香港中小企
擁抱數碼 茁壯成長

2021

香港中小企研究調查報告

PayPal

目錄

報告摘要

中小企利用數碼科技實現增長 3

主要結果

新冠疫情如何影響香港中小企？ 4

消費者習慣轉變 5

邁向數碼化 8

中小企進軍網上世界 9

跨境貿易協助中小企拓展業務 11

透過支付平台建立顧客信任 12

總結

善用合適的數碼工具是中小企成功之道 13

關於本調查 14

PayPal

報告摘要

中小企利用數碼科技實現增長

新冠疫情徹底改變了商業世界，愈來愈來消費者轉向網上購物，取代了以往佔主流地位的實體店舖，同時促使香港中小企加快建立網店的步伐。

一眾堅韌的中小企在疫情下迎難而上，除了利用數碼科技促進本地業務，更跨越國界拓展至全新的海外市場，吸納來自世界各地的新顧客及實現業務增長。

是次研究顯示，電子商務、自家網上平台及社交媒體推動了香港中小企針對消費者行為而進行數碼轉型，以提升營運效率、拓展全新市場，更重要的是提升銷量並實現業務增長。研究同時指出，現時建立網店比以往更容易，仍未實現轉型的中小企可考慮利用數碼科技捕捉增長機遇。

實現業務增長並非大型企業的專利，中小企只要擁有合適的產品、商業概念和支援，亦能衝出本地市場並取得成功。數碼轉型正是箇中關鍵。

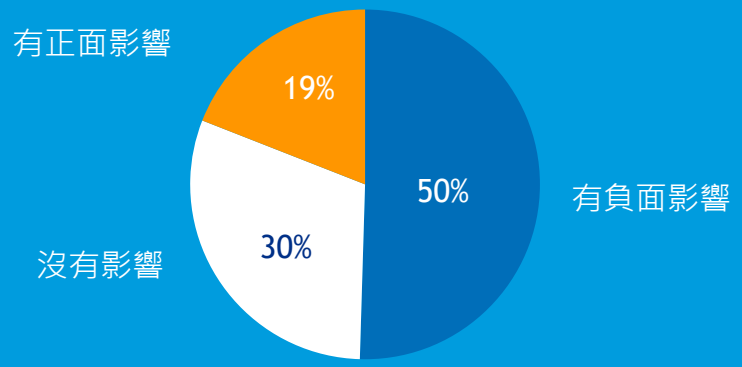
新冠疫情如何影響香港中小企？

疫情無疑為本港中小企帶來許多挑戰，一半（50%）的受訪中小企指出業務受到負面影響，當中近六成（58%）面對需求下降，46%流失線下顧客，四成（40%）面對供應鏈問題。

在前所未有的挑戰下，上述結果並不令人意外。然而另外一半的受訪中小企道出截然不同的故事。當中三成（30%）指出在疫情期間並未受到影響，更有接近兩成（19%）指業務在疫情期間有正面影響，當中近半（48%）指產品或服務需求有所提升，43%吸引了更多線上顧客，33% 獲得更多來自香港以外的顧客。

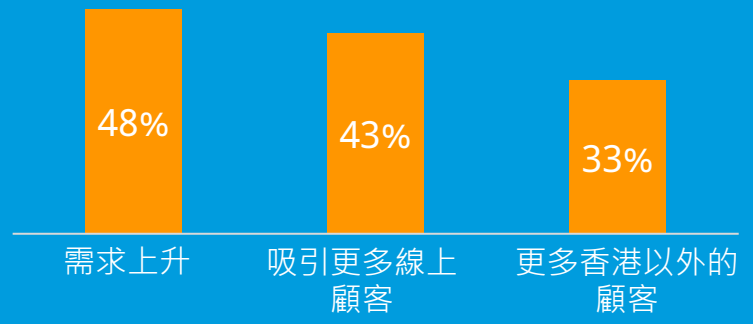
這正正顯示，只要中小企能夠適應挑戰，亦能把握眼前的增長機遇。

新冠疫情對中小企的影響



近一半（50%）的受訪中小企未受疫情影響甚至錄得正面增長[1]

