



新聞稿

畢馬威中國、香港貨品編碼協會及滙豐調查： 逾八成內地大灣區消費者優先選擇具社會責任感品牌

消費者更重視零售商的 ESG 表現及數據安全措施

2022年11月14日，香港特別行政區——畢馬威中國、香港貨品編碼協會（GS1 Hong Kong）及滙豐聯合進行的調查發現，在香港及內地九個大灣區城市中，越來越多消費者期望零售商採納與他們一致的環境、社會及管治（ESG）價值觀，並希望因可持續消費獲得優惠。

調查踏入第六年，繼續研究全渠道 (omnichannel) 零售趨勢。今年報告的主題為「[為零售增值：從科技、企業宗旨及信任層面與消費者互動](#)」，向香港及內地九個大灣區城市共2,065名消費者以及342名零售行業行政人員進行調查，探討零售生態環境受全球新冠疫情衝擊下，大灣區企業和消費者如何融入最新趨勢與科技發展。

今年的調查發現，消費者期望品牌在可持續發展及社會責任方面作出更大承諾。超過80%內地大灣區消費者表示會光顧擁有共同社會價值觀的品牌，而24%的消費者希望在消費時能有抵消產品碳影響的選項。雖然消費者整體上對可持續發展抱具有正面看法觀感，但在內地大灣區和香港的受訪者中，分別有81%和69%受訪者表示，希望作出更具可持續性的消費決定時能獲得優惠。

畢馬威中國香港消費品及零售行業主管合夥人許昭淳表示：「隨着消費者對零售商的認識增加，企業如能制定合適的策略，並確保其價值觀及宗旨與消費者一致而滿足他們的期望，有助企業佔據市場有利位置。由於消費者期望在購買有社會責任的品牌時也能獲得回報，品牌就應在可持續發展方面不斷地作出投資。此外，除了數碼零售的需求日益增加，消費者對實體零售店亦非常重視，品牌必須了解為客戶提供面對面交流及親身購物體驗的重要性。」

他補充道，零售商必須將線上及線下業務一體化，以切合消費者的需求。同時，零售商可透過推廣可持續消費，而不需增加消費者的額外成本，甚至為消費者提供獎賞。



新聞稿

當前市場環境競爭激烈和瞬息萬變，企業需要保持靈活並以客戶為中心，為未來做好準備，方能取得成功。研究發現，即使疫情開始放緩，消費者仍繼續從實體渠道轉移到線上渠道。在內地大灣區，偏好非接觸式購物的消費者上升到**80%**，而在香港則上升到**61%**，情況在內地大灣區城市**55歲以上組別（85%）**和香港的**Z世代（73%）**中最为普遍。

同時，消費者希望能夠通過線上和線下渠道選擇品牌，與去年的調查結果相比，同意「不需要實體零售店」的人越來越少。調查一直強調零售商採用全渠道方式銷售商品的重要性，而今年認為不需要實體零售店的消費者比例有所下降，香港和內地大灣區城市分別從**24%及23%**減少至同為**18%**。

香港貨品編碼協會總裁林潔貽表示：「為消費者構建融合的線上與實體店消費體驗是未來零售業發展大方向，當中手機優先（**Mobile-first**）的營銷策略更成為向數碼世代消費者提供簡單且互動線上線下（**O+O**）體驗的關鍵。企業可以考慮採用常見的科技如手機掃描產品**QR碼（二維碼）**，鏈接至多元化資訊，提升消費者信任及促進消費。」

消費者認為零售商的宣傳資訊可信，有助推動營業銷售，他們亦關注個人資料如何得到保護。調查顯示，零售商非常關注數據安全（**31%**）及跨渠道及平台無縫整合數據（**29%**），而聘請具備數碼及數據分析技能的人才，以進行客戶資料收集及分析（**28%**），則是另一主要挑戰。

數據安全意識不斷提高，原因之一是數碼支付日趨普及。在受訪的內地大灣區消費者中，約有四分之三（**76%**）表示可自如使用數碼支付，高於**2020年**的**67%**，在香港亦有**68%**（**2020年**為**65%**）。事實上，在整個網購流程中，受訪者最滿意網上結賬和支付部分，分別佔內地大灣區和香港**71%及57%**的受訪者。

滙豐環球支付方案部常務總監兼亞太區聯席主管姚宇翠表示：「零售企業若要與消費者建立長遠關係，尤其是年輕的**Z世代**及千禧一代，關鍵在於為他們提供流暢的購物付款體驗，相信應用程式介面（**API**）、數據分析及其他先進科技等將會引領零售業未來發展。隨著企業採用電子支付的比率持續上升，於**2022年**上半年，滙豐收款服務方案『智豐收』於



