



創市際雙週刊
第二四五期

發刊日：2024年05月15日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – 台灣電子支付品牌社群觀察篇

IX Survey 市調解析

10 市調解析 – 理財支付篇

ARO / MMIX 觀察

台灣電子支付品牌社群觀察篇

前言

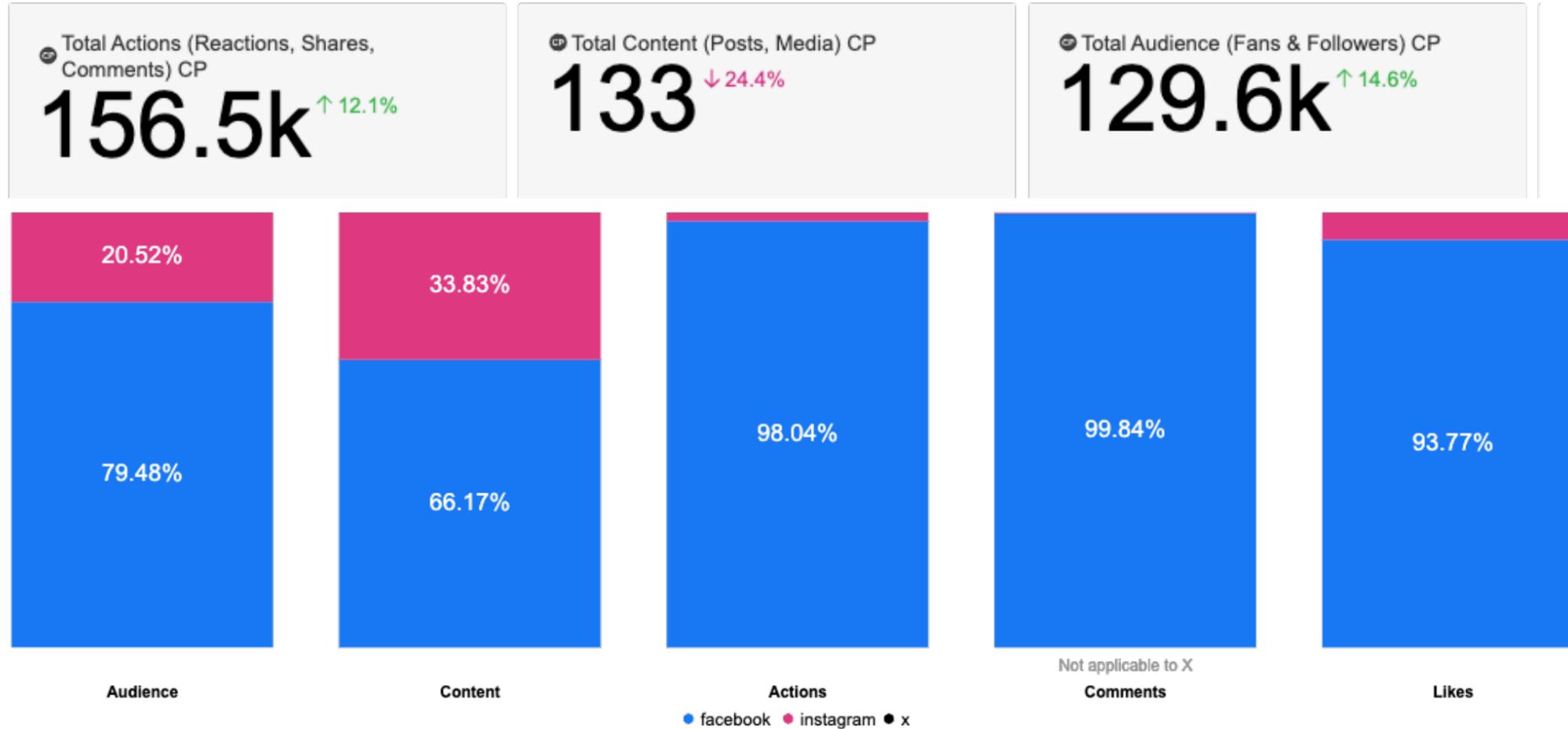
創市際透過 Comscore Social by Shareablee 觀察台灣電子支付品牌的社群平台表現，您可透過本次觀察了解：

