

東海大學社會學系  
碩士論文

信用卡是不是錢？

——Georg Simmel 的《貨幣哲學》之延續



指導教授：鄭志成 博士

研究生：李辛瑩

中華民國九十九年六月

## 摘要

本文從 Georg Simmel 的《貨幣哲學》一書出發，透過 Simmel 勾勒出金錢自身的特性，以及金錢與社會生活相互作用的圖像，作為分析「信用卡」的基礎。Simmel 將金錢視為個人與外在世界之間的中介物，通過對金錢的占有，自我及其欲望將獲得不同程度的實現。但是，金錢逐漸成為一種自我生成、自我再製的體系，反過來將其特性、力量加諸於所納入的對象之上，作用於人的思維與行動，改變人的生活形態。

Simmel 的分析停留於信用貨幣的階段，而在塑膠貨幣出現後，金錢的形式有了另一番發展，其中，屬於塑膠貨幣之一的信用卡，則對現代社會產生劇烈的影響，一種交易媒介的變革，實際上亦是社會生活的轉變。然而，目前台灣對信用卡的相關研究中，往往只把信用卡單純視為一種交易媒介，一種異於現金交易的消費模式，就算討論所造成的卡債與擴張消費的效應時，也多將信用卡獨立看待。信用卡需要以相同於「金錢不只是金錢」的方式看待，除了必須將信用卡放回其體制，以及整個金融環境外，藉由信用卡與金錢特性之異同的討論，透過信用卡相關資料，以及持卡人使用經驗的分析，描繪出信用卡與金錢之間的連結，這正提供一個信用卡真實樣貌更為清晰的角度與視野。

我們將看見信用卡在金錢的不同特性上，出現更為極致、延伸，或是翻轉的改變，而且信用卡亦具備其獨有的特徵，在這些特性彼此作用、加乘的情況下，則對個人與社會整體產生異於金錢的影響力。其中，個人與金錢的關係通過信用卡有所變化；信用卡也以「類金錢」的姿態成為個人與外在世界聯繫的另一個中介物，通過信用卡，個人與外在世界呈現一個不同以往的互動方式。這即是本文關注的焦點，亦是對信用卡引發之效應的另一種省思。

**關鍵詞：Georg Simmel、貨幣、金錢、信用卡、消費、借貸**

# 目錄

<b>第一章</b>	<b>緒論</b>	1
第一節	問題源起	1
第二節	研究對象——信用卡	3
	一、信用卡在台灣的普及性與效應	3
	二、信用卡之獨特性	5
	三、信用卡的研究狀況	6
第三節	研究問題與方法	9
	一、研究問題	9
	二、研究方法與資料來源	11
第四節	章節安排	12
<b>第二章</b>	<b>信用卡相關資料與概念</b>	15
第一節	信用卡之界定	15
	一、塑膠貨幣之定義與類型	15
	二、信用卡之定義	16
第二節	信用卡的起源與發展	18
	一、信用卡起源概述	18
	二、信用卡在台灣的發展	20
第三節	信用卡的制度與機制	22
	一、信用卡的作業體系：繁多的成員與流程	22
	二、信用卡的功能與種類	25
<b>第三章</b>	<b>金錢形式的發展</b>	29
第一節	金錢的不同形式	29
	一、從直接交換到商品貨幣：逐漸延伸的交換鏈	29
	二、金屬貨幣：質量保證與穩定的追求	30
	三、代用貨幣與信用貨幣：趨於完備的金錢形式	32
	四、塑膠貨幣：人與金錢之間的新連結	33
第二節	金錢發展的基礎	35
	一、技術的變革：鑄幣技術、印刷術與電子系統	35
	二、智識活動的增長	36
	三、信貸觀念及其制度之開展	37
<b>第四章</b>	<b>金錢與信用卡之間</b>	41
第一節	對「事物價值」與「價值感受」的作用	41
	一、金錢的純量化特徵	41

	(一) 將事物價值從「質」轉換為「量」的表現	41
	(二) 價格成為事物價值的衡量之一	43
	二、虛幻與真實之間的金錢：信用卡	44
	(一) 對金錢價值的模糊化	44
	(二) 對事物價值的削弱	48
第二節	無特定性的金錢與有限定的信用卡	49
	一、金錢作為手段的純粹性	49
	二、有身份的金錢——個人化的信用卡	51
	(一) 個人信用作為信用卡合法流通的擔保	52
	(二) 與個人需求相連結的信用卡	53
第三節	占有物的特性影響個體行動：不同程度的自我擴張	55
	一、通過金錢的自我延伸與滿足	55
	二、更為擴張的欲望與消費	58
	(一) 「消費社會」的加乘效果	58
	1. 以「消費」為主的社會	58
	2. 消費社會中，商品與個人的關係	59
	(二) 信用卡對消費與欲望的強化作用	61
	1. 信用卡擴大進行消費的可能性	61
	2. 欲望的延伸與滿足：通過信用卡而便利化	65
<b>第五章</b>	<b>信用卡的獨特性及其作用下的生活</b>	69
第一節	信用卡獨有的特性	69
	一、信用卡的「商品」意涵	69
	(一) 信用卡作為一種「金融商品」	69
	(二) 顛倒的銷售邏輯	72
	二、信用卡的社會區分	73
	(一) 等級化的象徵意義：具「階級性」的信用卡	73
	(二) 「類別化」與「趨同化」的運作邏輯	77
	1. 強調個人認同感	78
	2. 強調個人獨特性	80
	三、「信用」概念的延伸與擴增	81
	(一) 信用機制的轉變：頻繁使用的「信貸關係」	82
	(二) 指標化、系統化的個人屬性	85
第二節	「信用卡」下的生活	87
	一、「日常化」的借貸活動	88
	(一) 卡債、卡奴的效應	88
	(二) 如影隨形的借貸	90
	二、工具對生活的支配	94

	(一) 信用卡所造成的奴役與支配現象	94
	(二) 「卡片化」的生活	96
<b>第六章</b>	<b>結論</b>	101
	<b>參考書目</b>	105

# 第一章 緒論

## 第一節 問題源起

Georg Simmel 的《貨幣哲學》<sup>1</sup>一書中，將金錢界定為，「只不過是手段、質料或實例，用以表現最表層的、最實際的、最偶然的現象與存在最理想的潛力之間的關聯，表現個體生命與歷史的最深刻的潮流之間的關聯。」<sup>2</sup>以金錢為考察對象，實際上是試圖描繪、分析他所處的時代氛圍、當時的社會樣態與生活型態的特徵，而這背後所關心的是人類生活的終極價值與意義。

Simmel 將金錢作為一種中介物，作用於個人與社會之間，作用於人的靈魂、精神生活與行動，以及所有可納入貨幣經濟體系的對象。David Frisby 討論到，社會學界對 Simmel 的《貨幣哲學》產生許多分歧的看法，有人認為《貨幣哲學》所講述的與一些經濟學研究無異，沒有其他新穎的見解與分析；有人認為《貨幣哲學》點出當時代的衝突與混亂，對於當時社會出現的現象具有其獨特的考察方式。<sup>3</sup>不過，無論對《貨幣哲學》的評價如何，至少都引起學界的討論與注目。

Simmel 看見貨幣的大量使用改變了人的生活形態，促成「貨幣經濟」的形成。《貨幣哲學》上卷是針對金錢本質性的分析：「從一般生活條件與聯繫理解貨幣的本質」，<sup>4</sup>從中，我們可以看見金錢具備其獨有的特性與特徵；下卷則是通過金錢的各種特性，綜合、交互的影響下，所產生的生活形態：「從貨幣的影響說明一般生活的本質與構造」。<sup>5</sup>Simmel 提供一種可以用來分析金錢的框架與視野，他所萃取出的金錢特性，精確地表達出金錢何以能成為現在金錢的樣態，社會如何在其作用下發生轉變。金錢與社會處於一種相互作用的動態關係，基於不同目的與需求發展出不同的金錢形態，也因為不同的金錢形態，對社會生活產生不同影響。

然而，Simmel 所考察的金錢尚停留於信用貨幣的階段，社會發展至今，金錢的形式依然不斷出現變化，「塑膠貨幣」則是其中影響人們生活極為劇烈的一

---

<sup>1</sup> 《貨幣哲學》另有一中譯本，由貴州人民出版社出版，許澤民翻譯，本論文僅參照華夏出版社的中譯本。

<sup>2</sup> Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》，北京：華夏，頁 3。

<sup>3</sup> 參閱 Frisby, David, 阮殷之譯 (2001), 〈論 Simmel 的貨幣哲學〉，頁 219-235。收錄於《金錢、性別、現代生活風格》，Simmel, Georg, 劉小楓選編，顧仁明譯 (2001)，台北：聯經，頁 215-282。

<sup>4</sup> Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》，北京：華夏，頁 2。

<sup>5</sup> 同前引書，頁 2。

種貨幣（尤其是「信用卡」），這當然是 Simmel 無法顧及的金錢形態。本文所考察的對象——信用卡，它在不同時間、地區都引發過度消費與過度擴張信用等效應。以台灣於 2005 年爆發的卡奴事件<sup>6</sup>來說，卡債事件的爆發突顯出台灣對信用卡發行、市場監控、風險控制的疏忽，對於責任的歸屬，一般認定無論是發卡銀行、信用卡使用者，或是政府，皆有其責任範圍。卡債事件，以及衍生的社會問題亦顯示信用卡的使用對生活造成的影響（甚至是一種衝擊）。另外，因為使用信用卡本身而引發的犯罪或問題，例如：盜刷、冒名申請、資料外洩、詐騙，持卡人與發卡機構的糾紛等等，這些狀況都是在信用卡的使用下才出現的。從這些現象中可以發現，這張薄薄的塑膠卡片雖以暫時替代現金流通的角色被創造，強調其優於現金的便利性，然而，如此定位信用卡的方式，簡化了信用卡所具有的複雜性，只將信用卡界定為單純的交換工具，更將它與金錢之間的關係完全切割。

「先消費、後付款」是信用卡最基本的功能，表示此消費活動的進行，除了具備「優先性」：無須支付金錢就可獲得商品（或其他交換對象），同時也具備了「延遲性」：在未來的一段時間內，仍須使用金錢支付消費款項。但是，在此消費過程中，金錢的具體形象似乎被掩蓋在這張塑膠卡片背後，令持卡者忽略信用卡消費也是對金錢的使用，而造成過度消費、信用濫用的情況。

無論在信用卡界定上，或是個人的使用層面，往往忽略信用卡的金錢特徵，而以一种純粹作為工具的方式看待，然而，從信用卡所造成的效應，以及對個人生活的影響中，我們可以發現信用卡與金錢的關係似乎值得玩味。也正因為信用卡與傳統金錢形式存在著一種曖昧與模糊的關係，上述的社會現象，才主要是由信用卡所造成，而非其他類型的塑膠貨幣。因此，如果只把它單純視為另一種支付工具來看待絕對是不夠的（如同把金錢僅視為是一種支付媒介一樣）。信用卡除了是另一種消費和交易的方式，也因信用卡自身逐漸產生的特性，若不將它與金錢關聯在一起，將看不清信用卡的真實樣貌。

基於此，我企圖在 Simmel 對金錢考察的基礎上，展開對信用卡的分析。一來，從中比較信用卡與金錢之間的差異；二來，希望藉由 Simmel 的分析，表達信用卡與金錢的關係，它如何如同金錢一樣，作用於個人與其生活。企圖從金錢

---

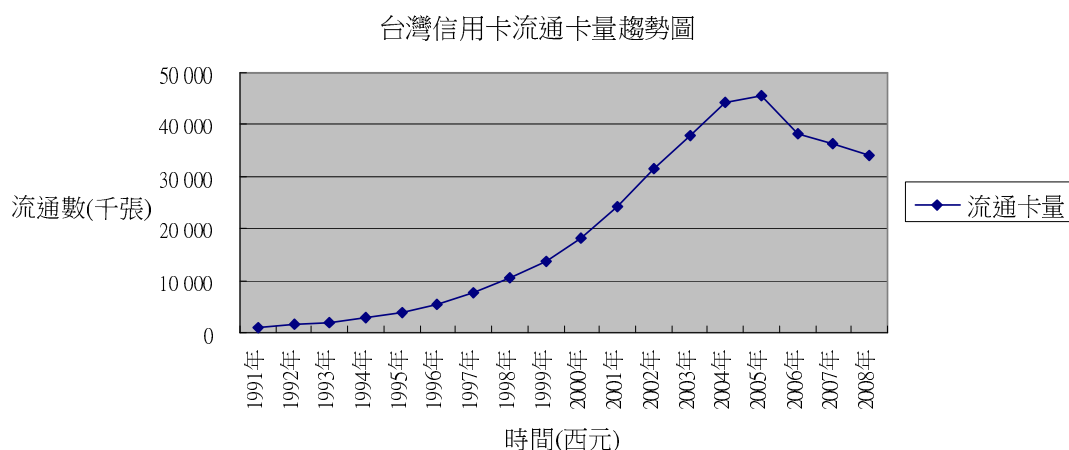
<sup>6</sup> 「卡奴事件」特指 2005 年底到 2006 年初，因眾多卡奴無力償還所累積之卡債所爆發的事件，包括各種正當與不正當的催收手段，使卡奴陷入恐慌不安之中，以及引發的犯罪、自殺、精神疾病等社會問題。而「卡奴」則是指積欠銀行因信用卡墊款、現金卡預借現金，及信用貸款所生之債務達到一定程度之金額，相對於自身或其家庭之收入及財產等還款能力，顯有無法於短期內償還該本金與利息者。參閱：吳元曜（2006），〈論於卡奴事件中政府應扮演之角色〉，《法令月旦》，第 57 卷第四期，頁 354-360，此處頁 354。

到信用卡，以及信用卡對照於金錢這樣的时间軸線，從中描繪出信用卡的社會意涵，以及其與經濟和生活的交織樣態。

## 第二節 研究對象——信用卡

### 一、信用卡在台灣的普及性與效應

依據行政院金融監督管理委員會（以下簡稱：金管會）統計資料顯示，<sup>7</sup>至 2008 年 12 月台灣信用卡流通卡數<sup>8</sup>共計約 33,950 千張，依據下圖可看見，從 1991 年至 2005 年，信用卡的流通量皆呈現往上攀升的趨勢，且在 1998 年到 2005 年期間，上升幅度加劇，2005 年的流通卡量（45,494 千張）已是 1998 年（10,640 千張）約 3.5 倍之多。流通量最多的時期，台灣平均每人擁有兩張信用卡，儘管流通量縮減後，依達到平均擁有卡數 1.5 張。



再看到信用卡簽帳金額與循環信用餘額<sup>9</sup>的部分：

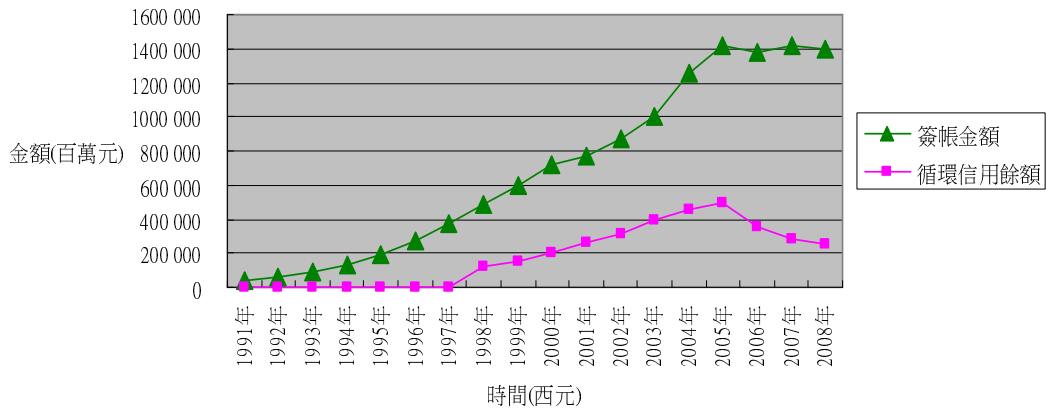
<sup>7</sup> 原始統計資料可參考金管會網站：  
[http://www.fsc.gov.tw/Layout/main\\_ch/BS\\_BSContent.aspx?Guid=44f08caf-3fe4-4b13-a5a9-9acc4dcee651&path=2566&Language=0](http://www.fsc.gov.tw/Layout/main_ch/BS_BSContent.aspx?Guid=44f08caf-3fe4-4b13-a5a9-9acc4dcee651&path=2566&Language=0)。

<sup>8</sup> 流通卡數是指發卡總數減停卡總數，且卡片狀況正常者。

<sup>9</sup> 循環信用餘額是指使用信用卡的消費金額，減去全額繳清的消費金額，即該月帳單沒有繳清所剩下的餘額。此部分數據在 1998 年開始才有統計資料。



台灣信用卡簽帳金額與循環信用餘額趨勢圖



截至 2008 年底金管會統計資料顯示，2008 年台灣信用卡國內外的簽帳金額達 1,394,056 (百萬元)，簽帳金額亦以不斷攀升的趨勢發展，將簽帳金額趨勢與流通卡量趨勢圖相比較時，也可發現兩者趨勢走向大致相符，發卡量增加，簽帳金額也跟著提高。在 1998 年到 2008 年十年間，信用卡簽帳金額占民間消費的比例，從 9%增加至 18.4%，<sup>10</sup>顯示信用卡有越來越高的比例使用於日常消費。並且在相關信用卡與貨幣需求的研究中，林玫吟提及在信用卡成為被普遍接受的支付工具，支付系統效率化的同時，將改變傳統貨幣需求函數，進而降低中央銀行對貨幣的控制力及貨幣制策的有效性。<sup>11</sup>林宗耀亦指出信用卡的使用程度提高，將降低交易性貨幣需求<sup>12</sup>的意願，進一步波及貨幣需求的所得彈性。<sup>13</sup>信用卡無論在市場的擴大或個人使用的程度，皆顯示更為普遍化的發展趨勢，逐漸成為主要的支付工具之一，亦實際影響了傳統貨幣經濟的模式。

然而，從上圖也可發現循環信用餘額從 1998 年開始，隨著簽帳金額攀升，循環信用餘額也逐漸增加，直至 2005 年到達高峰（簽帳金額為 1 兆 4209 億元、循環信用餘額為 4947 億元），這即是卡債事件爆發的時間點。循環信用餘額的攀升意謂消費金額已超越足以負擔的範圍，越來越高的簽帳增額，伴隨越來越高的

<sup>10</sup> 可參考本論文第四章第三節「信用卡簽帳金額與民間消費比較表」(頁 61)。

<sup>11</sup> 參閱林玫吟等 (2003)，〈信用卡交易對貨幣經濟的影響——台灣之實證研究〉，《人文及社會科學集刊》，第 16 卷第 3 期，頁 465-485，此處頁 466-467。

<sup>12</sup> 「貨幣需求」之定義為：經濟主體自願保有貨幣，並非只是為購買商品、勞務或各種資產等目的而握有，凱因斯將貨幣需求動機歸納成交易、與預防與投機，其中交易性需求貨幣是指家計單位及廠商部門為進行目前交易而需保有現金。參閱于宗先主編 (1986)，《經濟學百科全書 5：貨幣與金融、國際經濟學》，台北：聯經，頁 122-123。

<sup>13</sup> 參閱林宗耀 (1993)，〈貨幣需求與信用卡本質之探討〉，《中央銀行季刊》，第 12 卷第 4 期，頁 56-86，此處頁 84。

循環信用餘額，顯示信用卡借貸功能的使用比例越來越高，卡債事件則是過度擴張信用逐漸累積的「成果」。而在事件爆發後，信用卡循環信用餘額雖有下降，簽帳金額卻維持相當的成長趨勢，這一點值得省思，可能表示國內使用信用卡消費的行為已養成，儘管卡債事件發生，加上近期經濟不景氣的現象也未影響持卡人的使用狀況。

卡奴事件爆發之後，開始有許多相關於卡債、卡奴的報導和探討，除討論如何解決卡債問題之外，也對事件的關係者（尤其是持卡人和發卡銀行）、契約內容與政府的角色等問題進行檢討。這個問題並非短時間發生，是逐漸累積到一定程度才爆發，在發生之前雖有相當的資料討論過信用卡與現金卡所可能帶來的風險與引發的問題，卻在卡債事件後才引起多方的關注與反省。至今，卡奴事件儼然成為不可忽視的社會問題，其情勢之劇烈更由於信用卡加上現金卡的雙卡風暴所共同引發的效應而更顯嚴重。信用卡危機不僅止於台灣，南韓、美國、英國等地同樣類似現象產生，發生時間上雖有差異，但是都顯示出信用卡使用可能帶來的問題與風險。

## 二、信用卡之獨特性

信用卡本身是極為特殊的產物，如同大部分的塑膠貨幣一樣，不是由政府發行，然而，在信用卡體制運作的過程中，政府在其中卻具備對發行者進行監督與控管的責任。例如，在相關卡債事件的探討中，銀行與持卡人簽訂的定型化契約、發卡銀行的行銷手法，以及政府在其中所扮演與應該扮演的角色，是最受討論的兩個層面。其探討的關鍵點在於：正因為信用卡發行機構不是政府，因此，發卡銀行與使用者間的關係是由一份「定型化契約」<sup>14</sup>所建立，此契約除了關涉一種私法關係，亦涉及國家金融策略，也同時承載著契約自由的原則與國家對市場經濟角色。

信用卡本身及其制度亦存在不同於其他的塑膠貨幣之處。首先，信用卡背後相應一套複雜的制度和機制，其牽涉成員即包含五個部份，以發行端來說，信用卡主要的發行者是銀行，並包括具備國際性質的授權機構，對他們而言，信用卡

---

<sup>14</sup> 定型化契約依照「消費者保護法」第二條第七款規定，是指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款，而信用卡定型化契約，性質上屬於「消費性定型化契約」，信用卡發行機構與申請人和持卡人之間的權利義務，則為私法關係。參閱詹森林（2006），〈信用卡定型化契約與卡債風暴〉，《月旦法學雜誌》，第 135 期，頁 29-45，此處頁 29-31。

是一種金融商品，雖然在消費活動中信用卡是一種支付工具，在其市場定位卻是一種可從中獲益的商品，它的商品性與獲利性皆大於其他塑膠貨幣。

再者，信用卡本身具備其他附加功能，比起單純使用於交易目的的塑膠貨幣，信用卡還會被定位為理財工具，加上其附載的功能，使信用卡的使用不限於消費（還能用以借貸），而其消費過程也異於其他塑膠貨幣，信用卡的附加功能使信用卡的使用與整個過程，變得更加複雜與多樣化。

最後，信用卡與金錢之間的緊密性亦大於其他類型的塑膠貨幣，不同於其它同樣作為支付工具的塑膠貨幣，信用卡與金錢的關係將拉長至繳清金額的那一刻。<sup>15</sup>由此，我們可以看見，信用卡本身存在著其他塑膠貨幣所沒有的功能與特徵，這些恰恰成為它產生其他塑膠貨幣所無法造成的影響力。

### 三、信用卡的研究狀況

信用卡的相關研究極多，因為信用卡體系的參與者眾多，其網絡關係較為複雜，也因為信用卡本身同時具備經濟與社會意涵，不同學術領域皆可從不同研究目的、關注焦點、角度以及相關的現象切入。比例上，以企業管理及相關科系所做的研究最多，再者，是經濟與金融相關科系，以及資訊和傳播科系，相較之下，社會學領域對信用卡的討論較少。

相關信用卡的學術研究中，我以研究主體之不同區分為四部份，各部份另有其關注主題的差異。

第一部分是針對「持卡人」的分析，雖皆以持卡人為研究對象，但是，研究焦點與問題會有所差異，就算討論的問題相似，也會在對象的族群與地區的限定上有所不同。其中，主要的討論可分成兩部份：一為，針對持卡人的個人屬性和特徵（如性別、年齡、職業、教育程度、收入、婚姻狀況等），以生活型態和持卡動機為變數，進而探討這些因素或與消費行為、選擇和重視的信用卡功能、特性之間的相關性。<sup>16</sup>這些研究者選取的指標不盡相同，研究方向與結論也因其研究問題、方法、取樣等因素而存在差異，但這些研究皆顯示持卡人的特性具有的分析價值，且展現於消費行為與信用卡的使用狀況中。

---

<sup>15</sup> 信用卡與其它塑膠貨幣之間的差異，在本文第二章第一節有更詳細的說明。

<sup>16</sup> 參閱李尚仁（1996），〈大學生的信用卡持卡行為研究〉，文化大學國際企業管理研究所碩士論文；李信宏（1992），〈台灣地區信用卡之消費者行為研究〉，東吳大學管理科學研究所碩士論文；葉慧貞（1998），〈消費者特性、產品特性、市場及廠商特性與品牌忠誠關係之研究——以信用卡為例〉。

二為，以持卡人的消費行為、持卡使用過程為分析，進而討論其中對信用卡業務之風險的關聯性。這部份研究的關注焦點在於，藉由持卡人的人格特質、消費行為、信用態度、持卡的狀況（例如：擁有的信用卡卡別、核卡額度、繳款情況）等因素對其使用信用卡可能產生的不正常狀況，違約、剪卡等信用風險進行評估與預測，例如：陳淑君、謝宜芳皆從持卡人之個人屬性、與銀行來往狀況進行討論，從中萃取能夠預測信用風險與違卡狀況模型的關鍵因素。<sup>17</sup>

第二部份是以「信用卡體制及市場」為分析對象。其中，以信用卡體制為分析者，一類是討論信用卡的出現與使用對台灣貨幣需求或通貨需求的影響，企圖將信用卡的消費納入貨幣需求函數的模型建立後，以期較為準確地預測和描述。例如：林元、曹貞睿與梁婉麗皆發現隨信用卡使用程度提高，會對貨幣需求產生抑制，即民眾對貨幣的需求降會降低，其中林元特別提到信用卡對貨幣的影響也反應在存款結構的改變上。<sup>18</sup>此部分研究雖涉及經濟學的專業知識，但根據其研究動機主要源於台灣金融環境的改變，尤其是信用卡普及化的情況，再加上信用卡可延遲付款的性質，因而使得貨幣需求模型需有所修正。顯示信用卡開啟的不只是金融的變革，也對貨幣市場的供給與需求，以及個人支配財務的方式帶來影響。

另一類是針對信用卡的信用評分模型之評估與建構，主要目的是為建立較好的信用評等機制，以降低呆帳發生的比率，和提高銀行的授信品質。曾俊堯與劉泰谷就提及在信用卡可以為銀行帶來營利的心態下，信用卡成為銀行拓展的重點業務，因而除增加宣傳和優惠外，也降低審核標準，並簡化審核過程以增加信用卡的流通量，這將提高銀行的信用風險。<sup>19</sup>信用評估模型的簡化與較鬆散的審核過程，使申請者能輕易成功核卡，也更容易產生「一人多卡」的情況，間接擴張個人的信用，超越個人所能負荷的程度，提高消費的可能性，亦帶來個人負債的風險。

而以信用卡市場為分析的部份，除了以信用卡的市場區隔、市場行銷策略(包括銀行宣傳與發展策略的比較、促銷策略對持卡人的行為影響、消費者對促銷策

---

<sup>17</sup> 參閱陳淑君(2004)，〈信用卡持卡人行為研究與風險估計〉，政治大學經濟研究所碩士論文；謝宜芳(2003)，〈信用卡業務的徵審過程、繳款改變與違約之研究〉，中央大學財務金融研究所碩士論文。

<sup>18</sup> 參閱林元(1996)，〈信用卡與貨幣需求〉，中興大學經濟學系碩士論文；曹貞睿(2000)，〈信用卡對貨幣需求之影響探討〉，中山大學產業經濟研究所碩士論文。

<sup>19</sup> 參閱曾俊堯(2000)，〈信用卡信用管理之研究〉，政治大學企業管理研究所碩士論文；劉泰谷(2003)，〈信用卡信用評分模型之建構與分析〉，世新大學財務金融學系碩士論文。

略的偏好等研究)為討論外,李思儀特別從經濟與社會的視角出發,藉由發卡銀行的行銷策略與發卡方式來瞭解信用卡產業如何進入台灣社會,進而回答經濟如何依循文化脈絡進入生活。李思儀將信用卡產業視為一種文化與經濟相互作用與影響的發生點,強調信用卡本身具有的社會文化意涵。<sup>20</sup>

第三部份是分析「信用卡的廣告與內容」,這類研究的立基點在於廣告會對接受者的認知、態度、知覺、感官確實發生作用,由此出發進而探討信用卡廣告中何種方式的呈現、強調的訴求、構成畫面、場景配置等成分的分析,以及這些對消費者所產生與可能造成的影響;並且,其研究也立基於「消費社會」的觀點進行探討。<sup>21</sup>此部分研究亦作為本文探討重點之一,藉其研究發現進一步歸納與分析信用卡對個人慾望(消費、彰顯自我)所營造的氛圍,以及對照於金錢使用,信用卡如何被突顯。

第四部份則以信用卡所造成的現象為分析,尤其是「卡奴、卡債」的現象。透過這類研究可知卡債問題的發生跟信用卡制度中許多環節極度相關,除發卡銀行風險管理的缺失(逾放比率過高、授信品質降低等),以及在信用卡契約中持卡人與銀行的不對等關係的因素可能造成此結果,此部分的研究會針對契約內容、法律為焦點,從中探討造成問題的可能性,與信用卡體制內的法律關係。<sup>22</sup>另外,朱錦鄉特別以信用卡負債者為分析對象,扣連台灣信用卡的發展、消費、個人資本與風險態度進行討論,從中我們可以更清楚看見負債者更清晰且深入的形象。<sup>23</sup>

由以上所整理的信用卡相關研究,可發現研究多站在企業管理與行銷的角度,關注於持卡者的消費行為、消費者特性、市場區隔與策略的分析。大部分研究僅將信用卡視為一種支付工具和金融商品,未將其觀點擺置於社會文化的脈絡(當然也可能因為其取向無須作此考察)。另外,也尚未有將信用卡與金錢進行比較的研究,亦無著眼於金錢與信用卡對個人、社會生活的影響與作用產生的轉變。然而,也因為相關研究已為信用卡的不同層面進行了討論,這方面的資料反

---

<sup>20</sup> 參閱李思儀(2000),〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉,台灣大學社會學研究所碩士論文。

<sup>21</sup> 參閱梁惠明(1996),〈電視廣告——消費現實的影像夢境:以金飾、汽車、信用卡廣告為例〉,輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文;薛丹琦(2007),〈消費夢囈的輪迴機制:信用卡廣告的文化與經濟分析〉,中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

<sup>22</sup> 參閱林水木(2007),〈我國信用卡消費契約與卡債問題之研究〉,高雄大學法律學系碩士論文;張欣宜(2007),〈信用卡法律問題與實務分析之研究〉,東吳大學法律學系碩士班碩士論文。

<sup>23</sup> 朱錦鄉(2004),〈資本、風險與欲望機器:信用卡負債者的社會分析〉,世新大學社會發展研究所碩士論文。

而是極為俱全與豐富，以其分析和研究成果正可成為本文研究資料的一部分。

### 第三節 研究問題與方法

#### 一、研究問題

金錢的討論在不同領域有相異的定位與旨趣，例如：金融學中對貨幣的研究著眼於其供給、需求，與對其體制的維持和平衡等等，然於社會學領域，對金錢的分析不同於經濟相關領域，除金錢本身之外，更從它與個人，與社會的關係作為研究的焦點。

一開始先釐清本文使用「金錢」與「貨幣」兩者的差異，「金錢」（更簡短地說就是錢）在日常用語中就是貨幣的代用詞，具備各種不同意義，例如：某君賺很多錢、某君很有錢、請給一點皮夾中的錢，依序代表所得、財富與支付工具，<sup>24</sup>但日常的使用不會特別進行區分，因此，金錢所指涉的是一個較具整體性、統合性的意義，例如：我們會說一個人的金錢態度為何，而非說一個人的貨幣態度。

「貨幣」一詞通常有兩種不同意義，一為，將貨幣當作抽象的計算單位或計算交易價值的共同標準尺度，用以測量商品或勞務的交易價值；二為，有形或具體的貨幣，所謂有形非指貨幣仍須為實物，是指貨幣的所有權能從交易的發生而轉移，其數量能計算且有限制，貨幣就成為交易媒介，作為清償、購買商品與勞務而發生債務的工具。<sup>25</sup>因此，貨幣有較具體的指涉意義，在經濟學領域亦有較細緻的區分與概念，而本文使用貨幣時，多應用於較為具體的指稱物，例如商品貨幣、金屬貨幣等等，金錢則指向較為抽象，較具統整性的意義。

另外，藉由 Simmel 對金錢的考察，我們可以先將金錢定位在兩層意義上：其一，金錢作為一種中介物：最明顯地表現於人和物之間，而可延伸為人與外在世界之間，金錢如一個溝通的媒介，且個人與自己，與他物或他者的關係可以透過金錢代為展現；其二，金錢作為一種占有物：占有的對象影響了人的行動、思維，以及看待世界的方式。金錢在不同形式之下，展現出相異的經濟活動，也展現出不同的社會生活型態，亦是不同的個人生活。對現代社會而言，在此意義上最直接相關地即是消費，這不只是單純的買賣關係，金錢特性越趨成熟的發展之

---

<sup>24</sup> 參閱徐義雄（1986），《貨幣供給》，台北：聯經，頁 19。

<sup>25</sup> 參閱同前引書，頁 19-20。

下，個人的欲望，與對待金錢的行動方式也伴隨著產生改變。

基於上述，本文企圖探討的問題有三個部份。

首先，延續 Simmel 在《貨幣哲學》中對金錢的討論，從金錢發展的軸線延伸至信用卡。既有論述中，多將金錢的發展視為經濟生活不斷變革的過程，金錢形式的變化從原始金錢，例如：鹽、貝殼、骨頭、食物等實體或商品形式，到金屬貨幣，再發展至紙幣的過程，正指向一個更為抽象化、虛擬化、純粹符號的過程，以及社會經濟、文化與生活型態發生的轉變。金錢的發展需要相應的社會性基礎之外，金錢也為社會帶來改變，作用於所有面向。而在信用卡以另一種支付媒介的角色出現時，就交易與消費層面來說，它是否延續了金錢的發展，將其展現得更為抽象與虛擬化？此問題的探討主要以對既有金錢發展的相關文獻之耙梳為討論的基礎，在對金錢發展作一描述與整理後，再延續至信用卡，藉由信用卡的歷史、功能的變化等資料進行討論，並從中考察信用卡發展與使用所需的社會基礎。

