

出國報告（出國類別：開會）

TWQR 韓國開通記者會暨參訪活動 報告書

服務機關：中華郵政股份有限公司

姓名職稱：江瑞堂 總經理

陳棟梁 協理

劉淑真 專門委員

王以欣 科長

派赴國家/地區：韓國

出國期間：113年1月30日至2月2日

報告日期：113年3月11日

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：TWQR 韓國開通記者會暨參訪活動報告書

頁數 26 頁 含附件：無 有

出國計畫主辦機關：中華郵政股份有限公司

聯絡人：黃笹彥

聯絡電話：(02) 23921310-2536

出國人姓名：江瑞堂等 4 人

服務機關：中華郵政股份有限公司

職稱：總經理、協理、專門委員、科長

電話：(02)23931261 分機 3197

出國類別：1.考察 2.進修 3.研究 4.實習 5.視察 6.訪問

7.開會 8.談判 9.其他

出國期間：113 年 1 月 30 日至 113 年 2 月 2 日

出國地區：韓國

報告日期：113 年 3 月 11 日

分類號 / 目：交通 / 郵政

關鍵詞：韓國、TWQR、台灣 Pay、行動支付、金融科技、Fintech

內容摘要：

為發揮跨境支付綜效，財金股份有限公司、各參加金融機構與韓國 BC Card 公司攜手合作，自 2024 年 1 月起於韓國地區開通臺灣 QR Code 共通支付標準「TWQR」，使用參加金融機構之行動銀行 APP 或台灣行動支付 APP 掃描「TWQR」QR Code 進行消費支付，直接以銀行帳戶可用餘額完成扣款，匯率即時透明，並可省下 1.5% 跨國交易手續費。本次 TWQR 在韓開通適逢國人春節出國旅遊旺季，而韓國為國人出國觀光旅遊目的地排名第三大之國家地區，應可加乘提升「TWQR」接軌國際市場效益，逐步實現推動「TWQR」之「資源共享、資訊互通」宗旨。

本出國報告係就參加 TWQR 韓國開通記者會、參訪 BC Card 公司總部及實際體驗 TWQR 支付進行行程、心得及建議說明，參訪行程摘述如下：

一、參加「TWQR 韓國開通記者會」

中華民國銀行商業同業公會、財金股份有限公司特協同 BC Card 公司，邀請臺灣及韓國相關合作機構於韓國首爾東大門諾富特大使酒店舉辦「TWQR 韓國開通記者會」。

二、參訪 BC Card 公司

前往參觀 BC Card 公司總部，聽取 BC Card 公司、子公司純網路銀行 Kbank 簡報公司沿革及發展概況說明。

三、TWQR 支付服務體驗

至新世界免稅店明洞店、CU 及 GS25 便利超商，實際進行 TWQR 支付服務體驗，透過 BC Card 系統串接及結帳櫃員熟稔操作，能輕鬆直覺利用 TWQR 完成跨境支付。

目錄

壹、	目的.....	4
貳、	過程(記者會及參訪內容).....	5
一、	參加 TWQR 韓國開通記者會.....	5
(一)	貴賓留影及進場.....	5
(二)	貴賓致詞及 TWQR 啟用儀式.....	6
(三)	TWQR 商店支付體驗.....	8
(四)	TWQR 說明.....	9
(五)	TWQR 在韓支付服務簡介.....	11
二、	參訪 BC Card 公司.....	13
(一)	BC Card 公司總部參訪.....	13
(二)	KT 集團及 BC card 公司簡報.....	14
(三)	Kbank 簡報.....	15
三、	TWQR 支付體驗.....	17
(一)	CU 及 GS25 便利商店支付體驗.....	18
(二)	韓際新世界免稅店支付體驗.....	20
四、	與駐韓國台北代表交流會.....	21
參、	心得與建議.....	22
一、	心得.....	22
二、	建議.....	25
(一)	增加 TWQR 跨境支付服務.....	25
(二)	資料共享提升帳戶價值.....	25
(三)	整合郵政業務發展特有生態圈.....	25
(四)	重塑 CIS 企業識別.....	26

壹、目的

我國與韓國觀光旅遊、經濟貿易及金融關係交流緊密，在疫情前每年互訪人次即高達 250 萬人次，隨著疫情紓緩民間交流也迅速復甦，根據臺灣交通部觀光署統計資料，2023 年韓國已躍升為國人出國旅遊目的地第三名。財金股份有限公司(以下簡稱財金公司)為因應國際行動支付發展趨勢及促進亞太地區金融業務合作，制定「QR Code 跨國消費扣款服務」並由參加之金融機構於 2010 年拓展至日本地區，為增加民眾赴韓旅遊、洽公及留學之便利性，本次協同韓國 BC Card 公司於韓國地區開通 TWQR 跨境支付服務，藉由「TWQR」共通支付標準可迅速接軌雙邊支付體系，預期將進一步深化臺韓金融支付交流，提升民眾往來的便利。

為提升在韓國開通之廣宣效益，財金公司特協同 BC Card 公司於韓國首爾東大門諾富特大使酒店舉行「TWQR 韓國開通記者會」，臺方由中華民國銀行商業同業公會(以下簡稱銀行公會)、財金公司及 15 家發卡金融機構(臺灣銀行、土地銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、彰化銀行、兆豐銀行、臺灣企銀、上海銀行、高雄銀行、富邦銀行、新光銀行、元大銀行、台新銀行及中華郵政)代表赴韓參加，並由中央銀行、財政部代表隨團指導，韓方則邀請韓國觀光公社代表及重要業務合作夥伴高層代表與會，於雙方重要代表共同見證下，宣布 TWQR 在韓正式開通。

