明系爭連動債契約條款內容，並明確告知系爭連動債之風險屬性，即其保本可能性暨不保本之風險極限，以謀求上訴人之最大利益，不令上訴人有任何疑問或誤導之情形（證券投資信託及顧問法第 7 條、第 8 條、第 62 條及證券投資信託事業管理規則第 19 條、第 22-1 條規定參考），並應於投資期間，隨時注意上訴人所購買之金融商品風險變化情形，適時通知上訴人，提供規避風險之資訊，如此方可謂已盡受任人之善良管理人注意義務。」等語可知，銀行受客戶委託投資購買國外金融商品者，銀行應提供適當之投資服務，包括完整說明所推介金融商品之內容，並明確告知該商品之風險屬性，即其保本可能性暨不保本之風險極限，以謀求客戶之最大利益，不令客戶有任何疑問或誤導之情形，並應於投資期間，隨時注意客戶所購買之金融商品風險變化情形，適時通知客戶，提供規避風險之資訊，否則可能有未盡受任人之善良管理人注意義務之虞。

商品或服務的說明，與前述客戶投資屬性及風險承受度調查不同，並非僅僅在客戶一開始開戶時以靜態方式處理，尚且隨著客戶選擇金融商品之不同，以及購買金融商品後情勢之變化，銀行須持續以動態方式完成之義務。基此，銀行利用網路提供金融

商品或服務時，除以人工電訪方式配合說明商品或服務外，或可考慮建置線上真人即時互動系統，以增進效率。

（四）洗錢防制

銀行洗錢防制義務之法規依據如下（見表 4-6）：

表 4-6 銀行須對客戶說明商品或服務之法規依據

法規名稱	條文內容
洗錢防制法	第 6 條 金融機構應訂定防制洗錢注意事項，報請中央目的事業主管機關備查；其內容應包括下列事項： 一、防制洗錢之作業及內部管制程序。 二、定期舉辦或參加防制洗錢之在職訓練。 三、指派專責人員負責協調監督本注意事項之執行。 四、其他經中央目的事業主管機關指定之事項。 前條第二項機構之防制洗錢注意事項，得由中央目的事業主管機關訂定之。
銀行業防制洗錢及打擊資助恐怖主義注意事項	第 4 條 銀行業確認客戶身分措施，應依下列規定辦理： （一）銀行業不得接受客戶以匿名或使用假名開立帳戶。 （二）銀行業於下列情形時，應確認客戶身分： 1.與客戶建立業務關係時。 2.進行臨時性交易： (1)辦理新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上之單筆現金收或付（在會計處理上，凡以現金收支傳票記帳者皆屬之）或換鈔交易時。 (2)辦理新臺幣三萬元以上、五十萬元以下（不含）之國內現金匯款，及新臺幣三萬元以上之國內轉帳匯款案件時。 3.發現疑似洗錢或資助恐怖主義交易，或自洗錢與資助恐怖主義高風險國家或地區匯入款項之交易時。 4.對於過去所取得客戶身分資料之真實性或妥適性有所懷疑時。 （三）銀行業確認客戶身分應採取下列方式： 1.以可靠、獨立之原始文件、資料或資訊，辨別

法規名稱	條文內容
	及驗證客戶身分，並保存該身分證明文件影本或予以記錄。 2.對於由代理人辦理之開戶或交易，應確實查證代理之事實，並以可靠、獨立之原始文件、資料或資訊，辨別及驗證代理人身分，並保存該身分證明文件影本或予以記錄。 3.採取辨識及確認客戶實際受益人之合理措施。 4.確認客戶身分措施，應包括徵詢業務關係之目的與性質。 (四) 前款第三目規定於客戶為法人或信託之受託人時，應瞭解下列資訊以確認客戶之實際受益人： 1.客戶為法人時： (1)具控制權之最終自然人身分。所稱具控制權係指持有該法人股份或資本超過百分之二十五者。 (2)如未發現具控制權之自然人，或對具控制權自然人是否為實際受益人有所懷疑時，應徵詢有無透過其他方式對客戶行使控制權之自然人。 (3)如依前二小目規定均未發現具控制權之自然人時，銀行業應採取合理措施，確認擔任高階管理職位之自然人身分。 2.客戶為信託之受託人時：應確認委託人、受託人、信託監察人、受益人及其他可有效控制該信託帳戶之人。 3.客戶或具控制權者為下列身分者，除有第五點但書情形者外，得不適用上開應辨識及確認公司股東或實際受益人身分之規定。 (1)我國政府機關。 (2)我國公營事業機構。 (3)外國政府機關。 (4)我國公開發行公司或其子公司。 (5)於國外掛牌並依掛牌所在地規定，應揭露其主要股東之股票上市、上櫃公司，或其子公司。 (6)受我國監理之金融機構及其管理之投資工具。 (7)設立於我國境外，且所受監理規範與金融行動工作組織（FATF）所定防制洗錢及打擊資助恐怖主義標準一致之金融機構，及該金融機構管理之投資工具。 (8)我國公務人員退休撫卹基金、勞工保險基金、勞工退休基金及郵政儲金。 (五) 帳戶及交易之持續監控：

法規名稱	條文內容
	1.銀行業應對客戶業務關係進行持續性審查，及對其交易過程進行詳細審視，以確保所進行之交易與客戶及其業務、風險相符，必要時並應瞭解其資金來源。 2.銀行業應定期檢視其辨識客戶及實際受益人身分所取得之資訊是否足夠，並確保該等資訊之更新，特別是高風險客戶。 3.銀行業對客戶身分辨識與驗證程序，得以過去執行與保存資料為依據，無須於客戶每次從事交易時，一再辨識及確認客戶之身分。但銀行業對客戶資訊之真實性有所懷疑，如發現該客戶涉及疑似洗錢交易，或客戶帳戶之運作方式出現與該客戶業務特性不符之重大變動時，應對客戶身分再次確認。 (六)銀行業應依重要性及風險程度，對現有客戶進行客戶審查，並於考量前次執行客戶審查之時點及所獲得資料之適足性後，在適當時機對已存在之往來關係進行審查。

金融業對於洗錢防制之義務，主要可分為身分確認義務、交易憑證留存義務及可疑交易申報義務等，洗錢防制法第6條參照。由上揭條文參照我國目前銀行業實務作法可知，洗錢防制所涉身分確認義務，可透過問卷及真人訪談完成。從而，網路交易對於此一義務所帶來之變革，應如同前述客戶投資屬性及風險承受度調查義務及商品或服務說明義務之履行，主要問題仍在於建立合理且適當的線上身分認證機制，至於有關問卷及真人訪談，可以線上問卷配合人工電訪，或線上問券配合線上真人即時互動系統完成。另外，有關洗錢防制之交易憑證留存義務及可疑交易申報義務，就技術面而言，網路交易較傳統人工輸入模式，實更可增進效率，避免時間上之誤差。

（五）第三方平台

第三方平台業者對於銀行業之影響，以目前發展而言，可從二方面觀察：一是銀行販售金融商品或服務的通路是否得以增加，抑或新增的通路將使銀行受到排擠，二是銀行是否提供平台交易所涉金流服務。前者係如基金、債券等金融商品或服務是否得透過第三方平台販售之問題，後者則係所謂的第三方支付問題。關於金融商品或服務是否得透過第三方平台販售之問題，誠如前述，金融商品或服務之提供，不僅僅係一個靜態的展示，尚涉及動態的商品或服務說明義務，且商品或服務提供者往往取得大量的個人資訊，因此，除非第三方平台業者備配有同等專業的金融服務人員，並建置同等安全的資訊系統，否則難以達成相關規範目的，是以第三方平台業者是否有意願擴展規模，仍待觀察。

至於第三方支付業務及附隨的儲值功能，依銀行法第 3 條之規定，本屬第 14 款及第 2 款所定傳統銀行業務。迄民國 103 年 4 月為止，國內僅有四家銀行業者投入第三方支付市場，分別為玉山銀行的「兩岸支付通」、第一銀行的「第 e 支付」、永豐銀行的「豐掌櫃」，以及中國信託銀行的「pockii」，僅佔本國 39 家銀行之一成；玉山銀行及第一銀行在 2013 年 9 月份首開銀行辦理第三方支付業務的先驅，實因接受主管機關重點輔導，屬試行試辦性質而非單純市場拓展之考量，顯示絕大多數銀行對於第三方支付市場仍多採觀望態度。

我國目前尚未有針對第三方支付服務業者之專法。金融監督管理委員會於專法確立前認為第三方支付服務涉及預收款項，應

以電子票證發行管理條例管理，惟電子票證可涵蓋者僅為第三方支付之部分態樣。依據電子票證發行管理條例第 7 條規定，發行機構以股份有限公司組織為限，並專業經營電子票證業務；申請設立發行機構者，應由發起人檢具下列書件各二份，向主管機關申請設立許可：一、申請書。二、發起人名冊及證明文件。三、發起人會議紀錄。四、發起人之資金來源說明。五、公司章程。六、營業計畫書：載明業務之範圍、業務經營之原則與方針及具體執行之方法、市場展望及風險、效益評估。七、預定總經理之資料。八、業務章則及業務流程說明。九、電子票證業務各關係人間權利義務關係約定書或其範本。十、電子票證所採用之加值機制說明。十一、電子票證交易之結算及清算機制說明。十二、與信託業者簽訂之信託契約或其範本；或與銀行簽訂之履約保證契約或其範本。十三、其他經主管機關規定之書件。前項所稱之業務章則應記載下列事項：一、組織結構與部門職掌。二、人員配置、管理與培訓。三、內部控制制度及內部稽核制度。四、會計制度。五、營業之原則與政策。六、消費糾紛處理程序。七、作業手冊及權責劃分。八、其他經主管機關規定之事項。

此外，依據電子票證發行管理條例第 6 條規定，發行機構最低實收資本額為新臺幣三億元。主管機關得視社會經濟情況及實際需要調整之。前項最低實收資本額，發起人應於發起時一次認足。同條例第 13 條復規定，本條例所定電子票證之儲存金額，不得超過新臺幣一萬元；但得由主管機關依經濟發展情形，以命令調整之。

據報載，第三方支付服務業專法之主管機關，由原定之經濟部移轉至金融監督管理委員會，並由金融監督管理委員會規劃統辦專法之擬訂、審核。在第三方支付業者最關切的業務範圍，除了原本經濟部草案已有的「O2O 線下實質交易」、多幣別支付與儲值外，金融監督管理委員會打算增列無實質交易的匯款，也就是儲值帳戶間的資金移轉；如果增列無實質交易的匯款，第三方支付業者的資本額門檻可能超過新台幣 3 億元。無實質交易匯款業務的開放，將增加透過儲值帳戶跨境匯款的便利性，成本也可能較銀行匯款低；不過，每筆匯款金額可能會有上限，金額可能相對沒有銀行有彈性。²⁶

針對上揭第三方支付服務業專法議題，茲說明外國立法例如后，俾供參考。

美國

美國目前多數州政府認為第三方支付業者（如 Paypal）係為資金傳輸者（Transmitters of Money），應提撥營業保證金，保證金額度按該傳輸者營運年度收取所有金額之 1% 計算，原則上保證金不低於美金 25,000 元或高於 50,000 元，於發生特定事故以致需增列提撥金額時，總額仍不超過美金 1,000,000 元。此外，為證明資金傳輸者營運正常且有餘力得以承擔風險，資金傳輸者之淨資產在任何時點均不得少於美金 100,000 元。

26 2014/04/08 經濟日報，available at <http://udn.com/NEWS/FINANCE/FIN4/8598448.shtml>

歐盟

依據 2005 年歐盟各國共同制定之「支付服務指令（Payment Service Directive，PSD）」之定義，第三方支付係為特殊之支付方式；第三方支付服務提供者，提出申請案時之資本額不得少於歐元 50,000 元；同時自有資金在任何時間點上均不得低於此一標準。

中國

依據中國人民銀行發布之非金融機構支付服務管理辦法，非金融機構擬在全中國範圍從事支付之業者，其註冊資本最低限額為人民幣 1 億元；擬在省（自治區、直轄市）範圍內從事支付業務的，其註冊資本最低限額為人民幣 3,000 萬元。其業務範圍包括網路支付、預付卡的發行與受理、銀行卡收單以及中國人民所函釋確定的其他支付服務；其中網路支付服務包括貨幣匯兌、互聯網支付、行動電話支付及固定電話支付等。

二、保險業

（一）身分認證

相較於銀行業，我國保險業目前發展金融電子商務，所面臨之困境益為明顯。一個普遍、共通身分認證機制之建立，為我國保險業發展金融電子商務目前所面臨最大的問題。由於保險有道德風險，如何確認要保人、被保險人之身分及其間之關係，以及要保人投保的意思、被保險人之同意，成為關鍵。傳統上，保險業透過業務員進行身分的確認，並要求書面簽章，以確認要保人投保的意思，或人壽保險要保人非被保險人時被保險人之同意；

在線上保險交易時，應採取何種身分認證及意思表示確認之措施，始能等同傳統上由業務員親見及書面簽章之作法，即成為目前須解決之問題。可以確認的是，以目前的技術而言，線上投保時只能在一個憑證（或帳號）之下，只能確認一個人的身分，因此，在須經被保險人同意方能生效之保險契約，勢必無法適用於要保人與被保險人非同一人之情形。

金融監督管理委員會於民國 94 年開放網路投保時，財團法人保險事業發展中心與台灣網路認證公司合作建置保險產業憑證共通平台，建立能適用各家保險公司的保險共通憑證，有效期限三年，希望提高保險公司營運電子商務成效、進一步拓展網路客戶、增加便捷價廉行銷通路。保險共通憑證之功能有：辨認消費者的真實身分、取代消費者的實體簽名、確保網路資料交換安全等。保險公司導入保險憑證加入財團法人保險事業發展中心之保險產業憑證共通平台，除軟硬體之建置費用外，尚須負擔每年的維護費及各筆交易之手續費用，但辦理保險共通憑證之客戶不多，導致保險共通憑證使用效能偏低，故保險公司多已退出使用保險共通憑證，改建立自己的憑證，卻仍然面臨客戶使用率不高，且個別憑證難以拓展業務的窘境。

保險憑證雖於申辦後可有效認證身分並替代簽名，降低消費者之往返之時間成本，惟目前消費者之接受度偏低，可能有下列原因：

- 1.保險憑證仍須臨櫃辦理，但若消費者已然臨櫃時，直接投保將更加便利。

2.保險商品多為一年一保，保險憑證之使用可能一年內僅一次至兩次，使用率偏低。

3.保險憑證因使用率偏低，憑證時常遺失，且容易遺忘密碼；造成消費者仍須臨櫃補發密碼或補發憑證，不如直接臨櫃更為便利。

雖然自開放網路投保以來，一直有保險共通憑證或個別保險公司發給的憑證作為身分認證之用，惟對於保險公司及消費者而言，臨櫃辦理憑證之要求，仍為消費者申請、利用該等憑證最大的障礙。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調查義務（Know Your Customer）

保險業進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據如下（見表 4-7）：

表 4-7 保險業進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 9 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。 前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。
金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法	第 8 條 保險業在提供金融消費者訂立保險契約或相關服務前，應充分瞭解金融消費者，其內容至少應包括下列事項： 一、金融消費者基本資料 （一）要保人及被保險人之基本資料。 （二）要保人與被保險人及被保險人與受益人之關係。 （三）其他主管機關規定之基本資料。 二、接受金融消費者原則：應訂定金融消費者投保之條件。 三、瞭解金融消費者審查原則：應瞭解金融消費者之投保目的及需求程度，並進行相關核保程序。 前項第一款所定基本資料，至少應包括姓名、性別、出生年月日、身分證字號及聯絡方式；金融消費者為法人時，為法人之名稱、代表人、地址、聯絡電話等。
	第 9 條： 保險業在提供金融消費者財產保險及非投資型保險商品或服務前，應考量之適合度事項如下： 一、金融消費者是否確實瞭解其所交保險費係用以購買保險商品。 二、金融消費者投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求是否相當。 三、金融消費者如係購買以外幣收付之非投資型保險商品時，應瞭解客戶對匯率風險之承受能力。

法規名稱	條文內容
	第 10 條： 保險業在提供金融消費者投資型保險商品或服務前，應考量之適合度事項如下： 一、金融消費者是否確實瞭解其所交保險費係用以購買保險商品。 二、金融消費者投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求是否相當。 三、金融消費者之投資屬性、風險承受能力，及是否確實瞭解投資型保險之投資損益係由其自行承擔。 四、建立交易控管機制，避免提供金融消費者逾越財力狀況或不合適之商品或服務。
保險業招攬及核保理賠辦法	第 6 條第 1 項第 5 款 保險業從事保險招攬之業務人員應充分瞭解要保人及被保險人之事項，其內容至少應包含： （一）基本資料： 1.要保人及被保險人之基本資料（至少應包含姓名、性別、出生年月日、身分證字號及聯絡方式；若為法人者，為法人之名稱、代表人、地址、聯絡電話）； 2.要保人與被保險人及被保險人與受益人之關係； 3.其他主管機關規定之基本資料。 （二）要保人及被保險人是否符合投保之條件。 （三）要保人及被保險人之投保目的及需求。 第 6 條第 1 項第 6 款 保險商品適合度政策，其內容至少應包含： （一）要保人已確實瞭解其所繳交保險費係用以購買保險商品。 （二）要保人投保險種、保險金額及保險費支出與其實際需求具相當性。 （三）要保人如係投保外幣收付之保險商品，應瞭解要保人對匯率風險之承受能力。 （四）要保人如係投保投資型保險商品，應考量要保人之投資屬性、風險承受能力，並確定要保人已確實瞭解投資型保險之投資損益係由其自行承擔，且不得提供逾越要保人財力狀況或不合適之商品。 第 6 條第 1 項第 7 款 保險業從事保險招攬之業務人員有誠實填寫招攬報告書之義務，其內容至少應包含： （一）招攬經過。 （二）被保險人工作年收入及其他收入。

法規名稱	條文內容
	(三) 要保人及被保險人是否投保其他商業保險。 (四) 家中主要經濟來源者。 (五) 身故受益人是否指定為配偶、直系親屬，或指定為法定繼承人，且其順位及應得比例適用民法繼承編相關規定。若否，應說明原因。 (六) 其他有利於核保之資訊。
保險業招攬及核保作業控管自律規範	第 2 條 各會員對其業務員（含電話行銷人員）在執行人身保險商品招攬業務時，應要求依社會一般道德、誠實信用原則及保護要保人、被保險人及受益人之精神進行招攬，並確實遵守相關法令、自律規範及公司內部之業務招攬處理制度及程序等規定，不得有虛偽不實、誇大、誤導、不當比較或其他足致他人誤信之招攬行為。 業務員（含電話行銷人員）招攬時應有以下程序，以有效控管風險： 一、瞭解要保人及被保險人之基本資料與投保目的。 二、向要保人或被保險人確認要保人與被保險人及被保險人與受益人之關係。 三、考量要保人及被保險人之保險需求，不得僅以理財、節稅作為招攬之主要訴求。 四、確認保單適合度、保險費、保險金額與保障需求間之適當性。 五、瞭解要保人及被保險人之投保動機及財務狀況。 六、瞭解要保人購買以外幣收付之非投資型保險商品匯率風險之承受能力。 七、瞭解要保人購買投資型保險商品風險之承受能力及投資損益係由其自行承擔。 業務員（含電話行銷人員）招攬時所填報之業務員報告書或其他招攬文件或電話錄音紀錄，至少應包含下列內容： 一、要保人、被保險人及受益人身分之確認。 二、要保人及被保險人投保目的。 三、要保人及被保險人年收入或財務狀況。 有下列情形之一者，免依前項規定辦理，惟各會員仍應以適當方式取得前項第一款及第二款之內容： 一、由要保單位付費之團體保險。 二、經投保前款團體保險後，再由同一要保單位付費投保之個人或團體旅行平安保險。 三、汽車保險附加之駕駛人傷害保險及交通事故傷害保險（保險金額不高於新台幣一千萬元者適用）。 四、住宅火災保險（居家綜合保險）附加之火災事故傷害保險及住所內特定事故傷害保險（保險金額不高

法規名稱	條文內容
	於新台幣五百萬元者適用)。 五、信用卡綜合保險(全程保障傷害保險保險金額不高於新台幣一千萬元者，大眾運輸交通工具傷害保險適用)。 六、微型保險。 七、有約定續保條款且保險金額未異動、降低或縮減承保範圍之續保件。 八、一年期傷害保險及健康保險於到期前完成續保且保險金額未異動、降低或縮減承保範圍之續保件。 由團體成員自行全額負擔保費之團體保險、團體旅行平安保險及保險金額新臺幣五百萬元(含)以下之旅行平安保險集體彙繳件招攬時，依第三項各款內容填報之業務員報告書或其他招攬文件得以要保人(單位)為主填報一份即可。 如發現準保戶之保費負擔或保障需求有顯不相當之情形時，另應確實詳細述明。 對於業務員(含電話行銷人員)招攬之保件有單一保單或累積之保險金額達一定金額(額度由各會員自訂)之情形者，各會員應採行下列查核程序之一，以有效控管風險： 一、請要保人提供財務證明文件。 二、請要保人填答財務資料相關問卷並簽名確認。 業務主管可視情況另以電話聯繫或親自訪視要保人等方式進行了解。

參照中華民國保險代理人商業同業公會參照中華民國產物保險商業同業公會所訂「金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法」(KYC)執行方式辦法(經金融監督管理委員會民國101年7月24日金管保綜字第10102082440號函同意備查)可知，電話行銷產險商品時，係由電話行銷人員以電話說明(或詢問)併錄音之方式進行的KYC程序，而網路投保產險時，係由消費者於網頁填寫或點選之相關資訊作為執行KYC之依據。如前述銀

行業之部分，KYC 程序係以問卷方式進行，而問卷的填具本身，並無不能在網路上完成之理由。是以，只要能先完成身分認證，確認填寫者為本人後，可讓客戶於線上進行 KYC 資料填寫。是故，若已有合理且適當的線上身分認證機制，不僅解決線上開戶的身分認證問題，亦可同時解決客戶投資屬性及風險承受度線上調查之問題。

（三）商品或服務說明

保險公司須對客戶說明商品或服務之法規依據如下（見表 4-8）：

表 4-8 保險公司對客戶說明商品或服務之法規依據

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 10 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。 前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容；其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。
保險業經營電子商務自律規範	第 5 條 保險業應於網頁誠實並完整提供消費者交易條件相關資訊，其揭示應以明顯且消費者易於取得之方式辦理。 保險業提供之交易條件資訊至少應包括下列項目： 一、所提供商品或服務之參考價格、種類及性質。 二、消費者應支出之費用項目與金額。 三、要約與承諾之傳送方式、生效時間、要約有效期間、契約成立時點。 四、付款時間及方式。 五、服務提供之內容、方式與時間。 六、消費者得終止或撤銷契約之時間、方式與限制，及雙方之權利義務。 七、網路上之目錄提供或線上服務如需付費，需明白向

法規名稱	條文內容
	消費者揭示。 八、消費者抱怨及申訴管道，例如：電子郵件、傳真、電話或線上諮詢服務台。 九、可選擇之付款方式及安全交易機制。 十、隱私權保護政策。 十一、消費者確認購買保險商品時，於保險費繳付後保險業應賦予序號以資連繫查詢；惟保險業仍保有保險契約核保權利。 十二、其他依法或金融監督管理委員會（保險局）規定應揭露之事項。

如前面在銀行業已提及者，商品及服務說明與客戶投資屬性及風險承受度調查不同，並非僅僅在客戶投保時提供商品說明書、提供保單重要資訊即可，尚且隨著保險商品性質之不同，以及嗣後情事之變化，須以動態方式持續進行。基此，保險公司所提供的網路投保服務，除在網頁上應有基本共通資訊及個別保險商品資訊之說明外，實不妨以人工電訪方式配合說明商品或服務，或建置線上真人即時互動系統，以達線上完成交易之目的。

（四）洗錢防制

保險業洗錢防制義務之法規依據如下（見表 4-9）：

表 4-9 保險業洗錢防制義務之法規依據

法規名稱	條文內容
洗錢防制法	第 6 條 金融機構應訂定防制洗錢注意事項，報請中央目的事業主管機關備查；其內容應包括下列事項： 一、防制洗錢之作業及內部管制程序。 二、定期舉辦或參加防制洗錢之在職訓練。 三、指派專責人員負責協調監督本注意事項之執行。 四、其他經中央目的事業主管機關指定之事項。 前條第二項機構之防制洗錢注意事項，得由中央目的事業主管機關訂定之。

法規名稱	條文內容
產物保險業洗錢防制注意事項範本	第 2 條 (一) 承保時應確認保戶身分 1.於個人投保時，應要求要保人、被保險人提供身分證明文件（身分證、護照、駕照，或其他足資證明其身分之文件等）；法人投保時，應要求提供法人合格登記資格證照及代理人之合法證明（如公司執照、營業執照、營利事業登記證等）。 2.有關身分證及登記證照外之第二身分證明文件，應具辨識力。機關學校團體之清冊，如可確認當事人身分，亦可當作第二身分證明文件。若當事人拒絕提供者，應予婉拒受理或經確實查證身分屬實後始予辦理。 (二) 承保後再確認保戶資料之程序 1.對鉅額保費之保件（金額由各公司自訂）退保時要求退還所繳保費者，應確認保戶之身分及動機，防制其藉投保為洗錢之行為。 2.核保部門對保戶資料應定時以電話訪問瞭解個人保戶之職業及住居所，法人保戶之營業場所及營業性質。一定保額以上之保件（金額由各公司自訂）應派員實地查訪，並保留相關資料。 3.疑似使用假名、人頭、虛設行號或虛設法人團體投保者，應予以婉拒。 4.持用偽、變造身分證明文件投保或出示之身分證明文件均為影本者，應予以婉拒。 5.當事人投保提供之文件資料可疑、模糊不清，不願提供其他佐證資料或提供之文件資料無法進行查證，應予以婉拒。 6.當事人不尋常拖延應補充之身分證明文件，應予以婉拒。 7.受理投保時，有其他異常情形，當事人無法提出合理說明，應予以婉拒。
人壽保險業洗錢防制注意事項範本	第 2 條 (一) 承保時應確認保戶身分 1.業務員於個人投保時，應要求要保人、被保險人提供身分證明文件（身分證、護照、駕照，或其他足資證明其身分之文件等）；保險公司並應向國內外相關機構或利用公司自行建置之資料庫查詢是否為國內外高知名度政治人物，如是，應採取適當管理措施並定期檢討，若評估有疑似洗錢徵兆嫌疑，應留存交易紀錄、憑證，並向法務部調查局申報；法人投保時，應要求提供法人合格登記資格證照及代理人之合法證明（如營業執

法規名稱	條文內容
	照、營利事業登記證等)；並與要保書填載內容核對無誤後於招攬報告註明。 2.核保人員於核保時應審核要保書是否為當事人親自填寫，招攬報告對當事人之確認是否確實；必要時應要求個案生調，並附具相關資料，以備查考。法人投保者，必要時應採合理方式了解其營業性質、實質受益人與控制結構，並保留相關資料。 3.為確認保戶身分，必要時得要求提供有關身分證及登記證照外之第二身分證明文件。該第二身分證明文件應具辨識力。機關學校團體之清冊，如可確認當事人身分，亦可當作第二身分證明文件。若當事人拒絕提供者，應予婉拒受理或經確實查證身分屬實後始予辦理。 4.疑似使用假名、人頭、虛設行號或虛設法人團體投保者，應予以婉拒。 5.持用偽、變造身分證明文件投保或出示之身分證明文件均為影本者，應予以婉拒。 6.當事人投保提供之文件資料可疑、模糊不清，不願提供其他佐證資料或提供之文件資料無法進行查證，應予以婉拒。 7.當事人不尋常拖延應補充之身分證明文件，應予以婉拒。 8.受理投保時，有其他異常情形，當事人無法提出合理說明，應予以婉拒。 (二) 承保後再確認保戶資料之程序 1.對鉅額保費(金額由各公司自訂)之保件行使契約撤銷權要求退還所繳保費者，應專案處理，確認保戶之身分及動機，防制其藉投保為洗錢之行為。 2.對保戶資料必要時應以電話、信函或其他方式瞭解個人保戶之職業及住居所，法人保戶之營業場所及營業性質，並保留相關資料。 3.保戶辦理保單借款，以及變更繳費方式、變更受益人等契約內容變更或解約如有異常情形者，均應密切注意並予查核。

由上揭規範內容可知，保險業者洗錢防制身分確認義務之履行，事實上係透過身分認證及 KYC 程序完成；又可分為兩種情形：其一為一般狀況，藉由通常的身分認證及 KYC 程序進行洗錢防制調查即可，故在網路交易身分認證機制確立後，可一併解決保險業者洗錢防制義務履行之問題；通常程序進行中發現可疑而有進一步向客戶取得資訊之必要時，可再配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理，應無實務上之困難。

