

# 重塑 零售业



# 电商在东盟必将增长

## 人口统计数据利好

持续的城市化进程和二线城市增长

## 收入水平提高

亚洲的中收入阶层崛起

## 地缘政治关系转变

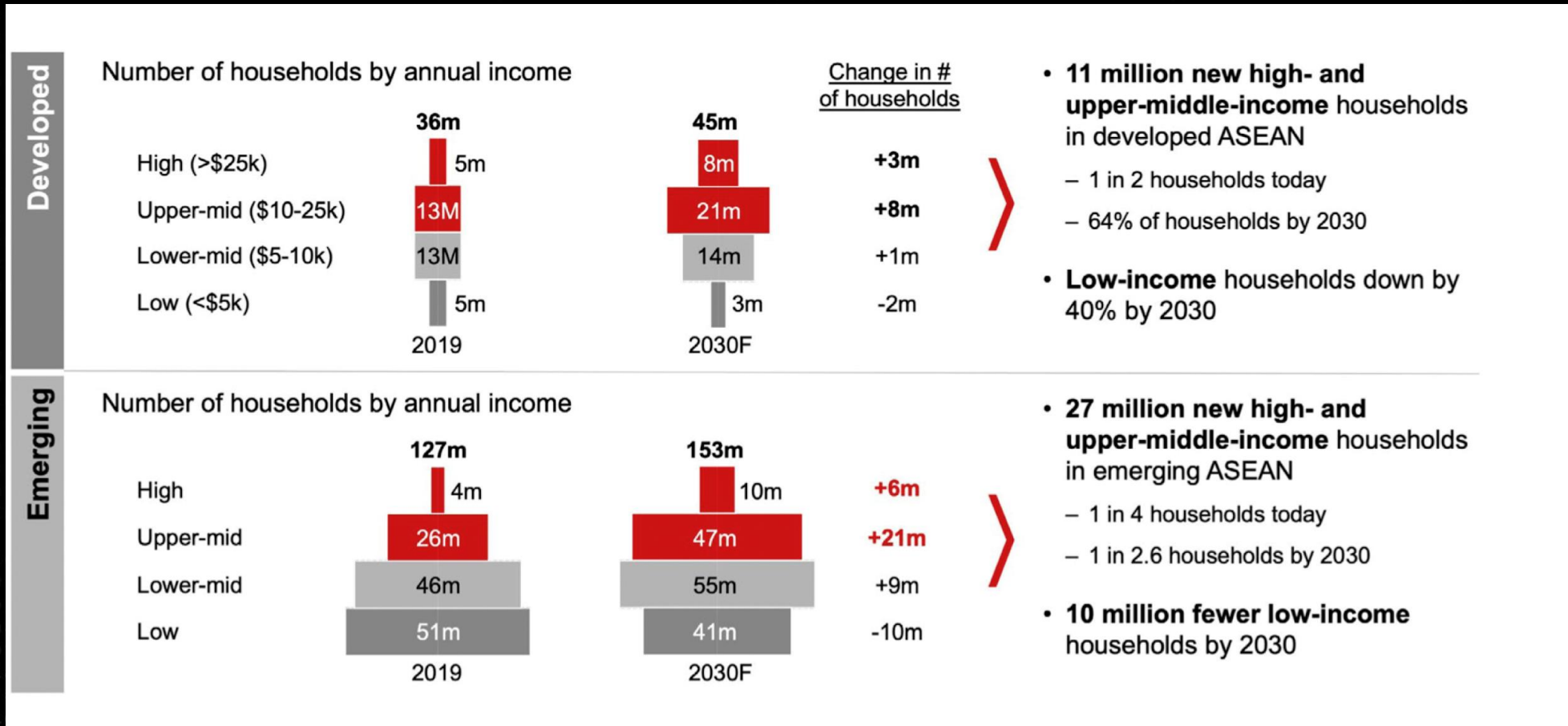
东盟已成外国投资一大目的地

## 电子商务将借数字技术东风扶摇直上



机密

