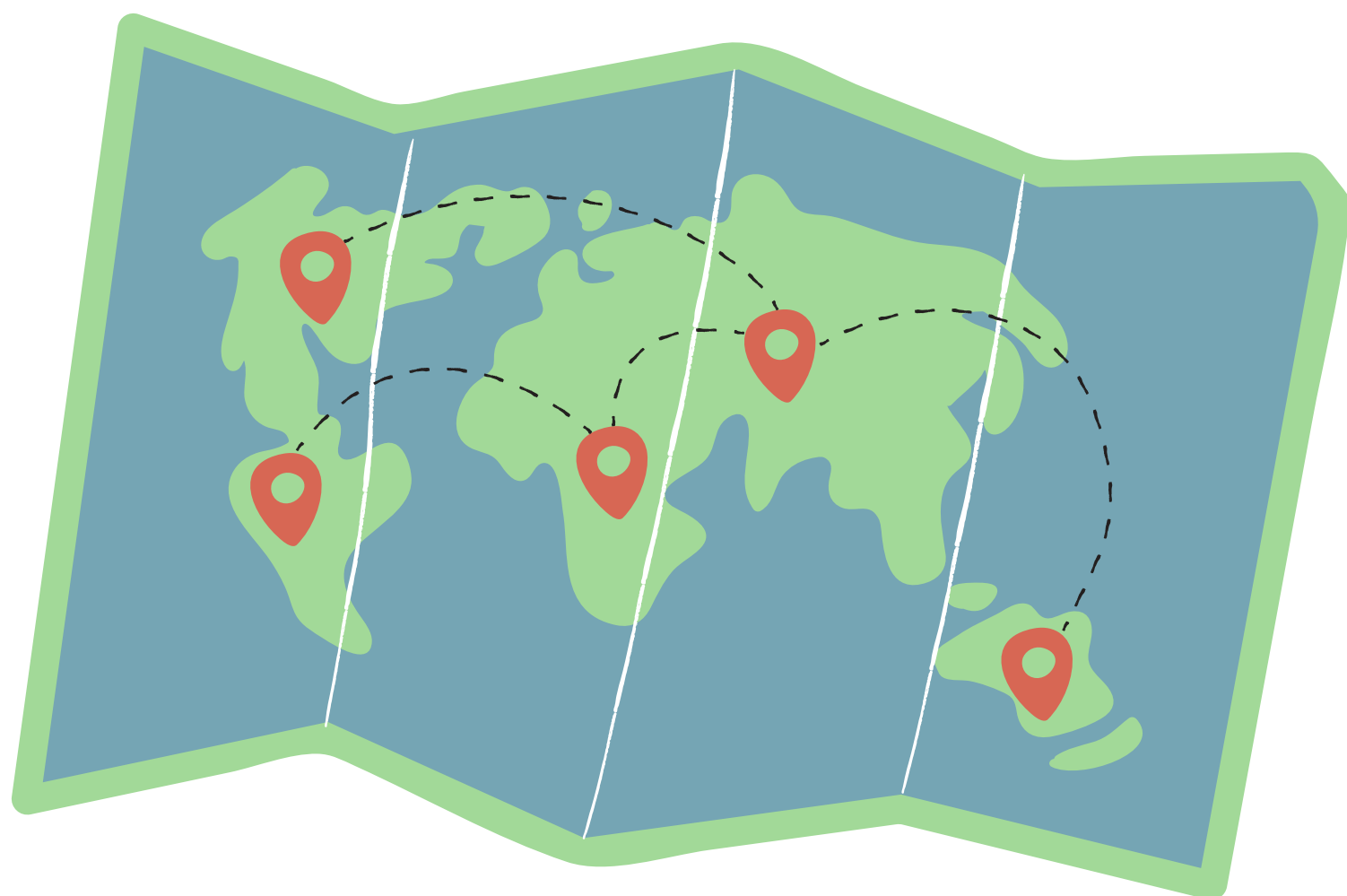


BUY&SHIP

新趨勢及機遇 東南亞電商市場

講者：李兆倫先生
BUYANDSHIP 行政總裁
香港O2O電子商務總會執行委員會委員





! 主要東南亞電商市場現況



泰國

人口: 7185萬
2024年電商收入: 195.3億美元
電商營收年增: +13.9%



菲律賓

人口: 1.2億
2024 年電商收入: 148.7億美元
電商營收年增: +15.1%



印尼

人口: 2.8億