再者，信用卡與金錢的關係其實是曖昧與模糊的，作為支付工具的信用卡畢竟不是金錢，但它又承載著金錢的功能。信用卡與金錢的使用在個人的消費行為，以及所展現的生活樣態也有差異，例如：使用信用卡最普及的美國（更廣泛地說，是一種電子化金錢的極度應用），其呈現的生活方式就不同於尚未普遍，或尚未接觸信用卡的地區。Simmel 在《貨幣哲學》中，特別指出金錢的特性，例如：作為價值交換與衡量的標準，以及儲存價值的方法，這使價值更具流動性；作為最純粹的手段可作用於任何人事物上，也展現其中性與無內容的特質，甚至轉為一個最終的目的，成為人所追求的對象等等。Simmel 指涉的金錢特性實際上展現的是金錢如何作用於生活世界，如何作用於任一關係形式（包括人際互動、人與外在世界，以及人和金錢的關係）。於此，立基於 Simmel 對金錢的特性的分析，將信用卡置入討論，一方面希望理解 Simmel 對金錢特性及作用的論述；另一方面藉此構成信用卡和金錢的比較，並從中展現信用卡與傳統貨幣的差異之處。

最後，在初步觀察中發現，個人的信用與價值通過信用卡有不同於現金使用的展現。個人信用在信用卡機制中成為可被量化的對象，並被賦予一個所謂的「信用額度」作為表徵，信用額度正是透過對各種可代表個人的信用狀況的資料審核而來，且不只指向當下，更指向未來。個人的特性在信用卡體制中是被強調、突顯並更具作用力。信用卡的信用機制亦不同於金錢，金錢的發行和使用奠基於對

國家權力的信任和保證，相較之下，信用卡的發行機構是銀行，品牌的授予是國際發卡組織，信用卡流通的效用和保證則不再由國家提供，反而以民間機構與個人作為擔保。而信用卡的使用讓人不侷限於自身的經濟限制，使得消費空間變得更大、更具彈性，對於個人欲望的滿足似乎更為自由，更不受限制。並且，信用卡市場裡，其運作亦有其邏輯，例如，不斷地進行區隔與分級，將個人屬性納入其設計與宣傳策略之中。信用卡，在作為支付工具之外，隱含更多只作為交換使用以外的意義。

再將問題簡述如下：

1. 延續金錢形式的發展，其特徵、特性在信用卡上產生何種樣貌或轉變，以及信用卡獨有的性質為何？
2. 與金錢相同，信用卡同時作為一種中介物與占有物，相較於金錢作用於個人及其與外在世界的關係，則通過信用卡的使用，個人與金錢的關係，置換為信用卡時將展現何種樣態。
3. 如同金錢對社會生活帶來的變化，信用卡對社會生活產生了哪些影響？
4. 信用卡市場的運作邏輯為何？「個人」於信用卡的運作機制裡如何被運用？以何種運作邏輯被納入信用卡體制之中。

## 二、研究方法與資料來源

此論文主要的分析焦點可分成兩個部份：第一個部份是以 **Simmel** 對金錢的討論為基礎，由 **Simmel** 對金錢的分析和討論出發，從中比較出不同貨幣與塑膠貨幣之間的異同，並以其觀點為基礎，延續 **Simmel** 對金錢的觀察和論述，將金錢的時間軸從貨幣延伸至塑膠貨幣，並連結兩者對於日常生活的影響；第二個部份即是以信用卡為分析對象，企圖從信用卡本身，以及信用卡市場與機制的發展中，描繪出其對日常生活的影響，以期對信用卡有更深一層的認識與理解。

因此，本論文除了針對 **Simmel** 論述及觀點的耙梳之外，另一部分即針對信用卡的各種資訊、討論、研究等資料進行蒐集。首先，對信用卡資料和資訊的蒐集與瞭解為首要工作；再者，以目前台灣對信用卡的相關討論和研究中，可以發現其針對不同研究問題與目的亦發展出不同的主題、範圍，這些研究即提供了一部分的分析資料，藉由其研究發現可以更瞭解信用卡市場的運作；最後，為了接近持卡者的使用狀況與消費行為，則選擇以網路上針對信用卡討論的網站為觀察對



象，從中瞭解持卡人的態度與行為。在研究方法上即是以二手資料分析法進行，透過二手文獻資料的整理與引用，以及對於信用卡使用者的觀察，形成此論文之不同的分析基礎與內容。

二手資料的來源，以及企圖分析和觀察的內容整理如下：

#### 1. 發卡機構和發卡銀行的網站與發行人品

包括各大發卡組織與發卡銀行的網站資訊，以及各種書面發行人品與廣告宣傳，藉由信用卡申請書的申請條件、審核標準、過程，宣傳與廣告訴求等資訊，瞭解信用卡市場的運作，並藉此描繪以及探討個人在信用卡制度中如何被分類、標準化，哪些資格成為評判的標準，其意義為何。

#### 2. 期刊和論文

包含一般性和學術性期刊，以及碩博士論文。藉由其討論和研究可更清楚認識信用卡市場各個面向，例如相對於持卡人和信用卡體制本身，以及其中相對於信用的運作邏輯及內涵的探討。

#### 3. 信用卡的網路討論區

以「台大椰林風情 BBS」的信用卡討論區<sup>26</sup>、「比利網」的信用卡討論區<sup>27</sup>以及「卡優新聞網」<sup>28</sup>為主。這些網站的討論除了有信用卡相關資訊或新聞，主題式的整理等等，也讓持卡者，或想了解關於信用卡資訊的人有一個彼此經驗交流和分享的空間，藉這些網站，可以更快且較有系統地獲得信用卡的相關資訊，以及透過網友的討論可瞭解持卡人與信用卡市場之間的互動。

雖然，以網路意見和討論有其代表性和可查證性的風險，在樣本屬性的取得上雖有其限制，但也具備一定程度的廣泛性與多元性。透過這些個人經驗的陳述，可以在個人的層次上將個人與支付工具的連結有更深入的描繪，並由此看見信用卡於個人層次的影響。為彌補對網路資料作為文本參考之有效性的質疑，本文於引用時會適當地以相關論文和期刊作為輔助說明。

### 第四節 章節安排

至此，針對上述問題將本論文分為六個章節，第一章為緒論部份，說明研究

---

<sup>26</sup> 台大椰林風情 BBS / credit card 版：  
<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readgem.cgi?board=CreditCard&type=index>。

<sup>27</sup> 比利網的信用卡討論區：<http://billy.servebbs.net>。

<sup>28</sup> 卡優新聞網：<http://www.cardu.co.tw>。

的動機、研究問題，信用卡的普遍性及目前台灣對信用卡的研究狀況，藉此初步勾勒金錢與信用卡之間的關係，以及信用卡獨特之處。

第二章則將焦點於信用卡本身，將信用卡做一概括性整理與介紹，包括其定義、歷史發展、信用卡機制的運作、功能與種類等等，透過這些介紹可以較為清楚信用卡與其他塑膠貨幣的差異為何，其制度的運作背後的社會經濟背景與涵義。

第三章是以整個金錢的發展為軸線，從金錢可回溯最初發展開始，直至現今塑膠貨幣的出現，不只是金錢形式的改變，金錢的特性、功能也隨其形式轉變。這樣的開展亦必須依賴一個社會發展的基礎，金錢就是一個存在物，不斷地與社會發生互動。

第四章則將 Simmel 關於金錢的論述與信用卡共同併置，主要以《貨幣哲學》一書為中心，藉由 Simmel 對於金錢的分析與主張，可以看見金錢的不同特性與樣貌，以及它是如何作用於生活世界中的人、事、物，帶來的影響。在其論述之上，將信用卡納入討論，從中探討信用卡與傳統貨幣的差異之處，我們可以從金錢對價值的作用、金錢的無個性與中性的特徵，以及金錢在個人與其欲望之間的作用力這三個層面，信用卡於這些層面如何承襲著傳統貨幣而來，以及從中發展出異於傳統貨幣的部份。

接續第四章的討論，第五章則聚焦於信用卡，著重於信用卡本身完全不同於傳統金錢的特徵，其中，藉由信用卡本身的功能、特性、持卡人的消費過程、核卡制度等等，我們可以看見信用卡本身的獨特之處，亦包括信用卡機制所蘊涵的意義，再延續信用卡所具有的特性，從中討論它對日常生活的作用，以及所帶來的影響。

第六章為結論，再次回到論文企圖回答的問題，從中描繪信用卡與金錢之間的連結關係，以及人與金錢的關係通過信用卡發生的轉變。我們可以發現必須在一個整體的經濟生活環境中才能看見信用卡真實的樣貌，而且無論是在使用層面或是行銷的部分，也必須用一種暫時替代金錢的支付工具的角度來看待信用卡。這是本文對信用卡的反思，與對信用卡所造成的效應的一種反省。



## 第二章 信用卡相關資料與概念

為對信用卡有基本的瞭解，此章將針對信用卡本身進行探究，包括其定義，藉此釐清信用卡與其他塑膠貨幣異同之處；信用卡的起源與其在台灣的發展，以及信用卡的功能與種類。從這些整理可以更清楚信用卡如何展現與形成其基本性質。

### 第一節 信用卡之界定

#### 一、塑膠貨幣之定義與類型

信用卡屬於塑膠貨幣之一，因此，需先對塑膠貨幣有初步的認識。首先，在塑膠貨幣的定義上。姚清瀛如此定義：由私人印製具有支付效果的媒介工具，具有類似「現金」特性的支付工具，係製作成塑膠卡，而被稱之為「塑膠貨幣」。<sup>29</sup>鄭乙卯等將塑膠貨幣定義為：把商業交易紀錄、信用額度等資料儲存在磁條或 IC 內，並將其附於一張卡片上，使整個交易過程如：記帳、付帳、轉帳等，能在短時間內完成的一種消費媒介。<sup>30</sup>依據上述兩者定義可知塑膠貨幣是另一種形式的交易媒介，不同於現金交易的方式流通，亦可視為一種貨幣形式，承載著金錢，也承載其他附加的功能。

再者，塑膠貨幣可依付款時間先後大致區分成以下三類：

1. Pay After——信用卡、簽帳卡：兩者都具備先消費、後付款的功能，其差別在於簽帳卡沒有循環信用額度，繳費時即需付清全額款項；反之，信用卡則具有循環信用功能，可選擇僅繳納最低應繳金額，不過也需要另外支付利息或手續費等其他費用。
2. Pay Now——提款卡、轉帳卡：提款卡是用以領取帳戶內現金的卡片。轉帳卡與信用卡及簽帳卡同樣用於消費，差異在於消費時會即時扣款，因此，需有一定額度於扣繳帳戶中，若不足就無法進行消費，因此消費時會先查詢是否足夠餘額可供扣繳，並且，依清算系統差異，銀行可能立即從帳戶撥入特

<sup>29</sup> 參閱姚清瀛（1999），〈「無現金社會」的挑戰〉，《國際金融參考資料》，頁 422-426，此處頁 423。

<sup>30</sup> 參閱鄭乙卯等（1999），〈我國塑膠貨幣及 IC 卡之現況與發展趨勢分析〉，《農業金融論叢》，頁 71-96，此處頁 71。

約中心，亦可以之後再入帳。目前較普遍使用的轉帳卡為 VISA 卡與萬事達卡。

3. Pay Before——預付卡：又稱為儲值卡，使用前需預先儲值，發行機構則不限於金融機構，商店、公家機關等皆可發行。其中又可分成「典型」預付卡：如電話 IC 卡、捷運卡、公車卡等等，其功能固定；以及「智慧型」預付卡：指含有晶片的儲值卡，又可稱為智慧卡或電子錢包，其功能可隨實際需要進行增減，目前，智慧卡多應用於學校、金融以及醫療體系等。

另外，有一類的塑膠貨幣其訴求和功能不同於以上三種，即「現金卡」。訴求小型借貸的目的研發而來，純粹以借款為主要功能。現金卡持有者可由此卡提領一定額度的現金或轉帳，可隨借隨還，並立即停止計算利息，使用次數也無限制。<sup>31</sup>現金卡與其他塑膠貨幣相比，使用目的屬於借貸而非消費，與其他種類的塑膠貨幣差異較大。

由上述分類來看，可發現轉帳卡與預付卡較類似實際使用現金的情況，使用時已預先或立即支付現金，交易當下個人資產會確實減少，錢有多少才能做多少的花費，這兩者著重於為現金使用上帶來的便利性，比較接近使用現金交易的狀況，人和金錢的距離較沒有改變。信用卡和簽帳卡則強調先消費、後付款的功能，相較於現金交易，人不受限於當時與當下的經濟狀況，但也因此，人和金錢的關係反被放大、拉近，因為使用者必須對自身財務狀況更有警覺，對自身財產的管理更為謹慎。

並且，可發現信用卡已包含其他類的塑膠貨幣的基本功能，其共通點在於達到交易上的便利，不只在消費，也企圖擴展到任何可能使用現金的地方，而且，信用卡的逐漸發展下，也產生更多屬於信用卡獨有的功能和特性。以此，從卡債事件到塑膠貨幣的介紹與區分中，可看見信用卡所引發的效應，以及它的獨特之處，也增加了將對象限定於信用卡的說服力。

## 二、信用卡之定義

依據我國 1993 年制定的「信用卡機構管理辦法」第二條，信用卡是指：「持卡人憑發卡機構之信用，向持約之第三人取得金錢、物品、勞務或其他利益。而

---

<sup>31</sup> 參閱黃麗珍 (2001)，〈信用卡也可幫你周轉現金〉，《錢雜誌》，第 176 期，頁 141-146，此處頁 143。

得延後或依其他約定方式清償債款所使用之卡片。」依美國 1976 年公佈的「美國聯邦消費者保護法」第 103 條 (K) 項將信用卡定義為：「信用卡係指以信用獲取金錢、物品或勞務為目的之任何卡片、金屬片、折扣冊或其他信用憑證。」1978 年「美國統一消費者信用法」，將信用卡定義為：「信用卡係指在特定條件下發行之卡片或設計，而依據該條件，卡片之發行人授予持卡人可從發卡人或第三人獲得信用，以購買或租用財產、勞務或得到貸款及其他權益。一項交易只有在其信用係依約定的條款而獲得，經由口頭、書面、機械、電子方法，或其他任何方式來傳達包含於卡片或設計的資料，才可稱為依信用卡所為之交易。」再依據美國 1998 年公佈的「信用卡及簽帳卡揭露法」中分別指出簽帳卡與信用卡的定義與差別：「簽帳卡係指一張卡片、一個牌子、或是一種信用工具，使用者不用支付融資費用，所謂信用卡，同樣是一張卡片的信用工具，為使用者必須支付融資費用，即所謂的循環利息。」<sup>32</sup>

從信用卡法規上的定義內容可以發現，信用卡是一種關於「信用」的概念所組成的支付工具，其形式是不固定的，重要的是信用卡機制中所達成的契約關係。再藉由美國對信用卡的相關規定可看見，信用卡的定義亦依據其發展而有所調整。信用卡發展之初是指向特定的商店和消費者間的關係，在之後的發展中，信用卡的機制和市場逐漸變得廣泛與龐雜，其獨特性和區隔性也逐漸出現。

台灣相關信用卡的討論與論述中，信用卡往往被描述為一種異於現金交易的支付工具，通常作為交易的替代工具，並且，為增加其使用，有多種功能與附加價值附於其上。但是，如前述若只將信用卡作為一種交易工具來看待是不夠的。信用卡的使用背後是需要一套複雜的運作機制為支撐，沒有這套運作機制，信用卡也只是一張沒有作用的塑膠片。當然，其他塑膠貨幣的使用也需要其機制，但是，信用卡的不同在於它企圖跨越空間上的限制，例如，可以跨越國家使用信用卡進行交易、透過網際網路，無須在實體商店也可以消費。

信用卡本身所建構出的也是一套關於「信用」的體制，在核卡、發卡的過程所審核的是個人信用；在交易當下是依靠信用卡相關體制的信用。信用卡也是一種商品，其商品的特性展現在作為銀行的獲利工具，以及需要宣傳與包裝的特點上；更是一種消費債務，「先消費、後付款」的功能就是一種借貸行為。但是，日常生活中，我們往往只把信用卡視為替代現金支付的交易工具，對於其附加功

---

<sup>32</sup> 以上條約內容參閱李美笑 (2002)，〈信用卡持卡人信用風險之研究〉，逢甲大學保險學系研究所碩士論文，頁 13-14；宋雅蓉 (2007)〈由卡債事件探討我國銀行業爽卡業務之風險預警〉，東吳大學會計學系碩士論文，頁 8。

能的使用顯得過於稀鬆平常。李思儀即指出，信用卡其實是一種借貸型商品，事實上已經將借貸行為普遍化至我們的生活中，刷卡的同時其實等同於進行了消費與借貸。<sup>33</sup>這樣看待信用卡的方式不會出現在一般的使用者身上，即便使用了信用卡的循環利率，也不會直接意識到自身其實已是在進行借貸行為。

如此看來，信用卡背後其實具備更多意涵。在條約式的定義中，或者在形形色色的廣告、宣傳中，我們看不見它的借貸和商品意涵，只看見它給予消費便利性的強調，只把它當作現金的替代物，僅是為一種支付工具，卻忽略了整個信用卡機制所構成的複雜性與作用力。

## 第二節 信用卡的起源與發展

### 一、信用卡起源概述

現在信用卡的獨特性即在於「延遲付款」與「循環信用」兩者，但是這兩個特性並非一開始就具備，並且還是由其他種類的塑膠貨幣逐漸演變而成。直至二十世紀，塑膠貨幣的發展持續至今日，期間它經過許多變化，無論是在材質上、功能上，或是組織、制度上，都是不斷發展與演變而來。

最早出現的信用卡概念可追溯至十八世紀中期。而約一百多年前，在美國由摩里斯（Arthur Morris）發明「先享受，後付款」的分期辦法，但當時卡片是以「金屬」製成。<sup>34</sup>信用卡最初的形式只是類似貴賓卡的記帳工具，在 1914 年由美國百貨業、石油業及鐵路業率先發行，可算是最早問世的塑膠貨幣。其性質較像今日的簽帳卡，藉此促銷商品與增加與顧客的聯繫，則也具有認同卡性質，像石油公司所提供的禮遇卡，其卡片材質為厚紙卡，沒有循環信用功能，且 3 至 6 個月就需要重新製發。再來的市場是由航空業帶領，1936 年航空工業興起，它們形成自己的信用卡系統，主要發展出刷卡回饋的概念。此時的塑膠卡片也還不是現今的信用卡形態，除在功能上尚未發展至今日樣貌外，發行的對象與使用的地區也都受到限制。

信用卡發展期間還經過經濟大恐慌與二次世界大戰的打擊，但在這期間卻逐

<sup>33</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 2-5。

<sup>34</sup> 參閱周紹賢（1996），《信用卡啟示錄——新世代理財新巨星》，台北：遠流，頁 4；蔡上盛（2006），〈細說信用卡業務〉，《今日合庫》，第 32 卷第 3 期，頁 50-58，此處頁 50。

漸發展出現代信用卡功能的最初樣貌，像「循環信用」的功能即出現於 1930 年代，由零售商店開啟，起因於記帳成本太高，與消費金額過低，使整個信用運作成本增加，因此發展出允許使用者在一定時間內付清款項外，還要另加利息（類似今日的年費費用），到 1956 年發展出可繳納部分比例金額，再收取利息的信用卡制度。

嚴格定義下的信用卡則可追溯至 1949 年大來卡發行組織（Diners Club）的創立，並於 1951 年發行的大來卡（Diners Card）可謂今日信用卡之雛形。持有卡片者不再是像過去一樣將交易款項給予消費的商店，而是由發卡機構負責。卡片的使用也不像以前侷限於發卡者和特定商店，即能夠向不同商店購買非特定商品，可使用的範圍相對擴大。整個交易過程變成由大來卡公司先墊繳消費金額，並向店家收取手續費，之後再向持卡人收費，業務範圍也擴展至其他產業與簽約商店。李思儀即強調信用卡成為一種推銷的商品的關鍵點就在於信用組織的轉變，信用卡組織的出現改變了以往建立於消費者與商店間的雙方關係，即引進第三者進入信用卡的運作中，核發信用與發行機構由信用卡公司取代，亦是消費者與商店間的中介者，如此，將提供物品與信用概念兩者區分開來。<sup>35</sup>如此，交易到繳款的過程增加一個新的中介對象，信用卡組織的介入替代了原本由商店發行信用卡的權利，授信與核發轉由專門組織代理，信用卡也不只是商店與消費者的直接連結，實際上，信用卡組織的涉入擴充了連結範圍，將信用卡機制變成一種信用卡市場，信用卡也從支付工具的角色，開始變成具有商品意涵的支付工具。

到 1959 年，循環信用的付款方式被確立下來，其源自於金融業的加入，即由銀行業者本身發行信用卡，由紐約長島法蘭克林銀行在 1951 年率先展開，卡片上載有持卡人資訊與信用額度，在持卡人消費後，商店透過電話向銀行確認後，銀行即會將扣除手續費後的款項匯至商家帳戶，而持卡人無須繳納年費，並在一定時間內也無須支付利息。兩年內超過一百家銀行加入，但因為利潤主要只有向商店收取的手續費，且其業務有地方性的侷限，因此大型銀行退出，只有中、小型金融機構存留。直至 1959 年才改變此侷限，關鍵在於擴大發卡區域及採用電腦化經營。並引用循環信用的概念，增加了銀行的利息收入，因此，有越來越多的發行機構採用此方法來增加利潤與降低風險及成本，循環信用逐漸確立。

這也就更突顯出信用卡與其他支付工具的差異，其他塑膠貨幣也許有延遲繳

---

<sup>35</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 33-34。



納消費款項的功能，但一般皆規定須完全付清，不同於此點，信用卡則允許使用者可以繳納最低金額，再另外收取利息。在之後的發展中，因為電腦的出現而得以應用於信用卡的營運上，特約商店和信用卡使用區域也因此擴大，而且，其他的信用卡組織以及國際信用卡授權系統成立讓整個信用卡機制與市場形成今日之樣貌。

國際信用卡授權組織的出現即為信用卡系統的第四人，在只有持卡人、特約商店與發卡組織三者建立起來的信用卡制度中，因為發卡組織之間沒有可以連結的系統，考慮成本之下其業務往往侷限於特定區域，但是，國際信用卡授權組織將授權與清算作為其業務基礎，讓加入的發卡組織可共享同一套運作系統。<sup>36</sup>目前國際信用卡授權組織主要有：大來卡發行組織（Diners Club）、威士國際組織（Visa International）、萬事達卡國際組織（MasterCard International）、美國運通（American Express）、吉士美（JCB）。其中，JCB 的發展異於其他的國際信用卡組織，它是從日本發展出授權系統，在亞洲地區才較為普及，不如其他的國際組織擴展至全球。在其介入下，讓信用卡具備跨國交易的功能，也讓信用卡的機制深入各個地區，其開展方式除獨立發行外，就是和當地的發卡機構合作，在發卡機構取得授權後，即加入其系統中。

## 二、信用卡在台灣的發展

台灣發行第一張信用卡距全球第一張信用卡已經過約五十年，若說信用卡是外來物品絕不為過，因為，沒有國際發卡組織的進入，台灣信用卡市場的發展可能呈現的是不同樣貌。台灣的信用卡發展歷史，整體來說，就是受到國際化趨勢、全球化壓力與經濟力下的展現。<sup>37</sup>因此，信用卡所呈現其實是全球與在地的交織；並且關注在「市場」這個詞，信用卡其實是一種商品，更精確地說，是一種借貸型商品，也是消費金融發展下的產物。因此關於發行者、持卡人，及政府之間的關係更為複雜，原因在於，信用卡作為一種消費、交易的媒介，它與金錢的關係，以及其自身的特性，都使得構成其運作的各種因素、組成成分更為複雜。

信用卡在台灣的發展最早可以追溯至民國五十年，當時政府致力於觀光事業的發展，許多外國人來台觀光或洽公，就會使用信用卡，但此時的信用卡僅是國

---

<sup>36</sup> 例如：台新銀行和中國信託的信用卡，其發行機構不同，但可能都同屬於 VISA 系統。

<sup>37</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 49。

外發卡機構發行，台灣的銀行業者僅負責替外國銀行或信用卡公司處理信用卡帳款的託受業務。<sup>38</sup>一直到民國六零年代，台灣的信用卡市場才逐漸開啟。六零年代的信用卡發展處於潛伏階段，無論是其合法性、接受度上，一切都在發展之初。

雖然，在民國六十二年遠東百貨曾發行屬於自己的百貨卡，但並非如同現在信用卡的樣貌，而僅是消費者與商店之間成立的雙方契約關係，發卡機構及商店自身。也由於當時特約商店較少，消費習慣保守，且當時銀行業務多為存、放款，而不看重單筆金額甚少的信用卡，故僅有信託投資公司跟進。<sup>39</sup>民國六十三年由中國信託投資公司首先在台開辦信用卡業務，國泰信託公司亦跟進，至民國六十五年也有國營銀行開始擬辦作業辦法，準備加入。但是，當時財政部因考量可能造成信用膨脹問題，對信用卡的發行尚未允許，亦命令已經開始辦理信用卡業務的信託公司停辦。直至六零年代後期才通過「發行聯合簽帳卡作業方案」，並由銀行和信託公司成立「聯合簽帳卡處理中心」，但當時尚擬定「一人一卡」制度，以及「先存款、後消費」，以避免信用過度擴張。

不過，信用卡的制度與機制直至到七零年代才較為健全，其「合法化」是開啟市場的關鍵。首先，在民國七十三年將「聯合簽帳卡」更名為「聯合信用卡」，以及「聯合簽帳卡處理中心」更名為「聯合信用卡處理中心」，並廢除「一人一卡」與「先存款、後消費」的規定。更名的意義在於將信用卡與簽帳卡區分開來，信用卡的功能與服務隨即擴大，而於原本對發行信用卡的發行限制的廢除，亦使其市場得以擴張。再者，允許國際信用卡組織進入台灣即是另一個信用卡市場得以開啟的關鍵，台灣的信用卡業務才與國際接軌，國際發卡機構亦陸續在台灣發行信用卡。

八零年代則是各銀行業者競爭最激烈的時期，除上述因素為基礎外，民國八十一年財政部開放新銀行成立，並全面開放信用卡市場，加上此時台灣經濟快速發展、消費能力大為增加即作為相應的需求面，信用卡市場也擴展的更為快速。八零年代末至九零年代初，為了擴張信用卡版圖，各發行業者無不祭出各項優惠與宣傳，其中，免年費的策略深中消費者心理，發行量最多的時期也在此時。但是，但因為過度的擴張及相關問題浮現，尤其是卡債問題的暴發，信用卡市場出現緊縮狀態。<sup>40</sup>

<sup>38</sup> 參閱朱容辰（2003），〈論信用卡交易之法律關係-兼論其衍生之相關問題〉，中正大學法律學研究所碩士論文，頁 49。

<sup>39</sup> 參閱李俐俐（2004），〈我國信用卡市場之過去、現在及未來展望〉，《中國商銀月刊》，第 23 卷第 11 期，頁 1-17，此處頁 1。

<sup>40</sup> 可參考本論文第一章第三節「台灣信用卡流通卡量趨勢圖」（頁 3）。

信用卡在不同地區會依賴於當地的經濟、社會狀況，有不同方式的擴展。由台灣的信用卡發展歷史，可發現信用卡雖非由政府發行，而是銀行業務之一，和金錢的流通不同，政府的公權力在契約中與衍生的糾紛和社會問題中才有所介入。但是，信用卡市場的發展與逐漸被接受卻需要政府的涉入，律令的開放下，以及對信用卡的界定、發行等限制的放寬，使信用卡體制逐漸成形。信用卡在發展之初也非全由銀行掌握，反而在一開始是由信託投資公司跟進，其流通也僅限於國內，直至和國際發卡組織相連結時，才具備可在世界流通的性質。

國際發卡組織帶進信用卡體系與技術外，亦開啟消費金融業務的發展。信用卡的普及不只表示支付工具產生變革，消費金融在台灣興起是促進信用卡大量發行和普遍使用的關鍵，全球金融體系的發展朝向消費性金融。<sup>41</sup>台灣也在這種金融趨勢下受到影響。所以，社會發展在整個市場機制中是極為重要的，不只是金錢的使用，信用卡的使用也須由其社會需求的基礎為支撐，不只是技術上的發展，這使得信用卡更為便利、成本較低、安全性增高外，也需要相應的需求，就金融體制來說，信用卡就是一種消費金融的市場。

在越趨成熟的發展之下，其涉入者、運作機制也越來越龐大、越趨複雜。信用卡最初起源於固定商店與消費者之間的特約關係，主要目的在於建立顧客對商店的忠誠性，也可以掌握消費者的消費行為，此時的卡雖然不是今日的信用卡，卻給予信用卡發展的雛形，建立起「信用交易」的制度，包括「分期付款」或「記帳」都屬於信用卡發源的基礎。信用卡機制逐漸成型的關鍵在於，整個消費契約關係不僅於商店與顧客之間，而有第三者（組織、機構）對商店與消費者雙方進行契約的建立。<sup>42</sup>因此，包括後續的代墊繳款，再由消費者向發卡機構繳清的交易流程，以及，不再限定於固定商店的信用交易方式，都是在第三者介入之下才有此的發展。下一節即要針對此部份進行闡述，以瞭解現在信用卡的交易流程究竟涉及了那些對象，其運作機制為何。

### 第三節 信用卡的制度與機制

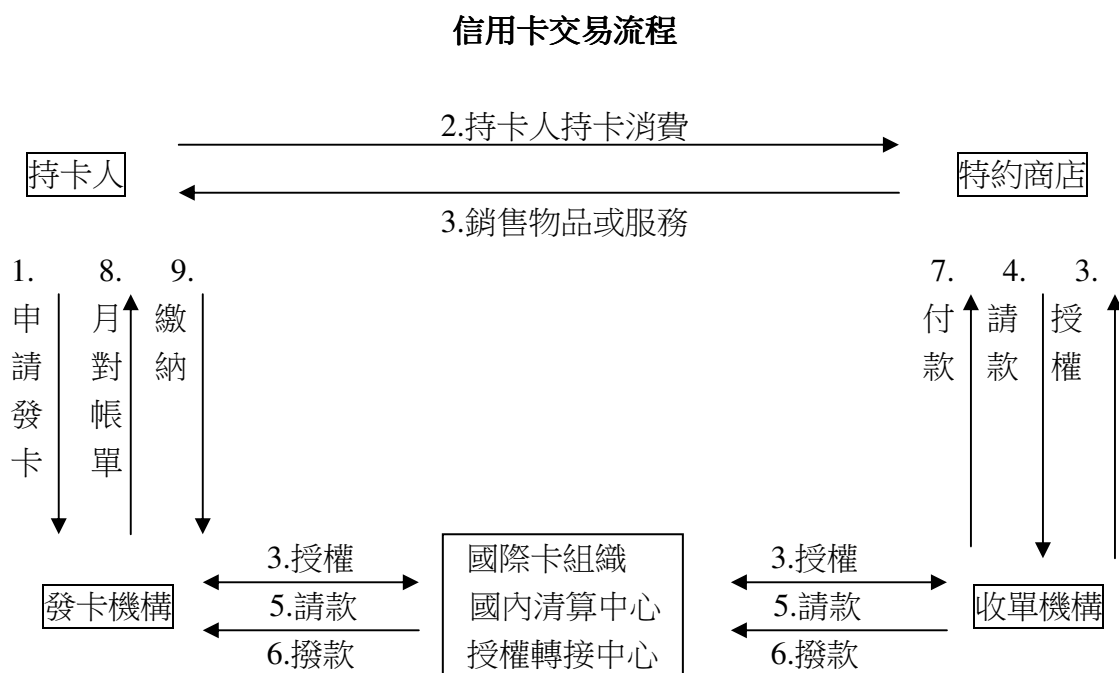
#### 一、信用卡的作業體系：繁多的成員與流程

---

<sup>41</sup> 參閱任美珍(1998)，〈消費金融興起，信用卡成市場寵兒〉，《管理雜誌》，第287期，頁46-50，此處頁48。

<sup>42</sup> 參閱朱容辰(2003)，〈論信用卡交易之法律關係——兼論其衍生之相關問題〉，中正大學法律學研究所碩士論文，頁20-21。

前面曾提及信用卡的使用需要一套運作機制相配合才能達成交易，其交易流程如下圖：<sup>43</sup>



從擁有到使用信用卡的過程涉及五個部份：持卡人、發卡銀行、特約商店、收單機構與國際信用卡組織，以及不同的處理作業和步驟。

先就其流程部分加以說明：首要步驟即須先向發卡機構提出信用卡申請，經過銀行徵信省核通過後則發卡給申請者，申請者即成為持卡人。當持卡人使用信用卡消費時，需在有與收單機構簽訂特約商店契約的商家方可進行交易，在刷卡當下特約商店以網路或以電話連絡收單機構，經由國內授權轉接中心或國際卡組織向發卡銀行提出授權需求，特約商店獲得發卡銀行授權後即接受持卡人消費，並提供持卡人銷售物品或服務。在交易完成後即是請款與付款的處理程序，特約商店會向收單機構提出請款需求，收單機構透過國內清算中心或國際卡組織向國內外發卡機構進行帳單帳務的的清算，並依與特約商店約定之付款期限撥予特約商店，而後，發卡機構再依每月繳費期限前寄送帳單予持卡人，最後則由持卡人進行繳納。

處理流程各部分成員分別在以下進行說明：

1. 持卡人：向發卡機構提出申請信用卡，並核准而獲得信用卡者就稱作持卡人，

<sup>43</sup> 處理流程圖與說明參考聯合信用卡處理中心網站：  
[http://www.nccc.com.tw/NCCC\\_backend/PaymentcardFAction@forwardToDetail.action#](http://www.nccc.com.tw/NCCC_backend/PaymentcardFAction@forwardToDetail.action#)。

