

把握香港電商浪潮

本地行業數碼化



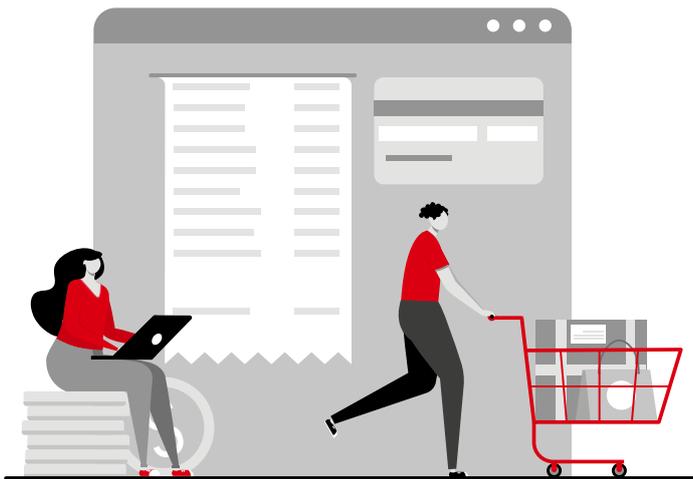
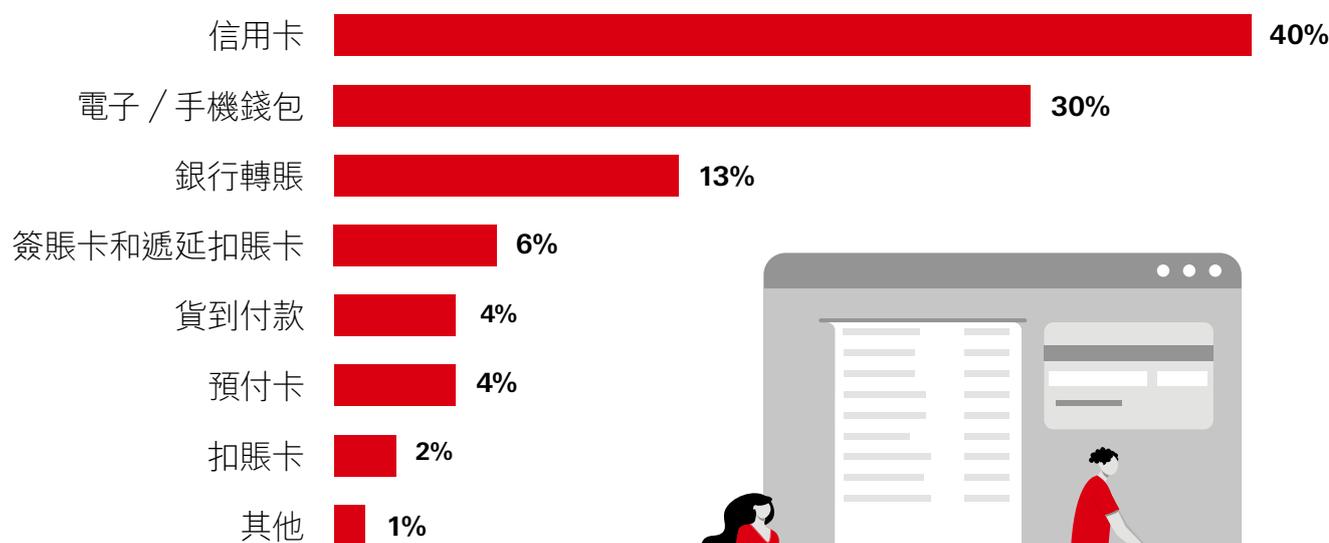
與你 成就更多
Together we thrive

在香港新冠肺炎疫情反覆的影響下，消費者逐漸適應新的購物方式。香港網上購物的普及程度較低，落後於中國內地等其他眾多成熟市場，但近期的疫情加快了網購普及的過程。在2019年，網購僅佔香港整體零售消費額的9%，但根據2020年一份報告顯示，本港人口的互聯網滲透率高達89%¹，由此證明香港電商市場無疑有著巨大的增長空間。

有關數碼支付方面，電子錢包等新型付款方式的普及速度較慢。²信用卡仍是最受歡迎的網上支付方式，所佔比例達到40%，其次是電子錢包，所佔比例為30%³。根據調查顯示，學歷較

高的人群和青年普遍接受電子錢包（例如滙豐PayMe、支付寶和微信支付），所以較能帶動電子商務的持續擴張。而透過政府支持的快速支付系統（轉數快），商戶亦可實現資金即時到賬，同時有效確保無縫付款體驗。若消費者採用轉數快二維碼，亦能夠提升零售付款效率，一觸式完成整個購物流程。轉數快二維碼遵循香港零售支付共用二維碼標準，並獲得20多家銀行的流動理財應用程式支援付款。銀行業界一直致力推動香港市場的數碼化，而滙豐「智豐收」就是一個協助本地企業更有效地接受數碼支付方式。

