

# VISA消費者 支付調查 2.0

疫情如何改變台灣，  
香港及澳門支付及  
銀行金融生態環境

**VISA**

# 目錄



調查方式



簡介



新冠肺炎旅遊及社交限制時序

**1**

新冠肺炎效應：疫情促進電子商務

**1.1** 線上購物推動電子支付的成長

**1.2** 防疫考量因而轉向感應式支付的現象

**2**

蹺蹺板抬升：電子錢包帶來引爆點

**3**

選擇：消費者在小型商家尋求更多付款方式選擇

**4**

交通票證：使用感應式支付通勤

**5**

體驗驅動：數位銀行的興起

**6**

認知與信任：處於十字路口的純網銀

**7**

誰的數據？開放銀行的機遇與挑戰



關於Visa

# 調查方式

本項調查由Intuit Research進行。

調查以量化方式於2020年8月進行資料收集。

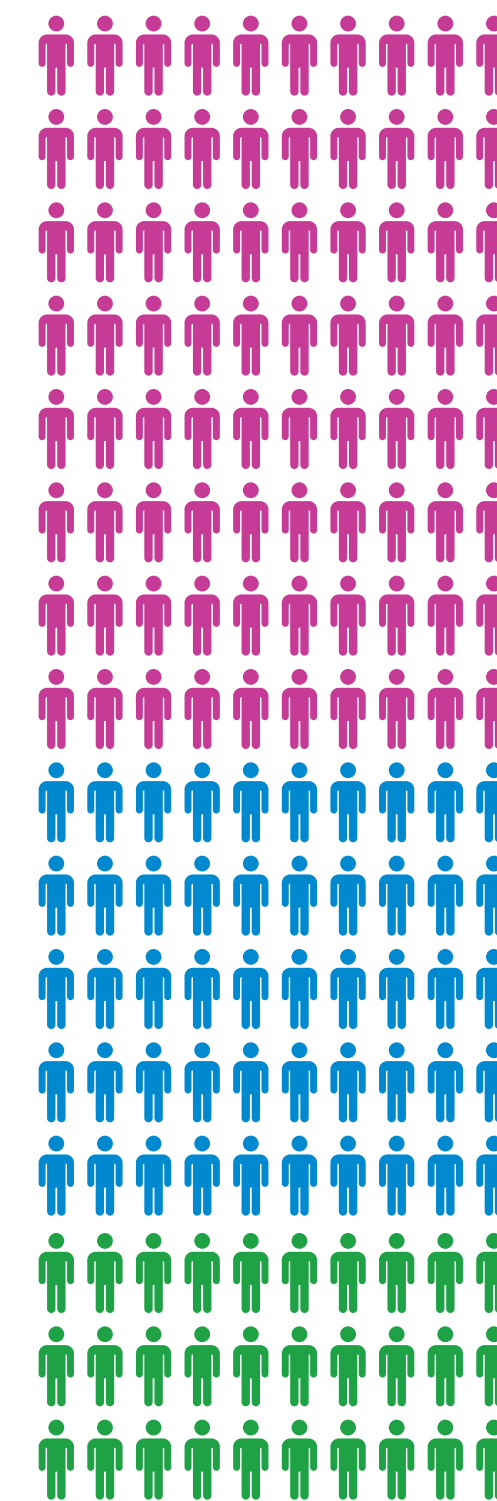
台灣及香港特別行政區（下稱「香港」）的訪問以線上訪問進行。澳門特別行政區（下稱「澳門」）則透過街頭訪問。

受訪對象：年齡介於18-55歲的一般民眾，並於各年齡層設置配額以確保數據代表性。

台灣的樣本誤差值為 $\pm 3.5\%$ ，香港為 $\pm 4.3\%$ ，澳門則為 $\pm 5.7\%$ 。所有樣本可信度為95%。

受訪人數

總數  
**1,600**



台灣  
**800**

線上訪問



香港  
**500**

線上訪問



澳門  
**300**

街頭訪問



# 簡介



這不只是一份關於新冠肺炎疫情相關影響的報告。雖然新冠肺炎疫情無庸置疑在2020年留下深刻的印記。旅遊限制讓全球流通陷入停頓，許多商業活動也因為在家上班模式和社交距離規定減少或停止。

市場當下有許多關於經濟預測的調查，而消費者支付調查2.0特別針對疫情帶來的數位轉型加速，探究台灣消費者在對於支付、數位銀行和開放資料的看法與偏好，也將今年的調查結果與先前的研究進行了比較。

「現金為王」在台灣可能不再適用，因為信用卡和簽帳金融卡首次取代了現金成為最常用的支付方式。電子支付的應用廣泛拓展到電子商務以及面對面交易。

此份報告於2020年8月對1600名消費者進行調查，驗證了Visa在台灣，香港和澳門在8個月疫情期間所觀察到的支付生態環境結構性轉變，同時也印證Visa自身的交易數據，幾項重點分享：

- 線上購物將成為的常態，台灣消費者預期疫情之後52%的購物會於線上進行。
- 在疫情期間，四分之一的台灣消費者增加了使用數位銀行服務，並打算疫情之後持續使用。
- 基於衛生問題，與往年相比，商店中感應式支付的使用變得更頻繁。

在第二年的調查，我們將研究範圍進一步擴展到涵蓋消費者對數位銀行的看法，以及對開放資料和數據隱私的觀點。簡而言之消費者對無現金將來的期待正在成長，但仍有改善的空間。

我們期盼隨著Visa不斷擴展的業務範疇，持續提供消費者直覺流暢且安全的商務體驗，此報告將提供產業所需的洞察。



**趙麗芳 Michelle Jao**  
台灣區總經理



# 新冠肺炎旅遊及 社交限制時序

台灣  
2020



十二月(一九年)至一月 二月



- 台灣從12月31日開始對來自中國大陸的旅客進行檢疫
- 實施邊境管控與隔離措施
- 成立中央流行疫情指揮中心(CECC)
- 首例報告



- 學校延後兩週開學
- 限制往返中國大陸，香港和澳門的航班
- 經中國大陸，香港和澳門入境的旅客需要14天居家隔離



三月至四月

- 發佈公眾聚會準則
- 宣布針對餐廳、校園、辦公室、公共交通、超級市場和其他場所的強制性社交距離限制



五月以後

- 中央流行疫情指揮中心(CECC)開始放寬限制
- 允許短期商務旅客入境台灣，並可以申請縮短居家檢疫期限
- 逐步放寬對符合條件的旅客的入境限制



# 香港 2020



## 一月至二月

- 香港特別行政區政府透過限制中國大陸入境旅客來應對冠狀病毒的爆發
- 遊客人數大幅下降
- 實行隔離措施
- 學校停課至五月底
- 實施在家工作安排
- 2月4日香港首例新冠肺炎死亡個案



## 三月至四月

- 香港爆發第二波疫情
- 隔離措施擴展到所有抵港旅客
- 社交距離措施和針對個別商家 包括餐廳和酒吧的社交距離限制
- 禁止四人以上的聚會



## 五月至六月

- 4月實施的限制放寬，包括針對餐廳的限制
- 學校復課



## 七月

- 重新實施社交聚會限制
- 在公共交通和所有室內公共場所必須配戴口罩
- 平日餐廳限制每桌最多2人，而後改至每桌最多4人



## 八月以後

- 無新感染個案進入穩定時期 – 爆發第三波和第四波疫情 – 政府對學校和餐廳等的公眾聚會場所的規範從放寬再度轉向管制
- 香港特別行政區政府與泰國，日本，新加坡和其他國家討論「旅遊泡泡」的可能性





# 澳門 2020



## 一月

- 政府和賭場部門開會商討新冠肺炎的預防措施。
- 成立新型冠狀病毒肺炎應變協調中心
- 報告首宗確診病例
- 學校和大學關閉，實行邊境管制措施。



## 二月至三月

- 賭場和其他娛樂業務暫停15天，在2月20日午夜開始恢復營運。
- 酒吧，健身俱樂部，夜總會，卡拉OK休息室重新開放
- 澳門特區政府限制入境



## 四月至六月

- 引入“健康碼”系統方便澳門居民外出
- 澳門的最後一名新冠肺炎患者出院
- 分階段復課



## 七月以後

- 符合條件的澳門居民前往大灣區九個城市無須隔離。恢復內地居民前往澳門的旅行簽證





# 1

## 新冠肺炎的效應： 疫情促進了電子 商務

### 1.1 線上購物推動 電子支付的增長



在台灣，香港和澳門，旅遊業和商務旅行受到了嚴重打擊，學校停課、普遍實施在家工作、以及社交距離的措施，帶來不利後果。與其他兩個市場相比，這些影響在香港最為明顯，持續時間更長。

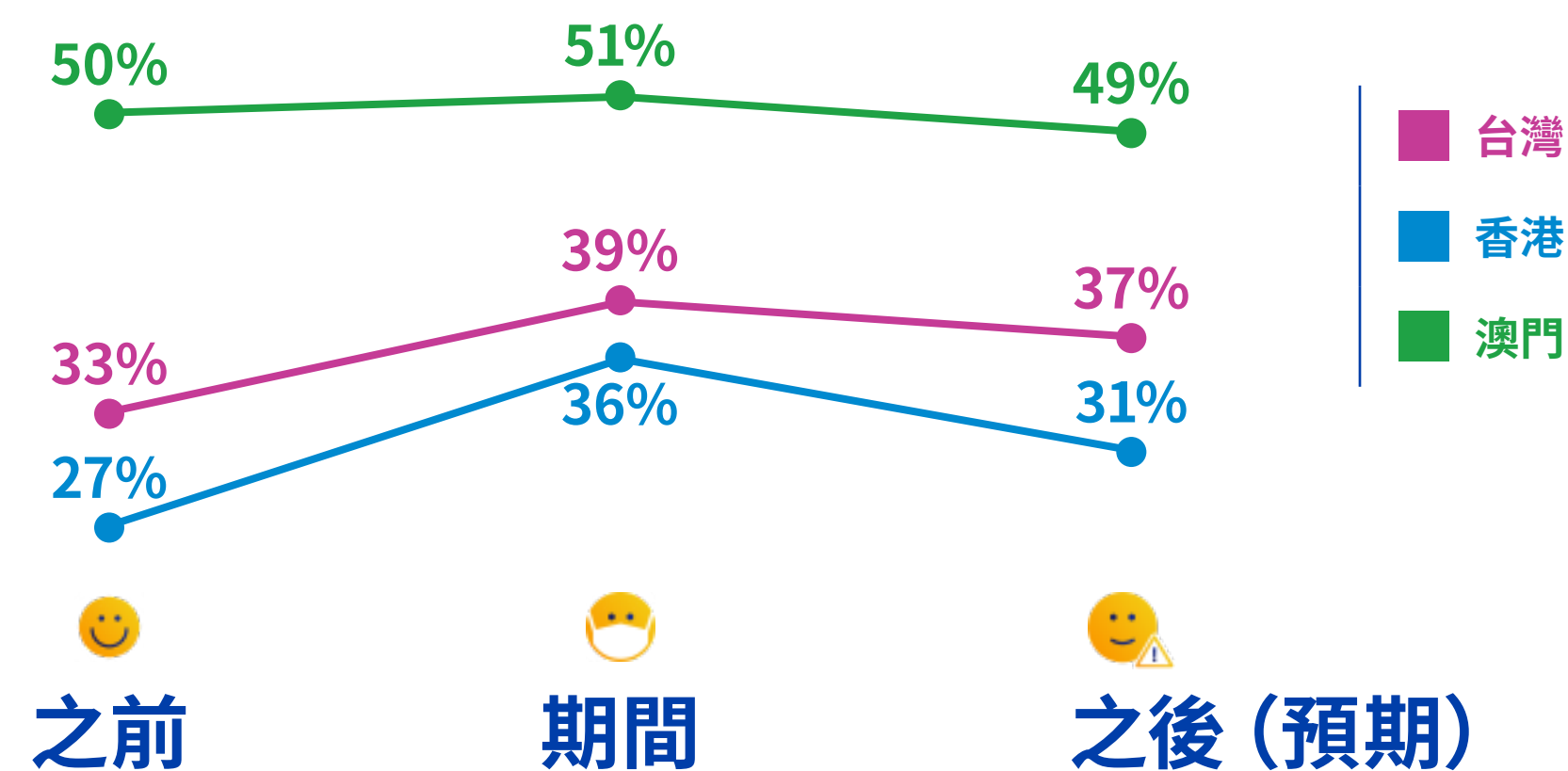
這些對日常生活的影響和衛生意識的提升，毫無疑問地影響著消費者在線上和線下消費商品或服務的模式。

在這三個市場中，線上購物的頻率和總支出比率顯著增加，台灣從33%增長到39%，而香港是成長最高的，每週線上購物最少一次的消費者，從疫情前的27%增加至現在的36%。

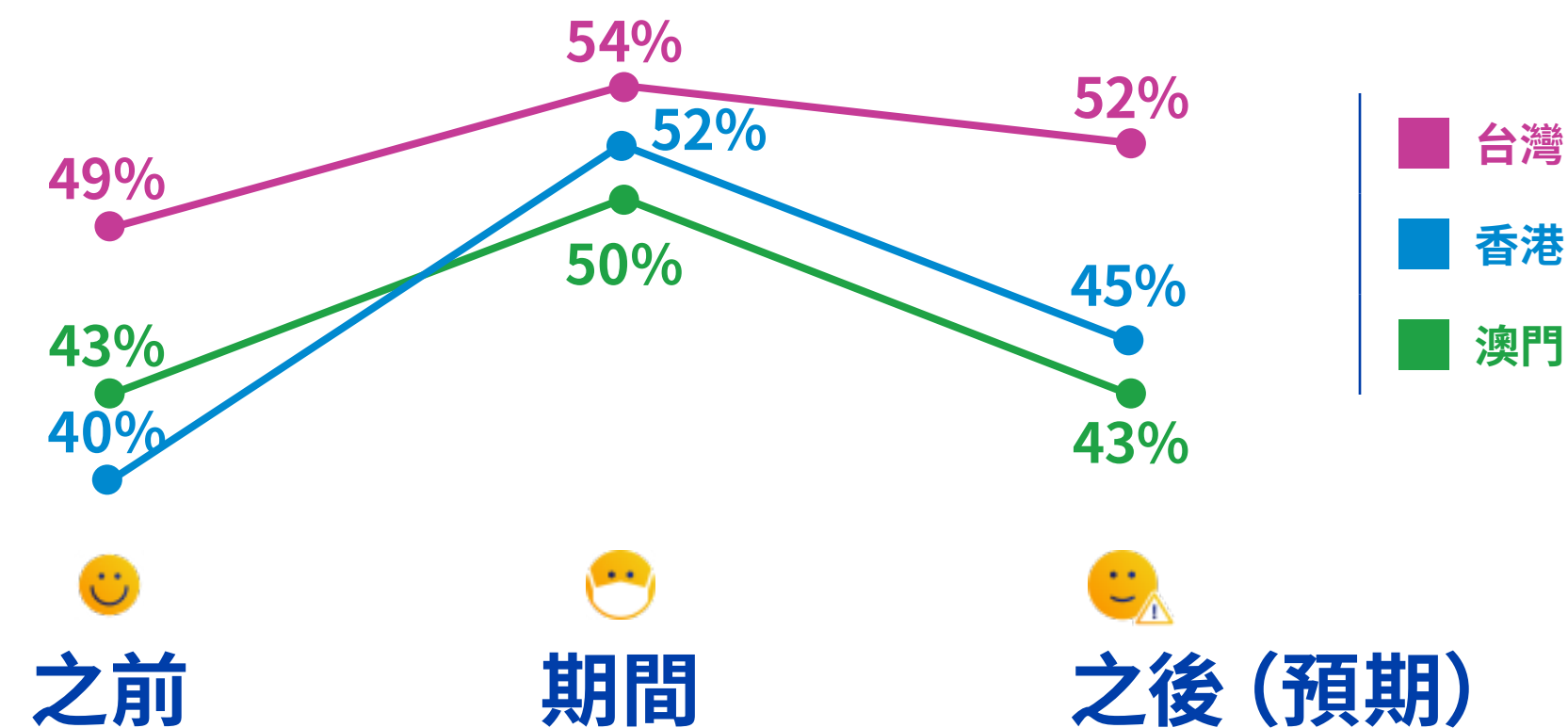
然而，台灣和香港的線上購物支出預期在疫情過後下降，但不會低於疫情前的水平。而澳門消費者的消費習慣預計會回復到疫情前的水平。



#### 新冠肺炎時期線上購物 頻率 (每周至少一次)



#### 新冠肺炎時期線上支付 佔總費用的百分比





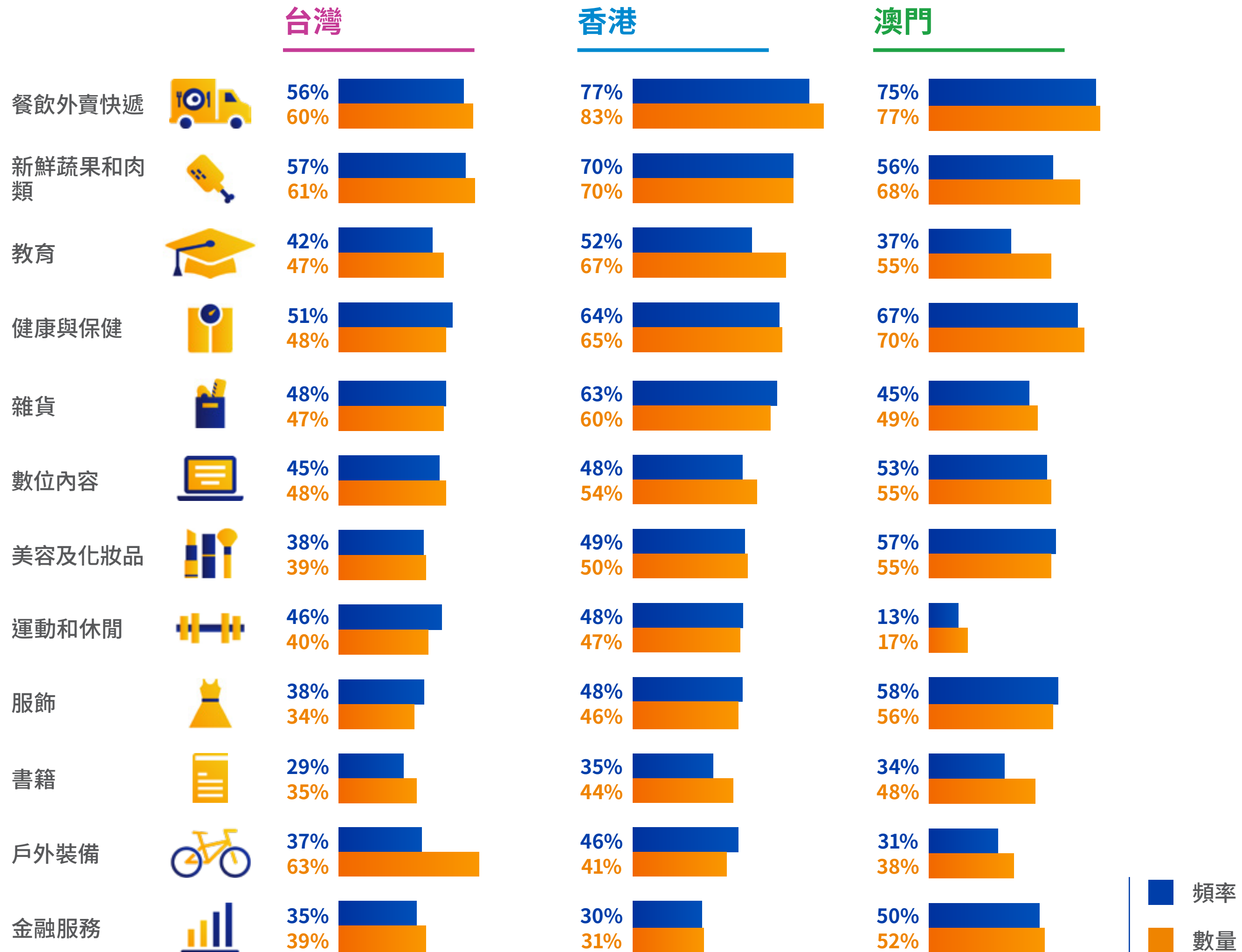


線上購物對特定產品/服務種類更有利。

美食外送服務受益於社交距離限制，在三個市場都有最大成長。台灣有一半以上的受訪者訂購更多美食外送並消費更多，在香港和澳門，7成5的消費者點餐的頻率和消費都有所增加。

