

Google

TEMASEK

BAIN & COMPANY



# e-Conomy SEA 2020

At full velocity: Resilient and racing ahead

MALAYSIA



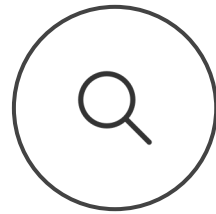
# Content

- 4 **English**
- 5 **Main Takeaways**
- 11 **Bahasa Malaysia**
- 12 **Isi Utama**

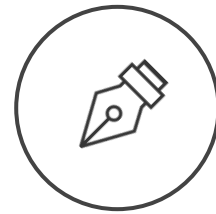
# e-Conomy SEA research methodology



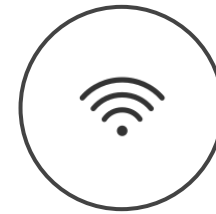
Google trends



Temasek insights



Bain analysis



Primary research\*



Expert interviews  
&  
Industry sources

In partnership with



APP ANNIE



Golden Gate Ventures



MONK'S HILL  
VENTURES



openspace  
VENTURES



vertex  
VENTURES



wavemaker  
PARTNERS

\* Note : Kantar e-Conomy SEA 2020 primary research commissioned by Google, Research was conducted in Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. Fieldwork ran from 18/08/2020 - 02/09/2020 online via a 25-minute Computer Assisted Web Interviewing survey with a total of 4,712 respondents interviewed.

# English

## Malaysia

# Main Takeaways

## Flight to digital

Internet usage in Southeast Asia (SEA) continues to grow, with 40M new users this year alone (400M YTD vs 360M in 2019). In Malaysia, over various Movement Control Order (MCO) periods, users turned to the Internet for solutions to their sudden challenges. A significant number tried new digital services (**36% of all digital service consumers were new**), with **92% of these new consumers intending to continue their behavior post-pandemic**.

## Online with a purpose

Southeast Asians spent on average an hour more per day on the Internet during lockdowns, while Malaysians spent **3.7 hours online (for personal use) pre-COVID-19, which spiked to 4.8 hours** at the height of lockdowns, and now rests at 4.2 hours per day. With 8 out of 10 users viewing technology as very helpful during the pandemic, it has become an indispensable part of people's daily lives.

## Resilience in times of crisis

e-Commerce has driven significant growth in Malaysia, at 87%. This steep ascendance has largely offset declines in Travel. Overall, **2020 GMV is expected to reach a total value of US \$11.4B in 2020**, having grown at 6% YoY. Looking at **2025, we expect the overall e-Economy will reach US \$30B in value, re-accelerating to ~23% CAGR**.

# Executive summary

## On the path to profitability

Since peaking in 2018, funding for unicorns in mature sectors (e-Commerce, Transport & Food, Travel, and Media) has slowed. **Platforms are now refocusing on their core business to prioritize a path to profitability, and are addressing consumers' broad range of needs through partnerships.** The emerging DFS battleground is one of the few spaces where the super-services do collide, and though it's too early to tell the outcome, we expect that continued funding and a strong cash-generating core business to be key.

## New frontiers

HealthTech and EdTech have played a critical role during the pandemic, with impressive adoption rates to match. Even so, these sectors remain nascent and challenges need to be addressed before they can be commercialized at a larger scale. Nonetheless, the **boost in adoption, compounded with fast growing funding, is likely to propel innovation in this space over the coming years.**

## Cautiously optimistic

Deal activity across the region continued to grow unabated in the first half 2020. Investors are remaining cautiously optimistic and are doing fewer deals at more attractive valuations, in hope for higher returns in the long run. **Where the goal of years prior has been "blitzscaling", investors are now looking for sustainable, profitable growth.**

