



105年度跨領域科技管理與智財運用國際人才培訓計畫（第3期/共4期）

海外培訓成果發表會

從中國的第三方支付系統觀察我國電子 支付服務的發展與未來的挑戰

A Study on China's Third-Party Payment for Taiwan's Future Electronic Payment Strategy

指導教授：王偉霖（銘傳大學法律學院財金法律學系教授）
組長：邱子鳳（亞洲光學股份有限公司智權課）
副組長：陳紹良（奇創國際智權事務所專利部資深顧問）
組員：方佳暉（聖島國際專利商標聯合事務所專案室科技群）
朱世全（奇美材料科技股份有限公司）
程穎賢（祥圃實業股份有限公司執行長室）
韓心瑜（凌巨科技股份有限公司智權暨法務處）

論文撰寫分工說明

| 章節 | 作者 |
|-----------------|-----------------|
| 壹、緒論 | 邱子鳳 |
| 貳、文獻探討／文獻回顧 | 方佳暉、朱世全、陳紹良、韓心瑜 |
| 參、案例分析（國外、國內案例） | 方佳暉、朱世全、陳紹良、韓心瑜 |
| 肆、案例比較 | 方佳暉、朱世全、程穎賢、韓心瑜 |
| 伍、結論與建議 | 方佳暉、朱世全、程穎賢、韓心瑜 |
| 陸、內容統整 | 邱子鳳 |

摘要

相較於中國大陸，台灣的第三方支付之發展已經晚了許多，但第三方支付隨著科技不斷的演變及電子商務的發展，台灣在法制面也終於有相應之法規出爐，本論文會分別簡介台灣跟中國大陸在第三方支付制度之發展歷史與現況，及介紹在中國大陸的第三支付的業者並且訪問中國大陸第三方支付相關的業者或使用者，例如支付寶及招財寶，以及台灣的第三方支付業者，例如歐付寶並且訪問台灣第三方支付相關業者；以從中國的第三方支付系統觀察我國電子支付服務的發展與未來的挑戰，目前認為台灣的法規面較中國大陸更為嚴苛，而抑制了台灣第三支付的發展，而且在台灣第三方支付環境下，科技公司與金融銀行的競爭關係並非平等，以及並未站在第三支付使用者的角度去設計出使用者想要的第三方支付金融產品，例如入門門檻最小、服務最便利、最友善的金融商品，這些才是使用者較重要的考量；最後，希望本論文能夠作為台灣第三方支付發展有用的建議方向之參考，且可供相關單位能夠參考。

關鍵字 電子商務、第三方支付、支付寶、招財寶、歐付寶

Abstract

The development of third-party payment in Taiwan is later than China, but due to the third-party payment is constantly improve and highly developed e-commerce, Taiwan finally has a regulations about the third-party payment, this paper will introduction the history and current status of the third-party payment in Taiwan and China respectively, we will not only introduce the company of third-party payment but also interview the related person or consumer of the third-party payment, such as in China's Alipay Wallet and Ant Credit in China, and Taiwan's All pay; this is a study on China's third-party payment for Taiwan's future electronic payment strategy, we discover in the legislation faces, Taiwan is more harsh than China, and that's why the development of third-party payment in Taiwan is slowly, and the environment of the third-party payment in Taiwan is unfair for the technology companies competition with the banks, and the government is not in user of the third-party payment opinion to design what a user really want, such as easiest to use, most convenient service and most friendly financial products, and these are the users of the third-party payment more important considerations; at the end, we hope this paper can be useful for the development of Taiwan's third-party payment helpful, and the relevant units to reference.

Key words E-Commerce, Third-Party Payment, Alipay Wallet, Ant Credit, All pay

目錄

| | |
|---------------------------------------|----|
| 摘要 | I |
| 目錄 | II |
| 圖目錄 | V |
| 表目錄 | VI |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節、研究背景與動機 | 1 |
| 第二節、研究流程及架構 | 2 |
| 第三節、研究方法 | 4 |
| 第二章 文獻探討／文獻回顧 | 5 |
| 第一節、電子商務的興起 | 5 |
| 壹、電子商務的定義 | 5 |
| 一、電子商務的演進 | 5 |
| 二、電子商務的模式 | 6 |
| 三、電子商務的運作 | 6 |
| 第二節、第三方支付的發展 | 8 |
| 壹、第三方支付的历史 | 8 |
| 貳、三方支付機構的型態 | 8 |
| 一、專營電子支付機構： | 9 |
| 二、兼營電子支付機構： | 9 |
| 參、第三方支付的模式 | 9 |
| 一、貨幣傳輸型(Money Transmitter)： | 10 |
| 二、履約保證型(Internet Escrow Agent)： | 10 |
| 肆、第三支付的優勢 | 11 |
| 第三節、中國與台灣常見的第三方支付 | 12 |
| 壹、中國第三方支付產業 | 12 |
| 一、中國第三支付的萌芽與發展 | 12 |
| 二、中國代表性之第三方支付業者 | 12 |
| 貳、台灣第三方支付產業 | 19 |
| 一、台灣第三支付的萌芽與發展 | 19 |
| 二、台灣第三方支付服務之現況 | 20 |
| 第四節、中國第三方支付法規與管理單位 | 25 |
| 壹、中國第三方支付法規 | 25 |
| 一、中國第三方支付相關法律法規 | 25 |
| 二、中國人民銀行所頒布的《非金融機構支付服務管理辦法》 | 28 |
| 三、《非金融機構支付服務管理辦法》 | 30 |
| 四、主管機關發放許可證的審批流程 | 30 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 貳、中國第三方支付之監管 | 31 |
| 一、支付服務的風險—不同定位，不同風險 | 35 |
| 二、備付金的監管 | 35 |
| 三、被壓制的第三方支付——錯位的定位，錯位的管制 | 37 |
| 四、協力廠商支付機構的金融屬性——從資金到資訊 | 37 |
| 五、協力廠商支付的再定位——從壓制走向競爭 | 39 |
| 第五節、台灣第三方支付法規與管理單位 | 41 |
| 壹、台灣第三方支付法規 | 41 |
| 一、支付機服管理條例介紹 | 41 |
| 二、「電子支付機構管理條例」對國內金融業之衝擊 | 46 |
| 貳、台灣第三方支付之監管 | 47 |
| 一、政府管理監督之方式 | 47 |
| 二、七大風險控管機制 | 50 |
| 三、國內金融服務的趨勢與建議 | 52 |
| 第六節、小結 | 53 |
| 第三章 案例分析 (國外、國內案例) | 55 |
| 第一節、 阿里巴巴—支付寶、招財寶支付流程 | 55 |
| 壹、阿里巴巴集團 | 55 |
| 一、阿里巴巴集團之電子商務版圖 | 55 |
| 二、阿里巴巴的第三方支付營運模式 | 56 |
| 三、支付寶之監管疑慮 | 69 |
| 四、支付寶現況與未來發展 | 71 |
| 第二節、 歐付寶—歐付寶 (all Pay) 支付流程 | 75 |
| 壹、歐付寶的營運模式 | 75 |
| 一、註冊與認證： | 75 |
| 二、系統特色： | 78 |
| 三、支付與收款方式： | 79 |
| 貳、現況與未來發展 | 79 |
| 第三節、小米第三方支付的支付流程 | 81 |
| 壹、小米支付的開卡流程 | 81 |
| 一、開卡流程介紹 | 81 |
| 二、刷卡流程 | 82 |
| 三、合作銀行 | 82 |
| 四、系統特色 | 83 |
| 五、系統比較 | 84 |
| 六、現況與未來發展 | 85 |
| 第四節、百度錢包第三方支付的支付流程 | 87 |
| 壹、百度錢包簡介 | 87 |

| | |
|--|-----|
| 一、推廣計畫:..... | 87 |
| 二、因應政府政策實行相關作法 | 87 |
| 貳、百度錢包的支付流程 | 88 |
| 一、支付方式:..... | 88 |
| 第五節、小結 | 92 |
| 第四章 案例比較 | 94 |
| 第一節、中國與台灣第三方支付法規的比較 | 94 |
| 壹、儲值上限規範之合理性 | 94 |
| 一、立法理由 | 94 |
| 貳、實收資本額之高門檻 | 95 |
| 一、「實收資本額」是否可確保「維持業務之穩定與安全運作，並維護社會大眾權益」？..... | 96 |
| 二、「5億元」之要求是否會太高？ | 96 |
| 參、未經許可經營電子支付機構業務之刑責合理性 | 97 |
| 一、銀行業 | 97 |
| 二、電子票證發行機構 | 97 |
| 三、電子支付機構 | 98 |
| 第二節、阿里巴巴、小米支付與威肯公司第三方支付之業者或使用者之訪談摘錄 | 99 |
| 壹、阿里巴巴支付寶之北大同學使用經驗訪談節錄 | 99 |
| 貳、小米公司小米支付之業者訪談節錄 | 100 |
| 參、威肯公司(wecanpay)之王總經理建民分享節錄 | 100 |
| 第三節 小結 | 102 |
| 第五章 結論與建議 | 103 |
| 第一節、關於台灣第三方支付未來可能的發展方向及台灣第三方支付相關法規的結論與建議 | 103 |
| 壹、台灣金融科技新創公司卻從創業第一天就要擔心觸法的風險 .. | 103 |
| 貳、中國第三方支付會成功是因它是一個網路科技產業非金融產業 | 103 |
| 參、第三方支付使用者的權益不只有資訊安全 | 104 |
| 肆、未談及市場的公平競爭 | 104 |
| 伍、正確的資安政策是要與風險共存在 | 104 |
| 陸、台灣第三方支付講的多做的少 | 104 |
| 第六章 文獻參考 | 106 |

圖目錄

| | |
|--|----|
| 圖 1 研究流程圖 | 3 |
| 圖 2 電子商務的運作 | 7 |
| 圖 3 貨幣傳輸型模式 | 10 |
| 圖 4 履約保證型模式 | 10 |
| 圖 5 支付寶擔保交易流程 資料來源：彰化銀行 | 14 |
| 圖 6 阿里巴巴建構完整金融產業鏈之目標 | 16 |
| 圖 7 2013Q3-2015Q3 中國第三方支付交易結構 | 32 |
| 圖 8 2015Q3 中國第三方支付平台所占市場份額 | 33 |
| 圖 9 七大風險控管機制示意圖 | 50 |
| 圖 10 阿里巴巴集團之電子商務版圖 | 56 |
| 圖 11 支付寶業務營運模式 | 59 |
| 圖 12 餘額寶資金運用流程 | 63 |
| 圖 13 中國第三方網路支付交易規模市場份額 資料來源：比達諮詢 | 71 |
| 圖 14 中國第三方移動支付交易規模市場份額 資料來源：比達諮詢 | 72 |
| 圖 15 為小米支付綁定銀行卡流程示意圖 | 81 |
| 圖 16 為小米支付開通公交卡流程示意圖 | 82 |
| 圖 17 為與小米支付合作之銀行 | 83 |
| 圖 18 為百度錢包網上支付之交易種類選擇畫面示意圖 | 89 |
| 圖 19 為百度錢包上網支付之選擇網銀的示意圖 | 89 |
| 圖 20 為百度錢包收款流程且為百度錢包用戶示意圖 | 90 |
| 圖 21 為百度錢包手機端且非百度錢包用戶示意圖之一 | 90 |
| 圖 22 為百度錢包手機端且非百度錢包用戶示意圖之二 | 91 |
| 圖 23 為百度錢包電腦端且非百度錢包用戶示意圖 | 91 |

表目錄

| | |
|--|----|
| 表 1 支付寶與微信支付比較 | 17 |
| 表 2 Yahoo!奇摩輕鬆付之獻金帳戶與信用卡帳戶比較 | 23 |
| 表 3 中國與台灣第三方支付服務之比較 | 53 |
| 表 4 阿里巴巴網路購物平臺 | 55 |
| 表 5 中華民國金融監督管理委員會依據身分驗證機制與交易限制與管 理將第三方支付帳戶區分表 | 75 |
| 表 6 歐付寶之會員級別與相關服務區分表 | 76 |
| 表 7 歐付寶驗證提升會員級別之相關驗證程序整理表 | 78 |
| 表 8 電子票證發行機構及電子支付機構設定儲值金額上限之理由 | 94 |
| 表 9 支付寶使用中國工商銀行網銀單次、單日儲值之限額表 | 95 |
| 表 10 國內銀行、國外銀行、電子票證發行機構與電子支付機構之法定 實收資本額/營業所用資金比較表 | 97 |
| 表 11 銀行、電子票證及電子支付機構三者之刑責比較 | 98 |

第一章 緒論

第一節、研究背景與動機

近年來隨者電子商務的興盛，消費者的消費模式與支付工產生劇烈的改變。很多消費者都已經習慣在網路上購買各式各樣商品，而那些通常都是以往可以在實體零售店購買的商品。在這樣背景下，可以選擇的付款方式也變多了，從早期的實體 ATM 或銀行轉帳，到現在的線上刷卡、網路 ATM 轉帳，若在國外，可能還要再加上透過 paypal 或阿里巴巴的支付寶等具有儲值功能的帳戶進行線上交易等等。

我國近年來的第三方支付業者增加很多，根據金管會指出，我國目前第三方支付服務業逾一千五百家，估計整個電子商務（含 B2C 及 C2C）的產值在 2014 年已達到新台幣八千八百億元的規模。

2015 年 1 月 16 日立法院三讀通過「電子支付機構管理條例」(下稱「專法」)，且已在總統公布後三個月施行，對於第三方支付服務業者而言，相較於立法前，最大的差異在於立法前非金融機構的第三方支付業者無法辦理儲值業務；立法後，第三方支付業者設立電子支付機構經許可後，即可辦理儲值業務。

立法前第三方支付業者無法辦理儲值業務的原因，是依據 2009 年 1 月 23 日公布的電子票證管理條例，凡以「電子、磁力或光學形式儲存金錢價值，並含有資料儲存或計算功能之晶片、卡片、證或其他形式之債據，作為多用途支付使用之工具」都屬於電子票證（第三條第一款），只有經許可設立的電子票證機構或金融機構才能從事此等業務。第三方支付服務業者若提供儲值功能，則很可能會落入上述電子票證定義，除非第三方支付服務業者也去設立電子票證發行機構，或透過其他交易架構安排與電子票證發行機構合作，否則自行直接經營提供儲值的服務將會有很高的違法風險。

然而，特別值得一提的是，專法對於電子支付的定義寬廣，第三方支付業者因此也可以跨足到行動支付的業務領域。依專法第三條規定，電子支付機構提供第三方支付服務是「利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息」，行政院提出的草案理由特別說明，「本條例規定電子支付機構之業務項目，包含實體通路交易（線下交易）之支付服務（即 O2O，Online To Offline）型態，故所定『利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息』，其電子設備不限於傳統桌上型電腦，亦包含行動載具(例如平板電腦、行動電話等可攜式設備)或其他得以連線方式傳遞訊息之設備亦屬之。」因此，第三方支付業者也可以提供讓其會員透過行動設備進行付、收款的服務。

由上可知，立法對於產業的發展影響是相當巨大的，因此不得不慎，而且依憲法第 23 條規定所揭櫫之法律保留原則，若國家欲限制人民權利時，須有法律之明文規定或授權始可；換言之，若法律未清楚規定或授權，則國家不得限制人

民之權利。依此，於專法正式施行前，金管會就第三方支付服務業，依法應無管制之權力與義務。

第三方支付產業為電子商務及網路/行動產業發展之命脈，如上所述，第三方支付產業目前並無特殊目的事業主管及主管之法規，金管會目前似無管制之正當性；縱使在專法正式施行後，考量台灣正值電子商務及網路雲端產業發展急待突破之重要時刻，在相關法規尚未健全之際，主管機關及法院若能減少干預、放手讓產業自由發展，應更可達專法草案說明所揭示「鼓勵業者積極創新與發展新型態支付服務」之立法目的。而本文的目的就是在於透過研究中國大陸的第三方支付系統（例如：由支付寶到餘額寶再到招財寶）及相關法規的演變，以觀察且分析我國電子支付服務的可能的發展前景、相關法規之差異比較與未來的挑戰，進而提出對臺灣政府及業者的建言，而促進臺灣整體電子商務發展及經濟繁榮。

第二節、研究流程及架構

臺灣與中國大陸的電子商務近年來蓬勃發展，尤其是中國大陸具有眾多的消費人口及廣大的市場，境外的電子商務業者也已經都紛紛投入中國大陸的電子商務市場。也因為這樣，所以導致中國大陸電子商務市場的競爭進入白熱化，但是臺灣的電子商務業者先前卻因為臺灣法規的限制，在臺灣本土還遲未有顯著的發展且也還未進入中國大陸的電子商務市場，但可以預見的，在目前專法已經施行一年多的現在，在臺灣已經可以合法經營第三方支付的電子商務業者也可能也經面臨中國大陸的電子商務業者以前遇過的問題及挑戰。因此希望可以透過研究中國大陸的第三方支付系統的演進及相關法規的演變，進而研究分析臺灣電子支付服務的可能的發展模式，且是否能參考或套用中國大陸的發展模式，以及提出相關法規之建議修改方向與未來可能的電子商務商業模式的探討及其可能面臨的挑戰所應具有的應對策略，如此才有可能，在競爭激烈的電子商務市場中迎頭趕上並佔有一席之地。

本研究針對兩岸的第三方支付進行分析，擬定研究題目與問題以及作相關文獻的探討與蒐集資料，後續再根據文獻探討與蒐集資料的結果，修正研究方向與研究問題，並選定訪談個案並同時進行個案的文獻探討與蒐集個案資料後，逐漸地建立研究架構並進入個案的深入訪談。本研究希望替台灣第三方支付的業者找出中國大陸的第三方支付曾經面臨過的困難，以及中國大陸是如何克服，而臺灣是否能夠從中習得相關的經驗從而可避免那些困難，並且探知未來第三方支付的未來走向，而能夠提出對台灣第三方支付業者有價值的發現及建議，其研究流程如圖 1。

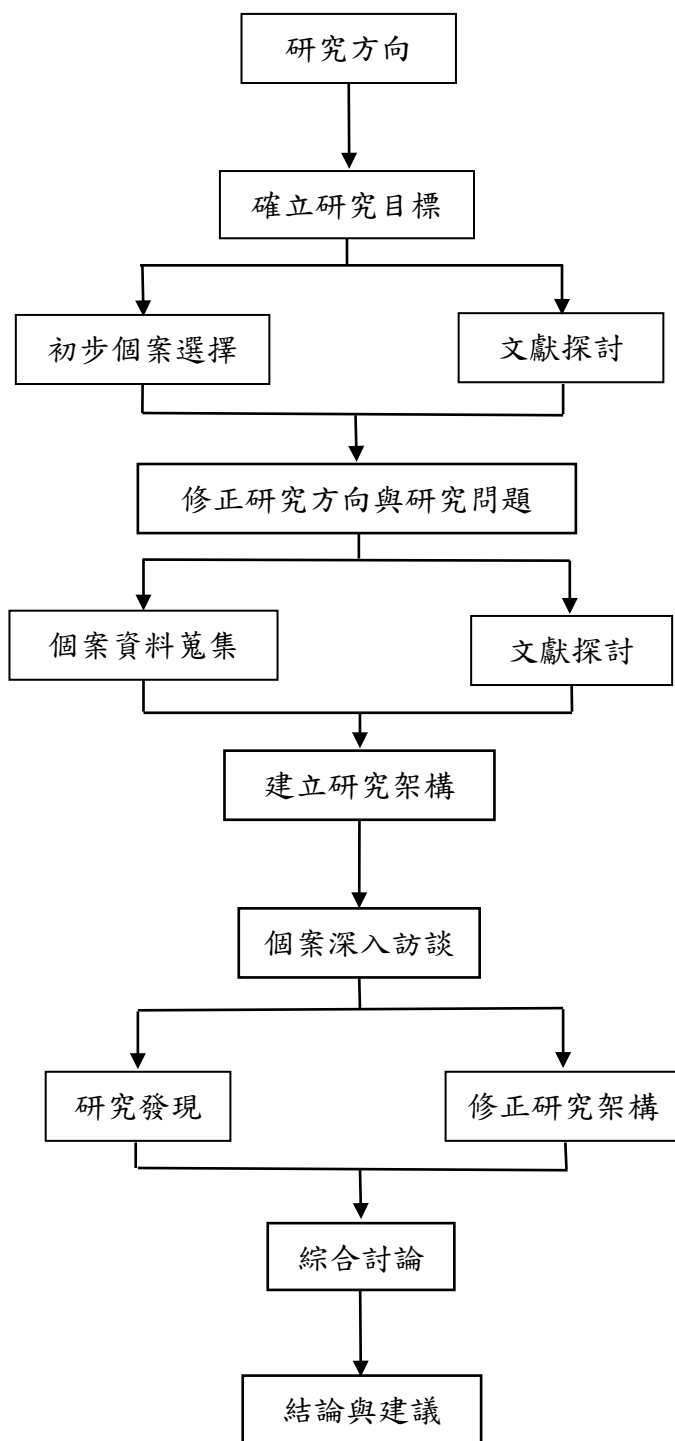


圖 1 研究流程圖

資料來源：103 年 MMOT 海外培訓成果發表會-大陸電子商務發展創新對台灣產業的啟示-以阿里巴巴、百度與小米為例

第三節、研究方法

本研究資料可以分成初級資料與次級資料。初級資料包括訪談個案內容整理與歸納，在台灣安排第三方支付業者進行訪談，對象為威肯公司(總經理-王建民)，此部分特別感謝 MMOT103 屆學姊許如瑩及其先生的引薦；在大陸則是安排小米通訊技術有限公司(徐總)，以及百度公司(電子支付-賈雲飛)與北京大學學生(外國語學院碩士生-倪同學)進行訪談，透過訪談可以進一步了解兩岸在關於第三方支付部分所面臨的困難及未來的發展方向。

次級資料則是以文獻探討為主，透過網路、論文期刊、報章雜誌、相關產業概況的研究，經過初步整理分析後，將可以作為後續研究發現的資料來源。

第二章 文獻探討／文獻回顧

第一節、電子商務的興起

壹、電子商務的定義

遠古時期，人們的活動範圍有限，因此，人與人之間是以以物易物的交易型態為主。隨著科技的進步，人們的活動範圍愈來愈廣，漸漸發展出以貨幣(例如：貝殼、貴金屬...等)進行交易的型態。然而，隨著科技的進步，人與人之間的商務交易愈來愈頻繁也愈來愈複雜，因此到了中國宋朝時期，為了有效避免保存及攜帶實物進行交易的不便利性，便發展出以商號信用作為保證紙張交易價值的交子¹。因此，由歷史不難看出，商務交易的型態會隨著生活與科技逐漸演進。

近年來隨著資訊與通訊科技的快速發展，以及網際網路(Internet)的普及，因此，有愈來愈多的企業與個人利用行動電話、電腦或平板等通訊產品，再透過網際網路進行交易或其他商務活動。而這種利用新興電子產品並且透過網際網路傳輸資料的商務活動即是電子商務(Electronic Commerce, EC或e-Commerce)²。例如：商業電子資料交換(Electronic Data Interchange, EDI)、金融電子資料交換、網路下單、網路銀行、網路購物...等³。

一、電子商務的演進

由於電子商務必須利用網際網路進行，所以電子商務的演進與網路發展有著密不可分的關係，由網際網路的發展又可將電子商務大致上分成下列五個時期：

(一) 70年代的電子資金轉換(Electronic Fund Transfer, EFT)時期，例如：轉帳匯款與自動提款機...等；

(二) 70年代末期至80年代初期的電子資料交換與電子郵件時期；

(三) 80年代提供線上服務的與知識分享的電子布告欄系統(Bulletin Board System, BBS)時期；

(四) 80年代末期至90年代初期的工作流程系統(Workflow System)時期；以及

(五) 90年代的全球資訊網(World Wide Web, WWW)時期⁴。

¹ 李攸著，宋朝事實，卷十五，「益州豪民十余戶，連保作交子，每年與歲之夏秋盤倉量人夫，及出修廩棗堰、丁夫物料，諸豪以時聚首，同用一色紙印造。印文用屋木人物，舖戶押字，各自隱密題號，朱墨間錯，以為私記。書填貫不限多少，收入人戶現錢，便給交子。無遠近行用，動及百萬貫，街市交易。如將交子要取現錢，每貫割落三十文為利。每歲絲蠶米麥將熟，又印交子一兩番，捷如鑄錢」。

² Gary Schneider. (2006). *Electronic Commerce* 6th edition, Cengage Learning

³ 經濟部，中華民國電子商務年鑑，<http://ecommercetaiwan.blogspot.tw/>(最後瀏覽日期 2016.7.8)

⁴ 樂斌、陳苡任、羅凱揚(2012)，電子商務，第七版，台北：滄海書局

二、 電子商務的模式

現有常見電子商務的模式，依據交易對象的不同大致可以區分為：

(一) 企業對企業(Business to Business, B2B)：

企業與企業間透過網際網路進行資訊與訊息的交換或交流，甚至是透過網際網路進行訂貨與簽約。不僅能大幅降低交易成本、提升營運效率，更能便於後續的管理與監督⁵。例如：中鋼公司的電子商務網站。

(二) 企業對消費者(Business to Consumer, B2C)：

企業在網際網路上提供商品或服務，而消費者則透過網際網路取得企業所提供的商品或服務，也就是利用網際網路完成傳統的交易行為⁶。例如：雄獅旅遊網。

另一種企業對消費者的型態則是企業在電子商務平台業者所提供的平台上提供商品或服務，而消費者則透過電子商務平台業者所提供的平台取得企業所提供的商品或服務(Business to Business to Consumer, B2B2C)，其中，電子商務平台業者負責提供交易所需的金流及物流服務。例如：樂天市場、Yahoo超級商城與PCHOME商店街。

(三) 消費者對企業(Consumer to Business, C2B)：

消費者間相互結合與企業進行交易，購買所需的產品。例如：常見的團購網站。

(四) 消費者對消費者(Consumer to Consumer, C2C)：

消費者彼此間透過電子商務平台業者所提供的平台進行交易，電子商務平台業者僅提供平台與評等機制不負責物流業務。例如：Yahoo奇摩拍賣與eBay。

(五) 離線商務模式(Online to Offline, O2O)：

又稱為虛實整合，將原本線上消費者引導到實體商店，透過線上虛擬資訊的推廣宣導與支付，再到線下實體使用之前購買的產品與服務，也就是網路虛擬跟實體商業做一個結合。較為典型的應該就是Groupon(團購)，利用網路團購壓低成本，再進入實體商店店面享受服務消費。

三、 電子商務的運作

電子商務的交易行為大致包含如圖1所示：交易過程中用網際網路作為相關資訊交換、處理、儲存與分析的資訊流(Information Flow)、付款所產生的金流(Money flow)、交付商品所產生的物流(Logistic Flow)，以及交易完成後所有權移轉的商流(Business Flow)⁷。

而無論是傳統的交易行為，或是電子商務的交易行為，付款都是買賣雙方最重視也最關鍵的部分。現有常見的付款方式包括現金交易、匯款轉帳、信用卡與

⁵ 張瑞立(2007)，電子商務概論，台北：文魁資訊股份有限公司。

⁶ 同註5。

⁷ 陳湘揚(2010)，新視野電子商務概論，台北：文魁行銷股份有限公司。

支票。在B2B、B2C、B2B2C與C2B的電子商務模式中，都有一個可能供信賴的企業做為交易得以履行的參考。因此，現有付款方式應可充分滿足B2B、B2C、B2B2C、C2B電子商務模式的需求。

但是在C2C的電子商務模式中，缺乏可以被預期交易得以履行的一方，而且由於買賣雙方皆無法像在實體商店購物，同時完成相當金額與商品交付，再加上買方付款後沒有收到商品、收到的商品與先前購買的商品不同，或是買方假造付款記錄誘騙賣方交付商品的負面新聞不斷，造成買賣雙方都缺乏信賴基礎。此外賣方可能是無法接受信用卡付款的個人或規模較小的企業，而利用匯款轉帳則需額外手續費，對於交易金額不高的買賣雙方而言都是一種負擔。也就是說，現有現金交易、匯款轉帳、信用卡與支票的付款方式已無法滿足所有電子商務模式的需求。

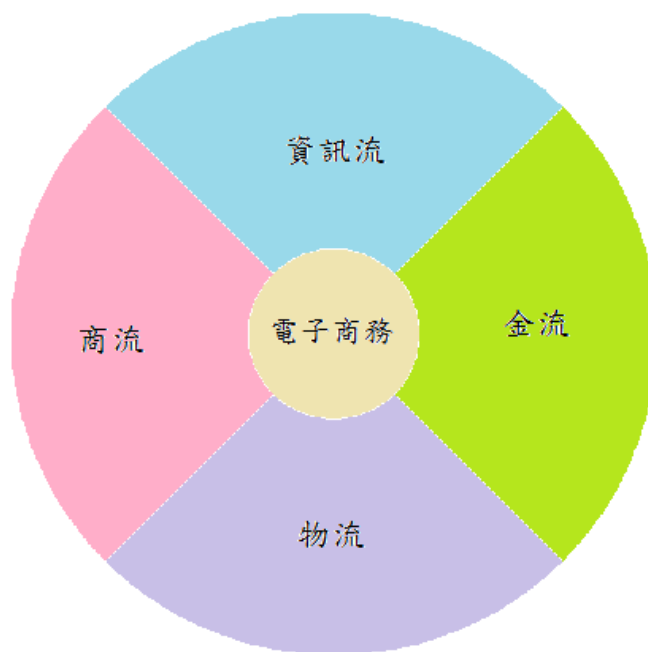


圖 2 電子商務的運作

第二節、第三方支付的發展

一般C2C電子商務模式的方式是買方先在電子商務平台業者所提供的平台完成訂購與付款後，賣方再利用物流系統將商品遞送至買方所指定的地點。然而這兩者的時間差即是導致買賣雙方缺乏信賴基礎的主因。此時，人們想到了國際貿易中常用的信用狀(Letter of Credit, LC)支付方式。

國際貿易中買賣雙方由於地域...等問題，使得雙方缺乏關於彼此的信息，導致買賣雙方間缺乏足夠的信任，此時將銀行做為一個信用的中轉，利用銀行信用的安全性和穩定性有效消彌商業信用的風險性和不穩定性⁸。因此，開始在電子商務的交易過程中引入一個具有一定信譽保證的第三方以確保交易過程能順利進行，亦即現今時常聽到的第三方支付(Third-Party Payment)。

壹、第三支付的歷史

「第三方支付」一詞最早是由阿里巴巴集團總裁馬雲先生於2005年瑞士達沃斯世界經濟論壇(World Economic Forum, WEF)上首次提出⁹。他認為電子商務環境若沒有建立安全保障機制，便沒有真正的誠信和信任可言，若欲解決買賣雙方交易的風險問題，就需先從交易環節著手，才能徹底解決網路支付問題。

在馬雲先生提出「第三方支付」一詞之前，電子商務的信託付款概念早已存在(例如：PayPal)，一般稱之為信託付款服務(Escrow Service)。但隨著電子商務特別是網路購物的蓬勃發展，馬雲先生所提出的「第三方支付」逐漸取代了「信託付款服務」一詞成為這個市場上「信託付款」的代名詞。

貳、三方支付機構的型態

原本從事第三支付的第三方支付機構本身既不是銀行，也不是實際從事電子商務交易活動的電子商務經營者，而是以本身的經濟實力與信譽，透過與銀行簽約合作的模式，為電子商務中的買賣雙方提供資金移轉的管道與服務，連接起電子商務買賣雙方所產生的金流¹⁰。但是隨著電子商務的蓬勃發展，使得金融機構、電子商務業者或其他科技產業，也都相繼提供第三方支付服務。

依據我國2015年2月4日所布之電子支付機構管理條例(也可稱為第三方支付專法)，將現有第三方支付機構大致區分為專營電子支付機構與兼營電子支付機構兩種。

⁸ 馮昌國、江欣玲(2015)，台灣第三方支付制度初探，**全國律師**，第19卷第2期，37-47頁，「第三方支付並沒有那麼「潮」，早在19世紀末的英國，就已出現了。當時國際貿易盛行，但國際貿易面臨的最大的問題是：買方和賣方無法面對面地一手交錢、一手交貨。信用狀的出現，則解決了上述問題」。

⁹ 孫春艷(2013)，第三方交易平台的相關法律問題研究，**法治與經濟**，第8期，頁7。

¹⁰ 李智仁，(2013)，第三支付的中國經驗觀察，**萬國法律雙月刊**，第191期，頁3。

一、專營電子支付機構：

專營電子支付機構之法人組織以股份有限公司為限，依據電子支付機構管理條例第3條第1項規定，專營電子支付機構的業務包含代理收付交易款項、收受儲值款項、電子支付帳戶間款項移轉，及其他主管機關核定之業務。另外，電子支付機構管理條例將專營電子支付機構之財產，依收款之目的與金錢之來源分別存放於使用者支付款帳戶、預收款帳戶、電子支付機構自有財產帳戶，以及收益計提金帳戶。

(一) 使用者支付款帳戶：存放使用者委任電子支付機構給付之交易款項。使用者於移轉金錢所有權時，已確定消費事實發生，先行將款項移轉至電子支付機構代為保管，待使用者發出支付指令時，再移轉特定金額給使用者指定之帳戶。

