

出國報告（出國類別：開會）

## TWQR 韓國開通記者會 出國報告

服務機關：中央銀行

姓名職稱：劉素珠襄理

派赴國家：韓國首爾

出國期間：113年1月30日至2月2日

報告日期：113年4月1日

## 摘 要

為響應政府推動行動支付政策及推展 TWQR 跨國支付服務，中華民國銀行公會全國聯合會（下稱銀行公會）及財金公司偕同韓國 BC Card 公司於本（2024）年 1 月 31 日假韓國首爾東大門諾富特大使酒店舉辦「TWQR 韓國開通記者會」，職奉派出席參與盛會，見證臺韓行動支付史上重要的一刻。

記者會圓滿成功，開場表演結束後，介紹與會貴賓，並由 BC Card 公司崔元碩執行長、銀行公會雷仲達理事長、韓國觀光公社劉鎮鎬本部長及駐韓國臺北代表處黃中兆組長依序致詞，接著由 BC Card 公司簡介台灣 Pay 服務，並進行 TWQR 在韓國開通之啟動儀式，最後在全體與會人員高喊「TWQR 順利成功」的歡呼聲中結束記者會，本報告將在第一章詳細記錄記者會的過程。

接著於本報告第二章專章介紹 QR Code 共通支付標準 TWQR 之發展歷程，並於第三章提出本次參訪心得與建議事項。

## 目 次

第一章 TWQR 韓國開通記者會紀實.....	1
第二章 QR Code 共通支付標準 TWQR 之發展歷程.....	7
一、TWQR 之誕生 .....	7
二、我國 QR Code 共通支付標準推出時程早於許多鄰近國家.....	9
三、TWQR 跨國支付之發展歷程 .....	11
四、TWQR 跨境平台 .....	12
五、TWQR 未來規劃方向 .....	15
第三章 心得與建議 .....	18
一、參訪心得 .....	18
二、建議事項 .....	20
參考資料.....	23
附錄：BC Card 及其子公司 K Bank 簡介.....	24

## 第一章 TWQR 韓國開通記者會紀實

為提升 TWQR 在韓國開通之廣宣效益，吸引當地業者配合導入，銀行公會及財金公司偕同 BC Card 公司，於本年 1 月 31 日假韓國首爾「東大門諾富特大使酒店」舉辦「TWQR 韓國開通記者會」，並邀請臺韓雙方合作單位、金融機構、主管機關等單位代表蒞臨參與。

我方參與人員包括我國外交部駐韓國臺北代表處黃中兆組長、交通部觀光署駐首爾辦事處郭笙如主任、首爾台灣貿易中心賴登科主任，以及由銀行公會雷仲達理事長及財金公司林國良董事長率領的國內代表團，成員共 49 位，包括彰化銀行凌忠嫻董事長、土地銀行謝娟娟董事長、元大銀行周筱玲副董事長、中華郵政公司江瑞堂總經理及國內 15 家金融機構代表，本行及財政部亦指派業務督導主管隨團出席。

韓方則由韓國觀光公社劉鎮鎬本部長、BC Card 公司崔元碩執行長、輕鬆支付（Zeripay）崔統株執行長，以及韓國 4 大免稅店、知名連鎖咖啡、百貨商場、主題觀光樂園等 18 家機構 36 位貴賓蒞臨參與。

在進入記者會場前，主辦單位準備了「留影牆」，背板上標記了「『TWQR』 Service Launch in Korea 2024.01.31」字樣，



精心設計的韓國建築印象，線條簡單且色彩優雅，同時也備有即時拍彩印機，供來賓在現場留下珍貴的影像。

就在鄰近「留影牆」的一側，同時設有「支付體驗區」，現場體驗 TWQR 付款的便利性，只要使用台灣 Pay App，點選跨國交易之「韓國購物付款」



功能，透過密碼或生物辨識解鎖，手機螢幕就會顯示 TWQR，畫面同時有 Paybooc 及 BC Card 公司 Logo 讓韓國店家輕鬆辨識，掃完 TWQR 後，手機畫面除顯示韓元的消費金額外，同時顯示等值的新臺幣金額，並統一以臺灣銀行前一日的匯率清算，免收任何跨國交易 1.5%手續費，流程簡易且順暢，現場試用的各金融機構代表對於自家的付款 App 能在韓國成功使用都感到相當滿意。



記者會一開始，即安排結合力與美的傳統韓國舞蹈及氣勢磅礴的大鼓表演，隨後司儀向與會的韓國嘉賓逐一介紹臺灣代表團的各個單位代表，全場報以熱烈掌聲。

接著由 BC Card 公司崔元碩執行長致詞，崔執行長誠摯的

歡迎及感謝所有貴賓的到來，並提到為了慶祝 TWQR 在韓國開通，BC Card 公司特地針對 TWQR 的使用者規劃了「到韓國住一個月計畫」，該計畫是與旅遊電商平台 creatrip 合作，提供 K-Culture、K-Wellness 及 K-Workation 三種套裝行程，並提供最高達 67% 的優惠，希望來自臺灣的旅客能夠深入體驗韓國的美食、美景，甚至是美妝等，真正瞭解韓國文化的特色。



臺灣代表團雷仲達理事長接續致詞，雷理事長提及臺灣與韓國地理位置鄰近，且互為第 5 大貿易夥伴，在 COVID-19 疫情前雙邊互訪，曾高達一年 250 萬人次，顯見兩國間觀光、經貿及金融關係交流緊密。根據臺灣觀光署統計資料顯示，2023 年韓國已躍升為臺灣出國旅遊目的地第三名，值此兩國交流提升的時刻，我國金融業與韓方共同推動 TWQR 在韓國的行動支付服務，更具有指標性的意義。

隨即請韓國觀光公社劉鎮鎬本部長致詞，韓國觀光公社是韓國政府為了向其他國家推廣國內觀光旅遊業而設立的機構，劉本部長曾擔任韓國觀光公社臺北支社社長，中文說的相當流利，特地使用中文歡迎所有臺灣來的貴賓，並祝賀 TWQR 在韓國開通服務順利成功，劉本部長提到他在臺灣工作的 6 年期間，

