

東南亞網商飆升 網約車移動支付網購紅火

黃棟星、蕭偉基、林友順、余歌滄、凌志淵

http://www.yzsk.com/cfm/content_archive.cfm?id=1523504062365&docissue=2018-15

2018年4月22日 第32卷15期

東南亞互聯網經濟飆升，網約車、網購、移動金融等紅火，創造巨大商機，也改變了生活方式與經濟型態。由馬來西亞人創辦、總部在新加坡的網約車企業 Grab，成為東南亞估值最高初創企業；阿里巴巴繼入股電商 Lazada 後，又投資菲律賓移動支付品牌 Mynt。京東、騰訊等中國網企巨頭都布局東南亞。



菲律賓的 Mynt 移動支付、Lazada 購物網站、Grab 在柬埔寨的車輛（圖：路透社）



印尼針對國情推出網約 Go-Jek 摩托車服務（圖：路透社）

網約車、網購、移動金融等互聯網經濟飆升，正在改變東南亞的經濟型態、生活方式與社會面貌，網絡商務（網商）不僅使人們的交易更方便，也創造了巨大商機，東南亞的中小企業乃至個體戶通過電商，賺取利潤。中國網商巨頭騰訊、阿里巴巴、京東等也從日趨飽和的中國電商市場踏上東南亞這片熱土。

根據二零一六年新加坡主權基金淡馬錫和谷歌發布的「東南亞網絡經濟報告」顯示，東南亞是目前全球互聯網用戶增長最快的市場，增長率將達兩位數，預計到二零二零年用戶將增至四點八億人。東南亞互聯網經濟預計二零二五年將達到二千億美元的規模；其中，作為主要增長點的電商將會以三成二的年增長率在二零二五年達到八百八十億美元的產值。

走在印尼首都雅加達的街頭，不時會發現有身穿綠色外套頭戴綠色安全帽的騎士，載著同樣戴上綠色安全帽的乘客穿梭在車陣中，這是印尼近年大受歡迎的網約車公司 Go-Jek 的網約摩托車。擁有逾六億人口的東南亞，許多國家的大城市都面對交通擁擠和公共交通不發達的問題，網約車市場應運而生，發展迅速。東南亞估值最高的初創企業 Grab，就是由馬來西亞人創辦、總部設在新加坡的網約車企業，公司估值達六十億美元。

Grab 由陳炳耀和他的哈佛商學院同學陳慧伶成立於二零一二年，陳炳耀是大馬陳唱汽車集團創辦人陳月火之孫。Grab 業務範圍遍及馬來西亞、新加坡、印尼、泰國、越南、菲律賓、緬甸和柬埔寨，而在大部分東南亞國家，網約車是合法的。除了汽車外，Grab 在印尼、越南等國家也有網約摩托車業務。目前 Grab 在全東南亞已有二百六十萬名司機參與，其應用程式(App)已被下載到約七千萬部移動設備，搭乘數累計達十億次，日均搭乘三百五十萬次。

去年 Grab 集資二十五億美元，當中中國的滴滴出行和日本的軟銀共投資二十億美元。Grab 的競爭對手 Uber 最近以換股方式把東南亞業務出售予 Grab，交易完成後 Uber 將持有百分之二十七點五的 Grab 股權，此舉將增強 Grab 的實力。馬來西亞主權財富基金國庫控股間接持有 Uber 股權。傳阿里巴巴也與 Grab 商討入股事宜。

Grab 的另一競爭對手是印尼的 Go-Jek，中國的京東和騰訊都有入股 Go-Jek。Go-Jek 目前有一千五百萬名週活躍用戶，每月處理一億筆交易。

Grab 和 Go-Jek 都不約而同的將觸角伸向金融業，Grab 將與日本金融企業 Credit Saison 合作，成立合資公司 Grab 金融服務亞洲公司，美國保險公司 Chubb 也將成為合作夥伴。Go-Jek 則已收購線下支付處理公司 Kartuku、在線支付閘道 Midtrans，以及儲蓄和貸款網企 Mapan。

