



冷火雞 (cold turkey)

商品策劃處 研究企劃科

貨幣當局對抗通貨膨脹的方式有兩種，其一是採行漸進主義（gradualism），另一則是激進的冷火雞（cold turkey）策略。所謂漸進主義，即循序漸進地調高利率或減少貨幣供給量，來抑制總體需求持續擴張，以引導經濟體系進行軟著陸（soft landing）。在此一策略之下，貨幣成長率、通貨膨脹率將逐步下滑，而失業率則會緩步上升；冷火雞策略則是透過大幅度的調高利率或減少貨幣供給量，以快速打擊總體需求的擴張，惟可能導致經濟體系的硬著陸（hard landing）。在此一策略之下，貨幣成長率、通貨膨脹率會快速下滑，而失業率則

有可能會大幅攀升。例加美國在1980年之初，消費者物價指數（CPI）一度達到13.6%的水準，當時美國聯準會（FED）主席保羅·伏克爾（Paul Volcker）即採取冷火雞策略，將聯邦基金利率拉高至20%，使得當時美國經濟成長付出巨大的代價，包括失業率超過10%，企業與銀行的利潤也大幅下降。所幸在成功遏制不斷上漲的貨幣供給量後，自1983年起，美國CPI平均增幅大多控制在5%以下，為之後美國的經濟榮景奠定良好的基礎。因此，要採取漸進主義或是冷火雞策略來對抗通膨，需視經濟體對於通貨膨脹與失業或是經濟成長的成本大小而定。

近二年受COVID-19疫情影響，使得全球消費激增，並推升物價。在疫情期間，遠距上班與教學商機推升NB、TV等電子產品需求，在疫情趨緩後，又因汽車、家具、家用電器等商品及各項民生服務的需求快速反彈，形成物價上漲的壓力。而疫情也中斷了部分商品的全球供應鏈，並導致全球航運大亂，航線停飛及貨櫃塞港嚴峻，使得全球供應鏈更為緊峭，為物價上揚增添動能。加上今（2022）年以來受到俄烏戰爭衝擊，能源、原物料、糧食等價格飆漲，導致近期全球通膨加速升溫，包括美國、歐元區、韓國、日本、台灣等國的消費者物價指數（CPI）皆呈明顯上升的趨勢。其中美國的CPI年增率在今年7月更是已經來到9.1%，為自1981年後的40年來新高。

此次通膨發展之初，由於FED當時認為通膨只是暫時性的，並未採取積極的態度來應對。惟至今年以來，受俄烏戰爭衝擊導致通膨加速升溫，使得FED於今年3月結束購債並開始升息一碼。由於FED的貨幣政策已嚴重落後通膨的發展，加上油價飆漲，導致物價上漲的情況已遠遠超出FED的預期，逼迫FED放棄漸進主義而採取更強有力的冷火雞策略來打擊通膨。因此，FED除在5月升息二碼外，並在6月的會議一口調升三碼，創下27年半來的最大升幅，而7月、9月的會議也分別再次調升三碼。除了升息外，FED亦自6月1日起縮減目前規模已膨脹至近9兆美元的資產負債表，而此次縮表的過程也將比2017年的縮表更為快速與猛烈。

面對美國既快又猛的升息及縮表步調，國際金融市場近期的波動也相當劇烈，例如美國S&P 500指數從今年初的高點下跌至6月中旬的低點，跌幅逾23%，

而在同一期間，美國10年期債券殖利率亦從1.5%持續彈升至近3.5%。此外，在升息循環過程中，也將衍生其他國家資本外逃的風險，尤其是新興市場國家。例如在1980年代初期，Fed加速升息推動美元升值，讓開發中國家難以償還外債，造成1980年代拉丁美洲的經濟危機。因此，包括IMF、世界銀行及國際清算銀行（BIS）等，都曾發布報告指出，新興市場將是當前FED升息循環下首當其衝的受害者。

根據摩根大通（JPMorgan Chase & Co）的統計，今年以來投資者已從新興市場債券基金中撤資近500億美元，流出幅度創下2005年來新高。且從年初至今年7月，彭博新興市場以美元計價的綜合主權債指數（Bloomberg EM USD Aggregate Sovereign Index）已經暴跌20%，超過2008年金融危機全年跌幅。而從今年初迄7月底，新興市場已有俄國、白俄羅斯、斯里蘭卡、馬利等四國被宣告債務違約，薩爾瓦多、寮國、烏克蘭等三國也被穆迪信評降評至接近違約等級。阿根廷、巴基斯坦、迦納、肯亞、奈及利亞、厄瓜多、埃及等國的外債價格亦大幅下挫，顯示這些新興市場的償債能力已岌岌可危。

