



# VISA 消費者支付態度報告 2021

台灣、香港及澳門支付生態及發展趨勢



# 簡介

現今支付型態快速演進，**必須跟上消費行為的變化、抓緊新興趨勢**，以提供更好的支付體驗、發展更完善的支付網絡，更促進普惠金融。

Visa 消費者支付態度報告為一年一度的調查，我們持續關注以下重點：數位支付的消費脈動以及其不斷演進的數位支付習慣、數位金融及未來商務趨勢，促進更多人享有數位優先的體驗。Visa 不斷努力促進商業數位化，打造以人、夥伴關係及產品為中心的高信賴網絡，趨動商務發展及傳遞價值。Visa 認為，經濟必須廣納全球各地所有人，讓每個人擁有更好的生活。

# 簡介

Visa 消費者支付態度報告已邁入第三年，  
今年我們深入探討下列主題：



疫情帶來的效應，經過一年的時間，消費者態度及消費型態有哪些轉變



不斷演進的支付型態 — 非現金支付如何持續改變過往的現金支付習慣



感應及數位支付未來潛力不容小覷，多元化的支付類別哪些脫穎而出



忠誠度計畫與回饋來維繫顧客關係的重要性



數位金融各面向的持續成長以及消費者對開放資料與數據隱私的態度



## 樣本輪廓

此項調查委託 Clear Strategy 進行，訪談台灣、香港特別行政區（簡稱香港）、澳門特別行政區（簡稱澳門）三地的消費者。

調查方式為量化統計，資料收集期間為 2021 年7月。香港及台灣是透過線上訪談，澳門則透過面對面訪談來進行。

## 調查方式



樣本數：  
香港：700  
澳門：300  
台灣：1,000



香港及台灣：  
線上訪談  
澳門：面對面訪談



調查期間：  
2021年7月

## 訪談對象



男性及女性



18-55歲



家戶最低月收入：  
港幣 5,000；澳門幣 5,000  
台幣 5,000

# 目錄

## 1

### 概況

- 疫苗帶來信心
- 消費支出反彈
- 電子商務持續成長

## 2

### 非現金動能

- 演變中的支付生態
- 非現金社會全面到來
- 非現金支付的未來趨勢

## 3

### 實體數位支付

- 感應式及掃碼支付崛起
- 電子錢包浪潮來襲

## 4

### 忠誠度計畫及優惠

- 里程卡多元化用途
- 顧客維繫方案最優化

## 5

### 分期付款

- 先買後付的龐大潛力

## 6

### 數位銀行的未來

- 疫情帶動數位銀行深入日常生活
- 專注使用者體驗是持續成長的關鍵
- 銀行服務將走向全面虛擬化？

## 7

### 大數據與大責任

- 數據的好處與風險
- 推動數位支付更安全
- 克服開放銀行的挑戰

## 概況

# 1.1 疫苗帶來信心

與新冠疫情共存已超過一年，消費者已產生「疲態」  
- 生活停滯不前及活動降低(註1)。消費者在情緒上與  
疫情長期抗戰，努力尋求各種應對方式。

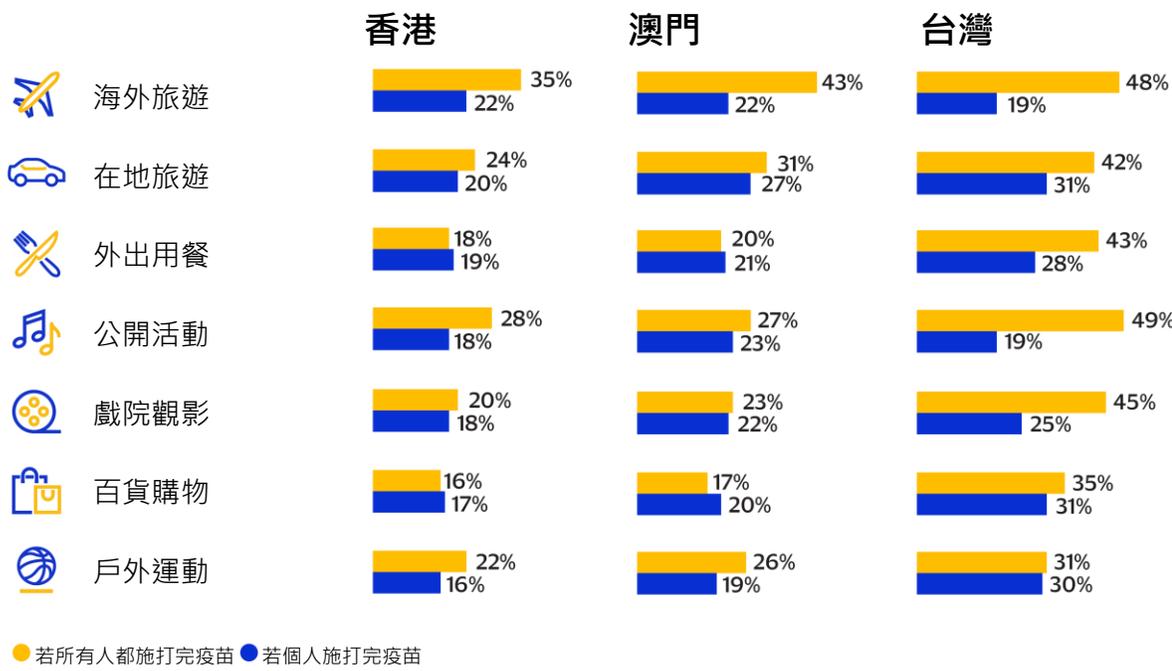
疫苗是人心的曙光，不僅促進身體免疫、提供防護力，也有助情緒及  
心理健康，因而激勵消費行為 - 大家更有信心外出參與活動，期待重啟  
社交限制。居家範圍以外類別的消費動能，企業應做好準備迎接商機。



# 1.1 疫苗帶來信心

以台灣而言，疫苗施打直接影響消費者從事在地活動的意願，例如外出用餐、看電影、國內旅遊等。

施打疫苗後，從事以下活動的安心程度  
若所有人都施打完疫苗 / 若個人施打完疫苗



# 1.2 消費支出反彈

疫情造成的金融衝擊，導致必要消費類別如水電瓦斯、日常生活開支等顯著成長，這並不讓人意外。

然而，「非必要」類別也持續出現消費力道。休閒娛樂在澳門便擠入消費類別成長第二名，每5位消費者就有1位休閒娛樂支出較疫情前增加。

另外，投資支出也有所成長，主原為對未來的不確定性。這在台灣和香港尤其明顯，每4位消費者就有1位增加投資支出；目前以股票及定存占最大比重，且未來可能進一步成長。

## 與疫情前相較，各類別的支出變化 – 前五大線下/線上支出增加類別

### 香港

水電瓦斯	39%
日常開銷	35%
線上訂閱	27%
投資	27%
教育	20%

### 澳門

日常開銷	23%
休閒娛樂	21%
投資	18%
進修計畫	17%
水電瓦斯	17%

### 台灣

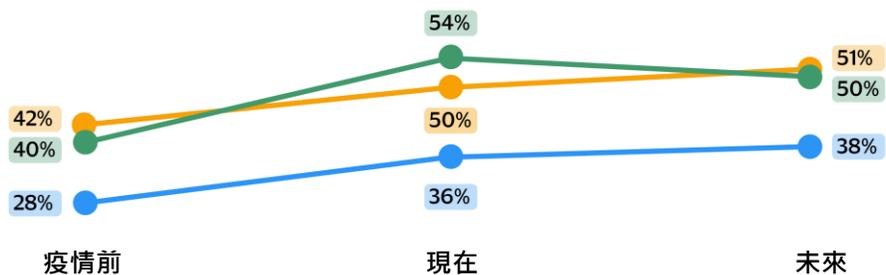
水電瓦斯	54%
日常開銷	42%
3C電腦	28%
教育	27%
投資	26%

## 概況

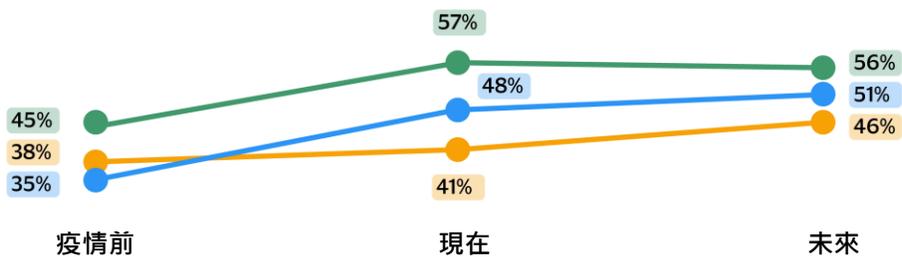
# 1.3 電子商務 持續成長

### 線上購物頻率及消費占比

消費頻率 - % 每週至少線上購物一次或更多



頻率占比 - % 線上購物占所有花費比例



● 香港 ● 澳門 ● 台灣

疫情期間，由於三個市場都有外出限制，許多消費者轉向線上採購必須品及商品。帶動電子商務的較疫情前加速成長。

線上購物的不論頻率或整體消費支出，在三個市場均出現成長。



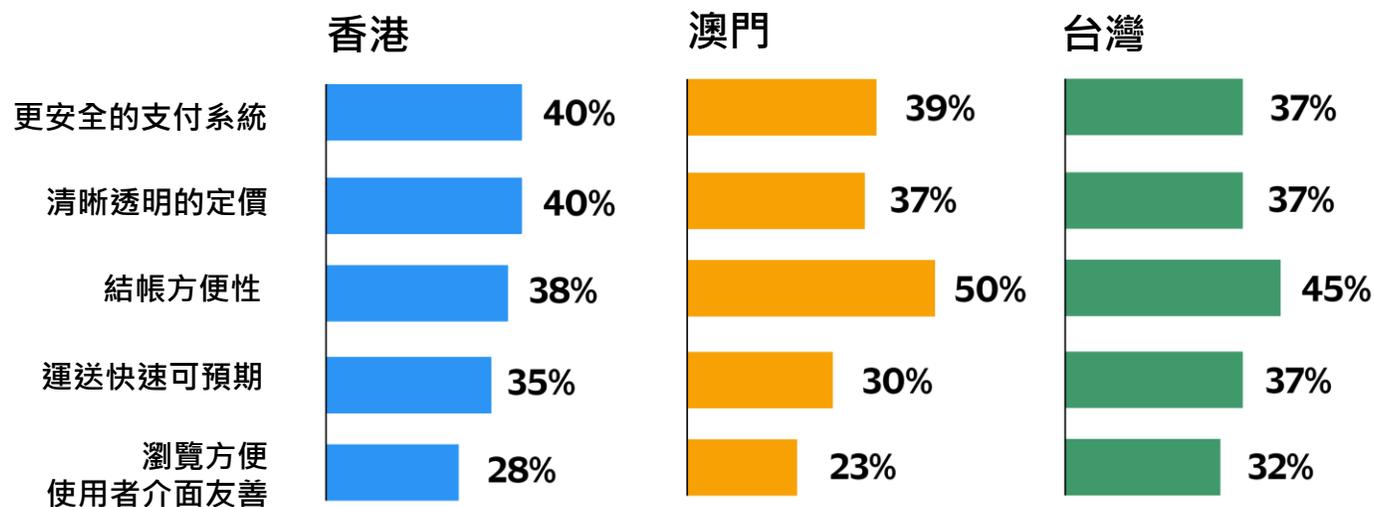
# 1.3 電子商務 持續成長



未來12個月，隨著疫情逐漸穩定，線上購物的增長也將趨於平緩 — 不過線上購物已是新常態，消費者將在線上/線下購物兩者間取得平衡。

為了驅動電子商務持續成長，應不斷提升線上購物體驗，並聚焦於消費者最在意的幾個重點：安全的支付系統、結帳方便性、運送快速可預期、瀏覽方便、使用者介面友善。

前五大帶動電子商務的重要因素



## 2.1 演變中的支付型態

經過一年的時間，疫情的衝擊依然存在，造成消費者支付行為轉變及非現金支付的成長。不過，三個市場在非現金支付的發展成熟度尚不盡相同。

香港和台灣成熟度相近，信用卡/簽帳金融卡是最常用的支付方式。感應式卡片支付也十分普及，而交通儲值卡則因日常通勤用途也廣被使用。澳門的狀況較為不同，非現金支付仍處於發展階段，感應式卡片、大眾運輸卡、信用卡/簽帳金融卡的使用量均低，但卡片綁定行動支付則在過去一年有明顯成長。