體驗到臺灣的風景優美、交通便利、治安良好，人民特別親切，相信透過便捷的支付整合，未來臺灣及韓國的民間交流會更加緊密，韓國觀光公社也會做好準備，讓臺灣的遊客來訪時，不會遇到任何的不便與困難。

駐韓國臺北代表處黃中兆組長也特別感謝所有與會機構對臺韓金融合作與觀光交流所作的努力與貢獻，並提到臺韓為長期密切的經貿夥伴，雙邊年度貿易總額突破 500 億美元，2022 年臺韓簽署「臺韓銀行業監理合作備忘錄」，並促成首家韓國銀行－韓亞銀行（Hana Bank）來臺設立分行，而歷經 7 年談判的「臺韓避免所得稅雙重課稅及防杜逃稅協定」（ADTA），也於本年 1 月 1 日正式適用，有助提升臺韓投資環境、促進租稅公平，並深化雙方實質關係。臺韓在人員往來、觀光、教育文化等領域的交流也相當密切，2022 年臺韓並簽署「國際駕照相互承認瞭解備忘錄」。透過前述備忘錄的簽署，大幅提高雙方人民及企業間交流的便利性，依據交通部觀光署統計，2023 年臺韓人員互訪已達 151 萬人次。

為協助出席的韓國當地知名特約商店業者代表進一步瞭解導入「TWQR」的市場利基、合作方式及未來具體推動計畫，BC Card 公司指派全球業務部曹受玄



本部長進行簡報，並輔以 BC Card 公司及財金公司員工試營運的影片介紹，傳達 BC Card 公司對於「TWQR」的支持，曹本部長表示，該公司將於韓國當地進行「TWQR」的店家擴張計畫，採被掃及主掃模式分二階段推進，陸續開放 20 萬家被掃加盟店家（使用 BC Paybooc 收單系統服務）可接受客戶出示的「TWQR」進行支付；其次則是開放 110 萬家 Zeropay 主掃模式店家，其主要分布在旅遊景點、傳統市場、在各個行業的中小型商戶。

接著由駐韓國臺北代表處黃中兆組長、銀行公會雷仲達理事長、財金公司林國良董事長、韓國觀光公社劉鎮鎬本部長、BC Card 公司崔元碩執行長及韓國輕



鬆支付基金會崔統株執行長進行 TWQR 韓國服務開通啟用儀

式，由 6 位代表手按繽紛亮麗光柱，結合 LED 牆及動畫特效，正式宣告 TWQR 登陸韓國。



隆重的開通啟用儀式後，為共同慶賀服務上線，主辦單位邀請遠道而來的臺方金融機構代

表上台合影，為此行記者會留下完美的句點。

記者會當日下午主辦單位安排臺灣代表團成員前往 BC Card 公司總部參訪，由 BC Card 公司崔元碩執行長親自接待，並特地安排 Tiktok 粉絲數高達 2,000 萬的韓國知名網紅 on oppa 與代表團成員見面、合影，接著由 BC Card 公司及子公司純網銀 K Bank 職員代表，進行公司沿革及發展概況說明（詳附錄 BC Card 及其子公司 K Bank 簡介）。



簡報結束後，隨即前往新世界免稅店明洞店，進行 TWQR 支付服務體驗；在 BC Card 公司積極協助下，新世界免稅店明洞店在中庭壯觀的 360 度環景 LED 打出「熱烈歡迎 TWQR & BC Card 代表們訪問韓國新世界免稅店」文字，讓代表團感受地主國的貼心及熱誠，並提供代表



團成員每人 5 萬韓元的儲值金，讓大家盡情體驗 TWQR 跨國購物消費的便利性。銀行公會雷仲達理事長及財金公司林國良董事長在櫃位購物結帳時，櫃員均熟稔地完成操作程序，過程相當流暢，讓大家對於 BC Card 系統串接及店家完整的教育訓練留下深刻印象。據財金公司表示，本團當日在新世界百貨以台灣 Pay TWQR 消費總額達 2,100 萬韓元（約合新臺幣 50 萬元）。

## 第二章 QR Code 共通支付標準 TWQR 之發展歷程

### 一、TWQR 之誕生



#### (一) QR Code 掃碼支付為行動支付

##### 時代的主流

近年支付工具及形式多元發展，行動支付已蔚為主流，依據資策會產業情報研究所本年 2 月發布的「2023 年行動支付消費調查分析」報告，2023 年國內使用行動支付比率已達 88%，跨國地區之使用比例亦有增長，且若商家支援所有支付工具，則消費者首選行動支付的比例（59.0%）已超越實體信用卡/金融卡（30.6%）及現金（16.5%）。整體而言，QR Code 掃碼支付簡單、快捷、低成本的特性，已成為行動支付時代的主要應用模式，應用範圍廣泛且多元。

#### (二) 解決支付市場碎片化問題

支付業者基於營利及商業競爭考量，通常傾向於發展獨立封閉的系統，僅服務自家客戶，且各支付業者 QR Code 規格互異、無法互通，個別商家須與個別支付業者介接，無法提供跨機構服務，形成支付市場「碎片化」（fragmentation）的現象，導致商店管理成本高，且須擺滿各式 QR Code 立牌，讓民眾難以識別，使用困難；此外，中小型銀行或基層金融機構受限於服務規模及資源配置，無法參與行動支付服務，阻礙市場的良

性競爭，長期而言，恐使市場遭少數業者壟斷或寡占，不利市場健全發展。

為解決前述問題，財金公司於 2017 年即協同金融機構制定 QR Code 共通支付標準，支援提款、轉帳、繳費稅、購物(消費扣款)等功能，以共同建構行動支付生態圈。2021 年並將相關功能應用於規劃建置之「電子支付跨機構共用平台」(下稱電支平台)，以推動電支機構間及電支機構與金融機構間服務之互聯、互通，民眾透過任一電支機構 App，即可辦理跨電支機構及金融機構間之轉帳等服務。

