

2022 年重塑零售业 报告

支付领域如何造就商业未来



新冠疫情无疑是一种强力催化剂，让人们的购物和支付方式发生了翻天覆地的变化。随着大众对健康和安全的日益关注，外加政府“居家隔离”规定的推出，创新和数字化转型的步伐也随之加快。

在过去的几年里，前所未有的混乱为真正的全球零售生态系统铺平了道路，同时也带来了各种机遇和挑战。最近的创新热潮形式多样，主动使用电子商务网站和应用程序的人也越来越多。各渠道皆群起而响应，纷纷开始部署非接触式支付系统，同时还增加了送货和取货选项。此外，市场也已经开始使用和推广自助服务和自助结账。

正如我们最近与 Pymnts.com 合作发布的[全球数字购物指数](#)所揭示的那样，我们已经进入真正的移动购物时代。如今，全球各地的人们都离不开移动设备，所有人都会通过移动端浏览信息、购物和付款。

在本报告中，我们将回顾零售业近期发生的变化，并探讨这些变化如何帮助企业释放价值，改善整体客户体验。无论您是电子商务界的领头羊，还是传统的实体企业，都能够从中获得启发，了解如何以支付领域的变化为契机，在不断变化的新环境中实现茁壮成长。



体验的价值



在大数据时代，“零售就是细节 (retail is detail)” 这句老话显得意义非凡。

根据客户数据定制的专属服务是一个能够有效带动销售的强大工具，尤其是在数字世界，它还能够提供种种提高转化率的机会。



除了增加销售之外，大众希望商家能够根据客户需求定制商品、服务和体验，这一需求促使市场不断向个性化服务转变，随着第三方 Cookie 支持的消逝，这一点变得尤为重要。

虽然 Cookie 时代的逝去对于想要保护个人隐私的日常消费者来说具有积极意义，但这给希望全面了解客户的零售商们带来了重重挑战。

无论是零售商网站上的调查、测验，还是弹出式窗口，我们都发现平台收集了细节更具体、地点更特定的数据，并且全部是将其用于推动应用程序和店内的媒体体验和全新活动，这一点十分有趣。¹个性化服务在重塑实体店方面无疑将发挥重要的作用，这些实体店更可能会成为体验中心，而非单纯的分销中心。²

¹信息来源：2022 年的五个“未来门店”趋势；Edge by Ascential（2021 年 12 月）。

²信息来源：2040 商业展望：区域性探索未来门店；欧睿 Passport 数据库（2021 年 10 月）。



全方位了解您的客户

连接客户数据、支付和网络令牌，为商家提供一个统一的专有网络令牌。这样商家就能全方位了解客户在各大渠道的购买行为和付款时所用的卡片类型。

在吸纳了专有令牌提供的改进建议后，零售商能够通过广告、折扣选项和支付选项为客户打造增强的线上和线下体验，提升客户对品牌的忠诚度和信心。

主要优势：

1. 查看客户在各大渠道的购买行为和付款时所用的卡片类型。这些洞见能够帮助零售商与客户建立超越交易本身的长期关系，并在各个渠道打造更加个性化的优惠、购物和支付选项。
2. 这不仅可以连接所有银行卡类型和发卡机构提供的数据，还涵盖了电子支票、ACH 和其他借记卡产品等替代性支付方式。
3. 集中和精简所有独立令牌的管理，通过节省时间和资源，帮助零售商简单轻松地管理生命周期。

优质的零售体验自然不会止步于个性化服务。只有在每个触点均起效的情况下，客户旅程才会畅通无阻，因此零售商应该将更多目光投向端到端管理，包括结账、物流和售后服务，这样方能保护自家品牌，保持或增加市场份额。在新冠疫情期间，各行各业的实体零售商效仿直营商家的运营方式，改善其电商服务体验，希望也能像后者那样大获成功。

例如，在杂货和餐饮业，本地化思维如今是有效的全渠道战略的一个重要组成部分。产品快速送达已然成为众商家争相角逐的一项重要服务指标，如今许多消费者对物流的期待越来越高，甚至希望产品能够在短短 30 分钟内送达。³

“只有在每个触点均起效的情况下，客户旅程才会畅通无阻。”



