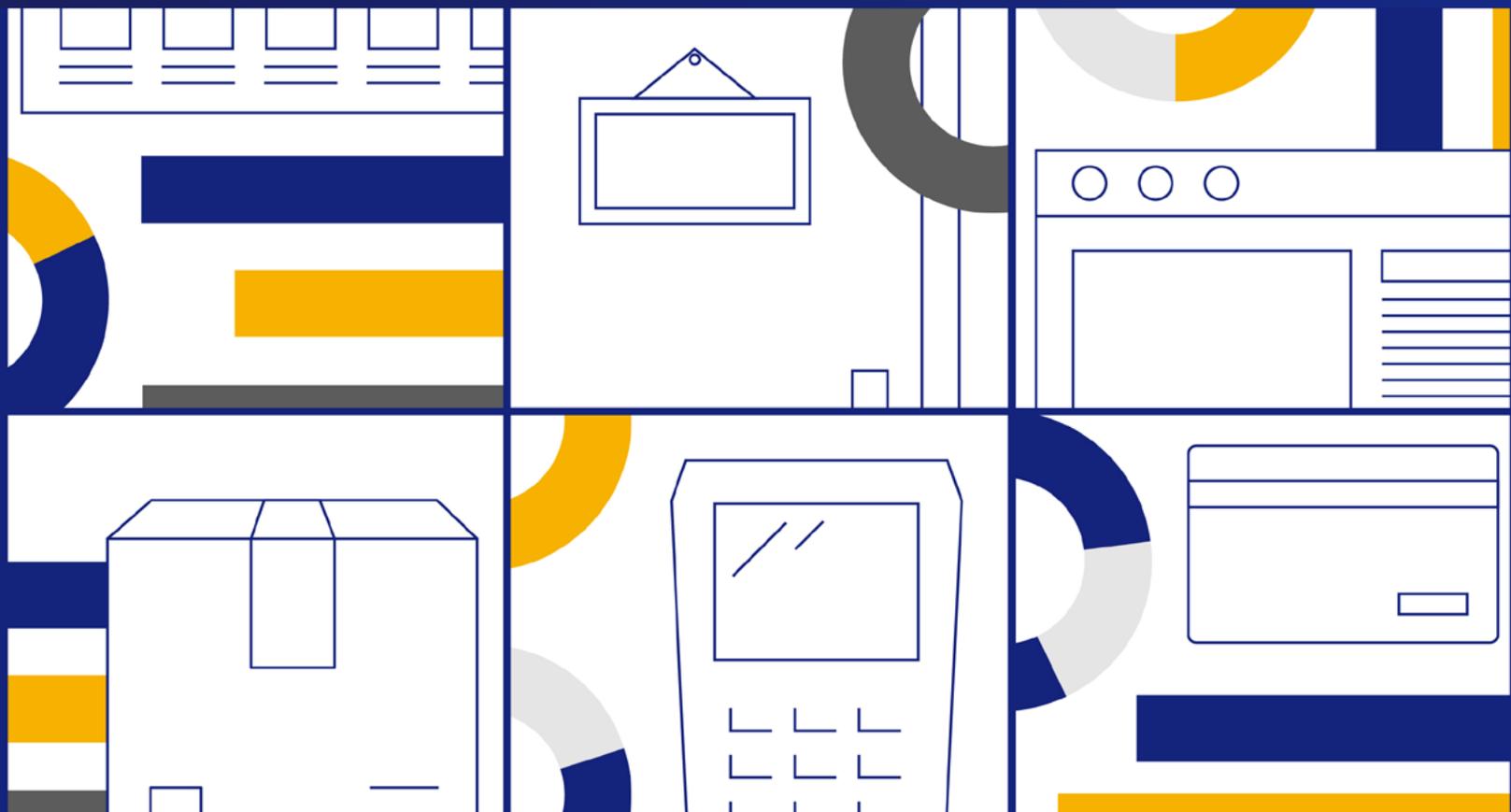


Visa 复工复产调研

Visa Back to Business Study

全球小微企业和消费者洞察

利用数字化和非接触式支付驱动新冠疫情下的经济复苏



VISA

目录

引言	全球小微企业和消费者洞察	3
	在新常态下向数字化和无接触转型	5
小微企业调研的发现	前进之路	7
消费者调研的发现	建立新习惯	11
各市场主要发现	巴西	15
	加拿大	16
	德国	17
	中国香港	18
	爱尔兰	19
	新加坡	20
	阿联酋	21
	美国	22
总结	创立和重建企业，走向更好的新常态	24
	Visa复工复产调研方法	25