而受能源、穀物及基本金屬等原物料行情急遽攀高的影響，台灣近期也面臨物價上漲的壓力，儘管中油及台電已吸收許多能源上漲費用，但至今年6月台灣的CPI仍較去年同期上漲3.59%，創下近14年新高，並已連續4個月超過3%。而相較於FED今年3月至7月已大幅升息9碼的冷火雞策略，台灣央行此次面對通膨的作法，相對溫和許多，除於今年3月升息1碼外，在6月、9月時僅升息半碼及同步調升新台幣存款準備率1碼。央行之所以升息幅度明顯低於FED，其考量因素除台灣物價低於美國許多外，還有台灣物價上漲主要來自成本的推升，如進口原物料成本及天候等供給面因素，而非需求拉動。若央行採大幅緊縮貨幣措施來抑制需求將會付出昂貴代價。雖然目前央行升息幅度有限，對於經濟的衝擊較低，但若台美利差持續擴大，短期之內新台幣走勢恐將趨貶，資金流出的壓力將加劇，而新台幣貶值也將加重進口物價上升的壓力，亦將不利於國內物價的穩定。

～本文由古增鍵提供～

參考資料

1. 中央銀行臉書貼文系列專書，2022年07月，「冷火雞是？」
2. 經濟日報社論，2022.03.18，「升息壓得下通膨、帶得動經濟？」
3. FINDIT，2022.03.24，「名家專欄-吳孟道，不能輕忽升息循環的後座力」
4. 聯合報，2022.07.27，「龔天行 / 醞釀中的新興市場國家債務危機」
5. 商周，2022.07.08，「骨牌來了！斯里蘭卡破產之後...新興市場恐出現歷史性違約潮」

保險百寶箱～

透過保險規劃提供 電動自行車的行車保障

保險代理人處

高三生騎電動自行車撞特斯拉... 修車8萬元起跳

高雄18歲高三學生某日騎乘電動自行車，因轉彎不慎擦撞到停放路邊的特斯拉汽車，除了電動自行車車頭毀損外，特斯拉後側板金受損，初估修車費用至少8萬元起，趕來協助處理的學生爸爸非常著急，好在孩子只是輕傷沒有大礙，但是修車費用就令人頭痛了…。

遭電動自行車撞倒，卻找不到人賠償

新北市一位林小姐，日前要騎車前往中和的美式賣場，才準備轉進去停車場，還特別放慢速度，也注意來車，沒想到突然有一名電動自行車，居然從人行道冒出來，把林小姐撞倒；撞倒後，不但沒有停下來，反而看了一眼就加速落跑，林小姐的骨盆跟手全都得開刀治療，起碼休養三個月以上，警方調閱好幾支監視器，卻因為電動自行車沒車牌，找不到肇事者…。

電動自行車不需要考照，購買門檻低，比騎機車或自行車都方便，成為近期新形態的代步工具，但是，因為沒有車牌，除非當場攔查違規開單，否則幾乎都只能任由亂象發生。依據統計資料顯示，電動自行車肇事事故件數，10年來逐年上升，總件數從809件增為9,254件，死亡人數從12人增為63人，受傷人數從735人增為8,136人，主要肇事原因分別為「未依規定讓車」、「轉彎（向）不當」、「違反號誌、標誌管理」；亦有部分立委指出電動自行車有五大問題，包括「改裝風氣嚴重」、「騎乘年齡沒限制」、「未強制戴安全帽」、「沒有車牌控管」，以及「定位模糊，像自行車也像機車，到底要行駛在一般道路還是自行車道？」所以，應該要將電動自行車列入管理，未來需掛牌，還要投保強制責任險，才能對行車安全有所保障。

100年全國電動自行車(含電輔)件數各年齡層分布

排序	運具別	件數	死亡人數	受傷人數	死傷人數
1	成年人(25-64歲)	385	3	350	353
2	高齡者(65歲以上)	281	9	260	269
3	少年(13-17歲)	87	0	74	74
4	年輕人(18-24歲)	42	0	41	41
5	兒童(0-12歲)	9	0	8	8
6	不明	5	0	2	2
總計		809	12	735	747

資料來源：道安資訊查詢網

110年全國電動自行車(含電輔)件數各年齡層分布

排序	運具別	件數	死亡人數	受傷人數	死傷人數
1	成年人(25-64歲)	4,303	26	3,740	3,766
2	高齡者(65歲以上)	2,161	35	1,987	2,022
3	少年(13-17歲)	1,504	0	1,309	1,309
4	年輕人(18-24歲)	1,057	2	915	917
5	不明	187	0	146	146
6	兒童(0-12歲)	42	0	39	39
總計		9,254	63	8,136	8,199

資料來源：道安資訊查詢網

綜上原因，政府開始重視「電動自行車」之管理，經立法院三讀通過修法，金融監督管理委員會表示，配合111年6月15日修正公布之強制汽車責任保險法並統一更名為「微型電動二輪車」，規範微型電動二輪車所有人應投保強制汽車責任保險，微型電動二輪車納入強制車險承保範圍後，將有助於因微型電動二輪車事故所造成傷亡之受害人，能迅速獲得基本保障以及有投保強制車險之微型電動二輪車所有人可將其應負之賠償責任，於強制車險之理賠範圍內移轉予保險公司承擔，以減輕自身負擔。以下針對相關修法後之內容進行說明：