1. 2024 年 1-4 月間，台灣電子支付品牌在 FB 粉絲頁上的綜合表現。
2. 街口支付與台灣 Pay 在 2024 年 1-4 月間的 FB/IG 貼文、粉絲數、互動分佈。
3. 街口支付與台灣 Pay 在 2024 年 1-4 月間的 FB 貼文付費推廣數。
4. 街口支付與台灣 Pay 在 2024 年第一季的 Top 10 社群網友人物誌 (Persona)。

數值 0 表示在觀察期間內，品牌無發布新貼文並取得任何互動。	Actions	Fans	Unique Engaged Audience	Posts	Actions Per Post	Likes Per Post	Comments per Post	Shares Per Post
JKOPAY (TW) 街口支付	153,481	103,042	105,849	88	1,744	500	840	399
iPass (TW) 一卡通	84,560	129,557	58,318	168	503	261	121	113
icash (TW) 愛金卡	28,254	89,949	19,486	236	120	74	26	19
TaiwanPay (TW) 台灣Pay	20,195	88,077	13,928	37	546	235	190	119
pxpay plus (TW) 全支付	5,061	14,683	3,491	58	87	54	14	11
GAMA PAY (TW) 橘子支付	3,800	40,126	2,621	80	48	43	2	2
LINE Pay (TW)	1,963	69,159	1,354	66	30	26	1	3
PiPay (TW) Pi錢包	1,456	29,864	1,005	56	26	16	7	1
AFTEE (TW) 先享後付	1,189	12,590	820	42	28	24	3	1
O'Pay (TW) 歐付寶	200	18,118	138	11	18	14	1	1
ezPay (TW) 簡單付	0	1,182	0	0	0	0	0	0

資料來源：Comscore Social by Shareablee, PowerRankings, Jan-Apr 2024

觀察 2024 年 1-4 月 Comscore Social by Shareablee 社群平台數據，電子支付品牌 (Finance – Payment) 的 FB 粉絲頁總互動數以「街口支付」最高，四個月內 88 篇貼文獲得了超過 15 萬次互動，而街口支付也是在這次觀察清單中唯一一個不重複觸及人數 (Unique Engaged Audience) 高過其 FB 追蹤者數的品牌。