2019年香港電商支付方式分布



¹ 《2020年全球支付報告》— Worldpay FIS

² 《2019年香港數碼支付行業格局》— Tofugear

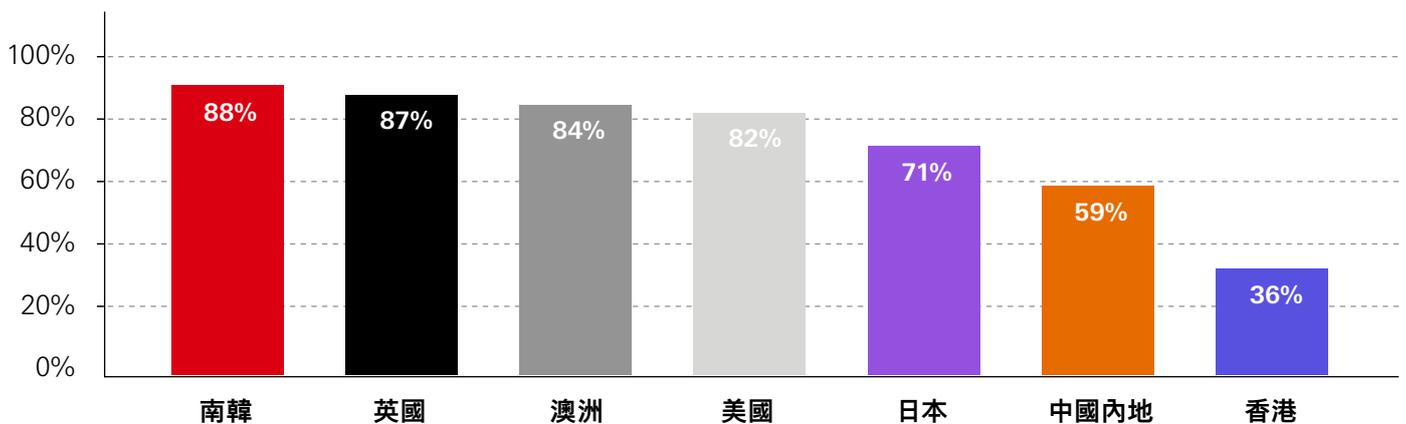
³ 《2020年全球支付報告》— Worldpay FIS



雖然增長前景良好，但香港消費者普遍習慣到實體店購物，使用現金付款。距離近，可以立即買到所需商品，而不必等待送貨是主要原因。2020年一份政府報告顯示，15歲或以上的

港人中約有36%曾在網上購物，而內地的網購滲透率則為59%⁴。除網購滲透率外，消費者對網購亦有不少戒心。其中2019年一項調查指出，私隱和數據安全是前兩大顧慮⁵。

網購人群滲透率（2019年或最新年度）



⁴ 立法會秘書處資料研究組—ISSH34/19-20

⁵ 《2019年香港數碼支付行業格局》—Tofugear



疫情下創新

科技創新及數碼轉型是關鍵所在。疫情下，電商的普及對中小型企業（「中小企」）尤其重要。根據2019年的最新統計指標，香港有超過34萬家中小企客戶，他們充當著經濟增長的引擎，所創造的就業機會佔全部商業機構的98%以上，並僱用了私營部門45%的勞動力。⁶相對於大企業，中小企一般在創建有效電商平台所需的資源和技術實力等方面都較弱，尤其是電商業務構建及網上下單功能。

受此次疫情重創的中小企業一直在尋找類似Boutir* 與 SHOPLINE*等創新型電子商務平台，旨在解決資源短缺和財政困難等挑戰，從而順利向電子商務轉型。⁷商戶紛紛開設網店，銷售公司產品，以把握宅經濟市場下的新機遇。

銀行也提供轉數快和商業卡等數碼支付解決方案，簡化轉型過程。不少傳統企業也開始嘗試這些新方法，並很快發現電子商務的優勝之處，繼而持續投放資源發展。

除速遞服務和門店自取外，智能櫃亦是近期的一項創新服務。電商企業允許用戶使用手機應用程式全天候隨時提貨，毋須等待送貨上門或留意門店營業時間。智能櫃為消費者提供郵包領取、產品退貨、洗衣、湯水遞送等日常便利服務。而正正是這類創新，將推動香港電子商務發展以及企業合作的轉型。

⁶ 政府統計處，2020年

⁷ Hong Kong retailers turn to staff-run online shops to boost sales hit by protests, Covid-19 pandemic — 《南華早報》，2020年

