

Google

TEMASEK

BAIN & COMPANY 



e-Conomy SEA 2022

Through the waves, towards a sea of opportunity

ฝ่าคลื่นความเปลี่ยนแปลง สู่ท้องทะเลแห่งโอกาส



Thailand

Content / เนื้อหา

4 Methodology / ระเบียบวิธีวิจัย

5 English

11 ไทย

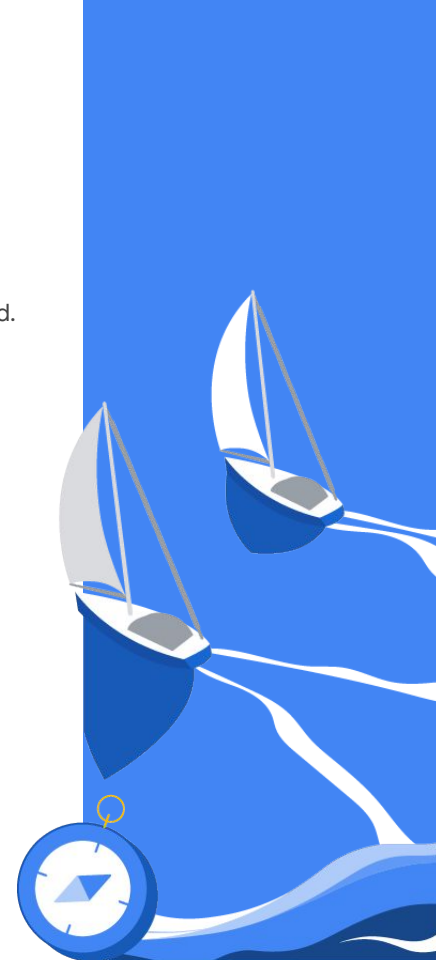


Reference

e-Conomy SEA is a multi-year research programme launched by Google and Temasek in 2016. Bain & Company joined the programme as lead research partner in 2019. The research leverages Temasek insights, Bain analysis, Google Trends, primary research, expert interviews, and industry sources to shed light on the digital economy in Southeast Asia. The information included in this report is sourced as 'Google, Temasek and Bain, e-Conomy SEA 2022', unless otherwise specified.

Disclaimer

The information in this report is provided on an 'as is' basis. This document was produced by Google, Temasek, Bain and other third parties involved as of the date of writing, and is subject to change. It has been prepared solely for information purposes over a limited period of time to provide a perspective on the market. It is not intended for investment purposes. Google internal data was not used in the development of this report. All financial analysis is derived or estimated by Bain analysis using both non-Google proprietary and publicly available information. Google has not supplied any additional data for financial analysis, nor does Google endorse any financial analysis made in the report. Where information has been obtained from third party sources and proprietary research, this is clearly referenced in the footnotes. Projected market and financial information, analyses, and conclusions contained in this report should not be construed as definitive forecasts or guarantees of future performance or results. Google, Temasek, Bain, their respective affiliates or any other third party involved make no representation or warranty, either express or implied, as to the accuracy or completeness of the information in the report, and shall not be liable for any loss arising from the use of this report.



A stylized illustration of a seascape. The sky is a gradient of blue, with a bright yellow sun in the upper left and a red and white comet streaking across it. The sea is a deep blue with white-capped waves in the foreground. A small white sailboat with a red and white striped sail is sailing on the left. In the distance, there are green mountains and a small island with a yellow and white lighthouse. The word "English" is written in white, bold, sans-serif font in the center of the image.