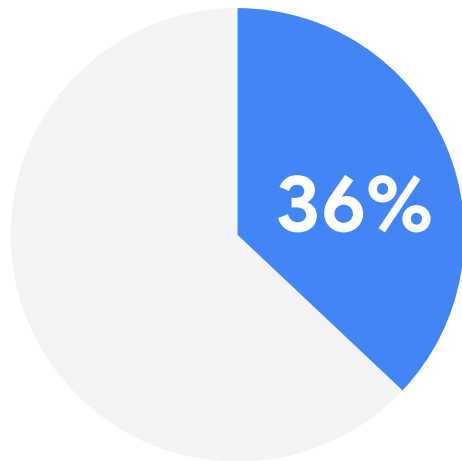
## What's ahead

This year's seismic consumer and ecosystem shifts have advanced the Internet sector in unimaginable ways, putting it in a stronger position than ever. In our 2019 report, we identified six key barriers to growth - Internet Access, Funding, Consumer Trust, Payments, Logistics and Talent - and this year has seen significant progress on most (Payments and Consumer Trust, especially). **Talent, however, remains a key blocker that all parties will need to keep working** on to ensure the momentum gained this year is sustained.

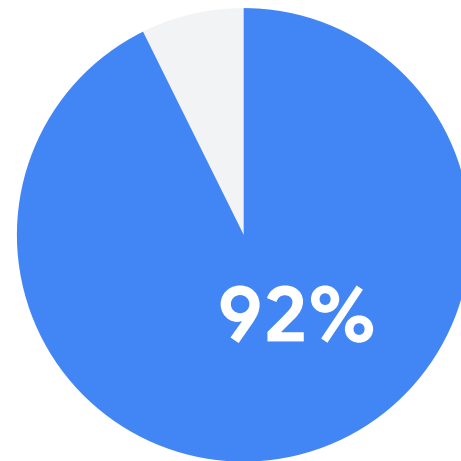
## Malaysia

# Exponential growth of digital consumers (who will stay)

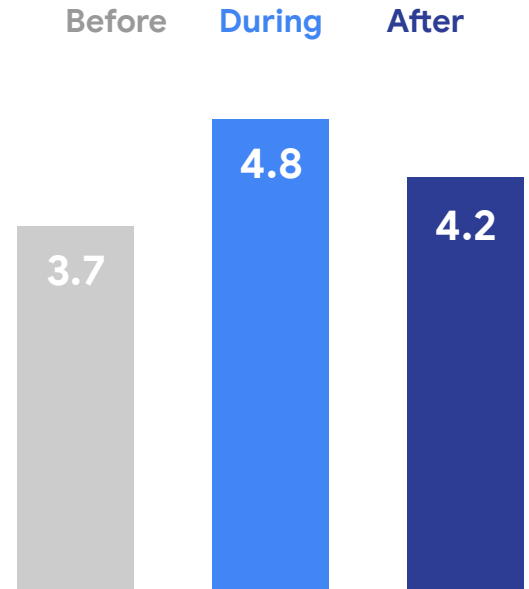
New consumers to Internet  
economy services



% of new consumers who will  
continue to use at least one  
digital service post-COVID-19