而與發卡機構則具有契約規範之關係。並且，依據不同身分別與核准的信用額度，以及未來再加以審核的信用狀況，不同持卡者具有不同信用卡級別。<sup>44</sup>

2. 發卡機構：發卡機構可以是金融機構或國際性公司，在台灣九成發卡機構為銀行，主要業務包括審核信用卡與製卡（包括製作新卡、補發以及換發卡片）、風險控管、結帳並製作與寄發帳單、收款與催收等業務。<sup>45</sup>
3. 特約商店：商店與收單機構簽訂特約商店契約者就成為特約商店，即可接受持卡人刷卡消費，再向收單機構請款。雖然，特約接受刷卡時每筆交易須支付給發卡機構不等比例的手續費，也須注意信用卡之真偽與有效性之工作，但是，因收款受到發卡機構的保證支付效力，則降低了處理現金的成本與風險。<sup>46</sup>
4. 收單機構：指經由信用卡組織授權辦理特約商店簽約事宜，台灣的收單機構除信用卡處理中心外，其餘皆為銀行，其業務主要除代特約中心請款與處理帳款統整消費簽單、收單、清算外，也負責推廣、開發及訓練特約商店。<sup>47</sup>
5. 國際信用卡組織：這些組織將其品牌商標發給發卡機構與收單銀行使用，提供授權與清算交易帳款的網路和系統。除讓全球特約中心都能接受持卡人刷卡外，也扮演交易糾紛的仲裁角色。<sup>48</sup>目前台灣通行的信用卡有六種品牌：威士卡(VISA)、萬事達卡(Master)、吉士美卡(JCB)、美國運通卡(American Express)、大來卡(Diners)，以及聯合信用卡(台灣自有品牌)。其中，美國運通卡由美國運通公司、大來卡由隸屬於花旗銀行的大來國際信用卡股份有限公司，這兩者在台灣單獨發行之外，其餘信用卡組織皆(聯合信用卡除外)與台灣的發卡機構合作發行，扮演著授權角色，即在發卡機構加入各信用卡組織成為會員後，即可發行該品牌之信用卡。<sup>49</sup>

---

<sup>44</sup> 參閱李思儀(2000)，〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 56；郭怡君(2006)，〈關係行銷的結合方式、市場區隔與顧客忠誠度——以信用卡為例〉，南台科技大學企業管理所碩士論文，頁 13。

<sup>45</sup> 參閱李思儀(2000)，〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學：社會學研究所碩士論文，頁 55-57；郭怡君(2006)，〈關係行銷的結合方式、市場區隔與顧客忠誠度——以信用卡為例〉，南台科技大學企業管理所碩士論文，頁 13-14；鄭乙卯等(1999)，〈我國塑膠貨幣及 IC 卡之現況與發展趨勢分析〉，《農業金融論叢》，第 41 期，頁 71-96，此處頁 73-74。

<sup>46</sup> 參閱同上。

<sup>47</sup> 參閱同上。

<sup>48</sup> 參閱李思儀(2000)，〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 56-57；郭怡君(2006)，〈關係行銷的結合方式、市場區隔與顧客忠誠度——以信用卡為例〉，南台科技大學企業管理所碩士論文，頁 13。

<sup>49</sup> 參閱李思儀(2000)，〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 57；周一玲(1997)，〈信用卡市場爭奪戰〉，台灣大學新聞研究所碩士論文，

看似快速與簡單的交易片刻，涉及的成員其實極為繁雜。信用卡市場的發展與其系統的健全性極為相關，以發卡機構而言，成熟的電腦化、自動化管理系統可以降低營運成本外，也使整體運作的控管可以更好，從核卡、發卡、收單到最後繳納的過程都依賴於此系統的運作。就單純的消費行為來說，當下的消費其實需要歷經約一個半月，甚至兩個月的時間才真正完成，從刷卡、入款到持卡者繳清款項之後，這項交易才真正結束，若使用到循環利息，整個消費的時間就更為延長，而且，其中的款項也不僅僅只是消費金額。

信用卡體制牽涉的對象不只有持卡人單個個體，也不只是商店與顧客之間的直接關係，其成員非僅止於前面提到的三者關係，在國際信用組織的介入下，信用卡體制變得更複雜，除了交易可以是跨地區的，跨越國界之外（意味著其引發的效應也是如此），國際信用組織亦扮演一個由外向內的介入角色，若它開發其他信用卡產品時，將再延伸至各個地區，當新的信用卡品項出現，表示更多的行銷策略，以及更為擴大的市場。

## 二、信用卡的功能與種類

信用卡和其他塑膠貨幣不同的地方除延遲付款的功能外，正在於其附加功能上，某些項目也是信用卡所獨有的。信用卡要被人使用也需要具備和現金交易不同的特點，某些功能往往被發卡機構不斷強調與宣傳，主要目的也在於突顯使用現金交易時所不能達到的功能和特點。先針對信用卡的功能作一介紹：

1. 信用額度：發卡銀行根據持卡人還款能力、月薪與不動產等條件，在審核通過後給予申請者一個消費限額，其信用額度高低視持卡人的薪水收入與檢附的財力證明來衡量。額度也非固定不變，可因持卡人身份改變、特別目的而給予調整。<sup>50</sup>另外，也依實際償還狀況來調整。
2. 循環信用：在刷卡消費後，持卡人可在期限內全額付清款項，或者，僅支付部分帳款，剩餘部份按日計算利息，然後一併呈現於持卡人下個月的帳單中。<sup>51</sup>有些發卡銀行對持卡人採取差別利率訂價，可能依卡別、客戶貢獻度、持卡人工作別，依銀行內部風險控管及信用評等機制給予不同利率計算。<sup>52</sup>

---

頁 13。

<sup>50</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 6。

<sup>51</sup> 參閱同上，頁 7。

<sup>52</sup> 參閱李俐俐（2004），〈我國信用卡市場之過去、現在及未來展望〉，《中國商銀月刊》，第 23

3. 延遲付款：即先消費，後付款的功能。延遲付款時間約一個月到一個半月，計算日期依不同發卡銀行或不同信用卡而有差異。
4. 分期付款：可將消費金額依不同分期數平均分攤至每期信用卡帳單中繳納。
5. 預借現金：意指憑所持有的信用卡借貸現金。持卡人能在自己的信用額度內擁有一定比例的借取現金功能，也會依據額度高低及消費狀況彈性調整。<sup>53</sup>並且，憑卡預借現金不需任何抵押與保證人，只需憑信用卡和密碼於適用的自動提款機即可提領當地貨幣。<sup>54</sup>
6. 信用卡貸款：結合信用卡與小額信貸的產品，改良傳統預借現金的模式，藉由申請信用卡時已通過的徵信手續，再進一步核訂借款金額與相關程序後即將額度撥至指定帳戶，之後利用信用卡繳款方式分期還款。<sup>55</sup>
7. 餘額代償：此為「信用卡代償」業務，以此方式幫持卡人還錢。先幫申請人償還發卡行的舊債，包括刷卡消費及預借現金的部份，而持卡人得以用較低利率償還信用卡未還金額。<sup>56</sup>
8. 附加價值：因消費而延伸出的優惠。
  - (1) 紅利累積：消費金額可以不同發卡銀行規定累計紅利點數，紅利點數累計到一定數量時可換取不同贈品，或加價購買。目前發卡銀行會與便利商店簽約，憑紅利及可於此商店兌換商品或現金券。
  - (2) 現金回饋：即以紅利兌換現金。就回饋方式而言多採每月結算的方式，依據當月消費金額計算回饋金，可於當月或次月抵扣消費額，或存入銀行戶頭、或累計一年後抵扣年費和消費額，以及可享累積紅利轉里程的優惠。<sup>57</sup>
  - (3) 其他：道路救援、旅遊平安保險等。

信用卡的基本的功能有三項：「先消費、後付款」、「信用額度」與「循環信用」，其他的優惠都算是附加價值，<sup>58</sup>且會依不同的信用卡等級或種類而有所更

---

卷第 11 期，頁 1-17，此處頁 12。

<sup>53</sup> 參閱同上，頁 12。

<sup>54</sup> 參閱黃麗珍（2001），〈信用卡也可幫你周轉現金〉，《錢雜誌》，第 176 期，頁 141-146，此處頁 143。

<sup>55</sup> 參閱李俐俐（2004），〈我國信用卡市場之過去、現在及未來展望〉，《中國商銀月刊》，第 23 卷第 11 期，頁 1-17，此處頁 13；黃麗珍（2001），〈信用卡也可幫你周轉現金〉，《錢雜誌》，第 176 期，頁 141-146，此處頁 144。

<sup>56</sup> 參閱黃麗珍（2001），〈信用卡也可幫你周轉現金〉，《錢雜誌》，第 176 期，頁 141-146，此處頁 145。

<sup>57</sup> 參閱周慧鈴（2002），〈刷卡族，善用你的信用卡理財〉，《錢雜誌》，第 183 期，頁 114-117，此處頁 115-116。

<sup>58</sup> 所謂的優惠其實另有玄機，看似由持卡人擁有，實際上主動權卻是掌握在發卡銀行，因為所

動，但只要是信用卡絕不會脫離這三個基本功能。

再者，依據不同分類指標，信用卡包含多種類型。依其核卡額度可區分出普卡、金卡、白卡、頂級卡，這四級卡片依據申請者的收入狀況分別給予不同程度的信用額度。提供給持卡人的服務與附加功能也有所差別，其申請條件會依據信用卡市場的變化而有所轉變，例如，過去的白金卡已屬信用卡最高等級，其申請條件一開始即鎖定社經地位較高的人，並以索取年費為其優惠的保障，而在免年費的策略展開，並調降申請資格後，使其原有的等級意義被降低，就再發行比白金卡等級更高的信用卡。

另外，若依不同訴求、需求標準可大致區分出聯名卡、認同卡以及個人卡三類，主要以對不同機構的忠誠與認同作為區別，或者申請者可依其個人興趣、價值觀、職業等個人屬性加以選擇：<sup>59</sup>

1. 聯名卡：是由發卡銀行結合營利事業機構共同發行，除信用卡基本功能外，亦可享該企業所提供的優惠與服務。例如：百貨聯名卡，或其他各式商店、賣場的聯名卡。
2. 認同卡：運用市場區隔為行銷手法，以信用卡基本功能為中心，再衍生出不同附加價值的信用卡。並依和不同機構合作可再分成兩類：
  - (1) 回饋式認同卡：與發卡銀行合作的是非營利事業組織，針對願意對該組織捐助的特定族群所發行，重點在於會提撥消費金額之一定比率回饋給該卡之認同組織。例如：慈濟蓮花卡、喜憨兒麵包卡等等。
  - (2) 品味式認同卡：依當前大眾所關心之主題，推行具有特殊訴求的卡片，藉此吸引有興趣的申請人使用。例如：中華職棒認同卡、環保卡等等。
3. 個人卡：針對個人所打造的信用卡，可以依其身分類別、職業等個人屬性加以選擇。例如：學生卡、教師卡、性別卡等等。

無論有多少種信用卡，儘管其優惠、功能有所差異，它們依然都是信用卡，不管是針對個人所發行，或者和其他機構、組織結盟，其基礎還是一種支付工具。然而，在這些種類的區分下，也可以看出信用卡市場似乎有一套運作邏輯，主要目的都是要將更多的對象納入其市場中。

---

有的優惠都可以在持卡後被調整，無論是增加或減少，發卡銀行都具有相當的權力。

<sup>59</sup> 以下整理參閱徐村和（1998），〈消費者對不同類型信用卡偏好之研究〉，《企業管理學報》，頁 107-134，此處頁 112-113；鄭乙卯等（1999），〈我國塑膠貨幣及 IC 卡之現況與發展趨勢分析〉，《農業金融論叢》，頁 71-96，此處頁 77。



信用卡主要用於消費，並且從日常交易的領域擴展至網路的電子交易，其獨特的功能即「先消費、後付款」與「循環信用」兩者，不僅允許使用者能以延遲付款的方式進行交易，更容許以逐漸付清款項的方式繳納，而轉帳卡與簽帳卡皆不具備後者功能。無論是功能，信用卡的附加優惠，以及信用卡市場所進行的分類與區隔，其多樣性皆大於其他塑膠貨幣。

信用卡在民國五十年進入台灣尚不具備流通性與合法性，直至六零與七零年代期間，台灣的信用卡市場與機制才逐漸形成，且無論國際信用卡組織與台灣的銀行皆加入此市場的拓展。從中我們可以看見信用卡的歷史，涉入的成員及其制度之形成，呈現一種具備外來性與複雜性的發展歷程。加上信用卡本身特有的功能與性質，皆使信用卡逐漸擁有其自主獨立的特徵，在信用卡身上，已看不見傳統金錢的形象。

再將焦點放置整個金錢的發展來看，金錢以朝向符號化與虛擬化的趨勢發展，其脫離物質基礎的發展過程，亦顯示社會型態的轉變，而信用卡當然處於此發展脈絡，更作為掌握信用卡與金錢的連結關係之開始。

### 第三章 金錢形式的發展

#### 第一節 金錢的不同形式

現在主流、通用的金錢經歷長時間的改變、紛爭與嘗試才發展至今日的樣貌，其中「主流」之意非指所有地區，世界每處皆採用此機制，接受此交易方式，而是指它具備一種普遍化的強制性，於必須被接受的情況成為主流；說其「通用」在於其發展與流通的歷程將更多人、更多地方納入這個系統中，其發展過程逐漸產生一種自為力量，對外在的事物產生一股必須接受的強迫力。

金錢形式的變化並非涇渭分明的階段式發展，不同的金錢形式可能同時存在，就算以信用貨幣為主的今日社會，仍存在不以此形式作為交換手段的地方。或者，當現金貨幣遇到危機，例如：通貨膨脹的情況，法定貨幣不被信任，或使日常交易變得困難，則可能回復以物易物的交換形態。金錢形式的發展有其趨勢，但不意謂另一種金錢形式發展時，原存有的金錢形式就會完全被取代，不同功能、目的、流通範圍的差異，不同金錢形式將擔負適合的位置，甚而，一種金錢的發展需要立基於其他金錢及其社會型態的基礎之上。不過，為說明上的清晰，會以線性發展的陳述方式描繪金錢形式的發展。

#### 一、從直接交換到商品貨幣：逐漸延伸的交換鏈

原始社會是一種自給自足的社會型態，彼此發生往來之前，是以各生活單位本身的生產滿足需求，彼此發生往來之後，發現其他生活單位所生產的有所差別，遂產生對其他需求的欲望，此階段即為物物交換的階段，以物品、勞務進行直接交換，或是以訂定契約的方式來交換。<sup>60</sup>物物交換階段雖有交換行為，卻無統一、確切的交換手段，而不易於交換的進行。例如：買賣雙方難以達成共識、償付的勞務或物品需要協調，且償付的物品品質難以確認，價值亦因時、因地而有所差異等等困難。<sup>61</sup>而交換的物品之間也缺乏一個相互比較的平台，無統一標準可以相互比較、衡量，亦無法知道商品間的價值比例。統一的交換標準的缺乏不只意謂交易無法順利進行，物品價值也沒有一個達成共識的評判，一個可作為

<sup>60</sup> 參閱班必鈔（1974），《現代貨幣與信用理論》，台北：三民，頁 1。

<sup>61</sup> 參閱班必鈔（1974），《現代貨幣與信用理論》，台北：三民，頁 1-2；Law, John，朱泱譯（1997），《論貨幣和貿易》，北京：商務，頁 2。

普遍度量的標準。

然而，物物交換的不便與不利，在一計價單位出現後獲得改善，不只克服物物交換可能的困難，經濟與商業也開始有了發展與擴大的可能性。一般將此階段的金錢稱為商品貨幣或貨品金錢（貨幣）。Jack Weatherford 指出此類金錢形式是作為計價單位而非交易的實質錢幣，當物品價值不相等時，則以商品貨幣抵消。<sup>62</sup>商品貨幣的特點在於一方面作為物品，可供直接消費；另一方面則具有交易功能。<sup>63</sup>那麼，怎樣的貨品會被當作金錢？Fernand Braudel 與 Simmel 皆指出需求量較大或比較充裕的商品，或較頻繁流通的商品便會扮演金錢的角色，成為計量單位。<sup>64</sup>也因此，商品貨幣的形式是多重、龐雜的，舉凡食品、衣物、牲畜，甚至是人類本身都可以當作交換的媒介，只要合乎上述條件，皆可能成為商品貨幣。

何者為適合的金錢會因時間、空間、生活習慣與經濟型態而有所差異，因此，商品貨幣的價值在不同地區、時間亦有不同的價值程度，儘管克服了物物交換階段的不便，但是，當經濟逐漸擴大與延伸的同時，商品貨幣的功能仍使之受限。加上商品貨幣本身在保存、保值上不易，也不易分割與綜合，就算以牢固貨品，例如：貝殼、礦石、牙齒等為金錢，但因為是天然材質，在大小質素、色彩、品質上即有差異，雖比其他商品貨幣易儲存，然而，其價值基於其物質性也不完全相等，普及性和稀有性亦不一致，也因為地域和時間因素，被認為具備價值的標準也不相同。<sup>65</sup>因此，無論是以需求較大、較為普及的商品為交換手段，或是相較之下較為牢固的物品作為金錢，都因為本身的價值無法統一，容易因時間、空間因素而有所變動，不只是儲存上不易，價值上也會因此減損，故尚無法成為完善的金錢。

## 二、金屬貨幣：質量保證與穩定的追求

商品貨幣之後為金屬貨幣階段，與商品貨幣不同，金屬在大部分社會團體已被視為具備較高價值的物品，因此，其價值較不會因為地區或時間不同而產生差

<sup>62</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》, 台北: 城邦, 頁 20-21。

<sup>63</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》, 台北: 城邦, 頁 22; 班必鈞 (1974), 《現代貨幣與信用理論》, 台北: 三民, 頁 3。

<sup>64</sup> 參閱 Braudel, Fernand, 施康強等譯 (2006), 《15 至 18 世紀的物質文明、經濟和資本主義——日常生活的結構：可能與不可能（卷一）》, 台北: 左岸, 頁 573-574; Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 76。

<sup>65</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》, 台北: 城邦, 頁 27。

異。基於金屬本身的特性，逐漸被視為更適於作為金錢的物品。

金屬貨幣在早期使用的是未經鑄造、重量、成分又不精確的秤量貨幣，之後發展為鑄成固定型態、成分、重量，並標明一定票額的鑄幣。<sup>66</sup>雖然金屬貨幣有其缺點：笨重、難以攜帶等等，但是不同於商品貨幣保存、保值的不易，金屬貨幣因為不易氧化而容易保存，也不易毀壞，故能作為儲值之用，價值亦較不會因為毀損而減少。並且金屬貨幣可以分割，便於加工，因此，其基本特性使其成為更適宜的交換媒介。

然而，交換手段的形式之轉變將帶動社會產生變化。金屬貨幣的使用使得經濟的發展加劇，缺乏適當的社會機制、經濟制度加以協調、支撐時，可能帶來社會的動盪與不確定性。金屬貨幣在未規定其重量、成色、規格之前，使用的是像碎銀、碎金這類貴重金屬，因為沒有任何標記只以秤重方式衡量，交易的過程中其實是不方便的，針對此缺點出現改善的方法，即將一定的重量裝成一袋，但其內容物又容易被混雜其他金屬替代，或者是鍍上一層金或銀偽裝，之後亦有專門的鑄幣機構發行，其構成成分上較有保障，但是，以金屬貨幣為法定貨幣的期間，相關制度並未完善，貨幣發行者藉由發行貨幣可以獲得的利益，而在鑄幣過程中偷工減料。John F Chown 指出貨幣的鑄造在歷史上呈現週期性的變化，其價值經常大幅度下降，發行者會逐步降低貴金屬含量，從中賺取利潤。<sup>67</sup>此行為將導致貨幣貶值，使市場沒有一個穩固的交易標準，連帶影響人民對發行者以及貨幣的信任。

金屬除了攜帶不便的缺點外，貴重金屬供給以及需求的不穩定也使其價值產生變動（例如：當一項貴重金屬產量較大時，其價值將會貶值，相對地，產量漸少將升值），加上貴重金屬本身即為稀有的物質，或者因需求增高，其供給可能不足的情況下，亦會發生爭奪貴重金屬的情形。早先使用金屬貨幣的國家可能到其他未使用的地區挖掘，又因開發使產量增加，金屬價值依然會再度貶值。無論是供給量或需求量有所增減，貨幣皆會相應增值或貶值，而不穩固的金錢會相對影響貨品價格。

---

<sup>66</sup> 參閱班必鈔（1974），《現代貨幣與信用理論》，台北：三民，頁 4。

<sup>67</sup> 參閱 Chown, John F, 李廣乾譯（1994），《貨幣史——從公元 800 年起》，北京：商務，頁 16-17。

### 三、代用貨幣與信用貨幣：趨於完備的金錢形式

在金屬貨幣攜帶與搬運的不便，以及供需不定的缺點下，發展出另一種金錢形式：代用貨幣。代用貨幣指的是像票據、支票、銀票等等，當金屬貨幣缺乏時，則以代用貨幣替代，不受金屬短缺的影響，一旦經過背書即具備和金錢一樣的流通性。<sup>68</sup>代用貨幣的使用能夠克服時間與空間的障礙，在時間上不受當下所限制，可於未來償還，是具備信貸意義的金錢；空間上因不像金屬這類較為笨重、體積較大的物質，流通的速度得以加快，克服這兩種限制也使得商業的發展更為擴大與迅速。<sup>69</sup>針對代用貨幣中的銀票類型，Weatherford 進一步指出：「銀票打破了金屬貨幣的物質限制，創製了新的金錢。在商人之間流通的銀票可以當作一種紙幣。雖然這類銀行的活動與服務，仍限於相當少數的人士〔……〕，但實際上，銀行已找到了使用更多金錢流通的方法。」<sup>70</sup>當金錢必須受制於一個物質性基礎時，其價值就受到供給量的影響，相對地，若能突破這個限制，整個商業、消費市場以及金錢使用的侷限將被打破。

信用貨幣是指代替金屬貨幣充當流通手段和支付手段的信用票據，是代用貨幣進一步發展的產物，最佳的信用貨幣例證即為紙幣。現今的貨幣制度以「紙幣本位制度」<sup>71</sup>為主，過去紙幣的流通曾依靠相符的黃金量為支持，也就是紙幣能夠兌換相等值的黃金，稱為兌換紙幣，現今的紙幣則依賴發行者的信用，本身僅具備政府規範的合法價值，為不兌換紙幣。<sup>72</sup>

就西方來看，整個紙幣的發展歷史在一開始是供銀行增加金錢供給的方法，因有助於解決保存黃金的問題，至於日常的商業活動，直至晚近才取代錢幣。<sup>73</sup>在其發展之初，所遇到的困難即是尚未有一套完善機制搭配發展。和金屬貨幣同樣是屬於法定貨幣，一般由政府印製，製造過程也與金屬貨幣產生類似的問題，鑄造金屬貨幣時，鑄幣者會採取手段降低成色以從中獲利，印製鈔票則因為過度印製而造成金錢價值下滑，比起金屬貨幣，過度印製紙幣所造成的通貨膨脹問題

<sup>68</sup> 參閱 Braudel, Fernand, 施康強等譯(2006),《15至18世紀的物質文明、經濟和資本主義——日常生活的結構可能與不可能(卷一)》,台北:左岸,頁615-616。

<sup>69</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯(1998),《金錢簡史》,台北:城邦,頁85。

<sup>70</sup> 同前引書,頁86。

<sup>71</sup> 相對於紙幣本位制度的是「金屬本位制度」:貨幣一單位和一定量本位金屬之間,維持法定等價關係的貨幣制度,貨幣的數量與價值受到一定數量金屬的限制。參閱郭國興(1998),《貨幣銀行學——理論與應用》,台北:三民,頁24。

<sup>72</sup> 參閱班必鈔(1974),《現代貨幣與信用理論》,台北:三民,頁2-4;郭國興(1998),《貨幣銀行學——理論與應用》,台北:三民,頁34-36。

<sup>73</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯(1998),《金錢簡史》,台北:城邦,頁148。

更為嚴重，也更不受限制。不同於金屬貨幣有其自身價值，即使貶值依然會被使用，有其物質價值為保障，紙幣的金錢價值是被賦予的，除作為金錢使用別無用途，一旦喪失，或者貶值情況過度嚴重，將形同廢紙一般，無法再擔任流通手段之用。

針對通貨膨脹這一現象來看，金屬貨幣與紙幣的差別清晰可見。Weatherford 指出超通貨膨脹似乎是現代才有的現象，在以金屬為基準的貨幣體制雖會因為金屬供給增加而貶值，但貨幣流通量最終仍受限於硬幣的生產數量，相較之下，紙幣則較沒有限制，甚至在一些特殊情況下，如：戰爭，政府還會以印製鈔票應付問題，這也使得事後的通貨膨脹問題更為嚴重。<sup>74</sup>就其本身性質而言，金屬貨幣存在其自身價值，可用於裝飾、工具，其擁有也具備象徵身分地位之意涵，紙幣的價值來源則完全由他物負責，無論是金屬儲存量或以對政府的信任為支撐，失去支持的部份也將喪失其金錢價值。

不過，這不表示金屬貨幣比紙幣完善，只要有相應的制度、措施搭配得宜，紙幣更適合擔任金錢的角色。首先，紙幣的出現有助於解決金屬貨幣的問題，因金屬貨幣（尤其是黃金）價值較高，在交易的進行和商業的流通過程中，會出現某些手段從中削低價值，且金屬貨幣的運輸風險也較高；再者，在代用貨幣與紙幣出現的時代，銀行體系也在發展中，紙的金錢形式更適於銀行體系的運作。

在 John Law 對貨幣制度的討論中，亦認為基於貨幣所須具備的特性上，紙幣比起白銀更為完備，因為紙幣在轉讓與分割上，都比金屬貨幣更為簡單、迅速，運輸上較不受價值差異影響，轉換較為容易，且面積較小，保存上也較金屬貨幣容易。<sup>75</sup>由上可知，較為完善的貨幣應該在運輸、轉讓、保存、製造等過程具備風險低、便利性高、流通性廣的特性，越能符合就是更適合的金錢形式。因此，比起其他金錢形式，紙幣更適於日常的交易活動，無論是消費、轉讓或運輸，都比其他金錢形式更為輕便。就其金錢價值而言，只要有適當的機制、社會制度相應，將是更為穩定的金錢。

#### 四、塑膠貨幣：人與金錢之間的新連結

社會機制、型態的不同發展，也帶動金錢形式的變革，舉凡金融卡、簽帳卡、

---

<sup>74</sup> 參閱同前引書，頁 266。

<sup>75</sup> 參閱 Law, John，朱泱譯（1997），《論貨幣和貿易》，北京：商務，頁 67-68。

信用卡、電子錢包等都屬於塑膠貨幣，目前這類金錢形式的材質主要以塑膠製成，雖然個別類型的塑膠貨幣有各自發展過程、演變與功能，但皆無法脫離電子化系統的發明。不同於目前使用的硬幣和紙幣，塑膠貨幣如同一張溶縮金錢的卡片，具備金錢的功能，卻不具備傳統的金錢形式，其使用更具目的性，其交易存在限制，卻也具備延伸與擴張。以金融卡來說，它不被使用時，僅是一張塑膠卡片，不能作為支付之用，但它卻具備提領現金、轉帳的功能，使人與金錢的活動更為方便（無須到銀行即可領取所需金額）。Weatherford 提到：「[……] 這種卡片的主要功能有如取錢之用的電子支票。金融卡因此取代了銀行出納員的功能，但領取現金的結果並無兩樣。」<sup>76</sup>另外類似現金交易的塑膠卡片類型則是轉帳卡與電子錢包，依存款或儲值金額多寡，消費時（後）則抵扣當次消費金額。

人與金錢之間的活動經由塑膠貨幣這樣的金錢形式，呈現更為錯綜複雜的關係，金錢不像過去完全以實質、具體存在的方式被使用，甚至無需真實存在的金錢就能流動於日常交易或整個商業市場。尤其信（借）貸觀念與市場的發展下，更轉變了使用金錢的時間感，最佳例證即是信用卡的出現。與其他塑膠貨幣不同，信用卡所呈現的是具備借貸意義的金錢，不像轉帳卡會立即從帳戶扣款，不像儲值式的卡片需要預放金額才能使用，信用卡的使用是一種向未來借用財富的金錢活動，不再侷限於當下，每一次消費都代表和金錢的關係的延長，個人與金錢的連結延續到繳清消費款項的那一刻。

最初的金錢形式中，時空因素絕大程度影響了金錢價值的恆定性，因此不斷轉變與被創造的金錢無不企圖改善此缺失，讓金錢能夠擔負更為完善的金錢角色。但是，當金錢越是以其他事物作為支撐時，價值的程度也就更趨於人為創造。雖說金、銀等貴重金屬之價值也是人所賦予的，但無論是原始時代、現代，或無論是否有金錢作為流通的地區，貴重金屬的價值被普遍地接受，這一特別之處使金屬與生俱來一定程度的價值，又如商品貨幣，不作為金錢使用，仍具有使用價值，然而，代用貨幣、信用貨幣或塑膠貨幣不是如此，當失去背後支撐的效力就失去了作為交易手段的資格。金錢形式不斷變革的過程，出現更多勢力、權力<sup>77</sup>的因素介入，比起空間、時間的影響，現代的金錢價值更受人為因素所決定。

---

<sup>76</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》，台北：城邦，頁 269。

<sup>77</sup> 關於貨幣制度中的權力涉入多指向政府的鑄幣權力，只有政府才擁有製造金錢的權力，也是金錢合法性的來源，在金屬貨幣方面保障了金屬的含量、比例；在紙幣方面則以其發行作為整個貨幣制度的調節。然而，這亦顯示貨幣本身人為決定以及受人為影響成分越來越集中、壟斷的趨勢。在更多種貨幣形態出現後，其中涉入的權力關係也更多重、更複雜，尤其在信用卡這類的塑膠貨幣最為明顯。

## 第二節 金錢發展的基礎

描繪金錢形式發展的同時，也是社會型態的演變過程。金錢與社會生活的關係，一方面是金錢的變革驅使社會生活轉變，影響社會生活的運作；另一方面是社會的開展亦賦予金錢產生變革的基礎，其發展無法獨立於社會機制的開展以及智識活動的條件之外。

### 一、技術的變革：鑄幣技術、印刷術與電子系統

當金錢越不以其物質價值為基礎時，其形式從商品貨幣到金屬貨幣，再發展出代用貨幣、紙幣，及塑膠貨幣的形式，正是一個越來越具備象徵意義的抽象化過程。前面已提及一種金錢形式的開展需其他社會條件加以支撐，其中，某些事物的出現與應用正是使金錢更為完善的滋養。在其形式的變革上，「鑄幣技術」、「印刷術」以及「電子系統」這三項技術與其設備的開展切劃了三個最具差異的金錢形式，即金屬錢幣、紙幣，以及塑膠貨幣。鑄幣技術使得金屬錢幣無論是形狀、質量上皆更趨穩定，並在完成品上加註標記表示其合法性，改善了過去質量不一的不便；印刷技術的發明與傳播讓紙幣這類的信用貨幣更為簡單而便利，逐漸成為主要流通的金錢形式。至此可發現金錢因為相關技術的開展，逐漸趨向一個標準化的、不受外在因素影響的金錢，以及製造者的權力更為涉入，擁有金錢者更有保障的金錢。<sup>78</sup>

相較於金屬錢幣和紙幣較為單純的金錢功能，電子化技術帶給金錢的是變異性與複雜性。在電子化金融系統之下，不只是較為簡易的金融交易，如存、提錢，匯錢等方式有了轉變，也延伸其他相關的金錢交易方式，例如轉帳、扣款、預借現金等等。金錢交易的範圍和流通也打破地域上的限制，通過電子化技術，無論是對個人、組織或國家而言，金錢成為能夠全球流動的媒介，金錢的流通出現各種模式，透過電子系統，金錢成為一種電子化的金錢，其運作與使用不再需要絕對的實體，只需電子系統為其中介，只需要一種數字符號式的呈現即能於任何時間、空間流動。

就整個金融環境來說，電子化技術可以運用於各種金融事務，處理金錢的相關事項更為簡單、便利，時間縮短，地域上更無區別。而電子金融主要亦指向的

---

<sup>78</sup> 當然也包含了金錢可能帶來的風險與危機。



付款系統的自動化，單純付款這一項目就延伸許多交易工具。塑膠貨幣就屬於電子金錢系統的一環，依賴於電子系統出現的塑膠貨幣，無論是早期以磁條的方式儲存資料的磁片卡，或是後來更為精密與精細的晶片卡，皆使得金錢的功能變得更多樣化，一張塑膠貨幣的微型矽晶片上承載各種功能。並且在網路發展之後也出現只需依靠網路系統就能進行交易的電子現金、電子支票、線上信用卡付款、個人銀行等等，人對於金錢的使用更為多樣化，也更具選擇性。

電子化金錢系統一方面加速了金錢的流通速度與範圍；另一方面，亦加速了金錢的處理速度，相較於其他金錢形式，紙幣雖已降低金錢運送的不便利，但鑑於金錢的特性和功能，其流通的速度和範圍將決定市場經濟的運作。Weatherford 提及自從電報發明後，人就開始研究如何以電子來推動金錢，二次世界大戰後在信用卡和支票的使用率漸增，因此銀行需要一個更快、更好的方法來流通大量的金錢。<sup>79</sup>在兩者相輔相成的影響下，電子系統不只加快了金錢的流動，也將更多社會的成員納入整個系統，相關金錢的活動皆能以電子系統進行處理，人與金錢的關係逐漸變成只需要通過一個電子系統為媒介，就能處理相關的事務。金錢的各種機能與電子技術相結合時，金錢的形式也從有形的金錢到無形的金錢發展，金錢的形式不再是有重量、有其金錢樣貌、可實際被計算、觸摸的傳統金錢形態，如前述，它可以只是一連串流動的數字符號，只需要數字就表示了其數量多寡。

## 二、智識活動的增長

隨這些相關技術的發展，金錢有了不同面貌的發展，對於人類活動也產生不同的影響。但是除了社會制度、機制的發展外，人的智識活動與理智性、抽象思考的能力，也作為金錢得以開展的基礎，它亦為金錢得以運作的先決與必要條件。Simmel 指出金錢的發展也表示文化發展的不同階段，它預示了精神過程的擴張與文化必須朝向理智與抽象思維的發展。<sup>80</sup>以數字的發明與應用作為說明，它正刻畫著金錢與社會生活間相互助長的關係。

日常交易中，數字與算術符號象徵實際物品的數量，市場需要更好的機制使其運作更為順暢、簡易，阿拉伯數字的使用正好與日常運作時要求更為簡單、快速的需求不謀而合。不同於羅馬數字，阿拉伯數字更易於進行運算與推展，從中

---

<sup>79</sup> 參閱 Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》, 台北: 城邦, 頁 265-266。

<sup>80</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 85。

發展其他運算符號與計算單位。接受金錢同時也必須具備計算與運用數字的能力，因為所有物品都將被劃為數字表示，只有數量和價格。Weatherford 認為：「使用數字的能合計且盤算，促動了人類思維的理性化傾向，在沒有錢幣的傳統文化中是不曾出現的。金錢並不見得使人更聰明；它卻能使人用數字與量化的新方式來思考，它使得思考不再個人化，但卻更抽象化。」<sup>81</sup>金錢制度與應運而生的生產使人需具備計算和使用數字的能力，以及學習將未同等化的事物加以分類。<sup>82</sup>

