

นักท่องเที่ยวชาวจีนกระตุ้นการเติบโตของอาลีเพย์ช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2562 ปริมาณธุรกรรมการใช้จ่ายในประเทศไทยครองอันดับ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และครองอันดับ 2 จากทั่วโลก รองจากฮ่องกง



21 กุมภาพันธ์ 2562 –อาลีเพย์ แพลตฟอร์มการชำระเงินดิจิทัลและไลฟ์สไตล์ชั้นนำของโลก ภายใต้การดำเนินงานของแอนท์ไฟแนนเชียล บริษัทในเครือของอาลีบาบากรู๊ป เผยว่าประเทศไทยเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีนซึ่งถูกบันทึกระหว่างวันที่ 4 -10 กุมภาพันธ์ปีนี้

ข้อมูลได้ถูกรวบรวมจาก 54 ประเทศที่รับชำระเงินผ่านอาลีเพย์ (Alipay) ข้อมูลสำคัญด้านล่างนี้ บวกกับ ผลการศึกษาแนวโน้มการชำระเงินผ่านมือถือระหว่างการท่องเที่ยวในต่างประเทศของชาวจีนประจำปี 2561 ที่อาลีเพย์ได้เผยแพร่เมื่อสัปดาห์ที่แล้ว ได้ส่งผลกระทบต่อตลาดผู้บริโภคและตลาดการท่องเที่ยวที่คึกคักของจีน:

- มูลค่าและปริมาณธุรกรรมทางการเงินมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง
- มูลค่าธุรกรรมในร้านค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น 2.2 เท่า เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
- 10 ประเทศที่มียอดใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุด (highest average spend) อยู่ในภูมิภาคยุโรป
- 5 ประเทศที่มียอดใช้จ่ายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสูงสุด (highest growth on average spend) ได้แก่ เดนมาร์ก (22.7 เท่า), สเปน (7.1 เท่า), ฟิลิปปินส์ (5 เท่า), เบลเยียม (4.7 เท่า) และสวีเดน (3.4 เท่า)
- หลายประเทศในเอเชีย (ยกเว้นแคนาดา) ยังคงครองอันดับสูงในแง่ของปริมาณธุรกรรม ซึ่งขึ้นมาอยู่ที่อันดับที่ 10 เนื่องจากผู้ประกอบการในท้องถิ่นและห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ใช้ระบบอาลีเพย์เพิ่มมากขึ้น
- ในแง่ของประเภทสินค้าและร้านค้า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าระดับพรีเมียมในยุโรป ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปยังประเทศในทวีปเอเชียนิยมการช้อปปิ้งในร้านขายเครื่องสำอางและร้านสะดวกซื้อ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่เผยแพร่เมื่อสัปดาห์ที่แล้วระบุว่า:

- การเติบโตของยอดใช้จ่ายโดยเฉลี่ยผ่านอาลีเพย์ของนักท่องเที่ยวจากหัวเมืองรองระดับ 3 และ 4 ของจีน แชนหน้านักท่องเที่ยวจากหัวเมืองหลัก เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกวางโจว
- นักท่องเที่ยววัยกลางคน ซึ่งแบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี 2503-2512 และผู้ที่เกิดในช่วงปี 2513-2522 เป็นแรงขับเคลื่อนหลักสำหรับการท่องเที่ยวต่างประเทศและการบริโภคในต่างประเทศ

สถิตินี้ยังต่อยอดข้อมูลจากผลการศึกษาแนวโน้มการชำระเงินผ่านมือถือระหว่างการท่องเที่ยวในต่างประเทศของชาวจีนประจำปี 2561 ที่เนลสัน (Nielsen) และอาลีเพย์ที่เผยแพร่ร่วมกันเมื่อเดือนที่แล้ว ทั้งยังเปิดเผยมูลค่าทางธุรกิจที่อาลีเพย์ได้สร้างให้กับผู้ประกอบการในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้างค้าปลีกแบบเก่า ซึ่งเป็นการต่อยอดว่าการใช้อาลีเพย์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต และคนรุ่นเก่าได้เริ่มก้าวทันคนวัยหนุ่มสาวในเรื่องของการใช้บริการชำระเงินดิจิทัล ในบรรดาผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามกล่าวว่าจำนวนลูกค้าที่เดินเข้าร้านและยอดรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 60 เปอร์เซ็นต์หลังรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์

ผลการศึกษาที่สำคัญในประเทศไทย

ปริมาณธุรกรรมการเงินของนักท่องเที่ยวจีนในไทยครองอันดับ 2 จากทั่วโลก รองจากฮ่องกง และครองอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยยอดใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 7,600 บาท (หรือ 1,646 หยวน) เพิ่มขึ้น 10% โดยยอดใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากร้านสะดวกซื้อและร้านขายสินค้าปลอดภาษี

1) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถขอคืนภาษีได้ที่ร้าน 7-11 และ 7-11 ได้จัดเตรียมมุม “Alipay Corner” สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใช้อาลีเพย์

2) จากการที่คิงเพาเวอร์มอบข้อเสนอสุดพิเศษแก่ผู้ใช้อาลีเพย์ ส่งผลให้ปริมาณธุรกรรมในร้านจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีเพิ่มขึ้น 50% ขณะที่ร้านสะดวกซื้อที่มีปริมาณธุรกรรมเพิ่มขึ้น 38%

“ตั้งแต่ใช้อาลีเพย์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวจีน ไม่เพียงแต่ความสามารถในการให้บริการธุรกรรมการเงินที่สะดวกสบายพร้อมประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ยอดเยี่ยมนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น แต่อาลีเพย์ยังช่วยให้รายได้ต่อเดือนของผมเพิ่มขึ้นมากกว่าคนขับรถแท็กซี่ทั่วไปถึงสิบเท่า ผมจึงแนะนำให้เพื่อนๆ ที่ขับรถแท็กซี่หันมาใช้อาลีเพย์ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจีนอีกด้วย” นายประพันธ์ ไพรรุ่งเรือง, ผู้ขับรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ กล่าว

เกี่ยวกับ แอนท์ ไฟแนนเชียล

กลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเชส (Ant Financial Services Group) มุ่งมั่นที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อมอบโอกาสที่เท่าเทียมกันให้แก่ผู้คนทั่วโลก เทคโนโลยีต่างๆ ของเรา เช่น บล็อกเชน (Blockchain), ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence), ระบบรักษาความปลอดภัย, Internet of Things และระบบประมวลผลช่วยให้เราและพาร์ทเนอร์ในระบบนิเวศน์ของเราสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนที่ยังไม่สามารถเข้าถึง

บริการทางการเงินในระบบ (Unbanked) หรือกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบได้บ้าง (Underbanked) โดยนำเสนอบริการด้านการเงินที่ปลอดภัย โปร่งใส ประหยัดค่าใช้จ่าย และเข้าถึงได้ง่ายสำหรับบุคคลทั่วไปและธุรกิจเอสเอ็มอีทั่วโลก แอนท์ ไฟแนนเชียล ได้จัดตั้งความร่วมมือระหว่างประเทศกับพาร์ทเนอร์ทั่วโลก เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในตลาดดังกล่าว และเราให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในต่างประเทศ ด้วยการเชื่อมโยงอาลีเพย์กับผู้ค้าออนไลน์และออฟไลน์ในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม แปรนต์ต่างๆ ภายใต้กลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส ได้แก่ Alipay, Ant Fortune, Zhima Credit, MYbank และ Ant Financial Cloud

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอนท์ ไฟแนนเชียล โปรดเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.antgroup.com หรือติดตามเราบน Twitter @AntFinancial

เกี่ยวกับอาลีเพย์

อาลีเพย์ (Alipay) ดำเนินงานโดยกลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส (Ant Financial Services Group) เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์และโมบายล์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเริ่มเปิดให้บริการเมื่อปี 2547 และปัจจุบันมีสถาบันการเงินในประเทศกว่า 1 พันล้านแห่งเข้าร่วมเป็นพันธมิตร ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อาลีเพย์ได้พัฒนาจากบริการดิจิทัลวอลเล็ต (Digital Wallet) สู่เครื่องมือที่รองรับไลฟ์สไตล์อย่างสมบูรณ์ โดยผู้ใช้สามารถเรียกแท็กซี่ จองห้องพักโรงแรม ซื้อตั๋วภาพยนตร์ จ่ายค่าสาธารณูปโภค นัดหมายเพื่อพบแพทย์ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารสินทรัพย์ได้โดยตรงจากภายในแอป นอกเหนือจากการชำระเงินออนไลน์แล้ว อาลีเพย์ยังขยายครอบคลุมการชำระเงินแบบออฟไลน์ในร้านค้าทั้งในและนอกประเทศจีนอีกด้วย บริการชำระเงินในร้านค้าของอาลีเพย์ยังครอบคลุมกว่า 50 ประเทศและภูมิภาคทั่วโลก ส่วนการขอคืนภาษีผ่านอาลีเพย์สามารถทำได้ใน 35 ประเทศและภูมิภาค อาลีเพย์ร่วมมือกับสถาบันการเงินและผู้ให้บริการชำระเงินในต่างประเทศกว่า 250 แห่ง เพื่อรองรับการชำระเงินระหว่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ รวมถึงลูกค้าต่างชาติที่ซื้อสินค้าจากเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซของจีน ปัจจุบันอาลีเพย์รองรับ 27 สกุลเงิน

ประชาสัมพันธ์ข่าวโดย:

วรารอง จงรักษ์

โทรศัพท์: 02-971-3711

อีเมล: warawong@pc-a.co.th