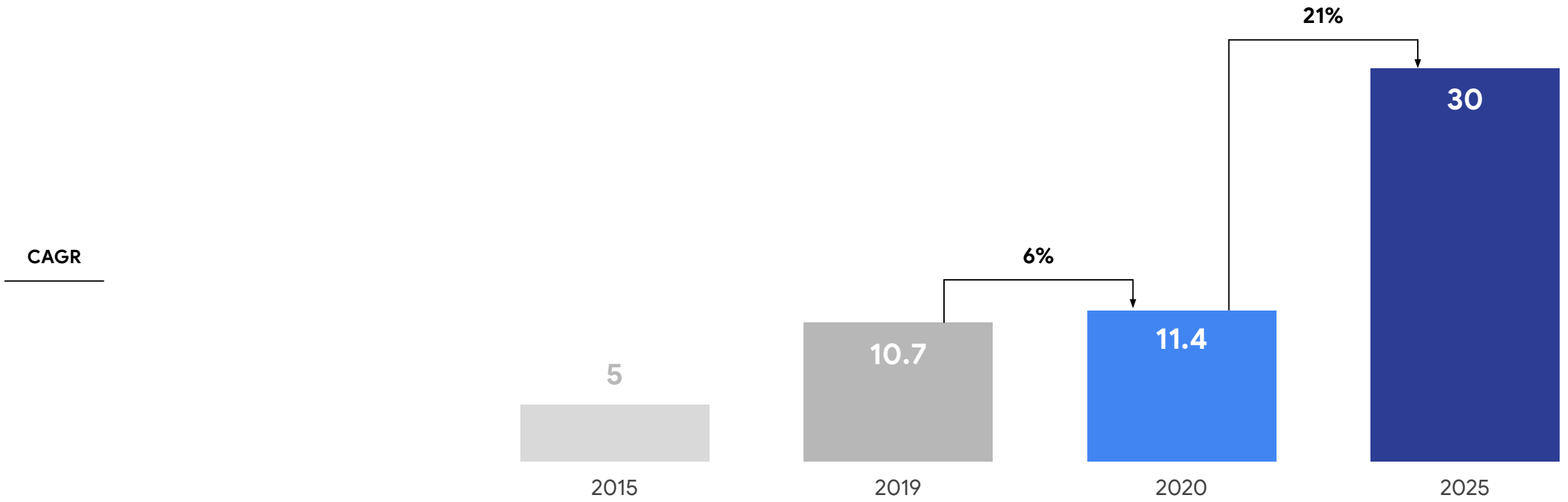
Average hours spent online  
per day (personal use)



Malaysia

# Internet e-Conomy proved resilient at US \$11B

Internet e-Conomy GMV (US \$\_B)