正面影響



在兩成錄得正面增長的受訪中小企當中，近一半（48%）指產品或服務需求有所提升，亦有43%及33%分別吸引了更多線上顧客及來自香港以外的顧客

[1]實際數字為： 有正面影響 - 19.05%; 沒有影響 - 30.48%; 有負面影響 - 50.48%

消費者習慣轉變

新冠疫情改變消費者行為

疫情進一步重塑並加速了消費習慣的變化。全球網購消費者日益增加形成新的消費行為，改變了我們習以為常的購物模式。通過電子商務和社交媒體等數碼渠道，消費者更願意嘗試新品牌、新的支付方式及購物形式。

在受訪的香港中小企中，逾九成（91%）反映網上銷售在過去18個月中有所轉變。這些轉變為中小企帶來黃金機會，推動他們因時制宜地拓展網上業務，實現蓬勃增長。

顧客結構的轉變

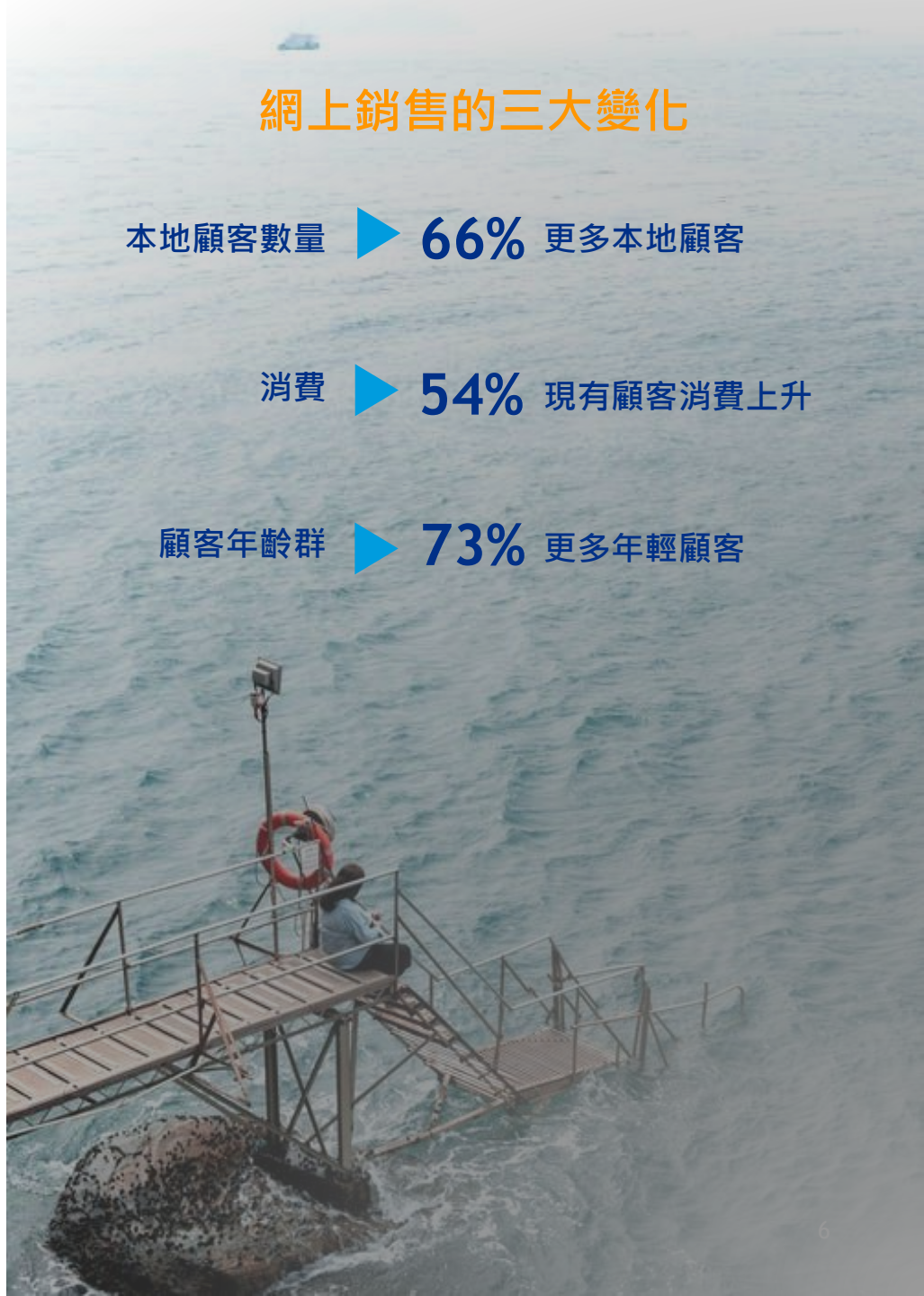
實體購物一直是港人的一大娛樂和社交活動，但疫情驅使更多人轉移到網上購物。

因此對中小企，尤其是傳統的實體企業而言，數碼轉型是不容錯失的關鍵趨勢。

總體而言，受訪中小企從網上銷售趨勢觀察到三個主要轉變，分別為本地顧客數量（58%）、顧客花費（51%）和顧客年齡群（35%）。

有趣的是，越來越多的年輕消費者開始進行網購。在見證顧客年齡群變化的受訪者中，超過七成（73%）反映在疫情期間吸引了更年輕的網購顧客。

在見證本地顧客群出現轉變的受訪者中，66%表示本地顧客有所增加。與此同時，超過一半（54%）見證顧客花費轉變的受訪中小企反映現有顧客群的消費有所提升。由此可見，即使在疫情封鎖措施下，許多中小企仍能從本地網購中受益。