吉隆坡主婦網購

羅柏靈是吉隆坡的一名上班族，生活忙碌，白天上班，下班後還得趕回家照顧孩子。每逢休息日，除了帶孩子到公園走走，她只想在家好好呆著，哪裏都不想去。網購為她解決了許多問題，大馬一些霸級市場(Hyper market)看到家庭主婦及上班族的需求，近年來開設網站讓消費者購物，被她們視為福音。羅柏靈家裏的日常用品都從網上購買，甚至食品材料，她也會上網下單，讓霸級市場為她送來，省了許多時間，也讓她得以避開霸級市場的擁擠。

洪蔓莉則是一家咖啡館東主，她喜歡製作西點蛋糕，所有的蛋糕製作器材她都是通過網購解決，而淘寶是她的最愛，因淘寶物品多，價錢好。閒時她也會上網淘寶，看看新產品。不過，她在淘寶也有不好的經歷，網購的衣服貨不對辦，又退不了貨，讓她以後不敢在網上購買衣服。洪蔓莉住在小鎮，這裏不如大都會各種服務齊全，網購則是填補了這個缺點。她每年都會出國旅遊，上網訂購機票、酒店、尋找旅遊資訊已成她的習慣。洪蔓莉喜歡網購，而且有點上癮，只是物流送貨出現的問題往往影響心情。

電商的出現也帶動物流業的蓬勃發展，郵政公司開設更多櫃檯處理包裹快遞，外資快遞公司也紛紛搶灘，在大馬開設公司，包括來自中國的順豐。不過大馬一些快遞公司包裹派送令人詬病，快遞員服務態度不佳，派送緩慢，甚至包裹掉包、遺失，屢見不鮮，讓人對快遞業沒有信心。

菲電商發展潛力巨大

谷歌和淡馬錫的預測顯示，菲律賓即將迎來電商的高速發展時期，菲國的電商市場規模將在二零二五年達到一百九十億美元，接下來十年每年平均增速會是三成四，遠超新加坡和馬來西亞等其他東南亞國家。

據最新社群媒體 We Are Social 與 Hootsuite 在「二零一八年全球數字報告」中調查，全球使用網絡的人口已破四十億大關，佔世界人口五成三，菲律賓人花在社群網站的時間平均每天達九小時二十九分鐘，高居全球之冠。而在社群網站瀏覽時間，菲律賓人平均每天達三小時五十七分，也居全球之首，菲律賓被視為世界社交網絡之都。

研究顯示，菲律賓移動電子支付有很大的潛力。菲律賓百分之七十的民眾沒有銀行卡，僅百分之三的人有信用卡。貨到付款是菲律賓電子商務業者首選的付款方式，近來菲律賓電子商務興起，第三方支付（在線平台或移動應用程式）、普惠金融、供應鏈和資產管理等新型經濟紛紛面世。

菲律賓經濟連續多年高成長，中產階級人口不斷增長，金融科技行業具有巨大的增長潛力。菲律賓央行很早就意識到電商等新經濟對提升國家經濟體量的重要性，出台了一系列政策，二零一五年十二月菲律賓央行啟動了全國零售支付系統，建立一個安全、高效、可靠的電子零售支付系統。二零一七年三月央行又推出了兩項電子資金轉賬支付計劃：一是面向中小企業的 Instapay；二是支持大公司的大額支付交易 PESO Net。

二零一七年二月阿里巴巴旗下最具價值的金融科技公司——螞蟻金服，注資菲律賓最大電信公司——地球電信(Globe Telecom) 屬下 Mynt 四成的股份，地球電信公司也持有同樣多的股份，剩下的兩成由地球電信的母公司阿亞拉集團(Ayala Corp, 屬西班牙裔 Ayala 家族)持有。Mynt 希望成為世界一流的在線和離線支付提供商，擴大其移動錢包和數字(數碼、數位)金融服務。重組後，Mynt 擴大電子錢包 GCash 業務，並利用螞蟻金服的經驗技術，推行並主導菲律賓新興的電子支付行業，其主要成果是推出了 GoPay 和 GCash 的二維碼掃描支付功能，阿里巴巴創辦人馬雲當時親自飛到菲律賓站台。

Mynt 運營著兩家金融科技公司：GCash，一種將手機變成虛擬錢包以實現安全、快速和便捷匯款的微支付服務；GCash 是小額支付服務，可用於購買預付話費充值、支付賬單、匯款、捐款、在線購物、無現金交易購買商品。另一家 Fuse 金融科技公司，是一家技術型貸款公司。