CAGR

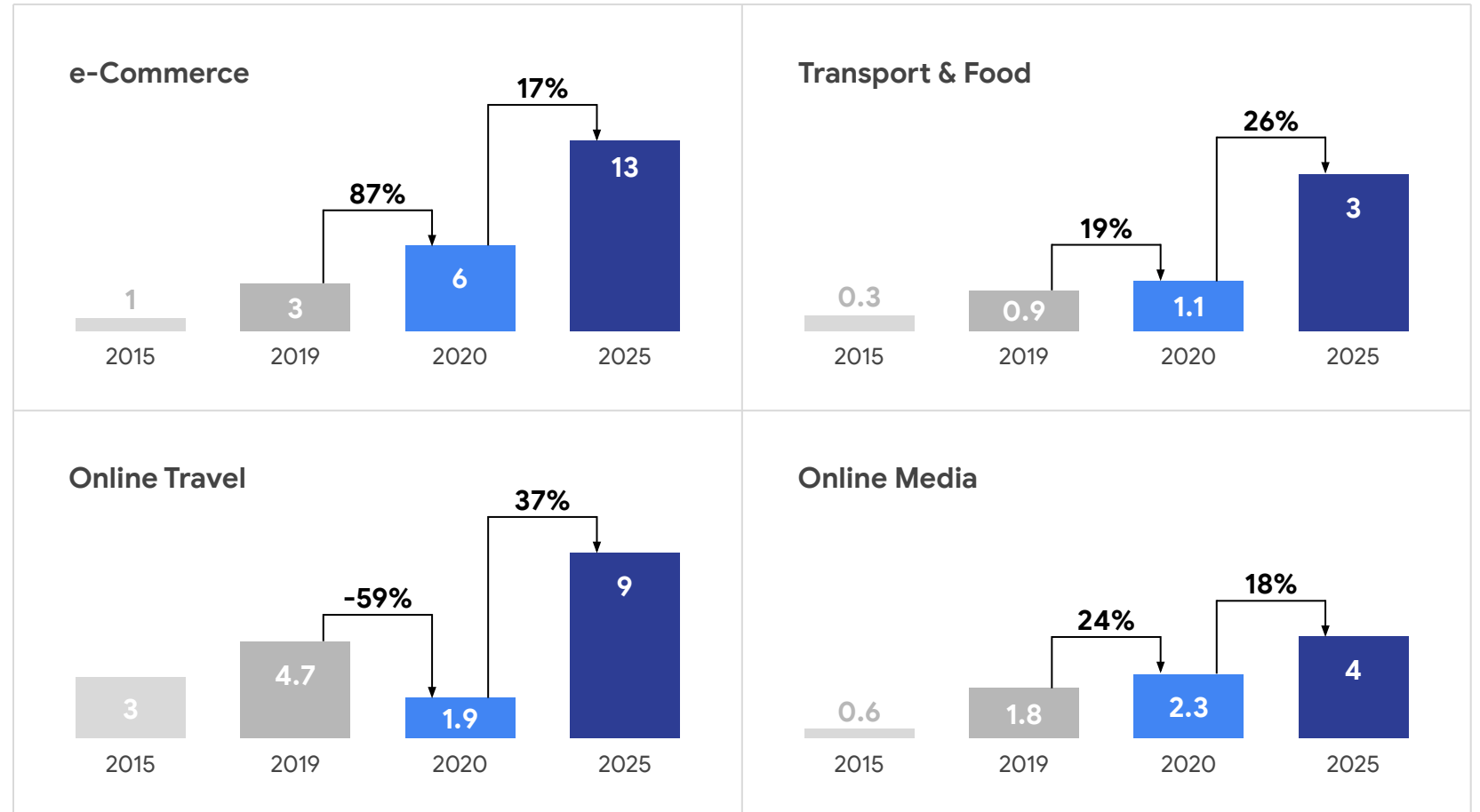


## Malaysia

# Surge in e-Commerce offsets contraction in Travel

CAGR

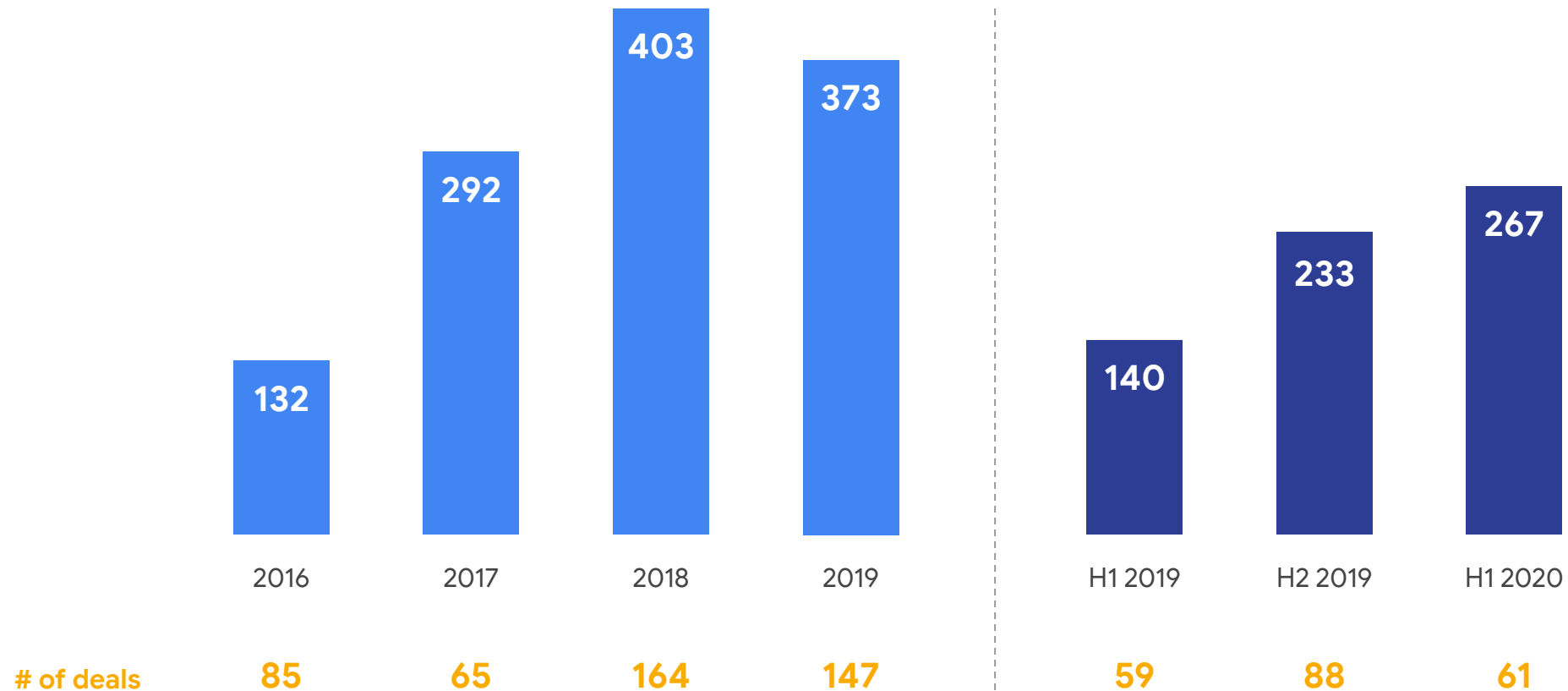
GMV (US \$ \_B) per sector



Malaysia

# Investment in Internet sector

Deal value (US \$\_M)



# Bahasa Malaysia

## Malaysia

# Isi Utama

### Mencapai hala tuju keuntungan

Semenjak mencapai kemuncak pada tahun 2018, pendanaan syarikat unikorn dalam sektor matang (e-Dagang, Pengangkutan & Makanan, Pelancongan, dan Media) telah menjadi perlahan. **Kini platform bertumpu semula kepada perniagaan teras mereka untuk mengutamakan keuntungan, dan memenuhi pelbagai keperluan pengguna melalui perkongsian.** Kewujudan DFS merupakan salah satu ruang yang menembungkan perkhidmatan super ini, dan walaupun terlalu awal untuk melihat hasilnya, kami menjangkakan bahawa pendanaan yang berterusan dan perniagaan teras yang menjana pendapatan secara kukuh adalah penting.

### Peralihan kepada digital

Kadar penggunaan Internet di Asia Tenggara terus meningkat, dengan pengguna baharu seramai 40 juta pada tahun ini (400 juta setakat tahun ini berbanding 360 juta pada tahun 2019). Di Malaysia, sepanjang pelbagai tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), para pengguna beralih kepada Internet untuk mencari penyelesaian bagi cabaran yang dihadapi oleh mereka secara tiba-tiba. Sebilangan besar pengguna