



創市際雙週刊  
第九十九期

發刊日：2017年11月30日

## 產業新知

3 產業新知 – 行動金融 Mobile Banking

## IX Survey 市調解析

11 市調解析 – 行動支付篇

# 產業新知

行動金融 Mobile Banking

## 行動金融 Mobile Banking

行動裝置使用時間的增長，為所有數位商務創造了更多用戶接觸點。隨著使用者對這些幾近無所不在的裝置愈來愈熟悉與依賴，透過智慧型手機及平板電腦所能完成的生活事務也就愈漸廣泛。並且，對於能夠克服行動裝置交易安全疑慮的使用者來說，其使用時機及便利性之廣，達到全面性的服務行動化。

本次，創市際摘錄了三篇 comScore 發布與行動金融商務相關的文章，從宏觀的角度觀察行動使用者。

” 2017 Mobile Hierarchy ”

“ 2017 The Global Mobile Report ”

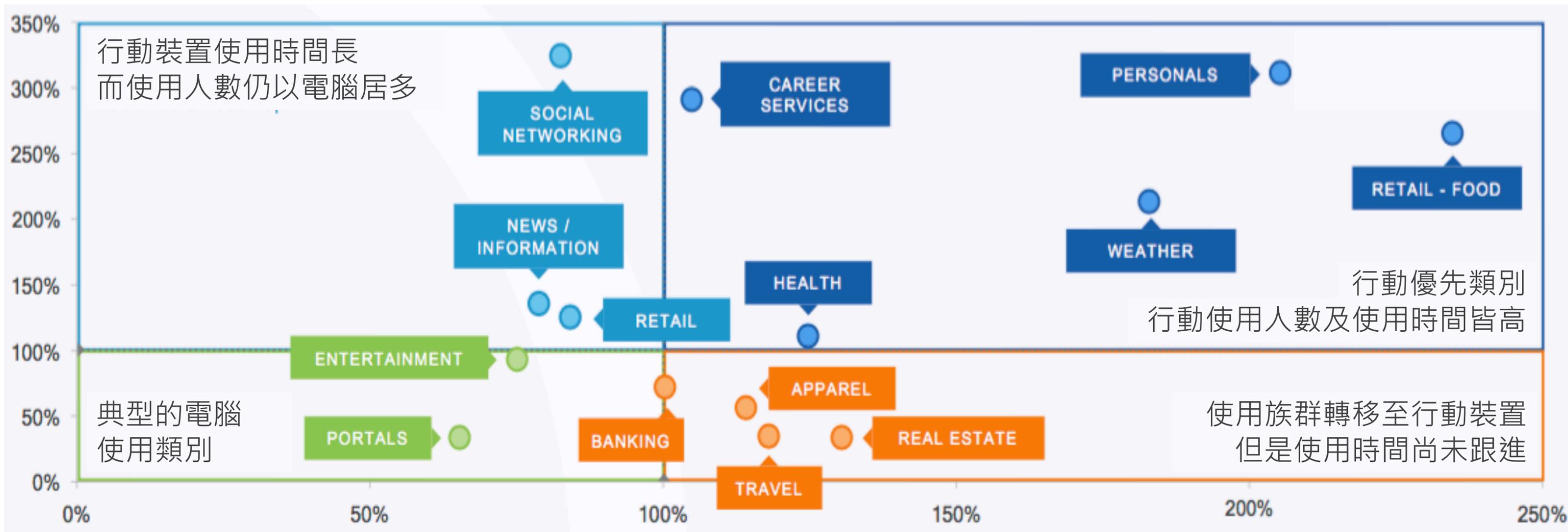
” 2015 U.S. Online Banking Report ”