至於洗錢防制之交易憑證留存義務及可疑交易申報義務，就技術面而言，網路交易較傳統人工輸入模式，實更可增進效率，避免時間上之誤差。

（五）第三方平台

我國已開放產險業者在其所經營維護之網站上，針對汽機車強制險、住宅火險與地震險，以及旅遊平安險等三大險種，提供線上要保以及保險費用之優惠²⁷。惟目前尚未開放由電子商務平台業者業務招攬、推銷，甚至銷售保險商品。由電子商務平台業者提供保險商品共有三種態樣：第一，僅由平台業者擔任廣告刊登、或是比價服務提供者，待要保人選擇特定保險商品，將連結至保險業者所維護之系統進行線上要保與付款；第二，除了在平台上刊登保險商品之廣告以外，另由平台業者擔任保險費代收代付服

27 富邦產險，旅行平安險線上投保區：

<https://www.fubon.com/insurance/b2c/content/main/new04.html>，最後瀏覽日民國 103 年 3 月 25 日；台壽保產險，汽車強制責任險要保專區：

<https://twlife.tlgins.com.tw/bcallinsptmWeb/action/insodr/crInscall!neworder.action>，最後瀏覽日民國 103 年 3 月 25 日；

務提供者，類似在一般商品銷售情形下第三方支付業者的角色；第三，直接允許要保人在平台業者所經營維護的網站系統上辦理線上要保，並且以信用卡或第三方支付之方式支付保險費，無需進入保險業者之網站系統，再由平台業者與保險公司辦理帳務清算，此係保險業者是否可以建立新通路的問題。

保險業招攬及核保理賠辦法第 6 條第 1 項第 8 款規定，保險業或其從事保險招攬之業務人員不得有下列情事：（一）以未具保險業招攬人員資格者為招攬。（二）對要保人或被保險人以錯價、放佣或其他不當折減保險費之方法為招攬。（三）以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告、以不同保險公司之契約內容作不當比較或其他不當之方法為招攬。（四）使用未經保險業同意之文宣、廣告、簡介、商品說明書及建議書等文書為招攬。（五）慫恿要保人或被保險人違反告知義務或以不當之手段唆使要保人辦理退保、轉保、縮小保額、繳清、展期或貸款等行為。（六）酬金支付對象與要保書所載招攬人員不同。（七）挪用或侵占保險費。（八）未確認要保人或被保險人對保單之適合度。（九）其他損害要保人、被保險人或受益人權益之情事。由於上開「非具保險業招攬人員資格者不得招攬保險」之規定，我國現行實務上，若第三方平台業者欲銷售保險商品，除非自行成立保險經紀人或保險代理人公司，否則僅能以提供保險業者網站連結等廣告方式經營。

另一種可能是，保險業者連結第三方支付業者的功能，除容許客戶直接以第三方支付服務繳納保費，即由第三方支付業者代收代付保費外，進一步，由於要保人為繳納保費之人，保險業者

可能利用第三方支付業者建立的身分認證機制，以完成網路投保時對於身分認證之需求。

三、證券暨期貨業

（一）身分認證

證券暨期貨業所面臨電子商務的身分認證問題，類如保險業所面臨者，即需臨櫃辦理、無共通憑證導致推廣使用受限等。但因為證券、期貨網路下單交易較為頻繁，且客戶多僅透過一家證券公司或期貨公司下單，憑證在多家證券公司或期貨公司共通使用的需求較低，故普及率及使用率尚高於保險憑證。證券暨期貨業者關注的反而是如何利用身分認證，降低信用交易之風險，從而著重於有無可能利用其他金融業者所保有同一客戶的徵信資料，以交叉確認客戶信用及資力之問題。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調查（Know Your Customer）

證券或期貨公司進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規依據如下（見表 4-10）：

**表 4-10 證券或期貨公司進行客戶投資屬性及風險承受度調查之法規
依據**

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 9 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。 前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。
金融服務業確保金融商品或服務適合金融消費者辦法	第 2 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應依本辦法規定充分瞭解金融消費者之相關資料及依不同金融商品或服務之特性，建立差異化事前審查機制，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度；本辦法未規定者，應按業務類別，分別適用各該業務法令及自律規範之規定。 第 4 條 銀行業及證券期貨業提供投資型金融商品或服務，於訂立契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，其內容至少應包括下列事項： 一、接受金融消費者原則：應訂定金融消費者往來之條件。 二、瞭解金融消費者審查原則：應訂定瞭解金融消費者審查作業程序，及留存之基本資料，包括金融消費者之身分、財務背景、所得與資金來源、風險偏好、過往投資經驗及簽訂契約目的與需求等。該資料之內容及分析結果，應經金融消費者以簽名、蓋用原留印鑑或其他雙方同意之方式確認；修正時，亦同。 三、評估金融消費者投資能力：除參考前款資料外，並應綜合考量下列資料，以評估金融消費者之投資能力： （一）金融消費者資金操作狀況及專業能力。 （二）金融消費者之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。 （三）金融消費者服務之合適性，合適之投資建議範圍。

法規名稱	條文內容
	第 5 條 前條所稱投資型金融商品或服務，係指下列商品或服務： 一、信託業辦理特定金錢信託業務或特定有價證券信託業務，受託投資國內外有價證券、短期票券或結構型商品。 二、信託業辦理具運用決定權之金錢信託或有價證券信託，以財務規劃或資產負債配置為目的，受託投資國內外有價證券、短期票券或結構型商品。 三、信託業運用信託財產於黃金或衍生性金融商品。 四、共同信託基金業務。 五、信託資金集合管理運用帳戶業務。 六、銀行與客戶承作之衍生性金融商品及結構型商品業務。 七、黃金及貴金屬業務。 八、受託買賣非集中市場交易且具衍生性商品性質之外國有價證券業務。 九、證券商營業處所經營衍生性金融商品及槓桿交易商經營槓桿保證金契約交易業務。 十、證券投資信託基金及境外基金。 十一、期貨信託基金。 十二、全權委託投資業務。 十三、全權委託期貨交易業務。
中華民國證券商 業同業公會證券 商辦理基金銷售 業務自律規範	第 4 條 證券商辦理基金銷售業務，於訂立契約前，應充分瞭解客戶，訂定接受客戶原則及瞭解客戶審查作業程序，留存之基本資料應包括客戶之身分、財務背景、所得與資金來源、風險偏好、過往投資經驗及投資目的與需求等，並綜合考量下列事項，區分客戶之風險承受等級： 一、客戶資金操作狀況及專業能力。 二、客戶之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。 三、客戶服務之合適性，合適之投資建議範圍。 前項資料之內容及分析結果，應經客戶以簽名、蓋用原留印鑑或其他雙方同意之方式確認；修正時，亦同。
證券商辦理財富 管理業務應注意 事項	第 3 條 證券商訂定瞭解客戶評估作業程序，應依不同業務屬性，其內容至少應包括下列事項： （一）客戶之接受與開戶： 1. 客戶開戶作業與最低往來金額及條件，以及得拒絕交易及接受客戶之各種情事。對特定背景

法規名稱	條文內容
	或職業之高風險人士及其家屬，應訂定較嚴格之審查及核准程序。 2. 客戶基本資料之建置作業，包括客戶身分與基本背景資料、客戶徵信資料、理財需求與目標、其他有關客戶信譽之資料、從事行業與資產來源（詳述產生該財富之經濟活動）及客戶提供資料之確認。 3. 客戶授權另一人代表簽名開戶，須另對受託人進行評估並掌握受益人。 （二）客戶投資能力之評估：評估客戶之投資能力及接受客戶委託時，除參考前款資料外，應綜合考量下列資料及一定金額以上之大額交易核准程序： 1. 客戶資金操作狀況及專業能力。 2. 客戶之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。 3. 客戶服務之合適性，合適之投資建議範圍或交易額度。 （三）客戶評估資料之更新： 1. 證券商應適時更新客戶資料，並密切注意客戶財務狀況之變動。 2. 客戶投資能力之評估與交易之接受應配合客戶資料之變動及其他有關佐證資料予以檢討修正。 （四）客戶資料與能力評估之驗證：證券商應指定業務承辦人以外之人員或其它獨立之控制人員定期查核該等客戶檔案，以確定客戶資料之正確性、一致性及完整性。
中華民國證券商業同業公會證券商受託買賣外國有價證券管理辦法	第 10 條 證券商受託買賣非集中市場交易且具衍生性商品性質之外國有價證券，委託人為非專業投資人者，應確認下列事項，以確認委託人足以承擔該商品之相關風險： 一、瞭解委託人之所得與資金來源、風險偏好及投資目的與需求等。 二、綜合考量下列事項，將委託人依其風險承受等級，至少區分為三個等級，並由委託人簽名確認： （一）委託人資金操作狀況及專業能力。 （二）委託人之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。 （三）委託人合適之投資建議範圍。 三、綜合考量下列事項，將商品依其風險等級，至少區分為三個等級： （一）商品之特性。 （二）保本程度。

法規名稱	條文內容
	(三) 商品設計之複雜度。 (四) 投資地區市場風險。 (五) 商品期限。 證券商依前項辦理受託買賣非集中市場交易且具衍生性商品性質之外國有價證券時，不得受理非專業投資人委託買賣超過其適合等級之商品。
中華民國證券商業同業公會證券商經營營業處所衍生品金融商品交易業務自律規則	第 5 條 證券商與交易相對人進行衍生性金融商品交易前，應訂定充分瞭解交易相對人之評估作業程序。其內容至少應包括下列事項： 一、交易相對人基本資料之建置：交易相對人身分與基本背景資料、從事行業與資產來源、及其他有關交易相對人信用之資料。 二、交易相對人投資能力之評估：證券商與交易相對人交易時，除參考前款資料外，應綜合考量下列事項： (一) 交易相對人資金操作狀況及專業能力。 (二) 交易相對人之投資屬性及其對風險之瞭解。 三、交易相對人評估資料之更新：證券商於更新交易相對人評估資料時，應依下列事項辦理： (一) 證券商更新交易相對人資料，應注意交易相對人財務狀況之變動。 (二) 證券商重新評估交易相對人投資能力，應配合交易相對人資料之變動及其他有關佐證資料。 四、大額交易核准程序之訂定：證券商得自行依據經營策略，訂定一定金額以上之大額交易核准程序。

如前述銀行業、保險業之部分，KYC 程序係以問卷方式進行，而問卷的填具本身，並無不能在網路上完成之理由。對於證券暨期貨業而言，重要的是客戶信用、資力的確認。因此，同樣地，只要能先完成身分認證（最好能包括客戶信用資料），確認填寫者為本人後，可讓客戶於線上進行 KYC 資料填寫，倘認有進一步了解客戶信用及資力之必要，可配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理。

(三) 商品或服務說明

證券或期貨公司須對客戶說明商品或服務之法規依據如下
(表 4-11)：

表 4-11 證券或期貨公司須對客戶說明商品或服務之法規依據

法規名稱	內容
金融消費者保護法	第 10 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。 前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容；其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。
證券商受託買賣外國有價證券管理規則	第 14 條 證券商受託買賣之外國有價證券，經其推介者，準用證券商管理規則第三十六條第一項規定。證券商推介外國有價證券，除投資標的為境外基金或境外結構型商品另依相關規定辦理外，應遵守下列事項： 一、所提供之說明書等資料，僅得於特定營業櫃檯放置。 二、不得就特定投資標的對一般大眾進行廣告、業務推介及營業促銷活動。 三、對已簽訂受託買賣外國有價證券契約之委託人，得就特定投資標的以當面洽談、電話或電子郵件聯繫、寄發商品說明書之方式進行推介。 推介對象為非專業投資人者，證券商並應遵守下列事項： (一) 須事先取得委託人書面同意證券商向其推介，該同意書應為單張且不得併入其他約據中。委託人得隨時以書面終止證券商向其推介之同意，證券商獲知後不得續行推介。 (二) 取得前目委託人之同意時，應確認委託人最近一年委託證券商買賣外國有價證券之交易筆數達五筆以上、年齡為七十歲以下，並請委託人於同意書簽署確認教育程度為國中畢業以上且未領有全民健康保險重大傷病證明卡。 (三) 已依第十一條所定程序確認所推介之特定投資標的適合該委託人。 (四) 該特定投資標的符合已於本會指定外國證券交易所或外國店頭市場交易。 四、如特定投資標的於國外發行地僅限專業投資人投資或屬私募商品者，證券商不得接受非專業投資人投資。但委託人符合該特定投資標的要求之投資人資格者，不在此限。

法規名稱	內容
證券買賣管 商證買券 證會戶證 國公客價 民業介有法 華同推國辦 中業商外理	第 5 條 證券商推外有價證券對已簽訂受託買賣外有價證 券契約及推介外約之委託人，得就特品投資標的以當面進 洽談、電話或電對對象為非專業投資者，寄發人者，證券商並應遵守 下列事項： 一、須事先取得委託人書面同意，證券商向其推介，該同 意書應以書面通知方式終止其同意，證券商獲知後不得 續行推介。 二、已依管理規則第十一條所定程序確認所推介之特定 投資標的適合該委託人。 三、該特定投資標的符合已於主管機關指定外國證券交 易所或外國店頭市場交易。
證券投商 證顧問私募任 國暨公會受委 民託業基金為準則 華信同業基行 中資業境外機	第 4-2 條 受委任機構辦理境外私募業務時，應向金融消費者於公 開說明書、投資說明書、商品說明書、風險預告書、客 戶須知、約定書、申請書或契約等說明文件，或經由雙 方同意之網際網路或其他約定方式，說明及揭露重要內 容及風險，並以顯著字體或方式表達。前項重要內容如 下： 一、金融消費者對該金融商品或服務之權利行使、變更、 解除及終止之方式及限制。 二、受委任機構對該金融商品或服務之重要權利、義務 及責任。 三、金融消費者應負擔之費用及違約金，包括收取時點、 計算及收取方式。 四、私募境外基金有無受存款保險、保險安定基金或其 他相關保障機制之保障。 五、因辦理境外基金私募業務所生紛爭之處理及申訴之 管道。 六、其他法令所定應定期或不定期報告之事項及其他應 說明之事項。 受委任機構除應依前項辦理外，並應向金融消費者揭露 可能涉及之風險資訊，其中投資風險應包含最大可能損 失、商品所涉匯率風險。前項所稱最大可能損失、所涉 匯率風險，不能以數額表達者，得以文字表達。

證券業在推介客戶外國有價證券或境外基金時，特別有商品說明義務。此一義務之履行，通常透過公開說明書、投資說明書、商品說明書、風險預告書、客戶須知、約定書、申請書或契約等說明文件的方式完成，故在網路交易時，該等書面資料可轉換為電子資料，提供予客戶知悉；若有進一步解釋的需求，同樣可配合線上真人互動系統或線下人工電訪方式辦理。

（四）洗錢防制

證券公司及期貨公司之洗錢防制義務規範如下（見表 4-12）：

表 4-12 證券公司及期貨公司之洗錢防制義務規範

法規名稱	條文內容
洗錢防制法	第 6 條 金融機構應訂定防制洗錢注意事項，報請中央目的事業主管機關備查；其內容應包括下列事項： 一、防制洗錢之作業及內部管制程序。 二、定期舉辦或參加防制洗錢之在職訓練。 三、指派專責人員負責協調監督本注意事項之執行。 四、其他經中央目的事業主管機關指定之事項。 前條第二項機構之防制洗錢注意事項，得由中央目的事業主管機關訂定之。
證券期貨業防制洗錢及打擊資助恐怖主義注意事項	四、證券期貨業確認客戶身分措施，應依下列規定辦理： （一）證券期貨業不得接受客戶以匿名或使用假名開立帳戶。 （二）證券期貨業於下列情形之一時，應確認客戶身分： 1. 與客戶建立業務關係時。 2. 辦理新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上之現金交易（如以現金給付之交割價款、單筆申購並以臨櫃交付現金方式交易等）時。 3. 發現疑似洗錢或資助恐怖主義交易，或自洗錢與資助恐怖主義高風險國家或地區之交易時。 4. 對於過去所取得客戶身分資料之真實性或妥適性有所懷疑時。 （三）證券期貨業確認客戶身分應採取下列方式：

法規名稱	條文內容
	1.以可靠、獨立之原始文件、資料或資訊，辨別及驗證客戶身分，並保存該身分證明文件影本或予以記錄。 2.對於由代理人辦理之開戶或交易，應確實查證代理之事實，並以可靠、獨立之原始文件、資料或資訊，辨別及驗證代理人身分，並保存該身分證明文件影本或予以記錄。 3.採取辨識及確認客戶實際受益人之合理措施。 4.確認客戶身分措施，應包括徵詢業務關係之目的與性質。 (四) 前款第三目規定於客戶為法人或信託之受託人時，應瞭解下列資訊以確認客戶之實際受益人： 1.客戶為法人時： (1) 具控制權之最終自然人身分。所稱具控制權係指持有該法人股份或資本超過百分之二十五者。 (2) 如未發現具控制權之自然人，或對具控制權自然人是否為實際受益人有所懷疑時，應徵詢有無透過其他方式對客戶行使控制權之自然人。 (3) 如依前二小目規定均未發現具控制權之自然人時，證券期貨業應採取合理措施，確認擔任高階管理職位之自然人身分。 2.客戶為信託之受託人時：應確認委託人、受託人、信託監察人、受益人及其他可有效控制該信託帳戶之人。 3.客戶或具控制權者為下列身分之一者，除有第五點但書情形者外，得不適用上開應辨識及確認公司股東或實際受益人身分之規定： (1) 我國政府機關。 (2) 我國公營事業機構。 (3) 外國政府機關。 (4) 我國公開發行公司及其子公司。 (5) 於國外掛牌並依掛牌所在地規定，應揭露其主要股東之股票上市、上櫃公司及其子公司。 (6) 受我國監理之金融機構及其管理之投資工具。 (7) 設立於我國境外，且所受監理規範與金融行動工作組織（FATF）所定防制洗錢及打擊資助恐怖主義標準一致之金融機構，及該金融機構管理之投資工具。 (8) 我國公務人員退休撫卹基金、勞工保險基金、

法規名稱	條文內容
	勞工退休基金及郵政儲金。 (五) 帳戶及交易之持續監控： 1. 證券期貨業應對客戶業務關係進行持續性審查，及對其交易過程進行詳細審視，以確保所進行之交易與客戶及其業務、風險相符，必要時並應瞭解其資金來源。 2. 證券期貨業應定期檢視其辨識客戶及實際受益人身份所取得之資訊是否足夠，並確保該等資訊之更新。 3. 證券期貨業對客戶身分辨識與驗證程序，得以過去執行與保存資料為依據，無須於客戶每次從事交易時，一再辨識及確認客戶之身份。但對客戶資訊之真實性有所懷疑，如發現該客戶涉及疑似洗錢交易，或客戶帳戶之運作方式出現與該客戶業務特性不符之重大變動時，應對客戶身份再次確認。 (六) 證券期貨業應依客戶重要性及風險程度，對現有客戶進行客戶審查，並於考量前次執行客戶審查之時點及所獲得資料之適足性後，在適當時機對已存在之往來關係進行審查。 五、前點第三款及第五款規定之確認客戶身份措施及持續監控機制，應以風險基礎方法決定其執行強度，對於高風險情形，應加強確認客戶身份或持續監控措施，對於較低風險情形，得採取簡化措施。但有下列情形者，不得採取簡化確認客戶身份措施： (一) 客戶來自未採取有效防制洗錢或打擊資助恐怖主義之高風險地區或國家，包括但不限於金融監督管理委員會函轉國際防制洗錢組織所公告防制洗錢與打擊資助恐怖主義有嚴重缺失之國家或地區，及其他未遵循或未充分遵循國際防制洗錢組織建議之國家或地區。 (二) 足資懷疑該客戶或交易涉及洗錢或資助恐怖主義者。
中華民國證券商業同業公會證券商防制洗錢注意事項範本	第貳條 為防制洗錢，證券商應依下列規定辦理： 一、客戶除依規定程序辦理開戶外，應將本人及代理人詳細身份資料填入客戶資料卡，並留存身分證或法人證明文件影本做為附件。 二、應依客戶資料卡所載內容詳實瞭解客戶資料，必要時得請客戶提供證明文件或實地查訪，以驗證資料之正確性。 三、受理開戶，應確認是否為外國高知名度政治人物，

法規名稱	條文內容
	如是，應採取適當管理措施並定期檢討，若評估有疑似洗錢徵兆嫌疑，應留存交易紀錄、憑證，並向法務部調查局申報。 四、法人客戶審查措施，應包括瞭解客戶是否代理他人或實際受益人之合理措施、徵詢業務性質與交易目的。 五、應持續注意及定期檢查客戶之交易報告，瞭解每一位客戶之交易態樣，或建立每一位客戶之交易均量，以作為查核不尋常或可疑為洗錢交易之參考。 六、對於下列疑似洗錢態樣表徵，應執行確認客戶身分，必要時得請客戶提供證明文件或實地查訪客戶，並作成查訪紀錄。 (一) 客戶提供之身分證或法人證明文件有偽造、變造痕跡，或意圖使用假名進行開戶、交易。 (二) 客戶之地址或工作地點與證券商所在距離遙遠且無法作合理之解釋，此外其交易情形顯有異常者。 (三) 客戶之徵信額度突然大幅提高，隨即有不尋常之鉅額（每筆逾四百交易單位且逾新臺幣四千萬元，多筆合計逾一千交易單位且逾新臺幣一億元者）買賣有價證券或存入、提領鉅額有價證券，且與其身分、收入顯不相當或與本身營業性質無關者。 (四) 二年以上無交易之帳戶突然鉅額（每筆逾四百交易單位且逾新臺幣四千萬元，多筆合計逾一千交易單位且逾新臺幣一億元者）買賣有價證券，或存入、提領鉅額有價證券，且迅速移轉者。 (五) 開戶後立即有與其身分、收入或徵信資料顯不相當之鉅額（每筆逾四百交易單位且逾新臺幣四千萬元，多筆合計逾一千交易單位且逾新臺幣一億元者）買進有價證券，或存入鉅額有價證券，並迅速移轉者。 (六) 同一人或集團使用九個以上交易帳戶或五個以上信用帳戶單獨或互為買進或賣出特定有價證券者。 (七) 利用公司員工或特定團體成員集體開立之帳戶大額且頻繁買賣股票者。 (八) 使用三個以上非本人帳戶分散大額交易，且迅速移轉或顯有異常情事者。 (九) 交易帳戶連續大額以高價只買進不（或少量）賣出，或以低價只賣出不（或少量）買進。 (十) 客戶不如期履行交割義務，且違約交割淨金額總計達新臺幣一千萬元以上者。 (十一) 客戶本人、代理人或交易最終受益人，為行政院金融監督管理委員會函轉外國政府所提供之恐

法規名稱	條文內容
	怖份子或團體；或國際洗錢防制組織認定或追查之恐怖組織者。 (十二) 其他明顯異常之交易行為或從業人員認為可疑之情況。 七、證券商若有辦理債券交易業務（債券交易其方式含債券之買賣斷與附條件交易，債券範圍包括公債、公司債、金融債、外國債等所有債券及實體與登錄形式之交易、移轉），應注意下列事項： (一) 對客戶承作或執行買賣應注意事宜： 1. 客戶初次與證券商交易，應由本人辦理。證券商應依客戶為本國自然人、本國法人機構及境內外華僑及外國人身分，按相關法規規定留存客戶提交之證明文件。對非本人或非有法人機構授權，或對客戶提供身分證明文件有存疑而客戶拒不配合提供其他輔助證件者，應拒絕受理交易或經確實查證其身分無誤後始得辦理交易。 2. 客戶採委託或授權非本人或非在台代表人或代理人之他人執行買賣時，應向客戶本人或在台代表人或代理人以電話、傳真、書面或其他適當方式加以確認。
中華民國期貨業商業同業公會期貨商防制洗錢注意事項範本	第 2 條 為防制洗錢，本公司從事期貨經紀業務時，應依下列規定辦理： (一) 開戶應注意事項： 1. 受理客戶開戶時（包括個人戶及非個人戶），應實施雙重身分證明文件查核及留存該身分證明文件，並請客戶於開戶之申請書載明其開戶原因或目的。若屬個人開戶，除身分證外，並應徵取第二身分證明文件，如健保卡、護照、駕照、學生證、戶口名簿或其他足資證明之文件；非個人戶部分，除法人證明文件外，並應徵取董事會議紀錄、公司章程或財務報表等，始可辦理開戶。另有關第二身分證明文件，應具辨識力。 2. 疑似使用假名、人頭、虛設行號或虛設法人團體開設帳戶者，應予以婉拒。 3. 持用偽、變造身分證明文件或出示之身分證明文件均為影本者，應予以婉拒。 4. 提供文件資料可疑、模糊不清，不願提供其他佐證資料或提供之文件資料無法進行查證，應予以婉拒。 5. 客戶不尋常拖延應補充之身分證明文件，應予以婉拒。

法規名稱	條文內容
	6.受理開戶時，有其他異常情形，客戶無法提出合理說明，應予以婉拒。 (二) 受理開戶，應確認是否為外國高知名度政治人物，如是，應採取適當管理措施並定期檢討，若評估有疑似洗錢徵兆嫌疑，應留存交易紀錄、憑證，並向法務部調查局申報。 (三) 法人客戶審查措施，應包括瞭解客戶是否代理他人或實際受益人之合理措施、徵詢業務性質及交易目的、現有客戶之審查。 (四) 客戶除依規定程序辦理開戶外，應將本人及代理人詳細身分資料填入客戶資料卡，並留存前款第1目之身分證明文件影本及客戶授權代理人之授權書正本與該代理人之身分證明文件影本作為附件。 (五) 對於開戶後始發現有存疑之客戶，應以電話、書面或實地查訪等方式聯繫客戶，以查驗確認客戶資料之正確性。 (六) 應持續注意及定期檢查客戶之交易報告，建立每一位客戶之交易模式，以作為查核不尋常或可疑為洗錢交易之參考。 (七) 對於下列疑似洗錢態樣表徵，應執行確認客戶身分，必要時應實地查訪客戶，並作成查訪紀錄： 1.客戶提供之身分證或護照等身分證明文件或法人證明文件有偽造、變造痕跡，或意圖使用假名進行開戶、交易。 2.客戶之地址或工作地點與期貨商所在距離遙遠且無法作合理之解釋，此外其交易情形顯有異常者。 3.一年以上無交易之帳戶突然鉅額（每筆逾一百口且動用保證金或權利金金額逾新臺幣一千萬元，三個交易日合計逾三百口且動用保證金或權利金金額逾新臺幣三千萬元者）交易國內外期貨契約、選擇權契約或期貨選擇權契約，或存入、提領鉅額交易保證金或權利金，且迅速移轉者。 4.開戶後立即有與其身分、收入或徵信資料顯不相當之鉅額（每筆逾一百口且動用保證金或權利金金額逾新臺幣一千萬元，三個交易日合計逾三百口且動用保證金或權利金金額逾新臺幣三千萬元者）交易國內外期貨契約、選擇權契約或期貨選擇權契約，或存入、提領鉅額交易保證金或權利金，且迅速移轉者。 5.利用公司員工或特定團體成員集體開立之帳戶大額且頻繁交易期貨契約、選擇權契約或期貨選

法規名稱	條文內容
	擇權契約。 6.使用三個以上非本人帳戶分散大額交易，且迅速移轉或顯有異常情事者。 7.自目的事業主管機關函轉國際防制洗錢組織所公告防制洗錢與打擊資助恐怖分子有嚴重缺失之國家或地區、及其他未遵循或未充分遵循國際防制洗錢組織建議之國家或地區匯入之期貨交易保證金或權利金，與客戶身分、收入顯不相當者。 8.電視、報章雜誌或網際網路等媒體報導之特殊重大案件，若該涉案人在期貨商從事交易者。 9.如交易人要求開立出金時之銀行帳戶，是於打擊清洗黑錢特別行動工作小組（Financial Action Task Force, FATF）所列舉之不合作國家或經濟體者（查詢網址：http://www.fatf-gafi.org）。 10.期貨交易之開戶者、交易者、結算者或渠等之代理人、或期貨交易之最終受益人為目的事業主管機關函轉外國政府所提供之恐怖分子或團體；或國際洗錢防制組織認定或追查之恐怖組織；或交易資金疑似或有合理理由懷疑與恐怖活動、恐怖組織或資助恐怖主義有關聯者。 11.不論交易金額多寡或交易是否完成，發現其他明顯異常之交易行為或從業人員認為可疑之情況。
	第 3 條 本公司應依下列規定，訂定防制洗錢內部管制程序： （二）確認客戶身分應遵循之事項： 1.交易超過一定金額或懷疑客戶資料不足以確認身分時，應從政府核發或其他辨認文件確認客戶身分並加以記錄。 2.應對委託帳戶及對期貨商之商譽具有高度風險之個人或團體，要特別加強確認客戶身分之作為。 3.應特別留意非居民型之客戶，瞭解這些客戶選擇在國外開設帳戶之原因。 4.應加強審查曾違約之客戶。 5.不違反相關法令情形下，期貨商如果得知或必須假定客戶往來資金來源自貪瀆或濫用公共資產時，應不予接受或斷絕業務往來關係。