隨電支平台陸續開辦轉帳、繳費稅等業務，購物功能亦於 2023 年 10 月上線，為利統一識別，財金公司將原 QR Code 共通支付標準，以「TWQR」作為共



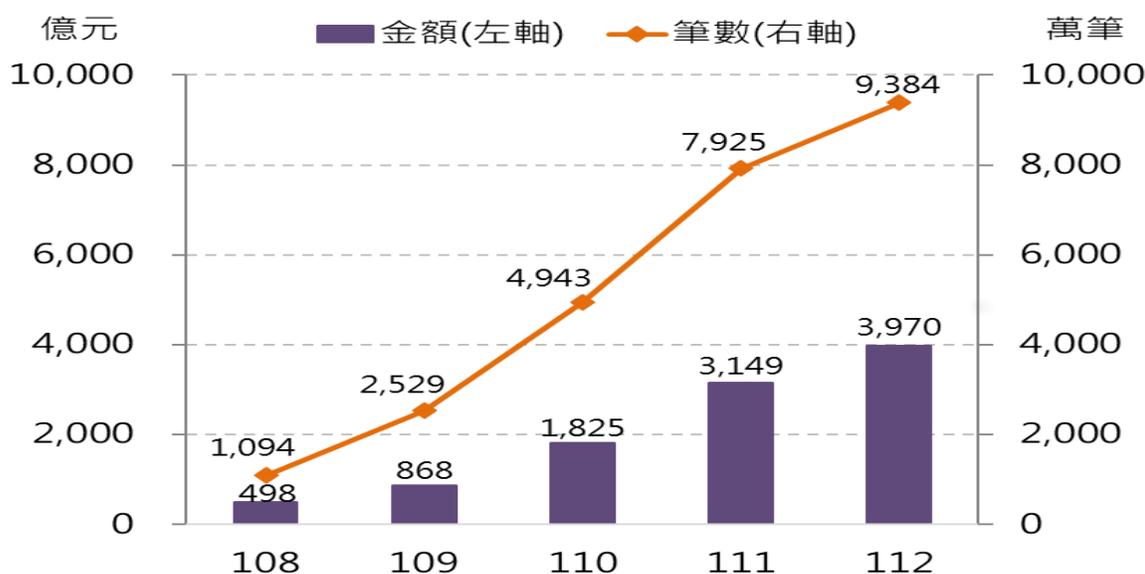
同標示，象徵國內 QR Code 支付應用的整合及金融機構與電支機構兩大支付體系的串連，為我國行動支付發展立下重要里程碑。

### (三) 營運量穩定成長

「TWQR」掃碼支付服務係透過財金公司金融資訊系統跨行平台進行交易轉接及資金清算，並已符合國際卡 EMV QR

Code 規格<sup>1</sup>，截至 2023 年底，參加金融機構共 41 家（含公民營銀行、中華郵政、基層金融），電支機構共 9 家，累計導入逾 39 萬家特約商店，透過 TWQR 處理之交易筆數約 2.6 億筆、交易金額逾 1 兆 482 億元。2023 全年交易量值分別為 9,384 萬筆及 3,970 億元，較 2022 年分別增長 18% 及 26%。

QR Code 共通支付標準之交易筆數與金額



資料來源：本行業務局

## 二、我國 QR Code 共通支付標準推出時程早於許多鄰近國家

亞洲各國政府體認到行動支付 QR Code 規格互異、無法互通之痛點，紛紛加速推動 QR Code 共通支付標準，包括日本、韓國、香港、印度、新加坡、越南、印尼、菲律賓、馬來西亞

<sup>1</sup> EMV QR Code 係由 Visa、Mastercard、JCB、美國運通、銀聯及 Discover 等 6 大國際信用卡組織共同制訂的 QR Code 規格，開放電子錢包業者採用相同的 QR Code 標準，商家只需要準備一組 QR Code 供消費者掃描即可。

及泰國等相繼推出各該國家(地區)通用的 QR Code 規格，改善商家須與個別支付業者介接、商店管理成本高、民眾難以識別及使用不便等問題，其後新冠肺炎疫情更加速數位支付的蓬勃發展，相較各國推出時程，我國於 2017 年即推 QR Code 共通支付標準，早於許多鄰近國家。

亞洲各國之 R Code 共通支付標準



資料來源：財金公司

亞洲各國 QR Code 共通支付標準之推出時程

國家(地區)	標準名稱	推出時程
印度	BharatQR	2016 年 9 月
泰國	Thai QR	2017 年 10 月
韓國	Zeropay	2018 年 8 月
新加坡	SGQR	2018 年 9 月
香港	HKQR	2018 年 9 月
印尼	QRIS	2019 年 8 月
馬來西亞	DuitNow QR	2019 年 7 月
日本	JPQR	2019 年 8 月
菲律賓	QR Ph	2019 年 11 月
越南	VietQR	2021 年 6 月