• 修正道路交通管理處罰條例部分條文：

原條文中的「電動自行車」改為「微型電動二輪車」，明定微型電動二輪車應經檢測及型式審驗合格，並登記、領用、懸掛牌照後，始得行駛道路。

• 修正強制汽車責任保險法部分條文：

強制汽車責任險的承保範圍增列「微型電動二輪車」，車輛所有人應訂立強制汽車責任險契約，未訂立者，公路監理機關不予受理登記、換照或發照。

● 明訂「微型電動二輪車」未依規定投保強制車險的罰鍰：

微型電動二輪車所有人要訂定強制汽車責任契約，如果未依規定投保將處新臺幣750元至1500元以下罰鍰。

為因應「微型電動二輪車」所有人將依規訂定投保強制汽車責任險，本行也將待法規正式實施後（預計111年11月起），於現行銷售之機車險專案商品新增「微型電動二輪車適用費率」，茲就目前商品內容簡述如下：



一、強制汽車責任保險：

強制汽車責任險承保被保險人因使用或管理被保險汽車發生汽車交通事故，致乘客或車外第三人傷害或死亡者，不論被保險人有無過失，保險公司對請求權之人，依契約之約定給付保險金。

二、強制汽車責任保險駕駛人傷害附加條款（機車單一交通事故）：

駕駛人涉及『強制汽車責任保險』被保險機車單一機車交通事故，致駕駛人本人死亡、失能或受有體傷時，保險公司依照保險之約定，對受益人負賠償之責。

三、汽車第三人責任保險一單一保額型：

「單一保額型」係指在保險期間內任何一次意外事故，對該事故所有傷害及死亡於超過強制汽車責任保險給付標準以上部分及財物損失合計所負之最高賠償責任而言。

保險種類		保險金額(保障內容)				
		機車				
		基本型 (一年期)	基本型 (二年期)	加強型 (一年期)	加強型 (二年期)	超值型 (一年期)
強制汽車責任保險		●	●	●	●	●
強制汽車責任保險駕駛人傷害附加條款 (機車單一交通事故)		—	—	●	●	●
汽車第三人責任保險 一單一保額型	200萬	—	—	—	—	●

結論

強制汽車責任險早已是日常交通行車安全基本配備，所以本次修法強制掛牌管理與納保，提供微型電動二輪車所有人及其他用路人基本行車安全保障，不會再因為找不到肇事者而困擾。但是強制汽車責任險僅保障兩車碰撞的交通意外事故中受害人體傷責任，對於單一事故駕駛人體傷、死亡保障、或是交通意外事故第三人的財物損失，這些都不在強制汽車責任險的承保範圍；因此，無論是汽車、機車、或是微型電動二輪車，都建議規劃完整的保險保障，以移轉交通意外事故所衍生的相關賠償責任，所以，除了強制汽車責任險外，還建議投保「駕駛人傷害險」與「第三人責任險」，駕駛人傷害險保障的是駕駛人自行騎車滑倒受傷、第三人責任險保障的是駕駛人騎車發生車輛碰撞的交通意外事故，依法應負賠償責任，而受第三人賠償請求時，在責任範圍內賠償第三人身體傷害或財物損失責任，這樣的保險規劃對於駕駛本人與車禍第三人都可以獲得保障，將損失責任部分移轉給保險公司分擔。

本行現行銷售的專案商品除官網上公告的車險專案商品外（如新仟萬安心、開車族平安御守、新機車族幸福保、億保心安II等），同時也代理銷售九家產險公司的汽機車險商品，本行同仁可進一步了解車險商品，協助客戶選擇適合的車險保單，提供更安心的行車保障。

～本文由吳佩擘提供～

參考資料

1. 自由時報、TVBS新聞網、聯合報、中央通訊社
2. 道安資訊查詢網、內政部警政署全球資訊網
3. 金管會網站、全國法規資料庫



「先買後付」的商機與影響

數位金融處

網購時，你習慣用刷卡、行動支付還是貨到付款呢？近2年，有一個金融名詞逐漸吸引關注：「BNPL」（Buy Now, Pay Later），中文直譯就是「先買後付」，概念相似於傳統信用卡分期付款，但不同的是，「先買後付」不需要信用卡，也不用跟金融機構打交道，就能在預算有限的情況下，分期購買高價商品。多家報導都指出，比起傳統的信用卡，「先買後付」反而更加受到「Z世代」和「千禧世代」的歡迎，不只如此，就連美國蘋果公司（Apple）、亞馬遜公司（Amazon）、PayPal、Square（現更名為Block）等科技巨頭，近期也都透過跟新創公司合作或以收購方式進攻市場。