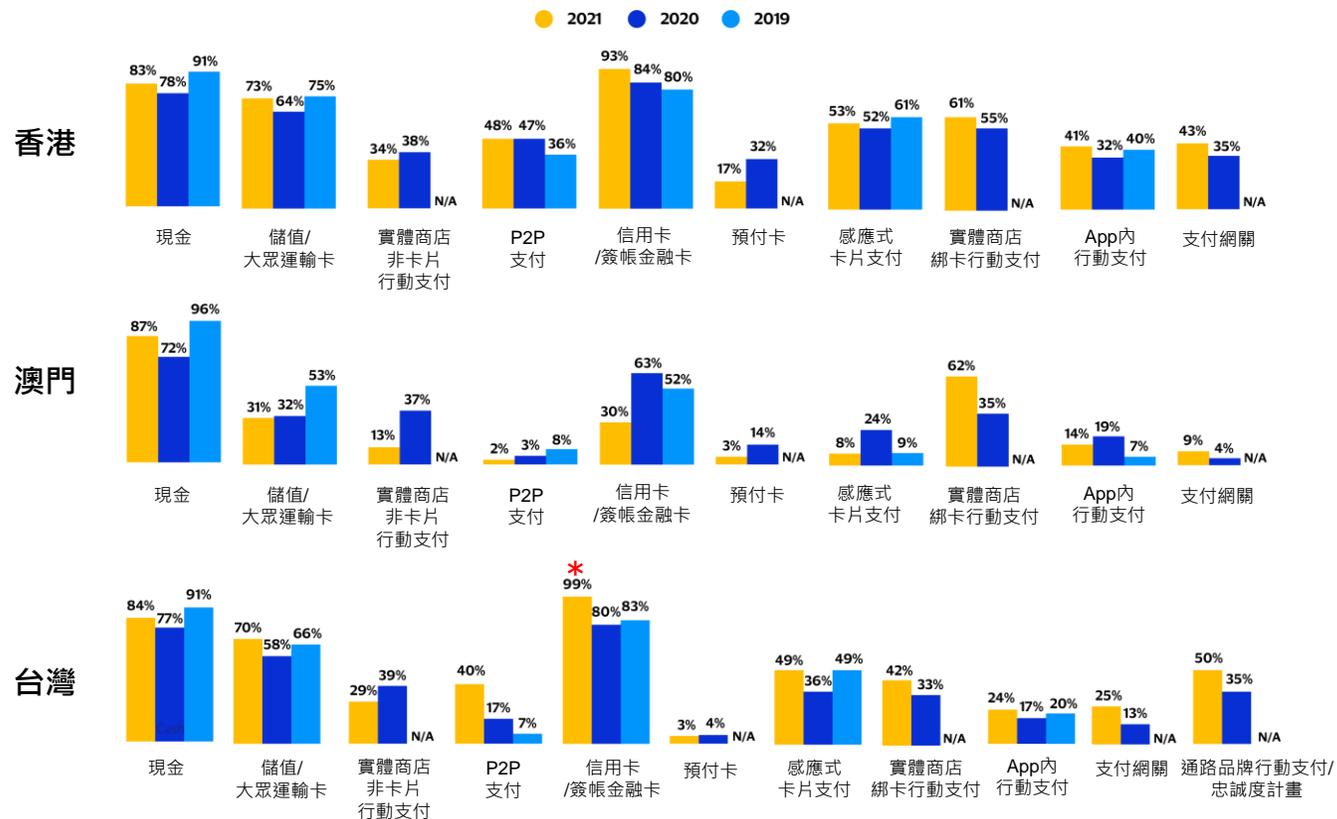


# 2.1 演變中的支付型態



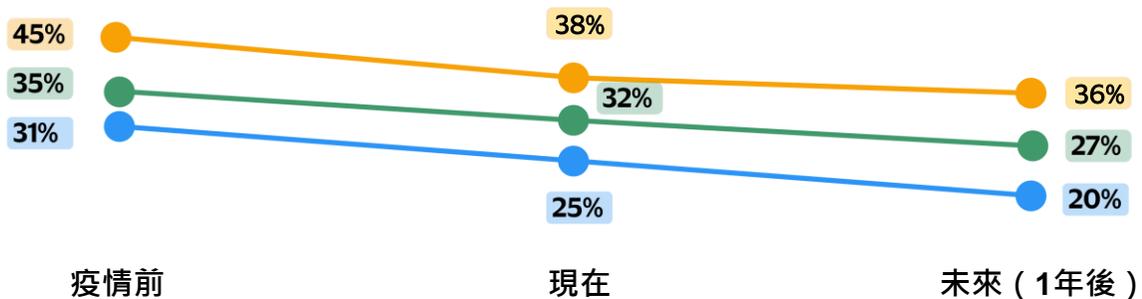
COVID疫情在2020年爆發之初，當時由於社交及旅遊限制導致交易減少，各種支付方式的使用量也下滑。2020年卡片支付首度超越現金支付，整體來說，卡片及行動支付(99%)等數位支付的使用量及偏好持續提升。

## 消費者支付方式

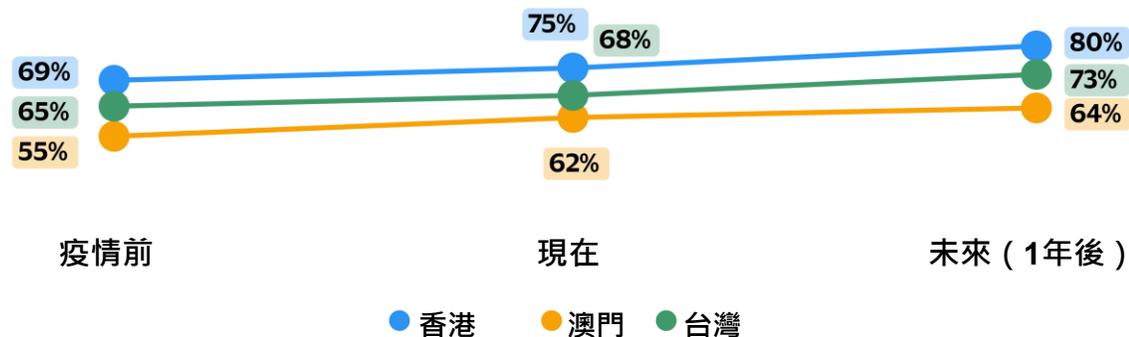


## 每月支出 – 現金/非現金支付占比

### 現金支付占每月支出比重



### 非現金支付占每月支出比重



從每月支出來看，以往現金是主要支付方式，但如今現金支付的占比已逐漸下降。現金或非現金支付當中，消費者對於非現金支付的偏好逐漸增加。從疫情前到現在，三個市場的非現金支付都大幅增加，且未來一年預測還會持續成長。香港及台灣絕大多數消費者將以非現金方式來支付各種費用，澳門則每十位中有六位會選非現金支付。

即使生活逐漸回歸正常，接下來幾個月或或更長久的未來，持續取代現金將是非現金支付成長的關鍵。



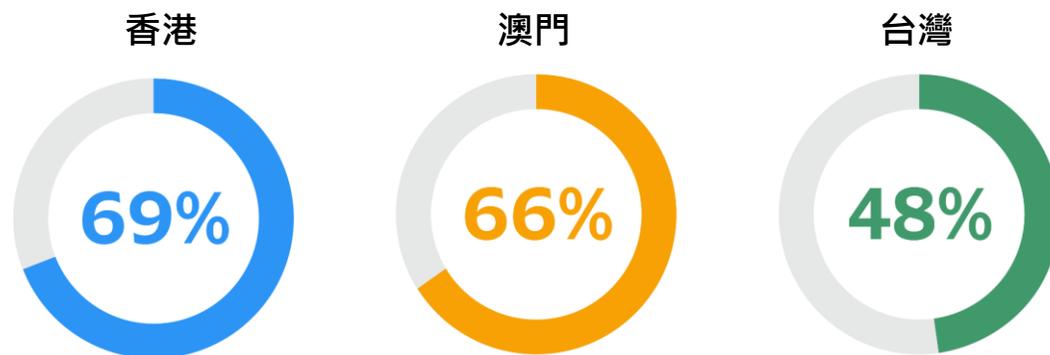
# 2.2 轉型邁向全面無現金社會

非現金支付已愈來愈普及，在台灣、香港與澳門，今年有更多消費者曾嘗試不帶現金生活。

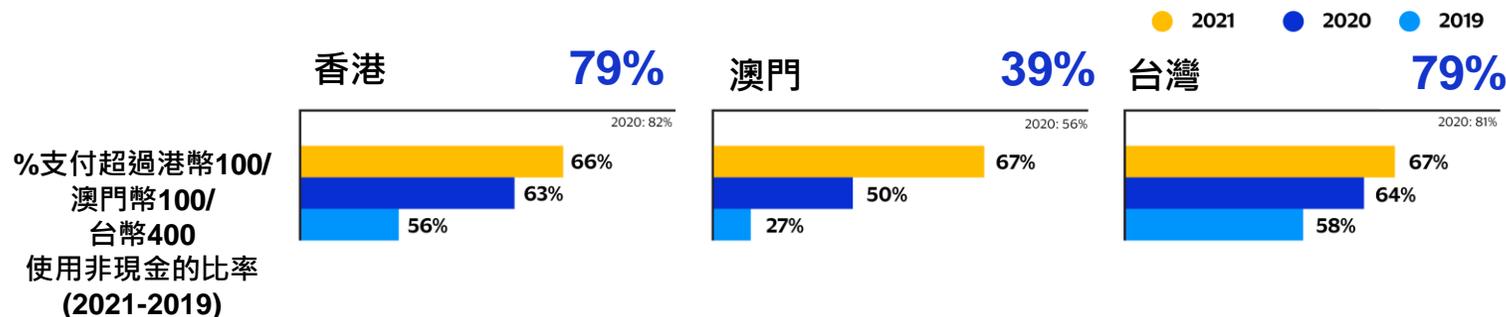
然而整體來看，更多小額交易也改採非現金支付。大部分受訪者在交易金額在台幣400元/港幣100元/澳門幣100元時採用非現金支付。

67%台灣消費者交易台幣400元時採用數位支付，另50%台灣受訪者即使是200元左右的小額都會選擇數位支付。

## 曾嘗試無現金生活 % 試著不帶現金改採其他支付方式



## % 因交易金額來決定現金或非現金支付



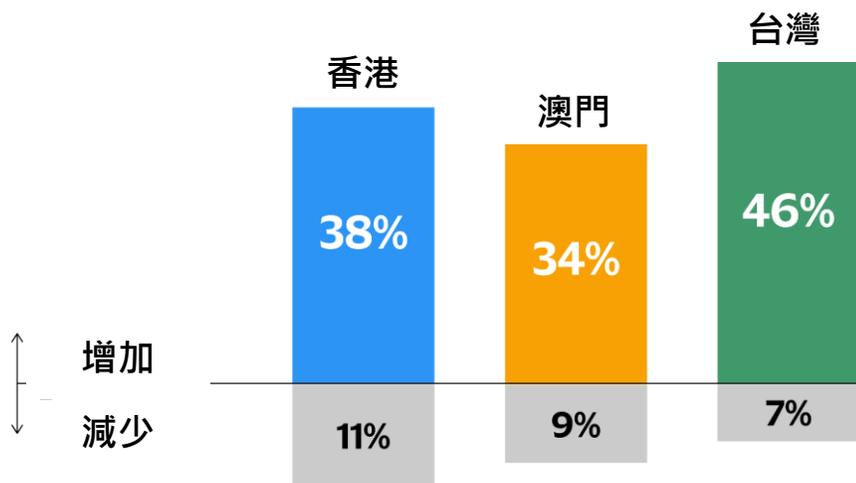
A close-up photograph of a person's hand holding a Visa credit card near a payment terminal. The person is wearing a dark blue short-sleeved shirt and a black watch. The background is blurred, showing what appears to be a retail or service environment. The text is overlaid on the image in a bold, white font with a yellow highlight on the number '10'.