資料來源：Yulius 等 (2023) 及相關國家網站

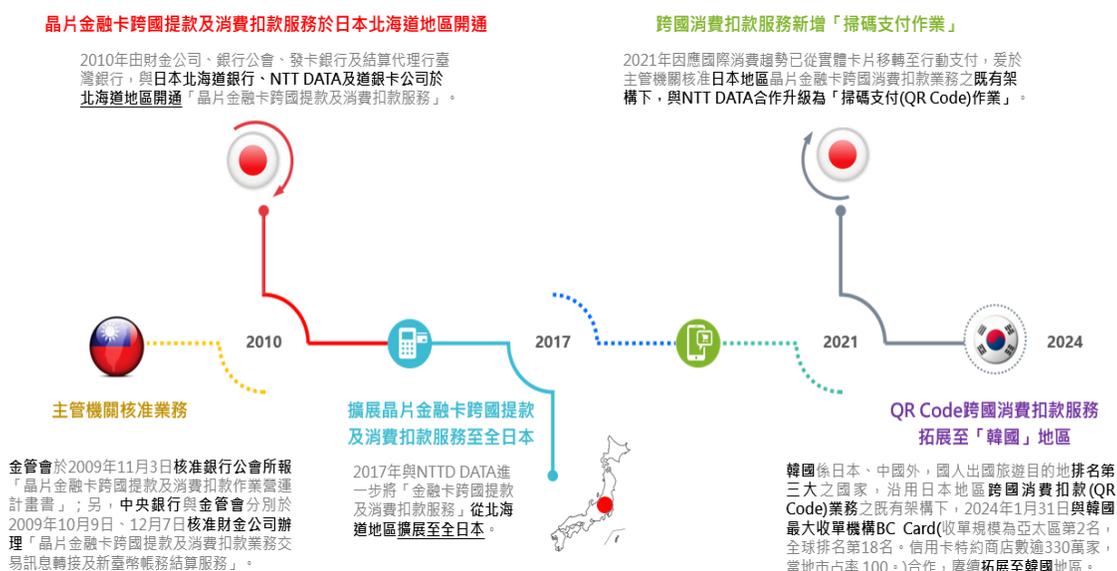
### 三、TWQR 跨國支付之發展歷程

#### (一) 建置晶片金融卡跨國服務平台

為使我國電子支付接軌國際以提升競爭力，並提高國人出國商務往來及觀光旅遊之便利性，財金公司於 2009 年依銀行公會決議，規劃建置「晶片金融卡跨國提款及消費扣款之交易訊息轉接及帳務結算服務」，經與日本 NTT DATA 公司完成雙邊跨國資訊平台介接，於 2010 年 1 月正式在日本北海道地區開通晶片金融卡跨國提款及購物服務，其後並由日本北海道地區拓展至全日本。2017 年 1 月，更與香港 JET Co 公司合作，導入跨國提款功能至香港、澳門等地區。

#### (二) 在既有跨國服務架構下推展 TWQR 跨國支付

#### TWQR 跨國服務發展歷程



資料來源：財金公司

為肆應國際行動支付發展趨勢，以及提升國人赴日旅遊、洽公及留學的便利性，銀行公會、財金公司、臺灣銀行（結算代理銀行）協同國內發卡銀行與日本收單機構 NTT DATA 公司，在既有跨國服務架構下，將實體晶片金融卡支付升級為 QR Code 掃碼支付作業，並於 2021 年 12 月首次將我國 QR Code 共通支付標準推展至日本地區，提供晶片金融卡持卡人透過支付錢包 App 綁定金融卡/銀行帳戶，於國外代理（收單）單位之實體及網路特約商店進行 QR Code 跨國消費扣款掃碼支付。

依據交通部觀光署統計，2023 年臺灣民眾出國目的地以亞洲地區為主，其中，日本已蟬聯多年國人旅遊目的地第一名 423 萬人次，第二名為中國 176 萬人次、第三名則為韓國 95 萬人次；有鑑於臺韓雙邊觀光、經貿及金融關係交流緊密，為賡續擴大跨國服務範圍，於是繼日本之後，進一步與韓國最大發卡機構 BC Card 公司合作，將 TWQR 掃碼支付拓展至韓國，讓國人在韓國也能使用 QR Code 跨國掃碼購物。

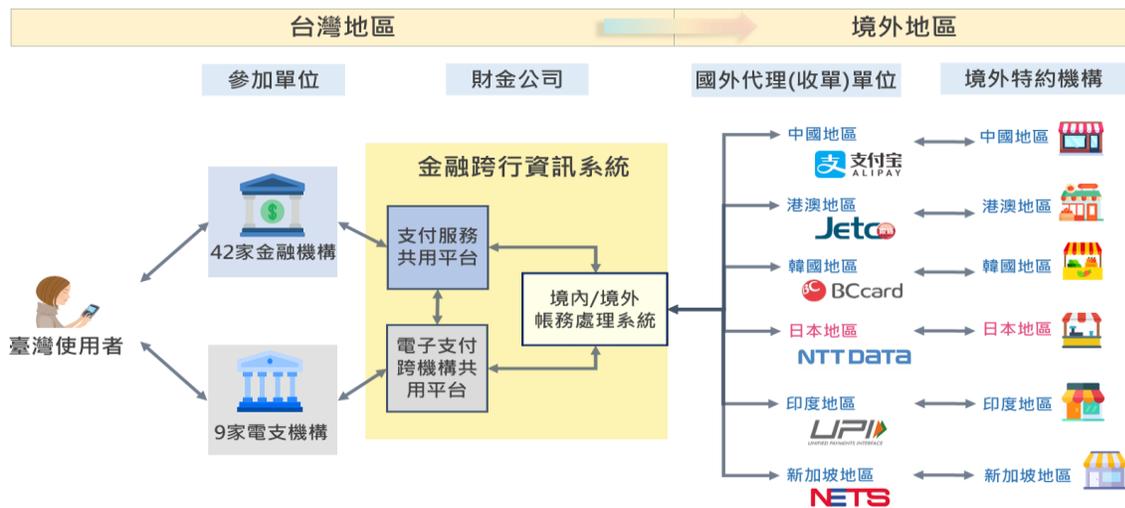
#### 四、TWQR 跨境平台

##### （一）平台架構

國內金融機構係運用財金公司現行跨行金融資訊系統作業架構為基礎，透過網際網路（API）與日本、韓國地區等國外代理（收單）單位介接，國內金融機構可利用財金公司與國外代理（收單）單位連線及傳送相關交易訊息，無須增加設備及中

心系統；國外交易部分則藉由國外代理（收單）單位，將訊息透過網際網路傳送財金公司，再由財金公司轉送國內金融機構；因無國際組織擔任中介角色，可有效降低金融機構須投入及負擔之成本。