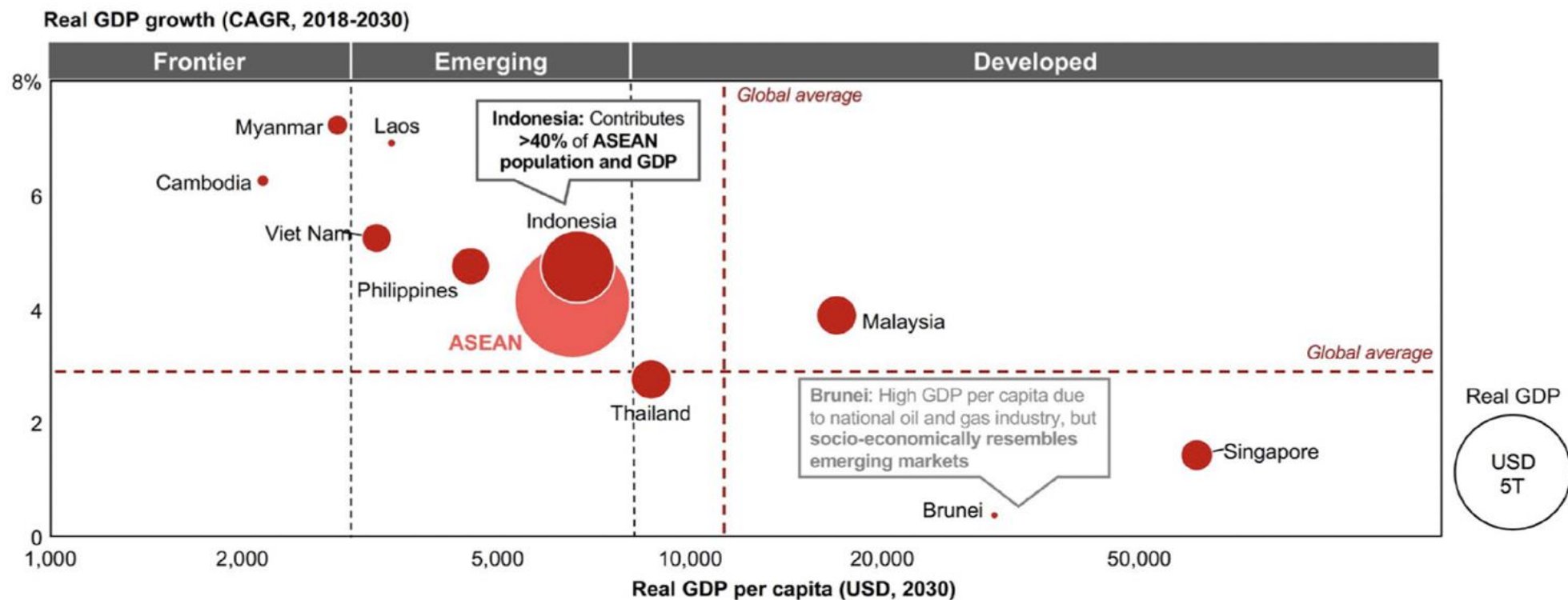
# 收入水平的提高推动了电子商务的增长



资料来源: 世界经济论坛

# 印尼是东盟经济增长的主要驱动力。

Figure 4: ASEAN economies by projected real GDP growth and real GDP per capita



资料来源:《经济学家》资料处(实际国内生产总值):惠誉连接(人口)