什麼是「先買後付」？



資料來源：痞客邦-doughpack逗派金融科技

「先買後付」簡單來說，就是消費者可以先行享有產品與服務，之後再支付貨款的一種模式，通常有「一次性延後支付」與「分期付款」；「先買後付」用戶不需跟金融機構打交道申請信用卡，「先買後付」業者因為非金融機構，也不會查詢聯合徵信中心信用資料。新型態的「先買後付」運作方式，是消費者透過提供銀行帳號及基本的資料註冊服務後，「先買後付」公司透過自家的風險評估方式，預先給消費者一個額度，消費者購物時可不立即支付或只需支付部分金額，由「先買後付」公司先行付款給商家，消費者收到購買的產品後，再將款項分期償還給「先買後付」公司，即商家將消費者購物債權移轉給「先買後付」公司。舉例來說，當你在momo購物網以「先買後付」方式買到商品時，momo購物網合作的無卡分期服務「zingala銀角零卡」會先撥款給momo購物網上的賣家，後續消費者再分期付款給「zingala銀角零卡」。

「先買後付」市場熱，金融、科技業都搶進！

毋庸置疑地，「先買後付」的熱潮已經在全球點燃。美國蘋果公司（Apple）在今（2022）年6月初的開發者大會上，宣布了市場關注已久的「先買後付」服

務：「Apple Pay Later」，Apple將成立全資子公司來提供相關服務，並預計於下半年與iOS 16作業系統一同上線，初期只針對美國市場，未來「Apple Pay Later」可以讓消費者在6週內，分4期付款。此外，專門做「先買後付」的瑞典新創Klarna，之前估值曾飆破300億美元，成為歐洲估值最高的私有金融科技企業之一。

事實上，「先買後付」的形式一直存在，早在2000年左右，日本恩沛公司就推出「AFTEE後支付」；同時中租控股旗下仲信資融公司也嗅到商機，先提供個人消費大額分期服務，像補習班學費、健身房會費、美容課程費等，透過近20年累積的數據，於2018年找上工研院合作，順勢推出零卡分期服務；另2009年，eBay收購的Bill me later公司其實也是「先買後付」模式。早期「先買後付」並沒有引起國際市場過多的關注，一直到瑞典金融新創公司Klarna導入為電商支付選項後，「先買後付」的概念才真正的被大眾關注。到了2021年8月，Amazon宣布與Affirm這間「先買後付」公司宣布合作，推出「無卡分期付款」的功能；後續全球開始有眾多大企業併購新創「先買後付」公司的消息，也進而使「先買後付」在國際間引爆話題。以下為國外「先買後付」代表公司特色比較：

	Affirm	Afterpay	Klarna
特色	2012年於舊金山成立的金融科技公司，在銷售介面可以立即提供消費者BNPL支付選項	在2021年被類似支付寶的超級金融程式Square(目前公司名稱已改為Block)收購	瑞士公司，一個組織完善並符合規範的的瑞士銀行公司，提供線上線下支付與購買後的付款分期

資料來源：風傳媒

把視角拉回台灣，PChome 攜手子公司廿一世紀數位科技在今年 4 月底推出台灣第一個串接「先買後付」、無卡分期及行動支付的「慢點付」服務。而市場上同時還有其他「先買後付」競爭者，包括中租控股旗下仲信資融公司的「zingala

銀角零卡」、日商「AFTEE」、串接旗下網紅品牌的「fasney」、新加坡新創「Atome」及「BeautyPay」等，一時之間百花齊放，也讓人更加好奇這款新服務熱潮。以下為國內「先買後付」公司簡介：

	fasney	Atome	Pi 錢包 慢點付	AFTEE	zingala 銀角零卡
特色	美而快旗下的 BNPL 服務，串接旗下網紅品牌	新加坡廠商，運用 AI 判斷申請者資格與額度。	近期PChome 拓展金融科技事業，子公司二十一世紀旗下Pi拍錢包導入「慢點付」新功能	日本第一大的後支付金流服務	台灣本土廠商，耕耘先買後付市場20年，擁有完善的相關經驗，可以快速核准額度。
最高額度	手機可貸2萬 機車可貸6萬	新的使用者的信用額度為一萬元，可能會視合作商店設定不同的額度。	1 萬	2千 - 1萬信用良好最高可至10萬	額度最高 申辦成功額度 2萬元起跳，最高可到達 20 萬元。若超額交易可以轉專人審核。
分期時間	45天內 (另有慢慢還服務延長時間，有利息分期還款)	自動將消費分三期。結帳時需要支付 3 分之 1 的價格。剩下款項每 30 天各扣繳一期。	3期	14 - 45 天內繳款	分期期數最長 有些商品與服務可以分期到 30 期以上，可安心購買高價產品
審核時間	24 hr 內	註冊時綁定簽帳金融卡或合作銀行帳戶，以及上傳身分證正反面後便完成註冊。	註冊 Pi 錢包，認證後開啟慢點付服務即可使用	不用加入會員 ，用手機綁定。	需要加入會員， 但申辦速度最快 (可預先申請消費額度秒速結帳，或結帳時填單申請分期付款)
特色	可提早還款 月繳可改為週繳	可提早還款 目前在亞洲跨足 9 個市場，包含新加坡、中國、馬來西亞等。	全台第一個結合先買後付 (BNPL) 產品、提供分期付款的行動錢包	目前規定一個手機綁定一個帳號，未來有可能整合 JCB 提供日本相關服務。	台灣市佔率第一先買後付 BNPL 品牌，提供零卡分期服務，與台灣大型商家與電商平台 momo購物網、yahoo購物中心、特力屋、Samsung、Studio A 等等店家都有合作。從 3C家電、美容保養、居家裝修都支援分期付款服務，使用場景最多元。