TWQR 平台架構

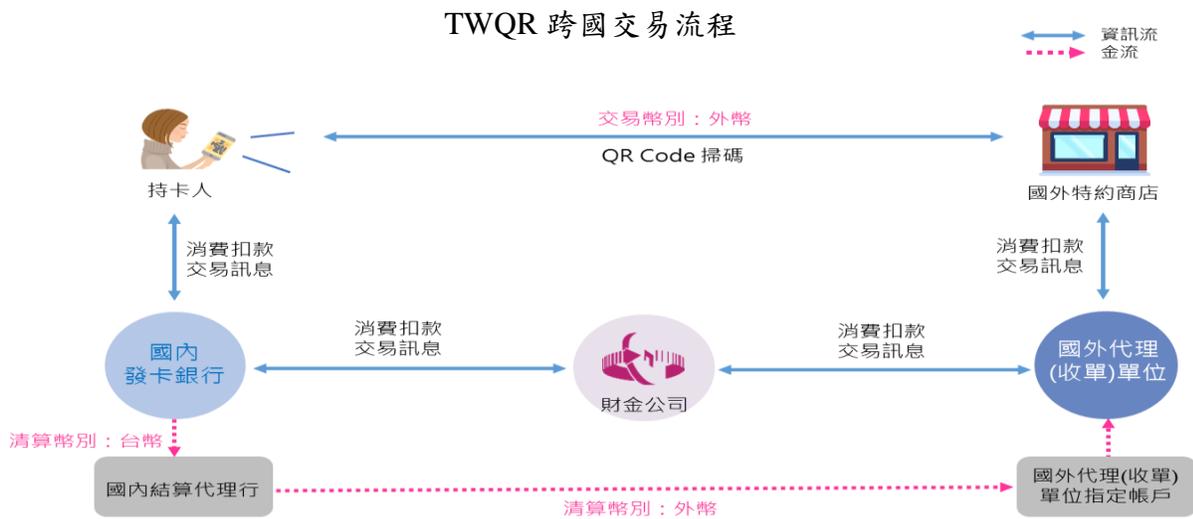


資料來源：財金公司

## (二) 交易流程

用戶至國外特約商店消費或接受服務時，由國外特約商店以掃描用戶支付錢包 App（綁定金融卡/銀行帳戶）之 QR Code（被掃模式），或由用戶以支付錢包 App 掃描國外特約商店出示之 QR Code（主掃模式），國外代理（收單）單位收到交易訊息後，據以傳送至財金公司跨國訊息轉接中心，經國內跨行金融資訊系統傳送發卡銀行並確認後，用戶即可取得商品或服務，消費款項則自用戶帳戶即時扣款；交易完成後，用戶可於 App 查詢交易明細，跨國消費扣款清算款項則透過我方結算代理銀

行將款項撥付予國外代理（收單）單位。

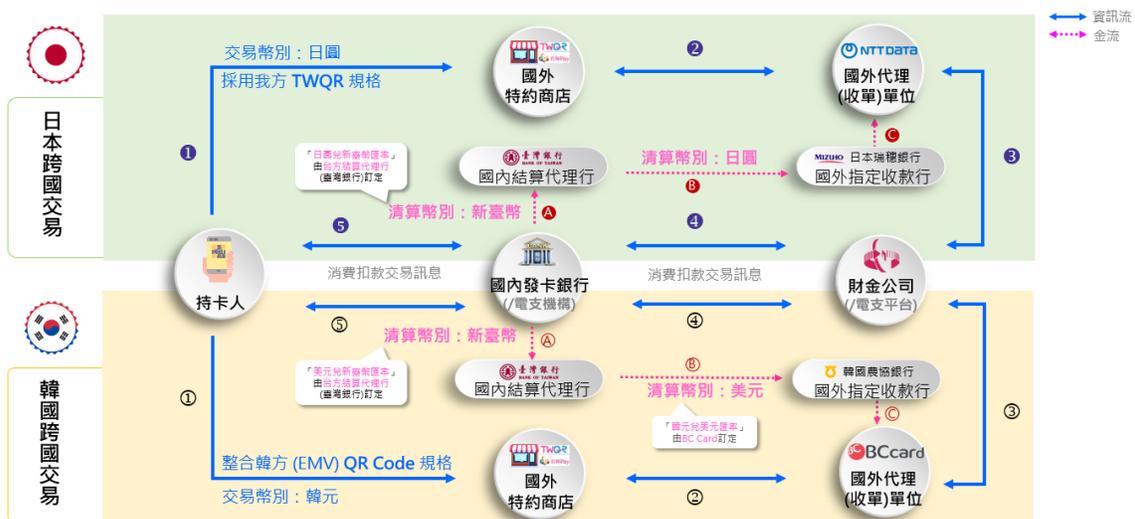


資料來源：財金公司

### (三) 交易及清算幣別

國內消費者（持卡人）持錢包 App 於國外購物掃碼付款，皆以當地貨幣為交易貨幣，於日本地區交易幣別與清算幣別皆為日圓；於韓國地區交易幣別為韓元、清算幣別為美元，持卡

#### TWQR 跨國清算流程



資料來源：財金公司

人國內帳戶扣款幣別則皆為新臺幣。

#### (四) 匯率適用原則

1. 日本：日圓兌新臺幣匯率，依臺灣銀行每營業日 14:30 日圓「現金」賣出牌告匯率。
2. 韓國：美元兌韓元匯率以韓國農協銀行美元兌韓元前一營業日第一盤牌告即期買入匯率為參考價，美元兌新臺幣匯率則為臺灣銀行「現金」賣出牌告匯率。

### 五、TWQR 未來規劃方向

#### (一) 持續導入 TWQR 特約商店及生活帳單

截至本年 1 月止，我國境內累計特約商店數逾 39 萬家，其中支援 TWQR 特約商店逾 12.6 萬家，分布情形為北部 5.9 萬家、中部 2.9 萬家、南部為 3.1 萬家，本年第一季目標為 15 萬家導入。此外，持續輔導公務機關臨櫃繳費及事業單位生活帳單導入，截至本年 1 月止，累計費（稅）生活帳單數逾 8,040 項。

1. 在 TWQR 特約商店推廣方面，目前國內銀行所屬台灣 Pay 特約商店完成 TWQR 轉換的比率較低，財金公司分析主要原因如下：

#### (1) 既有特約商店轉換作業需時

收單行需協助商家由原本逐一與各支付品牌合作，調整為透過與一家收單機構合作即可受理多家支付業者錢包，且受理電支機構之手續費率較高，需重新洽談商業

條件，並辦理合約增修、系統調整及更換立牌等事宜，轉換時程較久。

## (2) 有待大型電支機構導入特約商店

目前參加 TWQR 購物服務的電支機構計 4 家，僅一卡通特約商店數量較具規模，仍待全支付、街口等大型電支機構加入後，特約商店數量才會大幅增加。

## (3) 特約商店的意願及認知待培養

目前支援 TWQR 之電支機構 App 有全盈支付、橘子支付及歐付寶 3 家，因特約商店對該等電支機構較不熟悉，導入意願不高，待其他大型電支機構如一卡通、街口、全支付等加入，以及未來開放境外錢包來臺使用 (Inbound 購物)，擴大市場聲量後，將可提高特約商店參加意願。

