

無條件基本收入 (Universal Basic Income)

商品策劃處 研究企劃科

隨著 AI（人工智慧）等新興科技與零工經濟¹的來臨，乃至於近期新冠肺炎疫情衝擊全球各行各業之際，「無條件基本收入」（Universal Basic Income, UBI）的觀點再次受到各界關注。所謂「無條件基本收入」係指不論工作、收入、財產等任何條件，人人皆可領取由政府或團體組織定期定額發給全體成員（人民）基本生活條件之金錢；亦即「無條件基本收入」包括以下五項標準：

1. 定期發放：非一次性發放。
2. 以金錢方式支付：讓個人可以自行決定自己的需求，而非提供食物或其他物資。
3. 以個人為主體：非以家庭、組織、單位等為主體。
4. 普遍性：亦即發放給全民，且無資格審查。
5. 無條件：不以工作勞務付出，或展現工作意願做為條件；同時仍

然可以自由、志願地從事就業，以賺取額外的收入。

此觀點緣自於中世紀《烏托邦》（Utopia）的作者－英國人文主義者及社會哲學家托馬斯·摩爾（Thomas More），他主張理性化平等的原則、勤勞及追求教育是民主的基本特徵；到了 20 世紀，法國社會哲學家安德烈·高茲（Andre Gorz）也是固定收入的支持者。時至今日，全球已有不同國家包括巴西、古巴、蒙古、納米比亞及德國等（如表一），都曾嘗試引進類似無條件基本收入的政策，其中較為有名的是巴西 Bolsa Família（葡萄牙文，意為「家庭補貼」），該政策主要內容為提供巴西境內低收入戶的經濟補貼，同時也確保這些家庭的孩童能夠接受學校教育，並保障他們能夠接受疫苗注射；這項政策的主要目的就是運用直接給予現金來降低短期貧窮的家庭數量，試圖提升家庭成員教育素質來降低長期貧窮的家庭數量。至今已讓 5,000 萬人脫離貧窮線，相當於巴西四分之一的人口。

表一：全球實施「無條件基本收入」概況

| 方式 | 國家 | 計畫 | 備註 | |
|-----------|------|---|--|--|
| 施行於國內部份地區 | 美國 | 每位阿拉斯加州居民每年拿取 900 美元。 | 此概念為永久性基金，因此每年發放額度不一。 | |
| | 印度 | 2011 年於中央邦北部 9 個村莊推動 18 個月的扶貧計畫，在 1,100 個家庭當中滿 18 歲每個月可獲得 300 印度盧比、兒童 150 盧比，總計約 6,460 人受惠。 | 施行結果為整體儲蓄增加、衛生條件及就學比例大幅提高，營養狀況都有顯著的改善。 | |
| 進行限期實驗 | 荷蘭 | 第四大城烏得勒支與烏得勒支大學合作，自 2016 年起進行基本收入的社會實驗，計畫成人每月將會得到約 900 歐元，而伴侶或家庭每月 1,300 歐元。 | 該實驗大約有 300 人參加，其中至少有 50 人可無條件獲得金錢。 | |
| | 芬蘭 | 2017 年實施的一項實驗，在兩年內挑選正在領取失業補助的 2,000 位居民，並提供 560 歐元的基本收入。 | 實驗失敗因告知受試者無須履行尋找工作就業的義務，而這群受試者原本就是領取失業救濟金的民眾。 | |
| | 加拿大 | 2017 年安大略省選定三座城鎮，隨機挑選 4,000 位居民進行為期三年的「基本收入制」實驗，每年發放每人最高 1 萬 7,000 加幣的基本收入。 | | |
| | 納米比亞 | 2009 年開始進行兩年實驗，納米比亞共有 930 個居民，每個月發放每人 100 元納米比亞幣（7 歐元）。 | 由於擁有足夠的食物，因此人民營養不良比率從 42% 下降到 10%。 | |
| | 肯亞 | 正進行每月 30 美元的發放實驗。 | | |
| | 韓國 | 每年無條件地向京畿道 24 歲的居民提供 100 萬韓元（900 美元）的當地貨幣。 | | |
| 已進入政治討論 | 德國 | 2008 年德國和瑞士的基本收入協會發行了一部關於基本收入的紀錄片—「無條件基本收入：一個文化的推動」。 | 片中談及基本收入的運作方式、資金來源及優點。 | |
| | 瑞士 | 2016 年舉行公投，以決定是否每月向每名成年公民發放將近 2,500 瑞士法郎（約 2,570 美元）。 | 公投結果出爐為反對者約 77%，贊成者約 23%，否決了這次全民補助計劃。市民皆擔心「不勞而獲」會令許多人不再工作，並吸引其他人移民到瑞士領取福利。 | |
| | 香港 | 在 2017 年香港特首選舉期間，其中兩位候選人曾俊華及胡國興均提出過近似的負入息稅概念，但被另一位後來當選的候選人林鄭月娥批評其資訊「過時」。 | 因相關提議曾被稅務部門否定，最後由另一部門的新福利項目替代。 | |
| | 澳門 | 2008 年時任澳門行政長官何厚鏞提出現金分享計劃（Wealth Partaking Scheme），目的是分享經濟發展成果，打擊通脹及 2008 年金融危機的衝擊。 | 首次發放為 2008 年，目前正在發放第 13 次（2020 年度），且金額有所提升。 | |

資料來源：維基百科

另外，「無條件基本收入」受到倡議其二的的原因也在於隨著科技日漸發達及 AI 人工智慧的崛起，全球已進入第四次工業革命，不僅零工經濟隨之而來，勞雇關係即將改變，未來機器人亦將取代人類七成的工作機會，愈來愈

多人的工作將會在不久的將來面臨淘汰，甚至許多現今的產業都即將面臨消失的命運，而在這樣的科技趨勢下將造成世界上許多勞工的恐慌，以及他們對於未來的恐懼與不確定性，尤其許多千禧世代的年輕人對於未來的職涯感到