让客户选择自己喜欢的支付方式

流畅的支付直接而方便，能够有效提升客户体验。

支持商家提供首选本地支付方式的支付网关是助推商家脱颖而出的关键。

如果能够为客户提供首选的支付方式，企业将能够在竞争中抢占先机。

主要优势：

1. 通过单一集成全方位利用支付服务堆栈，获取其他支付功能和解决方案，灵活连接至您选择的合作伙伴，随时随地都能增加或删除支付选项或收单机构。
2. 能够扩展您的全球足迹，同时通过智能手段将支付导向收款率最高的收单机构，提高收款成功率。

³ “未来餐厅提前到来”，德勤，2020 年

新渠道，新机遇



数字世界的影响和它给日常生活带来的便利往往被人们视为一种本应如此的存在。但其所产生的影响其实是变革性的。

虽说数字购物并非新兴概念，但在新冠疫情期间，线上购物的热度明显攀升，其中有些消费者是首次尝试线上购物，而社交媒体的崛起促进了社群的发展，从而为品牌提供了一个以前所未有的速度实现扩张的机会。



零售商准备拓宽全渠道战略，尝试将更有创意的点子与直播带货相结合，激发消费者的购物热情，开辟新的购买机会。

线上主题活动有望为商家带来新的营收机会，综合直播购物活动已在全球范围内悄然成风。我们发现现场活动也越来越多，因为商家努力想让消费者回归线下购物。⁴

IDC 的最新研究显示，到 2023 年，40% 的零售商将会在商务平台上添加直播功能，从而大幅提高电子商务转换率。

“在实体门店体验中融入移动和数字功能的商家更让消费者满意。”⁵

⁴ 信息来源：IDC FutureScape：2022 年全球零售业预测；IDC（2021 年 10 月）

⁵ 信息来源：PYMNTS & Cybersource 2022 年全球数字购物指数



零售商面临着加快创新步伐的压力：随着消费者期望的转变，那些行动迟缓或在其旧有数字渠道上尝试直播带货的商家可能会落于人后。

由于抱着移动和数字技术先行心态的消费者越来越多，社交媒体逐渐被视为一种销售渠道也就不足为奇了。

Instagram 和 Facebook 都推出了直播销售功能，而 TikTok 预计将以更强大、更深刻的算法彰显其影响力。⁶

因此，零售商需要记住一个核心要点，即在数字平台上活跃起来比建立电商网站要重要得多。为了获得全渠道运营的成功，商家还要吸引线上消费者，为他们提供更多支付选项。



根据客户期望打造数字体验

在移动购物和社交媒体强劲的发展势头下，零售商急需引入新技术，在多个技术平台上让客户眼前一亮，并扩大其在数字世界的影响力，这一点至关重要。同时，当零售商在数字业务运营过程中接受线上支付选项时，必须在确保数据安全性和缩小 PCI DSS 合规范围之间取得平衡。

零售商逐渐着眼于未来，希望能够统一并整合结账流程，通过托管的支付解决方案和嵌入式支付页面，简化引入 Click to Pay、Google Pay 和 Apple Pay 等数字支付方式的流程。

主要优势：

1. 在接受和处理数字支付时，尽可能地提升数据安全性并缩小 PCI DSS 合规范围。
2. 在网站和本地应用程序中快速添加数字支付方式，简化收款流程，加速进入市场。
3. 简化所有渠道和设备的安全和无缝支付体验整合流程。

零售商只有根据市场变化不断调整所提供的支付方式，方能通过数字渠道为客户提供全新的购物体验。先买后付 (BNPL) 是该行业发展势头强劲的一种支付方式，预计到 2026 年，以此方式完成的全球电商实物商品交易将能占到总价值的 24% 以上。以 BNPL 方式完成的全球电商实物商品交易将能占到总价值的 24% 以上，而在 2021 年，这一比例仅为 9%。⁷ 很明显，零售商要想跟上灵活支付需求的增长步伐，选对支付合作伙伴至关重要。

电子商务的发展和新冠疫情带来的工作模式转变也推动了预设支付服务的蓬勃发展。在一些国家，预设支付服务的规模在 2017 年至 2020 年期间翻了一番，餐饮食谱套餐零售商的业务激增。⁸

