

การกระตุ้นเศรษฐกิจของจีนเพื่อฟื้นฟูภาคธุรกิจต่างๆ หลังโควิด-19 และดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของชาวจีน



ข้อมูลที่น่าสนใจในรายงานเกี่ยวกับตลาดบริการชำระเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment) ของจีนในช่วงไตรมาส 4 ของปี 2562 ซึ่งจัดทำโดยบริษัทวิจัยตลาดอิสระ iResearch

ประเด็นสำคัญมีดังนี้:

- ในช่วงไตรมาส 4 ของปี 2562 ตลาดบริการชำระเงินผ่านมือถือถือในจีนเติบโตจนแตะระดับ 59.8 ล้านล้านหยวน (276 ล้านล้านบาท) เพิ่มขึ้น 13.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว นับเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าตลาดบริการชำระเงินผ่านมือถือถือในจีนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยบริการชำระเงินผ่านมือถือได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในหลากหลายกรณีการใช้งาน
- อาลีเพย์ (Alipay) และเท็นเพย์ (Tenpay) (WeChat Pay + QQ Wallet) ยังคงครองตลาดอย่างต่อเนื่อง
 - o ส่วนแบ่งตลาดของอาลีเพย์ตามยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้นติดต่อกันทั้ง 4 ไตรมาสในช่วงปี 2562 โดยส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 55.1% ในไตรมาส 4
 - o เท็นเพย์ (WeChat Pay + QQ Wallet) มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่า 39% เป็นครั้งแรกในปี 2562 โดยอยู่ที่ 38.9%
 - o ผู้ให้บริการรายอื่นๆ ยังคงรุกตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งมีส่วนแบ่งอยู่ที่ 6% ของตลาดบริการชำระเงินผ่านมือถือโดยรวมในจีนในไตรมาส 4 ของปี 2562 ผู้ให้บริการเหล่านี้ได้แก่ 1qianbao (1.4%), JD Pay (0.9%),

UMPay (0.6%), 99bill (0.6%), Yeepay (0.5%), China UMS (0.3%), Sunin Pay (0.2%) และอื่นๆ (1.5%) สามารถดูรายงานตลาดบริการชำระเงินผ่านมือถือในจีนช่วงไตรมาส 4 ปี 2562 ฉบับภาษาจีนได้บนเว็บไซต์ของ iResearch รวมไปถึงรายงานสำหรับไตรมาส 1 ถึงไตรมาส 3 ของปี 2562

องค์กรธุรกิจและผู้บริโภคในจีนใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลไลฟ์สไตล์ของอาลีเพย์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ รองรับการทำงาน และใช้ชีวิตอย่างต่อเนื่อง

วันที่ 10 มีนาคม อาลีเพย์ประกาศแผนการ 3 ปีสำหรับการเปิดให้เข้าใช้งานแพลตฟอร์มของบริษัท เพื่อสนับสนุนผู้ให้บริการกว่า 40 ล้านรายในจีนสำหรับการปรับเปลี่ยนสู่ดิจิทัล โดยอาลีเพย์ดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากแพลตฟอร์มที่รองรับเฉพาะบริการด้านการเงิน ไปสู่ดิจิทัลอีโคซิสเต็มส์ที่เปิดกว้างและมีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงดิจิทัลไลฟ์สไตล์แบบครบวงจรได้อย่างสะดวกสบายผ่านทางอุปกรณ์มือถือ

กระทรวงอุตสาหกรรมและสารสนเทศของจีนระบุว่า ณ วันที่ 24 มีนาคม 2563 เกือบ 72% ของธุรกิจเอสเอ็มอีในจีนได้เริ่มต้นการทำงานอีกครั้ง พร้อมดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานสู่ระบบดิจิทัล ขณะเดียวกัน องค์กรธุรกิจและผู้บริโภคจำนวนมากใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลไลฟ์สไตล์ที่เปิดกว้างของอาลีเพย์เพื่อรองรับการทำงาน และการใช้ชีวิตอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับบริการดิจิทัลมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยลำพังเพียงแค่ปี 2562 จำนวนการค้นหาค้นหาบริการไลฟ์สไตล์ภายในแอปอาลีเพย์เพิ่มขึ้นถึง 300% เมื่อเทียบกับปี 2561