2021年新增 4000 万互联网用户，  
东南亚的互联网普及率达到了 75%

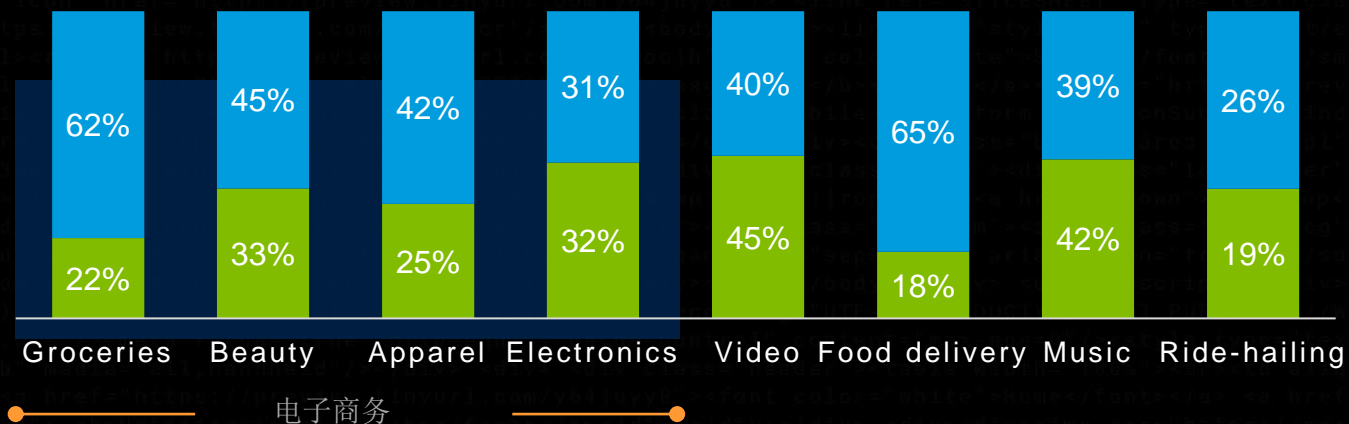
这些用户中十位中有八位曾在网上  
购物至少一次

# 从2020年3月到2021年2月 客户在国际电子商务上的支出增长了30%

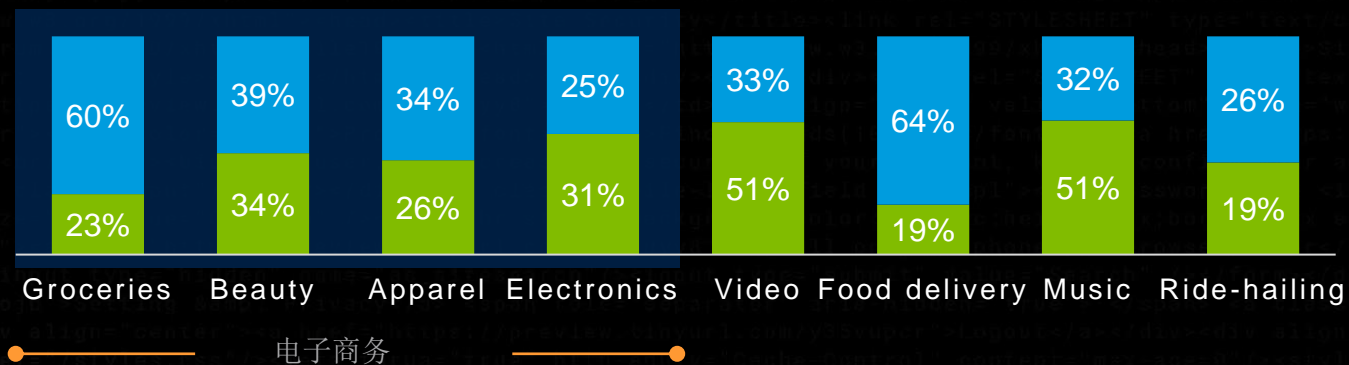
资料来源：万事达卡

# 东盟的机遇在于食品配送、百货和美妆。

与COVID之前相比，按使用频率变化方式划分的用户百分比



按支出方式划分的用户百分比已更改  
与前COVID相比

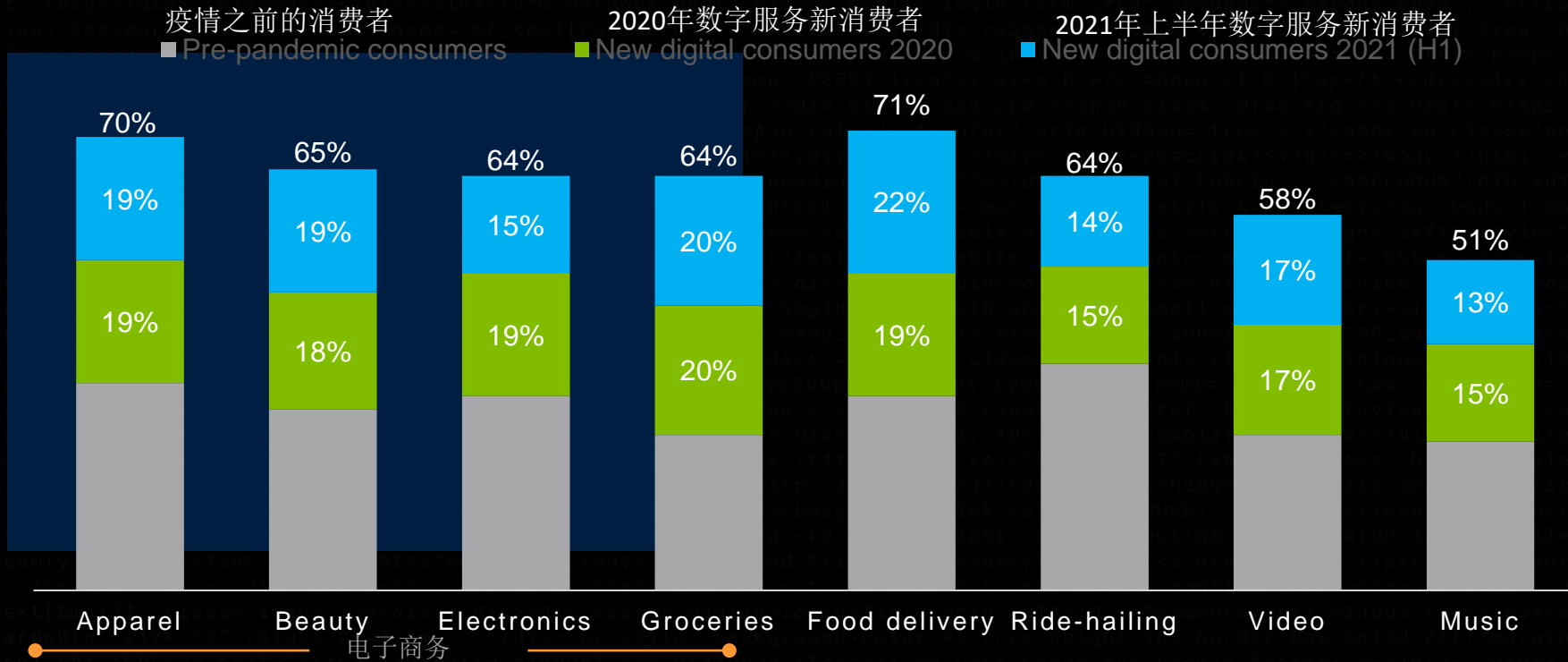


来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》

# 消费电子产品和服装类的在线渗透率最高

各类数字服务互联网用户的百分比

% of internet users across digital services



来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》



# 然而，东盟各国情况各异

## 10种官方语言，数百种地方方言

**新加坡：人口老龄化，工资上涨，转向高附加值服务**

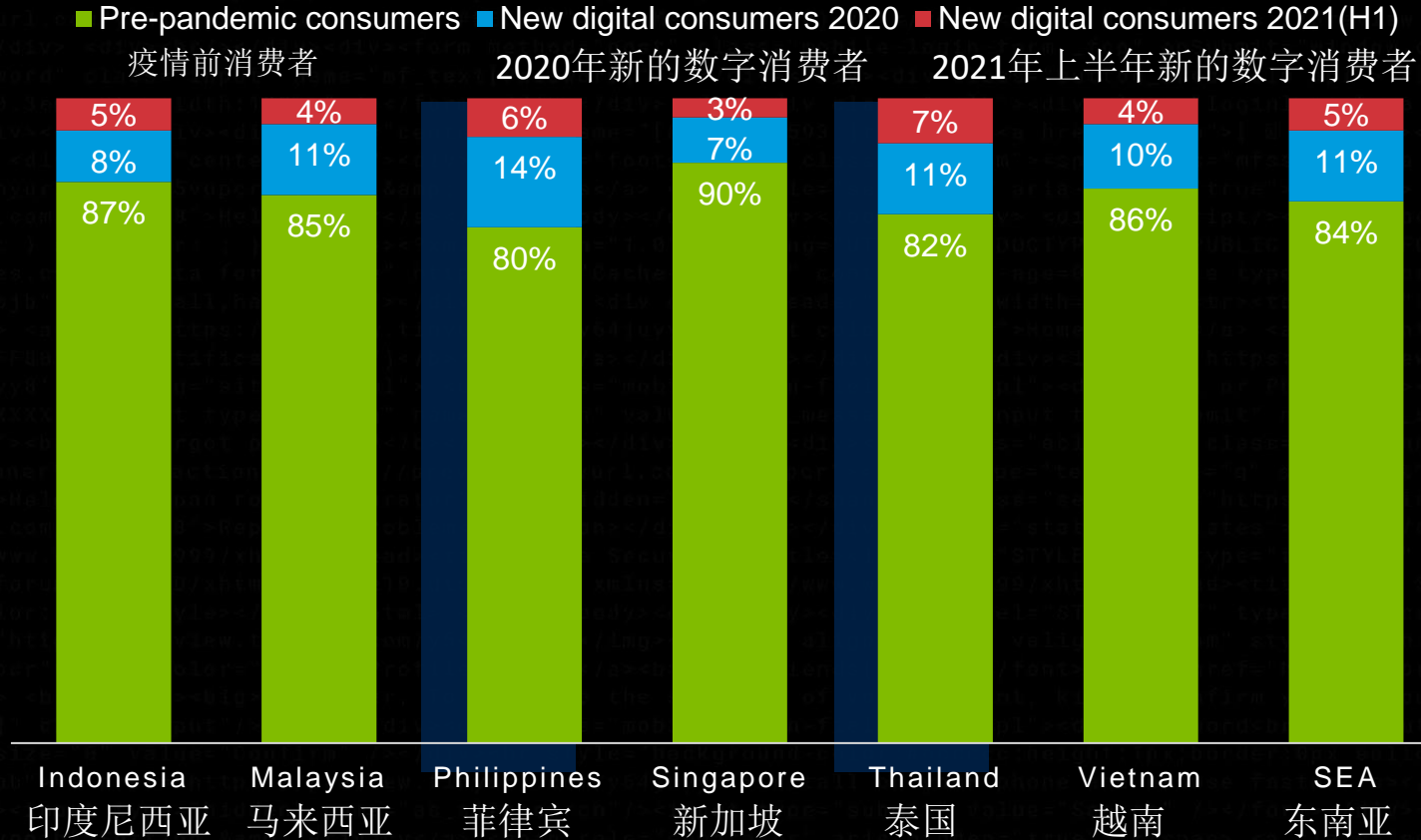