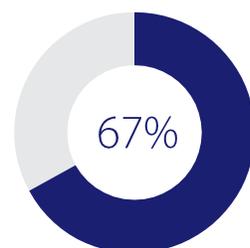
全球小微企业和 消费者洞察

Visa Back to Business调研总览

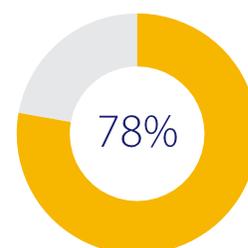
新冠疫情（COVID-19）影响了全球经济，以及各个国家和地区的居民。它改变了我们的生活和工作方式，影响了我们买什么、怎么买，也迫使数百万小微企业探寻新的经营方式。

为了更好地理解新冠疫情的影响，为小微企业提供有意义的解决方案，Visa近期调研了八个市场的小微企业主和消费者，发现巨大的变化正在发生。Visa 复工复产调研显示，自疫情爆发以来，超过三分之二（67%）的小微企业尝试新的方式维持经营，满足消费者正在转变的需求。即使面临空前的不确定性，75%的小微企业仍然对企业前景保持乐观。这一数字突显了全球小微企业希望通过切实举措维持经营的决心。

小微企业仍在继续适应这一巨大转变，同时调研发现，全球78%的消费者因为安全意识增强而改变购物时的支付方式。向“数字优先”转变，以及向非接触式支付等技术转变，催生了新一波消费趋势，并将对未来数年内的全球经济发展产生连锁效应。



自新冠疫情爆发以来，超过三分之二（67%）的小微企业尝试新的方式维持经营，满足消费者正在转变的需求。



全球78%的消费者因为安全意识增强而改变购物时的支付方式。

统计数据

Visa 复工复产调研方法



2000家小微企业



4500名消费者



8个市场

巴西、加拿大、德国、中国
香港、爱尔兰、新加坡、阿
联酋、美国

你知道吗？



全球90%的企业

全球90%的企业是小微企业¹



50-60%

小微企业对全球就业的贡献
为50-60%¹

小微企业需要也理应获得我们的全力支持，因为他们对当地社区和全球经济的贡献是不可低估的。在当前的环境下，帮助小微企业成功即需要为他们提供正确的工具、数据和业内洞察资讯，帮助他们经受住新冠疫情带来的财务冲击。Visa 复工复产调研意在指导小微企业利用调研结果揭示的趋势，同时帮助消费者了解如何支持全球小微企业这一至关重要的群体。

向“数字优先”转变，以及
向非接触式支付等技术转
变，催生了新一波消费趋
势，并将对未来数年内的全
球经济发展产生连锁效应。

¹来源：世界银行，<https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>

在新常态下转型数字化和无接触

洞察1



安全第一意味着无接触

在每个地区，非接触式支付都已成为从竞争中脱颖而出的驱动因素：近三分之二（63%）的消费者愿意选择提供非接触式支付选项的新商家。对于全球近半数的消费者（46%）而言，使用非接触式支付是商家应当采取的一项重要防疫措施。**近一半的人（48%）表示如果一家店铺只支持需要物理接触收银台或读卡器等公用设备的支付方式，那么他们不会选择在此消费。**

洞察2



收入和吸引顾客成为主要担忧

全球的小微企业主预估，在业务完全恢复正常之前还需要经历至少6到10个月的艰难时期。86%的人对企业未来一个月的经营状态有所担忧。他们眼下最大的担忧包括：收入缩水（52%）、吸引新顾客（46%）和被迫减薪（22%）。

洞察3



转向“数字优先”的理念

超过四分之一的小微企业（28%）已经尝试通过社交媒体投放定向广告，或者在网上销售产品或服务（27%）。另外有20%的小微企业采用了非接触式支付。三分之一（33%）的小微企业表示自新冠疫情爆发以来，他们已经减少或停止受理现金。与X世代（31%）和婴儿潮一代（21%）的小微企业主相比，千禧一代的小微企业主（41%）明显更倾向于减少或停止受理现金¹。

洞察4



小微企业的乐观态度与消费者的实际选择

尽管疫情下存在众多不确定性，75%的小微企业对未来仍保持乐观态度。全球71%的小微企业主表示他们获得了当地社区对复工复产的支持。要支撑这种高度乐观的态度，还需加强消费者对当地企业的支持：仅有9%的消费者表示只选择当地企业，而15%的人只选择较大的零售商，其余大部分人处于这两极之间，将这两类消费选择加以组合。

¹X世代指1965-1980年出生的人，婴儿潮一代指1946-1964年出生的人，千禧一代指1981-1996年出生的人。

“新冠疫情之下，消费者在购物时首先考虑防疫安全措施，也会选择同样重视防疫措施的企业。”