搭配本次開通服務，首波上線之金融機構為臺灣銀行、土地銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、彰化銀行、兆豐銀行、臺灣企銀、上海銀行、高雄銀行、新光銀行、元大銀行及花蓮二信，並提供高回饋優惠，於韓國使用「台灣 Pay」(透過參與金融機構「行動銀行 APP」或「台灣行動支付 APP」)，出示「台灣 Pay」付款條碼進行消費支付之用戶，可享有 15%的購物回饋，以擴大 TWQR 開通宣傳綜效。為了解當地實際支付發展、金融體系架構、消費習慣及支付情形，參訪團特至 BC Card 及 Kbank 公司參訪交流，聽取公司組織發展及策略方向簡報，並於當地二大便利商店 CU 及 GS25，及韓際新世界百貨免稅店實際體驗 TWQR 支付。

郵政公司自 2017 年起加入財金公司之「台灣 Pay QR Code 共同支付平台」，致力推展金融卡雲支付綁卡及消費，藉由本次獲邀參訪，有助郵政公司了解跨境支付科技運用與發展，提升專業知能，並作為未來業務面規劃之參考。

貳、過程(記者會及參訪內容)

一、參加 TWQR 韓國開通記者會

(一) 貴賓留影及進場

記者會臺方參與嘉賓包括我國外交部駐韓國代表處黃中兆組長、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，及銀行公會雷仲達理事長、財金公司林國良董事長、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、中華郵政江瑞堂總經理率我方代表團臺灣銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、上海銀行、台北富邦、高雄銀行、兆豐銀行、臺灣企銀、新光銀行及台新銀行等 15 家金融機構代表，並由中央銀行、財政部代表隨團指導，合計共 49 位貴賓出席，韓方則由韓國觀光公社劉鎮鎬本部長、BC Card 公司崔元錫執行長、輕鬆支付崔統株執行長，與韓國 4 大免稅店、知名連鎖咖啡店、CU 便利超商、GS25 便利超商、百貨商場、主題觀光樂園等 18 家機構 36 位貴賓蒞臨參與。

現場準備 TWQR 兩式留影牆，背版標記「TWQR Service Launch in Korea」字樣，精心設計的韓國特色建築印象，以簡單的線條搭配典雅清新的色彩，在紅毯的襯托下，留影嘉賓朝氣盎然，如同步行於星光大道上，倍受尊榮禮遇，同時也備有即時拍照彩印機，可在留影牆留下珍貴的影像，隨即取得套印記者會主視覺相片供作留念。



圖 1： TWQR 韓風留影牆及主視覺相片

(二) 貴賓致詞及 TWQR 啟用儀式

開場由韓方帶來結合力與美的傳統韓國舞蹈及氣勢磅礴的大鼓表演，帶動熱烈的氣氛象徵 TWQR 光明璀璨、希望無限的前景，隨後司儀逐一介紹本次參與貴賓，並邀請 BC Card 崔元錫執行長、銀行公會雷仲達理事長、韓國觀光公社代表劉鎮鎬本部長及駐韓國台北代表處黃中兆組長上臺致詞，旋即由代表進行 TWQR 開通啟用儀式，邀請各參加機構一同上臺合影，正式宣布 TWQR 在韓開通啟用。

1. BC Card 崔元錫執行長致詞

崔執行長歡迎及感謝所有貴賓的到來，為慶祝本次 TWQR 在韓國開通，BC Card 公司特地與旅遊電商平台 creatrip 合作，針對 TWQR 的使用者規劃了「到韓國住一個月計畫」，提供 K-Culture、K-Wellness 及 K-Workation 三種套裝行程，及最高達 67% 的優惠，希望來自臺灣的旅客能夠從韓國美食、美景、文化，甚至是美妝等，真正體驗韓國、深刻感受韓國的魅力。

2. 銀行公會雷仲達理事長致詞

臺灣與韓國地理位置鄰近且互為第 5 大貿易夥伴，經貿關係活絡，民間交流頻繁，在 COVID-19 疫情前雙邊互訪，曾高達一年 250 萬人次，在疫情後的 2023 年，政府和民間單位積極推動雙邊交流，期達互訪 300 萬人次的目標暨實施「避免所得稅雙重課稅及防杜逃稅協定（ADTA）」等互惠措施，前年韓亞銀行亦在臺設立分行，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。

理事長於致詞中感謝臺韓金融機構及相關單位所投入的資源與心力，銀行公會、財金公司及臺方金融機構代表，將繼續深化臺灣各金融機構與韓國的金融合作交流，延伸我國行動支付區域的廣度，共同建構完善的跨國支付生態圈。

3. 韓國觀光社劉鎮鎬本部長致詞

觀光公社(Korea Tourism Organization, KTO；韓國為推廣其國內觀光旅遊業所設立的機構)劉本部長以流利的中文歡迎臺灣的銀行公會、財金公司及金融機構代表團訪問韓國，並祝賀 TWQR 韓國服務的開通，劉本部長提及在臺灣工作的六年期間，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順利，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。