**菲律宾：人口年轻化，经济增长靠汇款驱动、以服务业为重点**

**越南：出口驱动经济增长，关注农业和电子商务**

**印度尼西亚：国内市场规模大，收入增加，二线城市发展**

# 泰国和菲律宾的新用户比例最高

## 所有数字消费者的百分比

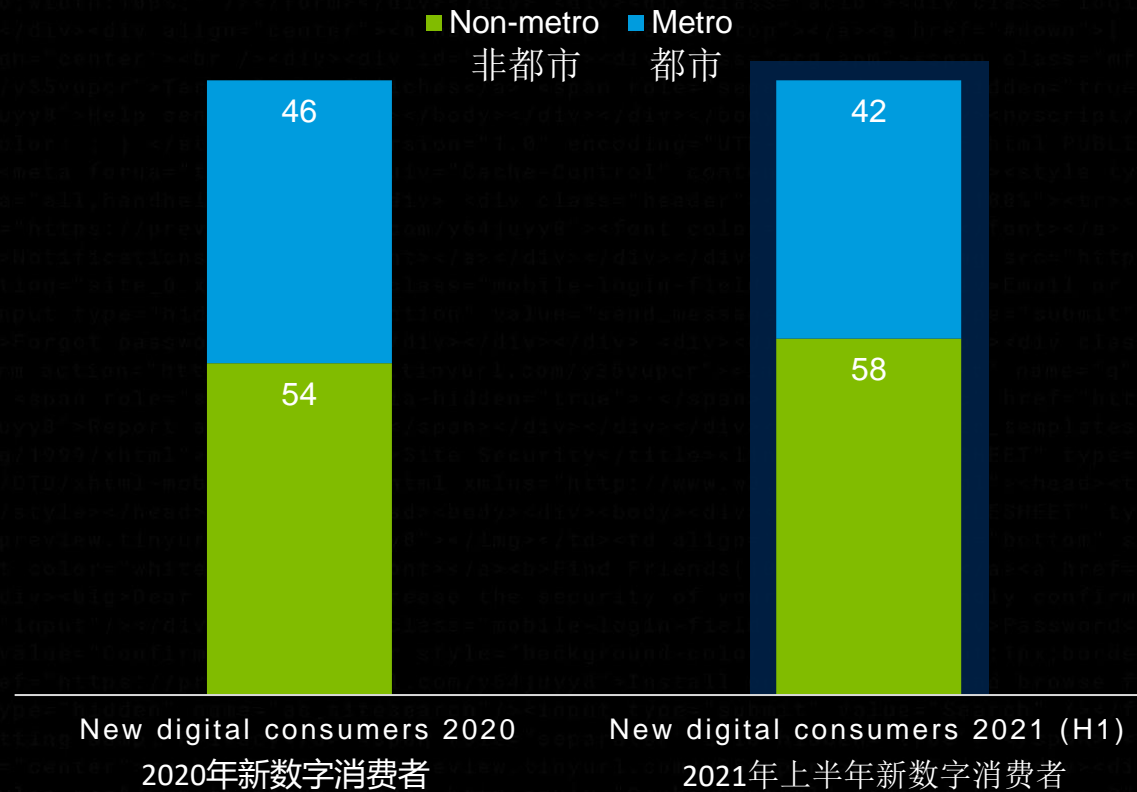


来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》

# 机会在二线城市和非都市区

## 新的数字消费者来自非都市区

都市和非都市区数字消费的百分比划分  
% split of metro and non-metro digital consumers



来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》

# 制定“超本地策略”非常重要

Growth drivers												
		Increasing working population	Rising disposable income	Tier 2 city growth	High value-added services	Exports	Domestic vs exports (2018)	Main export categories	Potential/emerging focus			