Suzan Kereere

Visa全球商户业务负责人

前进之路

小微企业调研的发现

四分之三（75%）的小微企业对企业前景持乐观态度，同时也对重新站稳脚跟，特别是恢复到疫情前收入水平所需的时间有很现实的预估。小微企业预估，在业务完全恢复正常之前平均需要七个月。千禧一代的小微企业主认为会更快恢复正常（6个月），而X世代和婴儿潮一代的预估分别为7个月和9个月。

主要担忧

新冠疫情引发的担忧仍然存在，除了需要考虑业务转型之外，小微企业在未来数周和数月还需面对其它重大挑战。**小微企业主未来一个月最大的担忧是无法达到疫情前的收入水平（52%），吸引新的顾客（46%）和被迫减薪（22%）。**

平衡各种挑战

几乎所有与新冠疫情相关的因素都存在不可预测性，这让依赖预测和预报的企业主感到非常不安。小微企业在经营中面临的最大挑战是消费者行为的转变（35%），平衡个人生活中的挑战和经营中的挑战（28%）以及保障员工的安全和健康（27%）。

小微企业在未来一个月的最大担忧

无法达到疫情前的收入水平

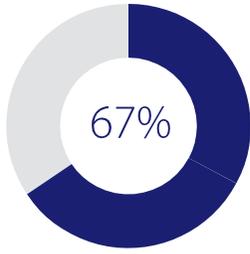


吸引新顾客

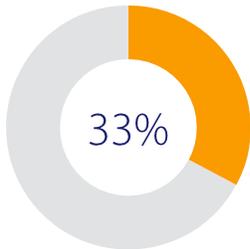


被迫减薪





自新冠疫情爆发以来，超过三分之二 (67%) 的小微企业尝试新的方式维持经营。



新冠疫情引发了全球各地对安全和卫生的高度关注，涉及现金支付的交易也面临更加严格的审视。三分之一 (33%) 的小微企业表示自新冠疫情爆发以来，他们已经减少或停止受理现金。



新冠疫情以来减少或停止受理现金的千禧一代小微企业主



新冠疫情以来减少或停止受理现金的X世代小微企业主



新冠疫情以来减少或停止受理现金的婴儿潮一代小微企业主

小微企业在行动

为了推进企业的复苏，小微企业发挥灵活敏捷的优势，响应当地民众快速变化的需求。自新冠疫情爆发以来，超过三分之二 (67%) 的小微企业尝试新的方式维持经营。超过四分之一 (28%) 的小微企业开始通过社交媒体投放定向广告，然后是在网上销售产品或服务 (27%)，支持手机支付或拍卡支付等非接触式支付方式 (20%)，以及提供送货上门 (20%)。

似曾相识

成立时间较短的小微企业更有可能认同“数字优先”的变化，因为它们与企业主在个人生活中的行为习惯十分相似。与X世代 (63%) 和婴儿潮一代 (40%) 的小微企业主相比，千禧一代的小微企业主 (84%) 明显更有可能尝试上述某一措施。

值得一试

公司规模越大，就越有可能尝试与当地社区的顾客维持联系。员工人数在11人及以上的公司明显更有可能在新冠疫情爆发后尝试新的举措 (90%)，相比之下，这一比例在员工数为6到10人的公司为74%，在规模为2到5人的公司为70%，在员工数为1人的公司为47%，在不雇佣其他人员的公司为36%。

提供更加安全的支付方式

放弃现金支付

新冠疫情引发了全球各地对安全和卫生的高度关注，涉及现金支付的交易也面临更加严格的审视。三分之一 (33%) 的小微企业表示自新冠疫情爆发以来，他们已经减少受理现金。

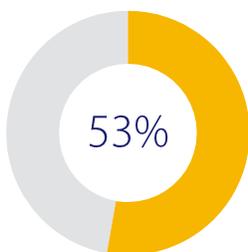
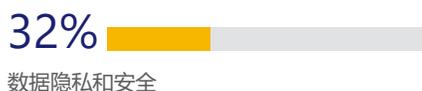
日渐盛行

多年来，年轻一代一直试图鼓励其他人尝试数字化和非接触式支付。而新冠疫情的防护工作加快了这一进程。与X世代 (31%) 和婴儿潮一代 (21%) 的小微企业主相比，千禧一代的小微企业主 (41%) 在新冠疫情爆发后明显更倾向于减少或停止受理现金。

日渐落后

小微企业应当考虑对业务作出更多改变，才能在当今的新常态下繁荣发展，特别是因为这种新常态与加速数字化相关。很多未发展网上业务的小微企业仍和疫情之前一样继续受理现金 (51%)。