(二) 使用者預付款帳戶：存放使用者預先存放未來消費款項。使用者於存放該消費款項時，並未預見消費事實發生，僅先將未來可能發生之消費行為款項移轉至電子支付機構，由電子支付機構代為保管。

(三) 電子支付機構收益計提金帳戶：存放因使用者之預收款及支付款信託所產生的孳息。由於電子支付機構收受使用者交易金錢行為，非屬存款行為或投資行為範疇，電子支付機構不得將該孳息直接發配予使用者或據為己有，該財產應用必須符合該管理條例及主管機關之規範進行分配及使用。

(四) 電子支付機構之自有財產帳戶：存放電子支付機構之自有資產。

二、兼營電子支付機構：

在電子支付機構管理條例制定前，我國電子支付業務，多由金融機構(銀行及中華郵政股份有限公司)或電子票證發行機構負責。因此，銀行業或電子票證發行機構得依據電子支付機構管理條例第10條第3項及第4項之規定，經主管機關核可後，兼營電子支付業務之服務。

由上述可知，專營電子支付機構與兼營電子支付機構的差異在於：專營電子支付機構以非金融機構組成之法人作為主體，其服務內容專為使用者提供電子支付服務項目，僅能經營電子支付相關業務及經主關機關核准後兼營電子票證發行業務；而兼營電子支付機構為金融機構或電子票證機構，依據電子支付機構管理條例第10條第3項、第4項除本身已經營之業務外，提供電子支付服務作為提供使用者使用之電子商務服務。由於現有金融機構或電子票證發行機構已有相關專法規範其主要業務，因此，本文是以專營電子支付機構為討論重心。

參、第三方支付的模式

第三方支付機構就付款條件與其收款方式，大致可分為¹¹：

¹¹ 經濟部(2008)，電子商務法治及基礎環境建構計畫跨國電子商務金流法制規範研究報告，頁19。

一、貨幣傳輸型(Money Transmitter)：

主要如圖2所示，從事買賣雙方間資金的移轉。買方向賣方購買商品或服務後，將交易金額交給第三方支付機構，由第三方支付機構將交易金額交給賣方。交易金額並不會停留在第三方支付機構中，例如：便利商店所提供的代收服務。

二、履約保證型(Internet Escrow Agent)：

履約保證型不僅提供買賣雙方資金移轉的貨幣傳輸服務，還進一步提供交易擔保機制。如圖3所示，當買方向賣方購買商品或服務後，買方先將交易金額交給第三方支付機構，等買方確認賣方所提供的買商品或服務無誤、或是經過七天猶豫期，又或是買方通知可付款，第三方支付機構再將交易金額交給賣方。由於第三方支付機構必須等待買方通知方能進行撥款，因此，交易金額將會在第三方支付機構中停留一段時間。

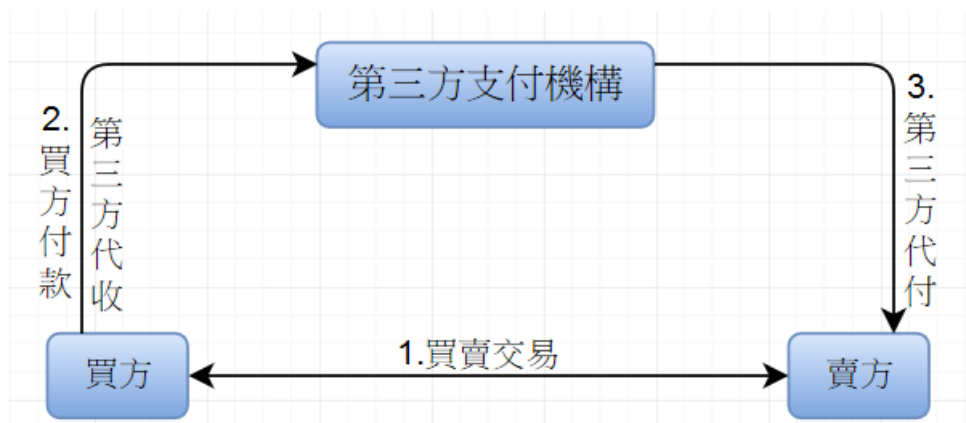


圖3 貨幣傳輸型模式

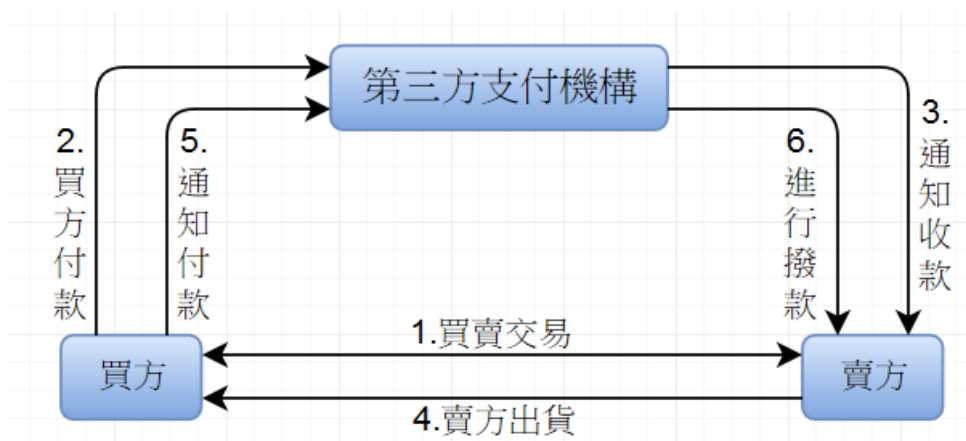


圖4 履約保證型模式

肆、第三支付的優勢

傳統的網路交易型態，主要是以民法和消費者保護法提供消費者一個事後的交易保護，例如物之瑕疵擔保、權利瑕疵擔保¹²，鮮少事前的預防機制，例如過去於網路上購買商品，通常是買家必須先付款給賣家，待賣家收款後再將貨品寄出，買賣標的物的風險由買家承擔¹³，假設買家收不到貨品或者貨品有瑕疵，買家只能透過民法或者消費者保護法為事後救濟。若以第三支付的型態交易，交易金額會先停留於第三方手中，賣家並不會事先收到貨款，消費者除了可以在事後救濟，亦可提前於交易過程中透過第三方支付機構獲得應有的保障。因此，以第三方支付機構作為買賣雙方標的物與交易金額移轉間一個中間者的角色，對買賣雙方而言較能確保買賣雙方間利益與保障、防堵詐騙、減少消費紛爭。

再者，買方使用金融機構轉帳服務時，不易確網路上的帳戶是否確實為賣方的真實帳戶資料，常出現匯款有誤的詐欺事件。但是，透過第三方支付機構進行付款，可藉由第三方支付機構確認網路賣方之電子支付帳戶資料後，再將交易金額轉入對應的帳戶，有效減少交易詐欺事件。而且透過第三方支付機構進行付款時，買賣雙方無須透露彼此的帳戶資訊，能有效避免個人資料外洩。

此外，中小型企業或是微型創業的個體戶受限於規模與營業額，很難成為現有金融機構的特約商店，造成買方在中小型企業或是微型創業的個體戶的網路商店購物時無法以信用卡支付，少了購物的便捷性也連帶降低購買的意願。因此，如果這些中小型賣家成為第三支付的會員，消費者即可透過第三方支付於線上直接交易，比起自動提款機轉帳，交易流程更為簡便，也有利於微型賣家創造新商機¹⁴。

¹² 劉春堂(2006)，民法債篇各論(上)第二版，台北，三民書局股份有限公司。

¹³ 林誠二(2003)，民法債篇各論(上)第二版，台北，瑞興圖書股份有限公司。

¹⁴ 陳珮文(103)，台灣第三方支付法制化的必要性與發展思考—以美國 PayPal 與中國支付寶為例，國立中央大學碩士論文。

第三節、中國與台灣常見的第三方支付

壹、中國第三方支付產業

一、中國第三支付的萌芽與發展

中國大陸幅員遼闊、人口數眾多，且近年來經濟持續發展、網路使用普及化，造成其國內網際網路購物的盛行，民眾對於網路購物之需求與日俱增，其中，中國最具規模之線上購物商城—淘寶網遂應運而生。然而，買賣雙方互不相識存在交易誠信風險，或者單一賣家因規模小無法提供多元的付款方式，因此前述第三方支付的概念延伸至網際網路之商務交易。為降低網路交易風險，淘寶網使用支付系統—支付寶(Alipay)提供第三方履約保障，致力於為用戶提供安全之線上支付與收款服務，註冊會員人數已突破八億，成為中國地區市占率最高之第三方支付平台。

中國電子商務蓬勃發展，電子商務企業不斷加強網路交易服務供應鏈，大幅提升網路購物商品之服務品質，亦提供網路購物使用者更多樣化之選擇，使整體市場交易量擴大；使用者對網路購物之依賴與信任程度加深，亦促使其消費支出持續增加。中國線上支付服務已跨足網路購物、旅行票務和生活繳費等領域，逐漸成為中國網路使用者日常生活中重要的網路應用服務，亦推動整體第三方支付市場之交易規模；此外，中國大陸中央銀行於2010年6月頒布「非金融支付機構管理辦法」，迄2014年7月，取得第三方支付牌照之企業已達269家，且截至2013年底，中國大陸電子商務的交易規模已超過10兆人民幣，其中網路零售市場交易規模達1.88兆人民幣，行動電子商務市場交易規模達2,300多億人民幣，但已可預見的是後者的交易規模勢將越來越大，根據iResearch艾瑞諮詢的統計數據顯示，2012年中國第三方支付業務交易規模達12.9萬億，增長54.2%。艾瑞預計2016年，整體市場交易規模將突破50萬億¹⁵。

二、中國代表性之第三方支付業者

(一) 阿里巴巴推出「支付寶」、「餘額寶」、「支付寶錢包」服務

支付寶為中國領先之第三方支付平台，由阿里巴巴集團董事局主席馬雲在2004年12月創立，是阿里巴巴集團的關聯公司。馬雲認為，若電子商務不解決

¹⁵ 網頁：艾瑞諮詢：2012年中國第三方支付市場整體交易規模達12.9萬億，2013-1-28 15:26:00
<http://www.iresearch.com.cn/Report/View.aspx?Newsid=192200> (最後瀏覽日：2013/7/11)。

安全支付的問題，就無真正的誠信和信譽可言，因此致力於為企業或個人用戶提供安全可靠、方便快捷的網路支付與收款服務，果然支付寶於淘寶網上推出不久後即成為淘寶網會員網路購物最熱門的支付方式，也是目前中國大陸最多人選用的第三方支付平台。

2004年當時中國零售市場才正在起飛，阿里巴巴集團想做的是引領更大的零售潮流，因此支付寶的推出是為了尋找一種使消費者淘寶網購物更安全的方式，讓中國各地可以廣泛的使用，讓支付減少風險與詐騙，而僅是已一個「代收轉付」的功能加上「擔保」的方式就可以達到這樣的需求，乍聽之下沒有甚麼特別的技術，但就是這個簡單的步驟，掀起電子商務的一波新浪潮，甚至顛覆了金融產業。支付寶結合阿里巴巴所有服務包括淘寶、天貓等，讓每個使用者能迅速找到自己需要的服務。單一賣家規模小，無法向銀行談合作，要利用眾多賣家開啟一個值得信任的支付平台，與數百家銀行及金融機構合作，提供消費者多種支付方式，解決資金週轉的問題。

支付寶的特色進一步陳列如下：

1. 結合拍賣網站：

支付寶與阿里巴巴集團旗下淘寶網結合，淘寶網於過去已有一定的信用及商譽，因此支付寶的推出更增加淘寶網的信用度，另一方面與拍賣網站結合的另一個優勢為淘寶網已累積一定的用戶，所以支付寶一推出即有相當的用戶使用，也因為在淘寶網上購物必須以支付寶方式付款，因此支付寶被廣泛的使用，此為支付寶發展過程中的一大特色。而為確保每一條交易訊息的真實性、合法性，消費者須先透過實名認證申請淘寶與支付寶帳號，只要註冊用戶於淘寶網上註冊，系統即會自動為會員建立一個支付寶的帳戶。

2. 擔保交易：

擔保交易流程如圖4所示，其特色在於支付寶會先將款項凍結，當買家確認購買商品後，先將購物款項支付給淘寶網，待淘寶網確認收款後，便通知賣家出貨，而買家收到商品且確認無誤後，即可通知支付寶進行撥款給賣家的程序，但買家若遇到下列情形，可以選擇退款：未收到貨物、收到貨後與買家所保證的狀況不符、貨品有瑕疵、貨物錯誤，買家只要在支付寶上填選退款申請，支付寶即會處理此筆交易，退款給買家。如此，可大幅降低消費者上網購物之交易風險¹⁶。

¹⁶王興詠、林佩諭、張尹，《第三方支付產業現況與發展》，彰銀資料第63卷第1、2期，2014年1、2月，頁21。



圖 5 支付寶擔保交易流程 資料來源：彰化銀行

3. 支付方式多元：

支付寶的擔保交易過程中，若買賣雙方的交易協議達成，支付寶將要求買家於七日內將款項轉出。買家可選擇透過本身的支付寶帳戶餘額進行付款，亦可擇一其他支付寶提供之付款方式向支付寶付款，例如快捷支付、信用卡付款、貨到付款、網路點數付款、消費卡付款...等，即便無金融卡、信用卡仍能上網購物，甚至在無資金的狀況下還可以請朋友代付。支付寶與國內外 160 多家銀行及金融機構包括各大全國性銀行、區域性銀行，以及 Visa、Master 等國際組織合作，為商家提供支付方案，除淘寶網及阿里巴巴外，支援使用支付寶交易服務之商家已超過 46 萬家，範圍涵蓋網路零售、虛擬遊戲、數碼通訊、商業服務、機票、公用事業等。支付寶甚至提供 14 種外幣服務，支持海外賣家透過支付寶將產品直銷到中國市場。

4. 生活繳費服務：

舉凡生活上的大小繳費事宜，皆可以透過支付寶完成，例如：水電費繳納、手機充值、有線電視繳費、交通罰款、醫院掛號、線上轉帳，只要用戶於支付寶上儲值，即可使用支付寶的功能處理生活瑣事，非常便利。

5. 投資理財：

支付寶與中國國內外許多金融機構合作，推出許多理財產品。由於支付

寶只是支付工具，政府不允許給予帳戶利息，阿里巴巴遂於 2013 年 6 月，另推出了以支付寶帳戶為基礎的「餘額寶」儲存功能，「餘額寶」就是希望用戶把錢存進去，再把累積的資金去做投資，而利息較一般銀行高出許多。因此，消費者的支付寶帳戶上的錢除了可以隨時繳費和轉帳，還可以把購物餘額轉進餘額寶帳戶，支付寶公司會自動幫忙購買「天弘基金」增加資金流動並創造貨幣基金的收益，使用者可由「餘額寶」獲得到較高的收益。

6. 行動支付：

2008 年，支付寶發布移動電子商務戰略，並在 2009 年支付寶首度推出移動支付手機客戶端，用戶只需下載並安裝「支付寶錢包」APP，登錄後即可使用，加強了支付寶在移動 O2O 領域的戰略布局。2013 年 11 月起，「支付寶錢包」不僅內置餘額寶，同時實現了在手機上隨時行動支付與移動理財。2014 年前三季，餘額寶使用者數增至 1.49 億人，整體規模達到人民幣 5349 億元，創造出的收益更是可觀，累計超過人民幣 200 億元。

7. QR Code 支付：

2010 年支付寶推出當時中國大陸地區首個二維碼支付技術，用戶只需在「支付寶錢包」程式內，點擊「掃一掃」，對準二維條碼就能完成交易。

8. 信用服務：

2014 年推出信用支付服務，便可進行透支消費。例如花呗是由螞蟻金服提供給消費者「這月買、下月還」的一種與信用卡延遲付款功能類似的網購服務。

阿里巴巴挾持著其電子商務優勢，對行動支付進行整體而且全面的佈局，除支付寶錢包之外，更搶攻行動定位服務(Location Based Service, 簡稱 LBS) 市場，2014 年 2 月阿里巴巴收購地圖導航業霸主高德公司，打算將電商平台使用者資訊結合高德的地圖位置資料庫，在地理位置資料上可附加商業訊息、使用者資料、物流資訊等，有效整合網路購物、地圖、叫車服務。2015 年 7 月，支付寶(PC 端平台)和支付寶錢包(行動端應用)合二為一，合併後新的支付寶承載的已不僅僅是支付功能，更不斷朝更多的向其它領域延展，涉足小額信貸、擔保、保險、基金等業務。阿里巴巴的金融營運模型如圖 6 所示。

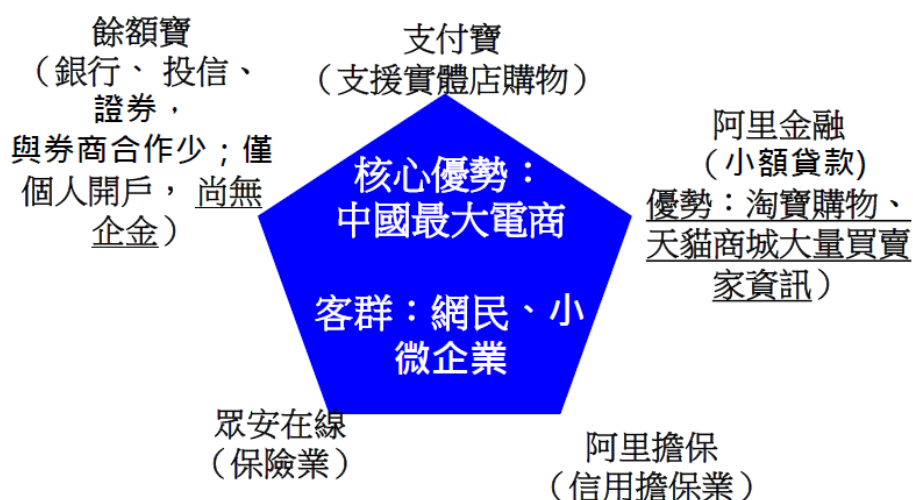


圖 6 阿里巴巴建構完整金融產業鏈之目標
資料來源：非金融機構夯進行動金融，林蒼祥

(二) 騰訊的「財付通」和「微信支付」

「財付通」於 2005 年 4 月正式上線，是騰訊公司推出的專業在線支付平台。核心業務是說明在網際網路上進行交易的雙方完成支付和收款，致力於為網路用戶和企業提供安全、便捷、專業的線上支付服務。2013 年 8 月，大陸開發的社群軟體 APP 微信 (Wechat) 發布的 5.0 版本中，正式加入了微信支付功能，這被看作是財付通的行動端延伸。微信支付的基本應用概念是將智慧手機變為錢包。使用者透過微信與各家銀行綁定後手機號碼或帳號，並完成身份驗證後，使用者只需在自己的智慧手機上輸入密碼，無須任何刷卡步驟即可完成支付，整個過程簡便流暢。根據艾瑞諮詢公司發布的數據，財付通占有市場 10.6% 的份額。微信步步為營成為吸流量的「流量黑洞」，是社交軟體的王者。2014 年，微信用戶數超過 7 億，日活用戶超過 1 億，海量的流量資源是轉型移動支付的基礎。藉助微信的社交功能，微信支付迅速成長，成為支付寶最有力的競爭對手。騰訊在行動商務上的布局都以微信為依託，透過 Wechat 強大的社交功能，建立使用者極高的忠誠度為其優勢，騰訊還投資京東和大眾點評轉攻銀行業務，在行動端的發展重點包括電商支付及 O2O 領域。下表為針對支付寶與微信支付所作之比較。

表 1 支付寶與微信支付比較¹⁷

| | 支付寶 | 微信支付 |
|--------|--------------------------------|------------------------------|
| 服務 | 服務內容多元 | 服務內容較單一 |
| 付款方式 | 網銀、儲蓄卡、話費卡、 網匯 e 充值... | 綁定銀行卡 |
| 註冊方式 | 需要實明認證與審核 | 需要綁定銀行卡與身份 認證 |
| 市場 | 以中國市場為主 | 以中國「行動支付」市場 為主 |
| 交易過程 | 買方將錢交給支付寶，確 認收到貨才將錢交給賣 方 | 買方付款後，及時到帳， 約 3 天後便可提現、結算 |
| 帳戶安全 | 推出「支付盾」、「安全控 件」保障安全 | 騰訊的「手機管家」程式 保障安全 |
| 主要收入來源 | 短時間大量資金累積；收 取商家一定的交易傭金 | 收取一定的傭金、與財付 通搭配合作 |

中國大陸猴（2016）年春節才剛結束一場「紅包大戰」，亦體現中國大陸行動支付市場競爭白熱化。在這場紅包大戰中，網路三巨頭「BAT」（百度、阿里巴巴、騰訊等公司英文拼音縮寫）不惜砸下超過人民幣 20 億元重資，向大陸手機用戶送禮，為的是爭奪行動支付市場的市佔率。數據顯示，除夕當天，「微信紅包」全球參與人數達 4.2 億，「微信紅包」收發總量達 80.8 億個。截至大年初六，「微信紅包」春節假期總收發次數達 321 億次，5.16 億人參與，較 2015 年春節 6 天收發的 32.7 億次，增長近 10 倍；騰訊 QQ 紅包，除夕當日參與人數達 3.08 億人次，紅包收發總量達 42 億個。阿里巴巴集團的「支付寶」在除夕當日推出的「咻一咻」互動次數達 1,808 億次，另外還有與央視春節晚會節目合作的「集五福」活動，共有 79 萬多用戶，合計獲得總額達 2.15 億的現金獎金，平均每位用戶分得 271.66 元。截至大年初一中午 12 時，百度錢包開福袋次數達 112 億次，其中現金獎金達人民幣 3 億元。

而大陸民眾透過微信發紅包更已漸成「全民運動」。2016 年 2 月 13 日，微

¹⁷ 李明璫、李昀修、蘇芫立，第三方支付平台的發展——以支付寶為例，頁 3。

信公佈資料顯示，猴年春節期間（除夕到初五）的微信紅包總收發次數達 321 億個，相較於羊（2015）年春節 6 天收發 32.7 億個，增長幅度達 10 倍之多。

（三）百度的「百付寶」和「百度錢包」

北京百付寶科技有限公司（以下簡稱百付寶公司）由全球最大的中文搜索引擎公司百度所創辦，在 2008 年進入支付領域。2008 年，百度攜手「有啊」進軍電商時推出「百付寶」，後來隨著電商戰略調整，百付寶被擱淺的狀態。2013 年，百度推出百度理財平台，百付寶重回大眾視野。2014 年 4 月，百度將百付寶改名，正式推出支付業務品牌百度錢包，內嵌在百度旗下所有移動產品中。2015 年 4 月，百付寶總經理章政華透露百度錢包將上線獨立的百度錢包 APP。

百度依靠海量的流量資源，擁有超過 6 億的活躍用戶，業內人士分析，百度錢包只要轉化 30% 的用戶流量，就足以直接衝擊現有的電商體系。但是做到這一點仍有難度，因為百度的用戶和支付寶、微信支付的用戶有所重疊，有一部分已經習慣支付寶和微信支付的使用方式，若想要把這些流量導流到百度錢包，不僅需要技術支持，更需要改變用戶現有的消費習慣，怎樣吸引用戶來嘗試新的交易工具和模式是百度的難題所在。

隨著中國經濟的快速發展和網路應用的不斷成熟，電子商務產業已進入高速發展階段。百付寶將一直致力於線上支付行業，不斷的根據客戶的需求推出創新產品，為促進電子商務產業的持續發展做出不懈努力。

（四）蘇寧的「易付寶」

易付寶是蘇寧雲商旗下的一家獨立第三方支付公司，於 2011 年成立。2015 年蘇寧進行了一系列 O2O 的動作，易付寶也一步步進入線下門店。2015 年 2 月，蘇寧利用易付寶打通線下支付，於全國所有門店實現掃碼支付；2015 年 3 月，易付寶拓展到蘇寧生態圈以外的其他商家，接入南京新百、東方商城等；2015 年 5 月，易付寶落地香港門店、日本 Laox 門店；2015 年 6 月，易付寶簽約全國 500 家代理商。

蘇寧正一步步打通 O2O 的各個環節，其中最必要的是支付，蘇寧金融相關負責人表示，易付寶幫助蘇寧實現了 O2O 的完整商業鏈。

（五）京東的「網銀錢包」

京東支付前身是網銀在線。2012 年 10 月京東收購網上支付平台——網銀在線，2013 年 7 月，京東金融集團成立。2013 年 3 月，網銀錢包正式上線，此舉標誌著京東金融的移動支付布局正式開始。2015 年 4 月，網銀錢包更名為京東

錢包¹⁸。

京東沒有選擇以打造移動支付工具的方式切入網際網路金融，而是憑藉電商的優勢，以虛擬信用卡——京東白條的形式切入，迅速招攬了大批用戶。此後京東支付接入了很多支付場景，如眾籌、理財、保險、O2O、地產、電商、交通、便民等領域。此外，京東支付還在大力拓展其他領域如社區、區域政府、行業協會等。

貳、台灣第三方支付產業

一、台灣第三支付的萌芽與發展

台灣的第三方支付產業最早約在千禧年左右時成形，然此產業在台灣的發展模式不同於中國大陸係以網路購物為核心再向外延伸其支付功能，台灣的第三方支付產業，例如已經營多年的紅藍綠（紅陽科技、藍新科技、綠界科技），則非以網購市場起家，而是純粹提供金流服務的第三方支付服務業者。

這三間網路金流業者一開始是以提供代收特約商店服務業務（Internet Payment Service Provider，簡稱 IPSP）為主，業務內容主要是以金流資訊傳輸服務作為基礎，對特約商店提供資訊傳播服務，使不特定持卡人得以信用卡支付款項予特約商店，此時期之第三方支付並沒有提供擔保交易、或是信託、儲值、糾紛排解或是物流等衍生出來的配套服務，僅只單純提供信用卡資訊傳輸、線上支付之服務，屬類似於 B2C 的一種支付模式。

這類第三方支付服務會蓬勃發展的原因是，中小型商家規模太小、營業金額過低，而無法達到信用卡銀行的收單門檻，且缺乏資訊安全的技術能力（如防制盜刷等），銀行基於風險的考量不會和這些中小型商家簽約。因此 IPSP 業者即抓準這樣的市場，發展居中交易代收的角色，IPSP 業者依據《信用卡業務機構管理辦法》，當買家欲向中小型賣家進行交易時，便以信用卡向 IPSP 業者付款，中小型賣家再將貨物送出，再依賣家和 IPSP 業者的簽約進行款項結清¹⁹。因此，IPSP 產業和現行的第三方支付有若干差別：第一，以服務內容而言，IPSP 交易過程中沒有擔保交易機制、物流系統服務、信託服務或交易紛爭解決機制，只是代收轉付的形式，但現行的第三方支付有提供；第二，以交易的模式而言，IPSP 業者的單純以付款交易為基礎，但現行第三方支付業還會多上儲值的功能；第三，

¹⁸ 億歐網，《京東補齊移動支付短板，欲扛金融大旗勝算幾何？》，曾詳細介紹了京東金融的發展歷程。

¹⁹ 王興詠、林佩諭、張尹，《第三方支付產業現況與發展》，彰銀資料第 63 卷第 1、2 期，2014 年 1、2 月，頁 3。

從合作關係觀察，IPSP 會與特約商店簽屬資訊傳輸與金流的合約，以及和收單銀行簽屬另一份特約商店的合約，但第三方支付業者會與買方會員簽屬一份支付平台的服務協議，以及買方與銀行間會有另一份信託合約²⁰。IPSP 支付方式僅有較具規模的職業賣家，或是中小型商家使用，較少應用於 C2C 模式上。

一直到了 2003 年，藍新科技成立了 ezPay「個人帳房」的個人電子金融服務，ezPay 是專為 C2C 所設計的支付工具，只要在 ezPay 註冊登陸帳戶，即可於網路購物交易中，經由此帳戶來進行支付及取款的動作，只要利用 email 帳號就可以移轉金錢。藍新也在 2004 年與當時台灣兩大拍賣網站 Yahoo 奇摩拍賣和 eBay 拍賣鏈接，提供第三方支付服務，在當時累積不少會員，成為市佔率最大的業者，一直到 2006 年，金管會以涉及「儲值」業務為由，終止了藍新 ezPay「個人帳房」的服務。2007 年又鑒於當時健身房分期付款、禮券等服務出現交易糾紛，爆發第三方支付金流平台運作危機，金管會要求所有的信用卡收單銀行，必須直接與特約商店簽約，亦即禁止僅透過金流平台與銀行簽約，在以銀行與商家的居間角色為交易付款，金管會的決定等於重挫紅陽、綠界、藍新三間金流平台服務公司的業務²¹。基於連續兩年金管會的禁令，第三方支付產業在台灣究竟該如何運行便產生很大的質疑，是否等於全盤扼殺第三方支付產業在台灣發展的可能性。

二、台灣第三方支付服務之現況

台灣較具代表性之非金融機構的第三方支付服務大致上可以分為兩種態樣，一種為提供金流服務的業者，例如紅陽科技、藍新科技等；另一種為網路購物經營平台，發展至一定程度後再新由原先的平台擴增第三方支付服務，例如 Yahoo 奇摩拍賣「輕鬆付」、PChomePay 支付連等。以下逐一進行介紹：

(一) 紅陽科技

1988 年成立，隨後於隔年為解決電子商務交易糾紛而推出「BuySafe 網路交易履約保證系統」，於 2001 開發「e'safe 代收代付金流服務」，作為商家或企業向顧客收款的金流機制，此服務成功獲得企業及商家的青睞，推出以來全台已有 35,000 家企業及商家簽約採用，作為其顧客收付款的機制，由於方便快捷與風險控管優質，有超過 600 萬人次的消費者使用 MSTS 機制來支付其日常消費，2012 年每月透過「MSTS 全方位金流服務」的流量高達 5 億元(10%月成長率)，

²⁰ 黃崇勝，「台灣第三方支付經營實務及發展」，台灣科技產業法務經理人協會「從第三方支付及托付制度發展看未來網際網路支付新型態」研討會，2013 年 1 月。

²¹ 劉守仁，《我國第三方支付服務的發展概況》，工商會務季刊第 91 期，2013 年 4 月，頁 14。

已成為台灣最大的第三方支付平台業者。

與大陸銀聯電子支付(Chinapay)和支付寶(Alipay)合作，推出境外收款，讓台灣廠商可以經營網路商城，拓展大陸市場，大陸地區消費者可透過台灣廠商創立的網路商城購物並使用支付寶或其他大陸第三方支付服務付款購買台灣商品，便利的是台灣廠商可以新台幣定價收款，大陸的消費者也可以人民幣付款消費，實現跨境通匯的便利性。

除了金流服務，因應智慧型手機的蓬勃發展，紅陽致力於研發行動支付軟件，2012年6月推出取名為Swipy行動支付APP的新服務，以創意行銷的觀念率先同業推出行動支付與行動商務的解決方法，成為業界典範。

(二) 藍新科技

藍新科技創立於2000年，以金流系統服務為核心，從網路上收款發展至第三方支付、跨境支付、移動支付、電子信託票券領域²²，近年來更致力於海外購物市場的發展，除網路購物平台外，進一步從事跨境精品代理及網路銷售。在金流服務上，藍新科技建置其金流服務品牌「ezPay」，提供網路虛擬與實體整合的金流服務，陸續與Yahoo!奇摩拍賣以及eBay合作，並逐漸擴展業務觸角，提供公共事業費、各行業帳單線上代收等業務。

為拓展業務西進大陸，藍新科技在2010年與大陸最大電子支付平台—阿里巴巴集團旗下的支付寶(Alipay)宣佈合作，將大陸「支付寶」付款機制及二億支付寶會員帶入台灣，開啟了兩岸電子商務金流跨境合作，讓台灣網站及精品，能立足台灣、賣向大陸。有平台營運成功經驗，藍新再針對兩岸跨境平台通路做一系列的規劃，首波即是與大陸最大自主式營銷網路商城「京東商城」策略合作開設台灣精品館，簡化大陸電商銷售模式，兩岸通路與商品的整合，讓台灣廠商透過網路，掌握龐大消費商機。

(三) 綠界科技(歐付寶)

綠界科技與藍新、紅陽同為台灣網路金流業者的始祖，成立於1996年，2009年成立ECBank支付中心。2013年與歐付寶進行業務合併，以綠界科技所建立的專業技術為基礎，由歐付寶擔任為原有客戶及新客戶持續服務的角色，提供第三方支付的履約保證，以及便利的收付款方式，包括信用卡、網路ATM、ATM櫃

²² 將票券的發行及核銷數位化，搭配「TicketBox」取票通行動裝置以及全台的Ibon取票系統，更便利團購市場的預付型票券商品的發行及使用，此外ezPay已於2012年獲得經濟部專案認可。參考藍新科技網站，http://www.neweb.com.tw/cash_ezpay.aspx(最後瀏覽日：2014.6.18)