其他消費者增加線上購物的類別包括：新鮮農產品、雜貨、教育、保健和健康以及服裝。另一方面，體育、娛樂和戶外設備的線上銷售在台灣和香港亦有所成長。

## 新冠肺炎期各類別增加線上購物頻率/數量的百分比



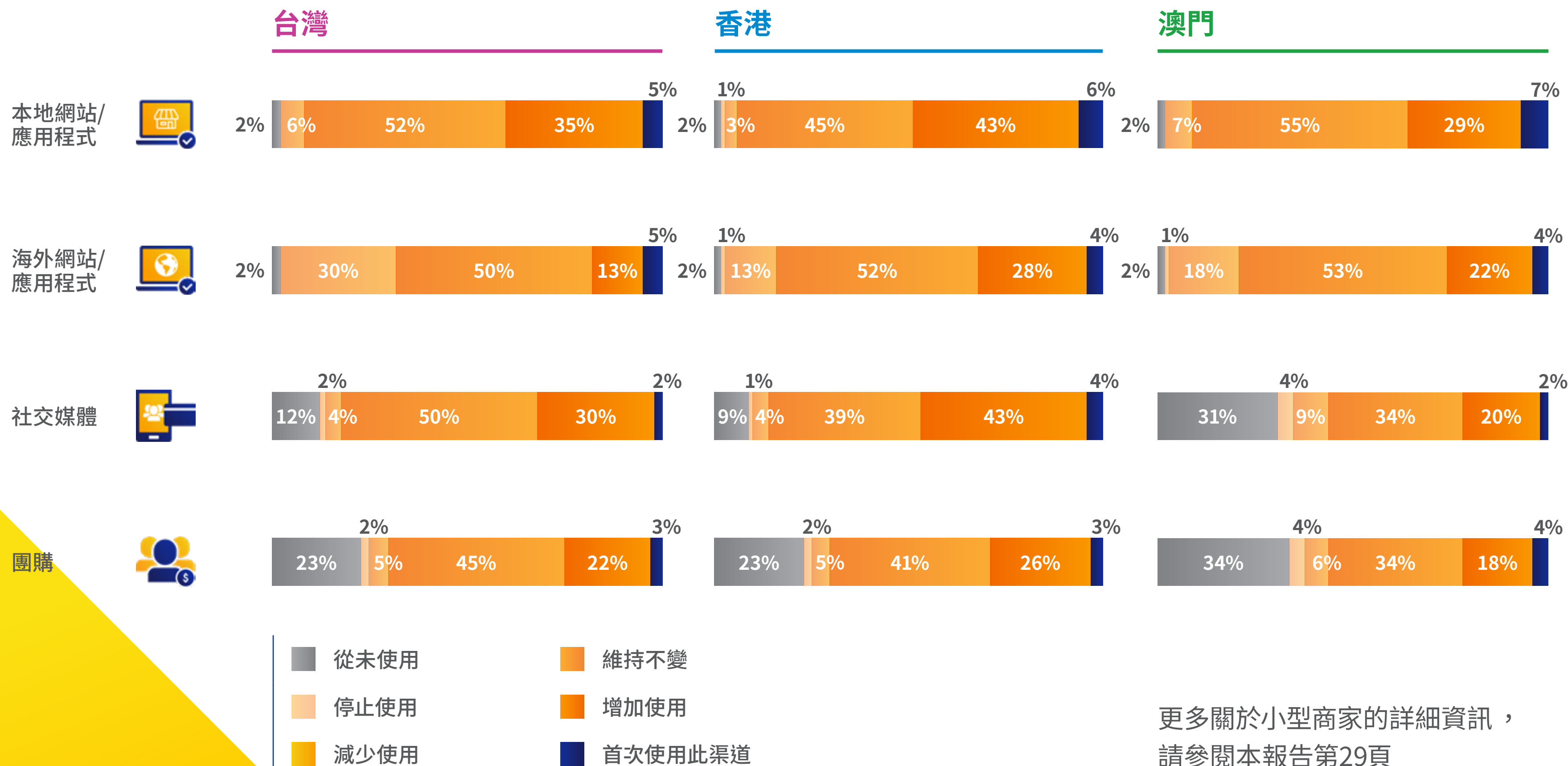
## 支持在地：本地電子商務網站為主要受益者



三個市場的本地電子商務網站和應用程式皆有極高的使用成長率。

台灣消費者減少海外線上購物。同時，香港消費者在海外電子商務網站使用率則增加，而澳門的使用率增加程度較小。香港特別增加在社群媒體購物的比率。

## 新冠肺炎期間線上購物渠道使用情況變化



更多關於小型商家的詳細資訊，請參閱本報告第29頁



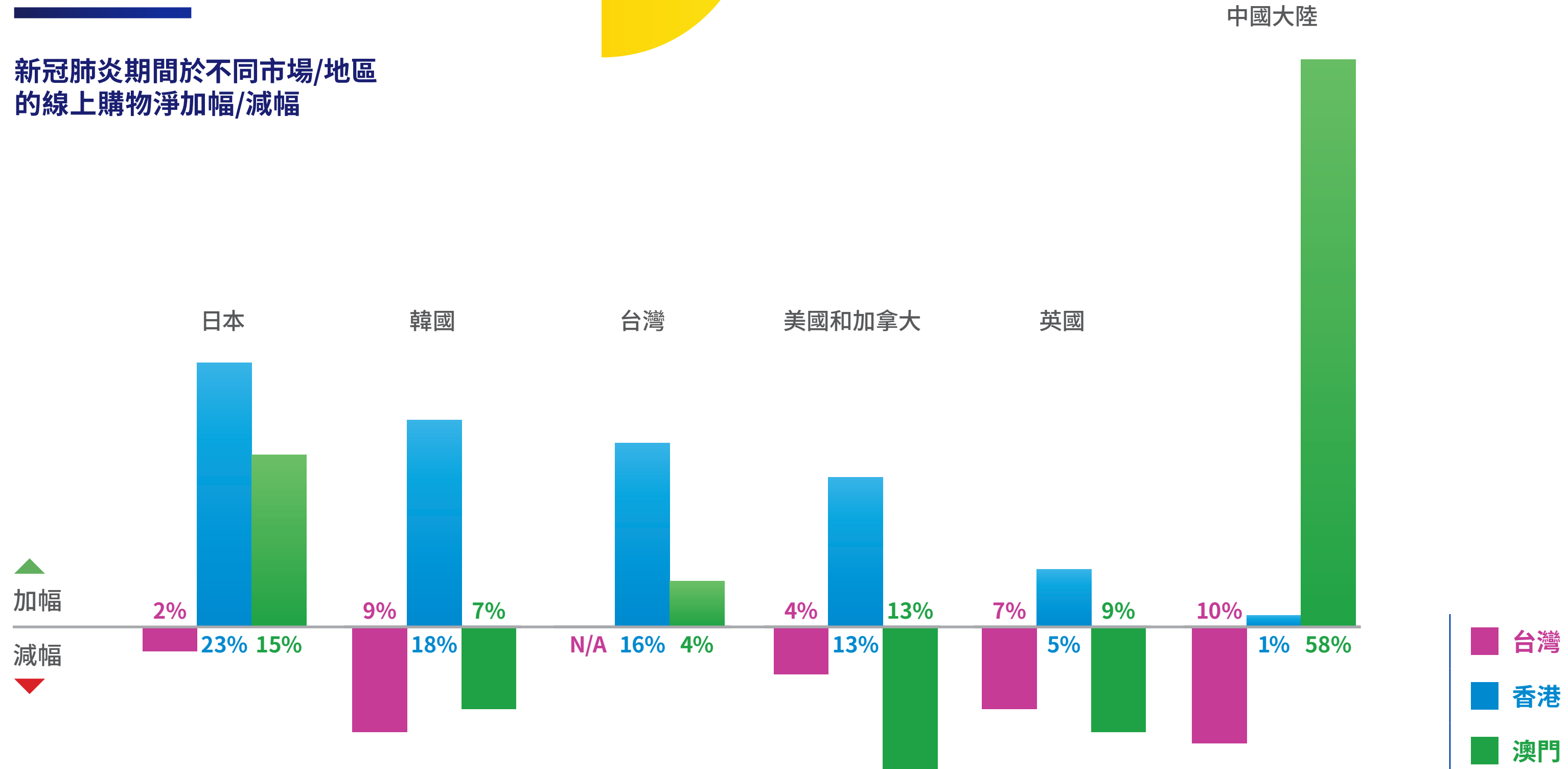
本項調查發現，疫情影響台灣、香港和澳門的消費者決定從哪些海外國家購物，而三個市場有一些有趣的差異。

台灣的海外線上購物整體減少，降幅主要來自中國大陸，南韓和英國的線上購物。

而香港消費者大幅增加了從日本、韓國、台灣和北美的線上購物。

澳門消費者增加了日本商家的線上購物，但與從中國大陸商家購買量的58%淨成長相較之下，顯得微不足道。另一方面，從美國和加拿大網站的線上購物則有所下降。

新冠肺炎期間於不同市場/地區的線上購物淨增幅/減幅





## 新冠肺炎的疫情推動了電子支付，而現金使用急劇下降

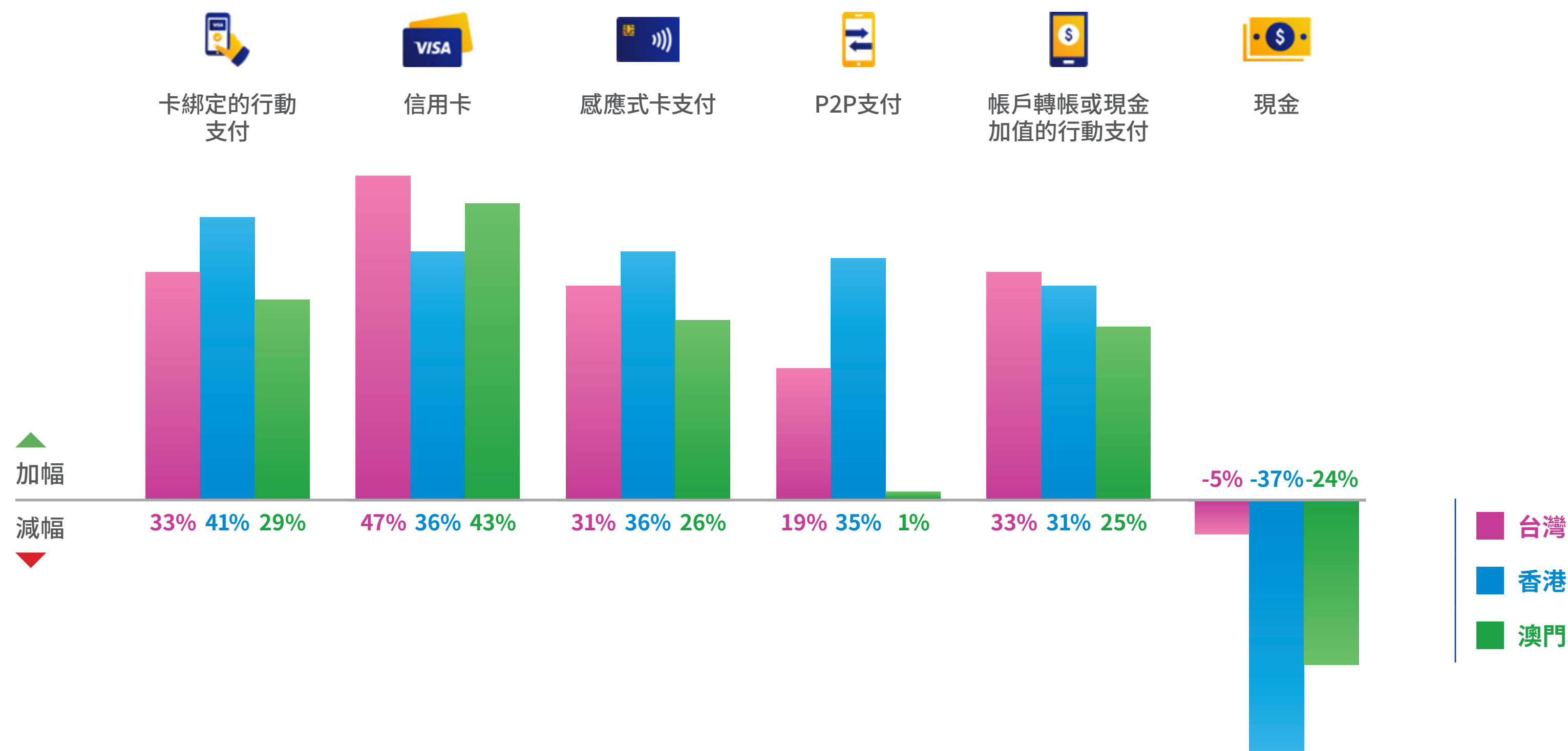


現金支付在疫情期間迅速失去了人們的青睞，以香港的現金使用量降幅最大。儘管台灣的現金使用下降幅度遠小於香港和澳門，但在疫情下電子支付也有所成長。

在香港，以卡加值的行動支付，信用卡，感應式卡片，個人對個人(P2P)支付和帳戶轉帳或現金加值的行動支付的使用量都有顯著增加。

就連澳門這個最依賴現金的經濟體系，在疫情期間的現金支付都大幅下降，而幾種電子支付方式都有所增加。

### 新冠肺炎期間支付方式的淨增幅/減幅







疫情期間消費者購物模式的轉變無可避免地影響了支付行為。最明顯的轉變與轉向線上購物有關。

然而，疫情對健康或衛生的關注亦對付款選擇也產生了更微妙的影響。

在2019年5月至2020年8月之間，付款方式已從現金方式明顯轉向無現金方式。

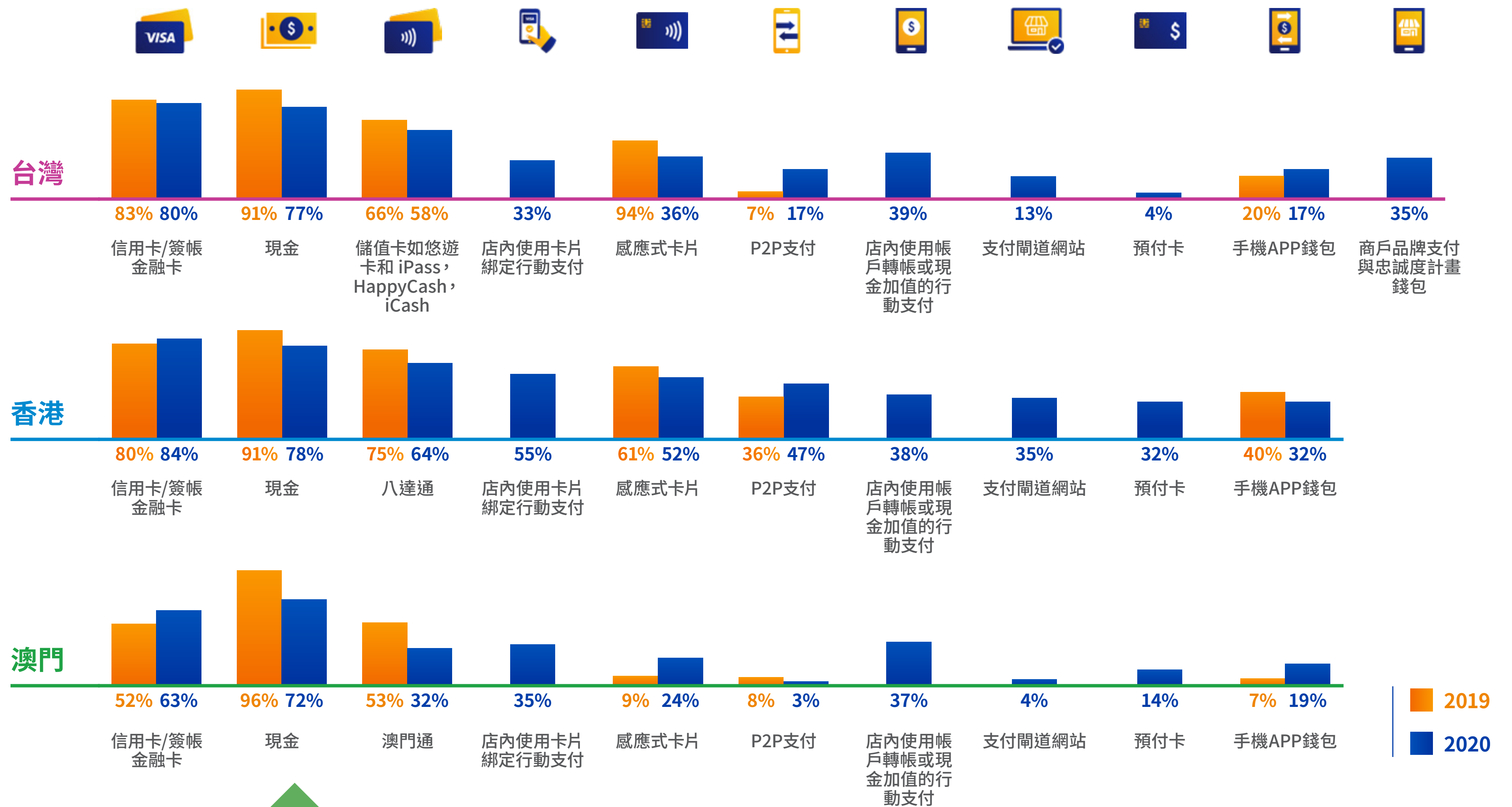
2019年，現金是台灣和香港 (91%) 及澳門 (96%) 最常用的付款方式。2020年，台灣的現金使用量下降了14%，香港下降了13%，澳門下降了24%。

在這種情況下，由卡片支付取代現金的主導地位不足為奇，台灣的卡片使用率從80%升到83%，香港的卡片使用率從80%上升到84%，在澳門從52%上升到63%。

台灣和香港的個人對個人(P2P)支付都分別有11%和10%的增長。但澳門則下降了5%。

相反地，澳門的手機應用程式 (App)內建電子支付增長了12%，而台灣與香港下降了3%與8%。商戶品牌支付與忠誠度計畫的錢包則在台灣不斷成長佔比35%。

## 支付方式





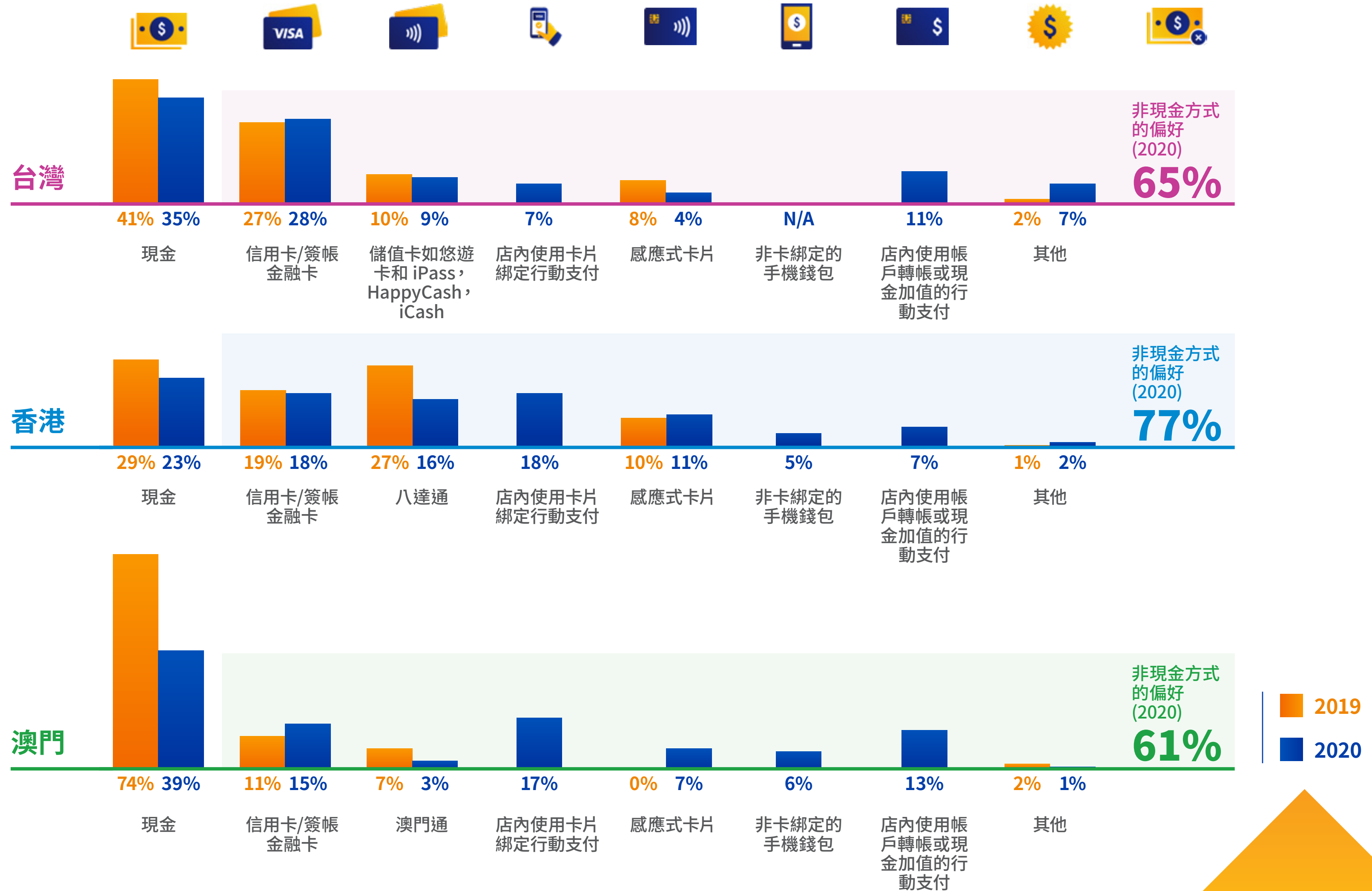
儘管現金使用量因消費者減少外出而有所下降，但自去年起消費者對現金支付的偏好亦有所下降。民眾對衛生防疫的關注讓處理現金時更加謹慎。

2019年，台灣現金使用率從91%下降到77%，而現金偏好從41%下降到35%。香港有29%的人偏好現金，現金支出佔32%。到2020年，這些數字分別下降6%和7%。

澳門的現金使用率和偏好下降幅度最大，使用率從64%降至38%而偏好從74%降至39%。同時，卡片的使用率從12%上升到20%，而感應式卡片支付開始受到關注。

目前對非現金方式的偏好在台灣佔65%，香港佔77%，澳門佔61%。

### 支付方式偏好





消費者認為從現金支付轉為電子支付的主要原因是支付速度較快，獎勵較多和現金回饋，並且較易於攜帶。



## 選擇非現金支付原因

### 台灣

獎勵與現金回饋



**86%**

帳戶轉帳行動支付用戶

較易於攜帶



**74%**

感應式卡片/卡綁定手機錢包用戶

支付速度較快



**68%**

卡綁定手機錢包用戶

### 香港

支付速度較快



**77%**

感應式卡片用戶

獎勵與現金回饋



**70%**

感應式卡片用戶

較易於攜帶



**68%**

使用感應式卡片/  
卡綁定手機錢包用戶

### 澳門

較易於攜帶



**80%**

帳戶轉帳行動支付用戶

支付速度較快



**70%**

帳戶轉帳行動支付用戶

最方便



**66%**

卡綁定手機錢包用戶



# 1.2 衛生防疫因素因而轉向感應式支付的現象

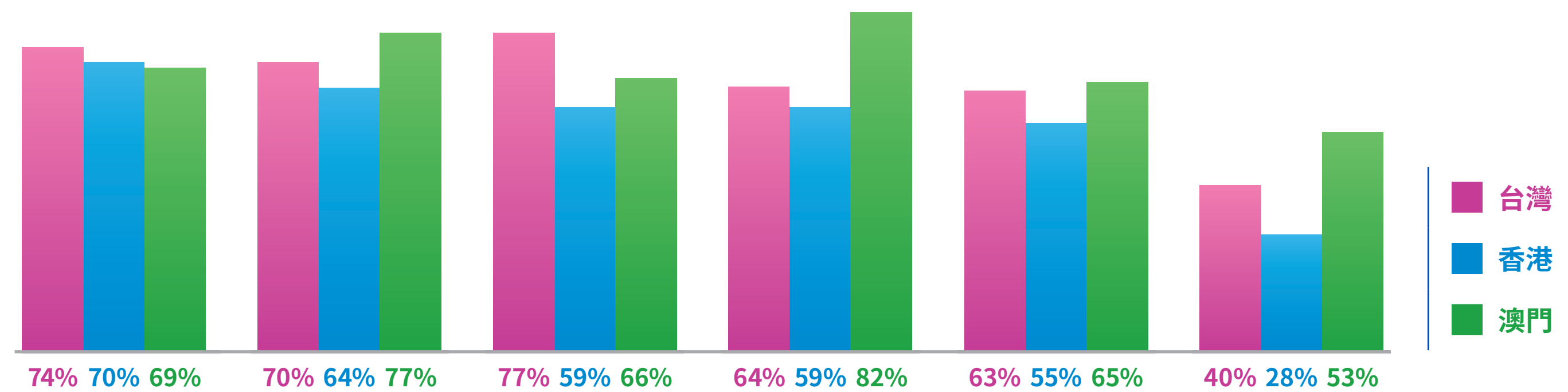
## 感應式卡片支付和QR CODE 掃碼支付是台灣、香港和澳門店內消費支付的首選

三個市場的絕大多數消費者都認為他們與兩年前相比更頻繁地使用電子支付。

感應式卡片支付成長最快，有74%的台灣消費者增加了在零售店中感應式卡片支付的使用。相比之下，香港為70%、澳門為69%。

於實體商店以信用卡綁定手機錢包進行QR掃碼支付也增加了，在台灣，香港和澳門分別為70%、64%和77%。

相比2年前電子支付使用量的增加



感應式卡片



於實體商店以信用卡綁定手機錢包進行QR掃碼支付



於實體商店以信用卡綁定手機錢包進行感應支付



於實體商店以帳戶轉帳或現金充值手機支付進行QR掃碼支付



於實體商店以帳戶轉帳或現金充值手機支付進行感應支付



儲值卡







當消費者被問起他們在實體店面的電子支付偏好時，台灣和香港偏好感應式卡片。澳門則偏好QR Code掃碼支付。此項調查亦發現以卡加值的行動支付錢包在台灣和香港較受歡迎。