对于转战线上的主要担忧：



超过半数 (53%) 的小微企业主有意选购欺诈管理解决工具或方案，在向数字商务和远程商务转型的过程中保护自身业务和防止顾客数据被盗。

理解疫情下的本地化响应

传递爱心

尽管小微企业继续受到新冠疫情的猛烈冲击，许多企业仍能站稳脚跟，在一定程度上这要归功于本地社区。事实上，有很大一部分 (71%) 的小微企业看到当地社区支持他们的生意，超过三分之一 (35%) 的小微企业表示当地社区“极为支持”或“非常支持”他们的生意。

数字化的顾虑

尽管生活在数字时代，许多小微企业并没有充分利用时代优势。他们更关注一些与大公司相关的问题。他们对于转战线上的主要担忧包括：数据隐私和安全 (32%)，其次是与顾客的情感连接减少 (31%)，以及需要投资建设数字基础设施 (28%)。大约四分之三 (74%) 的小微企业对转战线上有所顾虑。

商业举措

千禧一代的日常生活离不开数字化网络。但是他们并不一定会自然地选择让企业数字化。

与X世代 (74%) 和婴儿潮一代 (58%) 的小微企业主相比，超过五分之四 (82%) 的千禧一代小微企业明显更有可能对转战线上产生顾虑。

保持警惕

超过半数 (53%) 的小微企业主有意选购欺诈管理解决工具或方案，在向数字商务和远程商务转型的过程中保护自身业务和防止顾客数据被盗。

安全放心

以技术为导向的年轻小微企业更了解数据安全的价值。超过五分之三 (63%) 的千禧一代小微企业主有意购买欺诈管理工具或解决方案，在X世代和婴儿潮一代小微企业主中，这一比例分别为52%和36%。

71%的

小微企业主表示当地社区的支持对企业复苏至关重要。

建立 新习惯

消费者调研的发现

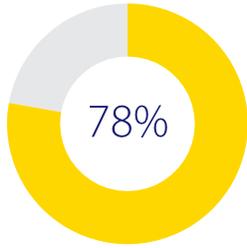
钱重要，还是健康重要？价格曾是影响消费决策的重要因素，而现在，消费者在购物时首先考虑防疫安全措施，也会选择同样重视防疫措施的企业。事实上，如果所有其它条件相同（价格、选品、位置），近三分之二（63%）的消费者会选择提供非接触式支付方式的新店铺。

从日常消费到大额支出，消费者希望以最为安全的方式完成交易。他们会改为选择的商家类型包括食品杂货店（46%）、加油站或便利店（31%）、服装店（31%）和电子产品或家用电器商店（26%）。

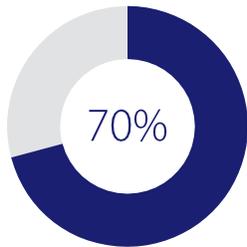
消费选择

对很多消费者来说，如果商家不能受理非接触式支付，商家就得不到他们的青睐。近半数（48%）的消费者表示，如果一家店铺只支持需要物理接触的收银台或读卡器等公用设备的支付方式，那么他们不会选择在此消费。

对很多消费者来说，如果商家不能受理非接触式支付的商家，就得不到他们的青睐。



近五分之四 (78%) 的消费者受新冠疫情影响, 改变了购物时的支付方式。



新冠疫情爆发以来, 大部分 (70%) 消费者首次使用新的购物或支付方式, 包括有26%的人在店内消费时使用一拍即付 (tap-to-pay) 技术。

无接触

非接触式支付将成为一种风气。与X世代 (44%) 和婴儿潮一代 (38%) 相比, 如果一家店铺只支持需要物理接触的支付方式, 超过半数的千禧一代消费者 (56%) 更有可能避免在此消费。

竭尽全力

消费者希望商家能够竭尽所能, 提供安全的购物体验。事实上, 消费者认为, 商家最应当采取的防疫安全措施包括在每位顾客结账后对结账区消毒 (49%), 以及使用非接触式支付方式 (46%)。

具有深远影响的快速转变

也许有一天, 消费者会再度看重价格, 但疫情的爆发和对安全的顾虑让他们突然开始关注商家的最佳实践。近五分之四 (78%) 的消费者受新冠疫情影响, 改变了购物时的支付方式, 包括尽可能选择网购 (49%), 使用非接触式支付 (48%) 和减少使用现金 (46%)。

新的行为

疫情的到来使得许多消费者利用科技解决购物的问题。大部分 (70%) 消费者首次使用新的购物或支付方式, 包括有26%的人在店内消费时使用“一拍即付” (tap-to-pay) 技术。其它变化包括在网上购买日常所需或居家用品 (34%), 点餐后在街边取餐 (28%), 在网上或使用手机购买 (25%)。