2. 為加速 TWQR 推動進度，財金公司將持續協助收單機構推廣如次：

(1) 協同金融機構運用各機構自有網頁、APP 廣宣 TWQR；並推動繳費繳稅帳單列印 TWQR 共通標示，以強化民眾認知及便利使用。

(2) 持續配合政府各部會 (如國發會、數位部、經濟部、財政部、金管會等) 之行動支付推廣計畫。

(3) 協同金融機構及電支機構舉辦購物繳費繳稅抽獎及回饋活動，並持續協助收單機構舉辦商圈市集示範

特店等行銷活動，透過提高民眾使用度，提升特約商店參加意願。

## （二） 規劃導入 Outbound 主掃模式

與擁有主掃特約商店逾 100 萬家的韓國 Zeropay 洽談，由其擔任國外代理（收單）機構，導入 Outbound 主掃模式，預計本年第三季上線。另與韓方洽談將 T-money 交通卡導入 TWQR 錢包，提供台灣旅客以 NFC 感應方式搭乘韓國地鐵。

## （三） 研議 Inbound 合作事宜

基於雙邊互惠原則，財金公司正與鄰近亞太國家（如日本、韓國、新加坡等）研議境外錢包至我國境內支付之合作可能性，以及將悠遊卡、一卡通等交通票證導入境外錢包，提供外國旅客以 NFC 感應方式搭乘國內大眾運輸工具等事宜。

### 第三章 心得與建議

#### 一、參訪心得

##### (一) TWQR 提升跨境金流合作效率

根據交通部觀光署統計，2023 年國人造訪韓國的累計人次達 954,693 人，位居國人最喜歡旅遊目的地的第三名；另 BC Card 公司資料顯示，與 2019 年相較，2023 年台灣民眾在韓國刷卡消費次數成長了 52%，支付金額成長了 4 倍，主要通路為免稅店、百貨公司及零售商店，因此，財金公司繼日本之後，選定韓國推廣 TWQR，並以百貨公司免稅店及連鎖便利超商為上線目標，有利各銀行快速拓展國外 TWQR 通路，提升跨境金流合作效率。

##### (二) BC Card 公司積極協助推展 TWQR

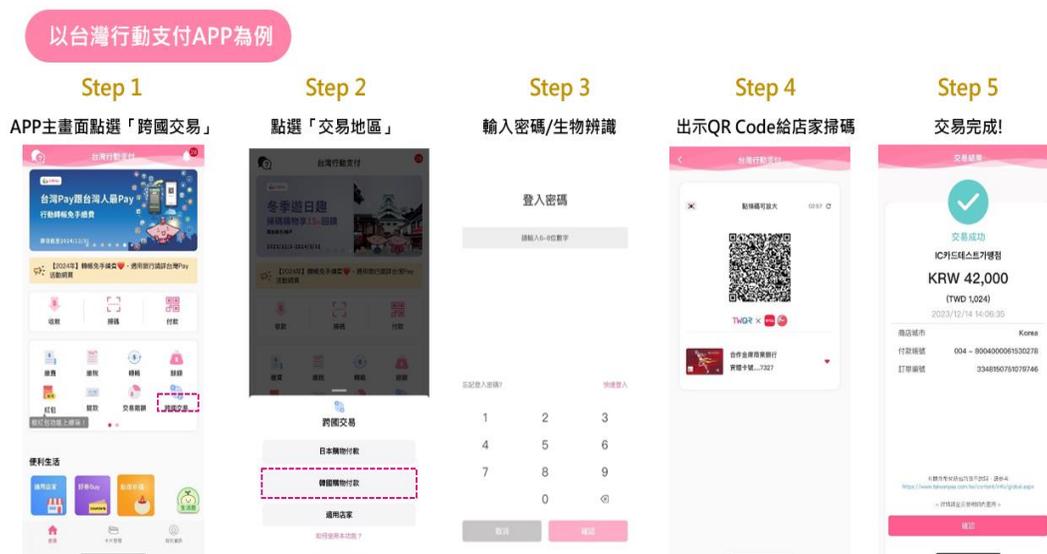
BC Card 是韓國最大型的信用卡發卡公司，同時亦為亞太地區知名收單機構及處理中心，會員機構數達 40 家、信用卡特約商店數逾 330 萬家（當地市占率 100%）。截至 2023 年 12 月底止，BC Card 於韓國之主掃及被掃商店數已逾 17 萬家，主要分布於國外觀光客旅遊景點，店鋪類型包含便利超商、大型免稅店、藥妝店及肯德基等。BC Card 積極協助財金公司推展 TWQR，目前與台灣 Pay 合作，可接受 TWQR 掃碼支付的店家有新世界百貨免稅店及 CU、GS25 二大連鎖便利超商，本年 3 月底，還有樂天免稅店及 EDIYA 連鎖咖啡店上線，其他通路如

主題樂園、民俗村及海洋公園等尚在洽談中，將陸續導入近 20 萬家特約商店。

### (三) TWQR 使用流程順暢

經實際使用台灣行動支付 App 在新世界免稅店及 CU 便利超商消費付款，流程相當順暢，只需開啟 App (內綁定金融卡/銀行帳戶)，點選 App 內的「跨國交易」，選擇「韓國購物付款」，出示 QR Code 給店家 POS 機的掃描槍讀取 (被掃模式)，即可完成付款，手機畫面除顯示韓元的消費金額外，同時顯示等值的新臺幣金額，並統一以台灣銀行前一日的匯率清算，且免收任何跨國交易 1.5% 手續費，推廣期間尚提供現金回饋，帶團的導遊體驗後，也表示相當便利划算，值得推薦給同事和朋友。