2024 年電商收入: 505.1億美元
電商營收年增: +11.2%



馬來西亞

人口: 3449萬
2024 年電商收入: 80.9億美元
電商營收年增: +14.8%



越南

人口: 9919萬
2024 年電子商務收入: 140.2億美元
電商營收年增: +14.9%



! 最受歡迎的電商產品類別：



泰國

- 電子產品
- 食品
- 飲料



菲律賓

- 電子產品
- 食品
- 時裝



印尼

- 電子產品
- 食品
- 時裝



馬來西亞

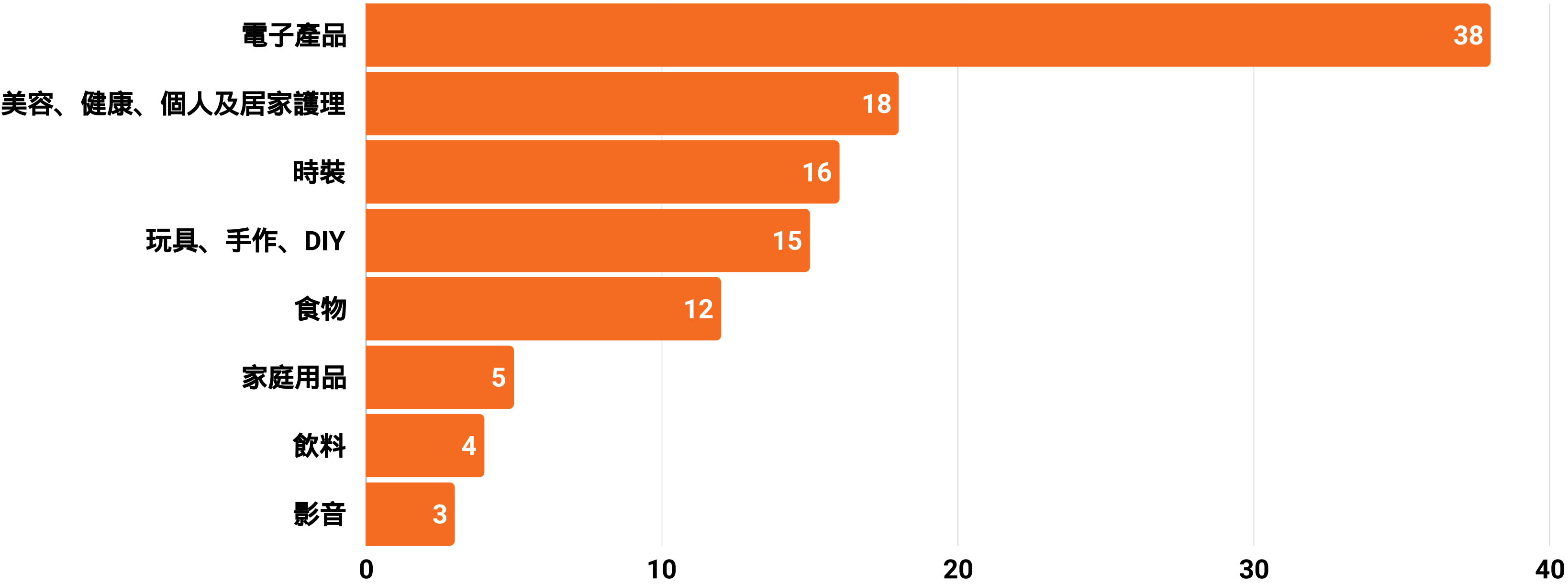
- 電子產品
- 時裝
- 家具



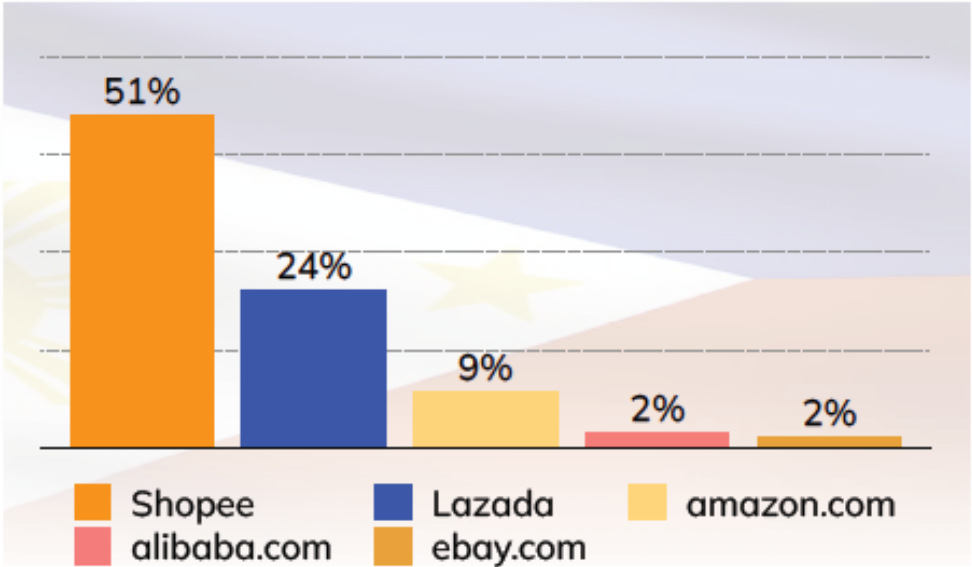
越南

- 電子產品
- 時裝
- 食品

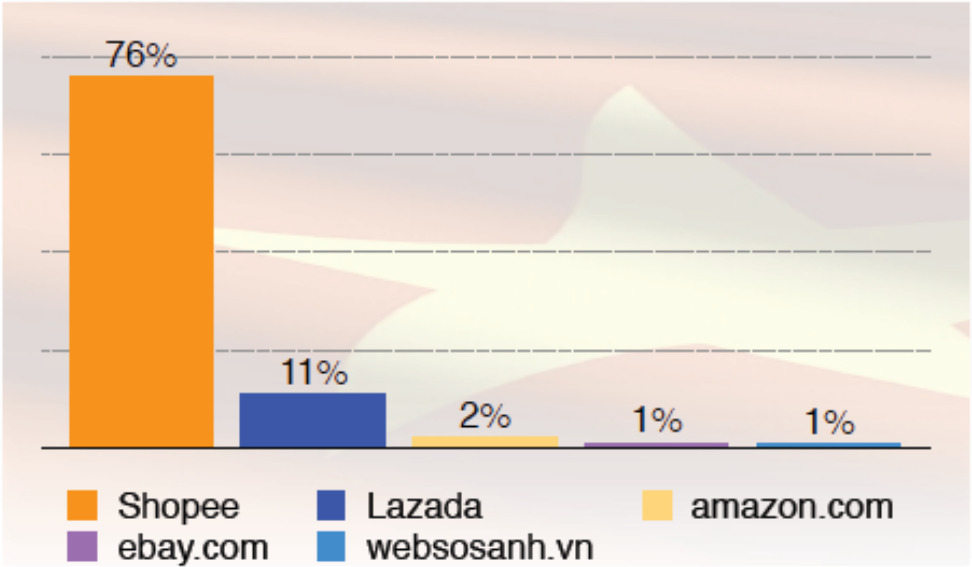
2023 年東南亞電商產品類別營收



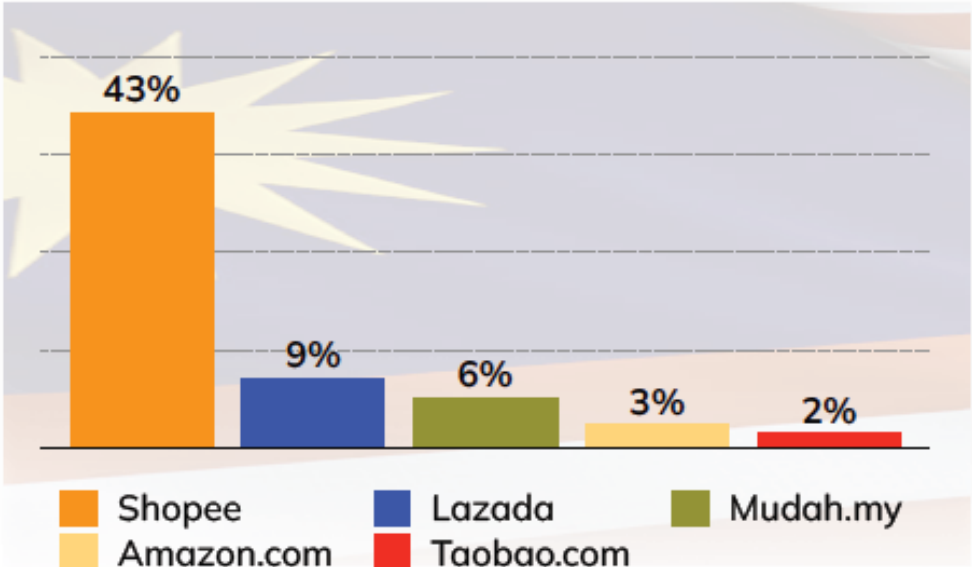
東南亞最受歡迎電商平台