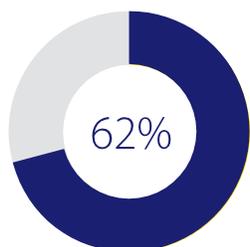
尝试新事物

年轻的消费者总是在寻找如何改善生活, 此次疫情为他们提供了尝试新事物的机会。与婴儿潮一代 (55%) 相比, 在疫情开始时, 很多千禧一代 (82%) 和X世代 (69%) 首次使用新的购物或支付方式。

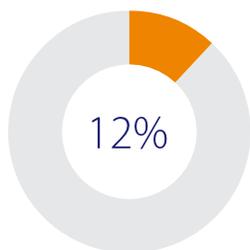
巩固习惯

在疫情之前, 消费者如果偏爱某种支付方式, 现在将更加依赖这些支付方式。就同一种支付方式来说, 自疫情爆发以来, 88%的人比今年初使用得更加频繁。最常提到的支付方式包括芯片卡刷卡或插卡 (40%)、非接触式支付 (39%) 和移动支付 (35%)。

在新冠疫情发生后选择使用其它支付方式的人中



超过五分之三 (62%) 的人减少使用现金。



八分之一 (12%) 的人彻底停止使用现金。

远离现金

强调控制病毒蔓延使得现金交易不再受欢迎。在新冠疫情发生后没有更频繁使用现金的人中，超过五分之三 (62%) 的人减少使用现金，八分之一 (12%) 的人彻底停止使用现金。

打破习惯

年长的消费者，也就是新冠病毒易感人群，将开始跟随年轻消费者的脚步。与婴儿潮一代 (56%) 相比，X世代 (66%) 和千禧一代 (64%) 的消费者使用现金的可能性更低。

从清洁开始

使用支付卡的消费者也没有放松防疫。在使用信用卡或借记卡的人群中，三分之二 (67%) 的人会采取措施保持支付卡的洁净，其中有33%的人会对支付卡消毒，23%的人在用卡时佩戴手套，22%的人用卡后用布或衣物擦拭卡片。

个性化和本地化的支持

消费者的安全健康是共识。很明显，在只能通过物理接触完成支付的商家消费的人 (82%)，比避免这类商家的人 (55%) 更有可能采取措施保持卡片洁净。

消费者对消费环境安全的顾虑为当地小微企业带来了商机，让他们可以与大型零售商同台竞争。自疫情爆发以来，四分之一 (25%) 的消费者主要在当地商家消费，十分之三 (30%) 的人同时在当地商家和大型零售商消费。

离家更近

新冠疫情还激发了一种社群意识，让消费者更愿意支持邻居和朋友。对大部分美国人来说，在当地商家消费的首要理由就是支持当地经济 (51%)。其它主要原因包括店铺更近或更方便 (48%)，价格更实惠 (27%)，服务更好 (24%)。

“

只有小微企业复苏，

全球经济才能复苏。”

Mary Kay Bowman

负责开发面向全球小微企业的Visa产品

巴西

小微企业调研报告发现

危机中的希望

巴西绝大多数（84%）的小微企业对未来发展持乐观态度，这一比例在全球为75%。近四分之三（73%）的巴西小微企业也发现当地社区支持他们的生意。

紧跟变化

与之相似，巴西绝大多数（84%）的小微企业在疫情爆发以后尝试新的方式维持经营，大大高于全球比例（67%）。他们采取的措施包括在网上销售商品或服务（50%，全球为27%），通过社交媒体投放定向广告（50%，全球为28%），提供送货上门（33%，全球为20%），以及支持手机支付或拍卡支付等非接触式支付方式（30%）。

主要担忧

巴西小微企业在未来一个月的最大担忧包括：

64%

吸引新顾客（全球为46%）

51%

不能维持疫情前的收入水平

23%

被迫停业（全球为17%）

18%

落后于更适应现状的竞争者

消费者调研报告发现

无接触是关键

四分之三（75%）的巴西消费者会选择支持非接支付的新商家，明显高于全球比例（63%）。事实上，近五分之三（57%）的巴西消费者认为使用非接支付是商家应当采取的一项重要防疫措施，明显高于全球数据（46%）。

在使用信用卡或借记卡的巴西消费者中，绝大部分人（87%）采取措施保持卡片洁净，明显高于全球数据（67%），包括使用消毒剂（32%），在不使用时隔离卡片（31%，全球为19%），或者在用卡后用布或衣服擦拭（26%）。