相當悲觀，並可能會增加更多的社會問題。因此若政府為維持國民基本生活保障，就可建立「無條件基本收入」的制度，或許可讓人民在擁有基礎的經濟保障下，可以間接鼓勵其創業，並能增進個人對於自身專業技能的成就感，尤其當今國際上在未能解決科技發展所帶來的後果下，或許「無條件基本收入」政策能夠提供適時的解方。因此包括矽谷創投公司 Y-Combinator 總裁奧特曼、Facebook 創辦人祖克伯、Tesla 董事長穆斯克、eBay 創辦人奧米迪亞，以及全球首富比爾蓋茲等人都曾多次公開支持「無條件基本收入」政策。同時去年美國總統候選人 Andrew Yang 也曾在其政見中提到，在未來的 12 年間，超過三分之一的美國工作將會被科技所取代，全球 7,500 萬至 3.75 億個工作將會面臨被淘汰的風險；而且他認為這次將與以往的情況不同，新型態的工作並不會像過去一樣如雨後春筍般地興起，因此他提出對於這個潛在危機的因應方式，就是確保每一位公民都擁有基本收入，亦即無論該位公民有無工作，只要實際年齡超過 18 歲的美國公民都可以領取每月 1,000 美金的收入。

由此可見，提倡「無條件基本收入」政策者皆希望可以幫助人們從勞動中解放，不再需要與基本生活對抗，從而進行真正想做的事，使人類社會能夠更進一步地進化發展；且即使人們失去工作意願，但在科技發達、機器人、人工智慧與自動化生產及服務將日漸

普及的未來，應僅需少許的人力，就足以供應生活所需，並能藉此平衡資源分配，改善貧富差距、落實生存權，同時人們更可以從事較為有興趣的活動，且根據其研究指出，基本收入並不會使人們失去工作的意願，反而會更加熱愛活動。

不過反對「無條件基本收入」政策者認為，無條件基本收入會讓人們失去工作的意願，從而使整體經濟呈現衰退，也衝擊「天下沒有白吃的午餐」等既有觀念，或是質疑發放基本收入所需的財政來源。再者，反對者認為通常基於政治考量，無條件基本收入實行後並不一定能夠刪減原有的社會福利制度，並演變成雙邊開支；同時也可能使得部分弱勢人士所受到的特殊救濟減少，反而需要增加更多的開支來解決。另外亦可能會導致人們在無條件獲得收入之後會更加揮霍無度，甚至購買菸酒毒品等危害社會的現象發生。舉例而言，2016 年瑞士舉辦了首次針對「無條件基本收入」的修憲公投，結果因超過七成的選民反對而最終以失敗收場，主要的原因在於該國擔心將帶來高昂的開支及經濟下滑，人民的工作態度也可能較為消極，甚至引發辭職潮。另外，2018 年芬蘭政府也宣告「無條件基本收入」計畫屆滿後不再續辦，也是因為一旦「無條件基本收入」計畫成為全國性政策，將耗費的預算高達芬蘭 GDP 的 5%，財政支出相當高昂，同時也擔心這樣的制度將縱容不勞而獲的人，相

對於付出努力及辛勞工作的人民而言是較為不公平的。

至於近期隨著新冠肺炎在全球大流行之際，根據統計資料顯示，全球有高達 81% 的勞工因疫情衝擊，而正面臨失業、減班休息，以及所得減損等情形，若以目前全球約 33 億勞工計算，保守估計就已有多達 27 億勞工正受到此波疫情的衝擊及影響；於是「無條件基本收入」等概念或類似舉措又逐漸出現在各國政府挽救經濟的政策當中。例如西班牙就正在計劃推行「無條件基本收入」，希望能幫助國民度過此非常時期，該計劃將使國民每月得到 485 美元的補助，甚至有可能成為永久性政策；主要就是因為西班牙最核心的問題在於其具有大量的臨時工，加上疫情嚴重影響勞工市場，導致許多臨時工遭業主終止合約，根據該國發佈的數據顯示，自 3 月中旬以來已將近有 90 萬人失業。若西班牙推行成功，將會是歐洲第一個實現的國家。而我國向來以出口為導向，尤其此時對於全球供應鏈線上的勞工將產生難以預料的衝擊，而發放消費券、酷碰券或是現金等類似「無條件基本收入」的模式或許可作為目前政府因應的方案之一。

～本文由劉育孜提供～

— 參考資料 —

1. 「無條件基本收入」觀念正夯，但當人民有了經濟保障，下一步會怎麼走？ 換日線 Crossing 2019/11/15
<https://crossing.cw.com.tw/article/12562>
2. AI 衝擊 + 零工經濟 陳冲：建立普遍基本所得制 聯合晚報 2019/12/19
https://udn.com/news/story/7239/4236292?from=udn-catelistsnews_ch2
3. 勞團、學者憂「後新冠肺炎時代」 拋勞工無條件補助 經濟日報 2020/4/13
<https://money.udn.com/money/story/5648/4488099>
4. 西班牙推行「無條件基本收入」 每月給人民一萬四過難關 ETtoday 新聞雲 2020/4/16
<https://www.ettoday.net/news/20200416/1692647.htm>
5. 無條件基本收入 維基百科

— 註 釋 —

1. 零工經濟（Gig Economy）：企業組織與獨立工作者簽訂短期合約，也就是勞工付出全職或部分工時的勞力，但他們並非享有福利的員工，而是獨立的約聘人員（contractor）。在一般的產業中，零工經濟的例子包括自由職業者、獨立承包商、派遣工及臨時或兼職的企業僱員。

主附約搭配投保眉角

保險代理人處

案例

多多因工作時的疏忽不慎受傷，經保險公司判定達全殘標準，因此所購買的壽險主約於給付理賠後，效力就終止。惟多多於壽險主約當中，增加自己、配偶和小孩的住院醫療險、癌症、意外險等附約，然此繳費多年的附約，會因主約效力結束而跟著失效嗎？一般全家在規劃保單主、附約搭配投保時，須留意哪些重點呢？