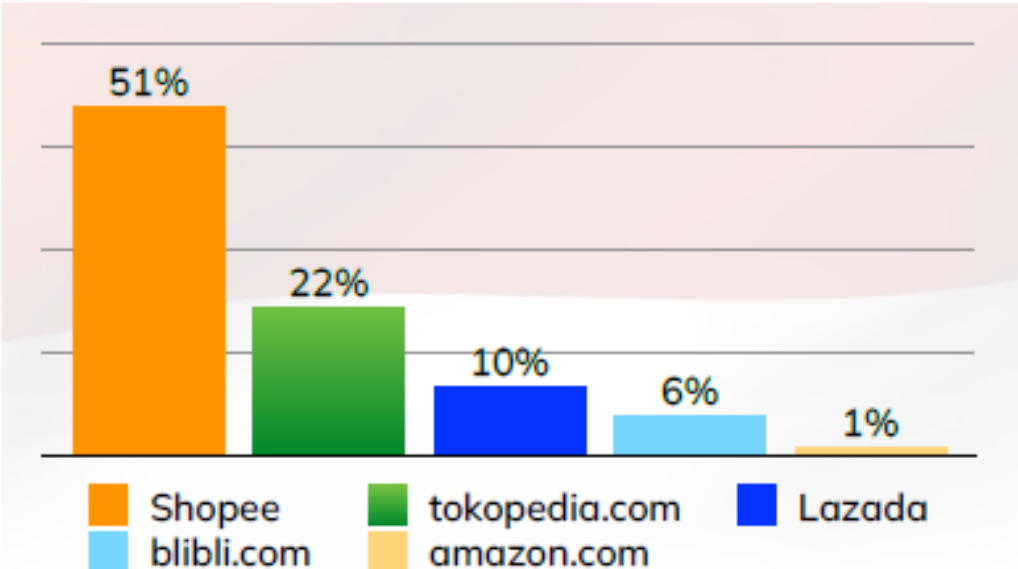
菲律賓



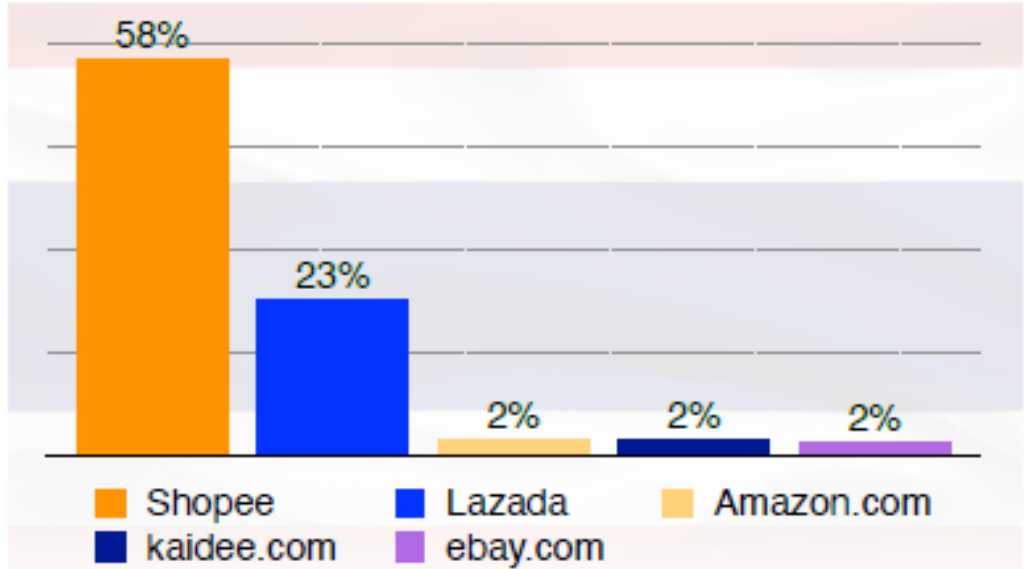
越南



馬來西亞



印尼



泰國

網購消費者最在意的是

54%

運費

46%

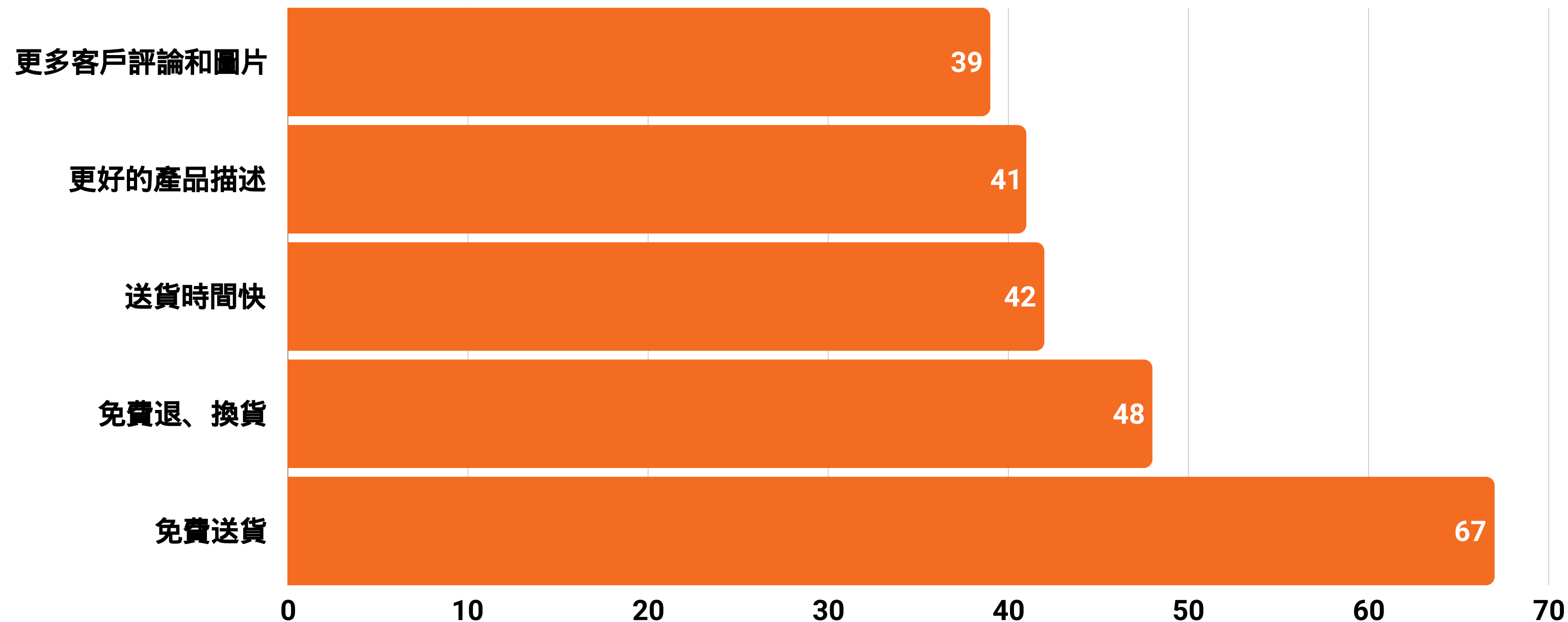
訂單運送時間

36%

沒有足夠的產品資訊



如何改善網購體驗



跨境電商可採取以下措施 令消費者安心下單

01

在網站上提供當地語言
