

# 疫情后复苏对企业和消费者都构成挑战

全球信息服务公司益博睿的一项新研究发现，尽管消费者的数字活动正在逐渐恢复到新冠肺炎疫情前的水平，但他们对企业的期望却仍然和先前一样高。

## 线上活动逐渐恢复到疫情前的水平

新冠肺炎疫情在 2020 年引发的线上行为和支出的激增已趋于平稳，线上活动慢慢恢复到更接近疫情前的水平，但仍高于后者。

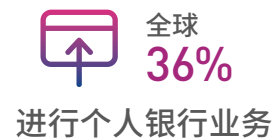
### 线上消费者活动



印度	42%	新加坡	36%
日本	35%	澳大利亚	38%



印度	40%	新加坡	42%
日本	42%	澳大利亚	35%



印度	37%	新加坡	36%
日本	39%	澳大利亚	33%



购买服装、电子产品或美容和健康产品

印度	39%	新加坡	34%
日本	27%	澳大利亚	33%



发送文本消息咨询服务

印度	42%	新加坡	41%
日本	8%	澳大利亚	27%

对经济复苏的乐观情绪有所上升，在四个亚太市场的调查中，近一半（49%）的受访者表示，他们的国内经济已经部分、大部分或完全恢复，占比较去年增长了近 6%。

### 消费者对疫情后国内经济复苏的信心

**完全恢复**

全球	5%
印度	12%
日本	1%
新加坡	2%
澳大利亚	4%

**大部分恢复**

全球	12%
印度	27%
日本	4%
新加坡	10%
澳大利亚	12%

**部分恢复**

全球	30%
印度	28%
日本	29%
新加坡	40%
澳大利亚	29%

**刚开始恢复**

全球	29%
印度	24%
日本	22%
新加坡	34%
澳大利亚	26%

**完全未恢复**

全球	24%
印度	9%
日本	44%
新加坡	14%
澳大利亚	29%

# 数字支付崛起，但安全问题迫在眉睫

手机钱包已经成为最受欢迎的数字支付形式，印度和新加坡的消费者使用频率最高。随着客户越来越依赖数字支付方式，人们对欺诈和安全的担忧依然居高不下。

## 消费者使用的支付方式

- 手机钱包
- 零售 APP
- 服务提供商支付 APP
- 支付专用二维码
- “先买后付” 的支付选项
- 基于订阅的支付选项

### 全球



### 印度



### 日本



### 新加坡



### 澳大利亚



## 消费者进行线上活动时最担忧的问题



全球  
**33%**

信用卡信息被盗

印度 40% 新加坡 45%  
日本 45% 澳大利亚 30%



全球  
**32%**

网络隐私安全

印度 50% 新加坡 42%  
日本 34% 澳大利亚 32%



全球  
**32%**

身份盗用

印度 37% 新加坡 40%  
日本 37% 澳大利亚 33%



全球  