反過來說，如果沒有發展數字的概念，不被普遍運用與接受，金錢的樣貌或許就不一樣了。如同 Simmel 在描述金錢的純粹符號特性之發展時所強調的，貨幣以量的特性將不同質的事物互相比較，以量呈現不同事物之間的價值關係的能力，完全是通過人的智力的發展，是人的智力使原本不具一致性或相似性的對象有了對等的關係。<sup>83</sup>金錢是一種化質為量的事物，而數字似乎成為其最佳象徵，兩者表示為「量」的特性正作為一種更為符號化的作用力。

再置於較長的歷史鏈來看，Simmel 認為文化發展的不同階段，對符號體系有不同的應用與比重，文化發展程度較高在更大程度上以符號形式來包融、凝縮和表現生活經驗。貨幣就作為這樣一種符號表現，不僅濃縮了事物價值的質與量，也作為人與對象間關係的表達。現代社會運用越來越多的符號象徵體系作為表達，那些符號與象徵就變得越來越純粹，越來越與內容無關。<sup>84</sup>

### 三、信貸觀念及其制度之開展

另一個關鍵的基礎即是信貸觀念與其制度的發展。信貸制度、觀念的發展各國不一，並於不同的生產條件、社會結構，以及各國的貨幣政策的差異下，信貸的政策、機制的建立也不同，但其基本內涵具有一定程度的一致性。為何信貸體制是貨幣發展的基礎？Chown 指出，在信貸發展初期，功能上指的是一種大額交易的結算工具，可節省人力消耗，並免去運送鑄造貨幣或未經鑄造的貴重金屬可能帶來的風險。<sup>85</sup>

不同於以買賣關係構成的經濟活動，信貸是一種借貸行為，以償還為條件的信用活動，例如：支票、票據這類代用貨幣，或者分期付款、貸款等金融活動，

<sup>81</sup> Weatherford, Jack, 楊月蓀譯 (1998), 《金錢簡史》, 台北: 城邦, 頁 44。

<sup>82</sup> 參閱同前引書, 頁 44。

<sup>83</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 81。

<sup>84</sup> 參閱同前引書, 頁 83-85。

<sup>85</sup> 參閱 Chown, John F, 李廣乾譯 (1994), 《貨幣史——從公元 800 年起》, 北京: 商務, 頁 200-201。

以及簽帳卡、信用卡等塑膠貨幣的出現，皆展現信貸作為一種金融工具的廣泛。因此，除了能夠補充貨幣的不足，加速貨幣的流通，進而調節了社會供求關係外，也擴充了金錢的意義與活動。

依附在不同金錢形式下的信貸關係，亦開展出不同面貌。借貸的發生必須要有剩餘生產的產出，沒有剩餘產品就沒有信用，社會發展初期若社會生產剛好維持自身最低生活需求時，將不存在信用關係，直至社會分工展開，生產率提高，也增加了剩餘產品，信用關係隨即出現。再以借貸形態而言，最初的借貸形態即是實物借貸，貨幣逐漸發展之下，才出現貨幣借貸。<sup>86</sup>因此，初期借貸形式的借貸對象不一定是金錢，也可以是物品或勞務，而現今社會的借貸通常指向金錢。借貸所交易的對象不是商品，而是金錢，相互訂定的契約下，兩者的關係也成為一種借貸關係，金錢不再侷限於買賣商品的交易範圍，而是以金錢本身作為交易的對象，甚至是獲利來源（被借貸者除拿回本金之外，可另外獲得一定報酬），金錢的角色將不純然只是交換的手段。

在信貸觀念逐漸為人接受，也漸漸破除禁令的發展下，產生越來越多的信貸工具種類，其內容、功能或許不同，但在其具有的合法憑證下，皆逐漸被視為金錢的延伸與擴充，並且信貸觀念以及相關制度的建立，更有利於銀行體系與市場機制的運作，最初銀行是作為金銀的存放地，逐漸擔負起中介貸款的角色，甚至成為其主要業務。李思儀指出信用工業的發展使信用組織的結構發生改變，信用產業將提供信用與貨物的供給者分離，並與特定資金提供者產生關聯，將此第三者引入信用關係中，讓信用從銷售工具變成結果，信用成為商品本身。<sup>87</sup>就信用卡來說，即此發展下的產物，它正作為一種「準信貸」工具。

從金錢最初的發展開始，為了符合個人與社會的需求，其形式不斷轉變，對貨幣所應具備特質的要求至少包括：必須被普遍接受、其價值應趨於穩定、標準化的品質、耐用、易於分割與攜帶等等（今日的紙幣即符合上述特質），並且貨幣具備四個基本的功能，作為價值的尺度：一種計價單位，用以衡量和表現其他財物價值的尺度；交換的手段：作為交換的媒介，用以購買財貨勞務的工具；以及儲存手段與延遲支付的手段，<sup>88</sup>金錢的發展皆在這些特質與功能上愈趨完備。也發現金錢物質基礎與其價值的關係逐漸切割，基於物質的不穩定性，抑或普遍

---

<sup>86</sup> 參閱朴祥來（1994），《金融》，北京：人民，頁 19。

<sup>87</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 30。

<sup>88</sup> 參閱郭國興（1998），《貨幣銀行學——理論與應用》，台北：三民，頁 10-16。

流通的要求，唯有在價值上能保證穩定的貨幣形式，才能作為「適合」的金錢形式，當金錢的價值與其物質基礎分開時，金錢的價值保證則轉以對政府的信任為來源，保障金錢價值的權力由私領域向公領域移動。

從物物交換到塑膠貨幣的發展，金錢朝向一種虛擬化與符號化的轉變，越是純粹符號化的金錢形式，其流通性越是廣泛，而塑膠貨幣更不同於傳統金錢的運作機制，塑膠貨幣依靠電子化系統即能完成交易。不同金錢形式依賴不同的社會條件、基礎，金錢需要社會系統的支撐。直接交換與以商品貨幣為主的階段，尚未具備廣泛性與普遍性，除金錢的物質條件無法承擔作為普遍交換的中介物之可能性，相應的社會系統亦未成立。而與之相對應的社會系統逐漸形成下，金錢的抽象化程度藉此提高，塑膠貨幣背後即存在金融體系（尤其是銀行）與電子化系統作為支撐。

在信用貨幣完全切割金錢價值與價值量的對等後，塑膠貨幣再次切割金錢交易時「量」的呈現，在材質上再度脫離物質基礎，其內容亦是一種數位化的質料，於實體及功能上皆成為更虛擬的金錢形式，且其流通性是以私人契約關係為保證，其合法性也分散至使用它的個體。塑膠貨幣不同於傳統金錢形式的方式流通，以信用卡來說，它同時結合支付與借貸的功能，擴增金錢支付手段的意義，強化金錢流通的範圍與速度。

然而，金錢不只以具備功能性與目的性的角色流通，其形式上的變化隱含更多意義。因此，上述指出的功能與特質尚無法完全描繪金錢這樣的「物」，亦無法提供信用卡與金錢連結關係的一個清晰的圖像。圍繞於金錢的，不僅是金錢本身所具備的基本功能，更包含金錢從中逐漸產生的自我特徵，並通過金錢的特性作用於人、事、物之上，作用於生活與整體社會，逐漸開展出一種透過金錢所呈現的影響與現象。



## 第四章 金錢與信用卡之間

在上一章我們看見一個金錢形式的發展，主要都立基於前一種貨幣之上，不斷尋求功能的完善，然而，不只金錢形式的開展立基於前一種金錢之上，金錢所展現的面貌與特徵，也為前一種金錢形式更為極致的表現。不同的金錢形式會展現相同或相異的特性，它們以一種越趨完全、越趨純粹的方式逐漸形成。這些特性彼此非相互獨立、完全區隔開的，反而是一種相互作用、互相依賴（依賴著其他特性的存在而存在），甚至相互補強的關係。一種特性都可能因另一個特性，將其特徵發揮的更為劇烈，更具備影響力。這即是 Simmel 所關注的。

於此，本章將進入到金錢特性的討論。關於 Simmel 所論述的金錢特性，從兩個層面切入：一部分是金錢與價值的關係，如何作用於價值之上？通過金錢，價值將有何種呈現方式；另一部分是作為交換手段的金錢，其手段的特徵為何？有何改變？如何作用於人的活動。在這兩個層面上，我們可以看見金錢的特性如何發展，以及金錢特性之間如何相互影響，並以此與信用卡相連結，從中進行比較與闡釋。

另外，此章節所進行的討論方式，是先瞭解 Simmel 的論述，進而在其論述基礎納入對信用卡的觀察與分析，以此方式可以較為清楚地看見不同的金錢特性與作用上，信用卡與金錢之間的差異。

### 第一節 對「事物價值」與「價值感受」的作用

#### 一、金錢的純量化特徵

##### （一）將事物價值從「質」轉換為「量」的表現

從金錢形式的發展中可發現，其首要功能即是協助商品之間能夠越來順利地進行交換，金錢正是商品得以流通、相互交換的媒介與平台。金錢如何作為事物價值的表現，是一個漫長的過程，將事物的價值如何逐漸被認定下來，如何以金錢表示其價值的程度等等問題，一般認為這是在商品交換過程中逐漸發展而成，在此過程取得共識與協議。然而，金錢在其中究竟如何扮演起這個角色？占據這樣的位置的呢？

首先，必須先回到事物價值的來源問題。事物價值的來源及其高低可能受兩個因素影響：其一，受事物本質所影響，實用性與數量多寡可能影響其價值程度，事物的實用性將影響其不可替代性，一般而言，作為滿足人基本需求的事物，其價值也較為穩定，例如水、食物等等，它們較不因為空間與時間的變化，社會型態的改變而失去價值；其二，供給量與需求量間的關係，彼此數量多寡的變化主要影響了價格，當某物的供給數量多於需求時，價格一般就會下降，相對地，當供給量較少，相較之下需求量較高，價格則可能上升。

但是 Simmel 卻認為或許實用性決定對象在根本上是被需要的，供給量與需求量的關係決定了價格的高低，不過，若是回歸到價值最初被賦予的狀態則皆決定於對對象的「欲求」。<sup>89</sup>因此，對事物的欲求是事物具備價值的首要條件，只要有欲求，事物就具備價值，無論此物是否具備實質效用，一旦它對個人來說需要的，是想擁有的，它就是有價值的。雖然事物的實用性和供給量會影響其價值程度，但不作為決定事物是否具備價值的先決與必要條件。

在事物價值程度的問題，Simmel 則認為，真正影響價值程度的其實是個人與對象之間的距離。與對象間的距離意謂個人對對象企圖擁有但尚未擁有的欲求，從欲求到滿足之間的過程即是距離，其中包含所做的付出、犧牲、放棄等等努力，這將影響欲求對象的價值程度。正因為距離使得價值能有程度不一的變化，並可被加以衡量，也就可以進行比較，且具備可交換性，通過交換達成流通，從主觀價值的內容脫離成為客觀價值，再通過交換成為具備經濟意義的價值，並以金錢作為其表徵。

當價值趨向穩定，直至以金錢表示，顯示的是一種「質」到「量」的表現方式，價值亦從主觀認定成為具公共性的客觀認定，從主觀認定具備絕對性的價值感，進入公共認可具備相對性性質的價值，金錢的逐漸涉入，使事物價值以一種更具體且更細微的方式被表示與呈現。

Simmel 指出，物的價值是以與他者的交換關係所決定，從其相互關係用中獲得，並在金錢中找到最純粹的表達與體現。<sup>90</sup>相對地，金錢呈現了事物間相互決定、相互表達的關係，亦源於需要金錢這樣的表達物。然而這造成一個後果：只要事物被劃歸為同一屬類、等級，其價值就以一定的金錢數量表示，事物的價值通過金錢而成為一種具體化的呈現。

---

<sup>89</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 30-31。

<sup>90</sup> 參閱同前引書, 頁 56。

作為一種價值尺度的金錢，即可用於衡量和表現其他事物的價值，在個別層次上，金錢成為事物個別價值的具體表現；在整體事物序列的層次則呈現了事物之間關係的變化。一件商品價格指出的是這件商品與別的商品積累的可交換程度，金錢價格的變化則預示了特定商品與其他商品間交換關係的改變。<sup>91</sup>而金錢如何擔負此角色？主要亦源於其中立性與無差別性：不因為個別對象有所異動，只要事物被劃歸同一屬類、等級，其價值就會以一定的金錢數額表示，通過金錢而以「價格」的方式呈現。

金錢能成為任何事物價值的具體呈現，正因為金錢作為一種中立的表達物，它不因為對象的不同而差別對待，只要某一事物劃歸為同一屬類、等級，及價值就以相當程度的數量表示。<sup>92</sup>以及，金錢的純量化特性使不同價值都被平準化，以金錢的數量特徵消解了所有質的差異，將質表現為純粹量的形式。<sup>93</sup>在不同形態的金錢中，金錢的純量化特徵也呈現出不同樣貌，較原始的金錢形式，對事物的計量也較為粗略，其相等性只是一種概略的對等方式，價值程度的表現則較為模糊與抽象。在金錢後續的發展中可發現，越是純粹符號化的金錢形態，越具備細微的數字概念，越是脫離其物質價值，對事物價值的呈現也越是細微的數量化，其計量單位越是細緻，被納入計算的價值也就越多。

## （二）價格成為事物價值的衡量之一

當價值以金錢的方式作為呈現時，表示價值不是個人對對象的主觀價值，當價值被金錢加以衡量、計算，意味金錢提供了一個客觀的測量方法。金錢體現抽象價值同時，也使價值之間能夠相互比較，因為它們有同樣一套的表達方式。當價值以金錢作為表達與呈現，實際是將事物質的差異消解於量的範疇之中。

《貨幣哲學》正文的開頭，Simmel 即將事物的實在序列與價值序列進行區分，Simmel 認為處於實在序列中的事物，其排序原則是一致性，彼此的關係是平等、無重要與否之區分，不過按價值進行排序的價值序列中，則取消了一致性，反以差異性作為其規則。<sup>94</sup>價值序列中，事物的質是多樣化的，以其差異性展現出不同的價值程度，但是當金錢介入，並作為事物價值的具體呈現時，事物質的

---

<sup>91</sup> 參閱同前引書，頁 57。

<sup>92</sup> 參閱同前引書，頁 59。

<sup>93</sup> 參閱同前引書，頁 201。

<sup>94</sup> 參閱同前引書，頁 3。



差異都被簡化成以金錢的量作為表現，價值序列中具有差異性、特殊性、個別性統一為量的方式展現，金錢的量將成為價值來源的一部份，甚至成為首要的決定因素。

金錢量化的特徵同時作用於人與對象之間。事物價值的具體呈現是價格，價格雖不反映個人對事物的價值感受，也不完全等同於價值的程度，但它卻反過來影響了人的價值感受。金錢指向一種具體的價值象徵，事物價值首先表現於價格，不論價格實際代表的意義為何，它即為一種具體化的呈現方式，且對個體而言它表示了對象的客觀價值。先排除價值意義與價格之間可能產生的不對稱性，只要對象對個人來說是需要的、想要的，它首先就擁有了具備價值的先決條件，但是，當價格成為客觀價值之展現時，將可能影響個人對對象的價值感受。

Simmel 提到，對事物的評價是根據其形式或其價值量的差異在於，對事物的評價是關於量或是質的價值感受，越依據其形式賦予價值，意謂一種以其質來作為評價的衡量方式；相反地，以數量為衡量，即為一種以量為主導的價值。<sup>95</sup>這正是以金錢作為衡量標準所引發的效果：將所有質表現為量的同時，也取代了原本事物質的意義，於是，一個極致的情況是以金錢衡量一切事物，價格變成主導價值的來源。金錢對事物價值的衡量，不侷限於經濟領域，在其越加象徵、抽象化的發展下，任何事物，包括人，都可能，也都可以被納入，以計算性為主導，以金錢表示的價值成為價值的來源，成為價值程度的代表物，而最極端的情況即是價值的感受與衡量將直接來自金錢的數量多寡。

## 二、虛幻與真實之間的金錢：信用卡

### （一）對金錢價值的模糊化

金錢介入事物價值所產生的主要效果與作用，即將事物價值以數量的具體方式體現，此功能影響了個人與對象的價值關係，中介物的形式（包括其展現與具備的特性、特徵）為何，實際上將對中介的兩端產生影響。倘若。今天的中介物是信用卡時，將產生如何的作用呢？

首先，信用卡在其材質、形狀上，已不同於傳統的貨幣形態，以紙幣為例，紙幣的金額等同它所具有的金錢數額，不可能有所增加或減少，信用卡在形式上

---

<sup>95</sup> 參閱同前引書，頁 201。

卻是更為虛擬化的金錢形態，信用卡承載不同程度的金額，而金額也無法從信用卡上看到。因此，在金錢的材質與外型上，信用卡已削減了金錢數量的具體化呈現。

而在事物價值的呈現方面，現金交易的方式中，我們以實際的金錢數量交換欲求對象，對交換的對象來說，價格等於它的價值，以個人而言，我們會以價格是否與此事物的價值感受的相符程度，來評價這個交換是否值得。事物的價值從間接以價格呈現，變成直指此事物價值時，價格也成為對事物價值感受的把關者。

然而，以信用卡進行的交易並非如此，它非以實質的金錢數量進行交易，取而代之的是一張塑膠卡片，其中所變化的僅是數字符號，交易的金額、時間、地點等等，一一記錄在明細表上。事物價值以金錢為表達時，實際上已是一種符號化的呈現，不過，信用卡的交易方式，不再需要實際的金錢數量，而以純然數學符號的方式完成。雖然後續依然需以金錢支付交易金額，但是，當下是否需以現金支付的差別卻影響了個人與所欲求對象間的價值關係。

金錢作為將質極致量化的事物，其數量特質完全加諸於價值的具體表現，然而，信用卡則將金錢數量化的特徵模糊化，它無須實質的現金進行交易，取而代之的是更純然符號的數字表示。信用卡其實是一種更為符號化的交換工具，模糊了具體數字的概念，也模糊了對金錢數字上的感受。對持卡者來說，使用信用卡進行交易，可接受的價格範圍可能變大，較不受限制。

〔……〕在某些意味上，我覺得信用卡根本就是在跟我的意志力在搶奪自己的主控權。最大的問題在於：自己最引以為傲的特性——不認識名牌，在面對信用卡時，不但不能保護自己的價值觀，反而會得到反效果。以前，一件衣服三十萬或是三百塊，對我都是差不多，我也分不清楚，但我至少不會拿出三百張鈔票去買一件衣服；但是現在一卡在手，一切都完蛋了，正因為分不清楚，所以就會隨便買，反正還是不清楚，但是動作都是一樣的。付款的時候，才會覺得：天哪！怎麼那麼多？信用卡真的是一種很高明的騙局〔……〕。（網友：stupidworm）<sup>96</sup>

對於原本不能負擔的價格，會因為使用信用卡而變得可以接受，並不是說信用卡的使用必定造成此效果，但擴大消費的影響力的確真實存在。相較於必須立

---

<sup>96</sup> 資料來源：台大椰林 BBS / credit card 版：  
<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readbrd.cgi?board=CreditCard&dir=A0VSJBDE&type=file>。

即支付交易金額，信用卡的使用使得這個直接的聯繫較不強烈，減弱金錢對事物價值呈現上的具體性，網友 **Stupidworm** 所描繪的自己正因為擁有信用卡而膨脹了自身價值觀。而信用卡如同現金一樣的特性往往在消費後才需要付款的過程中呈現，使用者也在接到帳單的剎那發現自己的消費超越原初的預算，驚覺原來花費那麼多的錢，且是使用現金消費時不會去做的事。

由於信用卡的擁有增加支付的能力，其中存在對金錢感受的模糊化，同樣的付款行為因為支付媒介的差異，金錢被呈顯出來的形式，影響事物的價值程度，亦改變人對金錢的感知，信用卡的使用讓真實的金錢在當下成為虛幻。若不把信用卡的付款行為視為真正金錢的交易方式，上述的情況就可能發生，在不自覺的情況下擴大消費，降低對金錢的敏感，若不把信用卡事後付款的時間感考量進去，它與金錢的連結將不再直接與強烈。

我覺得信用卡是很方便的東西，方便到讓人無形中增加不少消費機會，因為購買的時候沒看到鈔票一張一張掏出去的感覺，直到收到帳單要繳費的時候才會想到這個月刷了不少錢。這些消費，有的是「有需要的消費」，有的卻是非理性或非急切需要的消費。而帳單收到的時候，會發現後者的消費不少，有時候反倒比有必要的消費來得多。而且帶信用卡在身上，相當於帶了信用卡額度的現金在身上，也就是你的購買能力是信用卡額度，並非只有身上的現金。這也增加了消費的可能性。(網友：**working hard**)<sup>97</sup>

類似的描述在另一個網友 **working hard** 身上也可以看見。理性與非理性的消費，需要與非需要型的購買，在任何形式的支付媒介中都可能發生，但是，信用卡卻被形容成像一種騙局，甚至在要繳納消費金額時，使用者才大夢初醒般地發現自己的花費是非必要的，且超越自身能承擔的範圍。沒有意識到使用信用卡進行消費，依然要以現金為繳納，當下的消費就依附信用額度而擴增。**working hard** 描繪的信用卡很傳神：「相當於帶了信用卡額度的現金在身上」，這段敘述點出了信用卡與現金的關係之一：一張薄薄的塑膠卡片上，附載的是真實的金錢，金錢僅暫時以一種更虛擬的形式出現。

現金相較於信用卡是更具體的存在，更直接的展現為數量的形式，信用卡排

---

<sup>97</sup> 資料來源：同上：

<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readgem.cgi?board=CreditCard&dir=A0TGN50B&type=file>。

除了具體數量化的象徵，也將金錢與事物的維繫轉以一張消費明細呈現。相異的付款的過程牽涉的是一種真實／虛幻、直接／間接的消費行為，現金即屬於真實與直接的那端，信用卡則屬於較為虛幻與間接的那端。使用現金會確實地感覺自身資本額在減少，在付款當下，金錢的流逝連繫至自身的經濟狀況；相反地，使用信用卡時，它與自身經濟狀況呈現一種膨脹，更為不受限制的狀態。

不過，若意識到信用卡的使用與現金無異時，可能是另一種情況：

嗯！我是不曉別人的心態啦，不過我自己在刷卡時都會先想到我收到帳單時就是要付那些錢出去，所以我也不太會亂花錢〔……〕。(網友：陽光女孩)<sup>98</sup>

〔……〕年紀大一點，能支配的錢多了之後，同時理財能力稍好一些，根本就無所謂現金比較容易花光的問題，其一是自己能控制想買什麼所以付款方式不會影響購買意願；另外，也比較懂得錢就是錢，信用卡所謂稍慢支付也是一樣得付，用循環信用只是讓自己的資本變薄〔……〕。(網友：left)<sup>99</sup>

意識到信用卡是暫時替代現金的支付工具，理性的運用下，把它視為另一種現金支付的消費方式，只是在形式上與付款時間上有所不同。把信用卡的使用當作現金一樣，將信用卡與自身資本的擁有視為一體，將信用額度視為單純的金錢承載體，不只要與自身真實擁有的金錢緊密連結，也必須緊縮未來可支付的可能性，如此，信用卡對於使用者而言就可以是一種便利的消費工具。

作為支付工具的信用卡，在個人主觀意識層面呈現兩種結果，其一是擴張個人財富，把信用額度當作自身真正擁有的金錢數量，擴大可運用金錢的想像；其二即是有限制地使用，感知並意識到信用卡與自身經濟狀況的不可二分性。信用卡的便利性必須縮限於使用主體可掌握的範圍，因為擴大消費的同時，是使自身的資本變少，甚至陷入無法負擔的狀態。

---

<sup>98</sup> 資料來源：同上：

<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readgem.cgi?board=CreditCard&dir=A0TGN50E&type=file>。

<sup>99</sup> 資料來源：同上：

<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readbrd.cgi?board=CreditCard&dir=A0VU11CG&type=file>。

## （二）對事物價值的削弱

信用卡在本質上削減了金錢的具體性，此作用在人的消費活動中造成的影響則呈現於擴張信用的現象。事物的質通過金錢轉為一種量化的表現方式，其可計算性以價格體現，而信用卡又在價格上消弭其數量化的展現，信用卡不只在金錢物質上產生虛擬化的效果，也於事物價值上製造模糊化的感知經驗。

消費活動中存在兩個占有對象，一個是支付工具，通過不同的支付工具，所進行的消費活動也有所差異，以金錢作為媒介，作為交換工具，其中存在金錢特性的影響因素；另一個占有物即是交易所獲得的對象，其中包括獲得事物後，事物對個人的意義和價值程度。上述已指出信用卡不同於金錢的特性之一：將以價格為呈現的事物價值消解成單純的支付行為，這個消解的過程亦造成一個作用——使得取得欲求對象的過程相對變得容易。

在 Stupidworm 與 working hard 兩位網友的陳述中，皆提到實際付款的過程，有沒有實際鈔票進行交易的行為發生，影響了是否消費的決定。儘管金錢造成以價格對價值感受的作用，但是價格也像是人對事物價值感受上的一個「界線」，用以衡量自身能否承擔，是否具備足夠的能力取得所欲求的對象。

信用卡除了模糊了價值具體化的呈現關係，價格對事物價值的象徵性，通過信用卡也削弱於不存在真實金錢的消費過程中。Simmel 指出，克服與欲求對象間距離的難易程度、所需付出與犧牲的部份，將決定對事物價值感受的程度（雖在金錢更為完備的發展中，會受到價格要素的影響）。相較於必須限制於自身的財務狀況的現金交易，以信用卡作為支付手段的交易方式，對象的獲取可能變得簡單，平常得再三思索、甚至不可能花錢購買的事物，變得容易「親近」，不需先擁有可以支付的金錢即可進行消費，可以不顧慮當下所擁有的金錢數量，甚至無須考量自身的經濟狀況，只需考慮未來能否支付的可能性，就能超越自身財富而獲得滿足。

由此，我們可以看見，信用卡的使用在事物價值的呈現上起了作用，在個人的認知中，若信用卡作為金錢的想像較為接近時，它作為金錢的角色將不會被忽略；相反地，若沒有意識到信用卡的使用，日後依然需要付出同等的金錢時，信用卡的信用額度將被等同於個人所擁有的財富，間接地擴增了消費的可能性。也因為獲得事物的過程相對變得容易，事物的價值不再依賴金錢所賦予的具體性，而以人的欲望為基準，只是，本來存在的欲求與獲得之間的距離，透過信用卡的

使用被縮短。輕易即能取得的後果造成人的價值觀因此而膨脹，事物價值也在此情況下被降低。

## 第二節 無特定性的金錢與有限定的信用卡

### 一、金錢作為手段的純粹性

作為抽象價值象徵物的金錢，為事物價值變化提供一個較為精準、富彈性的等值，事物的交換與流通透過金錢彷彿擁有了一個共通的語言，但是，除此之外，另一個重點即是金錢作為交換手段的功能，交換功能甚至可能獨立於其度量功能。

Simmel 提到在有些情況中，只需要一個交換的手段，一個交換的標準，實際上此交換手段是否具備任何價值並不重要。<sup>100</sup>從金錢形式的發展也可發現，以商品貨幣、金屬貨幣為主的階段，金錢為一種交換工具的同時，本身也具備價值，其價值程度與交換的事物之間是一種趨向等值的方式表現，但在其他的金錢形態中，金錢本身卻越來越不需足夠的價值儲備作為支撐，甚至金錢本身可以不具備任何物質基礎的價值。

「貨幣已經獲得它作為交換手段的價值。如果沒有任何東西可以用以交換，那貨幣就沒有任何價值可言了。因為很明顯，貨幣作為價值儲存和轉移的功能並不那麼重要，它們反倒是對其交換功能的一種偏離；離開貨幣的交換功能，它的其他功能也都形同虛設。」<sup>101</sup>Simmel 的這段敘述將金錢的交換功能的重要性與至高性表露無疑。在金錢與其質性內容越加脫離之際，也將更依賴金錢作為交換手段的功能。從金錢形式的發展亦可發現越抽象、越符號化的金錢其價值就越無法以其自身作為保證，無論是使用價值或裝飾及彰顯的意義，都在其發展中逐漸成為被排除的內容，在一個對金錢要更為普遍流通的要求之下，金錢的形式就要更不受制於其自身的特質。因此，趨向成熟的金錢若失去交換功能，或不再能換取任何事物，也就喪失其存有的意義。

在此，藉由 Simmel 關於「手段—目的」的概念及論述，將金錢作為手段的意涵更為清楚地表達。一開始，必須先區分目的性行動與本能行動的差異，Simmel

---

<sup>100</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 123-124。

<sup>101</sup> 同前引書, 頁 88-90。

認為目的性行動與本能行動主要的差異在於引導的因素不同，本能行動是直接的因果過程，由本能驅使且本能在行動結束後就消失，整個過程限定在個體自身以內；目的性行動是由意識目的所引導，它指向一個客觀目標，並通過結果在主體的反應或主體對結果的反應達成目標，整個過程是由意識的統一性來貫穿與結合，其基本意義就在於主客體之間的互動。以及，與本能行動的不同還在於，它更涉及手段的置放與運用，因為有意識的達向目的也意謂需要對客觀現實、客觀存在進行修正與克服才能加以實現。<sup>102</sup>

手段和目的之間的達成過程可能簡單、可能複雜，可能單一、可能多元，可能直接、可能迂迴，但是在文化發展階段中存在一個普遍趨勢：指向較近目標的目的序列的鏈長會加長，較遠目標的目的序列則會縮短，這關乎生活的複雜度與分化程度的不同下對手段的運用與創造。在手段與目的的關係中，不只是以手段來企圖達成目的，手段也會延伸出目的。<sup>103</sup>

Simmel 強調「工具的概念」必須進入對目的性行動考慮的視野裡，它作為一種完全由主體的力量創造的被強化手段，並完全服從於目的，當精神或非物質實踐參與其中時，工具將獲得更精緻的形式，不需與其物質實體特性相妥協，只需服從於所設定的目的，它將拓展、延伸了個人力量並更保證目的的實現。而金錢正作為這類工具中一種最純粹的手段形式，因為服務且服從於任何一種目的，且其本身也無自身目的，只作為中介發揮其功能。<sup>104</sup>也因此，金錢成為任何人都接受的工具，生活中對金錢的「需要」正表達了這一點。在穩定的情況下，金錢除了是一種相對穩固的價值儲存物外，對個體而言，擁有它等同於擁有對欲求事物的一種潛在的可能性，尤其在獲取任何事物皆以金錢作為交換手段時，擁有金錢數量的多寡則決定了欲求實現的程度。

越抽象、越符號化的金錢，將成為一種更為廣泛、普遍化的純粹手段，而這主要來自於金錢無受限的使用性。直至金屬貨幣階段之前，金錢交易尚受制於金錢本身的質料，交換的過程充滿偶然性與不可預測性，例如直接的物物交換中，總要遇到恰好的需求才能成功交換彼此所需；或者是商品貨幣階段亦有其時空因素的限制，並非所有地區皆一致認可，相對地，極依賴於當地的生活習慣、條件而定。金錢形式逐漸的發展下，一種更具一般性的金錢出現後，對人或對物而言，皆是一個更為廣泛使用的交換標準，現今的金錢正以此角色於世界各地流通。而

---

<sup>102</sup> 參閱同前引書，頁 134-136。

<sup>103</sup> 參閱同前引書，頁 136。

<sup>104</sup> 參閱同前引書，頁 138-140。

這依然源於金錢的特性，即其利用可能性的無限性，其缺乏內容、特性、個性與中性的特徵使其成為一種具無限可變性和拓展用途的工具，使得金錢成為最純粹的工具。

前述提及金錢服務於任何目的的特點，正因為它對任何事物都不存在任何實際規定的特殊性，其缺乏個性的特徵使金錢不與任何特別目的產生關係，對任何目的皆一視同仁，不因目的的不同而有所改變。<sup>105</sup>除了可以被任何人使用，也可利用於任何目的。

## 二、有身份的金錢——個人化的信用卡

金錢只需具備交換價值，便可無限度地流通，輾轉於不同的使用對象，在無限使用性上，信用卡看似遜於金錢，其使用範圍依然有所限制，且需要透過層層關卡一再確認其有效性，然而一旦符合使用資格，以信用卡為載體的金錢，藉由電子化的流程能更迅速地流通。若說，持有金錢的多寡決定了可獲取對象的數量，那麼，信用卡的持有即擴大現有金錢的數量，打破其侷限，在這層意義上，信用卡似乎是一種更為具備無限性的金錢形式。

金錢不具個人化的特性，亦在信用卡中有所翻轉。信用卡基於其承載與附加的功能，以及其核卡過程與審核標準，在使用當下除需要確認卡片之真偽，尚須核對持卡人的簽名是否相符，無論是卡片本身，抑或是使用者身份，都需在短短幾秒的交易過程中被確認。信用卡不能任意地被使用，需有特約商店的機制作為連結，也非任一持有者就具備使用資格，因為個人正作為其背後信用的擔保者之一。

此部份可以從兩個方面來看，一方面，站在發卡機構這一方出發，其對於信用卡使用上身分的限定、所進行的市場區隔策略，以及在廣告等宣傳中強調個人身分或特色的彰顯中，可以發現是將個人的特質不斷地置入的運作方式；另一方面，站在持卡人來看，在其選擇信用卡時，會依照自身需求來進行選擇，或者在使用與不使用的決定中，也賦予信用卡更多符合個人的意涵，相較於消費時金錢沒有任何限制，且純粹的交易功能，信用卡具備的其他功能正作為它與特定個人的連結。

---

<sup>105</sup> 參閱同前引書，頁 142。



## （一）個人信用作為信用卡合法流通的擔保

首先，我們從申請到核發，以及後續調整申請條件的過程來看。一般申請信用卡所需填寫的資料包括申請資料、職業資料、前服務單位資料、聯絡人申請資料，較為重要的是申請資料與職業資料部分。申請資料即申請者的基本資料，除姓名、性別、婚姻狀況、出生年月日、戶籍地址、聯絡地址、聯絡電話、學歷之外，較為特別的是還要填上畢業國小，以及現住房屋的居住時間和房屋所有人；職業資料則以公司、職稱及年收入做為審核依據。