预设支付服务本身的性质意味着零售商能够更好地培养客户的忠诚度，通过连续支付相同的价格，他们能够持续获得定期提供的服务。



处理世界各地的预设支付

零售商希望处理来自全球各地的定期交易，包括预设支付和分期付款。

使用预设支付 ID 来避免银行卡的敏感数据，零售商便能通过所有主流支付卡和地区特有卡收取多币种的定期付款。

主要优势：

1. 提供灵活、一致和可预测的支付方式。
2. 简化预设支付管理，推动增长，减少客户流失，提升客户留存率。
3. 简化可预测收入的确定流程。

⁷ 信息来源：电商市场支付情况：2022 - 2026 年的新机遇、供应商战略和市场预测；Juniper Research (2022 年 1 月)

⁸ 后疫情时代的英国零售业：5 个颠覆性趋势及其对零售商的影响；Insider Intelligence (2021 年 11 月)

线上和线下逐渐合为一体。

尽管诸多迹象和技术表明零售生态系统正逐渐走向碎片化，但也有一个强力的反向趋势：智能手机在整个客户旅程中的重要性日益增加。线上和线下门店也开始相互融合，因此数字平台和实体店之间的区别通常已不再适用。

我们最新的全球研究显示，2022 年有 34.3% 的消费者使用智能手机来提升其在门店的购物体验。⁹ 如今，精通移动技术的消费者可能不再需要与店内的销售人员直接互动。他们只需轻轻一点即可从移动端获取所有需要的信息，价格、库存和折扣券应有尽有。

当然，支付也逐渐转向智能手机。

“如今，精通移动技术的消费者可能不再需要与店内的销售人员直接互动。”



鉴于智能手机在现代购物体验中的核心地位，我们的研究表明，59% 的商家现在都会提供跨渠道的数字体验，甚至门店也不例外，这一点也就不足为奇了。¹⁰

智能手机已然成为全渠道顺畅购物的强力推动者，有远见的零售商无疑能够敏锐地察觉到这一点。

“我们的研究表明，59% 的商家现在都会提供跨渠道的数字体验，甚至门店也不例外，这一点也就不足为奇了。”¹⁰



面面俱到的线下付款支持

主要优势：

1. 通过将移动技术（如智能手机、平板电脑和其他个人购物解决方案）变为快速安全的销售点来实施创新。
2. 在提升安全性的同时顺利实现线上和线下收款，包括借记卡、信用卡和数字钱包，如 Apple Pay、PayPal 和 Click to Pay。



实时更新客户支付数据

主要优势：

1. 实时更新数字档案中存储的客户支付信息，减少付款失败次数，提高客户留存率。
2. 自动更新可接受的 Visa 卡、万事达卡和美国运通卡，缓解因信用卡拒绝授权而导致支付和定期账单处理不顺畅的情况，确保实现持续营收。

全方位防范欺诈



全渠道运营以激动人心的速度飞速发展，给商家带来了巨大的商机，但风险也会随之而来。市场的不断变化意味着支付业的专业人士们需要竭尽全力迎头赶上。在一项调查中，26%的受访者表示难以与现有系统整合，23%的受访者认为缺乏内部资源，在实施全渠道战略时遇到重重挑战。¹¹ 零售商需要评估每个新支付渠道的相关风险，制定一系列最佳规则，在安全和验证方面更是不容疏忽。

¹¹ 信息来源：行业之声：零售业；欧睿 Passport 数据库（2021年12月）





接受更多真实支付，增加收入

为零售商提供反欺诈工具、深刻的数据洞见和前沿的情报信息，帮助他们在进军新市场或跨渠道的过程中不断优化反欺诈策略。有了接受更多真实支付的能力，品牌便能集中精力改善客户体验，增加收入。

零售商如何优化反欺诈策略？

1. 可提供丰富洞察的机器学习：

利用先进的机器学习技术、从 Cybersource 和 Visa 每年在全球处理 1410 多亿笔¹²交易中获取的洞察和多项验证测试，可自动评估每笔交易的风险并生成更加准确的分数。