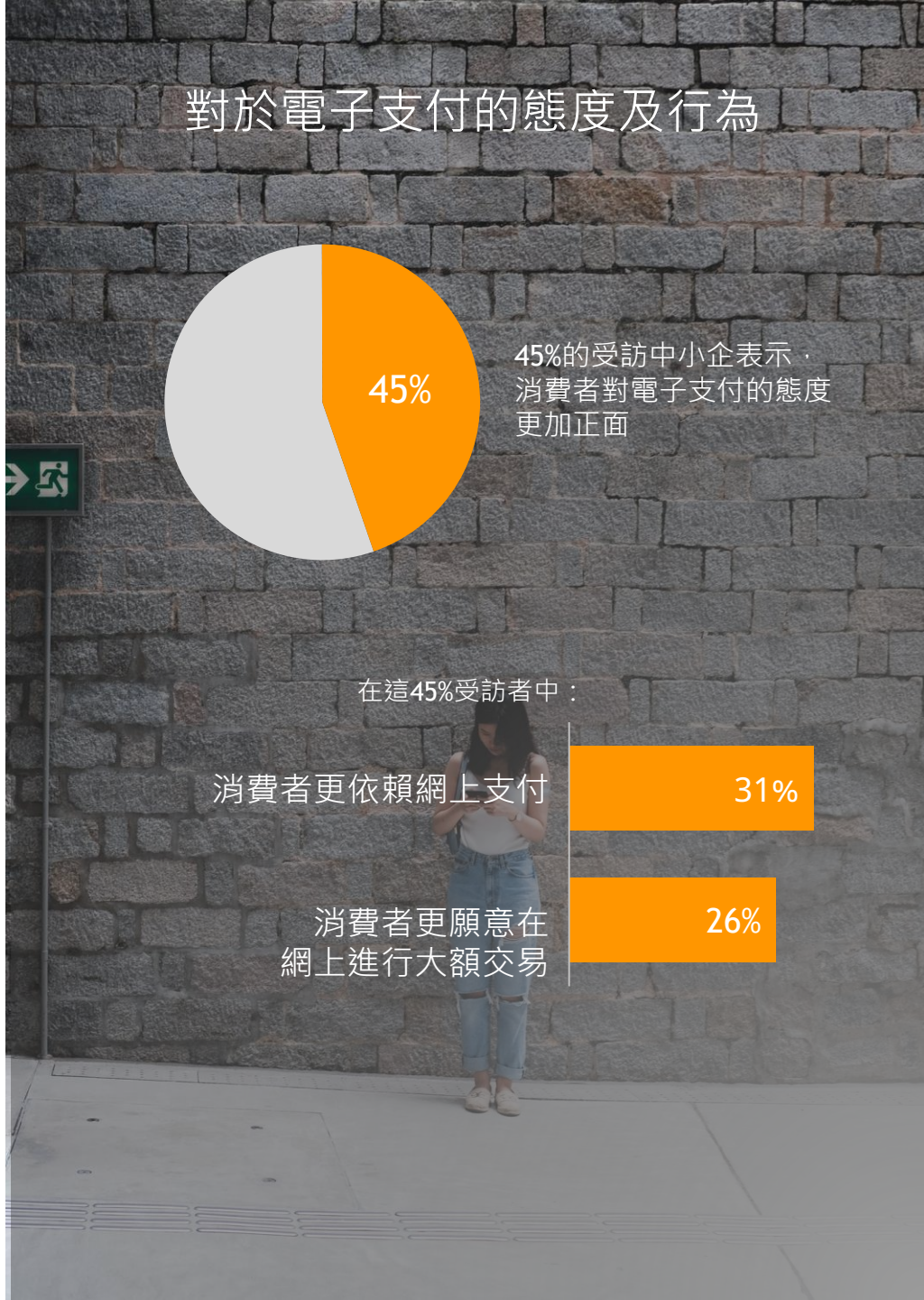


消費者更習慣使用電子支付

隨著超過一半（53%）的受訪中小企反映網購趨勢上升，45%的受訪者亦注意到消費者更願意使用電子支付選項，當中約三成（31%）指出消費者更依賴網上支付，而26%認為消費者更願意在網上進行大額交易。

本地消費者網購愈趨頻繁，令他們更熟悉可信賴的電子支付平台。事實上，這並非本地顧客獨有的趨勢，疫情驅使全球客戶轉向電子支付。因此，企業進行數碼轉型時必需考慮顧客購物旅程的每個部分，特別是網上支付，通過可信賴、受認可和安全的電子支付平台付款可顯著提升顧客體驗和滿意度。

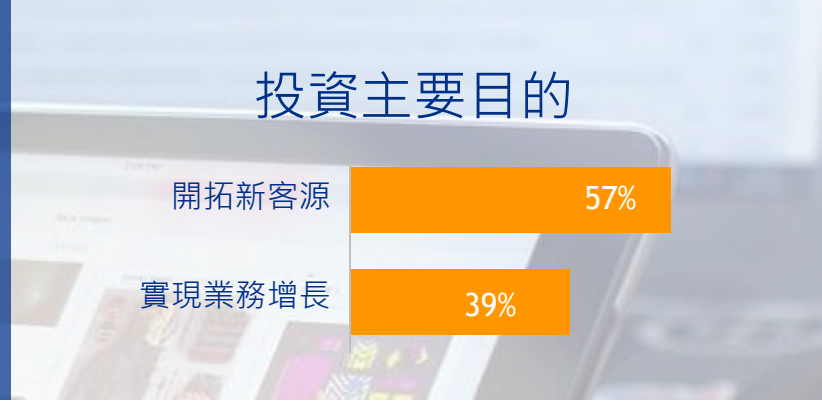
在疫情前已建立網上業務的中小企相對有顯著優勢，他們可以在疫情期間利用已有的基礎設施進行銷售。對於許多中小企而言，網上銷售幫助他們維持生計，甚至帶來業務增長。



邁向數碼化

98%

受訪者計劃進一步
投資於其業務



中小企投資數碼轉型以實現增長

疫情導致經濟活動停頓，為不少香港中小企帶來衝擊，但97%的受訪中小企依然嘗試在疫情期間擴展業務，反映了香港堅韌不拔的商業文化。

隨著消費者日漸將數碼科技融入日常生活，不少中小企投放資源優化顧客體驗流程。對數碼化的投資有助中小企處於領先地位，協助他們利用香港及其他地區消費者行為創造嶄新機遇。