由所需填寫的資料來看，信用卡的申請極為重視申請者的個人保證與經濟狀況，它必須確定申請人的身分，確認其確實的工作狀況和經濟來源，甚至將是否有固定資產作為審核標準，並且在審核過程中，發卡銀行會打電話至申請者的聯絡人，確認填寫的資料是否屬實。再加上其審核文件包括：身分證影本、薪資扣繳憑單或其他財力證明，如薪資證明、撥薪存摺、存款等證明文件，以及公司相關文件證明。個人在整個信用卡流程中不斷地被加以衡量，從申請開始，確認其身分後，檢視其經濟狀況，到消費金額的多寡與事後支付刷卡額的情況，一再被加以審查與檢驗。

除基本資料的審查，還需要其他附加文件，此部分除確認申請人身分外，另一審核重點即是申請人的經濟狀況之證明與確認。這些證明用以保障申請人能夠支付消費款項，亦為對其可承擔經濟的可能性之衡量。依據申請人的經濟狀況，發卡銀行可以決定申請人的信用額度。此項用以衡量的條件除薪資證明文件外還包括職業資料，必須附上公司名稱、職稱、年資、公司地址與公司的聯絡電話等等，以上皆是要證明個人是有固定收入，確實有工作而沒有謊稱。

周紹賢在討論發卡銀行行銷策略中整理出六種區隔客戶層次的標準，包括：年收入標準、四師標準、擁有不動產、擁有定存、特殊嗜好、金卡標準。其中「年收入標準」是以財力背景作為主要過濾參考因素，以門檻較高的白金卡來說，中、低收入戶則不容易進入；「四師標準」即是申請人為醫師、老師、律師、會計師身分時，審核過程將較快速，<sup>106</sup>就四師標準來說，李思儀認為這顯示了發卡銀行面對不同社會職業時，會有差別待遇，希望吸引社經地位高的人申請。<sup>107</sup>個人身分在申請信用卡時特別被注重，就算收入不如其他職業高，但因職業本身的穩定

<sup>106</sup> 參閱周紹賢（1998），《卡位——信用卡行銷爭霸》，台北：遠流，頁 91-92。

<sup>107</sup> 參閱李思儀（2000），〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 81。

性似乎也意味著對其個人信用的另一層保證；「金卡標準」則是以申請人所持有的卡片作為審查，當擁有較高等級卡片時，將降低申請其他卡片的困難度。<sup>108</sup>

個人原有的身分、地位，與之後具有的條件都成為核卡標準的來源，而信用卡所核發的信用額度依據個人的收入狀況而定，理想上它以個人能夠支付的範圍為標準，但是，審核的條件不僅止於職業與收入，實際上包括賦予其上的社會地位價值皆是評判的標準，收入相當的情況下，工作性質的穩定性將影響核發的決定與信用額度的多寡（穩定的工作比較容易核准，信用額度也可能較高），或者具備較高社會地位的職業，也會成為發卡機構極力拉攏的族群之一。

審查個人經濟狀況是為避免信用超貸，但是審查後所核准的信用額度往往不貼合於申請人的收入與經濟狀況。一個月收入二萬多的人，其一張卡片的信用額度可能是二至十三萬元不等，且信用額度也非固定，發卡銀行會根據持卡人的償付情形進行調整，主動詢問是否願意或需要提高信用額度，或將卡片升級，此時的信用額度不再依據個人的經濟收入，未來償還費用的狀況更是被加以衡量的重點。信用卡核發與否，條件在於申請者能否為自己的消費額度作擔保，不只是經濟能力，包括身分、社會地位，以及後續的使用狀況，都被納入整個審核的標準，信用額度象徵的是一個人的整體，個人信用作為保證的背後，是整體的個人成為信用卡的擔保品。

不同於金錢不限制特定個人的使用方式，信用卡的個人化的特徵一部分來自對「信用」的強調與保證，持卡人與發卡銀行共同保障信用卡流通的合法性，發卡銀行擔保給予特約商店持卡人的消費金額，並提供持卡人使用卡片的保障，以及以持卡人「個人」作為保證，必須在其身分上吻合時才保證了信用卡的有效性。一連串的審核作業過程，都是將個人與信用卡之間確實連結起來，個人信用保障了信用卡的使用性，信用卡背後的個人也確保了信用卡的合法性。信用卡與個人之間的關係無法被替代，其擁有與使用都是以本人為限定，失去了個人為保障，信用卡就只是一張不具備使用性的塑膠卡片。

## （二）與個人需求相連結的信用卡

從持卡人在成為持卡人之前，如何選擇卡片，以及其使用過程如何抉擇適當的信用卡進行消費的過程來看，信用卡對於持卡人來說不只是單純的支付工具，

---

<sup>108</sup> 參閱周紹賢（1998），《卡位——信用卡行銷爭霸》，台北：遠流，頁 91-92。

其附加的優惠和功能會影響到持卡人選擇，附加優惠和功能會依賴著個人需求的差異，而影響申請者辦卡到使用的行為。例如，在網路上的討論中，會有人詢問該辦什麼樣的信用卡的問題，問題中往往會說明自己的需求（也會有人希望詢問者提供其需求，才能給予恰當的建議）。

〔……〕我的需求有：

- 1.較低的失卡風險。
- 2.最好是晶片卡。
- 3.道路救援。
- 4.能否有繳台哥大的優惠。
- 5.申辦條件在 40 萬以下。
- 6.加油能夠有優惠的。
- 7.年費有機會不用繳的。

懇請各位大大給我這個新手建議,讓我不至於一頭霧水!

（網友：greenplayer72）<sup>109</sup>

或者，描述自己的狀況，如年齡、職業、收入等等條件，看看符合哪些信用卡的辦卡資格：

小弟我剛進入公司半年左右，平常油錢 7000 上下(台北到新竹)(台北到台中)，偶爾到百貨公司消費，或外出吃飯，還有小額消費。薪資大約 3 萬左右(公司大概是前百大吧？104 寫的)，我該辦那些信用卡可以得到較多優惠？小額刷卡哪家優惠較多？較泛用？（網友：v11037241）<sup>110</sup>

成為持卡人之前，申請者會衡量自身的狀況，更多時候是依據自身的需求來選擇適合的信用卡，當優惠或功能更改或不適合時，持卡人也會考慮不再使用，或是再去辦其它更適合的信用卡。

信用卡的另一個個人化特徵即是與個人需求連結在一起的，個人會依據其需求來選擇信用卡，大部分重視的是信用卡支付功能之外的附加價值。藉由這樣的連結，信用卡就被區隔開來，當申請者選擇某一張卡片時，表示其他信用卡是被排除在外的，更強烈的聯繫在於，當這個附加價值不再為個人所預期或不符合其

<sup>109</sup> 資料來源：比利網／信用卡討論區：

<http://billy.servebbs.net/forum/viewtopic.php?t=3650&highlight=%AB%D8%C4%B3>。

<sup>110</sup> 資料來源：同上：<http://billy.servebbs.net/forum/viewtopic.php?p=7606&highlight=#7606>。

需求時，剪卡或停用的狀況就可能發生，也意謂信用卡是可以依據個人狀況而被替換，相較於金錢是所有人需要的對象，信用卡的需要一定程度取決於個人的需求。

信用卡的選擇與使用不斷地與個人的需求和條件、資格連結在一起，每一次使用都可以再去審視它是否合乎原先的要求。相較之下金錢的使用沒有任何限定，也沒有其他附加價值來影響其使用，就單純的支付工具來說，金錢絕對是更為純粹的，因為使用者不會在使用的過程中獲得除了交換對象之外的其他事物。信用卡則非如此，個人的保障及意願正作為其是否能夠使用與持續使用的基礎。信用卡的選擇可以依據個人的需求、期望進行挑選，在不同時候、場所，不同的消費目的，持卡者可以從中選擇需要的信用卡種類，信用卡就像是一個可以根據個人需求而訂作的金錢。

### 第三節 占有物的特性影響個體行動：不同程度的自我擴張

#### 一、通過金錢的自我延伸與滿足

《貨幣哲學》的第四章論及「個體自由」，對 Simmel 來說，金錢的獨特形式也是財產形式的轉變，這個轉變帶來的一部分影響是個體的解放：不再侷限於固定的財產形式。在此，需先討論 Simmel 關於「占有」概念的論述，由此出發才能理解為何不同金錢財產形式的轉變，附帶的是不同自我擴張的自由程度。

Simmel 認為「占有」不是對事物獲得與享用的靜態關係，必須把它視為一種行動，占有意謂主體與客體間關係的形成與過程，是作用於客體上的一種行為，通過對客體的占有，自我獲得表達與擴張。並且兩者相互影響與規範，占有客體必須依靠主體自身的力量、才能與努力，而客體的性質也會對占有者有所約束，主體意志不是無限地擴展，它受制於主體自身與客體本身，差異在於程度的不同。將占有的對象與自我意志的延伸和表達相連，表示占有物的特性將影響個體的行動，並在自我的展現上產生最直接的影響。

再延伸至「產權」的概念，它指的是擁有客體對象的權利，是使用的可能性加上實際的使用。<sup>111</sup>上述已提及占有行動中客體對主體會產生限制，這個限制來自於客體的本質與形式，當客體越是具體對主體內在以及外在本質的影響就越清

---

<sup>111</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 231。

晰，越具決定性，因而產權的擁有狀態決定了客體和主體的關係是緊密，抑或存在更多空間。

產權的轉變即可看見其發展與差異，從實物財產到貨幣財產、從公有財到私有財的出現、從不動產與動產的差別，這些說明了非貨幣的財產形式對個體有較明確的要求和影響，決定其生活要素或成為其限制，非貨幣形式的財產內容或功能與自我的表達之間呈現較為直接的相互制約關係。相對地，當財產的形式是貨幣時，金錢的流動性與任意性，其抽象本質與無限可利用性、作為任何事物的中介特性，使得通過金錢實現的產權鬆動了個體對擁有物的依賴，也因為金錢的用途和結果沒有固定，因此對它的擁有代表使用、可擁有更多事物的可能性，它使個體的擴張、意志的實現與表現更廣，更多彈性與運用空間，不像其他財產形式給予人較多的限定。

金錢顯示一種自由的權力，包括展現和滿足，以及競爭的心理狀態。Simmel 以產權及其形式描繪個體自由的狀態，關鍵在於占有物的形式將形塑個體自由的樣貌與程度。Simmel 意義下的自由是一種互相關聯的狀態，需要其對立面才得以呈顯，這個對立面也不是束縛本身，而是束縛在特定、個別的對象上，只要與此對象的關係越是鬆動，自由的程度就越大，占有物的性質之重要性即在於此。自由必須憑藉一個對象來實現，呈現的自由就是自我意志可以發揮與作用的範圍與程度。

因此，自由的展現關乎兩個層次，其一，是關於自我的實現和展現；其二，是如何與外在世界產生聯繫。當外在的枷鎖、限制越多時，意味著個體意志也將受到侷限，因為自由依附著占有對象的性質來呈現，因而，自由的第一步是人身的解放，必須消除外在加諸的限制後，才可能開啟個體自由的實現。但是自由絕非指向完全無拘束的狀態，自由需要其對立面才能呈顯，這個對立面可以是規範、或是秩序，但它更多指向源於客體與主體本身的侷限。

占有的行動是一種作用於客體上的行為，使自我意志在事物中被表達。然而，個體與占有物的關係是雙向的與互相影響的，不只是個體主動地占有一個對象，藉其實現自我的展現，占有物的特性亦會反過來形塑自我呈現的方式與樣態，兩者互動的結果將帶來不同的行動展現。在此將占有的對象縮限於金錢，金錢的占有形式使個性的擴張比占有實物時來得更廣，一來，是它能更不受限制地被用來獲取其他事物，代表了未來可利用性的自由和多樣性；二來，對金錢自身的占有也可體驗到更多可能性的滿足感。金錢替代了對其他事物的占有，因為占

有金錢就意謂占有其他事物的可能性。如同前述提及的產權概念——使用的可能性加上實際的使用，它的無限性正來自於此，不受制於使用的當下，更指向未來與不限定的可能性。

但是有另一種可能，即產生或引發更多的欲求與不滿足感。Simmel 認為自由其實只是義務內容的替換，卸下舊有負擔之際，會由另一種新的義務替換。<sup>112</sup>義務的形式雖然有所轉變，但新的義務的性質同樣會產生約束性加諸於個體。這樣的觀點擺置於占有金錢的行動上，金錢帶來了解放，也同樣帶來限制。因為金錢無內容的特性，使得上述的滿足狀態得以形成，然而，無規定任何內容的特性也代表其空洞性，當滿足的源頭來自金錢本身，也預示了滿足感的空洞與不穩定（參照現今社會物質至上、消費當道的現象，某程度地實現了此觀點）。因為金錢的無個性表示無法提供積極的內容，其無特定性也代表了不確定性與無方向性。所謂自我的擴張如果是無內容的、無目的的，或者是被金錢其他特有的特徵所填充時，其能夠無限延伸的可能性，以及自由的展現，也愈趨空泛。

Simmel 還論及金錢提供了另一種獨特的自我擴張：不必通過占有物展現，而只通過占有的行動，即「消費」來表現，藉由購買行為本身，單純的花錢就能達到心理滿足。<sup>113</sup>消費對現代社會而言有更多的意義和解釋，藉由金錢所展現的消費行為不同於單純的需求滿足，消費行為本身就是滿足的來源，這樣的現象亦是在過去未出現的。於是，通過金錢展現了兩種相異過去的滿足方式，一個是純粹地擁有金錢；另一個即是通過金錢的花費而得到滿足，通過金錢所獲得的滿足不停留於擁有金錢本身，更因為其使用目的的無受限，花費的同時是個體能力的展現與擴張。

Simmel 論述的金錢停留於他所處的年代，現代社會一個廣為討論的議題——消費，則是較少觸及的。然而，消費的發生必須有金錢的存在，金錢的特性使現代社會的消費型態成為可能，純粹對金錢的擁有，以及透過花費金錢所得到的滿足依然存在，但是透過金錢所進行的消費活動不純然滿足日常所需，它可以是為了滿足其他欲望，藉此展現自身與認定自我，甚至作為連繫社會和他人的方式。消費所隱含的複雜性，以及消費的「重要性」越來越顯著的同時，金錢所扮演的角色，以及個人所能擁有的金錢量，其重要性與影響的範圍也將伴隨增加。

---

<sup>112</sup> 參閱同前引書，頁 211。

<sup>113</sup> 參閱同前引書，頁 251。

## 二、更為擴張的欲望與消費

信用卡同金錢一樣，與社會之間呈現一種互動關係，現代社會中對消費的重視，以及消費活動裡，個人與商品間關係的轉變，這樣的社會樣貌顯示「消費」在現代人的生活裡佔據相當比例的分量。在強調與重視消費的社會氛圍中，信用卡扮演了一個與之相互作用的位置，信用卡所具備的功能和特性，在其中產生一定程度的推力。

### (一) 「消費社會」的加乘效果

#### 1.以消費為主的社會

現代的社會被指稱為一個後工業、後資本、後現代的社會型態，其指稱是一個與過去在各種層面有所改變的社會樣貌，其中，現代社會也被稱為消費社會。

也許我們對消費最直接的解釋就是一種購買行為，而消費社會所指涉的是一種以消費為主導，甚至是消費作為支配位置的一種社會型態。**Robert Bocoock** 提及消費在西方資本主義中的社會、文化角色隨五零和六零年代中「大眾消費的成長」而興起，當時的商品鎖定在新興的、尚未分眾的大眾市場；至七零和八零年代新的消費型態開始展開，出現以消費為生活中心的新團體，這時，劃分與辨別團體間的界線，以及個人的自我定位逐漸從工作和社會階級，轉變為以消費模式作為建構的標準。<sup>114</sup>由此，我們可以發現，消費雖指涉一種購買的活動，但是購買的行動中所映照出的是個人與生活世界的關係，個人以何種形象參與社會，以何種方式展現自我，如何以外在事物構成自身。消費成為突顯個人地位或表現生活風格的方式，在社會上與心理上，提供個人自我定義與社會地位的塑造，以及自我滿足與表達自我的途徑。

以消費為主導的社會，指向著一種「豐裕」的社會狀態。**Paul Ransome** 指出，以消費文化為主的社會是相對較為豐裕的社會，**Ransome** 所言的豐裕指的是人自由花費金錢的能力與期望，越豐裕表示人有較多剩餘所得可以讓人選擇所消費的商品和服務，也讓消費不僅止於單純的基本需求，還帶來了愉悅和滿足。<sup>115</sup>**Jean**

<sup>114</sup> 參閱 **Bocoock, Robert**，張君玫等譯（1996），《消費》，台北：巨流，頁 12-47。

<sup>115</sup> 參閱 **Ransome, Paul**，黃彥翔譯（2008），《工作、消費與文化》，台北：國立編譯館、韋伯文化，頁 6。

Baudrillard 也提到消費社會中「豐盛」的現象，不過，他所指的豐盛不僅限於金錢的使用能力，而是由不斷增長的物、服務和物質財富所構成的。<sup>116</sup>

如果沒有這種豐裕狀況，表示個人所擁有的財富都需要應付基本所需，若沒有更多的商品或服務產出，就算有再多財富也沒有多樣選擇的機會。消費社會的豐裕現象標記出與其他社會型態的差異，豐裕背後指向的是更大運用金錢的能力，更多金錢和消費導向的活動與心理狀態，更多的生產、生產品與消費者。

要進入消費社會中的豐裕狀況，或者說要營造出個人生活的豐裕，沒有金錢是做不到的，如此，利用借貸構成個人的生活也成為消費社會的特色。Lendol Calder 指出「消費社會的大廈穩穩地建築在三大社會發明的基礎上：大批量的生產、大規模營銷以及大眾融資（或稱為消費信貸）。」<sup>117</sup>Ransome 也認為：「家戶消費中的大量借貸，也是消費社會中的特色之一。」<sup>118</sup>有越來越高的比例顯示借貸的使用在現代社會的普遍性，尤其是以分期付款的方式，將借貸運用於消費成為現代社會生活的日常活動。基於消費社會下，消費活動具備的主導性位置，運用金錢的能力在現代社會中也更具備指標性意義，所擁有的實際金錢不再決定可消費的範圍，在借貸出現的不同意義與更為頻繁的使用，個人「可控制」的財富逐漸成為真正可運用的金錢。

## 2.消費社會中，商品與個人的關係

消費的活動意味的是一種人與外在世界的互動，透過消費活動不只滿足基本需求，也滿足其他欲望，如 Calder 所言：「〔……〕消費包含的不只是對商品的使用，而且還有對商品的夢想、選取、購買、個性化和處置。〔……〕商品成為建構個人身份的積木塊，或者被用作與其他人進行交流的符號、祛除困擾人們問題的治療劑。」<sup>119</sup>現代社會的商品不再單純與其實用性和使用價值相連結，Mike Featherstone 即指出商品自由地承擔廣泛的文化聯繫與幻覺的功能，廣告就利用這一點將各種意向附著於各種消費品。<sup>120</sup>消費社會在「商品」上使用大量的符號

---

<sup>116</sup> 參閱 Baudrillard, Jean, 劉成富譯 (2001), 《消費社會》，南京：南京大學，頁 1。

<sup>117</sup> Calder, Lendol, 嚴忠志譯 (2007), 《融資美國夢：消費信貸文化史》，上海：上海人民，頁 11。

<sup>118</sup> Ransome, Paul, 黃彥翔譯 (2008), 《工作、消費與文化》，台北：國立編譯館、韋伯文化，頁 43。

<sup>119</sup> Calder, Lendol, 嚴忠志譯 (2007), 《融資美國夢：消費信貸文化史》，上海：上海人民，頁 7。

<sup>120</sup> 參閱 Featherstone, Mike, 劉精明譯 (2000), 《消費文化與後現代主義》，南京：譯林，頁 21。



和象徵，在商品市場中各種宣傳品、媒體機制和商品本身與對商品選擇上清晰可見。商品實際上必須看作與各種符號連結的產品，符號的意象尤其藉由廣告、大眾媒體、商品展示技巧方式被營造與傳送出來。<sup>121</sup>

Leiss 說道：「象徵的手法不僅存在於生產過程和市場過程的設計與形象之中，而且，為強調生活方式對社會地位差異的區分，商品的象徵屬性也會被人們利用和重新調整。」<sup>122</sup>由此，我們可以看見商品與個人間的互動關係，附加於商品的符號賦予個人對物品的使用，除其實用性外，更連結人的各種欲望：彰顯、炫耀、突出、區別等等。現代社會中消費定位的轉變，表現出商品與消費者間的關係不純粹只是滿足需要，獲得生活所需，藉由對商品的消費，訴說的是個人希望呈現的自我與生活方式，商品亦被賦予這樣的想像與可能性——透過對它的擁有你將成為怎樣的人。

Paul Ransome 比較了「以工作為基礎的社會」和「以消費為基礎的社會」在不同面向上的差異與變化，其中所涉及的是社會如何進行區分的問題，以及個人將以何種活動來定位與表達自身：「人們在他們的行動中尋找意義，以及對行動所賦予的意義，當中的一個重要面向，就是這個意義如何使他們能夠表達自我感。」<sup>123</sup>在以工作為基礎的社會，工作處於支配性的位置，個人認同大部分來自工作角色，藉由工作角色理解自身的定位，並以此區分不同團體的界線和位置，工作領域是人生活的重心，關係的建立也多透過工作場域達成。然而，消費社會的「豐裕」特徵促成了消費比重逐漸增大的趨勢。Ransome 認為在剩餘所得相對容易的情況下，增加了消費的商品和服務的自主性，基本需求越容易獲得滿足時，將有較高比例花在消費活動上，工作的重要性逐漸成成為次要。<sup>124</sup>當消費獲得支配性位置，人將更專注於商品的意義，它替代工作所提供的內容，成為個人主要的認同基礎與展現自我的來源。

透過 Ransome 對於工作文化與消費文化的分析，可以理解到消費社會提供一個不同的空間。將商品放置於消費社會的脈絡，商品相較過去具備不同的意義，主要的改變就是附加商品的符號象徵的意象備受重視與突顯。個人對商品的使用與選擇突顯個人與他人的異同之處，商品本身如何已不再重要：「平日與日

---

<sup>121</sup> 如本文第五章第一節信用卡商品特性的討論中，藉由信用卡也作為商品的角色，信用卡本身與其市場即充滿各種符號與象徵意涵。

<sup>122</sup> Featherstone, Mike, 劉精明譯 (2000), 《消費文化與後現代主義》，南京：譯林，頁 23。

<sup>123</sup> Ransome, Paul, 黃彥翔譯 (2008), 《工作、消費與文化》，台北：國立編譯館、韋伯文化，頁 5。

<sup>124</sup> 參閱同前引書，頁 6-7。

常的消費品，與奢侈、奇異、美、浪漫日益聯繫在一起，而它們原來的用途或功能則越來越難以解碼出來。」<sup>125</sup>更重要的是圍繞著商品的符號和象徵意義，以及如何與個人相結合。因為在商品的選擇和使用所具備的特殊意義，我們也利用他人的消費品對他人加以劃分與區別。商品的使用一方面表現出個人的個體性；另一方面也標示出其群體性，對商品的選擇與追求，朝向一個不斷從中構成自身與區別異同的過程。

## （二） 信用卡對消費與欲望的強化作用

### 1.信用卡擴大進行消費的可能性

相較於金錢使用上的不受限，信用卡對個人身分的設定，以及空間、時間的侷限，信用卡看似比現今具備限制性，然而符合規定的項目時，信用卡將成為更不受限的金錢。其不受限來自於對金錢「可使用量」的突破，無論對個人，或是對整體經濟環境而言，皆創造出更多的金錢。信用卡擁有個人化的特徵，以此保證使用上的合法性，且同時具備甚至強化金錢的無限性。金錢給予個人獲得其他事物的無限性在信用卡中被擴大，不僅依附於當下的金錢，還依附於未來的金錢。當考量未來的可能性，對於現狀則易產生膨脹的情況，尤其在以消費就能獲得滿足這樣獨特的自我擴張，信用卡在此扮演了更具影響力的角色，它增加消費的可能性之外，可能面臨的是過度消費的後果。

下表是近十年信用卡簽帳金額與民間消費<sup>126</sup>的比較：

---

<sup>125</sup> Featherstone, Mike，劉精明譯（2000），《消費文化與後現代主義》，南京：譯林，頁 124。

<sup>126</sup> 民間最終消費通常稱為民間消費，指家庭及對家庭服務之民間非營利機構購進商品及服務（但不包括房屋），減家庭及民間非營利機構出售之二手貨品。一般國家對於民間最終消費均採用兩種分類，一按消費目的分類，計分為：食品、飲料、菸絲及捲菸、衣著鞋襪及服飾用品、燃料及燈光、租金及水費、家庭器具及設備、家庭管理、醫療及保健、娛樂消遣教育及文化服務、運輸交通及通訊，以及其他等十二類消費；一按消費財之耐用性質，計分為：耐久財、半耐久財、非耐久財及服務四類。資料來源：行政院主計處：<http://www.dgbas.gov.tw/fp.asp?xItem=18692&ctNode=3099>。

### 信用卡簽帳金額與民間消費比較

年別 (西元)	簽帳金額 (A) (百萬)	民間消費 (B) (百萬)	A/B
1998	491097	5436709	9.0
1999	597786	5756790	10.4
2000	719770	6087237	11.8
2001	771861	6129213	12.6
2002	873599	6284684	13.9
2003	998885	6353294	15.7
2004	1254482	6718928	18.7
2005	1420984	7022565	20.2
2006	1380462	7178458	19.2
2007	1413455	7442802	19.0
2008	1394056	7596633	18.4

說明：A/B：信用卡簽帳金額占民間消費總額的比例。

原始統計資料來源：行政院主計處與金管會銀行局網路資料。

由其數據的變化，我們可以看見民間消費的支出逐年增加，雖然與國民所得的提升有關，不過也可發現，簽帳金額占民間消費的比例亦逐漸增加，除顯示有越來越多的人使用信用卡作為日常的消費方式外，也包括使用循環信用與現金借貸的消費。

雙卡風暴後，銀行紛紛緊縮消費金融業務，與信用卡相關的就是緊縮信用，以及核卡標準較為嚴格，此作法即間接影響民間的消費能力。信用卡越加普及的情況下，信用卡的簽帳金額成為民間消費指標，簽帳金額的高低正顯示了民間消費的趨勢。由信用卡簽帳金額以及成為民間消費的指標來看，皆顯示信用卡已成為一種普遍化的支付方式，且對個人的消費活動也造成影響。因為信用卡不純粹只是支付工具，更同時承載其他附加功能與優惠，在支付功能背後，它們往往顯而不明地強化消費：

有時信用卡的紅利、廣告、贈品都會讓人有刷卡的衝動。我也曾為了刷卡故意去買些不實用的東西，或者是明明不需要的東

西，一想到可以積點就買下去了。信用卡無罪，但是是哄你消費的人。(網友：舒服就很迷人)<sup>127</sup>

信用卡機制下的消費活動非限於一個可承擔的範圍，它的便利性如一刀兩刃，給予消費活動的方便性，給予使用者更自由運用金錢的能力，但是信用卡背後存在的是一個金融體制，屬於消費金融的一部份，它不只作為支付工具，亦為發卡業者的獲利來源。紅利集點、現金回饋等優惠，是依靠消費金額所累積，卻反客為主地決定了使用者選擇，例如：為獲取信用卡的滿額贈品而進行不在預期中的消費。雖然相似的手法不止運用於信用卡，商家也會推出類似的優惠活動，這些促銷的手段都可能挑戰消費者的心理關卡，但在信用卡身上被運用地更為極致與廣泛，它隨著信用卡每次的使用而出現。

藉由網友的個人經驗，我們看見使用信用卡和現金兩者支付工具，對個人在心理感受上即產生變化，進而影響後續的消費活動，此部分在台灣的實證研究上也可發現類似的研究結果。王信孚探討了消費者物質主義與社會影響之易感受性對衝動性購買的影響，並以信用卡使用作為其干擾因素，研究結果顯示，使用信用卡對於上述變項關係具有正向調節作用，尤其是針對社會影響之易感受性對衝動性購買的影響效果更為顯著，意即，就消費者特質而言，消費者越使用信用卡，越會產生購買的衝動性。<sup>128</sup>

另外，譚宜行針對信用卡促銷策略對消費者知覺價值與購買意願的影響，並以衝動性購買特質為干擾因素，雖然其研究目的是為提供發卡業者在信用卡促銷策略上更為有效的促銷手法，但是透過研究結果可知信用卡搭配不同的促銷手法確實會增加持卡人的購買意願，尤其對衝動性購買特質程度較高的消費者，呈顯的效果更是顯著。<sup>129</sup>兩者對衝動性購買的行為與特質於研究中的位置雖不同，但

<sup>127</sup> 資料來源：台大椰林 BBS / credit card 版：

<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readgem.cgi?board=CreditCard&dir=A0TGN50C&type=file>。

<sup>128</sup> 參閱王信孚(2004)，〈消費者物質主義與社會影響之易感受性對衝動性購買之影響：信用卡使用之調節角色〉，東華大學企業管理研究所碩士論文。其中研究者對變項定義分別為：1. 衝動性購買：「一種由正常消費對衝動性消費的漸近，消費者對於該行為來消除壓力與焦慮，最後沉溺在衝動性購買的消費之中。」(頁 23) 2. 物質主義：「指引人們在各種情況中做抉擇與處理事務的一個價值，而且不侷限於消費領域之中。」(頁 26) 3. 社會影響之易感受性：「消費者容易受到週遭環境事物刺激的程度。」(頁 30) 4. 信用卡使用：「消費者在使用信用卡時的行為特性與信用卡的持有狀況描述。」(頁 31)。

<sup>129</sup> 參閱譚宜行(2007)，〈信用卡促銷策略對消費者知覺價值與購買意願之影響——以衝動性購買特質為干擾變數〉，大葉大學國際企業管理學系碩士班碩士論文。其中研究者的變項定義分別為：1. 促銷策略：分類為四種——金錢性、非金錢性、立即取得與延緩取得。(頁 19) 2. 知覺價值：消費者在消費過程中，作為購買決策的依據，亦即消費者從促銷活動中感受到的價值，做一整體的效用評估。(頁 20) 3. 購買意願：「消費者購買該產品的主觀機率」。(頁

是同樣發現信用卡的使用，包括附加於信用卡上的優惠及促銷活動、手法，皆擴大持卡者的消費意願，增加消費行為發生的可能性。另外，在法律扶助基金會針對卡債族的調查裡，其中欠下卡債的原因，亦有 24.7% 的人是因為過度消費所造成。<sup>130</sup> 信用卡使用對於消費活動的擴張，無論在個人經驗上，或者是量化的研究分析上皆得到證明。

由前文對於消費社會的描繪，可以知道消費對於現在社會而言具有不同意義，消費的活動涉及的不僅是對商品的購買，在商品實物背後，其符號意義反而是更具備決定性的要素，對商品象徵性的強調正源於個人對其象徵意義的要求。因此，消費社會下，需求和欲望的界線與滿足更加多樣，其關係也較為複雜。當社會越重視、越強調藉由商品構築、界定自我，如何透過商品表達和他人的關係；大量的商品、服務與各式的符號掩蓋了真實需求，不斷追求持續生成的欲望，信用卡的「類金錢」功能在此就成為一個助力。

以消費為主導的社會型態中，其消費的目的是複雜與多重的，正因為它限於基本需求或維持生計，它與更多的欲望相關，無論是自我表達的欲望，或者是對物（包括擁有的滿足）的追求，當人出現更大運用金錢的能力時，就讓消費走向另一個層面。豐裕的社會狀態已指稱一個比其他社會型態，在商品、物質，服務更為豐盛的現象，使用金錢的能力表示個人獲得事物的可能性。借貸的開展下，以及在分期付款、延遲付款等各種支付方式，金錢的擁有已經失去了實質性，信用卡的普遍使用，更意味個人利用「信用」的情況，信用卡就是一個可以向未來預支金錢的工具，對信用卡的使用，就像擁有一把開啟更為絢爛大門的鑰匙。

Ransome 指出當生產和消費發生在不同時間點，或由不同行動者完成時，動機與需求的問題在某種程度就比較隱晦，因為在單純消費的情況裡，生產者和消費者是同一人，消費的行動多少立即伴隨生產而來，其動機的相似度顯而易見。因此，在生產和消費的行動者從逐漸分離到完全分離時，生產不再是為了某種消費的目的而進行，消費的想望就無法直接從生產中看見，或得到滿足，消費的活動變成是要滿足各式各樣的需求。<sup>131</sup> 消費社會中，商品對個人的意義已不再是一種基本需求的滿足，需求可以為了展現自我、尋求與表達認同，可以是炫耀、享樂，可以是純粹透過消費來獲得滿足，這導向各式各樣的消費活動，也顯示消費

---

20) 4.衝動性購買特質：此變項研究者無統合之定義，但依據其引用文獻大略可將其定義為消費者接受外在刺激，未經評估或判斷所產生的消費行為，並以情緒因素為考量。(頁 15-16)

<sup>130</sup> 參考法扶消債條例一點通網站：[http://www.laf.org.tw/debtclear/story/story\\_detail.php?id=15](http://www.laf.org.tw/debtclear/story/story_detail.php?id=15)。

<sup>131</sup> 參閱 Ransome, Paul, 黃彥翔譯 (2008),《工作、消費與文化》，台北：國立編譯館、韋伯文化，頁 64-65。

與基本需求間的連結已不再單純：「消費者越來越傾向選擇能讓他們感到滿足的東西，而不是受到無從商量的身體需求所驅使。」<sup>132</sup>

消費創造高度內在、自發性以及立即性的滿足，其本質上也足以讓人感到愉悅，那麼，重複這個行動的欲望便為消費提供了動機和正當性。<sup>133</sup>消費是一種充滿各種需求，以及滿足各種需求的欲望的活動，單純的消費依然存在，但因為社會型態的差異與轉變，需求與欲望間的關係不斷地被延伸、擴增，變得更加多樣，也更加複雜，而這源於生產與消費的分離，以及消費本質上的特殊性。越來越多種的需求，意味著產生越來越多的欲望，滿足各種需求的欲望，究竟何時能停歇，或者欲望的出現是否具備其正當性，除了是整體人類的課題，也不斷地在個人的層次出現拉扯。

透過金錢來能達成的消費活動，在消費具備主導性的情況下，個人擁有的財富已不再是個人生活水準與個人價值和成就的依據：「現代社會的人對於『錢是怎麼賺來的』並不怎麼感興趣，他們感興趣的是『錢是怎麼花的』。」<sup>134</sup>花錢的能力即為可控制金錢的能力，現代人更常利用借貸來進行消費，因此，對於金錢的擁有，不再侷限於確實且具體獲得的金錢，向未來的預支的金錢也成為其財富的一部份，正因為對於「如何花錢」的強調與重視，消費能力成為個人的判準之一，可控制的金錢比起確實擁有的金錢來得「實用」。