以當地貨幣顯示商品價錢

03

考慮提供多種支付選項
包括數字錢包、先買後付

02

提高透明度，提供運輸時間、
費用、送貨及退貨選項

04

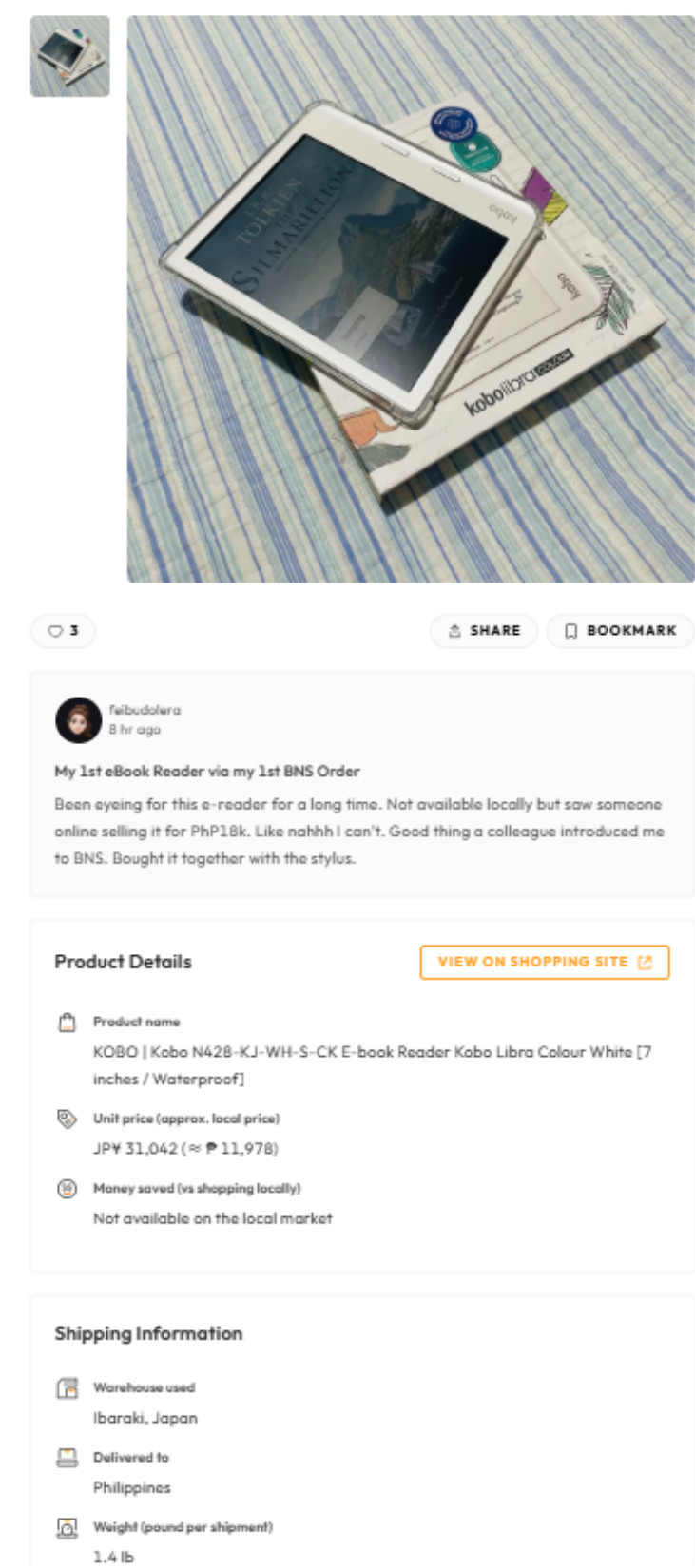
鼓勵顧客留下評論
提供良好的客戶服務

案例研究 BUY & SHIP



- Buy&Ship於2014年成立，成立的使命是為消費者提供「更多選擇，最低價格，簡單易用」
- 公司業務現時遍佈12個國家和地區，並營運11個海外倉庫
- 願景是成為亞洲消費者首選的購物目的地