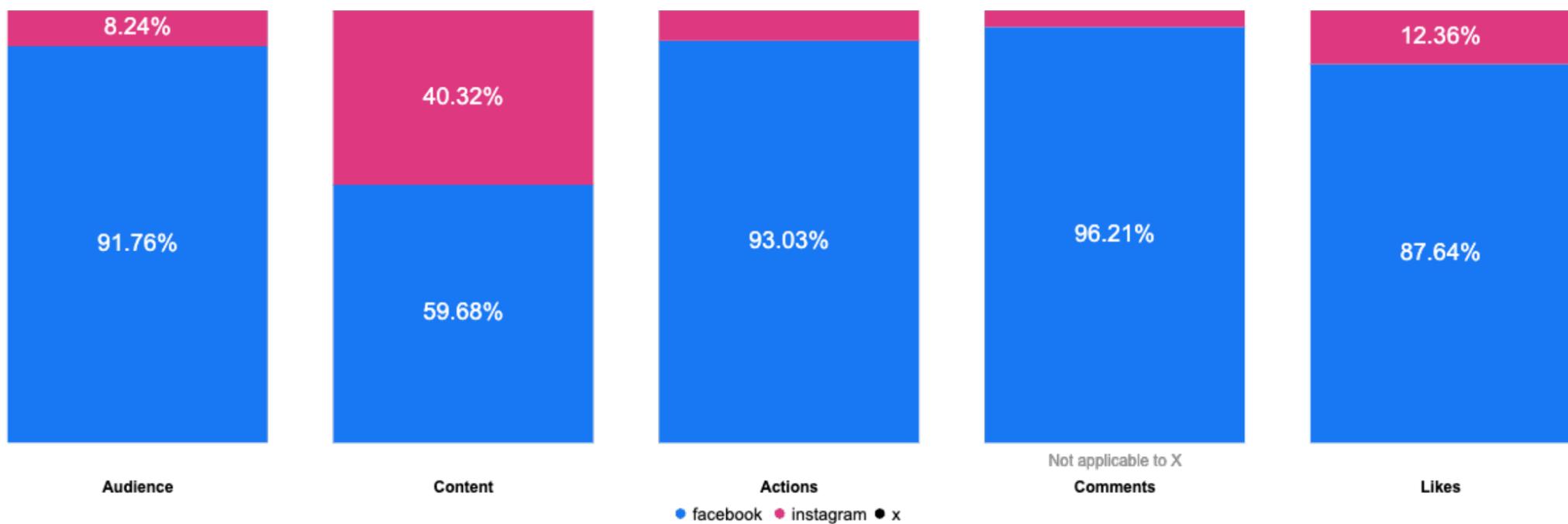
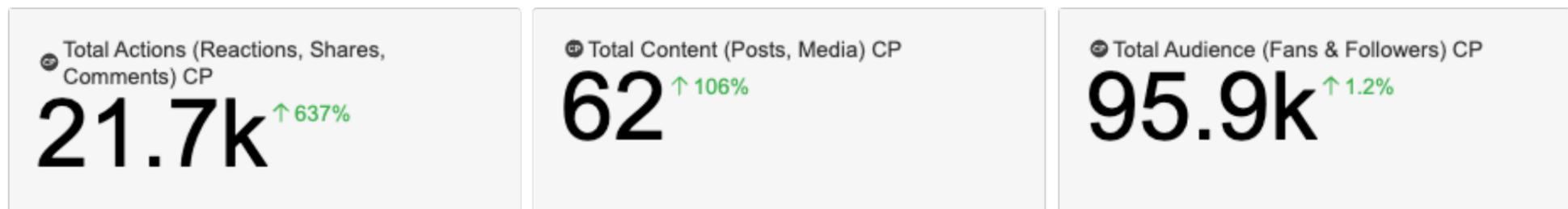
Brand: JKOPAY (TW) 街口支付 > (88)