# 各類別網站 / 服務在電腦及行動裝置的使用人數與使用情形差異甚大 線上金融 (Banking) 使用族群逐漸轉向行動裝置

各類別行動裝置使用人數 / 使用時間佔電腦使用比例

Source: comScore MMX Multi-Platform, Canada, January 2017

總使用時間



行動裝置使用時間長  
而使用人數仍以電腦居多

典型的電腦  
使用類別

行動優先類別  
行動使用人數及使用時間皆高

使用族群轉移至行動裝置  
但是使用時間尚未跟進

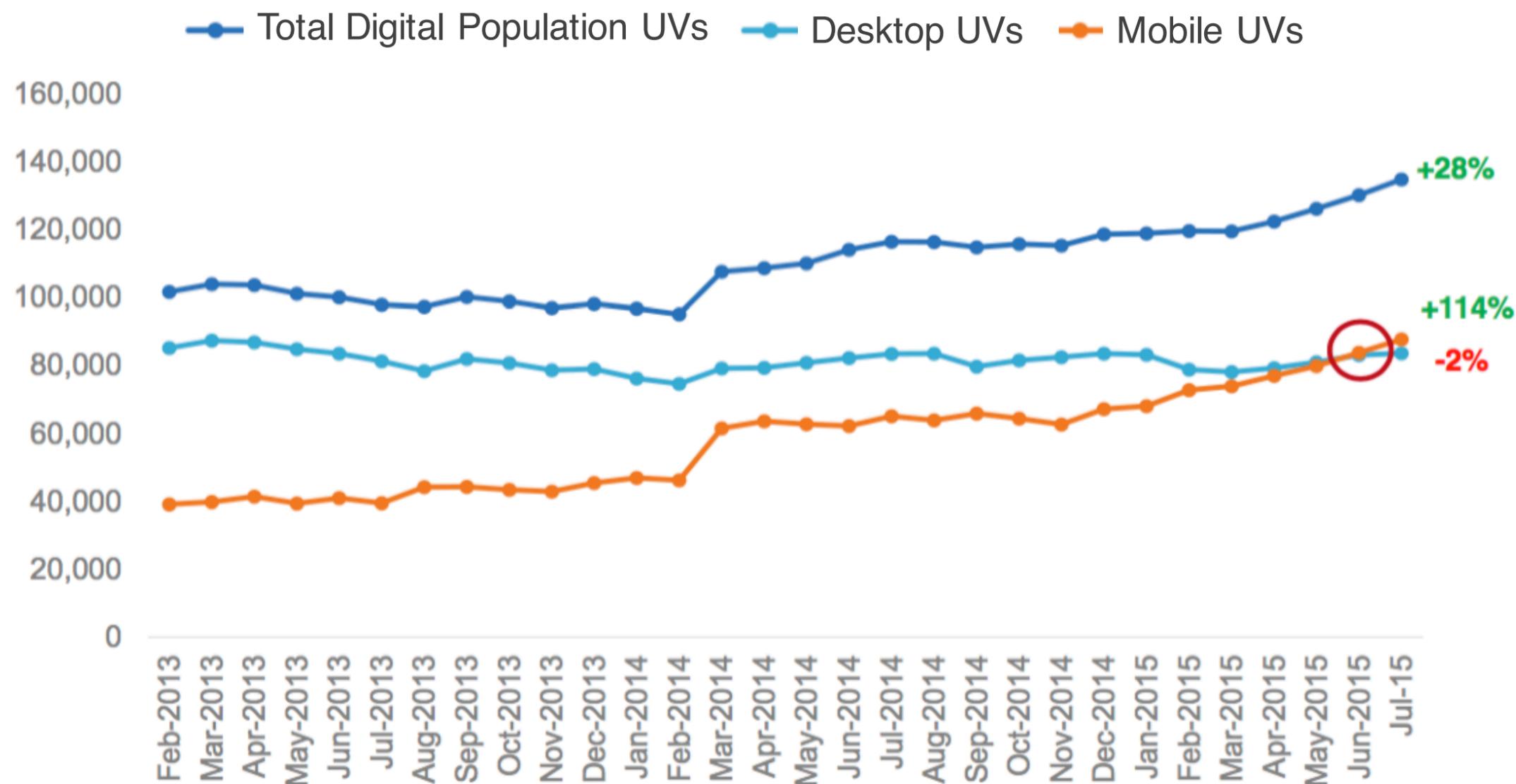
不重複使用人數

## 美國行動金融使用人數於 2015 年 6 月首次超過電腦使用者

經過一段時間的穩定成長，行動金融使用人數於 2015 年 6 月首次超過電腦使用者。使用時間雖仍以電腦的金融服務使用時間較長，但是行動金融使用時間亦正快速成長中。

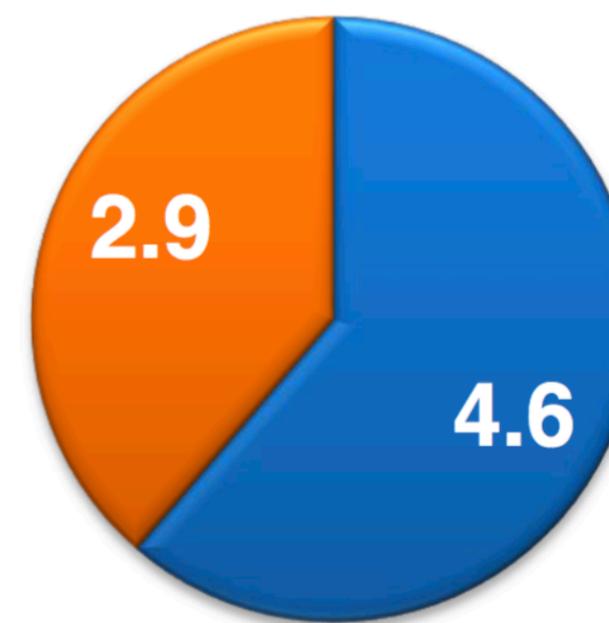
各裝置線上金融使用人數 (單位：百萬人)

Source: MMX Multi-Platform, Long Term Media Trend, February 2014 - July 2015



各裝置金融網站使用時間 (單位：十億分鐘)

