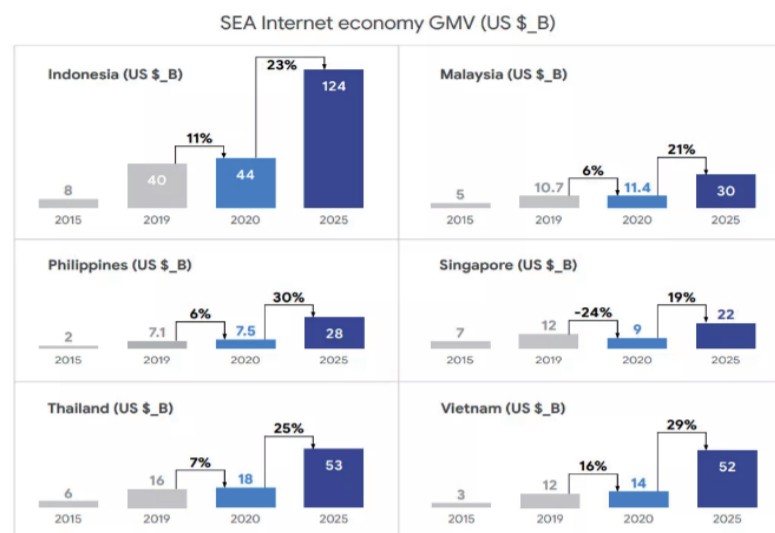


出海人年终总结： 五大关键词回顾东南亚2020(中)

国家，但菲律宾互联网经济GMV从2020年到2025年的增速高达30%，同样为东南亚各国最高。不少做菲律宾市场的跨境卖家早就发现了这个利好因素，在2020年就加大了发展力度。据线上平台调查数据显示，从今年5月份起，菲律宾Shopee的店铺数量从12.1万家，只用了半年时间就已经突破24万家，增长接近100%。

从东南亚电商玩家的表现来看，发展势头还是比较迅猛。以Shopee和Lazada的双11战绩为例：Shopee在今年双11当天共计售出2亿件商品。疫情下，今年上半年入驻Shopee的卖家首次参与双11大促全天订单量达平日10倍，中国跨境卖家以平日近15倍单量领跑整体新晋卖家；Lazada成交额在双11当天开始的第100秒已经突破1100万美元，双11成交额突破1亿美元所用时间相比去年缩短一半以上。而Lazada的优质品牌平台LazMall不到半天超去年全天成交额。这些数据都在表明，东南亚电商这片蓝海市场仍值得掘金。

与此同时，Shopee和Lazada都在强调娱乐化购物和直播购物。双11大促期间Shopee应用程序内的游戏平台Shopee Games体验次数超25亿，直播平台Shopee Live直播观看



谷歌、淡马锡和贝恩 2020年东南亚数字经济报告

时长达2千万小时；而Lazada的直播LazLive在今年4月吸引了2700万观看量，通过直播产生的销售环比增长45%，其应用程序内的游戏平台LazGames在大促期间推出其最新的双11独家游戏 Happy Bounce。除了东南亚电商平台上的直播带货，很多卖家也选择Facebook、Instagram等支持直播功能的社交媒体渠道上进行直播带货。2020年的疫情期同样也培育了东南亚消费者看电商直播的习惯，东南亚的网红直播带货或成下一个风口。

从电商品类来看，以3C家电、家居生活和健康防护为主的“宅经济”用品在2020年成为热销类目。另外，消费者在封城期间对生鲜杂货类用品的需求也大幅上涨，如被Lazada收购的新加坡生鲜电商

RedMart，其3月份的订单比每周的平均订单高出300%，而购买主食的订单比以往增加了4-10倍，纸制品订单是以往3.5-5倍，而个人护理和家庭清洁用品更是以往的2-6倍。这也因此催生大批的生鲜杂货电商玩家和社区团购玩家，不少玩家是从实体超市转型线上。

关键词三：金融科技
数字银行牌照、支付、借贷

在金融科技领域，新加坡数字银行牌照的新闻从2020年初贯穿到了2020年末。直至12月，新加坡金管局(MAS)公布数字银行牌照成功申请名单：Grab和新加坡电信SingTel组成的财团以及东南亚科技巨头Sea Group(冬海集团)获得全面数字银行牌照(Digital Full Bank)；蚂蚁集团和以绿地金融投资控股集团为首的财团获得批发数字银行牌照(Digital Wholesale Bank)。

提交新加坡数字银行申请的一共有21家公司/财团，其中不乏雷蛇和AMTD等巨头。而成功拿到牌照的这四家申请方，都直接或间接和中国资本有关联，特别是获得批发数字银行牌照的两方全部为中资背景。一方面，这预示着新加坡数字经济将迎来大发展；另一方面，这也表明中国在数字银行方面的经验

和技术得到认可。

而Grab除了和新加坡电信SingTel共同建设数字银行外，还在2020年领投了印尼国字号电子钱包LinkAja的一亿美元B轮融资。这是LinkAja首次从私人公司获得投资，Grab也在这次投资中拿到约5.7%的股份。但最重要的信号是，Grab在和Gojek的支付对抗中又添了新筹码。在这之前Grab投资了印尼电子钱包独角兽OVO，OVO和另一印尼电子钱包Dana则传出合并的消息。也就是说，Grab的背后很可能集LinkAja、OVO和Dana三家之力以抗衡GoPay。

与此同时，冬海集团的旗下的支付业务在2020年也取得了不错的成绩。据Shopee数据显示，仅2020年10月，在Shopee全市场的总订单中就有超过30%通过自有的电子钱包完成支付。在头部市场印尼，Shopee

2020年新加坡数字银行牌照

