



台灣行動支付使用率快速提升

資策會最新調查發現，台灣智慧型手機使用者對行動支付的認知度從2016年的84%提升至2017年的91%，其中，曾使用行動支付的比率也從25%大幅增加至40%。在使用者最常採用的方案中，前五名依序為Line Pay(25%)、Apple Pay(18%)、街口支付(11%)、Android Pay(10%)與玉山Wallet(5%)。對於行動支付方案的選擇，用戶考慮的前三大主因為「很方便(50%)」、「有優惠(46%)」和「已習慣(23%)」。用戶們也期盼未來行動支付能結合其他服務，如帳單繳費(62%)、轉帳服務(42%)和跨境網購付款(28%)。隨著行動支付使用率的快速提升，加上政府的大力推動，如何在此潮流下創造商機，成為行銷人的重要課題。



科技讓盲人看見世界

受惠於科技，視障者現在除了點字外，可透過另一條途徑來看世界。以色列公司OrCam推出MyEye 2.0讓盲人能如常人一般閱讀、社交與購物。MyEye 2.0是以磁力吸附在眼鏡上的小巧助視器，運用先進的電腦視覺技術(Computer Vision)與機器學習取代眼睛，讓使用者只需將手指或目光移向任何想看的東西，便能得知眼前的內容或景象。它內建的臉部識別軟體可幫助使用者辨別眼前的人，讓視障者在社交場所更游刃有餘。此外，助視器中存有70萬筆產品圖像資料，更能協助視障者購物時正確挑選。為了保障佩戴者的隱私，此產品無須連結網路，即可支援所有功能。MyEye 2.0造福許多盲人和視障者，讓他們在生活各方面更自主，獲得了今年CES無障礙技術創新獎的肯定。



Save Soap洗出希望

每個孩子都希望長大後能達成自己的夢想，然而，開發中國家每天有6000名兒童因為不良的衛生習慣感染疾病而死亡，來不及實現對未來的想像。日本護膚品公司Angfa推出Save Soap，並搭配可水洗的繪本故事書，讓柬埔寨孩童知道，洗手不僅能預防疾病，還能帶給他們美好的未來。繪本最特別之處在於，只有用肥皂幫故事主角洗手，才能在書上看到那位主角未來的樣貌。比如，一隻小青蛙，長大以後變成職業足球選手。繪本的最後有面鏡子，讓孩子在洗手的同時也看到自己未來的無限可能。此外，Angfa每售出一個Save Soap，便會對等送出一個肥皂給柬埔寨兒童。品牌簡單卻富巧思的設計讓所有使用者從每天例行的小事中感受到未來操之在己的力量，一起洗出希望。