Desktop Mobile

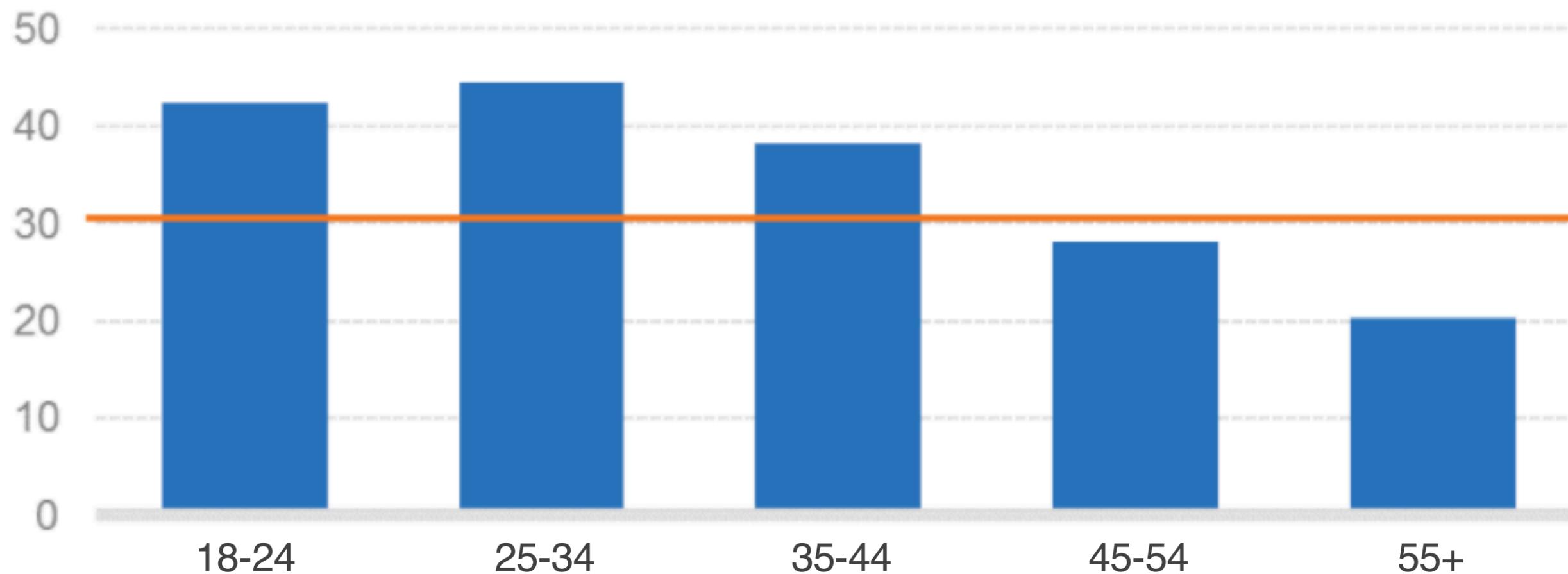


Source: MMX Multi-Platform, % Change Media Trend, July 2014 - July 2015

觀察不同年齡族群的行動金融服務使用比例，以年輕族群使用情形較高，**25-34** 歲族群的使用比例接近 **45%**；對於這些生長在行動裝置普及的世代而言，更能夠快速接受行動服務。