English

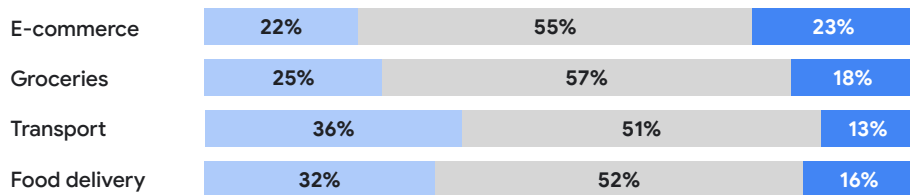


Thailand: Digital consumers in numbers

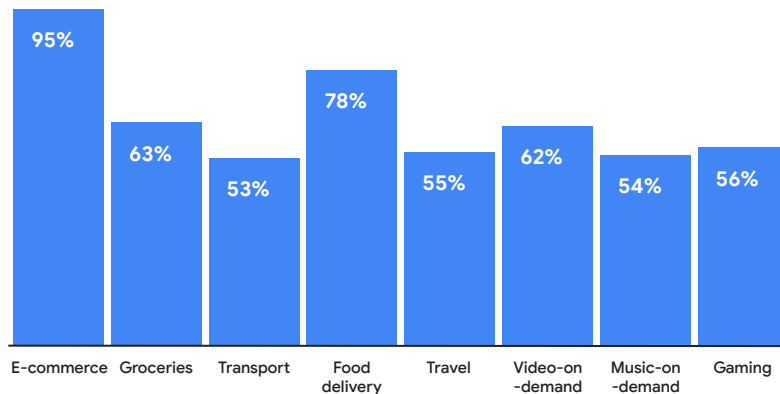
Usage intent¹

Intent to use the service in the next 12 months

● Less ● Same ● More



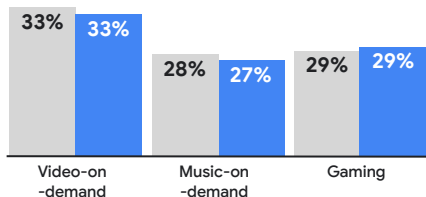
% adoption across urban digital users



Media usage frequency²

% using at least once a week

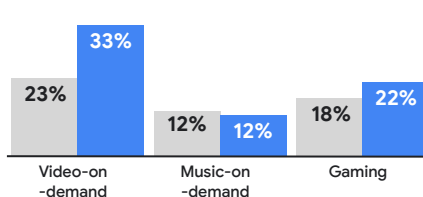
● SEA average ● Thailand



Media usage time³

% using >1 hour per day

● SEA average ● Thailand



Declared willingness to **pay more**
for a sustainable product or service⁴

39%

Questions: 1 - X10. How would you describe your intent to use [e-commerce, online groceries, transport, food delivery] in the next 12 months?; 2, 3 - 'Usage' derived from adoption of X usage frequency/time (among paying users in the past three months); 4 - On average, how much more would you be willing to pay for products/services that are more sustainable (e.g. reducing fuel/carbon emissions, etc)?

Base: Users by verticals in Thailand, n=1,340

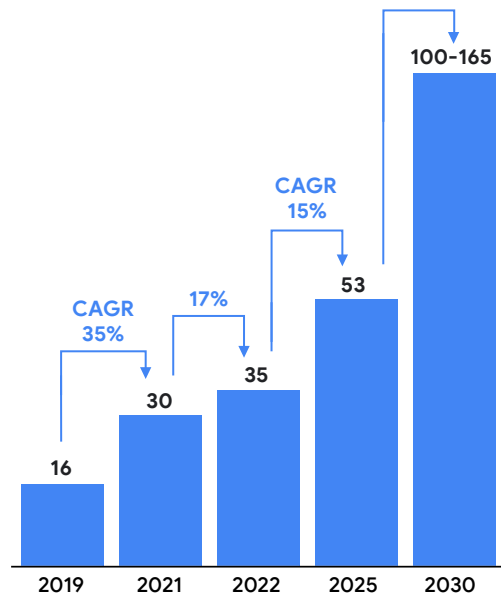
Source: Google-commissioned Ipsos e-Economy SEA Research 2022



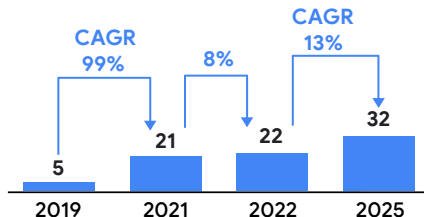
Growing at ~17% YoY and expected to reach ~\$53B by 2025, the digital economy is fuelled by e-commerce, but travel recovery will take time

GMV (\$B)

Overall digital economy

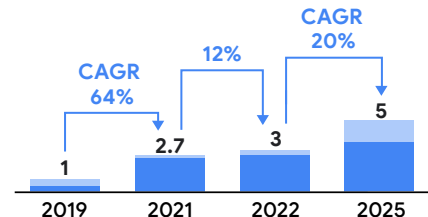


E-commerce

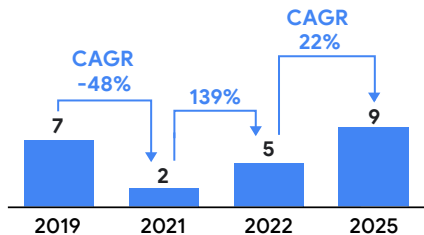


Transport and food

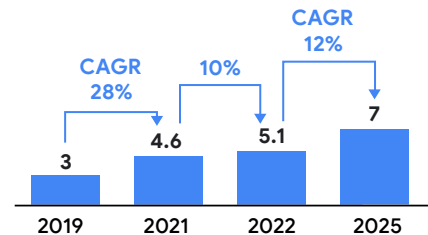
● Transport ● Food delivery



Online travel



Online media

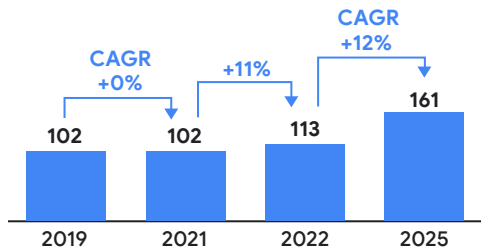




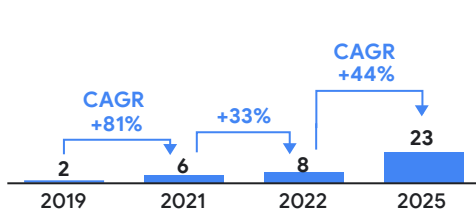
DFS accelerated through the pandemic and is still growing; momentum to 2025 will be led by lending and investments at ~40% and ~45% CAGR, respectively