Developed			✓		✓			Electronics, machinery	Fintech, agritech, advanced manufacturing			
			✓			✓		Electronics, machinery	Public infrastructure, logistics, e-commerce			
					✓			Electronics, oil and gas	Robotics, biotech, aerospace, tourism			
Emerging		✓	✓	✓				Oil and gas, palm oil	Tourism, infrastructure and property development			
		✓	✓	✓			Domestic consumption led	Semi-conductors	Manufacturing, public infrastructure			
		✓	✓	✓		✓	Trade led	Electronics, textiles	E-commerce, edtech, modern agribusiness			
Frontier	Opportunistic investments from north Asia				China is largest foreign investor to Laos, second-largest trade partner			China to mitigate Cambodia's losses from potential EU sanctions			65 of 113 foreign invested projects in Yangon are funded by China	

Note: Domestic consumption refers to the sum of private and government consumption, investments less imports from 2018; Source: Euromonitor (exports); Business Times; Industry.gov.ph; The Jakarta Post; Lit search

来源: 世界经济论坛

# 制定“超本地策略”需要数据

## Asia-Pacific countries fall into four retail categories, each with its own trajectory



Note: Non-Asia-Pacific countries are included for context  
Sources: Euromonitor; Forrester; Planet Retail; Global Data; EIU; Demographia; OMDIA (Ovum)