Mynt 目前已在全菲部署了四千多個二維碼，同時也與菲律賓大賣場合作，包括阿亞拉商場、羅賓遜商場(Robinson Mall)、SM 商場、Megaworld 生活購物中心、Puregold 和知名餐館等消費場所。到目前為止，Mynt 擁有約三百萬註冊客戶，預計在三至五年內獲得至少四千萬客戶。

菲財團紛投資電商

阿亞拉集團也收購了菲律賓在線時裝購物平台 Zalora 四成九的股份，創造線上和線下零售的協同效應，在電子商務領域大展拳腳。

另一家電訊巨頭 Smart Telecom 旗下的 PayMaya Philippines 是菲律賓數字金融服務的先驅和領導者。PayMaya 利用革命性的支付技術，使全國的菲律賓人可以更方便地使用移動和在線支付交易。

擁有羅賓遜商場的菲律賓另一財團 JG Summit (華商吳奕輝家族持有) 向新加坡互聯網平台 SEA 有限公司 (經營 Shopee 電子商務網站，是東南亞獨角獸公司之一，市估值超過十億美元) 投資五點五億美元。JG Summit 集團的另一家控股公司 Robinsons Retail Holdings 也收購了在線美容平台 BeautyMNL 兩成的股份，加強在美容市場和電子商務領域的影響力，JG Summit 子公司 Express Holdings 也與中國的 Oriente 合作成立了一家數字金融服務公司，旨在解決菲律賓境內欠缺金融渠道的消費者和微型中小企業。

擁有菲律賓國家銀行 (PNB) 和菲律賓航室公司的陳永裁集團目前也與印尼林紹良集團所擁有的菲長途電話公司 (PLDT) 和 Smart 的數字化創新部門 Voyager Innovations 推出了一項快速薪酬服務，即通過任何移動設備提供快速便捷的貸款申請和批准。陳永裁集團一直在探索如何增加對金融科技的投資。楊應琳家族的中華銀行 (RCBC) 也與數字貨幣解決方案提供商 eCurrency Mint Limited (eCurrency) 達成合作，計劃今年第二季度推出中華銀行數字現金，提供便捷、價格合理的數字金融服務。

微信登陸菲律賓

隨著中國遊客數量的不斷增加和移動支付用戶的增長，菲律賓亞洲聯合銀行 (AUB，華商黃瑞昭家族持有) 看到了商機，與騰訊合作，在菲律賓推出微信支付服務。作為中國最大的社交軟件微信的一個應用，微信支付已經成為中國第二大移動支付系統。微信支付二零一三年推出，有近十億的用戶和全世界四成三的市場需求。此外，微信支付支持十五個國家和地區十二種貨幣。

作為菲律賓增長最快的綜合性銀行，亞洲聯合銀行和騰訊達成合作協議，二零一七年十一月向商家提供微信支付服務，為中國遊客在菲購物、餐飲、預定酒店和航班以及其他旅遊相關的活動提供了一個快捷、安全與便利的支付方式。亞洲聯合銀行總裁許振聲對亞洲週刊說：「購物消費、餐館吃飯等都可以掃個二維碼完成支付。不帶錢包的習慣在中國已經慢慢普及。來菲律賓旅遊的中國人越來越多，他們習慣掃個二維碼完成支付的這種生活方式，他們是高消費人群，我們覺得有商機，而且這種支付方式將來會漸漸流行。」

隨著越來越多的菲律賓人擁抱數字生活方式，該國一些大企業集團正在向金融技術或金融科技投入更多資金。施至成家族的 SM 集團在菲律賓有六十七家大型購物中心，是菲律賓最大的零售商。二零一七年四月，SM 集團以一億二千四百五十萬美元收購了 2GO 母公司 Negros Navigation Company Incorporated 三成四的股份，這一收購是 SM 集團在快速增長的電子商務領域中獲利策略的一部分。在收購 2GO 之前，SM 集團通過與在線平台 Lazada 的合作，初步

進入電子商務領域。SM 集團女掌門人施蒂絲 (Teresita Sy-Coson) 表示：「我們沒有其他選擇，必須走向新科技。任何有益的數字化的東西，我們都必須接受。」

