

# 致理科技大學

## 資訊管理系 專題計畫書 -- 系統建置 --

### UniPay APP

指導老師：蔡殿偉 老師

學生： 林正邦(10110112)  
陳暉中(10110113)  
胡光譯(10110111)  
林上恩(10110107)  
高浩恩(10110133)  
廖聿堂(10110120)

中華民國 104 年 11 月 6 日

# 摘要

本組專題主要是以開發第三方支付 APP 為目的，並且從中學了解何謂第三方支付，第三方支付是具備一定實力和信譽保障的獨立機構，採用與各大銀行簽約的方式，提供與銀行支付結算系統介面的交易支持平台的網路支付模式。

根據我們調查許多中小店家規模太小，不到銀行合作門檻，因此想在網路上提供更便利的刷卡金流等，卻無法提供服務，發展自然受到阻礙，第三方支付是由獨立機構，提供與銀行支付結算系統介面交易平台的網路支付模式，中小型商家就有便利金流。

未來在新興網路支付、行動支付，小商家交易、雲端帳戶、行動服務網路上，都可以消費，大幅提高消費方便性，金流不在是金融業者所擁有，將會徹底改變大家的消費行為，用手機也可以買路邊攤。

# 目 錄

摘要	P. 1
目錄	P. 2
表目錄	P. 3
圖目錄	P. 4
第一章 序論	P. 5
第一節 研究背景	P. 5
第二節 研究動機	P. 7
第三節 研究目的	P. 7
第四節 研究範圍	P. 7
第五節 操作性定義	P. 7
第六節 章節結構	P. 8
第二章 文獻探討	P. 9
第一節 第三方支付的發展	P. 9
第二節 實務按理探討	P. 16
第三節 第三方支付基本要素	P. 19
第四節 相關研究應用探討	P. 21
第三章 系統研究方法	P. 22
第一節 研究流程	P. 22
第二節 研究方法	P. 23
第三節 SWOT 分析	P. 28
第四章 系統規劃與設計	P. 29
第一節 系統功能	P. 29
第二節 系統特色	P. 30
第三節 使用對象	P. 31
第四節 使用環境	P. 32
第五節 開發工具	P. 32
第六節 系統平台架構	P. 33
第七節 系統雛型畫面	P. 34
第五章 結論與未來發展	P. 36
第一節 預期研究效益	P. 36
第二節 預期研究限制	P. 36
第六章 分工執掌和進度表	P. 37
第一節 分工執掌	P. 37
第二節 進度表	P. 38
參考文獻	P. 39

# 表目錄

表 1、第三方支付定義	P. 11
表 2、第三方支付之重要進展	P. 12
表 3、第三方支付之安全性需求	P. 21
表 4、專題研究意見分析調查表	P. 25
表 5、研究之 SWOT 分析表	P. 30
表 6、網站系統功能	P. 31
表 7、分配工作表	P. 40

# 圖目錄

圖 1、第三方支付示意圖	P. 10
圖 2、PayPal 之流程圖	P. 19
圖 3、致理 UniPay App 研究流程圖	P. 20
圖 4、問卷基本資料-性別	P. 21
圖 5、問卷基本資料-年齡	P. 27
圖 6、問卷基本資料-月收入	P. 27
圖 7、問卷基本資料-消費方式	P. 27
圖 8、使用網路購物之頻率	P. 27
圖 9、最常使用的網購付費方式	P. 27
圖 10、是否聽過第三方支付	P. 27
圖 11、從何得知第三方支付	P. 27
圖 12、希望儲存之金額上限	P. 28
圖 13、第三方支付的額外功能	P. 28
圖 14、優先開通第三方支付	P. 28
圖 15、使用第三方支付的原因	P. 28
圖 16、第三方支付的安全疑慮	P. 28
圖 17、第三方支付的安全疑慮-2	P. 28
圖 18、系統平台架構	P. 35
圖 19、輸入帳號頁面	P. 36
圖 20、註冊帳號頁面	P. 36
圖 21、app 首頁功能頁面	P. 37
圖 22、範例店家明細資訊	P. 37
圖 23、結帳 QR CODE 驗證扣款	P. 37
圖 24、商品加退選購單	P. 38
圖 25、結帳資訊	P. 38
圖 26、帳單明細表	P. 38
圖 27、甘特圖	P. 41

# 第一章、序論

在本專題中我們研究的是致理 UniPay，此系統為第三方支付的一個系統，並使本校師生與鄰近店家有合作關係，使大家的生活更便利以及優惠致理師生，所以使用本系統，讓生活更美好。

## 第一節 研究背景

我們所研究的致理 UniPay 是以第三方支付為基礎來做系統的消費平台

第三方支付業務，是指第三方支付機構搭建一個公用平臺，將成千上萬的小商家們和銀行連接起來，提供網路支付、電話支付與手機簡訊支付等支付方法，為商家、銀行、消費者服務，並可對交易雙方進行約束和監督，促使交易順利進行。

為應付此新潮流，政府首先開放五家銀行業，透過代收轉付的機制，進行第三方支付，使買賣雙方在收付款項更安心。陸續再以線上開戶提供儲值支付帳戶服務。但考量非金融業不能吸收存款，而多用途支付使用之儲值業務，因具有收受存款性質，並屬金融核心業務範疇。為確保消費者權益、落實洗錢防制及維護金融市場秩序等考量，因此金管會今年 6 月在網站上發表新聞稿主張「非銀行之第三方支付服務業者不得經營多用途支付使用之儲值業務」。不過，政策宣布後，立刻引發業界震盪。網路家庭董事長詹宏志大力批評，反對將非金融業排除在第三方支付業務的大門，會變相讓電子商務業者出走，不利經濟發展。

經此風波，最近政府決定尋求法律途徑解套，加速開放。但因仍有待突破，因此決定分兩階段推動第三方支付業務，現階段先由銀行與第三方支付業者合作，開辦儲值服務；下階段待修法後，再開放第三方支付業者獨立承作儲值業務。

後經行政院出面協調後，金管會讓步且提出解套方式，同意在一定金額以內的儲值，視為「交付款項」，而非「一般存款」，非金融業的第三方支付業者承作網路儲值業務可望開放。

### 問題探討

第三方支付與銀行本質也並不完全相同。第三方支付儲值就是針對未來不特定交易的預收貨款，這是介於吸收存款、預收貨款的中間行為，應不屬於「向不特定多數人收受存款或吸收資金」，可排除銀行法第 5 條之 1。美國紐約州、歐盟，也都不把第三方支付當作吸收存款行為，而採用資金移轉相關法律來規範。鄰近的中國大陸亦以鼓勵創新的態度支持第三方支付公司發展壯大，而非限制非金融業不得承作儲值業務，預計到今年年底，獲得支付牌照的第三方支付公司將達到 260 家左右。

反觀來看，我國金融監督管理委員會卻因部分疑慮，如洗錢、詐欺等，關閉非金融業進入第三方支付業務的大門，或限制每月儲值額度最多一萬元、單筆消費限3000元等規劃，這似乎有些因噎廢食，不符實際發展現況，如此台灣第三方支付市場將會被其他工具所替代。

長期以來，金融機構都扮演金流主宰的角色，獲得民眾和廣大存款戶的信賴，相較於網路公司或金流業者作為第三方支付的平台，金融機構具備立足點的優勢。加上國內銀行業存放款利差逐年縮小，為突破僵局，銀行開始開拓非利差業務，轉而以手續費和金融理財服務作為主要收入來源之一。在智慧型世代來臨的驅動之下，行動支付也成為拓展財源的管道之一。目前已獲金管會核准開辦第三方支付業務的國內金融機構，分別為中國信託銀行、第一銀行、永豐銀行、玉山銀行、中華郵政共5家。

目前我國電子商務市場的發展仍存在一些疑慮，如缺乏交易之信賴保障機制、小型賣家難與銀行合作，提供支付服務、個人資料的安全性與隱私權，如何強化買賣雙方在虛擬交易的信賴度，實乃發展第三方支付市場的首要課題。然金融機構也許因屬於特許事業，受到主管機關高度監理，一項新業務的開放，或是因應法規的修訂，往往需要醞釀一段時間；而在電子商務的世界中，許多賣方屬於個人或微型企業，受限於規模或法令而無法符合網路特約商店的條件，進而不能提供消費者便捷的信用卡結帳服務，無形中損失不少交易機會。在爭取第三方支付業務上，主動性不如非金融機構。因此，從國際間電子商務平台的發展趨勢分析，目前較為成功的案例都是非金融機構或是與金融機構合作的第三方支付業者，因此開放非金融業承作儲值業務，亦成為加強電子商務發展的指標之一。

以大陸地區2013年第一季非現金支付交易的金額來看，商業銀行達370兆元人民幣，非金融機構僅僅是3.3兆，前者是後者的110倍；從交易筆數而言，第三方支付機構已經達到銀行機構的64%，說明支付企業提供的都是小金額且非常頻繁的支付，一定程度上覆蓋了傳統銀行業務的一些空白區塊，如保險業務員、夜市攤販、計程車司機、快遞人員等無地域限制的商家應用，有助於行動消費市場的成長。加上因科技新的發展，帶動新型態金融業務的出現，與金融機構應是互補大於競爭。且第三方支付公司發生的案件是小金額、分散的，基本不會有系統性風險。不論是藉由開放第三方支付業者獨立經營或與金融業者合作，都可讓第三支付的服務將更深入，更細化。同時，讓第三方支付業者的產品具有差異化和專業化，提供多元化的結帳服務。