% Promoted on: 26%

88 則貼文中有 26% 買廣告做推廣

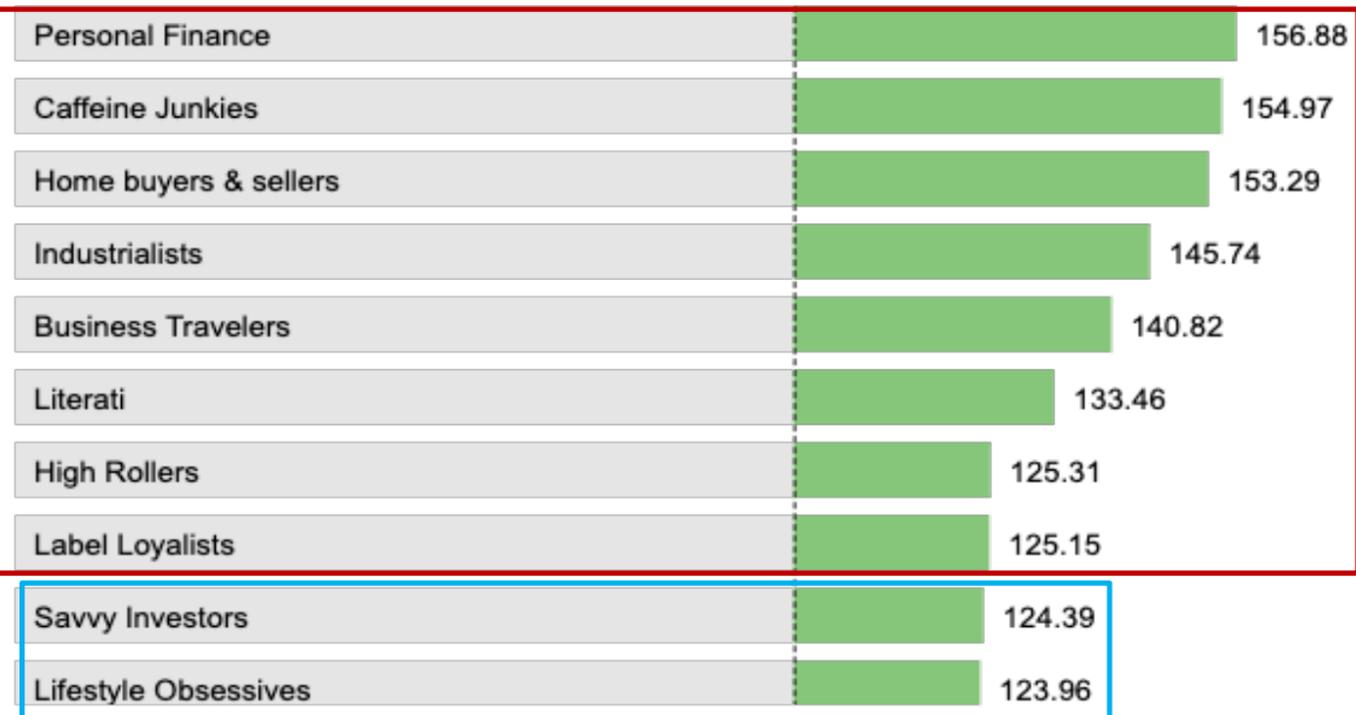
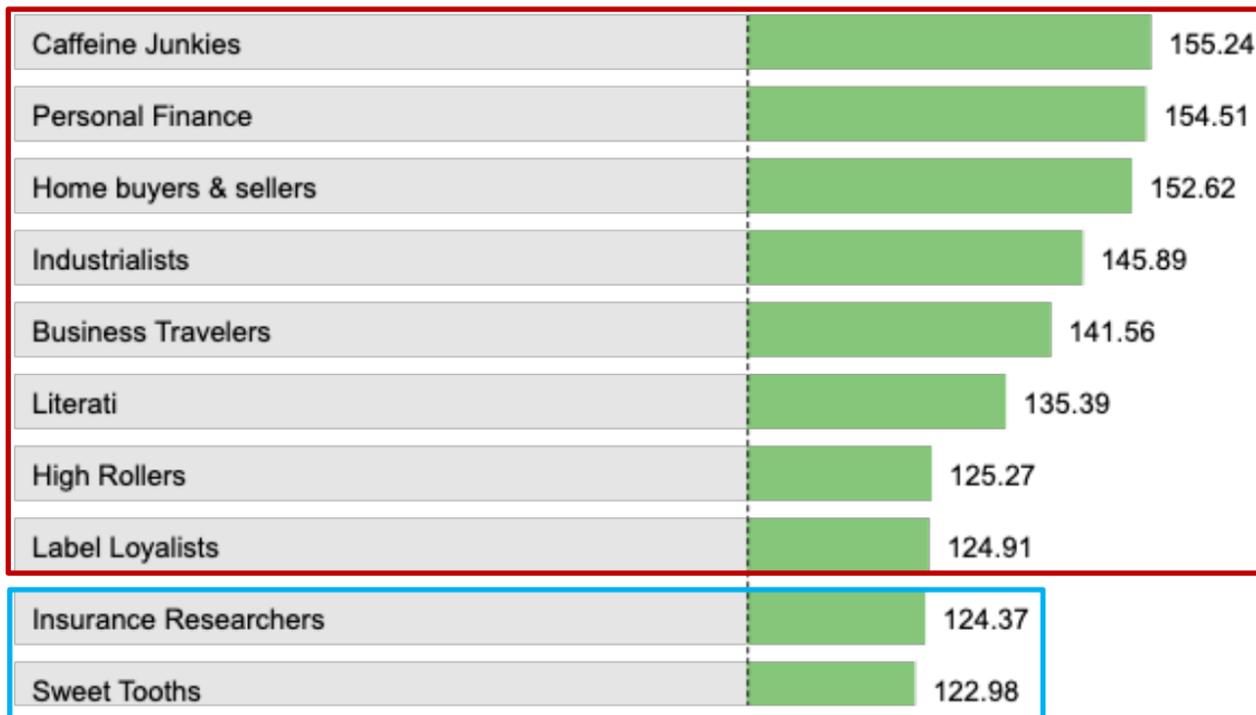
資料來源：Comscore Social by Shareablee, Brand Persona, Jan-Apr 2024