变化已在眼前

近四分之三（73%）的巴西消费者受新冠疫情影响，改变了购物时的支付方式：

56%

尽可能网购

43%

使用非接支付

42%

减少使用现金

加拿大

小微企业调研报告发现

保持乐观

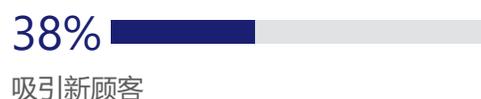
尽管疫情带来众多不确定性，近五分之四（77%）的加拿大小微企业对未来发展持乐观态度，有三分之二（67%）的企业主提到当地社区支持他们的生意。尽管态度乐观，加拿大小微企业估计业务完全恢复正常平均需要10个月，是所有调研中预估用时最长的市场。

转变措施

为了跟上消费者快速变化的需求，超过五分之二（44%）的加拿大小微企业在疫情爆发后尝试新的方式维持经营。此外超过四分之一（26%）的加拿大小微企业表示，自疫情爆发以来已经减少或停止受理现金。

主要担忧

加拿大小微企业在未来一个月的最大担忧包括：



消费者调研报告发现

无接触是关键

超过半数（51%）的加拿大消费者会选择配备非接触式支付系统的新商家。事实上，五分之二（40%）的加拿大消费者不会选择只能物理接触收银台或公用设备支付的商家。大部分加拿大消费者（54%）认为使用非接触式支付是商家应当采取的一项重要防疫措施。

新的购物方式崛起

一大部分（63%）加拿大消费者在疫情爆发后首次使用新的购物或支付方式，包括有三分之一（33%）的消费者使用“一拍即付”（tap to pay）技术，在全球这一比例为26%。

支持当地

加拿大人在当地商家消费的首要原因是：



其它原因包括商家距离更近或更方便

（36%），服务更好（26%），价格更实惠（17%）。

德国

小微企业调研报告发现

坚定信心

尽管疫情下存在众多不确定性，近四分之三（72%）的德国小微企业对未来的发展持乐观态度。但是他们估计业务完全恢复正常平均需要9个月，而在全球这一预估为7个月。在获取当地支持方面，近五分之二（38%）的德国小微企业表示当地社区支持他们的生意。

改变经营方式

近三分之一（32%）的德国小微企业在疫情爆发以后尝试新的方式维持经营。事实上，十分之一（10%）的德国小微企业在疫情爆发后首次在网上销售商品或服务，8%的企业开始通过社交媒体投放定向广告，8%的企业提供分期付款等其它支付解决方案，7%的企业申请了企业贷款，而6%的企业开始提供送货上门。

主要担忧

德国小微企业在未来一个月的最大担忧包括：

41% 

不能维持疫情前的收入水平

32% 

吸引新顾客

此外，只有约三分之一（34%）的德国小微企业有意选购欺诈管理工具或解决方案，在向数字商务和远程商务转型的过程中保护自身业务和防止顾客数据被盗，在全球这一比例为53%。

消费者调研报告发现

无接触是关键

近半数（49%）的德国消费者会改为选择配备非接触式支付系统的新商家。同样地，超过五分之二（44%）的德国消费者不会在只能物理接触收银台或公用设备支付的商家消费。德国消费者还认为，使用非接支付（38%）是商家应当采取的一项重要防疫措施。

新的购物方式立足

近半数（48%）的德国消费者自疫情爆发以来首次使用新的购物或支付方式，其中有近五分之一（16%）的消费者使用了“一拍即付”（tap to pay）技术。

中国香港

小微企业调研报告发现

坚定信心

尽管疫情下存在众多不确定性，超过五分之三（64%）的香港小微企业对未来的发展持乐观态度。尽管如此，他们估计业务完全恢复正常平均需要7个月。

改变经营方式

近十分之九（87%，全球为67%）的香港小微企业在疫情爆发以后尝试新的方式维持经营。超过五分之二（44%，全球为28%）的香港小微企业在疫情爆发后首次通过社交媒体投放定向广告，26%的企业开始支持各种非接支付，例如手机支付或拍卡支付。此外五分之二（40%，全球为33%）的香港小微企业表示，自疫情爆发以来已经减少或停止受理现金。

主要担忧

中国香港的小微企业在未来一个月的最大担忧包括：



消费者调研报告发现

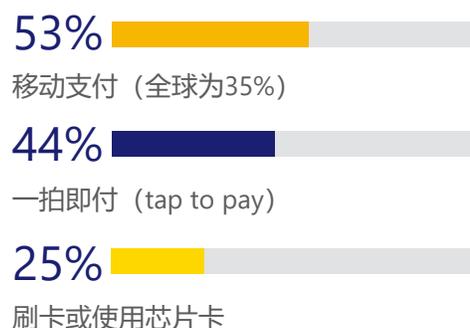
无接触是关键

近四分之三（73%，全球为63%）的香港消费者会改为选择配备非接触式支付系统的新商家。半数（50%）的香港消费者不会选择只能物理接触收银台或其它公用设备支付的商家。此外，香港消费者认为使用非接触式支付（46%）是商家应当采取的一项重要防疫措施。