各年齡層行動金融交易用戶比例

Source: comScore MobiLens, September 2016 (3 mo. avg), France



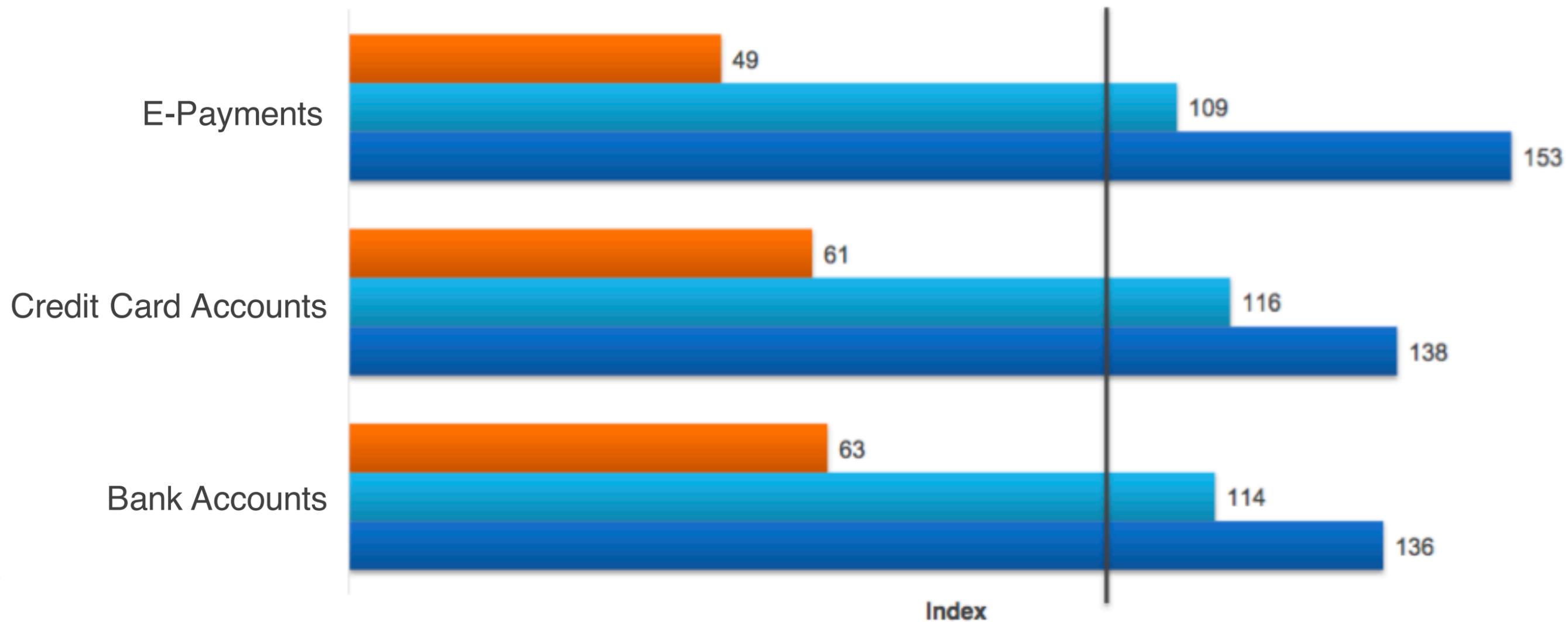
## 千禧世代在行動金融服務的使用行為上最為突出

使用行動金融服務的理由眾多，其中，18-34 歲的千禧世代最主要的使用領域即是行動支付。相較於整體13 歲以上的網路人口，千禧世代對行動支付的使用傾向程度高出 53%。

行動金融服務的世代偏好程度

Source: MobiLens Plus, Audience Profile, June 2015

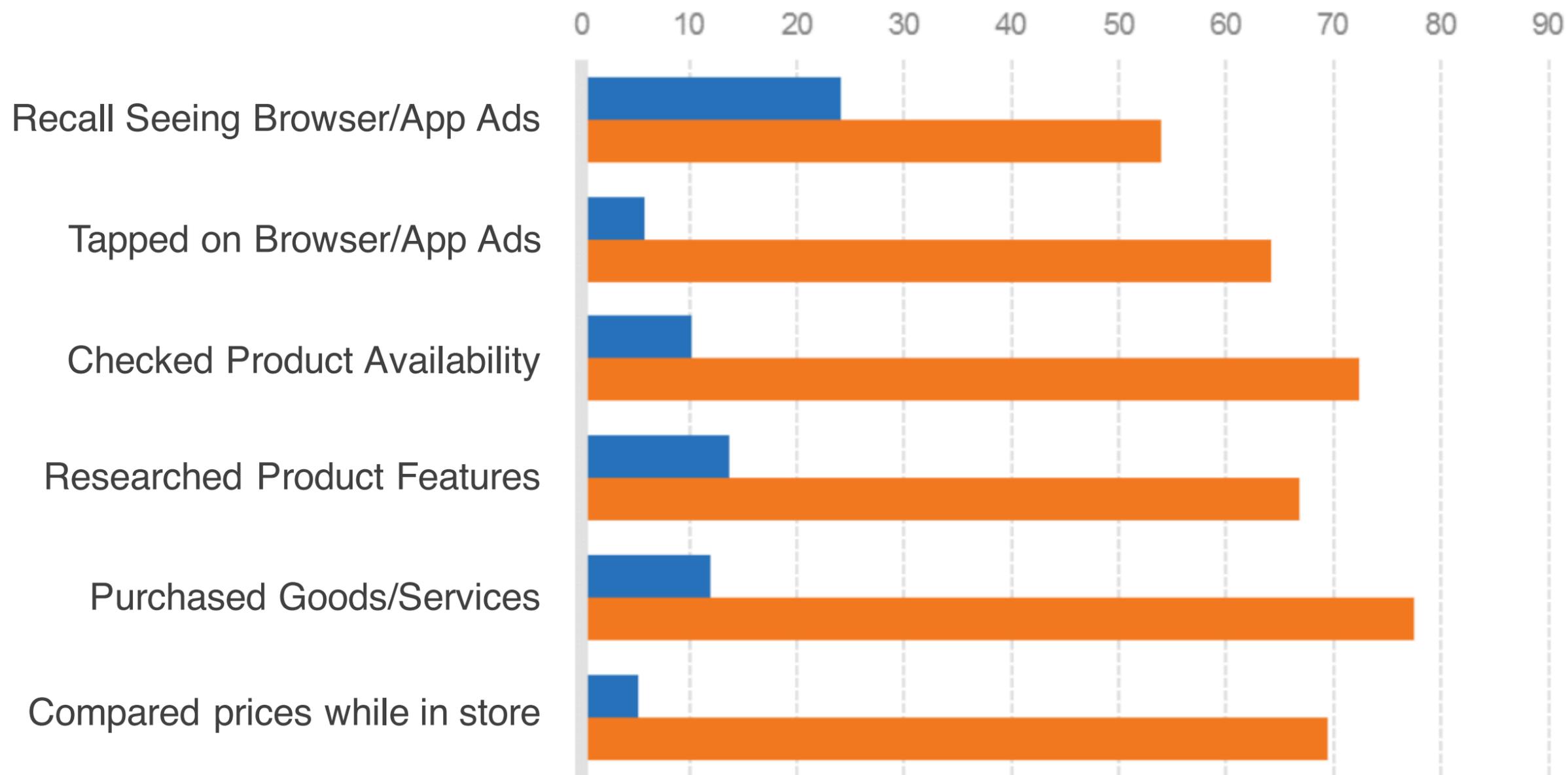
■ Baby Boomers ■ Gen X'ers ■ Millennials



