



Press Release

聯絡人

張懷堅, MasterCard International

(852) 2588 8303

danny_cheung@mastercard.com

蘇嘉敏, 萬博宣偉國際公關顧問有限公司

(852) 2533 9916

pso@webershandwick.com

MasterCard 發表「MasterIndex™ 女性成就指數」 女性對其專業地位之自我認知正不斷提高

菲律賓、澳洲及泰國女性將與男性看齊

2006年3月8日, 香港訊 — MasterCard 今天發表 2006 年「MasterIndex™ 女性成就指數」(MasterIndex™ of Women's Advancement), 顯示亞太區女性的社會及經濟地位將與男性看齊。受訪的十三個亞太區市場當中, 八個市場的指數比去年均有所上升, 主要由於女性對其職業地位自我認知的提升。

十三個亞太區市場¹中, 菲律賓的指數為 90.9, 顯示菲律賓女性的地位與男性最接近; 其次是澳洲(89.07)及泰國(85.56)的女性。菲律賓女性成就指數的大幅度攀升(由 73.66 到 90.90), 主要由於受訪者認為自己出任管理層職位, 從而帶來顯著轉變(該指數與 2005 年的 65.06 相比上升接近一倍, 達 129.03)。而在 2005 年的女性成就指數中, 泰國(92.3)和馬來西亞(86.2)獲得最高的複合指數。

「MasterIndex 女性成就指數」是一複合指數, 就女性與男性的社會及經濟地位, 以四項參考指標進行比較。首兩項指標以個別市場的國家人口統計資料為參考, 從而計算「勞動市場參與度」及「高等教育水平」的男女比例。其餘兩項指標則以調查資料為基礎, 計算出女性與男性受訪者對「出任管理層職位」, 以及「高於中位數水平收入」的觀感。後兩項主觀性參考指標顯示受訪者對其在勞動市場地位的觀感偏向(正面或負面)。綜合四項指標而最後得出的數字顯示各市場中女性與男性的地位差距, 指數低於 100 則表示在男性在兩性中佔優, 指數超過 100 即顯示女性在兩性中較有優勢, 指數為 100 代表兩性平等。

以國家統計數字為研究基礎的兩項指標「勞動市場參與度」及「高等教育水平」, 全部 13 個市場今年所錄得的指數與去年維持相若。而基於主觀感的兩項指標「出任管理層職位」及「高於中位數水平收入」卻有顯著的變化。

從這 13 個市場的總平均值觀察, 女性最顯著的改變體現在「高於中位數水平收入」這一項參考指標的變化(由 2005 年的 53.81 升至今年的 70.33, 上升 16.52 點), 顯示出女性

¹ 包括澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣、泰國及越南。

在收入能力方面具有更正面的自我認知。十個反映出這種情況的市場包括澳洲、中國、香港、印尼、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡及台灣。

另外，越來越多亞太區女性認為自己「出任管理層職位」，該指標上升至 70.68（去年為 61.04）。澳洲、中國、香港、印尼、韓國、紐西蘭、菲律賓及新加坡這八個市場均反映出這個上升趨勢。

其他報告重點

- 「高等教育水平」 — 在泰國(133.08)、菲律賓(121.1)和澳洲(102.65)，接受高等教育的女性多於男性。其他擁有「高等教育水平」的女性比例較高的市場是紐西蘭(92.6)、台灣(89.34)、香港(89.21)、新加坡(85.59)和中國 (81.62)。
- 「勞動市場參與度」 — 在新興市場包括越南(99.23)、中國(83.38)和泰國(82.77)，女性的「勞動市場參與度」最高。
- 「高於中位數水平收入」 — 中國女性對她們的收入能力最有自信，「高於中位數水平收入」指數達 87.77，其次是新加坡(87.63)和馬來西亞(87.1)。中國和新加坡的指數均較 2005 年有顯著上升，中國上升 21.6 點，而新加坡錄得超過一倍增幅。
- 「出任管理層職位」 — 在菲律賓(129.03)、馬來西亞(96.45)和新加坡(92.75)，大部份女性認為她們「出任管理層職位」。