由上揭規範內容可知，證券暨期貨業者洗錢防制身分確認義務之履行，事實上係透過身分認證及 KYC 程序完成；又可分為兩種情形：其一為一般狀況，藉由通常的身分認證及 KYC 程序進行洗錢防制調查即可，故在網路交易身分認證機制確立後，可一併解決證券暨期貨業者洗錢防制義務履行之問題；通常程序進行中發現可疑而有進一步向客戶取得資訊之必要時，可再配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理，應無實務上之困難。

至於洗錢防制之交易憑證留存義務及可疑交易申報義務，就技術面而言，網路交易較傳統人工輸入模式，實更可增進效率，避免時間上之誤差。

（五）第三方平台

證券暨期貨交易由於其頻繁性，較無透過第三方平台業者販售金融商品之需求。而關於證券或期貨交易之交割款是否可能由第三方支付業者代收代付乙節，自理論上而言，若第三方支付業者已將代收款項（即所謂的儲值）全數交付銀行信託，且有客戶帳戶明細，似無限制第三方支付業者接受客戶儲值金額之必要，但按目前發展狀況，證券及期貨交易所涉金額較大，超過可能預期的第三方支付業者接受儲值金額規範上限，故幾無可能由第三方支付業者代收代付交割款；且因目前證券及期貨交易，均配合銀行辦理交割扣款，故對證券或期貨業者而言，開放由第三方支付業者代收代付交割款的實益不大。然而，是否可能利用第三方

支付業者建立的身分認證機制，以完成網路下單時對於身分認證之需求，則需進一步探討。

四、投信投顧業

（一）身分認證

投信投顧業者與客戶交易，目前主要仍採用傳統的臨櫃開戶；加上配合銀行扣款服務，在某種程度上利用銀行的身分認證機制。未來若能直接利用銀行身分認證機制辦理線上開戶及交易的身分認證，將有助於效率之提昇。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調查（Know Your Customer）

投信投顧公司的客戶投資屬性及風險承受度調查義務規範如下（見表 4-13）：

表 4-13 投信投顧公司的客戶投資屬性及風險承受度調查義務規範

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 9 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應充分瞭解金融消費者之相關資料，以確保該商品或服務對金融消費者之適合度。 前項應充分瞭解之金融消費者相關資料、適合度應考量之事項及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。
中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會私募基金受委任機構行為準則	第 2 條 受委任機構應秉持服務客戶之精神，依據雙方約定，忠實執行業務，除充分了解產品外，並辦理充分了解客戶（Know Your Customer）及產品適合度評估作業程序，俾滿足客戶之投資需求。 前項所稱充分了解客戶評估作業程序，其內容至少應包括下列事項： （一）開戶審查原則： 1.應訂定開戶審查作業程序，及應蒐集、查證與紀錄之資料，包括客戶與受益人之身分、財務

法規名稱	條文內容
	背景、所得與資金來源、風險偏好、金融商品專業知識、過往投資經驗及開戶目的與需求等。 2.接受客戶開戶時，須有適當之單位或人員，複核客戶開戶程序及所提供文件之真實性與完整性後始得辦理。 (二) 客戶投資能力之評估：評估客戶之投資能力及接受客戶委託時，除參考前項資料外，應綜合考量客戶之投資屬性、對風險之瞭解及風險承受度。 前項充分了解客戶評估作業程序之相關資料內容及評估結果，應經客戶以簽名、蓋用原留印鑑或其他雙方同意之方式確認；修正時，亦同。 第一項所稱產品適合度評估作業程序，係指受委任機構於銷售或推介客戶私募境外基金時，不僅應揭露產品之各項特性及風險，更應積極考量產品設計之複雜度、風險高低程度等，是否能與客戶之風險偏好、專業理解程度及所得狀況等因素配合，且確能符合客戶需要，以期精確銷售或推介適合客戶之產品，相關具體執行措施如下： (一) 應依據產品特性，如設計之複雜度、風險高低程度、投資地區市場風險等因素，分別分析評估及分類後，界定產品之風險等級。 (二) 應依客戶投資屬性及風險承受等級，配合個別產品之風險類別，銷售或推介其適合之產品。此外，並應建立例外處理機制，若客戶執意投資之產品，其風險等級較客戶風險承受度為高者，應請客戶另行簽署聲明書，受委任機構並得視實際狀況拒絕客戶之投資申請。 受委任機構辦理本條第一項及第四條第一項業務相關文件及其他相關輔助銷售文件（如 DM、簡報等）應妥為保存以供未來查證，並至少保存至投資人全數贖回受益權單位數日後 5 年。但與投資人發生訴訟、非訟事件或經同業公會調處情事者，應保存至訴訟或調處等情事終結為止。受委任機構訂定之私募基金銷售業務內部控制制度，應將銷售人員銷售及服務品質監測制度〈包括監測頻率、監測方法及監測結果考核等〉納入。

如前述銀行業之部分，客戶投資屬性及風險承受度之調查多以問卷方式為之，且客戶應依據自身實際狀況自行回答，投信投顧業者不應提供意見，以免有引導客戶答案之嫌。在此狀況下，問卷的填具本身，並無不能在網路上完成之理由，僅有確認問卷填具人是否為客戶本人乙事，方屬重要。而確認問卷填具人是否為客戶本人，事屬身分認證之問題，若已有合理且適當的線上身分認證機制，不僅解決線上開戶的身分認證問題，亦可同時解決客戶投資屬性及風險承受度線上調查之問題。

（三）商品或服務說明

投信投顧業者須對客戶說明商品或服務之法規依據如下（見表 4-14）：

表 4-14 信投顧業者須對客戶說明商品或服務之法規依據

法規名稱	條文內容
金融消費者保護法	第 10 條 金融服務業與金融消費者訂立提供金融商品或服務之契約前，應向金融消費者充分說明該金融商品、服務及契約之重要內容，並充分揭露其風險。 前項金融服務業對金融消費者進行之說明及揭露，應以金融消費者能充分瞭解方式為之，其內容應包括但不限交易成本、可能之收益及風險等有關金融消費者權益之重要內容；其相關應遵循事項之辦法，由主管機關定之。
信託業應負之義務及相關行為規範	第 10 條第 1 款第 1 目 信託業有下列情形之一者，應視為違反善良管理人之注意義務： 一、應告知委託人或受益人之重大訊息怠於告知者，其情形包括下列事項： （一）未依相關法令規定向委託人或受益人告知信託帳戶投資運用之風險。

投信投顧業者的商品或服務說明義務，通常透過公開說明書、投資說明書、商品說明書、風險預告書、客戶須知、約定書、申請書或契約等說明文件的方式完成，故在網路交易時，該等書面資料可轉換為電子資料，提供予客戶知悉；若有進一步解釋的需求，同樣可配合線上真人互動系統或線下人工電訪方式辦理。

（四）洗錢防制

投信投顧業者之洗錢防制義務規範如下（見表 4-15）：

表 4-15 投信投顧業者之洗錢防制義務規範

法規名稱	條文內容
洗錢防制法	第 6 條 金融機構應訂定防制洗錢注意事項，報請中央目的事業主管機關備查；其內容應包括下列事項： 一、防制洗錢之作業及內部管控制程序。 二、定期舉辦或參加防制洗錢之在職訓練。 三、指派專責人員負責協調監督本注意事項之執行。 四、其他經中央目的事業主管機關指定之事項。 前條第二項機構之防制洗錢注意事項，得由中央目的事業主管機關訂定之。
中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會證券投資信託事業證券投資顧問事業防制洗錢注意事項範本	第貳條 防制洗錢作業應注意事項 一、客戶申購證券投資信託基金、境外基金（以下統稱基金）或辦理全權委託投資時應注意事項： （一）本公司職員受理客戶第一次申購基金或辦理全權委託投資時，應請客戶依規定提供下列之證件核驗： 1. 自然人客戶，其為本國人者，除未滿十四歲且尚未申請國民身分證者，可以戶口名簿替代外，應要求其提供國民身分證；其為外國人者，應要求其提供護照，並應確認是否為外國高知名度政治人物，如是，應採取適當管理措施並定期檢討，若評估有疑似洗錢徵兆嫌疑，應留存交易紀錄、憑證，並向法務部調查局申報。但客戶為未成年人、禁治產人（於民國 98 年 11 月 23 日前適用）或受輔助宣告之人時，並應提供法定代理人或輔助人之國民身分證或護照或其他可資證明身分

法規名稱	條文內容
	之證明文件。 2. 客戶為法人或其他機構時，應要求被授權人提供客戶出具之授權書、被授權人身分證明文件、代表人身分證明文件、該客戶登記證明文件、公文或相關證明文件。但繳稅證明不能作為開戶之唯一依據。 3. 本公司對於上開客戶所提供核驗之文件，除授權書應留存正本外，其餘文件應留存影本備查。 (二) 本公司職員辦理第(一)款業務，如客戶係以臨櫃交付現金方式辦理申購或委託時，應實施雙重身分證明文件查核及對所核驗之文件，除授權書應留存正本外，其餘文件應留存影本備查，並請客戶依規定提供下列之證件核驗： 1. 自然人客戶，其為本國人者，除要求其提供國民身分證，但未滿十四歲且尚未申請國民身分證者，可以戶口名簿替代外，並應徵取其他可資證明身分之文件，如健保卡、護照、駕照、學生證、戶口名簿或戶口謄本等；其為外國人者，除要求其提供護照外，並應徵取如居留證或其他可資證明身分之文件。但客戶為未成年人、禁治產人(於民國98年11月23日前適用)或受輔助宣告之人時，應增加提供法定代理人或輔助人之國民身分證或護照，以及徵取法定代理人或輔助人其他可資證明身分之證明文件。 2. 客戶為法人或其他機構時，除要求被授權人提供客戶出具之授權書、被授權人身分證明文件、代表人身分證明文件、該客戶之登記證明文件、公文或相關證明文件外，並應徵取董事會議紀錄、公司章程或財務報表等，始可受理其申購或委託。但繳稅證明不能作為開戶之唯一依據。 3. 除前述之國民身分證、護照及登記證明文件外之第二身分證明文件，應具辨識力。機關學校團體之清冊，如可確認客戶身分，亦可當作第二身分證明文件。若客戶拒絕提供者，應予婉拒受理或經確實查證其身分屬實後始予辦理。 (三) 本公司職員於檢視客戶及被授權人之身分證明文件時，應注意有無疑似使用假名、人頭、虛設行號或虛設法人團體辦理申購或委託者；或持用偽造、變造身分證明文件；或所提供文件資料可疑、模糊不清，不願提供其他佐證資料或提供之文件資料無法進行查證者；或客戶不尋常拖延應補充之身分證明文件者；或於受理申購或委託時，有其他異常情形，客戶無法提出合理說明者等之情形時，應婉拒

法規名稱	條文內容
	受理該類之申購或委託。 (四) 對於採委託、授權等形式申購或委託者，本公司職員應查驗依規定應提供之委託或授權文件、客戶本人及其代理人之身分證明文件，確實查證該委託、授權之事實及身分資料，並將其本人及代理人之詳細身分資料建檔，必要時，並應以電話、書面或實地查訪等其他適當之方式向本人確認之。若查證有困難時，應婉拒受理該類之申購或委託。另，對於採委託、授權等形式申購或委託者，開戶後始發現有存疑之客戶者，應以電話、書面或實地查訪等其他適當方式再次確認之。 (五) 對於全權委託投資，應依客戶資料表所載內容詳實瞭解客戶之財務狀況，必要時可請客戶提供證明文件或實地查訪。如與其身分、收入顯不相當或其資金來源不明者，應特別注意有無疑似洗錢之情形。 (六) 對於單筆申購價款為新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上並以現金給付之申購，或有其他疑似洗錢之虞者，應確實查驗確認客戶之身分並要求其提供第（一）款之證件，以及將其姓名、出生年月日、住址、電話、交易帳戶號碼、交易金額及身分證明文件號碼加以紀錄；但如能確認客戶為交易帳戶本人者，可免確認身分，惟應於交易紀錄上敘明係本人交易。如係由代理人為之者，亦須將代理人姓名、出生年月日、住址、電話、交易帳戶號碼、交易金額及身分證明文件號碼加以紀錄，並留存確認紀錄及交易紀錄憑證。 (七) 如客戶突有不尋常之大額申購價款且與其身分、收入顯不相當者，應特別注意有無疑似洗錢之情形。 (八) 申購或委託契約係以金融監督管理委員會函轉外國政府提供之恐怖份子或團體；或國際防制洗錢組織認定或追查之恐怖組織為客戶或最終受益人者；或交易資金疑似或有合理理由懷疑與恐怖活動、恐怖組織或資助恐怖主義有關聯者，應列為疑似洗錢之交易，立即向法務部調查局申報。 (九) 申購或委託契約係以金管會函轉國際防制洗錢組織所公告防制洗錢與打擊資助恐怖份子有嚴重缺失之國家或地區及其他未遵循或未充分遵循國際防制洗錢組織建議之國家或地區，且與客戶身分、收入顯不相當者，應列為疑似洗錢之交易，立即向法務部調查局申報。 (十) 電視、報章雜誌或網際網路等媒體報導之特殊重

法規名稱	條文內容
	大案件，若該涉案人所為之申購或委託，應特別注意有無疑似洗錢之情形。 (十一) 其他申購基金或辦理全權委託投資時之應注意事項，應悉按本公司內部作業規定辦理；惟經本公司認定有疑似洗錢交易情形者，不論交易金額多寡，應立即向法務部調查局申報。 二、申購基金後之相關交易應注意事項： (一) 對於新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上之單筆申購價款並以臨櫃交付現金方式交易，除應再次確認該客戶身分（確認方式同第貳條第一項第六款）外，並應留存確認紀錄及交易紀錄憑證，且應向法務部調查局申報。 (二) 客戶如有下列情形之一而疑其有疑似洗錢之虞者，應特別注意，除再行確認客戶身分（確認方式同第貳條第一項第六款）、瞭解往來交易，並留存交易紀錄與憑證外，應向法務部調查局申報： 1. 客戶於同一營業日申購或贖回同一基金，分別累計達新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上，且該交易與客戶之身分、收入顯不相當者。 2. 客戶於同一機構一次辦理多筆同一或不同基金之申購或贖回，分別累計達新臺幣五十萬元（含等值外幣）以上，且該價款與客戶之身分、收入顯不相當者。 3. 每筆申購、贖回價款相當且相距時間不久者。 4. 申購價款係源自金管會函轉國際防制洗錢組織所公告防制洗錢與打擊資助恐怖份子有嚴重缺失之國家或地區及其他未遵循或未充分遵循國際防制洗錢組織建議之國家或地區，且該交易與客戶之身分、收入顯不相當者。本公司並應每季自行於「打擊清洗黑錢特別行動小組（FATF）」網站（www.fatf-gafi.org）所列舉不合作國家名單予以下載更新。本公司如僅更新不合作國家或恐怖團體等名單而修正本注意事項時，無須報金管會備查。 5. 經常替代客戶或由不同之第三人辦理申購或買回。 6. 其他明顯不正常之交易行為。 (三) 應持續注意及定期檢查客戶之交易報告，建立每一客戶之交易模式，作為查核異常交易或疑似洗錢交易之參考。 三、簽訂全權委託投資契約後之應注意事項： (一) 應再次確認該客戶之身分（確認方式同第貳條第

法規名稱	條文內容
	一項第五款)外，並應留存客戶申請書及客戶資料表。 (二) 客戶簽訂全權委託投資契約後如有下列情形之一者，應通知全權委託保管機構注意其委託投資帳戶之現金出入有無疑似洗錢之表徵，並應再行確認客戶身分、瞭解往來交易，並留存交易紀錄與憑證外，如疑其有洗錢之虞者，應向法務部調查局申報： 1.發現並無該客戶。 2.客戶否認有簽訂全權委託投資契約。 3.郵寄之報告書或其他文件經郵局以「查無此人」退回。 4.有相當之證據或事實使人確信該客戶係被他人冒用之人頭戶。 5.客戶申請書件內容有偽造、虛偽不實之情形。 6.客戶簽訂全權委託投資契約後，即迅速終止契約且無正當原因者。 7.客戶於全權委託投資契約存續期間增加大額之委託投資資金或密集增加委託投資資金，而該資金與客戶之身分、收入顯不相當者。 8.客戶於全權委託投資契約存續期間要求減少委託投資資金且無合理原因者。 9.客戶於全權委託投資契約存續期間，有密集增減其委託金額之異常情形。 (三) 於全權委託投資契約存續期間，應與客戶經常聯繫，隨時注意及掌握客戶財務狀況，並每年至少進行一次訪談，以修正或補充客戶資料表內容，作為查核疑似洗錢交易之參考。

由上揭規範內容可知，如前述銀行業、保險業及證券暨期貨業之部分，投信投顧業者洗錢防制身分確認義務之履行，在一般狀況，藉由通常的身分認證及 KYC 程序進行洗錢防制調查即可，故在網路交易身分認證機制確立後，可一併在線上完成；通常程序進行中發現可疑而有進一步向客戶取得資訊之必要時，可再配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理，應無實務上之困難。

（五）第三方平台

投信投顧業者與第三方平台的關係，有下列可能：

- 1.利用第三方平台販售金融商品或服務：誠如前述，金融商品或服務之提供，不僅僅係一個靜態的展示，尚涉及動態的商品或服務說明義務，且商品或服務提供者往往取得大量的個人資訊，因此，除非第三方平台業者備配有同等專業的金融服務人員，並建置同等安全的資訊系統，否則難以達成相關規範目的，是以第三方平台業者是否有意願擴展規模，仍待觀察。
- 2.利用第三方平台進行金融商品或服務之廣告：亦即僅由平台業者擔任廣告刊登、或是比價服務提供者，待客戶選擇特定金融商品或服務，將連結至投信投顧業者所維護之系統進行交易。
- 3.連結第三方支付業者的功能，除容許客戶直接以第三方支付服務繳納金融商品或服務之對價外，進一步可能利用第三方支付業者建立的身分認證機制，以完成網路交易時對於身分認證之需求。

第三節 外國金融電子商務實務

一、銀行業

我國採用會員制之網路銀行以及網路 ATM 發展迄今，已有相當成熟之經驗，除仍必須臨櫃開戶外，並不遜於國外銀行業者所提供之服務；舉凡本行及跨行轉帳、匯款、外幣業務、基金之申購或贖回（甚至設定停損點通知）、信用卡查詢服務、繳稅或繳費，以及綜合存款帳戶轉定期存款等，並無障礙，甚至針對不同行動作業系統，發展了完整的行動型網銀服務。惟以金融憑證方式申報所得稅仍因金融憑證效期過短、申辦手續繁複及額外費用等因素，尚未被國人普遍運用。茲以美國電子或網路申報聯邦稅之操作實例，供作參考。

美國已與私人企業聯合集團（Free File Alliance LLC，由數家報稅軟體公司所組成的非營利性商業聯盟）自 2003 年起，合作推出線上申報聯邦稅的免費軟體，使年收入不高於 58,000 美金²⁸的納稅人，以「完全線上」的查詢應得的退稅及扣稅；自該集團 2003 年的營運起，已有 4 仟萬筆申報案透過免費軟體辦理，超過 70% 的納稅義務人（約 1 億人）具備使用之資格，透過 2009 年的調查，98% 曾使用過免費報稅軟體的納稅人，願意推薦給其他人使用。²⁹會員報稅軟體公司使用安全技術，應備聯邦法所要求之資訊安全認

28 以 2013 年為準。

29 Freefile, About IRS Free File, <http://www.freefilealliance.org/>, 最後瀏覽日民國 103 年 5 月 16 日。

證，接受聯邦法以及電信主管機關之嚴密監理³⁰；另一方面，政府也可以透過私人企業擁有的高度網路技術，提供便利的報稅方式。以下茲以截圖方式（見圖 4-1~4-7），以 FileYourTaxes.com 這家公司為例，說明實際申報流程：

納稅人應先透過美國國稅局 IRS 的官方頁面連結該軟體（即實際申報作業並非發生於 IRS 網站，而係在 Free File Alliance 所建立的安全網站上進行）。

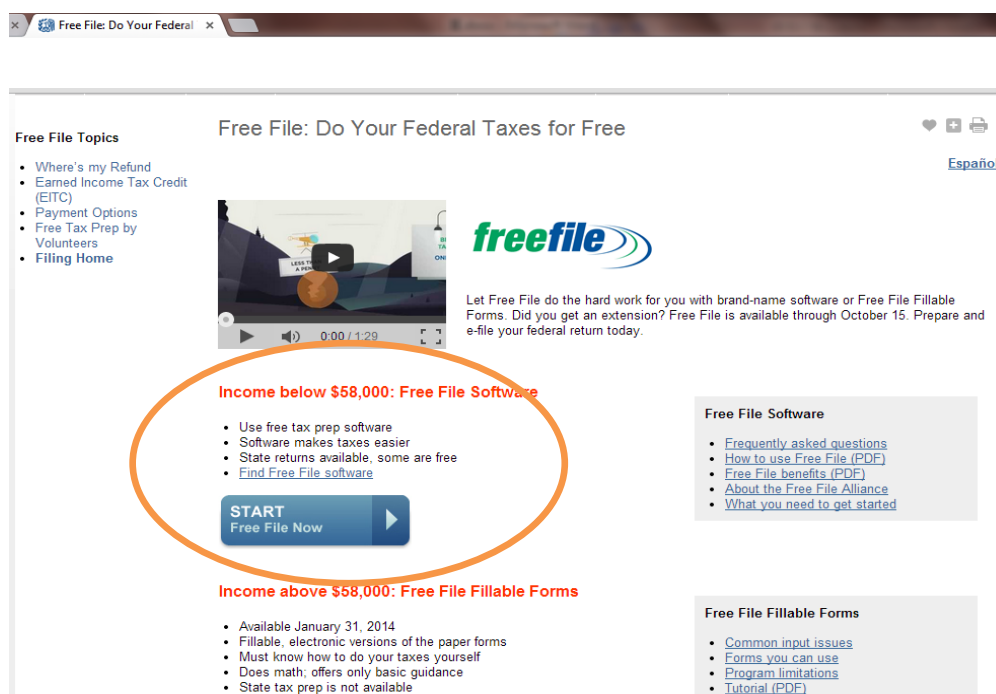


圖 4-1 網路報稅程序 1

30 FAQs, Does Free File use secure technologies?, <http://www.freefilealliance.org/faqs/>, 最後瀏覽日民國 103 年 5 月 16 日。

點選後選取軟體提供者。

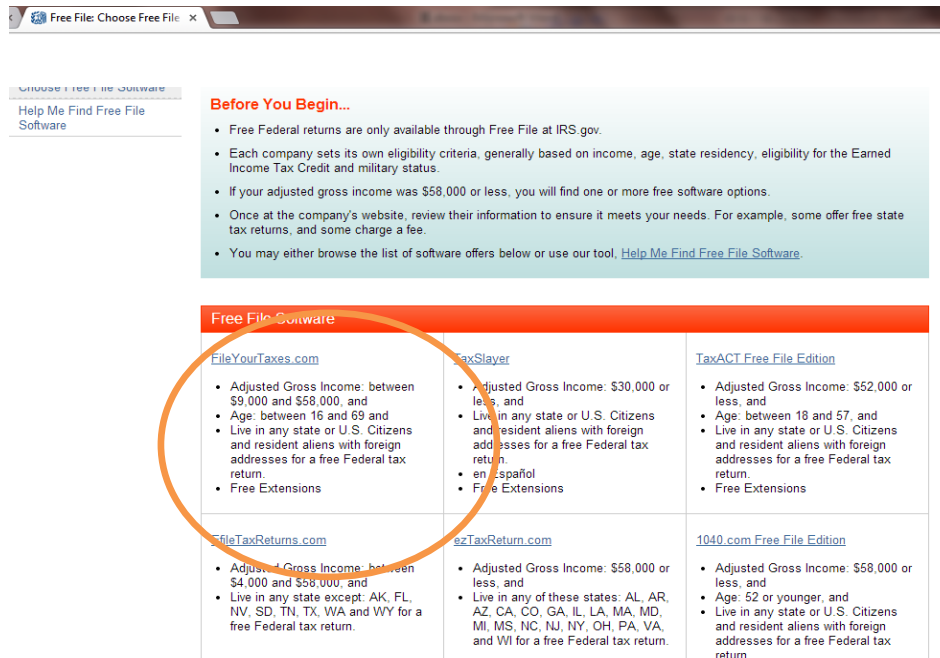


圖 4-2 網路報稅程序 2

即將離開 IRS 網站，進入選取業者經營之安全網站。

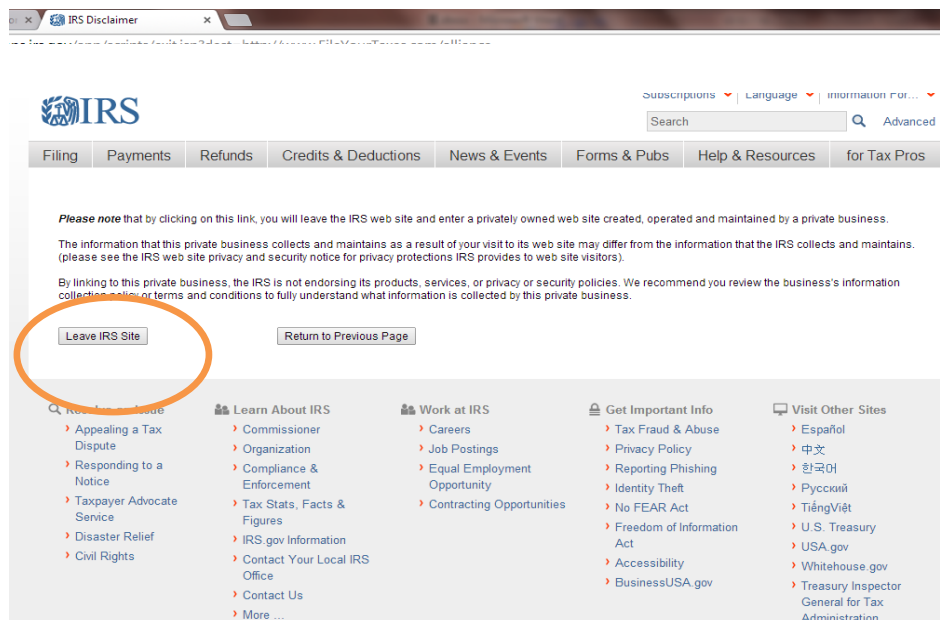


圖 4-3 網路報稅程序 3



圖 4-4 網路報稅程序 4

免費報稅軟體業者係使用姓名、社會安全碼及密碼等三項資訊認證使用者身份；對新用戶來說，首次登入的密碼係於輸入姓名及社會安全碼後自動由系統隨機發出，舊用戶則應使用首次使用時自行選取的密碼，故密碼本身並無獨立的申請流程。

FileYourTaxes.com
securely

[Print View](#)

Login:

New Users:
To create an account, enter the information requested on this page. Your information is stored on a secure server in the United States.

Returning Users:
To enter an existing account, enter the information as you did when you first started your return.

Vital Information and Login Page

Welcome to the tax year **2013** (2014 filing season) login page.

To begin or to work with a personal income tax return for tax year 2013, please fill out the information below. If you are filing for another year, you cannot do it here. You will have to go to another section of our website.

Primary Taxpayer's Name:

First Middle Last

Suffix

Primary Taxpayer's Social Security Number:

Be sure this number is correct. Your return will not be accepted by the IRS if you file with an incorrect Social Security Number.

****VERY IMPORTANT****
If your eMail account has a restriction for spam, please update your eMail account to accept eMail from the domain FileYourTaxes.com and the address taxman@FileYourTaxes.com.

PLEASE SCROLL DOWN TO FIND MORE QUESTIONS

[SAVE & CONTINUE](#)

© 1995 - 2014 FileYourTaxes.com FileYourTaxes.com is a secure web service that is monitored daily. Mouseover [here](#) to see our third party site

圖 4-5 網路報稅程序 5

FileYourTaxes.com
securely

[Print View](#)

Login:

New Users:
To create an account, enter the information requested on this page. Your information is stored on a secure server in the United States.

Returning Users:
To enter an existing account, enter the information as you did when you first started your return.

Vital Information and Login Page

Welcome to the tax year **2013** (2014 filing season) login page.

To begin or to work with a personal income tax return for tax year 2013, please fill out the information below. If you are filing for another year, you cannot do it here. You will have to go to another section of our website.