(<http://www.npf.org.tw/post/3/12549>)

## 研究動機

具體而言本研究動機有三：

### 1. 動機一

我們將製作使用說明整合式活動瀏覽搜尋「致理商圈 O2O 的消費平台」，簡稱“UniPay 學聯卡消費平台”，將建構成為致理商圈第三方支付的消費平台，讓使用者熟知如何使用本平台

### 2. 動機二

致理 UniPay 主動式行銷活動資訊平台系統，我們將使用致理商圈第三方支付的消費平台，同時將配合致理學生會各項活動整合致理商圈、商業活動、休閒生活、消費好康、夜市特惠活動、網路社群、APP QR Code 消費…等各類型活動，以致理師生為主體

### 3. 動機三

本動機為我們將使用致理 UniPay APP 及架設致理 UniPay 網站之使用說明及應用

## 第二節 研究目的

有鑑於此，本研究由第三方支付文獻中，具體而言研究目的有三：

1. 本研究目的為致理 UniPay 研究使用致理商圈 O2O 的消費平台系統
2. 本研究目的為整合致理 UniPay 主動式行銷活動資訊的平台
3. 本研究目的為致理 UniPay 以 APP 及網站方式的相關應用

## 第三節 研究範圍

為什麼而做：實現從消費者到商家以及金融機構之間的貨幣支付、現金流轉及資金結算等一系列功能。

這麼做是為了誰：為了追求方便的消費者以及避免交易風險的商家。

我們做這個的發展是主要往哪裡發展：通常在便利商店或一般商家。

何時可以使用：當有需要第三方支付時，例如：結帳時拿出手機掃描 QR-Code。

## 第四節 操作性定義

第三方支付：第三方支付是為了解決「雙方契約無法同時履行」且「缺乏信任基礎」的買賣，而衍生出來的支付方式，在消費者、商家和銀行建立有效且具綁障的連接，實現從消費者到商家以及金融機構之間的貨幣支付、現金流轉及資金結



算等一系列功能。藉以保障買賣雙方權益，並解決交易風險、偽卡、呆帳、跨國認證、語言等問題。

QR-Code: 是二維條碼的一種，即快速反應的意思，因為發明者希望 QR 碼可以讓其內容快速被解碼。QR 碼最常見於日本，為目前日本最流行的二維空間條碼。QR 碼比較普通條碼可以儲存更多資料，也無需要像普通條碼般在掃描時需要直線對準掃描器。因此其應用範圍已經擴展到包括產品跟蹤，物品識別，文檔管理，營銷等方面。

電子錢包: 即是將原本的現金改以電子的方式存在，而為了安全上的考量，通常是使用 IC 卡來儲存電子現金。實體卡片式的只要去發卡單位申辦，即可有一張現金卡，網路虛擬式的電子錢包通常只要在網站上申辦一組帳號再透過網路銀行（或實體 ATM 轉帳）來儲值。

O2O (Online To Offline) 模式，又稱離線商務模式，是指線上行銷線上購買帶動線下經營和線下消費。O2O 透過促銷、打折、提供資訊、服務預訂等方式，把線下商店的訊息推播給網際網路用戶，從而將他們轉換為自己的線下客戶，這就特別適合必須到店消費的商品和服務，比如餐飲、健身、電影和演出、美容美髮、攝影及百貨商店等。

## 第五節 章節結構

第二章、文獻探討，第一節 第三方支付發展，第二節 實務案例探討，  
第三節 第三方支付基本要素，第四節 相關研究應用探討，  
第三章、研究方法第一節 研究流程，第二節 研究方法，第三節 SWOT 分析  
第四章、系統規劃與設計，第一節 系統功能，第二節系統特色，  
第三節 使用對象，第四節使用環境，第五節開發工具，第六節系統平台架構，  
第七節 系統畫面(雛型)，  
第五章、結論與未來發展，第一節 預期研究效益，第二節預期研究限制  
第六章、分工執掌與進度表，第一節分工執掌，第二節進度表  
參考文獻

## 第二章、文獻探討

這一章的部分我們要來撰寫第三方支付的發展歷史和實務案例、O2O 商業模式的剖析、相關法規以及一些關於第三方支付的基本要素等等。

### 第一節 第三方支付發展

B2C 與 C2C 為台灣電子商務市場主要交易模式，根據經濟部估計，台灣 2012 年電子商務總產值達新台幣 6,605 億元較上年成長 17.47%，其中 B2C 市場規模占 57%，為 3,825 億元，C2C 市場為 2,780 億元。2015 年總產值預估將突破 1 兆元，惟電子商務產值年成長率將逐年趨緩，代表未來推動台灣電子商務仍有努力空間。

#### 一、 第三方支付發展至今

一般對第三方之付模式有不同的專有名詞，電子郵件帳號付款模式、P2P 付款模式，亦稱為線上小額付款的一種，第三方支付可以定義為，是買賣雙方在交易過程中的資金中間平台，是在銀行監管下保障交易雙方利益的獨立機構，在通過第三方之付平台的交易中，買方選購商品後，使用第三方平台提供的帳戶進行貸款支付，由第三方通知賣家貸款到達、進行發貨，買方檢驗物品後，通知付款給賣家，第三方再將款項轉至賣家帳戶(如下圖)。

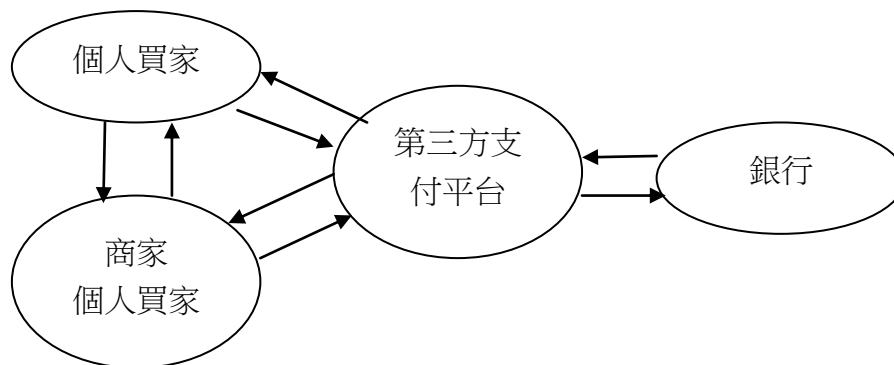


圖 1、第三方支付示意圖

對第三方支付服務傷的定義為，是指依法設立，中立於網路交易買賣雙方，中立於電子商務企業與銀行，自行建立支付平台連接買賣雙方，連接商家與銀行，提供網路購物資金劃撥管道的獨立法人，對第三方支付、第三方支付服務傷的定義。整理如下表一

表 1、第三方支付定義

	定義
第三方支付	是買賣雙方在交易過程中的資金[中間平台]，是在銀行監管下保障交易雙方利益的獨立機構。
第三方支付服務商	是指依法設立，中立於網路交易買賣雙方。中立於電子商務企業與銀行，自行建立支付平台連接買賣雙方，連接商家與銀行，提供網路購物資金劃撥管道的獨立法人

然而第三方支付雖屬因應電子商務交易而生的現代產業，其商業模式已演變出多種型態，根據經濟部報告，大致可歸納出單純代收代付的貨幣傳輸型與網路交易履約擔保型兩種模式

#### 1. 貨幣傳輸型 (Money Transmitter)

貨幣傳輸型第三方支付主要目的為克服地理環境之不便與匯款手續繁瑣，支付方式主要功能在於資金的傳輸，尤以 1999 年成立之美國 Paypal 為成功代表典型，2002 年 Paypal 為知名拍賣網站 ebay 併購後，成為 ebay 主要付款途徑之一，根據 Paypal 網站公布，目前有超過 1 億 3,200 萬個用戶，在平台轉換 25 種不同之幣別，提供跨國金流服務。

#### 2. 網路交易履約擔保型 (Internet Escrow Agent)

與貨幣傳輸型以買賣雙方資金移轉為主不同，網路交易履約擔保型第三方支付模式提供價金履約擔保的服務。當付款人（買家）於網路下單後，經由第三方支付業者提供之資訊平台提供信用卡或是金融卡資訊，向銀行發出支付指令，銀行取得授權後將款項交由第三方支付業者代為保管，業者即通知受款人（賣家）出貨，俟付款人收到貨物通知第三方支付業者，業者再將保管之價金交予受款人（賣家）。如表二所示

表 2、第三方支付之重要進展

時間	重要進展
2012 年 2 月	<p>1. 「信用卡業務機構管理辦法」修正通過。</p> <p>2. 針對網際網路交易平台服務業者就使用該平台接受信用卡交易之特約商店，如該信用卡交易金額已取得銀行十足之履約保證或全部交付信託，並經收單機構審核屬實者，收單機構得依特約商店指示將款項撥付予網際網路交易平台服務業者。</p>
2013 年 3 月	<p>1. 金融監督管理委員會備查「信用卡收單機構簽訂提供網路交易代收代付服務平台業者為特約商店自律規範」。</p> <p>2. 開放信用卡收單機構可採簽訂提供網路交易代收代付服務之平台業者為特約商店之模式，規模較小型的商店或個人賣方不必與銀行簽訂特約商店，即可藉由平台業者接受買方以信用卡支付網路交易之款項。</p>
2013 年 9 月	<p>1. 推動金融機構「網路儲值支付帳戶」機制，銀行以「存款業務」方式提供儲值支付帳戶服務，並得由銀行或與網路代收代付平台業者(第三方支付服務業者)合作辦理，以滿足電子商務之消費者對儲值支付工具需求。</p> <p>2. 已有中國信託商業銀行、第一銀行、玉山銀行及中華郵政公司等機構可辦理網路交易代收代付服務。</p>