資料來源：風傳媒

電商為什麼要引進「先買後付」？

● 疫情促進線上購物大幅成長

隨著2020年新冠疫情爆發，除了帶動大量的消費者轉為線上購物外，許多人的工作受到衝擊，在經濟與還款能力下降的情況下，延後付款的「先買後付」可以為他們舒緩採買生活用品的壓力。

● 抓住更多消費族群，實現普惠經濟

根據金融聯合徵信中心研究部調查（2020）指出，在台灣有將近720萬的20歲以上民眾是沒有信用卡、有750萬成年人無信用資料，可見無卡族所能創造的商機相當龐大，這批族群是電商主攻的新目標，包括未來消費主力的Z世代年輕人、負責採買家庭生活必需品的家庭主婦及退休族群等，加上新型態工作者（如YouTuber、直播主、外送員等），此族群在申辦信用卡時常被拒絕，造成他們尋求更彈性的支出方式，「先買後付」的服務也因此開啟；此外，「先買後付」機制也將過往能與不能使用信用卡的隔閡給弭平，某一程度也實現了「普惠經濟」，創造了更開放的交易機制。

● 方便快速的無阻礙結帳

這年頭常聽到「快電商」這個名詞，而其中的概念不外乎就是「快速滿足消費者購物」，不論是下單環節、支付流程還是物流配送，「快」一直都是電商品牌在追求的，不但能減少顧客猶豫消費的時間，快速累積流量與收益，也能夠幫助品牌成長更快速。在電商平台上，「先買後付」的基本註冊帳號及審核都非常快速，而之後消費者只需要確認結帳資訊正確，便能快速完成結帳，有效提高電商平台轉換率。

● 提升高價商品轉換率

「先買後付」的彈性付款方式，符合現代人的個別需求，讓用戶不需要申辦信用卡，也不需要銀行帳戶內有足夠的現金，就能快速、方便地購買到想要的商品；尤其正當Z世代年輕人逐漸走入社會，直接接軌線上購物消費模式，他們更在乎的是「社交生活、當下感受、及時享樂」，許多時候都是衝動消費，而非計畫性消費，「先買後付」正好滿足此需求，縮短消費者對高單價商品的猶豫期，同步提高清空購物車的機會，先不論消費者是否有延遲還款的風險，有些「先買後付」平台能提供的還款期限或分期期數比一般信用卡來得更長，這都能明顯降低消費者購物後的還款壓力。

● 掌握消費數據，精準行銷

有越多元的支付工具，意味有越多元的數據會回到電商平台，當電商平台蒐集更多消費者的數據，「先買後付」就可以做到更精細的風險預測模型，算出每位消費者更精確的額度、分期期數等，並且更精準地判斷消費者心理及下一步的行銷策略。

● 越早加入，越能提高品牌曝光機會

目前台灣也有越來越多品牌，或是大型電商平台開始支援與使用「先買後付」的支付方式，而現在消費行為愈趨破碎化，品牌有更多的曝光管道，便更有機會創造訂單及累積顧客；舉例來說，提供「先買後付」服務的平台App中，消費者能夠像使用搜尋引擎一般，找到支援「先買後付」支付方式的品牌，這便能為品牌帶來更多的曝光度。

同時，當大眾已經熟悉「先買後付」支付方式，未來面對越來越多競爭對手都開始使用時，掌握先機的電商已經累積了一部分喜歡使用「先買後付」的既有受眾，因而能夠佔有更多的競爭優勢。

「先買後付」業者的獲利與風險

「先買後付」服務業者的主要獲利來源包括向商家或客戶收取的手續費、客戶分期利息及延遲繳款所產生的違約金或滯納利息；「先買後付」大多是跟商家收取手續費，通常為4%至9%，但對消費者通常不收或只收取非常低的手續費。就上述收費方式看來，「先買後付」服務業者可收取手續費用或利息，而對消費者來說，只需負擔很少的成本，卻可增加資金運用的靈活性，怎麼看好像都只有優點沒有缺點；然而，其實「先買後付」機制無論是對消費者端或對服務提供者這一端，都還是存在一定程度的風險隱憂。

以消費者來看，「先買後付」機制很容易讓衝動購物的消費者陷入消費陷阱，因為消費者在使用「先買後付」服務時，雖可清楚透明地看到自己的分期期數及每期需繳款的金額，但無法實際感受到金錢的失去，因此一直買一直買，到了後面才發現所購買的商品已經超過自己能負荷的範圍，若未準時繳款，則需額外支付違約金或延滯利息，應付貨款也將愈滾愈大，有些甚至會選擇尋求其他借貸來付款，如此將會造成以債養債的惡性循環。