### 電子支付方式偏好

台灣



香港





澳門



-  感應式卡片
-  QR掃碼行動支付
-  感應行動支付
-  儲值卡

### 卡片綁定/ 帳戶轉帳或現金加值行動支付



-  帳戶轉帳或現金加值
-  卡片綁定

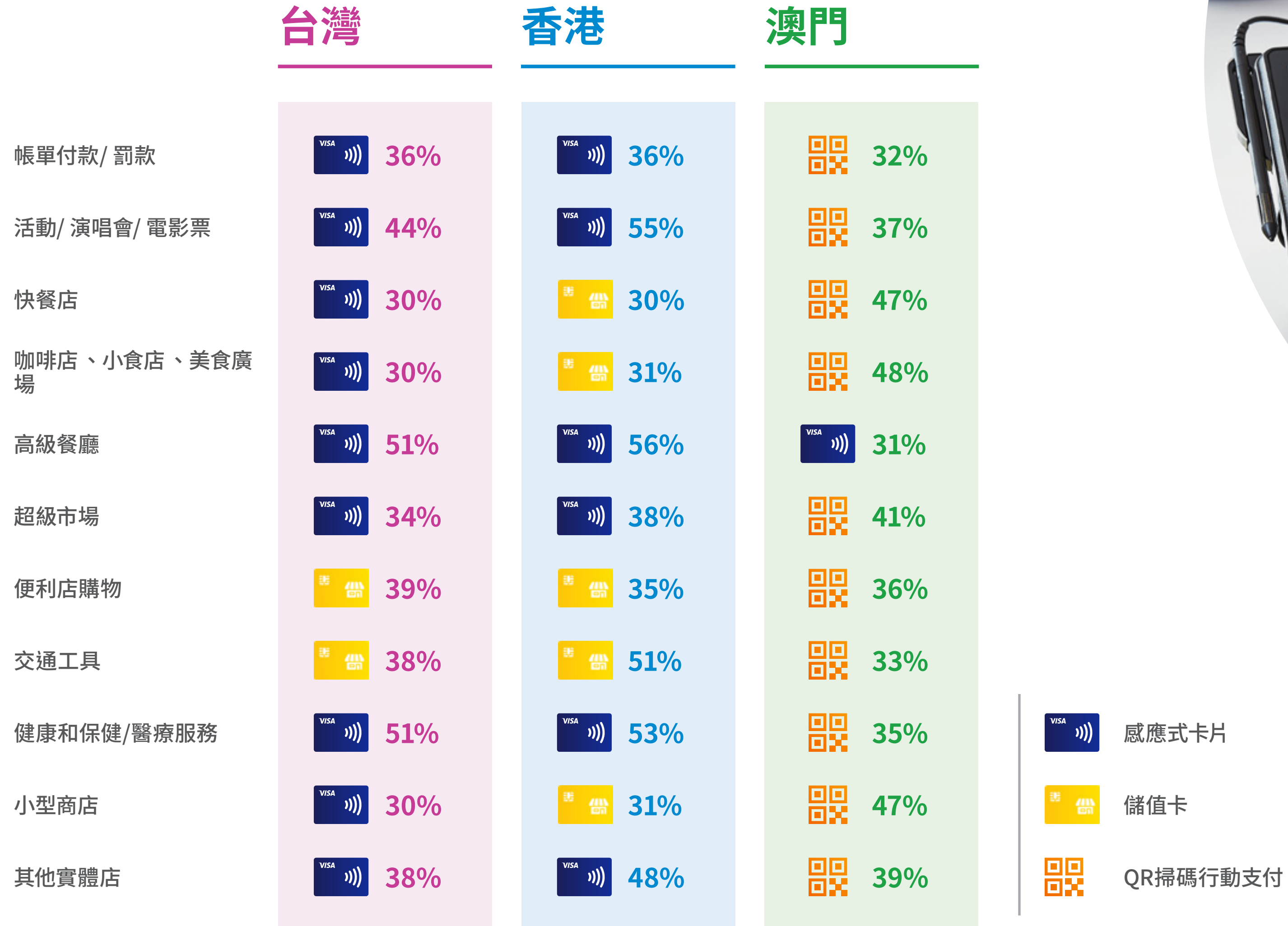


香港實體店面付款的偏好因商店類型或產品類型而異，偏好分別為感應式卡片和儲值卡支付。台灣的情況亦相近，感應式卡片是多個實體店面類別的偏好付款方式。

相反地，澳門除了高級餐廳外，QR Code掃碼支付是所有實體店面類別的偏好付款方式。



## 實體店面電子支付偏好



- 感應式卡片
- 儲值卡
- QR掃碼行動支付





## 付款方式由交易金額決定



當需要在現金和無現金支付方式之間作出選擇時，交易金額都是三個市場的基本考慮因素。

儘管這與去年相比並沒有明顯轉變，但最大的變化在於消費者選擇進行無現金交易的金額，比起之前降低了。

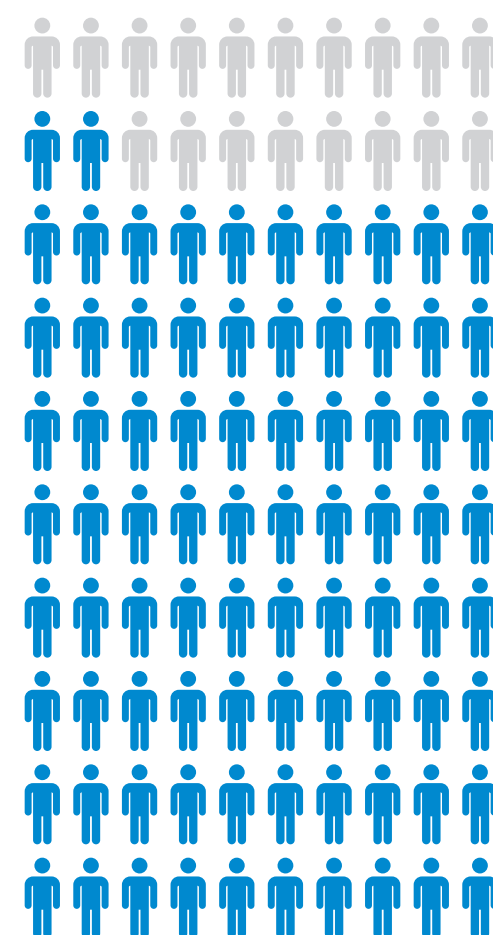
在台灣、香港和澳門，大多數消費者選擇以無現金方式付款的金額分別為400新台幣，100港元和100澳門幣。



## 支付方式由交易金額決定的百分比



**81%**  
台灣 (2020)



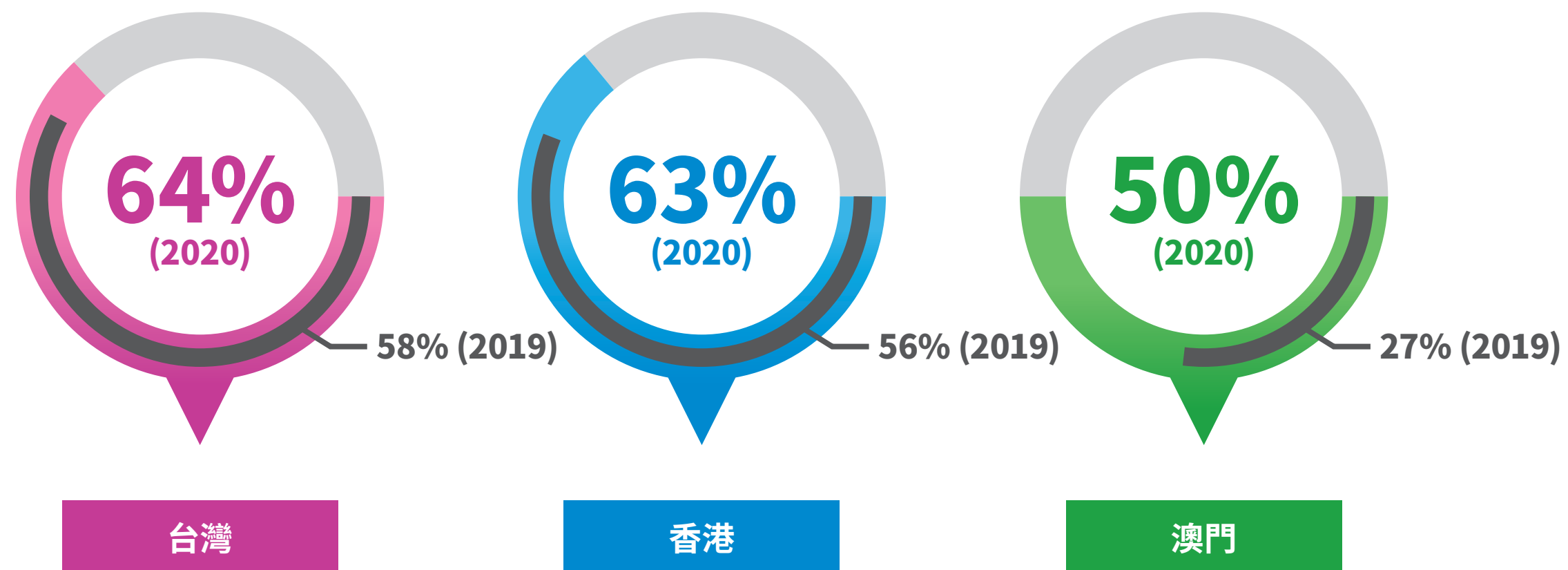
**82%**  
香港 (2020)



**56%**  
澳門 (2020)



轉往使用非現金支付的金額  
(超過 400 新台幣/ 100 港元/  
100 澳門幣) 的百分比



仍然選擇以現金支付的消費者是為了用完零錢。在台灣，有58%的受訪者認為以現金支付小額交易會較快。在香港則有61%、澳門有51%。

消費者選擇無現金方式的最主要的原因是不願攜帶大量現金(台灣59%、香港64%和澳門54%)。



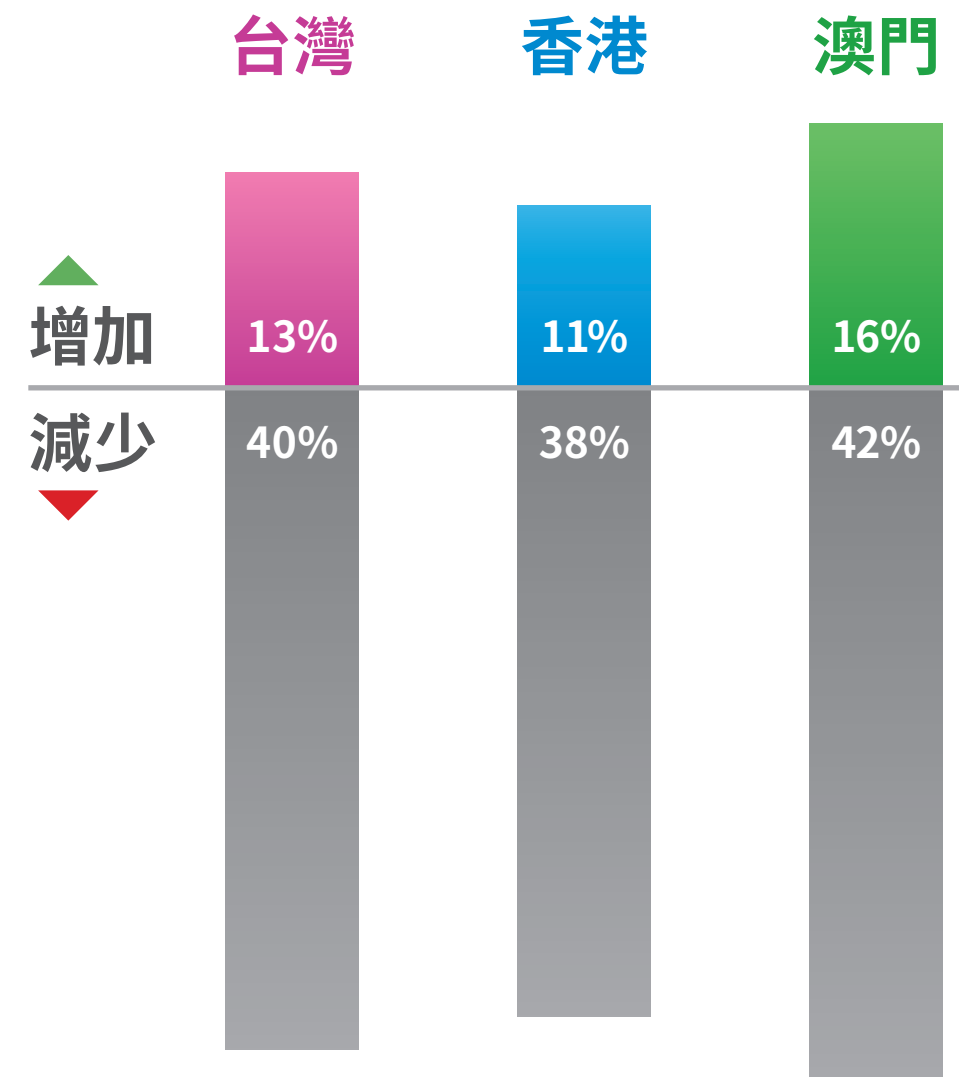
## 錢包現金減少而無現金支付增加

現金被取代的趨勢在這三個市場都持續發生。衛生防疫因素是香港使用無現金方式的首要原因。

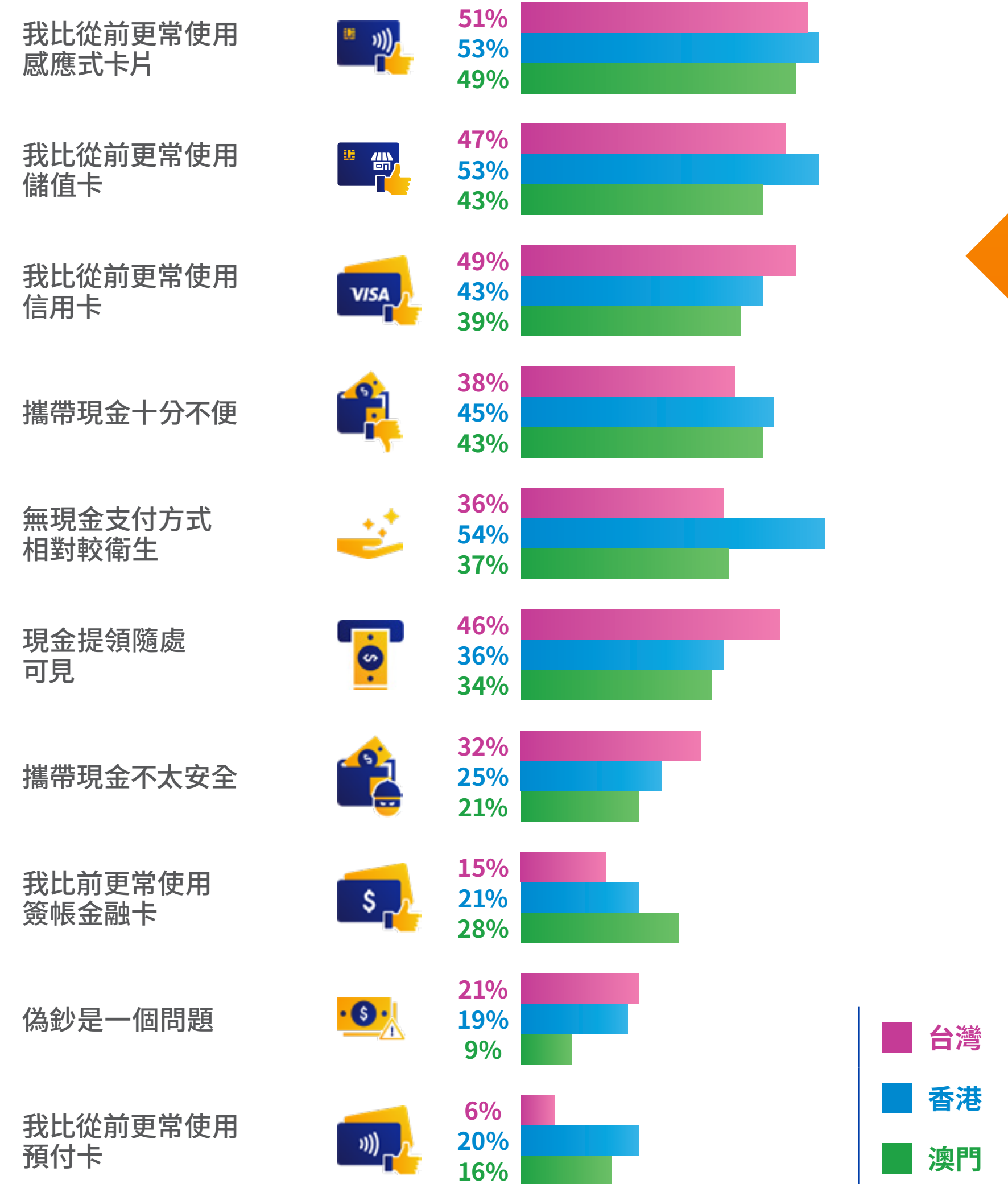
此外，台灣的51%、香港的53%和澳門的49%消費者，都認為感應式支付的普及和使用是減少現金攜帶的原因。



### 相比2年前所攜帶的現金



### 減少攜帶現金的原因



## 無現金支付預計持續增長

每個市場中大約有4成的消費者預計在未來一年會繼續增加使用無現金方式付款。

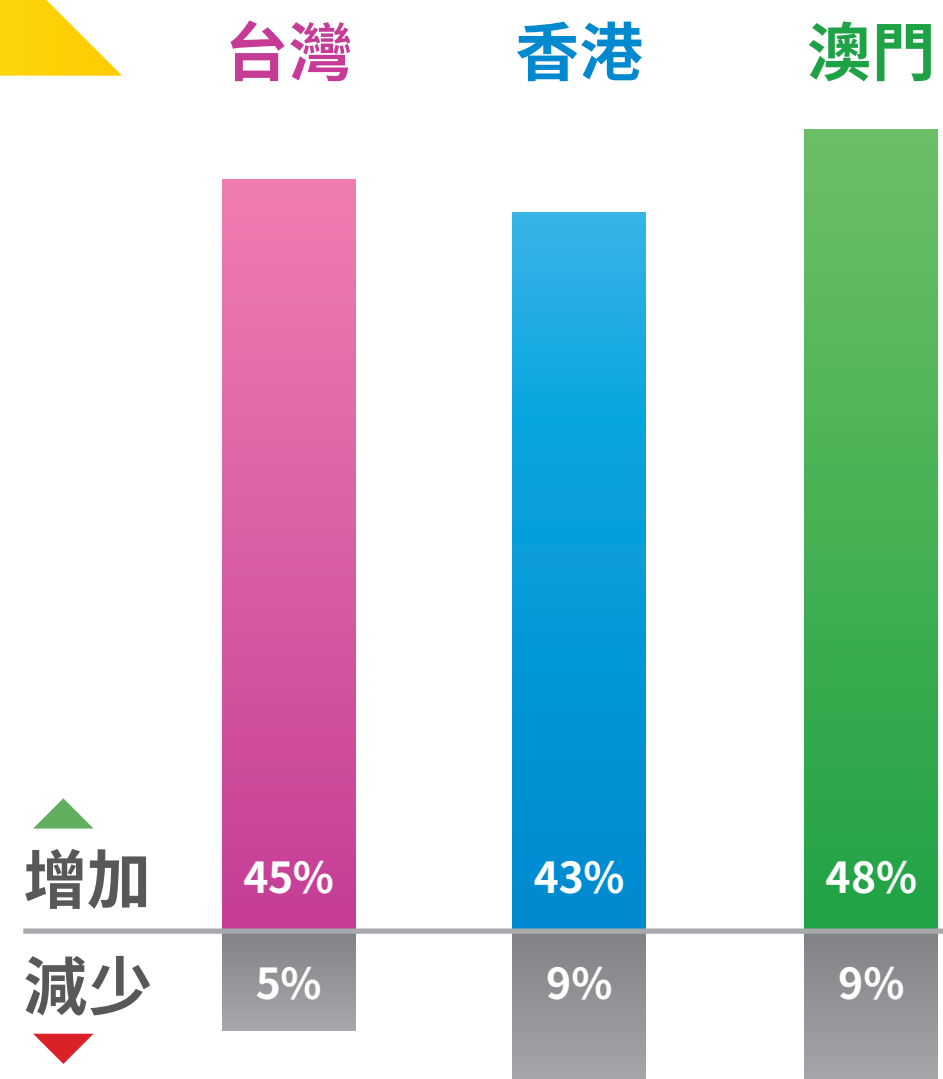
衛生因素仍是香港消費者增加以無現金支付的主要原因(61%)。台灣和澳門亦有40%以上的消費者持相同觀點。

台灣有67%的受訪者認為回饋與折扣是增加其無現金支付的主要原因，這也是香港消費者增加以無現金支付的重要因素。

澳門有51%的受訪者認為無現金方式較快速並已漸趨普及。亦有52%表示無現金支付方式最方便。



### 未來12個月使用無現金支付方式的預測



### 預期增加無現金支付方式的原因

以無現金方式支付能賺取更多優惠和現金回饋



這是最快捷的交易方式



現在更習慣以無現金方式付款



無現金支付方式相對較衛生



無現金支付方式更被廣泛接納



我不再攜帶太多現金



利用手機管理所有支付交易較為方便



無現金支付方式需要的精力最少



可以確認支付金額正確無誤



更安全、更有保障的支付方式







## 現金是否仍舊為王？



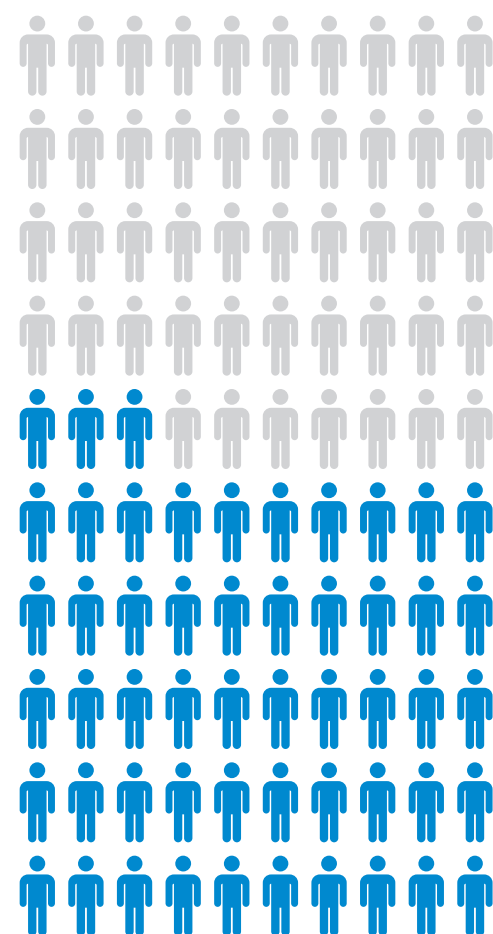
台灣、香港和澳門分別有59%、53%和48%曾經嘗試過無現金生活。大多數人能維持以無現金生活幾天，而台灣和香港有2成5的民眾表示他們能夠維持無現金生活一周以上。