2024 年 1 - 4 月，街口支付在 FB 與 IG 總計有 133 則社群貼文，累積得到 15.65 萬次互動 (Reactions, Shares, Comments)。兩個社群相加可觸及 13.3 萬粉絲，粉絲數的比例 8 成來自 FB，貼文平台比例則是 FB 近 7 成，IG 逾三成，但互動幾乎都發生在 FB 上。



資料來源：Comscore Social by Shareablee, PowerRankings, Jan-Apr 2024

2024 年 1 - 4 月，台灣 Pay 在 FB 與 IG 總計有 62 則社群貼文，累積得到 2.17 萬次互動。兩個社群相加可觸及約 9.59 萬粉絲，粉絲數的比例 9 成來自 FB；貼文平台比例則是 6:4，互動也是主要發生在 FB 上。但我們從上方第一個表格也能看出來，台灣 Pay 的單篇貼文互動相當良好，平均都有三位數的互動。



資料來源：Comscore Social by Shareablee, Brand Persona, Q1 2024

在 2024 第一季，街口支付與台灣 Pay 的社群網友人物誌 (Persona) 而言，互動關聯最高的前三類都是「咖啡癮 (Caffeine Junkies)」、「個人財務 (Personal Finance)」、「房產投資客 (Home buyers & sellers)」。

但再往 9-10 名觀察便開始有歧異：街口支付出現了「保險研究家 (Insurance researchers)」與「甜點控 (Sweet Toths)」；台灣 Pay 則是有「精明投資族 (Savvy Investors)」與「品味風格族 (Lifestyle Obsessives)」。

關於 Comscore Social by Shareablee

創立於 2013 年，現今 Shareablee 已成為社群用戶情報、社群媒體產業基準值，與可應用社群數據方面的領先權威。其在全球超過 55 個市場，採用一致性的社群數據監控了超過 100 萬家企業帳號以及超過 900 萬名網路意見領袖資料，時至今日，Shareablee 已是全球最大型的跨裝置社群數據提供者，並廣為品牌與代理商所愛用。Shareablee 於 2021 年底加入 Comscore，並於 2022 年在全球推出結合 Comscore MMX Multi-Platform 數據與 Shareablee 社群資料的 Comscore Total Digital。

Methodology

Shareablee 透過 Partner API，每日從 Facebook、Instagram、YouTube、X (前 Twitter)、Twitch、TikTok，直接取得社群媒體上的用戶參與數據（包含按讚、留言、分享、轉推等）。資料搜集範圍涵蓋全球超過 55 個市場，每日分析超過 1,500 萬資料，產出 300 個產業類別數據，協助廣告主與代理商更透析認識社群用戶。