4. 駐韓國代表處黃中兆組長致詞

黃組長特別感謝所有與會機構對臺韓金融合作與觀光交流所作努力與貢獻，臺韓在人員往來、觀光、教育文化等領域交流合作也相當密切，依據觀光署統計，2023 年 1 至 11 月臺韓人員互訪達 151 萬人次，並提到臺韓為長期密切經貿夥伴，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」，促成首家韓國銀行韓亞銀行(Hana Bank)來臺投資設立分行，同年簽署「臺韓國際駕照相互承認瞭解備忘錄」，短期赴韓國旅遊、商務、探親等國人，可持我國核發的有效國際駕照在韓國駕駛自用小客車，將更便利赴韓國短期商旅的國人，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 2024 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。



圖 2：金融機構代表共同參與 TWQR 開通儀式

(三) TWQR 商店支付體驗

會場設有商店支付體驗區，提供現場貴賓實際以手機掃碼購物。商店比照便利商店陳列方式擺放各式商品，支付櫃台擺放 TWQR 標誌，供消費者快速辨識所支援的支付方式，貴賓於選擇商品後，開啟台灣行動支付 APP 或參加金融機構之行動銀行 APP，透過密碼或生物辨識解鎖，並選擇出示跨國交易 TWQR 付款碼，畫面同時有 Paybooc 及 BC Card 公司 Logo 可供店員輕鬆辨識，靠近 POS 機即可完成掃碼支付，支付扣帳快速，操作過程簡單直覺。



圖 3：實際體驗商店支付流程

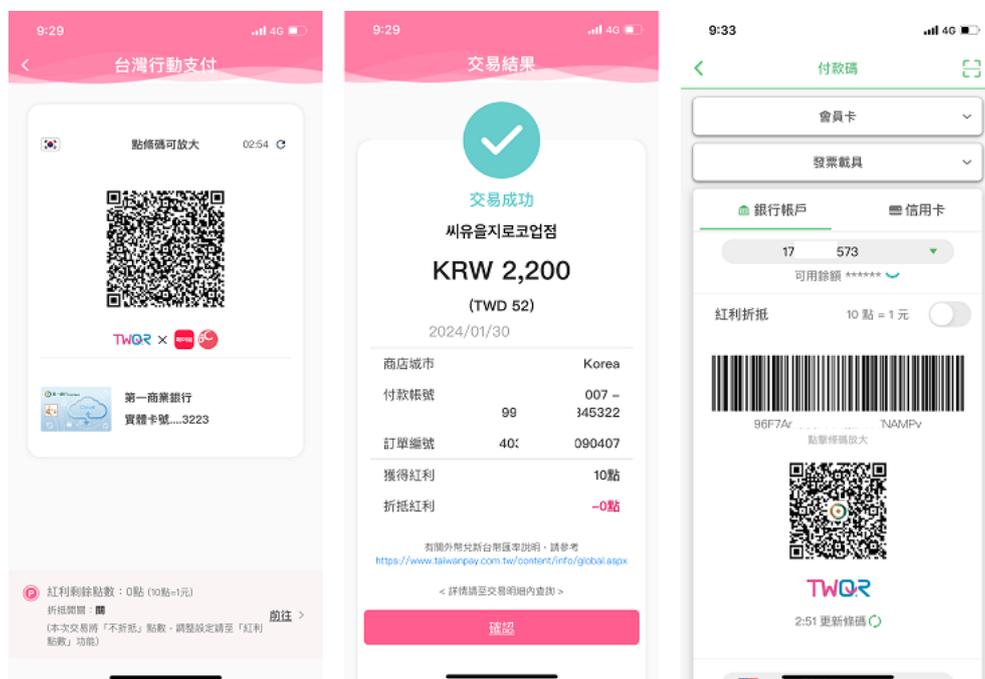


圖 4：台灣行動支付及行動銀行 APP 付款碼頁及交易結果頁

(四) TWQR 說明

「消費扣款」係由財金公司主導之金融卡刷卡消費功能，提供未申請 VISA 卡或信用卡之客戶可持金融卡到特約商店進行感應或插卡方式付款，我國為因應近年行動支付潮流，於 2017 年由財政部召集八大公股銀行(臺灣銀行、土地銀行、合作金庫、華南銀行、第一銀行、彰化銀行、兆豐銀行、台灣企銀)共同推出「台灣 Pay」行動支付品牌，發展金融卡雲端虛擬化，並與財金公司共同打造 QR Code 共通支付標準，使用者透過各金融機構 APP 或台灣行動支付 APP 內之金融卡雲支付即可至支援台灣 Pay 的店家進行掃碼消費扣款，目前有 42 家銀行(含中華郵政)參加，及 30 個應用程式 APP 提供服務，具有 900 萬個註冊帳戶，2023 年的交易總金額為新臺幣 3,980 億元。除了支援消費扣款外，該支付標準亦具有多元化服務，包含消費支付、帳單(稅)、提取現金、轉帳、存款、運輸支付等。

「台灣 Pay」QR Code 共通支付



圖 5：台灣 Pay QR Code 共通支付（資料來源：財金公司）

近年隨著行動支付蓬勃發展，加上疫情期間非接觸支付興起，使用者逐漸習慣以行動設備進行消費支付，各大電子支付公司以自有 APP 提供各式各樣金融服務，店家須林立多品牌 QR Code 立牌提供客戶掃碼支付，為解決市面上各種支付 QR Code 規格各異、無法互通問題，財金公司串連「銀行」及「電支機構」兩大支付體系，以「TWQR」作為共同標示，攜手合作推展 QR Code 支付服務，讓店家只要擺一張「TWQR」立牌，民眾不管使用哪一個 APP 都能輕鬆支付。