員機、超商代碼、超商條碼，或以預先儲值的支付帳戶、歐付寶餘額進行付款，惟只有歐付寶可以將帳戶餘額轉出，進行提款的動作。然而就收款部分，歐付寶提供「一址付」的收款功能，只要註冊會員於臉書(Facebook)、個人部落格(Blog)、公司網站、電子郵件，均可作為收款地址，會員可以於設定之地址進行網站上拍賣或實體交易之收款。另外值得注意的是歐付寶所提供的第三方履約保證，僅適用於國內會員，根據履約保證協議，會員與特約商店之履約保證期間內，該交易款項由歐付寶代為保管於履約信託保證帳戶之中，待履約條件成就後再由歐付寶將該交易款項交付給應收受之一方，因此以歐付寶金流系統為買賣流程大致可以分為這幾個步驟：

1. 買家選購商品並付款：

會員於購物網站選購商品後，選擇以歐付寶金流系統作為付款工具，並順利向歐付寶支付價款，第三方履約保證服務開始。

2. 歐付寶收款：

收到買家之付款核對無誤後，立即通知賣家(特約商店)出貨。

3. 賣家出貨：

賣家將商品出貨後，將出貨訊息回傳歐付寶，猶豫期開始計算。

4. 履約保證服務結束：

若買家於猶豫期間內未反應任何問題，待猶豫期間經過，履約保證即告結束。

5. 歐付寶撥付款項：

於履約保證時間經過後，歐付寶系統會將價款撥付於賣家，賣家可於收款後將該比價款提領出來。

因此歐付寶的第三方支付系統，可以歸納出幾項特色，首先，歐付寶並非一個購物平台下附屬的支付系統，而是獨立的金流平台，因此交易過程歐付寶不參與其中，針對商品內容的約定或保證與歐付寶無關，歐付寶僅承擔契約訂定後雙方是否能履約的保證，換言之，就商品織物之瑕疵擔保或權利瑕疵擔保、不完全給付、侵權行為等法律問題，皆由買家與賣家協調與承擔，歐付寶在交易機制所附履約保證的責任，僅僅於將交易款項於履約保證其經過後交付於賣家，至於商品的後續問題則仍須回歸到買賣雙方的契約協議與類型處理。第二，針對會員分為個人會員、商務會員、特約商店三種等級，給予的信用卡收款額度也依此區別而有不同，就會員的管理亦隨類別等級而有寬嚴的標準；第三，歐付寶並無自行經營商城，對於履約保證及爭議處理無球員兼裁判的問題。

(四) Yahoo! 輕鬆付

Yahoo! 奇摩拍賣是目前台灣前兩大的網路拍賣平台，Yahoo 也提供了專屬的第三方支付服務，與銀行共同合作，提供一個網路金流的服務，買家免註冊也可以付款，也受到保障方案的賠付保障，可以用信用卡、帳戶、超商取貨付款等免付款手續費，買家的匯款帳號不公開，安全便利又有保障。而賣家不用註冊也可收款，款項可以直接入賣家虛擬帳戶，收款便利也提供清楚的交易明細以利對帳。

Yahoo! 奇摩目前與六家銀行（中國信託、台灣銀行、合作金庫、華南銀行、國泰世華、玉山銀行）合作，提供各家的輕鬆付轉帳帳號。買家可在結帳流程中，於選擇自己想要的輕鬆付銀行帳號進行轉帳至賣家輕鬆付帳戶，以達到節省轉帳手續費的目的。賣家也不用在各銀行帳戶分別對帳，統一都到輕鬆付帳戶查看款項，無論買家透過哪間合作銀行的輕鬆付帳號進行轉帳，當轉帳成功後，款項會直接轉入到賣家輕鬆付帳戶中，結帳系統也會自動更新訂單付款狀態，賣家不用再與各家銀行分別進行對帳，只需查看訂單狀態即可。

Yahoo! 奇摩輕鬆付為了區分不同來源的金額，特別將帳戶分成兩種，一為現金帳戶，一為信用卡帳戶。兩種的金額來源不同，功能也不同。

表 2 Yahoo! 奇摩輕鬆付之獻金帳戶與信用卡帳戶比較

| | 現金帳戶 | 信用卡帳戶 |
|------------|------------------------------------|-------------------|
| 金額來源 | 收款：買家使用網路 ATM、實體 ATM、現金帳戶餘額支付給您的金額 | 收款：買家使用信用卡支付給您的金額 |
| 帳戶餘額可使用的功能 | 可付款 可提款轉出到實體銀行帳戶 | 僅可提款轉出到實體銀行帳戶 |

值得一提的是，透過 Yahoo! 輕鬆付收付款項，交易安全並提供五萬元保障，如發生消費爭議，Yahoo! 輕鬆付會直接介入處理，從以前到現在，台灣幾乎沒有平台願意承擔這個風險，這是 Yahoo! 輕鬆付值得讚許的地方。

(五) PChomePay 支付連

PChomePay 支付連第三方支付服務是由 PChome Online 子公司—支付連國際資訊股份有限公司所提供。支付連是 PChome 旗下的露天拍賣積極整合物流、金流、和資訊流而推出的寄收貨與收付款服務。

服務的核心精神是為電子商務平台提供一個安全、便利、迅速的線上金流服

務。買家透過 PChomePay 支付連付款給賣家，購物付款更安心，不用擔心給了錢卻拿不到貨；賣家透過 PChomePay 支付連收款，可增加賣場信賴度，增加收款的管道，同時也讓管理對帳出貨更有效率。

若遇到消費爭議，支付連有延遲撥款的功能，但若要將款項要回，必須向客服提出報案三聯單或消費爭議申訴證明(接受報案三聯單或各縣市政府已受理該消費爭議申請之正式公文)，賣方可提供客服出貨證明及買家簽收證明，PChomePay 支付連將持續暫停撥款。款項將保留到買賣雙方提供(1)判決確定證明書或(2)買方及賣方所傳送之爭議和解記錄，才會將保留在 PChomePay 支付連的該筆交易貨款，決定最後的款項歸屬權，再進行後續的退款動作。

也就是說，遇到消費爭議還是得自己報案或是跟消保官協調，PChomePay 支付連並不涉入協助處理²³。

綜觀台灣第三方支付服務，大多還是由早期的網路金流業者或是網路拍賣平台業者來角逐市場，這些網路金流業者和拍賣平台業者有網路技術上的先天優勢，資訊傳輸、網路金流平台的架設以及網路安全機制等都是這些業者非常熟悉的本業，只待法規健全，將服務衍伸的更完整多元，找出更大目標客群。

²³ PChomePay 支付連的交易機制為：買家付款到支付連，賣家保管期內完成出貨，保管期滿時系統撥款給賣家。但是例如賣家若沒在保管期內出貨，買家可申請暫停撥款，PChomePay 支付連將持續保留此筆款項，賣家無法進行提領，並要求賣家 15 天內提供出貨證明及買家簽收證明。PChomePay 支付連若收到賣家的出貨證明及買家簽收證明後，將會轉寄給買家，當買家接受並同意付款給賣方、或 10 天內未回應信件，PChomePay 支付連將進行撥款給賣方。若賣家無法提供相關證明文件，則該筆款項將會退還給買家。收到賣家的出貨證明及買家簽收證明後，假如買家還是不同意付款給賣方，須在 10 天內回覆並提出報案三聯單或消費爭議申訴證明(接受報案三聯單或各縣市政府已受理該消費爭議申請之正式公文)，PChomePay 支付連將持續暫停撥款；PChomePay 支付連會依照 1.判決確定證明書 或 2.買方及賣方所傳送之爭議和解記錄，所載之內容，將全部或部分交易金額支付予賣家或退還予買家。參考資料：PChomePay 支付連官方網站，http://www.pchomepay.com.tw/security/stop_payment.html。

第四節、中國第三方支付法規與管理單位

壹、中國第三方支付法規

一、中國第三方支付相關法律法規

第三方支付產業發展於政策法律面來看具有以下風險²⁴，(1) 結算和虛擬帳戶資金利益歸屬風險:協力廠商支付平臺利用資金的暫時停留，在交易過程中約束和監督了賣家和買家。但是不能忽視了這樣一個事實：當賣方把資金劃入協力廠商帳戶，協力廠商就將起到了資金保管人的作用。資金的所有權並沒有發生轉移，買方依然是資金的所有人，當買方和賣方達成某筆交易，買方收到商品，通過協力廠商向賣方付款時，此時款項的所有權應仍屬於買方所有，直至款項進入賣方帳戶或者買方確認接受付款後，所有權轉為賣家。可以看到，協力廠商作為款項的保管人，始終不具備對資金的所有權，只是保管義務。隨著將來用戶數量的增長，這個資金沉澱量將會非常巨大。根據結算週期不同，協力廠商支付公司將可以取得一筆定期存款或短期存款的利息，而利息的分配就成了一個大問題。(2) 沉澱資金流動性風險:對於沉澱資金的風險存在兩個方面：其一，作為協力廠商支付機構，是否有權使用沉澱資金，由於協力廠商機構不具有銀行特有的性質。所以，存在使用的沉澱資金的風險。其二，協力廠商支付機構如果運用這筆資金也處於一種兩難的境地，不動用交易帶來的沉澱資金，使協力廠商支付機構坐擁資金而不得動用沉澱資金，則無疑會使得網上交易的消費者的交易安全處於一種不安定的狀況。尤其，當協力廠商支付機構對沉澱資金的使用不善而對用戶造成無法彌補的損失時，這種行為和帶來的損失將如何定性，如何進行賠付，都需要法律進行約束。(3) 主體資格和經營範圍風險:目前依託于銀聯建立的協力廠商支付平臺，除少數幾個不直接經手管理往來資金，將其存放在專用的帳戶外，其它都可直接支配交易資金，這就容易造成資金不受監管甚至越權調用的風險。這類支付服務涉及到支付結算帳戶和提供支付結算服務，突破了現有的一些特許經營的限制，按照商業銀行法等一些法律法規，整個支付結算業務和支付清算業務實際上還是屬於銀行專用的一種業務。開立帳戶後，在帳戶裡沉澱資金怎麼定性，到底是不是做存款，現在很多企業為了避開吸收公共存款這樣一個說法，提出其只是提供代理服務。而這種代理服務在商業銀行法裡面作為代理收付款業務，也是銀行的業務。這類業務目前實際上還是屬於特許業務，非銀行機構從事這方面的業務面臨著法律上的突破。(4) 非法轉移資金，洗錢風險:由於這種機構的出現使得投資人和借款人雙方在通過協力廠商支付保證的同時，增加了誠信和標的品質保證。但是如果非法資金進入了協力廠商支付體系，那麼很快就可以變成合法資金。由於作為協力廠商支付機構並不能完全地控制交易的真實性，畢竟協力廠商支付機構並不知道所謂的標是否已經完成了流通，標的數量是否真實，這都

²⁴ 參考文獻來自:[南方金融]2014年第459期《第三方支付的法律風險及其防範機制建構》中央財經大學法學院 教授黃震、中央財經大學法學院 碩士生王興強

是目前無法去管理和跟蹤的。(5) 信用卡套現風險:協力廠商支付也會成為資金套現的工具,由此也會帶來一定的金融風險。比如有的網上交易實際上並不是進行真實的消費,而是製造一筆虛假交易,通過銀行卡支付後,錢進入了支付平臺的帳戶,通過帳戶轉移到銀行,從銀行取現,時間上就是為了套取現金。對銀行卡來講,信用卡限定了額度,在這個額度內使用,可以預先透支,提供這種支付工具是為了促進或者為了滿足支付需要或者消費需要,並不是為了讓人大量使用現金。對信用卡的取現有一套控制制度,或者通過交易成本限制他的使用,而網上交易則避開了這些。現在很多網站還是不收費的,成本幾乎就是零,通過這樣一種途徑,套現更為方便。(6) 交易風險:一方面,由於網路存在虛擬性,這就必然會有網路欺詐的發生。作為協力廠商支付平臺,對支付資金進行保管,一旦交易完成後,由買賣其中一方產生的欺詐,協力廠商支付機構必然有一定的連帶責任風險。另一方面,由於網路安全所引發的電子支付過程的被盜現象頻繁發生,而且電子簽名或數位簽章在電子支付中的使用不足,協力廠商支付機構作為一個法律主體參與了交易的過程,其必然也會有一定的法律責任。另,本段落列出其相關法律法規一覽表,便於了解其法律法規制定之歷程。

表 本研究整理²⁵

| 公布時間 | 監管部門 | 相關法律法規名稱 |
|---------|-----------------|--------------------------------|
| 2004.08 | 商務部 | 《中華人民共和國電子簽名法》 |
| 2005.04 | 中國電子商務協會 | 《網上交易平臺服務自律規範》 |
| 2005.06 | 中國人民銀行 | 《支付清算組織管理辦法》 |
| 2005.01 | 中國人民銀行 | 《電子支付指引(第一號)》 |
| 2007.03 | 商務部 | 《關於網上交易的指導意見(暫行)》 |
| 2008.04 | 商務部 | 《電子商務模式規範》、 《網路購物服務規範》 |
| 2009.11 | 商務部 | 《關於加快流通領域電子商務發展的意見》 |
| 2010.02 | 商務部、 中國商業聯合會 | 《預付費消費卡發行和服務要求》 |
| 2010.06 | 國家工商總局 | 《網路商品交易及有關服務行為管理暫行 辦法》 |
| 2010.06 | 中國人民銀行 | 《非金融機構支付服務管理辦法》 |
| 2010.09 | 中國人民銀行 | 《非金融機構支付服務管理辦法實施細則》 (徵求意見稿) |

²⁵ 中國國務院法制辦公室法律法規全文檢索系統

| | | |
|---------|-------------------------|--------------------------------|
| 2011.05 | 中國人民銀行、 監察部、 財政部等 | 《關於規範商業預付款管理的意見》 |
| 2011.06 | 中國人民銀行 | 《支付機構反洗錢和反恐怖融資管理辦法》 (徵求意見稿) |
| 2011.10 | 中國人民銀行 | 《支付機構預付卡業務管理辦法(徵求意見稿)》 |
| 2011.11 | 中國人民銀行 | 《支付機構客戶備付金存管暫行辦法(徵求意見稿)》 |
| 2011.12 | 中國人民銀行 | 《銀行卡收單業務管理辦法》 |
| 2012.01 | 中國人民銀行 | 《支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿)》 |
| 2012.09 | 中國人民銀行 | 《支付機構預付卡業務管理辦法》 |
| 2013.06 | 中國人民銀行 | 《支付機構客戶備付金存管辦法》 |
| 2014.03 | 中國人民銀行 | 《支付機構網路支付業務管理辦法》的徵求意見稿 |
| 2014.0 | 中國銀監會、 中國人民銀行 | 《關於加強商業銀行與協力廠商支付機構合作業務管理的通知》 |
| 2015.01 | 國家外匯管理局 | 《支付機構跨境外匯支付業務試點指導意見》 |
| 2015.07 | 中國人民銀行 | 《非銀行支付機構網路支付業務管理辦法》 徵求意見稿 |
| 2016.04 | 中國人民銀行、 監察部、 財政部等 | 《非銀行支付機構風險專項整治工作實施方案》 |
| 2016.07 | 中國人民銀行 | 《非銀行支付機構網路支付業務管理辦法》 |

台灣或中國支付機構的法律地位都不是很明確。任何一個協力廠商支付公司，都會儘量稱自己為仲介方，在使用者協議的多處地方避免說自己是銀行和金融機構，試圖確立自身是為使用者提供網路代收代付的仲介地位。由於涉及類似網路交易機構的法律地位，在交易中的法律責任等很多法律問題都沒有明確的立法加以規範。²⁶

²⁶ 《第三方支付法律規制的探討》 王玉學、楊麗君、李悅書
12-27

但是我們可以看到，中國在處理協力廠商支付業務的整個過程中，協力廠商支付所起的作用包括：①託管貨款；②代收代付；③存取貨幣；④清算結算；⑤信用擔保，而這一切與銀行類金融機構的職能非常相似，但目前的協力廠商支付的性質界定與監管標準又未具體明確，處於網路運營與金融業務交接的灰色地帶，其服務實質上類似於金融服務中的清算結算業務。同時，提供服務時出現的大量沉澱資金一定程度上具備了資金儲蓄的性質。兩者都是《商業銀行法》規定的銀行專營業務，必須經過銀監會的批准才能從事。在中國，法律規定只有金融機構才有權力吸納代理使用者的錢，其他企業和機構不得從事類似的活動。因此，協力廠商支付機構顯然已經突破了這種特許經營限制，服務提供者已經具備了銀行的某些特徵，但目前還沒有相應金融監管法規和機構管理，存在“違法經營”之嫌。在2010年以前，協力廠商支付企業最擔心的是主體資格問題。中國人民銀行發佈《非金融機構支付服務管理辦法》及實施細則，並發放了197塊牌照以後，明確了行業內大多數企業作為非金融機構的主體資格，讓企業能夠專心於業務發展。協力廠商支付行業進入監管時代，法律風險也相對降低。而截至2015年3月30日，中國人民銀行共發放270張牌照。

二、中國人民銀行所頒布的《非金融機構支付服務管理辦法》

凡舉網路支付（包含貨幣匯兌、網路支付、移動電話支付、固定電話支付、數位電視支付），預付卡的發行與受理（包含磁條、蕊片等技術以卡片、密碼等形式發行的預付卡）、銀行卡收單（指通過銷售點終端等位銀行卡特約商戶收貨幣資金的行為）及中國人民銀行確定的其他支付服務，皆屬於第三方支付牌照管理範圍。

本辦法係根據《中華人民共和國中國人民銀行法》等法律法規，中國人民銀行制定了《非金融機構支付服務管理辦法》，經2010年5月19日第7次行長辦公會議通過，現予公佈，自2010年9月1日起施行。

辦法出臺之用意為隨著網路資訊、通信技術的快速發展和支付服務的不斷分工細化，越來越多的非金融機構借助互聯網、手機等資訊技術廣泛參與支付業務。非金融機構提供支付服務、與銀行業既合作又競爭，已經成為一支重要的力量。傳統的支付服務一般由銀行部門承擔，如現金服務、票據交換服務、直接轉賬服務等，而新興的非金融機構介入到支付服務體系，運用電子化手段為市場交易者提供前臺支付或後臺操作服務，因而往往被稱作“第三方支付機構”。實踐證明，非金融機構利用資訊技術、通過電子化手段提供支付服務，大大豐富了服務方式，拓展了銀行業金融機構支付業務的廣度和深度，有效緩解了因銀行業金融機構網

點不足等產生的排隊等待、找零困難等社會問題。非金融機構支付服務的多樣化、個性化等特點較好地滿足了電子商務企業和個人的支付需求，促進了電子商務的發展，在支持“刺激消費、擴大內需”等宏觀經濟政策方面發揮了積極作用。雖然非金融機構的支付服務主要集中在零售支付領域，其業務量與銀行業金融機構提供的支付服務量相比還很小，但其服務物件非常多，主要是網路用戶、手機用戶、銀行卡和預付卡持卡人等，其影響非常廣泛。截至2010年一季度末，共有260家非金融機構法人向中國人民銀行提交了支付業務登記材料，其中多數非金融機構從事互聯網支付、手機支付、電話支付以及發行預付卡等業務。

隨著非金融機構支付服務業務範圍、規模的不斷擴大和新的支付工具推廣，以及市場競爭的日趨激烈，這個領域一些固有的問題逐漸暴露，新的風險隱患也相繼產生。如客戶備付金的權益保障問題、預付卡發行和受理業務中的違規問題、反洗錢義務的履行問題、支付服務相關的資訊系統安全問題，以及違反市場競爭規則、無序從事支付服務問題等。這些問題僅僅依靠市場的力量難以解決，必須通過必要的法規制度和監管措施及時加以預防和糾正。

中國國務院相當重視非金融機構支付服務監管工作，多次做出重要批示。中國人民銀行作為中國支付體系的法定監督管理者，認真貫徹落實國務院關於“大力發展金融市場，鼓勵金融創新”、“加強風險管理，提高金融監管有效性”的要求，在鼓勵各類支付服務主體通過業務創新不斷豐富支付方式、提高支付服務效率、順應社會公眾不斷發展變化的支付服務需求的同時，大力推進支付服務市場相關制度建設，強化對非金融機構支付服務的監督管理，防範各類金融風險。在組織開展非金融機構支付服務登記、徵求社會各方面意見和建議、學習借鑒國際經驗的基礎上，中國人民銀行制定並發佈了本《辦法》。

其指導中心思想係以學發展觀為指導，加強對非金融機構支付服務監督管理，明確非金融機構支付服務監督管理工作思路為“結合國情、促進創新、市場主導、規範發展”，並據此確定《辦法》的指導思想是“規範發展與促進創新並重”。

“規範發展”，主要是指建立統一的非金融機構支付服務市場准入制度和嚴格的監督管理機制。保證不同機構從事相同業務時遵循相同的規則，防止不正當競爭，保護當事人的合法權益，維護支付服務市場穩定運行。

“促進創新”，主要是指堅持支付服務的市場化發展方向，鼓勵非金融機構在保證安全的前提下，以市場為主導，不斷創新，更好地滿足社會經濟活動對支付服務的需求。

三、《非金融機構支付服務管理辦法》

本辦法主要內容共計有五章五十條，其內容簡述如下：

- (一) 第一章總則，主要規定《辦法》的立法依據、立法宗旨、立法調整物件、支付業務申請與許可、人民銀行的監管職責以及支付機構支付業務的總體經營原則等。
- (二) 第二章申請與許可，主要規定非金融機構支付服務市場准入條件和人民銀行關於《支付業務許可證》的兩級審批程式。市場准入條件主要強調申請人的機構性質、註冊資本、反洗錢措施、支付業務設施、資信狀況及主要出資人等應符合的資質要求等。此外，明確了支付機構變更等事項的審批要求。
- (三) 第三章監督與管理，主要規定支付機構在規範經營、資金安全、系統運行等方面應承擔的責任與義務。規範經營主要強調支付機構應按核准範圍從事支付業務、報備與披露業務收費情況、制定並披露服務協定、核對客戶身份資訊、保守客戶商業秘密、保管業務及會計檔案等資料、規範開具發票等。資金安全主要強調支付機構應在同一商業銀行專戶存放接受的客戶備付金，且只能按照客戶的要求使用。系統運行主要強調支付機構應具備必要的技術手段及災難恢復處理能力和應急處理能力等。此外，支付機構還需配合人民銀行的依法監督檢查等。
- (四) 第四章罰則，主要明確人民銀行工作人員、商業銀行、支付機構等各責任主體相應承擔的法律責任等。
- (五) 第五章附則，主要明確《辦法》的過渡期要求、施行日期等。

四、主管機關發放許可證的審批流程

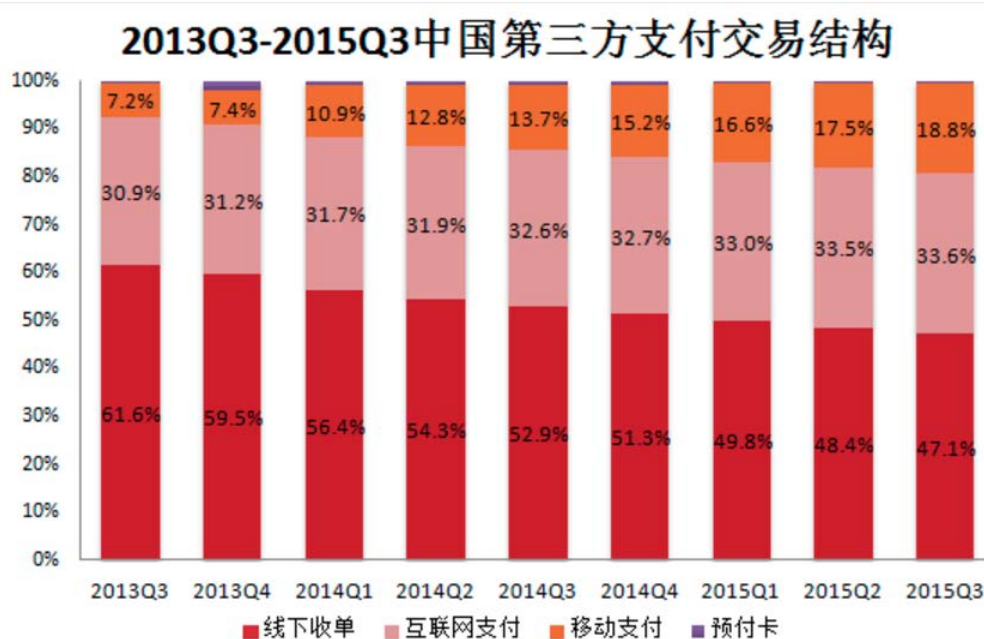
而主管機關發放許可證的審批流程係根據《中華人民共和國行政許可法》及其實施辦法和《中國人民銀行行政許可實施辦法》的規定等，《辦法》規定《支付業務許可證》的審批流程主要包括：

- (一) 申請人向所在地中國人民銀行分支機構提交申請資料。《辦法》所稱中國人民銀行分支機構包括中國人民銀行上海總部，各分行、營業管理部，省會（首府）城市中心支行及副省級城市中心支行。
- (二) 申請符合要求的，中國人民銀行分支機構依法予以受理，並將初審意見和申請資料報送中國人民銀行總行。
- (三) 中國人民銀行總行根據各分支機構的審查意見及社會監督回饋資訊等，對申請資料進行審核。准予成為支付機構的，中國人民銀行總行依法頒發《支付業務許可證》，並予以公告。

貳、中國第三方支付之監管

中國第三方支付產業之監管政策經歷了四個階段²⁷，2005年《電子支付指引》明確指出了境內銀行業金融機構開展電子支付業並適用該指引(不包括第三方支付)；2007年《支付清算組織管理辦法(徵求意見稿)》對清算組織註冊資本規定最低限額、外資控股不得超過50%、企業法人股東要連續兩年盈利、有電子交易經驗、資金必須為現金而非無形資產；2009年《支付清算協會籌備會，對支付企業登記報備》2009年4月推動監管進程中的定一般浪潮開始，即支付清算協會籌備會的召開、央行為掌握非金融機構從事支付清算業務的情況，充善支付服務市場監管政策，決定對從事支付清算業務非金融機構；2010年《非金融機構支付管理辦法》及實施細則，非金融機構支付(包括網絡支付)須接受央行接管，未經國人民銀行批准，任何非金融機構和個人不得從事或變相從事支付業務、非金融機構提供支付服務，應當依據該辦法規定取得《支付業務許可證》成為支付機構接受中國人民銀行的監督管理。

根據市調報告顯示近幾年，互聯網金融的快速崛起，使得低成本支付模式在金融市場掀起了巨浪，第三方支付機構的支付業務規模獲得了快速增長，其簡單便捷的支付模式越來越受到使用者的青睞。八仙過海各顯神通，在發展的浪潮中，不少第三方支付企業已經在支付的大市場走出自己的特色，其中以支付寶和微信支付的發展最為迅速，所占市場份額最大。伴隨中國電子商務環境的不斷優越，支付場景的不斷豐富，以及金融創新的活躍，第三方支付的市場規模還將會進一步擴大，甚至將會顛覆整個金融支付行業。



²⁷ 參考資料來自中經產業研究所

圖 7 2013Q3-2015Q3 中國第三方支付交易結構

請參閱圖 7 所示，從 2013Q1 到 2015Q3，第三方支付的交易規模呈爆發式的增長，2015 年第三季度交易規模已經達到了 9 萬億，是 2013 年第一季度的三倍。依託於互聯網市場經濟逐漸成熟以及移動互聯時代崛起的大背景，第三方支付的市場規模正快速擴張，各支付平臺特有的簡單、快捷、安全的支付特點使其越來越受到用戶的歡迎，在今年第三季度已經達到 9 萬億的交易規模，增長幅度相當驚人。速途研究院分析師團隊預測第三方支付市場在經歷蓬勃發展時期之後，在現有的格局下整個行業都將進入較長時間的穩定增長時期。

2015 年第三季度的支付交易結構中，線下收單業務的交易規模占比最高，為 47.1%，但其占比相較之前繼續減少，顯然線下收單的傳統支付方式正逐步被網路支付所代替；互聯網支付的占比進一步擴大至 33.6%，但是增幅較小；最大的亮點來自於移動支付，占比暴增至 18.8%。自 2013 年以來，各季度移動支付的市場規模一直呈爆發式的高速增長，今年第三季度的占比已經接近 20%，增長相當明顯。

速途研究院分析師團隊認為，隨著互聯網經濟市場的逐步成熟，O2O 商業模式逐漸步入正規，移動互聯網的普及，使得移動支付這種模式越來越受到使用者接受，和其他支付模式相比，其特有的便捷性將會使其迅速佔領第三方支付市場。隨著未來移動支付技術的更加成熟，以及更多金融監管制度的實行和政府部門的嚴格監督，移動支付將會越來越安全和正規，市場規模也將會進一步擴大。

2015Q3 中國第三方支付平台所占市場份額

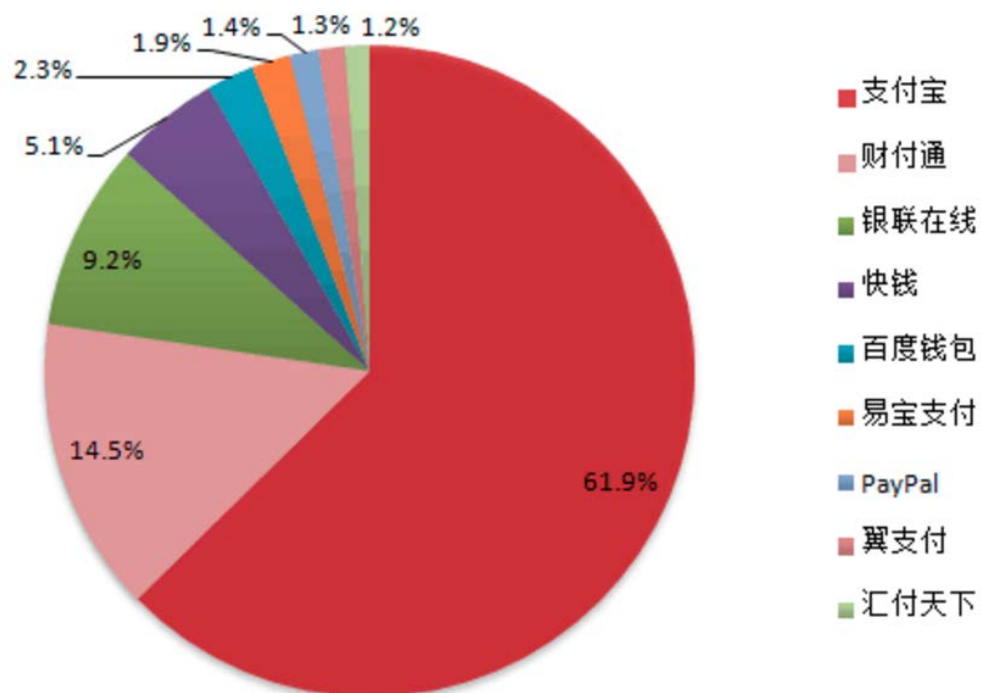


圖 8 2015Q3 中國第三方支付平台所占市場份額

請參閱圖 8 所示，2015 年 Q3 第三方支付平臺中，支付寶以 61.9% 的比例佔據大部分支付市場，遙遙領先於其他平臺。財付通市場份額僅次於支付寶，排在第二位，占比 14.5%，微信支付、QQ 錢包兩種新支付入口的快速發展使其市場占比進一步擴大。受支付寶和財付通的衝擊，銀聯線上的市場份額繼續減少，占比 9.2%，排在第三位。值得一提的是，百度錢包的市場份額增幅較大，占比 2.3%，依賴於糯米 O2O 平臺生存的百度錢包，糯米的快速發展以及其“萬家讓利”的推出使其佔據部分市場份額。

以支付寶和財付通為首的擁有互聯網巨頭背景的第三方支付公司，無論從交易規模、創新支付模式，還是支付場景和基於支付資料的增值服務等方面，都給支付市場帶來一次重大金融革新。以支付寶為例，伴隨國內 O2O 和移動支付的快速發展，線下商家已經有超過 30 萬家店鋪支援支付寶付款，在這股影響力的持續強化下，支付寶與商家的合作形式逐漸深化，接入支付寶的連鎖商家的數量還將持續高速增長，支付寶勢必會帶來一次金融支付市場的重大革新。

2015 年第三季度中國線民經常使用的支付方式中，第三方移動支付和第三方互聯網支付占比分別排在第一、二位，為 27.1% 和 25.4%，進一步顯示出第三方支付將會越來越受到市場歡迎的發展趨勢。網上銀行占比 18.3%，手機銀行占比 15.8%，分別位列第三、四位。預付卡支付占比最小，為 4.1%。

本季度支付方式統計最大的亮點是第三方移動支付的市場份額首次超過互聯網支付，說明移動支付正呈爆發式的高速增長，其深層原因是在移動互聯網崛起的背景下，移動消費正成為網路消費的主流，更加便捷的移動支付隨之高速發展，其中以支付寶和微信支付的發展最為迅速，所占市場份額也最大。