MasterCard International 首席經濟顧問王月魂博士表示：「今年的結果顯示有好幾個國家的女性成就指數中的主觀指標數值呈現顯著變化。由於這些主觀指標數值是基於女性與男性數值的對比而計算得出的，因此男性與女性受訪者對其自我認知同時出現的變化，會造成最終計算結果的大幅變動。這還反映出受訪女性和男性對社會經濟條件的變化抱有不同反應。對於指標的變化是否會持續下去，並演變為長期趨勢，我們將在未來的調查中得出結論。」

MasterCard International 亞太區傳訊部副總裁 Georgette Tan 表示：「女性在商業社會的地位和重要性在不斷提高。我們很榮幸能夠幫助企業加深理解和接觸這一重要的目標市場。」

「MasterIndex 女性成就指數」是 MasterCard International 在亞太區一系列的研究項目之一，其他主要研究包括「MasterIndex 零售指數」（MasterIndex of Retail）、「MasterIndex 旅遊指數」（MasterIndex of Travel）以及傲視同儕的「MasterIndex 消費者信心指數」（MasterIndex of Consumer Confidence）。

MasterCard 亦投放大量資源就此亞太區女性市場進行深入的分析及了解。MasterCard 在去年推出一系列關於亞太區女性消費者及旅客的相關報告。

MasterCard International – 第3頁
MasterCard 發表「MasterIndex™ 女性成就指數」
女性對其專業地位之自我認知正不斷提高
2006年3月8日

致編輯：本新聞稿與隨附的列表（第三頁）一起發佈。該列表顯示各市場的「MasterIndex 女性成就指數」。各市場就四項指標所取得的指數及報告全文可於網頁 www.mastercard-masterindex.com 瀏覽。

| 市場 | 2006年 「MasterCard 女性成就指數」 |
|------|------------------------------|
| 澳洲 | 89.07 |
| 中國 | 83.55 |
| 香港 | 72.99 |
| 印尼 | 67.93 |
| 日本 | 46.08 |
| 韓國 | 65.02 |
| 馬來西亞 | 79.68 |
| 紐西蘭 | 74.68 |
| 菲律賓 | 90.90 |
| 新加坡 | 84.02 |
| 台灣 | 71.81 |
| 泰國 | 85.56 |
| 越南 | 70.57 |
| 亞太區 | 75.66 |

###

關於 MasterIndex™ 研究項目

「MasterIndex™ 女性成就指數」為 MasterCard 於亞太區進行之 MasterIndex 研究之其中一項，其他主要 MasterIndex 研究包括：

MasterCard International – 第4頁

MasterCard 發表「MasterIndex™ 女性成就指數」

女性對其專業地位之自我認知正不斷提高

2006年3月8日

最具權威性的「MasterIndex™ 消費者信心指數」— 亞太區最廣泛、歷史最悠久之消費者觀點調查。十三年來，萬事達卡消費者信心指數展現了其精確的預測並且被認可為亞太區最能掌握消費者心態的調查。今日，「MasterIndex 消費者信心指數」已成為金融機構、政府機關、跨國公司內的分析師、學者及決策者緊隨的參考要項。

「MasterIndex™ 旅遊指數」就 12 個市場（澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣及泰國）未來六個月的外遊趨勢預測，並涵蓋亞太區內中產階級的商務及個人旅遊趨勢調查。

「MasterIndex™ 零售指數」是就 12 個亞太區主要市場的零售增長走勢作出短期的預測，包括：澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣及泰國。該預測每年進行兩次，提供權威性的市場預測資訊，對批發零售及售業、娛樂業、餐飲業、旅遊業及消費產品生產行業均具有重大意義。

關於 MasterCard International

MasterCard International 是一間全球領先的付款解決方案公司，為我們的全球會員信貸、存款存取、電子現金、商對商及相關付款計劃提供各種創新服務。MasterCard International 管理一系列家喻戶曉、使用廣泛的付款卡品牌，包括 MasterCard®、Maestro® 及 Cirrus® 等，服務 210 個國家及地區的金融機構、消費者和企業。屢獲殊榮的 MasterCard 「真情無價」(Priceless®) 電視廣告現時在全球 105 個國家、以 48 種語言播放，令 MasterCard 品牌家喻戶曉、風靡全球，傲視同儕。有關 MasterCard 的更多資料，請查閱網站：www.mastercardinternational.com，或查詢美國證監會有關資料。