行動金融使用者對手持裝置的高度信任，亦展現在他們較一般大眾更傾向接納行動廣告訊息及行動商務功能上，有利於縮小行動商務使用者在「瀏覽時間」及「消費金額」之間的差距。

行動裝置使用行為比例

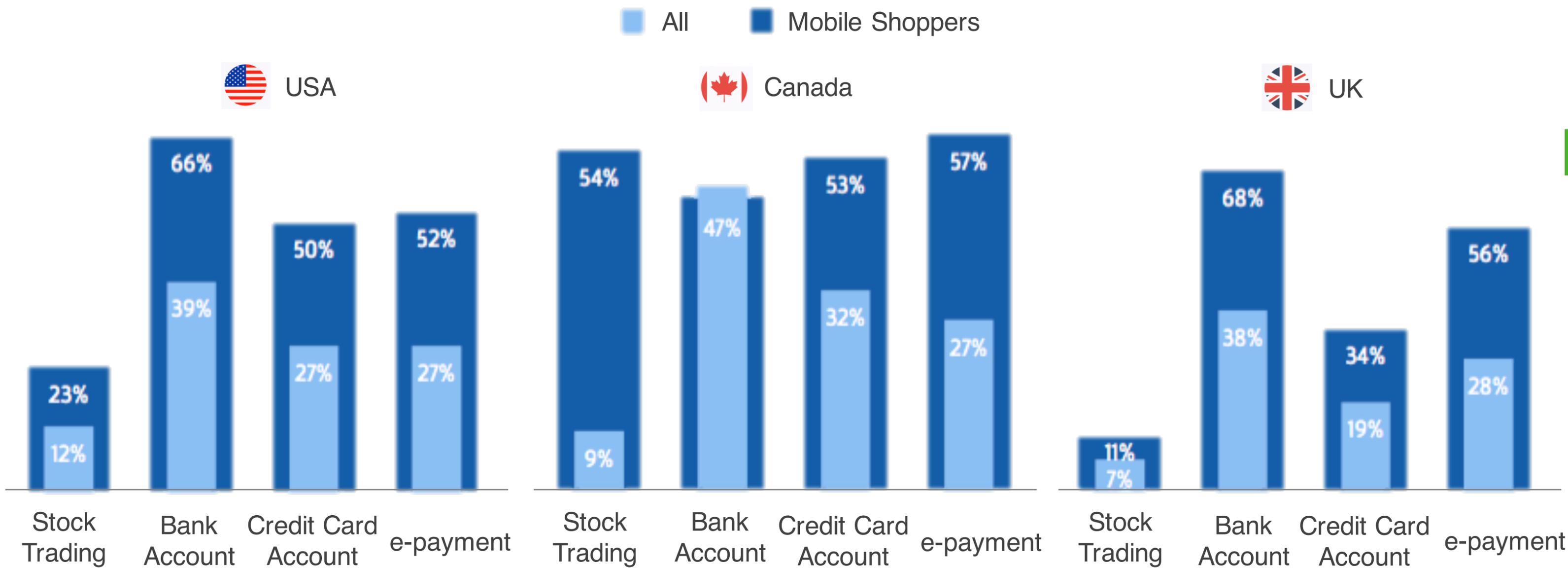
Source: comScore MobiLens, September 2016 (3 mo. avg), France



同時能夠發現行動網購族的金融服務使用意願往往較整體使用者高，由於線上購物行為亦代表著對行動網路安全性具有一定程度的信賴，行動商務消費者對行動金融服務亦更感放心與接納。

單月份行動金融使用率

Source: comScore MobiLens, May 2017 (3 month average) for USA / UK, June 2017 for Canada