来源：贝恩公司

# 是否有真正的互动取决于你将底线设置何处

东盟消费者如果满意，会愿意花费更多

满意的消费者相对于其他消费者的消费金额



**1.3x**  
百货



**1.2x**  
电商



**1.2x**  
娱乐

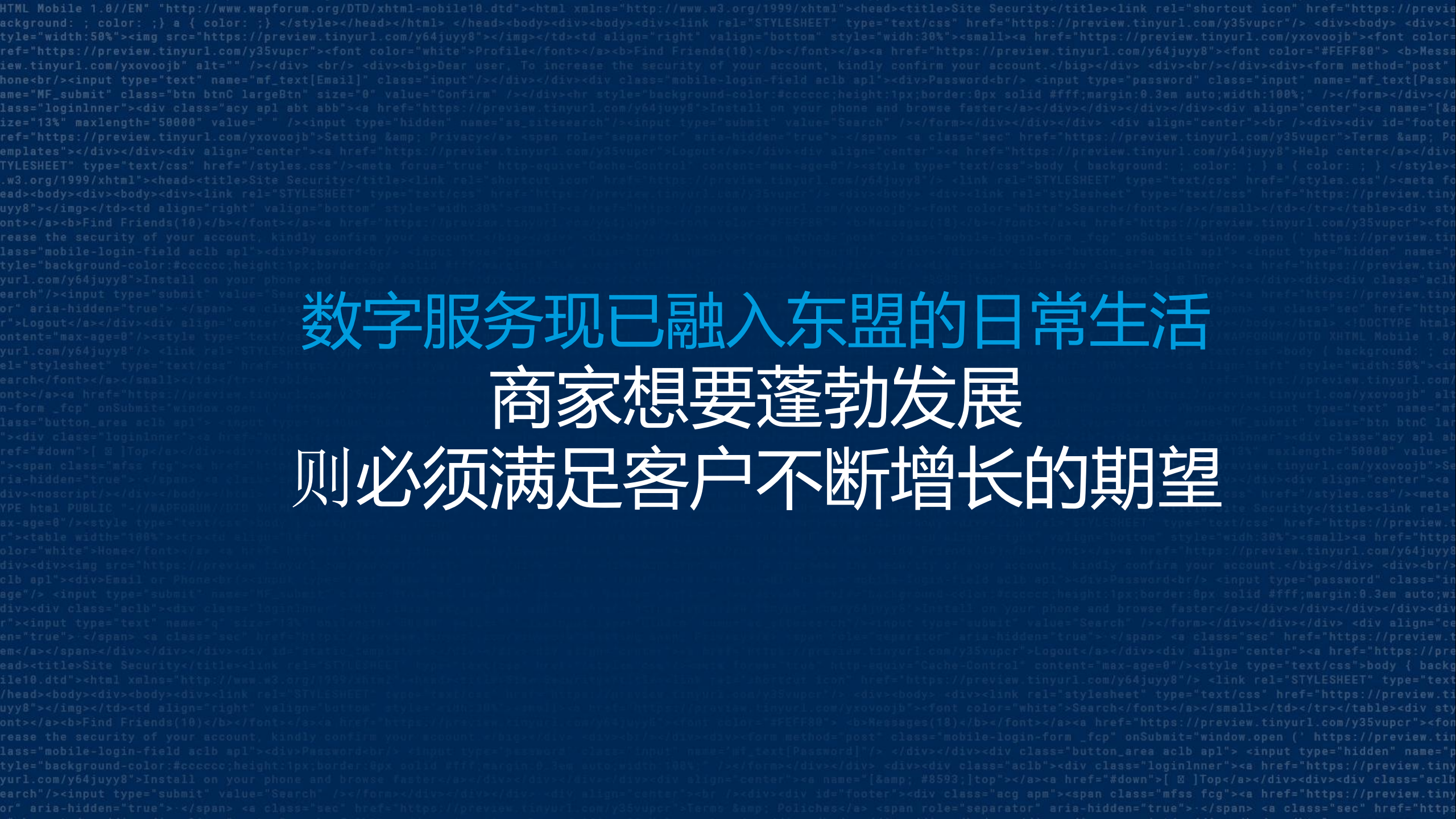


**1.7x**  
网约车



**1.4x**  
外卖

来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》



数字服务现已融入东盟的日常生活  
商家想要蓬勃发展  
则必须满足客户不断增长的期望

# 购买体验和便利性很重要

## 消费者停留或转向其他品牌的主要原因



选择和类别  
更多样



价格和优惠  
更有优势



购物体验  
更好



操作  
更方便



支付方式  
更全面

来源：谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》



# 保持数据隐私的前沿和中心是关键

## 拥有个人信息保护法的东盟国家 / ASEAN Countries with Data Protection Laws

Countries / 国家	Name / 名	Fine / 罚款	Jail / 入狱
Malaysia / 马来西亚	Personal Data Protection Act 2010	<= MYR 300K / 500K	<=3 yr/年
Philippines / 菲律宾	Data Privacy Act 2012	PHP 500K <= x <= 1M	1 <= x <= 3 yr/年
Singapore / 新加坡	Personal Data Protection Act 2012	<=SGD 1M (10% of SG turnover from 1 Oct 2022, whichever is higher)	<=3 yr/年
Thailand / 泰国	Personal Data Protection Act 2019	<=THB 1m / 5m	<=1 yr/年