無論是支付寶錢包還是作為財付通強大入口的微信支付，都大大便利了使用者的購買流程，使用者在門店購物結帳時，收銀條碼槍掃一下支付寶或者微信支付碼，用戶就完成了付款，和現金支付相比，支付寶錢包付款無需找零，更加簡單方便。支付寶和微信支付如今小到早餐店，大到大商場，遍及地方非常廣，可以說有條碼槍的地方都能使用，非常方便。移動支付的王國如今在慢慢的壯大，甚至在不久的將來顛覆整個支付系統。

速途研究院分析師團隊認為，2015 年第三季度最大的亮點在於移動支付市場的快速增長，在線民支付方式中已經超過互聯網支付，成為市場份額最大的支付方式，而移動支付市場的快速增長的原因總結起來有三點：

- (一) 移動互聯網快速崛起的大背景下，O2O 商業模式高速發展，互聯網市場逐漸成熟，導致移動消費的比重日益增加，這樣使得具有便捷性的移動支付模式越來越受到使用者接受，用戶上網消費習慣的遷徙是其快速發展的第一點原因。
- (二) 各種支付場景的拓展使得移動支付成為線民繼銀行卡、現金外習慣使用的支付工具，小到早餐店，大到大商場，有條碼槍的地方都能使用，移動支付已經更多的融入生活，成為生活中一種不可缺少的基本工具。
- (三) 貨幣基金產品的規模化和資金管理工具的正規化使得互聯網金融產品逐漸走向成熟，帶動了大量移動支付用戶黏性的增長。值得一提的是，支付寶最近推出的朋友圈功能，就是在金融支付的基礎上加入社交屬性，用來增加使用者的粘性，將會進一步加強移動支付與生活的聯繫。

分析師團隊預測，未來移動支付的比重還將進一步擴大，移動支付在與社交、搜索緊密結合之後，將會更多呈現出小額高頻的支付特點，移動支付越來越成為繼現金、銀行卡外重要的支付組成部分。在不久的將來，第三方支付市場將迎來一次洗牌期，經歷市場殘酷的洗禮，最後只會剩幾家各自霸佔一方市場的支付平臺。支付寶和微信支付這樣優秀的支付工具將會進一步增加用戶的粘性，成為我們日常生活密不可分的基本工具。

中國目前對第三方支付機構的定位是非金融仲介機構，但具體瞭解中國的監管措施，會發現其實對第三方支付機構適用的是金融機構監管方式。本文通過對第三方支付的美國模式與歐盟模式的對比發現，中國對第三支付的監管是錯位的。中國人民銀行的《支付機構網路支付業務管理辦法》徵求意見稿也是在錯位的監管思路下推出的。為了推動第三方支付機構的發展，需要對第三方支付進行重新定位。考慮到第三方支付機構是一個資訊與資金的中樞，將其認定為金融機構，允許它開展穩健的金融業務似乎是更優選擇。在此基礎上，中國應當對第三方支付機構適用“歐盟監管”。

中國人民銀行下發的《支付機構網路支付業務管理辦法》徵求意見稿，如一石激起千層浪，在第三方支付行業內引起眾聲喧嘩。業界人士認為，該徵求意見稿所反映出的監管思路一旦落實，將極大地擠壓第三方支付企業的生存空間。央行則認為自己是為了保證第三方支付安全。但真理究竟掌握在哪一方手中，並非簡單的網路口水戰可以決定。

本文認為對第三方支付監管不能用簡單的“是”或者“否”籠統而論，而要結合第三方支付機構所具體從事的業務入手。不同的業務模式帶來不同的風險，不同的風險呼喚不同的監管方式。成為金融機構還是仲介服務機構，是擺在第三方支付面前的兩條可能的選擇，本文所要研究解決的便是如何選擇的問題。

在第三方支付出現以前，銀行一直是支付服務提供者。銀行承擔了資金彙集與融通的職責，在不同的帳戶之間進行資金的轉移與清算。互聯網經濟發展之後，大量傳統線下交易被淘寶網、京東商城等搬到了互聯網上，而伴隨著線上交易的發展，對線上交易所進行的線上支付也逐漸取代了面對面的現金交易。這時，銀行只面對大客戶提供交易支付資訊服務的缺失，也迅速地被交易平臺提供的第三方支付服務所填充。

第三方支付機構將大量小規模的支付聚合起來，形成了海量的交易資料與資金沉澱，將傳統銀行不屑於參與的小額支付服務做成了自己的專項服務。這是“長尾理論”在互聯網支付領域的體現，也是第三方支付發展起來的根本動因。如果把傳統銀行的資金流動看作是動脈血管的話，那麼第三方支付便是經濟發展的毛細血管。

隨著第三支付的逐漸壯大，以及對金融領域的不斷介入，引起公眾對第三方支付所可能引起的金融風險的擔憂。繼而，對第三方支付進行監管也便成了實務界與學界的必然邏輯。

一、支付服務的風險—不同定位，不同風險

對支付服務進行監管，需要回到風險這一起點上。支付活動存在的最大風險是信用風險。在當面的現金交易中，信用風險幾乎是不存在的，“一手交錢，一手交貨”，是最簡單也最有保障的交易模式。這時候，支付風險與交易風險是混同的，不具有區分意義。但是當支付行為與交易行為出現分離的時候，支付風險也便從交易風險中獨立出來。

在第三支付的交易背景下，如何控制支付風險便成為許多交易能否存在至關重要的因素。淘寶網通過資金託管的方式，解決了買賣雙方的信任問題，因此獲得了巨大發展。買家以現金為支付寶的支付能力提供擔保，支付寶無需自行提供資金為買家進行信用增強，賣方相信的是買方已經完成的支付行為，而非支付寶的資金實力。支付寶是憑藉自己向買方收取的客戶備付金而讓賣方有足夠的信賴，而並非賣方對支付寶本身的自有資金的充足而產生信賴。從這個角度上說，支付寶提供的服務是貨幣轉移活動，而非信用擔保服務。

二、備付金的監管

加強客戶備付金的監管，避免備付金的流失，才是保障支付安全的根本。針對備付金的監管存在兩種模式，分別以美國與歐盟為代表。

(一)非金融機構模式的監管——“美國模式”

從上述交易模式可以看出，保障支付能力的最有效方式便是對買方交付給支付寶的這筆費用凍結不動，也就是目前中國監管方所做的那樣。買方

為了實現交易，提前將貨款支付給支付寶，這筆款項在買方確認完成交易前都將留存在第三方支付帳戶上。業界將這筆還未支付出去的款項稱為沉澱資金。

美國法上對沉澱資金所採納的是凍結方案，與此相對應的是第三方支付的從業門檻降低並適用放鬆的管制。美國認為貨幣轉移是一種非金融服務，並不需要適用金融法律管制，對這項服務的提供者也未要求高額的自有資金。以美國最大的網路第三方支付平臺 PayPal 為例，目前大多數州對其定位是貨幣轉帳或貨幣服務的企業，而不是傳統的商業銀行或其他的存款機構。

如果第三方支付突破了資金轉移這一角色，金融風險便會出現。第三方支付的沉澱資金從理論上可以在沉澱期內進行借貸或者投資活動。如果第三方支付將資金投入到別的領域，就可能出現投資失敗風險，當資金沉澱期結束需要進行支付活動時，第三方支付便有可能出現支付不能。因此，如果允許第三方支付利用沉澱資金進行投資，那麼就必須加強監管，如歐盟所採取的措施那樣。

（二）金融機構模式的監管——“歐盟模式”

歐盟對第三方支付的監管是將其視為發行電子錢。其實，發行電子錢與第三方支付是同一問題的一體兩面。一方面，發行電子錢的目的是為了能夠方便的在互聯網上進行支付活動，另一方面，第三方支付需要利用電子錢作為支付工具。歐盟對於第三方支付的平臺，即通過發行電子錢進行支付的服務進行了較為嚴格的監管，但前提是對電子錢發行方投資行為的放鬆。“為了保證電子錢機構的自身安全不受其他機構風險的影響,也為了確保電子錢機構中未兌現的電子錢負債總有具有充分流動性的低風險資產作支撐,《2000/46/EC 指令》(下文稱《指令》)特別對機構可從事的投資活動提出嚴格限制。”其中包括對最低資本，投資額度，投資方向等全面監管。

歐盟與美國的管制體現了對第三方支付的兩種態度。歐盟認為第三方支付機構是一種准金融機構，必須進行嚴格的經營與風險監管，而美國認為第三方支付提供了一種貨幣轉移服務，無需用金融監管的邏輯對其進行規制。不同的角色定位，帶來的是不同的風險。

三、被壓制的第三方支付——錯位的定位，錯位的管制

中國目前對第三方支付認定的角色是非金融機構，《非金融機構支付服務管理辦法》開明宗義地將第三方支付界定為非金融機構，禁止支付機構從事除資金轉移之外的任何行為。該辦法第二十四條規定：“支付機構接受的客戶備付金不屬於支付機構的自有財產。支付機構只能根據客戶發起的支付指令轉移備付金。禁止支付機構以任何形式挪用客戶備付金。”²⁸

從上述《辦法》中似乎可以看出，中國監管者按照“美國模式”界定第三方支付機構。但讓人迷惑的是，在該辦法第九條規定：“申請人擬在全國範圍內從事支付業務的，其註冊資本最低限額為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。”這樣的註冊資本金要求幾乎與銀行等同。如果僅僅按照非金融仲介機構的角色理解第三方支付機構，那麼為何要求其持有如此之高的自有資金？2013年出臺的《支付機構客戶備付金存管辦法》中要求第三方支付機構按照備付金規模計提風險準備金。這又似乎是按照銀行資本充足率的要求來要求第三方支付機構。從對第三支出臺的各個辦法的具體要求看，都對一個實際只有仲介服務業務的第三方支付機構適用了金融機構才有資格享有的“監管配置”。簡而言之，我們賦予第三方支付以“美國模式”的經營，卻配置了“歐盟模式”的監管；我們將第三支付的業務範圍壓縮至仲介服務，卻同時將金融監管的沉重鎖鏈套在了第三支付的頭上。要推動第三方支付行業的健康發展，必須將第三方支付機構的角色與監管對應起來。

四、協力廠商支付機構的金融屬性——從資金到資訊

醞釀中的《支付機構互聯網支付業務管理辦法(徵求意見稿)》對協力廠商支付所能夠從事的資金轉移業務進行嚴格的額度限制。法律對協力廠商支付的這種規制，將協力廠商支付嚴格限定在小額資金轉移者的角色內。要判斷這樣的定位是否適當必須首先回答如下兩個問題。

(一)協力廠商支付是否應當被限制在小額支付領域

協力廠商支付在大部分交易從事的都是小額支付。從某種角度上說，協力廠商支付是將傳統銀行不屑於從事的小微支付承接過來，通過規模形成支付競爭。人們不會憑空產生小微支付的需求，支付是配合商業形態進行的。支付寶伴隨著淘寶網的成長而成長，財付通伴隨著騰訊的發展而發展，微信支付在場景支付

²⁸ 參考資料來自《第三方支付平台備存金法律監管問題研究》廈門大學 萬李霞、廈門市思明區人民法院 曠潔玉

中猛然發力，幾乎所有的支付創新都是互聯網交易模式創新的組成部分。互聯網支付並非天然的是協力廠商支付的領域，只是由於傳統商業銀行在支付生態鏈中的頂端地位導致競爭機制不足、創新動力不足才讓各種協力廠商支付逐漸發展壯大。如果傳統銀行能夠扭轉思維，大力發展網路支付，利用資訊技術增強對交易資訊的處理跟蹤能力，傳統商業銀行並不必然的弱於協力廠商支付。簡而言之，在互聯網時代，小微支付的產生順應了互聯網經濟的發展需要。無論商業銀行是否提供小微支付管道，人們總是會需要這樣的支付。但是在傳統大額支付的背景下，協力廠商支付是否還具有在小微支付環境下的競爭優勢便為未可知。大額交易情況下，支付的安全性成為至關重要的問題。人們可能願意通過小微支付完成一次打車費用的支付，一次餐飲費用的支付，但是對於一筆國際貿易達百萬級別的匯款而言，由於支付安全性問題，協力廠商支付存在的競爭力就會陡然下降。

協力廠商支付目前主要從事的是小額支付，但這種小額支付是市場的選擇，而不是政策的選擇。政策層面以經濟層面的實然直接確定為應然，是一種監管先行，將互聯網經濟發展的創新局限在監管者的視野之內。協力廠商支付今天扮演了小額支付的角色，並不意味著協力廠商支付永遠只能夠進行小額支付，協力廠商支付所發揮的功能在市場競爭中加以確定更能夠給金融創新以發展空間。如果協力廠商支付未能發展出更值得消費者信賴的大額支付模式，那麼淘汰協力廠商支付將是消費者與市場，而不是監管者。此外，通過對支付額度的限制，並不能真正實現金融安全的目標。協力廠商支付起家於小額支付，那麼金融風險也同樣可以以小額的方式蠶食掉監管者所追求的安全。如果將協力廠商支付所積累的資金理解為盛滿水的口袋，那麼無數個細小的網洞依然可以將一口袋的水全部漏光。對於盛滿水的口袋，真正有意義的監管是對總量的控制，而不是具體每一筆交易額的控制。

(二)協力廠商支付是否應當被限制在資金轉移者角色中

將協力廠商支付的角色定位為資金轉移者，凍結所有的沉澱資金並不是最優的政策選擇。顯然，從監管者的角度出發，最為安全的監管方式便是現行的管理辦法。凍結一切，金融風險也無產生的可能性。但是，現實顯然不會如此理想。中國監管上禁止對沉澱資金的使用，存在兩個問題。

第一個問題是監管能力問題。監管機構固然可以規定協力廠商支付對於沉澱資金只能託管，不能使用。但是資金天然具有流動性，監管部門不可能對協力廠商支付的所有商業活動進行監管。所有立法都存在法的效力與法的實效之間的距離。監管機構如果想要嚴格的監控協力廠商支付的資金流動，需要對市場交易活動的微觀層面進行監控，而這必須耗費巨大的監管成本。這顯然是不現實，也不

可行的。商業邏輯總是能夠變化出無窮的交易方式與模式，將資金運用起來。這種逆商業而動的監管註定是一種事倍功半的監管。

另一個重要的問題是，零風險監管即使可行，也存在社會資源被嚴重浪費的情況。客戶備付金如果僅僅是在銀行準備金帳戶中睡大覺，而不能參與資金融通，那麼顯然會將資金流動性的價值貶損殆盡。從事協力廠商支付的機構往往掌握著大量交易雙方的具體資料，在中國缺失整體信用體系的情況下，可以有效地評估不同資金需求方的信用度，從而進行精確的資金配比定位。將如此巨大的資訊資源與資金沉澱全部凍結，是一種嚴重的資源浪費。

協力廠商支付雖然在形成的初始原因中，是為了滿足日益發展的互聯網支付，但其在這個過程中形成的大量資訊卻產生了更具有價值的交易資訊。這種交易資訊能夠有效的對支付方的信用產生一定的評估。大資料的產生，能夠精準的對一個人在互聯網中的消費模式，行為模式進行統計分析。這些資訊的價值能夠有效地填充金融服務過程中的資訊不對稱問題，便於商業機構更好更全面地掌握消費者的消費模式。因此，我們才會看到騰訊與阿裡巴巴為了爭奪客戶而展開的激烈競爭。他們爭奪的不是支付行為本身所產生的微薄收益，而是爭奪在支付資料基礎上所形成的客戶模型，定價模型及風險模型。

掌握了商業風險資料，就把握住了金融的關鍵。因此，支付寶可以做到更為準確地向自己的客戶提供小額貸款，同時，大量的交易與強大的資訊處理能力能夠將交易風險極度分散。在互聯網上，由於資訊都是以極低的成本被發佈與被獲取，因此電腦可以直接將供需資訊進行配對，形成全民貸款給全民的民主金融，“草根”金融。傳統中金融的“一對多”被互聯網金融的“多對多”所取代。當協力廠商支付通過支付交易形成的資訊得到比銀行更為精準的金融資料之後，其所掌握的大量沉澱資金必然會產生強烈的投資衝動。在傳統銀行業的收益率與互聯網金融所能達到的收益率之間，存在巨大的盈利空間。金融的觸角伴隨著協力廠商支付力量的延伸而逐漸蔓延到經濟體中的各個角落，不斷地降低融資成本，提高投資收益。因此，政策對於協力廠商支付的定位如果僅僅是貨幣轉移中介服務，必然是脫離了互聯網金融的發展邏輯，也會削弱金融對整個社會經濟的促進作用。

五、協力廠商支付的再定位——從壓制走向競爭

從前述分析可知，賦予協力廠商支付以金融機構的身份，在允許它從事更多投資活動的同時，加強資金的流動性監管，能夠更好地發揮協力廠商支付機構對金融的促進作用。而如何才能將這些沉澱資金與資料資訊進行充分利用？本文認為存在以下幾種可能。

一種是銀行業進軍互聯網支付。其實互聯網支付是一種輕資產企業，並不需要投資建設廠房，購買貴重機器，而只需要電腦與專業人員的配備。傳統銀行業所擁有的現有支付專用線路，通過升級便足以應付互聯網支付的需求。在這種情況下，銀行會與協力廠商支付展開競爭，能夠實現支付便捷性與安全性的企業便能夠在支付競爭中得到優勢地位。

另一種可能是，銀行與協力廠商支付方展開合作。協力廠商支付繼續從事支付的仲介服務活動，將其從支付活動中所積累的資金與資訊交給銀行使用，通過某種利益分配模式將從事金融活動獲得的超額利潤與協力廠商支付進行分享。在國家對協力廠商支付進行嚴格管制的情況下，協力廠商支付方辛苦地從事小微支付的活動，獲得的資訊提供給銀行後，銀行完全可以憑藉自己的經營許可證獲得對資訊服務的定價權與分配權。這不僅僅有違經濟平等原則，也不利於通過競爭實現總體經濟福利的最大化。

還有一種可能是，銀行與支付企業維持現狀。但這無非是逼迫互聯網公司辦銀行，而不具備辦銀行條件的支付企業只能繼續任憑其沉澱資金與資訊被白白浪費。這是經濟上的雙輸局面。

因此，使整體經濟福利最大化的方式莫過於放開對第三方支付的監管，將其從非金融的支付仲介機構重新定位為金融機構，並採用類似銀行的監管模式進行監管。引入銀行監管的風險準備金制度、規範沉澱資金的投資方向與額度，可能是更為雙贏的局面。在自由競爭的基礎上，第三方支付才能夠與銀行一同形成金融產品的差異化，共同促進金融市場的繁榮，滿足不同層次投資者與融資者的需求。

第五節、台灣第三方支付法規與管理單位

壹、台灣第三方支付法規

一、支付機服管理條例介紹

經過多年籌劃的第三方支付專法，終於2015年2月4日由總統華總一義字第10400012581號令公布全文58條，並由行政院院臺金字第1040010316號令定自同年5月3日施行。關於相關授權之法規命令，金管遵照行政院院長指示，於總統公布後三個月內全力完成。

(一) 16部相關子法，包含：

1. 非銀行支付機構儲值款項準備金繳存及查核辦法
2. 電子支付機構管理條例第三條第二項授權規定事項辦法
3. 與境外機構合作或協助境外機構於我國境內從事電子支付機構業務相關行為管理辦法
4. 電子支付機構使用者身分確認機制及交易限額管理辦法
5. 電子支付機構專用存款帳戶管理辦法
6. 電子支付機構管理條例第二十一條第六項授權規定事項辦法
7. 電子支付機構資訊系統標準及安全控管作業基準辦法
8. 電子支付機構內部控制及稽核制度實施辦法
9. 電子支付機構業務管理規則
10. 電子支付機構清償基金組織及管理辦法
11. 電子支付機構支付款項信託契約應記載事項
12. 電子支付機構支付款項信託契約不得記載事項
13. 電子支付機構業務定型化契約應記載事項
14. 電子支付機構業務定型化契約不得記載事項
15. 電子支付機構提供使用者往來交易資料及其他相關資料要點
16. 電子支付機構業務定型化契約範本

(二) 立法原則

參考電子支付機構管理條例草案總說明，為促進電子支付機構健全經營及發展，提供安全便利之資金移轉服務，並藉由強化電子支付機構及其業務之管理措施及風險管控機制，以期達成消費者使用電子支付之信心、降低小額交易支付之成本及營造小型與個人商家發展之有利經營環境之目標，參考國內相關法規範，以及國際立法例後，循以下相關立法原則研擬專法，以期管制監理與產業發展中走出一條適合業者與使用者保護之彈性規範道路，其主要立法原則，茲分析如下：

1. 鼓勵業務創新與發展：

對於電子支付之定義及其業務範圍，因涉及到電子科技、網路資訊及通訊技術運用之持續發展，應兼具原則性與開放性之內涵，方得使產業之發展能夠保有

一定之彈性。在主管機關透過法規管制服務內容之同時，亦能夠保有對於未來開放其他業務之空間，鼓勵業者積極創新與發展新型態之支付服務。

2.適度的金融監理:

由於電子支付機構所經營之支付服務涉及許多金融特許範疇，但深究電子支付機構之本質，仍與一般金融機構有所不同，其業務型態則介於銀行等收受存款機構與電子票證發行機構之間，基於衡平各類型金融機構間之監理強度，避免對電子支付機構造成過度的影響，因此預與一般的金融機構有所不同，為電子支付機構設計適度的監管規定。

3.維護市場秩序與公平競爭:

經營電子支付服務之業者，包含專營之電子支付機構及兼營之電子支付機構(銀行、中華郵政股份有限公司及電子票證發行機構)，除因不同機構本質差異已有個別金融監理法令進行管理外，原則上則無論專營與兼營，皆採一致之業務管例機制，盡可能地在管制上能夠趨於一致，避免產生不同機構間不同的監管程度，導致最後在競爭上的不公平。同時對於境外機構經營支付服務時，應依本管理規定申請許可設立，始得於我國境內經營電子支付機構業務，在法規適用上與台灣之其他業者受相同程度之監管。兼顧市場秩序之維持與競爭之公平。

4.他律與自律雙重並行:

為了平衡電子支付機構之發展以及使用者權益之保護，我國之管理原則乃採他律與自律並行。針對金融監理政策、機構管理及業務規制等核心事項於專法確立原則性規定，並透過相關授權子法或規範，實行他律之管理。倘涉及業務發展、作業模式及資訊規格等技術性事項，則特別設有公會自律組織，經業者共同討論後，透過自律之方式進行監管。

(三) 條文簡介:

1.電子支付機構務定義:

依據電子支付機構管理條例(以下簡稱管理條例)第3條之規定，電子支付機構，係指經主管機關許可，以網路電子支付平臺為中介，接受使用者註冊及開立記錄資金移轉與儲值情形之網路帳戶(以下簡稱電子支付帳戶)，並利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息，於付款方及收款方間經營代理收付實質交易款項、收受儲值款項、電子支付帳戶間款項移轉、其他經主管機關核定之業務之公司。

其中明定本條例以電子支付機構為規範對象，並採許可制。而關於電子支付機構限以『網路電子支付平台為中介』之機構，使受該條例所規範。由於其業務內容亦包括實體通路交易(線下交易)之支付服務(O2O, online to offline)，故亦得利用電子設備以連線方式傳遞收付訊息經營之，其電子設備不限於傳統桌上型電腦，亦包含行動載具(例如平板電腦、行動電話等可攜式設備)或其他得以連線方式傳遞訊息之設備亦屬之。使得電子支付機構可經營之業務範圍，除了第三方支付，亦包括行動支付等。

2.經營業務範圍:

依據管理條例第3條之規定，明定義務範圍包含，基於實質交易之款項代理

收付、對於不特定大眾預先吸取資金之收受儲值款項、以及無需實質交易之電子支付帳戶間款項移轉等皆納入本管理條例之規範，同時亦保留主管機關對業務經營的彈性，於規定中第1項第4款中明定為其他經主管機關核定之業務，觀該管理條例立法說明，該項允許主管機關核定之業務內容，應限於電子支付機構定義下所衍生支付相關業務，不得涉及授信、金融商品銷售等。其中並於管理條例第6條明定收受使用者支付款項之範圍，其一，代理收付款項係指實質交易之金額、電子支付帳戶間款項移轉之資金，及已執行使用者支付指示，尚未記錄轉入收款方電子支付帳戶之款項。其二，儲值款項係指使用者預先存放於電子支付帳戶，以供與電子支付機構以外之其他使用者進行資金移轉使用之款項。

3.電子支付機構之主管機關：

依據管理條例第2條之規定，負責之主管機關為金融監督管理委員會。

4.電子支付機構資本額：

由於電子支付機構之業務無論為代收代付或向大眾預先收取款，該機構皆會累積大筆資金於平台上，故為確保使用者權益，應要求其應具有相當之資力，方得以進行相關業務，因此依據管理條例第7條之規定電子支付機構之最低實收資本額為新臺幣三億元，並要求發起人於發起時，一次認購。此外，考量到未來社會經濟情況變遷及業務實際需要調整之可能，爰在同條第2項中授權主管機關得視社會經濟情況及實際需要調整之。然若未來發生資本額未達主管機關之金額者，主管機關應限期命其辦理增資；若屆期未完成增資者，主管機關有權令其停業。

5.電子支付機構設立申請及營業執照：

依據第5條之規定，電子支付機構主要以股份有限公司組織為限。若為境外公司依管理條例第14條之規定，亦預依本條例申請許可設立電子支付機構。否則不得我國境內經營第3條第1項各款業務。而參考該條之立法理由，欲申請業務許可之公司預為本國之公司，禁止境外公司以分公司之名義在台申請成為電子支付機構。在完成設立電子支付機構之後，應依管理條例第12條77之規定於許可設立後六個月內，向主管機關聲請核發營業執照。而有關電子支付機構之營業項目，亦依管理條例之第8條之規定由主管機關於營業執照中載明之，若其業務涉及跨境者，亦應一併載明之。

6.電子支付機構之專營及兼營：

考量到支付服務所涉及之業務，皆有一定程度的吸收資金的能力，為了保護使用者之權益，避免支付機構非法混用使用者寄存之資金，亦為避免主管機關之監管範圍擴及該支付機構之其他業務，或因支付機構兼營其他事業，在資本額之要求上無法達到保護使用者之程度，因此，本管理條例雖在第三章監督及管理中有區分第一節為專營機構適用規定，以及第二節為兼營適用規定，但原則上仍是以專營為主，由管理條例第5條之規定可知，電子支付機構應為專營機構，除非依據管理條例之第9條之規定，在業務上可以兼營電子票證之業務；以及依第二節以下之規定得由銀行或者是中華郵政股份有限公司兼營電子支付業務。

7.儲值以及電子帳戶間款項移轉之上限：

鑒於專營之電子支付機構業務定位屬「小額零售支付及資金移轉」性質，並避免過多資金存放於專營之電子支付機構，爰衡酌實際業務需求於管理規定第15條第1項中規定專營之電子支付機構收受每一使用者之新臺幣及外幣儲值款項，其餘額合計不得超過等值新臺幣三萬元。而於同條第2項中規定，專營之電子支付機構辦理每一使用者之新臺幣及外幣電子支付帳戶間款項移轉，每筆不得超過等值新臺幣三萬元。前二項額度，得由主管機關洽商中央銀行依經濟發展情形調整之。並於第三項中規定交易金額之限制，主管機關於必要時得限制專營之電子支付機構經營第三條第一項各款業務之交易金額；其限額，由主管機關洽商中央銀行定之。

8.使用者支付款之保障及運用：

使用者使用電子支付機構所提供的支付服務，將會有一定資金暫留於支付機構當中，依據管理條例第16條之規定，專營之電子支付機構收取使用者之支付款項，應存入其於銀行開立之相同幣別專用存款帳戶，並確實於電子支付帳戶記錄支付款項金額及移轉情形。至於該銀行亦依同條第二項之規定對專營之電子支付機構所儲存支付款項之存管、移轉、動用及運用應予管理，並定期向主管機關報送其專用存款帳戶之相關資料。

關於使用者所支付暫存於支付機構之款項，雖非銀行法所規定之存款，但仍屬於多用途支付工具，具有交易中介替代通貨之功能。為保持儲值款項之高度流動性，爰參酌電子票證發行管理條例第18條第1項有關暫存資金應提存準備金之規定，本管理條例亦於第19條中明定，專營之電子支付機構收受新臺幣及外幣儲值款項合計達一定金額者，應繳存足額之準備金；其一定金額、準備金繳存之比率、方式、調整、查核及其他應遵行事項之辦法，由中央銀行洽商主管機關定之。

此外，關於該筆暫留資金之保障，依管理條例第20條之規定，對於儲值款項扣除應提列準備金之餘額，併同代理收付款項之金額，應全部交付信託或取得銀行十足之履約保證。而所謂交付信託，即係指支付機構應與信託業者簽訂信託契約，以第16條第1項之專用存款帳戶為信託帳戶。而前條所謂取得銀行十足之履約保證，則係指支付機構應就支付款項與銀行簽訂足額之履約保證契約，由銀行承擔履約保政責任，以使得使用者所存放在支付機構之資金得以受到保障。

9.使用者支付款之管理運用：

關於暫留資金之管理運用，依據管理條例第21條之規定，原則上不得動用或指示專用存款帳戶銀行動用，例外得對於儲值款項於一定比率內為下列各款之運用或指示專用存款帳戶銀行運用：一、銀行存款。二、購買政府債券。三、購買國庫券或銀行可轉讓定期存單。四、購買經主管機關核准之其他金融商品。而關於何謂一定比率，則依同條第6項之規定，由主管機關定之。

而關於上述暫留資金之管理運用所獲得之孳息或其他收益，一同條第5項之規定，

應於所得發生年度，扣除成本、必要費用及耗損後，依信託契約之約定，分配與專營之電子支付機構。另依據管理條例第17條之規定，專營之電子支付機構應依使用者之支付指示，進行支付款項移轉作業，不得有遲延支付之行為。進一步而言，有關支付款項之運用，則規定於管理條例第21條第1項4款中，包含：一、依使用者支付指示移轉支付款項。二、使用者提領支付款項。三、依第2項至第4項所為支付款項之運用及其所生孳息或其他收益之分配或收取。其中當涉及使用者提領支付款項時，依管理條例第18條之規定，不得以現金支付，應將提領款項轉入該使用者之銀行相同幣別存款帳戶。

10. 跨境網路交易：

對於網路交易所涉及之業務領域，區分為境內業務及跨境業務，依據管理條例第22條之規定，專營之電子支付機構辦理我國境內業務，其境內使用者間之支付款項、結算及清算，應以新臺幣為之。若為辦理跨境業務，其與境內使用者間之支付款項、結算及清算，得以新臺幣或外幣為之；對境外款項收付、結算及清算，應以外幣為之。

11. 身份認證機制與資料保存：

關於使用者之身份認證，依據管理條例第24條之規定，專營之電子支付機構應建立使用者身分確認機制，於使用者註冊時確認其身分。乃為落實執行防制洗錢金融行動工作組織(Financial Action Task Force, 簡稱FATF)於2012年2月發布之防制洗錢/打擊資助恐怖主義國際標準第十項建議，有關禁止匿名或明顯利用假名開設帳戶之要求，以確保若有犯罪或不法情事發生時，得以追查交易帳戶往來與對象，爰於第一項規定專營之電子支付機構建立使用者身分確認機制之義務。而有關使用者身份認證之資訊保存依同條第2項之規定，為自電子支付帳戶終止或結束後至少五年。

至於關於使用者之相關資訊依據管理條例第25條之規定，專營之電子支付機構應留存使用者電子支付帳戶之帳號、交易項目、日期、金額及幣別等必要交易紀錄；未完成之交易，亦同。前項必要交易紀錄，於停止或完成交易後，至少應保存五年。但其他法規有較長之規定者，依其規定。

12. 資訊系統之建置：

基於電子支付機構，即是依有關金流資訊的中介平台，使用者資訊保護，亦即為重要。依據管理條例第29條之規定，專營之電子支付機構應確保交易資料之隱密性及安全性，並維持資料傳輸、交換或處理之正確性。至於其業務資訊系統標準及安全控管作業基準，由主管機關指定之同業公會擬訂，報請主管機關核定之。

13. 定型化契約條款與使用者爭端解決：

為落實專營之電子支付機構業務之消費者保護，參考消費者保護法第17條及電子票證發行管理條例第11條規定，於本管理條例第27條中明定要求專營之電子支付機構應遵守主管機關公告之定型化契約應記載及不得記載事項，且其對使用者權益之保障，不得低於主管機關所定定型化契約範本之內容。同時，依據

管理條例第26條之規定，專營之電子支付機構應建置客訴處理及紛爭解決機制。

14. 主管機關查核權

依據管理條例第34條之規定，主管機關得隨時派員或委託適當機構檢查專營之電子支付機構之業務、財務及其他有關事項，或令專營之電子支付機構於限期內提報財務報告、財產目錄或其他有關資料及報告。透過此條之規定主管機關得以落實對於電子支付機構之監督管理之責。

15. 公會機制

為強化業者自律功能及健全市場發展，依據管理條例第41條之規定強制電子支付機構應加入公會自律組織或銀行公會成立之電子支付業務委員會，始得營業。以期達到業者自律及金管會他律之雙效監理之效果。