## 二、O2O 商業模式的剖析

### 虛實整合創新

近年來，電子商務交易的發展，使得在網路上交易的商品項目也越來越多，甚至超過一般想像中的範圍。O2O (Online to Offline，可稱為「虛實整合」或是「離線商務模式」) 交易模式的興起，也引領電子商務交易往虛實整合的交易環境建置。O2O 模式常透過在線上提供打折促銷、提供訊息、預訂服務來將線下的消費提供給在網路上得到資訊的顧客，也包括手機連結網路上儲值帳戶支付的消費方式。

### 與商家合作：O2O 模式

支付寶透過在各種場合的擴展，積極由網路線上支付走向馬路行動支付，建立不同階層消費者的使用習慣。利基於行動支付的發展上，支付寶在 2011 年即推出手機支付寶錢包，利用條碼來支付消費。消費者擁有極大的方便性，為數眾多的小型商家也受益。這是一個不需要額外投資設備的低成本收款服務，商家可以省去相當多在作業流程上的麻煩。

### 發展虛實整合交易 (O2O) 看似與實體

店家競爭，實則在幫助實體店家孕育行動商機，培養未來的行動消費人口。

O2O 商務模式代表支付寶對金流標的的處理除了連結線上到線下，也由商品跨足到服務；行動支付代表支付寶除了服務線上民眾，也開始對一般線下消費者提供服務。

在第三方支付的业务方面，根據本研究的結果可以發現，支付寶能夠成功，主要是其做到幾件事。第一，支付寶解決了中國當時嚴重的交易不安全問題；第二，支付寶的成功建立在對其他交易體系的重度依賴上，而初期是完全依賴某一個交易體系；第三，支付寶不斷與不同對象合作，發現綜合以上三點，基於「互賴」與「生態系」的觀點，本研究認為，臺灣現在較有機會發展成為龐大電子商務支付體系的公司有以下幾間：

第一，PChome 網路家庭。其線上購物的發展由一般的 B2C 線上購物開始，在創建 24 小時線上購物後，商品開始囊括民生用品與生鮮食品，其因已建置物流系統，而以快速、正確著稱，其消費者就是其推廣第三方支付的領先使用者。

第二，第二，愛金卡公司。其由統一超商設立，承接了原本 i-cash 的業務，代表其在 020 小額支付上有一定基礎。因便利商店店面數量多，i-bon 中又有眾多功能得以結合，服務內容還能加上電子商務平台 7-net 及所有相關企業，而其消費者都能是其所設定之使用者目標。

第三，悠遊卡公司。悠遊卡原本為捷運的支付憑證，逐漸拓展至其他交通工具上。近年來由停車場付費開始跨足小額支付，與以便利商店為主的超過一萬家特約商店合作。目前所有大台北地區經常使用悠遊卡的民眾都是其目標推廣對象。

### 三、第三方支付相關法規

若要順利推動第三方支付服務，除了市場的規模與潛力需要評估；服務的流程與品質是能被消費者所接受之外，政府的法規是否能夠允許第三方支付服務存在於金融市場上，是影響推動可行性的最大關鍵之一。第三方支付是一種走在金融法規允許邊緣的特殊金融服務，因為提供第三方支付服務的企業通常不是營行，但是又提供類似銀行帳戶的信託服務，其中使用者將款項存進帳戶的行為就類似一般銀行存款的行為，而此種行為受到銀行法所規範，因此若要發展第三方支付服務，必定要經過國家法律所認可，而台灣目前沒有專屬的電子支付或是電三芳支木的法律，但是世界上已有美國、歐洲、日本、中國發布專為第三方支付服務訂定的法規，但是各國的法規大致相同，幾乎都是參考[美國的統一資金服務法]擬定，重點在使符合一定資格非銀行機構經由主管機關許可發給執照，得以經營部分銀行業務，因此下面整理出美國與中國法律現況。

#### 美國：統一資金服務法

美國或是歐洲國家在電子支付法規的訂定上，都是由維護顧客合法權益的角度出發，要求具有實質並且能夠在規範中提供電子支付服務。具體措施包括實行有針對性的業務許可，設置一定的進入門檻、建立檢查和報告制度、通過資產擔保等方式保護顧客權益、加強機構終止退出及撤銷等管理。

美國將非金融機構和非銀行金融機構界定為貨幣服務機構，由各州州政府管理。美國有 40 多個州參照“統一貨幣服務法案”制定法律對貨幣服務進行監管，支付方式包含電子貨幣、信用卡代收代付、指定銀行帳戶資金移轉、匯兌等，而多數州亦有履約保證之規定。這些法律普遍強調以發放執照的方式管理和規範從事貨幣服務的非銀行機構。從事貨幣服務的機構必須向各州州政府申請獲得專項業務經營許可，並符合關於投資主體、營業場所、資金實力、財務狀況、從業經驗等相關資質要求。貨幣服務機構應保持交易資金的高度流動性和安全性等，不得從事類似銀行的存貨款業務，不得擅自留存、使用客戶交易資金。這類機構還應符合有關反洗錢的監管規定，確保資料資訊安全等。

## 大陸:非金融機構支付服務管理辦法

關於第三方支付平台的法律定位問題，中國在 2010 年 6 月之前，所有第三方支付服務商，都口徑一致稱自己為網路交易裡的中介方，在用戶協議中也盡量避免稱自己為銀行或金融機構，試圖確立其為用戶提供線上代收代付的中介。但由於在第三方支付中涉及的用戶資金結算和一段期間的資金代管、擔保等類似金融業務活動，使得第三方支付服務商的法律地位難以準確定位，而且也沒有相關的法令加以規範。

然而，隨者中國第三方支付產業的蓬勃發展、交易規模持續擴增，中國人民銀行於 2010 年 6 月公布“非金融機構支付服務管理辦法”，自 2010 年 9 月開始實施，並有一年緩衝期。所謂的非金融機構支付服務指的是非金融機構在收付款人之間作為中介機構提供網路支付、預付卡的發行與受理、銀行卡收單等服務，需取得“支付業務許可證”才可提供支付業務，而中國此規範非金融機構的支付服務行為，不但防範支付風險，保護當事人的合法權益，更確立第三方支付平台在法律上的定位。

## 台灣:

反觀台灣，目前國內電子商務交易，缺乏第三方支付法源依據，其中涉及“銀行法”對非金融機構辦理支付的議題，包含第三方支付業者是否具備資本額支要求，如何確保第三方支付業者遵守金融監理，第三方支付業者是否必須與金融機構簽訂相當金額的履約保證契約或是必須洽金融機構辦理第三方支付業者接受款項之信託專戶。

若僅以“信用卡業務機構管理辦法”、“電子票證發行管理條例”來執行第三方支付服務，可能會遇到一些法規上的問題，以下按照兩個不同法規來解釋分析。

### 信用卡業務機構管理辦法:

主要用於欲申請提供信用卡服務的機構，申請機構必須提供新台幣(以下同)2 億元的營運資金，其法律條文雖然適用於信用卡業務，但是因明確提及電子商務平台可進行收單銀行與特約商店的代收代付服務，使得國內與多電子商務平台業者提供此項電子支付服務，不過這樣法規較適用於 B2C 的環境下使用，並不是用於履約保證的第三方支付服務，因網路上有太多小型賣家，規模不足以成為電子商務平台的簽約商家，也更不可能成為收單銀行的特約商家，所以根本無法用於 C2C 的環境。

法規內容也提及電子商務平台業者每半年需重新針對簽約機構重新徵信一次，造成商家與電子商務平台業者花費大量成本，這些成本，間接降低了商家願意申辦此服務的意願。因此本法規是解決了中小型商家無法成為收單特

約商家的問題，但適用於 C2C 的環境，並沒有提供足夠發展的環境，與法律支法規，表示第三方支付服務並不適用於本法規的規範。

電子票證發行管理條例：

主要用於欲申請提供發行的電子票證的機構，申請機構必須提供 3 億元的資本額，此法規明確的訂定申辦發行電子票證機構的相關規則，但適用於第三方支付服務，仍有一些爭議，其發歸內文，”電子票證：指以電子、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、憑證或其他形式之債據，作為多用途支付使用支工具，表示電子票證法是為實體交易所設計，消費者必須透過晶片或讀卡機，才可進行付款的動作，因此不適用於電子商務網路化的環境，間接表示非金融業者即使通過了本法，提供使用者儲值金錢於電子票證服務，也無法進行線上電子商務間的交易行為。且依電子票證發行管理條例之規範條文，儲值金額不得超過 1 萬元，同時單次交易不得超過 1000 元，每日交易不得超過 3000 元，並且規定電子票證支交易，不得為電子票證間之資金轉換，如此支限制似乎難以滿足 C2C 電子商務的市場交易。