อาหารและความบันเทิง

- ธุรกิจร้านอาหารของชำ: ท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด-19 บริษัท Meicai ซึ่งเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพในกรุงปักกิ่ง ที่จัดจำหน่ายสินค้าประเภทของชำ โดยทำหน้าที่เป็นคนกลางที่เชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้บริโภคและร้านอาหาร ได้เปิดตัวมินิโปรแกรมที่นำเสนอบริการจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ใช้อาลีเพย์ ปรากฏว่าภายในเวลาเพียงหนึ่งสัปดาห์ มินิโปรแกรมหักล้างดึงดูดผู้ใช้รายใหม่ๆ ได้มากกว่า 800,000 ราย และมียอดสั่งซื้อหลังไหลเข้ามาจาก 80 เมืองใหญ่ในประเทศจีน
- ร้านอาหารฮอตพอต: ในช่วงวันที่ 18-22 มีนาคม ร้านอาหารฮอตพอต (Hotpot) มียอดจำหน่ายอาหารกว่า 1.3 ล้านชุดภายในช่วง 5 วันผ่านทางแพลตฟอร์มอาลีเพย์ เพิ่มขึ้น 186% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของเดือนกุมภาพันธ์ ในช่วงสองสามสัปดาห์ที่ผ่านมา ร้านอาหารฮอตพอตได้ออกคูปองดิจิทัล เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคไปรับประทานอาหารที่ร้าน หลังจากที่ร้านอาหารเปิดให้บริการอีกครั้งในช่วงสัปดาห์นี้
- ร้านขายเครื่องดื่มชานม: ร้านขายเครื่องดื่มชานมปรับเปลี่ยนการดำเนินงานสู่ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้นหลังจากที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยในช่วงวันที่ 18-22 มีนาคม ผู้บริโภคซื้อเครื่องดื่มชานมโดยเฉลี่ยกว่า 1.08 ล้านแก้วต่อวันผ่านทางมินิโปรแกรมของแบรนด์ต่างๆ บนอาลีเพย์

- โรงภาพยนตร์: บรรดาโรงภาพยนตร์พยายามค้นหาหนทางใหม่ๆ ในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานสู่ดิจิทัลเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า เช่น การส่งเสริมการขายตั๋วภาพยนตร์ฟรีเซลผ่านทางอาลีเพย์ โดยเมื่อวันที่ 18 มีนาคม เครือข่ายธุรกิจโรงภาพยนตร์ 10 แห่ง รวมถึง Perfect World Cinema, Jinyi Cinema และ Bona Cinema ได้โยกย้ายระบบจำหน่ายตั๋วแบบออฟไลน์ตามโรงภาพยนตร์กว่า 400 แห่งไปสู่แพลตฟอร์มอาลีเพย์ และเปิดแคมเปญขายตั๋วภาพยนตร์ฟรีเซลร่วมกับอาลีเพย์และ Taobao Movie ใน 12 เมืองใหญ่ รวมถึงเซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง หางโจว ชูโจว และหนานจิง ผลปรากฏว่าในวันที่ 26 มีนาคม ยอดขายตั๋วภาพยนตร์ฟรีเซลเพิ่มขึ้นกว่า 2,000% เมื่อเทียบกับช่วงสัปดาห์ก่อนวันที่ 18 มีนาคม

การจ้างงานทางออนไลน์

เมื่อวันที่ 20 มีนาคม กระทรวงทรัพยากรบุคคลและกิจการด้านสังคมของจีนได้เปิดตัวแคมเปญส่งเสริมการจ้างงานและการรับสมัครงานทางออนไลน์ร่วมกับอาลีเพย์ รวมถึงพันธมิตรรายอื่นๆ และเมื่อวันที่ 23 มีนาคม บริษัทนายจ้างราว 60,000 รายร่วมกันจัดมหกรรมจัดหางานแบบเสมือนจริง (Virtual Job Fair) โดยร่วมมือกับอาลีเพย์ มหกรรมจัดหางานดังกล่าวจะจัดถึงปลายเดือนมิถุนายน และคาดว่าจะได้รับความสนใจจากผู้มองหางานกว่าหนึ่งล้านคน