Digital financial services (\$B)

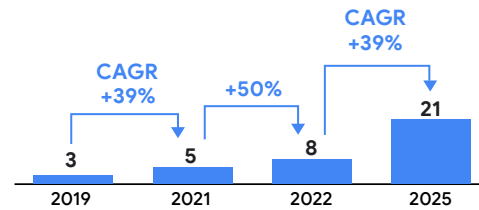
Payments (GTV)



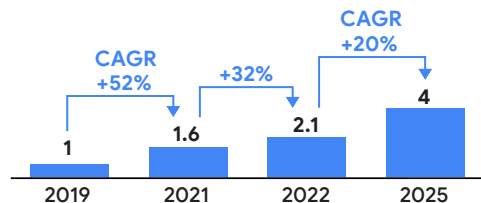
Investment (AUM)



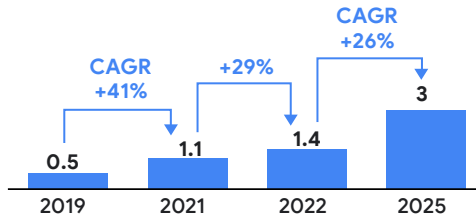
Lending loan book



Remittance (GTV)



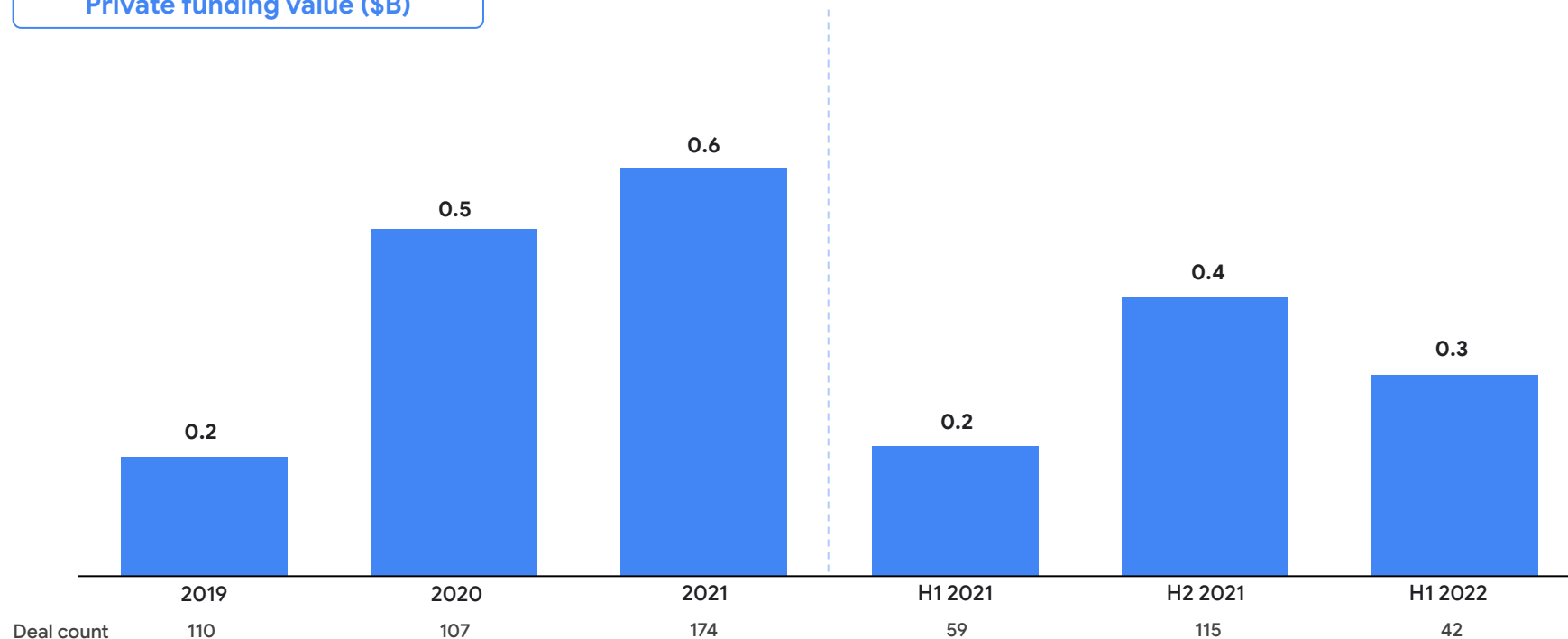
Insurance (APE / GWP)