新聞稿

香港及內地的交易宗數按年上升 **75%**。滙豐將繼續加強與整個生態圈合作，推動支付科技創新。」

消費者希望品牌可以透過人工智能和其他科技加強與他們的聯繫，改善客戶體驗，尤其是從小在數碼世界成長的一代。絕大多數消費者有信心和把握使用科技，尤其在內地大灣區城市，有**88%**受訪者認為自己精通使用流動設備，**81%**則認為自己精通科技，分別比**2021**年的調查高出**3**個和**4**個百分點。然而，只有 **22%**受訪零售商表示，他們願意投資於科技，以建立更流暢的購物及交易流程，低於**2021**年調查的**30%**。

值得注意的是，大灣區受訪者在消費方面變得更謹慎。他們在網上購物時較不願意為增值服務支付額外費用，但他們希望方便程度提高，尤其是在送貨方面。在香港，大約四分之一的受訪消費者表示，他們不打算為任何服務支付額外費用，而內地大灣區城市只有**9%**。在內地大灣區受訪者中，**20%**願意支付額外費用以加強訂單追蹤，**16%**則願意支付額外費用以安排周末送貨，兩者均較 **2021** 年的調查下降**4**個百分點。

完 / 更多

關於畢馬威中國

畢馬威中國在三十一個城市設有辦事機構，合夥人及員工超過 15,000 名，分佈在北京、長春、長沙、成都、重慶、大連、東莞、佛山、福州、廣州、海口、杭州、合肥、濟南、南京、南通、寧波、青島、上海、瀋陽、深圳、蘇州、太原、天津、武漢、無錫、廈門、西安、鄭州、香港特別行政區和澳門特別行政區。在這些辦事機構緊密合作下，畢馬威中國能夠高效和迅速地調動各方面的資源，為客戶提供高品質的服務。

畢馬威是一個由獨立的專業成員所組成的全球性組織，提供審計、稅務和諮詢等專業服務。畢馬威國際有限公司（「畢馬威國際」）的成員所以畢馬威為品牌開展業務運營，並提供專業服務。「畢馬威」可以指畢馬威全球網絡內的獨立成員所，也可以指一家或多家畢馬威成員所。

畢馬威成員所遍佈全球 144 個國家及地區，擁有超過 236,000 名專業人員。各成員所均為各自獨立的法律主體，其對自身描述亦是如此。各畢馬威成員所獨立承擔自身義務與責任。

畢馬威國際有限公司是一家英國私營擔保有限責任公司。畢馬威國際及其關聯實體不提供任何客戶服務。



新聞稿

1992年，畢馬威在中國內地成為首家獲准中外合作開業的國際會計師事務所。2012年8月1日，畢馬威成為四大會計師事務所之中首家從中外合作制轉為特殊普通合夥的事務所。畢馬威香港的成立更早在1945年。率先打入市場的先機以及對質量的不懈追求，使我們積累了豐富的行業經驗，中國多家知名企業長期聘請畢馬威提供廣泛領域的專業服務（包括審計、稅務和諮詢），也反映了畢馬威的領導地位。

關於香港貨品編碼協會

香港貨品編碼協會(GS1 HK)於1989年由香港總商會成立，是GS1®環球組織的香港分會，提供全球供應鏈標準(包括產品編碼及條碼)及一系列相關平台、解決方案及服務，助企業數碼化，提升供應鏈透明度及效率，確保產品真確性、促進線上線下貿易。

GS1 HK目前有近8,000名企業會員，涵蓋約20種行業，包括零售消費品、食品及餐飲、醫療護理、成衣、物流及資訊科技。本會與各貿易夥伴、業界組織、政府及資訊科技公司積極建立協作生態，實踐「智能商貿，優質生活」的願景。

GS1®是一家提供全球供應鏈標準的非牟利組織，總部位於比利時的首都布魯塞爾，擁有超過115個成員，遍及全球150個國家。如欲進一步了解本會，請瀏覽 www.gs1hk.org。

關於香港上海滙豐銀行有限公司

香港上海滙豐銀行有限公司是滙豐集團的始創成員，集團在歐洲、亞洲、北美洲、拉丁美洲，以及中東和北非63個國家及地區設有辦事處，為全球客戶服務。於2022年9月30日，集團的資產達29,920億美元，是全球規模最大的銀行和金融服務機構之一。

全文完