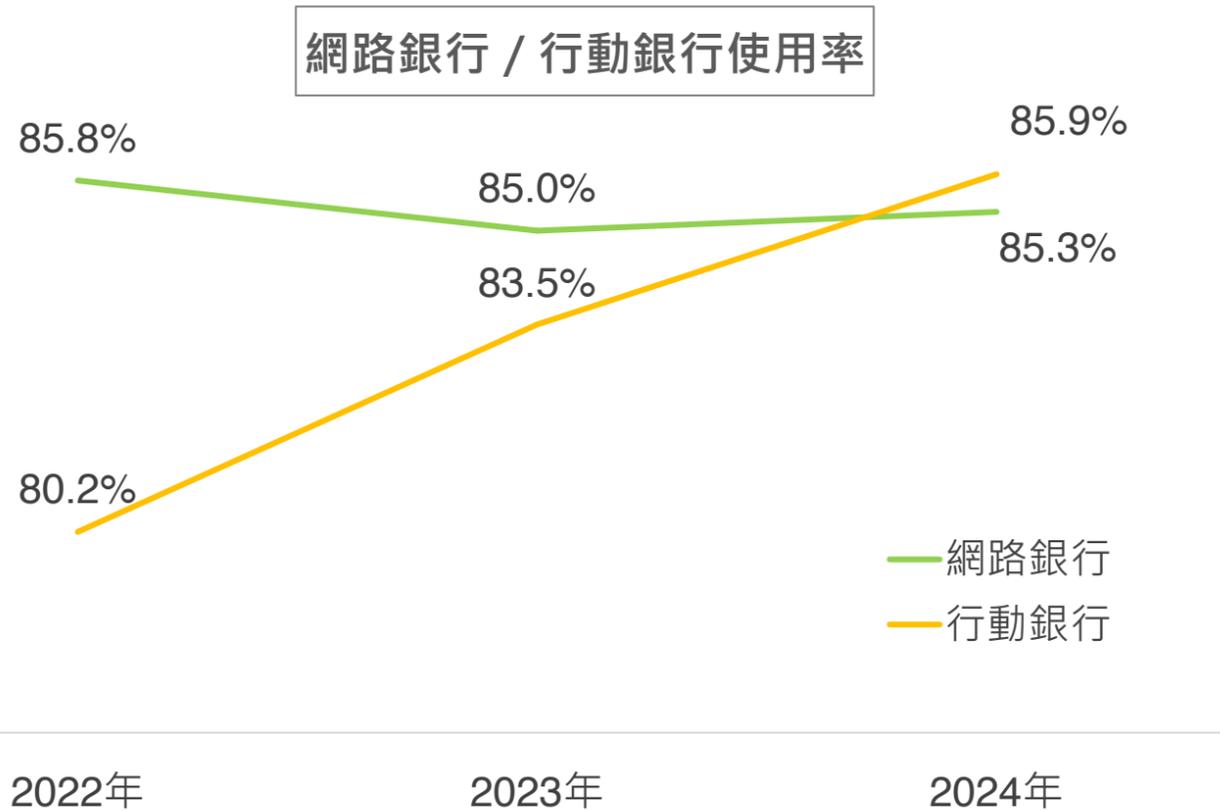
IX 市調解析

理財支付篇

理財支付篇

現代人只要「一機在手」，即可進行各項投資理財、日常支付。為了解消費者理財投資的概念，與使用行動支付的習慣與偏好，創市際在 2024 年 4 月 15 日至 23 日，針對 20-64 歲 的網友進行「理財支付篇」的調查，總計回收了 1,443 份問卷。