根據壽險業者統計，台灣 9 成有意願買保險的民眾，都會優先購買「高保費、低保障」的儲蓄險和終身醫療險等，更常見以此做為保單主約，或者以

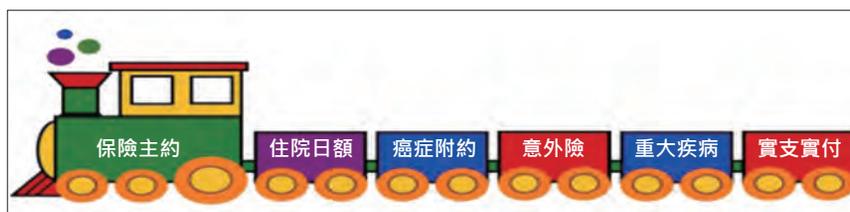
小額保費的壽險或投資型當主約另外再為自己及家人附加疾病 / 意外醫療、癌症或重大疾病…等附約的配置，除了達到保障最優化的效果外，最大的吸引力在於保費較便宜！

《保險法》並沒有規定主附約的定義，目前是依據各保險公司保險契約條款訂定哪些是主約、附約，以及主約若有到期、契約終止等狀況，附約如何處理，都是依照保險公司契約條款而訂。

所謂的主約和附約，以火車來做比喻，主約如同火車頭，附約則如同車廂。但是大多數的附約，都有規定保障

年期不能大於主約，且附約是附加在主約而存在，而通常主約失效，附約也會跟著一起失效，但近期有一些商品已打破此規則。但是若因職業或其他因素變動無法繼續繳時，除了解約方式，最常

見的調整方式是選擇降低主約部分保額，而有保價金的主約亦可以選擇減額繳清（註1）或展期定期（註2）方式，不過在調整之前需注意有哪些影響，更要留意附約是否還續存問題！



所以，附約投保真的比較有利嗎？家庭型保單真的比較划算嗎？附約雖然投保方便又便宜，但也不是零缺點，還是要視投保的主約商品是否有其他附約的投保限制，因為附加在主約之下，在特定情況下，附約的保單效力或保障額度等都會受到影響，故投保前需先看清楚保單條款及限制，建議留意下列四點來保障自己的權益：

一、主約滿期、終止，附約一定失效？

大部分情況之下，主、附約的保單效力是綁在一起的，「過去，主約因為保險事故而終止，附約一定會連同終止」，但若主約被保險人因故全殘理賠，醫療附約亦因終止，無異兩天收傘，對保戶並不公平，故金管會2012年發函要求各保險公司，自2013年元旦起擴大「附約延續批註條款」適用範圍，且需在保單載明主約在不同的情況下，如何處置附約效力，例如「非主動終止」或「非身故導致主約終止」的保

單，長年期附約不會隨之終止。也就是說，當被保險人全殘仍存活，附約的保險效力仍可延續。但仍要提醒的是，如果是因未繳保費導致失效，則不在附約延續權的保障之內，故現在大部分保險商品已經都有附約延續批註條款。

二、投保家庭型保單，真的比較划算？

家庭型保單其實是以主附約的形式包辦全家人的保險，以其中一位為主被保險人，其他家庭成員再以附約被保險人型態投保，將保單契約掛在主被保險人名下。但「主附約仍會相互牽制，不論是主約失效或因沒繳保費導致保單失效，都可能影響整體家庭的保險規劃」，家庭型保單的子女或眷屬附加險種以一年期醫療險居多，通常只能保障到子女二十三歲，這類商品目前市面上已不多。

家庭型保單可以節省保費，但是這種投保方式限制多、商品選擇也較少。此外，子女投保的附約到了二十三

歲期滿後必需選擇重新投保，其實若在孩子一出生就投保主約，保費繳了二十年也幾乎繳完了，故家庭型保單未必是最划算的方式。

三、中途加保附約，投保年齡怎麼算？需要體檢嗎？

即使主約已投保多年，附約效力都是從投保當時起算，加保健康險附約還是要再填寫一次健康告知書，而兩年的契約解除權也是從加保當時起算，並非跟隨主約。中途加保附約其實和重新投保是一樣的，不論費率計算、告知事項，都等同買一張新保單。

四、主附約保障性質相近，無法投保？

假設投保一張癌症險主約，如果還想投保癌症醫療或重大疾病險附約，可以嗎？「當附約與主約保障的風險相近，保險公司基於風險總額控管的角度，可能會規定不得附加或限額附加」，同一家保險公司對每位被保險人承保的單一風險都有「總額控管」，每一個風險有總額上限，故若主附約風險相近，就會出現排擠情況，而不能附加、或額度必須累加計算。

有附加附約的保單會有「附約的終止」條款記載，當主約展期定期後，其附約效力即會終止，以某保險公司附約終止示範條款如下：

附約的終止
第二十條
 要保人得隨時終止本附約。
 前項附約之終止，自本公司收到要保人書面通知時，開始生效。
 要保人依第一項約定終止本附約，或被保險人身故時，本公司應按日數比例退還當期已繳付未到期之保險費予要保人。
 本附約有下列情形之一時，如尚未期滿，其效力持續至該期已繳保險費期滿後終止：
 一、主契約終止或變更為展期定期保險時。
 二、主契約滿期或因其他原因消滅時。
主契約保單週年日時，主契約被保險人或其配偶保險年齡達八十六歲，或子女保險年齡達二十三歲時，本附約對該被保險人之效力即行終止。

提醒大家，由於各家保險公司設計之保險商品各有不同，投保前除了了解商品內容及特性外，在保險契約簽訂前（指新投保、中途附加及辦理更約權），可先向保險公司索取保單條款並詳細審閱保險內容，除了確認所購買之保險商品是否符合需求外，附約是否具有「附約延續條款」，有附約延續條款

的保障下，就不用擔心自己的附約，會因主約效力終止也跟著結束，同時應衡量自身保費之負擔能力，於收到保單後再次詳細審閱保單條款，如確有不符所需，可把握於契約撤銷期（收到保單翌日起算 10 日內），向保險公司提出撤銷契約之申請，以維護自身權益。

～本文由楊晴晴提供～

— 參考資料 —

1. 全國法規資料庫
2. 現代保險
3. 保險 e 聊站
4. 今周刊
5. CMoney
6. MONEY WEEKLY 理財周刊

— 註 釋 —

1. **【減額繳清】**要保人將原有之保險改為不用再繳納保費，向保險公司申請同類保險的保險金額減少，保險額度取決於申請當時之保單價值準備金，但若當時還有保單紅利、保單借款或欠繳、墊繳保費的情形，

