

เผยยอดการทำธุรกรรมในร้านค้าต่างประเทศผ่านอาลีเพย์เพิ่มขึ้น 700% ในช่วงวันหยุดยาวของจีน

เผยยอดการทำธุรกรรมในร้านค้าต่างประเทศผ่านอาลีเพย์เพิ่มขึ้น 700% ในช่วงวันหยุดยาวของจีน

ช่วง Golden Week ปี 2560: สถิติของอาลีเพย์

*หมายเหตุ: การเปรียบเทียบทั้งหมดเป็นแบบปีต่อปี (Year-on-Year) โดยเทียบกับช่วงวันหยุด Golden Week ตามปกติ 7 วันของปีที่แล้ว นอกเสียจากว่าจะระบุเป็นอย่างอื่น ตัวเลขการใช้จ่ายอ้างอิงถึงธุรกรรมในร้านค้าอย่างเฉพาะเจาะจง นอกเสียจากว่าจะระบุเป็นอย่างอื่น

- ในช่วงสัปดาห์เฉลิมฉลองวันชาติจีน (Golden Week) ของปีนี้ ผู้ใช้อาลีเพย์ได้ทำธุรกรรมในร้านค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้น 8 เท่า เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- เอเชีย ครองแชมป์ 10 จุดหมายปลายทางที่มีการทำธุรกรรมสูงสุด
 - o ฮองกง ครองอันดับหนึ่ง ตามมาด้วยไทย ได้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี มาเก๊า มาเลเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์
 - นอกจากนี้ เอเชีย ยังมีอัตราการเติบโตรวดเร็วที่สุดสำหรับการใช้งานอาลีเพย์ เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
 - o ในสิงคโปร์ ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้นถึง 30 เท่า ส่วนในประเทศไทย ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 6 เท่า เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
 - o ในญี่ปุ่น ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 16 เท่าจากปีที่แล้ว ขณะที่ในฮ่องกงและไต้หวัน ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 13 เท่า เมื่อเทียบกับตัวเลขของปี 2559
 - o ในออสเตรเลีย ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 20 เท่า ขณะที่ในนิวซีแลนด์ ยอดธุรกรรมเพิ่มขึ้น 6 เท่า
 - ยอดใช้จ่ายต่อคนโดยรวมเพิ่มขึ้น 50% เป็น 1,301 หยวน
 - o ที่น่าแปลกใจก็คือ ยอดใช้จ่ายต่อคนในประเทศนอกภูมิภาคเอเชียสูงกว่ามากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป ซึ่งผู้ใช้มียอดใช้จ่ายเฉลี่ยผ่านอาลีเพย์ 3,150 หยวน
 - o สวิตเซอร์แลนด์มียอดค่าใช้จ่ายต่อคนสูงสุด (36,298 หยวน (US\$5,506)) เมื่อเทียบกับประเทศหรือภูมิภาคอื่นๆ โดยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของยุโรปถึง 10 เท่า
 - o สหรัฐฯ และแคนาดา (1,648 หยวน) และออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (1,415 หยวน) ก็สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก (1,301 หยวน) เช่นกัน
 - o ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย (1,519 หยวน) และสิงคโปร์ (1,376 หยวน) สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก (1,301 หยวน) ขณะที่มาเลเซีย (940 หยวน) ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก โดยประเภทของร้านค้าที่ใช้บริการมีความหลากหลายอย่างมาก ตั้งแต่ร้านค้าปลอดภาษีไปจนถึงร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟ

o ครอบคลุมการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า ตัวเครื่องบิน ห้องพักโรงแรม ร้านอาหาร และตัวเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว
o ยอดใช้จ่ายต่อคนในสิงคโปร์เพิ่มขึ้น 3.4 เท่าจากปีที่แล้ว ส่วนในประเทศไทย เพิ่มขึ้น 2.4 เท่าจากปีที่แล้ว ผู้ใช้ใช้จ่ายผ่านอาลีเพย์เพิ่มขึ้นอย่างมากในภูมิภาคนี้

- ผู้ใช้ที่เกิดในช่วงทศวรรษ 1980 และ 1990 คิดเป็นสัดส่วน 84% ของผู้ใช้ทั้งหมด
 - ผู้ใช้ได้ใช้อี-คูปองกว่า 1.2 ล้านใบในอาลีเพย์
 - กว่า 200,000 คูปองจากประเทศที่กล่าวถึงข้างต้น (ไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย) ถูกนำไปใช้กว่า 60% ในช่วง Golden Week
- เกี่ยวกับ อาลีเพย์ (Alipay)

อาลีเพย์ ดำเนินงานโดยกลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส (Ant Financial Services Group) เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มการชำระเงินออนไลน์และโมบายล์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเริ่มเปิดให้บริการเมื่อปี 2547 มีผู้ใช้งานจริงในปัจจุบัน (Active users) กว่า 520 ล้านคน และสถาบันการเงินกว่า 450 แห่งทั่วโลกเข้าร่วมเป็นพันธมิตร อาลีเพย์ได้พัฒนาจากบริการดิจิทัลวอลเล็ต (Digital Wallet) สู่เครื่องมือที่รองรับไลฟ์สไตล์อย่างสมบูรณ์ โดยผู้ใช้งานสามารถเรียกแท็กซี่ จองห้องพักโรงแรม ซื้อตั๋วภาพยนตร์ จ่ายค่าสาธารณูปโภค นัดหมายเพื่อพบแพทย์ หรือซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารสินทรัพย์ได้โดยตรงจากภายในแอป นอกเหนือจากการชำระเงินออนไลน์แล้ว อาลีเพย์ยังขยายครอบคลุมการชำระเงินแบบออฟไลน์ในร้านค้าทั้งในและนอกประเทศจีนอีกด้วย ทุกวันนี้มีผู้ประกอบการธุรกิจกว่า 10 ล้านรายรับชำระเงินผ่านอาลีเพย์ทั่วประเทศจีน และบริการชำระเงินในร้านค้าของอาลีเพย์ยังครอบคลุมกว่า 30 ประเทศทั่วโลก ส่วนการขอคืนภาษีผ่านอาลีเพย์สามารถทำได้ใน 24 ประเทศและภูมิภาค อาลีเพย์ร่วมมือกับสถาบันการเงินและผู้ให้บริการชำระเงินในต่างประเทศกว่า 250 แห่ง เพื่อรองรับการชำระเงินระหว่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศ รวมถึงลูกค้าต่างชาติที่ซื้อสินค้าจากเว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซของจีน ปัจจุบันอาลีเพย์รองรับ 27 สกุลเงิน

เกี่ยวกับ แอนท์ ไฟแนนเชียล (Ant Financial)

กลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส (Ant Financial Services Group) มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงบุคคลทั่วไป ด้วยวิสัยทัศน์ที่จะ “มอบโอกาสที่เท่าเทียมกันให้แก่ผู้คนทั่วโลก” แอนท์ ไฟแนนเชียล มุ่งมั่นที่จะสร้างระบบนิเวศที่เปิดกว้างสำหรับแนวคิดและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต ควบคู่ไปกับการทำงานร่วมกับสถาบันการเงินอื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการเงินของสังคมในอนาคต องค์กรธุรกิจที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มบริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิสเซส ได้แก่ Alipay, Ant Fortune, Zhima Credit และ MYbank

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

ประชาสัมพันธ์ข่าวโดย:

วรารอง จงรักษ์

โทรศัพท์: 02-971-3711

อีเมล: warawong@pc-a.co.th