16. 刑事責任

鑒於非電子支付機構違法經營本條例之特許業務，對於金融市場秩序及社會大眾權益影響甚鉅。該管理條例中制定依其違法程度而訂定不同之刑事責任。

二、「電子支付機構管理條例」對國內金融業之衝擊

全球電子商務快速發展的利基，就是打破實體商店營業時間及交易地點的限制，在網路上買賣商品或勞務，賣方節省店租、人力成本，買方則足不出戶，即可隨時享受購物樂趣。針對現行的電子商務基本模式，不論企業對企業 (Business to Business, B2B)、企業對個人 (Business to Customer, B2C) 或個人對個人 (Customer to Customer, C2C)，剖析其運作架構，不外乎金流、物流、資訊流三大部分，目前國內各網路商城之資訊流及物流的作業機制已經相當成熟，惟適用於網路交易之金流作業機制則呈現多元面貌，包括貨到付款(現金)、支票、匯款、ATM轉帳、信用卡等方式，其中現金、支票、匯款等支付方式逐漸無法滿足網路24小時的交易模式，傳統銀行所提供的支付服務，在電子商務的世界顯得力不從心。

即便國內超商密集，超商取貨方便熱門，但考量貨款延後收取及手續費過高，很多賣方不願參與，C2C的個人賣方基礎薄弱，更是無法達到超商代收門檻；而信用卡雖然被普遍使用，但由於網路商店素質參差不齊，且營業規模往往不高，不易取得申請受理信用卡的特店資格，消費者對於在網路上輸入卡號、效期、卡片背面3位驗證碼，有資料外洩的疑慮，加上信用卡在網路支付要求3D認證、動態密碼等安全機制，由於操作較為複雜，致使交易失敗率高，而且跨國刷卡面臨偽卡、無法分期付款等問題，亦無法滿足電子商務之需要。

綜上，如何強化買賣雙方對網路交易的信任度，使用自動化(e化)、行動化(M化)的工具協助商店或個人處理收付款項，成為促成電子商務成功的關鍵因素。就消費者而言，勢必擔心已支付款項，卻無法保證取得商品，或在鑑賞期限內退貨，無法取回貨款；就網路賣家而言，則擔心依約交付商品，無法取得

貨款；未來透過「第三方支付交易機制」，電子支付機構先以電子支付帳戶代收買方應支付的款項，就可以通知賣方出貨，等到買方收到商品同意撥款後，再將貨款轉付給賣方的電子支付帳戶，如此將可大幅提高網路交易買賣雙方的信任度，進而增進網路交易的健全發展，爰此，本條例可解釋為賦予非金融機構以電子支付帳戶方式辦理儲值及資金移轉業務之法源，用以解決銀行法第 29 條對於網路電商提供線上金流服務的限制，加上電子票證發行機構可兼營電子支付機構，尤其對於市占已有 4,000萬張的悠遊卡、1,200 萬張的愛金卡 (icash)，突破單一功能的限制，提升為多用途支付及多元支付範圍，均顯示信心滿滿、躍躍欲試，將對國內金融機構帶來顛覆式的衝擊，強力侵蝕國內金融機構原有代收代付金流服務市場。

貳、台灣第三方支付之監管

一、政府管理監督之方式

(一) 採許可制，屬金融特許行業

1. 「本條例所稱電子支付機構，指經主管機關許可」，採「許可制」，賦予非金融機構經許可後，以電子支付帳戶方式辦理儲值及資金移轉業務。(第三條)

2. 申請經營電子支付機構業務許可應檢具之書件。(第十條)

3. 主管機關於電子支付機構營業執照載明得經營之業務項目，涉及跨境者，一併載明之；電子支付機構不得經營未經主管機關核定之業務。(第八條)

4. 為維護我國人民及業者權益，並確保我國金融市場秩序及有效監督管理，境外機構非經申請許可，不得於我國境內經營電子支付機構業務，換言之，境外機構如果要在我國經營電子支付業務，必須依本條例申請許可設立電子支付機構；且非經主管機關核准，任何人不得有與境外機構合作或協助其於我國境內從事電子支付機構業務之相關行為；涉及陸資部分，則須符合「臺灣地區與大陸地區人民關係條例」規定，故規範「與境外機構合作或協助境外機構於我國境內從事電子支付機構業務相關行為管理辦法」。(第十四條)

(二) 確保支付款項安全

1. 電子支付款項之管理 (第十六條) 因為電子支付機構收受使用者之支付款項應與其自有資金分別管理，以保障使用者權益，故專營之電子支付機構收取使用者之支付款項，應存入其於銀行開立之相同幣別專用存款帳戶，並確實於電子支付帳戶記錄支付款項金額及移轉情形。對於專用存款帳戶開立之限制、管理與作業方式及其他應遵行事項，以「電子支付機構專用存款帳戶管理辦法」規範之。

2. 專營之電子支付機構支付款項之方式 (第十七條) 為確保支付款項之安全，專營之電子支付機構應依各方使用者之支付指示，進行支付款項移

轉作業，不得有遲延支付之行為。

3. 支付款項應交付信託或取得銀行十足之履約保證，並設置清償基金 (第二十條、第三十八條) 為避免電子支付機構未將支付款項交付信託，或未取得銀行十足履約保證，導致日後違約影響消費者權益，基於專營之電子支付機構及兼營電子支付機構業務之電子票證發行機構所收儲值款項性質類似，故參酌「電子票證發行管理條例」第十八條規定，要求專營之電子支付機構對於儲值款項扣除應提列準備金之餘額，併同代理收付款項之金額，應全部交付信託或取得銀行十足之履約保證。採交付信託方式者，其信託銀行即為專用存款帳戶銀行，並以專用存款帳戶為信託專戶。(第二十條) 為避免電子支付機構未依第二十條交付信託或取得銀行十足履約保證，而損及消費者權益，電子支付機構應提撥資金設置「清償基金」，若電子支付機構因財務困難失去清償能力致違約時，清償基金得以第三人之地位向消費者進行清償，至於清償基金之提撥比率，由金管會訂定。(第三十八條)

4. 支付款項動用與運用方式、運用所得孳息或其他收益計提一定比率之金額及使用者之優先受償權 (第二十一條) 規定專營之電子支付機構可動用支付款項之條件及運用方式。專營之電子支付機構對於代理收付款項，限以專用存款帳戶儲存及保管，不得為其他方式之運用或指示專用存款帳戶銀行為其他方式之運用。專營之電子支付機構對於儲值款項之運用方式，參考「電子票證發行管理條例」第十九條規定，於一定比率內容許從事低風險之投資運用。

(三) 落實使用者身分確認

專營之電子支付機構應建立使用者身分確認機制，並留存確認使用者身分程序所得之資料範圍；有關使用者身分確認機制之建立方式、程序、管理及該程序所得資料範圍等相關事項，規範於「電子支付機構使用者身分確認機制及交易限額管理辦法」。(第二十四條)

(四) 執行洗錢防制

1. 電子支付款項之提領與儲值 (第十八條) 專營之電子支付機構保管支付款項非屬存款業務性質，且基於洗錢防制目的，為使實際資金流向及歸屬得以確認，於使用者提領電子支付帳戶款項時，不得以現金支付，應將提領款項轉入該使用者之銀行相同幣別存款帳戶。鑒於幣別兌換涉及匯率訂定及外幣交易等事宜，非屬電子支付機構業者所承辦業務之內容，為不涉及幣別之兌換，應由使用者以其本人在銀行外匯存款帳戶之相同幣別存撥之；即所規範之「使用者辦理外幣儲值時，儲值款項非由該使用者之銀行外匯存款帳戶以相同幣別存撥者，不得受理。」

2. 應建立使用者資料留存期限 (第二十四條) 使用者身分確認程序所得資料之留存期間，係自電子支付帳戶終止或結束後至少五年。

3. 交易紀錄資料之留存 (第二十五條) 留存使用者電子支付帳戶之帳號、交易項目、日期、金額及幣別等必要交易紀錄，於停止或完成交易後，

至少應保存五年。

(五) 保護消費者權益

1. 客訴處理及紛爭解決機制為確保消費者之權益,提升支付服務品質,專營之電子支付機構應建置並於其網站公告客訴處理及紛爭解決機制。(第二十六條及「電子支付機構業務管理規則」第四條)

2. 電子支付機構業務定型化契約之管理規範(第二十七條)規範「電子支付機構業務定型化契約應記載事項」,明訂電子支付機構資訊、同意及確認事項、身分資料留存及再確認、依身分認證等級對不同類型電子支付帳戶所提供服務之交易限額、儲值餘額及每筆款項移轉最高限額、核對機制、錯誤之處理、帳號安全性與被冒用之處理、資訊系統安全控管與舉證責任及損失責任、費用說明、匯率計算、履約保證機制、使用者義務、收款使用者特別約定事項、紀錄保存、客訴處理及紛爭解決機制、使用者資料之蒐集處理及利用、服務暫停事由與處理、因使用者事由所致之服務暫停、契約終止、契約條款變更、定型化契約解釋原則、通知、作業委託他人處理等應記載事項。

規範「電子支付機構業務定型化契約不得記載事項」,明訂不得約定拋棄契約審閱期間、不得記載使用者因其帳戶遭不法使用所生之損失一律由使用者自行負擔、不得就其提供服務所生爭議不負任何責任、單方變更契約之禁止、不得任意解除或終止契約及免除賠償責任、不得約定使用者拋棄或限制使用者依法享有之契約解除權或終止權、不得以契約約定排除有利於使用者之廣告應為契約之內容、不得為其他違反法律強制、禁止之規定或其他違反誠信、顯失公平之約定、不得記載電子支付機構僅負故意或重大過失責任等不得記載事項。

(六) 完善資訊系統及安全控管作業

為確保電子支付機構之交易資訊安全及業務健全運作,避免因資訊系統運作、傳輸或處理錯誤,影響服務之穩定與安全,衍生相關糾紛,故規範「電子支付機構資訊系統標準及安全控管作業基準辦法」。(第二十九條)

二、七大風險控管機制



圖 9 七大風險控管機制示意圖

(一) 銀行協助管理專用存款帳戶運作

1. 電子支付款項之管理（第十六條）

銀行對專營之電子支付機構所儲存支付款項之存管、移轉、動用及運用，應予管理，並定期向主管機關報送其專用存款帳戶之相關資料。對於專用存款帳戶開立之限制、管理與作業方式及其他應遵行事項，以「電子支付機構專用存款帳戶管理辦法」為規範。

2. 業務資料之申報與提交（第三十一條）

專營之電子支付機構應向主管機關及中央銀行申報業務有關資料，以應監理之需。專營之電子支付機構應定期提交帳務作業明細報表予專用存款帳戶銀行，供銀行核對支付款項之存管、移轉、動用及運用情形，以協助手管機關監督專用存款帳戶之運作情形，確保使用者支付款項安全。

(二) 收受儲值款項達一定金額應繳存準備金

收受新臺幣及外幣儲值款項達一定金額以上者，應繳存足額之準備金。（第十九條）專營之電子支付機構收受新臺幣及外幣儲值款項雖非銀行法等法令所稱銀行存款，但仍屬多用途支付工具，具有交易中介、替代通貨之功能。為保持儲值款項之高度流動性，合計達一定金額者，應繳存足額之準備金，故規範儲值款項超過 50 億元者，依新臺幣及外幣繳存比率計算產生之合計數，以新臺幣繳存準備金。（「非銀行支付機構儲值款項準備金繳存及查核辦法」）

（三）支付款項運用收益應計提一定比率金額作為回饋會員及其他主管機關規定用途使用專營之電子支付機構對於運用支付款項所得之孳息或其他收益，應計提一定比率金額，於專用存款帳戶銀行以專戶方式儲存，作為回饋使用者或其他主管機關規定用途使用。（第二十一條）

(四) 於必要時，得就電子支付機構收受款項總餘額與該公司實收資本額或淨值之倍數，予以限制為健全專營之電子支付機構業務經營與財務基礎，主管機關得限制電子支付機構收受使用者之支付款項總餘額與該公司實收資本額或淨值之倍數，不符者，主管機關得命其限期增資或降低其所收受使用者之支付款項總餘額，並為其他必要之處置或限制。(第二十三條)

(五) 建立內部控制及稽核制度

為健全專營之電子支付機構經營管理，強化其內部控制及稽核制度，專營之電子支付機構應建立內部控制及稽核制度。(第三十條)主管機關參酌金融控股公司及銀行業內部控制及稽核制度實施辦法、信用卡業務機構內部控制及稽核制度應注意事項、公開發行公司建立內部控制制度處理準則等規定，規範「電子支付機構內部控制及稽核制度實施辦法」，明訂目的、原則、政策、作業程序、內部稽核人員應具備之資格條件、委託會計師辦理內部控制查核之範圍及其他應遵行事項。

(六) 會計師查核及金融檢查制度

1. 專營之電子支付機構應委託會計師每季查核「支付款項應交付信託或取得銀行十足之履約保證」之辦理情形，並於每季終了後一個月內，將會計師查核情形報請主管機關備查。(第二十條)

2. 專營之電子支付機構應委託會計師每半營業年度查核其對於「支付款項」、「代理收付款項」、「儲值款項」、「運用支付款項收益之計提」、「運用支付款項總價值之評價及補足」等辦理情形，並於每半營業年度終了後二個月內，將會計師查核情形報請主管機關備查。(第二十一條)

3. 專營之電子支付機構應每年委託會計師辦理內部控制制度之查核。(第三十條及「電子支付機構內部控制及稽核制度實施辦法」第二十六條)

4. 專營之電子支付機構之財務報告或其他經主管機關指定之財務文件，應經會計師查核簽證，並定期公開。(第三十二條)

5. 主管機關之金融檢查及查核。(第三十四條)主管機關得隨時派員或委託適當機構檢查專營之電子支付機構之業務、財務及其他有關事項，或令專營之電子支付機構於限期內提報財務報告、財產目錄或其他有關資料及報告。並於必要時，得指定專門職業及技術人員檢查專營之電子支付機構之業務、財務及其他有關事項。

(七) 累積虧損逾實收資本額二分之一之因應措施及退場機制

1. 累積虧損逾實收資本額二分之一之因應措施 (第三十六條)

為避免專營之電子支付機構因財產、業務顯著惡化發生經營危機，而影響使用者權益，專營之電子支付機構累積虧損逾實收資本額二分之一者，應立即將財務報表及虧損原因，函報主管機關。主管機關得限期令其補足資本，或限制其業務；專營之電子支付機構未依期限補足資本者，主管機關得勒令其停業。

2. 退場機制 (第三十七條)專營之電子支付機構因業務或財務顯著惡化，不能支付其債務或有損及使用者權益之虞時，為維護使用者權益，並避

免專營之電子支付機構負責人或職員潛逃出境或脫產，主管機關得採取相關防範、限制措施。專營之電子支付機構因解散、停業、歇業、撤銷或廢止許可、命令解散等事由，致不能繼續經營業務者，應洽其他電子支付機構承受其業務，並經主管機關核准。

三、國內金融服務的趨勢與建議

金管會於 104 年 1 月 22 日新聞稿中表示，「本條例之施行，將健全電子商務金流支付服務，提升民眾對網路交易之信賴度，降低小額交易支付成本，有利青年網路創新環境，協助青年創業及企業開發商機。目前我國個人及網路商店約 10 萬家，市場預估 104 年度個人及網路商店應可成長 1 至 2 成，約 1 至 2 萬家，103 年電子商務市場交易規模達新臺幣 8,800 億元，本條例施行後，預估將增加新臺幣 1,200 億元至 2,000 億元，整體電子商務產業將躍升為兆元產業。」

由於不同產業有不同專長優勢，未來最佳的電子商務支付工具須結合電子支付業者、金融機構、電信業者等多元產業，以產生「異業結合、互利共生」的跨業綜效，尤其不少民眾對於網路電商從事儲值等相關業務仍有吸金、洗錢之疑慮，而銀行產業為民眾高度信賴之機構，且支付服務屬金融機構固有之金融服務項目，並受高度金融監理，金融機構具有完善的金融帳戶管理系統及相關對帳、銷帳機制，可協助電子支付業者建構電子支付帳戶，並維運會員儲值帳戶、會員儲值卡，目前各金融機構已發行數千萬張晶片金融卡，市場運作成熟，正可透過網路 ATM 申請開立電子支付帳戶，並提供網路購物、轉帳儲值等跨行功能。電子支付業者與金融機構合作，可節省開發、建置儲值帳戶系統成本，以及需要取得金融機構信託或履約保證的手續費用，達到雙贏的實質效益。

由於平板顛覆了 PC，智慧型手機顛覆了傳統手機，民眾使用的終端已被顛覆，所以這些行動設備將消除民眾在時空使用上的限制，只要能上網，不論身在何處，甚至移動時都可使用，較坐下來使用 PC 的時間及空間更無限制，因此透過行動載具所發展之新興電子支付模式將不斷推陳出新，電子支付業者可透過金融機構與電信業者的合作，藉由手機的電子錢包作為支付工具，或以手機連結電子支付帳戶的消費方式，提升手機上網購物的方便性，有效簡化消費者的支付流程。未來行動支付將不限於網路的虛擬應用交易，尚可結合線上營銷購買以帶動線下消費體驗，或提供線下互動促銷以引領線上便捷交易，藉由「虛擬網路」與「實體通路」兩者交易相互結合，達到虛實整合應用 (O2O, Online To Offline 或 Offline To Online)，以提高消費者交易黏著度，更可將電子商務發展提升至行動商務，因此，行動支付前景遼闊，各方爭奪已點燃戰火，臺灣電子商務金流產業將進入百家爭鳴、爭芳鬥艷的戰國時代。

第六節、小結

由以物易物、實體貨幣交易、銀票、交子與信用狀交易，以及今日的實體信用卡甚至是網路刷卡交易的發展歷程可知，商務交易的型態會隨著科技的進步與生活方式的改變而持續推陳出新，雖然無論何種商務交易的型態都有其風險，例如：偽幣、偽卡，與盜取網路交易資訊進行詐騙...等，但現今仍存在多種不同的商務交易型態，而使用者也都能依據需求與能承擔的風險，而從現有的多種商務交易中選擇最適合的交易方式。

第三方支付平台係為解決電子交易的各項問題而興起。中國大陸第三方支付創新網路金融對原有金融體系有廣泛影響，但台灣第三方支付對金融體系衝擊則不明顯。

此外，與中國大陸第三方支付平台相比，台灣本土的第三方支付平台特色也較不明顯，主要差異在於業者規模及知名度、市場規模、經營業務種類、法令限制、民眾支付習慣等。綜合比較如下表3所示。

表3 中國與台灣第三方支付服務之比較 本研究製表

| | | 中國第三方支付服務 | 台灣第三方支付服務 |
|------|-------|---|---|
| 定義 | | 指非金融機構在收付款人之間作為中介機構，提供下列部分或全部貨幣資金轉移服務：(1) 網路支付；(2) 預付卡的發行與受理；(3) 銀行卡收單；(4) 中國人民銀行確定的其他支付服務。 | 從事配合金融機構及履約相關條件，並與銀行合作，取得信用卡特約商店資格，提供電子商務（含行動商務）買賣雙方支付擔保之中介機制之行業。 |
| 業者類型 | 非金融機構 | 網商（阿里巴巴、京東）、通訊公司（騰訊）、搜尋引擎（百度） | 網商（Yahoo 奇摩輕鬆付、PChomePay 支付連）、歐付寶、遊戲公司（智付寶、遊戲橘子） |
| | 金融機構 | 無 | 台灣銀行、中國信託銀行、永豐銀行、玉山銀行 |
| 業務範圍 | | 以國內交易為主，部分跨國交易 | 限國內 |

| | | |
|--------|------------------|------------------------|
| 經營業務種類 | 支付擔保、預付儲值、資金移轉 | 支付擔保 |
| 交易模式 | 線上支付、B2B 支付、行動支付 | 線上支付 |
| 民眾支付習慣 | 行動電子錢包 | 信用卡付款、ATM 轉帳、銀行匯款、貨到付款 |

事實上第三方支付業務常涉及銀行法、證券法、消費者權益保護法、隱私保護法、智慧財產權法和貨幣銀行制度、財務披露制度等。但由於第三方支付仍屬於新興事物，儘管中國已意識到對第三方支付機構監管的重要性，於法律法規尚未完善，且未形成一套較完善的獨立的法律體系下，如對各支付機構業務資格的確定、其支付活動的監管、客戶應負的義務與銀行應承擔的責任等等，還缺乏相應的法律法規加以規範，但也因此使得中國的第三方支付在一開始的發展所遇到的障礙較少，進而使得中國的第三支付的蓬勃發展。

反觀台灣，2016 年號雖號稱是台灣的「電子支付元年」，但目前為止，針對國內電子支付市場現況，金管會表示，國人使用普及率不如預期，主要是因為台灣金融服務密度高，以致國人偏好現金交易。目前，國內有 5 家經金管會核准專營電子支付的機構（包括歐付寶第三方支付、樂點行動支付、智付寶、國際連、台灣第三方支付），以及另外 22 家兼營業者。已取得執照遲未開業的原因，金管會表示，主要在於消費者尚未適應。在通路端的部分，金管會承諾將於今年底前公布「電子支付工具端末設備整合事宜」的作業規範，另將商請公部門及公家醫療機構降低電子支付的手續費²⁹。

²⁹ 電付遲未開業金管會：消費者未適應 <http://udn.com/news/story/6/1945732> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

第三章 案例分析（國外、國內案例）

第一節、阿里巴巴—支付寶、招財寶支付流程

壹、阿里巴巴集團

阿里巴巴集團由創辦人馬雲為首的18人，於1999年在中國杭州創立。從一開始，所有創始人就深信網際網路能夠創造公平的競爭環境，讓小企業通過創新與科技擴展業務，並在參與中國或全球市場競爭時處於更有利的位置。自推出讓中國的小型出口商、製造商及創業者接觸全球買家的首個網站以來，阿里巴巴集團不斷成長，成為了網上及移動商務的全球領導者。阿里巴巴集團及其關聯公司目前經營領先業界的批發平臺和零售平臺，以及其他多項網路業務，當中包括廣告和營銷服務、電子支付、雲端計算和網絡服務、行動解決方案等。

一、阿里巴巴集團之電子商務版圖

電子商務按交易對象不同，可分為 Business to Business(下稱 B2B)、Business to Customer(下稱 B2C)、Customer to Customer(下稱 C2C)、Online to Offline(下稱 O2O)。而阿里巴巴在不同網站下加以拓展，針對客戶群提供不同的服務和人性化介面，滿足各種客戶類型的需求，讓全世界的人都可以來這個網路平臺進行購物。

表 4 阿里巴巴網路購物平臺

資料來源:阿里巴巴官網、103 年 MMOT 成果發表會論文

| | | |
|-----|-------------|--|
| C2C | 淘寶網 | 中國大陸最大的網路購物平臺 |
| B2C | 天貓 | 中國大陸最大的零售平臺 |
| | Aliexpress | 為全球消費者而設的零售平臺。買家主要來自俄羅斯、巴西和美國的消費者，直接向中國大陸批發商和製造商以批發價購買商品 |
| B2B | 1688.com | 中國大陸網上批發平臺，提供本地批發商採購的平臺 |
| | Alibaba.com | 全球批發貿易平臺。賣家來自中國大陸、印度、巴基斯坦、美國和泰國 |
| O2O | 聚划算 | 中國大陸最大團購網站。除了主打的商品團和當地語系化服務，還陸續推出了品牌團、聚名品、聚設計、聚新品等新業務頻道。 |

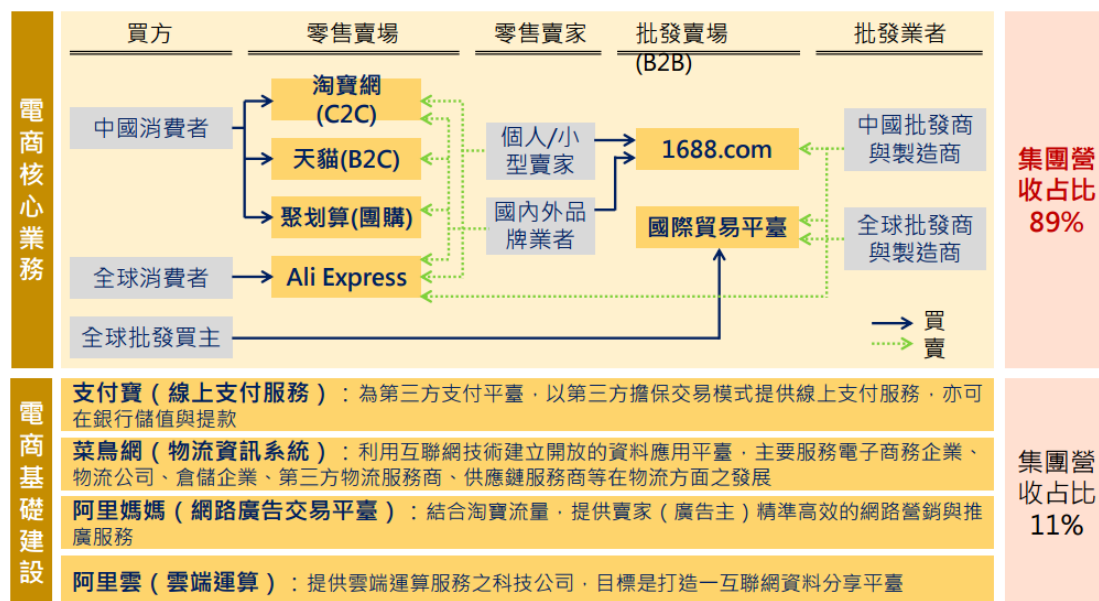


圖 10 阿里巴巴集團之電子商務版圖

資料來源：財團法人資訊工業策進會

二、阿里巴巴的第三方支付營運模式

「支付寶」是阿里巴巴旗下的支付業務，對於淘寶網的成功可說起了至關重要的作用，也是目前阿里巴巴集團各子公司中最有價值的資產。支付寶誕生時中國並沒有有關電子支付或網上支付的法規，甚至連電子商務的監管法規都寥寥無幾，支付寶能夠如此順利地獲得用戶的認可，得益於阿里巴巴旗下龐大的電子商務平臺，同樣電子商務的特性催生了支付寶。

（一）因應 C2C 交易而生的支付寶

阿里巴巴於 1999 年開始 B2C 電子商務業務，由於 B2C 業務多是供應商之間的交易，以中小公司為交易主體，有一定的社會信譽，訂單數額較大，阿里巴巴網站承擔的是貨品展示和買賣溝通的平臺，支付這一環節與傳統的線下交易沒有多大區別，買賣雙方可協定付款方式和時間。

2003 年 5 月，阿里巴巴的 C2C 電子商務網站淘寶上線，這一網站是交易主體是消費者，個人賣家和消費者之間遠隔千里互不相識，若依然採用 B2C 的交易方式就會出現許多問題，比如消費者下單付款後，賣家不發貨或者貨品有品質問題，若消費者不付款，賣家就有可能不發貨，交易難以達成。

2014 年淘寶網創造性地開發了支付寶，第三支付平臺的誕生解決了 C2C

的信譽問題。支付寶作為買賣雙方之外的第三方機構，為交易提供擔保，首先消費者下單後先行付款至支付寶，賣家接到支付寶的收款確認通知後發貨，在貨物運輸途中，貨款由支付寶凍結，買賣雙方均無法使用，一方失去信用就可避免另一方遭受損失。當消費者收到貨物確認無誤後，輸入付款指令，支付寶內凍結的資金會轉至賣家帳戶，若買家對交易存有異議可申請延遲付款或協商退款。同時支付寶設立巨額的風險保障基金，若發生交易糾紛可先行賠付消費者。在風險可控的範圍內，進一步簡化支付流程，提升使用者體驗。

(二) 發展沿革

- 2003年10月，淘寶網首次推出支付寶服務。
- 2004年，支付寶從淘寶網分拆獨立，逐漸向更多的合作方提供支付服務，發展成為中國最大的第三方支付平臺。
- 2004年12月，浙江支付寶網路科技有限公司成立。
- 2005年2月，支付寶推出“全額賠付”支付，提出“你敢用，我敢賠”承諾。
- 2008年2月，支付寶發佈移動電子商務戰略，推出手機支付業務。
- 2008年10月，支付寶公共事業繳費正式上線，支持水、電、煤、通訊等繳費。
- 2010年12月，支付寶與中國銀行合作，首次推出信用卡快捷支付。
- 2011年5月，支付寶獲得央行頒發的中國國內第一張《支付業務許可證》(業內又稱“支付牌照”)。
- 2013年，支付寶推出帳戶餘額增值服務“餘額寶”，通過餘額寶，用戶不僅能夠得到較高的收益，還能隨時消費支付和轉出，無任何手續費。
- 2013年11月，支付寶手機支付用戶超1億，“支付寶錢包”用戶數達1億，支付寶錢包正式宣佈成為獨立品牌。
- 2013年11月，12306網站支援支付寶購買火車票。
- 2013年12月，支付寶實名認證用戶超過3億。
- 2013年，支付寶手機支付完成超過27.8億筆、金額超過9000億元，成為全球最大的移動支付公司³⁰。

³⁰ 來自艾瑞諮詢的資料顯示，自2013年第一季度以來，支付寶在移動互聯網支付市場份額從67.6%逐步提升至78.4%，居第一。截至2013年底，支付寶實名認證的用戶數超過3億。2013

- 2014年2月，餘額寶用戶數突破8100萬。
- 2014年3月，支付寶每天的移動支付筆數超過2500萬筆。
- 2015年，支付寶錢包8.5版，在錢包“探索”二級頁面下，多了一個“我的朋友”選項卡，在進入轉帳介面後，就可以和對方直接發送文字、語音、圖片等資訊。
- 2015年5月，支付寶出現大規模故障。回應：杭州光纖被挖斷。
- 2015年7月，支付寶發佈最新9.0版本，加入了“商家”和“朋友”兩個新的一級入口，分別替代“服務窗”與“探索”，由此切入了線下生活服務與社交領域。此外，還增加了親情帳戶、借條、群帳戶等一系列功能。
- 2015年9月，支付寶和麥當勞進行大資料合作，全上海地區的麥當勞將可使用支付寶支付，並將進一步推廣至全國門店。
- 2016年1月，螞蟻金服對外發佈2015年支付寶年帳單。帳單顯示，2015年互聯網經濟繼續保持高速增長。按省級行政區劃分來看，上海人均支付金額排名全國首位，達到104155元，這標誌著網上人均支付開始邁入“10萬時代”。從移動支付筆數占比來看，排前五位元的地區分別是西藏、貴州、甘肅、陝西和青海，其移動支付占比高達83.3%、79.7%、79.4%、78.8%和78.7%。統計還顯示，2015年移動支付筆數占整體比例高達65%，而2014年這個數字是49.3%。
- 2016年5月，三星移動支付服務Samsung Pay和支付寶正式宣佈合作，用戶可以在三星手機上通過上滑螢幕的方式快速調出支付寶的支付介面。

(三) 商業模式³¹

以使用者為中心，搭建場景平臺，底層技術提供安全保障，集合平臺商家提供資訊流和商品流，支付寶提供支付和部分行銷解決方案。同時把支付寶作為每個人的一站式場景平臺，打通包括消費、城市生活、金融理財和溝通交流等多個領域的真實生活場景，不斷滲透到線下支付場景，開始嘗試通過“支付+社交+O2O+金融”來建設未來的用戶應用場景生態。

年，支付寶單日交易筆數的峰值達到1.88億筆。其中，移動支付單日交易筆數峰值達到4518萬筆，移動支付單日交易額峰值達到113億元人民幣。

³¹ 參考資料來源：支付寶產品分析—市場部分，<http://www.jianshu.com/p/5887148ecef4>，2016年6月28日。

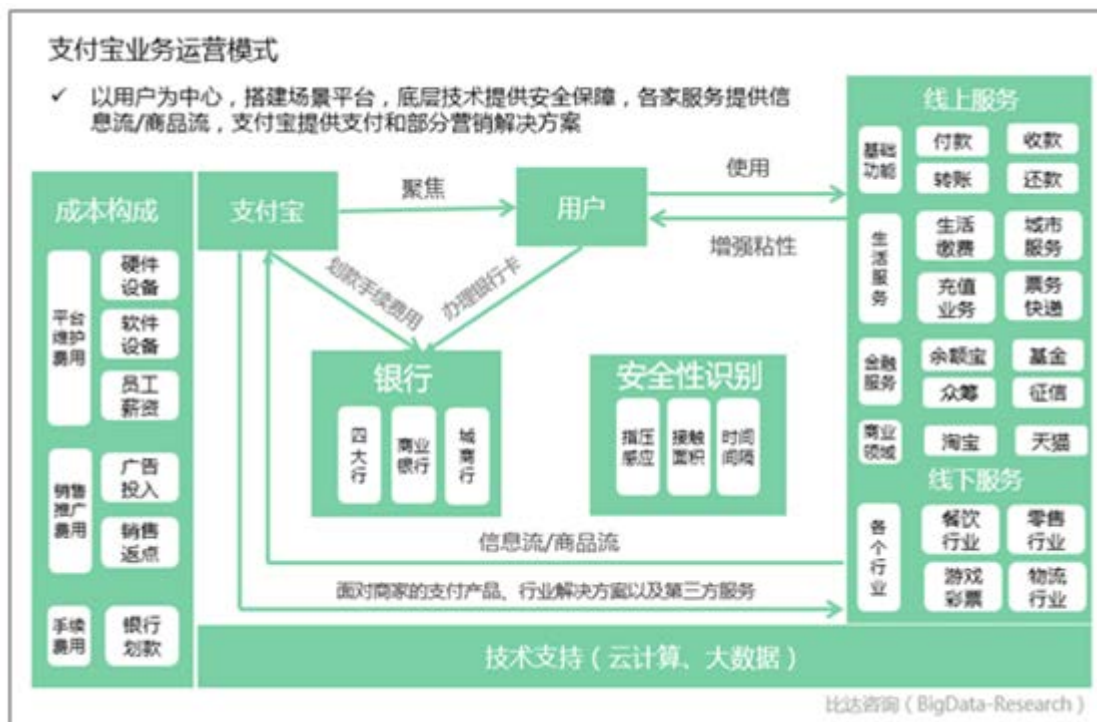


圖 11 支付寶業務營運模式
資料來源：比達諮詢

(四) 產品特色³²

1. 註冊與認證

使用支付寶支付服務需要先註冊一個支付寶帳戶，分為“個人帳戶”和“企業帳戶”兩類。在支付寶官方網站或者支付寶錢包註冊均可。

使用者使用支付服務需要實名認證是央行等監管機構提出的要求，實名認證之後可以在淘寶開店，增加更多的支付服務，更重要的是有助於提升帳戶的安全性。實名認證需要同時核實會員身份資訊和銀行帳戶資訊。