保險公司將以保單價值準備金加上保險公司應支付的保單紅利，扣除欠繳保費、借款本息或墊繳保險費本息後，重新計算保單價值準備金，以此作為一次繳清的躉繳保險費，契約繼續有效，給付條件與原契約同。

2. **【展期定期】**要保人繳足保險費累積達有保單價值準備金時，要保人得以當時保單價值準備金扣除營業費用後的數額作為一次繳清的躉繳保險費，向本公司申請改為『展期定期保險』，其保險金額為申請當時保險金額扣除保險單借款本息或墊繳保險費本息後的餘額。要保人不必再繼續繳保險費，展延期間不得超過原契約的滿期日。



探討新一代通訊軟體 Telegram

數位金融處

新一代通訊軟體 Telegram 竄起，能夠取代 LINE 官方帳號 2.0 嗎？金融機構 LINE 官方帳號應如何因應 LINE 2.0 與 Telegram？

一、Telegram 是什麼？

Telegram 是跨平台的即時通訊軟體，其用戶端是自由及開放原始碼軟體，但伺服器是專有軟體。使用者可以相互交換加密與自毀訊息，傳送相片、影片等所有類型檔案。官方提供手機版（Android、iOS、Windows Phone）、電腦版（Windows、macOS、Linux）和網頁版等多種平台用戶端；同時官方開放應用程式介面（API），因此擁有許多第三方的用戶端可供選擇。

（一）Telegram 的起源

Telegram 誕生於 2013 年，是套非常年輕的即時通訊軟體，由俄羅斯的杜洛夫兄弟共同開發，而這兩位開發者正是「俄羅斯臉書」VKontakte 的創辦人，在網路上早就擁有很高的知名度。

（二）Telegram 的優勢

1. 絕佳的保密性

實踐端到端加密，並擁有自己的網路傳輸協定 MTProto，任何的通訊記錄都幾乎不可能遭到外力破解。官方對於用戶隱私保密的態度也非常堅定，使得它成為全世界社會運動，如香港反送中、伊朗示威等抗議民眾，最偏好使用的通訊軟體，避免遭到政府清算、追蹤。

2. 廣泛的跨平台版本

除了於 Android 與 iOS 兩個主要的手機平台，都能完全無礙的使用外，舉凡 Windows Phone、Windows PC、macOS、Linux 甚至於網頁瀏覽器，通通都可以登入 Telegram，並取得先前所有聊天資料和檔案。

3. 極大的開發彈性

有大量、豐富且不斷新增的 API，提供開發者進行介接，同時也誕生了許許多多不同功能的「機器人」。只要具備程式開發能力，基本上使用者都能夠毫無限制，打造出屬於自己的 Telegram。

(三) Telegram 的劣勢

1. 沒有官方中文介面

無論手機 APP、桌面應用程式或網頁版本，都沒有配置繁體中文，使用者必須先加入中文社群頻道，取得翻譯文檔且套用後，才能享受中文介面的便利。

2. 缺少影像通話功能

到目前為止，官方都還不支援影像通話。影像通話將佔用 Telegram 伺服器相當大的頻寬與流量，對於不營利的平台來說，提供全世界網友即時串流影像，將會是一筆極高的成本開銷。

3. 缺乏貼圖、支付生態系

LINE 貼圖商店是 LINE 最大賣點之一，使用者不願離開 LINE 生態圈的原因，是難以割捨的「貼圖」與「佈景

主題」。自從 LINE 在台灣落地生根後，就積極與圖文作家合作，開發出了龐大的貼圖商機，Telegram 雖然也有貼圖功能，但在平台本身不營利的狀況下，要吸引現有的圖文作家免費上架（或一次性給官方買斷）貼圖給網友使用，較沒有吸引力。

4. 平台穩定性受多方因素影響

Telegram 偶爾會出現無法登入，或者訊息無法正常收發的問題。然而更常遇到的情況是，使用者想將檔案上傳至聊天室時，傳送速度有時快、有時慢，雖然官方表示伺服器遍布全球，但顯然非商業軟體的 Telegram，並不能夠保證可利用頻寬是足夠且充裕使用的。

5. 官方決定中止經營後將無可適從

由於 Telegram 是不營利的軟體，因此如果因為官方決定要終止營運，用戶的聊天紀錄、檔案與好友，通通都會隨著伺服器關閉而消失，雖說有相當好的備份機制，仍須尋找新的平台重新經營，相當不便。

二、LINE 2.0 有什麼改變？

(一) 訊息費用「以量計價」，費用飆漲

LINE 為了避免濫發訊息，LINE 2.0 訊息發送費用轉變為「以量計價」新制度，無法像過去一樣可以固定費率而無限制發送訊息，對於好友數量高的官方帳號品牌，如不減少發送訊息，成本將會是原來的數十倍，因此有些團體和組織陸續呼籲使用者跳槽到 Telegram。

(二) 社群媒體霸主地位仍無法撼動

雖然 LINE 2.0 收費制度調漲後，成本提高可能導致行銷效益變差，但該收費制度是適用於所有的企業官方帳號，據調查所有的銀行業依然持續使用 LINE 為主要的社群工具，所有官方帳號用戶都在尋找應變措施，想辦法提高效率。

綜觀台灣市場，除了 LINE，沒有其他社群媒體平台可以觸及那麼多的用戶，台灣有 2,300 萬人口，而 LINE 的月活躍用戶就達 2,100 萬人，滲透率高達 91.3%，從個人、企業，甚至到政府都將 LINE 視為重要的即時溝通管道，再加上 LINE 有完整的生態系，包括創作者貼圖商店、LINE Pay 支付工具、LINE 購物等周邊服務，短期內台灣用戶使用 LINE 的習慣將難以被翻轉，其地位無人能撼動。