新的购物和支付方式正在增加

近四分之三（74%）的香港消费者自疫情爆以来首次使用新的购物或支付方式，其中有超过五分之一（22%）的消费者使用了“一拍即付”（tap to pay）。

香港消费者表示，新冠疫情爆发后他们更加频繁使用以下支付方式：



爱尔兰

小微企业调研报告发现

危机中的一线希望

大多数（74%）爱尔兰小微企业对未来的发展持乐观态度，不过他们估计在业务完全恢复正常之前需要大约6个月。

紧跟变化

超过半数（64%）的爱尔兰小微企业在疫情爆发后改变策略，以维持经营，与全球趋势（67%）高度一致。四分之一（24%）的爱尔兰小微企业转向在网上销售商品和服务，并首次通过社交媒体投放定向广告，17%的企业提供送货上门，16%的企业开始支持其它支付解决方案，例如分期付款。三分之一（31%）的爱尔兰小微企业自疫情爆发以来已经减少或停止受理现金。

关键的商业挑战

73%  大部分（73%）的爱尔兰小微企业对建立或扩大网络知名度抱有担忧，32%的企业主表示与顾客的情感连接减少是一个关键因素。

在业务运营方面，爱尔兰小微企业目前面临的最大挑战包括转变消费者行为（34%），平衡个人生活和工作（26%），市场营销和商机开发（24%），以及保障员工的健康和安全（23%）。

消费者调研报告发现

无接触是关键

受疫情影响，几乎所有（92%）的爱尔兰消费者都改变了购物时的支付方式。值得注意的是，爱尔兰消费者主要提到改为使用非接支付方式（73%），此外还有尽可能减少使用现金（63%）和只在网上购物（53%）。超过半数（57%）的爱尔兰消费者会选择提供非接触式支付的新商家，略低于全球比例（63%）。事实上，超过半数（55%）的爱尔兰消费者认为非接支付是商家应当采取的一项重要防疫措施。

在小微企业消费

爱尔兰消费者在当地企业消费的首要原因是：

63%  支持当地经济（全球为51%）

其它原因包括便利（50%）、服务更好（26%）以及熟悉企业主（19%）。

新加坡

小微企业调研报告发现

危机中的一线希望

超过半数（57%）的新加坡小微企业对未来的发展持乐观态度，不过他们估计在业务完全恢复正常之前需要大约6个月。

紧跟变化

近四分之三（72%）的新加坡小微企业在疫情爆发后改变策略，以维持经营，高于全球均值（67%）。30%的企业改为在网上销售商品和服务，25%的企业提供送货上门。近半数（46%）的小微企业表示在疫情爆发后已经减少或停止受理现金，在全球这一比例为33%。

关键的商业挑战

83% 新加坡大多数（83%）的小微企业对建立或扩大网络知名度有所担忧，他们担心数据隐私和安全（37%），需要投资建设数字基础设施（35%），与消费者的情感连接减少（30%）以及缺乏对新技术的了解（27%）。短期来看，58%的企业担忧无法维持疫情前的收入水平，而21%的企业主表示如果可以实时获取现金流，他们就能支撑到今年末。

消费者调研报告发现

无接触是关键

超过五分之二（43%）的新加坡消费者认为非接触式支付是新冠疫情下商家应当采取的一项重要防疫安全措施。事实上，大部分新加坡消费者（86%）已经改变了购物时的支付方式，在全球这一比例为78%。80%的新加坡人首次使用新的购物或支付方式。

三分之二（67%）的人表示会选择配备非接触式支付系统的新商家。在新冠疫情爆发后没有更频繁使用现金的消费者中，超过三分之二的人（70%）减少使用现金。

支持社会公正

38% 近五分之二（38%）的新加坡消费者会支持向倡导社会公正的机构捐款的企业，这一比例在（70%）新加坡千禧一代中为70%，在X世代和婴儿潮一代中这一比例分别是43%和45%。

阿联酋

小微企业调研报告发现

危机中的一线希望

几乎所有（94%，全球为67%）的阿联酋小微企业都对未来的发展持乐观态度，并估计业务完全恢复正常需要大约6个月。

紧跟变化

面临变化，阿联酋的小微企业展现出了极大的转变意愿。事实上，94%的阿联酋小微企业在疫情爆发后改变策略，以维持经营，在全球这一比例为67%。超过五分之二（44%，全球为20%）的企业在疫情爆发后首次支持非接触式支付。此外，近五分之三（59%，全球为33%）的阿联酋小微企业表示，在疫情发生后已经减少或停止受理现金。

