



mastercard.

SPOTLIGHT

聚
焦

時光飛逝，萬事達卡《聚焦》推出至今已超過一年，感謝每一位夥伴和讀者，我們一起走過不平凡的 365 天，共同見證商業與社會生活的變革，分享見聞與思考，攜手向前。不管外部環境如何變化，我們對創新的追求、對攜手成長的信念和對美好未來的期待從未改變。未來，我們將一如既往與您並肩同行，也期待聽到您的回饋和建議，為更寬廣的合作開啟機會之門！

Mastercard Perspective | 新觀點



萬事達卡 CEO Michael Miebach：數據使用和保護、全球市場高漲的民族主義、氣候變遷，是在後疫情時代必須面對的三大挑戰

隨著全球經濟持續復甦的同時，後疫情時代也面臨新的挑戰。萬事達卡 CEO Michael Miebach 日前在「Wirtschaftsrat 2021」表示，全球經濟如今面臨三個挑戰，包含「數據使用和保護」、「全球貿易中的民族主義趨勢」及「氣候變遷」所帶來的影響。面對這三個影響全球經濟復甦的挑戰，Michael Miebach 也提出三點建議，首先，全球應採用共同的數據、資料保護規範，如歐盟《一般資料保護規範》(General Data Protection Regulation, GDPR) 對於個人資料、數據的嚴格規範，便是值得全球借鏡的例子。第二，在全球電子商務、數位支付蓬勃發展的同時，應加速投資數位轉型，並留意貿易壁壘、民族主義高漲對於數位經濟發展的影響。第三，在氣候變遷議題，「數位創新」和「國際合作」尤為重要，而萬事達卡也持續透過創新支付解決方案，共同協助應對這些全球性的挑戰。

[相關網頁連結](#)

"To navigate the fifth paradigm successfully, education is going to be a critical part of the journey. The Mastercard Marketing Institute offers leaders at all levels a practical, pragmatic program that enables them to navigate and thrive in the ever-changing marketing landscape."

RAJA RAJAMANNAR
Chief Marketing & Communications Officer
and President, Healthcare Business,
Mastercard



量子行銷 (Quantum Marketing) 時代來臨： 萬事達卡行銷研究所全新推出 MBA 規格的行銷認證課程

隨著新興科技的出現、市場及消費者輪廓的持續演變，從事行銷工作所需要的創新思維、能力也須不斷更迭和升級。對此，萬事達卡行銷研究所 (Mastercard Marketing Institute) 推出總共 12 周、獨家的線上認證課程「從基礎到未來：一個 MBA 規格的行銷課程」，企業領導人、市場行銷主管將可透過全新建置的互動式隨選頁面，在萬事達卡首席行銷與傳播長 Raja Rajamannar 的引領之下，循序漸進的學習行銷各面向的應用知識，包含市場導向 (market orientation)、分眾 (segmentation)、品牌符碼 (brand codes) 等，讓企業領導人得以在不斷變化的行銷環境中駕馭知識及工具，幫助品牌持續發展。

[相關網頁連結](#)

持續成長的「錢包經濟」：電子錢包 (E-wallet) 對亞洲帶來的變革力量

亞洲的電子錢包蓬勃發展，不僅豐富了數位金融的面貌，同時改變了消費者和市場的運作方式，根據行動支付公司 Boku 的報告指出，到 2025 年，亞洲電子錢包市場將達到 26 億人、70 億美元的市場規模；根據估計，電子錢包的應用為亞洲地區貢獻高達 0.5% 至 0.75% 的 GDP。萬事達卡亞太區數位與新興合作夥伴關係及創新支付流程執行副總裁 Rama Sridhar 近日在《金融時報》上分享她對亞洲電子錢包發展的觀點，Rama Sridhar 表示，亞洲地區電子錢包使用人數，將隨著蓬勃發展的數位支付服務而持續上升。此外，電子錢包也將推動電子商務發展，創造高於實體零售數倍以上的成長動能，同時在電子錢包的普及下，政府、監管機構和金融機構的營運效率、透明度也將隨之提升，更能有效降低地下經濟 (shadow economy) 的影響力。

[相關網頁連結](#)





轉型支付科技公司，賦能中小企業數位轉型： 萬事達卡台灣區總經理陳懿文專訪

萬事達卡台灣區總經理陳懿文近日接受《經濟日報》專訪，針對萬事達卡眾多支付科技推動成果，包含賦能中小企業數位轉型、完善創新支付環境、推動智慧城市建設，以及助力全球永續發展等面向進行分享。陳懿文在專訪強調，萬事達卡不僅持續完善數位支付環境，更關注中小企業因應數位浪潮的能力，支持中小企與商家數位轉型。此外，過去外界對萬事達卡的印象較為偏重消費端，但事實上萬事達卡早已跨出傳統信用卡業務，成功轉型為一家支付科技公司，萬事達卡所推的創新產品和解決方案，協助與支持的對象不僅是個人消費者，還涵蓋合作的金融機構、發卡銀行、甚至政府單位以及企業。

[相關專訪連結](#)

Mastercard Insight | 新洞察



聚焦人工智慧：從「銀行科技藍圖」 (THE BANK TECHNOLOGY ROADMAP PLAYBOOK) 洞察金融產業對於 AI 應用的觀點

疫情加速了銀行對大數據的投入，無論是用於長期策略研究，或滿足當前的市場需求，數據科技已成為金融機構不能忽視的發展重點。萬事達卡旗下 AI 科技公司「Brighterion」近日與 PYMNTS.com 聯合發佈了「銀行科技藍圖」報告，針對金融機構利用 AI 提升交易速度、準確性，以及信用風險管理 (credit risk management) 的現況進行調查。根據此調查報告，有 64% 的金融機構規劃在未來六個月內增加其 AI 科技的投資，以改善信用風險管理能力；更有高達 77% 表示，會提升對於 AI 的投資來應對現有客戶的需求。對此，此份報告也建議銀行從五個面向判斷技術提供者或解決方案的優劣，包含「快速精準導入 (Minimal time and disruption)」、「準確性 (Accuracy)」、「多功能 (Multifunctionality)」、「透明度 (Transparency)」與「協作性 (Cooperation)」。

[相關報告連結](#)

Mastercard Focus | 新焦點



科技賦能全球永續發展：萬事達卡以 Fintech 助力消費者、商戶實現永續的產銷行為

雖然全球高達 85% 的人嚮往更永續的生活方式，但「願望」與「現實」之間仍然存在差距。萬事達卡作為金融科技領航者，將致力於提出相應產品與解決方案以幫助全球實現永續發展，包含與金融科技新創 Doconomy 合作開發「碳足跡計算器」，幫助消費者即時、清楚地了解消費行為所帶來的碳排量；而萬事達卡「糧食溯源解決方案 (Mastercard Provenance Solution)」則以區塊鏈技術，協助追蹤糧食供應鏈中所有的歷程，可有效幫助品牌提升產品從生產到運送過程中的透明度，以及可追溯的清晰產銷記錄，增強消費者對商家的信任，消費者可掃描 QR code 得知手中的水果產自哪個農場、在哪採收、是否符合環保規章等相關訊息，使其能在資訊充足的情況下，夠做出更明智的購買決定。

[相關網頁連結](#)

如欲獲取更多詳情請洽詢 Mastercard 業務代表