## 2.欲望的延伸與滿足：通過信用卡而便利化

欲望在消費中扮演了極重要的角色，它是現代消費主義的經濟體系所賴以維持的社會和文化關係的基礎。<sup>135</sup>前文已不斷強調消費不只是購買商品本身，更包含附加其上的象徵意義，而且，商品符號必須由其他機制一起構成才能運作，例如各種影像的傳播、商場的氛圍等等，Bocock 即認為：「現代消費必須靠廣告和購物中心的商品陳列來創造和喚起欲望。」<sup>136</sup>由此我們可以看出，消費的欲望可能透過各種傳播媒介、商場與商品展覽的配置被引發，甚至被創造出來，欲望和基本需求的界線變得模糊，對更多事物的欲求也不斷的被引發、延伸，甚至是一種永不滿足，或自身也沒有意識到的狀態。

---

<sup>132</sup> 同前引書，頁 90。

<sup>133</sup> 參閱同前引書，頁 6-8。

<sup>134</sup> 同前引書，頁 97-98。

<sup>135</sup> 參閱 Bocock, Robert, 張君玫等譯 (1996), 《消費》，台北：巨流，頁 116。

<sup>136</sup> 同前引書，頁 143。

從下面信用卡使用者身上，我們將看見個人不斷與自身欲望拔河，以及個人消費的擴大：

看了這麼多關於卡債卡奴的新聞及報導，讓我不禁思考著卡奴的定義到底是什麼呢！我每天都很認真的記錄自己的開支，每月計算著信用卡應繳總金額，卻又常常得跟自己的慾望奮鬥，每次都告訴自己不能花太多錢，要多存點錢，但是偶爾會冒出了那一點點的衝動給它刷了下去，事後有點後悔但又有點滿足。雖然每個月都繳清了，我常常懷疑自己這樣算不算卡奴？誰能告訴我克服慾望的方法！（網友：Vickey）<sup>137</sup>

我覺得我是卡奴唷！沒有信用卡之前，我的月消費不會超過三千，辦了信用卡之後，我的月消費大概為一萬五仟，所以我覺得我是卡奴。不過呢，我可是沒用過循環利息。（網友：洗香香）<sup>138</sup>

信用卡真的是一種很奇怪的東西。它還可以紀錄自己的生命歷程。記得當時還在校的時候，申請了台大認同卡，學生卡，額度兩萬，就是這樣子使用，收支也平衡。然後隨著畢業，開始工作，又辦了 CallCall 卡，額度就上升了，後來改用白金 CallCall，額度繼續上升。看著自己的帳單，感覺也很深，以前刷個幾千塊就差不多了，後來就是幾萬塊，現在每一期都是幾十萬了。感覺很複雜，是一種變老的感覺，慢慢接近以前眼中，那種有資本、有社會地位的討厭中年人。我不知道我為什麼討厭這種人，總覺得一種帶有罪惡意味的慵懶與陳腐。但是自己卻對抗不了時間的力量。（網友：stupidworm）<sup>139</sup>

強調消費與商品充斥的時代，引發人的各式各樣消費欲望，對欲望的掙扎可能發生在任何一次與各種形態的消費行為中，對於需要與不需要之間，消費者依然有所懷疑，而信用卡的使用，讓人更容易出現直接滿足欲望的消費，這源於信

---

<sup>137</sup> 資料來源：比利網／信用卡討論區：  
<http://billy.servebbs.net/forum/viewtopic.php?t=943&highlight=%A5d%A5%A3&sid=09d1b715d94582e51b938f31e867949a>。

<sup>138</sup> 資料來源：同上：  
<http://billy.servebbs.net/forum/viewtopic.php?t=943&postdays=0&postorder=asc&highlight=%A5d%A5%A3&start=0&sid=6062c16d7d0f117115c5aa97e7acbf35>。

<sup>139</sup> 資料來源：台大椰林 BBS／credit card 版：  
<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readbrd.cgi?board=CreditCard&dir=A0V5JBDE&type=file>。

用卡的三個特性。

第一個特性即是「支付工具」的角色，信用卡的便利性在於使用者身上若沒有足夠的現金也能進行消費，當然更能及時地滿足欲望，從想要到滿足的過程失去使用現金時的緩衝期；第二是信用卡的「商品特性」<sup>140</sup>，信用卡還會附加的其他優惠，這是使用時，發卡機構「額外」給予的，例如：百貨公司的週年慶針對商品推出的滿額贈和集點贈現金的特惠活動，當消費者使用某家的信用卡都會再獲得其他的優惠，像是刷卡禮或滿額禮物，發卡銀行也會針對其信用卡用戶提供不定期的優惠活動等等，這些優惠的附加價值都在挑戰人的心理門檻，為獲得更多的優惠而過度消費；第三是信用卡的「借貸特性」，包括信用卡的支付功能與借貸功能本身，都是一種借貸行為的發生。

信用卡的信用額度存在著延伸與滿足個人欲望的可能性，除了不需侷限當下的財富，亦無需侷限於真實的個人財富狀況。信用卡的這三個特性使人更容易傾向滿足欲望的同時，相對地，欲望也更頻繁地出現於消費活動。信用卡延遲付款的功能，也表示其消費金額是以「累積」的方式呈現於使用者面前，付款時更能體驗到自己擴張的消費，重新檢視也會發現許多不必要的開銷，在困擾是否有能力支付全額之餘，也對當時的消費產生罪惡感。

Simmel 談論到金錢所帶來的自由，是於個體對對象的占有這個關係上的討論，其中，金錢帶來的一種自由就是讓人不再依附於固有的義務和財產形式。另一種自由則是基於金錢的特性，使得對金錢的占有也意味著擁有更多無特定、無限制事物的可能性，人與占有物之間是一種將自我意志得以延伸、擴展的關係，占有金錢的數量將決定可擁有事物的範圍，更直接地說，決定了實現個人欲望與獲得滿足的可能性。然而，當消費的媒介替代為信用卡時，它帶來了另一種自由：不再侷限於固有的財產數量，不再依附於固有財富的限制。

在對消費的強調之下，每個人可能花更多的時間，花更高的金錢比例進行消費，信用卡是結合支付與借貸工具的媒介，它使人更容易進行消費的同時，也將借貸融入於每次的消費行為，信用卡理所當然地提升了人花費金錢的能力（儘管這個提升不符合實際情況），也間接地提高人進行消費的可能性。因此信用卡出現了這樣的作用——更為擴張的欲望，以及更容易去實現欲望的可能性。

金錢所帶來的自由並非毫無限制，因為個體將受限於占有物的本質，信用卡如同金錢一樣，作為人的占有對象，其特性也相應地對個體產生影響。如討論過

---

<sup>140</sup> 信用卡的商品和借貸特性，在下一章將有更詳細的討論。



的持卡人的消費行為，已看見使用信用卡與現金交易時對人的心理狀態所造成的差異，信用卡的虛擬貨幣特性也作用於使用當下，在意識到使用信用卡其實與現金無異時，它的金錢特性才會呈顯出來，否則除了是一種便利的交易工具外，似乎也成為一個擴大欲望與更無限制地滿足人的需求的利器。信用卡乘載的不只是金錢，連帶的是個人運用金錢的能力，現代社會對消費的強調，背後隱藏對消費能力的重視，個人的經濟狀況透過信用卡一定程度地被展現，無論與真實情況是否相符，皆指向個人可運用金錢的能力，而信用卡「先消費，後付款」的基本功能則是一種可立即滿足欲望的消費活動，兩者造成信用卡能於一個虛擬的狀態下運作，所謂花錢的愉悅與自由當然同信用卡的虛擬性一樣，可能是一種假象。

## 第五章 信用卡的獨特性及其作用下的生活

塑膠金錢屬於現階段持續發展的金錢形式，從其最初發展是一種記帳金錢的功能，到今天，塑膠金錢所承載的功能越來越繁複，使用的範圍也越來越廣。依照前述的說明與界定，信用卡的交易方式和實際金錢的現金交易有更密不可分、更微妙的關係，在其相同和相異的區隔中，一方面呈顯出信用卡與金錢不可能完全劃分開來的關係；另一方面又和金錢呈現出不同面貌。

上一章，我們看見在金錢不同特性與作用上，信用卡一部分承襲金錢特性，並於其自身發揮地更為廣泛，也在那些特性上出現轉變。這一章則針對信用卡本身獨具的特性進行討論，並將信用卡放回其市場機制、經濟脈絡與現代社會的狀態的位置上看待，以及從中闡述信用卡本身和其市場機制對生活造成的作用與影響。

### 第一節 信用卡獨有的特性

#### 一、信用卡的「商品」意涵

信用卡雖作為支付工具之一，其普遍性某程度代替了金錢的交易功能，信用卡與金錢的差異除了信用卡本身具備的基本功能與附加價值之外，在信用卡本質上，一個較大的區別之一即在於信用卡所具有的商品性質。

##### (一) 信用卡作為一種「金融商品」

曾是亙古洪荒之中一顆璞石，經由時光雕刻、淘洗磨煉、鋒芒畢露，成就一塊美玉，終於備受青睞，製成御璽。御璽既出，如見其人，如聞其名，Visa 御璽卡，一張足以代表你的卡。Visa 御璽卡不凡品味、更勝白金，為你簽訂出國機場接送服務、飛航折扣與套裝行程優惠、兩人同行一人免費的頂級溫泉或下午茶等禮遇；你的不凡人生，從此展開。<sup>141</sup>

將一張塑膠貨幣塑造如擁有精粹百煉後的美玉材質，以玉的高貴象徵其層

<sup>141</sup> 資料來源：Visa 國際組織台灣網站  
[http://www.visa-asia.com/ap/tw/cardholders/offers/tw\\_tvc.shtml](http://www.visa-asia.com/ap/tw/cardholders/offers/tw_tvc.shtml)。

級，而御璽指向的是君王才可擁有的事物，除其高貴的象徵之外，還有獨特與不凡，甚至是至高無上之意味。強調其等級性，用以彰顯自身，也與其他信用卡類型區隔開來，並用其他的優惠吸引消費者。

再來看看它的廣告詞：

**Visa Signature**

Visa 御璽卡

不凡品味、更勝白金

一張足以代表您的卡。<sup>142</sup>

無論是在網路的廣告頁面上，或是廣告詞中，都不斷強調以信用卡表示自身，代表自身的廣告意涵。不斷強調個人的「不凡」身分可藉由信用卡的持有加以突顯，或者說，擁有它就如同擁有一個足以象徵自身的獨特物。然而，信用卡如果只是一種支付工具，為什麼需要眾多的廣告手法、象徵內容充斥其中？需要如此多的優惠和回饋吸引消費者使用？原因就在於信用卡不只是一種支付工具，對消費金融體系來說，它更是一種商品。

在使用者未成為持卡人之前，即被發卡銀行定位為「消費者」，所有的人都是潛在客戶，如何從中挖掘更多可利用的特點以進行行銷，擴充其發卡量的背後即為了增加利益。就此定位，信用卡的「商品」性格已呼之欲出。把發卡銀行視為銷售端，當完成信用卡的核發表示與發卡銀行間的契約關係成立，不同於傳統的買賣關係，持卡人與發卡銀行之間的關係是更為延長的，發卡銀行的獲利也具有持續性的。

在這些宣傳手段，富有象徵意涵的廣告中，發卡銀行的獲利來源完全不會出現在任何的公開宣傳上，它的商品利益以一種替代的，且更為便利的支付工具之形象出現，那些利益則以違約金、手續費、年費、循環利息等名目出現，由下表可以更清楚知道發卡機構的收益來源：<sup>143</sup>

---

<sup>142</sup> 資料來源：同上。

<sup>143</sup> 參閱賴欣儀（2000），〈消費者風險態度與資金運用行為對銀行信用卡業務影響之研究〉，中山大學企業管理所碩士論文，頁 20。

### 信用卡業務收益來源

項目	細目
1.利息收入	* 延遲違約金 * 循環信用利息 * 轉貸金利息 * 小額貸款利息
2.消費佣金	* 特約商店消費 * 金融商品消費 * 郵購商品消費
3.手續費	* 預借現金手續費 * 清償證明手續費 * 溢繳款領回手續費 * 掛失停用手續費 * 毀損補發手續費 * 快速發卡手續費 * 調閱帳單手續費
4.年費	
5.其他收入	月寄帳單夾帶廣告收入

其中，項目收取的費用會依不同的卡片類型和卡片等級有所差別，也會依照各發卡機構的契約內容規定而有所不同，而在循環信用利息部分會依據持卡人的信用狀況由發卡機構主動調整。密密麻麻的合約內容記載各種算法、收費標準與項目，對發卡機構來說這些是收益，但是，對持卡人而言這些可能都是風險與不必要的支出。信用卡在其市場的包裝之下，往往只強調它的便利性和象徵性，理性地說，若持卡人不使用任何另外收取利息的功能，發卡機構就不會有多得的收益，然而在信用卡擴張個人信用的可能性下，以增加發卡機構的收益，加上信用卡的「借貸」功能，更加強信用卡成為一種獲利商品的來源。

在針對信用卡廣告及其內容的研究中，其分析因素一般包括理財、便利安全、附加服務、優惠折扣，以及身分地位，其宣傳重點除強調信用卡功能外，更強烈地與個人的象徵意義連結，例如：詹定宇的研究中即指出國際組織的廣告訴求即強調身分地位，國際組織與發卡機構的廣告訴求整體比例上則以優惠折扣和身分地位訴求為最高。<sup>144</sup>而在信用卡持卡者的使用動機、信用卡偏好的研究裡，

<sup>144</sup> 參閱詹定宇（2001），〈台灣地區信用卡業賞業雜誌廣告之分析〉，《管理評論》，第20卷第2期，頁1-29，此處頁11-18

也以上述幾個成份為區分，顯示信用卡的行銷以及消費者的選擇上，這些因素都具備一定程度的影響性。信用卡在成為個人的交易工具之前，需要廣告、行銷，各種宣傳策略提高其能見性與接受度，畢竟，在支付功能的角色上，信用卡無法取代真實的金錢，因此，作為金融商品的信用卡，就如同其他商品一樣需要被包裝，它的獲利也從持卡人開始使用的那一刻被啟動。

## （二）顛倒的銷售邏輯

信用卡承襲商品的特性，有生產者、宣傳管道、銷售端與消費者這樣的產品序列，更重要的是充滿各種符號與象徵意義。

Sut Jhally 認為商品具備三種性質：具有實用價值的功利性東西、抽象表現的社會價值，以及連結個人世界與人際關係。<sup>145</sup>在信用卡身上我們看見它亦具備上述三種商品性質，其中，第三個性質即表達了人藉由商品表達、展現與改變自我意向的作用，藉由物成為自我的展現和與他人連結的中介。信用卡的商品特質同樣具有此「功能」，討論消費者如何選擇信用卡時可看見此特點，尤其是信用卡等級的選擇上，許多辦卡人與持卡者都希望提昇信用卡等級，除了功能與優惠內容的需求外，也企圖透過信用卡的等級彰顯自身的身分地位，信用卡廣告也訴說著等級所象徵的尊貴、獨特與不凡意義。藉由個人與商品間這層特殊的互動關係，不斷地被賦予各種可能象徵的符號與意象。

信用卡除了是一種需要經過行銷與包裝的商品，其中更運用顛倒的銷售邏輯在運作。Baudrillard 提到：所謂的市場調查、消費者行為與動機研究等等，看似為更符合消費者需求，實際上則以此掩蓋了控制需求，甚至是生產需求的企圖。<sup>146</sup>這樣的觀點在信用卡的行銷中可以發現，例如，賴欣儀提到：「為吸引可帶來較多利潤消費者來申請卡片，銀行在產品規劃階段會先依目標顧客群的需要，設計不同特色的信用卡，並執行不同的行銷策略吸引消費者提出申請。」<sup>147</sup>藉此描述可以看見信用卡市場如何地主動出擊，以及選擇並製造出可能的消費者。雖然，用符合個人需求為基礎來打造產品是慣用的手法，但似乎沒有一種「商品」如此重視市場區隔，並利用市場的區隔打造其產品。

<sup>145</sup> 參閱 Jhally, Sut, 馬珊珊譯 (2004), 《廣告符碼：消費社會中的政治經濟學和拜物現象》，北京：中國人民大學，頁 228。

<sup>146</sup> 參閱 Baudrillard, Jean, 劉成富等譯 (2001), 《消費社會》，南京：南京大學，頁 61。

<sup>147</sup> 賴欣儀 (2000), 〈消費者風險態度與資金運用行為對銀行信用卡業務影響之研究〉, 中山大學企業管理所碩士論文，頁 12。

信用卡交易本身亦提供極多的資訊，在申請時掌握了申請者的背景資料，刷卡消費時，持卡人的每一筆消費項目、交易細節同時載入電腦，即是現成的分析資料。藉由主動的市場調查，再經由事後的資料匯整與分析，形塑出信用卡可以成為的商品樣貌。信用卡在金融體制的定位是一種銷售性產品，其市場也被定位為是控制性高的領域，因此，信用卡市場極為重視發行前的市場調查，以及持卡者的動機與使用行為等資訊，甚至有許多研究就在告訴信用卡公司哪裡還有潛在客戶，以及何種宣傳與促銷手段可以吸引更多人辦卡。在強調不同特色的產品區別下，個人的需求被限定於這些選擇中，需求可以被引發，被創造，它不是詢問你的需求為何，而是在既有的選項中勾選，看似為符合個人需求，卻是以各種調查和分析一再被強化，被劃定框架。

如同 Baudrillard 對消費社會的分析中所指出的：當代資本主義不只控制生產機器，還控制了消費需求，不僅控制價格，而且控制這一價值所要求的東西。通過的就是生產行為之前的各種手段，例如市調、市場研究，以及後續的手段，包括廣告、行銷與包裝等等。這樣不同的手段翻轉了過去的傳統序列，即從消費者開始，到市場反應，最後再到生產企業這樣生產邏輯，變成由生產企業主導，進而控制市場行為，並引導社會態度和需求這樣的生產邏輯。最初賦予消費者主動選擇和自由決定的權利恰恰成為翻轉了的生產序列一個合理的轉變動力。<sup>148</sup>信用卡被視為商品，以及所有消費者都是潛在客戶的意義下，翻轉了生產者與消費者間的關係，其主動出擊與塑造市場區隔的方式展現了一種當代資本主義的生產邏輯。

## 二、信用卡的社會區分

在信用卡個人化特徵的討論裡，看見其個人化的特性外，也稍點出其中以個人條件為申請資格的審查方式，已是以一種社會區分的邏輯運作。在此，即是要進入信用卡機制對市場所進行的運作邏輯和區分原則的討論。

### (一) 等級化的象徵意義：具「階級性」的信用卡

信用卡市場中第一個可以想到的區分就是普卡、金卡、白金卡，以及白金卡

---

<sup>148</sup> 參閱 Baudrillard, Jean, 劉成富等譯 (2001), 《消費社會》，南京：南京大學，頁 61。

等級以上的頂級卡，這個區分在申請時需要由申請人自行選擇，再依其條件的審查決定是否通過申請門檻。在收集的銀行信用卡申請書中，其審核條件幾乎相同，其中以中國信託的信用卡為例，申請條件包括三項：

1. 年齡：申請正卡者須滿 20 歲，申請附卡者須滿 15 歲，並需法定代理人共同簽名同意。
2. 收入：固定年收入 20 萬元以上可申請，再依不同收入情況可申請不同信用卡級別。其中，固定年收入 20 萬以上可申請普通卡、40 萬以上可申請金卡、60 萬以上可申請白金卡、70 萬以上可申請鈦金卡。
3. 大專院校以上之在學學生可申請正卡，但學生卡名下不得申請附卡。

年齡限制的部份，年滿 20 歲的限制表示已為法定成年年齡，可以擔負法律責任，並為自己的行為負責，正常情況下其行為與選擇是出於其自由意志。雖然 15 歲以上可申請附卡，但需要其他保證人作為擔保，另外，若是要申請高於白金卡等級的信用卡，其年齡限制會較高。再加上固定年收入的條件，表示需要有一定的經濟基礎，可以支付信用卡的消費金額，並且強調固定年收入也是要保證持卡人有固定且持續的金錢收入。先消費、後付款的消費型態極為重視未來可以擔負消費狀況的可能性，若無此條件對發卡銀行就是一種風險，對持卡人來說亦可能帶來無法負擔的風險。以此來看，理想的情形下，若持卡人有固定且持續的收入，就能夠支付之前的刷卡金額，銀行也可收回已經先代為償付的金額。

不同的年收入狀況則可申請不同卡級，其差異除信用額度的不同之外，更值得注意的是信用卡本身與使用時所營造的尊貴、尊榮感，和其象徵意義。用普卡、金卡、白金卡等進行區隔，即利用金屬的不同意含突顯其不等的貴重程度。藉由不同級別信用卡的卡片設計，清楚可見其象徵意義。以聯邦銀行和台新銀行的信用卡為例，下列圖片即從普卡、金卡、白金卡到頂級卡的卡片：<sup>149</sup>

---

<sup>149</sup> 圖片資料來源：卡優新聞網／信用卡情報區：

[http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi\\_pk=67&rowcount=3](http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi_pk=67&rowcount=3)（聯邦銀行），

[http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi\\_pk=75&rowcount=3](http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi_pk=75&rowcount=3)（台新銀行）。

聯邦銀行「微風廣場聯名卡」

VISA 普卡



VISA 金卡



VISA 白金卡



VISA 無限卡



台新銀行「太陽卡」

VISA 普卡



VISA 金卡



VISA 白金卡



VISA 御璽卡



從這些不同級別的信用卡片，我們可以發現普卡的設計上沒有尊貴性的象徵意義，金卡即以金色為其色調，藉由與黃金的相同顏色指涉出等同於黃金的尊貴性，而在白金卡部份，薛丹琦指出：「白金卡為了展現其等級的超凡，通常色系都採用簡單且慎重的顏色，較為傳統的則採用銀色，也是代表著現實生活中白金



這項貴金屬的顏色，黑色則是卓越的象徵，象徵無可比擬的珍貴。」<sup>150</sup>類似的象徵方式亦運用於比白金卡更為高級的頂級卡，同樣採用黑色展現其非凡的品味與尊貴的意涵。

信用卡雖以塑膠製成，但在其區分上卻以貴重金屬作為命名，它比普通、高級等形容詞更深入我們的印象中，當我們看見金、白金這樣的字眼，立即能聯想到各種金屬本身所具有的貴重性，以此方式和信用卡所展現的等級直接連結。信用卡的級別正透過金屬的象徵意義被顯現出來，級別也透過金屬的意涵表現地更為具體。

Weatherford 亦指出信用卡為每種卡片制定不同聲望的階層，這些不同卡片等級明顯有階級上的差異。使用「金」與「白金」兩種字眼，也是希望與貴重金屬產生聯想。在推出信用卡時，發行銀行已認知到付款方式與階級和聲望結構相關性，不時推出廣告強調使用信用卡是表現聲望的附帶利潤。<sup>151</sup>在信用卡尚未普及之前，曾被視為某些社經地位的人才具擁有資格，並以信用卡顯示其社會地位的特殊性，在信用卡逐漸普及的情況下，依然沒有拋棄此區隔方式。

今日信用卡市場因其普遍化，以及過度發卡的情況而出現「金卡普及化，白金卡金卡化」的現象，原本賦予較高等級信用卡的尊貴性被降低，然而這不表示信用卡所進行等級和社會區分的情形不存在，反之，因為社會趨向 M 型社會之型態，頂級人士的市場變得更有空間開發，因應金卡或白金卡已無法彰顯個人聲望與社會地位之象徵意義，發行機構將信用卡等級往上推升，例如；由 MASTER 推出「鈦金卡」，即鎖定高消費、高收入族群，企圖取代白金卡，並在設計上彰顯出其價值更勝於白金卡；或如 MASTER 系統的世界卡、VISA 系統的無限卡等等。更為高級的象徵除了反映信用卡市場，亦反映社會的趨向：不同階層的人更為緊緊依附於其使用的事物上。

銀行給予的信用額度和持卡前的審核資料和條件合併為指標時，金字塔底部，下、中梯形地帶以及上梯形更小地帶，分別以學生卡、普卡以及金卡占有，白金卡則居塔頂。<sup>152</sup>因此，在區分卡片的同時也將人做了劃分，申請時被歸類至不同信用卡等級，這個區隔也是一種界線，未達到相當程度的經濟狀況或社會地位是無法跨越至另一信用卡級別。

---

<sup>150</sup> 薛丹琦 (2007)，〈消費夢囈的輪迴機制：信用卡廣告的文化與經濟分析〉，中正大學電訊傳播所碩士論文，頁 47。

<sup>151</sup> 參閱 Weatherford, Jack，揚月蓀譯 (1998)，《金錢簡史》，台北：城邦，頁 260。

<sup>152</sup> 參閱周紹賢 (1998)，《卡位——信用卡行銷爭霸》，台北：遠流，頁 134。

Max Weber 描述到金錢較為初始的狀態中，什麼人擁有什麼樣的金錢形式是被規範的，不同身分地位的人有擁有的金錢也不同，某些類型的金錢不能被較為下層的人擁有。此種金錢不作為交換手段，只是身分階級所有物的一種，Weber 將此稱為貨幣的「階級性」，其分化可能基於性別，或是社會地位等差異。<sup>153</sup> 金錢的原始樣貌在信用卡中再度呈現，某種屬性的人才可以擁有，或無法擁有某類型的信用卡，信用卡具備了原始金錢所具有的區分性和階級性。以信用額度和卡片等級的差異來看，持有不同等級卡片的人同時也表現其社經地位的差異，在此標準下人被進行等級化的區隔，並且以金屬的層級作為表徵。

李思儀認為：「發卡銀行對於發卡與否的決定權，本身就是種社會區分，不僅評量著人們原先社會社經地位，卻也重新建構了另一種社會地位的區分。」<sup>154</sup> 雖然申請卡片是申請者的主動行為，但當資格不符合申請條件時可能會被拒絕或降級。相對地，若申請條件符合，或使用信用卡期間繳款狀況良好也可能被升級，在擁有何種等級卡片的決定權上，發卡銀行擁有較多的權利。雖然持卡者可循其他方式，例如，以卡辦卡的方式，藉由信用的累積提升信用卡等級，但是，信用卡所做出的社會區分不依申請者和持卡人的選擇和爭取而變動，固定的區分框架依然存在，甚至是更為細微，分布更為廣泛。信用卡等級依然能表現個人收入、經濟狀況，顯示出社會地位的差異與差距，因為一旦彰顯的意涵不足時，信用卡市場自然會產生對策，即再創造不同的信用卡等級，其象徵物不斷向上攀升，不斷賦予更多可以象徵地位尊榮的指涉詞，給予信用卡更多不同等級的象徵意涵。無論與個人真正的經濟狀況的符合程度，信用卡就用一種不斷象徵與指涉使用者社經等級的方式運作。

## (二)「類別化」與「趨同化」的運作邏輯

普卡、金卡、白金卡、頂級卡是以一種等級化的方式進行區分，用直接指涉物與個人身分地位連結，而不同類型的信用卡還以一種類別化的方式進行，更多的信用卡種類讓人依其需求、訴求進行挑選，聯名卡與認同卡即是其中一種分類。發卡銀行與不同機構、組織合作，不斷推出更細微劃分的信用卡種類，或者以各種生活型態，各種個人屬性為指標，生產出各式各樣的信用卡。這是發卡銀

<sup>153</sup> 參閱 Weber, Max, 康樂譯 (1990), 《經濟與歷史》，台北：遠流，頁 140-141。

<sup>154</sup> 參閱李思儀 (2000), 〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉, 台灣大學社會學研究所碩士論文, 頁 12。

行的宣傳與增加發行量的策略，其中運用的是讓消費者在擁有卡片的同時，也能與呈現自身特殊性的方式相連結，以強調個人特色與屬性的市場邏輯運作著。

## 1.強調個人認同感

周紹賢提及以生活型態切入市場，作為區隔商品指標的方式也應用於信用卡產業裡，在台灣的信用卡發展過程中也沒有脫離以生活型態再切割市場的模式。<sup>155</sup>因此，在粗略的分類，或者在更細緻的信用卡種類中，包含多種發卡銀行的宣傳策略。在推行某類卡片時發卡銀行會先進行市場評估，意圖從中創造利益機會，藉由不同類型的卡片發行刺激消費者辦卡，與相關不同產業、商店共同推出優惠，與不同商店或團體的結合產生不同的專案優惠。一方面增加辦卡人數的同時也企圖從中得到利益；另一方面特約商店亦可增加固定的消費對象。市場評估外，也會對廣大消費者進行調查，從中分析消費者的類型、市場區隔、生活型態後，則可針對特定對象做宣傳，意即將不定的消費對象看成潛在的信用卡申請者，甚至是特定的可能申請對象，依據其興趣、屬性、特性著手進行信用卡的宣傳與推廣。

藉由生活型態做為區隔商品的指標，也進而將對象進行區分。雖然申請者選擇卡片時可依據自身需求與考量進行選擇，但是和信用卡等級一樣，不同身分和屬性的申請人無法跨越規定的申請資格，即使沒有強制定限，發卡機構也會有其主要訴求對象，例如，國泰世華的「鳳凰鈦金卡」、慶豐的「JCB Ladies' 女性卡」、中國信託的「wofe 卡」，以及台新銀行的「玫瑰卡」與「太陽卡」等等，除「太陽卡」之外，其他皆以女性為限定對象。這些信用卡即以「性別」為區分，以性別作為其申請條件的限制。

亦有其他的信用卡類型，雖不仰賴個人的自然屬性為標準，但在推行時也會以某些類型的人為主要對象，同樣會限定其資格，例如，以職業為指標區分出不同的卡片別與族群的：上海銀行的「建築師卡」、「醫師卡」，玉山銀行的「玉山教師卡」等等。在限定資格之外，也會藉由市場調查以及消費者的相關資訊，或者搭配時事議題，從中發展新的市場區隔標準，此種區分方式主要即以生活型態與生活態度為區隔的方式，這些標準雖然不需要申請者特定的身分、個人屬性符合時才能申請，但是會強調個人的生活型態的展現，對事件或事物的認同感為其

---

<sup>155</sup> 參閱周紹賢（1998），《卡位——信用卡行銷爭霸》，台北：遠流，頁 117-118。

區分標準，例如：土地銀行的「我愛羽球認同卡」、「棒球卡」、「奧運卡」。

再以台新銀行的「玫瑰卡」與「太陽卡」為說明：<sup>156</sup>

台新銀行「玫瑰卡」普卡



台新銀行「太陽卡」普卡



其中，「玫瑰卡」是以女性為對象，甚至是主打女性上班族市場，當你的性別不是女性時則無法申請，此產品強調女性的認真、成熟、自信的魅力，其產品定位上即是「最女人的信用卡」，以及以「認真的女人最美麗」為產品核心，把認真的生活態度和女性熱衷追求美麗，喜愛被讚美的心理兩者結合起來；「太陽卡」的申請條件則與玫瑰卡相反，但也以男性上班族為主力市場：「針對 25 至 40 歲，對生活及工作態度積極投入的男性都會上班族，充滿活力、追求自我、散發陽光般魅力、勇於接受挑戰、不斷突破，呈現獨特自我風格的男性信用卡。」<sup>157</sup>從卡片名稱和卡片構面就做出區隔，亦將發卡銀行的訴求與信用卡的象徵意涵表現出來，由上面的信用卡圖片可以看見玫瑰卡的設計是女性化的，以玫瑰象徵的愛情和浪漫來取得消費者的認同感；相反地，太陽卡的設計就較為陽剛，以太陽的力量、活力象徵男性所企圖展現的自我風格。

信用卡以一種不斷分類，再加以區隔的運作模式將消費者進行區分，其中，進行的手法以「指涉個人」的價值模式貫穿，上述舉出的例子無論是有身份上的限定，或個人屬性的條件限制，或者是以個人生活型態為區分的區隔指標，它們都是一種對社會進行區隔的指標，對發卡機構來說，可以採用更為直接的宣傳策略來引發消費者辦卡，然而，對消費者來說，卻是不斷地進入一個被區分的機制當中。

<sup>156</sup> 圖片資料來源：台新銀行網站：<http://www.taishinbank.com.tw/personal/card/>。

<sup>157</sup> 相關產品說明與市場區隔的定位可以參考台新銀行的網站：<http://www.taishinbank.com.tw/>，在其對信用卡產品的品牌故事中就會指出其產品訴求及概念。

## 2.強調個人獨特性

前文中我們看見信用卡市場中以個人的認同感、生活屬性為其區分的原則，在運用個人屬性的區分方式中，還運用另一個運作邏輯，即「個人獨特性」的運用，強調以個人的創造性展現自我的方式。

台新銀行曾推出的「imake 信用卡」就以年輕族群為目標客戶，以「做自己、自己做」為品牌概念，強調個人創意與設計展現個人風格，讓信用卡成為個人品牌；以及上海銀行的「風格卡」，可將照片放在卡片上，藉由參與卡片的呈現創造出屬於自己的風格，展現和他人的差異。

台新銀行「imake 信用卡」普卡<sup>158</sup>



上海銀行「風格卡」普卡<sup>159</sup>



從上面這兩張卡片的設計可以看見，不是強調等級性的差異，也沒有像聯名卡和認同卡的卡片構面上會加上合作組織的標誌或訴求對象，而是以個人為卡片主角來強調獨特性和創造性的產品訴求。在個人屬性的運作邏輯之外，發卡銀行會不斷地挖掘可利用的個人特性，獨一無二的創意就是其中之一，透過自我風格的指涉，將信用卡變成無人可以模仿的獨特擁有物。

個性化的行銷方式不只運用於信用卡市場，實際上是整個消費市場一個極具擴張性的策略趨勢。但是在信用卡市場中，可以看見不管是個人認同的運用，或是將個人創意納入，成為客製化的服務，無不將個人及其特性吸納至整個生產序列。Baudrillard 提到這樣一種區分的結構邏輯：「[……] 它將個體生產為『個性化的』，也就是生產為相互區別的，但是根據某些普遍範例及它們的編碼，他們就在尋找自我獨特性的行為本身中相互類同了。」<sup>160</sup> Jhally 也討論到「市場細

<sup>158</sup> 圖片資料來源：台新銀行網站：<http://www.taishinbank.com.tw/personal/card/>。

<sup>159</sup> 圖片資料來源：卡優新聞網／信用卡情報區：

[http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi\\_pk=11&rowcount=3](http://www.cardu.com.tw/card/bank.htm?bi_pk=11&rowcount=3)。

