

團隊資料報名表

提案主題：緊急時刻『永』遠相伴

團隊名稱：DataEconX

	姓名	學校/系級	電話	Email	簽名處
1.	楊以慈	東吳大學 經濟系	0983881751	2572kyle@gmail.com	
2.	許庭甄	東吳大學 經濟系	0905699277	janethsu23@gmail.com	
3.	李嘉芸	東吳大學 資料科學系	0935985103	leeyvonne985@gmail.com	
4.	林昱彤	東吳大學 資料科學系	0908779662	yutunglin919@gmail.com	
5.	張庭薰	東吳大學 資料科學系	0970825415	ztingshun54@gmail.com	

目 錄

第一章、團隊成員介紹

第二章、社群使用習慣及金融交易行為喜好，以及其需求點及痛點

第三章、永豐金控與同業的數位金融產品與服務分析

第四章、團隊所規劃的產品服務及商業模式

第五章、執行策略、時程安排

第六章、成本及效益評估

團隊簡介

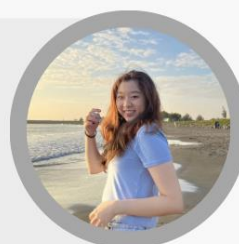
DataEconX

DataEconX是由東吳大學資料科學系與經濟系的五位大三學生組成的團隊。我們應用資料科學與經濟學的知識，並提出創新的解決方案。我們相信透過團隊合作與努力，我們能夠在競賽中嶄露頭角。



許庭甄/東吳大學經濟系

- 負責問卷發放、分析與製圖



楊以慈/東吳大學經濟系

- 負責問卷發放、成本估計與製圖



李嘉芸/東吳大學資料科學系

- 負責主題發想、Figma製作



張庭薰/東吳大學資料科學系

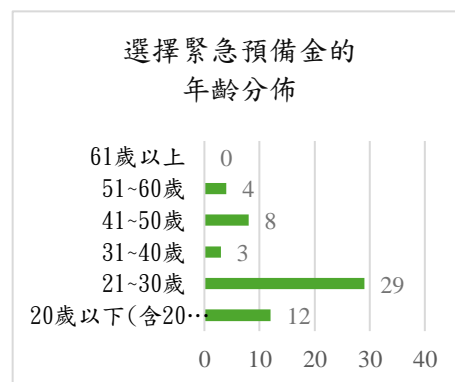
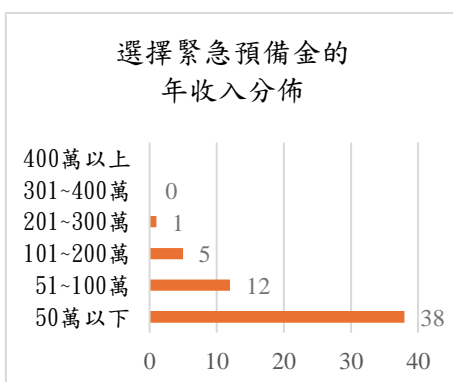
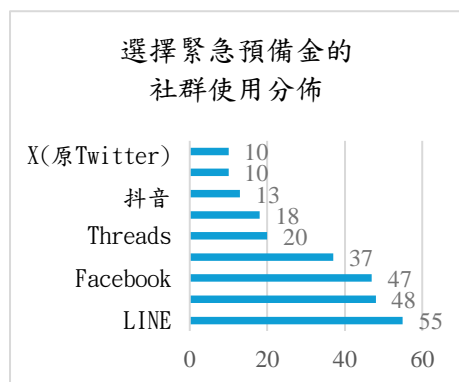
- 負責比較圖表、Figma製作