2016年7月1日開始，實名認證不完善的用戶，其餘額支付和轉帳等功能會受到限制。個人支付帳戶分為三類，各類帳戶的功能、額度和資訊認證標準不同。其中，I類帳戶只需要一個外部管道認證客戶身份資訊，例如，聯網核查居民身份證資訊，對應的付款限額只有自帳戶開立起累計1000元的限額。該類帳戶餘額可以用於消費和轉帳，主要適用於客戶小額、臨時支付。II類和III類帳戶的客戶實名認證強度相對較高，分別通過至少三個、五個外部管道驗證客戶身份資訊。其中，II類帳戶的餘額付款限額為年累計10萬元。III類帳戶的餘額付款

³² 參考資料來源：<http://baike.baidu.com/item/%E6%94%AF%E4%BB%98%E5%AE%9D/496859>
12-59

限額為年累計 20 萬元。

2. 安全

支付涉及到用戶的資金安全，因此遵循官方的安全規範至關重要。如安全控制項、短信校驗服務、數位憑證、第三方證書、支付盾、寶令、寶令手機版、安全保護問題、安全性原則、手機安全設置等。幾乎所有的支付服務都可以使用支付寶。從購物到水電燃氣繳費，且正有部分取代現金的趨勢。

3. 支付寶錢包（線下服務）

支付寶也可以在智慧手機上使用，該手機用戶端為支付寶錢包。支付寶錢包具備了電腦版支付寶的功能，也因為手機的特性，內含更多創新服務。如“當面付”、“二維碼支付”等。還可以通過添加“服務”來讓支付寶錢包成為自己的個性化手機應用。支付寶錢包主要在 iOS、Android 上使用，iPad 版與 WP 版正在開發中。

當用戶裝上支付寶錢包，他就可以在商場小巷享受電子支付帶來的好處，並逐漸延伸至餐飲、零售、物流、遊戲彩票等各個行業皆可使用。自 2013 年 11 月起，全國 29 家銀泰百貨、銀泰城門店都可以使用支付寶錢包付款。2013 年 12 月開始，美宜佳、紅旗連鎖、喜士多 C-STORE、7-11 等多家連鎖便利店企業陸續全面支持支付寶支付；12 月，北京計程車司機開始接受支付寶付打車費。隨後，萬達影院、大悅城、王府井等全國大型零售企業以及電影院、KTV 和餐飲企業等接入支付寶。

2015 年 7 月 8 日，支付寶發佈最新 9.0 版本，加入了“商家”和“朋友”兩個新的一級入口，分別替代“服務窗”與“探索”，由此切入了線下生活服務與社交領域。此外，還增加了親情帳戶、借條、群帳戶等一系列功能。

2016 年 8 月 16 日，杭州市公交集團召開新聞發佈會稱，該集團與支付寶公司合作推出公車上支付寶收款應用，主要是為瞭解決一些乘客乘車時，既沒公交卡又沒帶零錢的煩惱。

4. 信用卡還款

2009 年 1 月 15 日支付寶推出信用卡還款服務，中國國內 39 家銀行發行的信用卡均支援。是最受歡迎的第三方還款平臺。主要優勢：免費查信用卡帳單、免費還款，還有自動還款/還款提醒等增值服務。

使用支付寶錢包來還款也相當受歡迎。2014 年第一季度，76%的還信用卡是用支付寶錢包完成的。

5. 轉帳

透過支付寶轉帳分為兩種：1、轉帳到支付寶帳號，資金瞬間到達對方支付寶帳戶；轉帳到支付寶帳戶的限額 2、轉帳到銀行卡，用戶可以轉帳到自己或他人的銀行卡，支持百餘家銀行，最快 2 小時到賬。支持到賬的銀行和到賬時間、轉帳到銀行卡的限額。此外，使用支付寶錢包轉帳的優點更在於，免手續費。

6. 繳費

2008 年底開始，支付寶推進公共事業繳費服務，已經覆蓋了全國 300 多個城市，支援 1200 多個合作機構。除了水電煤等基礎生活繳費外，其還擴展到交通罰款、物業費、有線電視費等更多與老百姓生活息息相關的繳費領域。

常用的線上繳費服務有：水電煤繳費、教育繳費、交通罰款、有線電視費。

7. 服務窗

在支付寶錢包的“服務”中添加相關服務帳號，就能在錢包內獲得更多服務。包括銀行服務、繳費服務、保險理財、手機通訊服務、交通旅行、零售百貨、醫療健康、休閒娛樂、美食吃喝等 10 餘個類目。

有別於其他公眾服務平臺，服務窗具有天然的支付基因、超億的支付用戶群體、以及嚴格審核的商戶服務，這使得服務窗產生更大的生態價值。

常見服務窗介紹：

掛號網—線上預約掛號服務；

中信銀行—即時消費提醒、帳單查詢、積分兌換、餘額查詢、還款等；

國網山東電力公司—餘額查詢、每日電量查詢、繳費記錄查詢、以及電費預警、出賬、欠費、停複電均可 push 用戶；

中國電信—餘額寶 0 元購機享收益服務，廣東地區可享受該服務；

支付寶公眾服務 12306—線上查詢火車票資訊；

萬達電影—線上購票、選座；

新希望雙峰乳業—第一家在支付寶錢包實現線上訂購牛奶的商戶；

市民雲@上海生活—上海市民可用支付寶查公積金、養老、醫保、交通違規；

交通違規代辦—輕鬆搞定異地交通違規罰款。

8. 餘額

支付寶帳戶內的資金被稱為餘額。

儲值到餘額、支付時使用餘額以及餘額轉出都是當前最常見的服務。

銀行卡中的資金可以通過網銀和快捷支付進入支付寶帳戶。20 多家銀行網

銀和 170 多家銀行的快捷支付都能儲值到支付寶餘額。

使用餘額支付時基本沒有額度限制，用戶可以先多次儲值再付款。

支付寶餘額還持隨時提現，用戶可以將餘額提現至自己綁定的銀行卡。

9. 手續費

因綜合經營成本上升，自 2016 年 10 月 12 日起，支付寶將對個人用戶超出免費額度的提現收取 0.1% 的服務費，個人使用者每人累計享有 2 萬元基礎免費提現額度。在用完基礎免費額度後，用戶可以使用螞蟻積分兌換更多免費提現額度。

10. 網銀

網銀是指銀行面向所有用戶和場景提供的網上銀行綜合服務，包括了支付和轉帳等服務。在支付寶環境下，主要指用戶通過網銀儲值到支付寶餘額以及支付時跳轉到網銀扣款。

使用網銀支付時，瀏覽器會跳轉到銀行網銀頁面，按銀行要求的資訊填寫進行支付。但有以下兩大缺點。

缺點 1：由於絕大部分銀行並未開通網銀服務（僅有 20 多家），而開通手機版網銀的銀行數少之又少，因此要使用移動支付時網銀並不方便。

缺點 2：由於網銀是公共介面，使用時會有頁面跳轉，因此伴隨著大量網銀釣魚案件，同時支付成功率一般僅有 65% 左右，是多種支付方式中成功率最低的一種。

11. 快捷支付

快捷支付是為網路支付量身定做的網銀服務，主推支付功能，由銀行與支付寶直連，保障了支付的安全性和便捷性。其支付成功率達到了 95% 左右。

使用者可以通過在銀行留下的聯繫方式、銀行卡號、手機校驗碼等資訊快速開通快捷支付服務。付款時輸入支付寶支付密碼。其便捷性更強，支付寶與保險公司承諾用戶資金安全。180 多家銀行與支付寶合作提供了快捷支付服務。

缺點：部分銀行出於多種目的考慮，限制了單日單次的支付額度，使得大額支付使用快捷支付不甚便利。

12. 餘額寶

餘額寶是支付寶推出的理財服務，但也能用於日常的購物、還信用卡等支付。在用於支付時，餘額寶的優勢在於額度較大、支付成功率非常高。而消費者可以把支付寶帳戶上購物餘額轉進餘額寶帳戶，支付寶公司自動幫忙購買天弘增利寶

貨幣基金，增加了資金流動的管道，故使用餘額寶還能獲得理財收益。餘額寶占支付寶支付的比例正在逐步升高。



圖 12 餘額寶資金運用流程

13. 專卡支付

支付寶支援全球（除美國華盛頓州）髮卡機構發行的 Visa/MasterCard/JCB 卡，只需在付款時登錄相應網銀，即可享受購物樂趣。

14. 儲值

支付寶卡是由支付寶發行的自有預付卡，卡內資金可以在所有支付寶支援的商家購買商品時使用，暫支援天貓商城及淘寶平臺。支付寶卡卡面值為：100、200，該卡需要在有效期內使用，有效期為 36 個月。逾期可進行付費延期，延期後可繼續使用。支付寶卡不記名，不掛失，發生退貨時，使用支付寶卡支付部分的資金退回卡帳戶，不予提現。

用戶可以透過“手機話費儲值卡（聯通一卡充、神州行卡）”來完成支付寶付款。這種付款方式無需使用銀行卡，但需要向儲值服務提供方（非支付寶）繳納手續費，標準為交易金額的 5%。

15. 付款

支付寶用戶也可以去身邊的便利店，郵局，藥店等支付寶合作網點完成付款。無需開通網上銀行，線下解決付款問題，刷卡現金均可。

包括“拉卡拉”等自助終端機、空中儲值店店主都能為支付寶訂單付款。合

作的網點覆蓋了北京、上海、廣州、深圳、杭州、成都等 25 個大中城市，總計 10 萬個網點。

16. 找人代付

支付寶支援“找人代付”功能，可選擇一位願意代付的支付寶用戶，就可通知代付人代為付款。

支付能力輸出：有別於單純為商戶提供第三方支付服務，支付寶也為合作方輸出支付能力。2014 年 01 月 07 日，新浪與支付寶全面打通微博與支付寶帳號，聯手推出微博支付，今後無論是微博平臺上的線上交易還是線下商家的日常消費均可用微博用戶端直接付款。

國際化業務：除了為中國國內使用者提供服務之外，支付寶還為全球商戶提供專業網上支付方案，業務範圍涵蓋實物海淘、國際航旅、退稅、留學交費等多種應用場景。

17. 海淘

用戶即使沒有外幣信用卡，也能輕鬆實現支付寶人民幣“海淘”購物付款。

截止 2014 年 3 月，iherb、windle、Forever21、aoso、wiggle、MYbay、雅虎日本、莎莎、韓國樂天、DHC 等 32 個國家和地區的上千家網站都支持支付寶購物付款，支援英鎊、美元、瑞士法郎、歐元、韓元等 15 種海外貨幣結算。

18. 紅包

2014 年春節，微信憑藉“微信紅包”轟炸了微信群聊和朋友圈，讓不少用戶綁定了銀行卡，騰訊由此借勢闖進了阿里巴巴更擅長的支付領域。

2015 年 1 月 26 日，支付寶錢包的“新春紅包”上線。用戶打開支付寶，即可在中間顯赫位置，看到該功能，發個人紅包、接龍紅包、群紅包、面對面紅包，或者討紅包。

2015 年 2 月 2 日晚間，支付寶錢包內當天新增的“支援將紅包分享到微信”的功能，被微信“攔腰截斷”。原本，這一功能可以讓用戶用支付寶錢包給自己的微信好友發紅包。

支付寶方面隨後證實，紅包分享介面開通 8 小時後，即被微信封殺。騰訊的這一行動曾被阿里巴巴董事會主席馬雲形容為“偷襲珍珠港”。支付寶方面直言，對“存在安全隱患”這一說辭感到不解，同時對此表示遺憾。

19. 國際航旅

當需要出國旅行時，支付寶也為用戶實現機票、酒店等境外旅遊產品的人民

幣購買服務。支付寶支持新加坡、阿聯酋、港龍、大韓、全日等 30 家國際航空公司官網機票購買，以及 UPTP、Agoda、HotelClub、亞洲假日等國際商旅平臺的機票、酒店預訂，為用戶提供全球機票、酒店的購買捷徑。

20. 退稅

2013 年 10 月，支付寶首次推出海外退稅服務，消費者出國購物可以使用支付寶辦理退稅，稅金最快 7 個工作日到賬支付寶，效率比傳統信用卡退稅方式提速 5 倍以上。這一服務已率先在韓國開通，預計 2014 年會逐漸推廣至新加坡、歐盟等地區。

目前支付寶海外購物退稅的國家機場有：德國杜塞爾多夫機場退稅、德國法蘭克福機場退稅、法國巴黎戴高樂機場退稅、韓國退稅(金浦機場、仁川機場)、荷蘭阿姆斯特丹史基浦機場退稅、西班牙馬德里機場退稅、義大利羅馬 FCO 機場退稅、英國倫敦希斯羅機場退稅攻略、義大利米蘭瑪律彭薩機場 T1 航站樓、瑞士蘇黎世機場退稅。

21. 海外轉運

針對一些海外商家尚未提供直郵中國的服務，支付寶與海外轉運服務部合作，推出一站式海外轉運服務。用戶海淘時可以使用支付寶“海外轉運”應用提供的轉運倉庫地址，作為收貨地址去購物。轉運倉庫收到商品後，用戶通過支付寶支付運費，就可以坐等商家送達，並且可隨時跟蹤物流資訊。

未來，支付寶會推出轉運擔保服務，使用者轉運商品沒有在指定時間內送達，可獲得理賠，進一步提供海外轉運的體驗。

22. 留學交費

支付寶與國外支付機構 Uni-pay、PeerTransfer 合作，開通支付寶交付留學費服務。用戶只要登陸 Uni-pay 或 PeerTransfer 就可使用支付寶交留學費。全球支援這一服務的海外大學包括有麻省理工、康奈爾、裡茲、杜倫大學、裡茲大學、曼徹斯特等 300 多家。

支付寶在創新支付方面為業內所稱道。除了 2003 年的擔保交易之外，更有快捷支付、條碼支付、聲波支付等首創的技術方案，其中多數已成為業內標準。

23. 擔保交易

2003 年，為解決網路交易時買賣雙方互不信任的問題，當時淘寶網財務部嘗試作為信用仲介建立擔保交易方式。

其交易流程為：1、消費者拍下網路商品，向賣家支付資金，此時這筆資金

被支付寶凍結。2、支付寶將支付結果通知賣家。3、賣家發貨，消費者收到貨物並確認支付；4、支付寶按消費者指令將資金打入賣家帳戶內；

擔保交易由淘寶網和支付寶配合完成。這一“中國特色”的交易與支付方式解決了網購時信任問題，並由此推動了中國電商行業進程。成為中國國內 C2C 行業的標準。

24. 淘寶理財

小微金融服務集團（籌）搭建的綜合開放式理財平臺，由小微集團理財事業部運作。

淘寶理財平臺搭建在淘寶網上，以服務普通線民群體的理財需求為宗旨。入駐淘寶理財的理財機構包括保險、基金、銀行等，提供包括基金產品、保險理財產品以及銀行理財等豐富多樣的理財品種。

消費者可以在淘寶理財上實現如淘寶購物般的理財選擇，從篩選理財產品、購買交易以及後續管理，均可在平臺上完成。同時，淘寶理財也秉承小微集團的開放性，引入如招財寶等別具特色的理財機構進入，在傳統理財產品之外，向互聯網線民提供定制化、特色化的理財產品。

25. 淘寶保險

小微金融服務集團（籌）搭建的綜合開放式保障平臺，由小微金服保險事業部運作。

淘寶保險平臺依託淘寶網搭建，以向互聯網線民傳遞風險保障和特色保障產品為宗旨，並實現全程互聯網化的保險購買、管理以及理賠流程。中國國內主流的保險公司均已入駐淘寶保險，在平臺上呈現的保險產品亦包含車險、健康險、壽險、意外險、旅行險等種類。

淘寶保險同時具備互聯網創新業務的保障需求與保險公司產品創新的紐帶。攜手保險公司推出運費險、險、春運險等等創新險種。此外，根據不同保障群體的特性，淘寶保險搭建了中國國內首個以服務小微企業員工、創業者群體為主的保障平臺—樂業保。通過向這一群體輸送定制化、低成本的商業保險，以改善他們缺少保障的狀況。

26. 透支消費

2014 年 12 月 16 日，阿里金融計畫推出信用支付服務：用戶使用支付寶付款不用再捆綁信用卡或儲蓄卡，能夠直接透支消費，額度最高 5000 元，38 天免息期。如果出現逾期，阿里金融會短信通知，然後語音催收，最後是人工催收直

至登出帳戶。

貸款資金全部由合作銀行提供，阿里巴巴旗下重慶商誠擔保公司提供全額擔保並承擔全部風險，支付手續費由商戶或客戶自行承擔，費用在 0.8%~1% 之間，信用支付擁有 38 天的免息期，逾期後實行基準利率 50% 的罰金。用戶得到信用支付額度後，只能在淘寶、天貓等阿里系購物網站消費，並非全網。

27. 機器人客服

2015 年 9 月，支付寶宣佈推出由螞蟻金服旗下的智慧服務技術部研發的智慧客服機器人，相較於傳統的機器人客服而言，智慧客服不僅能理解非常口語化的問題，能理解特殊的問題焦點，能根據上文資訊推斷使用者問題的真正涵義，甚至能明白某個用戶問題不夠完整，再反問用戶、要求使用者提供更多資訊。它還會自我學習，通過學習讓自己變得越來越聰明。

(四) 支付分類

1. 快捷支付

快捷支付是指支付機構與銀行合作直連，形成一個高效、安全、專用(消費)的支付方式。

在推出快捷支付之前，大部分網路支付借由網路銀行完成。但網路銀行存在支付成功率低、安全性低等固有問題。此外，除了大銀行之外，中國國內 1000 多家銀行中仍有大量城鎮銀行未提供網銀服務。

快捷支付解決了上述問題，支付成功率達到 95% 以上，高於網銀的 65% 左右；快捷支付用戶資金由支付寶及合作保險公司承保，若出現資損可獲得賠償。

2010 年 12 月，中國銀行與支付寶推出第一張信用卡快捷支付。截至到 2014 年 5 月，約有 180 多家銀行開通快捷支付服務。在支付寶推出該業務之後，財付通、銀聯等第三方支付機構都推出“快捷支付”。

2. 手機支付

2008 年開始支付寶開始介入手機支付業務，2009 年推出首個獨立移動支付用戶端，2013 年初更名為“支付寶錢包”，並於 2013 年 10 月成為與“支付寶”並行的獨立品牌；用戶下載安裝“支付寶錢包”，使用支付寶帳號登錄就能使用。

自 2013 年 Q2 開始，用戶數、支付筆數均超過 PayPal 成為全球最大平臺，這一優勢仍在不斷得到強化；從 2014 年 3 月份以來，每天支付寶的手機支付筆

數已經達到 2500 萬筆以上。

3. QR 碼支付

2010 年 10 月，支付寶推出中國首個二維碼支付技術，幫助電商從線上向線下延伸發展空間。使用方式：用戶在“支付寶錢包”內，點擊“掃一掃”，對準二維碼按照提示就能完成。

4. 條碼支付

2011 年 7 月 1 日，支付寶在廣州發佈條碼支付 (BarcodePay)，適合便利店等場合使用。這是中國國內第一個基於條碼的支付方案，尚無同類支付技術。使用時，用戶在“支付寶錢包”內點擊“付款碼”，收銀員使用條碼槍掃描該條碼，完成付款。

5. 聲波支付

2013 年 4 月 12 日，支付寶與合作方青島易觸聯合推出全球首個聲波售貨機。市面尚無同類支付技術商用。使用方式：用戶在支援聲波支付的售貨機等場景下，選擇商品，然後在“支付寶錢包”內點擊“當面付”。按照提示完成支付。

6. NFC 支付

2012 年 7 月 31 日，支付寶推出利用 NFC、LBS 等技術的新用戶端。隨後這一技術方案得到進一步改進。

2014 年 4 月 28 日，支付寶錢包 8.1 版支持 NFC 功能，用戶可以用於向北京公交一卡通進行儲值。

使用方式：將公交卡等放置在具有 NFC 的安卓手機後，即可查詢公交卡餘額以及儲值。值得注意的是，支付寶移動支付均為遠端線上支付方案，NFC 在當中的作用為“近場握手、遠程支付”。與統稱的 NFC 略有差異。

7. iptv 支付

2012 年 3 月 29 日，華數傳媒與支付寶推出互聯網電視支付，實現 3 秒支付。

使用方式：註冊為華數會員，並關注服務窗號。使用“支付寶錢包”掃描電視上的二維碼，完成支付。

8. 指紋支付

2014 年 7 月 16 日，移動支付平臺支付寶錢包宣佈試水指紋支付服務。支付寶錢包用戶在三星智慧手機 GALAXY S5 上已能使用這一服務。這是中國國內首次在智慧手機上開展的指紋支付嘗試，此舉不僅給用戶帶去更安全、更便捷的支付體驗，也意味著中國行動支付產業從數位密碼時代跨入生物識別時代。

三、支付寶之監管疑慮

(一)監管之爭

支付寶的正式監管機構是央行。2010年6月，央行正式對外公佈《非金融機構支付服務管理辦法》對中國第三方支付行業實施正式的監管。根據相關規定，非金融機構提供支付服務需要按規定取得《支付業務許可證》(業內又稱“支付牌照”)，成為支付機構，而2011年9月1日成為第三方支付機構獲得許可證的最後期限，逾期未取得的企业將不得繼續從事支付業務。

該法規之頒布距離支付寶上線已經6年之久，其確立了第三方支付業務的範圍，並設置了准入門檻，硬性條件是必須為金融結構或是電子商務公司提供資金資訊處理服務兩年以上，且公司持續獲利兩年，提升申請後，由中國銀行審核，合格的公司獲得第三方支付許可證，支付寶在2011年5月26日拿到了中國第一張支付牌照，同期還有財付通、快錢等27家公司獲得支付牌照。據悉，這張許可證全面覆蓋了互聯網支付、行動電話支付、銀行卡收單、預付卡發行與受等眾多支付業務類型。

中國的相關法規規定，第三方支付機構凍結的交易資金必須交給國有商業銀行託管，而其無權支配資金，比如支付寶用戶帳戶內的資金全額託管在中國工商銀行，無權支配資金不代表無法由此獲利，託管資金產生的利息歸支付寶公司所有，這也是支付寶重要的利潤來源，同時巨額託管資金使得支付寶成為了銀行的大客戶，與銀行洽談貸款時可以拿到非常優惠的利率，當然銀行也能夠從巨額的資金流動中獲利，支付寶帳戶間轉帳無需手續費，實際資金結算時涉及的就屬於銀行間帳戶轉帳，手續費由支付寶承擔。

由於在支付寶帳戶裡儲值是沒有利息收益的，絕大多數使用者都是需要付款時才從銀行轉帳，直到2013年6月餘額寶上線，這一隨時支取的線上貨幣基金以遠高於銀行存款利息的收益率，吸引了大量用戶把資金轉移到餘額寶，既能方便購物同時又能獲得收益。存款流失令銀行如臨大敵，由於這是消費者自願購買貨幣基金，操作上並不違規，中國央行並沒有發布法規打擊餘額寶，只表示會加強監管，平息銀行業的不滿情緒。同時多家銀行為與支付寶競爭，也在短時間內推出了線上金融產品，資金的流動性和收益率不輸餘額寶，第三方支付平臺和銀行的爭端也得以緩解，同時也推動了中國網路金融產業的快速發展。

(二)央行限額草案之爭

央行向多家第三方機構下發了《支付機構網路業務管理辦法》(以下簡稱《管理辦法》)徵求意見稿草案,其中有條款對第三方支付的轉帳、消費金額等進行限制。據瞭解,《管理辦法》草案第二十五條規定,個人支付帳戶轉帳單筆金額不得超過1000元,同一客戶所有支付帳戶轉帳年累計金額不得超過1萬元。個人支付帳戶單筆消費金額不得超過5000元,同一個人客戶所有支付帳戶消費月累計金額不得超過1萬元。超過限額的,應通過客戶的銀行帳戶辦理。

2014年3月18日,支付寶針對有使用者關心未來購買餘額寶等理財產品是否將受到限制的問題,在官方微博上表示:第一,徵求意見稿屬於草案,也就是說還處於草擬階段,並未正式頒佈,更沒有實施。每一個管理辦法的出臺會經歷很多版本的草案;第二,公司已經將相關的意見回饋給央行,並且正積極與央行進行溝通中;第三,既然並不是正式意見,因此對餘額寶的使用不會有任何限制。

2014年3月24日,中國工商銀行(下稱工行)結算與現金管理部處長王鈺在接受記者採訪時指出,根據銀監會《關於加強電子銀行資訊管理工作的通知》(86號文)的規定,由第三方機構完成安全認證的電子資金轉移與支付業務,應至少在首筆業務前由帳戶所在銀行通過物理網點、電子管道或其他有效方式直接驗證客戶身份,但支付機構以用戶體驗為由,不同意客戶開通快捷支付首筆業務時到銀行簽約的這種安排。因此,從這個意義上說,2011年開始長達3年,快捷支付一直處於「違法」狀態。

一位不願具名的業內人士表示,對於創新業務來說,如果總是用老的條款來約束,的確容易出現不合規的現象。但具體到快捷支付這一業務上來說,是否違規還應當銀監會、央行等監管部門說了算。

投資實務界人士指出³³,在快捷支付的介面方面,可能存在著競合關係。其實工行說要統一介面也無可厚非。但是其實可以預期的是,在利率市場化下,銀行競爭也開始激烈,可能將會有中小銀行跳出,主動找支付寶合作,對限額不做要求等,這也是利率市場化的一種思考和佈局。該人士指出,擺在大家眼前的是,如何尋找到效率和安全的平衡,太多的機構都打著安全的旗號,打擊對手和包裝自己。但在這個過程中,提升用戶安全意識,找到合理的競爭方式是關鍵。

³³北京京北投資管理公司總裁羅明雄針對「中國工商銀行指控支付寶的快捷支付3年來一直違反銀監會相關規定」一事作出點評,認為是否違規須監管機關認定,參考資料:工行稱快捷支付一直「違法」,2014年3月26日,京華時報。

四、支付寶現況與未來發展

2015 年支付寶移動端支付大力發展，導致 PC 端的用戶黏性/依賴性不斷下降，互聯網交易規模增速有所放緩，相較於 2014 年，支付寶 2015 年市場份額降至 47.5%，如下圖 3-4 所示。

2015年中国第三方互联网支付交易规模市场份额

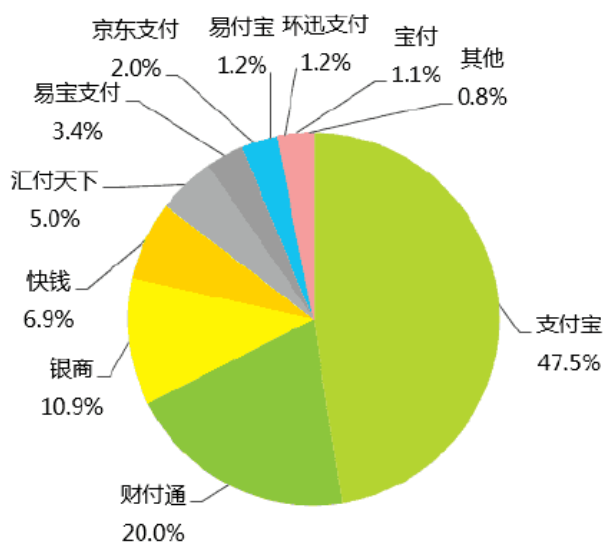


圖 13 中國第三方網路支付交易規模市場份額 資料來源：比達諮詢

2015 年中國第三方移動支付市場交易總規模達 9.31 萬億元，同比增長 57.3%。對於 2016 年的中國網際網路支付市場，其規模至少會超過 10 萬億元。

圖 3-5 顯示在 2015 年第三方移動支付交易規模市場份額中，支付寶以 72.9% 的份額居首，而微信以 17.4% 份額占據第二的位置，支付寶跟微信一起占據了移動支付 90% 以上的市場份額。

由此可見，移動支付的大市場在線下，而非互聯網。未來支付寶的移動支付戰略將逐漸將重點往線下轉移。

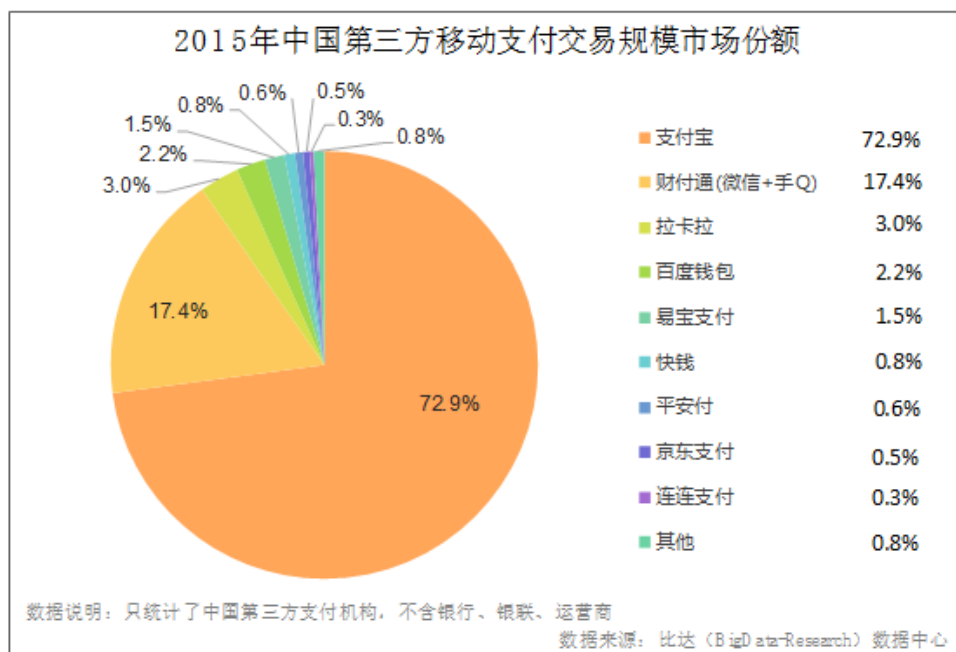


圖 14 中國第三方移動支付交易規模市場份額 資料來源：比達諮詢

支付寶由於其電商業務和金融業務的支撐，以及線下場景（支付寶錢包）的開拓，使其遙遙領先，可算是中國第三方支付平臺中目前發展最好的支付機構。作為中國最為成功的第三方支付平臺，支付寶所採取主要發展戰略如下³⁴：

1. 獨立性強，發揮信用仲介作用：

隨著中國網購業務的興起，買方和賣方的權益保護問題成為了人們關注的焦點。支付寶則將其發展定在此領域，把解決賣方和買方權益的問題作為自身未來發展的重點。支付寶是獨立于賣方和買方的第三方，不屬於任何一家的金融機構，只為賣家和買家提供服務。由於網購是在網路上進行，買賣雙方看不見摸不著，並且從賣家發貨到買家收貨有一定的時間差距，付款早了，如果商品品質不好買家的權益受損，如果付款晚了，買家延期付款，賣家的權益就受損。而支付寶就很好的解決了這個問題。買家在下單之後將款項付給支付寶，由支付寶暫為保管，當買家收到貨物驗收合格滿意之後，支付寶再將款項付給賣家。

2. 與金融機構合作，口碑良好：

透過近十年的發展，支付寶在行業內部樹立了良好的口碑，具有較好的社會責任感。同時，加快線上技術的研發，技術水準一直處於中國的領先地位，它得到了許多中國傳統金融機構的認可。中國銀行、建設銀行、農業銀行、工商銀行、

³⁴ 支付寶第三方支付平臺發展戰略分析，<http://www.wyzhifu.com/yjwendang/941.html>，2015年06月10日。

交通銀行這傳統的五大行均與支付寶建立起了較為深入的戰略合作關係。同時，新興起的銀行諸如中信銀行、興業銀行、浦發銀行等也紛紛選擇與支付寶進行合作。越來越多的金融機構合作夥伴，給支付寶也帶來了越來越多的客戶。支付寶在中國第三方支付中的領頭地位無法動搖。

