



## Mastercard 在 2020 年上半年疫症大流行期間照顧香港人的需要

因應 2019 冠狀病毒疫情的需求，及時推出相關舉措和服務，進一步推動香港發展成為智慧城市

香港，2020 年 6 月 30 日 — 香港人在 2020 年上半年經歷了一個充滿挑戰的時期，然而本地社會正在逐漸復甦。根據近日公布的 Mastercard 全球消費者調查，2020 年首個季度<sup>1</sup>的全球感應式交易量錄得超過 40% 增幅，顯示人們追求更加安全和衛生的交易方式已成為現今的新常態。

在香港，為了迎合人們不斷變化的生活方式和習慣，以應對 2019 冠狀病毒疫情帶來的挑戰，Mastercard 積極地在不同層面，包括美食、購物、住宿、交通和教育等範疇，提供嶄新的電子支付選項。

### 配合港人生活新常態的電子支付

因應很多香港人為了避免人群聚集而養成在家用餐的習慣，Mastercard 與 OpenRice 和 Deliveroo 等網上美食外賣自取及外賣速遞平台，以及智能熱食外賣自取平台 E 食便當合作，讓持卡人無論身處家中或工作場所，都能享用到更加安全和方便的取餐或外賣服務。

持卡人還可從 Catalo、Farfetch、Germagic、lookfantastic、Myprotein 和 MyBag 選購一系列時裝、美容、健康、防疫及健康產品，盡享網上購物的樂趣。

與此同時，Mastercard 亦致力與本地合作夥伴保持緊密合作，其中包括恆隆地產、教育平台 GRWTH 和預約的士應用程式 HKTaxi，為持卡人帶來各式各樣的獨家禮遇。此外，龍運巴士現已接受 Mastercard 感應式支付，令穿梭城市各處更加方便無憂。

Mastercard 明白到普羅大眾對衛生的關注而轉用電子支付的趨勢，所以持續提供更多付款選項來滿足他們多元化的需求。其中一項是透過與 KeyChain Pay 合作，為業主及租客提供方便且安全的無現金租金繳付方式。為了更廣泛地推動電子支付的應用，Mastercard 持卡人目前更可在一個常用的手機錢包內開設和增值八達通（適用於香港），以及綁定大西洋銀行 Mastercard 信用卡和扣帳卡（適用於澳門）。

### 推動本地中小企數碼化轉型

作為 Mastercard 一直致力支持香港中小企的承諾，品牌早前與大新銀行和 BBPOSMSL 合作推出了首創的 Tap on Phone 收款技術，讓中小企商戶能夠透過手機接受感應卡付款。

再者，Mastercard 深明中小企對業務數碼化和透過數碼化平台服務客戶的需求，同時亦注意到電子商貿的發展趨勢，因而為商務卡持卡人提供多項專屬的商業優惠，旨在幫助香港的中小企實現數碼化，並走出由於疫情蔓延而帶來的經濟陰霾。

### 向全球作出的承諾和倡議

今年三月，Mastercard 宣布攜手比爾及梅琳達蓋茨基金會（Bill & Melinda Gates Foundation）和惠康基金會（Wellcome Trust）共同投入高達 1.25 億美元的種子基金，透過創建「新冠肺炎治療加速器」（COVID-19 Therapeutics Accelerator）來研發及規模化 2019 冠狀病毒的治療方法，藉此阻止疫情蔓延。

---

<sup>1</sup> 雜貨店和藥房類別之增長計算方法：比較 2019 年 3 月至 2020 年 3 月期間，感應式交易與非感應式交易的增長百分比。（資料來源：Mastercard Data Warehouse）

其後，Mastercard 再宣布在全球進一步深化**普惠金融**（financial inclusion）發展，承諾在 2025 年前幫助全球 10 億民眾及 5,000 萬中小企業轉型至數碼經濟，其中包括為 2,500 萬女性企業家提供有助業務發展的解決方案。

除了針對金融和企業家的舉措之外，Mastercard 亦進一步開放其標誌性 STEM 課程「**Girls4Tech**」的瀏覽權限。透過這套嶄新且具創意的教學資源，讓無論身處全球任何角落的老師和家長都能下載課程，讓年幼學童輕鬆在家中學習更多有關 STEM 的知識。

此外，Mastercard 亦連同其全球品牌大使，為持卡人打造獨一無二的**數碼化無價體驗**（Digital Priceless Experiences），讓他們在疫情期間安全留在家中時，亦能在娛樂體驗中作樂。多項精彩的活動和體驗包括：Camila Cabello 在網上音樂會上以全新方式演繹其大熱歌曲，以及兩屆大滿貫得主大坂直美（Naomi Osaka）炮製她最愛的家庭菜式。

### **榮獲國際殊榮**

Mastercard 一直以保障每項交易安全為首要任務。有見及此，品牌於今年年初把「**Mastercard 品牌聲音識別**」（Mastercard Sonic Brand）引入香港。當持卡人在付款時聽到這個「品牌聲音識別」，便代表着該項交易成功且安全可靠。這個嶄新的聲效更榮登了 **Best Audio Brands Ranking 2020** 榜首，為 Mastercard 多年來所累積的獎項再添一項國際榮譽。除此之外，Mastercard 亦於今年上半年獲得不同的獎項和業界肯定，其中包括被紐約廣告節（New York Festivals）Advertising Awards 評選為「**年度全球品牌**」（Global Brand of the Year），以表揚品牌堅持不懈的創造力和創新思維。

-完-

關於 Mastercard（紐約證券交易所代號：MA），[www.mastercard.com](http://www.mastercard.com)

Mastercard 是全球支付業的科技企業，我們的使命是透過令安全、便捷、智能和可達的交易來連接並推動具包容性的數字經濟，使各地的人受益。憑藉安全的數據及網絡、夥伴關係和熱情，我們創新的解決方案幫助消費者、金融機構、政府及企業發揮最大潛力。正商（DQ）推動著我們的文化以及公司內外的一切。通過與 210 多個國家及地區的聯繫，我們正在構建一個可持續發展的世界，為所有消費者釋放無價的可能性。

### **媒體垂詢：**

#### **Mastercard**

老家玲 (Karen Lo), [Karen.Lo@mastercard.com](mailto:Karen.Lo@mastercard.com)

劉祉鋒 (Janus Lau), [Janus.Lau@mastercard.com](mailto:Janus.Lau@mastercard.com)

#### **Weber Shandwick**

羅詠琪 (Vicky Lo), (852) 2533 9940, [vlo@webershandwick.com](mailto:vlo@webershandwick.com)

曹子聰 (Sam Cho), (852) 2533 9982, [scho@webershandwick.com](mailto:scho@webershandwick.com)