對於從未嘗試過無現金生活的消費者當中，6成6至7成5相信自己可以在接下來的24小時內維持無現金生活（台灣- 62%、香港- 75%、澳門- 72%）。當中台灣，香港和澳門分別有44%、50%和51%有信心在接下來的三天可以維持無現金生活。

### 曾經嘗試無現金生活



**59%**  
台灣

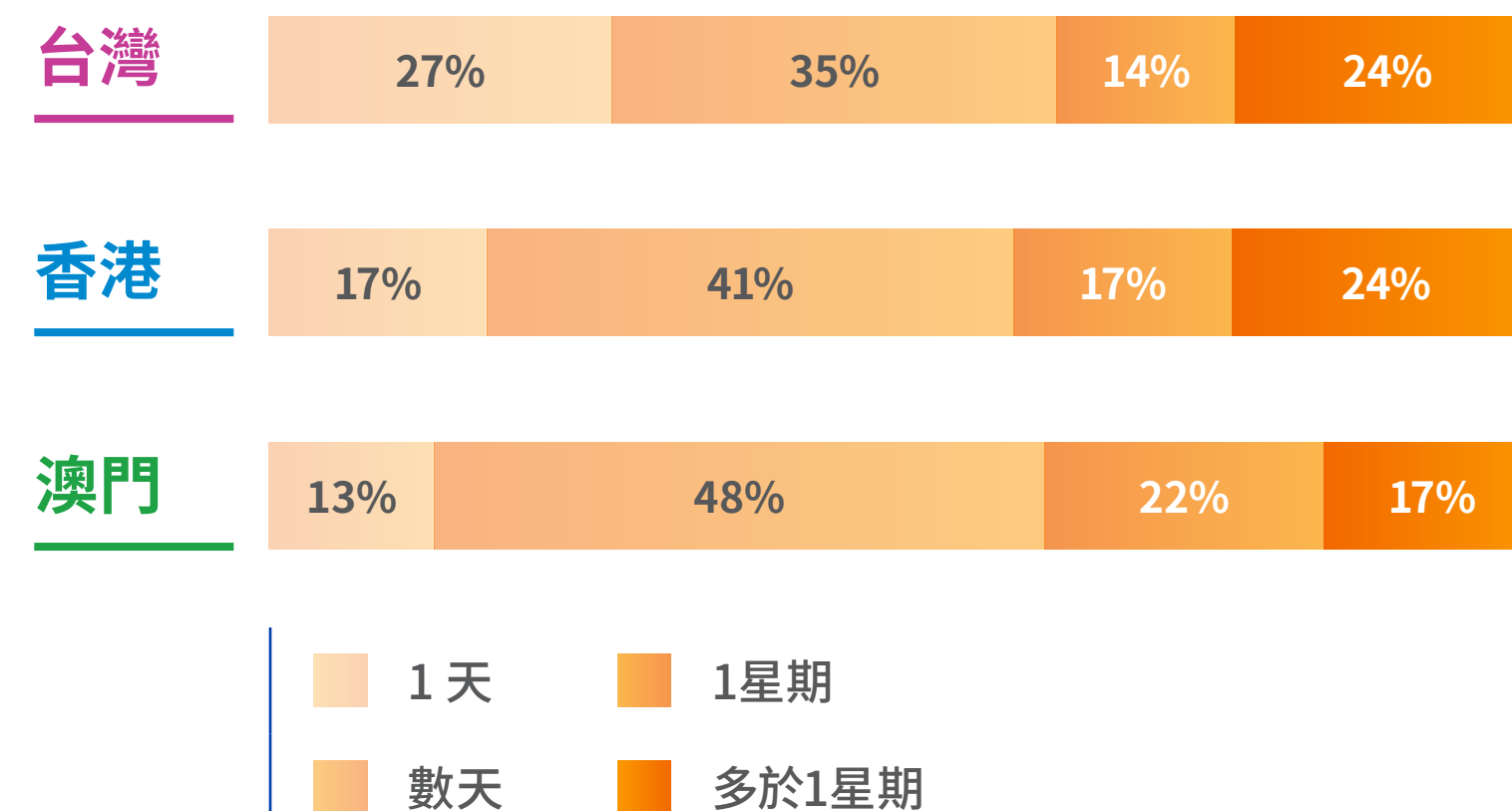


**53%**  
香港



**48%**  
澳門

### 能無現金生活多久



## 無現金社會何時能夠實踐？

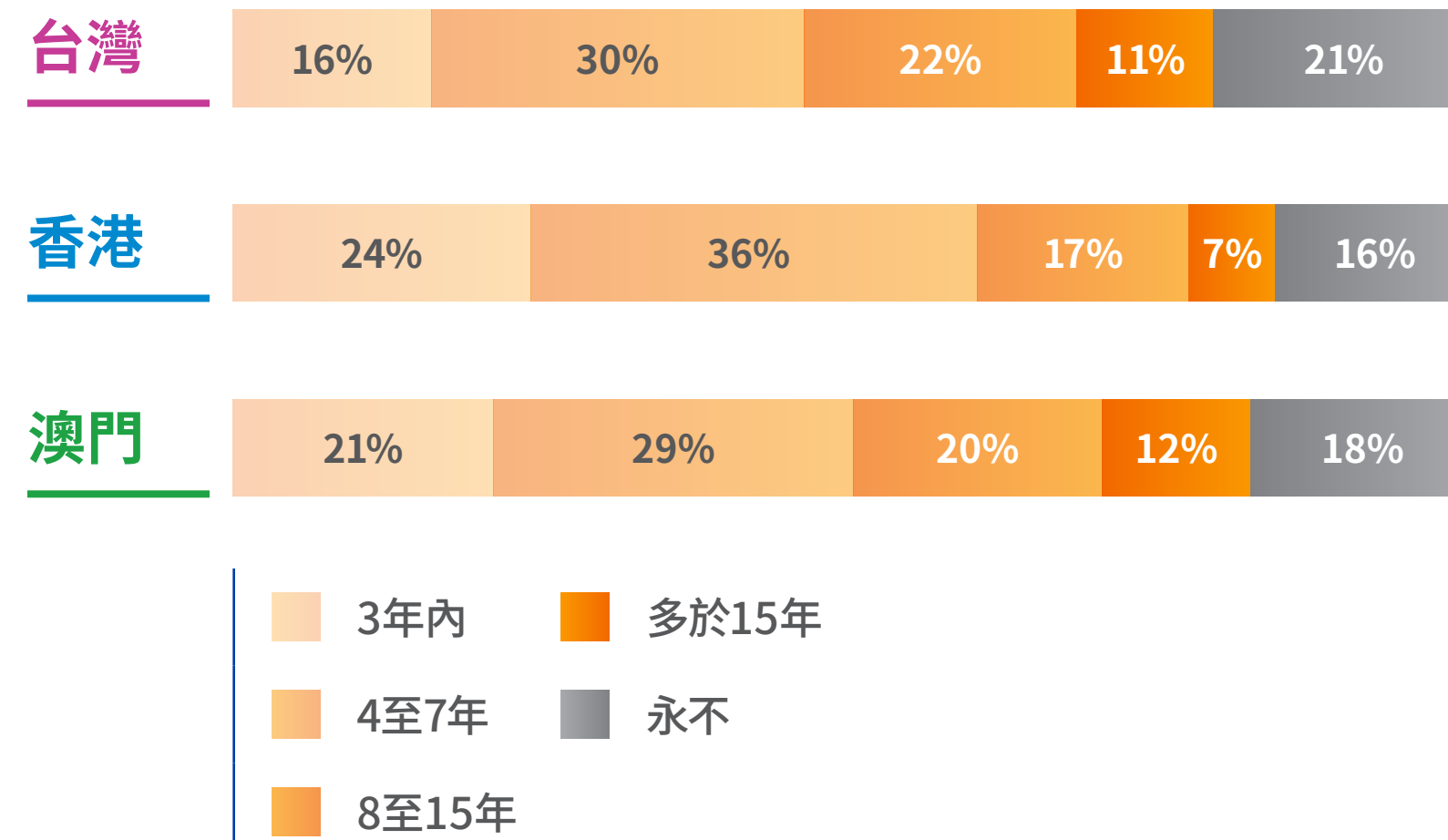


台灣和澳門的消費者預期實踐無現金社會需要較長的時間。台灣和澳門分別有46%和50%認為在7年內有可能實踐無現金社會。然而，這兩個市場有多達2成的受訪者認為無現金社會將永遠無法實踐。

香港對無現金社會的興起持樂觀態度，預期在三年內實踐無現金社會的消費者顯著地從2019年的19%上升至今年的24%。



## 預期何時能實現無現金社會





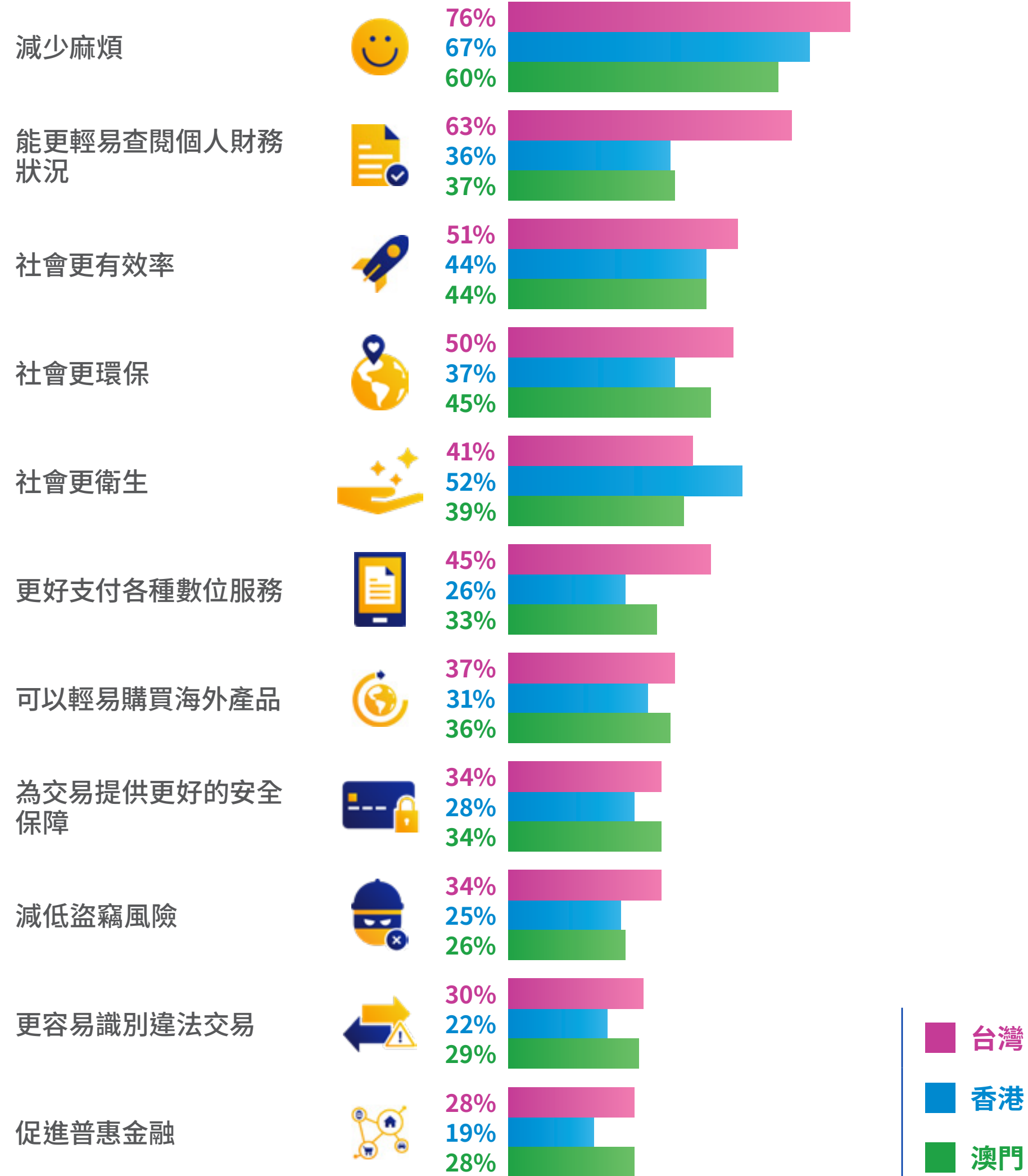


無現金社會的四大好處有：易於追蹤財務交易、較高的效率、環保及衛生。後者亦是香港消費者認為最重要的因素。

無現金社會的接受程度在這三個市場都正在增長。



## 無現金社會的好處





台灣的消費者整體來說最偏好無現金支付，其次是香港的消費者。

台灣的消費者同時亦對生物識別技術進行支付認證有較高的接受程度。



### 對無現金支付的態度 (非常同意/同意的百分比)

手機APP內/ 網站支付體驗變得流暢



66%  
61%  
44%



使用更多無現金支付方式，並逐步淘汰現金



60%  
59%  
49%



傾向使用自助付款機/櫃位



44%  
58%  
41%



傾向到接受無現金式支付的商店購物



53%  
53%  
43%



傾向接受使用生物識別技術來進行支付認證



62%  
47%  
43%



使用無現金支付方式比使用現金更安全



45%  
45%  
45%



喜歡於「無人商店」購物及付款



47%  
40%  
31%



台灣  
香港  
澳門



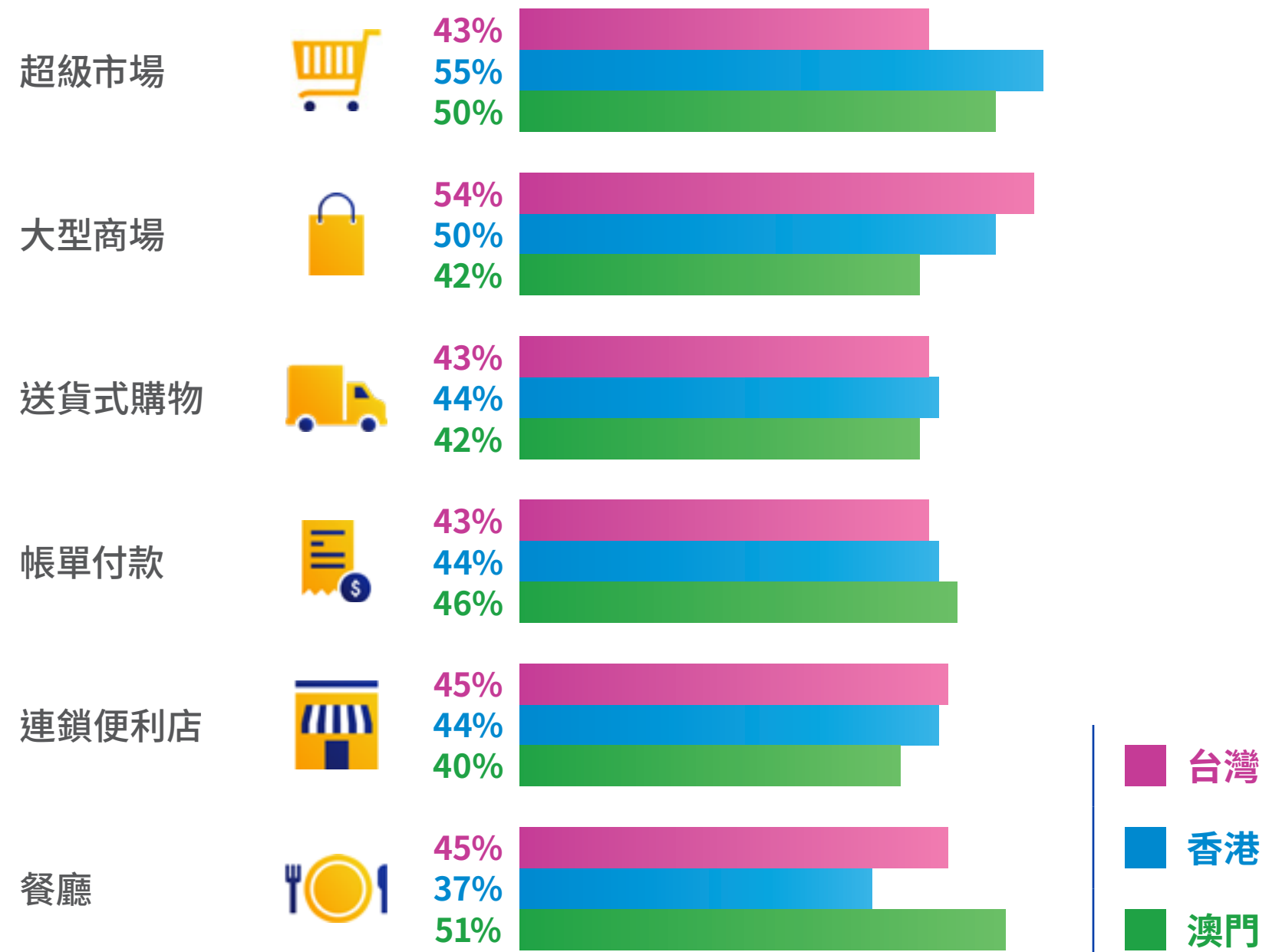




所有市場的消費者都預期無現金支付的使用將會增加，尤其是用於超級市場、大型購物中心、送貨快遞、帳單支付和餐廳。

總體而言，無現金支付正在融入我們的生活方式，並似乎將持續存在，特別是在超級市場和餐廳等日常支出類別中。

### 預期增加無現金支付的購物點 (淨增加)



台灣  
香港  
澳門





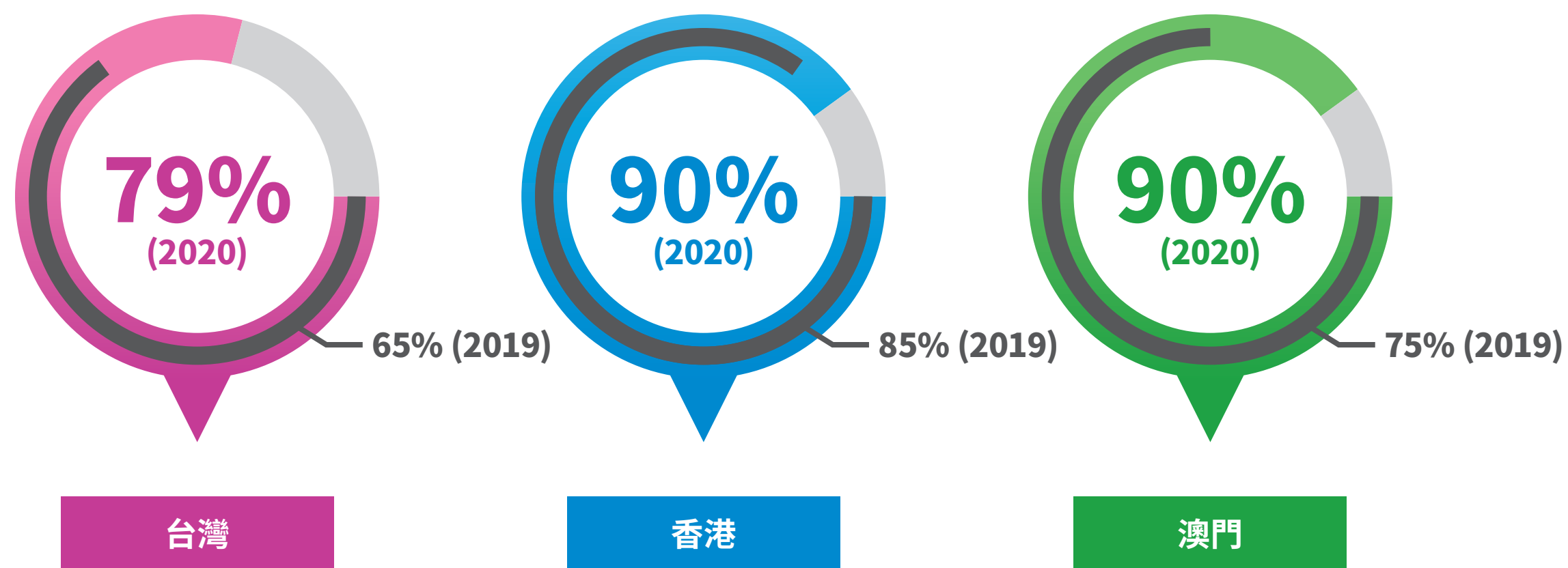
# 2

## 蹺蹺板抬升：電子錢包帶來引爆點



香港和澳門9成的消費者手機上都有最少一個電子錢包，而一年前分別為85%和75%。台灣緊隨其後，有79%的受訪者使用電子錢包。

### 電子錢包使用率



大多數電子錢包的用戶都綁定一至兩張卡片 - 台灣有69%，香港有79%和澳門有63%。

### 疫情期間電子錢包使用量增加

關注衛生的提升是採用電子錢包的驅動因素。

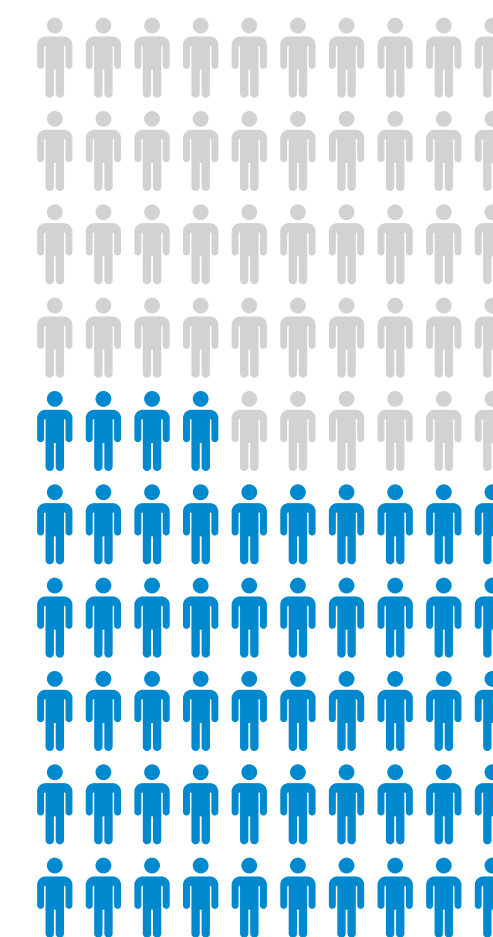
台灣、香港和澳門分別有44%、54%和35%的受訪者表示在疫情期間更頻繁地使用電子錢包。