<sup>160</sup> 參閱 Baudrillard, Jean, 劉成富譯 (2001), 《消費社會》，南京：南京大學，頁 87。

分」這個策略，即利用各種統計資料進行各種分類，將異質性市場視為由大大小小的同質性市場所組成，其中分類的指標不只意味了區隔，也意指了各類生活方式的行為指標和消費偏好。<sup>161</sup>這些區隔不僅是生產者所運用的策略，它們也成為商品使用者會賴以憑藉的區分。

信用卡廣告常常強調藉由信用卡展現自我，無是在品味或身分地位上，皆強調其中的獨特性，彰顯與他人的差異，若缺少強調獨特性的策略，以信用卡表現自我的行銷手法也不會具備說服力。透過柯欣宜與詹定宇針對台灣持卡人持卡動機因素的研究之整理得知，使用者的持卡動機至少包括四個因素：便利安全、地位象徵、理財與優惠折扣，這四項在持卡動機的研究中皆具備解釋力。<sup>162</sup>由此可見，無論在市場的宣傳策略（以此吸引消費者），或者個人持卡動機的考量因素（以此作為持卡的選擇因素），身分地位的象徵意義明顯成為重點之一。

然而，所謂的個性化都是區別的組合與等級的劃分，無論如何指向個人，實際上都是向某個範例、類別趨同。<sup>163</sup>個人化的行銷在消費市場中被極致利用，所謂的個性化其實是一種差異化的分類模式，建立於各個類別之上，而非真正的差別，所以更好的解釋是「分類」，這才是個性化區分邏輯真正指向的意義。無論信用卡產品如何指向個人，甚至個人確實參與卡片介面的設計，個性化都是依此邏輯在運作。對個人來說，個人獨特性不再通過真正的差別，反而是經由一連串的篩選、刪除，甚至分析性地把自己置入某一類別之中。

### 三、「信用」概念的延伸與擴增

信用卡是消費金融演變下的產物，信用卡的出現讓「信用」的概念有了其他意義與延伸。在林寶安的台灣消費金融的演變及其社會經濟意義的研究中，將台灣的消費金融發展以 1990 年代中期為區隔，討論了初期與後期的差異，他指出台灣消費金融起始於 1980 年代，至 1990 年代中蓬勃發展。其中，消費金融初期的特徵主要是以企業法人為主要授信對象，個人或家庭的借貸則依靠非正式金融管道，例如民間互助會、當舖等，就融資授信來說，過去也依靠抵押品與連帶保

---

<sup>161</sup> 參閱 Jhally, Sut, 馬珊珊譯 (2004),《廣告符碼：消費社會中的政治經濟學和拜物現象》，北京：中國人民大學，頁 137-138。

<sup>162</sup> 柯欣宜 (2001),〈區域性與地方性廣告比較——以亞洲與台灣之信用卡為例〉,靜宜大學企業管理學系碩士論文,頁 11;詹定宇(2001),〈台灣地區信用卡業賞業雜誌廣告之分析〉,《管理評論》,第 20 卷第 2 期,頁 1-29,此處頁 6-7。

<sup>163</sup> 參閱 Baudrillard, Jean, 劉成富譯 (2001),《消費社會》,南京：南京大學,頁 82-83。

證。因此，消費金融初期的發展是重視生產，較不重視消費的借貸，在 1990 年代中期才開始以多元的消費性借貸和機構受信為主要業務，且逐漸開創免擔保人與保證人的「信用貸款」。相較於初期依靠對物的信用，在消費金融後期，個人就是自身借貸的擔保者。這裡，一個重要因素即是制度化徵信體系的形成，使得依據消費者個人信用的受信融資得以普及。<sup>164</sup>

我們可以發現「信用」的概念逐漸以個人為主體，個人的借貸的活動從依靠私人關係，或非金融管道轉為以金融管道為主。個人借貸走向正式管道的同時，意謂個人的借貸的隱密性增加，雖然它藉由一種正式的、公眾的方式取得，對私人關係來說卻更為私密。

作為一種消費金融商品的信用卡，也承襲這些特性，我們可以從信用卡的功能，以及信用卡的授信過程中看到，除了正式金融制度正發生改變之外，信用的意涵與概念也出現轉變。信用本身的意涵就有其歷史轉變，進而發展出各種形式和機制，從不同的層面出發皆可帶出關於信用的討論，鑑於研究對象的限定，我們也將探討的範圍限制於信用卡機制，從貨幣與信用卡合法性的來源之不同，已知兩者本質上的差異，由此再進入信用卡體制本身，從個人和發卡機構間的互動，以及個人信用的核定和賦予，將看見「信用」在信用卡市場中異於其它經濟活動之處。

### （一）信用機制的轉變：頻繁使用的「信貸關係」

首先，需要先釐清「信用」的概念，依據辭典的定義，信用是指：「源於拉丁語 *credo*，意謂『believe』，指企業或個人具有償付債務的能力。例如對於現在交付的貨物准於將來一定期日償付貸款的信用交易，信用交易的發生，乃以授信的一方（即債權人）對於授信的一方（即債務人）的償付能力的信任為要件。」<sup>165</sup>「對消費者和公司採用貸款和其他延期支付方法，以使他們能購買商品和勞務、原料和部件。」<sup>166</sup>「〔……〕信用以他人返還為目的，給予他人以財物之一時支配權之謂〔……〕，信用包含兩種要素，（1）他日返還前一時的時間要素。（2）對於他人信賴之信認要素。依時間要素之長短，可分為常長期信用與短期信用。依信認要素之主體而分，有公的信用和私的信用〔……〕，更有以信用為購買力，

<sup>164</sup> 參閱林寶安（2002），〈台灣消費金融的演變及其社會經濟意義〉，《台灣社會學刊》，第 27 期。

<sup>165</sup> 中華徵信所編著（1988），《國際貿易金融大辭典》，台北：中華徵信所，頁 195。

<sup>166</sup> Pass, Christopher 等著，施羣善等譯（1997），《經濟學辭典》，台北：貓頭鷹，頁 108。

即信用代替現金而流通，如信用貨幣、信用創造，即此種信用之例。」<sup>167</sup>

由上述舉出的定義，可發現信用的界定伴隨借貸、利息、償還的能力等等，指向可以於未來償還的行動，其中至少會有兩個關係人，即借款者與貸款者，以其彼此的信任為基礎，所體現的一種借貸關係。借貸的經濟活動得以開展的關鍵在於「利息」取得了正當性，即容許藉由金錢的借貸而獲得的利益，而信用系統就建立此基礎之上。信用卡體制恰恰結合了兩者，並將其運作細微地深入個人的日常生活中。信用與借貸行動無法區隔開來，因而，討論個人的「信用」時，也往往指向個人能夠動用的可能資產與未來資產。但是兩者還是能有所區分，以信用卡機制來說，信用系統是借貸的前置作業，通過審核和其他保證借貸才被允許，如此，則可以先從這個角度看待信用卡體制裡所呈現的信用制度與關係。

第三章處理了金錢形式的不同發展，其中一個極大的轉變，即貨幣背後的信任機制，從一種主觀的、私人的信用關係轉變到客觀的、法定的信用關係。若只是小範圍的使用，其背後的保障也限於彼此共識的達成，其認定標準由特定區域決定，這樣的貨幣有所侷限。而在貨幣逐漸開展下，背後的信用機制逐漸出現，其合法性與流通性的保證逐漸由特定機構取代，國家公權力的介入則是貨幣具備合法性的最主要來源，此時的貨幣形式可以脫離本身物質性價值的承載，轉由背後的機制（政府、貨幣儲備制度）支持。信用卡同樣有其背後的擔保機構，與法定貨幣不同的是主要由銀行機構發行，並加上國際授權組織使信用卡具備全球流通的功能。這意味著其合法性來源非由政府提供，而是金融機構，其交換與流通價值由各個發卡機構給予保證，政府僅是執行某部份的規定與監督。

信用卡雖然是支付工具，但是在金融市場的定位卻也是一種商品，導致信用卡與金錢的關係，以及其開展的信用機制作用於個人與社會時將變得更為複雜。於整體社會的層次，其引發的效應明顯可見於過度放款與過度擴張信用的卡債事件，然而，回到個人層次，信用卡體制的信用系統首先展現在核卡的標準與信用額度的審核上。

信用卡市場發展初期，每個人都具備初次辦卡的資格，那時的辦卡核准仍依據其經濟狀況、身份等資料，但是當信用卡市場發展至一定規模時，辦卡的審核條件亦產生轉變，第一次辦卡的人會發現，沒有辦卡紀錄使第一次辦卡的核准不易通過的情況：

---

<sup>167</sup> 高敦康編著（1985），《經濟學新辭典》，台北：三民，頁 340。



我今年 21 歲，目前這家上市科技公司已工作 1.8 年，月薪最低至少有二萬五(都是因為無薪假)，之前高峰期有 4 萬多。年收入算起來有 48 萬以上，固定都是由郵局轉入。帳戶除了郵局還有一月才剛辦合庫，居住的房子也是自己家裡的。

之前申請合作金庫的卡被打回了馬槍，說我資格不符，但是現在很急需一張信用卡[……]。在網路上大家都說小白辦卡要找可以接受第一次辦卡的銀行，但是我找來找去發現大家說的都不一樣！像是有人說台北富邦可接受小白卻又有人說不行，我實在是我不想再多跑幾趟了。(網友：啾司布丁妹)<sup>168</sup>

最近想辦信用卡，但是送了花旗跟中信都沒有通過評估，但我完全不知道問題出在哪裡？年收入都有超過兩家的最低標準，也有正當工作，所得稅也有確實申報。除了這些還有什麼要注意的嗎?(有人跟我說年齡?) 希望各位可以幫我解惑，謝謝！(網友：hun96ter)<sup>169</sup>

有些銀行不喜歡小白，就是沒辦過卡的人，因為沒有任何記錄，所以要辦卡可以先找聯名卡，累積信用再辦第二張卡。(網友：小仲仲)<sup>170</sup>

卡友將第一次辦卡的人稱作「小白」，即沒有辦過卡、沒有擁有任何一張信用卡的人，一些辦卡者發現個人條件都符合申請標準，卻無法成功核卡，這與過去發卡的情況恰恰相反。一部分原因來自雙卡風暴發生後，發卡機構對於首次辦卡的人態度趨於保守(但是另一方面又針對信用評等良好的人進行升等或調高信用額度)，才出現第一次辦卡較不容易的情況。

其實這反映信用卡體制中特有的信用系統，除了以本身資料為審核標準外，個人信用的累積亦憑藉信用卡，因此會有以卡辦卡，或利用原先持有的卡片進行信用卡升級的情況出現，個人的信用不只是原先具備的資格，它也依靠後續的信用評等機制在運作。接受第一次辦卡的標準依個別發卡機構而異，所以有些人會建議找審核門檻較低的發卡機構，先擁有第一張信用卡之後再以其累積的信用評分去辦真正想申辦的卡片。個人的申請資格沒有改變，卻會因為是否進入信用評等的系統中而影響後續的申請，例如，卡友討論中也會出現「培養信用」的字眼，

<sup>168</sup> 資料來源：卡優新聞網／卡友討論區／信用卡綜合區：  
<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?t=55387&highlight=>。

<sup>169</sup> 資料來源：同上：<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?t=58949&highlight=>。

<sup>170</sup> 資料來源：同上：<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?t=58949&highlight=>。

意指逐漸累積個人的信用。

透過信用卡這個工具，信用的關係不斷地被行使於每一次使用的活動中，擴大了個人的消費能力的背後，意味被擴大的個人信用。培養與累積信用這樣的字眼恰當地形容這樣的狀況，個人信用可以藉由每次使用信用卡時逐漸被累積，個人信用良好與否關係著收取利息的高低，以及未來辦理信用卡與其他借貸的難易度。若個人信用良好，在未來要增加信用卡額度，以及辦理更高等級的卡相對容易，甚而發卡機構會主動提高信用額度，或提升信用卡等級以供使用。因此，在信用卡業務蓬勃發展的情況下，才出現上述提到首次辦卡不易的情況，個人信用的建立反而必須倚靠信用卡作為媒介，藉其保證個人的「信用品質」。

## （二）指標化、系統化的個人屬性

信用評等包含兩個部份，一個部份是發卡機構內部的「信用評分制度」，即申請人的資格審核標準，發卡機構各有其評等重點；另一個部份則是 2006 年 4 月由聯合徵信中心推出的「個人信用評等」。其中評等的項目包括五大類：繳款行為類、負債類、新信用申請類、信用長度類、信用型態類，其中信用長度類是指個人使用信用的歷史長短，例如：信用卡有效卡開卡距今月份資料；信用型態類則是指使用信用型態及其組合，例如：房貸戶、信用卡循環信用使用者、現金卡戶等。這些項目會依據系統計算出數字，代表個人信用評等外，也作為與他人比較的參考數據。

信用評等分數可由個人申請以瞭解自己的信用評等狀況，發卡機構亦會依據此數據作為貸款與申請的參考指標。以信用卡的申請來說，就會影響第一次辦卡或後續的辦卡與升等，有時比個人原有代表信用狀況的資格與條件還具參考價值。卡友討論中有人詢問：「年薪四十萬是否可以申請白金卡？」，藉由其他人的回應可以更清楚信用卡機制的信用系統：<sup>171</sup>

年薪 40 萬應該辦得過白金卡吧?! 我年薪不到 40 萬辦白金卡也辦得過。(網友：鐵平)

---

<sup>171</sup> 以下資料來源：同上：  
<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?t=56456>。

其實真的幾乎各家白金卡都可以辦了，前提是聯徵拉出來要好  
看。有一朋友年薪幾乎 100 萬，日前辦年薪門檻只要 40 萬的  
HSBC 沒過，沒遲繳記錄沒有貸款，原因是：評分不足。(網友：  
giorgio)

年薪多少已經不是最大的問題啦！問題在於你有沒有好的信用  
記錄、分數高不高，要是分數很低的話，那 100 萬也辦不過啊。  
(網友：大肚妖)

我的新光銀白金卡當初年薪 30 萬就辦過了，不過是普卡升白金  
卡。(網友：星野)

上述四位網友的回應，可發現信用卡的信用制度裡幾個特點：首先，信用卡的核卡標準一開始就有其規定，最基本的是以年收入狀況來審核申請的信用卡等級，然而此基準是可變動的，例如：白金卡的申請條件需要固定年收入一百萬元以上才能申請，卻在實際執行的核卡過程中出現不滿其標準也可申請的情況。也因為審核者是「人」，雖有一套制式化的審核標準與過程，卻會因為審查人員的差異而有不同結果，信用卡機制裡的信用審核常因人、事、時有所變動；再者，依據其他條件可作為信用核准的標準，例如：以卡辦卡、以卡升等的情況，都使個人的信用不再侷限於自身的經濟狀況，反而利用信用卡成為自身信用的擔保品。

信用卡機制裡將個人的信用狀況巨細靡遺地記錄下來，當個人與發卡機構之間契約成立之時，也表示進入一個信用的系統，藉由個人在使用信用卡與履行契約的行為中擴增自己（或是減損）自身的信用，而個人信用評等制度的出現亦影響了信用卡機制。信用評等可分為「內部」與「外部」，內部指的是個人在單一發卡機構中所呈現與累積的信用狀況，外部則是藉由另一個機制將個人信用統整起來，如此，個人信用狀況的指標不僅止於信用卡市場中，還包括了其他貸款或負債，個人的信用狀況除了銀行所做的審核外，信用評等分數則將個人在不同金融機構所進行的經濟活動整合起來，並在信用卡市場中被納入考量。

藉此，我們可以看見，個人的信用有一套計算的作業與系統，被轉換成數據方式呈現，不僅展現在信用額度上，更具備統整性與系統化地呈現，並且信用卡的信用制度中，個人信用的來源可以藉由信用卡機制的各個環節來衡量與累積。個人信用的評斷和擔保不同於其他的貨幣形式，以借貸為例，私人的借貸關係憑

藉的是放款者與借貸者的交情與信任程度，於金融機構進行的借貸，放款機構也會審查借款者的財務和信用狀況進行放款。但是這兩者借貸活動所衡量的個人信用狀況都尚侷限於單一、內部的信用累積程度，信用卡體制所倚賴的卻是更為全面化的信用系統。

就個人來說，信用卡被定位為支付與借貸工具，於此，應該再把信用卡視為累積與紀錄信用的工具，個人的信用狀況可以藉由信用卡，及其相應的機制被呈顯。個人信用如同消費能力一樣，透過信用卡的使用而增加，一個好的信用分數意謂能夠更沒有阻礙地提昇自身消費與借貸額度；再以信用系統來說，信用系統的運作使個人與社會的連帶關係產生轉變，原初較為依賴私人關係的信用體制，被轉化為具備公眾領域性質的信用關係。朱錦鄉提及消費金融的轉變時指出，消費金融的變遷下將社會大眾的借貸管道從「民間借貸」轉以制度性的徵信機制為基礎的借貸，即將一種依賴於地緣、血緣與人脈塑造，長期的信任的關係網絡基礎推向不受限於個人生活圈與地域的信任關係，人在信用制度中也被匿名化、原子化。<sup>172</sup>信用卡就處於制度性徵信機制的一環，由其呈現的信用關係是個人被制度化的展現。

個人信用被轉化成各種指標，其來源也依靠個人與不同對象所進行經濟活動，信用系統將這些個人資訊轉化為統計資料，細微地將個人成為一個可以轉變為各種指標的量化對象，個人屬性不再只是籠統的形容詞，而可被轉化為數字，每種屬性皆有相應的單位數據，單位數據的總和即表示個人的信用狀況。個人屬性成為衡量基準，各種信用紀錄也經過各式需徵信手續的事物公開化，轉向且更依賴公共領域的信用關係，也將人暴露於一個可供公共檢視的空間。

## 第二節 「信用卡」下的生活

綜合第四章與上一節的討論，在信用卡所展現的特性之下，也對社會生活造成了影響。不同於金錢所引發的作用，信用卡有其自身的影響力，就整體的社會生活層面，以及現代社會對消費的重視和強調，加乘效果下共同對社會生活造成影響，且信用卡的使用也對個人生活產生一種支配性與控制性，生活將因為信用卡而發生改變。

---

<sup>172</sup> 參閱朱錦鄉（2005），〈資本、風險與慾望機器：信用卡負債者的社會分析〉，世新大學社會發展研究所碩士論文，頁 8。

## 一、「日常化」的借貸活動

### (一) 卡債、卡奴的效應

下表是近十年來，信用卡的循環信用與預借現金的數據，我們可以看見，循環信用與預借現金的金額逐年升高，流通卡數也不斷攀升，這些數據顯示兩個訊息：第一，信用卡借貸的數據越來越高，也許因為高流通卡量稀釋了每張卡的借貸金額，但其加乘的總數卻更龐大；第二，信用卡的借貸功能越來越被使用。

每張信用卡的平均負債金額

年別 (西元)	流通卡數 (C) (千張)	循環信用 (D) (百萬)	預借現金 (E) (百萬)	D/C (元)	E/C (元)
1998	10640	124908	39642	11740	3726
1999	13575	152768	51386	11254	3785
2000	18276	205656	79768	10586	4365
2001	24135	259875	103780	10768	4300
2002	31591	316328	132488	10013	4194
2003	37850	399847	178398	10565	4713
2004	44182	457932	205843	10365	4658
2005	45494	494711	215569	10874	4738
2006	38324	350430	88001	9144	2296
2007	36437	284700	77905	7814	2138
2008	33950	253622	86855	7471	2558

說明：D/C：平均每張信用卡的循環信用餘額。

E/C：平均每張信用卡的預借現金金額。

原始統計資料來源：行政院主計處與金管會銀行局網路資料。

信用卡的借貸特性最明顯表現在 2005 年台灣爆發的卡債事件，這是動用信用卡與現金卡借貸與過度擴張信用所共同引發的效應。根據金管會統計，至 2006 年 1 月底止，名下無擔保信用貸款、現金卡或信用卡超過三個月未償還者超過 50 萬人，平均無擔保欠帳金額為 50 萬元，整體欠債金額為 2600 億元，至今，卡奴人數仍是一個無法確定的統計數字。

許多人對於卡奴存在負面印象，也對於卡奴的訴求有諸多評價，因此，在卡

債事件的原因和檢討中，除將問題回歸到整個信用卡體制，大部分焦點還是在持卡人身上，刻板印象中總認為欠下卡債的人是因為自身消費自制力的不足導致。然而，根據 2008 年一項法律扶助基金會針對卡債族所進行的調查中指出，前往法律扶助基金會求援的卡債族中，平均欠債為 264 萬，其中有五成民眾曾想輕生，更有二成卡債族親友已因債務問題走上絕路，其問卷結果顯示 41.9% 的卡債族因入不敷出陷入債務，其次則是失業（30.3%）、生意失敗（27.2%）和過度消費（24.7%），此數據顯示卡債族並非全是奢華浪費，其主要原因是生活遽變導致收支失衡，另有高達七成（77.2%）的卡債族是以卡養卡來還債。<sup>173</sup>從法律扶助基金會的調查中，我們可以看見有較多比例的卡債者是利用信用卡和現金卡的借貸應付生活的變數，而非印象中因過度消費所造成。

夏傳位也認為卡債風暴將形成的原因指向使用者個人的消費行為，或者是給予道德性的譴責是錯誤的。不是說使用者完全沒有責任，但在信用卡市場中，正因為將信用卡定位為商業市場的活動，使得其風險控管及契約的訂定過於自由，甚至超越法規的限制與約束。卡債事件事實上是自由競爭下市場扭曲的產物。<sup>174</sup>另外，夏傳位還提到這樣的情形：十年前國內的發卡銀行對「免年費」的優惠完全不退讓，在十年後免年費卻成為天經地義的事，會有此差別，就在於十年前的持卡人不習慣使用循環信用和預借現金，皆以便利支付為主，隨銀行紛紛加入信用卡市場，以及信用卡逐漸深入民眾生活時，借貸功能有逐漸超越支付功能的現象。<sup>175</sup>台灣信用卡市場發展初期，循環信用業務尚未普及，預借現金也未獲准時，年費是發卡機構的主要收入，當使用循環信用的習慣逐漸形成，預借現金的機制逐漸建立，儘管取消收取年費的規定，發卡機構卻找到其他附加於信用卡上的業務市場，免除了年費，卻有了擴張的信用，累計的欠款利息、手續費等費用成為利潤的主要來源。

甚少人知道循環利息的利率計算都接近標準上限，加上手續費或違約金，整體算下來也可能超過年利率 20% 的限制，然而如此高的利率，持卡者為什麼還會使用？夏傳位提及：這正是信用卡利用了人性的弱點，低估了未來負面事件發生的可能性，過度樂觀的認知偏差；以及高估了自我控制的意志力。<sup>176</sup>前述提及不自覺成為借貸者的可能性即在於此，使用者可能不會有此自覺，甚至會樂觀地

---

<sup>173</sup> 參考法扶消債條例一點通網站：[http://www.laf.org.tw/debtclear/story/story\\_detail.php?id=15](http://www.laf.org.tw/debtclear/story/story_detail.php?id=15)。

<sup>174</sup> 參閱夏傳位（2008），《塑膠鴉片》，台北：行人，頁 123-135。

<sup>175</sup> 參閱同前引書，頁 137-138。

<sup>176</sup> 參閱同前引書，頁 132-133。

認為自己有能力支付，因此，就算使用到信用卡的循環利息，也不會認為這就是「借錢」。

卡債事件後，政府開始對於信用卡的發行與契約內容有較多的規範，發卡業者也開始提倡使用簽帳卡，鑑於信用卡所帶來的高風險，銀行業者將信用卡的效益來源逐漸鎖定於高效益與較低風險的信用卡客群。<sup>177</sup>從他們的處理態度我們可以看見信用卡體制本身存在的風險性是被忽略的，不斷地衝卡量、鼓勵消費，強調信用卡延遲付款與可繳納最低應繳金額的便利性，以及後來逐漸發展地信用卡小額借貸中，都讓人更能輕易地利用負債來過生活。這裡，並非要為卡奴發聲，但是從卡債事件中可發現信用卡絕非只作為一種支付工具，其所帶來的效應正顯示著它是如何作用於社會生活之中。透過信用卡獨有的功能，改變人的消費模式與習慣，塑造出一種受信用卡支配的生活方式，整體效應上帶來的是巨大的社會問題與個人生活的驟變。

## （二）如影隨形的借貸

就信用卡支付功能的本質而言，其中就隱含借貸的特性，以及其他與借貸相關的附加功能，更是直指著借貸，因而，信用卡可以是上述社會事件中的作用者。

討論相關卡債事件的討論和研究不斷檢視台灣信用卡體制的缺失、漏洞，後續的補救方案裡卻不如預期，更加突顯信用卡市場中資訊不對等與分配不公義的狀況，反觀其他塑膠貨幣（現金卡除外）則無此問題，關鍵在於它們的使用與個人的經濟狀況是相符的，即使花光最後一分錢也不會陷入借貸的狀態。但信用卡並非如此，在它打破個人經濟侷限，使欲望得以滿足的同時，亦產生了另一種桎梏。它使借貸發生得不知不覺，輕易地深入個人的生活，因為它不只能擴張消費，還使個人的借貸變得更為容易。

逐漸攀升的循環信用餘額數據，表示著一個「負債」的事實。李思儀指出：「信用卡本質就是一種借貸的展現，而且無須任何擔保品，同樣是先享受後付款

---

<sup>177</sup> 從 2008 年開始，陸續有銀行強調，將一改過去衝高辦卡量的思維，致力提高卡片簽帳金額。因此 2009 年起，包括中信銀、台新、台北富邦都不諱言在「清呆卡」，並且針對高消費客層推出御璽卡、鈦金卡等級以上的卡片。尤其現階段大部份頂級卡都會收取年費，不僅減低銀行的經營成本，而擁有高消費能力的卡友，刷卡金額更能為銀行貢獻較多的手續費收入，因此成為銀行極力爭取的對象。資料引用自：卡優新聞網／焦點新聞／信用卡回歸支付本質，大搶高消費客群：

[http://www.cardu.com.tw/commfun/print\\_news.htm?mt\\_pk=4&mg\\_pk=6543](http://www.cardu.com.tw/commfun/print_news.htm?mt_pk=4&mg_pk=6543)。

的支付功能，信用卡將這樣的借貸行為更普遍地深入至日常生活中，信用卡的獨特性格及將貸款生活化，讓消費等同於貸款。」<sup>178</sup>與其他類似功能的塑膠貨幣相比，信用卡獨有的功能看似便利，其實是讓消費行為不斷遊走於借貸的邊緣。林寶安也指出：信用卡在過去比較被當作支付工具，循環信用餘額被視為支付消費餘額而放在信用卡間帳金額部分計算，然而在 1999 年 6 月份被轉移到消費者貸款項目，這樣定位的轉變顯示信用卡具備了信用創造的功能。<sup>179</sup>因此，信用卡不只是在實際使用上具備信用貸款的功能，在官方定位上也同樣被當作一種信用創造的工具，依賴著整體消費金融環境的轉變，借款行為更為「日常」地發生。

一位曾因信用卡負債的網友分享了自身經驗：

[……] N 年前我也曾陷入卡奴深淵，那時才剛踏入社會，覺悟後仔細檢討原因：

第一：自己首度有不少薪水，就開始不知節制；第二：那幾年銀行很好辦卡，人家說我就辦，莫名奇妙手上一堆卡片；第三：沒做金錢規劃，這張刷一點，那張刷一點的，累積起來就很可觀。

不過還好我沒有墮入太久，也還好有朋友點醒我，更好加在的是，我沒笨到去借現金，討論後替自己找出解決方法，當時又剛好辭職，一邊補習，一邊打工而已，薪水霎那間少了 1/3，我就靠那微薄薪水撐了將近一年，才把自己身上拍乾淨。

所以現在聽到卡奴事件，都覺得有點心酸，雖然每人造成原因不同，他們的壓力也許是我的上百倍，不過只要自己有心要解決，然後力行，多尋求各方管道，我相信都是有周旋空間的。(網友：春天花會開)<sup>180</sup>

由此例我們可以發現，除了個人理財觀念的不足，辦卡容易的時期讓一個人就能擁有二、三張卡片，過度刷卡的行為導致個人負債的情況，便利刷卡的背後隱藏著負債的危機。事實上，要把信用卡作為支付工具的角色，再加上其借貸性格，才是信用卡的完整形象，而且，在其支付功能之中已經隱藏借貸。信用卡借貸的來源一部分是來自信用卡應許使用者可以只繳交最低應繳金額的功能，將消

<sup>178</sup> 李思儀 (2000)，〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉，台灣大學社會學研究所碩士論文，頁 7-8。

<sup>179</sup> 參閱林寶安 (2002)，〈台灣消費金融的演變及其社會經濟意義〉，《台灣社會學刊》，第 27 期，頁 125-127。

<sup>180</sup> 資料來源：卡優新聞網／卡友討論區／信用卡綜合區：  
<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?p=403082&highlight=#403082>。



費不只可以延遲繳款之外，連付款都具彈性；另一部份即來自信用卡延伸出的預借現金功能，如此，使用信用卡所產生的負債不限於消費活動，它還可直接用來借貸。下面我們將從信用卡的支付功能與借貸功能兩方面，討論信用卡的借貸特性如何發揮。

首先，先看依附於支付角色的信用卡功能。林寶安討論到信用卡「延遲付款」和「循環信用」兩個功能時指出，延遲支付本身就是一種信用，所指的就是一種賒帳能力。<sup>181</sup>因此，在可以繳納最低應繳金額的功能背後，當進入循環利息計算的時候，就開啟了借貸的生活，而且無論是否有意願成為借貸者，相伴於支付功能的就是它的借貸性質，使用信用卡時就是一種借款行為的發生。

最簡單的買賣關係就是一手付錢、一手交貨，買方與賣方的連結在此告一段落，然而以信用卡為支付時，買賣關係結束，實際上買方卻欠下一筆消費款項。傳統的賒帳行為與信用卡的消費同樣是在買賣關係中產生的借貸行為，但是傳統的賒帳行為依賴個人與商店間的信用關係，以個人與商店的人際熟識與信任為基礎，因此不可能向每間商店賒帳。信用卡消費中，賣方提供商品或服務，買方也具有延遲繳款的權利，但其借貸關係非由買賣雙方建立，而轉以是消費者與發卡機構兩者的契約關係。透過發卡機構與持卡者建立的契約，持卡人可以在任何連結相同信用卡機制的商店中進行賒帳，而無須與各別商店建立任何信用關係。

可是在使用信用卡消費時，持卡者會意識到自己進行的是一種賒帳行為嗎？不同於一般的借貸，借貸者往往是有意識地進行，比較會評估自身的還款狀況、借款利率等等。但若再檢視信用卡最基本的功能「先消費、後付款」這項，刷卡的同時其實就是一個向未來預支之金錢的行動，它如同賒帳的行為，差別只在於賒帳的對象變成發卡機構。延遲付款的功能被包裹於使消費更為便利的糖衣下，看不見信用卡支付角色中隱含的借貸特性，加上擴大信用的可能性，儘管未直接使用信用卡的借貸功能，陷入借貸的風險也因此增多。若把借貸的定義縮限於一種「借款」行為，信用卡消費其實就是一種預借現金的消費活動，而另一個信用卡具備且強調的功能：循環信用，更允許持卡人可以持續地負債。

再者，我們來看後來信用卡附加的其他功能，例如：預借現金、信用卡貸款、餘額代償等等，都是在後來法令開放才被允許，其中「餘額代償」更是因為卡債的人變多，發卡銀行另外策劃的功能，讓信用卡本身就作為清償卡債的工具，再

---

<sup>181</sup> 參閱林寶安(2002)，〈台灣消費金融的演變及其社會經濟意義〉，《台灣社會學刊》，第27期，頁107-161，此處頁149-150。

以分期付款的方式定期繳納。信用卡借貸不同於需要抵押物的借貸方式，其特點在於是以自身「信用」狀況為擔保品，無需實質的物品作為抵押物，或第三人做為保障，在借貸類型的區分裡，信用卡借貸就是屬於無擔保放款，即只憑個人的財務力量、信用資料和人格為衡量，並以此作為擔保的信用貸款。信用卡的借貸強調的是快速、便利與小額貸款，藉由原先申請信用卡時所做過的審核，再由後續繳款行為所累積的信用為評估來進行放款。透過信用卡的審核機制，結合小額貸款的方式，信用卡的借貸特性不只發生於它的支付功能，不只侷限於支付行為，而擴充至直接的金錢借貸成為一種借貸工具，甚至變成債務整合的工具。

金錢發展之初也是以交換功能為主，在金錢發展的軸線上，塑膠貨幣是目前較新的發展形態，信用卡則是其中之一。當金錢變成獲得利益，以及本身可以是一種利益之際，表示金錢獲得一個不同於交換的中介功能的位置，甚至踰越了表示事物價值的象徵性而成為衡量一切事物的至高點，類似的現象在信用卡中發生。當信用卡單純為一種更為便利的支付工具時，或者說對信用卡的使用尚停留於其支付功能時，其他特性就無法發揮更多的影響力，然而當信用卡非支付功能越加被使用時，其效應與作用也將顯現。

Calder 考察消費信貸在美國的發展與取得合法性的歷史，他指出現代消費信貸建立在兩個制度性基礎上：具體信貸方式——分期付款，以及大量的信貸來源。在美國的消費信貸歷史可追溯至二次世界大戰後，從那時就開啟美國人的負債生活，消費信貸在 1945 至 1958 年間大量膨脹，而信用卡則是後來才成為消費信貸最重要的象徵。<sup>182</sup>反觀台灣消費信貸的發展，在 1990 年後才將觸角擴展至個人借貸，其中即以信用卡與小額貸款為主要業務，現在的信用卡就結合了 Calder 所指出的兩個消費信貸的制度性基礎。對美國而言，個人的借貸是發展較長的歷史，其負債的曲線是不斷向上延伸的趨勢，相較於台灣，反而在信用卡與現金卡問世後，逐漸開啟個人負債的生活。有些持卡者，或是政府與發卡機構也認知到，應該讓信用卡變回單純的支付工具，消除金錢借貸的功能，然而，我們不可忽略，消除了借貸的附加功能，也不能免除信用卡具有的借貸特性，使用信用卡進行消費而陷入負債的風險依然存在，信用卡所造成的作用，一直在每次的消費活動中發酵。