三、Telegram 真的能取代 LINE 2.0 嗎？

(一) Telegram 在台灣市場尚未成熟，普及率不高

雖然近期有許多媒體報導 Telegram 的消息，Telegram 功能非常強大又免費，但實際上對使用者而言，最大的問題是使用的人太少，以金融同業來看，除將來銀行與元大銀行，目前尚未任何銀行同業有任何計畫使用 Telegram 來設置官方頻道，在市場上也並未有針對 Telegram 量身定做金融客製化服務的系統廠商，且截至 109/8/3 將來銀行僅有 2.2K 的訂閱數；元大銀行僅有 729 訂閱數，使用人數相比 LINE 官方帳號天差地遠。

(二) Telegram 的定位並非人人都適用

Telegram 是非營利的系統，官方未收取任何費用，因此也不會保證在頻道運作上不會發生任何問題，一旦中斷或是中止營運，頻道使用者將求助無門，由其是銀行與金融機構，不可能接受這樣的風險。

Telegram 提供一個完全免費的通訊平台且沒有廣告，在台灣最多的運用就屬議題型的討論與追蹤，像是對於社會運動議題有興趣的族群、或是之前紅極一時的寶可夢捉寶定位分享群組，還有就是非常有向心力的宗教團體群組：慈濟師姐師兄的搬遷潮（因為 LINE 改版 2.0 後收費太貴而轉投入 Telegram

懷抱)，另外還有最受媒體關注的，蔡英文總統在 Telegram 創立了官方頻道，嘗試以不同的網路社群，做為粉絲的分流。（然而蔡英文總統依然保留了 LINE 官方帳號的經營，僅以 Telegram 做為一個嘗試，Telegram 上的粉絲屬於勇於嘗試新服務的民眾，更對於新鮮事物接受度高、資訊掌握也強，就是所謂的「重度使用者」，所以希望透過成立 Telegram 頻道，把「重度使用者」納入互動。）

上述 Telegram 頻道創立者都有一個共同特性，皆為團體或是名人。擁有共同興趣的團體，成員會主動下載 Telegram APP 加入頻道，或是聽從團隊意見領袖的建議下載 Telegram APP 並加入頻道，上頻道了解相關的資訊，知悉團體近期議題，並可透過頻道加入團體聊天群組，分享心得、維繫感情、討論議題等；而有身份地位的公眾人物或明星創立頻道，粉絲或支持者會自發性地主動下載 Telegram APP 並加入他們的頻道，獲得第一手的消息。

舉一般銀行或金融機構的例子來說，粉絲會想要加入這類官方帳號只有兩個原因，第一就是獲得免費貼圖，第二就是享受金融個人化服務通知，但 Telegram 使用者人數極少、軟體無原生中文化介面、貼圖生態系也並未成形，系統上更無法與銀行後台介接，無法提供客戶專屬的個人化金融服務，就目前

的時空背景，並不適合在 Telegram 上經營銀行的官方帳號。

（三）在 LINE 上已完整建構社群生態系

許多品牌廠商已經經營 LINE 官方帳號多年，推出多檔貼圖活動擴增好友數，也紛紛推出 LINE 進階版官方帳號服務（Business Connect，簡稱 BC），提供客戶更全方位的個人化服務，將便利融入生活之中。

多數品牌在 LINE 社群經營上已取得不錯的成績，後台 BC 系統也已穩定，累積相當多的客戶使用 LINE 個人化專屬服務，建構起 LINE 社群生態系，已投入相當高的成本在 LINE 的基礎建設上，捨棄 LINE 轉向 Telegram 的懷抱並不符合效益。

四、金融機構 LINE 官方帳號如何因應 LINE 2.0 與 Telegram ？

（一）所有銀行續抱 LINE 官方帳號 2.0

台灣各大銀行之 LINE 官方帳號模式與好友人數統計如下表一，從表中可看出 LINE 官方帳號仍是各銀行的兵家必爭之地，不論是外商銀行、民營銀行、官股行庫等都積極經營 LINE 官方帳號，且多數都有串接銀行後台系統提供進階版官方帳號服務（BC），以全方面的個人化專屬服務攻佔市場，LINE2.0 版本升級後，所有銀行都繼續依循 2.0 新制經營 LINE 官方帳號，並無銀行退出 LINE 官方帳號經營。

表一

| 屬性 | 銀行名稱 | 官方帳號模式 | 好友人數 |
|------|------------|---------------|---------------|
| 外商銀行 | 星展銀行 | LINE 2.0 + BC | 652 萬 |
| | 花旗銀行 | LINE 2.0 + BC | 478 萬 |
| 民營銀行 | 國泰世華 | LINE 2.0 + BC | 692 萬 |
| | 玉山銀行 | LINE 2.0 + BC | 533 萬 |
| | 台新 Richart | LINE 2.0 + BC | 561 萬 |
| | 中國信託 | LINE 2.0 + BC | 653 萬 |
| | 富邦銀行 | LINE 2.0 + BC | 447 萬 |
| | 台新銀行 | LINE 2.0 + BC | 411 萬 |
| | 王道銀行 | LINE 2.0 + BC | 318 萬 |
| | 永豐銀行 | LINE 2.0 + BC | 244 萬 |
| | 聯邦銀行 | LINE 2.0 + BC | 482 萬 |
| | 京城銀行 | LINE 2.0 + BC | 7 萬 |
| | 元大銀行 | LINE 2.0 | 6 萬 |
| | 遠東商銀 | LINE 2.0 | 5 萬 |
| | 凱基銀行 | LINE 2.0 | 2 萬 |
| | 官股銀行 | 彰化銀行 | LINE 2.0 + BC |
| 第一銀行 | | LINE 2.0 + BC | 412 萬 |
| 兆豐銀行 | | LINE 2.0 + BC | 277 萬 |
| 土地銀行 | | LINE 2.0 | 437 萬 |
| 華南銀行 | | LINE 2.0 + BC | 359 萬 |
| 台灣銀行 | | LINE 2.0 | 4840 |

資料日：109/8/3

（二）善用標籤精準行銷，「分眾推播」最大化行銷效益

就市場的觀察顯示，無差別的群發訊息將造成用戶的厭煩並進行封鎖，較好的做法是改由「分眾推播」的方式，當 LINE2.0 的計費方式改以發送訊息的數量來決定，每則訊息都全發就不是適當的做法，應該要很清楚訊息的投遞對象，讓每封訊息的效益都能極大化。