Deal value is on the rise, driven by several large Series-C investments in DFS and e-commerce

Private funding value (\$B)

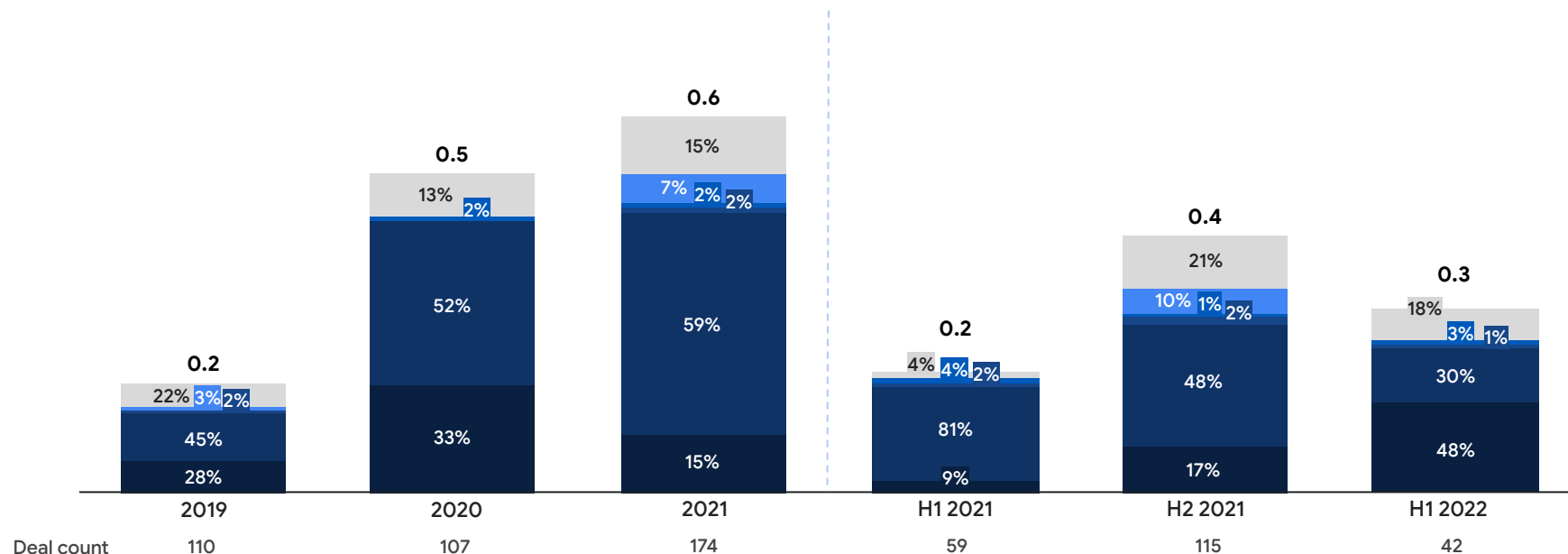




DFS overtakes e-commerce, nabbing nearly half of all funding and raising ~\$150M in H1 2022 alone

