

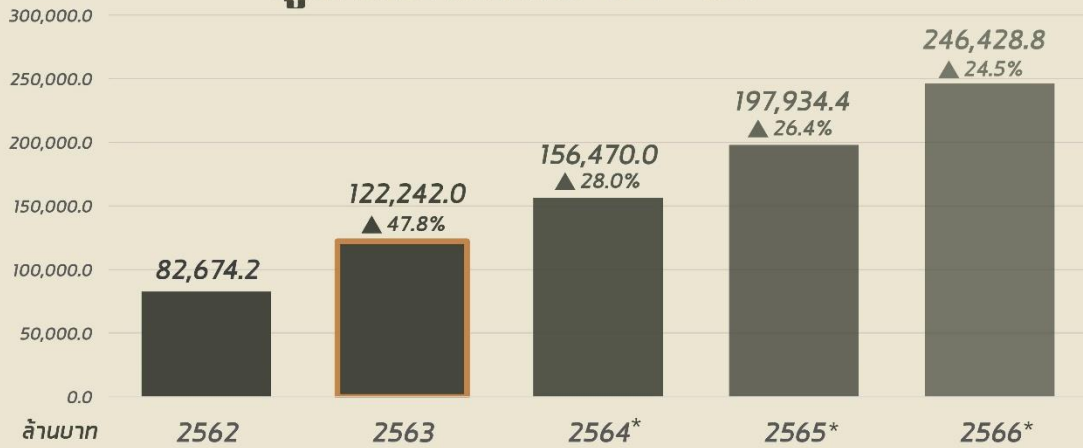
การแข่งขันของอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มในมาเลเซีย

# อีคอมเมิร์ซในมาเลเซีย

## E-commerce in Malaysia

"ปี 2563 แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในมาเลเซียมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมต่อผู้บริโภคและสินค้าเข้าด้วยกัน ประกอบกับการชำระเงินออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ ส่งผลให้ชาวมาเลเซียนิยมใช้บริการมากขึ้น"

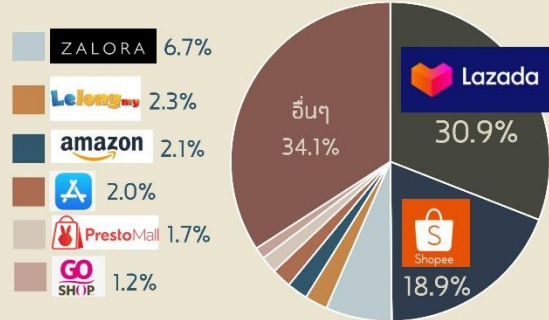
### มูลค่าการค้าปี 62 - 66



\*ตัวเลขคาดการณ์



### ส่วนแบ่งตลาด



### MARKET TRENDS

- ★ Online Marketplace ส่งผลให้เกิดสังคมไร้เงินสด
- ★ ชาวมาเลเซียชอบสั่งซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้น บริษัทผู้ผลิตสินค้าจึงเริ่มเปิดช่องทางขายออนไลน์เป็นของตนเอง
- ★ แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในมาเลเซียได้ขยายฐานสินค้ากว้างขึ้น โดยเริ่มจำหน่ายรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์แล้ว และในอนาคตอาจขยายไปถึงการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

ที่มา: Euromonitor International 2021 และการสำรวจตลาดเชิงลึกของสำนักงานฯ

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ DITP

Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601 Facebook : AEC Business Support Center - Kuala Lumpur by DITP



จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์

ที่มา: Euromonitor International 2021 และการสำรวจตลาดเชิงลึกของสำนักงานฯ

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,  
Royal Thai Embassy,  
Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL  
T: +6032 2142 4601  
E-mail: enquiry@thaitrade.my

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในมาเลเซียมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ชาวมาเลเซียนิยมใช้บริการมากขึ้น โดยในปี 2563 มูลค่าการค้าในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซคิดเป็นมูลค่า 122,242 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สินค้ายอดนิยม ได้แก่ เครื่องแต่งกายและรองเท้าคิดเป็นมูลค่า 30,269.7 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.9) อาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นมูลค่า 8,271.7 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 71) เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์คิดเป็นมูลค่า 7,831.4 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.8) และอื่นๆ

สำหรับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซยอดนิยมในมาเลเซีย ประกอบด้วย Lazada ครองส่วนแบ่งตลาดอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 30.9) รองลงมาคือ Shopee (ร้อยละ 18.9) โดยอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มสัญชาติมาเลเซียอย่าง Lelong.my, Presto Mall, และ Go Shop ครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 4 7 และ 8 ตามลำดับ

แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในมาเลเซียได้ขยายฐานสินค้ากว้างขึ้น ปัจจุบันจำหน่ายรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์ และอาจขยายไปถึงอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ผู้ซื้อชาวมาเลเซียมีความต้องการซื้อสินค้าอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าว เริ่มดำเนินการเปิดแพลตฟอร์มออนไลน์ของตนเอง ซึ่งจะเพิ่มรุนแรงในการแข่งขันในตลาดอีคอมเมิร์ซในมาเลเซียยิ่งขึ้น

นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,  
Royal Thai Embassy,  
Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL  
T: +6032 2142 4601  
E-mail: enquiry@thaitrade.my