案例研究 - Buy&Ship菲律賓

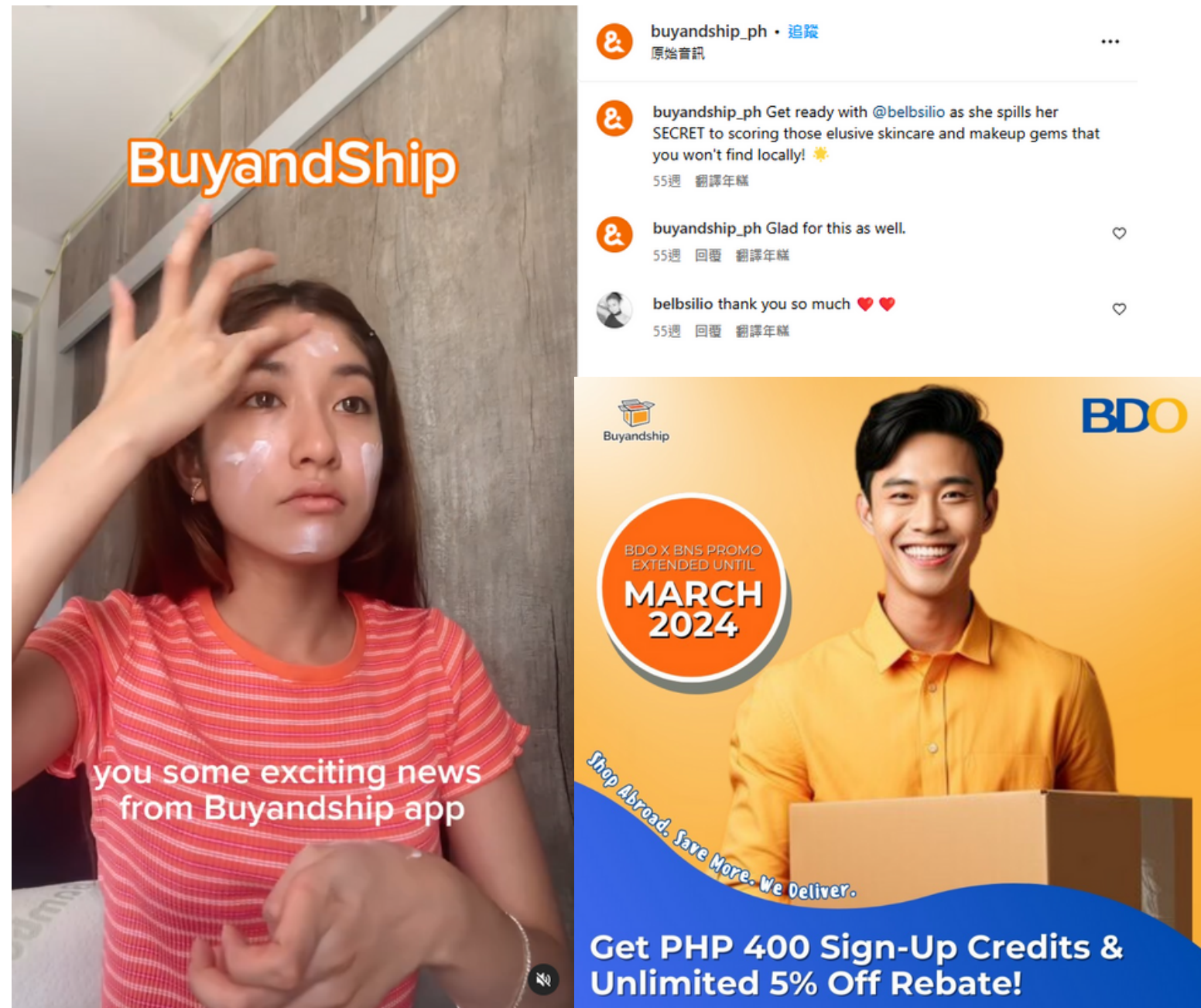


- Buy&Ship於2020年進入菲律賓市場
- 現累計有35+萬註冊用戶
- 經Buy&Ship平台購入的商品交易總額(GMV)平均每年約2000+萬美元

策略1: 利用社群力量

- 用戶完成訂單後，鼓勵他們在Facebook群組及自設社群平台Buyaholic留下評價
- 利用真實內容，吸引其他消費者下單購買

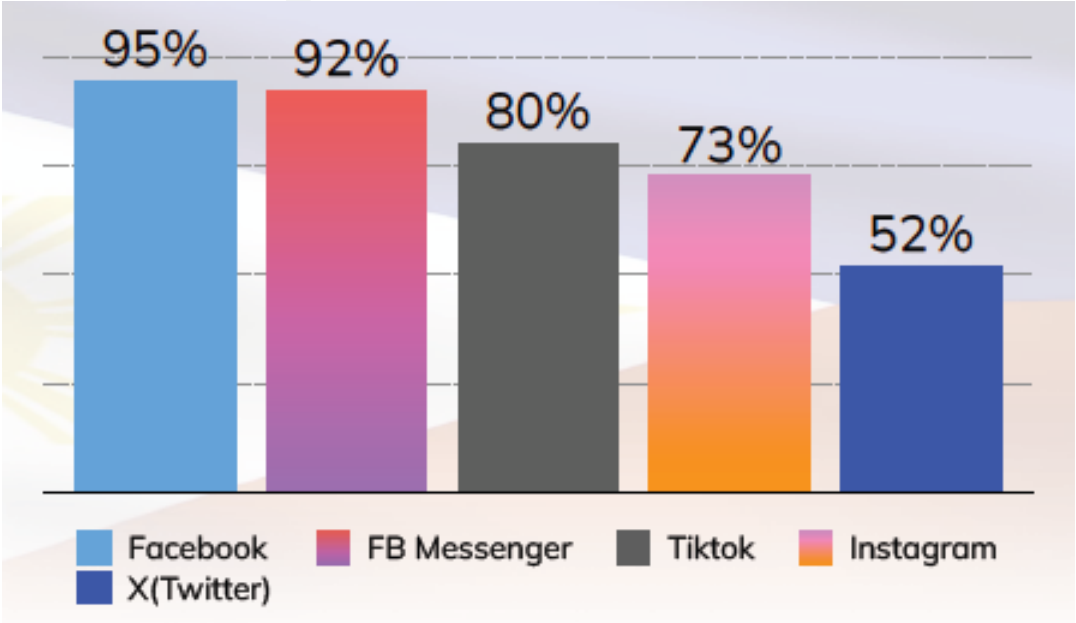