台灣、香港及澳門**每10位就有4位**  
預期明年將增加非現金支付的使用。

台灣、香港及澳門每10位就有4位預期明年將增加非現金支付的使用。香港及台灣市場的主要原因是優惠和回饋具吸引力、衛生安全考量以預防染疫。

在澳門，最關鍵的因素是非現金交易更快速。三個市場對非現金支付的接受度都有成長，再加上攜帶現金出門的習慣逐漸式微，都是帶動非現金支付成長的潛在原因。

### 非現金支付的未來趨勢\*



# 預期增加非現金支付的原因



非現金支付可賺取更多優惠和回饋



非現金支付相對較衛生



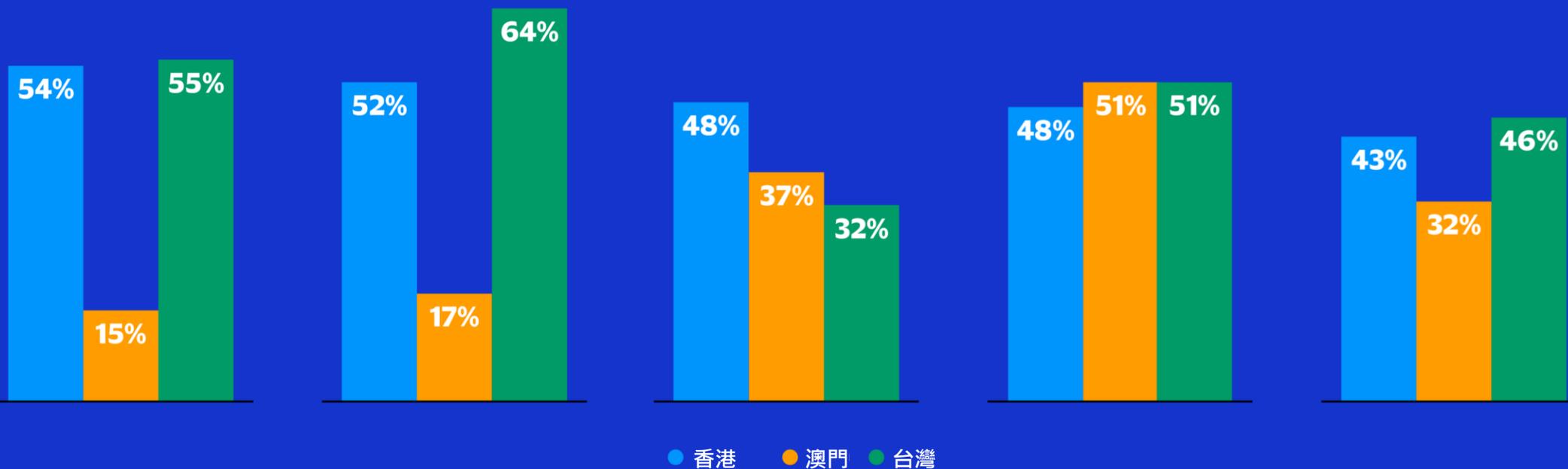
非現金支付更被廣泛商家接受



是最快速的交易方式



透過手機來管理各項消費更方便



# 預期增加非現金支付的原因



現在使用非現金支付  
讓我覺得更安心



我不再攜帶  
大量現金



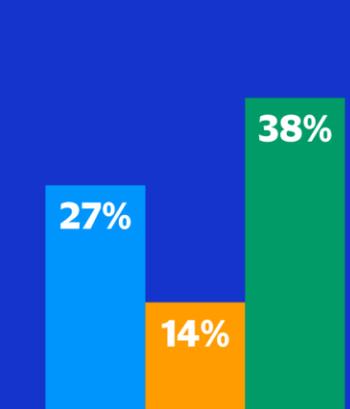
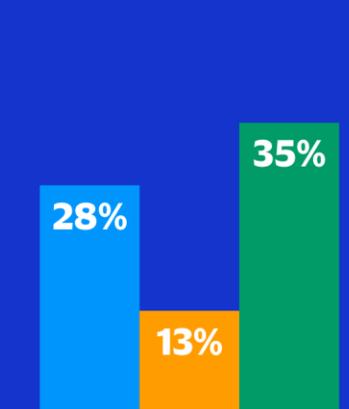
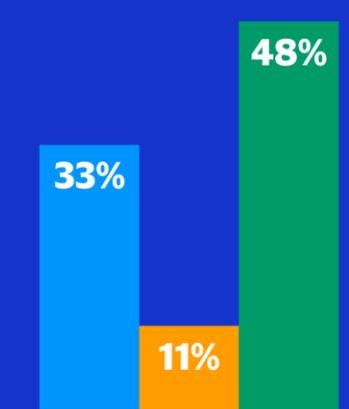
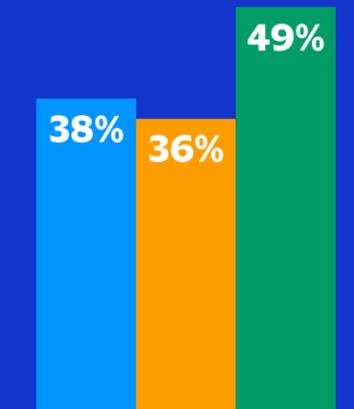
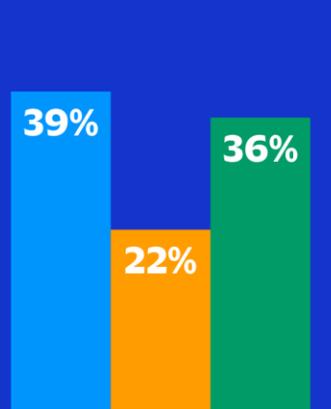
花的力氣最少



使用數位支付  
能確保支付金額  
正確無誤



更安全、有保障  
(不易遭竊) 的  
支付方式



● 香港 ● 澳門 ● 台灣

# 2.3 非現金支付的未來趨勢

邁向非現金支付時代，不僅將導致現金使用量下降，也會帶動支付及零售產業出現幾大關鍵趨勢及創新。自動化及無縫體驗成為消費者選擇支付的關鍵。

更有效率、無紙化、重視衛生的社會逐漸來臨，消費者已感受到一些頗具吸引力的趨勢：無紙收據、自動通知優惠訊息、在餐廳可採app內點菜及付款。

### 未來支付方式的優勢

(% 受訪者認為非常/極具吸引力)

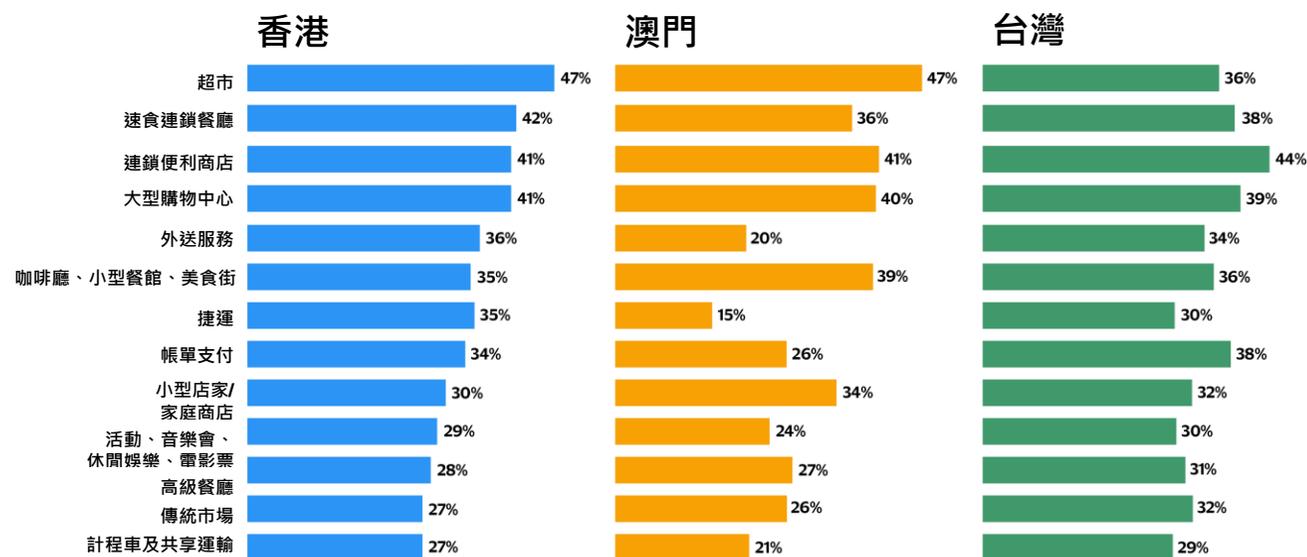
	香港	澳門	台灣
 支付品牌自動發送優惠訊息，以助您在零售據點付款時決定支付方式	53%	46%	57%
 在餐廳可透過app點餐及付款	53%	58%	51%
 實體交易提供無紙收據（如以email發送收據）	51%	41%	41%
 透過生物辨識自動付款，無須實體結帳或在商店櫃台等候	47%	43%	48%
 透過支付平台自動分析支付行為，幫助您更有效地管理財務	44%	41%	47%

## 3.1 感應式及掃碼支付崛起

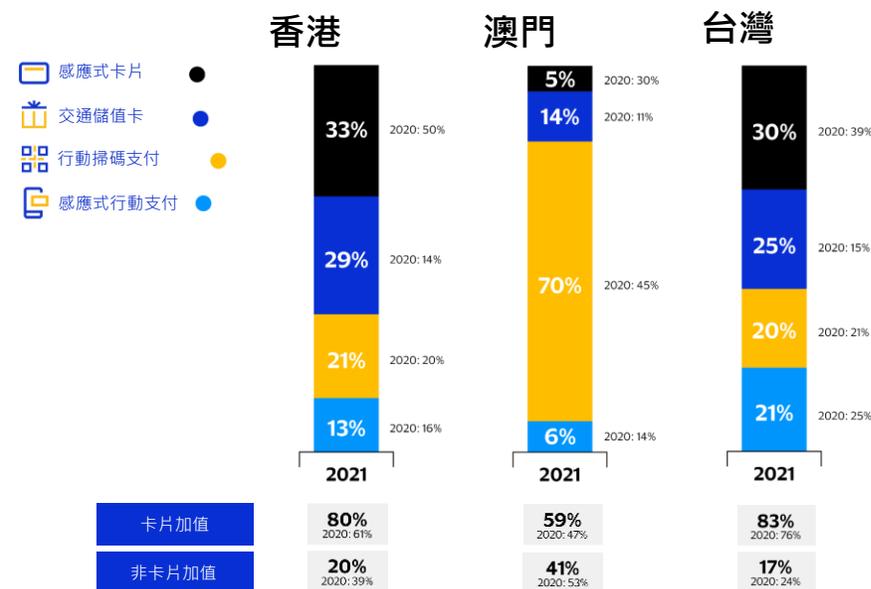
數位支付在各通路的消費類別中，正逐漸取代現金。這個現象在超市、速食連鎖餐廳、連鎖便利商店尤其明顯，香港、澳門及台灣的消費者都預期未來12個月數位支付的使用量將增加至少40%。

