

說明：本期內容摘譯自 Nilson Report - 2025 年 10 月第 1295 期之「萬事達卡商務媒體」。

本期重點摘譯：

一、萬事達卡商務媒體

Mastercard 提供卡片連結優惠 (Card-Linked Offers, CLOs) 服務已超過十年，該服務試圖將提供促銷折扣及其他優惠的商家與信用卡及簽帳卡持卡人進行媒合。CLO 是一個封閉循環系統，由發卡機構擔任發布者，提供其持卡人有關商家的優惠，CLO 為發卡機構帶來穩定的收入來源，對商家而言，CLO 能提供連結新客戶或重新連結流失客戶的管道。

由於商家希望廣告支出回報率(return on advertising spend- ROAS)能超越目前 CLO 所產生的效益，故 Mastercard 推出「萬事達卡商務媒體」(Mastercard Commerce Media)服務，該計畫改變由發卡機構作為商家優惠發布者的模式，轉而讓更廣泛的發布者來提供優惠訊息，其目的是利用替代管道來提供折扣與其他促銷交易，以選擇更有可能觸發購買的時機，從而優化商家的廣告回收效益。這些管道將包括代理式商務 (Agentic Commerce) 搜尋、共乘 app、串流服務、航空公司的螢幕以及發卡機構的 app。

發布者將透過 API 連結至 Mastercard，並獲得商家支付費用的一部分。當已註冊的持卡人出現時，Mastercard 會將商家的優惠傳送給發布者，所有關於持卡人的資訊均經過匿名處理，且所有持卡人的參與皆基於其自行同意。「萬事達卡商務媒體」服務可支援搭載其他品牌的卡片，並可用於向造訪其他國家的美國旅客展示優惠。

在美國，有 25,000 家廣告商參與 Mastercard 的計畫，該計畫提供連結美國及特定其他市場中 5 億名已註冊消費者的管道，Mastercard 計畫將「萬事達卡商務媒體」服務帶給美國國內、外的發布者，並於 2026 年在國際上擴大已註冊的持卡人數量，「萬事達卡商務媒體」服務的首批參與者包括美國航空、花旗銀行、微軟公司以及全球最大的行銷傳播公司 WPP 集團。