案例研究 - Buy&Ship菲律賓



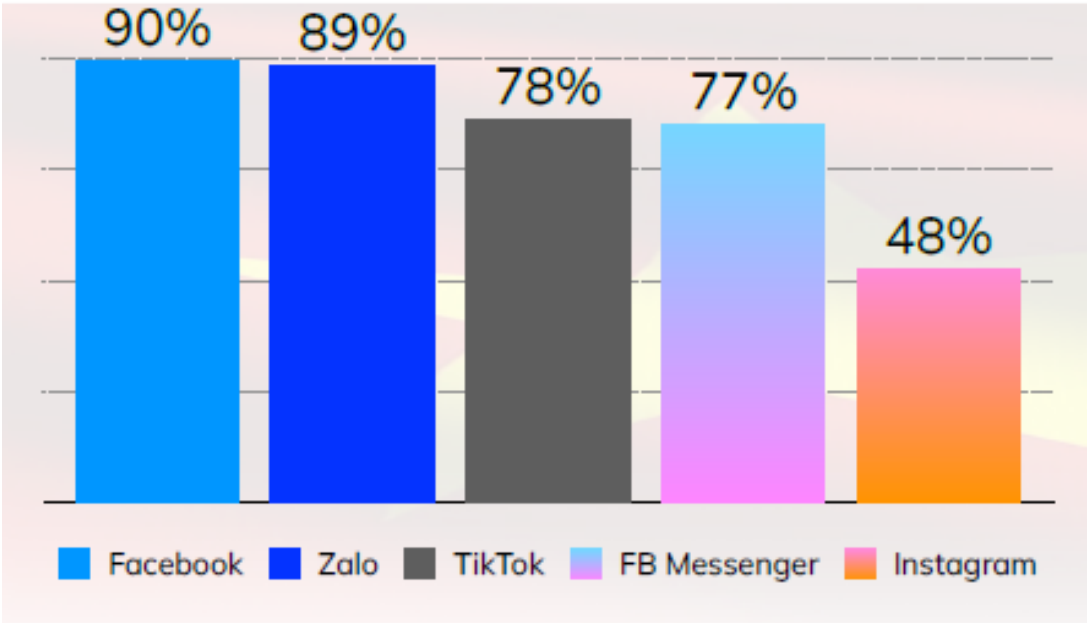
策略2: 多渠道營銷、善用KOL

- 除Facebook外，Buy&Ship亦在菲律賓發設X、Tiktok、Instagram等官方社交平台，邀請KOL合作，提高品牌知名度
- 與當地大型企業合作，如菲律賓BDO銀行等推出購物優惠回贈
- 現時Buy&Ship Philippine官方Facebook帳戶有13萬+追蹤者
- 自設平台Buyaholic上有1.5萬+使用者