在 2013 年 8 月，金管會邀集經濟部、經建會、央行等各部會，以及酒家網路平台業者、八家銀行等，共同討論第三方支付從事線上儲值業務之開放。金管會表示，在兼顧扶植電子商務產業發展與保護消費者權益支兩大原則下，短期為使第三方支付儲值相關服務能儘速上路，已要求銀行公會規劃儲值支付帳戶機制，讓銀行與第三方支付服務業者合作，提供儲值服務。

行政院通過第三方支付服務方案，開放兩種線上儲值模式，第一種為金融機構模式(或與非金融業者合作)，由於消費者儲值的金額是存放在金融機構中，可以享有存款全額保障；至於儲值上限額度，依照認證強度的不同，最高可到 20 萬元。

另一種為非金融機構模式，也就是不想跟銀行合作的第三方支付業者，需另成立一家電子票證公司，公司資本額為 3 億元，其儲值金額需全部交付信託，消費者最高儲值上限僅 1 萬元。

行政院拍板目前非金融業者可依據”電子票證發行管理條例”來從事線上儲值服務，此為短期措施，可以讓非金融機構業者馬上適用。



## 第二節 實務案例探討

### 一、支付寶(大陸)

「第三方支付」是有信譽和保障的獨立機構，並會與金融機構簽約，雙方共同建立一個中立的支付平台，並收取手續費以提供服務。第三方支付對買賣雙方有以下功能。首先是交易風險評估，第三方支付除了可以事先儲值金額、事後扣款外，也提供擔保付款功能，共同保障買賣雙方的權利；其次是彈性付款機制，第三方支付已發展成多種不同的網路支付模式；第三是強化資金與貨物的流動，第三方支付體系在電子商務環境中，規避了信用卡交易的借貸風險，也方便跨國交易的進行，降低交易成本、減少交易限制。

#### 啟動第三方支付功能

2004年，淘寶網推出第三方支付平台「支付寶」，讓買方先把錢存入支付寶，等買方收到貨物確認無誤後，再撥款給賣家，降低買賣雙方的交易風險，有效解決中國電子商務環境中的信任問題。支付寶後來也開始與各大商城合作，提供各商城與消費者更多的保障。並透過提供訂單管理、紅包功能與集分寶等服務，有效將原本與阿里巴巴是競爭關係的網路商家，轉化為合作夥伴。以下說明重要的合作互賴機制。

#### 與銀行合作：「實名制」，提高網路交易安全

「實名制」指的是在網路上以真實身份活動，中國當局指出，網路商品交易是在雙方不了解且未見面的期間完成，為了保護消費者的合法權益，必須確保虛擬主體還原成真實的主體，以確認網路交易主體的真實身份，才能進一步界定雙方的責任與義務。因此，2010年7月，中國政府為了推動網路交易，特別在網路交易辦法中加入了「實名制」，從事網路交易的業者必須在網站首頁或醒目位置公開其營利事業登記證的相關訊息或連結。

支付寶除了令線上購物的買家規定以「實名」登錄外，為了強化線上支付的便利性，更進一步與銀行業者合作，讓銀行帳戶綁定金融卡，消費者也能將帳戶內的款項「提現」。此外，虛擬帳戶之間的帳款也能夠互相轉帳，國內熟悉網路交易的資深主管直言，支付寶線上支付功能有效降低交易成本，還能追蹤資金往來脈絡，確保交易安全。

「主管機關的監理也很簡單。你只要看錢怎麼進到第三方支付的平台頭裡就可以了。第三方支付和實體銀行帳戶一定要是同一人。凡走過必留下痕跡，你就可以確定金流去向。」

與商家合作：紅包、紅利、線上客服，提高交易黏著度。

支付寶更有計劃地提供各種優惠服務，提高消費者與網路商家的黏著度。首先在 2005 年開始提供具備折價券功能的「紅包」折扣，主要是針對特定節慶推出的限時促銷方案。

透過紅包的發送，即是賣家宣傳的機會，達到行銷與推廣作用；對買家來說，紅包折扣更大幅提高買氣，

第三方支付平台是一種對貨款的保障，因為能夠確定貨款的收取，而延長了在電子商務市場上的生存能力，並且縮短其資金運用的期限。

## 二、Paypal(美國)

在第三方支付模式中，尤以 PayPal 最具代表性，多數研究都已 PayPal 來說明此種付款方式，國外研究稱為個人對個人付款模式(Person to Person, P2P)，P2P 付款模式的形成，源於 1998 年 PayPal 前身 X.com，PayPal 是首先提供以電子郵件帳號為付款方式的服務，付款時只需輸入受款人的 E-mail 帳號與付款金額，即可完成扣款，有別於過去的線上金流付款機制，免除消費者對於提供信用卡號碼、個人財務資料外洩的疑慮，獲得消費者的信任。

PayPal 現在是拍賣網站 eBay 提供線上收款、付款服務的子公司，只要成為 PayPal 會員，就可以解決跨國交易的金流問題，尤其是可在 eBay 的拍賣網站即時交易使用，支援超過 20 種貨幣，通行於全球 190 個國家/地區超過 2 億個用戶，可選擇使用信用卡、扣帳卡或銀行帳戶支付購物款項。

## PayPal 的支付流程與經營模式

### 一、PayPal 支付流程

當買家或是付款人欲支付一筆金額給賣家或是收款人的時候，可以分為以下幾個步驟：

1. 只要有一個 E-mail 地址，付款人就可以註冊 PayPal 帳戶，通過驗證後即成為其用戶，並可以提供信用卡相關資訊或者銀行

帳戶，以擴充 PayPal 帳戶進額，將一定數額的款項從信用卡或銀行帳戶裡面，轉移至 PayPal 帳戶底下使用。

2. 當付款人(買家)想支付款項給受款人(賣家)的時候，必須先進入 PayPal 帳戶，指定想要匯出之金額，並提供受款人的 E-mail 帳號給 PayPal。
3. 接著 PayPal 像收款人(賣家)發出 E-mail，通知其有待領取或轉入的款項。
4. 如收款人(賣家)也是 PayPal 用戶，其決定接受後，付款人所指定之款項及移轉於收款人(賣家)。
5. 若收款人(賣家)沒有 PayPal 帳戶，則得依 PayPal 內容只是連線進入網頁註冊後取得一個 PayPal 帳戶，款項即移轉於收款人(賣家)。收款人(賣家)可以將取得的款項選擇想要提領的方式取出(例如開支票或是匯入其銀行帳戶)。

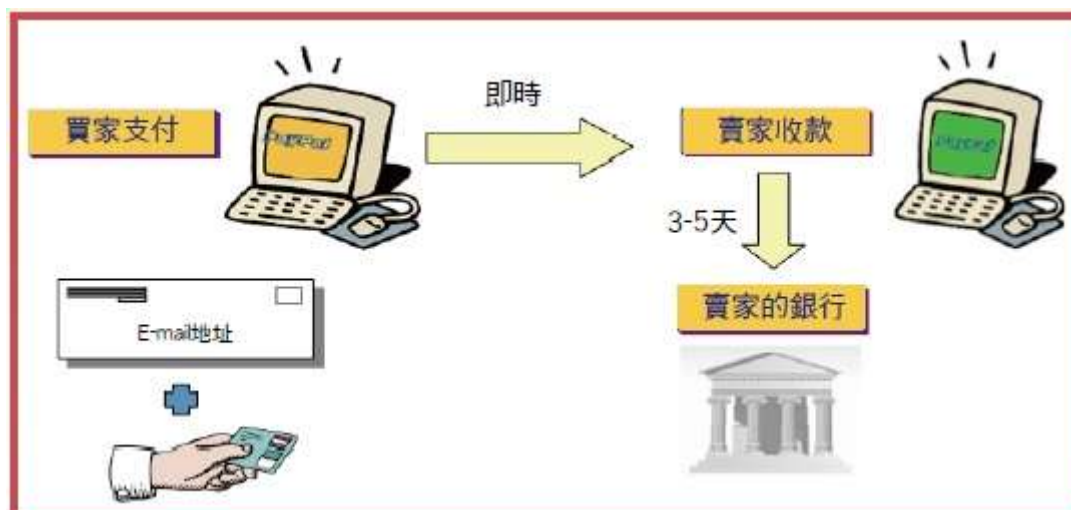


圖 2、PayPal 之流程圖

從以上流程可以看出，如果收款人已經是 PayPal 的用戶，那麼該筆款項匯入他擁有的 PayPal 帳戶，若收款人沒有 PayPal 帳戶，網站就會發出一封通知 E-mail，引導收款者至 PayPal 網站註冊一個新的帳戶。(詳圖請見圖二)

所以，也有人稱 PayPal 的這種銷售模式是一種“郵件病毒式”的商業拓展方式，從而使得 PayPal 迅速地擴大並占有市場。一般來講，這種付款方式很容易被看成資金是透過 E-mail 匯出匯入的，付款人收款人之間即完成了付款流程。事實上，通過 PayPal 發出的 E-mail 僅扮演“通知”的腳色，而 PayPal 服務也只是對用戶的信用卡或銀行帳戶進行借貸紀錄而已。

從表面上來看，PayPal 目前提供的基本模式感覺像是一種”E-mail 支付”方式，實際上來說 PayPal 是一種基於其平台的虛擬銀行帳戶的記帳和轉帳系統，資金的轉移是在付款人的銀行帳戶、PayPal 帳戶以及收款人的帳戶之間進行，而 E-mail 起到的傳遞訊息和通知作用，其運轉離不開銀行帳戶、電子資金轉帳以及信用卡等傳統支付工具。（對沒有註冊 PayPal 帳戶的收款人說。發出 E-mail 給收款人對於 PayPal 來說還有一個市場行銷的作用。