九成（90%）受訪者表示有計劃投資於數碼營銷，其他重點投資項目包括客戶數據管理（88%）以及網上業務談判和銷售（81%）。在當今網購盛行的世界，這些投資可以幫助中小企取得成功。

數碼營銷，尤其是社交媒體營銷，可以幫助企業接觸新客戶並跨越地域界限。同時，對客戶關係管理（CRM）系統等平台的投資有助提升現有客戶的忠誠度和整體業務增長。

展望未來，香港中小企的核心業務重點包括優化銷售渠道的手機購物體驗、將社交媒體及客戶交流渠道作出整合，以及改善客戶反饋系統等。

投資數碼之旅

疫情促使許多香港中小企進行數碼轉型，幾乎所有（98%）受訪者均致力投資其業務以持續取得成功，超過一半（57%）認為投資是開拓新客源的關鍵，而近四成（39%）則認為這是實現業務增長的良機。

PayPal

中小企進軍網上世界

建立自家電商平台

隨著愈來愈多商戶在網上銷售產品，現成的第三方電商平台及購物網站自然成為中小企開拓網上客源的熱門選項。

然而在受訪的香港中小企中，近九成（87%）已在使用自家數碼平台，包括社交媒體、自家電商網站及自家企業平台作宣傳或銷售用途；當中近一半（48%）受訪者計劃拓展這些平台。而在13%尚未擁有自家數碼平台的受訪中小企中，8%表示正計劃建立相關平台。可見香港中小企積極投放資源拓展網上業務，以達致業務增長。