隨著小型商店和大型零售商推出電子商務網站更為便利，同時為滿足現代供應鏈需求的新機遇，物流業應運而生。印尼林紹良集團所擁有的 Metro Pacific 投資公司 (MPIC) 投入二十四點五億披索（約四千七百萬美元）打造自己的物流業務。自二零一六年以來，彭澤仁 (Manuel Pangilinan) 領導的 MPIC 企業收購了四家小型物流公司：基本物流公司、A1 Move 物流公司、Philflash 物流股份有限公司和 BasicLog 貿易和營銷企業。二零一七年一月，MPIC 還以二點八億披索收購了王牌物流公司。

菲律賓創業精神 (Go Negosyo) 主席、總統顧問喬伊·康塞普西翁 (Joey Concepcion) 致力推動金融科技。他表示，銀行需要進入金融科技領域，以幫助微型和中小企業更容易地獲得貸款。「銀行將不得不接受金融技術，這真的是幫助微型小企業。」他表示，當菲國有數字市場時，民主就會更加民主。

印尼本土網商崛起

印尼首都雅加達交通阻塞問題日趨嚴重，捷運系統遲遲未建成，許多上班族乘坐計程車到辦公處，車費開支不小，但自多家網約車公司如 Go-jek、Grab 和 Uber 等投入營運後，由於收費低廉，等於其他計程車收費的一半，大受市民歡迎，近日出現供不應求之勢。不過，由於非網約車司機生意受到影響，結果在爪哇島多個大中城市發生普通計程車司機藉故滋事事件，尤其是自備摩托車載客者收入減少，出現糾眾示威。另一方面，參加網召摩托車騎士不滿當局所定收費過低，最近也群起抗議，要求交通部長重新檢討收費標準和規定。有人認為，網上商務之興起，真是幾家歡樂幾家愁。

Go-Jek 網約載客業在印尼大展鴻之同時，谷歌副總裁凱撒今年一月底宣布，為了支撐和參與印尼互聯網經濟的成長，谷歌已投資 Go-Jek 網召車服務業。稍早前，路透社引述消息來源說，谷歌和新加坡國營投資機構淡馬錫，以及中國美團點評公司參與 Go-jek 投資，它們自去年底就開始展開集資工作。其他公司如 KKR & Co. LP 和 Warburg Pincus LLC 等也參與此項集資。集資額達十二億美元，但沒有列明來自各公司的資金多少。

谷歌表示，由於觀察到印尼市場日益發展，所以選擇它成為擴大投資的目標。Go-Jek 和其對手如 Grab 和 Uber 將展開激烈競爭，勢在難免。Go-Jek 除了經營網約運輸業之外，也兼營 Go-Food 飲食品運送業和 Go-Pay 支付。

根據 AKAMAI 科技公司一項報告指出，印尼互聯網發展可觀，多家互聯網公司在印尼投入營運後，推動印尼電子商務的發展。統計指出，二零一六年交易額達五十六億美元。有德國統計公司預測，印尼電子商務市場二零二二年將達一百四十四億美元。外媒也報道指出，儘管目前印尼電子商務規模佔整個零售市場比重還不到百分之三，但這百分之三裏，社交媒體電商所佔比重很大。隨著印尼有三分之二網絡消費者使用智能手機購物，光是去年，印尼社交媒體用戶就增加了二千七百萬，增長達百分之三十四，居世界第三位。印尼經濟增長率平均每年百分之五點五以上，以上趨勢可望持續。

印尼人口紅利前景佳

印尼電子商務公會主席歐里雅最近表示，目前印尼電子商務業增長頗快，投資額已超過一百億美元，投資人來自國內外。據估計，今年交易額將增長五成，成為亞太最具吸引力市場。印尼人口二億四千萬，中產階級日漸增多，智能手機用戶十分普遍。

最近一年多來，中國電子商務業巨子馬雲擁有的阿里巴巴公司去年連續投資印尼電子商務業，成為此行業最熱門的新聞。阿里巴巴二零一七年七月間向印尼 Lazada 注資十億美元、成為該公司大股東即佔百分之六十七後，不久又傳出向印尼 Tokopedia 投資十四萬億印尼盾或十一億美元的消息。這家已有八年歷史的電商公司創辦人威廉去年八月十七日在一個記者會上宣布，阿里巴巴入資這家被稱為「印尼淘寶」的網購公司，接受馬雲注資。本地媒體指出，阿里巴巴此項投資並沒有掌握印尼 Tokopedia 的多數股權。