**31%**

虚假/网络钓鱼邮件、  
留言或电话诈骗

印度 45% 新加坡 42%  
日本 37% 澳大利亚 31%



全球  
**24%**

虚假信息、新闻或广告

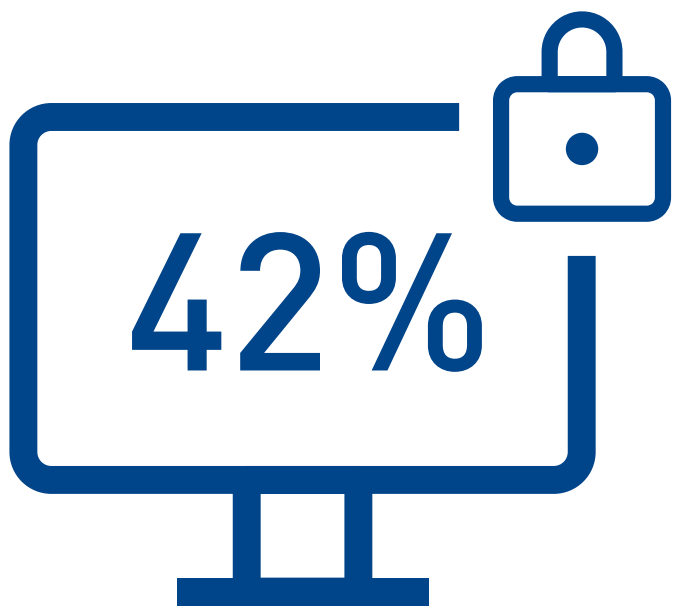
印度 38% 新加坡 32%  
日本 29% 澳大利亚 21%



全球  
**14%**

网络霸凌

印度 39% 新加坡 13%  
日本 12% 澳大利亚 10%



的全球消费者表示，自疫情爆发以来，他们对线上活动的担忧有所增加。



安全性和隐私性是全球消费者线上体验中最为重要的因素。在亚太地区，超过一半的消费者希望企业让他们知道自己的个人数据是如何被保护和存储的。

## 企业对客户旅程的关注

今年，提高数字化程度和加强移动/数字渠道的安全性已成为全球企业的头等优先事项。然而，许多企业正在努力筹集额外投资，以改善客户旅程，因为更多企业表示，他们需要更容易获得贷款和信贷服务。

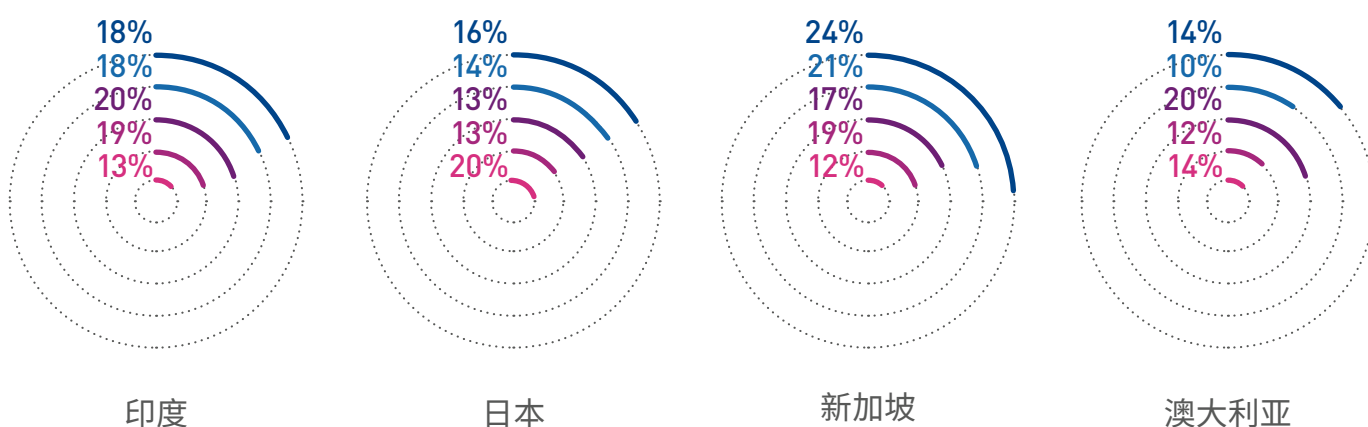


的企业希望投资于数字决策能力、人工智能、欺诈检测软件和先进分析，以更好地理解和保护他们的消费者。

## 企业的首要投资优先事项

- 提高数字化获客比例和数字化程度
- 加强移动/数字渠道的安全性
- 实施新的分析方法，建立新的人工智能模型，以改进客户决策
- 投资于技术和应用程序，以帮助整合远程工作人员
- 更好地理解客户（例如：价值，支付能力，行为）

全球 17% | 16% | 16% | 16% | 14%



## 企业新增的贷款或信贷申请量

没有增加		增加 1-3%		增加 4-6%		增加 7-9%	
全球	12%	全球	9%	全球	17%	全球	26%
印度	4%	印度	3%	印度	6%	印度	19%
日本	14%	日本	6%	日本	8%	日本	33%
新加坡	16%	新加坡	12%	新加坡	22%	新加坡	19%
澳大利亚	13%	澳大利亚	8%	澳大利亚	4%	澳大利亚	26%

增加 10-15%		增加 16-20%		增加 21-30%		增加超过 30%	
全球	20%	全球	11%	全球	4%	全球	3%
印度	42%	印度	14%	印度	3%	印度	8%
日本	26%	日本	11%	日本	2%	日本	0%
新加坡	19%	新加坡	10%	新加坡	2%	新加坡	0%
澳大利亚	21%	澳大利亚	13%	澳大利亚	2%	澳大利亚	2%

### 方法论

益博睿采访了全球 10 个国家的 3000 名消费者和 900 家企业，其中包括印度、日本、新加坡和澳大利亚等亚太国家，以揭示与消费者和企业的经济前景、财务状况、线上行为等相关的见解。该信息图基于 2021 年 9 月调查收集的数据而成。