在疫情期間，部份中小企尋求設立自家數碼平台，大概因為這些平台給予他們更多掌控顧客體驗的自由度，並給予他們直接與顧客溝通的良機，是建立顧客信任和忠誠度的絕佳渠道。此外，有賴科技的進步及更多的支援選項，現時設立自家平台遠比以往來得輕易。

社交媒體躍身成為首選銷售渠道

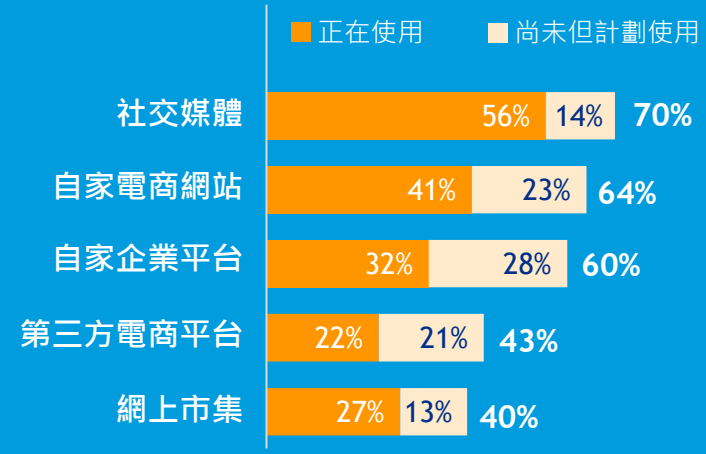
在眾多網上銷售渠道中，社交媒體最受香港中小企歡迎。七成（70%）受訪者現正或計劃利用社交媒體作銷售及宣傳，緊隨其後的包括自家電商網站（64%）、自家企業平台（60%）及第三方電商平台（43%），均為疫情期間受歡迎的銷售渠道。

除此之外，約四成（41%）的受訪中小企表示社交媒體是他們在疫情下刺激業務增長的首選渠道，當中超過一半（53%）利用社交媒體作銷售工具，為業務帶來更多收入。儘管建立及經營社交媒體仍需花費時間和心力，惟此平台有助讓顧客發掘新產品，而且相對成本較低及容易經營，是能夠直接收獲投資回報的銷售渠道。社交媒體已非純粹用於網上展示商品，現已演變成與業務相輔相承的銷售渠道，協助企業接觸來自世界各地的顧客。