关键的商业挑战

尽管这些企业十分愿意适应新趋势，对数字化的顾虑仍然存在。阿联酋小微企业在以下方面有所担忧：

92% 

将业务转向线上（全球为74%）。

首要担忧是：

48% 

数据隐私和安全（全球为32%）

经营方面，阿联酋的小微企业最担忧的是保障员工的健康和安全（48%，全球为27%）。

消费者调研报告发现

无接触是关键

几乎所有（90%，全球为63%）的阿联酋消费者都会选择配备非接触式支付系统的新商家。事实上，近四分之三（72%，全球为48%）的阿联酋消费者不会在只能物理接触收银台或其它公用设备完成支付的商家消费。

受疫情影响，几乎所有（90%，全球为78%）的阿联酋消费者都已改变购物时的支付方式，主要包括尽可能只在网上购物（59%），使用非接触式支付（52%）和减少使用现金（40%）。

98% 

在使用信用卡或借记卡的人群中，近十分之九（98%）的人采取措施保持支付卡洁净。

支持社会公正

超过半数（53%，全球为39%）的阿联酋消费者有计划支持向倡导社会公正的机构捐款的企业。

美国

小微企业调研报告发现

危机中的一线希望

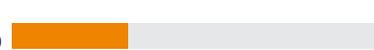
美国很大一部分（82%）的小微企业对未来的发展持乐观态度，高于全球比例（75%）。此外，超过四分之一（28%）的小微企业“极其乐观”，在全球这一比例只有14%。美国小微企业估计业务完全恢复正常需要大约7个月。

紧跟变化

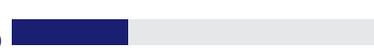
新冠疫情爆发以来，五分之三（60%，全球为67%）的美国小微企业调整策略，以维持经营。近四分之一（23%）的企业通过社交媒体投放定向广告，20%的企业提供其它支付解决方案，18%的企业申请了企业贷款。

数字化进程

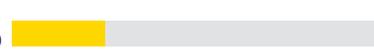
在将业务转向线上方面，美国小微企业最主要的担忧是：

28% 

数据隐私和安全

28% 

与消费者的情感连接减少

23% 

需投资建设数字基础设施

近四分之一（23%）的美国小微企业已经购买了欺诈管理工具或解决方案，在全球这一比例只有13%。

消费者调研报告发现

无接触是关键

超过半数（54%）的美国消费者会选择配备非接支付系统的新商家。具体来说，与X世代（56%）和婴儿潮一代（31%）相比，千禧一代的消费者更有可能作出这一改变（72%）。事实上，大部分（70%）美国消费者受疫情影响，已经改变了购物时的支付方式，包括只在网上购物（45%），减少使用现金（35%），尽可能使用非接支付（33%）。

在小微企业消费

近五分之三（57%）的美国人表示在当地商家消费的首要原因是支持当地经济，高于全球比例（51%）。

支持社会公正

与年长的世代相比，美国的年轻人更有可能支持响应社会不公正抗议的企业或行动。

75% 

千禧一代

54% 

X世代

32% 

婴儿潮一代

“
Visa助力全球小微
企业重新构想顾客的
支付体验。”

Kevin Phalen

负责为Visa客户提供所需工具，
帮助他们的顾客迈向成功



创立和重建企业， 走向更好的新常态

Visa复工复产调研是Visa扶持小微企业系列行动中的一项最新举措。Visa通过这些行动计划，为小微企业提供所需的工具和资源，帮助他们重建或者创立更加强大的企业。其中包括承诺扶持全球5000万家小微企业，帮助当地社区从疫情中恢复。此次调研的结果是Visa使命的延伸：Visa提供多种因地制宜的计划、解决方案和洞察资讯，帮助小微企业受理数字支付，发展线上业务，激励当地民众予以支持，从而提高企业效率和创收。

从承诺支持全球5000万家小微企业（包括1000万家亚太区小微企业）数字化，到通过IFundWomen拨款计划扶持黑人女性经营的美国小微企业，Visa已提供多种面向小微企业的扶持计划和解决方案。

Visa致力于支持全球5000万家小微企业的数字化转型，并开展一系列扶持计划。



Visa 复工复产调研方法

Visa 复工复产调研由Wakefield Research研究机构负责实施，于2020年6月18日至6月29日对美国、巴西、加拿大、德国、中国香港、爱尔兰、新加坡和阿联酋每个市场各250家小微企业（员工数为100人或以下）的所有者展开调研。消费者调研的部分由Wakefield Research研究机构在2020年6月12日至6月29日间开展，调研对象为美国的1000名18岁以上的成年人，以及巴西、加拿大、德国、中国香港、爱尔兰、新加坡和阿联酋每个市场各500名18岁以上的成年人。所得数据经过加权处理，确保能够准确反映各市场内18岁以上成年人的整体特征。