# IX 市調解析

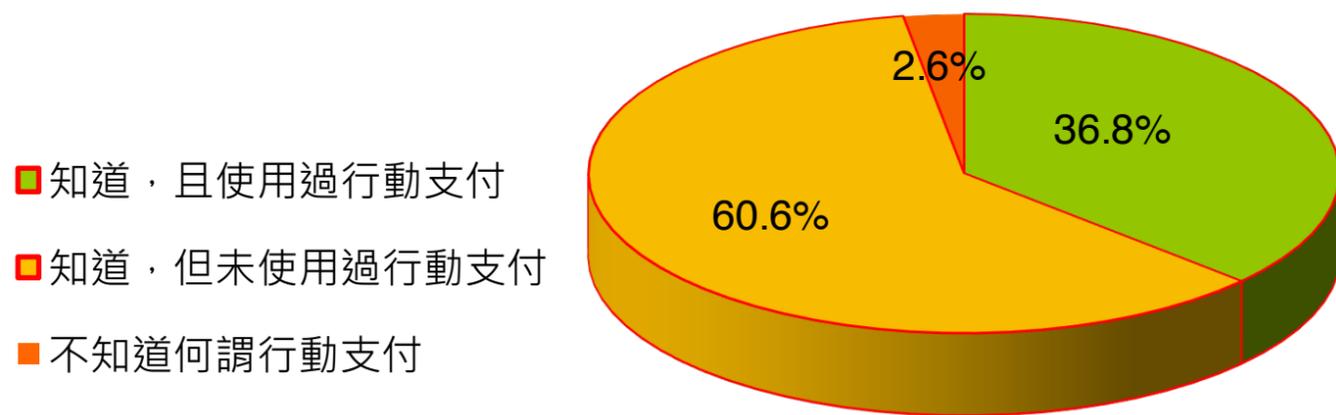
行動支付篇

## 行動支付篇

隨著行動裝置所提供的服務逐漸普及，新型態的消費模式使生活更為便利，為瞭解網友使用行動支付的各項行為，創市際市場研究顧問於 2017 年 11 月 2 日至 6 日，針對 20-64 歲 受訪者進行了一項「行動支付篇」的調查，總計回收了 1,478 份問卷。