這種模式的好處在於，網路交易的收款人只要告訴付款人自己的 E-mail 地址，即在 PayPal 的用戶名稱，付款人就可以透過 PayPal 完成付款。PayPal 用戶支付的金額和收到的金額一開始都是對其 PayPal 帳戶帳面數字的增減，之後用戶可以通過 PayPal 帳戶的指令去支付，提領或者匯入銀行的存款帳戶，也可以發出指令，使 PayPal 祭屋支票，或者透過轉帳方式將資金匯入用戶指定的銀行帳戶中。

付款人和收款人不一定要在同家銀行開戶，可以是兩個不同的銀行帳戶，也可以是兩個相距甚遠的國家或者地區的銀行開戶，但只要它們都是 PayPal 的用戶，就可以減少跨行間、跨國和跨地區之間的轉帳繁瑣。這種單單以 E-mail 地址作為 PayPal 帳戶的支付方式大大有別於傳統之仰賴於金融系統上的交易和轉帳模式。此外，對於支付安全性來說，PayPal 的作用和防火牆有些類似，在收款人和付款人的信用卡資料間架起了一道安全屏障。以前用信用卡購物，需要在網路商店提供的付款頁面上輸入卡號，這麼做雖然很方便，但是如果網站沒有加上加密傳輸訊，或者有些仿冒網站惡意竊取用戶交易資訊，安全性就會大打折扣。

現在就不同了，透過 PayPal 轉帳或者付款給賣家，只要輸入 PayPal 帳號和密碼，就多了一層密碼保護，而且支付頁面由 PayPal 提供，而不是由網路商店提供，最終在 PayPal 上面完成加密的支付過程，沒有任何第三方(包括網路商店)能夠接觸到用戶的銀行帳戶或者信用卡持卡人的個人資料。

### 第三節 第三方支付基本要素

#### 一、安全性

Kalakota and Whinston[1996]定義安全威脅是指，情況、條件或是見潛在的導致經濟的問題到資料或網路資源，以破壞、洩漏、資料的修改、服務的否認、詐騙、浪費及濫用的型式，雖然事實已證明安全性會正面影響線上購買意圖，安全性依舊是第三方支付的主要障礙之一

Neuman[1995]提出網路安全的需求面向，分別為：隱密性、完整性、身份辨識性、授權、付款安全、保證及隱私需求，其中隱密性、完整性、身份辨識性、授權及付款安全，可建立基礎的科技來滿足此安全需求，例如使用加密技術和認證機構的方式來達成，另外的保證和隱私需求，可藉由制定法律或契約上的義務來保護智慧財產權和個人隱私。

網際網路上存在的部分安全需求問題，是由用戶端和伺服器端在通訊傳輸的過程所引起的，這方便的問題通常與電子商務付款的安全性有密切關係，可以依據資訊安全的需求分別說明如下表三：

表 3、第三方支付之安全性需求

安全需求	說明
身分認證性 (Authentication)	網際網路在電子商務的應用，用戶端和伺服器端意即買賣雙方之間，都必須認證對方的身分是具有合法性的，以防止有冒名傳送假資料等惡意欺騙的交易行為。
資料保密性 (Confidentiality)	網際網路應用在商業交易以後，所傳送的資料經常都是具機密性及敏感性的，若傳送過程中遭到竊聽、洩漏或被非法取得資料，可能被人從中獲取部正當利益，使資料傳送者的隱私遭到侵犯。
資料完整性 (Integrity)	資料在傳送的過程中，可能因為網路遭到中途侵入，而被竄改、偽造、竊許或重送傳輸中的資料或部分內容，造成傳輸後的資料與原本內容不一致，導致錯誤的交易發生。
不可否認性 (Non-repudiation)	不可否認性意指防止拒付，電子商務進行時，買賣雙方並未面對面進行交易，而是以電子訊息在網路上傳遞與交換，已達成交易的目的，這種非直接接觸的方式在交易確認完成後，可能仍會有買方否認已經簽下的訂單或賣方否認已經收到的付款，而產生買賣之間的糾紛

資料來源：麻少華[2003]、劉文良[2007]

## 二、隱私性

隱私性在電子商務中被定義為在網路上分享資訊的意願，B2C 網站收集消費者的資訊透過明顯的方式(例：註冊方式、網站調查)和暗中的方式(例：cookies 的使用)為行銷、廣告和產品決策提供必要的資料，然而，卻有很多的消費者擔心他們的個人資料會被濫用。

網路隱私性的侵犯是指未經授權的收集、洩漏或個人資料的其他使用、研究者對實務上可能導致消費者隱私權的損失進行分類：一是內部未經授權的間接使用個人資訊，例如銀行使用從借貸業務得來的消費者收入資訊，並分類消費者群體作為廣告或產品提供之用，二是外部未經授權的間接使用個人資訊，是指未經消費者同意，而和商業夥伴分享消費者個人資訊。

## 第四節 相關研究應用探討

在這一節我們要探討 PayPal 此研究的優缺點

優點：

1. 保護付款人。
2. 支援多幣種，並能即時兌換（但要收 2.5% 的手續費）。
3. 只要登入後，即可以付款；商品付款會要求確認並扣手續費；集中付款由付款方支付手續費，收款方無需確認即收款。

缺點：

1. 資料審查嚴格，提供錯誤資料會被凍結帳號。
2. 對收款人限制特別多：如忽然收到一筆不明來源的款項就會被 PayPal 認為是可疑款項而限制，並要求解釋款項的來源，如解釋得不到 PayPal 接受則被凍結。
3. 解凍時間長，需要提供許多私密資料。
4. 收款手續費高，本國 2.4%—3.4%+0.3 美元，外國 2.9%—3.9%+0.3 美元。

分析：

雖然 PayPal 是全球最大的第三方支付平台，但 PayPal 身為電子錢包卻只有最基本的付款與收款功能，其主要的特色是可以使用信用卡付款所以有了隱私上的保障但高額的手續費用卻與其他的支付工具顯得沒有優勢。

# 第三章、研究方法

研究方法中我們包含了研究流程圖、問卷設計、分析圖表及 SWOT 分析來解釋我們所研究的 UniPay APP。

## 第一節 研究流程

在本研究中，我們進行的研究流程，如圖三所示。

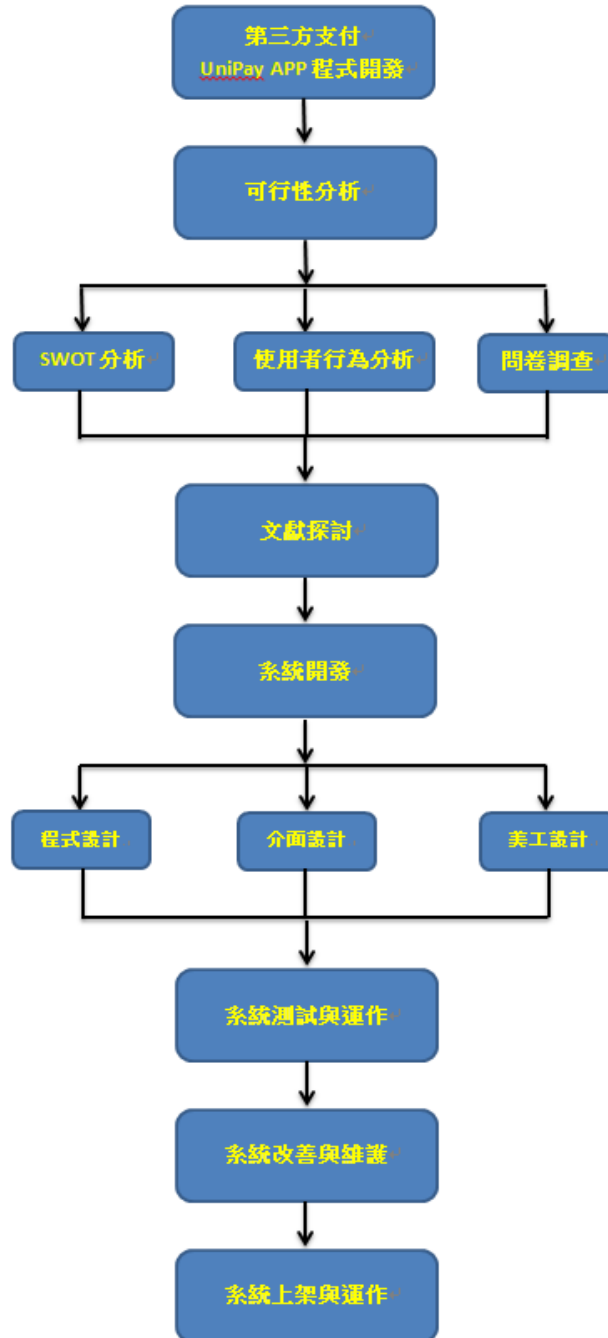


圖 3、致理 UniPay App 研究流程圖

## 第二節 研究方法

在本組研究中，我們設計問卷對使用者行為進行分析調查，藉此了解現在民眾對於第三方支付的了解與認知，以期望在未來進程式開發可以更加貼近使用者的需求，使 APP 程式更加人性化。