而對提供「先買後付」服務的業者來說，若消費者陷入「消費很容易」的思維中，可能因此在日後留下無力償還的債務，即便再多的違約金或滯納利息也無法使其還清款項，如此等於供應商得先暫時幫這些消費者負擔商品費用，因而侵蝕公

司獲利（根據金融公司 Credit Karma 調查，在美國使用「先買後付」的消費者中，有38%曾有延遲繳款紀錄）。

總結

「先買後付」這個近期崛起的新興支付模式，因為便利且沒有經濟條件限制，因此在個人經濟受到重創的後疫情時代開始受到歡迎。試想過去二年的時間，家中長輩都已熟悉且愛用網購、美食外送平台等，消費者對於新鮮又便利「工具」的接受度早已大幅提升；因此，當「先買後付」服務開始逐漸能滿足潛在購物族群的痛點時，「先買後付」的支付模式將會越來越流行，並逐漸成為下一代消費者習慣的支出方式之一。

「先買後付」也無疑是開創更多消費可能性的媒介，很多大型科技公司、金融機構已透過不同方式進入市場，然而在給予大眾更方便購物方式的同時，其中也存在了一定的隱憂，且伴隨著通貨膨脹及放緩的經濟成長，「先買後付」業者應該要有更嚴謹的風險管理工具，並進行最壞情況下的壓力測試；因此「先買後付」業者是否能精確評估消費者的負擔額度，就顯得非常重要，所以建議在使用「先買後付」服務時，選擇有比較多產業經驗，或是有跟金融機構策略合作過的公司，會是比较好的選擇。

未來，「先買後付」業者也可能化身為「廣告數據分析平台」，像是Afterpay握有4,400萬用戶的消費行為，其中有30%的交易量來自本身的App，在2021年推出了按廣告效果付費的廣告平台，可幫助商家辨別與改善銷售不佳的產品。因此，如果你是電商經營者，追蹤「先買後付」的未來趨勢和發展是必要的，條件允許的話，加入「先買後付」機制，相信也會是觀察消費者行為的一個好方式。

東吳大學企管系副教授歐素華表示，貸款的方式從過去需要實物擔保，到現在走向無實物擔保，加上現在消費者買東西愈來愈喜愛分期，未來購物模式預計會有大幅轉變，相關金融、貸款業者都必須思考各種藍海市場的可能，觀察消費者還有哪些應滿足而未被滿足的需求，才有辦法在兵家必爭之地生存下來。

～本文由劉庭光提供～

資料來源 |

1. 數位時代 【圖解】PChome搶投資，一張圖看懂「先買後付」！為何在電商、科技圈掀起熱潮？ 高敬原、錢玉紘
2. 關鍵評論網媒體集團 【林克威電商專欄】新名詞BNPL先買後付紅什麼？竟快超越信用卡！ 林克威、Mia、Anny
3. 痞客邦－doughpack逗派金融科技 什麼是BNPL？一張圖看懂「先買後付」！ Doughpack
4. SHOPLINE 你聽過「先買後付」、「無卡分期」嗎？4大特性將成為電商未來支付趨勢！ Kevin Wu
5. 風傳媒 連蘋果都搶進的秘密武器：先買後付到底是什麼？為何它能让消費者多花50%？Rae、周岐原
6. 經理人月刊 先買後付市場熱，金融、科技業都搶進！PChome 推「慢點付」，如何降低呆帳風險？ 林庭安、吳美欣

職安園地~

地震防災 ~以辦公處所為例~

總務處 職安科

一、前言

台灣位於歐亞大陸板塊與菲律賓板塊交界處，地震十分頻繁。過去芮氏規模6以上地震平均每年二到三個，今（2022）年截至9月底，已累積7起，僅次於發生13起芮氏規模6以上地震之1999年（當年發生芮氏規模7.3的「921大地震」）。而地震所造成之災害更是時有所聞，本篇將以辦公處所為例，藉由了解地震潛在危害，做好防災措施，並透過地震避難疏散編組演練，強化緊急事故應變能力，讓地震所造成之人員傷亡及財產損失降到最低。

二、災前預防

（一）潛在風險及防範措施：

危害類型	可能造成後果	防災措施
物體翻落、移動	<ul style="list-style-type: none"> 阻礙逃生路線，人員因此受困或增加救援難度 人員被撞倒而受傷 	<ul style="list-style-type: none"> 辦公室大型設備（如：高櫃）以能事先固定為佳，大型設備內之物品擺放方式應輕物放上、重物放下，以增加穩定性。 辦公室大型設備（如：高櫃）可使用L型金屬零件，固定在牆壁，並於其前腳地板處填置固定墊片；若無法以螺絲固定，亦可用支柱式固定器固定在天花板，皆能有效防止傾倒。 注意門口或避難路線所需空間，調整辦公室設備擺放位置與方向，不要阻擋逃生出入口或避難路線（如左圖）。 裝有可上鎖腳輪之設備（如：主機架）於不需移動時應確實鎖上。 抽屜於不須使用時確實上鎖，以避免抽屜滑出。
物品飛落	人員被砸而受傷	未加以固定之物品切勿放置於高處（如：資料櫃上方）。可使用防滑墊片使物品不易滑動。