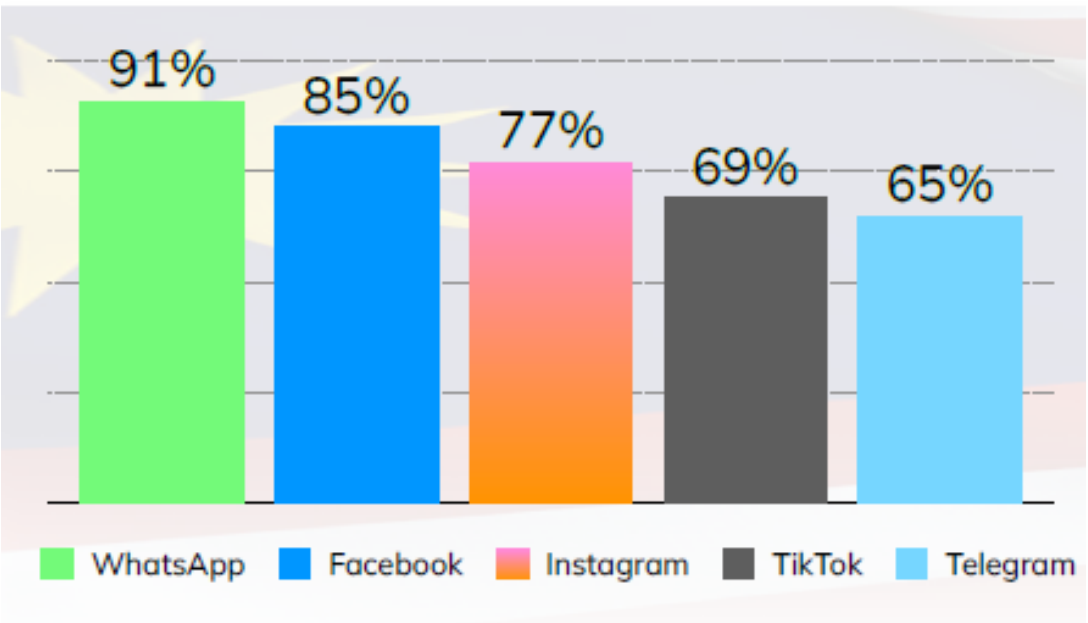
東南亞最受歡迎社交媒體



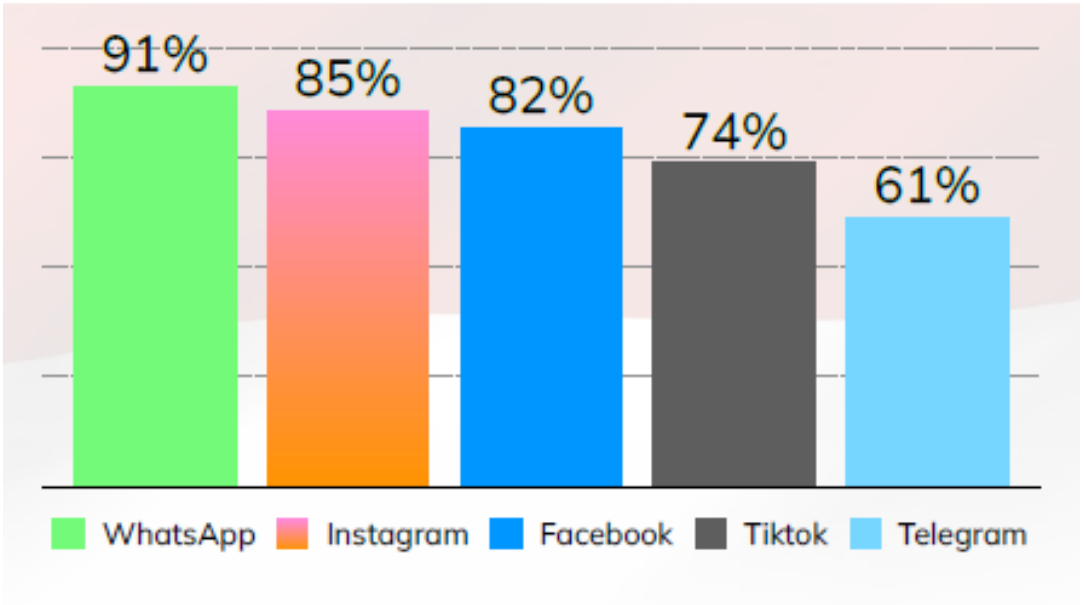
菲律賓



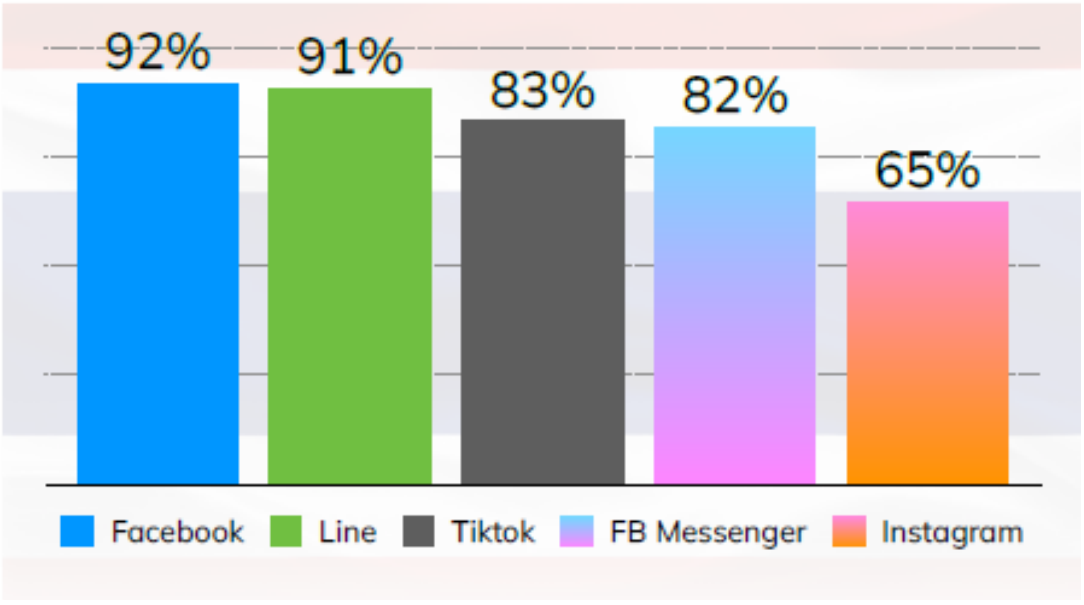
越南



馬來西亞



印尼



泰國

總結 - 加入東南亞電商挑戰

01

需要開闢新的道路
缺乏成功案例參考

02

物流基礎設施較落後
常有發貨延誤問題

03

設立當地法人實體需要投資資金
當地亦勞動力要求

04

電商普及程度較低
網路使用者普及率仍有待改善



總結 - 加入東南亞電商機遇

01

電商市場仍未飽和
外地品牌有足夠空間進入市場

02

更多提供商最後一公里配送服務
成本將具有競爭力

03

跨境網購市場規模巨大
進口稅仍然維持低水平

04

當地中產階級、年輕人群快速增加，
將帶來驚人的成長潛力



謝謝