圖 6：商家須騰空間擺放各式各樣支付 QR Code



圖 7：臺灣將迎接 QR Code 共通支付時代（資料來源：財金公司）

TW 及 QR 字樣分別代表「台灣」及「QR Code」，兩者合體代表「台灣 QR Code 支付之共通標準與識別」。財金公司 2023 年 10 月宣布 TWQR 服務正式啟動後，如火如荼地拓展版圖，除了開通日本境外支付外，2024 年 1 月，TWQR 再次進軍海外，與韓國最大支付公司 BC Card 合作，並朝亞太各國擴展合作業務，提供臺灣民眾境外行動支付便利新選擇。



圖 8：TWQR 接軌國際，逐步開放境外支付（資料來源：財金公司）

(五) TWQR 在韓支付服務簡介

為利出席記者會的韓國當地知名特約商店業者代表，能更瞭解 BC Card 公司對於店家導入「TWQR」的市場利基、合作方式及未來具體推動計劃，會場特地安排由韓國 BC Card 公司之全球業務部本部長曹受玄(Cho, Soo Hyun)進行 TWQR 在韓支付服務簡報，說明韓國商家支援 TWQR 支付的擴展計畫。

隨著韓劇、K-POP 韓團逐漸受臺灣民眾喜愛，韓式文化(K-Culture)深入國人生活，根據交通部觀光署 2023 年資料統計，韓國為台灣民眾第三大出國目的地(第一為日本、第二為中國大陸)，依據 BC card 公司統計分析，自 2019 年起至 2023 年，臺灣民眾至韓國消費使用卡量增加 52%、在體驗式產業(類似明星訓練體驗、語言生活體驗…等)的支付金額成長 4 倍，顯示韓國為極受臺灣人歡迎之觀光消費國家，因此韓國成為繼日本之後，TWQR 第二個進軍海外的國家，希望藉由與 BC card 公司合作，提供臺灣民眾使用台灣行動支付或參加

金融機構之行動銀行 APP，於合作商家掃碼支付。

國人出國目的地 Outbound Destination

統計範圍:112年1-11月累計

(Outbound departures of nationals in January–November 2023)



圖 9：2023 年國人出國目的地(資料來源：交通部觀光署)

TWQR 在韓擴展計畫依被掃及主掃模式分二階段推進，第一階段於 CU 及 GS25 等韓國主要便利商店、新世紀百貨、現代百貨、AK Plaza 百貨、樂天世界(Lotte World)、愛寶樂園(Everland)、首爾樂園、韓國民俗村、韓華水上星球水族館(Aqua planet)、Ediya 連鎖咖啡廳、SONO 酒店及渡假村、dal.com 咖啡廳等開通 20 萬間 CPM 加盟特店支付(即被掃模式，使用 BC Paybooc 收單系統服務)，可接受客戶出示的 TWQR 之 QR Code 進行支付；第二階段將擴展至旅遊景點、中小型商家及傳統市場等 110 萬間 MPM 特店運行(即主掃模式，使用 ZeroPay 的服務，商家支付二維碼立牌中或下方有 ZERO 和 ZeroPay 標誌)，可讓客戶以支援 TWQR 支付的 APP 掃描商家的二維碼立牌進行支付。

TWQR

Merchant Expansion Plan



圖 10：TWQR 韓國發展期程(資料來源：BC card)

二、參訪 BC Card 公司

(一) BC Card 公司總部參訪



圖 11：BC Card 執行長親自接待參訪團參觀總部

BC Card 公司總部位於首爾瑞草區 Eulji Twin Tower，由 BC Card 執行長崔元錫親自接待，特地安排 Tiktok 韓國知名網紅 on oppa 與參訪團成員見面、合影，一行人參觀總部員工休息區，休息區設有休憩桌椅、獨立通訊亭、咖啡