Primary Taxpayer's Name:

First Middle Last

Suffix

Primary Taxpayer's Social Security Number:

Be sure this number is correct. Your return will not be accepted by the IRS if you file with an incorrect Social Security Number.

****VERY IMPORTANT****
If your eMail account has a restriction for spam, please update your eMail account to accept eMail from the domain FileYourTaxes.com and the address taxman@FileYourTaxes.com.

E-Mail Address

FileYourTaxes.com sends all notifications about your tax return via eMail. We must have your email address to notify you if and when your return is accepted by the tax authority.

Password

Passwords are Case SEnSiTiVe. If this is the first time you are using the system for this year, please create a password for yourself.

Returning Users Use last years password and you will be able copy data from last year. If you have forgotten your password, [Click here](#). Do not use non-alphanumeric characters.

Password Re-enter Password

PLEASE SCROLL DOWN TO FIND MORE QUESTIONS

[SAVE & CONTINUE](#)

© 1995 - 2014 FileYourTaxes.com FileYourTaxes.com is a secure web service that is monitored daily. Mouseover [here](#) to see our third party site

圖 4-6 網路報稅程序 6

以下是使用姓名、社會安全碼以及用戶自行設計之密碼登入後的頁面。

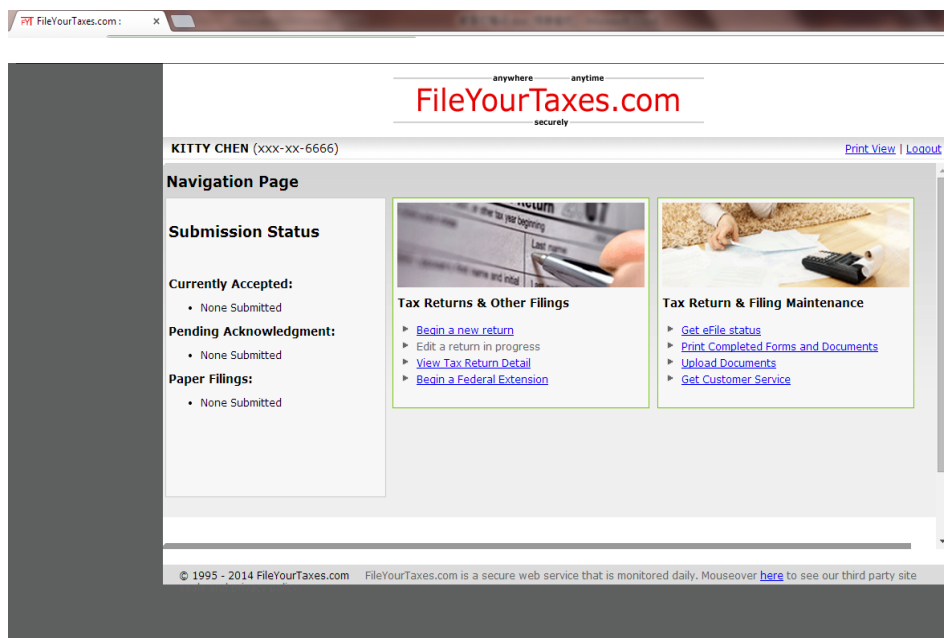
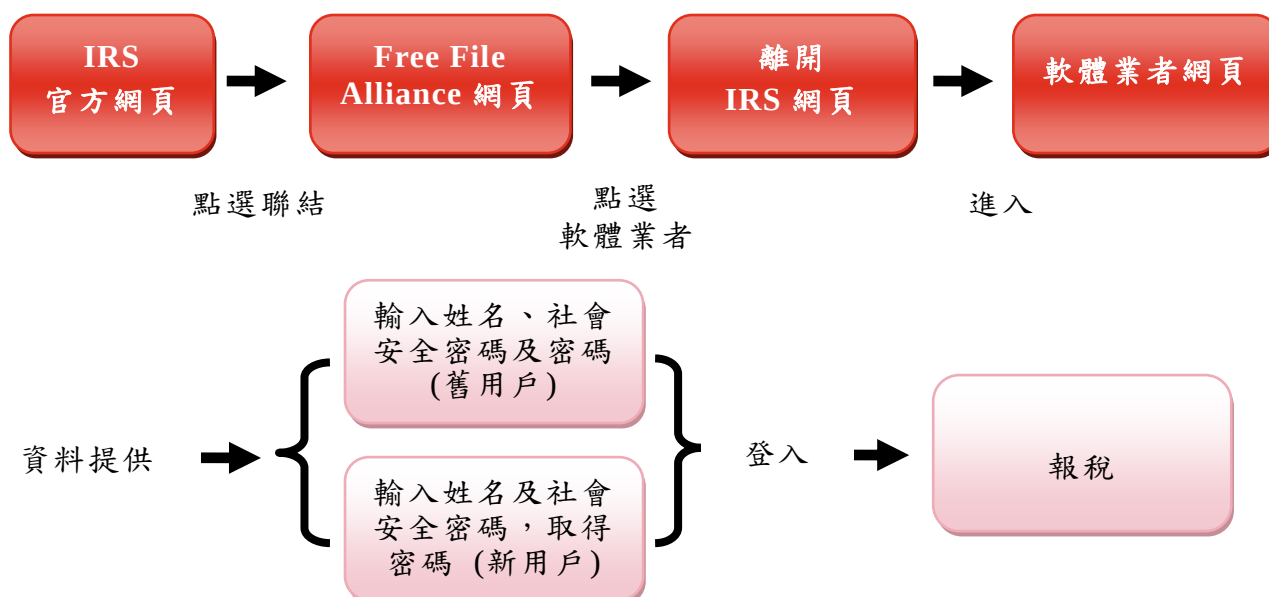


圖 4-7 網路報稅程序 7

以下茲提供美國在網路平台上使用免費報稅軟體之流程圖，並說明美國網路報稅程序所需之身分認證資訊種類。



二、保險業

有鑑於保險法規對於保險利益的要求、保險憑證不具經濟效益等因素，縱然金融監督管理委員會已開放部分險種網路投保清單，我國保戶採取全網路型投保者並不普及。透過訪談歐系外商保險業者的機會，本團隊取得香港、中國、日本、英國以及美國之網路投保實務，其中關於身分認證機制，茲提供如下作為參考（見圖 4-8~4-11）。

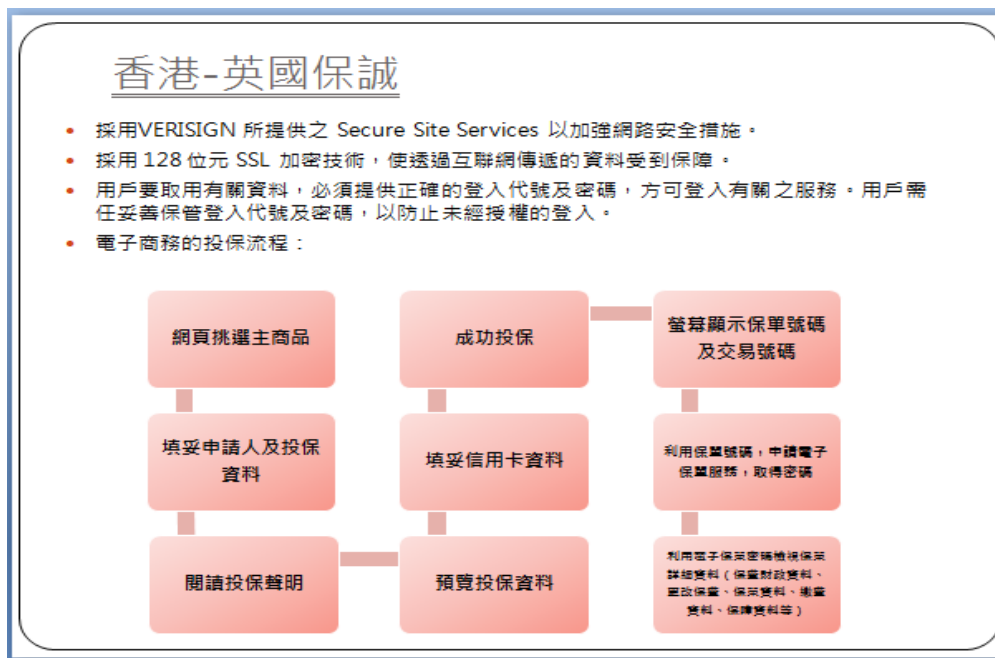


圖 4-8 英國保誠網路投保身分認證機制

由上圖可知，英國網路投保的第一層身分認證機制係信用卡資料，在投保成功後，投保人得透過業者系統所提供之保單號碼申請電子保單服務，取得第二層身分認證資料的電子保單密碼。嗣後，使用電子保單密碼即能檢視保單詳細資料，例如保費資料、更改保費、繳費資料、保險範圍等。

中國平安保險

一年期綜合意外險

1 報價 >> 2 填寫保險信息 >> 3 投保確認 >> 4 支付

● 被保險人總數: 1 人

● 其中未成年人數: 0 人 (未成年指未滿18周歲人士)

基本保障 保險金額(每人)

● 意外傷害身故/殘疾/喪失勞動力 承保範圍: 10 萬元

意外傷害醫療 承保範圍: 1 萬元

附加保障 保險金額(每人)

誤工津貼 承保範圍: 不投保 元/天

護理津貼 承保範圍: 不投保 元/天

境內緊急醫療救援 承保範圍: 不投保

飛機意外傷害身故/殘疾 承保範圍: 不投保 萬元

火車、輪船意外傷害身故/殘疾 承保範圍: 不投保 萬元

汽車意外傷害身故/殘疾 承保範圍: 不投保 萬元

● 保險信息:

會員價: 161.7元

立即投保 還不是會員? **立即註冊**

平安直通保險 PINGAN DIRECT

挑選商品 發單

試算保費 線上付款

登入會員 投保 填寫要保書

中国平安 PINGAN | 會員登錄

一帳通用戶登錄，馬上享受會員服務

已獲保險公司授權，可代辦各類保險業務，詳情請洽保險公司

姓名: 電話: 密碼: 驗證碼: 註冊

圖 4-9 中國平安網路投保身分認證機制

由上圖可知，中國網路投保的第一層身分認證機制為業者網站會員帳號及密碼，另外，尚需為該業者集團經營之「一帳通」會員始得投保，相當於採用兩層身分認證機制。「一帳通」整合該集團之銀行、保險、證券、信用卡等線上金融服務，也提供行動型手機版本的服務，相當於我國的網路銀行。

「一帳通」的註冊申請有兩個步驟，第一步需要用戶提供姓名，並依據證件類型（可接受身分證、護照、軍官證或士兵證、港澳通行證或回鄉證或台胞證、戶口本等）提供證件號碼、聯絡資料（電子郵件信箱及手機號碼）後，在第二步申請帳號密碼；一帳通得透過信用卡或帳戶聯結，提供支付服務功能。在特定招攬期間，一帳通得經由註冊時綁定的手機號碼，傳送贈送話費的優惠簡訊至手機，供消費者使用。

日本網路投保

• 除了下列商品之外，所有商品皆可於網路購買：

1. 有解約金的商品
2. 地震險
3. 外幣商品

• 電子商務的投保流程：

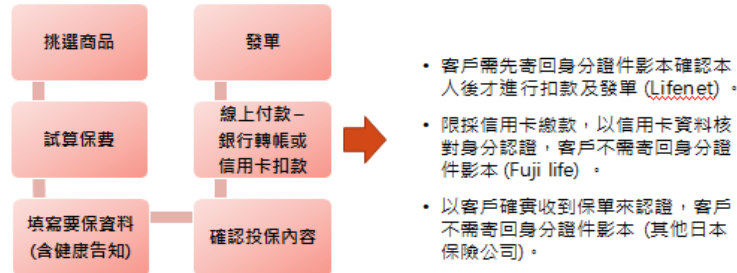


圖 4-10 日本網路投保身分認證機制

由上圖可知，日本網路投保的身份認證採用連結銀行帳戶或信用卡的方式，另以寄回實體身分證件影本補強之；有部分業者甚至無需客戶寄回身份證件影本，而以客戶確實收到保單來認證。

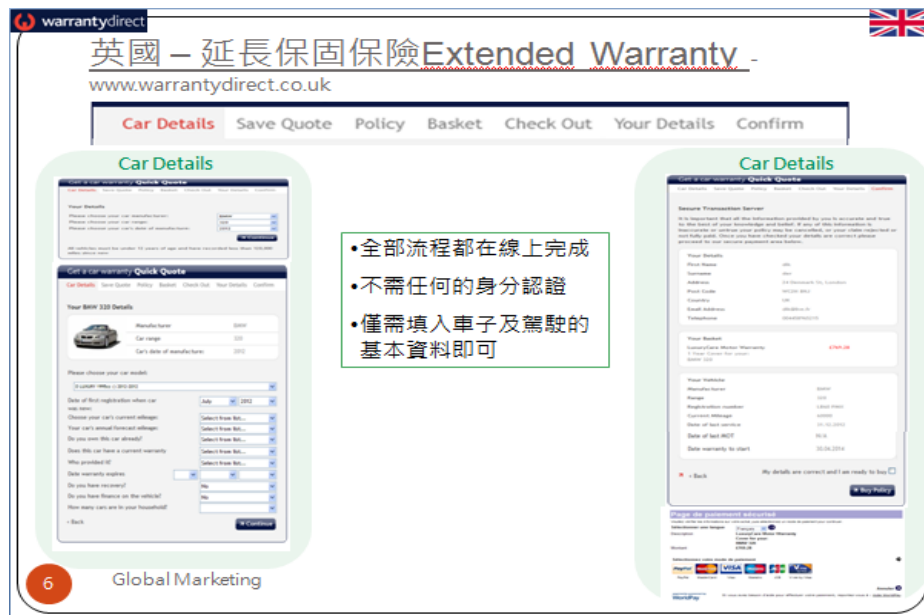


圖 4-11 英國延長保固保險網路投保身分認證機制

以英國車險以及延長車輛保固保險網路投保為例，完全無需任何的身分認證，而僅需輸入車輛及駕駛之資本資料即可；例如駕駛人姓名、性別、擁有車輛數、婚姻狀態、電子郵件、電話號碼、職業屬性；關於車輛的資料則包含製造商、型號、製造年份、已行駛里程數、每年預計行駛里程數、要保人是否持有該車輛、車輛是否仍在保固期內、保固提供人、保固期限、是否曾使用保固、是否有車貸等，並使用信用卡付款。

美國 - Online Health insurance

www.ehealthinsurance.com

eHealth

APPLICANT

COVERAGE

ADDITIONAL

PAYMENT

SUMMARY

Eligibility Questions

Estate-Based Care: EHealth requires answers to the following question to see if you are eligible for their health coverage. Please answer the question then click Continue to begin to enter your information with EHealth Business-Buildback or view our EHealth member After we will ask the questions Step 2: Complete Form.

*1. Are all applicants listed on the application residents of the state in which you are applying for coverage?

Yes No

*2. Do you have a child age 20 or over who is legally separated, unmarried, hospitalized or developmentally disabled for whom coverage is being requested under the contract?

Yes No

If YES, a suitable affidavit from DMV/DHS must be submitted to determine eligibility.

*3. Are you or anyone applying for coverage currently eligible for Medicaid?

Yes No

*4. Are you or anyone applying for coverage currently receiving Social Security Disability, Medicare, Medicaid or other government program benefits, or unable to work due to disability or receiving Workers Compensation benefits?

Yes No

*5. Do you or anyone applying for coverage, currently have health care coverage?

Yes No

Continue to step 2

客戶需要回答問題已確認
符合購買醫療險的資格

APPLICANT

COVERAGE

ADDITIONAL

PAYMENT

SUMMARY

If you applied through email before, please login and edit profile form with your saved information.

Application Information

* First Name Last Name SSN *

* Marital Status Gender Birth Date Preferred written language? Preferred payment language?
Single Male 11/26/1980 English (US) English (US)

Continue

Payment Methods

Select An Initial Payment Method:

* Monthly Automatic Premium Payments

* One-time Credit Card

Select Credit Information

Credit card to finance

* First Name Last Name

* Street Address City State Zip

* Account Card # Expiration Date Code

* Billing address (if different from above)

* City State Zip

* Your credit card info must be provided using industry standard SSL encryption technology.

* Review Order

You will receive monthly bill after your ongoing payment method.

Back

Continue

客戶填入個人資料採
用信用卡或銀行轉帳
方式付款

7

Global Marketing

03/05/2017

圖 4-12 美國健康保險網路投保身分認證機制

以美國投保醫療險為例，投保人應先回答問題，以確認符合購買醫療險的資格，含投保人是否居住在特定州、投保範圍是否適用於 26 歲以上身心障礙的子女、投保人是否適用美國政府所提供的醫療保險、是否接受社會安全保險等政府補助，或因身心障

礙之故無法工作而接受政府補助、是否已有現存的醫療保險等。最後，要保人以信用卡支付保費。

另外，保險商品亦可能與電子商城提供之服務連結。參考日本案例，根據研究，日本是僅次於美國的保險超級大國³¹。日本最大購物平台樂天市場「樂天 Ichiban」(<http://www.rakuten.co.jp/>)，即以含列「樂天保險」連結之方式，間接提供保險商品。所謂「間接提供保險商品」，係指樂天 Ichiban 並未在直接其平台上架販售各類保險商品，樂天 Ichiban 本身並非保險公司、保險代理商或經紀商，亦不擔任保險契約中之保險人，而是在平台下半部以含列「損害保險、生命保險比較」之連結，供有興趣之消費者點選後，將消費者引領至樂天保險之網站(http://hoken.rakuten.co.jp/?l-id=top_normal_special47)，再由消費者在樂天保險的前述網站上，進行各類保險方案及費用之比較及選購。

消費者在進入網站後，將接觸樂天保險網站三大類資訊提供或銷售保險之管道，茲說明如下：

1.以區分險種的方式，提供資訊或銷售保險

樂天保險將險種區分為(1)生命、醫療以及癌症險；(2)車險；(3)旅行平安險；(4)寵物、住家財產以及責任險；以及(5)儲蓄險等五大險種。以生命保險為例，消費者點選後得以輸入性別、年齡、保險期間及保險金額等資本資料後，試算並

31 張禎，日本樂天集團-互聯網金融的典範，
http://blog.sina.com.cn/s/blog_b2a635f30101con3.html，最後瀏覽日民國 103 年 4 月 14 日。

獲得各家壽險公司之保險金以及簡要保單內容。消費者可點選有興趣的壽險公司或商品，以取得其他細節的保單說明，抑或直接在網路上提出要保申請；惟線上要保申請應先登入樂天 Ichiban 之會員頁面。

2.以區分保險公司的方式，提供資訊或銷售保險

消費者除了以險種作為商品瀏覽的關鍵以外，亦可點選保險公司連結，即出現特定保險公司所提供之險種及商品，係與第一種方式相反的管道。

3.僅提供各類險種之保單說明

非以銷售保險商品為直接目的，而係在教育消費者如何依據自身狀況選擇符合個人需求的保險商品；以癌症險為例，年齡、婚姻與子女狀況即為關鍵考量因素；倘為車險，則取決於消費者擁有或駕駛的車種。

進一步深究樂天 Ichiban 的模式後發現，消費者並未向樂天 Ichiban 提出要保申請或與其成立保險契約，故樂天 Ichiban 並非保險法定義上之保險人。另外，僅透過含列樂天保險之網站連結，再由消費者直接在樂天保險網站上選購保險商品而與網站上選定之保險公司成立保險契約，樂天 Ichiban 在洽訂保險契約期間並無涉入，故非「基於被保險人利益，代向保險人洽訂保險契約，而向承保之保險業收取佣金」之保險經紀人³²。

32 我國保險法第 9 條保險經紀人之定義。

至於樂天 Ichiban 是否「為保險業、保險經紀人公司、保險代理人公司，從事保險招攬」之保險業務員³³？實務上，保險業務員係指由保險公司僱用之業務員，從法條文義可知，其權限限於「招攬保險」。依據保險業務員管理規則第 15 條第 3 項，保險招攬包括解釋保險商品內容及保單條款、說明填寫要保書注意事項、轉送要保文件及保險單，以及其他經所屬公司授權從事保險招攬之行為³⁴；同條第 4 項規定，業務員應於所招攬之要保書上親自簽名並記載其登錄字號。樂天 Ichiban 單純含列樂天保險網站連結之行為，既未提及任何特定保險公司或保險金、承保範圍等保單內容，亦無與消費者締約之事實，實非我國保險法所稱之保險業務員。

由上可知，樂天 Ichiban 作為購物平台，僅單純含列「損害保險、生命保險比較」之網站連結，並非保險業或保險從業人員，甚至未提及該連結係由樂天保險所維護營運。

三、證券業

以美國為例，網路型券商已行有多年，提供 24 小時服務。茲說明開戶流程如下（見圖 4-13~4-15）：

33 我國保險法第 8 之 1 條保險業務員之定義。

34 實務上，保險公司會賦予業務員收費的權限，但與保險公司相關業務之「核、承保」及「理賠」，則不在業務員之授權範圍內

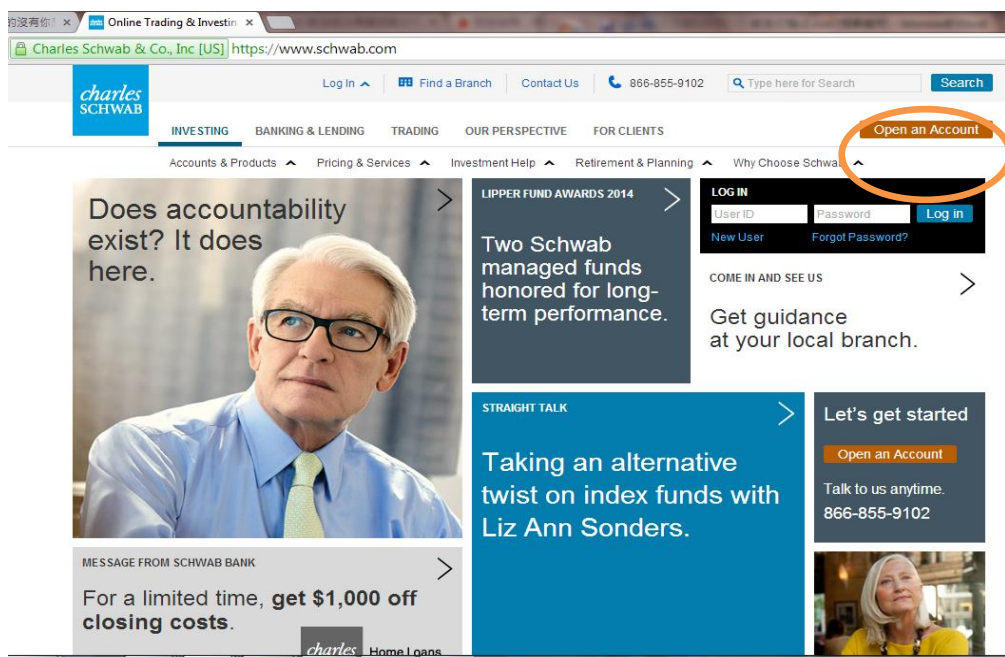


圖 4-13 證券網路開戶流程 1

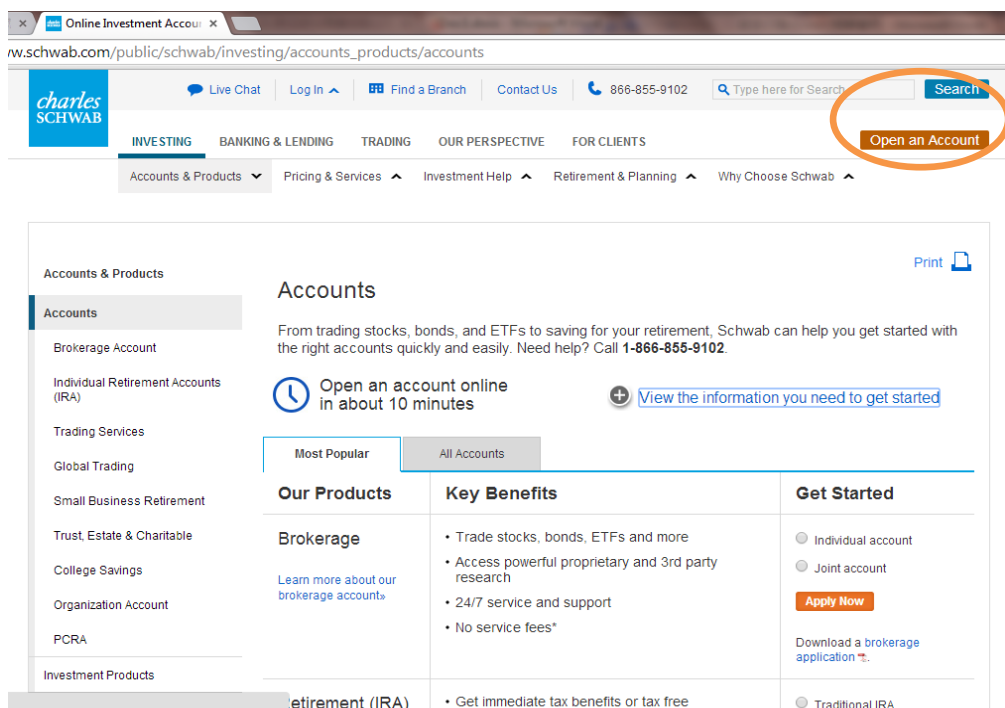


圖 4-14 證券網路開戶流程 2

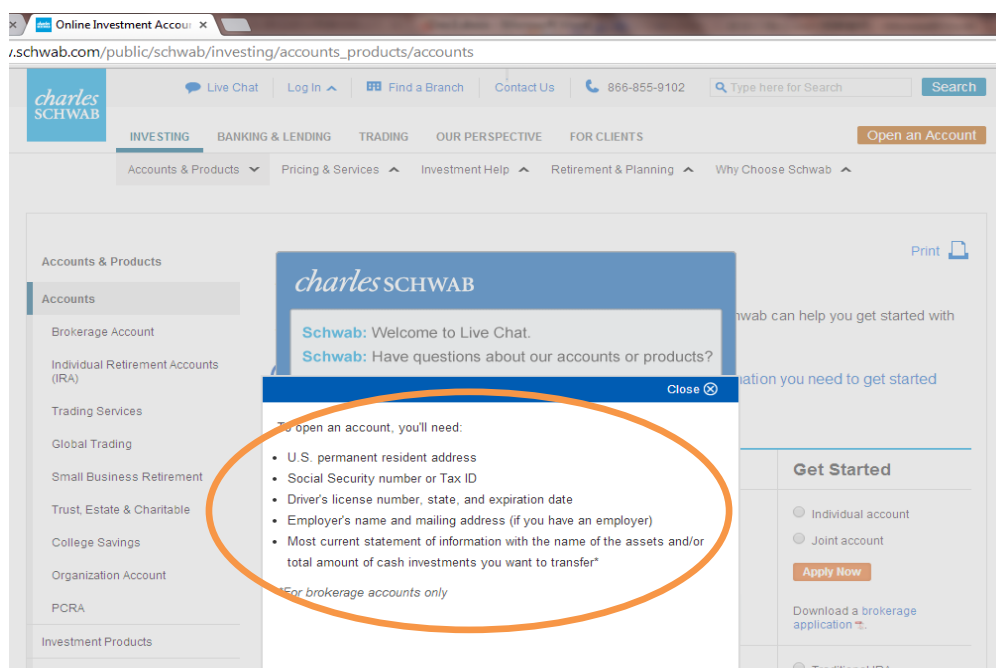


圖 4-15 證券網路開戶流程 3

由上可知，填寫網路開戶申請書需要(1)美國固定地址，(2)社會安全碼，(3)駕照號碼、發行州別及有效日期，(4)僱主姓名及地址，(5)財力證明等五大類資料，接著郵寄身份證件影本（在美國為駕照，外國人則得使用護照）以及電子交易服務合約回覆券商，即得完成開戶手續，每次下單時則使用預先註冊完成的一套帳號與密碼登入。由下列圖示可知（見圖 4-16~4-20），網路券商使用私人信用查詢機構（如 Equifax，其角色相當於我國之財團法人金融聯合徵信中心）證認申請人身分及信用狀態。為了讓網路券商向專業機構查詢個人信用紀錄，申請人應提供個人姓名、地址、電話、國籍及身分證明文件號碼、出生年月日、母親娘家姓氏、工作狀態（是否受僱）、是否為公開發行公司之董事、百分之百股東或具決策權之經理人、是否受僱於或為證券交易市場、券商公會會員或公債經紀自營商之關係人、年所得、個人淨值等資訊。

Open An Account - Schwab One Individual Brokerage

1 Get Started 2 Your Information 3 Online Setup 4 Account Features 5 Agree to Terms 6 Review & Confirm

Open an account online in about 10 minutes

Before you start, be sure to have this information with you for each applicant:

- U.S. permanent resident address
- Social Security number or Tax ID
- Driver's license number, state, and expiration date
- Employer's name and mailing address (if you have an employer)
- If you want to finish the application later, you can always save and return.