在各種數位支付方式中，感應式支付已成為香港及台灣消費者的日常，尤以感應式卡片為最受歡迎的實體店內支付方式。交通儲值卡在三個市場皆名列第二受歡迎的支付方式，主因應是每日交通必須使用。在澳門，掃碼支付則為多數消費者偏好的支付方式，在過去一年從45%增至70%。

實體通路場景 – 預期增加非現金支付



數位支付方式的偏好





在各種不同的數位支付方式中，影響偏好的最大因素是交易速度。

在香港和台灣，感應式卡片是最受歡迎的支付方式，原因包括優惠及回饋更吸引人、使用方便不麻煩、及感應即付的方式已深植人心。

在澳門，掃碼支付正在成長，主要原因包括交易快速、使用方便、以及安全可靠。

## 前五大最受歡迎的數位支付原因

### 香港

最受歡迎的支付方式：

感應式卡片

33%

52% 交易更快速

48% 優惠及回饋更吸引人

44% 使用方便不麻煩

29% 習慣使用

27% 可在廣泛商家使用

### 澳門

最受歡迎的支付方式：

掃碼支付

70%

50% 交易更快速

31% 使用方便不麻煩

30% 更安全的支付方式

30% 優惠及回饋更吸引人

30% 習慣使用

### 台灣

最受歡迎的支付方式：

感應式卡片

30%

59% 交易更快速

40% 習慣使用

40% 使用方便不麻煩

34% 不用擔心金額不夠  
/省去手動儲值的麻煩

33% 優惠及回饋更吸引人

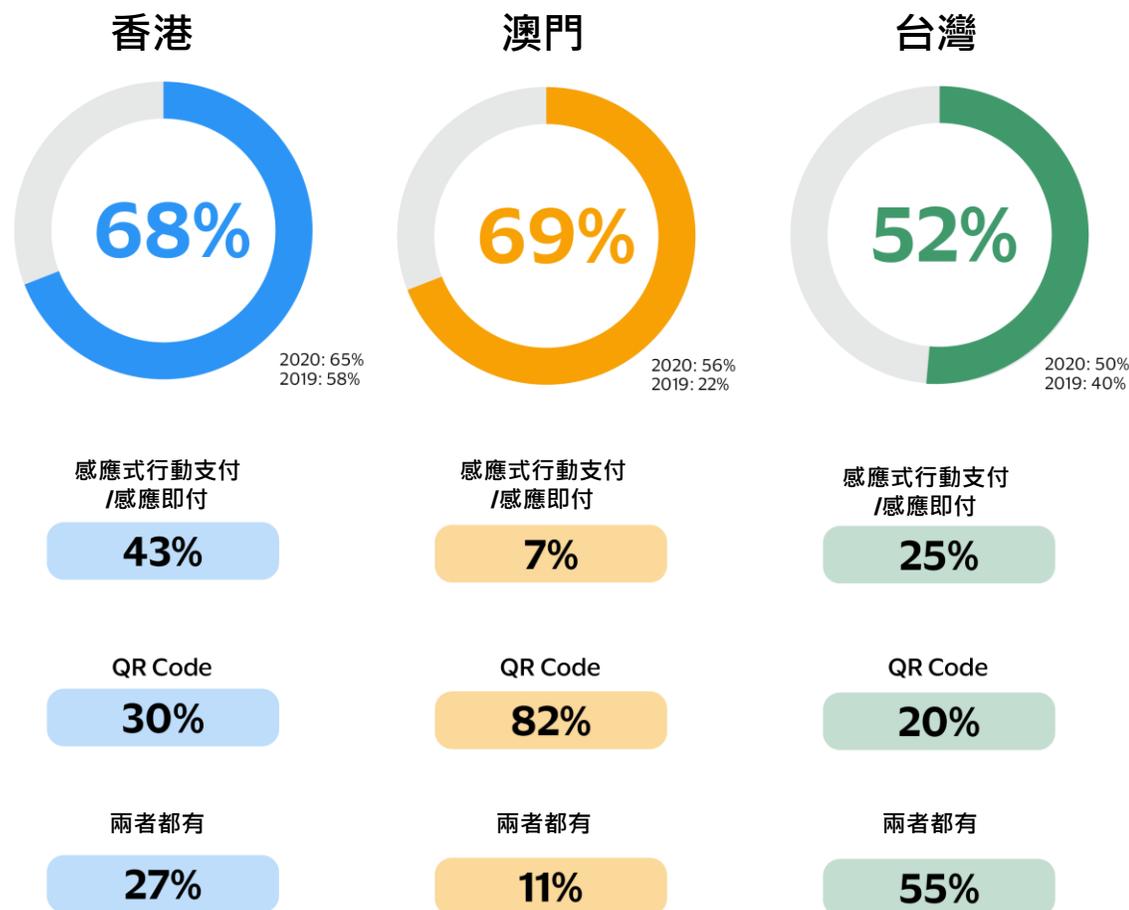
## 3.2 電子錢包 浪潮來襲



疫情期間，電子錢包在三個市場的使用量皆明顯增加。超過半數（52%）台灣消費者已經常使用電子錢包，台灣消費者（55%）同時使用掃碼支付、感應行動支付進行消費。

與其他付款方式相比，感應式行動支付或感應即付，在香港和台灣最為普及，台灣至少有半數消費者採用這種方式及掃碼支付。澳門狀況較為不同，掃碼支付廣為大多數消費者使用，感應式行動支付或感應即付則僅1/4消費者使用。

### 電子錢包的跨市場使用量





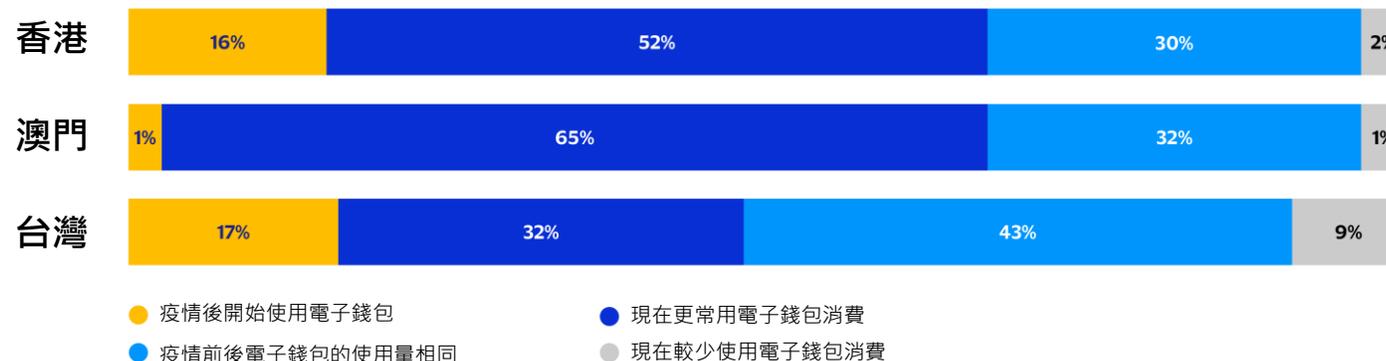
電子錢包使用量較疫情前呈明顯增長，在香港和台灣，至少16%消費者在疫情後開始使用電子錢包。

三分之一的（32%）台灣消費者表示相較於疫情前更常使用電子錢包，三大主因為只要帶手機不用帶錢包出門更方便、用電子錢包享更多優惠和回饋，以及覺得用電子錢包支付更快速。

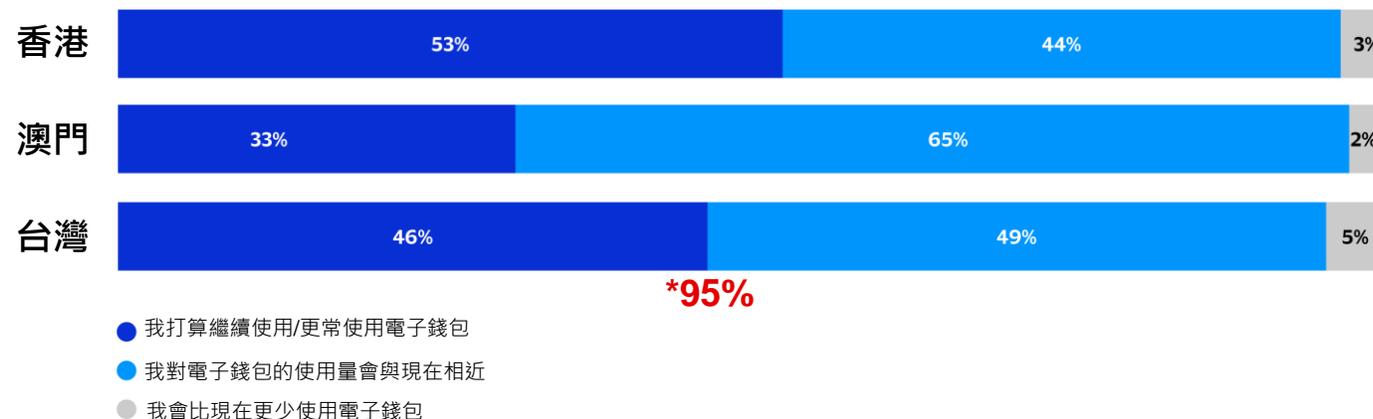
95% 的台灣受訪者更表示，未來一年將持平或更常使用電子錢包。



### 電子錢包使用狀況變化 – 與疫情前相比



### 電子錢包使用狀況變化 – 未來使用狀況（一年後）

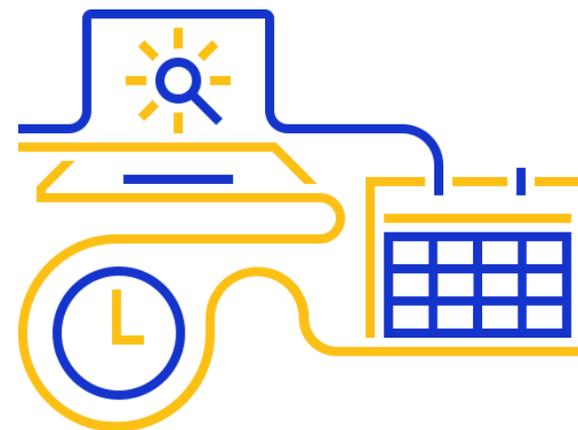


## 忠誠度計畫及優惠:

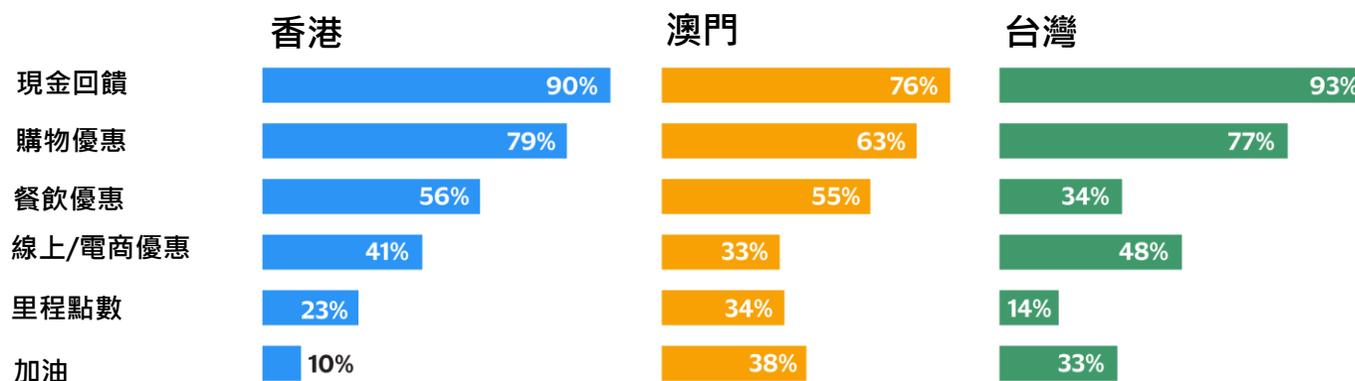
# 4.1 里程卡 多元化用途

信用卡的忠誠度及優惠方案出現重大轉變，因疫情影響下，里程卡因旅遊活動停擺較不受歡迎。以往里程回饋是最受歡迎的項目，如今卻榮景不再，消費者轉而偏好現金回饋或購物及餐飲優惠。在台灣，消費者也較偏好電商或線上購物優惠。