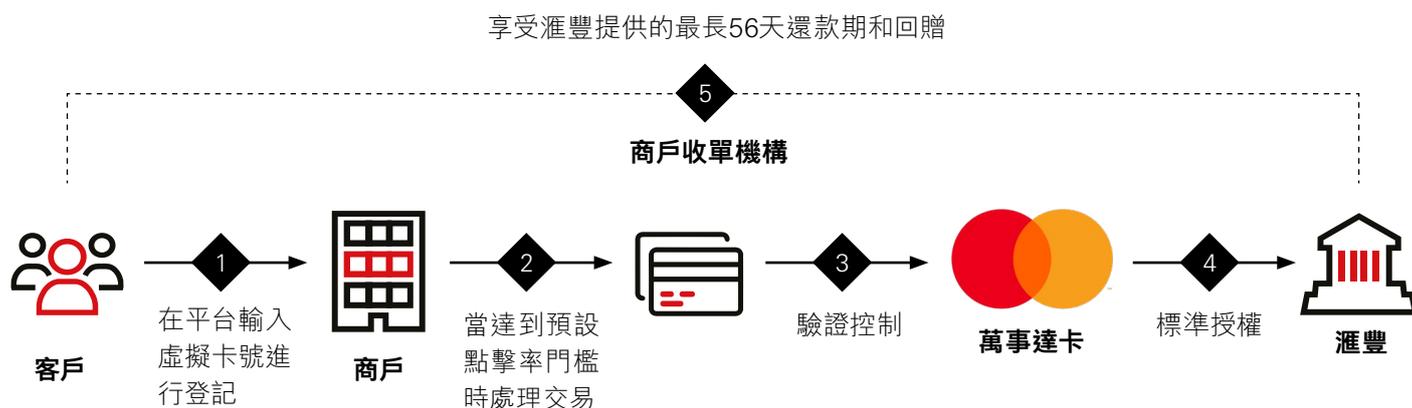
*Boutir 掌舖 (Boutir) 與 Starling Labs Limited (SHOPLINE) 是滙豐「智豐收」與 PayMe for Business 的綜合服務合作夥伴

廣告和物流是缺一不可

疫情無礙加快了香港數以千計的小型網店的發展。儘管如此，實體店在市場上扮演着重要的角色，因為親身體驗對消費者的購買決策可謂息息相關。制訂全面的市場推廣策略，加強銷售服務一體化，在開展電商業務之餘開設快閃店，有助在飽和市場中實現商業模式多元化。而電子商務也為商戶提供獲取購物行為數據的更佳途徑，以便分析數碼廣告和社交媒體宣傳的效用。

鑑於電商企業廣泛開展網上推廣，滙豐虛擬卡就有助商戶延續其數碼化轉型。舉例而言，一家總部設於香港的電商企業可以利用虛擬卡支付，

在全球多個平台開設和經營網店，向不同網絡平台如亞馬遜及易貝等支付大量款項，銷售各種各樣的產品，從而擴大不同客戶群組。在經營業務過程中，該公司亦需要採購數碼廣告欄位，以宣傳其產品系列。谷歌，臉書等就是常見的渠道。客戶一般會為每間新店或新營運的廣告活動甚至新產品發行新虛擬咭卡，而為了滿足公司的業務需求，滙豐可以提供虛擬卡服務，讓公司能夠通過虛擬卡網絡門戶，實時為每間店舖生成獨一無二的虛擬卡號(VCN)，從而省卻申請新卡所需的手動文書工作。



虛擬卡付款全程在網上進行，毋須隨身攜帶實體卡。此舉可以消除僱員持有實體卡所涉及的風險。對於每個卡號，可以自行設定不同商戶、交易限額，使用次數等參數，或有限日期加強管理。

現在通過虛擬卡網絡門戶，亦可以實時監控交易在不同授權和處理階段的狀態，有助於提升客戶對交易狀態的了解。解決方案可提供靈活性並降低營運風險，方便該公司把更多精力放在電商送貨物流工作上。使用虛擬卡也可享受長達56天的免息還款期，有助改善營運資金狀況。

物流與電商息息相關 — 香港被譽為全球物流能力最強的都市之一，基礎設施完善，可以滿足較高的貨運量及客戶期望。疫情亦為跨境轉運和中介平台開 商機之門，推動網購客戶的入境和出境貨運業務。例如，某家香港公司在全球設有倉庫，幫助香港消費者從美國購買限定版鞋履。另一家總部設於香港的公司則提供物流優化平台，為商戶提供成本低廉的批量配送和臨時送貨解決方案。

通常，個人消費者會在物流門戶網站上付款，但亦有其他模式可供選擇，例如讓商戶使用留存卡號，或選擇貨到付款服務。通過虛擬卡，物流服務機構可以發行單次使用的信用卡以處理付款，使原本的人工流程實現自動化和精簡化，從而節省大量時間和工作。透過滙豐提供各種數碼工具和完備的解決方案，企業可以集中處理從廣告到物流服務的電商業務，令公司業務更上一層樓。