有意建立網上平台的中小企必須花時間評估自家渠道及第三方平台的利弊，以準確判斷哪一種平台最適合自身業務。

PayPal

不同網上銷售渠道的使用率



社交媒體是最受香港中小企歡迎的網上銷售渠道，七成受訪者**現正或計劃利用它作銷售及宣傳**

疫情期間的社交媒體使用情況

41%

受訪中小企表示社交媒體是他們刺激業務增長的首選渠道

在41% 的受訪者中

53%

利用社交媒體作銷售工具，為業務帶來更多收入

跨境貿易協助中小企拓展業務

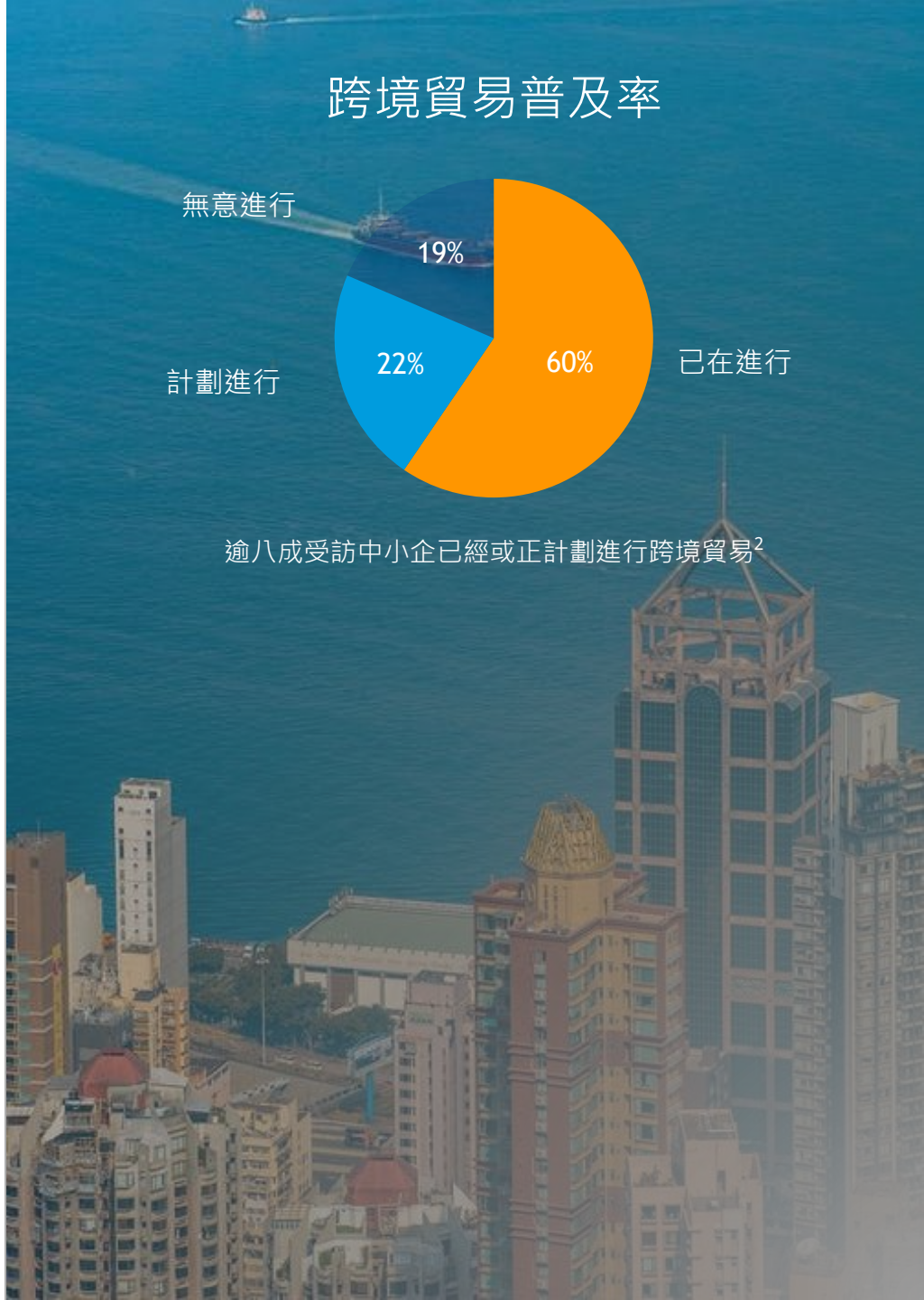
中小企發展無界限

跨境貿易是實現業務增長的關鍵，成為香港中小企密切關注的議題。逾八成（81%）受訪者已經或正計劃進行跨境貿易，以加速業務增長。不少香港中小企持續以本地市場為業務重心，惟跨境貿易的風氣也愈趨盛行，佔受訪者平均32%業務。

誠然，將業務從本地拓展至全球市場的過程或許令不少中小企卻步，調查結果亦顯示19%受訪中小企無意加入跨境貿易行列，當中原因包括資源不足及成本高昂等。

然而隨著科技進步，這些困難其實可以迎刃而解，進行跨境貿易亦比以往來得更方便簡單。在已經進行跨境貿易的受訪中小企之中，約四成（39%）使用社交媒體，亦有26%採用了嶄新的全球付款系統以支援境外銷售。對很多中小企而言，擁有一應俱全的數碼平台可推動他們加入跨境貿易，實現業務增長。

進行跨境貿易可協助中小企走向國際，接觸全球的顧客及未經探索的發展空間，帶來更多潛在的增長機遇。



[1]實際數字為：已在進行 - 59.52%；計劃進行 - 21.90%; 無意進行 - 18.57%

透過支付平台建立顧客信任

利用網上支付打造無縫的顧客體驗

對於正在進行數碼轉型的中小企而言，網上支付平台是重要的一塊拼圖。擁有可信賴、可靠而安全的支付選項可為顧客提供更稱心的購物體驗。

逾八成（86%）的受訪中小企因各種原因而積極尋求合適的電子支付選項，包括吸引新顧客（67%）、提升顧客體驗（56%）及提升網上銷售額（54%）等。

當中PayPal在眾多支付平台中排列第三，超過一半（51%）受訪者表示有興趣使用PayPal提升他們顧客的數碼體驗。

提升手機支付體驗

智能手機正逐漸成為全球的主要購物工具，2021年預計有超過三分二（67%）的網購交易將透過手機完成[1]。隨著全球手機及5G網絡越趨完善，預計未來手機購物的趨勢只會有增無減。