在香港，每5位消費者中至少有1位已不再使用里程卡。而在台灣，許多消費者找到了旅遊以外的里程卡使用方式。整體而言，消費者的主要痛點是里程點數的到期，這必須被解決才能留住使用者，更有效且關鍵的做法是將里程點數延伸至更多用途，例如在地旅遊或餐飲消費等。



### 偏好的信用卡新卡優惠 (排名1-3)



## 忠誠度計畫及優惠:

# 4.1 里程卡 多元化用途

### 對里程卡的想法

( % 受訪者同意此敘述 )

	香港	澳門	台灣
我已不再使用里程卡	22%	13%	17%
我擔心里程點數到期	38%	52%	41%
即使沒有使用期限，短期內無法使用里程點數仍讓我感受不佳	35%	19%	31%
我可以把里程點數運用在旅遊以外的用途	33%	19%	41%
若能將里程點數用於在地旅遊會很不錯	21%	29%	34%
若能將里程點數用於精緻餐飲會很不錯	20%	32%	26%



## 忠誠度計畫及優惠:

# 4.2 顧客維繫方案最優化

消費形態日復一日不斷改變，如何留住消費者成了更大的挑戰。品牌與企業必須謹慎留意，並打造強而有力的忠誠度計畫及優惠方案，才能避免在新的競爭環境下流失客戶。

在香港，品牌聯合回饋等忠誠度計畫較為盛行，澳門與台灣更常見的則是信用卡/簽帳金融卡的優惠。其中，澳門消費者對忠誠度計畫的參與程度最低，50%消費者表示未參與過任何類似計畫。

### 各市場消費者參與忠誠度計畫的比例

#### 香港

品牌聯合獎賞計畫 (如: Yuu)	48%
電子錢包公司 (如: 微信支付, Octopus App)	40%
信用 / 簽帳金融卡支付品牌	37%
信用 / 簽帳卡發卡銀行	35%
超市 / 百貨公司 / 多品牌商場 (如: 新地商場的The Point 獎賞計畫)	32%
我沒有參加任何一項	10%

#### 澳門

信用 / 簽帳金融卡支付品牌	19%
商場 / 購物中心	19%
電子錢包公司 (如: 微信支付)	12%
飯店 (如: 希爾頓, 萬豪酒店)	10%
在地 / 商業協會	10%
我沒有參加任何一項	50%

#### 台灣

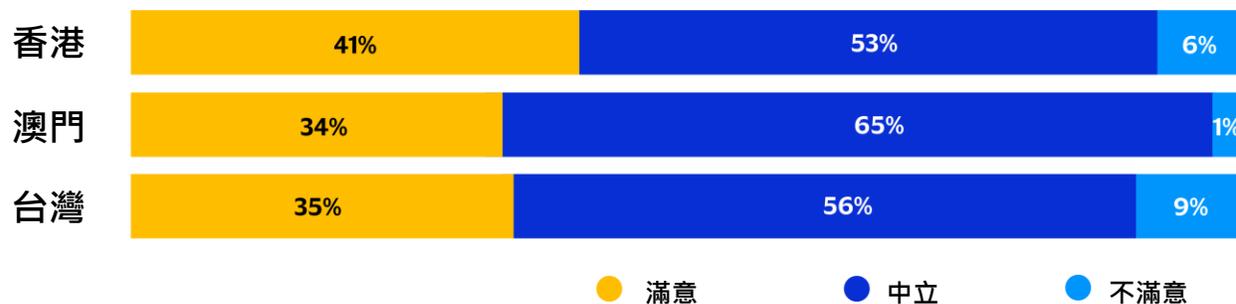
信用 / 簽帳金融卡支付品牌	41%
超市 / 百貨公司 / 多品牌商場 (如: Sogo)	39%
商場 / 購物中心	39%
信用 / 簽帳卡發卡銀行	38%
電子錢包公司 (如: Taiwan Pay, Line Pay)	31%
我沒有參加任何一項	16%

**3成消費者對於他們參與的會員忠誠度計畫  
感到滿意**

主要原因包括：具吸引力的回饋及優惠、多樣化優惠、具獨特性且方便兌換的流程。反之，無法滿足上述需求，則是消費者感到不滿意的主要原因，如優惠兌換流程太過複雜、點數到期等。

三個市場的消費者對於優惠方案的追蹤及兌換有不同的看法，不過，各市場中都有眾多消費者希望能透過單一行動APP或平台追蹤自己參與的所有忠誠度計畫。此外，至少7成消費者偏好透過電子化方式兌換優惠勝過紙本。

### 對目前忠誠度計畫的滿意度



# 對忠誠度計畫滿意的原因



具吸引力的回饋  
及優惠



簡單且容易理解的  
優惠兌換流程



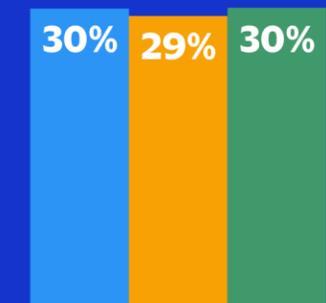
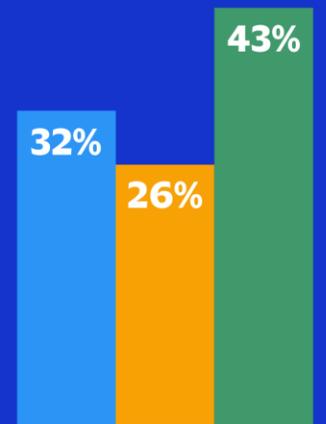
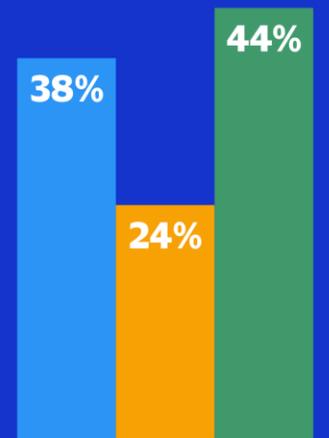
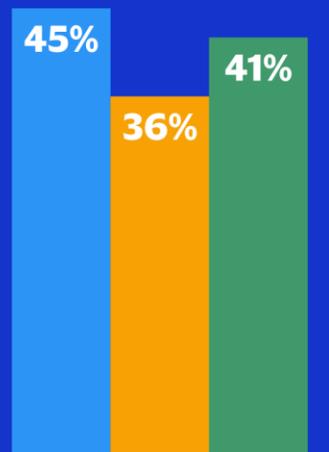
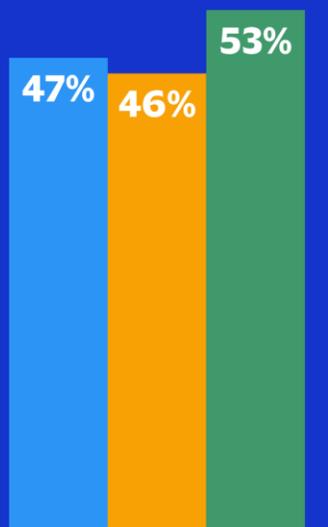
有多樣化優惠  
可供選擇



回饋點數  
沒有使用期限



賺取回饋或優惠  
所需的時間合理



● 香港 ● 澳門 ● 台灣

# 對忠誠度計畫滿意的原因



忠誠度計畫及其優惠  
符合我的生活方式



回饋及優惠  
具獨特性



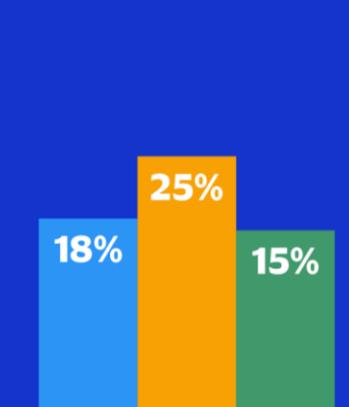
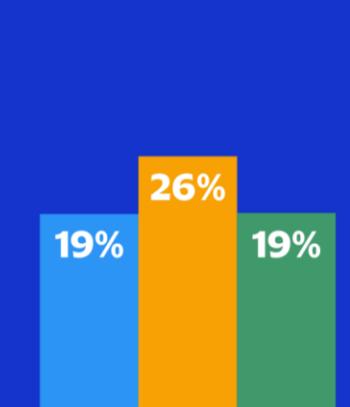
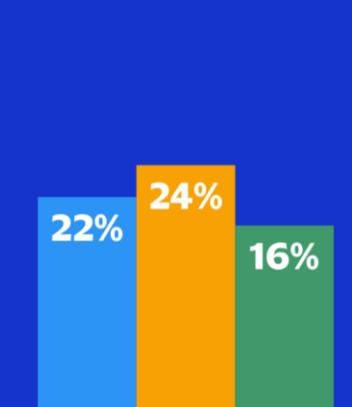
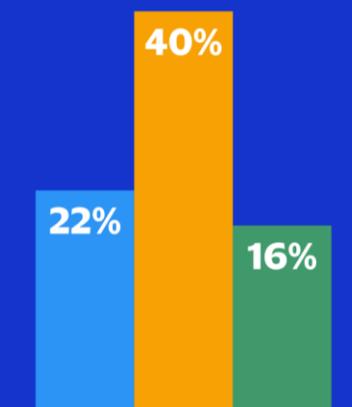
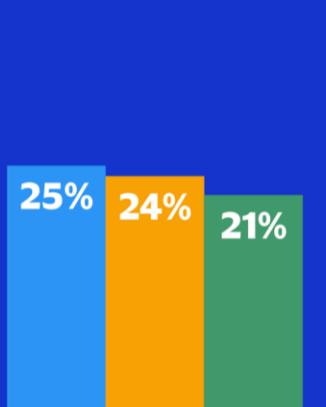
忠誠度計畫提升  
我對該品牌的體驗



忠誠度計畫有一定  
程度的客製化內容



忠誠度計畫讓我  
感覺受重視



● 香港 ● 澳門 ● 台灣

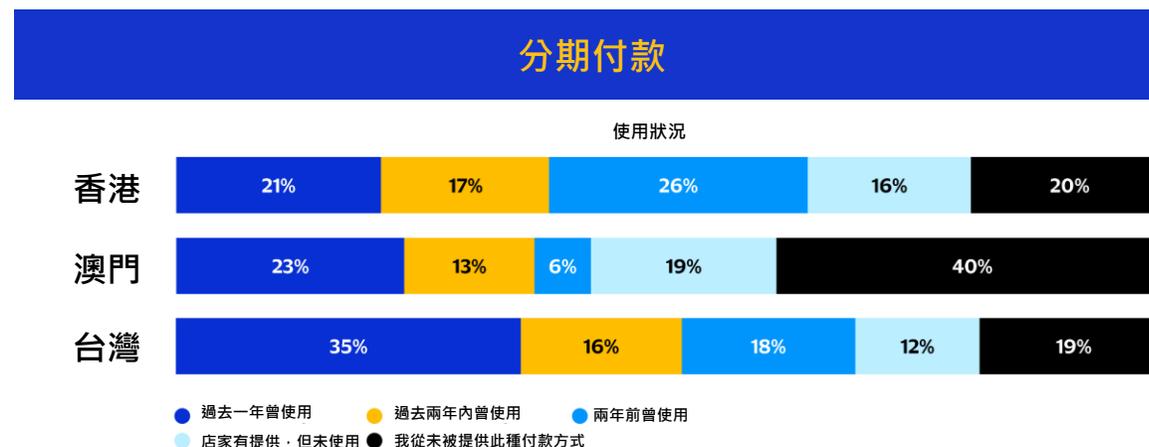
## 分期付款

# 5.1 先買後付： 分期付款的龐大潛力

分期付款方式在香港及台灣都至少有半數消費者曾使用，在澳門則相對不盛行，每10位消費者有6位從未使用分期付款。在疫情期間，三個市場的分期付款使用量都有成長，尤其是在台灣，過去一年已有1/3消費者曾使用分期付款。