2. 定制化解决方案：

可快速创建基于渠道、国家/地区或产品线的定制化业务规则，并可

针对特定时间和事件（如营销促销和旺季）激活特殊风险规则，且无需任何 IT 干预。

3. 测试防风险策略：

在新的反欺诈规则和策略出台前进行测试和比较。寻找能够快速、安全和准确地尝试新策略的功能，从而让您放心地将其应用到生产环境中。

4. 集成化面板：

利用灵活的案例管理系统，您能够查看更多案例，做出更快、更准确的决策，快速识别回头客，并将个别案例转化为宝贵的知识积累。



探索适合您的灵活服务选项

结合前沿的人工智能技术与敏锐的人类洞察。

利用先进的机器学习模型和数十亿全球交易的数据情报，监控、分析和应对最新的支付风险。

结论：探索企业发展新机遇



全球支付处理服务的发展迅速且深远，现代零售商得以接受来自世界各地的付款。

在创新技术的推动下，零售商开始将眼光投向未来：在无缝衔接的全渠道世界中，线上和线下彼此孤立，支付流程摩擦不断的时代已成为过去。



要想在新环境中繁荣发展，了解客户势在必行，全面把握不断发展的新购物环境和支付方式也同样重要。零售商不再是孤军奋战。

凭借数字支付创新，客户能够随心付款，这无疑会给未来带来巨大的商机。但零售商也不应该忽视有效的反欺诈策略，并且还要以更高的灵活性和洞察力为基础。

零售商正日益追求更简单的支付方式，并怀着兴奋的心情通过快速、单一且安全的连接为数字支付做好周全的准备。但为了实现这一目标，他们需要模块化的服务，以及由企业、开发商、收单机构、解决方案集成商和技术合作伙伴组成的独特生态系统来提供必要的灵活性，从而能够为客户设计量身定制的体验，无缝嵌入各种支付方式。

您准备好迎接未来了吗？



为何选择 Cybersource?

在 Cybersource，我们相信敏捷性是在当今不断变化的世界中取得成功的关键。我们会帮助您以自己的方式制定和调整支付解决方案，从而始终保持领先。

与数千家 Cybersource 合作企业为伍，确保简单安全的支付流程，告别复杂的支付方式，一起拥抱更流畅的体验与更好的业务未来。

请访问 [Cybersource.com](https://www.cybersource.com) 了解更多详情。

随心支付

案例研究、比较、统计数据、研究和建议事项均依照“原样”呈现，仅供参考之用，不得用于经营、营销、法律、技术、税务、财务或其他领域。Cybersource 既不对本文件中信息的完整性或准确性作出任何保证或陈述，也不对因依赖此类信息而可能导致的任何后果承担任何责任。本文所含信息并非作为投资或法律建议，鼓励读者在需要此类建议时征求合格专业人士的意见。

14 <https://www.cybersource.com/en-us/solutions/product-catalog/share/index.html> (2022 年 7 月 25 日) 15 数据基于 Cybersource 和 Authorize.net 的客户数据和 Cybersource 销售和营销数据进行计算和验证，数据来自 2020 日历年仍在使用中并在当年内计费的主账户。使用中的客户通过日历年最后一个月使用中的账户 ID 的独特计数方式计算。16 Cybersource 企业平台的正常运行时间以 2020 年 10 月 1 日到 2021 年 9 月 30 日为准。注：除非另有说明，否则数据是由 Tableau Server 的内部实例测量和验证的 2020 年统计数据，以 Cybersource 客户的销售和营销数据为基础，以 2020 日历年仍在使用中并在当年内计费的主账户为准。17 表示使用 Decision Manager 拒绝的欺诈性交易的价值。

满足所有支付需求的单一平台

48.5 万+

家企业在我们的帮助下收款和防御欺诈交易。^{14 15}

190+

在 190 多个国家和地区收款。¹⁴

1410 亿

从 Visa 和 Cybersource 每年在全球处理的价值 1410 亿的交易中获取洞察，助力我们打击欺诈。¹⁴

99.9968%

正常运行时间，每秒可完成 5000 多笔全球支付。^{14 16}

126 亿美元

2020 年杜绝的欺诈性交易额。^{14 17}

50 亿+

全球各地用于确保敏感支付数据安全性的 Cybersource 令牌数。¹⁴