# 高知曉度的行動支付服務，民眾未來也有高度使用意願

### 行動支付服務認知及使用情形

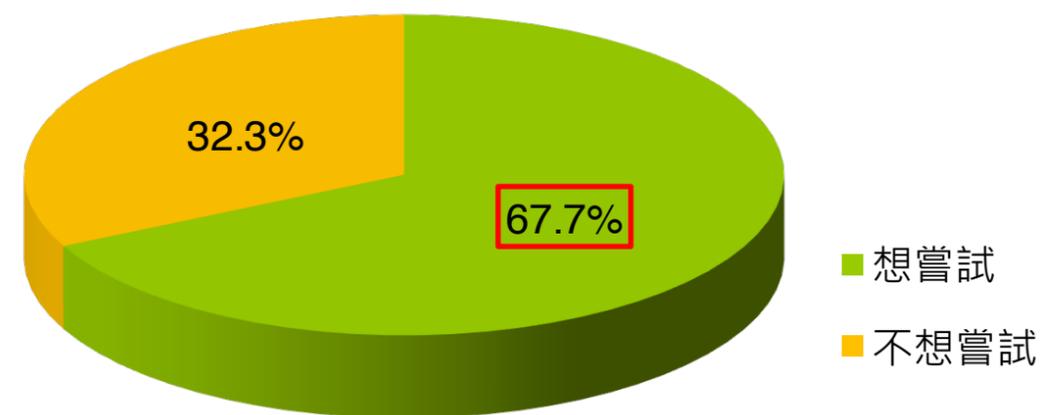


- 知道，且使用過行動支付
- 知道，但未使用過行動支付
- 不知道何謂行動支付

BASE：全體受訪者 N=1478  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2017



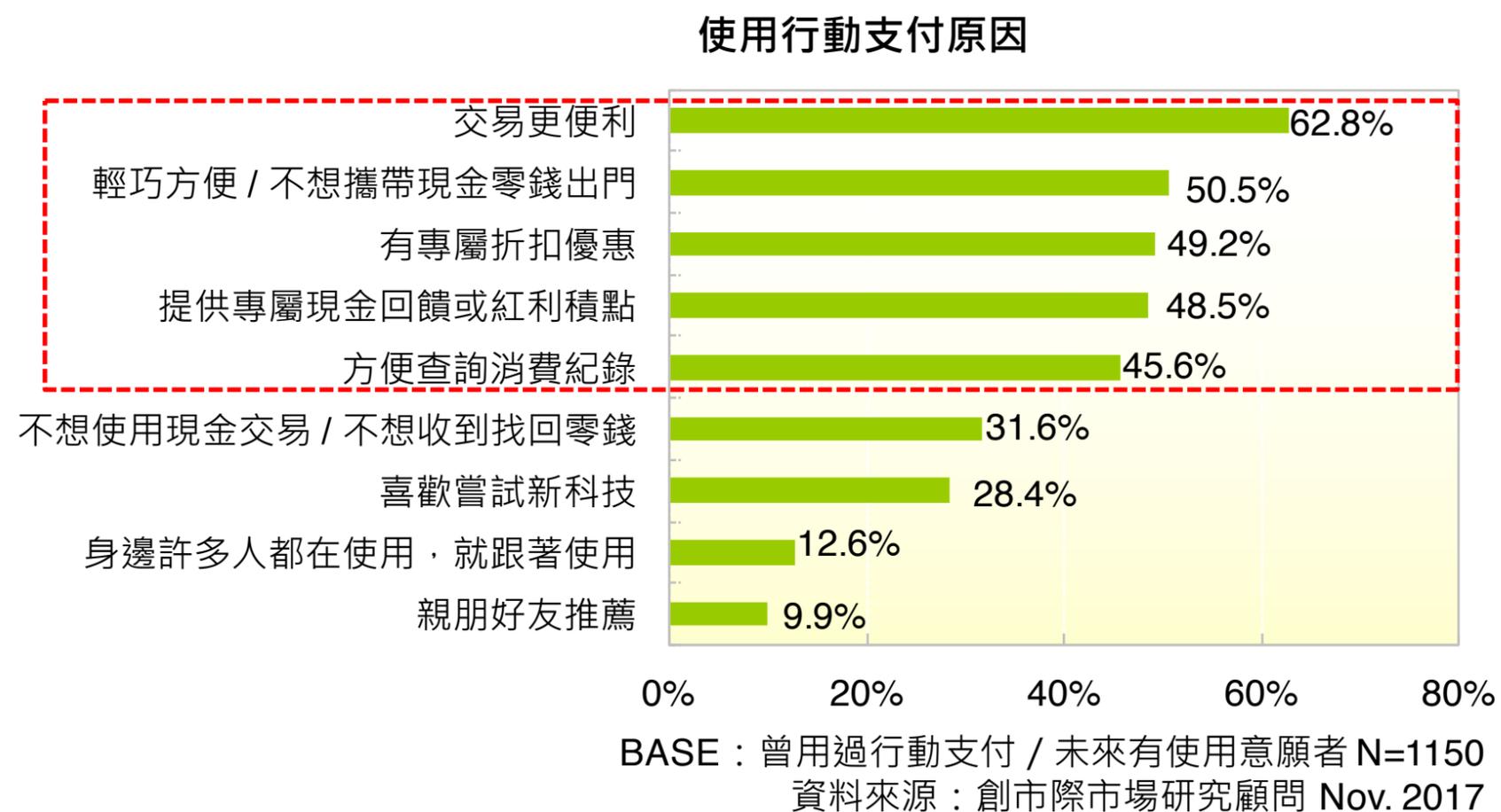
### 未來嘗試行動支付服務意願



BASE：知道，但未使用過行動支付受訪者 N=895  
資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2017