### 新冠肺炎時期增加使用電子錢包的百分比



# 44%

台灣



# 54%

香港



# 35%

澳門

# 3

## 選擇：消費者在小型商家尋求更多付款方式選擇



便利和快速是使用感應式支付的主要原因。



於小型商家購物的支付方式

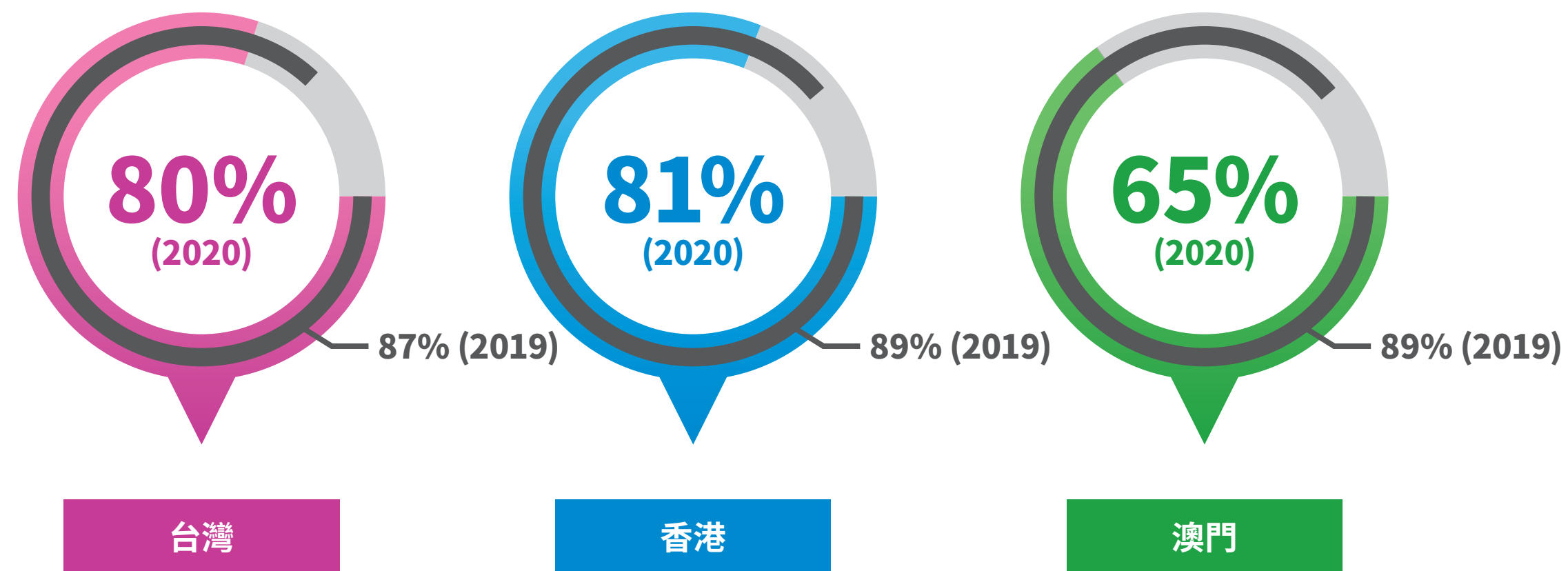
於小型商家購物的支付方式偏好



90%的台灣和香港消費者在小型商家購物時，使用現金作為主要的付款方式；而澳門則有72%。然而，消費者期望在支付方式上有更多選擇，包括信用卡、感應式卡片、行動支付和儲值卡片都可能在現金消退下取而代之。

消費者在小型商家的購物頻率因疫情而下降，在澳門尤其顯著(從2019年的89%下降至2020年的65%)。

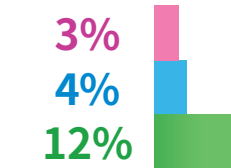
每月最少於小型商家購物一次的百分比



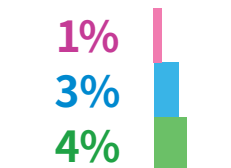
現金



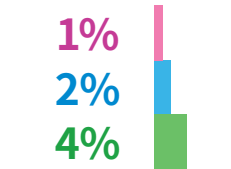
信用卡/簽帳金融卡/預付卡



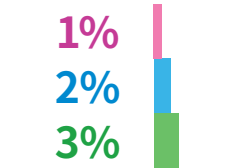
感應式卡片



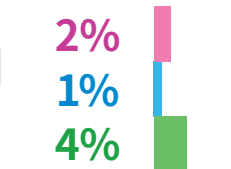
卡片綁定行動支付錢包



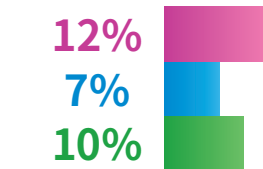
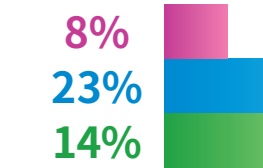
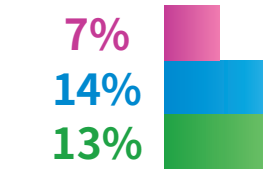
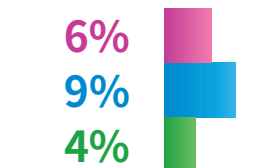
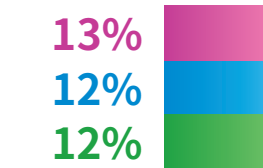
儲值卡