依據不同店家所提供的分期方案來看，信用卡的分期方案最受歡迎 – 三個市場的多數消費者都會採用，其次則是線上支付平台如支付寶及微信支付，並在澳門尤其受歡迎。

先買後付平台 (BNPL) 在三個市場仍處於初期發展階段，未來尚有龐大成長潛力，被視為更具吸引力的支付方式，也是更友善的分期付款選擇。



### 分期付款服務來源

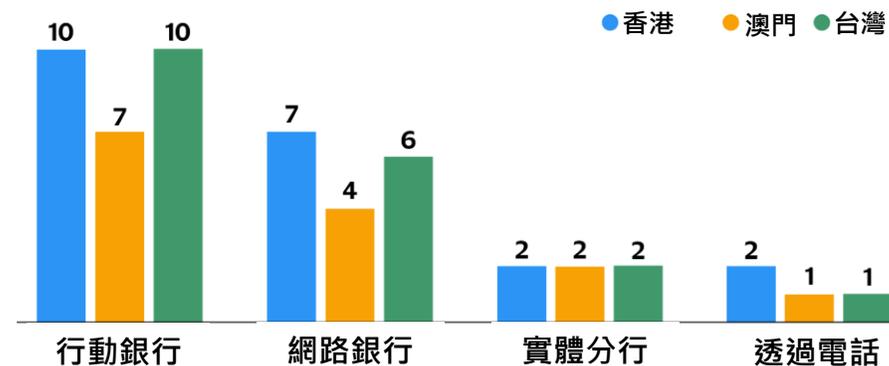
	香港	澳門	台灣
信用卡	72%	80%	83%
零售店家/品牌	16%	8%	15%
支付平台	21%	31%	8%
先買後付平台 (BNPL)	9%	0%	4%

## 6.1 疫情驅使數位金融 深入日常生活

過去十年間銀行已轉向數位化，而疫情更進一步使數位銀行服務加速成長。消費者減少出門並避免面對面接觸，減少造訪實體銀行的次數，同時線上也可以取得更多樣的銀行服務。在不同管道中，行動銀行是最常被使用的方式，香港、澳門、台灣三市場的消費者每月皆會使用行動銀行數次，其次則是透過筆電或平板使用網路銀行。數位銀行服務的使用量增加，主要原因來自於是消費者可以節省交通及排隊時間，並獲得24小時全天候服務。



### 使用銀行服務的管道 – 平均每月使用次數



### 相較實體分行，消費者更常使用數位銀行服務的原因

#### 香港

節省時間不必親自跑銀行 68%

網路/行動銀行  
隨時隨地提供服務 65%

我不喜歡在銀行排隊 64%

#### 澳門

我不喜歡在銀行排隊 82%

節省時間不必親自跑銀行 50%

網路/行動銀行  
隨時隨地提供服務 26%

#### 台灣

網路/行動銀行  
隨時隨地提供服務 73%

進行交易/取得資訊  
更有效率且便利 69%

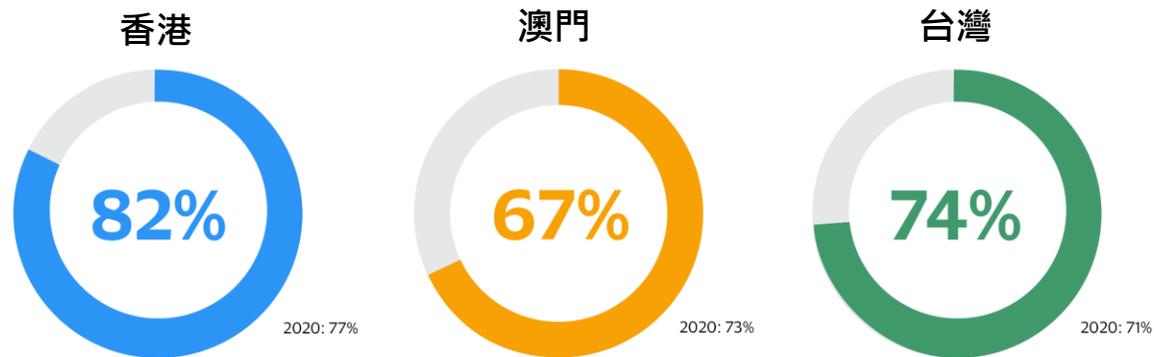
節省時間不必親自跑銀行 66%

行動銀行的使用頻率最高，且已接近全面普及，大部分消費者手機皆有安裝銀行的行動APP。台灣每10位消費者就有7位擁有並使用行動銀行APP。

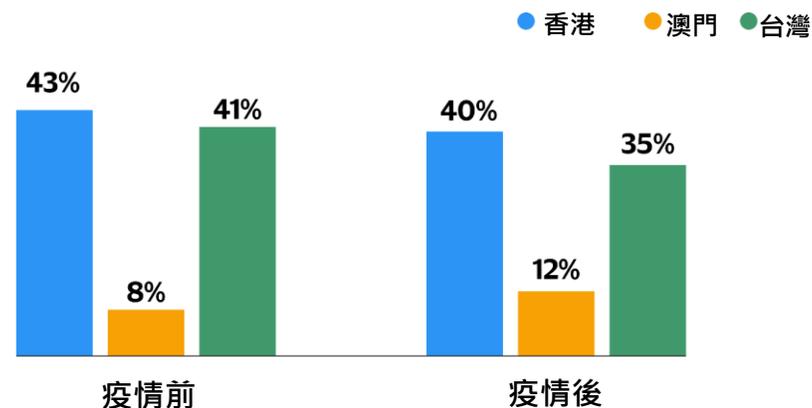
數位銀行是相當關鍵的趨勢，它已深入消費者的日常。且在後疫情時代，可望在三個市場持續成長，在台灣及香港，每10位消費者就有3-4位表示將增加使用數位銀行服務。



### 在手機安裝行動銀行APP的比例



### 數位銀行服務使用狀況 – 提升比例



# 6.2 專注使用者體驗 是持續成長的關鍵

### 消費者偏好數位金融服務的主要關鍵仍 在於使用者體驗。

當民眾被問及銀行的哪些服務面向有待改善時，多數消費者指出實體銀行的待辦程序太多，尤其是繳交文件不夠便利，以及開戶、辦卡及申請貸款所需的時間太長。

同時，實體銀行提供的客製化服務及方案，也仍有可改善的空間。

數位銀行在各類銀行服務中，都具有最佳的使用者體驗，有待改善之處也最少。消費者認為應改善的部分僅有機器人客服及提出客訴的方便性。

### 有待改善的服務面向： 行動銀行的使用體驗評分（台灣）

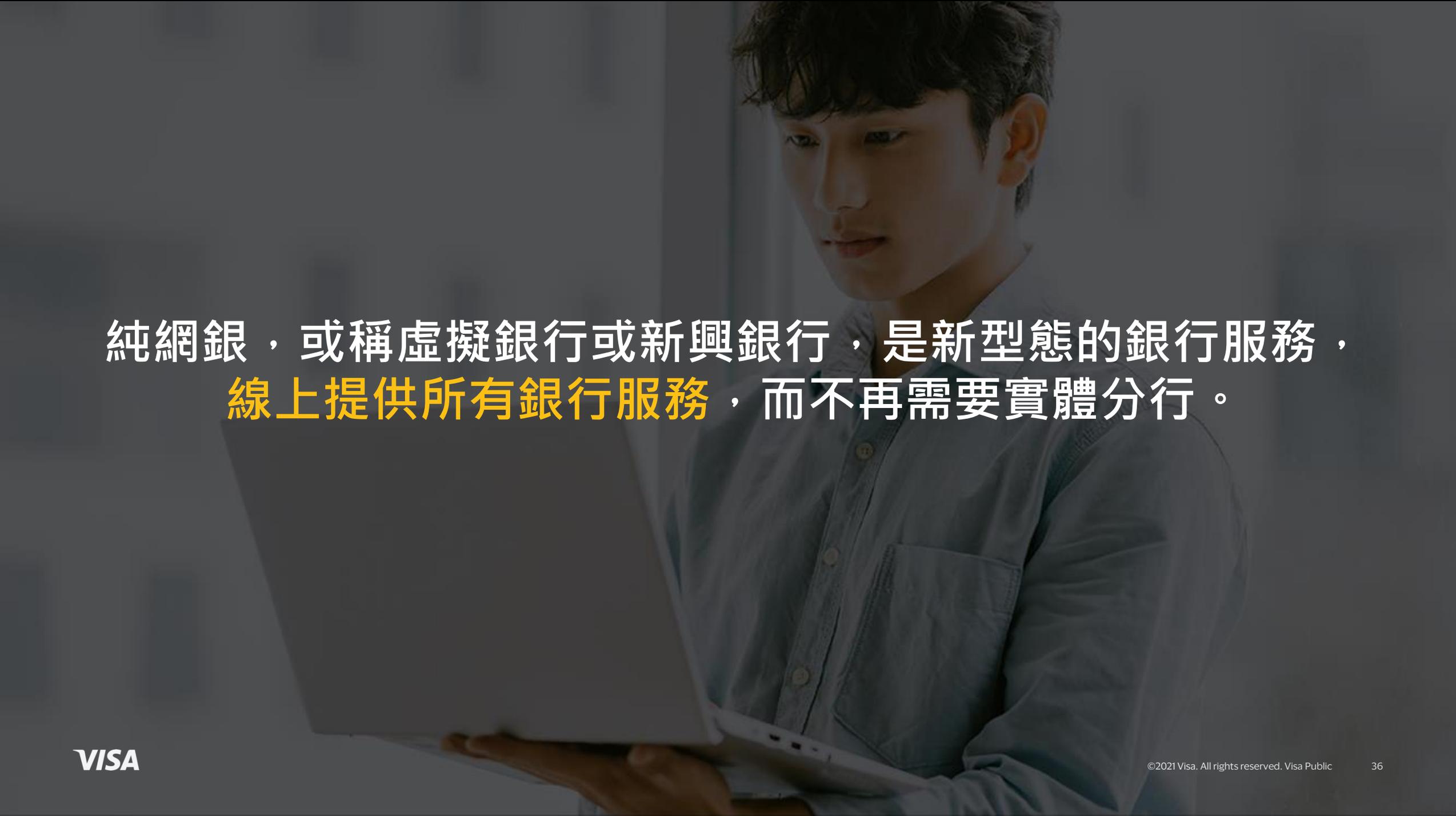
	實體分行	以電腦使用數位銀行	行動銀行
開戶、辦卡/貸款的 點擊次數及所需時間	50%	23%	22%
繳交文件的方便性	42%	24%	21%
所需的文件數量	38%	22%	21%
認證身份/登入系統的方便性	30%	22%	19%
使用者友善的操作介面	34%	24%	19%
客製化服務及方案	36%	24%	22%
查找所需資訊的方便性	28%	21%	21%
機器人客服的方便性	N/A	35%	34%
提出客訴的方便性	31%	31%	32%

在各種支付方式中，信用卡的使用者體驗最佳，並大幅領先其他支付方式。尤以易於追蹤消費、付款更方便、提供客製化服務方案等原因最受歡迎。感應式行動支付則位居第二，與信用卡吸引使用者的理由相近，但確保支付安全性及付款便利性是關鍵。

### 支付方式: 使用者體驗相關參數排名 (台灣)

	完成交易 需的點擊次數較少/ 更快完成	更易於 追蹤消費紀錄	使用者介面友善	安全的支付方式	客製化 服務及方案	支付方便性
信用卡	57%	60%	34%	41%	51%	51%
簽帳金融卡	20%	24%	13%	21%	16%	21%
ATM 金融卡	13%	15%	11%	14%	8%	14%
感應式卡片	37%	23%	20%	24%	19%	33%
行動掃碼支付	27%	22%	24%	22%	21%	28%
感應式行動支付	38%	31%	34%	30%	29%	39%
行動 APP 支付	19%	19%	17%	14%	19%	20%
P2P 支付	18%	18%	17%	15%	20%	22%
儲值/交通卡	27%	18%	15%	25%	15%	31%
支付網關	8%	8%	7%	9%	9%	10%



A young man with dark hair, wearing a light blue button-down shirt, is looking down at a laptop screen. The background is a plain, light-colored wall. The overall image has a dark, semi-transparent overlay.

