

說明：本期重點內容摘譯自 Nilson Report - 2026 年 2 月第 1302 期之「Badge 開啟 Apple 與 Google 錢包的新應用場景」。

本期重點摘譯：

### 一、 Badge 開啟 Apple 與 Google 錢包的新應用場景

全球已有超過 30 億支智慧型手機預先安裝了 Apple 與 Google 錢包。在這些錢包中，Apple Pay 與 Google Pay 的應用程式合計擁有約 11 億用戶，占據主要使用量。然而，這兩大錢包的功能遠不僅於靜態支付工具。Badge 為發卡機構、零售商及其他企業提供基礎設施層技術，將 Apple 與 Google 錢包轉變為可程式化、即時互動的通道，可應用於品牌忠誠計畫、獎勵機制、會員卡、私有品牌預付卡、票券、行銷訊息等多元場景。部分企業（如 Square 及多數美國航空公司）已自行開發 Apple 或 Google 錢包功能，其中航空登機證為最廣為人知的應用案例。

但也有企業認為自行開發需具備深厚的 Apple 與 Google 平台知識，不僅耗時且成本高昂，因此選擇採用 Badge 方案。這些企業向 Badge 支付平台費用，以進行與其 API 的客製化整合，並取得持續的工程支援。同時，也需支付每則訊息費用，用於與客戶錢包進行動態互動。此類訊息費用低於簡訊成本，且重要的是，傳送至 Apple 或 Google 錢包的每一則訊息都能確保送達既有客戶，而其他通訊管道則未必具備此優勢。

系統可自動更新資料、圖片、連結與通知，有助於導流至網站、行動應用程式及實體門市。訊息內容可涵蓋限時優惠、先買後付（BNPL）、卡片升級、存款與活期帳戶優惠等。此外，透過即時掌握持卡人位置（如分行、ATM、門市），可進一步優化推送內容與價值主張。

善用 Apple 與 Google 錢包具有高度合理性，主要原因在於其普及性。全球 Apple 與 Google 錢包的數量約為全球短影音平台 TikTok 每月活躍用戶的三倍。相較之下，消費者對於下載專屬應用程式已感疲乏，但已習慣使用手機進行感應式支付。