林昱彤/東吳大學資料科學系

- 負責主題發想、文字撰寫

第二章 社群使用習慣及金融交易行為喜好，以及其需求點及痛點

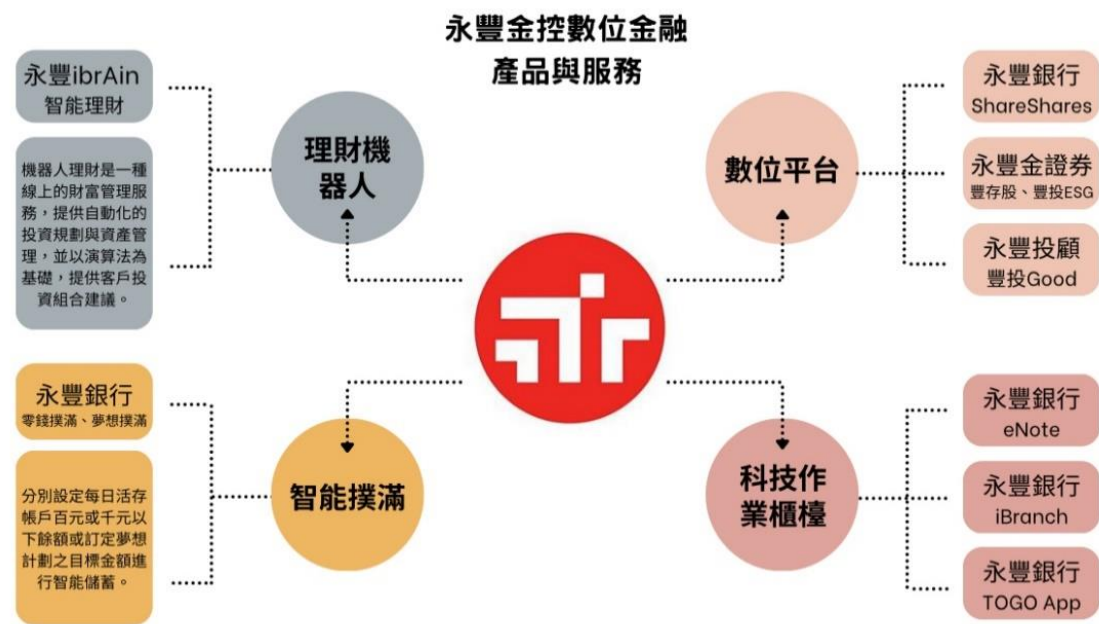


▲我們利用問卷來調查這次提案的相關資訊，收回問卷份數共 301 份，其中有效問卷共 301 份。在問卷調查中「希望在網銀中可以新增的功能」中，票數前三名分別是財務健檢、一站式服務（自動扣繳水電瓦斯）、薪水下來直接將部分錢存至緊急備用金，而前兩項分別在永豐的 ibrAin 及大咖中已經有這項功能，所以我們決定著重於「緊急備用金」的部分。

選擇希望新增緊急預備金功能的年收入分佈中最多的是 50 萬元以下的民眾，由此可知，即使年收入沒有其他族群的高，但依然了解要安排存緊急備用金的重要與需求。我們也致力希望這個觀念可以傳達給不同的收入層，不論收入高低，緊急與備用都是每個人的生活金融安排中不可或缺的一環。

在選擇希望新增緊急備用金的年齡分佈最多的是 21~30 歲的民眾，低於 20 歲與年紀更大的民眾相較來說對這項比較不認為有這項規劃的必要，所以我們不只希望可以將緊急預備金對我們生活的重要性推廣給年紀較大的民眾，更希望把這個觀念傳達給 Z 世代的年輕民眾們。

第三章 永豐金控與同業的數位金融產品與服務分析



同業金融商品比較-網路銀行

	永豐	國泰	合庫	中信	台新
轉帳金額	單筆200萬 單日200萬	單筆200萬 單日300萬	單筆200萬 單日200萬	單筆100萬 單日100萬	單筆200萬 單日300萬
轉帳限額 (非約定帳戶)	單筆5萬 當日10萬 當月20萬	單筆1萬 當日3萬 當月5萬	單筆1萬 當日3萬 當月5萬	單筆5萬 當日10萬 當月20萬	單筆5萬 當日10萬 當月20萬
跨行免手續費 次數 (月)	0次	0次	6次	0次	5次
緊急備用金	✗	✓	✗	✗	✓
代扣生活雜費	✓	✗	✗	✓	✗

▲透過同類行業金融商品比較，並發現緊急備用金在金融領域並不常見。其中有緊急備用金的國泰（彈力貸）和台新（Richart 備用金）的模式都是以貸款為基礎，讓客戶擁有緊急備用金。基於此，我們希望以備用金為核心主題，整合出一個更加完整的服務，讓客戶能夠妥善利用其存款。

第四章 團隊所規劃的產品服務、商業模式及行銷策略

1、 產品理念

緊急預備金之於資產分配非常重要，我們在表單調查中發現緊急備用金的需求約四成，而目前一些銀行雖有該功能，但隸屬在貸款業務之下，與我們的理念較不一樣。因此我們想新增緊急預備金之功能，教導大眾緊急備用金是要事先預備好，而非貸款取得的觀念。

