

# 聚焦

SPOTLIGHT

May. 2026

## 萬事達卡 全球資訊

2026年被許多人稱為「代理式 AI 元年」。人工智慧技術的高速發展正重塑消費習慣，並推動數位支付邁向新高度，而產業核心議題也已從「要不要用 AI」，轉為「如何在不破壞信任與合規的前提下用好 AI」。萬事達卡將始終以負責任的方式運用人工智慧技術，在信任與安全的基石之上推動產品和服務的不斷創新，攜手合作夥伴共促數位經濟高品質發展。本期《聚焦》，與您分享萬事達卡圍繞新興支付、產業趨勢與資訊安全的最新思考、洞察與成果。

## Mastercard Perspective | 新觀點

---



### 支付趨勢：建立在信任基石上的新支付典範

萬事達卡首席產品長 Jorn Lambert 和首席商務支付長 Raj Seshadri 共同撰文，探討以代理式商務和代碼化技術為代表的支付典範轉變，並重申無論科技如何發展，萬事達卡都將以安全性、可靠性、用戶隱私和最高信任標準為一切創新的基石。

[文章連結](#)



### 如何在金融服務領域正確使用人工智慧

萬事達卡首席人工智慧和數據長 Greg Ulrich 撰文，介紹萬事達卡如何構建並拓展自身 AI 能力，並指出企業規模化運用 AI 的關鍵不在於創造突破性進展，而在於保持高水準的營運標準，從而使得我們構建的系統持續贏得信任。

[文章連結](#)

## Mastercard Research & Report | 新發現

---



### 訂閱經濟：重新定義關係

數位時代，「訂閱」成為了消費者獲取某項服務的重要手段之一，這一新型消費行為也為用戶留存和增長帶來了新的機遇。對此，萬事達卡與 FT Strategies 合作開展了一項調查，旨在研究影響消費者訂閱行為的因素，並指出企業可以通過積極影響消費行為，從而最大限度地降低用戶流失率。

[文章連結](#)



### 代理式商務：一份 AI 零售時代的實用指南

隨著 AI 購物助理和 AI 結帳助理等人工智慧活躍於日常生活，代理式 AI 正在逐漸改變傳統零售方式。只需少量或完全無需手動操作，即可完成搜索商品、比較選項和購買等一系列購物流程。本文將帶你走進這一新興零售模式，並探索代理式商務的發展前景與未來。

[文章連結](#)