機，整體空間寬敞舒適、景觀優美，員工可在此短暫休息充電，亦可在此輕鬆洽商或增進同事之間互動，有助於提高員工的效率與幸福感。

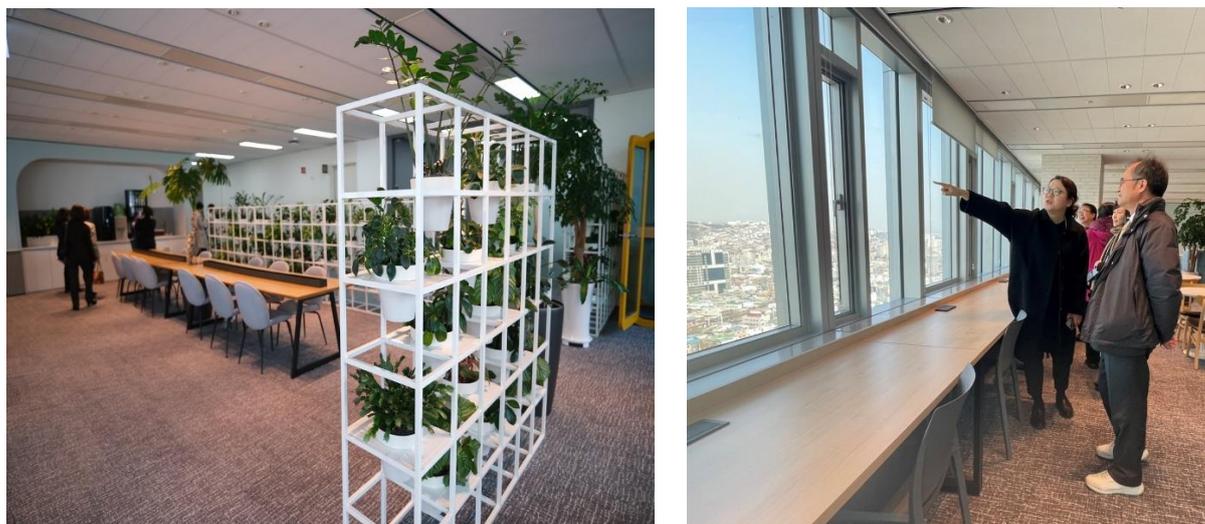


圖 12：BC Card 員工休息區



圖 13：獨立通訊亭及咖啡機

(二) KT 集團及 BC card 公司簡報

KT 集團成立於 1981 年，是韓國大型電信商，以電信網路等有線和無線通訊服務為主要業務，擁有 50 個子公司、約 6 萬名員工，總資產達 30 億美元，集團營運主要分為四大領域，包含資通訊及不動產、金融、媒體及其他範疇，在金融領域中的 BC Card 是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 4 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(協助商家提供支付處理服務，如線上支付、POS 機支付、行動支付等)、金融平台(如行動支付 Paybooc、QR Code 支付、資產服務等)、發行信用卡(包括普通消費卡、旅遊卡、特定商戶優惠卡等)及金融科技解決方案(如協助金融機構及商家進行大數據分析等)服務。在韓國已有 3,500 萬個持卡人、年度交易處理量達 6.6 億筆、信用卡特約商店數逾 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、藥妝店等。

(三) Kbank 簡報

Kbank 成立於 2017 年，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，Kbank 第一大股東為 BC Card，公司旗下共 543 名員工，資訊相關專業員工占比約 47%，藉由投入大量資訊人力資源，全力發展內部管理自動化及外部服務數位化，基於以無實體分行、純線上數位化服務降低營運成本又高效的優勢，營運量及服務範圍不斷進步成長，於成立後 4 年內轉虧為盈，截至 2023 年使用者數已達 950 萬戶、放款金額約 14 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。

Kbank 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，補充說明如下：

1. 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，並在客戶以生活帳戶進行乘車、

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。

2. 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，主要產品包含無抵押信用貸款(Unsecured credit loans)及透支帳戶貸款(Overdraft loans)，無抵押信用貸款為依客戶信用評分、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；透支帳戶貸款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；其他貸款產品尚有存款抵押貸款(Savings backed loans，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)，公寓抵押貸款(Household mortgage loans)、傳賞貸款(Jeonse loans，「傳賞」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。傳賞貸款即提供房客相關的低利貸款服務。)等，以滿足各種客戶貸款需求。
3. 虛擬資產：於 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 帳戶活動頻率，於合作後 6 個月增加 400 萬帳戶數，相關存取款帳戶交易量大增，並挹注相當可觀之非利息利潤，也使得 Kbank 基本營運得到顯著改善，自 2017 年開辦後 4 年首次實現季度營利，由虧轉盈。
4. 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，Kbank 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，並針對純網路銀行低成本的基礎上提供更具競爭力、吸引力之利率；於貸款服務上正建立一個符合客戶需求的體系，現行產品已可滿足客戶購房資金、租金、換房及生活資金等，未來將逐步踏入汽車貸款的市場領域，藉以完善貸款資金方方面面的需求；其他中小企業禮遇、信用及擔保貸款產品亦透過異業夥伴結盟合作擴大營銷通路；在平台業務上，除了提供合作夥伴實名驗證機制外，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 開放可使用 Kbank 相關服務，擴大業務觸及範圍。

為加強風險管理，Kbank 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。身為韓國第一家純網路銀行，Kbank 對於資訊基礎建設及數位發展上不遺餘力，與時俱進透過最佳建設基礎設施，將資訊基礎架構單元化拆分，以微服務架構進行改建，俾利根據合作夥伴的需求連結各項產品及服務。



圖 14：聽取 BC Card 及 Kbank 簡報

三、TWQR 支付體驗

(一) CU 及 GS25 便利商店支付體驗

CU 為韓國第一大連鎖便利商店，前身源自於日本的 FamilyMart，2012 年重塑便利商店品牌，選擇以「CU」做為新的品牌名，CU 是「Convenience Store for You」的縮寫，以綠色與紫色作為品牌代表色，紫色「CU Purple」代表珍貴；綠色「CU Green」代表新鮮，並巧妙地利用「CU = See You」的諧音，以氣泡對話框為主所設計的品牌 logo 代替原來傳統的標誌，概念定義為 CU 與顧客的對話，加深表達優先與客戶溝通的管理理念，期望營造出讓顧客輕鬆休憩、恢復精神的空間。CU 特色招牌在於甜點、麵包及即食食品，自有品牌 HEYROO 也隨著季節變化不時推出新商品。



圖 15：CU 新品牌設計新穎活潑、貼近客戶(資料來源：網路)

GS25 為韓國第二大連鎖便利商店，不像 CU 或 7-11 來自於國外品牌，GS25 原隸屬於韓國 LG 集團，2005 年隨著 LG 經營分家，品牌名稱也從 LG25 改為 GS25，重新設計的 logo 以水藍色營造「新鮮、友好」的形象，其名稱中的「25」象徵「24 小時 + 更多」，代表 GS25 不僅提供全天 24 小時服務外，還有更多選擇，品牌標語從「Friendly、Fresh、Fun」改為「Lifestyle Platform」，同時宣示 GS25 將提供更多超越超商的多角化服務，如包裹遞送、電動車充電等。YOUUS 是 GS25 旗下的自有品牌，以 YOU + US 的概念，推出許多韓國特有飲食湯飯等微波食品、泡麵及冰品等。