LINE2.0 建議品牌一定要分眾傳播，透過其管理後台提供的發送對象篩選功能，可針對 1. 性別、2. 年齡、3. 地區、4. 使用裝置及 5. 成為好友時間，

設定不同的篩選條件，更有效分眾投遞的方式，將對的訊息提供給對的人。除了篩選，功能較佳的後台也可進行標籤設定，記錄客戶的數位足跡，將客戶分類清楚，以利訊息可以精準投遞。

不再無差別亂槍打鳥「全發訊息」給所有的人，透過這樣的做法，將可降低品牌帳號的封鎖率，其核心理由在於，用戶都希望收到的訊息是跟自己的需求有關的，當品牌帳號發出太多資料又太干擾，同時又是與自己無關的訊息，自然會感到厭煩，而將品牌帳號封鎖，因此透過「分眾推播」的機制，提升訊息與用戶的關聯性，將可以大大的

降低封鎖率，還可以減少發送則數的浪費。

(三) Telegram 並不適合金融機構開設官方帳號

雖然近期 Telegram 曾造成話題關注，但就前文第三項分析，Telegram 現階段並不適合金融機構採用，但仍需要密切注意市場的變化，觀察所有通訊社群軟體平台的消長與變化，審慎評估是否需要提前佈署，規劃多元化社群平台，或許未來 Telegram 成長轉型到適合金融機構投入建置官方帳號，就必須第一時間搶進，以免失去先機。

五、結論 - LINE 仍然是市場主流，Telegram 短時間無法撼動。

LINE 與 Telegram 各有優勢，是否採用的關鍵在於行銷策略必須因應行業屬性而調整，適合 Telegram 的業種要以共同興趣為前提，例如政治、旅遊、投資等行業，可能就有不錯的成效。不過，因 Telegram 滲透率低，「沒人會特別下載 Telegram 看廣告」，因此電商、品牌端或者其他企業的 Telegram 行銷上，會需要特別的誘因，民眾才會開啟，且效果也非常有限。

LINE 升級 2.0 後，後台系統功能完整，可篩選屬性、主動貼標甚至是搭配 BC 後台串接客戶資料庫，蒐集客戶數位軌跡，設計專屬訊息，搭配更多元的消費金融產品，提高訊息與客戶之關聯性，雖然 LINE 2.0 在費用結構上有

很大的改變，但在台灣用戶的使用習慣並未改變，且各大品牌與企業仍繼續留在 LINE 經營官方帳號的趨勢看來，使用 LINE 來經營官方帳號與客戶溝通並維繫關係仍是當前的趨勢。

～ 本文由張尹提供～

— 參考資料 —

1. 維基百科
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/Telegram>
2. T 客邦 為什麼 Telegram 會比 LINE 好？優勢在哪？中文化該如何處理？
<https://technews.tw/2020/01/22/is-Telegram-better-than-line/>
3. 社群行銷新戰場？Telegram 行銷這樣玩更到位！
<https://fc.bnext.com.tw/Telegram-features-line/>
4. 科技新報 Telegram 真是完美通訊軟體？跟 LINE 相較還是有五大缺點
<https://technews.tw/2020/01/23/what-are-the-disadvantages-of-Telegram/>
5. LINE 越來越貴，遷移 Telegram 降低費用？醒醒吧！不是所有行銷都適用
<https://iqmore.tw/line-Telegram-cosdown>
6. 遠見 LINE 掀起出走潮，Telegram 會是數位行銷新寵嗎？
<https://www.gvm.com.tw/article/72486>

職安園地



職業安全講座「打火哥教你火場求生」之講座實錄

總務處 職安科

第一線熱血消防員親授關鍵保命絕招，破解火場迷思～

別讓迷思成為命運殺手

壹、緣起

由於今年四、五月間，台北發生 KTV 大火，高雄發生醫生家透天厝大火等嚴重傷亡事件，本行總務處除即責請各單位增辦一次電氣（器）、消防設備安全檢核，同時進行消防安全宣導外，並再用心規劃「職安有您真 FUN 心」創意影片競賽暨公益活動，期能藉由各單位組隊拍攝與「職場安全」相關（如防火、防淹、防震、防搶…等）的影片，促進同仁對職場安全之重視及正確觀念。另，有鑒於每年因職災造成失親的不幸家庭逐年增多，本活動經總務

處簽奉總經理於 109 年 6 月 20 日核准，特別選擇「財團法人台北市失親兒福利基金會」為公益對象，並邀請國內最負盛名防火專家蔡宗翰老師，在 109 年 7 月 22 日在本行台北大樓 13 樓大禮堂，為彰銀同仁主講「打火哥教你火場求生」職業安全相關議題。

本次我們特別邀請各單位防火管理人、防火負責人參與聆聽，主要是因為他們平日在單位內負責製定消防防護計畫，依計畫執行用火用電管理，消防安全設備與防火避難設施維護及辦理責任區域消防安全之宣導、檢查、自衛編組演練等相關事項，對本行的安全維護責任重大，希望在聽完講座後，得以增強消防專業知能，並在執行防火管理之業務時更得心應手。

貳、董事長致詞

為積極建立一個安全、友善、工作與生活平衡之職場，董事長及總經理對本行職場安全活動一向是大力支持。本次辦理的「職安有您真 FUN 心」創意影片競賽暨公益活動，可以強化同仁職場安全觀念，並期能藉由辦理本活動，鼓勵同仁熱心參與公益，以實際行動給予失親兒及其家庭一些援助，讓他們能渡過艱難時刻，邁向成長，董事長及總經理非常認同，因此，台北場講座當天，董事長、總經理及總行各級長官均親臨會場聆聽，董事長並親切致詞，給大家加油打氣！！



董事長致詞內容如下：

今天很榮幸能邀請到蔡宗翰老師，蔡老師具有消防人員、作家、演說家等身份，畢業於中央警察大學消防系，受過嚴格的防災專業訓練，參與過莫拉克、凡那比風災及高雄石化氣爆等重大災害之救災行動，也擔任過許多重大火災救災總指揮官的重要幕僚，尤其致力於將防火防災觀念傳遞給大眾。