mencuba perkhidmatan digital baharu (**36% dari semua pengguna perkhidmatan digital merupakan pengguna baharu**), dengan **92% dari pengguna baharu tersebut berniat untuk meneruskan penggunaan perkhidmatan digital pascapandemik.**

### Sempadan baharu

Teknologi Kesihatan dan Teknologi Pendidikan telah memainkan peranan penting sewaktu pandemik, dengan kadar penggunaan yang memberangsangkan. Namun begitu, kedua-dua sektor ini masih belum sempurna dan cabaran perlu diatasi sebelum sektor ini dapat dikomersilkan pada skala yang lebih besar. Walau apa-apapun, **peningkatan penggunaan yang mendadak, ditambah dengan pendanaan yang berkembang pesat berkemungkinan akan menggalakkan inovasi dalam ruang ini dalam tahun-tahun yang mendatang.**

### Menyemak imbas dengan tujuan

Semasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP), penduduk Asia Tenggara secara puratanya menggunakan Internet sebanyak sejam lebih lama dalam sehari berbanding penggunaan biasa, manakala rakyat Malaysia menghabiskan masa **sebanyak 3.7 jam dalam talian (untuk penggunaan peribadi) sebelum COVID, yang meningkat kepada 4.8 jam** pada waktu kemuncak PKP, dan kini menurun kepada 4.2 jam sehari. Dengan 8 daripada 10 pengguna yang menggambarkan bahawa teknologi adalah amat berguna semasa pandemik, kini teknologi menjadi sebahagian penting daripada kehidupan seharian seseorang.