有評論指出，阿里巴巴在印尼大展拳腳，乃關注到印尼將成為東南亞最大電商市場，預計於二零二五年佔有東南亞市場的百分之五十二。最新統計顯示，印尼網購人數二零一五年為一千八百萬人，二零二五年將增至一億一千九百萬人。谷歌和淡馬錫則預測，印尼電子商務交易額二零二五年將增至八百一十億美元。評論也指出，阿里巴巴和亞馬遜日後成為亞洲電子商務市場的二大競爭者。阿里巴巴配合在印尼投資腳步，在雅加達郊區興建佔地六公頃倉庫和培訓技術人員，並籌建資訊中心。

馬雲大手筆投資印尼電商業受到雅加達當局高度重視，已聘請他擔任印尼電子商務指導委員會顧問。印尼經濟統籌部長達爾敏去年八月底訪問北京時，曾與馬雲會晤，並親自把聘書交給他。總統佐科威關注電子商務業之發展，此前已下令由財經部會首長組成指導委員會，由達爾敏出任主委，成員包括央行行長等。馬雲已欣然答應擔任該委員會顧問。本地平媒報道說，該委員會主要任務協助發展印尼數碼經濟，範圍包括物流、資金、保護消費者、教育和網絡安全等。有分析指出，儘管電子商務業蓬勃發展，但無助於增加國家稅收，此外，網購生意發展影響及傳統零售業，引起政府的困擾。所以，當局成立進行輔導的單位。

新加坡成為電商基地

新加坡網絡購物近十年來越來越興旺，去年底淘寶與當地最早出現的淘寶代購平台 ezbuy 出現一場激烈交鋒，引發經由代購賺取中間費用這一產業是否還能持續的爭議，而互聯網相關產業在新加坡的發展情況也成為媒體一時關注的焦點。

根據獅城當局去年全年經濟報告，資訊與通訊業年比增長百分之十三點六，在各個領域中表現突出。數據顯示，新加坡數碼服務（包含金融保險、電信電腦與資訊、知識產權費用、個人文化與消遣，以及其他商業服務）在全球貿易的佔比已經從二零零五年的百分之三點五增加到二零一五年的百分之六點五。

由於人口相對較少，因此電子商務規模仍無法跟人口較多的台港相提並論。獅城電子商務市場交易去年達到三十七億美元，市場預測未來幾年每年可望以百分之十的速度持續攀升，預計到

二零二零年可達百億新元（約七十四億美元）。目前每年人均電子消費約一千三百九十美元，預計到二零二零年可達一千六百六十五美元。

儘管如此，新加坡作為國際主要貿易城市，仍然吸引不少國際電商進軍，阿里巴巴就持有新加坡郵政百分之十四點四的股權，作為進軍東南亞物流與遞送業務的跳板。亞馬遜去年也懷著同樣目的在新加坡開啟遞送業務。不僅如此，阿里巴巴已經將其雲數據中心和海外業務總部設在新加坡，甚至在當地開設阿里巴巴學院，推出數碼電商技能相關課程。

獅城電商進軍中國市場

由於新加坡與中國有制度性的雙邊經貿合作計劃，因此當地一些較小規模的電商和物流企業近年都藉由官方搭橋的管道進入中國市場，企圖分一杯羹。

新加坡電子商務發展相對於台港等單語地區比較慢，原因包括老一輩掌握英語能力不強。使用中文者對於淘寶常有眼花繚亂驚為天人的感覺，因此近年來淘寶使用人數增長很快。然而在諸如電子付費等平台上則落後不少，去年甚至由總理李顯龍公開宣示要積極發展之後，才展開研究，推出全國可以共用的交易平台。

不過相對來說，英語使用人口多，對於國際電子商務的應用也更加便捷，而當地也更容易產生以英語為媒介的電商平台，這是優勢。

當地民眾網購的前五大來源分別是中國（百分之十四點二）、美國（百分之十一點二）、馬來西亞（百分之十一點二）、日本（百分之六點三）及韓國（百分之六點一）。

調查顯示，百分之八十的新加坡人網購習慣受到社交媒體的影響，百分之九十六的消費者使用至少一種社交媒體，其中以臉書最受青睞。

為了在電子商務和互聯網平台急起直追，新加坡政府積極輔助中小企業轉型，推出多種補助計劃，協助中小企業架設電子平台，或者加強電子交易知識與能力。提供技術援助的包括當地科技學府與機構，政府則出資。■