2、 產品與服務

用戶可申請使用資格，審核通過後會有最低目標金額，每個月固定從帳戶中存入一筆備用金，依據完成進度給予不同利率獎勵方式，採用階段式利率的方式提高使用意願，在利率上的設定為活期存款<緊急預備金<定期存款，達到目標金額即能擁有定存利率。

在使用上，若該用戶提款次數太過頻繁，則會調整利率分成更多階段，以降低每個階段的利率。連續兩次或一年累積三次未能從成功存入備用金，帳戶將會停權需重新申請。

主頁功能如下

A. 紀錄:

用戶可以查詢最近半年、最近一年及全部緊急備用金的異動明細。

B. 試算:

不同於審核較複雜的試算方法，填入三個簡易問題「家庭狀況、平均月薪、平均月支出」隨時可以評估目前緊急預備金所需之金額。根據此結果可自行調整目標金額，調整後的金額不得低於審核之最低金額。

C. 提款:

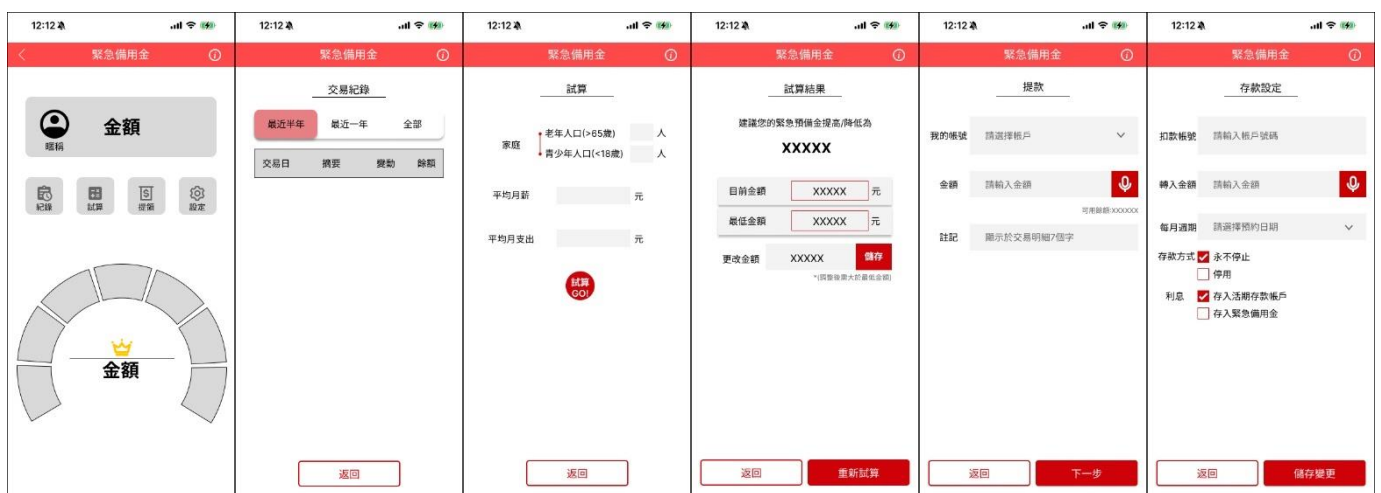
用戶可以隨時提領需要的金額到自己的帳戶，不受限於任何時間地點。

D. 設定:

自行選擇扣款帳戶並設定扣款日及金額，自動扣款的功能增加便利性、讓用戶無痛存下一筆緊急金。用戶也可以根據自身考量選擇利息領取方式、達成目標金額後的說明等。



(Figma:[Demo 展示](#))



3、商業模式

商業模式

關係合作夥伴	關鍵活動	價值主張	顧客關係	目標客層
客戶 客服專員 合作商家	網銀註冊 平台維護	即時調度 備用基金 強制存款	會員制 反饋評分	月光族 年輕族群 即將退休的人 不善理財的客戶
	關鍵資源		通路	
	大數據試算 扣款連結系統		永豐行動銀行App	
成本結構		收益流		
平台開發費 系統維護費用 擴展客戶人力費		保險收入 客戶存入資金 合作店家廣告收入		