帳戶轉帳或現金加值行動支付錢包



偏好VISA支援的付款方法



台灣  
香港  
澳門

## 小型商家建立線上商店的機會

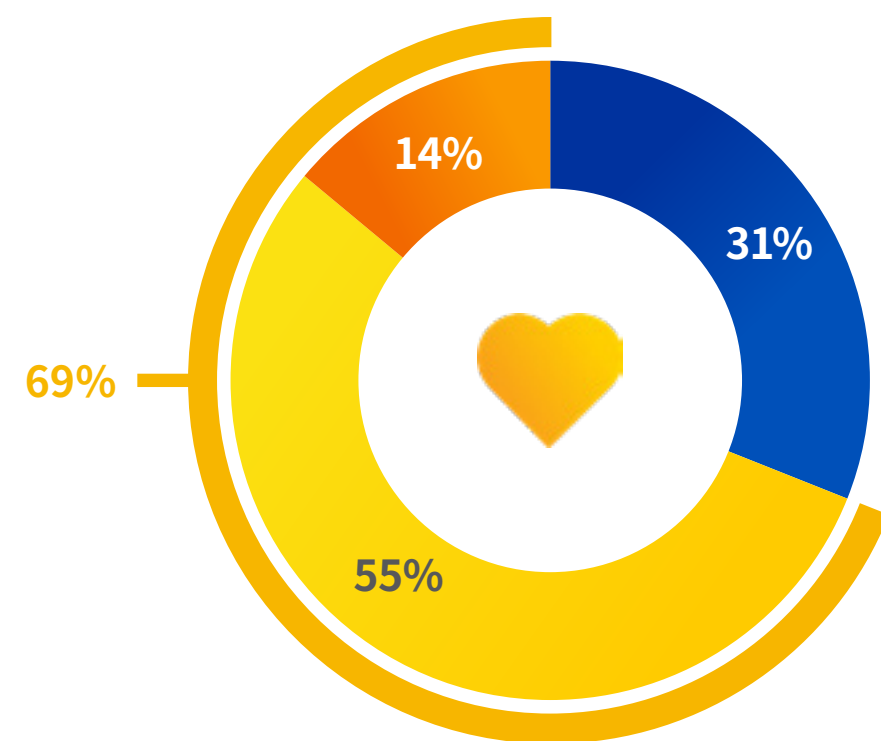


新冠肺炎疫情令眾多大小品牌意識到其線上商店存在的需要。69%的消費者會考慮通過小型商家的網站購物，同時繼續從實體店面購買商品。

三分之一的消費者預期將在小型商家花費更多。



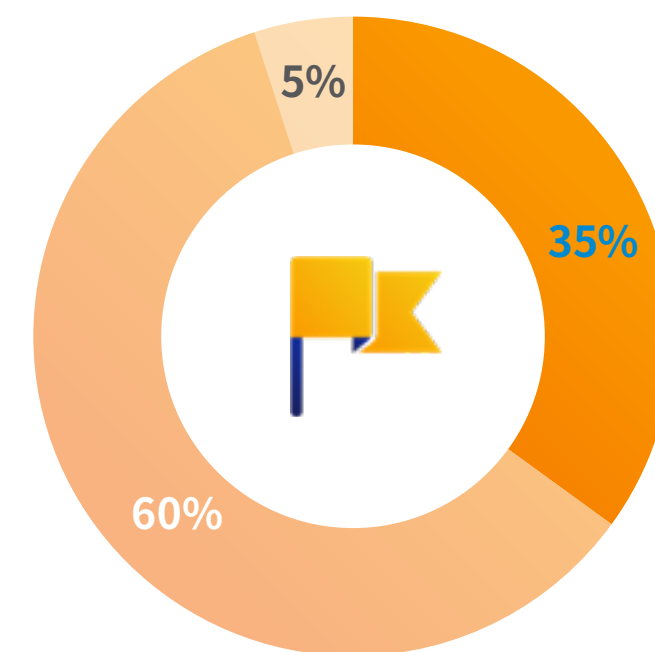
### 於小型商家購物的 偏好渠道



#### 偏好渠道

- 實體店面
- 實體店面及線上商店
- 線上商店

### 於小型商家線上 平台的預期支出



- 增加
- 差不多
- 減少

四分之一的受訪者會選擇從小型商家的網站購物多於從大型電子商務平台購物，主要原因是為了支持本土經濟，以及期望得到更低的價格以及更獨特的產品和服務。





# 4

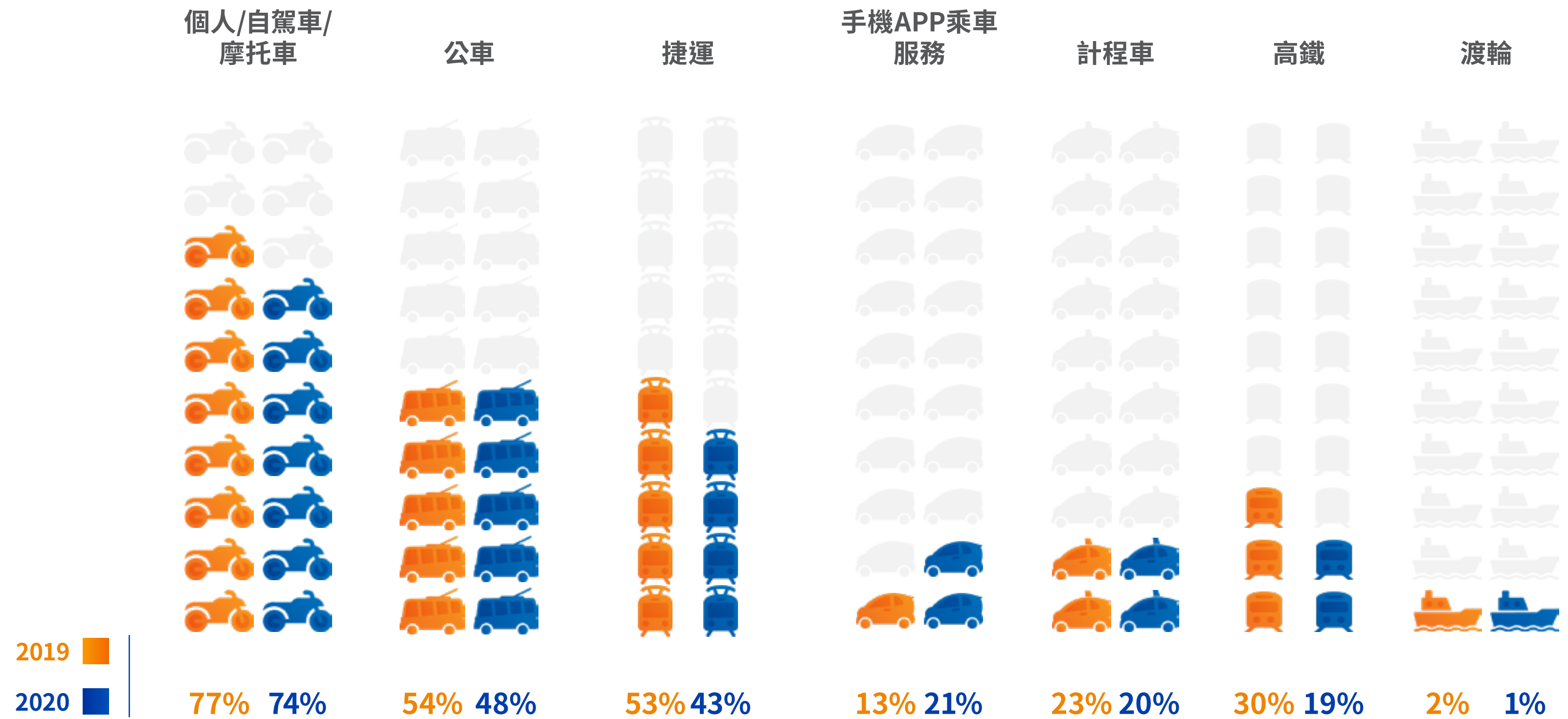
## 乘車票： 感應式交通



在台灣，自行開車是主要的代步方式，但是有一半的民眾會乘搭公車及捷運，而乘車服務App的使用亦正在增加。



交通工具使用分佈—  
台灣

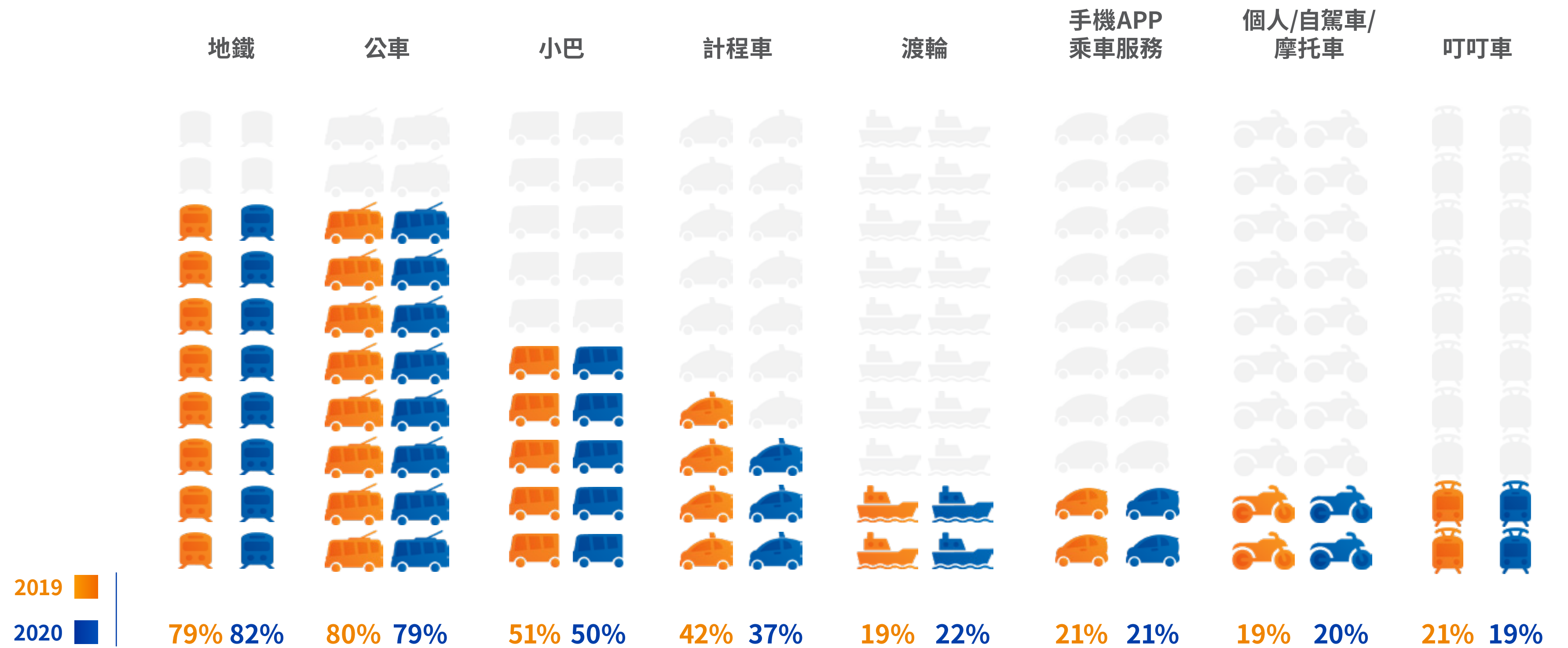




### 交通工具使用分佈— 香港



儘管受到新冠肺炎疫情和封鎖的影響，在香港，地鐵和公車仍然是最常用的交通工具，而計程車的乘客量則下降。



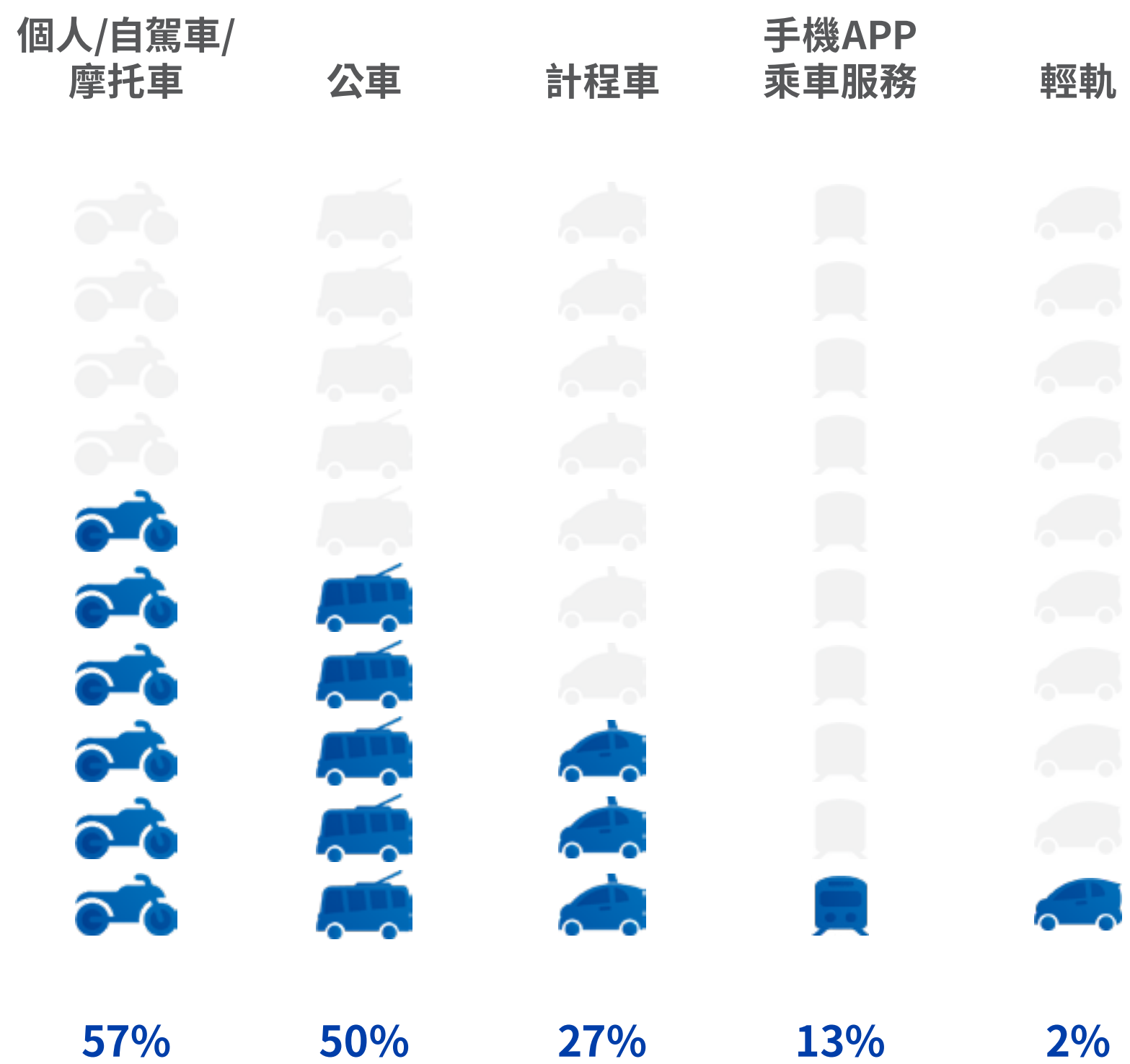




澳門的大多數民眾會使用私人交通工具，一半人會乘搭公車。



### 交通工具使用分佈— 澳門



2020 ■ |

57%

50%

27%

13%

2%



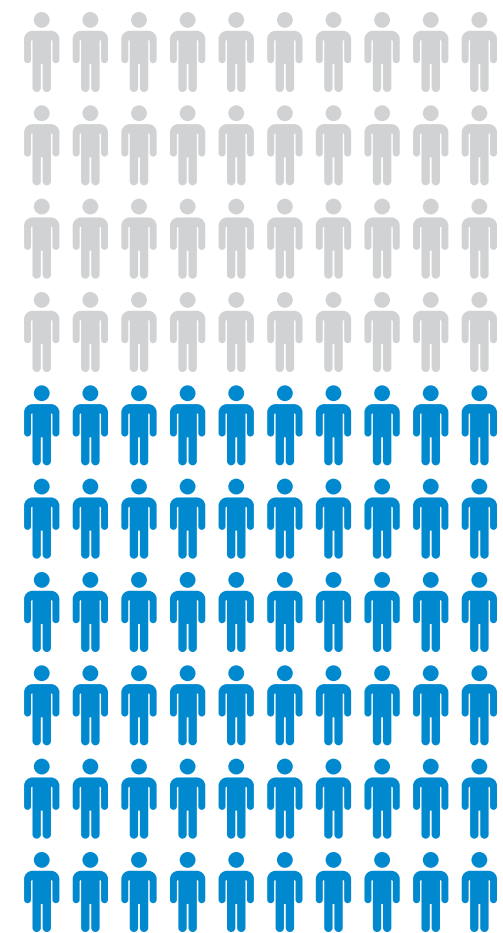




### 會考慮使用信用卡/簽帳金融卡 乘搭交通工具的百分比



**80%**  
台灣

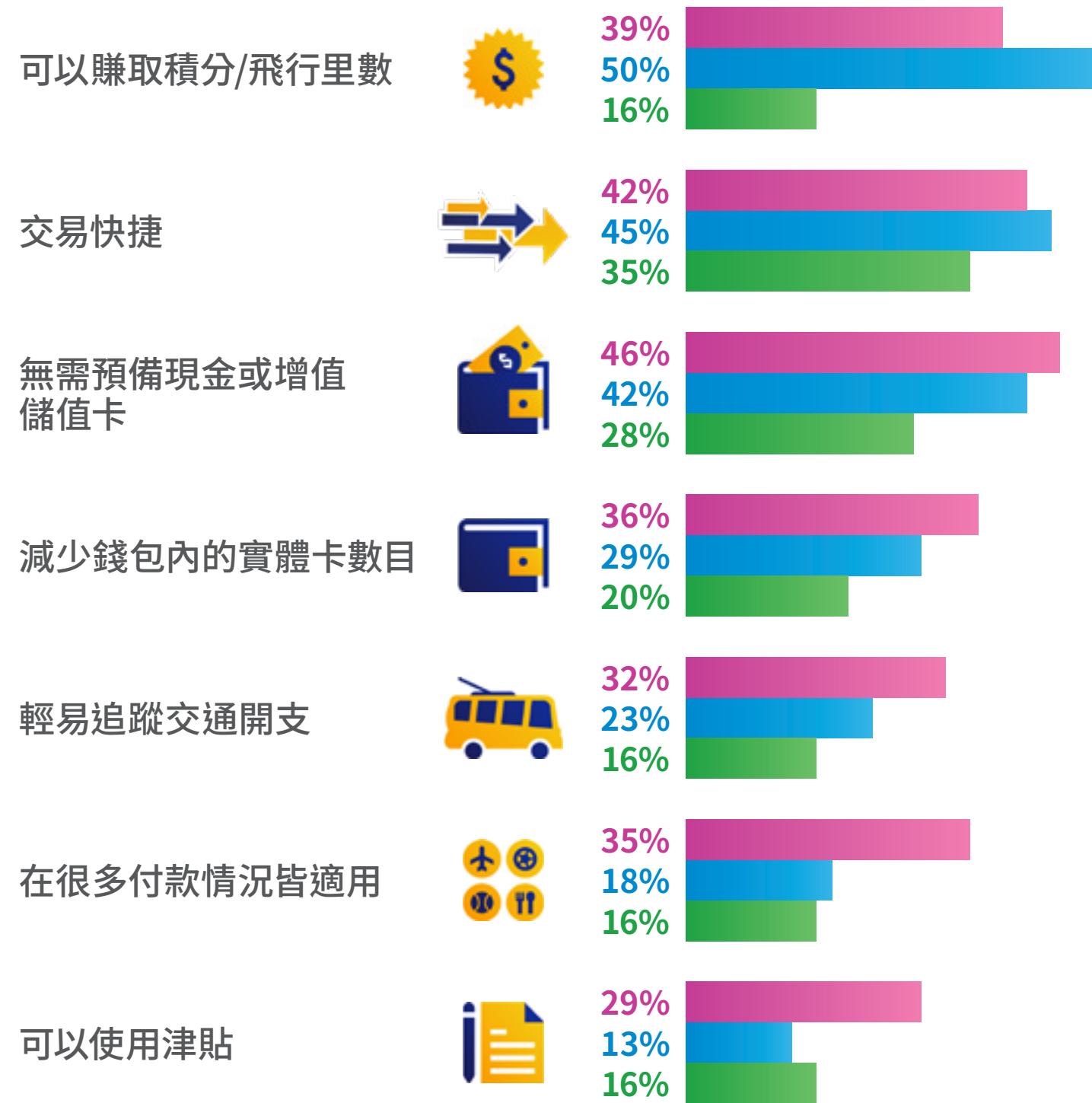


**60%**  
香港



**41%**  
澳門

### 使用信用卡/簽帳金融卡 乘搭交通工具的好處



儲值卡片是乘搭公共交通工具的主要支付方式。如果可以的話，台灣和香港的大多數受訪者以及澳門將近一半的受訪者會考慮改用信用卡或簽帳金融卡來支付公共交通費用。



台灣  
香港  
澳門

# 5

## 經驗驅動：數位銀行的興起

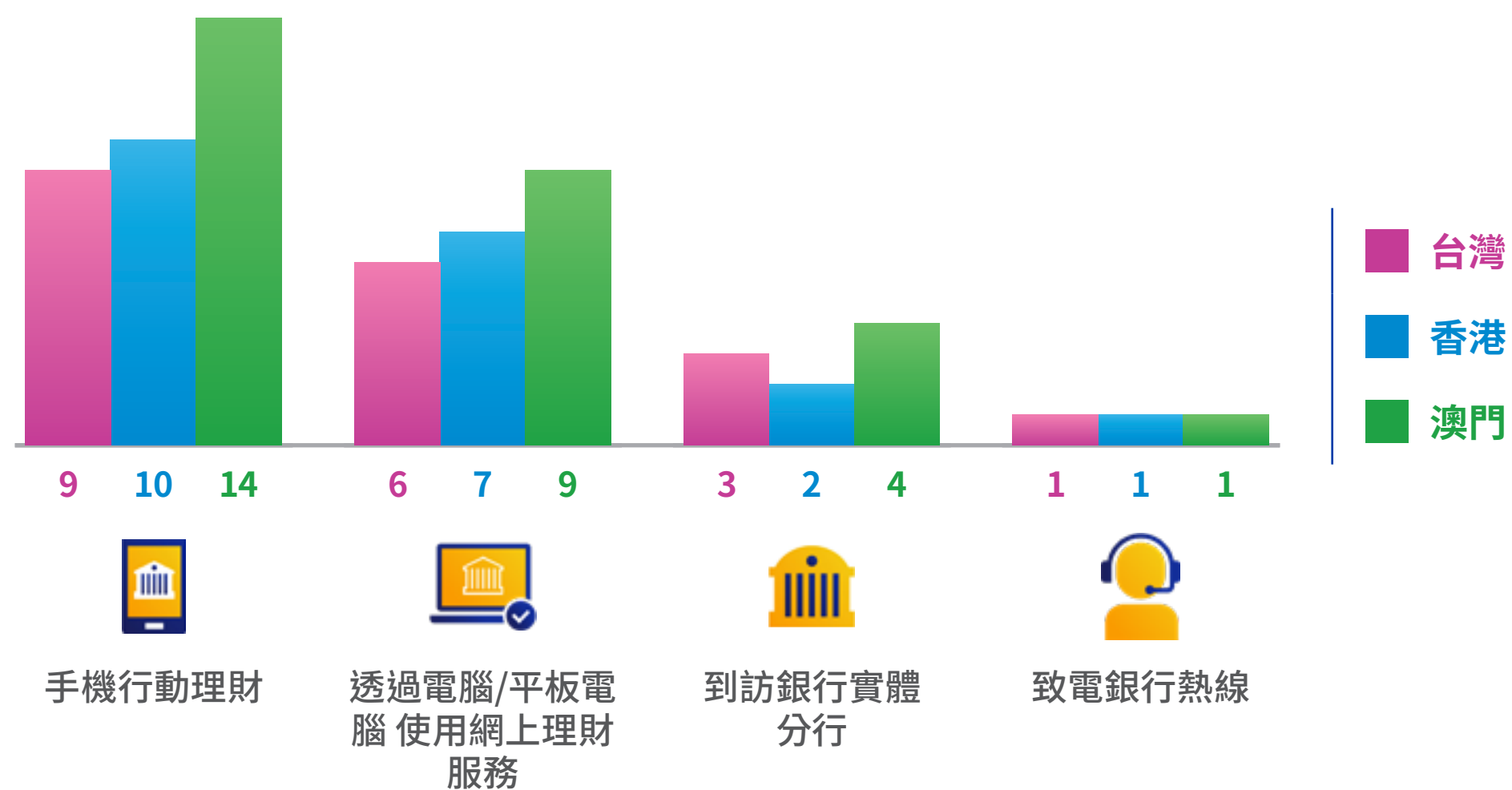
在這三個市場中的大部份人都使用行動銀行或透過電腦使用數位銀行服務。透過銀行實體分行或櫃員機的則比較少。



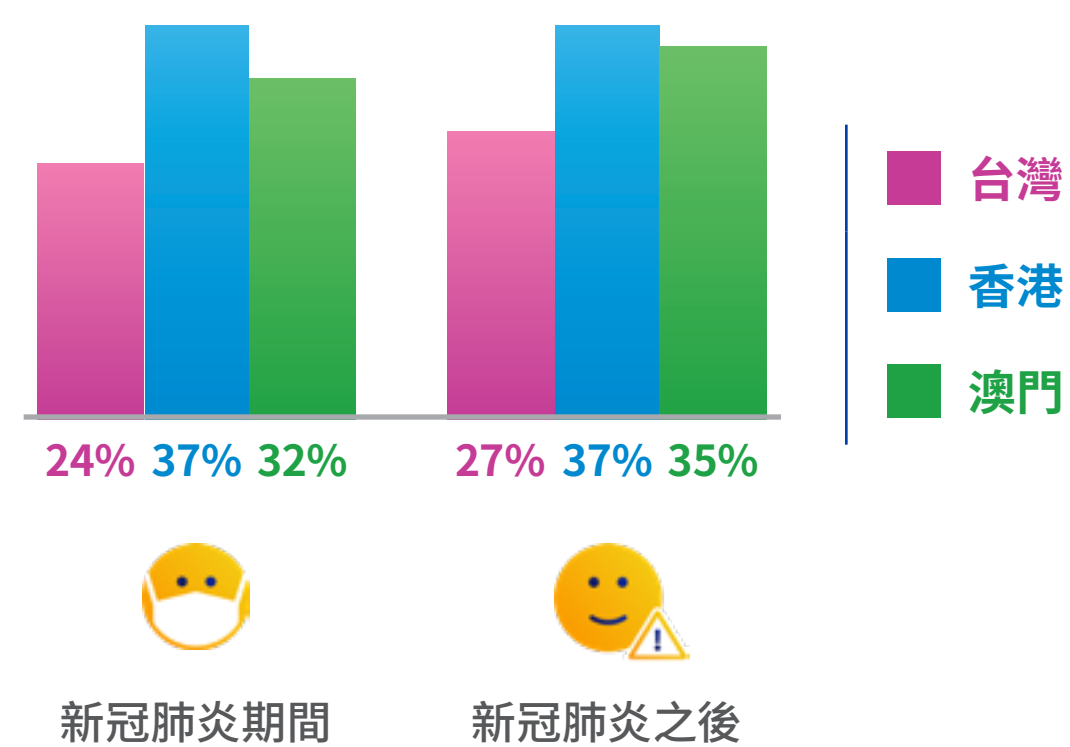
新冠肺炎期間三個市場的數位銀行使用率都有所增加，尤其是在香港和澳門。民眾預期在新冠肺炎消失之後仍會繼續使用數位銀行。



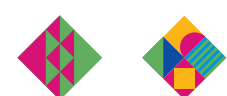
各種銀行理財方法的每月平均使用次數



新冠肺炎期間數位銀行使用量增加/之後的預計使用量增加







70%的用戶表示行動和數位銀行可以節省時間，而65%則偏好可以隨時隨地登入數位銀行服務。64%的用戶使用數位銀行來避免於銀行實體分行排隊。每個市場都有超過70%的用戶透過銀行的應用程式進行行動化的金融服務。

消費者現在幾乎透過行動和數位銀行執行所有常規銀行業務。他們到銀行實體分行主要是為了開設帳戶，其次是申請信用卡、抵押或貸款。



在過去12個月進行各項理財任務的理財方法—台灣

		開設銀行帳戶	查看帳戶或投資結餘	支付帳單	在自己銀行戶口之間轉賬	個人對個人(P2P)款項轉賬	轉賬款項至商家	國際轉賬	買入/賣出投資產品	申請信用卡	申請貸款	取得投資建議	購買保險
銀行實體分行		40%	23%	21%	13%	8%	10%	7%	7%	14%	9%	9%	11%
透過電腦/平板電腦使用網上理財服務		9%	40%	29%	29%	18%	23%	11%	22%	16%	5%	8%	10%
手機行動理財		13%	51%	42%	44%	25%	31%	13%	30%	18%	7%	9%	13%
致電銀行熱線		3%	7%	4%	5%	4%	5%	3%	5%	7%	4%	11%	6%



## 優化用戶體驗推動了對數位銀行的偏好



用戶偏好數位銀行多於銀行實體分行，有很大程度動力來自用戶體驗。在大多數用戶體驗方面，行動和數位銀行的評價都高於實體銀行分支機構。

然而，受訪者也提出了一些希望數位銀行有所改善的面向，主要在於解決客戶投訴和聊天機器人使用兩個方面。



## 銀行用戶體驗—各項理財方法滿意度—台灣

	銀行實體分行	透過電腦/平板電腦使用網上理財服務	手機行動理財
認證身份/登入的便捷程度	69	76	76
介面易用程度	64	72	75
查找所需資訊的便捷程度	57	78	79
開設銀行戶口、申請信用卡或貸款時要點擊的次數/所需時間	54	70	70
提交文件的便捷程度	61	70	71
服務和優惠的個人化程度	64	70	71
提交所需的文件數量	63	69	69
提出投訴的便捷程度	65	60	61
使用聊天機械人的便捷程度	N/A	57	59



## 感應式支付的用戶 追求卓越的用戶 體驗和交易速度



信用卡相對其他付款方式保留了幾項優勢，被認為是最安全快捷，最容易追蹤支出，並能提供最個人化的服務和優惠。

感應式支付被認為表擁有卓越的交易速度以及使用者友善，QR Code掃碼支付在使用者友善上則更為領先。儲值卡、感應式卡片和信用卡則被認為是最容易使用的付款方式。



## 各種支款方式的 使用者體驗—台灣



		只需點擊數下/ 快速完成交易	可輕易追蹤支出記錄	介面易用程度	安全的支款方式	個人化的服務和優惠	容易付款
信用卡		72%	43%	21%	30%	34%	45%
簽帳金融卡		48%	31%	14%	23%	18%	36%
感應式卡支付		65%	29%	22%	24%	23%	46%
QR掃碼行動支付		54%	26%	24%	21%	25%	40%
感應式行動支付		56%	26%	26%	24%	27%	43%
手機APP錢包		47%	25%	21%	19%	24%	34%
P2P支付		36%	20%	16%	15%	18%	32%
儲值卡		51%	16%	13%	25%	14%	44%
支付閘道網站		38%	16%	15%	15%	15%	32%



## 用戶體驗如何推動新的數位解決方案



從靈活敏捷的金融科技公司到科技巨頭都相繼進攻金融服務和支付行業，金融機構面臨許多新的挑戰。消費者對這些新成員提供的體驗越來越感興趣。

在充滿創新和多元化的市場中，能提供消費者價值、選擇、便利和安全四大面向的業者將成為贏家。

## 價值

消費者會四處搜索最優惠的選擇，而商家則透過會員計劃，通常以提供優惠、折扣、獎勵和其他好處的形式作為忠誠度的報酬，希望吸引並留住忠實客戶。根據Visa的經驗，擁有頂級會員計劃的商家能增加客戶消費。

遊戲化體驗也為用戶帶來樂趣並更投入。儘管QR掃碼支付的過程通常已被遊戲化，Visa試辦的其他技術也可望帶來更豐富的體驗。



「PlayDee」應用程式讓消費者透過使用卡片得以晉級遊戲。這也讓消費者能夠贏得小獎勵如折扣或回饋，參與挑戰以贏取遊戲「徽章」並在應用程式排行榜上晉級。

在六個月的試用期中，60%的PlayDee活躍用戶每天打開該應用程式超過十次，而42%的用戶在收到通知後的五分鐘內開始參與該遊戲，無論如何應用程式的參與度都非常高。

## 價值

消費者都期望在購買過程中被賦予選擇。例如，當肚子餓又希望足不出戶時，可以選擇將食物從餐廳直接送達家門。消費者的選擇是透過線上和線下世界的融合來實現的，精明的商家通常會在購買過程中同時提供這兩種功能的選擇。

流暢的支付體驗是整體支付體驗中不可或缺的一部分，而成就這種體驗的技術尤其重要，例如支付卡存檔 (COF) 代碼化，它將敏感的卡號資料轉換為代碼，以便可以在網絡或無線網絡上安全使用。這種技術成就了一些付款方案，如結帳時以分期付款。





## 便利性

通常酒吧和餐廳的服務人員晚間都比較繁忙，所導致更長的等待時間常令顧客不滿。利用NFC近距離無線通訊、藍芽、支付卡存檔代碼化或QR Code掃碼等技術，酒吧或餐廳可以克服現有的一些服務挑戰，在最繁忙的夜晚仍為顧客提供簡便、輕鬆的體驗。

例如啟用了具NFC功能的Me&U™應用程式的用戶，可以在餐廳使用手機瀏覽菜單，亦可透過應用程式點餐及使用Visa卡和支付卡存檔安全技術付款。服務人員只需在送上食物時露面！這方法可以減輕服務人員的工作量，也能為客戶提供更流暢的消費體驗。



三個市場的消費者對這些創新技術皆表示歡迎。在每個市場中有超過一半的消費者對透過餐廳應用程式點餐和付款表示興趣，並且以澳門受訪者71%意願最高。

自動接收優惠即時資訊則是台灣 (59%) 和香港 (59%) 消費者選擇付款方式的關鍵。

每個市場中，皆約有半數受訪者對可使他們不需要親身結帳的生物識別自動支付技術感興趣。



## 新興支付趨勢的吸引力 (被評為「吸引」或「極為吸引」的百分比)

供應商自動發送優惠提示和資訊



可利用生物識別技術自動付款而無需親身前往收銀處或櫃台付款



在餐廳透過 APP 下單和付款



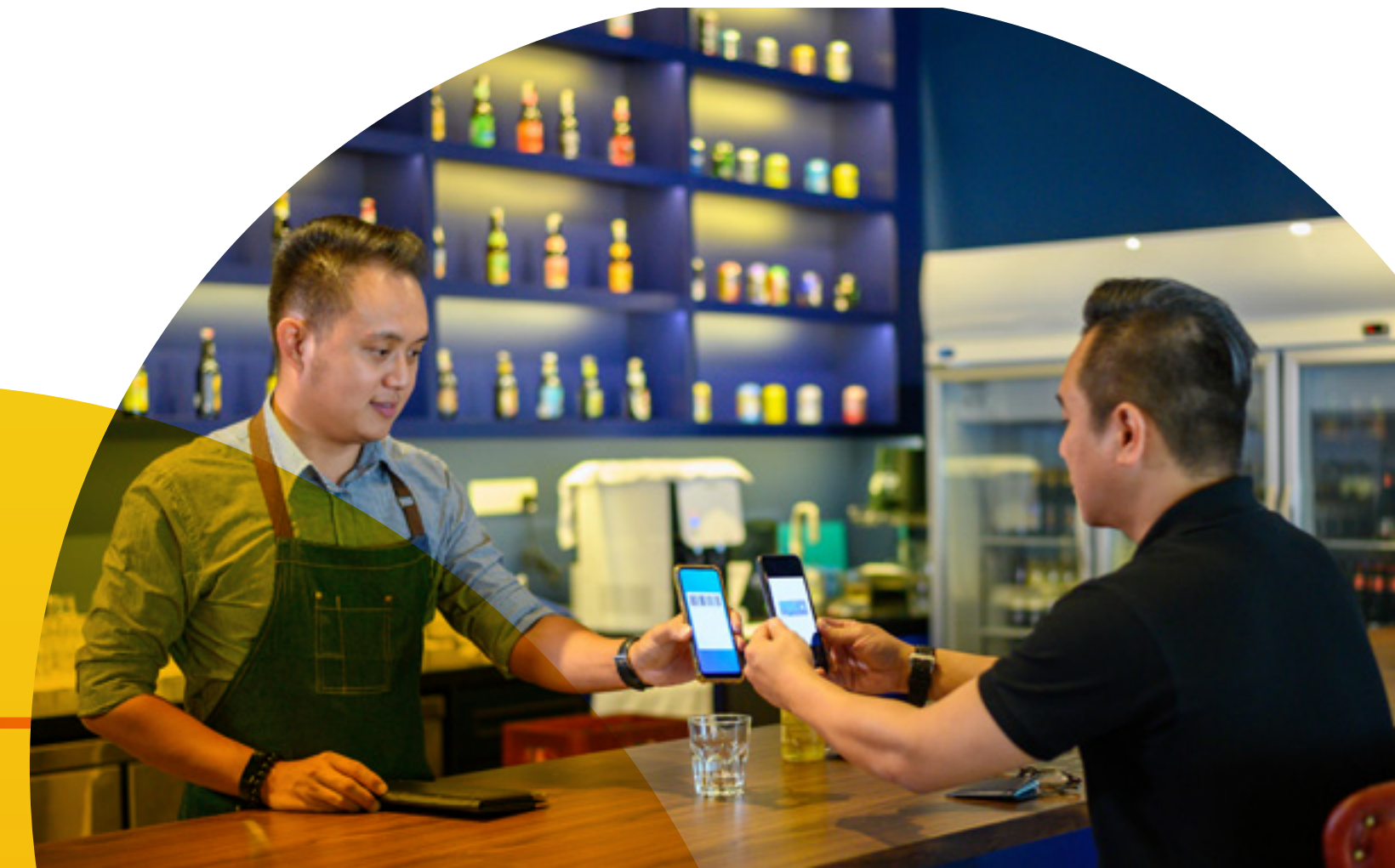
實體店面消費提供無紙收據



自動分析消費行為以便財務管理



台灣  
香港  
澳門





## 安全性



即使價值、選擇和便利對於最佳的支付體驗十分重要，安全性仍是建立信任的基石。消費者擔憂被詐騙，而雙重身份驗證相關技術可確保所有線上交易的真實性。

消費者期望安全性由自己掌控，於是Visa為消費者提供了合適的工具以進行管理。例如，希望管理和監控子女消費的家長，可以透過Visa的交易控制API設定付款規則，並接收有關子女消費的通知。該API不僅可以保障使用Visa的消費交易，還能保障透過其他支付網絡進行的消費交易。



## 自由配搭的解決方案

隨著零售和旅宿業務環境變得越來越複雜，最好的支付體驗必須是可以無縫地融合多種技術的。

同時，支付的安全性與技術的創新需要保持同步，以維繫消費者對商戶和支付供應商的信任。Visa提供可「自由配搭」的解決方案，配合從小攤販到大型零售商不同的消費型態的需求。





# 6

## 認知與信任： 處於十字路口的純網銀



純網銀是所有服務皆於線上進行的銀行。客戶能於線上使用所有傳統銀行提供的服務，例如存款、提款、貸款、投資服務、信用卡和簽帳金融卡及支付服務。

在2019年，台灣和香港市場均已發行純網銀執照。在台灣三間授權純網銀的營運計劃將在2020年底之前獲得批准。這項調查於2020年8月進行時

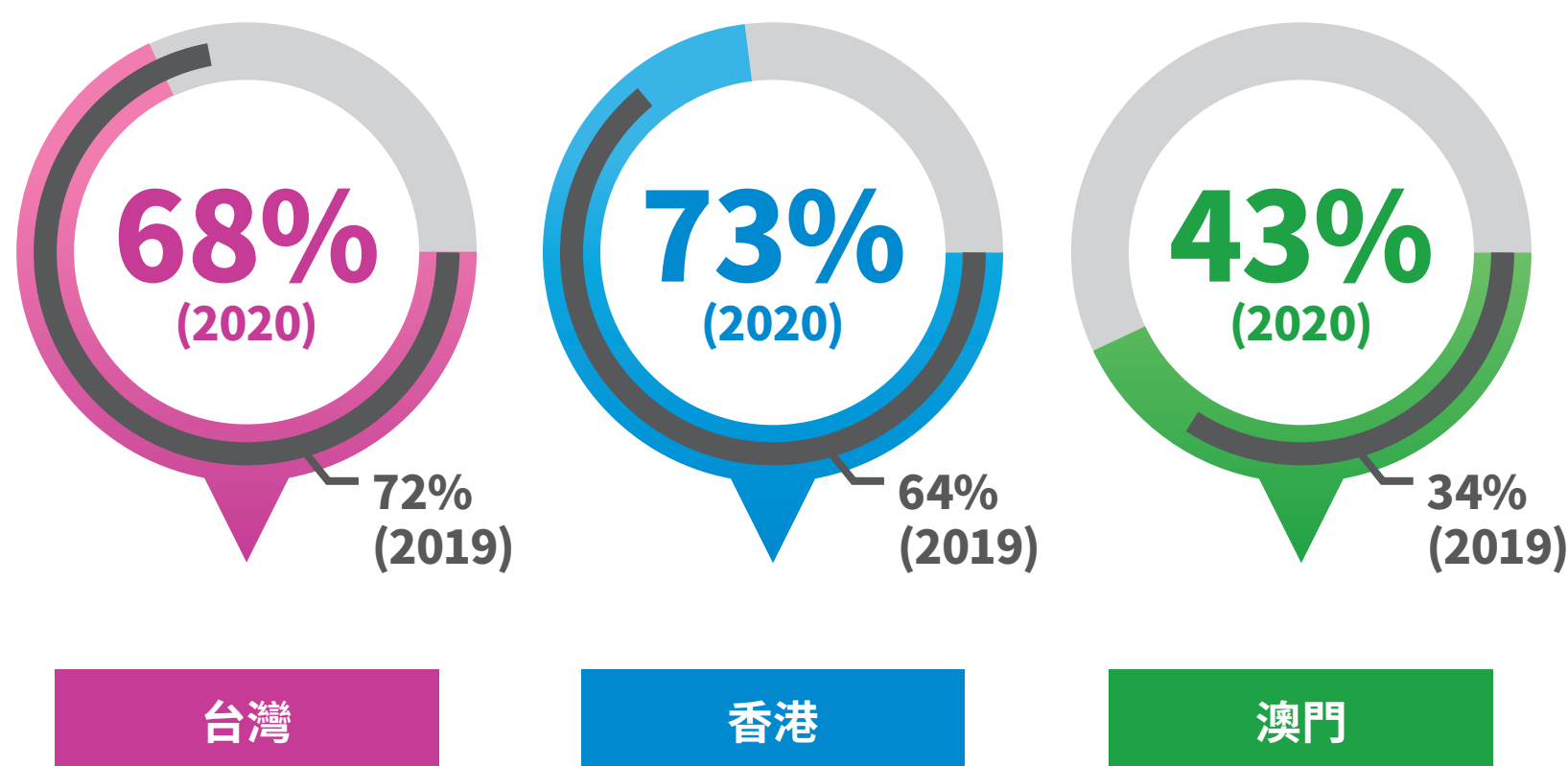
，在香港已獲得純網銀執照的八間純網銀之中，大多數已經開始營運或試營運，包括眾安虛擬金融 (ZA Bank)、天星銀行 (Airstar Bank)、Mox、Livi、匯立銀行 (WeLab Bank) 和平安壹帳通 (Ping An One Connect)。