#### TWQR 跨國支付流程



資料來源：財金公司

## 二、建議事項

### (一) 財金公司可再規劃擴大 TWQR 的應用場域

#### 1. 研議開放綁定信用卡及檢討交易額度限制

目前 TWQR 跨國服務僅開放綁定金融卡/銀行帳戶扣款功能，各家銀行訂有不同的每日及每月交易額度限制，通常為新臺幣 3 萬元/每日、10 萬元/每月，然而此次開通之商店包含百貨免稅店，旅客消費金額相對較高，為因應用戶需求，財金公司可在 TWQR 韓國開通一段時間後，滾動檢討調整交易額度限制之可行性。另信用卡仍為國人最普遍使用的支付工具，財金公司可研議在符合電子支付安全規範的前提下，規劃將 TWQR 的應用場域擴大至信用卡，以進一步提升跨國支付的便利性。

#### 2. 結合當地文化特色導入應用場域

青年族群著重體驗旅遊國家當地生活，例如，到韓國滑雪、穿著韓服在民俗村拍照、旅遊兼做醫美等。本次 BC Card 公司特地與旅遊電商平台 creatrip 合作，針對 TWQR 的使用者規劃「到韓國住一個月計畫」，就是最好的跨業合作案例，該計畫提供三種結合旅遊、體驗課程與住宿的套裝行程，最高 67% 的優惠，希望來自臺灣的旅客能夠深入體驗韓國的美食、美景，甚至是美妝等，財金公司未來可多運用此種合作模式，將 TWQR 擴大應用至上述各種場域，以利業務推廣。

## （二）財金公司應再持續宣導 TWQR 之便利性

根據萬事達卡最近公布的臺灣青年金融行為調查報告，8 成以上 16 歲至 28 歲受訪民眾會使用簽帳金融卡消費，且近半數表示使用簽帳卡的原因為不希望消費超過自己能力範圍，TWQR 現行以綁定金融卡/銀行帳戶進行消費付款，符合青年族群的使用需求。以本次隨參訪團到韓國當地店家實際使用 TWQR 消費的經驗，其便利性及流暢度都相當高，建議財金公司協同金融機構及電支機構運用各項廣宣活動，提高民眾使用意願，實際體會 TWQR 的便利性，一旦消費者有使用需求，就能吸引特約商店加入 TWQR 的服務行列，提升 TWQR 的能見度。

## （三）財金公司應儘速導入主掃模式及跨國付款 Inbound 業務

目前 TWQR 先開通跨國購物的 Outbound 被掃模式，店家須有 POS 機及可連線收單機構的設備始能參加，這些限制條件對於連鎖商店來說，較不會構成問題，但對於非連鎖商店、微型商家或個人賣家來說，則門檻過高，因此，財金公司應儘速導入 Outbound 第二階段的主掃模式，讓微型商家也能成為 TWQR 的消費據點，方便臺灣旅客以 App 主動掃描商家 QR Code 立牌，進行消費購物，讓 TWQR 跨國消費付款沒有斷點。

此外，隨著 TWQR 逐漸拓展跨國付款業務至鄰近國家，國人已可使用國內的行動錢包到國外享受便利消費支付，基於雙邊互惠原則，財金公司應積極研議在現有 TWQR 消費扣款作業機制下，增加受理外國行動支付功能，讓來臺灣的外國人士也可使用自己國家的行動錢包進行掃碼消費，並適時整合公共交通運輸票證，同時提供外國人士以 TWQR 支付交通資費及購物消費（Inbound 業務）等功能。

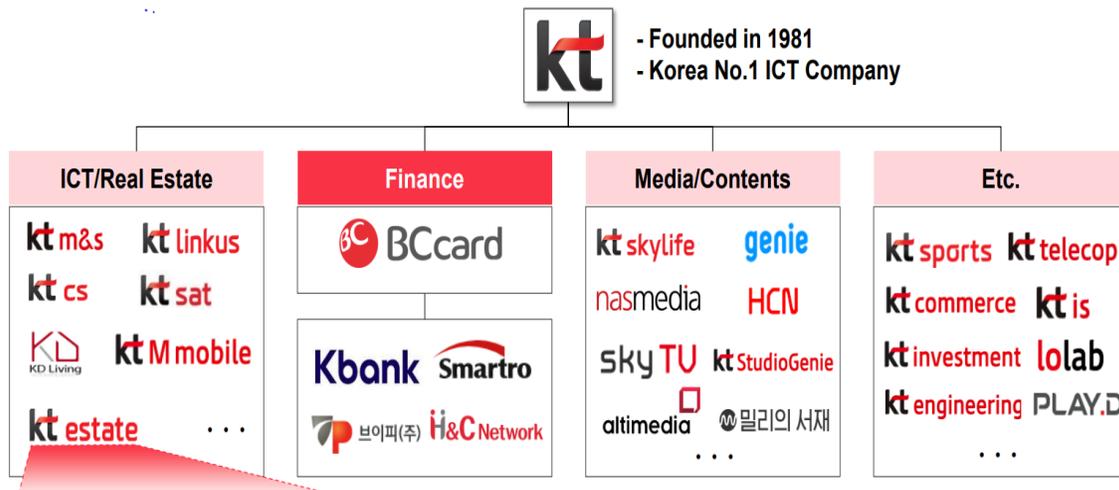
## 參考資料

1. BC Card 公司簡報資料。
2. 中央銀行內部參考資料，〈我國 QR Code 共通支付標準 TWQR〉，2024 年 3 月。
3. 財金資訊股份有限公司，2024，《財金資訊季刊》，第 108 期。
4. 財金資訊股份有限公司工作報告，2024 年 2 月 27 日。
5. 財金資訊股份有限公司新聞稿，〈「TWQR」正式啟動！串聯銀行電支兩大體系 店家民眾支付體驗再升級〉，2023 年 10 月 24 日。
6. 銀行公會暨財金資訊股份有限公司聯合新聞稿，〈台韓金融合作大突破 新春報喜，「TWQR」登陸韓國〉，2024 年 1 月 31 日。
7. [交通部觀光署觀光統計資料庫 Tourism Statistics Database of the Taiwan Tourism Bureau](#)，檢索日期於 2024 年 3 月 22 日。
8. 萬事達卡，2024，〈[萬事達卡調查：對荷包負責！八成以上 Z 世代使用簽帳金融卡進行日常消費](#)〉：  
<https://www.mastercard.com/news/ap/zh-tw/%E6%96%B0%E8%81%9E%E4%B8%AD%E5%BF%83/%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%A8%BF>，檢索日期於 2024 年 3 月 22 日。
9. Yulius, Davids Tjhin, Yohanes Lukiman, Pandu Sjahrir, Yang Yu and Verra Wijaya (2023), “Interoperable QR Code Payment Ecosystem in ASEAN: What it Means for the World,”BCG and ASEAN Business Advisory Council, September。