### 一、問卷內容

本組問卷設計分成基本資料與第三方支付之了解與期望進行其相關調查，詳細問卷內容如下表



表 4、專題研究意見分析調查表

<b>專題研究意見分析調查表</b>	
先生、小姐您好！	
我們是致理技術學院的學生，爲了讓大家可以使用到更方便於生活的 APP，因此著手專題研究，需要您的寶貴的意見來協助本專題的資料分析。提醒您，您的寶貴意見是我們最珍貴的資源，請大家實力填寫喔！問卷是針對第三方支付使用的民衆，做爲本次專題開發的參考，您所填寫的內容將作爲學術研究之用，我們會將資料保密，不會對您造成任何影響，感謝您的協助！	
全體組員 敬上	
-----	
一、基本資料：	
1. 請問您的性別： <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	
2. 請問您的年齡： <input type="checkbox"/> 20 歲以下 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41~50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲上	
3. 請問您平均月收入： <input type="checkbox"/> 2 萬以下 <input type="checkbox"/> 2~3 萬 <input type="checkbox"/> 3~4 萬 <input type="checkbox"/> 4~5 萬 <input type="checkbox"/> 5 萬以上	
二、問卷調查：	
1. 請問平常生活最常的消費方式是： <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 信用卡 <input type="checkbox"/> 悠遊卡	
2. 請問您是否常用網路購物： <input type="checkbox"/> 幾乎不 <input type="checkbox"/> 曾經使用過 <input type="checkbox"/> 使用過多次 <input type="checkbox"/> 每月固定使用 <input type="checkbox"/> 每周頻繁使用 <input type="checkbox"/> 天天使用 <input type="checkbox"/> 其他：_____	
3. 請問您最常使用的付費方式爲： <input type="checkbox"/> 信用卡 <input type="checkbox"/> ATM <input type="checkbox"/> 貨到付款 <input type="checkbox"/> 超商付款 <input type="checkbox"/> 第三方支付( <a href="#">paypal</a> 、支付寶、支付連、yahoo 輕鬆付)	
4. 請問您聽過第三方支付嗎： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
5. (續上題)請問您從何得知相關資訊(可複選)： <input type="checkbox"/> 網路媒體 <input type="checkbox"/> 電視廣播 <input type="checkbox"/> 報章雜誌 <input type="checkbox"/> 親朋好友 <input type="checkbox"/> 其他：_____	
6. 請問您是否有使用過第三方支付： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
7. 請問您希望第三方支付儲存金額上限爲： <input type="checkbox"/> 1000 以下 <input type="checkbox"/> 1001~3000 <input type="checkbox"/> 3001~5000 <input type="checkbox"/> 5000 以上	

8. 請問您希望第三方支付有什麼額外的功能(可複選)：乘車繳費 超商繳費  
入場門票 即時繳費 其他：\_\_\_\_\_。

9. 請問你希望本 APP(優先)結合那些商店提供你使用(可複選)：通訊行  
電影院 網咖 夜市 餐廳 書店 其他：\_\_\_\_\_。

10. 請問您為何會選擇使用第三方支付(可複選)：便利性 時常有活動優惠  
小額付費 安全放心 其他：\_\_\_\_\_。

11. 請問您對第三方支付安全性是否有疑慮：是 否(請跳至第 13 題)。

12. (續上題)請問您對第三方支付安全性的疑慮是什麼：擔心交易安全 擔心  
個資洩漏 註冊帳號過程風險 不了解該支付方式 其他：\_\_\_\_\_。

13. 請問您對第三方支付還有什麼看法或建議請寫在下方空白處：..

..

..

..

..

..

..

..

## 二、問卷統計

以下為本組問卷統計結果圖

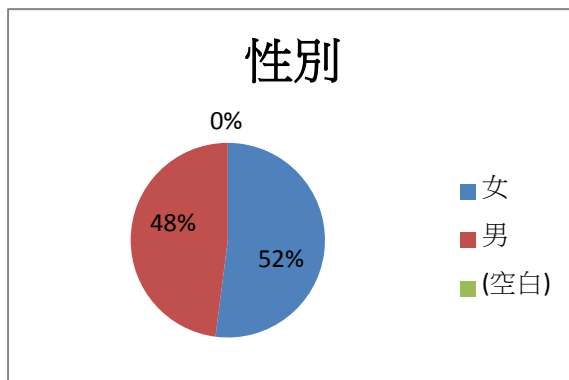


圖 4、問卷基本資料-性別

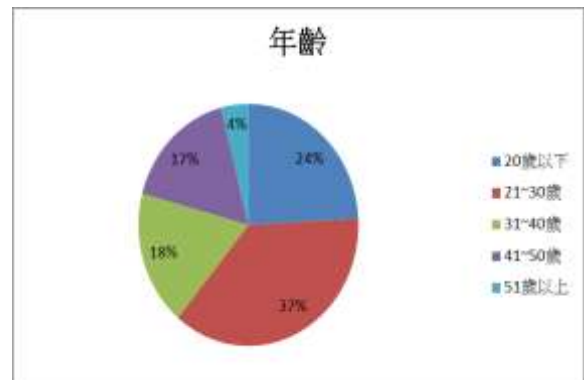


圖 5、問卷基本資料-年齡

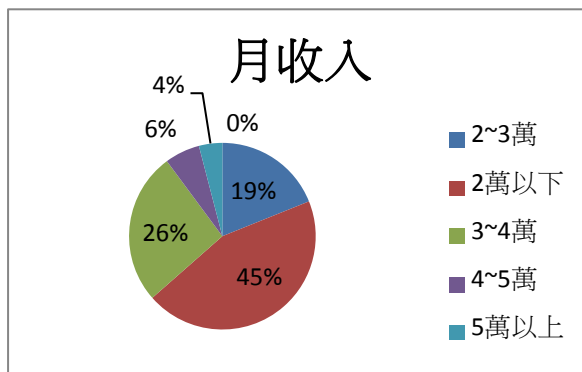


圖 6、問卷基本資料-月收入



圖 7、問卷基本資料-消費方式

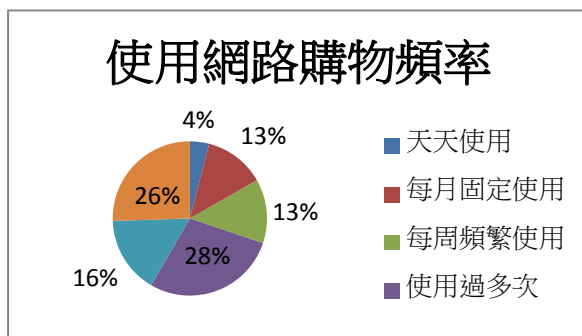


圖 8、使用網路購物之頻率



圖 9、最常使用的網購付費方式

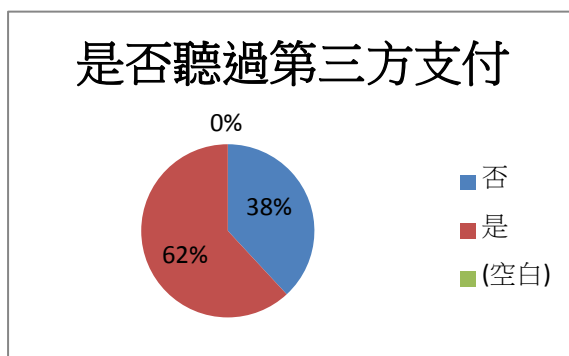


圖 10、是否聽過第三方支付

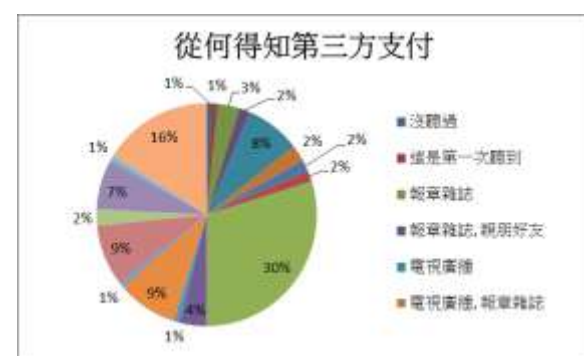


圖 11、從何得知第三方支付



圖 12、希望儲存之金額上限



圖 13、第三方支付之額外功能

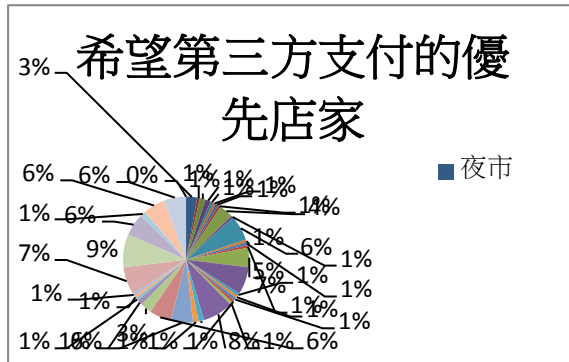


圖 14、優先開通第三方支付

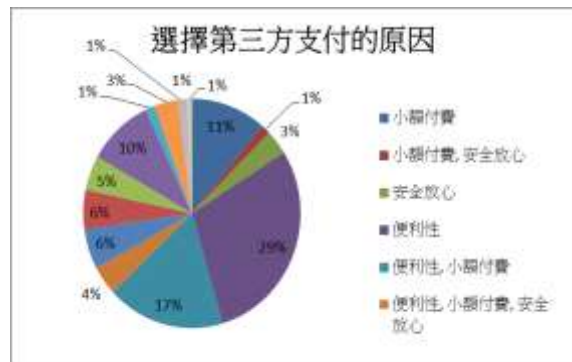


圖 15、使用第三方支付的原因

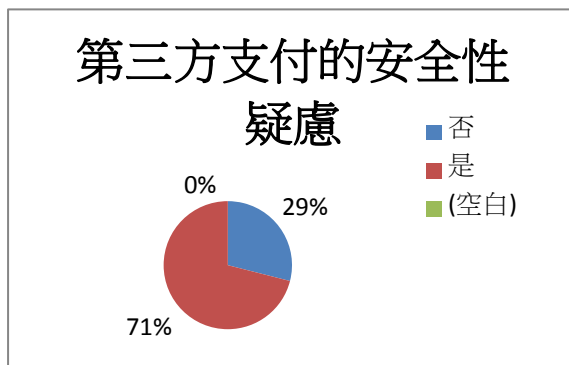


圖 16、第三方支付的安全性疑慮



圖 17、第三方支付的安全性疑慮-2

### 三、問卷分析之大方向

對於第三方支付大眾的了解與期許?