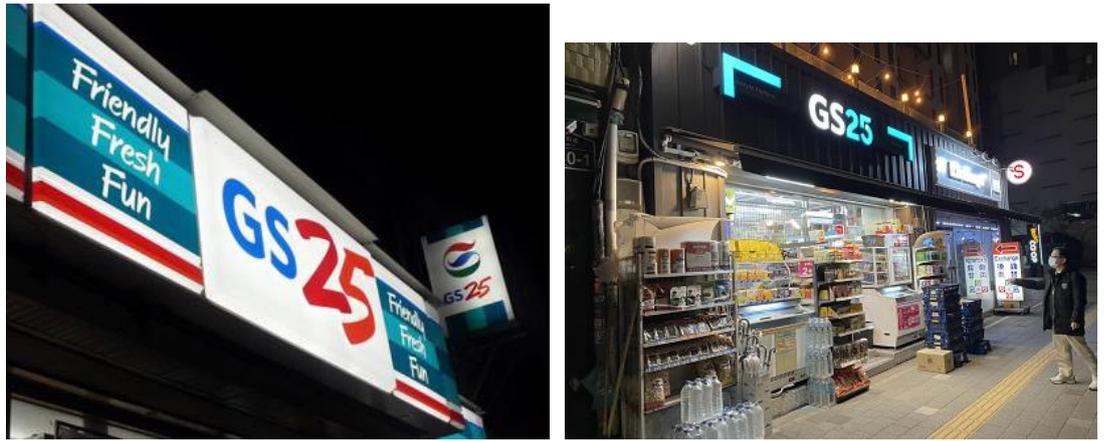


圖 16：GS25 改為較現代感的品牌視覺

因韓國其經營便利商店門檻相對較低、展店快速，平均每 1452 人就有一間超商，是全世界便利商店密度最高的地方(第二為日本、第三為臺灣)。也因韓國特有的便利商店文化，讓各國遊客至韓國觀光時，一定會到便利商店嘗鮮搶購特色商品，此次 TWQR 搶攻韓國支付市場，BC Card 公司即優先與韓國二大便利商店 CU 及 GS25 布署，於商店內提供 TWQR 被掃支付功能，為體驗當地便利超商購物文化，參訪團一行人陸續至兩大超商掃碼支付消費。超商大門及結帳櫃檯清楚標示支援 TWQR 支付貼紙及立牌，兩家超商支付方式相同，係由使用者開啟台灣行動支付 APP 或行動銀行 APP，並選擇出示跨國交易付款碼，提供店員掃碼即可完成 QR Code 掃碼支付。



圖 17：超商大門及櫃檯清楚標示支援 TWQR 支付貼紙及立牌

(二) 韓際新世界免稅店支付體驗

新世界免稅店(明洞店)位於新世界百貨店總店 8 樓到 12 樓，毗鄰韓國世界級觀光特區明洞街、南大門市場及首爾觀光名勝首爾塔，是新世界集團開設的首家免稅店，店內空間寬廣且舒適，海外著名品牌及國內優質品牌進駐其中，形成了商品齊全且國際化的賣場。店內設計規畫擺脫百貨公司單純「購物」的概念，更進而提出「體驗」購物的創新典範，不僅於免稅店中提供世界級的藝術作品展示，打造出具差異化的賣場，更以韓流文化為概念，提供一個特別的文化饗宴。

透過 BC Card 公司接洽安排，新世界免稅店當天為誠摯地歡迎參訪團的到來，特以中庭壯觀的 360 度環景 LED 播放歡迎詞「熱烈歡迎 TWQR & BC Card 代表們訪問韓際新世界免稅店」，參訪團至新世界免稅店共同體驗 TWQR 支付購物，藉由 BC Card 媒合系統串接，各品牌櫃位零售系統及 POS 機皆可支援 TWQR 被掃模式(消費者出示 QR Code 由店員以掃碼槍掃碼)，櫃員熟稔地操作新支付結帳方式，提供消費者整體、方便且一致性的體驗感受。首波上線的 13 家金融機構更提供 15%超級優惠的現金回饋，歡慶 TWQR 韓國購物正式開通，並於各櫃結帳櫃檯及百貨醒目處擺設立牌及宣傳板，有效提升宣傳廣度及力度。



圖 18：參訪團至韓際新世界免稅店體驗



圖 19：結帳櫃檯及百貨醒目處擺設立牌及宣傳板

四、與駐韓國台北代表交流會

駐韓國代表大使梁光中致詞表示，臺韓觀光交流密切，於 2023 年 1 月至 11 月臺韓觀光人次交流達 151 萬人次，臺灣為韓國第二大觀光客來源國，僅次於日本，而韓國亦是臺灣第三大觀光客來源國。梁大使特別感謝銀行公會、財金公司及各參加金融機構，在韓國開通臺灣共通標準 TWQR 跨境支付，提升國人至韓國支付便利，可具體協助雙方觀光發展及有利於互訪 300 萬^(註)人次的目標達成，也希望未來韓國人到臺灣亦可使用如此便利的跨境支付服務，雙向促進經貿實質交流。