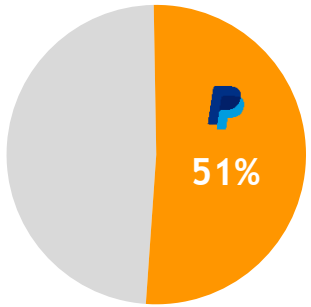
因此，提升手機商務體驗是中小企數碼化策略不可或缺的一環。電子支付作為網購的重要元素，一半（50%）的受訪中小企表示希望優化手機支付體驗。

另外，有一半（50%）的受訪者表示會使用電子錢包，亦有44%希望整合支付選項以提升效率。在當今先進的電商平台支援下，中小企可比以往更輕鬆地優化網站的手機瀏覽體驗。

在數碼化趨勢持續下，不少香港中小企已積極檢視他們顧客旅程的每一部分，尋求可改進的空間，以確保為顧客提供無縫的購物體驗。

86%

受訪中小企計劃引入新的支付選項



51% 表示有興趣使用PayPal

[1]Insider Intelligence/eMarketer Retail mCommerce Sales Worldwide, by Region, 2021年，2020年12月，基於其他研究公司和政府機構的數據、歷史趨勢、主要網上零售商的報告和估計收入、消費者網購趨勢和宏觀經濟狀況分析作出的估計

善用合適的數碼工具是中小企成功之道

進行數碼化的中小企可從顧客體驗至營運效率等多方面提升業務表現，實現增長。

隨著社交媒體、電商平台、支付平台等百花齊放，中小企可輕易利用這些現成的數碼工具取得成功。

矢志實現增長的中小企可參考以下建議，為數碼化的未來作好準備：

1. **建立網上業務** - 仍未涉足網上世界的中小企應考慮盡快進行數碼轉型，以緊貼最新的消費者行為轉變。
2. **選擇適合自己的數碼平台** - 不論是自家平台抑或第三方的電商網站，中小企可利用不同方式走向網上世界，重要的是選擇切合業務所需的平台。
3. **善用社交媒體** - 社交媒體是實現業務增長的首選渠道，對於致力拓展業務的中小企而言至關重要。
4. **考慮跨境貿易** - 這次研究結果反映了跨境貿易對企業帶來的重大裨益，中小企應認真考慮利用數碼工具拓展香港以外的市場。
5. **打造無縫的顧客體驗** - 能夠為顧客提供稱心體驗的商家必然取得競爭優勢。從網上支付到客戶關係管理平台，中小企應仔細考慮數碼轉型中每一部分的細節，從以長遠取得回報。

可以肯定的是在數碼主宰的新時代，建立網上業務並拓展全球比以往輕易得多。研究反映中小企只要制訂合適的策略並善用數碼工具，必能在逆境下生存甚至蓬勃發展。

PayPal

關於本調查

本獨立研究由愛德曼數據與情報（Edelman Data and Intelligence）代表PayPal香港進行，旨在探討新冠疫情對香港中小企帶來的影響、他們的應對策略，以及在後疫情時代的計劃。調查訪問了210名有進行網上銷售的香港中小企[1]業務決策者。調查在2021年9月至10月期間進行。

本報告的內容僅供參考。 文中的信息不構成任何類型的法律、金融、資訊科技、商業或投資建議，亦不能代替任何專業建議。 在作出任何業務決策前，您應該徵求獨立及專業的會計、財務、資訊科技和法律意見。

如欲了解PayPal如何助您拓展全球業務，請即瀏覽：
https://www.paypal.com/hk/business?locale.x=zh_HK

[1]根據香港特區政府現行對「中小企業」的定義：(i) 任何從事製造業而在本港僱用少於100人的企業；或 (ii) 任何從事非製造業（包括建造業、採礦業、採石業、電力及燃料生產業、進出口貿易、批發、零售、飲食、酒店、運輸、倉庫、保險、地產、商用服務、社區服務、社會服務和個人服務業）而在本港僱用少於 50人的企業。.

PayPal