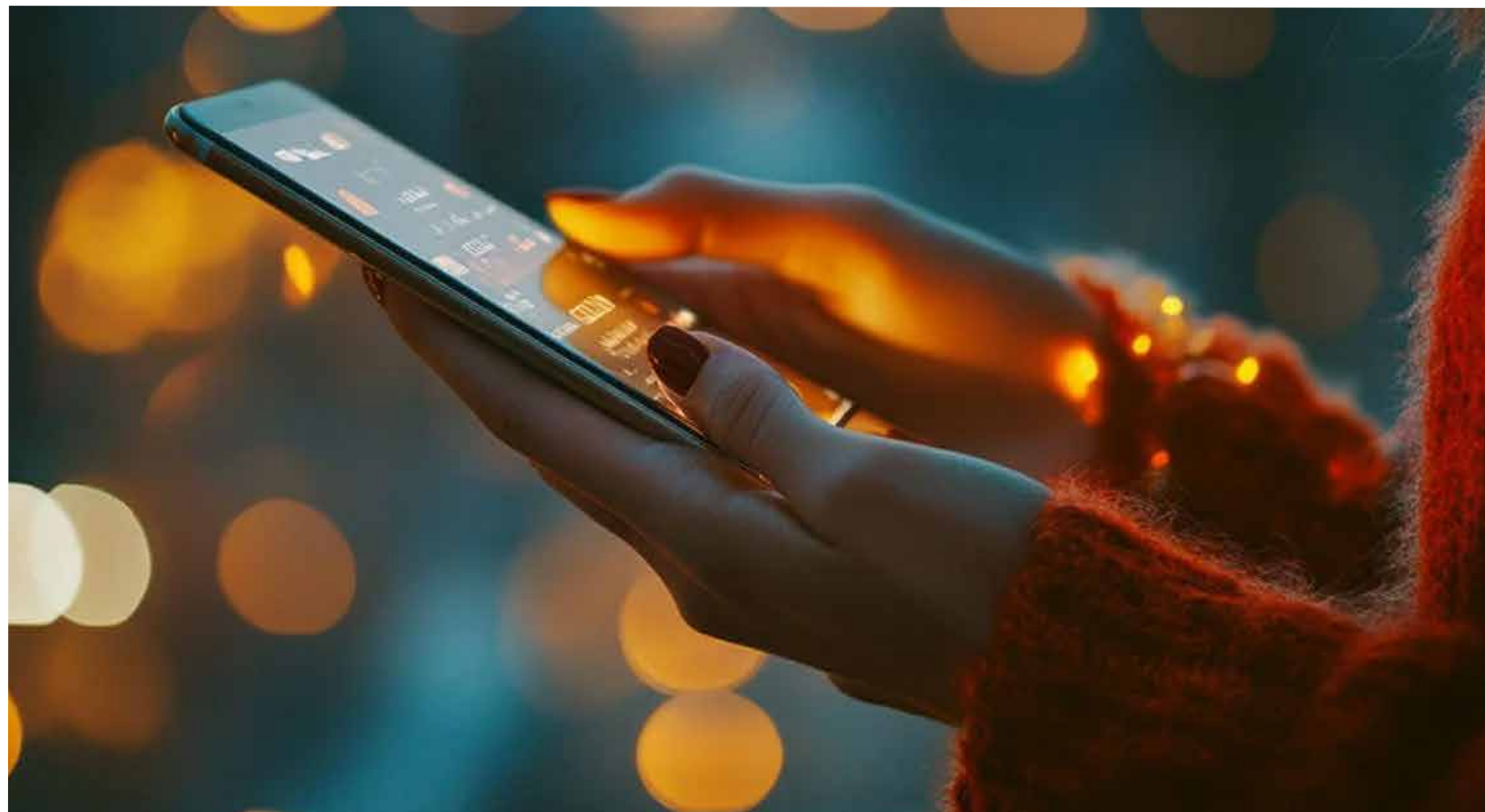
## Mastercard Innovation | 新鮮事



### 萬事達卡與聯卡中心共同舉辦「時代的支付安全與數據信任高峰會」

隨著 AI 技術快速普及，代理式 AI 正逐步進入商務應用，從搜尋、比價到自主下單，交易模式正在發生根本性的轉變。為探索這波浪潮下支付生態的新挑戰與機遇，萬事達卡與聯合信用卡處理中心共同舉辦「AI 時代的支付安全與數據信任高峰會」，邀請產官學界代表共同探討代理式 AI 逐步進入商務應用所帶來的新型態消費生態、授權驗證機制等關鍵議題，金融監督管理委員會主任委員彭金隆、銀行局局長童政彰皆出席，期望透過各方對話，為台灣支付產業的監管框架與創新發展凝聚共識。

[新聞稿連結](#)