註：2019 年第 34 屆臺韓觀光交流會議定下台韓雙方互訪邁入 300 萬人次的目標後，因受全球 COVID-19 疫情影響，歷經多年交流人次一直無法增加。於 2023 年 6 月，交通部觀光局與觀光協會率各縣市代表、旅行社、飯店及航空公司等，赴韓參加第 36 屆臺韓觀光交流會，臺韓之間就推廣觀光旅遊事業互相交流意見，研議重啟臺韓國際旅遊策略，及從主題觀光啟動旅遊之規劃，希望在 2024 年再次挑戰互訪 300 萬人次的目標。



圖 20：駐韓國代表大使梁光中致詞

參、心得與建議

一、心得

因應新興科技及創新發展並在疫情催化下，世界各國逐步發展數位金融及非面對面交易模式，特別是在金融交易行動支付的發展上尤其快速，做為現代數位化生活的重要一環，支付交易講究安全、便利且快速，除可提供客戶無現金便利支付的快感，亦提供商家免找零、降低偽鈔的風險。為促進民眾生活便利性、經濟活動效率、交易透明度及節省現金支付處理成本等，金管會於 2015 年提出「電子化支付比率 5 年倍增計畫」、2021 年提出「2023 年非現金支付交易筆數成長 50%，交易金額達新台幣 6 兆元」的目標，據金管會估算，本國 2023 年全年非現金交易金額可達 7.26 兆元，應可順利達標。考量去年度逾 60% 之日常消費金額係運用非現金工具支付，顯示臺灣非現金支付消費市場環境發展已漸趨成熟，爰金管會於 2024 年宣布未來非現金支付 3 年計畫，預計 2026 年非現金支付交易達到 80 億筆，交易金額目標增為 10 兆元。

相較於臺灣的消費市場，韓國已有 99% 的商店支援數位支付，甚至部分公車只支援刷卡或行動支付，不接受投幣等現金交易，信用卡市場更是超前佈署，由 B/C Card 公司所提供之信用卡收單布點服務，100% 涵蓋韓國特約商店之信用卡支付交易，普及率早在 2022 年時已達 9 成，因此臺灣本土行動支付 TWQR 邁向國際之優先選擇國家，非韓國莫屬。

郵政公司為多角化經營的百年企業，在承擔國家任務、社會責任的同時，因新興科技發展及數位化趨勢造成民眾生活習慣改變，致臨櫃來客率大幅下降，所帶來的威脅與挑戰，促使本公司加速思索創造實體服務據點新價值，並積極爭取法規鬆綁、突破經營限制；近年更加速投入數位科技應用發展，運用數據分析，洞察消費者行為，深化客戶體驗，朝優化個人化服務(Personal services)、提升友善隨選服務(On demand services)、發展智慧貼心服務(Smart services)及值得信賴又安全的服務(Trust services)面向發展，打造「郵局即服務」(POST as a Service)之全方位虛實整合平台，藉此滿足顧客期待，實現普惠金融目標。

郵政公司擁有存簿儲金帳戶逾 2,800 萬戶，金融卡發卡量逾 1,700 萬張，於

同業市場居領先地位，為提供用郵客戶全方位之服務，擴充帳戶及卡片使用功能為本公司重要發展方向。自 2009 年 9 月起與 VISA 國際組織合作發行簽帳金融卡-郵政 VISA 金融卡，VISA 國際組織刷卡服務涵蓋逾 200 個國家，可提供本公司除原有金融卡提款、轉帳、繳費（稅）等交易外，增加 VISA 國內外刷卡消費及國外提款功能，攜手踏出臺灣將郵政儲匯業務運用範疇走向全世界生活場域，截至 2024 年 2 月流通之簽帳金融卡卡量逾 464 萬張領先同業。近年線上及非面對面支付蓬勃發展，VISA 刷卡服務逐漸演進走向行動化、虛擬化及雲端化的支付模式，提供客戶將 VISA 卡號綁定於行動設備上支付錢包、電子支付或電商平台 APP，使得支付行為不再僅限攜帶實體卡片刷卡消費，打破時間及空間的限制，實現無現金輕鬆便利新生活。

在帳戶功能擴充上，郵政公司自 2018 年起，建置「電子支付連結郵政儲金帳戶付款(Account Link)」服務平台與各電子支付平台串接，目前已與街口支付(街口支付)、一卡通(一卡通 MONEY)、拍付(支付連)、橘子支(橘子支付)、歐付寶(歐付寶)、愛金卡(icash Pay)、悠遊卡(悠遊付)、全支付(PXPay Plus)、全盈支付(全盈+PAY)及玉山銀行(玉山 Wallet)合作，提供郵政儲戶將帳戶連結綁定於前述 APP 中進行儲值或扣款消費，近年電子支付業者也積極向主管機關申請業務許可，逐步擴展海外支付市場，如街口支付自 2023 年 10 月起，開放臺灣消費者在日本全通路超過上百萬家的 PayPay 進行付款，只要看到日本商家有標示支援「PayPay 行動支付條碼」，就可以掃描 QR Code 付款結帳。透過異業結盟合作模式，提供郵政儲戶國內、國外跨場域又多元化的支付服務，進而提升日常生活各消費場景之便利性。

