



Mastercard 經濟復甦洞察：商戶在疫情下利用電子商貿打開新契機 全球共錄得 9,000 億美元額外網上消費

最新調查報告反映數碼化零售發展正在加速

香港，2021 年 5 月 25 日 — 受新型冠狀病毒疫情影響，全球消費者減少出門，雜貨和園藝工具等物品都轉為在線上採購。Mastercard 最新的經濟復甦洞察（Mastercard Recovery Insights）報告指出，在 2020 年，全球共錄得 9,000 億美元的額外網上零售消費。換句話說，每 5 美元的零售消費當中，便有大概 1 美元來自電子商貿。此數字高於 2019 年時每 7 美元零售消費中便有約 1 美元來自電子商貿的紀錄。¹

對零售商、餐廳及其他大小企業而言，在實體消費模式受疫情影響下，網上銷售轉型的可能性為他們帶來一個得以維生的契機。

《Mastercard 經濟復甦洞察：電子商貿的發展》（Mastercard Recovery Insights: Commerce Evolution）報告指出，約有兩至三成與疫情相關的全球數碼化轉型屬於永久性。此報告收集了 Mastercard 網絡中匿名及綜合銷售數據，再交由 Mastercard 經濟研究所（Mastercard Economics Institute）進行專業分析，深入探討有關分析結果對不同國家、行業、商品和服務，以及國內和跨境消費的意義。

Mastercard 首席經濟學家及 Mastercard 經濟研究所主管 Bricklin Dwyer 表示：「就算消費者足不出戶，他們仍能受惠於電子商貿而不受地域限制消費。這個趨勢意味著，更重視數碼化的國家和公司將持續受益。我們的分析亦指出，即使是規模最小的企業，亦能受惠於數碼化轉型。」

基於地理、經濟及家庭差異等因素，數碼化轉型並不普及，其進程亦不一致。然而，報告亦揭示了數個關鍵的整體趨勢：

- **較早採取數碼化轉型的經濟體表現突飛猛進**：在疫情前，英國和美國等數碼化水平較高的經濟體與阿根廷和墨西哥等電子商貿市場份額較小的國家相比，本地數碼化轉型為前者帶來更持久的增長。至於亞太、北美及歐洲地區在推動電子商貿方面表現最強勁。
- **雜貨和優惠商店將長期受惠於數碼化增長**：疫情前佔最小數碼份額的必需品零售業，在疫情下隨著消費者行為改變而獲益最多。在新的消費者習慣和疫情前較低的用戶量之下，我們預計 70%至 80%的雜貨電子商貿浪潮將會持續。
- **全球電子商貿交易量在疫情期間上升 25%至 30%**：全球電子商貿的銷售額及消費者下單地區數目均錄得增長。由於購物選擇變得更多元化和觸手可及，在 2020 年 3 月至 2021 年 2 月期間，消費者在全球電子商貿的支出按年提升了約 25%至 30%。
- **消費者增加電子商貿使用量，超過 30%購物來自網上零售商**：這反映消費者的選擇正日益增加。是次調查指出全球消費者比以往更常在網站及網上平台購物。在意大利及沙地阿拉伯等國家，更有平均超過 33%的消費者於網上商店購物，俄羅斯及英國則緊隨其後。

¹ Mastercard 經濟研究所運用在 Mastercard 網絡上記錄的活動，以及涵蓋所有支付模式的全球零售電子商貿模型，來判斷出基於趨勢偏差而出現的額外零售電子商貿交易。

- **美國電子支付急速發展**：疫情推動實體商舖轉用電子支付，並有越來越多消費者以無接觸式交易取代現金。針對實體零售商舖及餐廳的支付方式的分析顯示，非現金交易比普遍上升趨勢超出 2.5%，令電子支付轉型發展加速了整整一年。

可[按此](#)查閱《Mastercard 經濟復甦洞察：電子商貿的發展》的詳細報告。

Mastercard 在去年推出 [Recovery Insights](#) 計劃，幫助商界及政府更有效地管理由疫情所帶來的健康、安全及經濟風險。有關舉措透過 Mastercard 的數據分析及實驗平台、長久以來的諮詢方案，以及數據主導的獨特見解，來提供相關和適時的工具、創新方案及調查報告。

調查方式

是次報告由 Mastercard 網絡中的匿名及綜合銷售數據，以及 Mastercard 經濟研究所的專門分析結合而成。

— 完 —

關於 Mastercard 經濟研究所

Mastercard 經濟研究所於 2020 成立，以消費者的角度分析宏觀經濟趨勢。由經濟學家、分析師及數據科學家組成的團隊利用 Mastercard 的調查研究，包括 Mastercard SpendingPulse™ 及其他第三方數據，定期為客戶、合作夥伴及決策者撰寫有關經濟議題的研究報告。

關於 Mastercard（紐約證券交易所代號：MA）

Mastercard 是國際支付業的科技企業。我們的使命是透過令安全、便捷、智能和可達的交易來連接並推動具包容性的數碼經濟，使全球各地的人受益。憑藉安全的數據及網絡、夥伴關係和熱情，我們創新的解決方案幫助消費者、金融機構、政府及企業發揮最大潛力。正商（DQ）推動著我們的文化以及公司內外的一切。通過與 210 多個國家及地區的聯繫，我們正在構建一個可持續發展的世界，為所有消費者釋放無價的可能性。