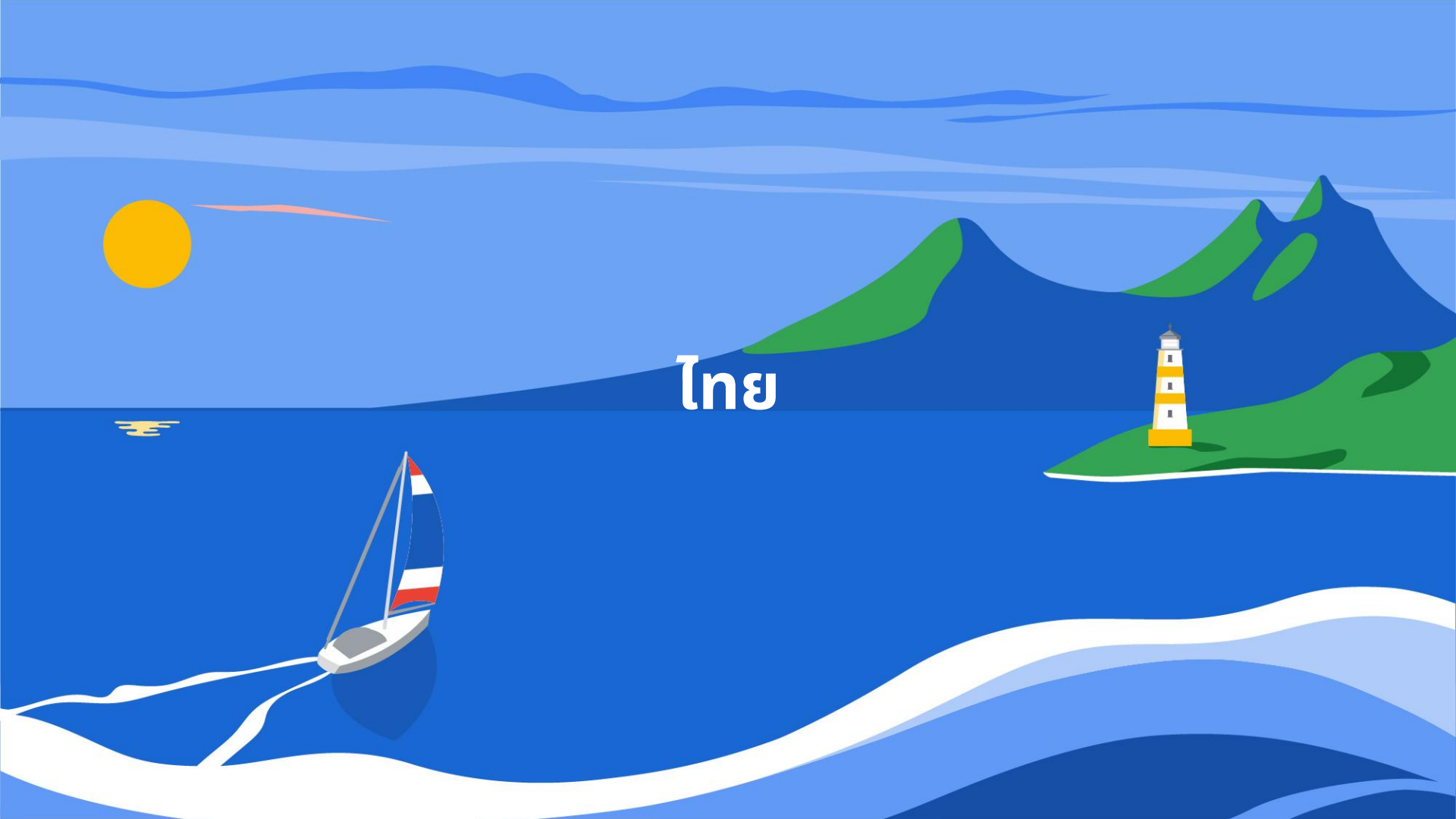
Private funding value (\$B)

● DFS ● E-commerce ● Transport ● Digital media ● Travel ● Others



Note: 'Others' include foodtech, B2B SaaS, Web3, cleantech, agritech, etc.
Source: Bain analysis

ไทย



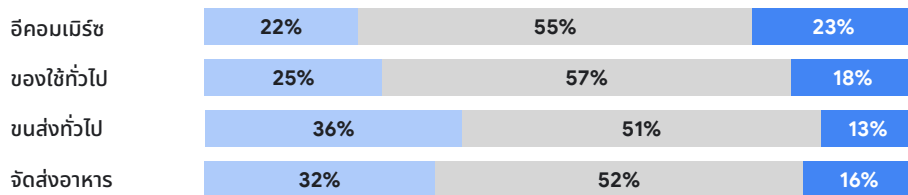


ประเทศไทย: ข้อมูลตัวเลขของผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ความตั้งใจในการใช้¹

ความตั้งใจในการใช้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลในช่วง 12 เดือนข้างหน้า

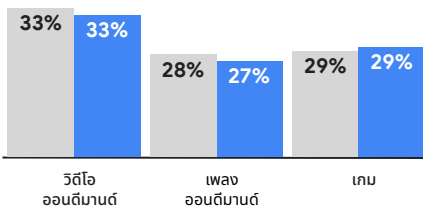
● ลดลง ● เท่าเดิม ● มากขึ้น



ความถี่ในการใช้สื่อ²

% ที่ใช้อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

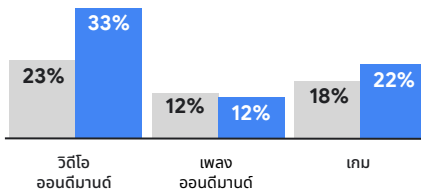
● ค่าเฉลี่ยของ SEA ● ไทย



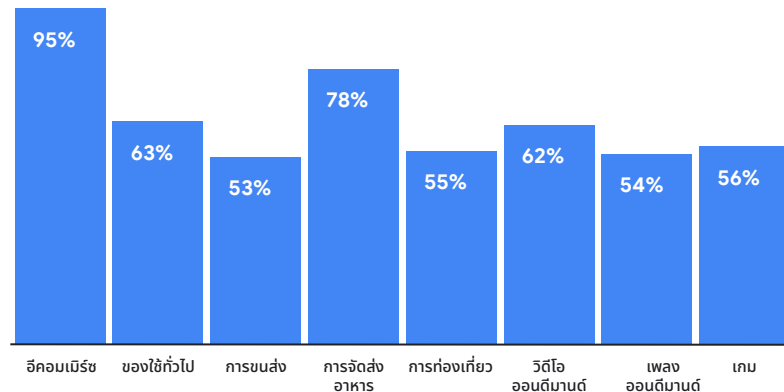
ระยะเวลาในการใช้สื่อ³

% ที่ใช้มากกว่า 1 ชม. ต่อวัน

● ค่าเฉลี่ยของ SEA ● ไทย



% การใช้บริการบนแพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ที่อาศัยในเขตเมือง