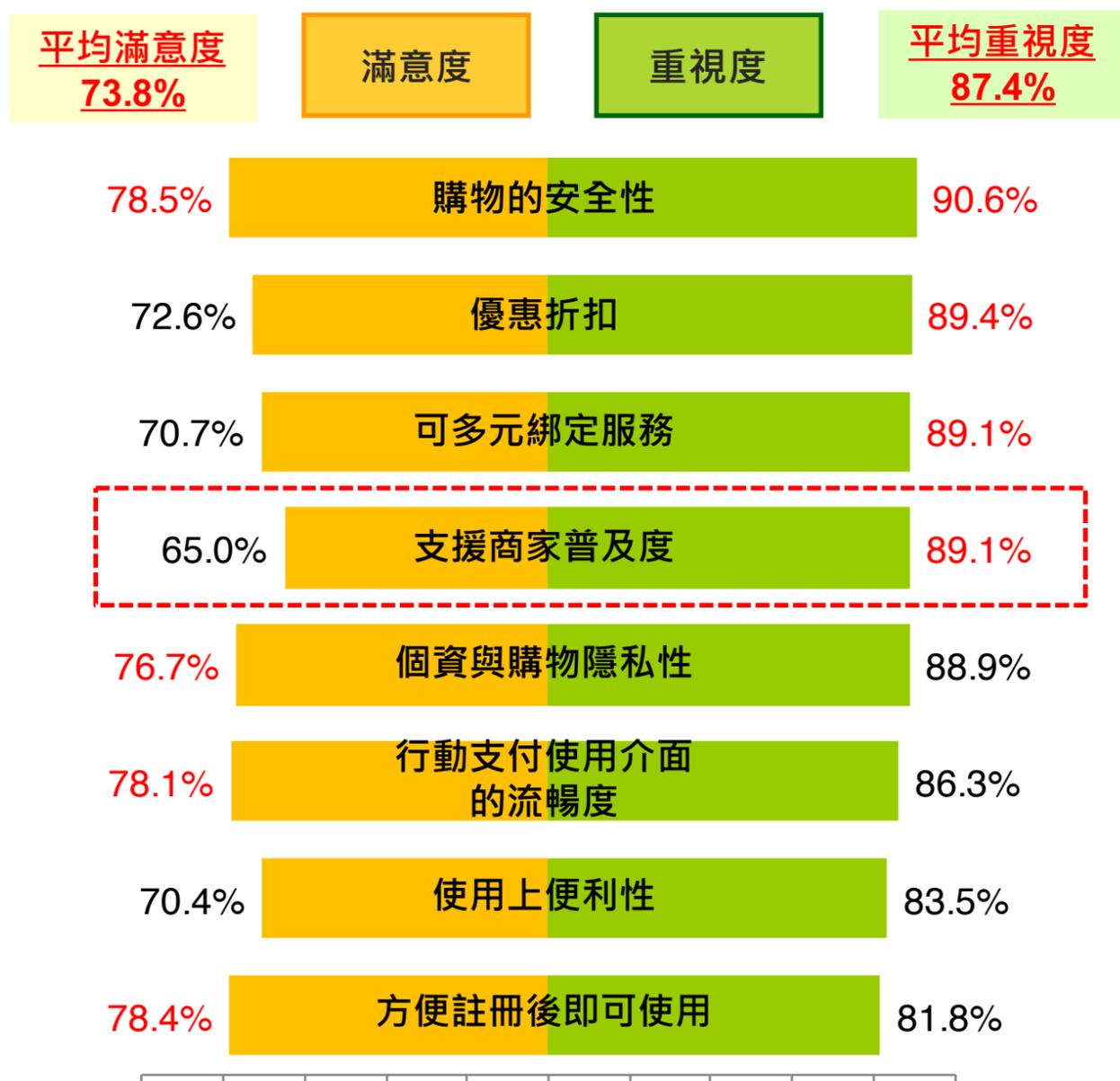
由調查結果得知，行動支付服務的認知度達 97% 以上，其中「知道，且使用過行動支付」者佔 36.8%；而「知道，但未使用過行動支付」者有 60.6%，此族群有將近七成有意願「未來想嘗試使用行動支付」(67.7%)，其中以 20 世代年輕族群的嘗試意願較高。

## 交易便利為行動支付最大優勢



針對有用過行動支付和雖未使用過，但未來有使用意願者，詢問其願意使用行動支付的原因，發現主要吸引點在「交易更便利(如不須掏現金、找零等時間)」(62.8%)；其次原因包含「輕巧方便/不想攜帶現金零錢出門」(50.5%)、「有專屬折扣優惠」(49.2%)和「提供專屬現金回饋或紅利積點」(48.5%)；而排名第三者為「方便查詢消費紀錄」(45.6%)。

## 民眾期待行動支付能擴大「支援商家的普及度」



BASE：有使用過行動支付的受訪者 N=544  
 資料來源：創市際市場研究顧問 Nov. 2017

註：高於平均值指標以紅字標示

接著由曾使用過行動支付者，對於各指標的重視度與滿意度評價，來瞭解受訪者對於目前使用服務的情形，透過數據顯示，受訪者在各指標的平均重視度落在87.4%，高於指標的因素有「購物的安全性(如盜用或盜刷)」、「優惠折扣」、「可多元綁定服務」及「支援商家的普及度」；而平均滿意度則為73.8%，高於指標者有「購物的安全性(如盜用或盜刷)」、「方便註冊後即可使用」、「行動支付使用介面的流暢度」及「個資與購物隱私性」等。

在各指標中，重視度與滿意度落差較大的指標為「支援商家的普及度」，顯示此項為受訪者認為較需先改善的部分。

## ▶ 小結

- ▶ 「行動支付」認知度：97%；「行動支付」使用率：36.8%。
- ▶ 使用行動支付原因（吸引點）：「交易更便利(如不須掏現金、找零等時間)」、「輕巧方便/不想攜帶現金零錢出門」、「有專屬折扣優惠」、「提供專屬現金回饋或紅利積點」、「方便查詢消費紀錄」。
- ▶ 民眾期許行動支付服務能優先改善「支援商家的普及度」。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iXPanel 大型樣本群，針對台灣地區 20-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2017/11/02 ~ 2017/11/06

有效樣本數：N=1,478

在95%的信心水準下,抽樣誤差約正負2.55%，再依照2017年06月台灣地區網路人口之性別及年齡人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	742	50.2%
	女性	736	49.8%
年齡	20-24歲	172	11.6%
	25-29歲	178	12.0%
	30-34歲	186	12.6%
	35-39歲	214	14.5%
	40-44歲	191	12.9%
	45-49歲	177	12.0%
	50-54歲	171	11.6%
居住地	55-64歲	189	12.8%
	北部	697	47.2%
	中部	388	26.3%
	南部	393	26.6%



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)