澳門並不需要獨立的純網銀執照。去年開始營運的螞蟻銀行 (澳門) 於2020年8月開

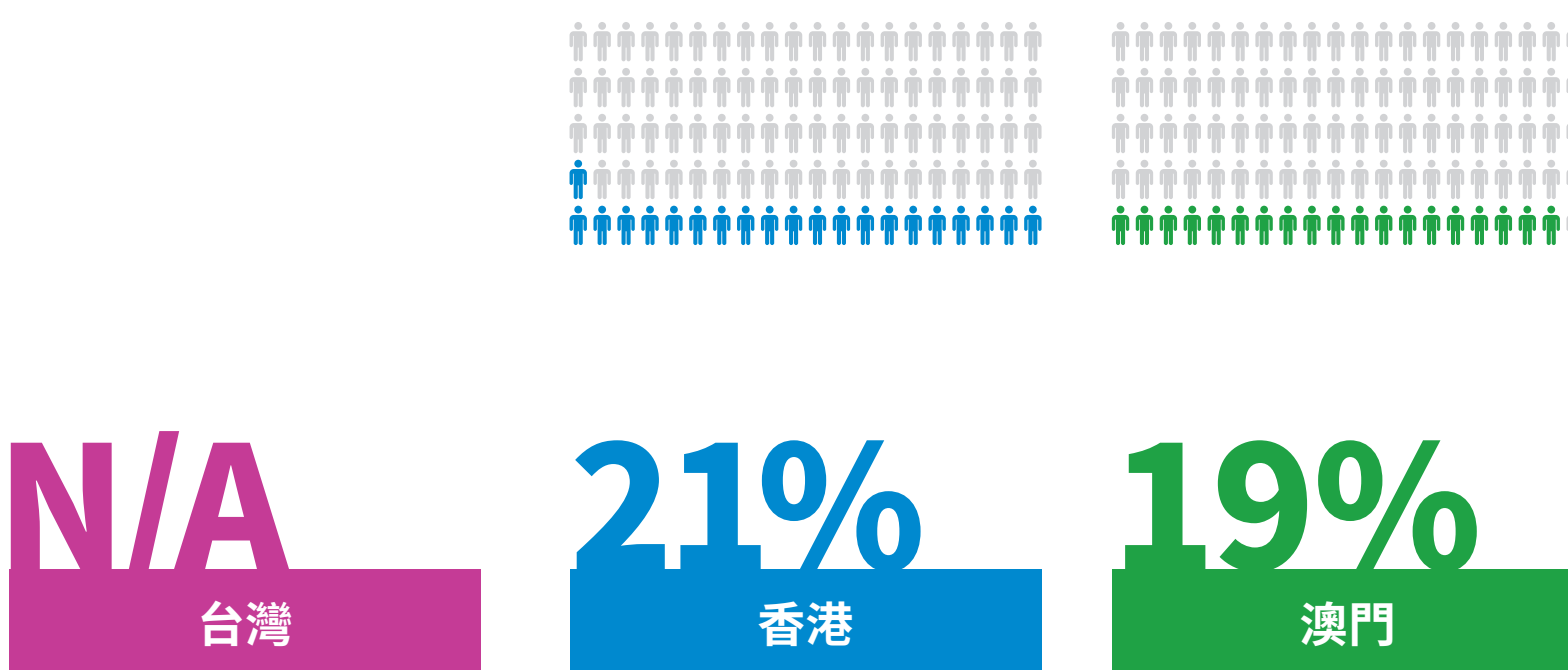
始接受存款，澳門發展銀行 (MDB) 也在2019年註冊，並於2020年開始行銷其服務。與市場活動一致，台灣對於純網銀的認知度與香港相近。香港對純網銀的認知度最高，達到73%，並自2019年起持續上升。澳門對純網銀的認知度則較低 (43%)，但比起2019年的34%有所上升。

在台灣，即使純網銀尚未可以提供帳戶服務，仍有52%表示有興趣開設帳戶，但興趣比2019年亦有所下降。五分之一的香港和澳門受訪者已經開設了純網銀帳戶，但非用戶對開設純網銀帳戶的興趣似乎有所減弱。

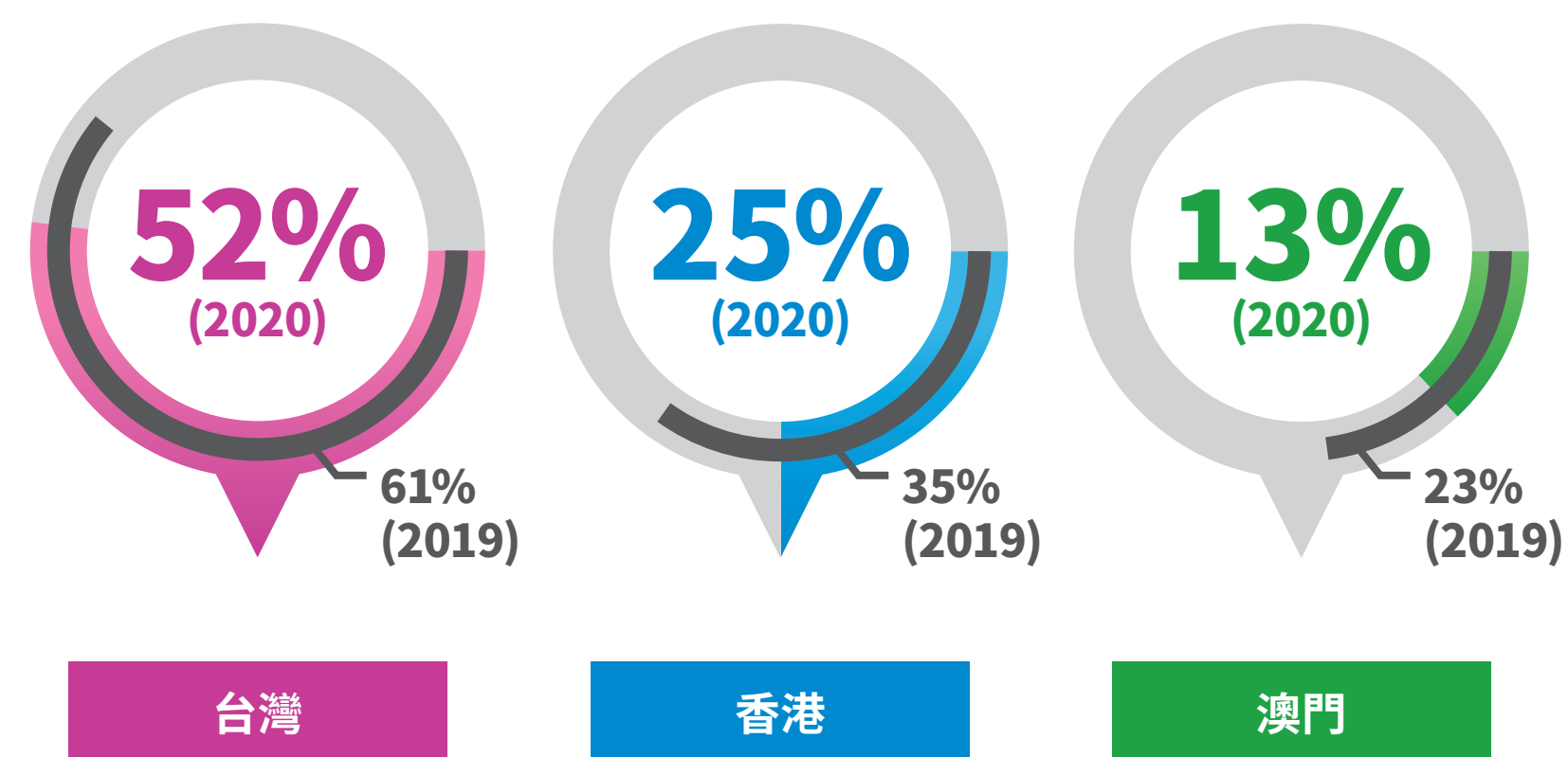
對純網銀的認識程度



已開設純網銀帳戶



將來開設純網銀帳戶的興趣  
(於2020年未有純網銀帳戶的受訪者)

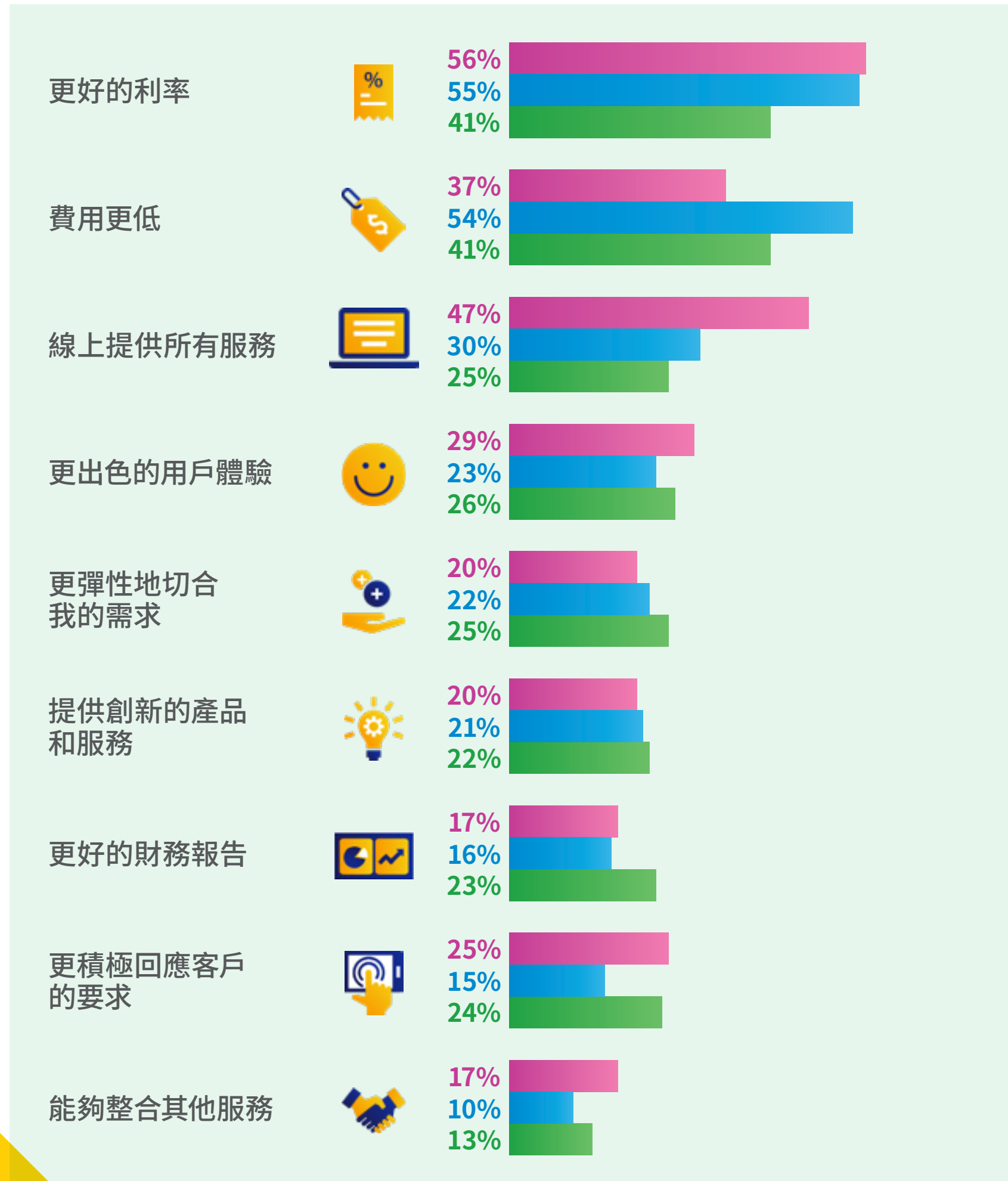




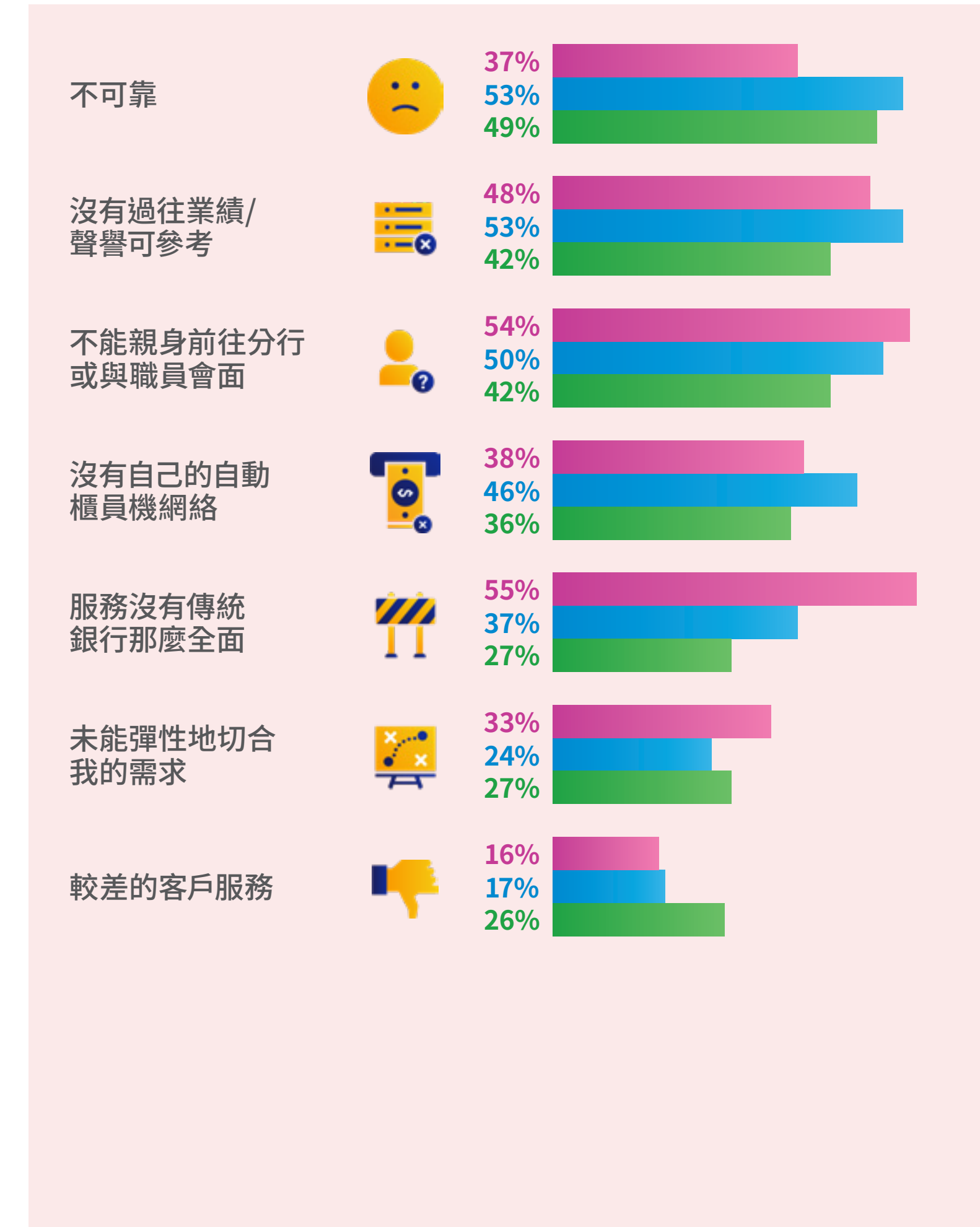


較高的利率和較低的費用被視為純網銀的最大好處。然而，由於純網銀的模式尚待驗證，信心不足是一個值得關注的問題，因此純網銀需要減輕這些疑慮，方可推動持續採用和成長。

## 純網銀的優點



## 純網銀的缺點



■ 台灣  
■ 香港  
■ 澳門

# 7

## 誰的數據？ 開放銀行的 機遇與挑戰

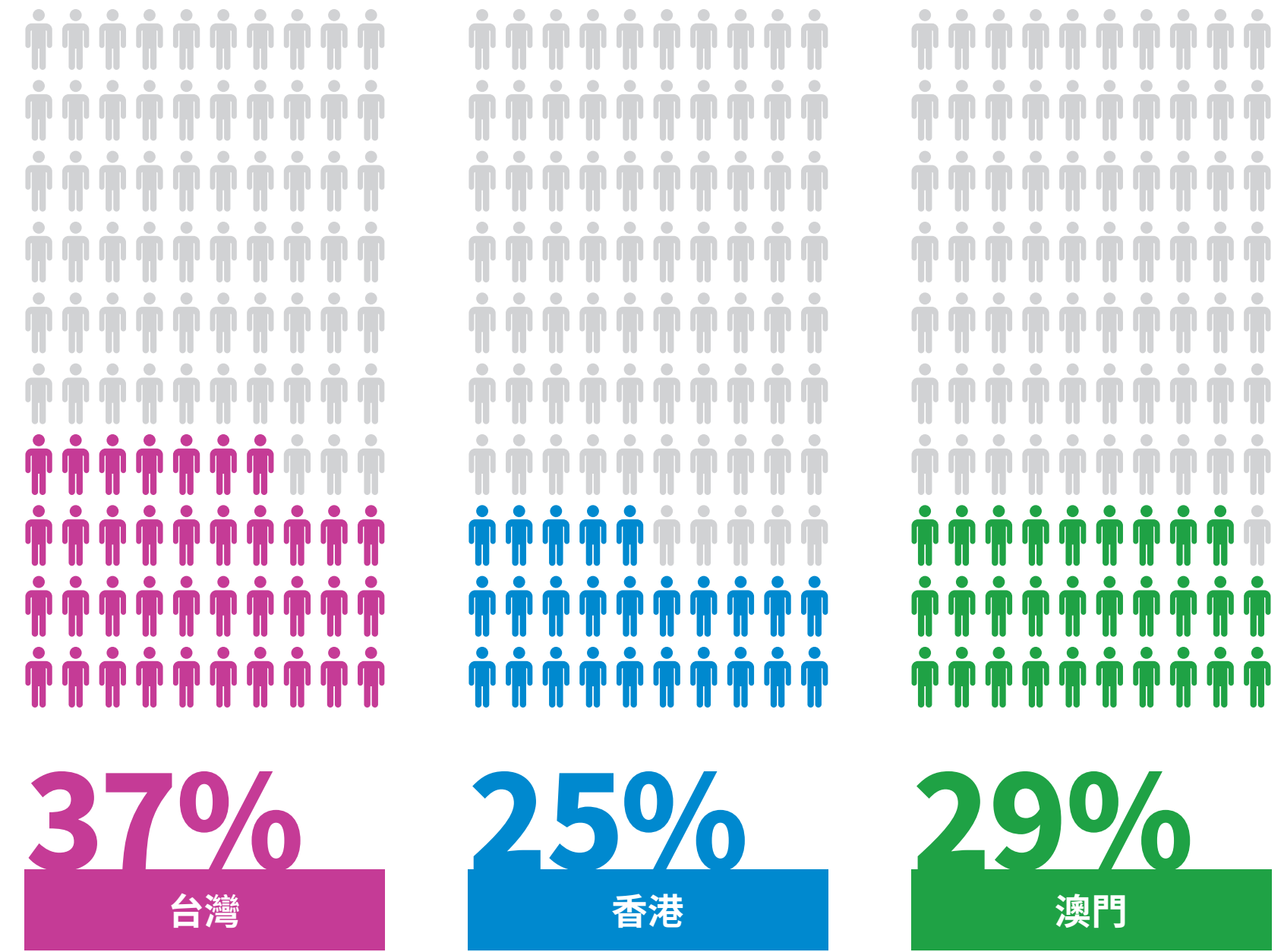


開放銀行及開放資料是受到全球矚目的另一項議題，並受到許多地方政府及金融業界支持。這套標準讓消費者能夠授權其使用的金融機構與特定組織，互相之間分享其財務資料，以提供如整合所有銀行帳戶的交易總覽、支出分析，及日常支出節流管理等多樣服務。