---

<sup>182</sup> 參閱 Calder, Lendol, 嚴忠志譯 (2007), 《融資美國夢：消費信貸文化史》，上海：上海人民，頁 15。

## 二、工具對生活的支配

### (一) 信用卡所造成的奴役與支配現象

在 Jurgen Habermas 關於系統危機的論述中，他指出不同社會型態存在不同的危機類型，在自由資本主義社會中，經濟系統從政治系統獲得相對的獨立，產生新的組織原則，其具有系統整合功能的經濟系統也承擔起社會整合的任務，這種功能轉移與替代的情況就產生其意義下的系統危機：這源於經濟發展處於自發與自主運行的狀態，而危機的典型特徵表現為，繁榮、危機和蕭條不斷交替、表現為無法解決的經濟控制問題，經濟危機危及著社會整合，甚至轉變成為社會危機。<sup>183</sup>

Habermas 從系統支配的觀點出發，雖有其特定的論述角度，但是藉由其視角，我們知道經濟領域的變化與發展和整個社會生活是密不可分的，在實際的生活經驗中，也看見經濟領域對個人所造成的影響與衝擊。不同社會型態存在不同的危機類型，但在資本主義社會下，經濟明顯地具備一種自主性與主導性，經濟系統產生一種自為的運作邏輯，就 Habermas 的主張，經濟系統甚至擔負起社會整合的功能，則勢必對日常生活產生支配性的效應。

在 Simmel 對金錢的論述中，我們也看見金錢對生活造成的作用，對於金錢的追求與積聚可能成為生活的目的，原初朝向便利目的發展的支付手段形成了貨幣制度，圍繞著它的不只是支付工具的純粹性，也不僅只是一種作為交換的工具概念，由主體創造出來的客體，其形式逐漸侵蝕並主導主體文化的內容，貨幣成為一種經濟體制，在社會生活的不同領域中發揮影響。Simmel 即指出企圖便利生活時可能轉為追求手段本身的進步而忽略原初目的，且技術可能對生活內容造成簡化與奴役的現象，這同樣表現在貨幣身上：「貨幣與所有文化手段和文化工具站在一個系列之中，該系列擠到了內在目的和終極目的的前面，最終將這些目的掩蓋並取而代之。」<sup>184</sup>

綜合 Habermas 與 Simmel 對日常生活的關切，他們皆指出一個原本作為一個為整體社會生活能夠協調運作，或為了更為便利、快速，更有效率的生活所產生機制，它們在運作的過程中逐漸產生一個自為的能力，可自我再製、自我生成

<sup>183</sup> 參閱 Habermas, Jurgen, 劉北成等譯 (2000), 《合法化危機》, 上海: 上海人民, 頁 28-31。

<sup>184</sup> 參閱 Simmel, Georg, 陳戎女等譯 (2003), 《貨幣哲學》, 北京: 華夏, 頁 393-395。

的系統，它逐漸滲透到社會生活，甚至造成支配與壓迫的結果。例如：相關金錢的活動可能成為人的生活重心，當金錢的使用越加普及的情況下，受金錢所支配的範圍也相對更加廣泛與深入，整個貨幣經濟所帶來的作用，以及它對生活內容及其意義的掩埋，在個人經驗上多少體驗到，也在更大的社會團體、國家的層面造成實際的影響。由此，再看到信用卡的使用，其部分目的也是為了更為便利和快速的生活，為了讓人更為靈活、更為彈性的運用個人財富，也必須承認信用卡的確為生活帶來某種程度的方便，但是在便利生活的追求下，信用卡也出現了一種支配性，以及個人對它的依賴性，並且，在整體社會的層面造成風險與危機。

於信用卡作為一種支付工具的層次上，在支付工具的技術中，它屬於塑膠貨幣的階段，貨幣形式的不斷改革，其目的皆朝向一個更能加以延伸的交換鏈，一個更能加以擴張的商業和貿易範圍。我們已經看到在不同形式的貨幣中可能帶來的生活的轉變與影響，在在顯示出金錢這樣的工具對生活的作用。在其朝向虛擬化與象徵化的趨勢上，其特性及其作用也表現地更為極致。至塑膠貨幣的出現，尤其是信用卡，因為它與現行的貨幣之間的關係，在成為一種普遍的支付工具時也如同貨幣對生活內容所造成的作用，產生了一種對生活內容的壓迫與支配。我們對金錢依賴，一方面源於它是最主要的交換手段；另一方面亦源於我們產生了一種對金錢本身的渴求，而使得金錢對個人造成奴役的現象。同樣地，信用卡也出現類似的作用。

從上一節所引用的持卡人經驗中我們看見使用者自身感覺到自己對信用卡產生的依賴，甚至是一種被信用卡所奴役的感覺。原本卡奴所指的是因為使用信用卡（及現金卡）而欠下債務的人，不過，卻可以看到信用卡對個人所造成的支配不是一定要欠下債務才出現，它可能是在持卡人使用的過程與經驗中出現。因為使用信用卡而擴張了消費的能力，這是在使用現金時沒有的，也因為信用卡讓人更輕易地滿足欲望的可能性，而受到信用卡所奴役。在整個信用卡的體制中，可以發現它同樣是一種關於金錢的活動，藉由信用卡的發行與使用，產生更巨大的經濟效益，透過擴大的消費以及劇增的消費債務來獲取利潤，可見在信用卡的支付工具角色背後另有其他目的，卡債事件就是最為直接的證據。

卡債事件同時顯示出經濟系統內的機制對個人生活與社會整體所帶來的支配作用，是無法被完全控制或掌握的。從卡債族身上看見，因為信用卡的使用，除了因為消費的負債之外，也能藉由信用卡進行現金借貸，皆增加了個人陷入負債的可能性。信用卡的便利性不僅止於支付，還包括更為便利與快速的借貸，再

加上當還款的信用良好時，可以貸款的額度也將隨之提高，甚至原有信用不良的狀況，也在逐步繳清借款至完全還清的過程中一筆勾銷，在這看似更為自由與彈性運用金錢的情況，卻是讓人與金錢的連結更為緊密。Calder 即觀察到在分期付款和消費信貸中強調可以更輕鬆、靈活地付款，其實是一種神話，因為負債的生活是需要負債者更努力的工作與更高的自我克制才能將借款還清，必須更謹慎小心的運用金錢，負債者的生活也受到還款時間的安排和約束。<sup>185</sup>Calder 這樣的主張雖有其目的：破除將消費文化完全理解為享樂主義，但是，他提供一個看待負債者的生活的角度，因為負債，個人與金錢的關係是更為緊張的。信用卡是一種借貸型的支付工具，在使用與繳納的過程中，持卡者必須小心翼翼的計算個人的財富狀況，必須留心繳款的期限，若是使用到信用卡的借貸功能（循環利息、預借現金），則確實進入負債的狀態，此時，信用卡的便利性則轉為一種約束：必須在未來的日子更勤奮的工作，更為克制自己的欲望，更有計畫地使用金錢。

Simmel 意義下的自由是一種解放原有限制，但又會出現另一種束縛的狀態，信用卡解除人侷限現有財富的限制，但它帶來另一種侷限，即人對它的依賴，以及必須承擔使用它所可能造成的後果。信用卡所出現的束縛，正源於它的出現與使用遠離了純粹的便利目的，在持卡人消費行為中我們看見，個人必須不斷地與它造成消費和欲望擴大之間進行拉扯，而信用卡的借貸功能的逐漸普及，讓人不自覺，或更輕易地進入負債的生活，且因為負債使得自身的生活產生轉變，也連帶周遭的人生活受影響。信用卡可縮限於是一種工具的概念，但這個工具除了自身的商品與借貸特性之外，它的類金錢功能也不斷在其中發揮作用；信用卡更可以看作是一個經濟與商業全球化下的產物，亦是一種經濟活動裡的機制之一，在信用卡被產出與使用的過程中，不斷地創造出屬於它自身的動力，並由此與個人和社會的各種因素結合，引發各種效應，生活也將隨其變動。

## （二）「卡片化」的生活

不同於前面所討論的奴役與支配效應，各種類型信用卡充斥的現象也是一種被工具宰制的生活狀況。若說信用卡只是為求便利的工具，使用者應該只關注其便利性與實用性即可，然而用卡卻可從不同的消費場所與消費目的中不斷地被製

---

<sup>185</sup> 參閱 Calder, Lendol, 嚴忠志譯 (2007), 《融資美國夢：消費信貸文化史》，上海：上海人民，頁 23-26。

造與分類，什麼時候用什麼卡？在什麼樣的地點或消費目的使用適宜等等問題，是使用者會去思考的（使用現金則沒有這樣的考量），信用卡的使用中就出現這樣一種由各種卡所「調配」的生活方式。

在信用卡討論網站上有不少網友會詢問大家愛用的卡，或會選擇使用的信用卡這類的問題，例如：<sup>186</sup>

當初為了某些信用卡的某些優惠而去辦卡，然而錢包無法裝下全部，精簡的結果，卻也是放了六張卡片在錢包裡，加上錢包裡其他的卡片和證件，快把錢巴塞爆了。

矛盾的是，帶著六張卡出門，其實常刷的就只有兩張，但是其他卡片又有其在特定場合特定時機的功能，沒帶又怕會錯過時機，大家有這種經驗嗎？（網友：glucose）

回應的人大都分享了自身會如何選擇使用的卡片，其中，不乏將擁有的信用卡分成主力卡跟非主力卡：

錢包放的卡有國泰 Taiwan Money 卡，中信的 Costco 卡，和萬泰的銀行白金卡。

其他的卡片分兩個卡夾放，一個放百貨聯名加停車或加油用的卡。另一個卡夾放不會帶出去的卡，如富邦的台灣大哥大卡或只用來扣公用事業費用，保險的卡。（網友：LJ）

不會帶出去的卡是台灣大哥大聯名卡 中華電信 CALL CALL 聯名卡，帶出去的卡大部分都是有意義的，如日期、刷卡地方的聯名卡。帶兩張信用卡左右，其他不用的卡就放在一本卡套上收著。（網友：fengken）

主力卡就是較常使用的卡片，通常比較不挑時間和地點，屬於日常使用的信用卡，而非主力卡則不見得會確實用於日常的消費中，可能因為信用卡特有的功能而保留，例如用以繳費或扣款的信用卡，或者只在特定的地點和時間下使用。另外，這些回應裡，有些持卡者較為詳細地描述選擇使用卡片的狀況：

---

<sup>186</sup> 以下引用的網路資料皆是回應 glucose 的問題。資料來源：卡優新聞網／卡友討論區／信用卡綜合區：  
<http://www.cardu.com.tw/phpBB2/viewtopic.php?t=56798&highlight=%E5%A4%9A%E5%BC%B5>。

我一定會帶的有：

1. 玉山公務人員國旅卡

原因：1%現金回饋且當期回饋，也很多特約店有折扣。

2. 國泰世華 combo 悠遊卡

原因：同時是提款卡，悠遊卡和悠遊錢包(我都有用到)，而且現在活存還有 0.45%(自動化帳戶)、國賓影城星期一到四看電影買一送一(需一張一千元簽單)。

其他的卡就放在卡片夾裡，平常不帶出門，在特定日子才帶出門，例如：

1. 渣打 The Shopping Card:每月八日特定通路八倍回饋(相當於 2%回饋)。

2. 日盛 All Pass:每週六特定通路五倍回饋(相當於 1.2%回饋)。

3. 台塑聯名卡:每週三台亞加油降 2.1 元。

4. 日盛 gogo:每週五台亞、全國加油站降 2 元。

5. 渣打 VISA 金融卡:每週一全國加油站降 2 元。

6. 花旗饗樂生活卡:一到四威秀影城買一送一。(網友：A6352)

聯邦投資型白金卡：平常刷。

Citibank 紅利白金卡：逛量販店時刷。

中國信託中油白金卡：加油時刷。

中國信託 callcall 白金卡：代繳電話費。

中國信託漢神白金：逛漢神停車用。

匯豐白金：原本主力卡，準備剪卡中。(網友：JT)

把信用卡分成主力卡與非主力卡是最粗略的分類，其中，其實隱涵更細緻的劃分——依據各種功能、各種優惠，每張信用卡都能被放置在不同的消費目的中。我們可以看見持卡者在選擇使用的信用卡時，其考量因素包括信用卡的優惠、各種消費目的、各種信用卡的附加功能等等。

信用卡不只是作為消費工具之用，它還包含各種利益的創造，持卡人在選擇要使用的卡片時，是經過理性的計畫與計算，甚至是細緻地將每張卡片與自身各樣的消費區隔開來。持卡者的消費思維會受制於信用卡的種類，在進行消費前會先去思索要使用哪一張卡，或選擇特定的時間、地點從事消費。信用卡對消費行為產生一種支配能力，使人們放棄原有的消費習慣，甚至培養出一套跟信用卡相配合的消費模式，尤其在各種與信用卡搭配的優惠，更加劇信用卡的支配能力。例如，各式商店的聯名卡，以及最近備受重視的加油卡，都因為使用這類的信用卡能讓持卡者獲得某程度的優惠，使用者慢慢地會在某個特定的時間、特地去某

家商店進行消費，這些狀況在上述舉出的信用卡的選擇與使用的經驗中可略窺一二。

甚而還出現一種現象，為了不錯失刷卡的「良機」而謹慎地規劃要使用的卡片：

當然會有這樣經驗啦！

所以現在會把常用的二至三張放在皮夾中，其他都收在家中，當然會怕有些好康是否會錯過，那就要先規劃一下第二天或三天的行程，把會用到的卡拿出來用就好了。久了，也會習慣用卡的模式了。(網友：風城彬)

每天出門前都會注意要帶那一張卡，因為每天如果有要預定去的地方，信用卡好康絕對不可少。(網友：小仲仲)

對持卡人來說，信用卡不是單純的支付工具，其中他們經過更縝密的思考來去選擇要使用的卡片（使用的地點、時間，或考慮哪張信用卡最划算），然而，在這樣的過程中卻可發現，信用卡對人的生活，至少是在消費活動中出現了一種被規劃的計算行為，它的被動性在於信用卡已經和某些類型的優惠和消費活動連結在一起，儘管持卡者主動地進行選擇與規劃，但仍無法排除其中由非持卡人所定的遊戲規則，且信用卡依據功能、優惠而出現各種性質的卡片，也引導著持卡人改變其消費的習慣和模式，甚至會遷就於信用卡來進行消費，被信用卡附加的優惠（且優惠常常不定時出現）所控制，這些優惠不只是擴大使用者的消費額度，還可能讓持卡者產生一種焦慮，會擔心沒有帶到哪張卡而失去使用的時機，因此，出現為預防這樣狀況發生而事先進行規劃，在每日活動開始之前，依據今日的行程安排可能會用到的信用卡，也會不定期的關心是否有新的優惠活動，好把信用卡做更恰當的配置的情況。

與使用現金不同，現金通常不存在其他附加價值，因此，在現金的使用上，較不會出現要思考使用它的時機的狀況發生，花錢所顧慮的通常是錢夠不夠？要不要花這筆錢？這類問題，信用卡則因為其附加價值往往伴隨使用它的時候出現。使用者對信用卡產生一種異於使用金錢的意識，對金錢的安全感純粹在金錢的「量」，來自於對金錢擁有，但金錢這個物質本身可以被置換，只要它朝向相同的量的意義。信用卡的安全感卻來自於信用卡自身的「質」，而非擁有卡，或擁有多少張卡這件事。何時該用哪張卡、在什麼地方使用、用什麼卡才恰當、不



能遺漏各種優惠等等的考量，以及從中形成的焦慮感，正源自每一張信用卡本身的差異性。人對每一張錢的距離是較為固定的關係，不因不同的一張錢而改變，但是，人對每一張信用卡的距離卻會因為主觀意識（喜歡與否、認同感等）與客觀環境（優惠、附加價值和條件等）產生差別。

一方面，信用卡不單純作為支付工具的不純粹性由此被表達出來；另一方面，信用卡的支配性細微地在生活各層面流竄。對使用者而言，信用卡同時作為支付工具與可創造利益的工具，其中雖存在使用者理性思考及主動成分，但是，使用者進行消費前與當下的思維都可能受信用卡影響，信用卡就在一定程度上促成了使用者對日常生活與消費的活動中，所做的安排與規劃，生活的步調、節奏可能隨著信用卡變動，而非完全自主地、自由地進行日常與消費的活動。

## 第六章 結論

本文的發想從 Simmel 的《貨幣哲學》開始，透過與 Simmel 的對話，以其論述為基礎，從中勾勒信用卡與金錢之間的差異與關係，進而論及信用卡本身及其機制如何與個人和社會生活相互作用。從現今信用卡普遍化的情況，以及擴大的消費、卡債事件的爆發等現象，可以看見信用卡以一種試圖取代金錢，甚至超越金錢的使用方式在各個層面流通。

對 Simmel 而言，對金錢的考察其實是對人與生活的考察，金錢以與社會相互作用的方式逐漸形成，社會的各種條件與基礎形塑了金錢的樣貌，由金錢形式發展的歷程可以發現，金錢的發展一直朝向一個更為普遍化、符號化的方向，其發展趨勢為的是讓更多的人、不同的地方皆納入一個普遍價值的手段下進行交換和交易，金錢在此成為一種自我生成、自我再製的體系，逐漸產生一種自為的力量，改變了事物的價值呈現，改變人與外在世界的關係，影響人的內在精神生活，人與金錢之間發展出一種獨特的關係。然而，信用卡作為金錢發展中的一環，信用卡與金錢的關係處於曖昧與模糊的地帶，它的出現影響了金錢在某些層面產生的作用，也進而影響了人與金錢，以及與外在世界的互動關係。

Simmel 特別之處在於回到金錢本質的討論，藉此描繪其作用的可能性，延續這樣的分析方式，也把信用卡放置 Simmel 對金錢特性的論述上，我們可以看見在 Simmel 所指出的金錢特徵中，信用卡有所翻轉與擴增，信用卡使人對金錢的使用不再侷限於真正所擁有的範圍，也因為信用卡自身附加的功能（尤其是延期支付與分期付款的功能），它在金錢的特性與基礎上，開展出屬於信用卡自身的作用力，產生與金錢不同的效應。

金錢作為一種純粹手段的特徵，顛倒地與手段的序列位置，金錢躍升為目的，人的生產活動與生活的意義逐漸以追求金錢為目的。Simmel 認為這造成生活內容的碎裂與空洞化。金錢作為中介物與占有物的角色，其特性影響擁有它與使用它的對象，這是 Simmel 賦予金錢的獨特位置，並連結他對個體自由的分析，其中自由與束縛以相互存有的方式出現，我們看見金錢帶來個人意志的解放，但也加深個人與現代社會對金錢的重視。在信用卡身上我們看見它帶來另一種自由，擴增個人所能運用金錢的能力，而對金錢「擁有量」的突破，對個人與對整體經濟環境皆創造出更多的錢。加上現代社會中，消費活動的比重增加，從消費的擴增以及卡債的現象，我們發現金錢不再通過個人的付出而被擁有，金錢可以

脫離個人勞動而存在，信用卡以一種虛擬金錢的角色在其中運作，包括金錢物質的虛擬性，以及個人財富的虛擬化，金錢所產生的影響在信用卡身上發揮地更為極致，也因為金錢量的擴大而增加金錢所能影響的範圍。

信用卡的各種功能隱含個人想打破既有財產限制的侷限，當人可以花更多的錢，除了表示可以擁有更多事物之外，也意味交換的另一端可以獲得更多的金錢，擁有金錢的多寡等於可以擁有之事物的數量，這紮實地依賴於個人確實的財富。然而，社會型態在轉變中，更為強調對金錢的運用能力，信用卡的出現正好開啟這個大門，讓人朝向一個更自由、更靈活、不受限制的金錢使用。

理想的狀況下，一種向未來預支的財富是正當的，是合理的，信用卡的額度正是評估個人的賺錢能力與收入狀況而來，如果它適當地符合個人的經濟狀況，我們將不受限於現下的財富，未來即將獲取的金錢也是個人財富的一部份。不過，這是在一個恰當符合個人經濟狀況下才能做此推測——我在未來的時間會負擔起這筆金額。實際上，我們卻看見信用卡將個人與金錢的關係放置於一個被擴大與不穩定的平台，消弭了人對真實金錢的價值感受。它擴大了個人的財富狀況，免去了當下的財富限制，作為一種更為虛擬化的金錢形態，其虛擬性超越確實的金錢，然而，也因此將信用卡推升至一個虛偽的金錢位置。

金錢讓事物價值的呈現從非具體的、無法計算的「質」的形式，轉換為「量」的表現，金錢的量成為衡量事物價值的一部分，金錢在此層面也影響了人對事物的價值感受。信用卡在金錢的外在形式上，是更為虛擬化的表現，它不是以真實數量的方式表達金額，無論它具備多高的信用額度，都還只是一張塑膠卡片，金錢的數量與計算化的交易過程皆消融於更純粹的數字呈現。在這個出現變化的作用上，信用卡讓已經通過符號化的價值呈現更為符號化，也讓人與欲求對象之間的關係出現一種更為虛擬化，較不真實的呈現方式。

信用卡的使用意謂個人運用金錢能力的擴大，強化了人使用金錢的靈活性，卻使人與金錢的連結變得更為緊密，也延長人與某一筆金錢關聯的時間。從信用卡的借貸特性中，已經知道交易的同時就是負債的開始，只要沒有繳納交易金額，就是在負債的狀態中。使用信用卡消費的買賣關係不在當下結束，使用者必須在未來更仔細地計算當初所進行的消費，不斷檢視自身的經濟狀況，將預先花費的金錢放置在未來考量。信用卡連結個人對未來的想像，讓未來與現在的結合成為可能，一方面表現於個人對財富的預設，將未來的經濟狀況納入，另一方面指向個人生活的不確定，未來充滿變動的可能性，隱藏於對信用卡的使用當下。

信用卡的影響不只是對信用卡本身的使用，信用卡的整個機制亦展現一種規範性，出現一種憑藉信用卡機制而開展的個人經濟生活，其系統性力量成為個人所需依憑的基礎。比起當下付款就結束的交易，信用卡的交易使個人與金錢的關係變得更為緊密，甚至是一種緊張的關係。運用金錢靈活性增加的同時，亦增加了金錢對個人生活的約束力，可使用金錢能力的增加，不是一種更為隨心所欲的生活，反而出現另一種負荷與責任，必須變得更為節制，更有計畫地規劃生活。我們看見信用卡產生一種規定性的力量，人不自覺地以信用卡的各種功能來調配生活的步調，信用卡改變人原有的消費模式的同時，意謂一種通過信用卡的各種優惠、功能等相關條約來安排的生活狀況，依照或考量信用卡各種內容來安排行動的生活節奏；以及，如我們在信用卡評分制度與個人信用評等中所見，信用卡展現的信用機制改變了傳統的個人信貸活動，個人信用以一種指標化、系統化的方式呈現之外，一定程度地必須仰賴信用卡的信用機制作為個人信用的保證（一個完全沒有信用卡往來紀錄的人，在進入信用卡或信貸機制前是受質疑的），在此信用機制內的人則必須（費心）維持每項紀錄，以此作為個人信用的擔保，並從中加以提升。信用卡不只是一種支付工具，通過對它的使用與擁有，會確實且更細微地作用於個人生活之中，圍繞著信用卡本身及其機制的個人生活，將因為與信用卡的交流而改變原有的生活內容。

信用卡以一種向未來預借財富的金錢形態活動著，在把信用卡當作金錢或不視為金錢的意識背後，信用卡的商品與借貸特性皆在其中發酵（如信用卡所產生擴大消費及負債的效應，絕大部分正是由信用卡的商品與借貸的特性所引發）。首先，在其商品性格部分，對發卡機構與國際信用卡組織而言，信用卡的商品特性總大於對支付工具的強調，在信用卡進入使用端前，它正是以商品的姿態出現。當持卡人利用信用卡進行更多的交易，表示他們可以從中獲得更多的利益，對他們來說，信用卡就是賺錢的商品，由此可發現圍繞金錢的活動在信用卡機制中被擴張，金錢成為目的的同時，也成為可用以獲利的工具，以錢賺錢的經濟活動同樣呈顯與信用卡市場。

再者，就信用卡的借貸特性來看，除了附加的借貸功能直接指向金錢借貸外，信用卡的借貸性更緊密依附於信用卡的支付功能之上，無需使用借貸功能，消費的同時就是借貸行為的發生。對個人而言，使用信用卡的消費活動是個人資產的過度擴張與縮減，對發卡機構而言，正是一筆筆可以持續獲利的來源。因此，讓信用卡的使用更為普及就是發卡機構的主要目的，其中，信用卡不斷與物質

的、自由的、彰顯個人等各種欲求結合，讓信用卡成為個人社會象徵的一部份，使信用卡作為滿足欲望大門的鑰匙，不斷強調它的便利性，可以靈活運用金錢的功能性，再再加深人對於信用卡的需要，強化對信用卡的依賴。

在許多特性與作用上，信用卡無法製造出如同金錢一樣的效果，但信用卡的使用，也作為個人與外在世界互動的中介物，它在某些層面改變了金錢所造成的特性與作用，並引發屬於信用卡的影響與效應。將信用卡視為一種新的金錢形態，並未取消金錢本身具有的獨特性，然而，信用卡某程度替代了真實金錢的意義，金錢物質上的具體性，轉化為塑膠卡片的虛擬呈現，通過信用卡，金錢的使用不再縮限於確實具備的財富狀態，金錢的流動僅依賴電子化系統，再次打破時間與空間的限制。信用卡拉近個人與金錢的距離，可以更容易地獲得與擁有，卻也增加個人陷入金錢困境的可能性，金錢的自由與束縛同時可被信用卡創造出來。

金錢一直都不是單純的支付工具，它象徵著權力、能力、渴望與各種可能性，它永遠無法回歸單純支付工具的角色，信用卡在不同層面上與金錢糾葛，它可以是用以獲利的工具，可以是創造與維繫信用的工具，可作為理財與借貸之用，可以如同金錢一樣具備使用的效力，甚至延展人使用金錢的能力，信用卡亦無法成為單純的支付工具。如果把金錢與信用卡同樣縮限在支付工具的角色上，那麼在使用當下，信用卡更應該被視為與金錢無異，才能避免信用卡其他的特性凌駕於其支付功能，信用卡不能被視為金錢的載體，反而必須被當作金錢暫時的替代品，把信用卡當作真的錢使用，因為它可能發揮與金錢同等的效力，但不能把信用卡的信用額度等同於自身可運用金錢的能力，因為它往往處於被放大的狀態，若信用卡脫離金錢緊密連結的關係，信用卡異於金錢的特性將更被強調，在不與真實金錢脫離的互動關係下，信用卡造成個人信用的擴張效應，才可能回到一個正常運用的機制中。

## 參考書目

### 書籍

Bocock, Robert

1996,《消費》,張君玫等譯(1996),台北:巨流。

Braudel, Fernand

2006,《15至18世紀的物質文明、經濟和資本主義——日常生活的結構:可能與不可能(卷一)》,施康強等譯,台北:左岸。

Baudrillard, Jean

2001,《消費社會》,劉成富等譯,南京:南京大學。

Calder, Lendol

2007,《融資美國夢:消費信貸文化史》,嚴忠志譯,上海:上海人民。

Chown, John F

1994,《貨幣史——從公元800年起》,李廣乾譯,北京:商務。

Featherstone, Mike

2000,《消費文化與後現代主義》,劉精明譯,南京:譯林。

Frisby, David

2001,〈論齊美爾的貨幣哲學〉,阮殷之譯,收錄於《金錢、性別、現代生活風格》,Simmel, Georg, 劉小楓選編、顧仁明譯(2001),台北:聯經,頁215-282。

Habermas, Jurgen

2000,《合法化危機》,劉北成等譯,上海:上海人民。

Jhally, Sut

2004,《廣告符碼:消費社會中的政治經濟學和拜物現象》,馬珊珊譯,北京:中國人民大學。

Law, John

1997,《論貨幣和貿易》,朱泱譯,北京:商務。

Pass, Christopher 等

1997,《經濟學辭典》,施萃善等譯,台北:貓頭鷹。

Ransome, Paul

2008,《工作、消費與文化》,黃彥翔譯,台北:國立編譯館、韋伯文化。

Simmel, Georg

2003,《貨幣哲學》,陳戎女等譯,北京:華夏。

2009,《貨幣哲學》,許澤民譯,貴陽:貴州人民。

Weatherford, Jack

1998,《金錢簡史》,楊月蓀譯,台北:城邦。

Weber, Max

1990,《經濟與歷史》,康樂譯,台北:遠流。

于宗先主編

1986,《經濟學百科全書 5:貨幣與金融、國際經濟學》,台北:聯經。

中華徵信所

1998,《國際貿易金融大辭典》,台北:中華徵信所。

朴祥來

1994,《金融》,北京:人民。

周紹賢

1996,《信用卡啟示錄——新世代理財新巨星》,台北:遠流

1998,《卡位——信用卡行銷爭霸》,台北:遠流。

班必鈺

1974,《現代貨幣與信用理論》,台北:三民。

高敦康編著

1985,《經濟學新辭典》,台北:三民。

徐義雄

1986,《貨幣供給》,台北:聯經。

郭國興

1998,《貨幣銀行學——理論與應用》,台北:三民。

夏傳位

2008,《塑膠鴉片》,台北:行人。

## 論文、期刊

王信孚

2004,〈消費者物質主義與社會影響之易感受性對衝動性購買之影響:信用卡使用之調節角色〉,東華大學企業管理研究所碩士論文。

朱容辰

2003,〈論信用卡交易之法律關係——兼論其衍生之相關問題〉,中正大學法律學研究所碩士論文。

朱錦鄉

2005,〈資本、風險與慾望機器:信用卡負債者的社會分析〉,世新大學社會發展研究所碩士論文。

任美珍

1998,〈消費金融興起,信用卡成市場寵兒〉,《管理雜誌》,第287期,頁46-50。

李思儀

2000,〈文化與經濟活動——以台灣信用卡產業為例〉,台灣大學社會學研究所碩士論文。

李美笑

2002,〈信用卡持卡人信用風險之研究〉,逢甲大學保險學系研究所碩士論文。



李俐俐

2004,〈我國信用卡市場之過去、現在及未來展望〉,《中國商銀月刊》,第 23 卷第 11 期,頁 1-17。

宋雅蓉

2007,〈由卡債事件探討我國銀行業雙卡業務之風險預警〉,東吳大學會計學系碩士論文。

林宗耀

1993,〈貨幣需求與信用卡本質之探討〉,《中央銀行季刊》,第 12 卷第 4 期,頁 56-86。

林元

1996,〈信用卡與貨幣需求〉,中興大學經濟學系碩士論文。

林寶安

2002,〈台灣消費金融的演變及其社會經濟意義〉,《台灣社會學刊》,第 27 期,頁 107-161。

林玫吟等

2003,〈信用卡交易對貨幣經濟的影響——台灣之實證研究〉,《人文及社會科學集刊》,第 16 卷第 3 期,頁 465-485。

林水木

2007,〈我國信用卡消費契約與卡債問題之研究〉,高雄大學法律學系碩士論文。

周一玲

1997,〈信用卡市場爭奪戰〉,台灣大學新聞研究所碩士論文。

周慧鈴

2002,〈刷卡族,善用你的信用卡理財〉,《錢雜誌》,第 183 期,頁 114-117。

吳元曜

2006,〈論於卡奴事件中政府應扮演之角色〉,《法令月旦》,第 57 卷第四期,頁 354-360。

柯欣宜

2001,〈區域性與地方性廣告比較——以亞洲與台灣之信用卡為例〉,靜宜大學企業管理學系碩士論文。

姚清瀛

1999,〈「無現金社會」的挑戰〉,《國際金融參考資料》,頁 422-426。

徐村和

1998,〈消費者對不同類型信用卡偏好之研究〉,《企業管理學報》,頁 107-134。

梁惠明

1996,〈電視廣告——消費現實的影像夢境：以金飾、汽車、信用卡廣告為例〉,輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文。

郭怡君

2006,〈關係行銷的結合方式、市場區隔與顧客忠誠度——以信用卡為例〉,南台科技大學企業管理所碩士論文。

陳淑君

2004,〈信用卡持卡人行為研究與風險估計〉,政治大學經濟研究所碩士論文。

曹貞睿

2000,〈信用卡對貨幣需求之影響探討〉,中山大學產業經濟研究所碩士論文。

黃麗珍

2001,〈信用卡也可幫你周轉現金〉,《錢雜誌》,第 176 期,頁 141-146。

張欣宜

2007,〈信用卡法律問題與實務分析之研究〉,東吳大學法律學系碩士班碩士論文。

曾俊堯

2000,〈信用卡信用管理之研究〉,政治大學企業管理研究所碩士論文。

詹定宇

2001,〈台灣地區信用卡業賞業雜誌廣告之分析〉,《管理評論》,第 20 卷第 2 期,頁 1-29。

詹森林

2006,〈信用卡定型化契約與卡債風暴〉,《月旦法學雜誌》,第 135 期,頁 29-45。

劉泰谷

2003,〈信用卡信用評分模型之建構與分析〉,世新大學財務金融學系碩士論文。

蔡上盛

2006,〈細說信用卡業務〉,《今日合庫》,第 32 卷第 3 期,頁 50-58。

鄭乙卯等

1999,〈我國塑膠貨幣及 IC 卡之現況與發展趨勢分析〉,《農業金融論叢》,頁 71-96。

賴欣儀

2000,〈消費者風險態度與資金運用行為對銀行信用卡業務影響之研究〉,中山大學企業管理所碩士論文。

謝宜芳

2003,〈信用卡業務的徵審過程、繳款改變與違約之研究〉,中央大學財務金融研究所碩士論文。

薛丹琦

2007,〈消費夢囈的輪迴機制：信用卡廣告的文化與經濟分析〉,中正大學電訊傳播所碩士論文。

譚宜行

2007,〈信用卡促銷策略對消費者知覺價值與購買意願之影響——以衝動性購買特質為干擾變數〉,大葉大學國際企業管理學系碩士論文。

## 網路資料

Visa 國際組織台灣網站

<http://www.visa-asia.com/ap/tw> °

比利網

<http://billy.servebbs.net> °

台大椰林風情 BBS，credit card 版

<http://bbs.ntu.edu.tw/cgi-bin/readgem.cgi?board=CreditCard&type=index> °

台新銀行網站

<http://www.taishinbank.com.tw> °

卡優新聞網

<http://www.cardu.com.tw> °

行政院主計處

<http://www.dgbas.gov.tw> °

行政院金融監督管理委員會

<http://www.fscey.gov.tw> °

法扶消債條例一點通網站

<http://www.laf.org.tw/debtclear/> °

聯合信用卡處理中心

<http://www.nccc.com.tw/> °