If you are not a U.S. resident, visit our [Global site](#) or download our [Schwab One International Application](#).

You can contact a Schwab representative at any point during the online application.

Offer/Referral Code
☒ TRADER [Edit](#) [Read the Terms and Conditions for the Trader](#)
☐ Add Offer/Referral code

New to Schwab? [During the application process you can create a Schwab.com ID and access your new account online. Your personal information will be saved as you enter it in the application form and will be used for marketing. Please review our \[Privacy Notice\]\(#\) before](#)

Already a Schwab Client? [Enter your user ID and password, and we'll pre-fill much of your account application to save time.](#)

圖 4-16 證券商使用私人信用機構查詢信用流程 1

Open An Account - Schwab One Individual Brokerage

1 Get Started 2 Your Information 3 Online Setup 4 Account Features 5 Agree to Terms 6 Review & Confirm

Save & Exit

Account Holder Information

Primary Account Holder

First Name Middle Name Last Name Suffix

Email Address

Addresses

Home Street Address (No P.O. Boxes)

Street Address

Street Address Line 2 (Optional)

City State Zip

Country United States

☐ I have changed my home address in the past six months.

☐ I would like to have my mail sent to another address.

Phone Numbers

You must enter at least one number.

Home Phone Number

圖 4-17 證券商使用私人信用機構查詢信用流程 2

Open An Account - Schwab x

Charles Schwab & Co., Inc. [US] https://client.schwab.com/Login/AccountOpen/ProfileInformation.aspx?ApplicationId=B14002336868241913P&app

☐ I have changed my home address in the past six months. [?](#)

☐ I would like to have my mail sent to another address. [?](#)

Phone Numbers [?](#)

You must enter at least one number.

Home Phone Number - -

Mobile Phone Number - -

Business Phone Number - - ext.

Identification Information [?](#)

Citizenship

Social Security Number - -

Date of Birth / /

Mother's Maiden Name

Driver's License Number State

Expiration / /

Employment Information [?](#)

Employment Status

Affiliations

☐ I am a director, 10% shareholder or policy-making officer of a publicly held company. [?](#)

☐ I am affiliated with or employed by a stock exchange, member firm of an exchange or FINRA, or a municipal securities broker-dealer. [?](#)

javascript:doPostBack('ct1005WpMgrSLaunchWebPart\$ct1005InkStProx','') is broker-dealer. [?](#)

圖 4-18 證券商使用私人信用機構查詢信用流程 3

Open An Account - Schwab x

Charles Schwab & Co., Inc. [US] https://client.schwab.com/Login/AccountOpen/ProfileInformation.aspx?ApplicationId=B14002336868241913P&app

Driver's License Number State

Expiration / /

Employment Information [?](#)

Employment Status

Affiliations

☐ I am a director, 10% shareholder or policy-making officer of a publicly held company. [?](#)

☐ I am affiliated with or employed by a stock exchange, member firm of an exchange or FINRA, or a municipal securities broker-dealer. [?](#)

Investment Profile

Annual Income [?](#)

Liquid Net Worth [?](#)

We will use this information to perform a credit inquiry with Equifax, an independent credit agency, to verify your identity. The questions on the next screen will be generated by Equifax and will ask you to identify which installment and revolving credit amounts (such as mortgage or other loans), and their associated payments, may be yours.

(1211-6398)

Brokerage Products: Not FDIC Insured • No Bank Guarantee • May Lose Value

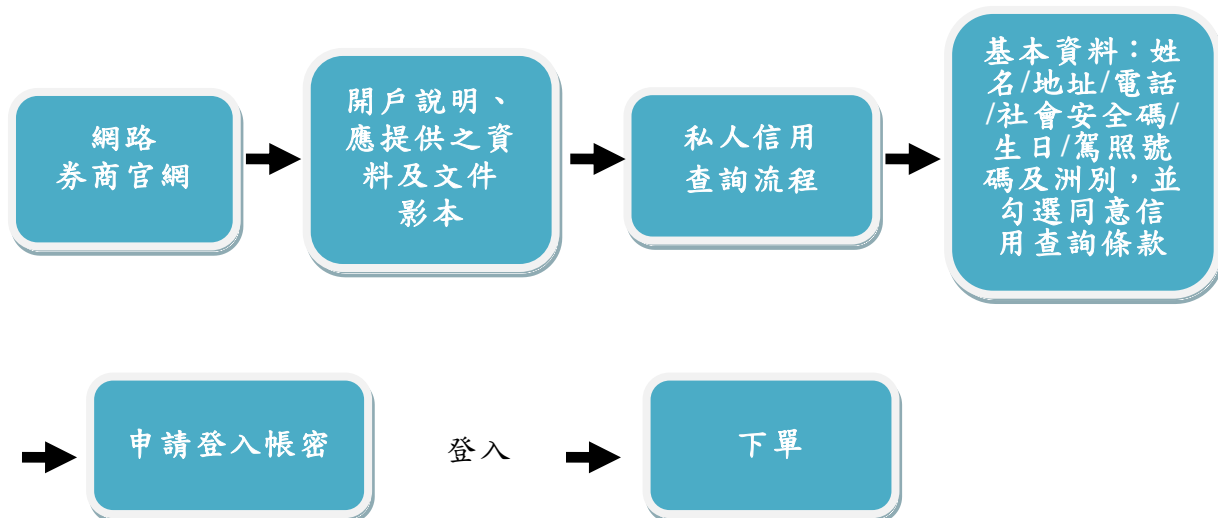
Charles Schwab & Co., Inc. and Charles Schwab Bank are separate but affiliated companies and wholly-owned subsidiaries of The Charles Schwab Corporation. Brokerage products and services are offered by Charles Schwab & Co., Inc. (Schwab Brokerage), Member SIPC. Deposit and lending products and services are offered by Charles Schwab Bank. Member FDIC and Equal Housing Lender.

© 2014 Charles Schwab & Co., Inc. All rights reserved. Unauthorized access is prohibited. Usage will be monitored.

圖 4-19 證券商使用私人信用機構查詢信用流程 4



圖 4-20 證券商使用私人信用機構查詢信用流程 5



第四節 小 結

（一）身分認證

在線上進行金融商品或服務交易時，應採取何種身分認證及意思表示確認之措施，始能等同傳統上由金融從業人員親見及書面簽章之作法，係目前最迫切待解決之問題。對銀行業而言，目前網路交易的身分認證機制有兩種，一為個別銀行會員制，一為跨行的網路 ATM 系統。由於使用上均屬便利，普遍性相當高，因此尚無改變之需求。保險業、證券暨期貨業所面臨電子商務的身分認證問題，主要係由於現行使用之憑證需由客戶親赴個別保險公司、證券或期貨公司臨櫃辦理，且無共通憑證，導致推廣使用受限。此外，證券暨期貨業者更關注如何利用身分認證，降低信用交易之風險。至於投信投顧業者，未來若能直接利用銀行身分認證機制辦理線上開戶及交易的身分認證，將有助於效率之提昇。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調整（Know Your Customer；KYC）

客戶投資屬性及風險承受度之調查多以問卷方式為之，目前網路投保產險時，已經係由消費者於網頁上完成，關鍵仍在於確認問卷填具人是否為客戶本人即身分認證之問題。於客戶線上完成問卷後，倘認有進一步了解狀況之必要，可配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理。

（三）商品或服務說明

金融業者利用網路提供金融商品或服務時，除在網頁上應有基本共通資訊及個別商品或服務資訊之說明外，實不妨以人工電訪方式配合說明商品或服務，或建置線上真人即時互動系統，以達線上完成交易之目的。

（四）洗錢防制

洗錢防制所涉身分確認義務，除配合身分認證機制外，通常利用 KYC 程序進行，因此，主要問題仍在於建立合理且適當的線上身分認證機制。有關洗錢防制之交易憑證留存義務及可疑交易申報義務，因可取得線上即時訊息，實更可避免時間上的誤差。

（五）第三方平台

第三方平台業者對於金融業之影響，簡單來說，有下列可能性：(1)利用第三方平台販售金融商品或服務；(2)利用第三方平台進行金融商品或服務之廣告；(3)連結第三方支付業者的功能，除容許客戶直接以第三方支付服務繳納金融商品或服務之對價外，進一步可能利用第三方支付業者建立的身分認證機制，以完成網路交易時對於身分認證之需求。

第五章 結論與建議

第一節 結 論

一、網際網路、電子商務及第三方支付的發展趨勢及其對金融業的可能影響

本節分別針對網際網路、資訊科技創新、第三方支付的發展趨勢加以分析，並探討它們對金融業的影響。

（一）網際網路與金融業發展與影響

網路發展對傳統產業銀行的影響與衝擊，包括：

- 1.個人化商品蓬勃發展，消費金融業務將更具主導地位；
- 2.網際網路搭配多樣化通路，將無遠弗屆開發新客源；
- 3.組織再造與人力資源再提升，將為公司行銷創造更多加值；
- 4.網路化服務將大幅降低業者營運成本；
- 5.網路發展將減少實體機構的服務與客戶忠誠度；
- 6.網路交易可能引發監理及電子交易安全的疑慮。

（二）資訊科技創新對金融業發展與影響

資訊科技快速創新的技術與商業模式，將可能對金融業發展的影響與衝擊，包括：

- 1.巨量資料、雲端計算、寬頻傳輸及互聯網催生的嶄新金融模式，將大幅改變銀行與客戶之互動聯繫模式、產生商業價值；

- 2.金融業務與網路科技創新的整合有其必要，以提供消費者更方便與效率的商品服務、強化與落實網路金融之規劃；
- 3.科技創新（如：巨量資料、雲端計算）除可能帶來市場、信用及流動性風險之外，金融業者與主管機關也須針對創新所引發的風險控管及監理問題密切關注。

（三）金融業面對第三方支付服務的態度

第三方支付是電子商務支付通路的平台，其背後連結的是跨業結合的廣大市場。電子商務之創新營運模式變化快速，不管是購物網站、O2O、行動支付、基金等網路交易產業，其背後都需要穩定金流的支持，才能得以順利進行。因此，銀行業應積極參與第三方支付，提供穩定的金流服務系統，不管是境內或跨境，促進各種產業順利發展，並推動產業升級轉型與成為經濟成長的動力。

（四）金融業跨足第三方支付服務的影響與衝擊

- 1.隨著行動商務及行動支付興起，積極拓展手機載具成為整合型支付工具，搭配主動式的消費者服務行銷、支付方式多元化，將可擴大市場客戶規模，加快交易速度、衝高業績；
- 2.結合第三方支付之數據分析，將能提供客戶更多客製化、貼心，即時的產品與服務，以因應交易型態改變；
- 3.可活絡電子商務市場（整合金流服務及雲端通路等）、扶植個人創意、開創新的銀行業務、增加消費者選擇；但隨著而來的交易安全、反洗錢等管理與監理需更加推廣；

4.金融業面對相對較多的法規管制，加上網路電商的人才資源與商業模式有待提升；然而，銀行也相對較具高資本、高安全、高信任之優點，將可提供現有客戶更深入、更雙方、更即時之服務。

5.妥善運用創新科技之商業模式，搭配銀行的品牌、安全、消費者依賴及既有網路，透過雲端、巨量資料的分析，將可提供客戶雙向即時服務、深度拓展服務通路，在交易安全得到保障下，消費者對於網路保險、證券金融、期貨交易等服務將更加蓬勃發展。

（五）政府與金融業者面對第三方支付服務之態度

1.政府態度—交易安全環境塑造、協助中小企業突破國際行銷限制及加速協助金融業因應嶄新環境的變化

面對第三方支付的節節進逼傳統金融業，政府（尤其是金管會）的角色何在？金管會的目標應是在風險控管下，協助產業的發展，尤其是中小企業利用電子商務突破行銷的障礙，以及第三方支付業者得以跨境經營，將臺灣產業的創新，透過電子商務及商業模式而得以兌現，贏取規模經濟利益，而取得競爭優勢。

臺灣和大陸不同，大陸在於金融高度管制、壟斷，因此，第三方支付業者透過創新，逐步打破大陸金融業的高度壟斷，為其金融改革鋪路。但即使如此，在支付寶、餘額寶不斷坐大情況下，大陸的傳統金融業者也感受到壓力，向人民銀行要求規範，雖然表明不會取締，但加強風險控管，甚至提供一定準備金，將是未來發展的方向。

在臺灣的服務業領先大陸，如能結合電子商務平台，協助第三方支付業者進軍大陸市場，對臺灣的水果、有機農產品、美食、甜點、文化產品等，將可利用大陸的分眾市場（但足夠的規模經濟），突破銷售的時間與空間的限制，為年輕人、中小企業的創意找到生存空間，並突破 22K 的薪資困境。

根據上述各國的專法規定，各國第三方支付的管理法規的管理重點在於確保業者具有償債能力、營運管理能力、洗錢防制規範、專用存款帳戶、代收資金運用限制、資料保存業務及書面簽約等規定。

在資本額的規範上，高額資本可以確保業者投資設備、資訊安全、風險管控的最小效率規模，但可能也會使資金不足、但具有創意的業者無法參與第三方支付的業務。相對於美國、歐盟、日本而言，臺灣的資本額需求稍高，但美國、歐盟鼓勵創新企圖心強，加上前述三國的法規密度高，配套完善，故資本額需求低。中國大陸的資本門檻大，主要原因在於法規管理仍在研擬之中。初步了解，根據專法的草案，臺灣雖有 3 億元資本額的限制，但係採分類管理，如不儲值則需 5 千萬資本額，如有非實質交易資金移轉則資本額的需求仍更高，基本上是合理的。不過，為了鼓勵創新，可以考慮適度降低資本額的門檻，但輔以「實際資本需求」（如前三個月實際營運金額的 10%），並加強「信託保證」、「洗錢防制機制」、「資訊安全」等配套。

2.金融業者態度—善用本身優勢結合人才、商業模式跨入第三方支付，才能因應電子商務時代的挑戰

對金融業而言，在 Bank 3.0 潮流趨勢下，銀行必須在每天滿足客戶對銀行的不同需求，未來銀行不再是依賴實體的營運據點，而是在不同的功能和用途上滿足消費者的日常需求。因此，加速轉型，從本質上進行轉交，包括產品、流程、實體營運地點，進行變革而得以適時適地的為客戶提供服務。在此一前提下，銀行面對第三方支付業者、O2O 業者，不應採取圍堵、消極防範的作法，而應積極介入網路金融、第三方支付，或利用投資方式，或成立子公司，進行第三方支付的業務，或和電子商務業者合作，擴大營運範圍（如玉山銀行等）。

尤其在大陸嚴格規範大陸第三方支付業者的同時，也是臺灣內部整合意見、急起直追最好的時機。但切切不可因為短暫的喘息，而毫無作為，那麼將在嶄新科技、金融潮流中淹沒而喪失競爭力。

二、電子商務推動金融商品之探討

現階段已經是個網際網路發達，電子商務蓬勃發展的年代，而大部分運用行動載具作為商品消費的支付方式，更可能是不久將來的消費模式。然而，對於金融業者來說，如何藉由運用數據處理、電子網路、資訊安全等技術工具，透過電子商務或行動支付達到企業網路銷售與市場經營的目標，藉以改變傳統金融業務與操作，實現透過電子商務達到消費者對金融商品通路經營銷售

的方便性與安全性，確實影響著現階段整體社會與金融行業的發展。

1.電子交易憑證：

現階段，臺灣金融相關業務在電子交易憑證的應用，皆必須經由消費者親自到各金融機構臨櫃申辦，才可以獲得能夠在網路下單證券、期貨、保險、基金的金融交易憑證；此外，政府負責制發的自然人憑證，也是需要消費者親自到各戶政事務所臨櫃申報，才可用來報稅、滿足電子化政府服務。因此，目前臺灣金融業拓展相關電子商務之業務時，多受限於電子簽章法的交易安全要求，消費者必須親自臨櫃申辦。

2.無實質交易：

臺灣尚未允許第三方支付業者經營無實質交易相關業務，故無實質交易的資金移轉在現階段國內並無允許；然而，在多方業者仍持續積極地爭取下，主管機關對於無實質交易資金移轉的業務，以及是否開放網路帳戶間匯款的可能性，仍有待主管機關評估。

3.網路下單保險：

對於網路購買保險的部分，因為受到「電子簽章法」的相關規範，消費者僅能透過臨櫃申辦電子數位交易憑證，才能在網際網路或電子商務購買保險。實務上，該規範的限制下，使得網路申購保險手續不便，縱使各家業者確實曾經推出網路購買保險的服務，但申購率卻相當低；目前國內多數的大型壽險業皆已暫停提供。而產險部分，業界近兩年經過

不斷地討論，也正研擬新的網購模式，試圖在不降低資訊安全的前提下，找到替代交易憑證的新方法。

4.網路交易未上市櫃股票：

群眾募資在台灣已經相當盛行，但大多屬於贊助型的募資方式，並不允許以股權或債權交換。而臺灣櫃買中心於 2014 年初成立的創櫃板，提供以股權作為回饋方式之群眾募資平台，輔導新創公司以上市櫃為目標，吸引看好新創事業的投資人，先行投資並持有該新創公司之股權，對於創櫃板股權的網路公開交易行為，目前並無法源依據且是不允許的。

三、電子商務推動的法規問題

（一）身分認證

在線上進行金融商品或服務交易時，應採取何種身分認證及意思表示確認之措施，始能等同傳統上由金融從業人員親見及書面簽章之作法，係目前最迫切待解決之問題。對銀行業而言，目前網路交易的身分認證機制有兩種，一為個別銀行會員制，一為跨行的網路 ATM 系統。由於使用上均屬便利，普遍性相當高，因此尚無改變之需求。保險業、證券暨期貨業所面臨電子商務的身分認證問題，主要係由於現行使用之憑證需由客戶親赴個別保險公司、證券或期貨公司臨櫃辦理，且無共通憑證，導致推廣使用受限。此外，證券暨期貨業者更關注如何利用身分認證，降低信用交易之風險。至於投信投顧業者，未來若能直接利用銀行身分認證機制辦理線上開戶及交易的身分認證，將有助於效率之提昇。

（二）客戶投資屬性及風險承受度調整（Know Your Customer；KYC）

客戶投資屬性及風險承受度之調查多以問卷方式為之，目前網路投保產險時，已經係由消費者於網頁上完成，關鍵仍在於確認問卷填具人是否為客戶本人即身分認證之問題。於客戶線上完成問卷後，倘認有進一步了解狀況之必要，可配合利用線上真人互動系統，或線下人工電訪，甚至完全改採實體方式辦理。

（三）商品或服務說明

金融業者利用網路提供金融商品或服務時，除在網頁上應有基本共通資訊及個別商品或服務資訊之說明外，實不妨以人工電訪方式配合說明商品或服務，或建置線上真人即時互動系統，以達線上完成交易之目的。

（四）洗錢防制

洗錢防制所涉身分確認義務，除配合身分認證機制外，通常利用 KYC 程序進行，因此，主要問題仍在於建立合理且適當的線上身分認證機制。有關洗錢防制之交易憑證留存義務及可疑交易申報義務，因可取得線上即時訊息，實更可避免時間上的誤差。

（五）第三方平台

第三方平台業者對於金融業之影響，簡單來說，有下列可能性：(1)利用第三方平台販售金融商品或服務；(2)利用第三方平台進行金融商品或服務之廣告；(3)連結第三方支付業者的功能，除容許客戶直接以第三方支付服務繳納金融商品或服務之對價外，

進一步可能利用第三方支付業者建立的身分認證機制，以完成網路交易時對於身分認證之需求。

第二節 建議

一、電子商務及第三方支付服務

網際網路、電子商務及行動支付提供消費者購買商品的方式，除了將越來越便利，更具有電子化、網路化、行動化等特性的過程，也將使網路世代的年輕人，能夠更輕易地達到網路購買金融商品的日常需求。金融業者面對這種網際網路的交易環境，如何善加運用本身優勢，達到拓展金融業務是刻不容緩。因此，以下將對於我國電子商務推展金融相關業務時，針對政府及金融業者之可行作法，提出以下幾點建議供相關單位參考：

（一）政府角色

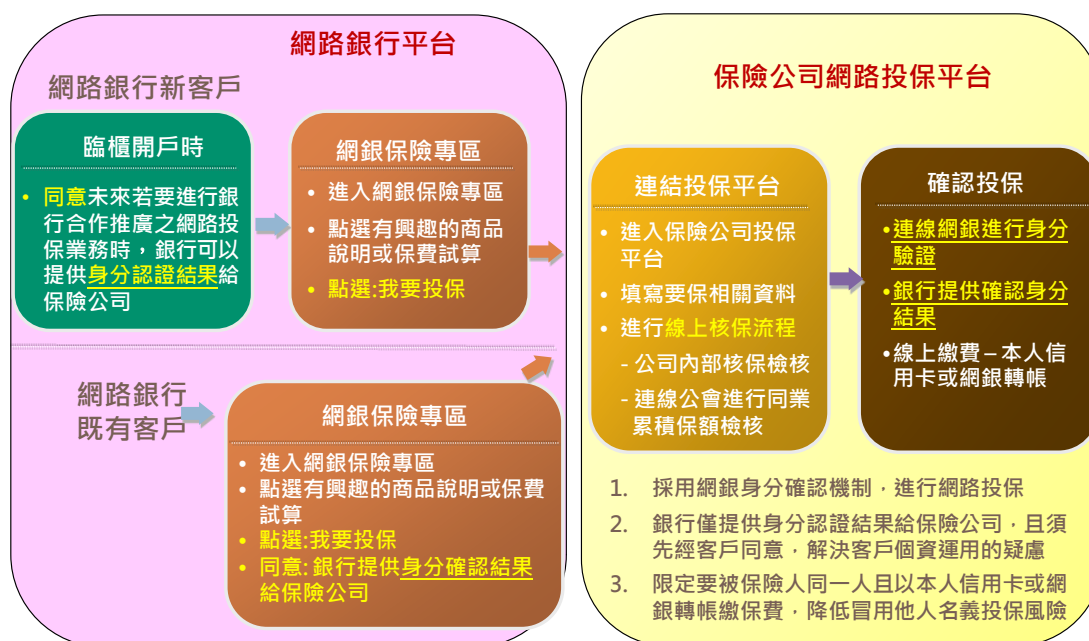
- 1.政府應該化被動為主動，透過法規鬆綁及商業模式的先行先試，成為帶領金融產業的市場發展轉型推手：

以網路購買保險為例，政府可思考階段性的逐步開放政策，參考國外已實施的汽機車保險、旅行平安保險及壽險業之線上投保後，先行針對道德危機較低的保險商品，允許在電子憑證以外的身分識別方法（如信用卡、手機綁定、網路銀行等），提出在某些特定規範的短期試辦計畫，待一定時間後（如在1年內，每季為一審視期間），確實具有實際成效再擴大開放。

在特定規範方面，則可根據不同的資本額層級，或預備開放的不同商品、不同保額上限、不同業務範圍、不同監管頻率等，必要性地在初期實施分類分級管理，以兼顧風險管理及產業發展。以人壽保險為例，可先行訂定比傳統購買保

險稍嚴的納保條件，如：(1)一定保額的限制；(2)設定要保人與被保人需為同一人；(3)受益人必須為法定繼承人等，以避免可能產生的道德危機。

若短期無法突破現行電子憑證之規範，政府也可另行思考在現行消費者辦理網路銀行即須提供雙證件的架構下，推展網購保險以提供消費者更多便利的金融商品消費管道。例如：消費者在臨櫃申辦網路銀行時，只要簽屬同意未來若進行銀行合作推廣之網路投保業務時，銀行可提供身分認證結果給保險公司，即可透過網路銀行會員的機制，達到身分識別的確證。若消費者準備透過網路銀行購買保險，在登入網銀之後連結網銀的保險專區與保險公司的網路投保平台。



資料來源：歐洲商會簡報（2014）。

2.建立兩岸金融與網路合作之暢通機制：

政府除針對國內的網路數位平台通路規範做完善建置、加強交易安全配套與管理規範，並且讓金融業務的監理條件、範圍、力道與密度，在金融業與非金融業之間能一視同仁之外，對於大陸對我國的網路遮蔽問題也應積極提出解決方案，建立兩岸金融與網路合作之暢通機制，以拓展金融業者能提供更多更適宜的商品給廣大的華人市場，提高金融業者的兩岸佈局。

3.無實質交易業務之監管態度：

政府未來思考推行無實質交易的相關業務時，除了規範公司業務的資本額之外，建議可借鏡國內金融業過去多年的經驗，包括：合規審查和詐欺、洗錢犯罪防治等方面的做法，進行實名制而排除匿名操作的可能。另外，監管層級也應建立一套審查機制與標準作業流程而有相對應的強度；欲從事相關業務的業者也必須證明自己有能力做到穩定的安全管控。

4.鼓勵金融業者積極運用創新科技：

以雲端運算科技為例，在更強大運算分析能力下，創新科技的導入將可創造可更快速更新的資訊、提供更多消費者取得消息，降低實體店面的人力成本，甚至創造出更優質的商業行銷管理模式，提高金融業者的效益。因此，建議政府除可積極協調金融人才培訓機構與其他科技技術智庫的合作外，也可搭配政策工具使用（如政府採購、創新科技認證、

金融業的 RD 租稅扣抵等)，搭配金融監理管制的適度鬆綁與調整，以提供業者更多創新的動機與誘因。

（二）金融業者角色

1.積極跨業合作與創新科技運用：

面對網際網路、電子商務與行動商務在各項領域的廣泛應用，金融業者應該秉持開放合作的心態，以提升網路資訊主管的位階的作法，透過強化 IT 設備與人才的投資，搭配媒體廣宣建立專業人才高薪形象，提升金融業的資訊人員地位。

同時，金融業者也應善用雲端科技與大數據分析的作法，達到社群網路拓展金融相關業務之目的，善用銀行本身與人為善的優勢，結合不同領域業者（如購物網站、社群平台），推動嶄新相關業務積極因應網路金融趨勢，擴展潛在消費客戶，開創新型態的金融商業模式，以攫取實體與虛擬網路的商機。

2.建構更完善的資安環境：

運用網路拓展金融業務，首要條件就是資訊安全的建構，建議金融業者（尤其是金控業者或相關合作團隊）未來能在建置全方位系統資安防護、滿足專業單位認證，並且達到保護消費者資金及個資之安全的情況下，透過建立客戶單一帳戶的模式，提供消費者可運用單一憑證即可進行金融跨業（基金、期貨、保險）的消費，使消費者能有信心進行網路購買保險、證券，達到金融多元的整合行銷；金融業者也能讓在安全資安的機制下，更加開放且無虞地推廣網路金融業務，拓展兩岸華人的網路商機。

3. 跨境行銷之結合第三方支付業者，或透過本身的平台，協助臺灣的農產品、有機產業、特色產品、美食進軍大陸及東南亞國家。
4. 結合電子商務與自由經濟示範區財富管理中心開發新業務：透過電子商務平台，開發新的金融商品，加速接觸海外台商進行財務投資，發展臺灣為亞太的財富管理中心。

二、電子商務推動之建議

電子商務為未來發展趨勢，不論係銀行業、保險業、證券暨期貨業以及投信投顧業都將調整經營模式提供消費者或投資人更便利之服務。而發展金融電子商務所面臨最大的問題，甚至可以說是唯一的問題，即係身分認證加上意思表示的問題。可能可以利用的既有身分認證機制如下：

1. 利用信用卡進行身分及信用的確認，此種方式在程序上較為簡便，附帶有徵信功能外，且可適應目前金融電子商務除利用網路外，更擴展至行動通訊的發展。
2. 擴大自然人憑證的功能，使金融業者亦得利用自然人憑證進行身分認證及意思表示之確認；未來更可考慮進一步結合健保卡，對保險業者在接受要保前驗證要保人是否確實盡到誠實告知義務，將有極大之助益。
3. 利用電信業者進行身分確認，即透過手機或電子郵件進行身分認證。

從監理面而言，除考慮單獨運用上述身分認證之各種方法外，主管機關應可透過不同身分憑證及認證機制之搭配利用，針

對不同金融業別、金融商品或服務予以分層核准及管理交易及商品類別，例如資本額、資本適足率、企業淨值或交易額等達一定規模始得於線上銷售特定金融商品，以適應對於不同金融商品或服務之規範需求。為求保障消費者交易安全，政府亦得採取交易安全分層管制，例如一定金額以下之交易可直接使用信用卡及帳戶密碼結帳；當交易金額超過一定數額後，則委由電信業者依據信用卡業者提供之手機號碼，主動以訊息告知該筆交易之結帳密碼，消費者必須鍵入該密碼始得付款。依此方式可兼顧便利性及安全性。此外，一般消費者之信用卡皆有額度限制，交易金額本即有一定上限，併予說明。