### Optimistik walaupun berwaspada

Aktiviti urus niaga di seluruh rantau ini terus berkembang pesat pada separuh pertama 2020. Para pelabur masih berasa optimistik walaupun berwaspada dan menjalankan kurang urus niaga pada penilaian yang lebih menarik dengan harapan untuk mendapatkan pulangan yang lebih tinggi dalam jangka masa panjang. **Matlamat tahun-tahun terdahulu adalah untuk melakukan “blitzscaling”, namun kini para pelabur mencari pertumbuhan lestari yang menguntungkan.**

### Ketekalan sewaktu krisis

Sektor e-Dagang telah memacu kadar pertumbuhan yang pesat di Malaysia sebanyak 87%. Peningkatan mendadak ini telah menyeimbangkan penurunan dalam sektor Pelancongan. Secara keseluruhan, **GMV 2020 dijangka mencapai jumlah nilai sebanyak USD11.4B pada tahun 2020**, selepas pertumbuhan pada kadar 6% dari tahun ke tahun. Menjelang tahun 2025, **jangkaan keseluruhan nilai e-Ekonomi akan mencapai sebanyak USD30B**, dengan CAGR memecut semula kepada ~23%.

### Akan datang

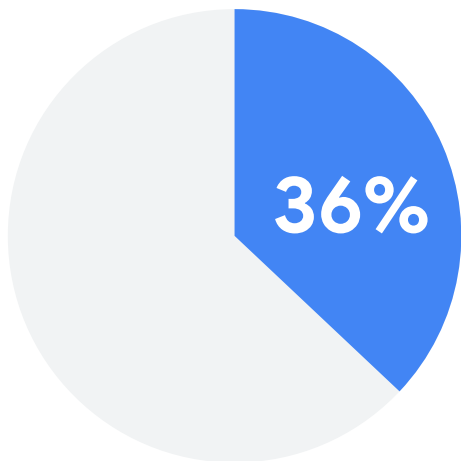
Anjakan pengguna dan ekosistem seismik tahun ini telah memajukan sektor Internet dalam cara yang tidak dapat dibayangkan, lalu mengukuhkan lagi sektor ini. Dalam laporan kami pada tahun 2019, kami mengenal pasti enam halangan penting terhadap pertumbuhan – Akses Internet, Pendanaan, Kepercayaan Pengguna, Pembayaran, Logistik dan Bakat – dan tahun ini telah melihat kemajuan yang penting dalam kebanyakan aspek (khususnya aspek Pembayaran dan Kepercayaan Pengguna). **Walaupun bagaimanapun, aspek Bakat masih lagi merupakan halangan utama yang perlu diatasi oleh semua pihak** untuk memastikan momentum tahun ini terus bertahan.