我過去在公部門任職時，常參與模範公務人員選拔的評選委員，每次只要看到候選名單裡有救災人員，我就會投票給他，因為救人工作有非常大的功德，他們的偉大情操最令人敬佩！所以今天能邀請防災救災英雄來為我們上課，實在非常的高興！！

今年非常不平靜，先是「新冠肺炎」疫情在國際間造成重大災情，至今各個國家、各個層面，幾乎均受到廣泛影響，有些國家疫情至今仍未稍見緩和；另外，國內發生的幾起火災造成的重大傷亡，也引起社會很大的震撼，而其肇因大多是因為欠缺消防知識，因而發生不幸憾事。提醒同仁，平日就要注意災害的預防，並在最迅速的時間保全生命才是最重要的，我們此次邀請到蔡宗翰老師，於全台北、中、南各辦理一場職業安全講座，便是請他以災害情境的模擬，輔以動態的簡報，為同仁講授防災正確觀念及破解錯誤迷思。

此外，有鑒於每年因職災造成失親的不幸家庭逐年增多，本活動特別選擇與「財團法人台北市失親兒福利基金會」合作，凡報名參加影片競賽活動者，每支影片即以本行名義捐出公益金 5,000 元予該基金會，累計最高為 100,000 元，期能藉由辦理本活動，鼓勵同仁熱心參與公益，以實際行動給予失親兒及其家庭一些援助，讓他們能渡過艱難時刻，邁向成長。這真是一個非常有意義的活動，希望行內每個單位都能踴躍組團報名參賽。

另外，鼓勵大家今天在課堂上學到、體悟到的學習，能傳授給其他同仁，讓更多人能了解防災的技巧、增進防災的認知，預防勝於治療，希望同仁都能從自身作起，讓生活中不再有可怕災難發生。

參、蔡宗翰老師於北、中、南三堂講座內容概述

一、蔡老師於每一場次的開場，就先生動的 5 分鐘隨堂考破題，測試同仁們的火場生存指數，蔡老師親授關鍵保命絕招，帶同仁破解火場迷思，過程中也舉例說明大家常聽到的火場誤解，如何處理及求生，致力將正確的防火、防災觀念傳遞給同仁，課程相當精采～

二、回顧八仙悲劇，摘錄三個重點

(一) 2015 年 6 月 27 日，號稱全亞洲最大的彩虹 party，八仙粉塵燃燒事件造成當時 4 百多人傷亡！！



這並非「塵爆」，是屬於「粉塵火災燃燒」事件，因當時滅火器噴灑之區域不大（約 3*3 公尺），且其距離火源太遠，滅火作用不大，反而造成強烈的衝力蓋住新鮮空氣及粉塵，所以讓現場的火燃燒的更大，一發不可收拾。

- (二) 「跑」是造成此場火災傷亡主因！因為跑、身體扭動或揮動肢體都會帶動空氣，使瀰漫在空氣中的粉塵揚起，粉塵與新鮮空氣作用，則會造成身上火勢更大！
- (三) 不懂火，不該「滅火」！

遇到災難時，掙扎是人的本能，但依當時狀況，若在地上打滾、搨風或拍打這幾種方式會帶入新鮮空氣，反而讓火勢更大，造成更嚴重傷勢，若用衣服、大毛巾加以包住，反而會將皮膚連毛巾（衣物）一起撕下來，後果不堪設想；若拿 1000c.c. 的礦泉水潑熄，雖有一部分會滅火（因被冷卻並隔絕空氣），但另一部份則會因高熱而變成水蒸氣，蒸氣往上衝會造成呼吸道或皮膚灼傷，這些方式都是因為我們不懂火，因而造成更大的傷害！

- (四) 保命策略為：摀住臉部、站在原地，不要亂動。

三、掌握火災風險

接下來他談到火災風險的三件事
情：

(一) 火災起火原因：人為疏失

99.9% 的人們都認為生活週遭不會發生火災，而大部分火災現場，罹難的人都是被火場的濃煙嗆死～且都是在睡夢中離開，因為他們連「想不到」這三個字，都來不及說出口。

在台灣平均每 4 小時就發生一次火災，每年有 150 個因火災造成破碎的家庭，有 95% 罹難者死於 5 層樓以下的建築物，（如：透天、老舊公寓…等）。而火災發生的前三大主因，第三名為「煮食不慎」；第二名為「室內抽菸」，菸蒂弄熄當下，其中心溫度仍有 400 度高溫，若附近有易燃物，就會持續蓄熱引起燃燒；第一名為「電氣因素」，此因素佔大部分火災的 1/3，如今（109）年 5 月 3 日發生於高雄醫師家五口死亡火警事件，即是一例，不但造成嚴重傷亡，還可能引發法律責任等相關問題。

(二) 火場頭號殺手：濃煙致命

濃煙是火場頭號殺手，真實的火災現場是一片漆黑，伸手不見五指，如果仍有一絲光亮，表示此時仍有足夠的逃生時間，但若小火苗一直持續延燒，就會

產生白煙，空氣中的水蒸氣則會蒸發，最後室內溫度飆高（約有 400～500 度以上）、濃煙密布，容易發生爆炸或閃燃現象。

(三) 傷亡關鍵原因：迷思與誤解

1. 發現火災第一件事要做什麼？

「大叫失火了」是首要動作，主要是讓家人或周遭的人知道發生火災，掌握黃金逃生時間。

2. 夜晚熟睡時，何感官會使你發現火災？

當半夜您於臥室熟睡時，通常睡夢中人的嗅覺、觸覺、視覺變得非常遲鈍，只有「聽覺」睡夢中能發現火災之感官。

3. 家中最重要的消防設備為何？

是滅火器、灑水頭、消防栓、還是濕毛巾？都不是！答案是「住宅用火災警報器」。

根據統計，五層樓以下的獨立住宅，發生火災的機率約佔四成多，而高樓層建物卻佔不到兩成，原因是高樓層建物依法須有消防安全設備，但獨立住宅並無強制規定，故其火災風險偏高。如要及早聽見火警來源，家中最重要的消防設備為「住宅用火災警報器」，它能在發生火災時發出高分貝的警報聲響，吵醒熟睡中的人緊急避難。