第五章 執行策略、時程安排

一、執行策略

短期目標：

以「有了預備金，『永』遠不擔心」的口號在使用者裡建立該形象（示意圖如下），透過規劃預備金制度，讓生活中多了一份理財的方法及安心的準備，預備金以每月定期定額存入有需要時可提領為原則去規劃。同時也可以配合該公司的優惠活動讓新使用者或長期使用者注意到此功能。

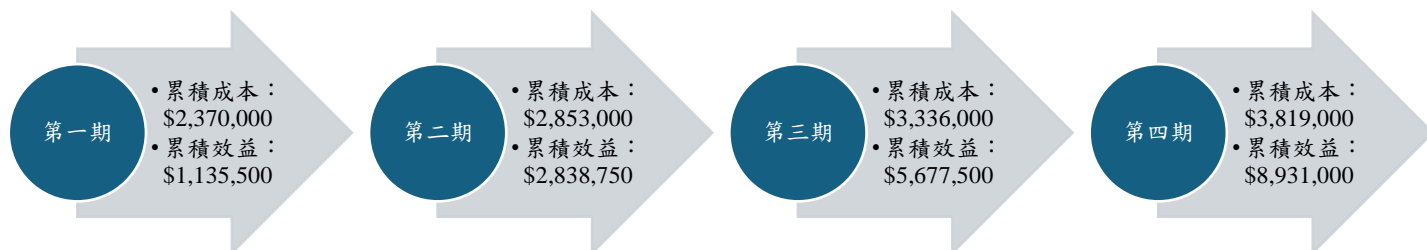
中、長期目標：

在執行行銷策略一段時間後不斷調整及檢視目前的行銷策略。例如：在此功能中開啟評分項目，給予使用者一個管道回饋，讓公司能找到更符合消費者需求的功能並進行改善也可以透過社群平台定期發文等方法，持續性地在社交平台曝光。

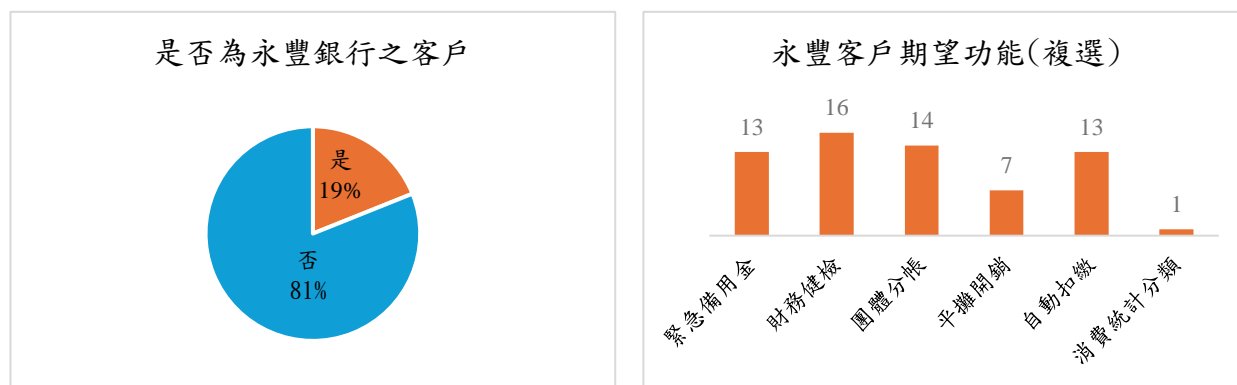


二、時程安排

我們將此緊急備用金企劃定位為中短期的專案，因此根據我們成本以及效益估算，第一期以建置功能、行銷給大眾為主，第二季在廣告、KOL 合作等方式行銷後，用戶成長至 20%，並預計在第三階段轉虧為盈，爾後期望在後續階段能夠穩定成長。



第六章 成本及效益評估



在 301 份問卷中有 19% 為永豐銀行之客戶，這 57 人當中期望的功能為緊急備用金的有 13 人，約占永豐客戶的 22.81%。且依據 Appfigures 網站公布永豐行動銀行在 iOS 系統下載量約為 15000 人次，安卓系統則約 5000 人次。故此企畫書在預估效益時，以這些公開數據及問卷預估利潤。