民眾對開放銀行的認知遠低於純網銀。台灣、香港和澳門對開放銀行的認知分別為 37%、25%和29%。



### 對開放銀行的認識程度





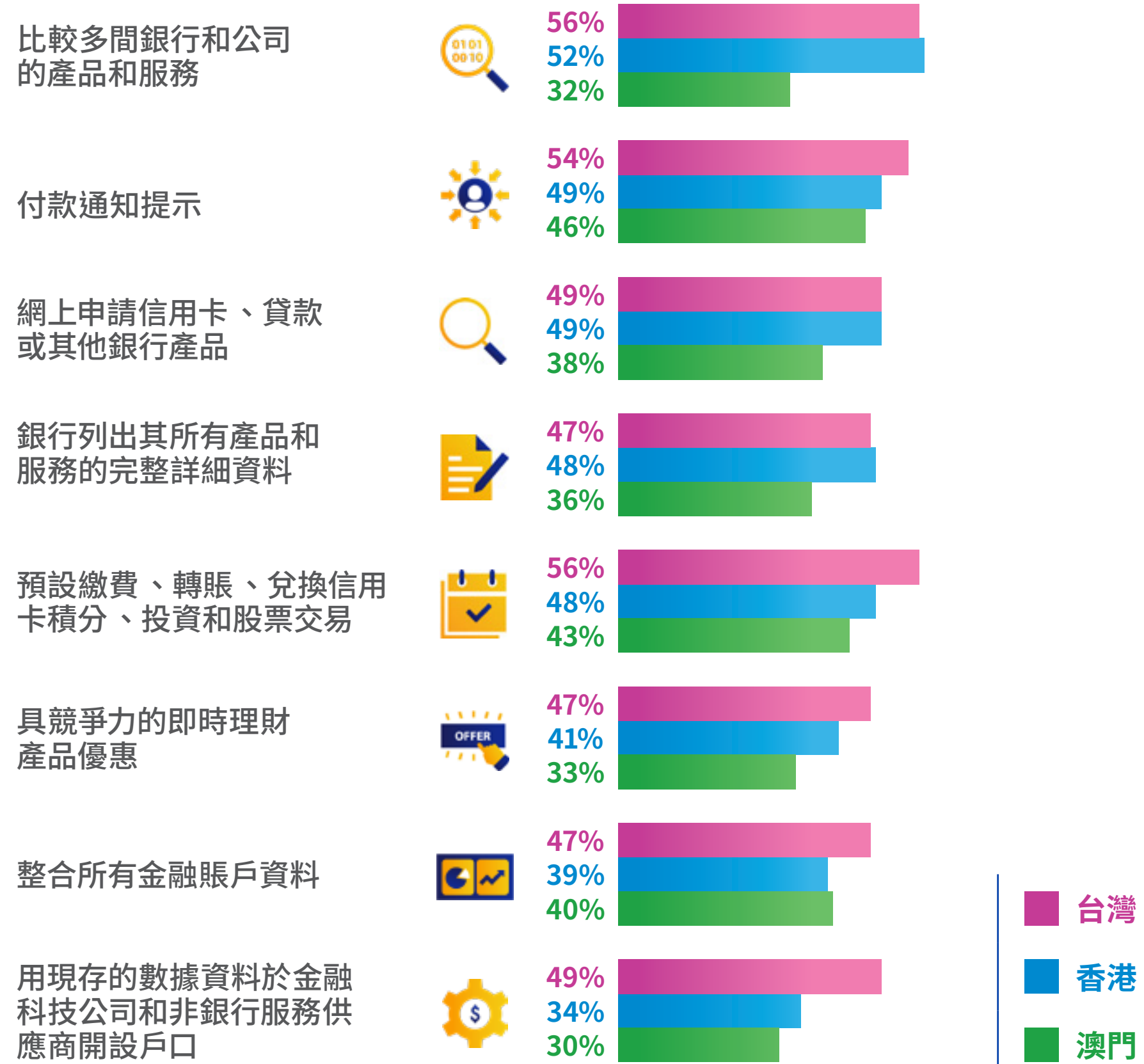


然而，當提及具體的開放式銀行服務時，有三分之一至一半表示感興趣。三個市場中，台灣消費者對幾乎所有服務的興趣最高，其次是香港和澳門。

在眾多服務中，消費者最感興趣的服務是：比較多間銀行的產品和服務、付款通知提示服務和線上貸款申請。



## 對各項開放式銀行服務的興趣 (有興趣/非常有興趣的百分比)



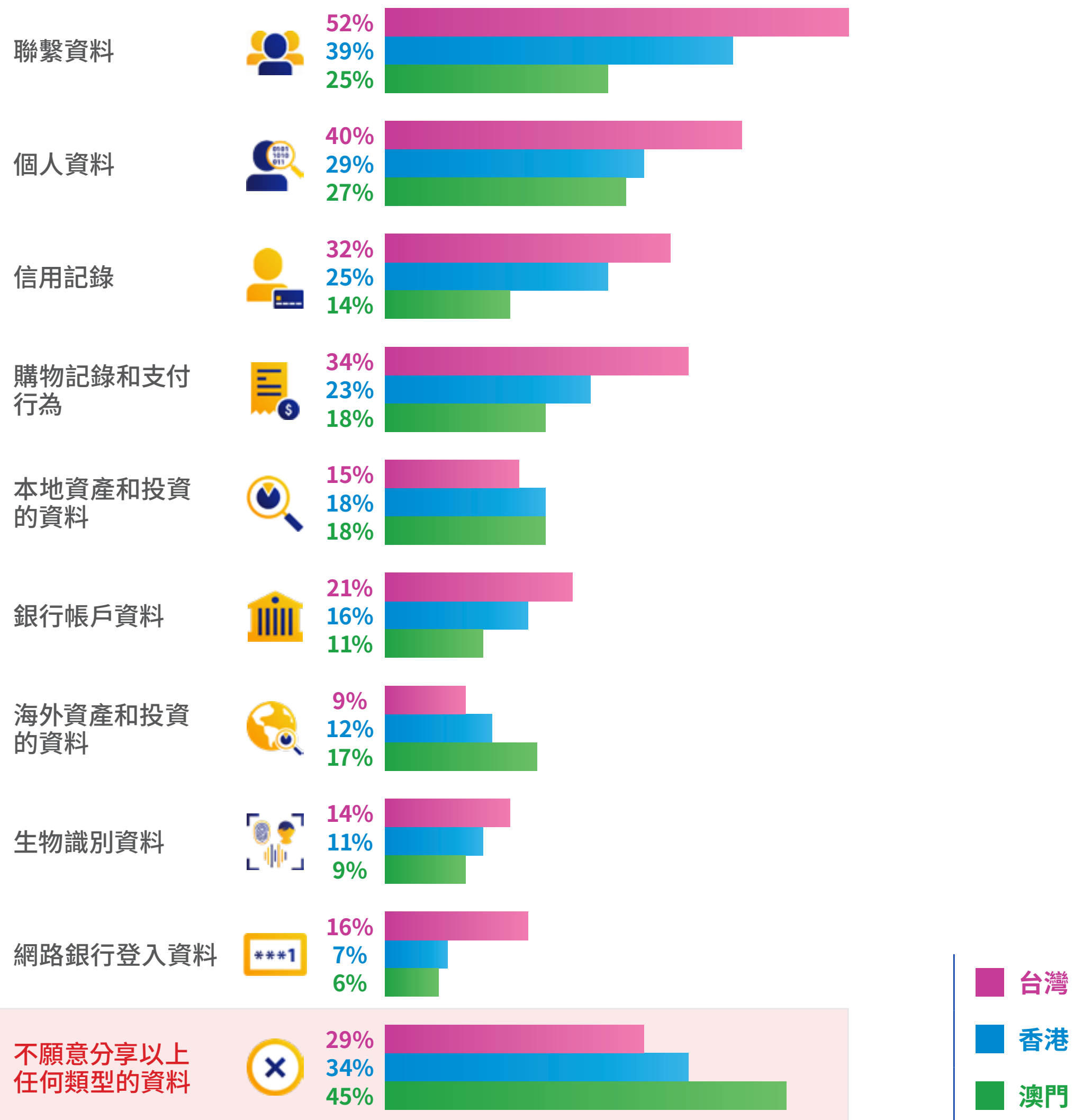


台灣和香港的消費者比較願意分享個人資料以獲取開放銀行服務，分別為71%和66%，而澳門只有55%。

就個人資料類別而言，姓名，出生日期和身份證號或聯繫方式都是消費者比較願意分享的資料，相反地較少消費者願意分享與財務和投資相關的資料。



## 分享個人資料予服務供應商的意願







當民眾被問及願意信任哪些組織瀏覽個人財務資料時，相比一年前有了顯著的轉變。

支付網絡現已成為香港最受信任的組織類型，並在另外兩個市場也獲得了很高的排名。傳統銀行與支付網絡在香港的排名不相伯仲。純網銀的興起，隨之帶來了教育消費者有關數據管理和隱私的機會。

台灣民眾對政府的信任度與支付網絡和銀行相同(23%)。澳門民眾普遍對與所有組織類型的信任度都較其他兩個市場高，特別是政府(78%)、公用事業機構(48%)，銀行(46%)和電信公司(35%)。

尚未發展成熟的機構若要獲得消費者的信任，需要走更長的路。



### 對於分享個人財務資料予各類機構的信任程度(信任百分比-不信任百分比)

		台灣		香港		澳門	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
支付網絡		-3%	22%	-10%	19%	5%	23%
金融機構/傳統銀行		8%	23%	1%	18%	34%	46%
國際電子錢包公司		-31%	-1%	-35%	8%	-35%	11%
公用事業機構		10%	13%	24%	3%	53%	48%
政府		17%	23%	14%	-9%	76%	78%
電信公司		2%	7%	-12%	-10%	31%	35%
軟體公司		-24%	-19%	-30%	-16%	-18%	-16%
純網銀		N/A	-19%	N/A	-34%	N/A	-23%
中國大陸電子錢包公司		N/A	-43%	N/A	-37%	N/A	18%

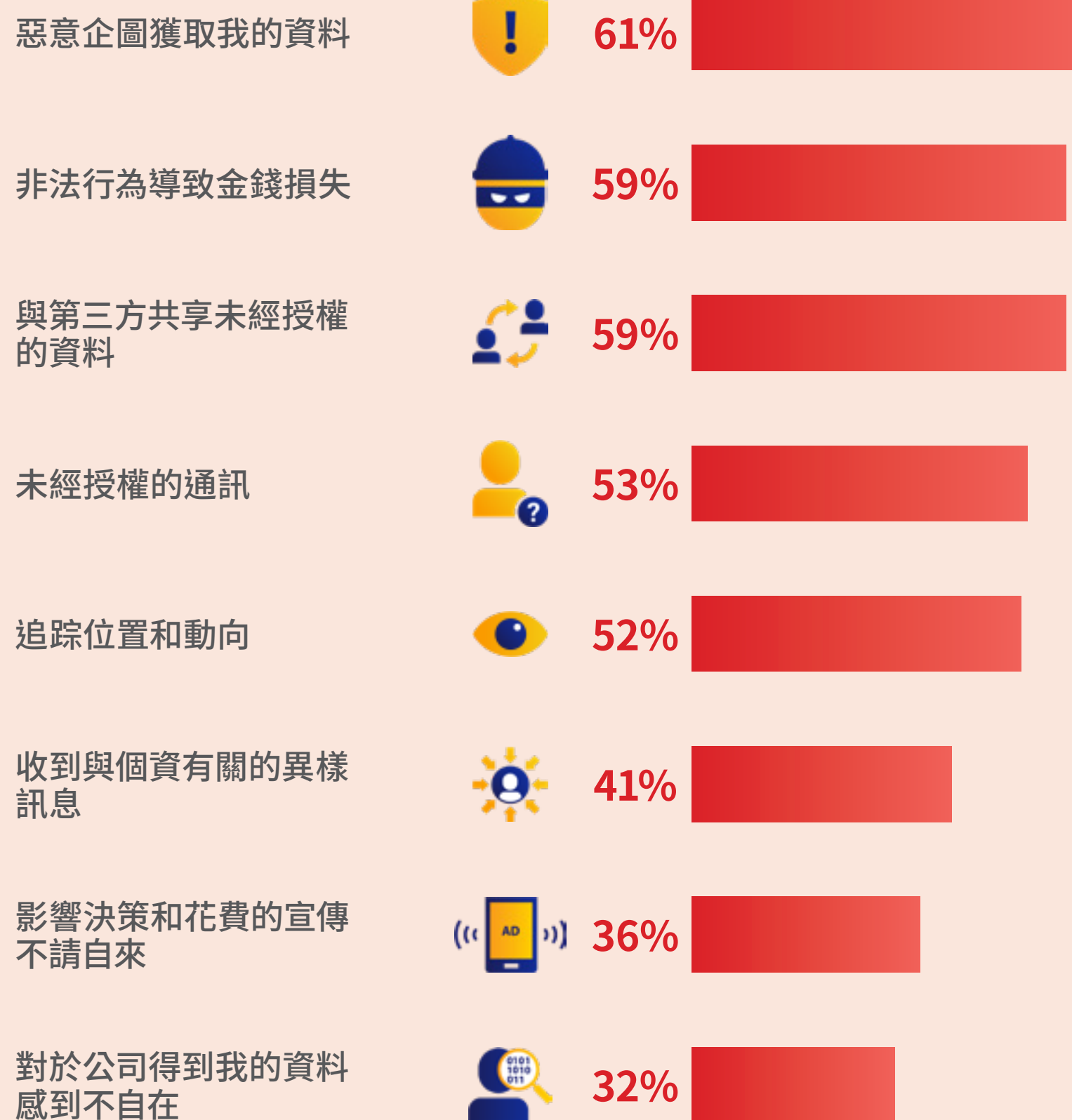




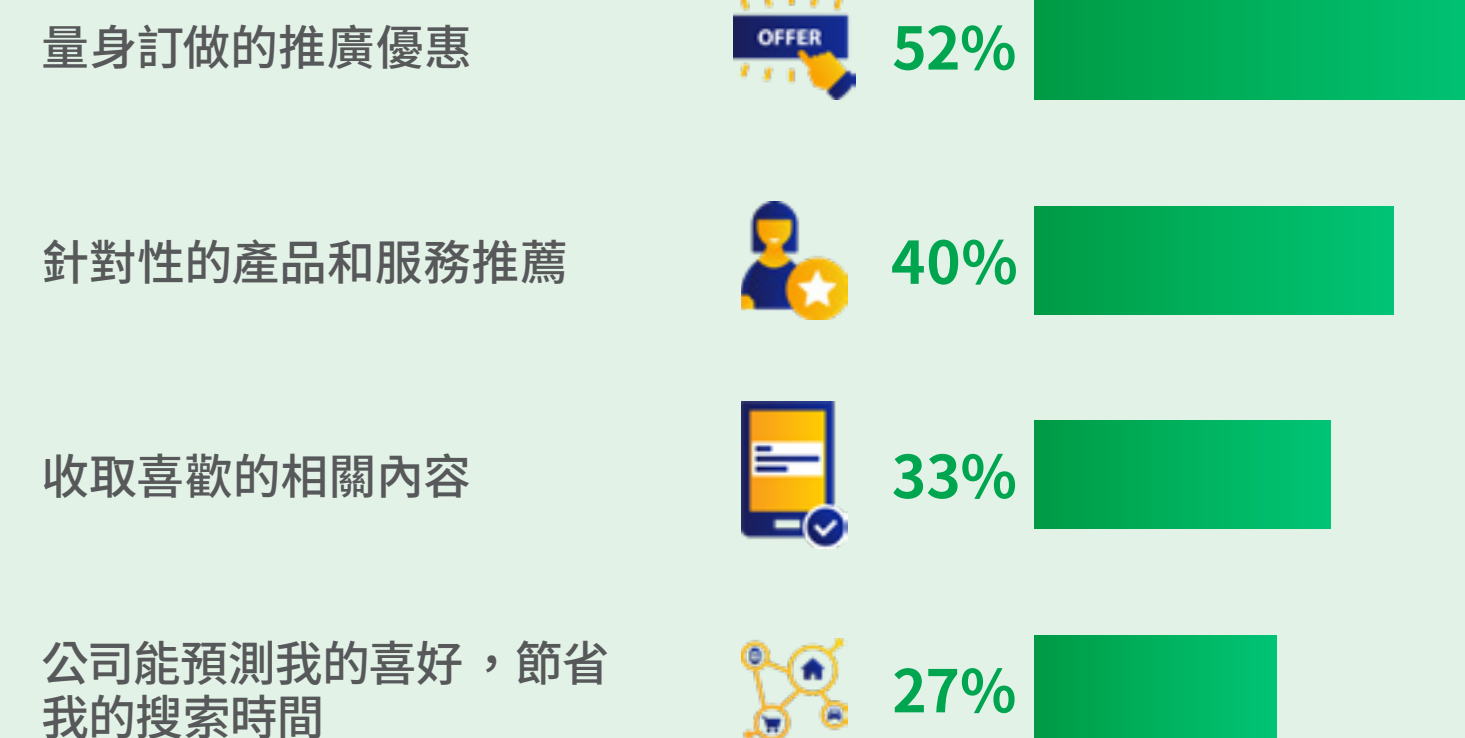
數位資料的漏洞和未經授權的數據共享，是民眾對機構從其線上活動收集和使用數據的主要顧慮。同時，有一半的受訪者了解接收量身訂做的推廣優惠的好處，4成的受訪者亦對獲得針對性的產品和服務推薦表示偏好。

## 民眾對機構從其線上活動收集和使用數據的憂慮和好處

### 憂慮



### 機構收集/分析/共享數據的好處

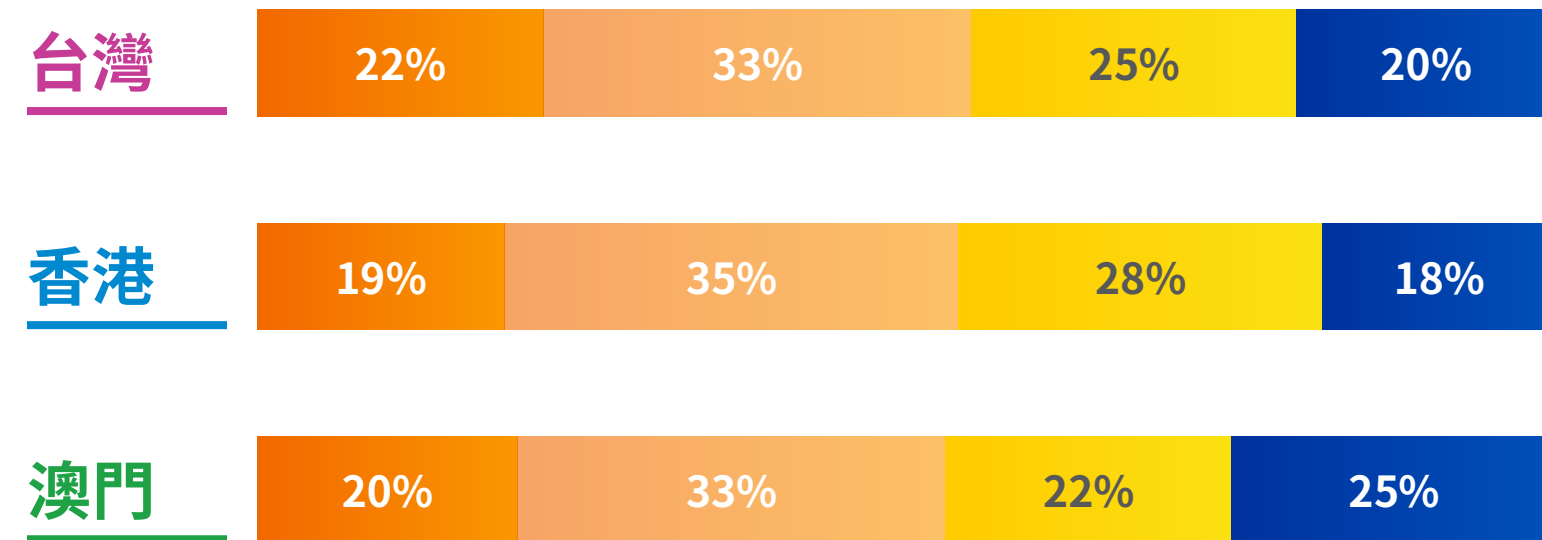






總體而言，所有市場中的大多數民眾都認為風險大於收益。每個市場中有2成的受訪者認為，他們對風險無能為力，3成3的民眾認為他們應該採取一些行動來管理風險。

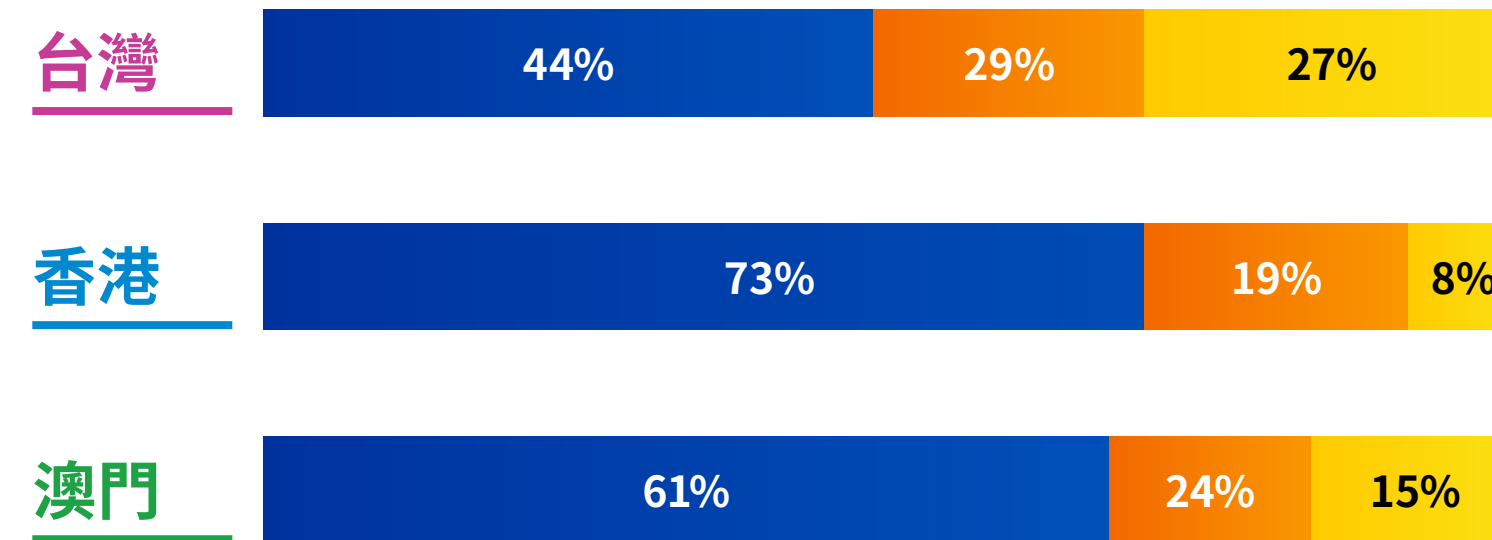
### 機構收集和使用電子數據的風險與好處



- 風險大於好處，但對此無能為力
- 風險大於好處，尚未採取足夠行動來管理風險
- 風險大於好處，正採取行動來管理風險
- 好處大於風險

每個市場中的大多數受訪者認為他們應該「擁有」自己的個人和財務數據。這種想法在香港，其次為澳門，最為突出。台灣民眾相對較願意接受政府或公司/銀行作為資料的託管人。

### 應該由誰保管我的個人和財務資料



- 我自己
- 公司/銀行
- 政府



# 關於VISA



Visa是全球數位支付領域的領導者，我們的使命是透過最具創新、可信任和安全的支付網路連接全世界，使個人、企業和經濟都能蓬勃發展。我們先進的全球處理網路VisaNet在全世界提供安全可靠的支付，每秒可處理超過65,000筆交易。Visa對創新的堅持不懈是任何科技裝置上互聯網商務快速成長的催化劑，也是每個人在每個地方之於未來無現金社會夢想背後的驅動力。

隨著世界向數位化轉變，Visa正在應用我們的品牌、產品、人才、網路和規模來重塑商務的未來。

查詢更多資料，請參考關於Visa: About Visa, [visa.com/blog](https://www.visa.com/blog) and [@VisaNews](https://twitter.com/VisaNews)。