上開各種憑證或機制之使用者年齡原則上均須有所限制，蓋依民法之規定，必須年滿二十歲或雖未滿二十歲但已結婚之人，其所為之法律行為方有完全之效力，未滿二十歲之限制行為能力人或無行為能力人，其法律行為須經法定代理人之同意或由法定代理人代為之，其中七歲以上未滿二十歲之限制行為能力人雖得獨立為純獲法律上利益或依其年齡或身分日常生活所必需之行為，但金融交易大抵非屬純獲法律上利益或依其年齡或身分日常生活所必需之行為，因此有必要確認當事人之年齡。

至於金融業者的客戶投資屬性及風險承受度調查義務、商品服務說明義務及洗錢防制義務，在線上進行時，透過有效身分認證機制，已可獲得相當的基礎資訊；若於個案情形仍嫌不足，或針對涉及金額較大或內容、架構較複雜之交易，政府應要求金融業者採取更高規格之執行措施，並加強監理，以徹底落實法規要求。

關於個人資料之保護，我國目前相關法規對於金融業資訊管理已經有嚴格之要求，惟在檢討開放金融電子商務身分認證機制之同時，勢必牽動既有管理方式。由於電子商務所涉資訊安全均屬技術面之問題，政府於管控資訊安全方面，亦得採行國際標準例如 ISO27000 或 BS10012 為衡量準則，同時兼以各金融業者之實際交易情況及金融檢查評估，適當准許或終止金融業者之交易項目以達資訊安全管控目的，併予敘明。

參考文獻

一、中文部分

1. 中國電信移動支付研究組（2012），「走進移動支付—開啟互聯網時代之商務大門」，電子工業出版社。
2. 今周刊（2014），「銀行和第三方支付業者賽跑鳴槍」，No.902，頁 82-83。
3. 方耀、李榮謙（2000），網際網路對金融服務業的衝擊及其在管理上衍生的議題，中央銀行經濟研究處。
4. 冷翠華（2014），「互聯網保險：淘寶暫時領跑 蘇寧京東“馬上發力”」，證券日報，2014 年 02 月 20 日
5. 吳添聰（2013），「電子商務行動支付之攻防-Square 的故事」，北美智權報，第 88 期。
6. 周芳冠（2007），「使用電子憑證作為金融交易之安全性研究」，《行政院金融監督管理委員會九十六年度委託研究計劃》，96-07，臺北：行政院金融監督管理委員會。
7. 翁書婷（2014），「全民募資拚經濟：創櫃板熱鬧上路三大問題待解」，數位雜誌，第 237 期。
8. 陳曉勤、錢守廉、李峰（2012），「移動支付改變生活—電信營運商的移動支付創新與實踐」，北京人民郵電出版社。
9. 黃崇勝（2012），「第三方支付經營實務及發展」，紅陽科技業務簡報。

10. 臺灣銀行家 (2013), 「電子金融未來式—消金篇」, 12 月號, No.48, 頁 34-35。
11. 劉偉 (2013), 「3 家保險公司在淘寶網上首推 5 款保險產品」, 今日早報, 2013 年 04 月 20 日。
12. 數位時代(2014), 「一次搞懂網路金融」, No.239, 頁 88-90。
13. 蔡敏姿 (2014), 「阿里推娛樂寶, 用手機集資」, 經濟日報。
14. 簡榮宗 (2014), 「互聯網金融法律問題初探」, 國立政治大學科技管理所演講資料。

二、網站部分

1. Darren Westlake and Luke Lang (2012), “Crowdcube”, The Startups, URL: <http://startups.co.uk/crowdcube-darren-westlake-and-luke-lang/>.
2. <http://udn.com/NEWS/MAINLAND/MAI3/8574306.shtml>
3. James Hurkey (2011), “Crowdcube brings angel investing to the masses”, URL: <http://www.telegraph.co.uk/finance/businessclub/8324129/Crowdcube-brings-angel-investing-to-the-masses.html>.
4. MBA 智庫百科 (2013), 「P2P 網路借貸平台」, 網址：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/P2P>。

5. Raymond (2012),「支付產業聚焦－支付的演進，銀行清算到信用卡交易到電子及行動支付」，科技爆橘網站，網址：techorange.com/2012/05/15/payment-evolution/.
6. Raymond (2012),「支付產業聚焦－為何全世界最成功的行動支付案例會在非洲肯亞？」，科技爆橘網站，網址：techorange.com/2012/04/30/mpesa-mobile-payment/.
7. Raymond (2012),「支付產業聚焦－從 Liberty Reserve 關閉事件看支付產業」，科技爆橘網站，網址：techorange.com/2013/06/03/payment-liberty-reserve-event/.
8. 邱金蘭 (2014),「第三方支付，擬准陸外資來台」，經濟日報，網址：
<http://udn.com/NEWS/FINANCE/FIN4/8598448.shtml>
9. 邱煜庭 (2013),「中國第三方支付的真相」，Inside 網路趨勢觀察，網址：
<http://www.inside.com.tw/2013/08/01/the-truth-about-3rd-part-payment-services-in-china>。
10. 邱煜庭 (2013),「臺灣第三方支付的真相」，Inside 網路趨勢觀察：網址：
<http://www.inside.com.tw/2013/08/01/the-truth-about-3rd-part-payment-services-in-taiwan>。
11. 曹景祥 (2013),「群眾募資平台 幫你圓創業夢」，工研院電子報，第 10207 期，網址：<http://edm.itri.org.tw/enews/epaper/10207/c01.htm>。

12. 游資芸 (2012),「TSM 平台就定位,臺灣 NFC 行動支付商用啟動」,新電子科技雜誌,網址:
http://www.mem.com.tw/article_content.asp?sn=1208150007。
13. 經濟部中小企業處 (2013),「歐美群眾募資平台發展政策與案例」,網址:<http://incubator.moeasmea.gov.tw/news/activity/activity-none/1100-2013-12-01-12>。
14. 群創智財月刊 (2012),「行動支付產業」,智財交易加值服務網,網址:
http://www.uipex.com/monpub_show.aspx?ID=MP12122808581315。
15. 蔡凱龍 (2014),「美國版餘額寶如何垮掉,中國也會如此」,瞧中外網站,網址:
<http://chaoglobal.wordpress.com/2014/02/27/>。
16. 羅之盈 (2013),「臺灣追不上的第三方支付 支付寶餘額買基金」,數位時代,網址:
<http://www.ettoday.net/news/20131204/301780.htm>。

附錄一 第三次期末審查意見 及處理情形

計畫名稱：103 年度「網際網路及電子商務發展趨勢及其對金融業
之影響與因應研究計畫」

執行單位：中華經濟研究院

審查會議：□期初報告

□期中報告

■期末報告

頁次	內容	本會意見	回覆
P2	本計畫亦或針對網際網路對金融業的影響，進行「小範圍的」分析、討論。	刪除「小範圍的」文字，此為負面文字。	已修正。
p.5	電子商務平台或第三方支付業者始否應被解釋為「金融服務業」而得適用金融消費者保護法或評議程序；有關「企業經營者責任」，平台或第三方支付業者之連帶賠償責任，應於本計畫中進一步探討。	查報告內並無此議題之探討？	已刪除。
p.12	網路帶來市場、信用及流動性風險，以及巨量資料、雲端計算、第三方支付所引發的風險管理，金融監理均應注意。	p.190 係說明科技創新可能帶來市場、信用及流動性風險，金融業者「與」主管機關需提高管理「與」監理。 報告文字儘量前後一致，同一句子可互用「及」、「與」、「、」。避免都是用「與」字。	1. p.12 相關內容已調整如下：「除了網際網路帶來的金融風險（如：市場、信用及流動性風險等）需特別注意之外，科技創新（如：巨量資料、雲端計算）所引發的風險控管與監理問題，主管機關也應密切關注。」 2. p.190 內容已調整。
p.46	在第四階段中，銀行祇有兩條路可供選擇：其一是擁有產品交易和支付平台…其二是「堅	文義不明，為何「堅信什麼事都不會改變」是銀行僅有可選擇的路之一？	已修改，見頁 46。

頁次	內容	本會意見	回覆
	信什麼事都不會改變」。		
p.46	行政院正研擬第三方支付專法…	第三方支付專法原係經濟部主政，後改由金管會主政，草案已送至行政院審查。文字修正。	p.12 相關內容已調整如下：「原係由經濟部主導主政的第三方支付相關專法部分，目前已改由金管會負責，相關草案業已送至行政院審查。」
p.201	建立金融業共通的身分憑證…連結金融業者信用資料，建立共通徵信機制。	如要提此建議，宜說明參考哪一國家做法較明確。建立台灣之金融業共通身分憑證，金管會之前業建議應說明相關具體作法。 至連結信用資料建立徵信機制，無立論基礎，且非本報告要探討重點，金管會之前已提出刪除之意見，請予刪除。	已刪除，見頁 201。

附錄二 第二次期末審查委員意見 及處理情形

計畫名稱：103 年度「網際網路及電子商務發展趨勢及其對金融業
之影響與因應研究計畫」

執行單位：中華經濟研究院

審查會議：□期初報告

□期中報告

■期末報告

審查意見	意見回覆
1.就本案報告建議事項部分，請補強具體之相關作法，或可配合修正之法規等。	遵照辦理，請參見頁 201~203；頁 62~68。
2.本報告建議政府應推展電子憑證共同認證平台(P.201)，惟認證方法及技術涉及業者競爭力，建議確認或說明政府介入之必要性，並說明相關具體作法。	已刪除本建議，請參見頁 201、頁 62。
3.建議借鏡香港、新加坡 SOP，由主管機關派員輔導業者部分(P.201)，考量本會所轄各業並無該等機制，如維持本項建議，除請補充該兩國之實際作法外，亦請提供我國可參採借鏡之具體分析。	由於時間匆促，不足找到相關作法，故已刪除本建議，請參見頁 201、頁 62。
4.本會證期局之審查意見，請依附件提供文字據以修正。	遵照辦理。
5.「電子支付機構管理條例草案」界定非金融機構收取使用者儲值款項，非屬「存款」(P.201)，請調整用語。	已調整用語，見頁 201、頁 63。

審查意見	意見回覆
6.有關建置類似聯徵或財金徵信機制之建議(P.202)，鑒於國際無類似作法，且所涉範圍廣泛，建議刪除。	已刪除建議，請見頁 201、頁 63。
7.發展中小企業融資之建議內容屬徵信技術(P.203)，非融資業務，建議刪除。	遵照辦理，已刪除建議，見頁 203、頁 66。
8.有關群眾募資及文創募資(P.203)，非屬「電子支付機構管理條例」電子支付機構業務範圍，建議刪除。	遵照辦理，已刪除建議，見頁 203、頁 66。

附錄三 第一次期末審查委員意見 及處理情形

計畫名稱：103 年度「網際網路及電子商務發展趨勢及其對金融業
之影響與因應研究計畫」

執行單位：中華經濟研究院

審查會議：□期初報告

□期中報告

■期末報告

委員意見	回覆意見
資策會郭戎晉組長：	
1.電子商務對金融業者是商機或威脅，金融機構如何利用網路來增加業務或便利民眾，非金融機構業者是否反過來踏足原金融機構之業務，為最根本的 2 個議題。	已在本文的第二章第八節有較深入的分析。
2.請教研究團隊，報告第三章是從金融機構或非金融機構角度切入？此章節中的(一)電子交易憑證，屬技術性概念，不限金融或非金融機構；(二)無實質交易，目前很多是非金融機構；(三)網路購買保險，又回到金融機構(保險業)；最後(四)未上市股票交易，又同時出現金融及非金融機構，因此希望釐清以何種角度切入。	謝謝委員指教。第三章探討網際網路與電子商務推展金融業務之可行性，四項議題的分析角度主要著重於金融業者。委員提及現行「無實質交易」多屬非金融業者討論之範圍，但未來金融業者仍有機會透過跨業合作方式進行業務發展；此部分已於在文中敘明。
3.本人曾參與經濟部制訂第三方支付專法作業，在期末報告第 21 及 23 頁之專法內容有誤，會後將提供正確版本供修正。	謝謝委員提供資料，已在報告中調整修正。
4.身分認證議題，研究團隊建議可擴大自然人憑證及建立金融共通憑證，但自然人憑證受限於需年滿 18 歲才得以申辦，而金融共通憑證的範圍較廣，需整合銀行、證券及保險等業別。身分認證又包含身分確認及契約締結，身分確認又有需臨櫃問題，故此為值得後續探討之議題。	(1)民法規定未滿二十歲人僅有限制行為能力，其所為意思表示須經法定代理人之同意，方有完全效力。因此，將來若利用金融共通憑證以確認意思表示之本人，該憑證勢必與自然人憑證同樣面臨使用年齡之限制。已於報告第四章中補充說明。 (2)謝謝委員指教，本研究針對自然人憑證與金融憑證未來性提出看法，至於身分認證所包含的身分確認及契約締結的問題，確實值得作為後續研究之議題。

委員意見	回覆意見
	題。
5.之後可能探討問題包括無實質交易及群眾募資等，可給非金融機構一些建議。	謝謝委員指教，儘管文章內容提及群眾募資，但並非本研究深入探討的議題，未來可作為後續追蹤。
三商美邦人壽郭副總淑宜：	
1.身分認證不管在產險或壽險都需防範道德風險，有些國家不需身分認證，但需連結聯徵或帳密。金融共通憑證便利民眾，但需給予業者審查機制，且後續系統連結需建置完備。例如美國社會福利號碼，即不需其他憑證。因此從前端的共通憑證到後端審查機制，若能建立一套完善制度將有利身分認證。	謝謝委員指教，身分認證機制建立一套完善系統，需要相當的時間與成本。目前以改善現行做法，達到簡便、效率與安全為原則。對於委員提及「建立一套從前端共通憑證到後端審查機制的完善制度」，未來可作為後續追蹤的議題。已於報告第四章中補充說明。
2.KYC 有第一、二契約的觀點，建議能分級管理，法規能適度鬆綁，希望研究團隊再協助處理。	目前 KYC 的法源為金融消費者保護法第九條，不同金融業別亦有自己之規範；已於報告第四章中增加分級管理之建議。
3.報告第 111 及 112 頁，有關網路售後服務內容，金管會並未同意，請研究團隊予以調整。	已依建議修改。
4.報告中有關第三方支付之觀點，有利於壽險業，因開放網路投保，多一項金流管道。	謝謝委員指教，本研究已提出建議與可能做法。據了解，金管會目前暫不擬開放金融商品消費者利用第三方支付服務付款，但希望未來仍有機會發展。
5.期望自然人憑證可用在私部門，若日後技術上可支援，例如省略讀卡機，對民眾便利性更高。	謝謝委員指教。據了解，自然人憑證制度之變更牽連較廣，目前將著力於其他身分認證方式之利用，但希望未來仍有機會發展。
石橋證券王總經理明達：	
1.有關憑證具有身分識別及交易不可否認性，目前自然人憑證有 300 多萬張及金融憑證有 100 多萬張，自然人憑證可用於身分識別，金融憑證則可確認交易不可否認性，故可說服主管機關開放自然人憑證辦理其他業務。	謝謝委員指教，本研究已提出建議與可能做法。據了解，自然人憑證制度之變更牽連較廣，目前將著力於其他身分認證方式之利用，但希望未來仍有機會發展。
2.Big data 為創新的觀念，透過分析客戶的	已在本文的第二章第二節、第八

委員意見	回覆意見
交易行為，可創造更多商機，因此建議研究報告可補強 big data 部分。	節中加強說明。
臺灣銀行顧處長希台：	
1.身分認證的優劣分析可再補強。	已於報告第四章中補充說明。
2.報告第 198 頁，主管機關提及此報告以「網際網路」及「電子商務」為主軸，第三方支付非主軸，報告尚需大幅修正。	本文已在第二頁敘明本計畫研究範圍，有關「網際網路」的內容亦在本文的第二章第二節及第八節加強分析。
3.報告第 54 頁，電子商務法規的資安，係採用 ISO20071，還是 ISO27001，請研究團隊釐清。	已在報告中第 55 頁確認修正。
4.報告第 56 頁提及香港的 HKMK，建議在前面補充中文全銜，再括弧寫出簡稱。	已在報告中第 56 頁補充修正。
5.報告第 57 頁提及臺灣環境和其他國家不同，信用卡交易不便…，與現況不符，請研究團隊更正。	已在報告中第 61 頁修正。
6.報告第 68 頁可加入由財經公司、票交所及聯合信用卡中心成立之新公司。	已在報告中第 74 頁加入補充說明。
7.第 103 至 105 頁的小結與第 183 頁重覆。	謝謝委員意見，內容已修正。
8.請注意整份報告之段落編碼及字體粗細。	已修正。
金管會證期局古簡任秘書坤榮：	
1.證券投資及期貨交易，確認本人及合規代理人很重要，否則後續會衍生問題。非當面開戶是否開放，證券商公會已提出建議，證券交易所正研議中。	謝謝委員意見。已於報告第四章中補充說明。
2.網路下單比重增加，因此辦理憑證之作業流程很重要，需本人臨櫃申請。	謝謝委員意見，本研究僅提供參考。
3.群眾募資提案需經櫃買中心審查通過才得以進行，且有不得違背善良風俗之原則。	謝謝寶貴意見
金管會銀行局陳科長添智：	
1.研究主題為觀察「網際網路」及「電子商務」發展趨勢，重點為對金融業影響的研究，故應區分電子商務或金流來論述。	已在本文的第二章第二節、第八節分開敘述及加強論述。
2.第四章標題是否符合內容的描述，請研究團隊再思考、聚焦。	已依建議修改。
3.第四章第二節有關電子商務發展所面臨的法規部分，提及各業皆透過第三方支付	已於報告中增加外國案例供參。

委員意見	回覆意見
平台來推展金融商品，但依目前金管會草擬法規，皆定義其為金流角色，故請研究團隊再調整，或參考國外有提供金融商品的支付機構，其運作方式為何。	
4.第五章結論提及客戶身分認證、KYC 及洗錢防制等，國外具體做法為何，請研究團隊再深入探討。	已依建議補充說明。
金管會保險局朱科長瑞呈：	
1.研究報告第 131 頁探討保險憑證接受度，卻轉變為行動投保，請研究團隊補充不足之處。	已依建議修改。
2.研究報告第 131 頁有關行動投保部分可刪除。	已依建議修改。
金管會綜規處李科長盈欣：	
1.內容未呼應研究主題，結論為電子商務議題及問題，建議可擴大研究範圍。	已在本文的第二章第二節、第八節加強論述。依建議調整。
2.此研究有關國外法規部分，只在研究報告第 39 至 40 頁被提及，建議可把國外有關無實質交易、網路保險及申購基金等作法也列出。	已依建議補充說明。
本會李副秘書長玉蘭：	
1.補充說明研究報告第 113 至 173 頁多將法規條文照錄，所佔篇幅過多，且各分析與論點大同小異，如仍要針對這些條文論述，建議本文談重點，並將論點歸納，條文則以附錄方式呈現。	已依建議調整。
本會廖秘書長燦昌：	
1.研究報告文字敘述過多，建議善用條列式或以表格呈現，讓讀者更容易瞭解內容。	遵照辦理。已依建議調整。
2.歸納各界意見，過於圍繞在第三方支付議題上，應依金管會函文內容回歸到網際網路及電子商務發展對金融業(銀行、證券及保險)之影響與因應，其他問題包括內文可增加國外經驗、文章格式需統一及主題與內容不符等，請研究團隊再予補充及修正。	遵照辦理，本文已加強網際網路對金融業的影響與因應；在文章格式統一上已加以調整。
3.請研究團隊於 5/21 前提供修正後報告	遵照辦理

附錄四 「網際網路與電子商務對金融 產業衝擊與因應」座談會會議紀錄

日 期：民國 103 年 4 月 16 日（星期三）

時 間：下午 2 點 30 分～4 點 30 分

地 點：中華經濟研究院 522 會議室（台北市長興街 75 號）

出席者

單 位	姓 名
金管會綜規處	李盈欣 科長
金管會綜規處	黃曉盈 科員
金管會銀行局	陳添智 科長
金管會保險局	朱瑞呈 科長
金管會證券期貨局	古坤榮 簡任秘書
財團法人保險發展事業中心研究處	廖淑惠 處長
投信投顧公會	洪士哲 組長
投信投顧公會	張靜宜 高級專員
投信投顧公會	張雅婷 專員
壽險公會	鄒純怡 副總
IBM 全球合作夥伴業務聯盟	宋明安 經理
證券公會	王明達 總經理
證券公會	蔡秀芬 協理
證券公會	莊國志 專員
證券公會	龔世芬 專員
產險公會	呂文泉 協理
產險公會	蘇建綸 助理幹事
期貨公會	陳怡真 組長

單位	姓名
玉山金控公司電子金融部	陳三益 資深經理
台新銀行支付金融處消費經營部	包國儀 副總經理
金融總會	戴見良 專員

※主席致詞（略）

※中華經濟研究院簡報（略）

※座談會意見

一、金管會銀行局 陳添智科長

- 1.依本會業務會報指示，本案研究報告應以「網際網路」及「電子商務」發展對金融業(涵蓋銀行、證券及保險業)之影響或衝擊為重點，尚不宜以第三方支付為研究主軸，故建議適度調整研究報告方向，以金融業既有業務或未來業務發展之電子化、網路化或行動化等進行研究與規劃建議，似較符合監理參考及業務發展需求。
- 2.行政院業裁示第三方支付專法主管機關改由本會擔任，未來收受存款機構與非收受存款機構提供電子支付服務，均將納入金融監理統籌規劃，且專法草案之監理政策及規劃內容，預估於本案研究報告提出前，應已做成初步決定並陳報行政院審查，故研究報告中原以「非金融機構辦理支付服務」、經濟部擔任主管機關及該部所擬草案為範圍，研究第三方支付對金融業之衝擊、影響及因應措施部分(含業務面、經營面、法規面等)，建議宜予適度調整。

- 3.簡報涉及第三方支付法規比較分析部分，內容未盡清楚及正確，為避免被外界引用而致誤導，建議簡報資料會後宜予收回。

二、石橋證券 王明達總經理

- 1.目前各家銀行的金融卡可以在 ATM 使用並互通各家銀行，但證券業同業間的憑證尚未能相互採信，主要是業務考量因素下，使用共通憑證，會存在客戶流失問題。因此證券商同業公未整合憑證以前，也難以讓第三方支付業者使用憑證來進行電子商務交易。
- 2.目前證交所所發行的憑證有 150 萬張，扣掉重複的數量還有 120 萬張，但卻沒有辦法有效去運用。最近證券商網路下單憑證面臨中華電信競爭，憑證成本從 100 多元下降到 30 元。未來中華電信將跨足第三方支付市場。又憑證能夠跟帳戶作緊密的結合，如同期貨一樣，可以讓證券商確認客戶是否有資金在帳戶並可進行交易，這樣對第三方支付才有意義。另外，希望憑證能多樣化，能買保險、基金、期貨等多用途，會讓更多人想要持有憑證，則會出現滾雪球效應。因為適用的範圍大，使用人數多，市場就大。以開放思維的態度，檢視憑證進入到電子商務的環境下，法規開放能讓市場環境變得更好。
- 3.網路電子交易量高，而憑證是最好的身分識別工具，因此有三分之二的證券商贊成電子交易使用憑證。若要不使用電子憑證下單，證券商目前也能提供客戶 VPN 虛擬私有網路進

行直接市場存取(Direct Market Access,DMA)的電子下單方式，如此就無需再以電子憑證識別身分。

- 4.自然憑證有效期間是 5 年。因為安全性的問題，長度從 1024 提高到 2048。但 5 年有效期間提高電子演算的程式被破解的機率。若要縮短到如同電子憑證的 2 年有效期間，可能造成 500 萬人的不方便。目前是處於兩難的情形。
- 5.在創投部分，目前初級市場交付公開說明書還不能以電子憑證確認身分之方式來進行，必須以郵寄方式交付。主要是身分確認問題，其背後是道德信用風險。雖然如此，電子憑證還是證券商最重要的身分識別依據。而且現今資訊科技無所不能，運用證券商與銀行的雙重辨識，提高使用的安全度，讓 100 多萬的電子憑證戶能擴展用途為電子商務帶來更好的發展，並降低證券商之間的信賴風險與不確定感。
- 6.臺灣的風險缺乏信賴感，造成券商不相信客戶，客戶也不相信券商的情況。建議採開放的心態從法規面檢討，能讓電子商務及第三方支付市場變得更壯大。

三、康健人壽 鄒純怡副總經理

- 1.網路買保險的最大問題在於身分確認。目前的實務一定是親臨櫃台，雙證件，申請電子憑證然後才能買保險。這樣的方式運用在證券方面會比較好，因為是經常性的交易模式。但消費者不可能經常性的買保險，所以不會為了買保險而去辦這樣的憑證。所以十年來憑證的使用率非常低。身分確認方面，建議是否可用帳戶密碼來取代這樣的一個憑證，或使用刷卡機制確認客戶身分方式。加上電話訪談，確認是否真有

其人及相關的身分資料等。另外將商品簡化，如在一定的保額之內，簡單的保額限度，要投保人同一人，受益人為直系親屬之類的方式，降低道德風險的發生。

- 2.憑證發展面向。一是如果要憑證，如何讓憑證的路能夠打開，不僅是保險憑證、自然人憑證，而是大家都可以用的狀況。絕大部分的國家在做電子商務，一般是沒有在做身分確認這件事情。一是電子簽章是否一定要用電子憑證？從法律或技術面上或許可以解釋，但在法律上似乎沒有規範這麼嚴格。因此考慮第一個階段是不是要用電子簽章，第二階段是不是一定要用憑證。或發展其他的取代方式。
- 3.保險的價格都很低，保險公司擔心的道德風險。依環境不同，風險狀態不同。
- 4.如果自然人憑證沒辦法等同金融憑證。也許可以退一步把自然人憑證至少可以當作是身分確認，用來換一個憑證來使用。

四、新安東京海上呂文泉協理

- 1.在研究保險業的結果發現兩個核心的問題，一個是身分的確認，道德風險問題。在道德風險需要適度管理的前提之下，才來談身分的確認。道德風險必須要看保險的承保標的，承保標的是產物或是人，力度與強度也應該不同。承保標的是人的生命，也要依據其額度與實務生活上的簡便性，而有不同的考慮。此部分提供給研究單位思考。保險憑證架構，主要目的是希望利用網路平台以便利消費者投保與交易。談身分確認的核心問題，希望確認身分的機制如果能夠越多元

化，憑證數量越多就可能帶動市場越大化。就身分的確認，從憑證方面來思考。當初大家為何思考要用憑證，因為憑證第一次需要臨櫃辦理申請，可以進行身分確認。同理，金融憑證第一次是要臨櫃辦理。而對於第三方支付，假設其憑證第一次也需要臨櫃辦理申請，非常歡迎第三方支付也可以購買保險等金融商品。目前發出了 500 萬張的自然人憑證是另外一種一定要臨櫃辦理的憑證，又好用又可以便利民眾在各種消費上使用。因此只要修改當初的宗旨與目的，就可便民使用。

- 2.從分業分流來看，保險業也許不需要如此高等級安全。所以自然人憑證有 5 年有效期間其實已經足夠，因為只是確認身分的依據。
- 3.證券業與保險業關注重點不同，保險業利用自然人憑證僅是進行身分確認而已，或許可開放給保險業者使用。從民眾的角度看自然人憑證就是虛擬的電子身分證。既然主管機關內政部發行紙本身身分證就是要讓民眾在平時確認身分用，同理也應能驗證虛擬身分證。

五、財團法人保險發展事業中心研究處 廖淑惠處長

- 1.電子交易憑證未來是否能共同整合？目前使用自然人憑證的人口也越來越多，越來越普及。目前證券業的使用電子憑證進行網路下單也非常普及。過去稱為「保險憑證」，就是專門給保險業者使用。就壽險而言，一輩子可能只買一份終身壽險，保險憑證可能使用一次而已。因此普及率較低，且客戶為了要買一張保險而臨櫃申請憑證機會較低，使用意願

也不高。實行電子簽章法初期，網路投保，相關的所有配套措施都還不夠純熟。但 2004 年的背景跟現在的時空背景完全不一樣，因此構想以未來的行動投保、電子商務的主要族群會是目前的年輕世代的情境下，如何讓年輕消費者透過電子商務來消費其所想要的商品。