4. 遭遇火災我該不該幫忙滅火？

正確答案是：視情形而定。以生命安全為第一考量，滅火的事應由專家處理，不懂火的人就不該去「滅火」。

倘若遇到家中油鍋起火，應立即「蓋上鍋蓋、關閉爐火、靜置冷卻」確實執行這三個步驟。網路上謠傳用「雞蛋」、「洗碗精」滅火是不正確的做法。

5. 火場中三個最致命的錯誤迷思是：

「不能往樓下逃生時改往樓上跑」、「遭遇火災時躲進浴室避難」及「遭遇濃煙用濕毛巾摀口鼻逃生」，這三個錯誤迷思，不知斷送多少寶貴生命！

1970 年代鋼筋混凝土成為台灣建築物主流，結構非常堅固，火雖不容易穿透過水泥，但黑煙只要有通風口就會四處竄，

移動速度也非常快，且因此種建築物出入口相對較少，造成濃煙侵襲機會增高，瞬間高溫與致命濃煙侵入呼吸道，人很可能就在現場窒息死亡；此外，現代建築所使用的化工材料，遇熱時會釋放出有毒氣體，更加促成致死率。濃煙具有往上竄升的特性，當聽到火災警報器響起，應盡快找到安全門，確認逃生梯沒有煙霧，立刻向下逃生，若樓梯間已經充滿濃煙不能往下逃時，還是不能往上逃，因濃煙上升速度非常快（3-5 公尺 / 每秒），代表每秒至少上升一層樓高度，且越往上毒性越強，故往上逃生的生存機會大減，此時應該要「關門求生」，將門縫堵住以阻擋濃煙，幫您爭取求生時間，等待救援。

浴室雖有水源，但對火場濃煙的高熱是無效的，縱將全身淋溼，也只是心理安慰；且浴室門通常不耐高溫，當濃煙溫度達到 200-400 度時則容易將浴室門溶化，即使在浴室內濕毛巾堵住門縫，也不能將濃煙擋在門外，最後仍會遭到濃煙侵襲而窒息死亡。

用濕毛巾遮住口鼻，頂多只能擋住濃煙中的碳離子、碳渣及焦油，卻阻擋不了濃煙中的毒



氣，且臉部及其他器官也無法以濕毛巾遮蓋完全。大部分的火場罹難者都不是被火活活燒死，而是被濃煙嗆死，而且為了拿濕毛巾穿越濃煙，反而會把身處在原本相對安全的環境帶到致命之處。

因此，遇到火災時，切記，「小火快逃、濃煙關門」，也就是如果能看到小火在燒，基本上還有時間逃生，但務必順手關上逃生門，阻止濃煙擴散，假如火災現場因濃煙密佈一片漆黑，就必須待在安全空間，等待消防隊救援！

6. 如遭遇火災，何時可採低姿勢逃生？

可採低姿勢逃生的情況，應是九死一生的危急狀態了！此時宜採雙膝雙肘碰地、雙手放頭前、口鼻貼近地面，迅速逃生。但若身處鐵皮屋內，火災會使屋頂塌陷，此種逃生方式恐不適用。

7. 如果遇到身上著火該怎麼辦？

冬天時，大家都很喜歡吃熱騰騰的小火鍋，煮食過程中會點燃酒精膏加熱，若過程中一不小心引火上身，此時，我該怎麼做？

第一步驟，請先摀住臉部，接著可以「停、倒、滾」，方式自救。但若遇到如八仙塵爆之特殊情形，因現場都是粉塵，如果選擇「停、倒、滾」會擾動粉塵助長火勢，故第一步驟請先以雙手摀住臉部，可避免吸入性傷害及保護顏面器官，接著應停止於原地不動，如此火會很快熄滅，才是相對安全的作法。

8. 公共場所發生火災，我該怎麼辦？

記住，進入公共場所的入口，不一定是當下最好的逃生出口，因此，進入公共場所前，應先確認有無逃離現場最近的出口，以確保火災發生時，能就近儘速逃生。



肆、講座後記及心得

此次「打火哥教你火場求生」職業安全講座，因同仁們的熱心參與，充分顯現出大家重視職場安全不落人後。在這三場講座中，蔡老師提及各種火災現場應變之道，讓我們知道一旦發生火災，初期若能有效控制使其不致蔓延，不僅可迅速撲滅火勢，將受困民眾救出，也可使救災人員救災時不致身歷險境，在火災預防及搶救上都能達成雙贏；以往，大家對火災有許多錯誤的迷思，當災害來臨時，往往造成重大事故。生命是如此珍貴又脆弱，冀望大家將學習到的知識及求生技巧永遠存於腦海中，因為寶貴的防災知識就是救命繩索，更期望同仁在會後，能帶著這份正確防火觀念，傳遞給單位中的其他同事，以防患未然，大家一起捍衛生命、守護安全並營造優良的職場環境。打火哥說：「我們沒有辦法將火災機率降至零，但可以做到的是，將正確的火災知識應變發揮，在發

生火災時能夠保護自己的生命。最重要的是火災前的預防準備，包含用火、用電、逃生口不要擺放雜物，並安裝住宅火災警報器等，如果同仁在預防工作上，做好萬全準備，就不會有跟火場面對面拼命的事務發生。我們永遠不知道意外跟明天哪一個會先到，記得做好事先萬全準備，而不要只是祈求上天保佑。」

過去職場安全衛生面向，多著重於預防職業病或意外傷害發生；現今職場的安全衛生，除了定期檢視工作場所或制訂標準作業程序外，更須提供一個安全、友善且具支持性的工作環境，以促進同仁身、心、靈健康。未來我們應更加努力，持續性的進行職場衛生安全之推廣，加強同仁對職安的重視及養成，並將這份理念散播深耕到家庭及社區，以善盡本行支持永續環境的企業社會責任。

～本文由莊仁惠提供～