ผู้บริโภคแสดงความเต็มใจที่จะ**จ่ายเพิ่มเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ยั่งยืน**⁴

39%

คำถ้อยที่ 1- X10: คุณตั้งใจจะใช้ (อีคอมเมิร์ซ, การซื้อของใช้ทั่วไปทางออนไลน์, การขนส่ง, การส่งอาหาร) อย่างไรในช่วง 12 เดือนข้างหน้า

2,3 - ปริมาณการใช้งานคำนวณจากการเปิดรับ x ความถี่/เวลาในการใช้ (ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาสำหรับผู้ใช้จ่ายเงิน)

4- โดยเฉลี่ยแล้ว คุณเต็มใจจะจ่ายเพิ่มซื้อผลิตภัณฑ์/บริการมากแค่ไหนเพื่อการใช้งานที่ยั่งยืนมากขึ้น (เช่น ลดการใช้เชื้อเพลิง/การปล่อยคาร์บอน ฯลฯ)

ฐานการสำรวจ: ผู้ใช้ในประเทศไทยแยกตามประเทศธุรกิจ n = 1,340

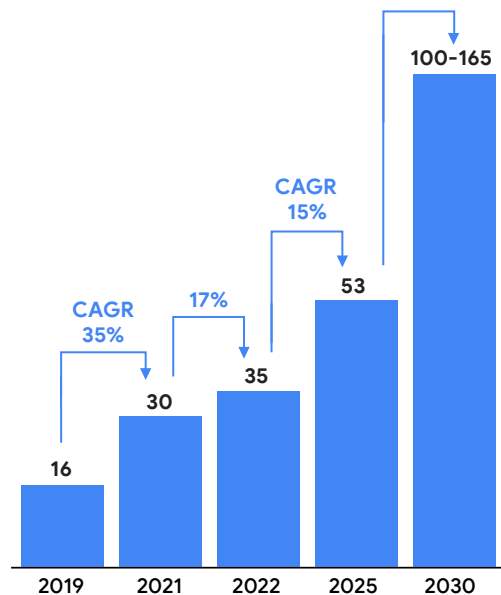
ที่มา: Google-commissioned Ipsos e-Economy SEA Research 2022



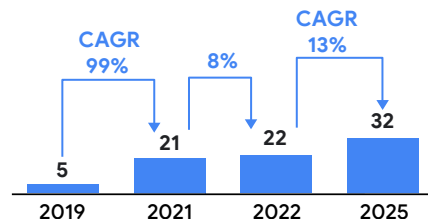
เศรษฐกิจดิจิทัลเติบโต 17% ต่อปี และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 5.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2025 โดยขับเคลื่อนจากอีคอมเมิร์ซ แต่การท่องเที่ยวจะต้องใช้เวลาในการฟื้นตัว

มูลค่าสินค้ารวมแยกตามภาคธุรกิจ (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