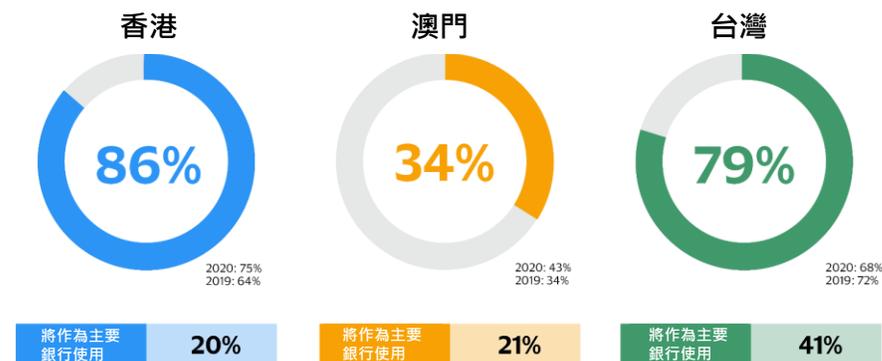
純網銀，或稱虛擬銀行或新興銀行，是新型態的銀行服務，  
線上提供所有銀行服務，而不再需要實體分行。

# 6.3 銀行服務將全面走向虛擬化？

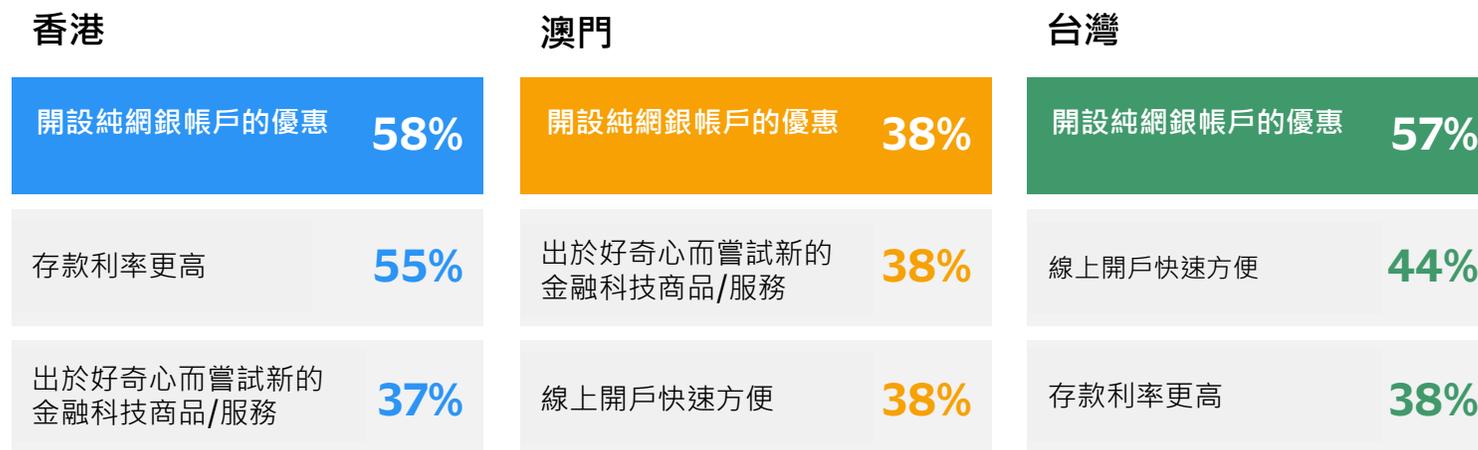
純網銀，或稱虛擬銀行或新興銀行，是新型態的銀行服務，線上提供所有銀行服務，而不再需要實體分行。純網銀使消費者能夠隨時、便利地在線上完成繳納帳單費用、查詢帳戶明細、申辦貸款、申辦信用卡/簽帳金融卡、存提款等需求。

過去幾年，純網銀在香港及台灣的認知度提升，開設純網銀帳戶的消費者比例也有成長。另一方面，純網銀在澳門的成長幅度則相對保守，僅1/3消費者認識純網銀。消費者在純網銀開戶的原因，主要來自於開戶所提供的優惠，以及和傳統銀行相比更高的利率。

### 純網銀的認知度



### 開設純網銀帳戶的原因 (三市場的整體意見)



純網銀在過去一年出現明顯成長，消費者也考慮將純網銀作為主要銀行

純網銀優勢包含消費者認為純網銀的整體成本較低、存款利率更優惠等。

消費者的顧慮則是未經過充份測試驗證、相較傳統銀行更容易被駭等。

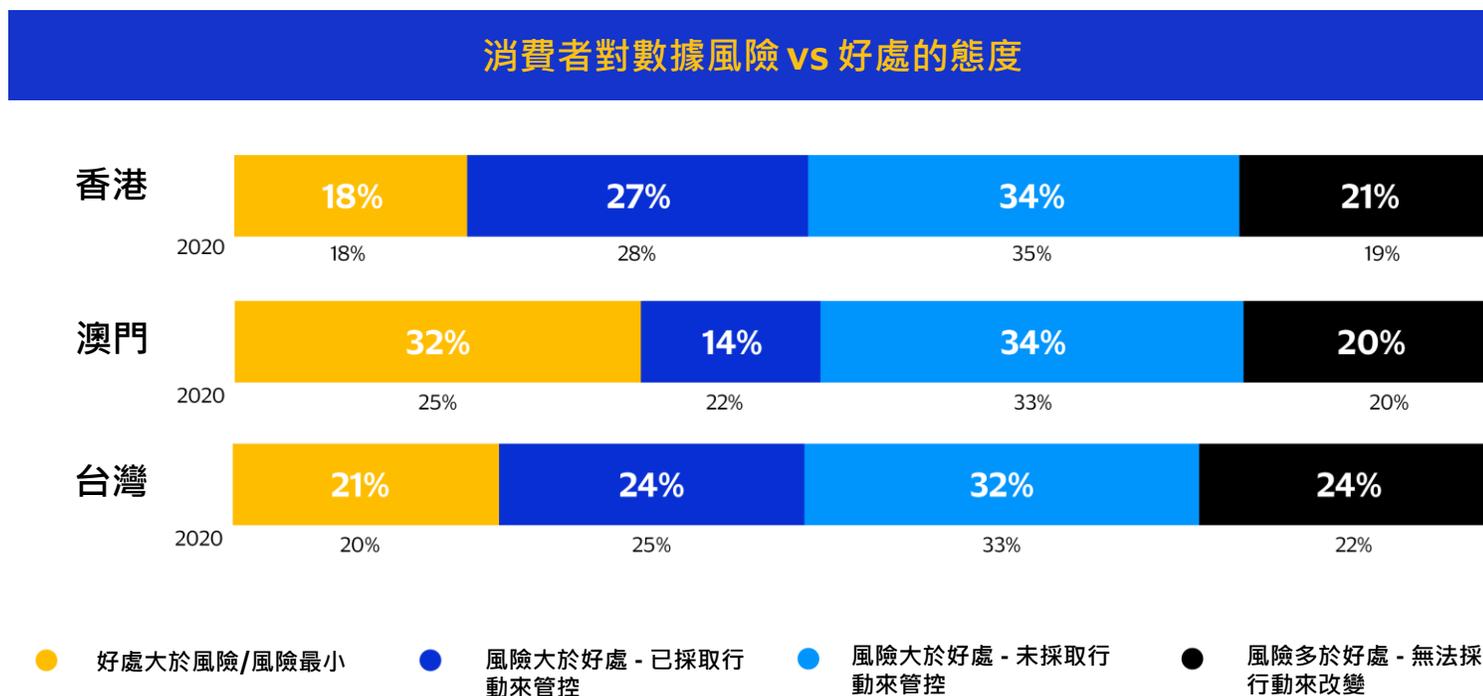


## 消費者對傳統銀行vs純網銀的想法 (台灣)



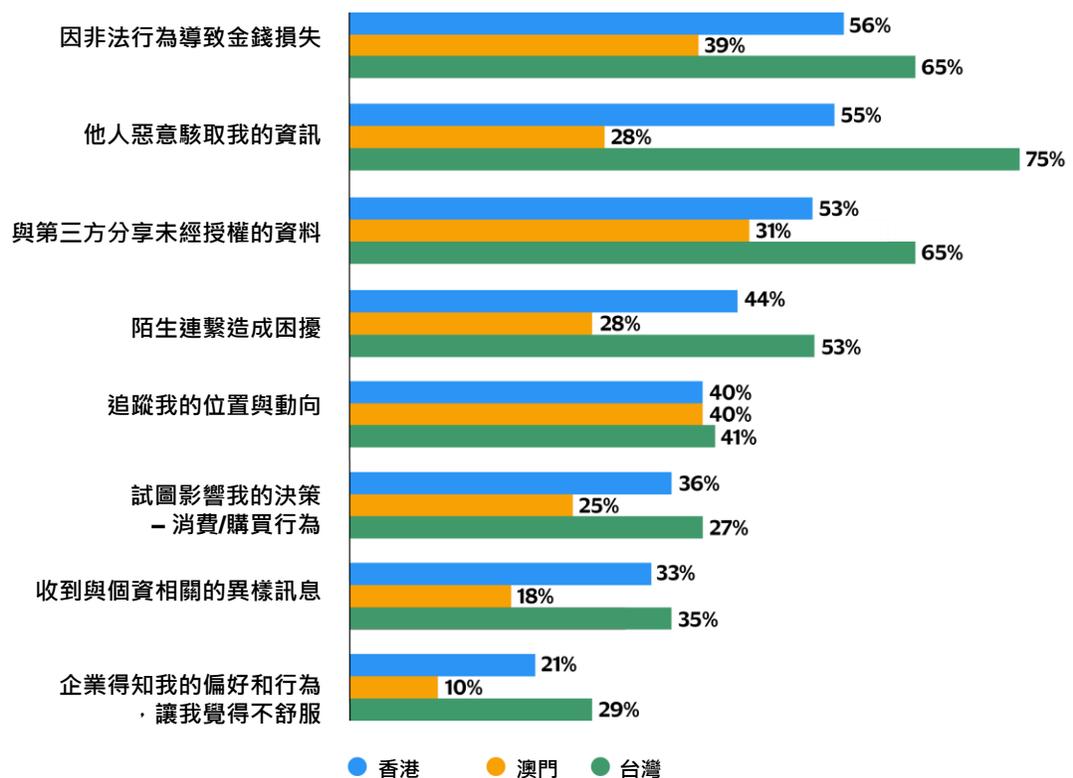
## 7.1 數據的好處與風險

全球在過去幾年都走向了數位化，但消費者並非全面擁抱這項趨勢。消費者對於在線上分享自身資訊仍相當警覺，並認為風險大過於帶來的好處。同時，大多數消費者偏好由自己來保管個人及財務資訊，且有1/3受訪者認為自身資料的管控措施可以做得更好。

