



Mastercard 調查顯示消費者在日常消費中轉用感應式支付是基於對衛生及零接觸選項的需求

- Mastercard 全球消費者調查結果顯示，每十位受訪者便有近八位表示他們使用感應式支付
- 於 2 月至 3 月期間，在雜貨店和藥房中，亞太區的一拍即付交易量相比非感應式支付交易量增長超過 2.5 倍
- 亞太區在應用感應式支付方面領先全球；大部分消費者相信此支付方式較衛生和安全

香港，2020 年 5 月 12 日 – 在 2 月和 3 月期間，很多國家就防控 2019 冠狀病毒疫情而實施或加強社區隔離措施，促使絕大部分消費者在採購必需品時轉用感應式支付卡付款。基於安全和衛生考慮，全球 79% 受訪者及亞太區 91% 受訪者表示目前正使用一拍即付的感應式支付方式。

是次調查旨在研究全球 19 個國家的消費者在支付模式上的改變，從而了解使用率正在持續上升的感應式支付概況。

日常外出購買雞蛋、廁紙、藥物和其他日用品等的習慣於今年經歷了重大的改變。消費者在採購必需品時均遇上了新挑戰，而這轉變在結帳時尤為明顯。消費者對衛生和安全的憂慮使其對感應式支付卡的需求大大提高。

Mastercard 最新調查顯示：

- **感應式支付卡已成為消費者首選的支付工具** – 隨著消費者更重視安全和便利，一拍即付的感應式支付卡自然成為他們的支付首選。全球 46% 受訪者表示已將具備感應式功能的卡種轉換成最常用的支付卡，而亞太區更有 51% 的受訪者表示已作出更換。
- **對感應式支付的信心** – 2019 冠狀病毒疫情一方面加深了人們對使用現金的憂慮，另一方面，感應式支付所提供的安全性令消費者對其建立好感。全球大多數受訪者（82%）視感應式支付為更衛生的支付方式，而亞太區亦有 80% 受訪者表示認同。同時，感應式支付的交易速度比其他面對面的交易方式快近 10 倍，從而縮短消費者在商店逗留的時間。
- **感應式支付落地生根** – 在這個時期下，消費者以非常集中的模式消費。這促使感應式支付在相對成熟和新興市場中變得更普及，而這種趨勢更有持續的跡象。是次調查顯示，全球 74% 受訪者和亞太區 75% 受訪者表示，即使在疫症大流行結束後，他們也將繼續使用感應式支付。

Mastercard 亞太區產品及創新部門行政副總裁 Sandeep Malhotra 表示：「Mastercard 的調查顯示，2019 冠狀病毒疫情明顯地改變了人們現時及今後的消費模式，特別是亞太區的支付生態更傾向於感應式支付。調查亦顯示，每 4 人中便有 3 人打算在疫症大流行後繼續使用一拍即付的支付工具。這有力地證明，消費者已意識到這種更安全、更衛生、結賬速度更快，以及對社會更負責任的付款方式。」

感應式支付的轉捩點

Mastercard 多年來一直以簡單、安全及快捷的支付方式帶領全球走向感應式支付。現時，正因為越來越多消費者尋求在商店內逗留最短時間及毋須接觸支付終端機的付款方法，Mastercard 在 2020 年首個季度的全球感應式交易量錄得超過 40% 增幅¹，當中超過 80% 的感應式交易額低於 25 美元（以往以現金交易為主）。

雖然世界各地就感應式卡的應用正處於不同的發展階段，而其應用在日常購物上的情況亦各有不同，但 Mastercard 的調查結果反映出在 2 月和 3 月期間，感應式支付幾乎在全球所有地區常見於購買大量日常用品的雜貨店和藥房中錄得大幅增長。

隨着消費者的行為和支付偏好不斷變化，Mastercard 觀察到在雜貨店和藥房的全球一拍即付交易量比非感應式交易量增長了兩倍，而亞太地區的增長更高達 2.5 倍²。

Mastercard 剛在上月宣布致力於全球超過 50 個國家倡議調高感應式支付交易限額，當中包括：歐洲、非洲、亞太區、加拿大、拉丁美洲及加勒比海地區。該舉措是 Mastercard 為全球作出的貢獻之一，目的是讓消費者、商戶及小型企業能在 2019 冠狀病毒的疫情危機下安全地付款、收款以及維持正常運作。

- 完 -

編註：

¹ 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

² 雜貨店和藥房類別之增長計算方法：比較2020年2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

Survey Methodology 調查方式

- 以網上訪問形式在全球 19 個國家訪問了 17,000 名消費者
- 受訪者包括以下國家，而每個國家有 1,000 名持有銀行帳戶的受訪者：（北美洲）美國及加拿大、（亞太區）澳洲及新加坡、（中東及非洲地區）阿聯酋、沙特阿拉伯及南非包括中東和非洲、（歐洲）英國、意大利、法國、德國、西班牙、波蘭、俄羅斯及荷蘭
- 以下國家各有 500 名持有銀行帳戶的受訪者：（拉丁美洲及加勒比海地區）巴西、哥斯達黎加、多米尼加共和國及哥倫比亞
- 調查於 2020 年 4 月 10 日至 12 日期間進行
- 調查中使用的數據源自全國代表性樣本
- 樣本可細分為：
 - Z 世代及千禧世代
 - 富裕度（按國家層面定義）
 - 感應式支付用家
 - 主要購物者
 - 高度關注 2019 冠狀病毒的人士

關於 Mastercard（紐約證券交易所代號：MA），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

劉祉鋒 (Janus Lau), Janus.Lau@mastercard.com

Weber Shandwick

羅詠琪 (Vicky Lo), (852) 2533 9940/ 9886 0423, vlo@webershandwick.com

曹子聰 (Sam Cho), (852) 2533 9982/ 9558 8495, scho@webershandwick.com