資料來源：內政部消防署全球資訊網

（二）緊急避難包：

除了日常的物資外，平時應該備妥緊急避難包，以備災難發生時能立即攜帶前往避難，及時遠離災害。

1. 使用時機：

當地震發生後，建築物嚴重受損或災難發生，需要立即緊急撤離建築物前往避難場所時，所攜帶使用。

2. 建議放置位置：

辦公處所門口或座位附近等外出隨手可取得之處。

3. 建議準備項目：

- (1) **緊急糧食飲水**：可準備飲用水、餅乾、巧克力、防災食品、真空速食食品等簡單的糧食。
- (2) **醫療及清潔品**：優碘、棉花棒、紗布等急救用品、溫度計、口罩、乾洗手、面紙、濕紙巾、衛生棉及醫藥（每日服用藥及常用藥等，要注意藥品保存時效及保存方式）等。
- (3) **禦寒保暖衣物**：輕便外套、內衣、襪子、毛巾、手套（橡膠手套）、雨衣、小毛毯、暖暖包等，如果有小型睡袋，在可背負範圍內，也可一併帶出。
- (4) **貴重物品**：身分證、健保卡及存摺影本，其他合法證明重要證件影本、另需要少許現金，最好準備些零錢，因為可能會使用到公共電話或自動販賣機。

(5) **鞋子**：外出避難時，要記得穿上鞋子，以防路上碎石、玻璃刺傷。

(6) **其他**：其他可預先準備如哨子、防災頭套、防災地圖（可至內政部消防署或各直轄市、縣（市）政府網站下載）、可攜式收音機、手電筒、電池、打火機、瑞士刀、行動電源、充電器材等。

4. 注意事項：

定期（每半年）檢查並更新避難包，備妥三日份量的食物與飲水，並於避難包上註明更新日期，以確保物品無損壞、遺漏或已屆使用期限需替換之情形。



資料來源：內政部消防署-消防防災館

三、災時

一般大地震，最激烈的主振動時間通常不會超過30秒，必須先保持鎮定以避免傷亡。地震發生的時候最重要的就是保護頭部、頸部避免受傷，應立即採「趴下、掩護、穩住」的動作，躲在桌下或是牆角，躲在桌子下時可握住桌腳，當桌子隨地震移動時，桌下的人也可隨著桌子移動，形成防護屏障，以避免受傷，如果是蹲在牆角等其他地方避難時，要小心燈具、電器、書櫃或貨架等。

地震保命3步驟



資料來源：內政部消防署-消防防災館

(一) 災時－室內避難方式：

- 地震發生時，務必保持冷靜，確保自身安全，千萬不要慌亂跑出戶外，反而容易受傷。
- 若就近有掩蔽物，請直接躲進去，例如桌下，趴下後請不要再移動。
- 若無掩蔽物，得選擇朝牆角、主要柱子旁靠攏再趴下保護頭頸部，但請注意牆壁上頭是否剛好有潛在危險掉落物（如：吊

扇）。如發現有潛在危險掉落物或物品已開始掉落，請盡速爬離高風險區域後馬上就地停下、掩蔽，直至地震停止。

- 趴下後請不要往上看，以免被掉落的電燈、電扇或天花板等物品砸傷或刺傷。

(二) 災時－電梯內避難方式：

- 按下電梯內所有樓層按鈕，讓電梯儘快停止，當電梯門一打開，快速步出電梯，尋找躲避。
- 若受困在電梯中或發生停電，請透過電梯內緊急通話裝置與外部聯絡，通報時請盡可能將所知資訊告知外部人員，並耐心等待救援。
- 如暫時出不了電梯，則應靠著牆面壓低身體或蹲下，避免跌倒受傷。

四、震後注意事項

當地震停止，經判斷有需要緊急避難時，得立即拿著平時預先準備好之「緊急避難包」，帶著防災頭套…等具備緩衝保護功能之物品保護頭頸部，並穿上鞋子，以防路上碎石、玻璃刺傷，依平時規劃之路線進行避難疏散。若平時能事先做好「地震避難疏散編組演練」，使各組別明確了解任務內容，即可強化緊急事故應變能力，達到「保障人命，防護財產」之目標。下列為各組別地震避難疏散處置要點：