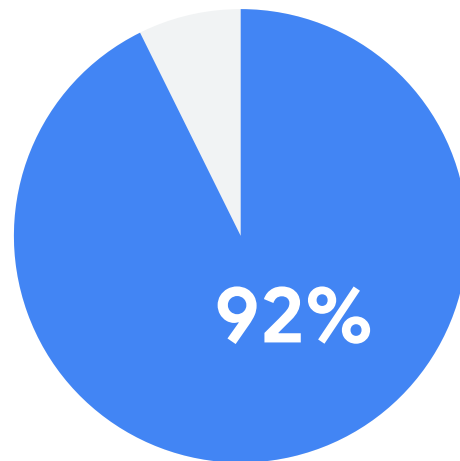
## Malaysia

## Pertumbuhan eksponen pengguna digital (pengguna yang akan kekal)

Pengguna baharu perkhidmatan ekonomi Internet

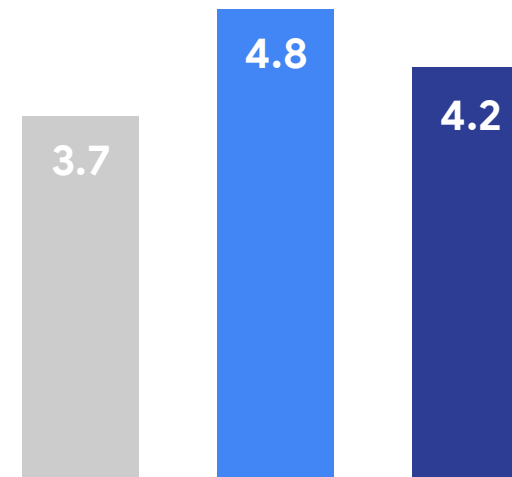


% pengguna baharu yang akan terus menggunakan sekurang-kurangnya satu perkhidmatan digital selepas COVID-19



Purata jam yang dihabiskan dalam talian sehari (penggunaan peribadi)

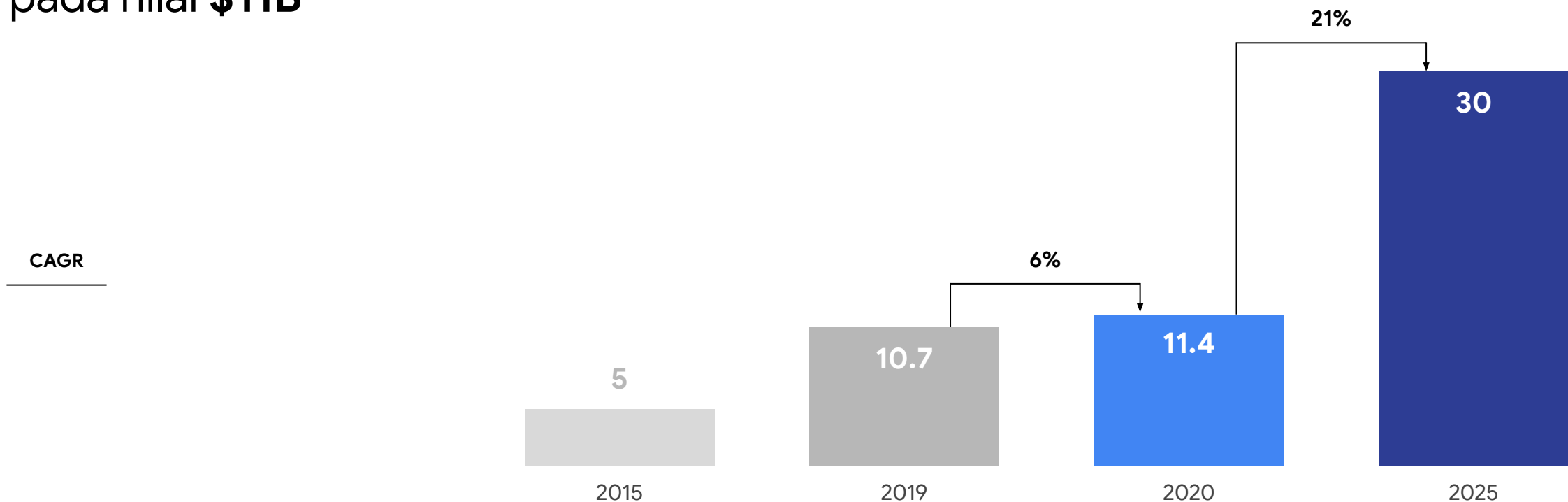
Sebelum **Semasa** Selepas



## Malaysia

e-Ekonomi Internet  
terbukti tidak goyah  
pada nilai **\$11B**

IGMV e-Ekonomi Internet (US \$\_B)