目前還不認知了解第三方支付的人居多
聽過的人都從報章雜誌與電視廣播而得知
期望優先擁有第三方合作之店家都是夜市、電影院、餐廳居多
期望使用第三方支付的原因都已小額付費及便利性居多
對於第三方支付的不知道有安全上的疑慮
安全疑慮通常都是在擔心交易安全及不了解支付方式為居多

### 三、問卷分析

#### 問卷結果分析：

##### 一、第三方支付認知

此部分主要是調查使用者對於第三方支付的認知是否知道什麼是第三方支付以及從何得知第三方支付的消息。

經過問卷調查統計後，有 62% 的人聽過第三方支付，而這 62% 裡面有 3 成的人是從報章雜誌得知關於第三方支付的資訊，而剩下的人分散在電視廣播或者是第一次聽到上面，因次我們會多加推廣有關於第三方支付的基本知識好讓使用者了解什麼是第三方支付。

##### 開發重點：

- 1、 放入關於第三發支付的基本資訊進去 app 裡面。
- 2、 透過使用說明讓使用者了解第三方支付的使用方式。

##### 二、對於第三方支付的期許

此部分是針對使用者對於第三方支付的儲存金額上限以及希望有的額外功能，對於儲存金額上限這點來說，其中有 3 成的人希望他的金額可以控制在 1 萬到 3 萬，對於我們本來主要的學生市場是有利的，而有 23% 的人希望第三方支付可以在乘車繳費上可以做相關的功能，所以現在主要還是主打學生族群應該依照學生的習慣去設計整個 app。

##### 開發重點：

- 1、 新增有關學生族群的功能

##### 三、第三方支付的安全性考量

根據問卷統計結果有 7 成的人對於不熟悉的第三方支付有者安全性的疑慮而該園因大多數是擔心交易安全以及不了解其支付方式，所以排除這些問題是我們首要的目標。

##### 開發重點：

消除使用者對於第三方支付安全性疑慮的問題

### 第三節 SWOT 分析

SWOT 一般稱為 SWOT 矩陣分析法，是一種企業競爭態勢分析方法，也是市場行銷的基礎分析方法之一，其中包含了企業內部的優勢 (Strengths) 及劣勢 (Weaknesses) 及競爭市場上的機會 (Opportunities) 和威脅 (Threats)，可在制定企業的發展策略前，以此分析法，對企業進行深入全面的分析以及競優勢的定位。

表 5、本研究之 SWOT 分析表

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 便利性</li> <li>2. 交易有個資上的保障</li> <li>3. 可以維護交易的公平性</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 知名度不高</li> <li>2. 有區域性限制</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 未來多元化發展</li> <li>2. QR-Code 即時付費</li> <li>3. 可以增加購賣意願(學聯卡優惠)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 費用有限度</li> <li>2. 與既有的支付方式如悠悠卡有競爭性難以打入市場</li> </ol>

## 第四章、系統規劃與設計

計出全國創新的整合式活動瀏覽搜尋「致理商圈 O2O 的消費平台」，簡稱“UniPay 學聯卡消費平台”，將建構成為致理商圈第三方支付消費平台，同時將配合致理學生會各項活動整合致理商圈、商業活動、休閒生活、消費好康、夜市特惠活動、網路社群、APP QR Code 消費…等各類型活動，以致理學生為主體，提供致理師生一個整合主動式行銷活動資訊的平台。

本章節將介紹致理 UniPay 的系統，對整個開發過程所接觸到的方面以及預期的成果加以闡述。

### 第一節 系統功能

表 6、網站系統功能

類型	功能	說明
前台網站	首頁	
	關於我們	網站介紹
	聯絡我們	提供網站公司的聯絡方式
	工作媒合	提供商園的工作機會
	使用條款	提供本網站的權利與義務宣告
	隱私權政策	宣告本網站消費者隱私權政策
	最新訊息(含公告)	提供最新消費商品訊息(以及學校公告管理)
	特價商品區	提供商園商家特價活動商品區
	校際聯合活動	提供跨校聯合活動公告區(含 FB/Twitter/Google+)整合
	市集	提供商家商品銷售上架區
	討論區	提供消費者與商家聯絡的平台
	APP 下載	提供致理卡下載
	會員卡申請作業	提供線上會員卡申請作業
	商家會員申請作業	提供線上商家會員卡申請作業(文件核准制)
第三方金流服務	提供第三方金流/信用卡/webATM 服務/QR Code 支付	

	查詢活動及商城資訊	提供一般 PC 上線使用者線上即時查詢
	即時動態顯示訊息	前台軟體即時顯示資訊(輪動)
	查詢活動及市集資訊 各項活動管理 商業促銷管理 活動排行榜	
	活動意見反應	即時填寫活動意見，提供主辦單位參考
	活動意見哈拉區	以網路互動式方式讓消費者可以互相討論
	線上投票	針對活動/促銷與商家
後台網站	建立及維護活動資訊 系統權限 User 管理 商店管理 活動管理 主題館理 商品管理	提供業者或活動訊息維護人員建立及維護活動/商品之用
線上金流管理	線上開戶	整合銀行第三方支付開戶作業
	錢包管理	匯出/儲值/餘額/交易紀錄管理
手機 APP 系統	即時動態顯示訊息	移動式設備使用者下載 APP 軟體即時顯示資訊
	查詢活動及商城資訊	移動式設備使用者下載 APP 軟體查詢資訊
	APP 商品下單結帳管理	商品管理 (含促銷排行榜/下單/結帳)
	APP 商品上架管理	商品上架(含促銷商品/上架作業)
	APP 線上結帳系統	提供 QR Code/信用卡/web ATM

## 第二節 系統特色

在成立 UniPay 系統後，會員就可以透過申請帳號或是下載 APP 程式，並執行瀏覽器或 APP 來使用學聯卡市集上的服務。



1. 加入的致理商圈的商家與消費者即可透過該平台來宣傳與接收訊息與活動，並透過分享給更多人來建立該平台成為廣泛使用且穩定的系統，讓買賣雙方都能夠有訊息充足且可信賴的平台來使用。
2. 取代一般貨幣與信用卡等繁雜的交易方式，透過使用 APP 上的 QR Code 服務來完成便捷且具安全性的交易。並透過使用本 APP 程式結帳的過程，獲得完整的交易資訊提供給賣方管理商品與作業，並協助分析市場甚至寄發活動給指定的客群吸引消費等；也提供買方方便記帳控管消費額度並保留完整的消費資訊，更甚透過此 APP 程式的消費獲取更多的優惠或資訊。

除了致理商圈的商家以及消費者外，在建立系統平台的口碑與忠誠度以後也致力發展跨校與跨商圈等方向努力，並往以下市場延伸提供更多的服務：

1. 定點文化旅遊與購物。
2. 電影文化頻道 (MOD)。
3. 社區文化之推展 (如原住民文化)。
4. 各式展場與訂票系統
5. 其他產品之市場行銷。
6. 活動事件自動追蹤提示。
7. 與民間活動公關公司整合。
8. 旅行社旅遊規劃

### 第三節 使用對象

UniPay 的使用群分為兩個階段，第一階段為致理商圈範圍使用者；第二階段為擴大到跨校跨商圈使用者，以下將分別介紹：

第一階段使用者：

1. 致理商圈店家：透過加入 UniPay 系統統整併管理自家的商品，隨時掌握店鋪內的交易狀況，並使用 QR Code 的功能省去一般貨幣與信用卡的複雜交易，並能夠隨時更新店鋪資訊與活動給消費者。
2. 致理全校師生：透過使用 UniPay 系統與其 APP 程式，便能隨時隨地尋找與瀏覽致理商圈附近的店家，獲取第一手資訊，更能透過手上的智慧型手機搭配該程式的 QR Code 功能直接進行交易。

第二階段使用者：

1. 所有的店家：只要加入 UniPay 系統，便能在平台上建立自己的空間增加曝光、宣傳並提供資訊，更能透過 UniPay 的交易系統，完全零距離的拉近與顧客之間的交易並提供服務。

2. 跨校的教師與學生全體：透過 UniPay 系統，便能從上面獲取別校的訊息、活動，並培養出相關的文創活動與比賽，透過整合也能無遠弗屆的獲取其他地方的地區文化、商家資訊並透過平台零距離地進行交易。
3. 學校行政體系、地方政府、民間公司等第三方：透過資訊的公開讓平台的可靠度再上升，也是成為相關消息與政策發布的平台。