(一) 判斷需進行避難疏散時：

組別	任務區分	處置要領
指揮班	指揮調度、對外聯絡	<ul style="list-style-type: none"> 災害發生時，處理各種狀況，確實掌握情報。 由指揮官判斷是否需要採取避難行動，判斷基準如下： <ul style="list-style-type: none"> ■聽到「建築物有異聲」類似碰、碰巨響時，此代表部分建築物之磚牆或混凝土受擠壓破裂。 ■眼看部分建築物受損嚴重，牆、樑、柱開爆或明顯變形甚或倒塌。 ■高處物品掉落，資料櫃明顯移位、搖晃或翻倒。 ■部分建築物之磚牆或混凝土受擠壓破裂。 ■牆、樑、柱開爆或明顯變形甚或倒塌。 依標準作業流程，向公司有關部門報告。
避難引導班	疏散引導	<ul style="list-style-type: none"> 引導現場人員避難。 安撫現場人員，防止發生恐慌。 抵達安全疏散地點後，儘速進行人數清點，並向指揮班報告。
救護班	傷患救護	<ul style="list-style-type: none"> 受傷人員之緊急處理，必要時緊急送醫。 事後將人員傷亡送醫情形向公司有關單位陳報。
安全防護班	巡視電力、協助人命搜尋	<ul style="list-style-type: none"> 關閉非必要用電設備之電源，以免因漏電引發危險。 確認電梯內無人員受困後，將其停止運轉。 確認各樓層無人員受傷或受困，並與救護班、避難引導班人員保持聯繫。 勘查受損區域並標註提醒。

(二) 間接因地震而引起之火災：

組別	任務區分	處置要領																		
滅火班	火災撲滅	<ul style="list-style-type: none"> 確認自身安全無虞，且判斷火勢在可控範圍，立即使用滅火器材展開初期滅火作業。 <ul style="list-style-type: none"> ■滅火器操作口訣：「拉、瞄、壓、掃」 <table border="1" data-bbox="519 1236 1215 1407"> <tr> <td>拉</td> <td>拉開安全插梢。</td> </tr> <tr> <td>瞄</td> <td>握住皮管噴嘴後，瞄準火源底部。</td> </tr> <tr> <td>壓</td> <td>壓握把，噴出滅火劑。</td> </tr> <tr> <td>掃</td> <td>朝向火源底部左右移動掃射後，持續監控並確定火源熄滅。</td> </tr> </table> ■室內消防栓操作口訣：「按、開、拿、拉、轉」 <table border="1" data-bbox="519 1448 1215 1681"> <tr> <td>按</td> <td>按下警鈴。</td> </tr> <tr> <td>開</td> <td>打開消防栓箱。</td> </tr> <tr> <td>拿</td> <td>拿出瞄子，並將水帶接頭連結瞄子。</td> </tr> <tr> <td>拉</td> <td>拉出水帶，注意接頭是否牢固、水帶無打結或纏繞。</td> </tr> <tr> <td>轉</td> <td>轉開水閥出水，射水時小心反作用力非常大，務必緊握瞄子，並轉動瞄子，選擇以水霧方式接近火點，再轉成水柱方式撲滅火災。</td> </tr> </table> 	拉	拉開安全插梢。	瞄	握住皮管噴嘴後，瞄準火源底部。	壓	壓握把，噴出滅火劑。	掃	朝向火源底部左右移動掃射後，持續監控並確定火源熄滅。	按	按下警鈴。	開	打開消防栓箱。	拿	拿出瞄子，並將水帶接頭連結瞄子。	拉	拉出水帶，注意接頭是否牢固、水帶無打結或纏繞。	轉	轉開水閥出水，射水時小心反作用力非常大，務必緊握瞄子，並轉動瞄子，選擇以水霧方式接近火點，再轉成水柱方式撲滅火災。
拉	拉開安全插梢。																			
瞄	握住皮管噴嘴後，瞄準火源底部。																			
壓	壓握把，噴出滅火劑。																			
掃	朝向火源底部左右移動掃射後，持續監控並確定火源熄滅。																			
按	按下警鈴。																			
開	打開消防栓箱。																			
拿	拿出瞄子，並將水帶接頭連結瞄子。																			
拉	拉出水帶，注意接頭是否牢固、水帶無打結或纏繞。																			
轉	轉開水閥出水，射水時小心反作用力非常大，務必緊握瞄子，並轉動瞄子，選擇以水霧方式接近火點，再轉成水柱方式撲滅火災。																			
通報班	災情通報	<ul style="list-style-type: none"> 按動火警自動警報設備。 依據現場狀況及指揮官指示向消防機關通報，並得協助初期滅火及協助人命救助事宜。 																		

五、防災遊戲-地震模擬

內政部消防署於消防防災館網頁建置兼具挑戰及趣味性之地震模擬防災遊戲（<https://www.tfdp.com.tw/cht/index.php?code=list&ids=75>），大家可透過遊戲了解地震意外應注意事項，包括地震災前準備、災時應變與災後整理。利用網路學習正確防災常識，保護自己也能保護身邊的人！

參考資料

1. 內政部消防署全球資訊網
<https://www.nfa.gov.tw/cht/>
2. 內政部消防署消防防災館
<https://www.tfdp.com.tw/cht/index.php>

互動體驗

請用手機掃描QR-Code，進行手機互動體驗。



地震體驗



～本文由洪碧伶提供～