行動銀行使用率首度略高於網路銀行



Base：有使用銀行服務者 N=1,443
資料來源：創市際市場研究顧問 April 2024

使用網路銀行 / 行動銀行服務項目

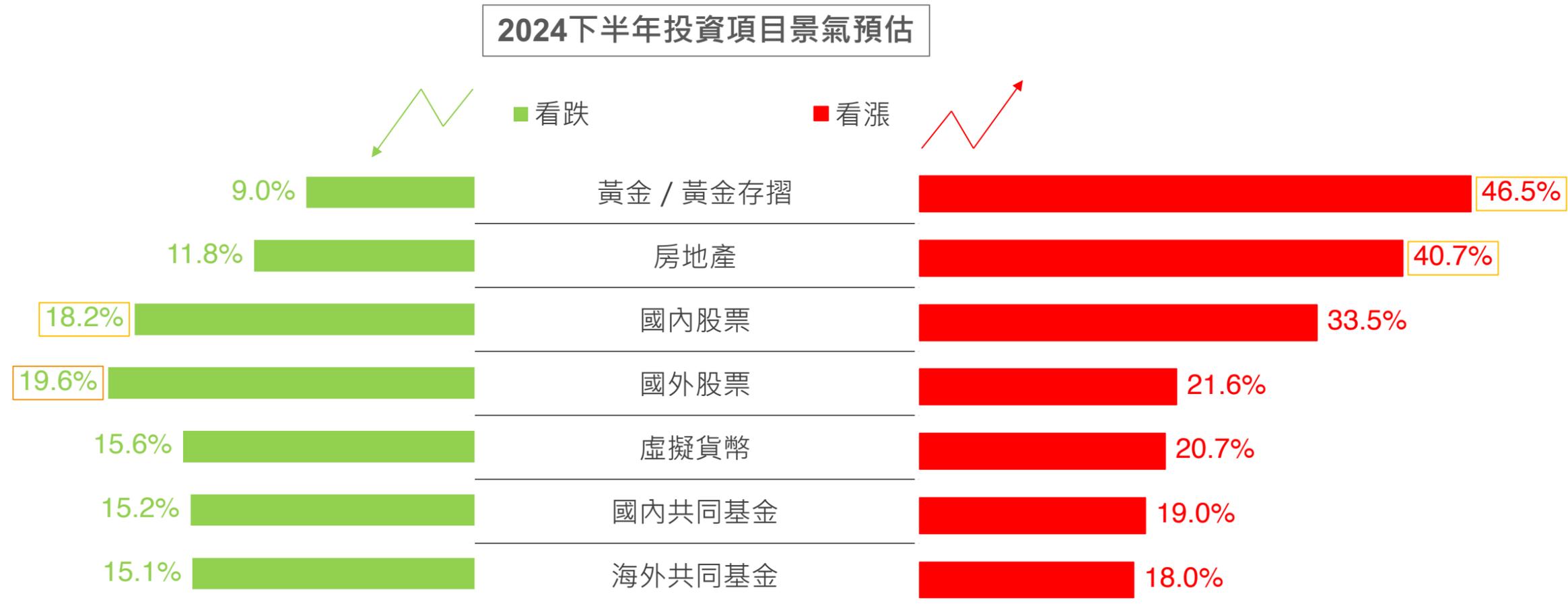


Base：有使用網路銀行、行動銀行APP的受訪者 N=1,291
資料來源：創市際市場研究顧問 April 2024

由追蹤調查顯示，近年「網路銀行」與「行動銀行」的使用率皆維持在八成以上；且因「行動銀行」(85.9%)的使用率持續成長，在今年的比率略高於「網路銀行」(85.3%)。