## 附錄：BC Card 及其子公司 K Bank 簡介

### 一、BC Card 公司

BC Card 公司為韓國 KT 集團旗下子公司，KT 集團成立於 1981 年，是韓國大型電信商，主要提供有線和無線等電信網路通訊服務，擁有 50 個子公司，約 6 萬名員工，總資產達 300 億美元。集團主要營運業務分布於資通訊及不動產、金融、媒體及其他等四大領域。



KT 集團組織架構

BC Card 公司隸屬該集團金融領域，為韓國第一大信用卡發卡公司，同時亦為亞太地區收單機構及支付處理中心，創立於 1982 年，總資產達 40 億美元，信用評等為 A++/A1，會員機構數 42 家，其主要核心業務為支付處理、金融平台、商務平台、發行信用卡及大數據分析等服務。在韓國已有 3,500 萬個持卡人，年度交易處理量達 66 億筆，特約商店數逾 350 萬家，

當地特店簽約市占率為 100% 覆蓋。

截至 2023 年 12 月底止，BC Card 於韓國之主掃及被掃商店數已逾 17 萬家，主要分布於國外觀光客旅遊景點，店鋪類型包含便利超商、大型免稅店、藥妝店及肯德基等。

## 二、K Bank

K Bank 於 2017 年成立，為韓國第一家純網路銀行，提供非面對面線上網路銀行、手機銀行、信用卡、存款貸款及海外匯款等服務，K Bank 第一大股東為 BC Card，公司共 543 名員工，IT 相關專業員工占比約 47%，藉由投入大量 IT 人力資源，全力發展內部管理自動化及外部服務數位化，基於無實體分行、純線上數位化服務降低成本又高效率的優勢，營運量及服務範圍不斷進步成長，於 4 年內轉虧為盈，截至 2023 年使用者已達 950 萬戶、放款金額約 40 兆韓元、存款結餘約 19 兆韓元，營運主要收益為貸款利息收入及平台其他手續費收入。

K Bank 主要使用者包含個人戶及企業戶，目標客戶鎖定以對數位服務感興趣、熟悉數位化工具、習慣自主線上操作的年輕人為基礎，整體客戶近 78% 為從小使用數位化產品之數位原生族群或對數位服務具高需求之使用者，其營運主要策略係藉由提供安全、實用、智慧化及貼心的產品及服務，創造各種機會以提高目標客戶收益，營運業務主要分為核心銀行業務（存/提款、轉帳、簡單支付、信用貸款、個人貸款等服務）及平台

業務，主要服務說明如下：

### (一) 存款服務

提供一般性存款及較高利率、可彈性設定存款期限(30-200天)的定存服務，於2023年8月新推出生活帳戶(Daily Account)，提供跨行轉帳、存提款免手續費優惠，並在客戶以生活存摺乘車、消費等支付生活開支時得到回饋、優惠券及生活優惠訊息；同一時期所推出的社團帳戶(Group Account)，通過邀請會員加入所屬社團帳戶，提供社團會員共同存款、查詢存款結餘及交易明細等功能，並提供具競爭力的貼心通知及設置個人化面板等服務，及任務型的高利率(如：達到所設定的存款目標，可提高利率至10%)，以簡單、有趣的操作設計來管理社團基金，可運用於朋友聚會、家庭聚餐、社團活動等各式日常生活場景。

### (二) 貸款服務

自2020年開辦貸款服務以來，成為韓國首家非面對面貸款業務的銀行，大幅減省貸款審查時間由原本30天縮短為3天，主要產品如次：

- 1.無抵押信用貸款(Unsecured credit loans)為依客戶信用評分、年收入、歷史交易狀況等給予貸款額度，並在貸款當日一次性貸出所需金額的產品。
- 2.透支帳戶貸款(Overdraft loans)則可在貸款額度範圍內按需

求進行貸款，並依實際貸款金額收取利息，無罰息且利率較高。

3.其他貸款產品尚有存款抵押貸款<sup>2</sup> (Savings backed loans)、公寓抵押貸款 (Household mortgage loans)、傳貫貸款<sup>3</sup> (Jeonse loans) 等，以滿足各種客戶貸款需求。

### (三) 虛擬資產

2020年6月與韓國加密貨幣交易所 Upbit 合作，支援虛擬資產實名確認及韓元儲值服務，也藉由虛擬貨幣交易市場活絡 K Bank 帳戶，於 2021 年前 6 個月增加 400 萬帳戶數，相關的存取款帳戶交易量大增，並挹注相當可觀非利息利潤，也使得 K Bank 基本營運得到顯著改善，自 2017 年開辦後四年首次實現季度營利，由虧轉盈。

### (四) 平台業務

提供國際匯款、支付卡、證券公司開戶驗證、合作公司信用卡中介業務、募集投資及保險等服務。除了主要核心銀行業務外，K Bank 刻正擴大平台業務範疇，將通過推出更多創新、多元且非面對面而設計的新產品，並在純網路銀行具成本競爭力的基礎上，提供更具吸引力之利率，未來將逐步進入汽車貸款市場領域，並透過異業夥伴結盟合作，擴大營銷通路；未來亦規劃引進開放銀行 Open API 串接服務，可在合作夥伴的 App

---

<sup>2</sup> 存款客戶以定期存款和儲蓄存款為擔保，可提供最高達 5,000 萬韓元的貸款服務。

<sup>3</sup> 「傳貫」為韓國一種特殊租屋方式，房客提供房東提供一筆金額以取代租金，通常為房產價值的四分之一至二分之一，供房東在租屋期間投資，房東保留投資的報酬，並在租期結束後歸還房客的該筆金額。傳貫貸款即提供房客相關的低利貸款服務。

開放使用 K Bank 相關服務，以擴大業務觸及範圍。為加強風險管理，K Bank 刻正升級金融信用風險評估模型，實施嚴謹的信貸審查策略並定期進行資產健全監控作業，以即時迅速應對。