## 第四節 使用環境

目前以下為 UniPay 系統所需之使用環境：

1. 智慧型手機：支援 Android 2.2 版本或 iOS 6 以上之手機。
2. 電腦：Internet Explorer 8 以上、Google Chrome 最新版本、Firefox 最新版本。

## 第五節 開發工具

以下為本系統開發所使到的工具。

1. Eclipse IDE for Java Developers
2. 資料庫：Microsoft SQLite Manager

## 第六節 系統平台架構

以下為本系統所設計之平台架構：(詳見如圖 18)

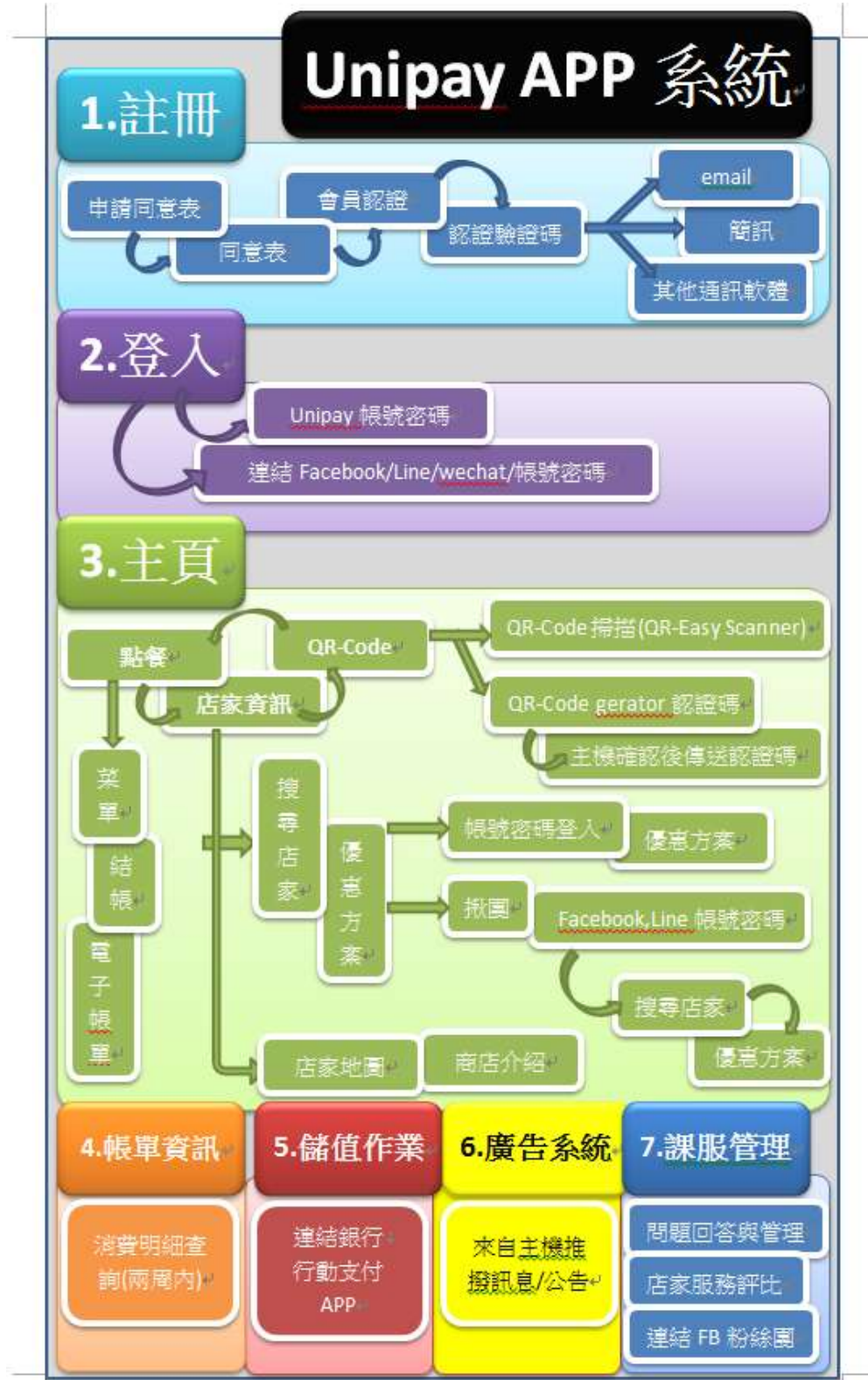


圖 18、系統平台架構

## 第七節 系統畫面(雛型)(非真正)

### 一、UniPay APP

安裝 app → 註冊(第一次登入) → 登入 → 掃描商品 QRCode → 掃描結帳 QRCode → 驗證身分 → 帳戶付費 → 產生交易明細表 → 完成交易。

首先我們進入 app，app 裡將會需要註冊帳號密碼，並且輸入帳號密碼來確認個人資料。(圖 19、20)



圖 19、輸入帳號頁面



圖 20、註冊帳號頁面

當我們輸入完帳號密碼登入以後將出現首頁，我們將會看到有許多的功能，功能有分 6 項；1. 店家資訊、2. 購物掃描、3. 客服管理、4. 儲值作業、5. 帳單資訊、6. 設定。(如圖 21)



圖 21、app 首頁功能頁面



圖 22、範例店家明細資訊

首先我們先來介紹我們功能將會有什麼功用及如何顯示：

- 1、店家明細(如圖 22)
- 2、購物掃描

當我們在商家要結帳時店家會給予我們該商品的 QR CODE 條碼讓我們進行購買作業，購買時我們只需用手機刷 QR CODE 即可輸入我們的 APP 裡，當要結帳時店家會給予我們結帳用 QR CODE 讓我們進行驗證最後的購買。店家會提供 QR CODE 供消費者驗證來完成結帳動作如圖 23 所示。



圖 23、結帳 QR CODE 驗證扣款



圖 24、商品加退選購單



圖 25、結帳資訊

### 3、帳單資訊

每當完成一筆消費的時候，就會出現相對應的帳單明細表來呈現，可以讓消費者清楚了解到自己所消費的商品資訊。(如圖 26)

時間	商品名稱	單價	量
00:00	雙人房	30	30
00:00	雙人房	10	30
00:00	單人房	30	30
00:00	單人房	10	30

圖 26、帳單明細表

## 第五章、結論與未來發展

第三方支付市場潛力巨大、市場前景廣闊，客戶對象級差範圍大，服務種類形式繁多，第三支付的服務將更深入，目前才剛起步，隨著第三方支付平臺行業化服務的深入，第三方支付業務也將更細化，走向更加細分的市場。

### 第一節 預期研究效益

#### 一、預期研究效益—系統效益

1. 以文化活動為核心，以商家故事為手段，以商品銷售為動力，產生聚焦效應，就可以將虛擬實境的人流引導到真實人流中
2. 要達到這樣子的效果最重要的是網路人氣也就是點閱率
3. 第三方支付直接分流了銀行支付系統上的客戶，對銀行業造成衝擊

#### 二、預期研究效益—行銷效益

1. 將商家，商品與活動整合，可以快速提升商家與商品的銷售速度
2. 對商家而言可以搭配活動廣告增加銷路外，還可以針對地的文化特色達到文化行銷的目的，配合政府活動的聚焦廣告產生效應的將可以增加線上商品購買率以及商家現場的購買率
3. 當地深度旅遊產生的購買效應更可以因為聚焦效應的產生，而對商家產生而言則是因為故事效應的產生，更可以與平台營運商共同分享利益

### 第二節 預期研究限制

#### 一. 外在限制

1. 有區域性的限制，導致比較難以推廣出去
2. 某部分商家無法配合，無法完全整合
3. 須在有限時間內開發完成，並上架行銷

#### 二. 內部限制

1. 許多是我們在上課中沒碰過的技術，導致開發上需比別人多花時間研究，要利用有限的時間內了解
2. 每周開專題會議時，組員時間上無法完全配合，部份問題無法一次討論完

## 第六章、分工執掌與進度表

我們這組大家的分工狀況，這是我們所劃分的工作項目。

### 第一節

本組組員在專題之分工執掌。

表 7、分配工作表

組員/ 工作	林正邦	陳暉中	胡光譯	廖聿堂	高浩恩	林上恩
專題制定	V	V	V	V	V	V
公司商談	V	V				
程式設計	V		V	V		
企劃書		V	V		V	V
問卷製作	V	V		V	V	V





## 參考文獻

(<http://finance.chinanews.com/cj/2014/11-06/6758983.shtml>)

文獻探討：[www.ndc.gov.tw/dn.aspx?uid=36641](http://www.ndc.gov.tw/dn.aspx?uid=36641)

操作性定義：

第三方支付：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%AC%AC%E4%B8%89%E6%96%B9%E6%94%AF%E4%BB%98>

QR-Code：

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/QR%E7%A2%BC>

電子錢包：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%9B%BB%E5%AD%90%E7%8F%BE%E9%87%91>

彰化銀行文獻參考：

<https://www.chb.com.tw/wps/wcm/connect/web/resources/file/ebd261487346a7a/-63-1&2-.pdf>

雲林科大論文文獻參考：

<http://ethesys.yuntech.edu.tw/pdf/etd-0703111-175844.pdf>