進一步了解用戶使用的項目，獲知主要為使用「轉帳繳款功能」(55.3%)與「查詢管理個人帳戶」(50%)。

熱門看漲投資項目：「黃金 / 黃金存摺」、「房地產」

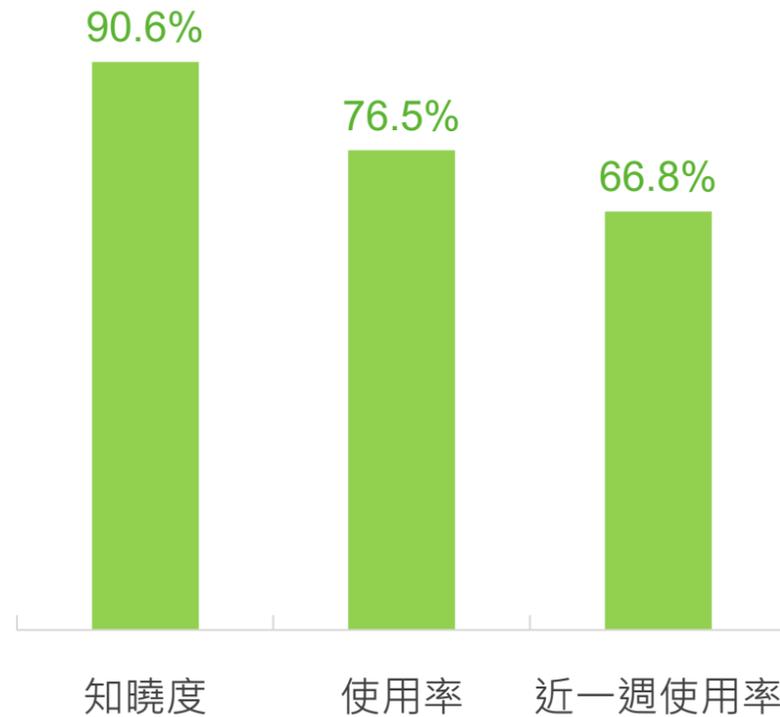


Base：有使用銀行服務者 N=1,394
 資料來源：創市際市場研究顧問 April 2024

調查 2024 年下半年各投資項目的景氣展望：由數據發現，最被看好的投資項目為「黃金 / 黃金存摺」，其次是「房地產」項目；反之，受訪者較為看跌的項目則有「國外股票」與「國內股票」。

行動支付：方便、快速、省去現金交易

行動支付使用狀況



Base：全體受訪者 N=1,443

資料來源：創市際市場研究顧問 April 2024

※ 行動支付包含行動裝置錢包、第三方電子錢包(LINE Pay、台灣Pay...)、特定商戶行電子錢包(全支付PXPAY、OPEN錢包...)

使用行動支付原因



Base：有使用行動支付工具的受訪者 N=1,105

資料來源：創市際市場研究顧問 April 2024

由調查數據可知，行動支付的知曉度達 90.6%，使用率為 76.5%，近一週使用率則有 66.8%。

而六成以上使用行動支付的原因，主要為「交易方便 / 快速」(66.7%)、「免找零 / 免攜帶現金」(60.3%)。

小結

- ▶ 行動銀行使用率：85.9%，網路銀行使用率：85.3%
- ▶ 網路銀行 / 行動銀行使用服務 Top 2：
 - 「轉帳繳款功能」(55.3%)、 「查詢管理個人帳戶」(50.0%)
- ▶ 2024 年下半年投資項目景氣預估：
 - 看漲 Top 2：「黃金 / 黃金存摺」(46.5%)、 「房地產」(40.7%)
 - 看跌 Top 2：「國外股票」(19.6%)、 「國內股票」(18.2%)
- ▶ 行動支付：知曉度 90.6%，使用率 76.5%，近一週使用率 66.8 %
- ▶ 使用行動支付因素 Top 2：
 - 「交易方便 / 快速」(66.7%)、 「免找零 / 免攜帶現金」(60.3%)

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 iX:Panel 大型樣本群，針對 20-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2024/04/15 ~ 2024/04/23

有效樣本數：N=1,443

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.64%，再依照2023年12月台灣地區網路使用人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	719	49.8%
	女性	724	50.2%
年齡	20-24歲	124	8.6%
	25-29歲	146	10.1%
	30-34歲	150	10.4%
	35-39歲	156	10.8%
	40-44歲	189	13.1%
	45-49歲	179	12.4%
	50-54歲	166	11.5%
	55-59歲	168	11.6%
	60-64歲	165	11.5%
居住地	北部	666	46.2%
	中部	379	26.3%
	南部	397	27.5%



- ▶ 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