一、成本評估

人力費	月薪	月數	人數	金額	備註
軟體工程師(前端)	\$30,000	6	2	\$360,000	APP 架設功能
軟體工程師(後端)	\$50,000	6	3	900,000	銀行扣款資料 API 串接
數據分析師	\$40,000	6	1	240,000	用戶資料收集、分析
產品經理/產品管理師	\$40,000	6	1	240,000	主導專案運作、團隊整合和協調
行銷人員	\$28,000	6	2	336,000	社群宣傳新功能
小計				\$2,076,000	
設備費	單價		個數	金額	備註
電腦	\$30,000		9	\$270,000	
小計				\$270,000	
業務費	單價	月數	個數	金額	備註
軟體	\$1,000	6	3	\$18,000	Canva(行銷)、Figma(UI/UX)付費版
一般事務費	\$1,000	6		6,000	
小計				\$24,000	
總計				\$2,370,000	

表格 1：本計畫第一期(半年)包含人力費\$2,076,000、設備費\$270,000、業務費\$24,000

人力費	月薪	月數	人數	金額	備註
軟體工程師(前端)	\$30,000	6	1	\$180,000	維護
軟體工程師(後端)	\$50,000	6	1	300,000	維護
小計				\$480,000	
業務費	單價	月數	個數	金額	備註
一般事務費	\$500	6	1	\$3,000	
小計				\$3,000	
總計				\$483,000	

表格 2：本計畫第二至四期包含人力費\$480,000、業務費\$3,000

二、效益評估：

第一期效益評估(10%APP 用戶約 2000 人)					第二期效益評估(15%APP 用戶約 3000 人)				
	金額	月數	人數	金額		金額	月數	人數	金額
保險(100 萬以下)	\$50	6	1160	\$348,000	保險(100 萬以下)	\$50	6	1740	\$522,000
保險(101~200 萬)	\$100	6	340	204,000	保險(101~200 萬)	\$100	6	510	306,000
保險(201~300 萬)	\$150	6	340	306,000	保險(201~300 萬)	\$150	6	510	459,000
保險(300 萬以上)	\$200	6	160	192,000	保險(300 萬以上)	\$200	6	240	288,000
短期票券手續費	\$7	6	2000	85,500	短期票券手續費	\$7	6	3000	128,250
總計				\$1,135,500	總計				\$1,703,250
第三期效益評估(25%APP 用戶約 5000 人)					第四期效益評估(30%APP 用戶約 6000 人)				
	金額	月數	人數	金額		金額	月數	人數	金額
保險(100 萬以下)	\$50	6	2900	\$870,000	保險(100 萬以下)	\$50	6	1160	\$1,044,000
保險(101~200 萬)	\$100	6	850	510,000	保險(101~200 萬)	\$100	6	340	612,000
保險(201~300 萬)	\$150	6	850	765,000	保險(201~300 萬)	\$150	6	340	765,000
保險(300 萬以上)	\$200	6	400	480,000	保險(300 萬以上)	\$200	6	160	576,000
短期票券手續費	\$7	6	5000	213,750	短期票券手續費	\$7	6	2000	256,500
總計				\$2,838,750	總計				\$3,253,500

表格 3：第一期到第四期的效益評估，手續費以交易\$5000 元收取 0.1425%的手續費計算。

儲蓄保險：

從 2023 年出現美國矽谷銀行倒閉、地緣政治的戰爭，讓不少人出現恐慌心理，擔憂國家、銀行發生經營危機，多年辛苦賺來的錢成為泡影。中央存款保險（CDIC）提供最高三百萬的存款保障，雖說如此，但對於擁有大筆資產的客戶來說非常不公平，因此我們也預計推出「永豐用戶儲蓄保險」，從 50 萬緊急備用金用戶開始，每增加 100 萬為一保險級距，300 萬以上用戶強制投保該儲蓄保險，為用戶撐起一把存款的保護傘。

利用短期票券賺取手續費：

利用短期票券如商業本票、可轉讓銀行定存單、國庫券等安全、流動性高、可獲利、可依法免稅或退稅之特色，到達一定金額的顧客可以詢問其是否願意將其備用金去投資，幫客戶滾利的同時，銀行也可以收取手續費。

期數(半年)	每年成本	每年收益	累積成本	累積收益
1	\$2, 370, 000	\$1, 135, 500	\$2, 370, 000	\$1, 135, 500
2	\$483, 000	\$1, 703, 250	\$2, 853, 000	\$2, 838, 750
3	\$483, 000	\$2, 838, 750	\$3, 336, 000	\$5, 677, 500
4	\$483, 000	\$3, 253, 500	\$3, 819, 000	\$8, 931, 000

表格 4：第三期即可回本