- 2.目前年輕族群幾乎人手一機，而透過行動裝置或平板電腦、手機來購買商品已經是生活的一部分。保險這部分來講就是第一個步驟接納證券的憑證，讓證券的憑證可以進來買保險，像想未來的憑證就如悠遊卡，到哪都可以用，也可當作身分識別，成為一個推廣的目標。
- 3.自然人憑證還是可以提，因為報稅要到了，其實政府現在也同意金融憑證可來報稅，不以自然人憑證為限。而思惟的改變方面，中國大陸如何看待網銷的規範。基本上是先行，不行再拉回來。但與民主國家不同的地方是他隨時可以終止業務。因此對主管機關來講，還是要以安全審慎的基礎，在開放與保護消費者之間，找出一個平衡點。且重視防範機制。如何將數位簽章、電子憑證用最少的成本然後可以讓大家可以去做整合。然後應用到其他的產業。就保險業來講是非常開放的。可以用安全憑證來達到安全的機制都應該是接受的
- 4.最後一點，稱為 IAIS 的「保險監理官協會」組織，就電子商務議題，有一個原則就是電子行銷(電子通路)只是一個通路而已。所以監理官在管保險業的原則它不應該有不一樣的，這是一個一致性的原則。不因為是電子商務就特別嚴格，而應該是一視同仁。

六、證券期貨公會

- 1.簡報中，沒有提到各國對金融憑證規範的部分，大部分用是何種憑證進行金融業的電子商務。這部分是研究單位可以思考的地方。
- 2.對於網際網路模式，不要忽略了所有的行為模式，不要侷限在單一模式。未來大多數的年輕世代與購物所使用的行動載具，與憑證使用的晶片卡目前是無法相容。未來希望能從年輕世代的角度出發夠支援每個行動載具，促使年輕世代提高使用率。
- 3.目前網際網路對於金融產業應用的時候，都著重在 PC 部分。未來會以行動載具來取代，大一點的話就用智慧型電視來取代，家用電腦會慢慢退出各個年輕的族群。PC 只在公司行號出現，因為資安與 POXY 的問題無法處理個人的事物，建議在所有的規範裡面一定要考量各種行動載具。
- 4.每種交易方式都有不同的安全。是否可以比照，類似在拍賣網站上不同程度的客戶認證方式，會提供客戶的安全強度等級資訊。而業者可以依據客戶的安全強度為依據來認定要不要相信。認證強度弱的，可以要求提供其他可以信賴的物件。業者擔心的層面都不一樣，但憑證風險都是由業者自行承擔，因此主管機關應有一大原則，讓業者能更有彈性的面對方式。
- 5.現行所有的交易制度，以前以人工交易為主，網路交易為輔，會很多的規範。如給予網路小額的額度或限制。但未來會以網路交易為主，因此許多思考層面不要單一限制。應以

提出解決風險問題的配套措施替代設限，提升網路經濟發展。

七、IBM 全球合作夥伴業務聯盟 宋明安經理

- 1.就中國大陸部份，目前做了很多先試先行的案子。他們現在做的運用，遠遠超過現在這種基礎的討論。反而是提到了很多個別的運用。如不光只是單一產業，還跨不同產業結合從事一些銷售或促銷的行為。科技不斷地在演進，做的越安全其實限制就越多，這是不變的道理。所以不會有一個科技發展到既可以很嚴謹，又可以很方便地認證。

八、玉山金控公司電子金融部 陳三益資深經理

- 1.身分識別可切割為買方與賣方需求。第三方支付較重視買方需求。身分識別分為兩種。一種是賣商品需要記名，因為具有法律意義，如保險、股票，為賣方需求。而憑證只是身分識別的一個解決方案。一種是買方消費者在網路上購物，其支付行為的意思表示，要做到國際防制洗錢的規範。買方跟憑證的關聯度不深，但行為要受到身分規範主要達到防範洗錢的要求。就以玉山銀行來看，銀行在支付上扮演非常關鍵的角色。而非金融支付機構，如支付寶與 PAYPAL，其背後的身分識別機制連結所有的銀行，本身只是提供介面與暫時性支付的帳戶，讓資訊系統有資金流向。
- 2.各個國家中有三個最具公信力及展望度的身分認證機構。一個是政府。一個是電信業。一個是銀行。支付寶利用來源，或公開資料，如合乎規定的情況下開放出來的資源可讓支付寶進行身分認證。PAYPAL 透過信用卡輾轉驗證確認身分。

所以不管金融或非金融業者去發展，最後銀行、電信或政府要釋放部分公開的資源的配套，才能提升管理效率與使用者效率。

九、期貨公會 陳怡真組長

- 1.行動電子商務是未來的趨勢，將來消費者不須到實體商店就可以使用手機或電腦進行消費。金融業者也都認同金融憑證具有確認身分的功能，但金融憑證還是存在需要臨櫃辦理問題。因此研究議題是否可以擴大至未來電子商務有何種方式可以取代當面確認。
- 2.對期貨業而言，資金是放在各期貨商的保定專戶內，也是不能做一個非當面地開戶。像這研究案是否可以參考國外期貨非當面開戶的模式，探討國外如何達到身分認證的方式機制，作為對主管機關的建議參考。

十、投信投顧公會 洪士哲組長

- 1.投信投顧方面就是基金，網路上買 A 家或 B 家基金，那對於整個產業來講，消費者在網路上可以買到各種主管機關核准的基金或者是股票、保單、期貨之類的，不單侷限於一種業務面，就是開放。那為什麼在網路上會要用憑證。因為在網路交易方面他有不可否認性，所以大家會一直想要用憑證。日前交易所與金保在推動證期共用憑證，就是金融界的憑證把他合併成一張憑證來共同使用。因為憑證有不可否認性，但憑證如何確認身分這是最大的問題。

十一、台新銀行支付金融處消費經營部 包國儀副總經理

- 1.金融業者對第三方支付의 定義都不同。以台新銀行的角色來講，其實所謂的第三方支付就是在網路上新增一個支付方式，但卻有價金保管業務，這是一項特色。對此電子商務發展有兩點看法，第一點是臺灣有沒有市場性，因為實質支付的方式已經非常成熟，與多樣支付方式情況下，消費者對第三方支付的需求是否夠強。第二點是會對金融機構會產生何種衝擊。第三方支付背後還是要金融業者來提供服務，所以金融業者還是會有一席之地。但真正的衝擊會是產業的開放到何種程度，是否具備匯款、投資、或其他的功能，這都是金融業者觀察的重點。

附錄五 「網際網路及電子商務發展對金融業影響之研究」訪談紀錄

日期：民國 103 年 4 月 10 日（星期四）

時間：上午 11 時

受訪人：A 公會助理幹事

訪談紀錄：

一、產險業電子商務發展概況？

目前本公司產物保險的在整個產險市場的市佔率是 20%。證券部門在網路下單的基礎建設很完整。2000 年成立產險的電子商務部門。1998 年超商開始代收汽機車強制險，開啟產險的電子商務市場。初期與中華電信合作，由其建置投保的網站，限於網路撥接方式，業務量不大。進入寬頻時代，發現網路投保趨勢越來越明顯。2013 年 9 月，新金管會主委發現業者對電子商務期待很高，但政策相對保守。

二、產險業之電子憑證發展及使用情形？

在 2004 年的「保險業經營電子商務自律規範」中規定使用憑證。第一次憑證要臨櫃辦理並確定本人後，給予電腦磁片將憑證安裝於電腦。目前保險業的保險憑證委由保發中心辦理。2004 年保發中心建置保險憑證共通平台來發憑證，是認證者的角色。但建置費用昂貴，每筆交易還須給付手續費。因此消費者接受度不高，原因在於消費者如果要臨櫃辦理，就會傾向直接購買保險；與要求每 2~3 年需更新憑證。因此普及率不高，目前憑證發放數量不到 1 萬張。

保險的重要關鍵是確認保險人身分，為防止道德風險產生。當初在推這個事保險業在推電子商務。保險業包括產業與壽險，壽險需要推動電子商務。而財產保險基本上沒有道德風險。2013 年開始朝無憑證化的方向前進。但憑證是最安全的身分意思表示。除保險憑證，電子下單憑證也很普及。

三、產險業與證券業的電子下單憑證如何通用？

電子下單憑證對產險業而言成本太高。而且需要透過中間平台，由平台與所有的保險公司簽約，產險業者再透過平台認證。

四、國內外身分認證的方式？

國內目前有幾項身分意思表示的認證方式的解決方案。第一種是信用卡。產險只須完成到意思表示即可。使用信用卡的方式是持卡人 ID 與信用卡 ID 必須一致才能完成網路交易，若不一致就要以臨櫃的方式。第二種是第三方支付與行動支付(QR CODE)。客戶在申請第三方支付帳號，其實他們有認證程序，ID 要與被保險人的 ID 相吻合。第三種是採會員制，這部分是網路申請，身分確認有困難。但若以臨櫃申請會員，消費者傾向直接買保險。建議以信用卡為主，因為民眾的接受度最高。

國外的產險業，如中國大陸、英國、香港、日本都不使用憑證。主要原因是沒有道德風險。2012 年英國線上購買保險沒有透過業務員，比重高達 65%，只有 35%是透過業務員。民眾有三個管道買保險。一個是臨櫃。第二個是電話。第三個是網路投保。臺灣整個車產市場高達 952 億，透過各家保險網路保險的只有 4.2 億，所占之比例不到 1%。實際測試英國網路投保網站後，結果發現不需要任何憑證，只要完成所有程序，在刷卡之後，就會通知保單交付時間。同時透過線上對話，確認上述程序就完成投保。美國情況也是如此。消費者只要透過簡單的程序，比價也很方便。

五、產險網路投保身分確認問題？

網路保險既然要用憑證，在此情況下就要思考如何去經營幾億元的通路。目前臺灣投保時，需要下載書面簽名並回傳產險公司。目前回傳率是一半。另一半就附回郵信封，然後套印個資後寄到要保人手中，並要客戶回傳要保書，才算完成網路投保之投保程序。這是最安全的方式。續保方面。透過超商續保的續保率很高，因為太方便。所以超商在我們的續保通路還是居高不下，大概都到 40~50%，其他才是業務員。網路保險各家都 1%不到。因為消費者接受度不高。但在英國的方便程度高，所以投保比率很高。

現在有 2008 年的費率自由化第三階段，要鼓勵民眾找保險公司，只要是民眾自己到保險公司投保，保險公司會給予優惠。優惠率由各家自定，民眾享受直接優惠。目的是要透過這樣的方式引導民眾直接投保，不要透過業務員。

要保險人明白表示意思投保意願，就是以簽名方式。在網路上簽名要符合電子簽章法，在所有的方式中以憑證是比較安全。但主要癥結點在於在網路上使用憑證的情況並不普及，導致網路投保比率無法提升。

六、使用自家金控公司銀行發行的信用卡當身分認證工具可行性？

這是可行的方式，但族群太小。要使用信用卡當身分認證的過程是要與所有的大銀行簽約當收單行後，才能進行跨行 ID 確認。

七、如果未來第三方支付平台出來後，也能達到認證共同平台？

國外的 PayPal 模式目前就已經在進行。在繳稅時，稅捐處可以接受不同的認證。其實現在的機制已經很完善，目前考量是如何來接洽。建議希望未來以主管機關的角度，協助產險業找到身分認證的中間平台。

八、產險的獲利模式？

透過中間人，其費用是很高的。以車險為例，投保優惠是 10%，給車商是 18.4%，中間就省下了 18.4% 的費用。因此，網路保險對業者而言成本是很低。

投保的族群大部分是上班族，因為網路投保是早上 9~11 點，晚上 9~11 點。很明顯，早上消費者在公司上班，其投保產險的標的車輛在車庫，所以不會有損利產生。產生損利的部分是貨車駕駛，其投保方式非以個人方式投保，而是透過公司以非常多車輛數量，整體與保險公司談車輛保險，因此網路投保無法獲得這部分市場。

網路銷售保險金融商品的部分。以雅虎奇摩為例，要上架保險金融商品，代收保險費，必須具有保險相關資格，並成立保代，與保險公司簽約後

才能銷售保險商品。否則就是透過廣告連結到保險公司的網站來進行投保事項。

主管機關最關心的是道德風險與個資安全。目前產險比較沒有道德風險，壽險公會目前也在爭取旅平險、年金保險跟壽險等能開放網路投保。

九、對未來電子商務的建議？

建議為是否能透過金管會的角度，建構產險業需要的中間機構平台。憑證建置費用與付出的代價太高，台網所開出來費用相當高。

日期：民國 103 年 4 月 9 日（星期三）

時間：下午 3 時

受訪人：B 壽險公司副理

C 壽險公司副總經理

訪談紀錄：

一、電子商務發展趨勢與對保險業的影響？

對網路交易的消費者而言，是增加了一個所謂第三方支付的工具，也可以作身分認證。電子商務與保險業是否有絕對的相關性，目前就沒有那麼地明顯。

自金融風暴之後，保險業發現幾項事實。第一個保險業損失嚴重，國外投資獲利狀況皆不是很好。因此保險公司開始進行開源與節流。首先保險公司進行成本檢視，透過有效率的工具，如自動化機制，來降低內不成本，取代人力。第二她們是新貧族。且他們不喜歡業務員，注重隱私，也討厭人情保險。中國大陸及日本發現這是一塊可開發的市場。他們接觸性低、自主性很高的網路世代。保險是項無形商品，內容較為複雜不好解釋，因此在網路

上販售的時候，會受到一些限制。又在網路上購買商品會進行比價的行為，網路是一個比價的市場。

保險公司進行網路銷售保單的原因，第一可以提供較低廉的保費，節省了業務員佣金，佣金平均而言是保費的 30%，大概會在前四年領完。前四年的折扣給消費者，保戶可用較低廉的價格購買。第二保險公司也不會有任何的損失。這是一個各取所需的方式。喜歡比價的消費者會上網買保險，族群以年輕人為主。

以日本來講他們只賣定期壽險、定期住院日額、終身住院日額、失能險等四種商品，保險額最高只能投保到一千萬日圓，約台幣三百多萬。日額來講的話是每日最高可領五千日圓，Lifenet 的保費打五折。一項簡單化保險商品，費率單純化，以五折保費的誘因吸引年輕族群投保。

日本兩家網路投保公司，Lifenet 以簡化網路投保以全自動化的方式突破瓶頸；另外一家是開實體店面方式，為保戶說明。但兩家共同的想法是只要商品了解清楚的話，認為網路投保是一項正面的，但簡化手續是一項非常重要的程序。自動化程度越高可以克服網路消費者耐性較低的缺點。但簡化手續是非常重要的但不易克服的技術挑戰。以前保險從接觸業務員、核保到保單簽收之完整投保程序需要 14 天。

目前以電話投保的方式最快。真正的有錢人不會在意時間，要的是方便，只有網路族群才會在意時間。第二快是網路投保。最慢的是臨櫃填要保書。要保書平均有 341 個欄位，填寫極花費時間。當初在開放銀行保險市場的時候，擔心會侵蝕傳統市場的通路，後來發現有錢人是很少買保險的，在意的是投資。銀行賣定存型的商品，解約金之後的定存利率很高，有錢人會一窩蜂的買，因為利率高。基本上，五年內這個市場是不會重疊的。

如果使用網路投保，業者可以使用較低廉的保費。以中國大陸來講，上架費大概是保費的 10%，不敢收到 30%，因為其不負責以後相關的服務。業務員收到 30% 的佣金是要負責以後的服務。所以沒有一家通路業者願意這麼做，所以大部分的保費是回饋給客戶的，這是一良好微型保險的開始。

二、以電子商務賣保險，就國泰來講，主要有產險的部分，壽險的部分他有推的額度跟日本一樣有限額嗎？

保險業的電子商務是可預期的，擴大保險公司的利基市場，但認為並不會變成主要的通路。未來會呈現一個 7：3 的比例。70%的傳統通路包含一般招攬通路及銀行保險，30%是網路投保，因為考慮到保費低廉但數量大的情況。目前壽險業其實基本上是沒有電子商務，主要是法規因素。2004 年，有開放過保險的電子商務，依據的是電子簽章法開辦的電子商務，使用數位憑證購買保險。實施的結果是以本公司為例，600 萬的客戶，申辦率只有 0.4%，每年投保人數有 137 人，只有 4 萬個客戶申請過，2008 年結束電子投保的業務後，那年只有 52 人投保。

買保險需先申請憑證。一般會認為證券業使用電子憑證的效果好，買賣股票基金。但為何在壽險業推不開，原因是證券業的憑證可以由業務員代辦，但保險的臨櫃客戶數低於 5%以下，銀行情況大概也是如此，也就是說要辦理電子憑證的客戶數低於 5%以下。且保險業又可以電話通訊連絡業務員，要臨櫃的機率很低。真正專程辦電子憑證的人只有 0.4%。第二是開放的險種非常有限，是定期險與年金險。年金險的部分，本公司去年銷售的一百萬件保單當中，年金險只有五件。

電子憑證有多限制，第一、使用 USB 插到電腦去，安裝之後就會綁定電腦。今天想要投保，只能使用有安裝憑證的電腦。第二、證券業在下單會收手續費。但網路投保如要像消費者收取手續費，則傾向找業務員投保。第三點電子憑證還要更新，基本上一年就到期了，然後重新申請很不方便。因此，電子憑證一直無法推廣，且要收取極高的費用。

三、業界只有一家在做電子憑證？

其實不只一家，壽險銀行是同一家，產險業是另外一家關貿，國內有好幾家。現在電子憑證每次交易的手續費是 21 元，這對保險公司而言是蠻大的負擔。所以在推廣上就很困難，加上目前國外的保險業就沒使用電子憑

證。一開始就棄棄使用，他們使用信用卡。日本網路投保業者只要將保單列印出來就給保戶簽名就可以，不需要電子憑證。

四、電子憑證是否是要審核個人的風險高低？

電子憑證並不會審核個人風險，只是要客戶親自臨櫃辦理確認身分正確性。

五、如果已經申請好憑證後，在電腦使用，之後下載轉到手機上也可使用？

如果憑證已經在電腦上登錄過，現在要移轉到手機上使用，就必須退出電腦，因此是擇一使用。現在不會有這樣的狀況，可以同時在電腦或手機上使用，但憑證公司會加收手續費。等於是下載兩次，證券公司要再負擔一筆費用。所以對於後端而言，業者成本很高。其他主要國家的身分確認作法，如美國，只要輸入社會安全碼，檢核是否為本人。如馬來西亞、新加坡一帶，檢核信用卡，透過信用卡連結信用卡中心去確認是否本人付款。中國大陸就跟第三方支付作結合。中國的支付寶是可以在網路上買保險的。

六、現在網路上可以做電子投保？

現在已經沒有。產險的話是車險，但並不是屬於真正的電子保險，需要輸入資料之後才列印出來，汽機車責任險大概是做半套，不是完全在網路線上完成，還是要印出來讓客戶簽名。而旅遊平安險尚未開放。

七、現在無法推動電子保險的原因？

基本上國外為何認證這麼寬鬆，因為有很多的限制。第一是保額的限制，保額不高。盡量降低道德風險。第二是一般要、被保人同一人。第三受益人必須是法定繼承人。基本上來講有這麼多的限制，就無須關注身分認證的問題。再加上你是否有本人的信用卡，確定是本人付款，這樣問題就很少。或者申請一組帳戶密碼，就可以做簡易投保。在國外開放很多商品與險種。基本上沒有太大問題。

但國內面臨兩個問題，所以遲遲無法開放。第一個在 90 年開放電子商務制定電子簽章法，因為當時完全沒有電子商務經驗，所以就跟電子憑證綁

在一起。其實電子簽章法要解套是必須用帳號密碼。讓客戶能方便的投保，且不能將帳號密碼與電腦設備綁定，而是能方便隨時最想做的事情。

中國大陸保險業的網路投保已經將所有的技術整合，自動核保、電子保單及後續的電子服務。目前大陸技術來講，比較臺灣大概是進步 5~7 年。原因在於自動核保，在電腦系統中設定 100~200 個條件來審核客戶是否有風險，人將經驗寫到電腦之中，可能在一秒之中檢核 500 個規則，確定沒有風險並告訴公司客戶可以完成核保。目前業界比較高的頂多也 30%而已，中國大陸的自動核保率有 80%。

即使像銀行保險通路簡易商品自動核保率可以達 70%，但談到壽險又低下來了。因為電子保單中國大陸已經發展六年以上的歷史。國內並沒有真正的電子保單，電子保單的難度在於必須有兩個東西，第一個要保證保單不被竄改，必須加上電子數位簽章，保證內容即使被竄改也可以馬上被驗證出來。第二點還必須帶有時間，必須把時間寫到電腦之中的時間標記。必須經過主管機關核准。這些都是網路投保所必需的。

八、證券的電子憑證是否可以運用帳號密碼的方式？

目前保險局想把金融憑證導入。基本上有安全性的問題，是由業務員代辦而不是親臨櫃台，是否有風險不可得知。壽險的人要使用電子憑證的機率只有 0.4%。兩萬百人只有 4%只有 8 萬人，當然這些人不可能起床就衝動買保險。依據電子憑證使用經驗，一年中只有 0.1%的人會投保，每年只有 80 人投保。這就是業者建議不要使用電子憑證的原因。

用帳戶密碼替代電子憑證比較有移動性，第二通常帳戶密碼我們都是要求 8 位數英數混合密碼。依據教育部資料顯示要破解 8 位數英數混合密碼的時間需要 10.5 個月，一般通常只要 4~5 次錯誤就會被鎖住。使用信用卡，主要在意的是信用卡卡號及末三碼、信用卡屆滿日期。

九、投保時，只要與被保同一人，也可使用信用卡認證？

目前信用卡沒辦法驗證。目前只有在自然人憑證報稅時，使用信用卡輸入時才會驗證，這是內政部向金資中心申請的。

十、國外開放網路投保，是不是道德風險就比較高？

以國外的經驗而言，結果顯示並無道德風險，理賠率也沒有提高。日本的網路保險公司，Lifenet 與樂天生命，資料顯示其理賠率是比一般保險還要低的。且現在上網投保其他國家的保險是真的可以進行。

網路投保的最大用處除了將來是一塊市場之外，主要是技術水平要透過這樣的一個模式才能跟中國大陸做競爭。他的人力成本可能只要 5 元，臺灣卻要 20 元。且成本高服務還沒有比較好。

中國大陸的支付寶、餘額寶與娛樂寶，都可進行投資與創投，小額信貸。而保險業者銷售保險時，都是先確認風險再賣商品給客戶。但支付寶最為人詬病的部分就是沒風險告知或審核，網路投保商品跟一般商品是有所區別。基本上來講，大陸與台灣、日本皆有相同認知就是網路投保並不是為所有人開的，是為特定族群而開，在道德風險很低的程度下開放。目前台灣業者對保險後端足夠的核保及安全控管機制。

十一、可以先試著部份的保險進行網路投保？

業者希望在服貿協議過之前，先進行小規模試驗，有經驗後再進行大規模開放。國外也沒有因為沒有電子憑證而有重大保險事件出現，理賠率也低。在國內嚴苛的條件下，使用金融憑證的投保率只有占總投保人數的 0.0016% 的可能投保人數。已投保人數，假設以 600 萬保戶，是 0.0016%。目前有保發中心，其實希望保發中心扮演橋樑的角色。目前法規已有共識，目前是風險控管。使用帳戶密碼來替代電子憑證是主管機關不能接受的。

行動保險對於保險公司而言是一個中繼站的角色，不是一個結局。把相關的後台業務先推到保險業務人員端，在第一次接觸能做完所有保險程序。透過這樣的方式來累積技術與經驗，作為下階段網路投保的依據。

在保險的服務型態方面，網路投保並不會挪移業務員通路，因為消費族群群不同。而是創造另一群消費者的市場，推廣保險的需求。可以透過電子化方式隨時跟客戶保持聯繫，提供服務，比如導入電子雲的方式。保險的電子商務最困難的主要在網路投保這一關。

十二、電子保險市場的未來發展？

各家保險公司會有帳戶密碼的申請，透過這帳戶做資金的移動申請交易。要在契約成立後才會讓客戶以親臨櫃申請帳戶密碼。銀行要申請網路銀行要親臨櫃台。首先對推動金額小、風險低與高便利的險種，如旅平險。

風險評估方面與保險公司的規模有關。須看公司的風險承受度。應該要差異化的規範，技術與風管能力是好的，就先給予公司試辦。保險公司是透過電子保險作為投石問路的指標，而能真正能跨上國際舞台與其他國家來競爭。保險的業績是每年在下滑，且下滑幅度驚人，2013 年衰減幅度高達 20%。

在 M 型化社會，要抓住另一端市場，保險業是很專業化的，網路無法完全取代，還是需要有專人服務。且在目前情況下需要開發新市場，如越南，需要花注入很多資金來開發。國內保險業面臨成熟轉型之時機，進行新市場開發，如越南，在 10~20 年該國經濟發展起來後，可以佔有一席之地。保險公司寄望在電子商務上力求突破。歐美國家已經不是新議題，而現在保險業只是要跟上，並非超越。美國網路保險費是佔整個服務保險費的 25%。去年美國在保險股份有限公司(RGA)也做了美國、歐洲、大陸國家的網路保險研究，研究顯示出我國電子保險商務是屬於落後的一群。

日期：民國 103 年 4 月 11 日（星期五）

時間：上午 11 時

受訪人：D 商業銀行副總經理

D 商業銀行協理

訪談紀錄：

一、金融互聯網與互聯網金融之電子商務？

談金融互聯網，跟互聯網金融有點差異。互聯網金融就是網路公司跨足到金融業來，這個部分在國外或中國大陸是比較多的，臺灣是礙於法規或市場接受度。金融互聯網是金融業自己做，永豐銀行是在業界做比較快的。原因與結構有關。整個集團有些成員是要來自電子商務產業界，服務才會有差異化。

國際發展不管是互聯網金融或是金融互聯網，金流是比較被注重的部分。交易是屬於商務。投資是金流的一種服務。金流移動很重要，目前包括網路銀行，如個人網路銀行、企業網路銀行、行動銀行、ATM。另一個比較偏重網際網路，就是網路代收代付，即第三方支付。四年前已經看到全球趨勢都往這個方向前進。衍生出的移動金流，包括手機部分，包括 O2O、NFC、POST 機。

臺灣市場是靠服務賺錢。服務有兩個層面，一個是企業客戶有金流收款需要，要能提供更好的服務，讓客戶容易能做金融移動的需求。另外一個服務對象是付款方，臺灣金融支付的環境很方便，信用卡、ATM、小額支付、超商、儲值卡等。但對使用者是否能提供更簡便的支付方式，此部分還可研究。因此金融業要從事線上支付、行動支付等新的應用需要引進電子商務業界的人來，主要是思維方式的不同。

中國大陸的阿里巴巴在今年 3、4 月間，陸續推出新的電商服務，從餘額寶到娛樂寶，又與平面媒體合作，使用條碼。中國大陸法規沒規定者，就是可以做。如第三方支付與私募基金，都是先有產業後有規範。臺灣則是法

令規定可以者，才可以做。銀行法上沒有規定之業務稱為新種業務，需要跟主管機關申請，其耗費時間。主管機關的監理狀況與法令更新的地方，會沒辦法進步的問題。

當國外互聯網金融已經開展，包括 P2P 借貸、眾籌(大家投資一個案子)、第三方支付、餘額寶等業務時，但我國立法中的法規內容還停留在支付的部分。當支付也從線上轉到行動。今年中國大陸兩個行動軟體業者補貼計程車業者，使用軟體叫車就給小費。補貼競爭的目的主要是要讓消費者慢慢習慣使用手機支付。臺灣有很多創意與技術不會輸給其他國家，但從目前電子商務的情況來看，臺灣是有些落後的。

銀行業做互聯網金融，並非想賺收單或匯款手續費，銀行的強項在於融資，要以互聯網為工具來做商家的融資。透過金融掌握商家資訊以便貸放給商家。融資是銀行專業，收益也較純粹線上手續費來的多。

二、銀行其他的獲利模式？

銀行與一般的第三方支付業者的差異，主要還是金流服務工具。非金融機構的第三方支付業者能帶給商家的就是多一項金流的服務，很難發展其他新服務。像銀行，銀行服務的好，如果有新業務，如人民幣業務，有接觸的業者就想要投資，或者保險，其實有很多業務可以發展。

三、第三方支付興起是否對銀行產生影響？

一定會有影響。以交易面來講，臺灣支付環境很方便。而中國大陸與美國的第三方支付會興起是有其歷史因素的需求在。對於客戶而言，能否提供更方便的業務，在既有機制下融入創新概念的服務，與客戶有更緊密的連結關係，吸引更多客戶進來。我們不乏創意與金流基礎的建設，但這中間要如何更簡化。以前在法規限制底下，還是協助業者突破，所以完全不要歸咎於法規。我們樂觀的看待這產業發展。

這是潮流的問題，就第三方支付來講，支付並不是銀行大宗的業務，是其他如擔保、信用狀與融資、法規信託。會有影響，但不到銀行不做就會倒掉的地步。線上化與行動化已經是趨勢與潮流。因此要透過資訊或電腦來簡

化流程，不論是支付或傳統存匯或其他業務。網際網路或線上對金融業者來講影響非常大，不是有第三方支付業者這件事情的影響。如何調整內部才是最重要的事情。因此，比較大的影響是銀行的走向。如何透過網際網路與行動來服務客戶，節省成本。未來分行也不需要這麼多了。