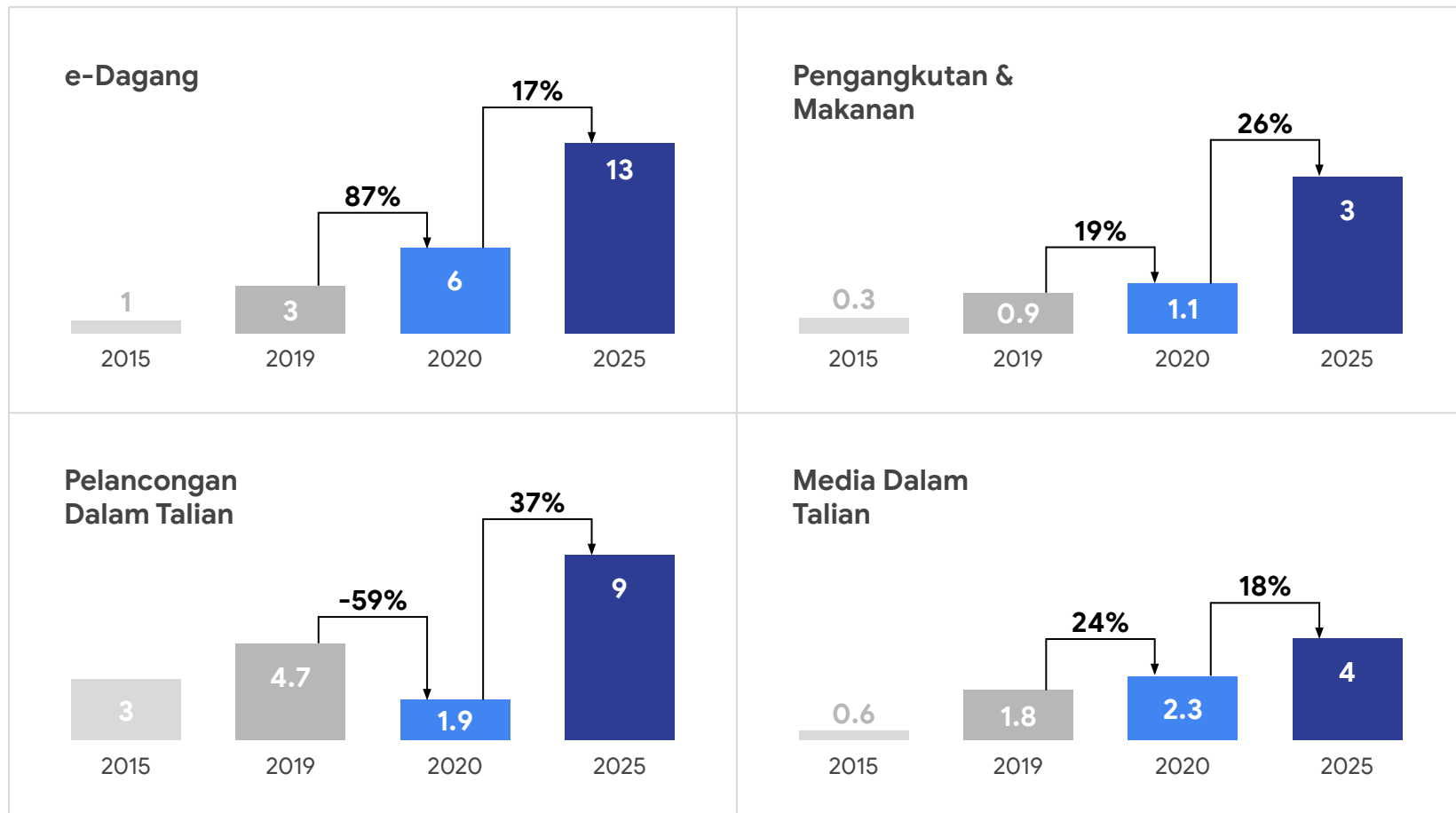


## Malaysia

# Peningkatan mendadak dalam sektor e-Dagang menyeimbangkan penurunan sektor Pelancongan

CAGR

GMV (US \$ \_B) setiap sektor



Malaysia

## Pelaburan dalam sektor Internet

Nilai urus niaga (US \$\_M)