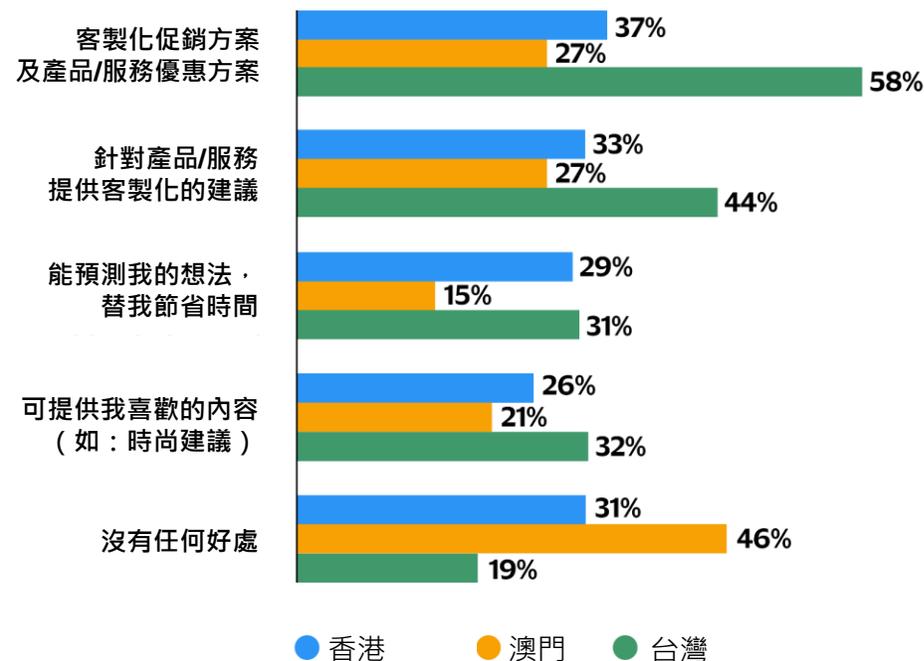


針對數據的共享，消費者的擔憂主要來自於：不法行為導致資料遭竊、與第三方分享未經授權的資料、遭駭客入侵等原因。另一方面，針對數位資料共享的好處，較多台灣消費者認為客製化的促銷方案、可提供客製化的產品/服務建議、節省搜尋資料時間等是主要優勢。而1/3香港消費者以及近半數澳門消費者則認為，數據共享帶來的好處不多，甚至是沒有任何好處。

### 對數據的主要擔憂



### 共享數據的主要好處



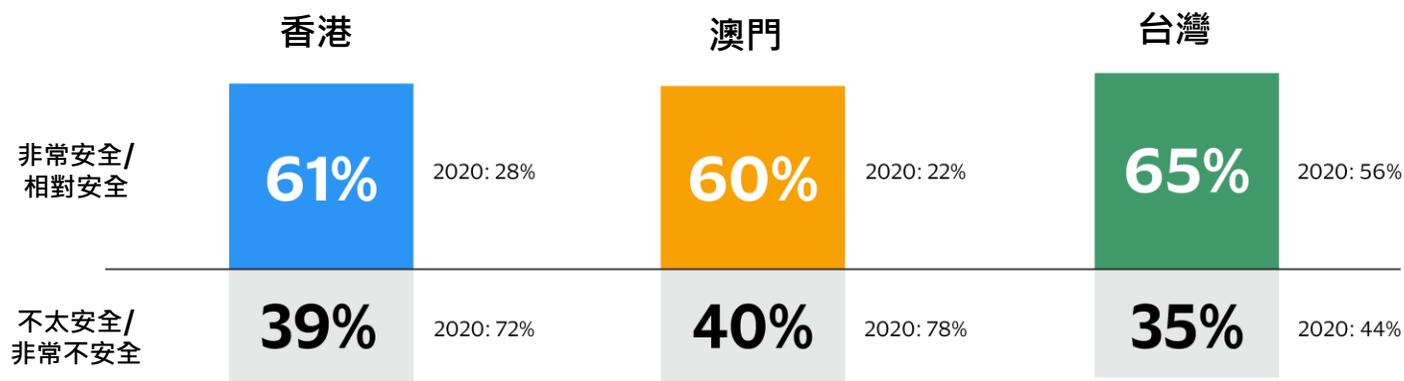
## 大數據與大責任

# 7.2 推動數位支付更安全

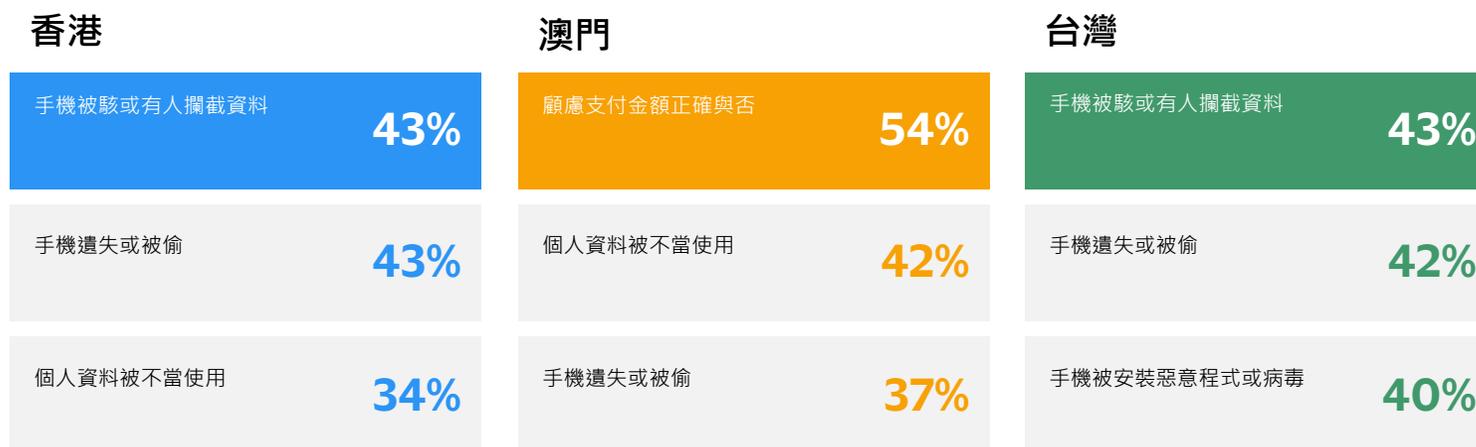
手機用於支付日漸增長。在 2020 年，它不被認為是一個非常安全的選擇，但一年後情況有所改善，有 60% 的消費者認為他們的個人資料非常安全或相對安全。

毋庸置疑，消費者對行動支付仍然存在擔憂—克服這些疑慮對增長行動支付至關重要。在香港和台灣，駭客、電話遺失或竊盜都是主要問題。其他的擔憂則包括著是否支付金額正確性以及個資處理問題。

### 行動支付個資安全性



### 前三大行動支付資訊安全顧慮



## 7.3 克服開放銀行的挑戰

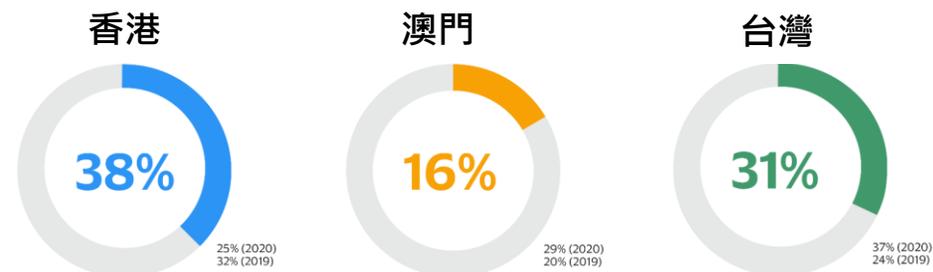
開放銀行此一觀念在許多國家已得到政府及金融業的支持，它代表的是一套完整標準，使消費者能夠授權銀行與特定組織分享其財務資料。開放銀行也將催生許多創新服務，例如跨銀行的交易紀錄、消費分析、支出節流建議、以及其他更多樣化的服務。

由於這是市場上較新穎的概念，同時消費者對於資料分享的態度相對保守，因此開放銀行在過去幾年的成長極為有限，澳門近期對開放銀行的認識程度甚至較以往更為下降。

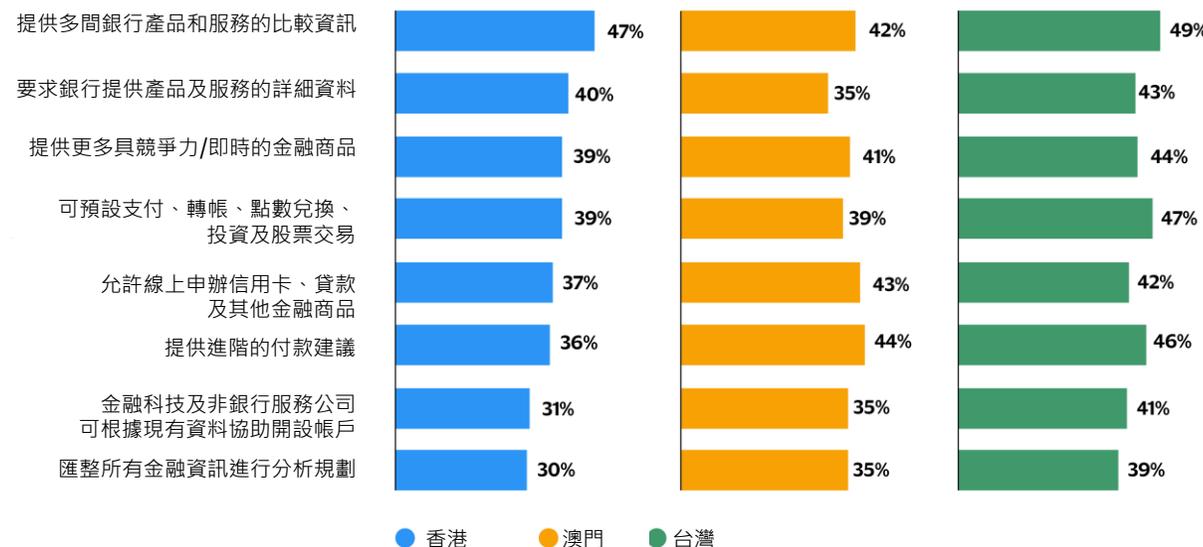
然而，開放銀行可提供的服務已引起香港和澳門消費者的興趣，包括透過開放銀行比較多間銀行的產品及服務、提供進階的付款建議、更具競爭力的金融商品等。



### 開放銀行的認知度



### 對開放銀行服務的興趣





## 關於Visa

---

Visa Inc. ( NYSE: V ) 是全球數位支付領域的領導者，我們的任務是透過最具創新、可信任和安全的支付網路連接全世界，從個人、企業和經濟都能蓬勃發展。我們先進的全球處理網路VisaNet在全球範圍內提供安全可靠的支付，每秒可處理超過65,000筆交易。Visa對創新的堅持不懈是任何科技裝置上互聯網商業快速成長的催化劑，也是每個人、甚至任何地方之於未來無現金社會夢想背後的驅動力。

隨著世界向數位化轉變，Visa正在應用我們的品牌、產品、人才、網路和規模來重塑商務的未來。查詢更多資料，請參考[關於Visa](#) [About Visa](#) [visa.com/blog](#) [@VisaNews](#)