บริษัทนายจ้างที่มีชื่อเสียงหลายบริษัทเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เช่น ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า Haier และ Gree, ผู้ให้บริการทางการเงิน Pingan Group, ผู้ให้บริการโทรคมนาคม China Unicom และ Alibaba โดยมีการเสนอตำแหน่งงานกว่า 100,000 อัตรา ครอบคลุมกว่า 10 ภาคธุรกิจ รวมถึงอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศ บริการด้านการเงิน การศึกษา และการค้า

มหกรรมจัดหางานทางออนไลน์นี้คาดว่าจะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการค้นหางานและการสรรหาบุคลากร โดยผู้มองหางานจะสามารถเข้าถึงมหกรรมจัดหางานดังกล่าวได้ด้วยการค้นหาคำว่า “งานที่น่าสนใจ (好工作)” ในแพลตฟอร์มอาลีเพย์ และเข้าไปที่มินิโปรแกรม “Campus Hiring” ซึ่งผู้สมัครจะสามารถตรวจสอบโปรไฟล์ของบริษัทนายจ้างทั้งหมด รวมถึงประกาศรับสมัครงาน และส่งประวัติย่อของตนเองผ่านทางออนไลน์

ข้อมูลสถิติจากกระทรวงศึกษาธิการของจีนระบุว่า ในปี 2563 จะมีนักเรียนราว 8.74 ล้านคนจบการศึกษาจากวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยทั่วประเทศจีน เพิ่มขึ้น 400,000 คนเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม จาง ยานาน ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายธุรกิจ Smart Education ของอาลีเพย์ เปิดเผยว่า นายจ้างจำนวนมากจำเป็นต้องยกเลิกมหกรรมจัดหางานแบบออฟไลน์เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยเหตุนี้ อาลีเพย์จึงได้จัด “มหกรรมจัดหางานทางออนไลน์” ในครั้งนี้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการสรรหาบุคลากร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งนายจ้าง และบัณฑิตจบใหม่ในช่วงสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนนี้

นอกจากนั้น อาลีเพย์ยังได้จัดหาข้อมูลแก่นักศึกษาจบใหม่จากมณฑลหูเป่ย์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการแพร่ระบาด และเชิญชวนองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเพื่อช่วยเหลือนักเรียนที่จบการ

ศึกษาจากโรงเรียนเทคนิคและโรงเรียนอาชีวะในการค้นหาตำแหน่งงานที่เหมาะสม นอกเหนือจากการจัดหางานให้แก่นักศึกษาแล้ว บุคลากรทั่วไปราว 1.64 ล้านคนได้ค้นหาและสมัครงานผ่านทางอาลีเพย์นับตั้งแต่ที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19