另在原有金融卡功能擴充上亦積極創新邁向數位化支付服務，自 2017 年起加入財金公司之「台灣 Pay QR Code 共通支付平台」，致力推展相關支付綁卡及消費服務，儲戶可透過行動郵局 APP 或台灣行動支付 APP 之雲支付「掃碼收付」功能，至國內支援台灣 Pay 或 TWQR 之特約商店進行消費，直接以帳戶可用餘額完成扣款；金融卡在境外發展部分，提供儲戶於境外機構平台(如大陸淘寶網)購物消費時，於平台付款頁選擇「海外地區方式付款」，得以郵政金融卡搭配讀卡機或台灣 Pay 掃

碼付款方式於線上進行新臺幣付款。此次參訪韓國 TWQR 開通記者會並實際體驗跨境支付方式，操作簡單便利，匯率即時透明，並可省下 1.5%國際組織跨國交易手續費，可做為未來金融卡擴展境外支付發展業務參考。

於參訪 BC Card 公司及聽取 BC Card 及 Kbank 簡報行程中，了解其公司營運現況及業務發展情形，其中 Kbank 為韓國純網路銀行，可承作之帳戶存款服務、國際匯款、保險及身分認證等金融服務與本公司雷同，其發展策略方向朝向推出更多創新、多元且非面對面的新產品，提供合作夥伴實名驗證機制、引進 OPEN API 串接服務，擴大運用場域及建構數位化服務生態圈，並在客戶進行日常生活支付交易時，即時給予回饋、優惠券及生活優惠訊息等精準行銷方案，相關業務規劃走向及產品設計，值得本公司學習效法。

於體驗韓國兩大便利商店 CU 及 GS25 行程中，感受韓國特有便利超商購物文化，其兩間便利商店於早期歷經品牌再造歷程，因應時代潮流重塑新形象，以 CU 為例，CU 於 2012 年自日本引進 FamilyMart 的 Bokwang 集團改名為「BGF Retail」，便利商店平台不再使用原日本取名「FamilyMart」，擺脫日本元素，選擇以「CU」作為新的品牌名，並全面更新視覺識別系統，營造與客戶溝通、對話感覺，如「Nice to CU」、「CU Again」等有趣的宣傳運用，品牌視覺加入圓角對話框及大色塊增加店面場域詼諧感及親切感，相關企業識別設計理念及作法，可作為型塑本公司數位轉型、創新再造的企業形象參考。

二、建議

(一) 增加 TWQR 跨境支付服務

在跨國支付上，郵政公司除了原有提供 VISA 國外刷卡消費、國外提款及結合電支提供跨境支付外，原考量台灣 Pay 跨國支付服務 2010 年上線初期因使用範圍僅限北海道地區，使用區域、特店及手續費收入較本公司已合作之 VISA 刷卡為少等原因尚未加入，而近年財金公司為響應政府推動行動支付政策，暨因應國際間行動支付發展趨勢及促進亞太地區金融業務合作，讓國內金融機構透過 QR Code 共通支付標準「TWQR」即可迅速接軌國際，繼在日本開通跨國支付後，與韓國 BC Card 公司攜手合作於 2024 年 1 月於韓國地區開通，建議未來可觀察消費者行為、國際支付市場發展及應用場域，研議是否加入，以提供儲戶更多消費方式與場域，並提升公司儲匯競爭力。

(二) 資料共享提升帳戶價值

為使儲戶享有多元且完善的一站式金融服務體驗之目標，及促進同異業間合作發展，建議本公司應積極推動「多元支付」及「異業合作」業務，配合政府開放銀行及資料共享政策，與金融同業、電支業者及第三方服務提供者 (Third-Party Service Provider) 合作金融服務，並積極與合作夥伴洽談合作擴大業務範圍，以 API 即時進行跨業間資料共享，介接身分核驗、理財、支付等開放銀行交易，擴大金融服務場景。

(三) 整合郵政業務發展特有生態圈

Kbank 利用純網路銀行低人工作業成本、高資訊化作業的優勢，推出各式線上產品，並與客戶日常生活場域結合，如在客戶以生活帳戶進行乘車、消費等支付生活開支時，可得到回饋、優惠券及生活優惠訊息。有別於 Kbank 僅在金融業務上發展，本公司除儲匯金融業務外，穩健經營郵務、壽險、集郵及電商等獨特業務，有綿密的實體據點、完整的物流運輸網絡及線上通路資源，除可尋求合作夥伴拓展日常運用場域，亦可整合各業務資源發展自有生態圈，於各項業務交易流程中重新思考客戶旅程，融合其他業務之服務、優惠及便利措施以提升整體曝光度，建議把握公司經營多角化業務優勢，推動線上融合線下生活

圈，因應現代客戶習性及生活所需推出更智慧、更便捷的場景服務。

(四) 重塑 CIS 企業識別

近年來本公司積極擁抱數位轉型，希望驅動業務創新發展永續事業，各業務部門亦積極創造自有識別形象及吉祥物，以提升年輕族群的好感度。本公司自1993年引進企業識別系統後，歷年持續推行企業文化，在理念識別系統及行為識別系統中定期舉辦各項研討會及教育訓練，以激發全員共同使命感及凝聚團隊向心力，建議在視覺識別系統(VI)中，依公司策略發展方向及定位並分析 Y、Z 世代客戶特性(如：喜歡自由、無束縛、具高度自主權、講求快速等)，引入另一更數位化、現代化之企業識別，展現公司全新品牌視覺、活動主視覺及產品包裝設計等，以更活潑、有趣、貼心的視覺形象作為與年輕客戶溝通的橋樑，期能翻轉對於郵局既有刻板印象，展現郵政公司的科技感與數位力。