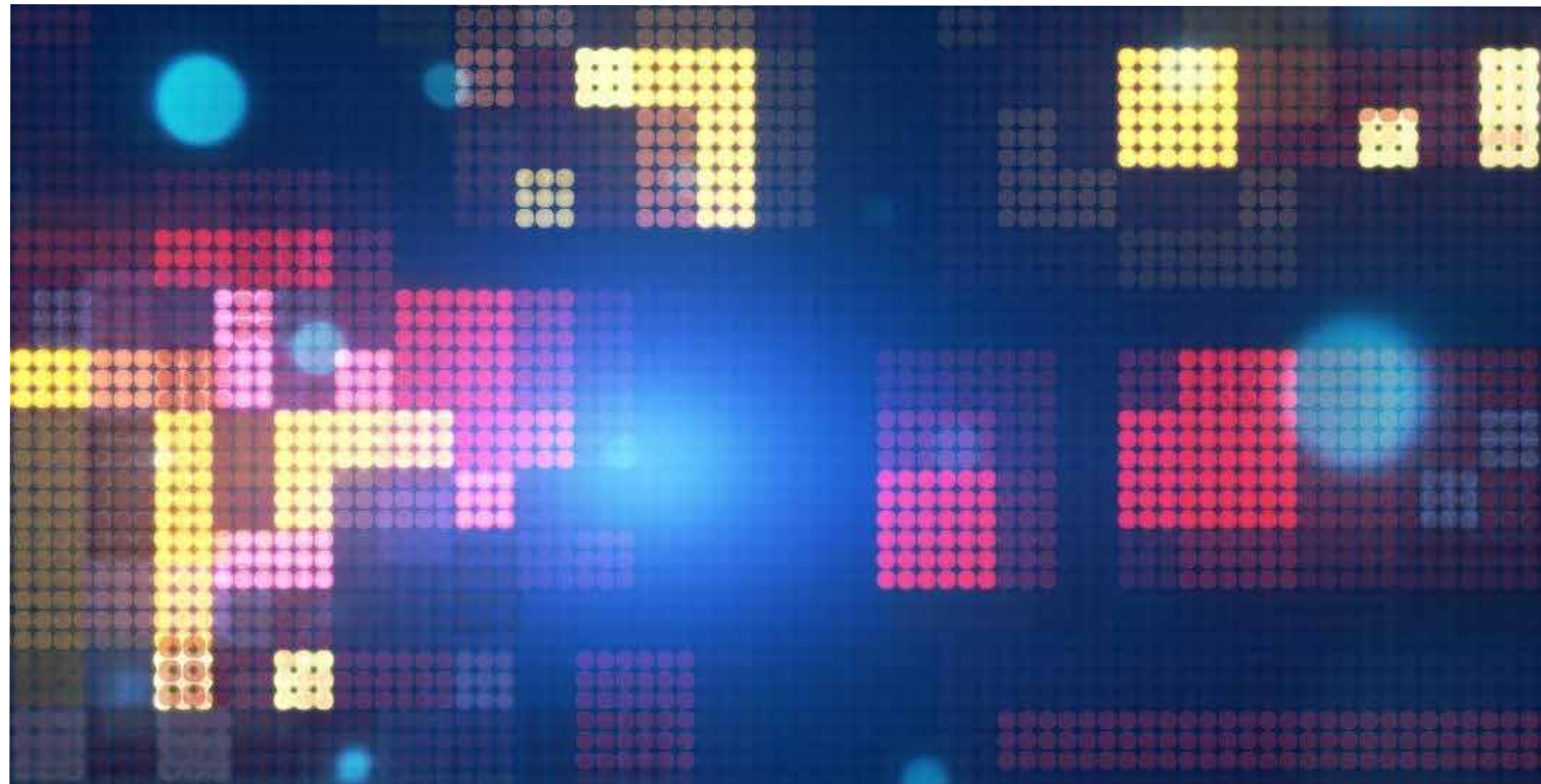


### 萬事達卡為支付與商業打造洞察引擎

萬事達卡相信，生成式 AI 將深刻重塑商業生態，讓支付更加高效、讓零售更加個性化，也讓網路安全工具更加精準可靠。為此，萬事達卡正攜手 NVIDIA 和 Databricks 共同研發一款全新的 AI 基礎模型，致力於將其作為「洞察引擎」，以進一步提升網路安全、忠誠度計畫以及中小企業工具等多項產品與服務。

[文章連結](#)

## Mastercard Innovation | 新鮮事



### 毀滅戰士，生生不息

「這東西能運行《毀滅戰士》嗎？」這句流行於各大遊戲論壇的話，指向一款已經發行了三十餘年的電子遊戲。從電腦到人腦細胞，它幾乎能在任何的平臺和介質中運行，已然成為一種測試硬體、軟體乃至生物學極限的獨特方式。這或許也是在提醒我們，優秀的設計和人類創造力可以賦予技術意想不到的長久生命力

《IN TECH》為不定期發佈的專題，重點著重於介紹人們在科技世界中談論的話題——從加密貨幣和 NFT 到智慧城市和網路安全。

[文章連結](#)

## New Card Snapshot | 新卡快訊



### 萬事達卡在台宣告卡片無磁條時代來臨 攜手聯邦銀行推出全台首張無磁條萬事達卡

萬事達卡宣布攜手聯邦銀行推出全台第一張無磁條萬事達卡——聯邦 M 世界卡，宣告萬事達卡在台灣的支付卡片正式邁入無磁條時代。作為全球首家宣布淘汰磁條卡的支付品牌，萬事達卡預計於 2033 年前全面完成信用卡及簽帳金融卡無磁條化，目前已陸續於全球市場推行。

[新聞稿連結](#)

## New Card Snapshot | 新卡快訊



### 樂天桃猿世界卡：打造樂天生態圈聯動應援與日常消費體驗

樂天集團宣布以「深化台日交流」為核心，攜手萬事達卡推出全新「樂天桃猿世界卡」，全面串聯電商、金融、旅遊與運動文化等多元服務，透過每一筆消費將對球隊的熱愛融入日常生活，打造橫跨消費、旅遊與應援場景的「台日生活圈」。