คูปอง

- เพื่อกระตุ้นการบริโภคในประเทศและช่วยเหลือผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจที่ประสบปัญหา หน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นตามมณฑลต่างๆ ของจีนดำเนินการแจกคูปองผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น อาลีเพย์
- คูปองอิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ถูกแจกจ่ายโดยหน่วยงานท้องถิ่นผ่านทางอาลีเพย์และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ เช่น Fliggy ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มบริการท่องเที่ยวของ Alibaba และแพลตฟอร์มจองตัวภาพยนตร์ คูปองเพื่อการบริโภคเหล่านี้มีหลากหลายรูปแบบ และโดยมากแล้วมักจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น กิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่สำคัญๆ และความต้องการของผู้บริโภค คูปองต่างๆ เชื่อมการใช้งานและส่วนลดที่แตกต่างกัน และผู้บริโภคสามารถนำคูปองแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดผ่านทางอาลีเพย์ได้โดยตรง
- โดยทั่วไปแล้ว คูปองเหล่านี้แจกจ่ายให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นโดยตรง ตัวอย่างเช่น ในมณฑลกวางสี มีการแจกคูปอง Guangxi Consumption Coupons ให้แก่ประชาชนในช่วงระหว่างวันที่ 26 มีนาคม ถึง 26 พฤษภาคม ประชาชนที่อาศัยหรือเดินทางไปยังมณฑลกวางสีสามารถขอรับคูปองตามกรอบเวลาที่กำหนดในแต่ละวัน ประชาชนสามารถนำคูปองไปแลกซื้อสินค้าแบบออฟไลน์หรือออนไลน์ โดยใช้อาลีเพย์ หรือใช้เป็นส่วนลดสำหรับค่าอาหาร ช้อปปิ้ง การเดินทาง ที่พักโรงแรม และอื่นๆ
- หางโจว ซึ่งเป็นเมืองหลวงของมณฑลเจ้อเจียง มีแผนที่จะแจกคูปองเพื่อการบริโภคมูลค่า 1.68 พันล้านหยวน เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการแบบออฟไลน์ในท้องถิ่นกว่า 6 ล้านราย ครอบคลุมหลากหลายกลุ่มธุรกิจ ตั้งแต่ค้าปลีกไปจนถึงธุรกิจจัดเลี้ยง เพื่อกระตุ้นการบริโภค โดยตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคมเป็นต้นไป เมืองหางโจวจะแจกคูปองรอบแรกจำนวน 2 ล้านใบ มูลค่าใบละ 50 หยวน ซึ่งลูกค้าจะสามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดเมื่อชำระค่าสินค้าในแบบออนไลน์หรือออฟไลน์โดยใช้อาลีเพย์
- นานานจิง เมืองหลวงของมณฑลเจียงซู แจกคูปองเพื่อการบริโภคมูลค่า 318 ล้านหยวนสำหรับอาหาร กีฬา หนังสือ การท่องเที่ยวในชนบท สารสนเทศ และสวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย คูปองเหล่านี้มีอบส่วนลด 50 หยวน หรือ 100 หยวน ในช่วงระหว่างวันที่ 15-22 มีนาคม ชาวเมืองนานานจิงสามารถขอรับคูปองดังกล่าวผ่านทางแอปพลิเคชันภาครัฐ "My Nanjing" และแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดเมื่อชำระเงินผ่านอาลีเพย์
- ตั้งแต่เดือนมีนาคม รัฐบาลระดับมณฑลและเทศบาลกว่า 10 แห่งได้เปิดโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อฟื้นฟูภาคธุรกิจต่างๆ เช่น ร้านอาหาร วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และฟิตเนส

เกี่ยวกับอาลีเพย์

อาลีเพย์ (Alipay) ดำเนินงานโดยกลุ่มบริษัท แอนท์ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส (Ant Financial Services Group) เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์และโมบายล์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเริ่มเปิดให้บริการเมื่อปี 2547 และปัจจุบันมีผู้ใช้อาลีเพย์กว่า 1,200 ล้านคน ร่วมกับพาร์ทเนอร์ด้าน e-wallet ในประเทศต่างๆ (สถิติเดือนมิถุนายน 2562) ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อาลีเพย์ได้พัฒนาจากบริการดิจิทัลวอลเล็ต (Digital Wallet) สู่อุปกรณ์ที่รองรับไลฟ์สไตล์อย่างสมบูรณ์ โดยผู้ใช้สามารถเรียกแท็กซี่ จองห้องพักโรงแรม ซื้อตั๋วภาพยนตร์ จ่ายค่าสาธารณูปโภค นัดหมายเพื่อพบแพทย์ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารสินทรัพย์ได้โดยตรงจากภายในแอป นอกเหนือจากการชำระเงินออนไลน์แล้ว อาลีเพย์ยังขยายครอบคลุมการชำระเงินแบบออฟไลน์ในร้านค้าทั้งในและนอกประเทศจีนอีกด้วย บริการชำระเงินในร้านค้าของอาลีเพย์ยังครอบคลุมกว่า 50 ประเทศและภูมิภาคทั่วโลก ส่วนการขอคืนภาษีผ่านอาลีเพย์สามารถทำได้ใน 35 ประเทศและภูมิภาค อาลีเพย์ร่วมมือกับสถาบันการเงินและผู้ให้บริการชำระเงินในต่างประเทศกว่า 250 แห่ง เพื่อรองรับการชำระเงินระหว่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวเงินที่เดินทางไปต่างประเทศ รวมถึงลูกค้าต่างชาติที่ซื้อสินค้าจากเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซของจีน ปัจจุบันอาลีเพย์รองรับ 27 สกุลเงิน