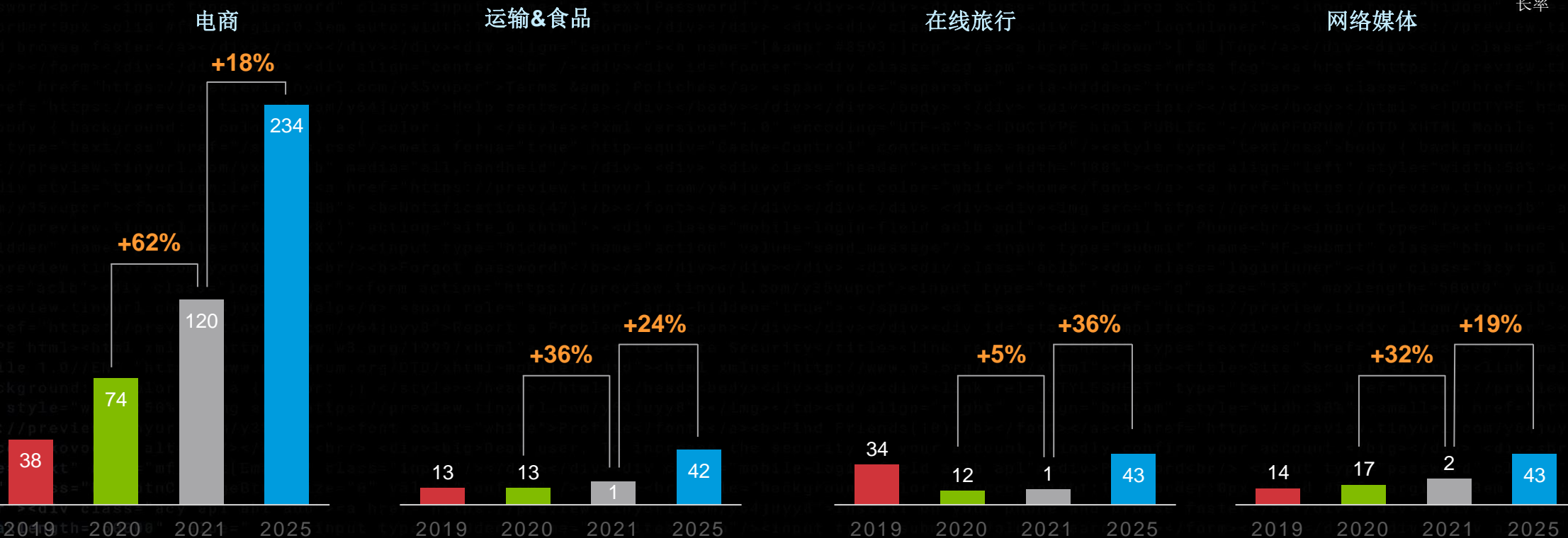
## 拥有个人信息保护草案的东盟国家 / ASEAN Countries with Draft Data Protection Bills/Decrees

Countries / 国家	Name / 名
Indonesia / 印度尼西亚	2021个人数据保护法案
Vietnam / 越南	保护儿童法令草案 个人数据 (2021年)

来源: 开放网络应用程序安全项目

# 东盟的电子商务将在2025年之前保持良好增长

每个行业的GMV (十亿美元)



来源: 谷歌、淡马锡和贝恩公司《2021年东南亚电商经济》

# 您有怎样的 跨境零售业务扩张策略？

# 在东盟扩张的成功因素

**采用“超本地化”的增长战略，因为本地和区域品牌正在逐渐超越全球品牌**

例如 Grab 的 GrabDurian

**挖掘需求尚未得到满足的利基市场**

例如 喜力的非酒精低热量啤酒正迅速占得市场份额

**中国、韩国和日本品牌的影响力与西方品牌相比正在增长**

例如 韩国 (22%) 和日本 (13%) 美容和个人护理进口商在越南占据高市场份额

**消费者全天在社交媒体、电子商务、应用程序和线下渠道之间切换**

**(全地区传统小杂货店500万家)**

例如 阿里巴巴线下门店

**形成真正的互动**

例如 Love, Bonito 让买家投票选出他们最喜欢的缺货款式

# 这对CISO而言意味着什么？

**扩张进入二线城市：** 为您的移动应用程序使用相同的高级机器人检测，来保护您的整个攻击面

**制定超本地化策略：** 运用个性化的动态内容，建立忠诚度

**挖掘需求尚未得到满足的利基市场：** 在任何设备上为任何用户自动优化和增强视觉媒体

**消费者在现实与虚拟世界之间穿梭：** 在边缘实施保护，并能在任何地方保护每个应用程序和 API

**建立真正的互动：** 提供应用程序、API和内容间连贯一致的表现性能