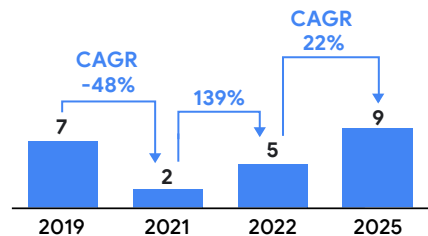
เศรษฐกิจดิจิทัลโดยรวม



อีคอมเมิร์ซ

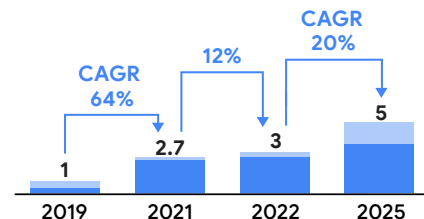


การท่องเที่ยวออนไลน์

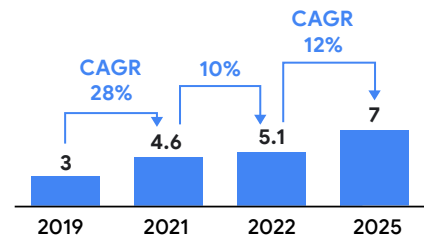


การขนส่งและบริการส่งอาหารออนไลน์

● การขนส่ง ● บริการส่งอาหารออนไลน์



สื่อออนไลน์

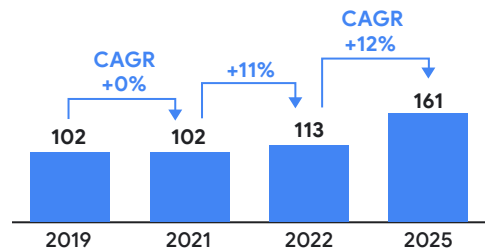




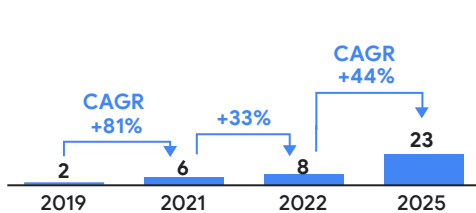
บริการด้านการเงินดิจิทัลพุ่งทะยานในช่วงการระบาดของโควิด-19 และยังคงรักษาระดับได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2025 จากการกู้ยืมและการลงทุนซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ราว 40% และ 45% ตามลำดับ

บริการทางการเงินดิจิทัล (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

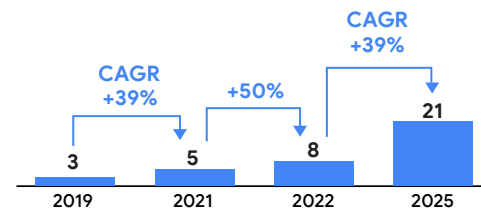
การชำระเงิน (Gross Transaction Value)



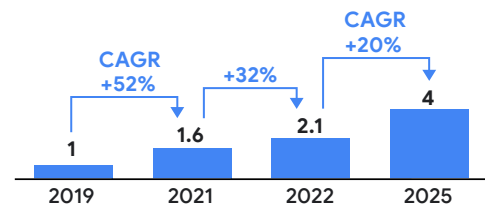
การลงทุน (Asset Under Management)



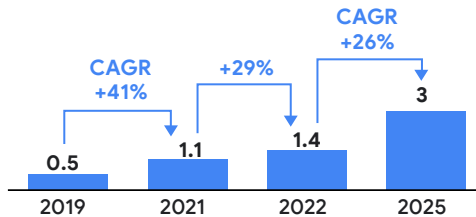
บัญชีกู้ยืม



การโอนเงินต่างประเทศ (Gross Transaction Value)



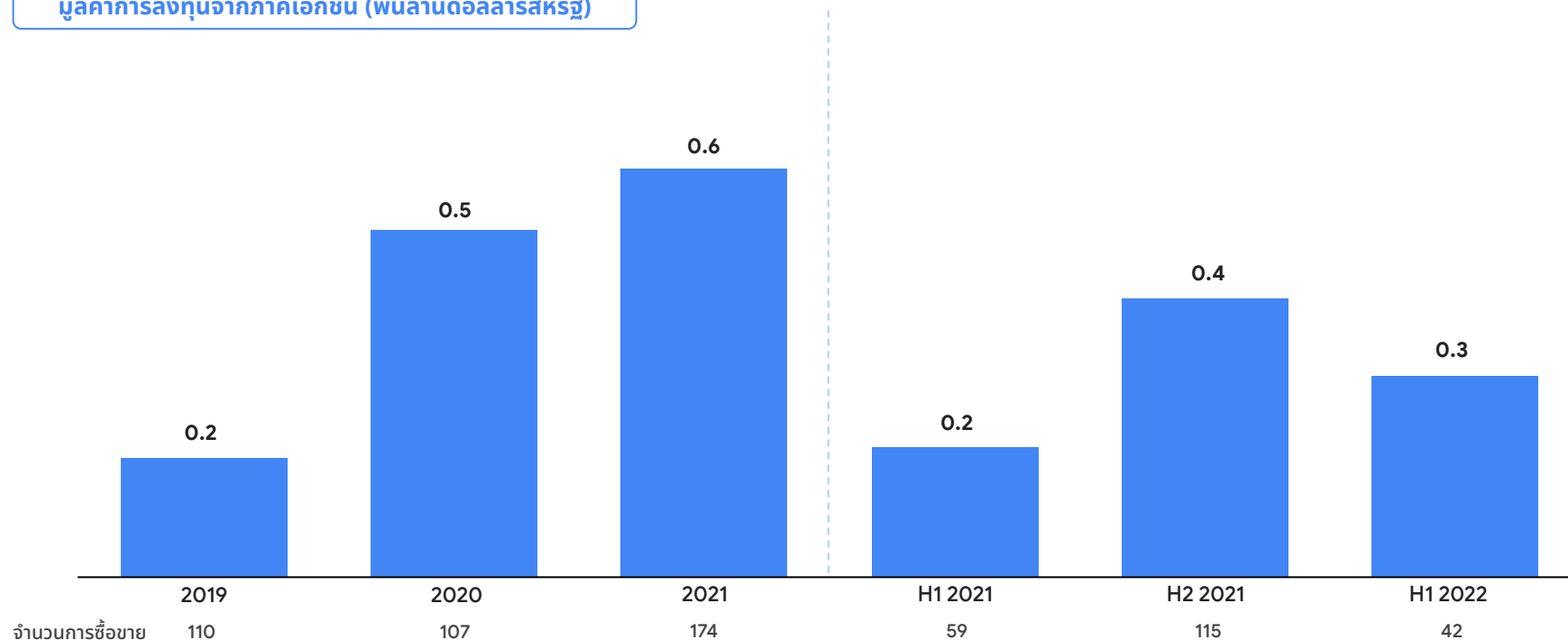
ประกัน (Annual Premium Equivalent / Gross Written Premium)