3. 不斷創新發展，擴大業務領域：

支付寶在剛剛成立初期，僅僅是用作為淘寶交易的第三方支付機構，充當一個信用仲介，為買家和賣家的交易提供保障，解決他們之間的信用問題。隨著近幾年的發展，支付寶的功能已經不僅僅局限在充當為買賣雙方付款的信用仲介，餘額寶、手機充值、信用卡還帳、親密付、當面付、AA 付、交水電費等越來越多的業務，使得支付寶的市場份額不斷的擴大。

在支付寶眾多的業務領域中最為成功的可以算的上是餘額寶和支付寶紅包。餘額寶是最近幾年推出的新型理財產品，顧客將其暫時不用的閒置資金存入餘額寶中，每天可享受百分之四左右的年利率，比銀行一年期的定期利率還要高出一個百分點，餘額寶不但利率高，而且當顧客需要錢的時候通過餘額寶的現金轉出業務，兩個小時之內就可到賬，給人們帶來了極大的便捷。可以說餘額寶的存在對銀行的定期存款是個巨大的衝擊。除了餘額寶，在今年春節中火的一發不可收拾的支付寶紅包也是支付寶發展戰略中的又一大成功。據不完全統計，2015 年春節，中國有超過 2 億的人在使用支付寶紅包，拼手氣紅包、定額紅包成為人們拜年的主要方式，支付寶紅包的興起，使得很多沒有支付寶帳號的人為了發紅包和搶紅包紛紛註冊支付寶帳戶，不僅擴大了支付寶使用的人數，又給支付寶帶來了大量的流動現金流，利用這筆現金可以給支付寶帶來巨額的利潤。

4. 全部免費的定價策略：

支付寶所採取的定價策略是對顧客和消費者全部免費，不收取任何的手續費。全免費的定價策略是支付寶發展戰略中的又一個特色之處。該策略成功擴大了支付寶註冊用戶群、爭奪了較大的市場份額，高度的用戶點性和強大的客戶規模成為支付寶獨特的競爭力。以前，跨行的轉帳業務和跨地區的轉帳業務需要向銀行支付較大比例的轉帳手續費，大額的手續費用令人頭疼。自從有了支付寶，這一長期困擾人們的問題解決了。只要轉帳的雙方都開有支付寶帳戶，人們只需將款項打到對方的帳戶即可，收款方根據自身的需求再將收到的款項轉到相應的銀行卡中，這些過程不需要支付任何費用，同時通過電腦或者手機的操作就可以完成，免去了到銀行營業廳排隊辦理業務複雜的流程，既省錢又便捷。

縱觀支付寶這十年的發展，產業內的討論主要集中於營運模式和安全技術方面，法律法規的頒布多是市場出現亂象時才會加以規範，對於支付寶的發展尚未

形成過度阻礙。關於支付寶的未來發展，主要在於「橫向」及「縱向」拓展策略。橫向策略為提升淘寶網外商家線上支付的滲透率，且不斷打通滿足用戶各種需求的應用，包括消費、城市生活、金融理財和溝通交流等多個領域的真實生活場景，打造線上生活圈；縱向策略則是線上線下一體化，搶占線下 O2O 支付市場份額。當然，也需要平衡各方勢力，唯有餅做大了，大家才都能夠賺錢。

而阿里巴巴未來發展趨勢大致如下。

1.以「大、開放」建構網路生態系，創造規模經濟：

(1)移動電商：佈建各式移動重要入口，在移動電商服務領域多點出擊，並透過開放平台吸引合作夥伴加入，提升平台的整體價值

(2)基礎建設：以電商交易能耐為發展核心，運用互聯網技術將資源開放給外部合作夥伴，藉此接觸新客群、創造新獲利來源

(3)國際佈局：為中國大陸與全球的買賣雙方提供電商服務，掌握全球網路經濟中之關鍵資訊（金流、物流、資訊流）

2.海外拓展以華語地區為主力市場，美歐市場仍潛伏佈局中：
針對華語地區分別推出香港、台灣、東南亞版的淘寶海外站；其他海外地區則是依靠全球速賣通平台提供跨境電商服務。

第二節、歐付寶—歐付寶 (all Pay) 支付流程

壹、歐付寶的營運模式

一、註冊與認證：

首先，歐付寶大致可區分為個人會員與商務會員兩種，其中，商務會員係指在台灣合法登記之法人/團體/公司行號。個人可以利用facebook帳號或是另外設定一個帳號與密碼，再配合手機驗證註冊成為個人會員；而法人團體與公司行號主要是利用營業登記、統一編號與負責人的相關資料，配合手機驗證註冊為商務會員。

此外，如下表所示，中華民國金融監督管理委員會依據身分驗證機制與交易限制與管理將第三方支付帳戶區分為第0類、第1類、第2類與第3類。

表 5 中華民國金融監督管理委員會依據身分驗證機制與交易限制與管理將第三方支付帳戶區分表

| 帳戶類別 | 身分驗證機制 | 交易限制與管理 |
|------|---|--|
| 第0類 | 手機號碼、電子信箱或社群媒體帳號 | 每月代收代付上限1萬元，不得儲值 |
| 第1類 | 身分證、手機號碼及電子信箱或社群媒體帳號 | 每月代收代付上限3萬元、儲值上限1萬元 |
| 第2類 | 身分證、手機號碼及電子信箱或社群媒體帳號、金融支付工具 | 每月累計收款及付款金額，分別以30萬元為限 |
| 第3類 | 身分證、手機號碼及電子信箱或社群媒體帳號、金融支付工具、臨櫃審查或符合電子簽章法之憑證 | 每月累計代理收付實質交易款項的收款及付款金額，由電子支付機構與使用者約定 個人使用者每月累計電子支付帳戶間款項移轉，收款及付款每月上限分別為100萬元，非個人則為1000萬元 |

資料來源：中華民國金融監督管理委員會

本研究製表

歐付寶則是將會員級別與相關服務區分成如下表所示的個人一般、個人黃金、個人/商務白金、個人/商務鑽石與個人/商務鑽石+五種。在沒有收款需求的情形下，個人黃金會員的付款方式除了信用卡扣款外，還可由歐付寶支付帳戶的儲值金額扣款，因此，黃金會員的付款方式較為周全。

表 6 歐付寶之會員級別與相關服務區分表

| 會員級別 | 個人一般 | 個人黃金 | 個人/商務白金 | 個人/商務鑽石 | 個人/商務鑽石+ |
|------------------------------|-------|-------|---------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 使用額度 | | | | | |
| 付款上限 | 3萬元/月 | 3萬元/月 | 30萬元/月 | 信用卡： 50萬元/月 非信用卡： 無額度限制 | 信用卡： 50萬元起/月 非信用卡： 無額度限制 |
| 收款上限 | 無收款功能 | 無收款功能 | 30萬元/月 | 信用卡： 50萬元/月 非信用卡： 無額度限制 | 信用卡： 50萬元起/月 非信用卡： 無額度限制 |
| 儲值上限 | 無儲值功能 | 1萬元/月 | 5萬元/月 | 5萬元/月 | 5萬元/月 |
| 付款支援項目 | | | | | |
| 歐付寶帳戶 信用卡 銀行快付 海外支付 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| ATM web ATM | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 超商條/代碼 付款 超商取貨付款 | × | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 收款支援項目 | | | | | |
| 歐付寶帳戶 信用卡 銀行快付 海外支付 | × | × | ○ | ○ | ○ |
| ATM web ATM | × | × | ○ | ○ | ○ |
| 超商條/代碼 付款 超商取貨付款 | × | × | ○ | ○ | ○ |
| 信用卡 (一次付清) | × | × | ○ | ○ | ○ |

105 年度跨領域科技管理與智財運用國際人才培訓計畫（第3期/共4期）-海外培訓成果發表會
從中國的第三方支付系統觀察我國電子支付服務的發展與未來的挑戰

| 其他服務 | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|
| 帳戶提領 | × | × | ○ | ○ | ○ |
| 信用卡 收款額度商議 | × | × | × | × | ○ |
| 信用卡(分期) 信用卡3D驗 證銀聯卡收款 開通 | × | × | × | × | ○ |

資料來源：歐付寶官方網站

本研究製表

個人註冊時，是以個人一般帳戶註冊，之後再通過相關驗證提升會員級別。

表 7 歐付寶驗證提升會員級別之相關驗證程序整理表

| 驗證程序 | 個人一般 | 個人黃金 | 個人白金 | 個人鑽石 | 個人鑽石+ |
|-------------------|------|------|------|------|-------|
| 手機驗證 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| E-mail/ 社群帳號驗證 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 身分證警示帳戶驗證 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 身分證換補發驗證 | × | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 信用卡/銀行帳戶驗證 | × | × | ○ | ○ | ○ |
| 自然人憑證驗證/臨櫃 辦理 | × | × | × | ○ | × |

資料來源：歐付寶官方網站

本研究製表

二、系統特色：

(一)獨立的金流平台：

歐付寶並不是電商平台下的附屬支付系統，而是一個獨立的金流平台，因此，歐付寶實際上並沒有參與交易的過程，可以有效避免球員兼裁判的情形。但是也由於歐付寶實際上並沒有參與交易的過程，因此，對於商品內容的約定或保證與歐付寶無關，也就是說，歐付寶所僅承擔的履約保證，僅止於將交易款項於履約保證其經過後交付於賣家，至於商品的後續問題則仍須回歸到買賣雙方的契約協議與類型處理。

(二)詳細的會員分級：

不僅配合中華民國金融監督管理委員會對第三方支付帳戶區分進行分級，而且歐付寶的會員帳戶分級更為詳細，如此，不僅可以符合法規規範，更可使於會員的管理。

(三)多元的支付方式：

歐付寶提供歐付寶帳戶、信用卡、網路ATM、ATM櫃員機、超商條碼/代碼(Bar Code或Quick Response Code, QR Code)與財付通(海外金流)等多種支付方式。店家更可以透過掃碼便利付³⁵服務，設定專屬二維條碼貼紙，方便使用者直接透過掃描條碼的方式進行支付。另外，歐付寶所提供的一址付³⁶服務，更提供賣家直接產生專屬付款連結，以便張貼在部落格、facebook、line及e-mail等平台進行商品販售與收款的作業。此外，因應網路直播平台的興起，歐付寶還

³⁵ 資料來源：歐付寶網站 https://www.allpay.com.tw/mbpay/Quickpay_b，檢索日期：2016年9月4日。

³⁶ 同註27。

提供實況直播收款服務³⁷，網路直播主只要在直播平台的編輯版位資訊中貼上從歐付寶設定完成的收款連結，即可向收視者募集贊助金。

(四)停車費繳納服務：。

截至2016年9月1日止，歐付寶會員也可以利用歐付寶行動APP，透過掃描停車繳費通知單上的條碼繳納基隆、台北、新北、竹北、台中與高雄的停車費。

(五)交易安全與保障：

對於帳戶安全，歐付寶共有兩組密碼，一組是登錄帳號時的登入密碼，另一組是支付款項前需輸入的支付密碼。使用者輸入電子支付帳戶之帳號、密碼或憑證...等識別身分認證資訊連續錯誤達五次時，會自動停止使用者使用本服務。而且使用者如擬恢復使用，需聯繫歐付寶客服中心辦理相關手續。

此外，使用者間如對交易發生任何爭議，經任一方請求暫停撥付款項時，歐付寶會留存該款項，待確認雙方對於款項達成合意時，始將款項無息撥付至收款使用者之電子支付帳戶或退回至付款使用者之電子支付帳戶。

三、支付與收款方式：

歐付寶同時提供歐付寶帳戶、信用卡、網路ATM、ATM櫃員機、超商條碼/代碼(Bar Code或Quick Response Code, QR Code)與財付通等多種支付與收款方式。

貳、現況與未來發展

歐付寶是自2015年2月4日電子支付機構管理條例公布，並於同年5月3日正式實施後，第一家送件申請而且於同年8月初第一家取得電子支付機構之營業許可函的專營電子支付機構。

然而，礙於電子支付機構管理條例規定買賣雙方必須是同一家電子支付機構的會員，以及儲值需用現金，無法刷卡或從銀行轉到虛擬帳號³⁸。導致歐付寶行動支付APP雖已經上線運作，但是，至2016年9月1日止，歐付寶仍僅開放綁定信用卡的支付功能，尚未開放歐付寶帳號的儲值與支付功能，使得歐付寶的推廣與使用受到限制。

此外，電子支付機構管理條例中對於會員需實名註冊的規定，不僅有違一般線上匿名交易的習慣，也與線下使用現金或儲值卡等無須實名交易的方式背道而馳，大大降低了個人與商家加入歐付寶的意願。

³⁷ 資料來源：歐付寶網站 <https://www.allpay.com.tw/Broadcaster/BroadcasterIndex#secs>，檢索日期：2016年9月4日。

³⁸ 電子支付元年，沒有一家業者敢開業？

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20160104000010-260412>，檢索日期：2016年9月4日。

由中國第三方支付機構的發展情形可知，愈早進入市場的第三方支付機構愈有利，因此，除了現有的法規鬆綁與修法外，歐付寶不僅積極爭取合作商家以有效擴大歐付寶的適用範圍，更提出多項例如：折抵消費金額、買一送一甚至是第一筆消費免費(上限 100)的活動，吸引個人消費者加入歐付寶會員，擴大歐付寶的市佔率與利基。

第三節、小米第三方支付的支付流程

壹、小米支付的開卡流程

目前小米手機可以添加 8 張借記卡或者信用卡和一個公交卡，並且只需要一台小米 5，對接上有銀聯“雲閃付”的 POS 機，即使不需要網路連接，只要手機開機就可以完成支付³⁹。

一、開卡流程介紹

（六）綁定銀行卡

為了方便用戶直接綁卡，小米支付提供了多種綁卡方式。用戶只需要打開 MIUI8 中的小米錢包 App，點選銀行卡，選擇開通小米支付後輸入銀行卡資訊並進行短信驗證，就開卡成功了。⁴⁰



圖 15 為小米支付綁定銀行卡流程示意圖

（七）開通公交卡

與綁定銀行卡一樣，開通公交卡也十分便捷。用戶只需要打開 MIUI8 中的小米錢包 App，點選立即開通，選擇所需要開通的城市，充值，就開卡成功了。

³⁹ 小米支付上线，又是一场和移动支付的大战，<http://it.sohu.com/20160901/n467233515.shtml> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

⁴⁰ 小米支付 (Mi Pay) 开通使用教程，<http://www.cww.net.cn/news/html/2016/9/1/2016911540321166.htm> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。



圖 16 為小米支付開通公交卡流程示意圖

二、刷卡流程

息屏或鎖屏狀態下，按兩下 Home 鍵呼出小米支付，選擇需要使用的銀行卡，根據提示驗證指紋之後，將手機靠近銀聯帶有“銀聯雲閃付”（QuickPass）標識的 POS 機，手機自動彈出銀行卡卡片資訊，驗證指紋後，手機刷卡狀態被啟動，手機就可以當作銀行卡來使用了。（注：MIUI 系統 6.8.22 開發版及以後版本支援按兩下 Home 鍵喚起小米支付）除了傳統的手動輸入卡號，攝像頭識別銀行卡號，還支援直接讀取晶片卡卡號。

三、合作銀行

小米支付已經與 20 家銀行進行了合作。支持貸記卡(信用卡)和借記卡(普通儲蓄卡)的銀行：建設銀行、交通銀行、招商銀行、浦發銀行、廣發銀行、光大銀行、平安銀行、民生銀行、興業銀行、上海銀行。僅支持貸記卡(信用卡)的銀行：華夏銀行、北京銀行、江蘇銀行、南京銀行、徽商銀行、東亞銀行、順德農商行、蘭州銀行。9 月底將會支援中國銀行與中國工商銀行，今後將陸續增加銀行支援與合作銀行⁴¹。

⁴¹小米支付怎麼使用？小米支付最詳細官方使用教程，
http://www.zhicheng.com/n/20160905/91377_2.html（最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日）。



圖 17 為與小米支付合作之銀行

四、系統特色

目前小米手機支付只有小米 5，和 Apple Pay 一樣，都是通過手機內置的 NFC 晶片記錄銀行卡的關鍵資訊，形成一張只存在於 NFC 晶片上的虛擬銀行卡。綁定了銀行卡的小米支付用戶，可以直接使用手機通過非接觸式 POS 機完成支付。

小米支付添加銀行卡成功後，標識有銀聯“雲閃付”的 POS 機均可以使用。已經支持的線下店有：小米之家、711 便利店、星巴克咖啡、肯德基、麥當勞等。

五、系統比較⁴²

(一)小米支付實際體驗如何？

日常，我們使用支付寶或者微信付帳，至少需要：點亮手機——解鎖——進入應用——點付款——輸入密碼(或者指紋)——確認付費。小米支付則會簡化許多：手機碰一下刷卡器——輸入密碼(或指紋)即可。這樣的方式最直觀深刻的感受便是速度很快，很便捷。

具體的付款流程如下：

1. 將小米手機背面靠近 POS 機感應區;或鎖屏下方按兩下小米手機實體 Home 鍵;
2. 點擊選擇一張希望使用的銀行卡;
3. 驗證指紋或數位密碼後，介面顯示為可刷卡狀態，將小米手機背面靠近 POS 機感應區;
4. 手機顯示刷卡成功，POS 機成功識別到支付資訊後，在 POS 機的密碼鍵盤上輸入銀行卡交易密碼完成交易。

(二)小米支付是否需要密碼、簽名？

手機顯示刷卡成功，POS 機成功識別到支付資訊後，在 POS 機的密碼鍵盤上輸入銀行卡交易密碼完成交易。(是否需要輸入密碼、以及是否需要簽名，取決於銀行的刷卡設置和商戶的 POS 機受理情況)

(三)使用小米支付需要網路連接嗎？

不需要有網路連接，只要手機有電就可以完成支付。

(四)小米支付對用戶是否會收取手續費？

不會，小米支付本身不收取任何費用。

(五)小米支付是否有積分之類的麼？

小米支付本身並沒有積分體系。但使用小米支付付款時，用戶仍能享受信用卡或者借記卡提供的獎勵、權益和安全性。

(六)手機套會影響小米支付的體驗嗎？

目測手機或手錶距離刷卡機 2-3 釐米內都有效，常規的塑膠或皮質手機套不會影響。

(七)小米支付安全嗎？

世界上沒有百分之一百的安全，但針對目前能想到的問題，小米支付已經做

⁴² *Id.*

好了相關的安全措施。為了提高安全性，小米支付將使用銀聯下發的“虛擬卡”(擁有全新的卡號的“新銀行卡”)進行交易，所以使用者會發現，POS 機列印的簽購單上的銀行卡號後四位和綁定在小米支付的實體卡號後四位元不同。

(八)手機丟了會被盜嗎?

如果設備丟失或者被盜了，用戶可以通過小米支付官方網站關閉小米支付功能(mipay.com)。同時建議用戶聯繫髮卡行對銀行卡進行掛失處理。

(九)小米支付與其他廠商支付服務有何不同?

小米支付不僅能支持銀行卡刷卡，還可以開通公交卡，是全球首家同時支援銀行卡與公交卡的手機廠商，也是繼蘋果、三星後，首家與中國銀聯達成合作的國產手機廠商。

相較於支付寶與微信等支付操作，小米支付更具有保密性，因為小米支付對於使用者的付款資訊一概不知。也就是說，小米支付不知道你買了什麼，不知道你花了多少錢，不知道你是誰。由此可見小米支付對於用戶安全與隱私的重視與保護。

六、現況與未來發展

今年第一季，中國移動支付交易規模達 5.97 萬億元人民幣，支付寶、微信支付向商戶收取的支付費率約為 0.6%-2%，如果手機廠商按保守估計的 0.1%的費率分成計算，一季度的營收水準應在 59.7 億人民幣，全年可能超過 240 億。廣闊的“錢景”和前景，吸引了眾多有實力廠商的關注，小米自然要趕上這股浪潮。

不過對於現在的小米使用者來說，在終端上依舊有一定限制，只能允許搭載 MIUI 8 的小米 5 用戶才能優先體驗，而小米主打的“國民手機”的紅米系列並未涉及這項服務。同時，從市場的整體來看，手機支付的市場遠遠趕不上支付寶和微信支付的市場使用率；商戶端和用戶端也沒有形成手機支付的習慣。

雖然小米支付和三星、蘋果一樣選擇了和銀聯的閃付平臺合作，減少了改造 POS 機的困難。但是有資料顯示，銀聯截至去年底支持非接觸支付的 POS 終端的數量仍然只有 700 萬台左右，僅占 POS 機總數的 30% 左右。

資料也顯示，在 2015 年 3 季度，銀聯在移動支付中的市場份額是 0.49%，而到了 2016 年一季度，這一份額僅提升到 0.69%，而支付寶在協力廠商移動支付市場的市場份額高達 63.41%。可見，在短時間內，手機支付和已經線上下建立起了強管道優勢的支付寶、微信支付相比，存在著很大的差距。如果小米想打造小米支付的版圖，註定要花費大把的時間和大筆的價格優惠才能培養用戶的使用習慣。

支付寶和微信支付培養起的用戶支付習慣可以看出，只有在不同場景反復使

用，甚至是高頻的使用率，才能幫助用戶建立起下意識使用的“自覺性”。在媒體訓練營記者看來，小米公交有助於小米培養用戶習慣，通過地鐵、公車這種普遍的、小額的使用方式，建立使用小米支付的“下意識習慣”。

不過，在發佈會現場，一位業內人士和媒體訓練營記者閒談時說：“刷公交卡價值比較小，畢竟公交費用的額度都很小，沒有收取手續費的可能性。單純的公交費用，也不能瞭解用戶的消費能力和習慣，這也就不能幫助小米方面瞭解用戶的理財需求，無法進行後續的跟蹤”。

除此之外，手機支付的商戶端與用戶端也要經歷一段時間的磨合。比如大量的蘋果用戶在使用 Apple Pay 時，會遇見商店沒有安裝能支持的 POS 機，或者店員不知道 Apple Pay 為何物，甚至一些商店即使能夠使用 Apple Pay，也因為手機廠商與銀聯的補貼比不上微信、支付寶，讓不少用戶和商家都“刻意回避”使用 Apple Pay。想必這些問題也會成為小米支付的難題⁴³。

⁴³中國電子商務研究中心，為什麼說小米支付前路艱難？

<http://b2b.toocle.com/detail--6355362.html> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

第四節、百度錢包第三方支付的支付流程

壹、百度錢包簡介

百度錢包是百度公司的支付業務品牌及產品名稱。4月15日下午，百度正式發佈“百度錢包”移動支付品牌，旨在全面進軍移動支付。百度錢包是繼支付寶、微信支付之後的又一移動支付工具。百度錢包打造“隨身隨付”的“有優惠的錢包”，它將百度旗下的豐富產品及海量商戶與廣大用戶直接“連接”，提供超級轉帳、付款、繳費、充值等支付服務，並全面打通 O2O 生活消費領域。同時提供“百度金融中心”業務，包括提供行業領先的個人理財、消費金融等多樣化創新金融服務，讓使用者在移動時代輕鬆享受一站式的支付生活。

一、推廣計畫：

2015年11月，百度錢包開啟“常年返現計畫”，打造一個能返現金的錢包，常年立返現金1%起，最高免單，資金即時返還至用戶百度錢包帳戶餘額，可提現，可消費，永不過期，將權益真正回饋用戶。

2015年12月百度錢包支付業務及團隊轉入金融服務事業群。

二、因應政府政策實行相關作法

2016年7月1日，央行發佈的《非銀行支付機構網路支付業務管理辦法》開始執行，支付寶、百度錢包、微信支付均已響應央行新規，在這最後的一個月內緊鑼密鼓地展開實名認證工作。而在移動互聯網的複雜環境下，實名認證後的帳號安全仍然是用戶最為關心的問題，如何保證自身帳戶、財產安全，從而避免損失？針對最新的網路支付環境和問題，百度錢包也面向用戶給出了保護帳戶安全的提醒和建議。

帳戶盜刷兩大元兇：資訊洩露、遭遇撞庫“盜刷”是支付帳戶面臨的風險之一，一般來說，造成帳戶被盜刷的原因，主要有使用者個人資訊洩露或遭遇撞庫問題。

專業人士指出，使用者點擊不明連結、掃描不明二維碼、回復不明短信、使用公共WIFI等行為，都有可能命中欺詐分子種入的各種木馬病毒，進而造成手機被不法分子“接管”、使用者個人資訊洩露。

此外，也有部分使用者為了記憶方便，在各種網站上設置的用戶名、密碼（登錄密碼、支付密碼）相同，當欺詐分子獲取了某一平臺的使用者資訊後，會通過“撞庫”等技術手段不斷嘗試破解其它平臺資訊，一旦破解成功，盜刷將會變得“輕而易舉”，進而威脅用戶的帳戶、資金安全。

發生盜刷別慌神 第一時間求助客服和警方

面對支付帳戶被盜刷的風險，用戶要如何應對呢？以百度錢包為例，如果用戶的百度錢包帳戶被盜刷，建議按以下三個解決步驟進行處理：

第一步，第一時間致電被盜銀行卡的銀行與百度錢包官方客服（百度錢包 7*24 小時客服熱線：1010-0066），盡可能陳述被盜前後發生的異常，要求客服凍結帳戶或銀行卡，防止進一步產生損失。

第二步，向警方報案，請公安機關備案並介入調查。對於百度錢包等移動支付平臺來說，打擊不法分子是支付公司與銀行的責任，支付公司會努力提高技術水準不給不法分子留下可乘之機，並與用戶共同努力建造一個安全的網路環境。

第三步，當百度錢包官方客服或銀行給予答覆，可以申請賠付時，用戶應儘量積極配合提交各種相關資料，這樣有助於縮短賠付流程。

百度錢包賠付流程：先審核後賠付

據瞭解，百度錢包在接到投訴電話後將對使用者投訴進行審核，首先初步分析用戶案件性質，並核實被盜時情況；進行風險定性，若確認風險，則在 1 個工作日內下發郵件，通知用戶可以進行賠付並準備身份證、銀行卡影本等相關資料；最後使用者將資料收集齊全並郵寄，百度錢包收到後提交賠付流程，預計將在 7-15 個工作日內賠付到賬。

百度錢包將在接到用戶投訴之日起 1-3 個工作日會回電瞭解用戶案件詳情。若使用者情況比較特殊又比較著急，也可留下聯繫方式，百度錢包客服人員會及時聯繫處理。

實名認證、資訊保密 百度錢包支招支付安全

除了以上處理帳戶盜刷的辦法，及時進行實名認證也是保障帳戶安全的方法之一。據瞭解，7 月 1 日前沒完成百度錢包實名認證的用戶，將不能繼續使用部分功能，也會影響賠付效率。在百度錢包上進行實名認證十分簡單：進入百度錢包應用首頁進行登錄，點擊左上角“我的頭像”；進入個人中心，點擊“實名認證”，填寫姓名、身份證號資訊，驗證手機號、設置支付密碼；上傳身份證正反面照片，確認通過審核，即可完成認證。

與此同時，百度錢包也為用戶的支付安全支招：對於不明短信、電話做到不聽不信，儘量從平臺官方網站瞭解所需資訊；註冊不同平臺網站時使用不同的用戶名及密碼，減少前面所說的“撞庫”風險；身份證號、銀行卡號等敏感個人資訊儘量保密；手機驗證碼、語音驗證碼等一定不要洩露給他人。

貳、百度錢包的支付流程

一、支付方式：

百度錢包支付方式有網上支付、手機支付、快捷支付、帳戶餘額支付。

（一）以網上支付為例

1. 登陸百度錢包：www.baifubao.com，選擇交易種類進入支付頁面：



圖 18 為百度錢包網上支付之交易種類選擇畫面示意圖
2.選擇網銀 -> 銀行後，點擊“確認支付”



圖 19 為百度錢包上網支付之選擇網銀的示意圖

3.登陸銀行頁面，完成付款即可。

(二)收款流程：

1.如果收款方已經是百度錢包用戶，無需操作默認收款到收款方的百度錢包帳戶餘額。



圖 20 為百度錢包收款流程且為百度錢包用戶示意圖

2.如果收款方非百度錢包用戶，對方可以使用手機或電腦完成收款，流程如下：

(1) 手機端：

a.進入轉帳 WAP 頁面右上角的“我要收錢”，用戶使用該手機號註冊/登陸後，即可看到待收款的交易記錄清單。



圖 21 為百度錢包手機端且非百度錢包用戶示意圖之一



圖 22 為百度錢包手機端且非百度錢包用戶示意圖之二

(2) 電腦收款流程：

a. 無百度帳號的用戶，請使用手機號和短信提醒下發的臨時密碼，登陸 qianbao.baidu.com→查詢“交易明細”→點擊“收款”完成。



圖 23 為百度錢包電腦端且非百度錢包用戶示意圖

第五節、小結

綜觀支付寶這十年的發展，產業內的討論主要集中於營運模式和安全技術方面，法律法規的頒布多是市場出現亂象時才會加以規範，對於支付寶的發展尚未形成過度阻礙。關於支付寶的未來發展，主要在於「橫向」及「縱向」拓展策略。橫向策略為提升淘寶網外商家線上支付的滲透率，且不斷打通滿足用戶各種需求的應用，包括消費、城市生活、金融理財和溝通交流等多個領域的真實生活場景，打造線上生活圈；縱向策略則是線上線下一體化，搶占線下 O2O 支付市場份額。當然，也需要平衡各方勢力，唯有餅做大了，大家才都能夠賺錢。

至於台灣電商可借鏡之處，例如對於阿里巴巴在海外的主力市場，台灣業者可藉淘寶平台及服務網絡銷貨至當地；針對阿里巴巴著力尚不深的市場則可考慮採取其他管道（如自行佈建或尋找當地合作夥伴） 阿里巴巴在網路經濟之布局不僅在電商領域，範疇亦擴張至媒體、社群、視頻、旅遊、金融等眾多線上服務，台灣必須有所警覺，思考整合性作戰。

然而率先取得我國第三方支付的許可的歐付寶，目前卻僅提供相當於中國支付寶的第三方支付服務，而沒有提供如餘額寶與招財寶等多樣化的線上金融交易模式，但是，歐付寶倒也發展出如一址付與實況直播收款...等，以適應台灣市場與網路環境的特色化服務。惟，礙於台灣電子支付機構管理辦法對於使用者實名制要求，使得歐付寶時至今日，仍僅能利用綁定信用卡進行支付，無法進行儲值支付服務，導致歐付寶的第三方支付業務難以推行與普及。

其中，在中國的第三方支付市場中，除了支付寶外，更有小米支付及百度錢包緊追在後，台灣或許可從小米支付及百度錢包如何與支付寶形成差異，或者如何讓消費者願意選擇使用小米支付及百度錢包而非支付寶之策略，進而令台灣的第三方支付業者可以思考怎樣的第三方支付模式是較具有國際競爭力的。從小米支付來看，小米公交通過地鐵、公車這種普遍的、小額的使用方式，使小米支付的用戶使用頻率增加且培養用戶習慣，進而變成用戶不可或缺的支付工具，而創造出使用的情境，也就是增加黏著度，以搶奪行動支付的市場大餅。但不可否認的，愈是使用頻率高的交易活動，其交易的金額都不會太大，像刷公交卡，在收取手續費上的可能性就變的小。單純的公交費用，也不能瞭解用戶的消費能力和習慣。此外，業者間的整合期也要一段時間，比如蘋果的 Apple Pay，硬體的支援是否足夠，小米支付目前在終端上只能允許搭載 MIUI 8 的小米 5 用戶才能優先體驗，以及資源上的補貼都是用戶和商家會特別考慮的，這些問題也會成為小米支付的難題。

而百度錢包則是由全球最大的中文搜索引擎百度公司所創辦，是中國領先的

線上支付應用和服務平臺。北京百付寶科技有限公司即為百度公司旗下服務平臺。百付寶提供卓越的網上支付和清算服務，為使用者提供了線上充值、交易管理、線上支付、提現、帳戶提醒等豐富的功能，特有的雙重密碼設置和安全中心的即時監控功能更是給百付寶帳戶安全提供了雙重保障。在電子支付領域，百付寶憑藉創新而務實的風格、領先的技術、敏銳的市場預見力、對消費者和商家雙重負責的企業形象，迅速贏得銀行等合作夥伴的高度認同。截至目前已與中國工商銀行、招商銀行、中國農業銀行、中國建設銀行、中國銀聯等建立了戰略合作夥伴關係。