四、外國對於第三方支付的資本額限制不是很大，其看法如何？

這要分兩個層次來看，從新創公司需要資本額的角度來看，並不是要設立新創公司的門檻限制。比較會考量開公司要做的事情，如設備添購、人才招聘等。會設限制是因為對第三方支付企業有要求，像機器設備的等級、資安與洗錢的防護，這些都需要資金才能建置。個人比較贊成要有資本額限制，主要原因是要有資金來購買新設備。

從整個環境來看。以群眾募資為例，需要檢視中國及美國其背後是有大量的法規在管理，美國是如何去管理其國內的中小企業。但結果我們都只會看資本額這件事。臺灣的第三方支付業者為何想做儲值業務，原因在於業者認為儲值(沉澱資金)可以拿來投資再運用。可是依法論法，如美國第三方支付法規明定資金可能屬於買方或賣方，但不屬於第三方支付業者。孳息可以拿來運用，但也有比例限制。臺灣不應該看美國或中國大陸的例子。因為臺灣是個島國經濟，市場規模與經濟環境是有差異。反而應該參考日本、英國等比較相近類似的經濟體。這是一個值得思考與研究的方向。要從法規密度(數量)與市場特性來看。

五、網際網路業者的資訊安全防護的措施為何？

以 Moneybook 公司為例，該公司提供線上理財彙整服務。在客戶同意之下將其擁有的各家銀行帳戶密碼放在公司網站上，公司就可以進入銀行將客戶的資料找出來，進行比對彙整而提供財務報表。公司內的規範再三強調絕對不會碰觸客戶資料。可是在特殊情況下，高級管理人員允許執行業務人員可以看到客戶資料。在銀行絕對不會發生這種情形，要做到讓可互信任的話，內稽、內控都要嚴謹執行。

六、電子憑證能否整合或以其他方式替代來進行身分辨識認證？

目前情況是已經在進行當中。第三方支付要做儲值業務有門檻的分級，設定門檻是要識別身分的不可否認性程度。比如第三方支付機構的會員要進行交易，銀行也是做分級管理，現在有規定單筆交易額的上限。其實現在是以門檻來限制，不同屬性有不同門檻，像以金融業相關交易是最高門檻。電子交易憑證不會廢除，因為在不同的交易層次上面有不同的需求。要有共用的憑證很難，但在支付方面要有門檻限制，未來的行動支付，手機支付，NFC也是有門檻上限。ICASH 也有門檻上限，一張卡最多儲值一萬元。身分識別的不可否認性真的很重要及如何進行逆金流程序。要找更簡單一點的方式，來確認付款者身分。

七、未來未上市股票是否可以透過市場、電子商務或其流通性的加強？

依公司法來講，股份轉讓原則。沒有限制不能賣，問題在於賣不出去。賣不出去的原因是沒有在集中市場群眾肯定的價格。因此是否能夠創立一個網站媒合平台，透過網賣的方式販賣。除媒合之外，還做一些 ASO 的服務或鑑價等其他的服務。如支持文創產業，但不知道文創價值多少，這部分就可鑑價。

日期：民國 103 年 4 月 3 日（星期四）

時間：上午 10 時

受訪人：E 期貨公司經理電子商務部

訪談紀錄：

一、電子商務部分根據您的想法，有沒有可能透過支付平台進行期貨交易？

法規鬆綁後，最大影響也不過是投顧部分的收支問題而已，因為期貨為管制行業，法令限制下不太可能應用進來。

二、即使第三方支付專法出來，影響的金額也很小，但是否能像 pchome 的支付連，成為期貨交易的通路？

現在期貨交易大概 90% 就是靠網路交易完成，但透過第三方支付交易的可能性與行業別有很大關係，像基金是所謂代理操作之作業，屬於非短期性交易，而期貨、證券交易屬於短期立即性的交易，不太可能透過代理交易，交易人通常都需要直接進場，實務操作細節和法令的門檻，不太有機會。像期貨開戶既必須透過本人攜雙證件辦理，做一些 KYC 的動作，涉及風險問題不太可能像支付連這樣交易，目前甚至連信用卡融資操作期貨都是不允許的。

三、在法規鬆綁後，會對國內金融生態造成完全改變？

從業者的觀點當然越開放越好，但實務上對社會不一定有好處，有風險問題。期貨金流風險控管是重點，像現在資金風險由業者承擔，但若開放信用卡融資甚至是支付平台支付，那風險就變成信用卡或支付業者承擔了。

四、目前期貨市場交易的現況如何？

期貨交易大約 6 成是散戶，網路下單高達 9 成。而期貨交易規模大約是證券的 1 成。期貨講究的是速度，網路下單比電話下單快多了，自然會使用網路交易。

五、因為交易需要迅速，所以透過第三方支付平台連結是不太可能的？

並非不行，中國大陸就是使用第三方支付交易，他們是用外包並拆帳的方式交易。但這跟臺灣所謂的第三方支付的定義有點不一樣。

六、中國大陸使用第三方支付交易，是哪種類型？

其實就是 IT 業者推出一個支付系統，而讓金融業決定是否使用該支付系統，每交易一筆要付多少費用，概念上是不一樣的。之前開放臺灣金融業者在大陸百分之百投資資訊公司，在上述相同的過程，大陸金融業透過臺灣金融業旗下資訊公司的支付系統交易並收取手續費，就視為一種臺灣對大陸金融業的直接投資了，看起來是投資資訊業，但其實已經跨足到金融業了。

七、電子憑證規格化這部分，未來的可能性？

政府已經在推動電子憑證規格化，其實目前臺灣憑證發行是處於壟斷的情況，對期貨業者而言僅只是代為處理。

八、KYC 外包是否有可能？

以一個私人企業觀點，評估成本的角度很多，但只要可以進行成本評估，任何事當然都有可能。如中國大陸期貨規定更嚴格，客戶還必須要透過考試才能進場交易。

日期：民國 103 年 4 月 8 日（星期二）

時間：下午 1 時 30 分

受訪人：E 金控公司協理

訪談紀錄：

一、電子商務發展趨勢？

以標竿國家中國大陸的情況來看，淘寶網、支付寶的發展狀況背後反映出政府願意讓非金融業挑戰金融業。中國大陸任何行業都須經過特批，支付寶得到特批可以轉帳買基金反映出的事實是開放網路業者進行金融工作。

支付寶可以存款、提款，有兩個目的，一個是帶動產業革新，一是可以成為產業的領頭羊，帶動中國金融業。今日金融無國界，中國大陸、美國、日本、香港，加上資金的快速流動特性，運作方式及產品差異化。對於與有高金融資產的客戶，帳戶設在美國，透過網路即可進行資金移動，又無須支付費用。

第三方支付的目的應該是由一個產業帶動另一個產業的發展，不僅是銀行、保險、證券。證券業的電子下單可以下證券、期貨、海外股票。以股票為例，證券主管機關都說要與國際接軌，但卻不實施清存日交割，即是 T 日

交割。有錢才能買股票的制度，可以解決很多問題。為何不能進行線上開戶，因 T+2 日交割制度，無法確定客戶身分。

若銀行買基金、股票都能變成 T+2 日交割，券商經營風險會降低。經營風險降低就可以通訊開戶，能提供更多樣化服務，金融創新由此而起。也能讓券商不要依賴手續費收入，而是提供加值性的差異化服務。

臺灣擁有優秀的金融業者，都是追求創新的金融機構。臺灣目前前十大券商的市占率約 70%，銀行業更是如此，集中度更高。希望能讓國內多家國內及外商大型的金融機構，運用其充足的資源來擔任領頭羊的工作，帶動金融業電子商務的發展。

二、法規如何開放，使證券業可以創造出特色？

臺灣金融業可以分成銀行、證券、保險三部分。銀行只要看三家中信、新與富邦，用這三家地區銀行(local bank)訂出一個 benchmark，成為績效的基準指標。證券也只要看五家，元大、寶來 14%、凱基證券 14%、富邦證券 7%、群益、永豐，這五家市占率有五成。保險的部分就看中國人壽、新壽、富邦、國泰。政府應設定行業績效(performance)標準，而非單看 BIS 指標。BIS 指標很高只能證明銀行財務健全，但不代表有競爭力。競爭力指標中，財務指標是其中一項，經營管理能力，創新能力，人員素質，市場占有率，要有一綜合性指標。臺灣需要一個綜合的競爭力指標，這會影響內部企業的資源配置。如果有一整套的競爭力指標可以進行規管，臺灣才會持續往前走。外商銀行也給臺灣銀行業帶來示範性的效果、產品的標準及人才的輸出、規則的建立。

三、對金融業開放的建議？

建立一個競爭力指標。美國對金融業的規管，如同規管媒體一般，因為會產生極大化外部性的效果，如銀行倒閉會影響到整體社會制度的運作。若以前瞻的方式規管，才能形塑證券業五年、十年後的樣態。

第三方支付早就存在。但第三方支付對銀行來講，繼續發展會侵蝕銀行利基，主管機關也不希望往這方面發展。第三方支付企業代收付的部分可以不要用信託的方式，而可以用集合帳戶的方式保障消費者資金。

證券業方面希望能有一落日條款，即 T+2 日交割可以變成 T 日交割，才能真正跟國際接軌。如果在美國有帳戶可是戶頭沒有錢，就不能進行股票買賣。香港與中國大陸都不可能。只有在 T 日交割才能鼓勵大家進行電子下單。因為開戶便利，會加速證券商的轉型。

落實電子簽章法的精神，讓使用電子簽章等同臨櫃。代表在網路上的身分證，因此只要確保風險控制能夠安全即可。如香港金融管理局(HKMA)，對銀行或證券的上線服務訂定連線測試的申請標準，必須通過所有整合點的連線測試。電子簽章法依規定看如何發放憑證、交付之行為，只要能符合規則，後續就是客戶行為。並且現在 IT 技術具有防詐騙的機制，可以透過電子技術來追蹤有問題的帳戶，可以有效降低詐騙事件發生。

四、支付寶資金互轉的無實質交易機制？

其實不贊成支付寶的機制，因為大陸是個高度人治的社會。支付寶有洗錢的風險，但不因為有洗錢風險就全面規管。洗錢的規管就查洗錢的規管，可用 IT 技術就可查出。且大陸是採實名制，要查洗錢更容易，相對臨櫃洗錢風險較高。所以攸關公共利益所以第三方支付業者要配合洗錢防制義務。電子金融的規管是對使用者的方便與降低企業成本為主。你用一個比較科學合理的制度，即時偵測犯罪事情。鎖定帳戶實名制，開戶時落實 KYC 制度。加強金融人員 KYC 制度的能力與教育。主管機關必須課與業者這方面的義務。

五、臺灣有聯徵中心，為何不能將 KYC 這方面的制度統一？

因為臺灣的集保、人徵、交易所等單位太分散，應全部統合做資訊匯流來查洗錢、詐騙、炒股票等不法。如發生股票內線交易事件，交易所可與集保公司確認股票何時賣掉，聯徵中心確認資金異常往來。

六、金融證券商品上架到購物網站交易是否可行？

只要金融商品在法規範許可下就能在購物網站上販售，概念是商品往人潮多的地方前進。開放臺灣的金融業去中國大陸，最簡單的方法就是去淘寶網上架銷售，可以吸收當地客戶開拓市場。中國大陸目前 95% 都是電子下單。

七、儲值上限三萬元的看法？

假設淘寶網將資金信託在工商銀行，是一個信託帳戶。消費者從工商銀行的帳戶轉到淘寶網的專戶，並無任何匯款的上限，因為在淘寶下面的子帳戶，都是消費者的資金。從銀行 A 帳戶轉入淘寶網 B 帳戶，都是同一消費者，因為淘寶網採實名制。所以要把消費的權力交還消費者，並由消費者自行設定額度上限。儲值上限的概念應該是「資金是客戶的，就要由客戶來做決定」。

八、證券業的電子下單的獲利模式？

券商端模式主要是經紀業務，即委託買賣股票、承銷業務，如 IPO 服務、自營、其他收入，如策略性持股。營業員模式，業務員接受客戶買賣股票的手續費、多元化銷售，可賣基金或保險。以後電子下單比率變高，經紀的部分會變少，因為使用的公司的機器設備。人工下單則營業員可以領取比較高的佣金，如果是電子下單，沒有服務費在裡面，用的都是公司資源，可降低人力成本。因此政府推動 OSU 信託服務財務管理，所以這是要讓營業員轉型變成一個理財專家，可以賣基金股票海外股票可做 OSU 境外業務，所以營業員以後多元化銷售的比例要變高。這也會引導營業員轉型。

九、證券業電子金融的資安問題？

委外 IT 廠商是非核心的業務。電子下單有三個功能，交易、回報、報價。委外的部分是報價的部分，交易及回報放在交易端，回報系統與帳戶的連動核心業務是由券商端進行。

十、對證券業電子商務的建議？

參考香港金融管理局(HKMA)、新加坡經建會是從實務面來規管方式。香港金融管理局的標準作業程序，即主管機關會派員輔導與協助業者連線測通整套系統為止。

日期：民國 103 年 4 月 8 日（星期二）

時間：下午 4 時

受訪人：F 國際資訊公司董事長

訪談紀錄：

一、對目前第三方支付產業之看法？

目前第三支付的相關網際網路技術已經成熟，只相關法規立法通過後，就能直接開始營運。

二、對目前第三方支付專法草案中之資本額門檻看法為何？

目前尚未開放非交易個人轉帳(紅包發送)。2014 年過年期間，中國大陸的微信推出「微信紅包」，讓民眾不用親自拜訪親友也能發送紅包，並且可以設定群組，以固定或不固定的金額發送。因為推出的太突然只有八百萬人註冊使用，有明年微信紅包可能會增加到八千萬個用戶。

資本額的限制主要是對一些微型的企業，只有兩三個人的公司有影響。公司規模雖然很小，但是願意嘗試一些突破性的創新，成功之後能對社會創造很大的價值，這些有潛力的公司有可能被買下來，貢獻全體社會。如今訂定高資本額門檻，會限制其發展，所以非常不贊同設置資本額上限。

三、聽說大、小企業的意見不同？

並非企業規模大小的問題，而是有沒有交易平台。若有交易平台的話，可以自己制定規則，像是 YAHOO 可以直接規定只使用特定方式的支付。

四、資本額各國訂定的標準不一，有隱含什麼意思？

像是歐美他們鼓勵科技創新，所以資本額比較低。臺灣跟中國大陸就比較保守，所以訂得比較高。

五、電子商務有沒有可能，或是說政府有沒有甚麼方法可以讓中小企業外銷？

政策推動要避免只產生有商無店的情況，否則會強化經爭對象的交易平台。如淘寶網會接受個人網路銷售鳳梨酥、太陽餅等商品。但不接受整個企業在網路進行銷售。因此，要增進中小企業的外銷，就需要整個系統地都起來帶動，要從底層、金、物流一起發展。

六、有沒有可能臺灣之後會有類似餘額寶的東西？

餘額寶是不可能，因為臺灣利率很低，要賺取利差太難了。但是短期比較小的金融商品有可能產生，可以從信用程度比較高的電子商店，用某一個比例的金額，來當作可以信貸中小企業的資本，這風險很小。由於臺灣的法規規定只要標錯價格還是得由業者負擔，這點是全世界最嚴格的規定，但是又不知道標錯價格如何避免，它是沒有規律的，無法設計防呆等功能來防治。希望以後能開放類似保險的東西，來保障標錯價格造成公司倒閉的情況發生。

七、資安的問題，現在 big data 可以運用在各種東西上面，有沒有可能受到駭客的攻擊，使公司重要的資料被竊取？

以本公司為例，每天平均會受到 30,000 次的駭客攻擊，尤其到了周末攻擊次數更多。這無法防治，只能加強資安的防禦，如美國情報局也無法防止駭客的入侵。而且，駭客可以取得的只是 data 而不是 big data，big data 的重要不是資料的本身而是資料的分析。公司會將 data 分層管理，不會取得整份的資料。並且工程師都會有兩台電腦，一個電腦是公司 inter 辦公使用的，不能連上網，因為只要連上網，就會有可能遭受到攻擊。希望未來消費

者也能具有相同概念，不能只有最上端地守住防線，但是要控制別人的行為，實在太難了。

八、如何防止大陸的競爭危害臺灣產業？

經營企業的人是不怕競爭，且最後競爭出來的東西才是好的。臺灣現在跨行轉帳手續費的方式實在很落後，收取新台幣 15 元的手續費用代表兩個意思，第一個是匯款的次數不會很頻繁，第二是匯款的金額會很大。但是未來像是微信紅包這種方式會越來越多，不用跨行手續費，也不用一天的時間等錢匯過去。第三方支付業者可以整合所有交易，將萬筆的手續費變為十筆左右。

日期：民國 103 年 4 月 15 日（星期二）

時間：上午 10 時

受訪人：G 科技公司總經理

一、臺灣電子商務發展現況？

臺灣的電子商務發展時間比中國大陸的早。但目前中國大陸的電子商務發展已經超越臺灣。不管是金融互聯網(金融業出來做電子商務)，或是互聯網金融(第三方支付來做金融電子商務)。中國大陸已經有所區分，但臺灣是不分這些類別。

中國大陸的產業大到可以將電子商務服務細分為網站賣商品、金流、物流、支付、代營運等服務；臺灣只有購物、物流部分，已經沒辦法再細分。其因素有臺灣市場小、大商家卡位，小商家得不到市場充分的支持，創投資金無法進入。造成臺灣產業發展畸形，在政策不支持小商家的情況下，電子商務就變成大者恆大，小商家都沒機會發展。如雅虎與 PChome 已占大部分的市場，小商家已無機會發展。

因此臺灣電子商務的問題所在，第一是市場小，造成市場誘因不夠，無法吸引外資與創投資金。第二是壟斷，讓小商家失去創新動力，因為流量都在大商家而不需要積極創新。第三是政府支持。而政策方面，我國與其他國家差異的地方在於管制規範方式。

中國大陸的第三方支付，支付寶在第一年時就只有三家，以前稱為 C2C Payment。以前不叫第三方支付，這是後來大陸定的名字。C2C Payment 就是 easyBay 訂出來的，第一家是本公司的 easyPay 是 2003 年成立，大陸的支付寶在 2004 年成立，成立後的 2 年內，第三方支付由 3 家變成 60 家；5 年之後變成 400 家。中國大陸是因為看到需求、出現問題後才去定一個法令，來做這個事情。反觀臺灣，自從 2007 年斷了之後，再也沒有第三方支付。

中國大陸不是用這樣的方式發展產業，依循「健康有益的快速發展，在快速發展中求建立規範」。意思為讓產業一直衝，衝了之後再去訂定法律規範，才是正確健康。

二、目前第三方支付產業面臨之問題？

第一個限制代收繳費。舉個例子，超商能夠繳費，一年代收金額 8~9000 千億，但沒有會員基礎的超商，會不清楚繳費對象，詐騙容易發生。第二個實質交易，匯款。全世界第三方支付都可以做，只有臺灣不能做。原因臺灣不開放主要是會洗錢。但用實質交易阻擋虛擬的創新，尤其是金融的創新。第三個 O2O，規定必須在網上交易，但現實已經沒有線上線下之分。在未來，商品只能限制在網站上交易，無法與國際趨勢相連結。在互聯網大會曾提出網路趨勢，第一階段，是將實體商品放到網上交易。第二階段是網上到網下。第三階段就是不分網上跟網下。中國大陸已經在做第二階段的事情，如 DD 打車等都是 O2O。

中國大陸的即時通訊微信與支付寶相連結推動手機支付。移動支付有兩種。第一是近場支付，類似悠遊卡，最近不是在談 NFCTSM，中華電信那個就是在電子票證的規範之下裡面，把金融價值儲存在 SIM 卡。這樣絕對跟電子票證有關。第二是遠程支付，應用方式如阪急百貨事件之模式。

三、行動支付的這兩種付款方式都是先掃條碼後付款，就如同信用卡一樣先刷卡後付款，是否有區分之必要？

這是從科技的角度去區分它。因為現在談到法律，不得不去追究到底有無違法，既然電子票證的法規範上面就科技的方式，那就必須從科技的角度去解決區分，來判定有無違法的情形。

四、目前台灣第三方支付與行動支付的電子商務發展的問題為何？

臺灣電子商務最大的問題在於小商家得不到金流服務，以前最主要的支付工具是信用卡。商家是銀行的特約商店，在信用流程裡，銀行會對商家進行 KYC。由於電子商務都是小商家，資本額太小，太年輕的，業務量不夠的商家，銀行不會准許商家使用網路刷卡機制。本公司呈送 100 家商家給收單銀行審核，僅只 2 家通過。臺灣的業者得不到資金的協助。直到前年，銀行公會去修信用卡業務機構管理辦法第 26 條，同意代收代付的角色出現，才開始解決臺灣小商家得不到金流的問題。

第三方支付是如同支付寶跟 PayPal 與代收代付基本性質不同。支付寶跟 PAYPAL 第一是有眾多的商家會員，普通的代收代付沒有會員。第三方支付具備的條件是有拍賣、有廣大的會員、有儲值工具、有跨業使用。現在臺灣的移動支付是零。

五、對我國電子商務發展之建議？

電子商務的新時代來臨，是一融合金流、物流、資訊流等多項的整合服務流程，因此整體流程需要跨相關部會緊密搭配合作。若以跨部會團隊方式隨時掌握電子商務發展情況與趨勢，協助第三方支付產業的創意蓬勃發展，提高國際競爭力，帶動國內電子商務發展更上一層樓。

六、銀行業發展第三方支付的可行性？

原本銀行是要在 IT 公司的背後支援，合作發展第三方支付。現在銀行與 IT 公司平行，所以對 IT 公司來講是既競爭又合作。IT 公司不怕銀行競爭，因為所有的應用，商戶都在 IT 公司的手上。如果日後不探討對金融業的影

響，對產業的影響，也許可以與銀行合作，進行金融互聯網的事情。現在銀行的第三方支付最大的問題在於不清楚未來如何繼續進行業務。

七、第三方支付產業對銀行界的衝擊？

依據世界組織的統計，中國大陸幾家銀行的營業額佔全世界銀行總營業額的三分之一。主要原因是金融市場利差太大。因銀行老大心態，完全不做小額借貸。在這個背景之下，提供支付寶崛起的機會。

KYC 程序很重要，需要清楚了解客戶的基本背景才可以借貸。中國大陸的淘寶網可以對客戶進行評價，並將資訊傳給支付寶，KYC 後才會進行小額借貸。但對銀行業的影響不大。現在反而銀行發現這個業務利潤大，再重新做小額信貸業務。對於整個金融業與第三方支付而言是利潤重分配，市場重洗牌。餘額寶的興起是因為支付寶要分散自提資金之壓力，呈現金融創新的一面。

儲值的部分牽涉到貨幣，這部分央行會擔心。資本額需要有一定的門檻，但不一定是資本額代表一切。還有資安問題，PCISS 與 ISO27001 是最實質設備。

第三方支付兼具幾個角色。使用信用卡交易，所以是信用卡收單銀行。可以發行群體性信用卡，是發卡的角色。如果有儲值業務，是中央銀行的角色。因此，不要太著重資本額度的大小，而是著重於風險安全控制與管理的程度。在國外儲值資金的所有權是在消費者手上。可是在臺灣資金所有權會移轉，才会有這樣的風險問題。

目前全世界皆有無實質交易業務，但國內尚未有這項服務。第三方支付是實名制，加上額度控管，不可能有大量資金移動的狀況出現。如中國大陸是限制在 1000~2000 元人民幣額度以內。其實最怕出事的是第三方業者，尤其是以信用卡儲值，再提領現金出去。因此，第三方支付業者也會有自律的機制來防範。

八、第三方支付的安全系統

資安系統，ISO27001 是一個規範，會有單位來稽核是否有漏洞。PCIDSS 這是處理信用卡，如 MASTER 卡有專門的外部稽核檢視系統的健全程度，分成四級，本公司屬最高層級。一般而言只要符合兩項規定之一即可，但第三方支付不確定是否也是如此。

九、電子交易憑證問題？

第三方支付並沒有電子交易憑證的問題。第三方是以實名認證，但卻沒有標準。憑證的目的是要進行身分的認證，客戶是否身分認證相符，最擔心的還是業者，因為業者要概括承受。當然是可以讓交易偽冒的難度提高的方式，如使透過用卡綁定，或其他種方式進行認證，但沒有標準方式。

十、第三方支付市占率？

關於市佔率的問題。第一要有第三支付的定義，第二沒有數字。目前只有代收付部份會有數值，但若是會員制的第三方支付產業為標準就無相關的數據。

日期：民國 103 年 4 月 3 日（星期四）

時間：下午 2 時 30 分

受訪人：H 大學兼任教授

訪談紀錄：

一、電子商務未來可能的經營模式、獲利模式？而主管部會的看法？

電子商務包括物流、金流、資訊流，而金流便是金管會在管的，若只有物流跟資訊流，理論上由經濟部管的；只有金流跟資訊流，則是金管會在管的。現在問題在於，三流服務同時發生，主管權責應該歸屬的單位為何？第

三方支付原由經濟部當主管機構，但業者希望能夠從事某些金流業務，這就牽涉到非金融機構做金融業務，該由誰規範，以及要怎麼規範的問題。金融業務的規範要求是非常多的，而網路業者若不受規範，尤其當業者沒有物流做支持，也就是說沒有實質交易發生，而純粹為金融交易，萬一出問題怎麼辦？包括金管會、中央銀行等主管機關對此抱持著疑慮。即使國外的確已經有像這樣的服務，但其實也不是沒有規範。目前互聯網金融是個趨勢，業者希望能夠多做一些，但又不希望像銀行業那樣高度的規範，這樣銀行業也會認為不公平。目前法規上還沒有真正定案，仍需要多方考量。

原行政院裁示經濟部為第三方支付業務之主管機關，而經濟部提出的草案部分經過審查之後，1月21日請經濟部針對草案內容增加產業面的規範，而非僅針對金融部分規範，希望草案能夠涵蓋金流與產業面。原來的設計是經濟部為主管機關，而涉及金流部分，金管會是檢察機關。然而2月時，經濟部提出參照他國做法，認為經濟部並不適合擔任主管機關，仍回歸金管會為主管機關。目前草案部分規定仍涵蓋在實質交易的部分，而關於第三方支付業者承作如購買基金、保險等金融商品是被排除的，金融交易的部分目前仍在洽會中，未來討論有突破之後，才會比較明確。而這部分不論是由經濟部來管，還是金管會來管，沒有太大的差異，比較大的差異就在「檢查程序」上面。按照原本設計由兩部會來同時審查的話，也會有時間差的問題。若由金管會管理，金管會就必須負全責。原本由經濟部為主管機關的用意在，因為經濟部是電子商務的主管機關，而第三方支付其實是因應電子商務的實質交易，衍伸出來的需要處理的支付程序，那對於電子商務的發展跟管理，甚至未來面對國外的競爭因應，應該是要由經濟部做整體政策性的通盤考量，但現在就已經回到金管會來管金流的部分。

二、所以除了檢查、監管的部分，有沒有其他因為主管機關自經濟部轉到金管會而有所差異？

對業者而言，會希望管理的程度比較低，那從這角度來看，經濟部是比較適合的主管機關，因為金管會在金融管理方面是比較嚴謹的。但有些業者其實會希望是由金管會來管，因為在金融交易上比較有公信力。而目前金融

機關受到的管控是很嚴格的，在處理每筆交易上，都會有比較高的成本，但如果非銀行業者進來做代收代付的業務，相對來講成本是比較低的，所以如果要開放無實質交易，銀行的要求是希望能夠站在一個公平的標準競爭。目前比較困難的是，以現在國際的做法來看，難找出一個比較適合的標準，即所謂多少是屬於小額的支付，可以做比較低度的管理，可以讓銀行業認為是站在比較公平標準競爭。加上之前警政署也反對，因為第三方支付平台很容易被詐騙集團濫用，實務上也的確有發生，所以像現在大陸也開始對這些部分有所控管。

三、如果說第三方支付業者將收受的款項信託，會不會在控管上就比較沒問題？

當然會比較好，但是問題在於使用者不是直接將款項放進信託帳戶，中間一定會經過第三方支付業者，這中間的時間差就會產生管理的空洞。

四、像支付寶現在已經發展其他的功能，比方餘額寶買基金、娛樂寶投資娛樂事業，那如果說像現在臺灣草案僅限定實質交易，那是不是代表臺灣未來就不太可能有這樣的發展性？

目前草案的確是這樣，所有金融商品都不會是第三方支付業者在處理，而是透過背後的金融機構去處理，那金融機構本身就有這些業務，不可能又讓第三方支付業者也跳進來做，當然主管機關拉回金管會後，還會再做整個草案的通盤考量。