มูลค่าการซื้อขายเพิ่มสูงขึ้นจากการลงทุนระดับ Series-C จำนวนมาก ในภาคธุรกิจบริการด้านการเงินดิจิทัล (DFS) และอีคอมเมิร์ซ

มูลค่าการลงทุนจากภาคเอกชน (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

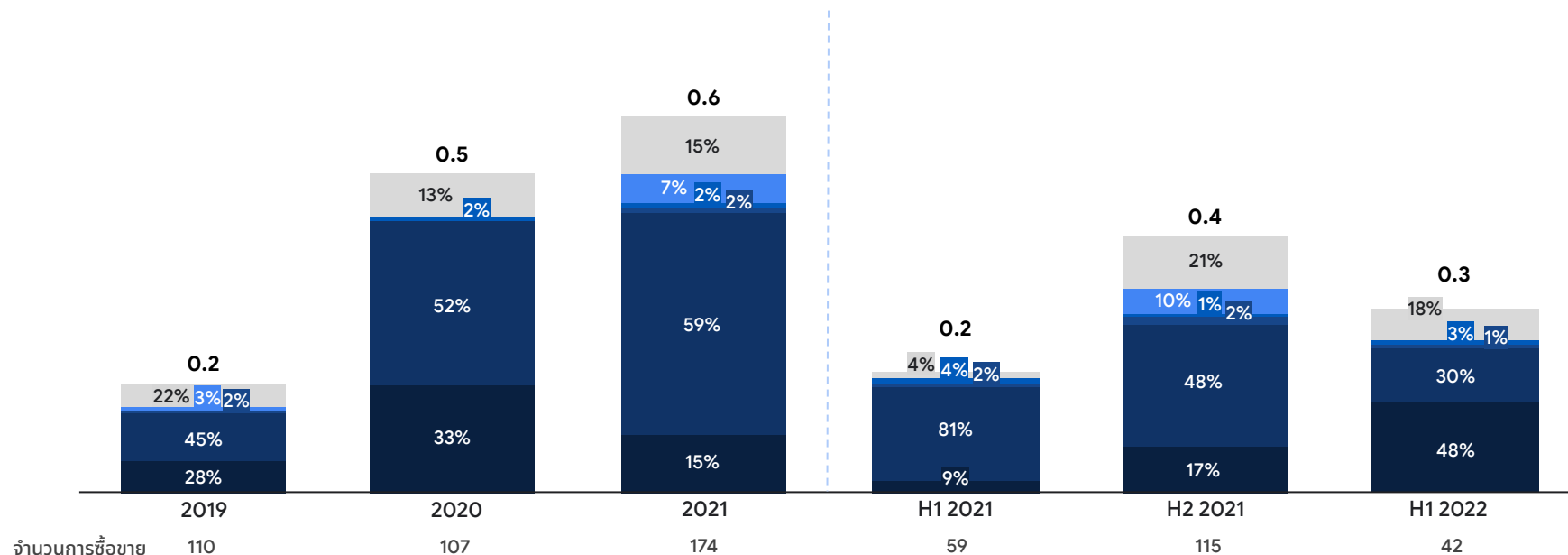




การลงทุนและระดมทุนในบริการด้านการเงินดิจิทัล (DFS) แข่งหน้าอีคอมเมิร์ซ โดยมีสัดส่วนเกือบครึ่ง และมีมูลค่าสูงถึง 150 ล้านดอลลาร์ในช่วงครึ่งแรกของปี 2022

มูลค่าการลงทุนจากภาคเอกชน (พันล้านดอลลาร์)

● DFS ● อีคอมเมิร์ซ ● การขนส่ง ● สื่อดิจิทัล ● การท่องเที่ยว ● อื่นๆ



หมายเหตุ: (1)"อื่นๆ" รวมถึง Foodtech, B2B SaaS, Web 3.0, Cleantech, Agritech ฯลฯ; ที่มา: Bain analysis