第四章 案例比較

第一節、中國與台灣第三方支付法規的比較

壹、儲值上限規範之合理性

一、立法理由

請參閱下表所示，下表為立法者對於電子票證發行機構及電子支付機構設定儲值金額上限之理由：

表 8 電子票證發行機構及電子支付機構設定儲值金額上限之理由

| | 電子票證發行管理條例 | 電子支付機構管理條例草案 |
|----------|--|---|
| 儲值金額上限規範 | 第 13 條第 1 項本條例所定電子票證之 儲存金額 ，不得超過新臺幣一萬元。 | 第 15 條第 1 項專營之電子支付機構收受每一使用者之新臺幣及外幣儲值款項，其 餘額合計 不得超過等值新臺幣三萬元。第 15 條第 2 項專營之電子支付機構辦理每一使用者之新臺幣及外幣電子支付帳戶間款項移轉，每筆不得超過等值新臺幣三萬元。 |
| 立法理由 | 電子票證 通常使用於小額消費 ，第一項規定電子票證之儲存金額不得超過新臺幣壹萬元。 | 鑒於專營之電子支付機構業務定位屬「 小額零售支付及資金移轉 」性質，並避免過多資金存放於專營之電子支付機構，爰衡酌實際業務需求，分別於第一項及第二項規定收受儲值款項限額及電子支付帳戶間款項移轉限額。 |

由表可以知道，立法者之所以要設定儲存金額上限的理由，主要是因為電子票證與電子支付都是運用於「小額消費」，因此業者不需要收受過多的資金。但是在頻繁的網路交易之下，表的金額上限似乎太低，因此，在這部分或許可以參考目前中國大陸目前最普及的「支付寶」的「分級管理」作法：依不同銀行、區分不同條件，設定不同的儲值上限，請參閱下表所示，例如：當使用儲值卡辦理儲值時，以中國工商銀行為例，若辦理電子銀行口令卡，但未開通短信認證者，則單筆儲值限額是人民幣 500 元，每日儲值限額則是人民幣 1000 元；若有辦理電子銀行口令卡，且開通短信認證者，則單筆儲值限額是人民幣 2000 元，每日儲值限額則是人民幣 5000 元⁴⁴。從支付寶的作法既可兼顧主管機關管制的合理性，也可兼顧使用者使用第三方支付的方便性，否則使用者光是想到要頻繁地辦理儲值就會覺得第三方支付很不方便了，也就會降低大眾使用第三方支付的意願，

⁴⁴ 支付寶帳戶充值的金額限額請參：https://cshall.alipay.com/lab/help_detail.htm?help_id=211546 (最後瀏覽日為 2016 年 09 月 04 日)

進而會影響到第三方支付在台灣的發展。

表 9 支付寶使用中國工商銀行網銀單次、單日儲值之限額表

| 卡種 | 充值、支付 | 賣家是否有開通信用卡支付 | 開通網銀類型 | 是否需要開通短信認證 | 限額(人民幣) |
|-----|-------|--------------|---------|------------|-----------------------|
| 信用卡 | 支付 | 開通信用卡支付 | 電子銀行口令卡 | 無需開通短信認證 | 單筆 500 元、單日 1000 元 |
| 信用卡 | 支付 | 開通信用卡支付 | 電子銀行口令卡 | 需開通短信認證 | 單筆 2000 元、單日 5000 元 |
| 信用卡 | 支付 | 開通信用卡支付 | U 盾 | - | 信用卡本身透支額度 |
| 信用卡 | 支付 | 未開通信用卡支付 | 電子銀行口令卡 | 無需開通短信認證 | 單筆 500 元、單日 1000 元 |
| 信用卡 | 支付 | 未開通信用卡支付 | 電子銀行口令卡 | 需開通短信認證 | 單筆 1000 元、單日 5000 元 |
| 信用卡 | 支付 | 未開通信用卡支付 | 辦理 U 盾 | - | 單筆 1000 元、單日信用卡本身透支額度 |
| 儲蓄卡 | 充值、支付 | - | 電子銀行口令卡 | 無需開通短信認證 | 單筆 500 元、單日 1000 元 |
| 儲蓄卡 | 充值、支付 | - | 電子銀行口令卡 | 需開通短信認證 | 單筆 2000 元、單日 5000 元 |
| 儲蓄卡 | 充值、支付 | - | 辦理 U 盾 | - | 單筆 100 萬元、單日 100 萬元 |

再者，設定儲值上限的基本邏輯是當交易風險較高的，應該設定較低的儲值金額上限；而交易風險較低的，則可以允許有較高的儲值上限，這樣的話，才會相對合理。

貳、實收資本額之高門檻

第三方支付專法對想要經營電子支付機構業務之業者一個高門檻—最低實收資本額 5 億元！

專法第 7 條第 1 項本文規定：「電子支付機構之最低實收資本額為新臺幣五億元。」

就上述規定，專法草案的說明中提到：「電子支付機構經營業務，無論係向社會大眾收受或保管儲值款項、移轉支付款項等，均涉及大量金流事項處理，必

須具備專業之業務經營能力、健全之財務狀況、完善之資訊安全管理及妥適之風險控管措施等，始能維持業務之穩定與安全運作，並維護社會大眾權益，故應具有一定之資力。」

然而，5億元資本額門檻之限制是否合理，基本上有二個方向可以思考：

一、「實收資本額」是否可確保「維持業務之穩定與安全運作，並維護社會大眾權益」？

其實，前述立法說明應是源於對實收資本額及資本維持原則之誤解，因公司之實收資本額並無法保障公司未來的財務狀況，也就是說無法達到風險管控、資訊管理的目的，更不用說能確保公司具有專業經營能力、可穩健提供服務，甚至保護大眾。具體而言，一家公司之實收資本額多寡，主要僅是作為代表其成立時實收資本之高低，登記之「5億元實收資本額」並不等於公司之後實際能夠擁有之資本或財產。而此部分，可以以96年爆發之力霸集團掏空案為例，當時中華商銀股份有限公司（下稱「中華商銀」）之實收資本額高達150.86億元，但仍遭王又曾以旗下其他企業之名義向中華商銀貸款，並迅速將資金匯出，可知實收資本額並非是可以用來保障債權人權益之有效方法。

但是能真的達到使電子支付機構業者履約、保障消費者目的者，通常會是儲值款項之交付信託、專款專用、金融機構之履約保證。舉例來說，若電子支付機構業者將消費者儲值之款項，存放於其在銀行開立之信託專戶，專供履行其提供服務予消費者義務之用，除此目的外，電子支付機構業者不能隨意動用該信託帳戶內之款項；如此一來，當收受消費者儲值款項之電子支付機構業者，因經營不善而倒閉、負責人跑路時，消費者至少還可以向上述銀行請求返還使用者已儲值但尚未消費之款項，而不用擔心無法得到償還。

二、「5億元」之要求是否會太高？

資本額高低之要求通常反映立法者對一個行業之管制密度，也就是說，該行業對公眾利益影響越大的，就會建議設定越高之門檻；反之，則應設定較低之資本額門檻，甚至是無限制資本額。其中，以向公眾收取大量存款之銀行業者而言，若該銀行是屬地區性中小企業銀行，主管機關目前設定之實收資本額門檻為5000萬至4億5千萬元不等⁴⁵，而如果是屬於外國銀行之在台分行，其所要求之最低營業所用資金也不過就是2億5千萬元⁴⁶；相較之下，第三方支付專法竟然要求每戶最多只能收受5萬元儲值款項之電子支付機構業者，最少居然應該要有實收資本額5億元，很明顯有輕重失衡之嫌（詳參下列比較表）。而且如此的高標準將可能會抑制未來台灣第三方支付之蓬勃發展。

⁴⁵ 參民國82年4月15日財政部台財證(一)字第00790號：「銀行法、保險法及證券交易法等所稱之公司為依公司法組織之股份有限公司。」

⁴⁶ 外國銀行分行及代表人辦事處設立及管理辦法第3條第1項及第2項規定

表 10 國內銀行、國外銀行、電子票證發行機構與電子支付機構之法定實收資本額 / 營業所用資金比較表

| 業別 | 實收資本額 / 營業所用資金 (新台幣) |
|-----------|----------------------|
| 台北區中小企業銀行 | 4 億元 / 4 億 5 千萬元 |
| 高雄區中小企業銀行 | 3 億元 / 3 億 5 千萬元 |
| 台中區中小企業銀行 | 2 億 5 千萬元 / 3 億元 |
| 新竹區中小企業銀行 | 1 億 5 千萬元 / 2 億元 |
| 台南區中小企業銀行 | 1 億 5 千萬元 / 2 億元 |
| 台東區中小企業銀行 | 5 千萬元 / 1 億元 |
| 花蓮區中小企業銀行 | 5 千萬元 / 1 億元 |
| 外國銀行在台分行 | 2 億元 / 2 億 5 千萬元 |
| 電子票證發行機構 | 3 億元 |
| 電子支付機構 | 5 億元 |

參、未經許可經營電子支付機構業務之刑責合理性

將一樣都受「金管會」規管且都可以從一般民眾收受一定金額之銀行、電子票證發行機構與電子支付機構來比較分析，且進一步探討未經金管會許可經營電子支付機構業務之刑責合理性。

一、銀行業

根據銀行法規定，銀行得經營收受存款業務⁴⁷，且未規定銀行可收受存款上限。如非銀行卻收受存款者，依銀行法第 29 條第 1 項⁴⁸、第 125 條第 1 項及第 3 項規定，將可被處以 3 年以上 10 年以下有期徒刑，且得併科 1 千萬元以上 2 億元以下罰金；若其犯罪所得達 1 億元以上者，則可處 7 年以上有期徒刑，且得併科 2 千 5 百萬元以上 5 億元以下罰金；法人為之者，則處罰其行為負責人。

二、電子票證發行機構

而依電子票證條例第 13 條第 1 項規定⁴⁹，目前電子票證發行機構每一戶可收受之儲存款項不得超過 1 萬元。如非經金管會核准，即發行電子票證者，依電子票證條例第 4 條第 1 項⁵⁰及第 30 條第 1 項規定，其行為負責人可被處以 1 年以上 10 年以下有期徒刑，且得併科 1 千萬元以上 2 億元以下罰金；若其犯罪所得達 1 億元以上者，處 7 年以上有期徒刑，且得併科 2 千 5 百萬元以上 5 億元以

⁴⁷銀行法第 3 條第 1 款及第 2 款規定：「銀行經營之業務如左：一、收受支票存款。二、收受其他各種存款。」

⁴⁸銀行法第 29 條第 1 項規定：「除法律另有規定者外，非銀行不得經營收受存款、受託經理信託資金、公眾財產或辦理國內外匯兌業務。」

⁴⁹電子票證條例第 13 條第 1 項規定：「本條例所定電子票證之儲存金額，不得超過新臺幣一萬元。」

⁵⁰電子票證條例第 4 條第 1 項規定：「非經主管機關核准，不得發行電子票證或簽訂特約機構。」

下罰金。依此觀之，若犯罪所得達1億元以上，且未經金管會核准即發行電子票證者之刑責，將與非銀行收受存款者相同。

三、電子支付機構

依專法第15條第1項⁵¹、第39條及第40條規定，專營及兼營之電子支付機構，收受每一用戶之儲值款項均不得超過5萬元。如非電子支付機構經營電子支付機構業務者，依專法第44條第1項及第3項規定，可被處以3年以上10年以下有期徒刑，且得併科2千萬元以上5億元以下罰金；若是法人為之，除處罰其行為負責人外，對該法人並科以前述所定罰金。依前述，當未經金管會許可即經營電子支付機構業務者，其自由刑與非銀行收受存款者相同，且無論其犯罪所得有多少，其罰金刑，與犯罪所得已達1億元之非銀行收受存款者及非電子票證發行機構發行電子票證者，也都幾乎相同。

綜上所述，彙整銀行、電子票證及電子支付機構三者之比較如下表所示。

表 11 銀行、電子票證及電子支付機構三者之刑責比較

| 業別 | 可收受金額 | 未經許可收受存款 / 發行電子票證 / 經營電子支付機構業務 |
|----------|-------|---|
| 銀行 | 無上限 | 一般 — 有期徒刑3-10年；罰金1千萬至2億 犯罪所得達1億元以上 — 有期徒刑7年以上；罰金2千5百萬至5億 |
| 電子票證發行機構 | 1萬元 | 一般 — 有期徒刑1-10年；罰金1千萬至2億 犯罪所得達1億元以上 — 有期徒刑7年以上；罰金2千5百萬至5億 |
| 電子支付機構 | 5萬元 | 有期徒刑3-10年；罰金2千萬至5億 |

其中，法定刑度之高低應該是要與行為人犯罪行為所造成之危害相當，也就是說，當犯罪行為之不法內涵相符，其罪責與刑罰始相當。因此，因為銀行業除可收受大眾之存款外更無收款上限，故相較於每戶僅可收受5萬元儲值款項之電子支付機構，銀行業影響金融市場秩序顯然較電子支付機構更為廣泛、且對大眾權益影響更大。而當違法的情形有輕重之分別時，法律的效果就應該不同，但是從上表來看，在第三方支付專法的規定下，未經許可經營電子支付機構業務者，其自由刑竟然與非銀行收受大眾存款者相同；甚且，不論其犯罪所得有幾，即便只有1萬元，均與犯罪所得達1億元之非銀行收受存款者幾乎相同，得科以2千萬至5億元之罰金，顯見專法第44條第1項規定是否符合罪刑相當原則，實在存有討論空間。

⁵¹專法第15條第1項規定：「專營之電子支付機構收受每一使用者之新臺幣及外幣儲值款項，其餘額合計不得超過等值新臺幣五萬元。」

第二節、阿里巴巴、小米支付與威肯公司第三方支付之業者或使用者 之訪談摘錄

壹、阿里巴巴支付寶之北大同學使用經驗訪談節錄

| 訪談摘要 | |
|------|--|
| 1 | 支付寶推出後，是馬上就接受了嗎？ |
| 答 | 在支付寶推出後，觀察了2個月，以及身邊朋友使用後，都沒有問題後，才開始使用，主要是擔心放在支付寶的錢會不會就不見了!? |
| 2 | 那請問主要是使用支付寶還是微信為主呢？還有為什麼？ |
| 答 | 主要是以支付寶為主，因為支付寶可以使用的消費項目比較多(大約佔平常消費的8~9成)，而微信大約是4~6成；而且，因為多少還是因為會擔心放在第三方支付帳戶(不管是支付寶或微信)的錢會不見，因此就還是會再把錢轉回至銀行，而支付寶在轉帳部分是不需轉帳費用，反之微信則需要手續費的，所以在使用率上，微信會低於支付寶-->所以使用者其實自己會做風險分散，所以不太需要擔心第三方支付會吸收到原本應該在銀行的存款。但是台灣因擔心第三方支付吸收用戶大部分的存款後而自行運用，故強迫第三方支付要對用戶存款進行信託，以保障用戶的存款，但其實消費者會自行做風險控管，不會把雞蛋放在同一個籃子裡，所以放在第三方支付的金額並不會太多，而且信託的費用要誰支付呢？如果要"用戶"或"第三方支付經營者"任一者支付，都會降低用戶跟經營者參與的意願，因為支付寶不僅免費還有利息收入(誘因多太多)...-->但要再次確認支付寶有無規定要將用戶存款做信託的保險措施呢？ |
| 3 | 您覺得微信跟支付寶差異？ |
| 答 | 支付寶是全部免費的而且他是最早出台的，所以佔有率也是相對高，而且轉帳免手續費以及高利息(使用意願就更高)，而微信主要是以通訊交友為主，支付是附加的。 |
| 4 | 那麼請問在什麼時候，你才會選擇現金支付呢？ |
| 答 | 基本上是不能用電子支付方式的才會選擇用現金，例如：小攤販，賣家是中年人，小超市，基本上，能夠用支付寶就會選擇用支付寶-->(目前初估推測，使用電子支付寶的另一個好處就是避免收到偽鈔)。 |
| 5 | 支付寶的支付安全措施 |
| 答 | 1. 使用者滿18歲，即可申請支付寶帳戶，而且要至少綁定一張自己名字的銀行的帳戶 2. 要轉帳時，要知道對方的支付寶帳號 3. 接著輸入轉帳金額(分小額跟大額)，金額可以是選擇是從支付寶的帳戶 |

| | |
|----|--|
| | <p>或者銀行的帳戶。</p> <p>4. 使用者要再輸入密碼或者使用指紋確認</p> <p>5. 如果較為高額的金額，則會再跳出你想要轉帳對象的名字填空，以確保是你真的要轉帳的對象。</p> |
| 6 | 微信的支付安全措施 |
| 答 | <p>只能是朋友才能夠用支付功能，其中支付又分紅包(小額支付(<200))跟轉帳(金額可大於200)，但如果真是要轉大金額的話，就會選則用支付寶，因為若是大筆的金額，則會傾向不放在第三方支付的帳戶而是會想轉到銀行帳戶，而微信轉入銀行要有手續費，支付寶則否，所以真正有大金額的話，還是會用支付寶；-->目前聽完的想法是：紅包的概念主要是小額的感謝用意，所以就是比較有另一種味道，而不是單純的支付，而是較為符合通訊的人與人交際，所以微信推出這項產品蠻成功地與支付寶做出區別，可惜僅有小額金額，而難以與支付寶作競爭，但是因為微信為通訊軟體，基礎用戶量多，所以在第三方支付的地盤仍可占有一席之地。</p> |
| 總結 | <p>所以其實支付寶跟微信各有其優缺點，所以其實，使用者也不會僅使用一個第三方支付軟體，而是以當下的支付情形，而選擇一個較為方便的方式。</p> |

貳、小米公司小米支付之業者訪談節錄

| | |
|------|--|
| 訪談摘要 | |
| 1. | 小米收購了第三方，為何過了這麼久仍為推出？ |
| 答 | <p>由於中央開使限縮電子支付的牌照，因此小米利用併購方式確保進入電子支付的門票。但是，暫時沒有推行的立基點，以及後續安全性問題，所以尚未強力推廣。</p> |

參、威肯公司(wecanpay)之王總經理建民分享節錄

王總分析電子支付管理條例出來後，主要有5個重點，分別為1.代收代付；2.跨境金流；3. P2P 非實質交易資金移轉；4.公營事業帳單代收；5.儲值(跨業使用)。其中，又以可以跨業使用的儲值更是相較於電子票證較大的突破。但是電子支付管理條例自發佈以來為何還沒有很多第三方支付業者的產生，雖說已有不少擁有第三支付經營資格的業者，但市面上卻還是很難看到第三支付的相關宣傳廣告，王總提到這部分跟電子支付管理條例中要求實名制有關係，這是因為當消費者在做小額消費時，並不會想要讓業者知道太多的個人資訊，所以會使消費者變得不想要使用第三方支付，但是在中國的支付寶是有分層級的，不是每一個層級的支付都需要實名制，認為這樣比較符合消費者心態，就像歐付寶雖已開放註

冊使用，但是因為實名制的規定，所以使用者的人數還是很少，甚至功能都還未完成，大家都還在觀望的狀態；再者，電子支付管理條例實名制的要求其實相較於科技公司，更是有利於銀行業者，因為銀行業者原本就會擁有在該行開戶者的個人資料，因此，感覺起來銀行業者會較科技公司更有優勢。

第三節 小結

依憲法第 23 條規定所揭櫫之法律保留原則，若國家欲限制人民權利時，須有法律之明文規定或授權始可；也就是說，當法律尚未清楚的規定或授權，則國家理應不能有限制人民之權利。因此，金管會在專法正式施行對於第三方支付產業，依法金管會應無管制第三方支付產業的權力與義務。

第三方支付產業為電子商務及網路／行動產業發展之命脈，如本章節所述，第三方支付產業先前並無特殊目的事業主管及主管之法規，縱於第三方支付專法正式施行後，考量台灣正當處於電子商務及網路雲端產業發展急待突破之重要時刻，在相關法規的規畫尚未健全之前，相關的主管機關及法院若能降低干預、放手讓產業自由發展，應更可達專法草案說明所揭示「鼓勵業者積極創新與發展新型態支付服務」之立法目的。

再者，從第三方支付-支付寶使用者的經驗訪談可以得知，通常會使用這些第三方支付的族群以年輕人居多，而且在使用前也會自行判斷是否可行及安全，而且即便是已經使用一陣子的支付寶，被訪問者還是不會習慣把所有的錢都放在支付寶的帳戶，因為比起支付寶而言，銀行的安全性更是深植大眾，而且也有分散風險及風險控管的概念，且會使用第三方支付主要的目的還是在於方便性，所以其實很多人會不僅只使用一個第三方支付，很多時候會同時用 2~3 個以上的第三方支付，因此也可窺見中國在第三支付的蓬勃發展及多元化；而相較之下，台灣第三方支付專法的嚴格規定，雖說是為了降低第三方支付使用者的風險，但這其實也會令台灣第三方支付產業在起步時就遇到難以突破的困難，而無法達到台灣第三方支付專法第一條所述「鼓勵業者積極創新與發展新型態支付服務」的立法目的。

第五章 結論與建議

第一節、關於台灣第三方支付未來可能的發展方向及台灣第三方支付

相關法規的結論與建議

本次的論文所要建議的方向，恰與余宛如立委在 2016 年 9 月 14 日發表對於金管會近期有關第三方支付的 15 場座談會感想⁵²不謀而合，也剛好可以作為本次論文對於台灣第三方支付更深入之建議的分析及整理，余立委提出以下 6 點。

壹、台灣金融科技新創公司卻從創業第一天就要擔心觸法的風險

余立委提到一個案例分享，主要內容是一個新創團隊，以科技技術開發了 P2P 線上匯兌的金融創新服務，已經做完封測試驗，但是卻擔心在上線後，會受到金管會的裁罰，因此希望余立委能協助了解法律的灰色地帶，以降低觸法的風險。類似的科技新創公司 TransferWise 早已經成為矽谷當紅炸子雞，以跳過銀行、提供公平與透明的網路匯兌服務而迅速崛起，但是在台灣，我們的金融科技新創公司，往往卻從創業的第一天，就要擔心觸法的風險，這也指出了這個國家對於創新的態度以及新創發展的困境。

貳、中國第三方支付會成功是因它是一個網路科技產業非金融產業

台灣許多的金融業者認為中國的第三方支付會成功是因為市場夠大，而台灣金融機構規模小，就算投資的金額再高也做不起來，但其實很多人都誤會了一些事情。我們應該正確地理解，中國的第三方支付之所以能做起來的原因是因為它是「網路」。第三方支付是一個網路科技產業，而不是金融產業。這是因為有很多歐洲國家的第三方支付公司，也都可以做全球性的生意，而前述的有些歐洲國家並沒有比台灣大很多，這是因為網路本來就是沒有國界的。

對於第三方支付，我們需要有個很重要的認知：第三方支付是緣起於網路的金融交易。而且第三方支付的重點不是在資料，而是在於人工智慧。第三方支付利用人工智慧，可以快速、有效率、透明、可追蹤的方式來記錄每一筆的交易。

而台灣卻一直忽略這些事，甚至遏止、扼殺這些創新發生。但其實台灣有那麼多的資訊人才跟資訊產業，因此相較於很多國家都更有條件來做第三方支付產業，豐富的人才及資源是台灣最厲害的地方，我們不能夠放棄我們這方面優秀的條件。

⁵²余宛如：金管會 15 場 Fintech 座談會沒有新創圈聲音、沒有消費者權益，更沒有公平競爭
<http://www.inside.com.tw/2016/09/14/fsc-fintech-forums-without-startups-consumers-and-euality>

參、第三方支付使用者的權益不只有資訊安全

余立委提到在金管會近期所舉辦的座談會中沒有談到消費者權益。雖然有提及到使用者的資訊安全的重要性，但是資訊安全只是使用者權益的一小部分。而到底是什麼權益，余立委告知，簡單講就是「普惠金融」。要如何選擇入門門檻最小、服務最便利、最友善的金融商品，這才是人民最重要的考量。金融服務真的是有服務到每一個人嗎？如果我們沒有談這件事情的話，事實上我們並沒有尊重使用者權益，第三支付的發展，有很大的部分是在使用者的選擇。政府若決定採取不去尊重消費者的選擇的政策，那就比較可惜。

肆、未談及市場的公平競爭

余立委發現，像是聯徵資料的使用範圍，目前還只限於金融業者，科技業者是沒有辦法使用。但是若僅銀行就能夠滿足數位化的經濟時代下底層民眾金融需求的話，那若許就不需要談到第三方支付了。而很明顯地就是僅靠傳統銀行還有未被滿足的地方。所以我們在強調法規的公平競爭時，應該也要想想且檢視第三方支付產業是否是公平競爭的情況。而對於一個政府來說，應該更要盡力維持一個公平競爭的市場機制。

伍、正確的資安政策是要與風險共存在

余立委以一銀的 ATM 事件舉例來說，當要究責時，如果沒有任何一銀的同仁被究責到，其實大部分的人都會難以接受；又或者說，一銀的人如果跟消費者說：報告的人是工讀生，所以工讀生有罪，這樣可以嗎？我們都知道這不是處理問題的方法。而國外在談資安的政策，是在談分層究責，談清楚哪一個等級誰應該被究責。不然不會有人去警覺到資訊風險的問題。此外，我們也看到國外資安機構會把資安等級分級，可是在台灣，只有 1 跟 100。你沒有做到 100，你就不能進場。可是國外是分紅燈、綠燈、黃燈，你風險管理做到什麼程度，政府就開放給相對應的業務。就像在第四章第一節提到的存款額度上限的管理方面，其實能參照中國支付寶的分級管理方式。

陸、台灣第三方支付講的多做的少

余立委提到台灣的第三支付的啟動很慢，最重要的做法是開始激化、活化我們創新的可能。余立委舉一個新加坡的案例，新加坡最近在舉辦 FinTech 黑客松。新加坡政府詢問所有相關業者沒辦法做第三方支付的原因，把問題找出來，然後找資訊背景的學生與人才，來參與這個比賽，造成資訊業與金融產業的對話，

找到解決問題的辦法。這才是真正解決問題的方式，而台灣就是缺少這樣的溝通管道，所以才一直難以有所進展。

最後，希望本論文能夠作為台灣第三方支付發展有用的建議方向之參考，且可供相關單位能夠參考，謝謝各位。

第六章 文獻參考

1. 李攸著，宋朝事實，卷十五。
2. Gary Schneider. (2006). *Electronic Commerce* 6th edition, Cengage Learning
3. 經濟部，中華民國電子商務年鑑，<http://ecommercetaiwan.blogspot.tw/>(最後瀏覽日期 2016.7.8)
4. 樂斌、陳苡任、羅凱揚(2012)，電子商務，第七版，台北：滄海書局
5. 張瑞立(2007)，電子商務概論，台北：文魁資訊股份有限公司。
6. 陳湘揚(2010)，新視野電子商務概論，台北：文魁行銷股份有限公司。
7. 馮昌國、江欣玲(2015)，台灣第三方支付制度初探，**全國律師**，第 19 卷第 2 期，37-47 頁。
8. 孫春艷(2013)，第三方支付平台的相關法律問題研究，**法治與經濟**，第 8 期，頁 7。
9. 李智仁，(2013)，第三支付的中國經驗觀察，**萬國法律雙月刊**，第 191 期，頁 3。
10. 經濟部(2008)，電子商務法治及基礎環境建構計畫跨國電子商務金流法制規範研究報告，頁 19。
11. 劉春堂(2006)，民法債篇各論(上)第二版，台北，三民書局股份有限公司。
12. 林誠二(2003)，民法債篇各論(上)第二版，台北，瑞興圖書股份有限公司。
13. 陳珮文(103)，台灣第三方支付法制化的必要性與發展思考—以美國 PayPal 與中國支付寶為例，國立中央大學碩士論文。
14. 網頁：艾瑞諮詢：2012 年中国第三方支付市场整体交易规模达 12.9 万亿，2013-1-28 15:26:00<http://www.iresearch.com.cn/Report/View.aspx?Newsid=192200> (最後瀏覽日：2013/7/11)。
15. 王興詠、林佩諭、張尹，《第三方支付產業現況與發展》，彰銀資料第 63 卷第 1、2 期，2014 年 1、2 月，頁 21。
16. 李明璫、李昀修、蘇芑立，第三方支付平台的發展—以支付寶為例，頁 3。
17. 億歐網，《京東補齊移動支付短板，欲扛金融大旗勝算幾何?》，曾詳細介紹了京東金融的發展歷程。
18. 王興詠、林佩諭、張尹，《第三方支付產業現況與發展》，彰銀資料第 63 卷第 1、2 期，2014 年 1、2 月，頁 3。
19. 黃崇勝，「台灣第三方支付經營實務及發展」，台灣科技產業法務經理人協會「從第三方支付及托付制度發展看未來網際網路支付新型態」研討會，2013 年 1 月。
20. 劉守仁，《我國第三方支付服務的發展概況》，工商會務季刊第 91 期，2013 年 4 月，頁 14。
21. 將票券的發行及核銷數位化，搭配「TicketBox」取票通行動裝置以及全台的 Ibon 取票系統，更便利團購市場的預付型票券商品的發行及使用，此外 ezPay 已

於 2012 年獲得經濟部專案認可。參考藍新科技網站，

http://www.neweb.com.tw/cash_ezpay.aspx(最後瀏覽日：2014.6.18)

22. 參考資料：PChomePay 支付連官方網站，

http://www.pchomepay.com.tw/security/stop_payment.html。

23.

參考文獻來自:[南方金融]2014 年第 459 期《第三支付的法律風險及其防範機制建構》中央財經大學法學院 教授黃震、中央財經大學法學院 碩士生王興強。

24. 中國國務院法制辦公室法律法規全文檢索系統。

25. 《第三方支付法律規制的探討》 王玉學、楊麗君、李悅書。

26. 參考資料來自中經產業研究所。

27. 參考資料來自《第三方支付平台備存金法律監管問題研究》廈門大學 萬李霞、廈門市思明區人民法院 曠潔玉

28. 電付遲未開業金管會：消費者未適應 <http://udn.com/news/story/6/1945732> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

29. 來自艾瑞諮詢的資料顯示，自 2013 年第一季度以來，支付寶在移動互聯網支付市場份額從 67.6% 逐步提升至 78.4%，居第一。截至 2013 年底，支付寶實名認證的用戶數超過 3 億。2013 年，支付寶單日交易筆數的峰值達到 1.88 億筆。其中，移動支付單日交易筆數峰值達到 4518 萬筆，移動支付單日交易額峰值達到 113 億元人民幣。

30. 參考資料來源：支付寶產品分析—市場部分，

<http://www.jianshu.com/p/5887148ecef4>，2016 年 6 月 28 日。

31. 參考資料來源：

<http://baike.baidu.com/item/%E6%94%AF%E4%BB%98%E5%AE%9D/496859>

32. 北京京北投資管理公司總裁羅明雄針對「中國工商銀行指控支付寶的快捷支付 3 年來一直違反銀監會相關規定」一事作出點評，認為是否違規須監管機關認定，參考資料：工行稱快捷支付一直“違法”，2014 年 3 月 26 日，京華時報。

33. 支付寶第三方支付平臺發展戰略分析，

<http://www.wyzhifu.com/yjwendang/941.html>，2015 年 06 月 10 日。

34. 資料來源：歐付寶網站 https://www.allpay.com.tw/mbpay/Quickpay_b，檢索日期：2016 年 9 月 4 日。

35. 資料來源：歐付寶網站

<https://www.allpay.com.tw/Broadcaster/BroadcasterIndex#secs>，檢索日期：2016 年 9 月 4 日。

36. 電子支付元年，沒有一家業者敢開業？

<http://www.chinatimes.com/realtimenews/20160104000010-260412>，檢索日期：2016 年 9 月 4 日。

37. 小米支付上線，又是一場和移動支付的大戰，

<http://it.sohu.com/20160901/n467233515.shtml> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

38. 小米支付 (Mi Pay) 開通使用教程，

<http://www.cww.net.cn/news/html/2016/9/1/2016911540321166.htm> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

39. 小米支付怎麼使用？小米支付最詳細官方使用教程，

http://www.zhicheng.com/n/20160905/91377_2.html (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

40. 中國電子商務研究中心, 為什麼說小米支付前路艱難?

<http://b2b.toocle.com/detail--6355362.html> (最後瀏覽日 2016 年 9 月 8 日)。

41. 支付寶帳戶充值的金額限額請參:

https://cshall.alipay.com/lab/help_detail.htm?help_id=211546 (最後瀏覽日為 2016 年 09 月 04 日)

42. 參民國 82 年 4 月 15 日財政部台財證(一)字第 00790 號:「銀行法、保險法及證券交易法等所稱之公司為依公司法組織之股份有限公司。」

43. 外國銀行分行及代表人辦事處設立及管理辦法第 3 條第 1 項及第 2 項規定

44. 銀行法第 3 條第 1 款及第 2 款規定:「銀行經營之業務如左:一、收受支票存款。二、收受其他各種存款。」

45. 銀行法第 29 條第 1 項規定:「除法律另有規定者外,非銀行不得經營收受存款、受託經理信託資金、公眾財產或辦理國內外匯兌業務。」

46. 電子票證條例第 13 條第 1 項規定:「本條例所定電子票證之儲存金額,不得超過新臺幣一萬元。」

47. 電子票證條例第 4 條第 1 項規定:「非經主管機關核准,不得發行電子票證或簽訂特約機構。」

48. 專法第 15 條第 1 項規定:「專營之電子支付機構收受每一使用者之新臺幣及外幣儲值款項,其餘額合計不得超過等值新臺幣五萬元。」

49. 余宛如:金管會 15 場 Fintech 座談會沒有新創圈聲音、沒有消費者權益,更沒有公平競爭

<http://www.inside.com.tw/2016/09/14/fsc-fintech-forums-without-startups-consumers-and-euality>