

晓报告

周刊  
Vol. 17  
-2024-



# 2024年出海东南亚 研究报告：宏观篇

每日

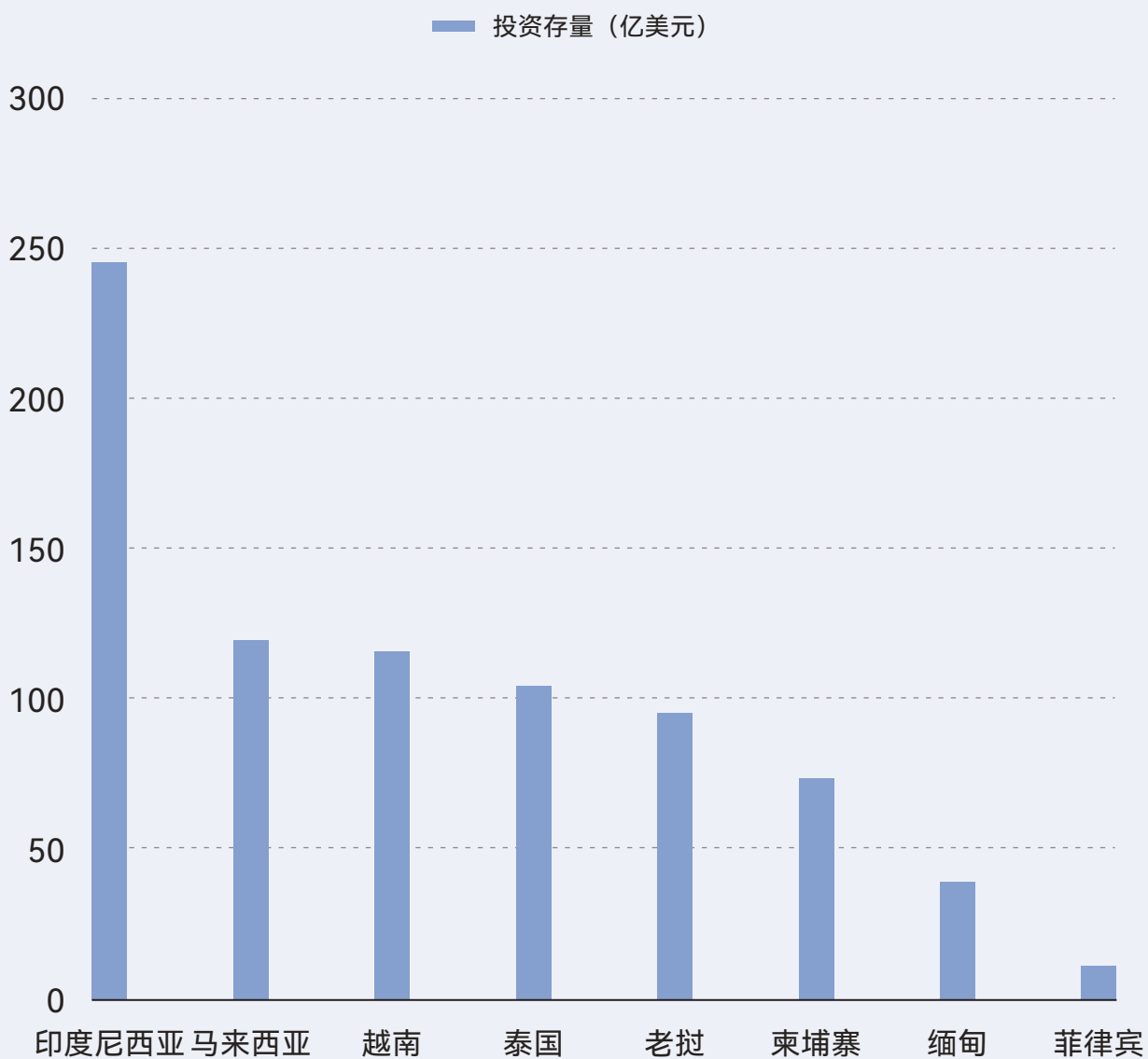
# 免费获取报告

- ✓ 每日微信群内分享**7+**最新重磅报告;
- ✓ 行研报告均为公开版, 权利归原作者所有, 起点财经仅分发做内部学习。



扫一扫二维码 关注公众号 回复:“**研究报告**” 加入“起点财经”微信群

## 2022年，中国对东盟八国投资存量



数据来源: wind, 天风证券研究所

晓报告



## 导读

2024年3月,经济日报发文称“中国为东南亚经济增添确定性”。

当下,中国和东南亚国家之间的伙伴关系日益紧密,东盟与中国已互相成为对方最大的交易伙伴。中国—东盟贸易总额已从2013年的4436亿元增长至2023年逾6.4万亿元,占中国外贸总值的15.4%。

自东盟组建以来,该区域已经从20世纪60年代的贫困中脱离,成长为GDP总额超过3.6万亿美元的庞大市场。东盟经济增长主要由国内消费、旅游业、人口红利、贸易以及国外直接投资流入推动。当前东盟已经成为世界第5大,亚洲第3大的经济体。

近年来,中国企业向东南亚的直接投资不断增多,特别在2018年以后,中国大量产能向东南亚转移。对于计划出海东南亚的投资者而言,亟需廓清该区域的经济增长现状,明确东南亚各国稳增长需要直面的问题以及普通民众的经济增长关注点。

同时,中国对东南亚重点国家已有的产业投资情况、投资模式等可以为后来者提供启示和借鉴。





## 导读

本期是晓报告团队推出的“出海东南亚”系列特别报告第一期——《2024年出海东南亚研究报告：宏观篇》。本期报告整理了国盛证券《出口专题：全球布局、落地生根，品牌出海、征途在前》、天风证券《宏观：企业出海的东南亚足迹》、德勤 & 思爱普《新型中国企业高质量出海白皮书》等报告，围绕当前东南亚经济的发展态势，以及中国参与东南亚经济的具体模式等命题，进行了以下两方面探讨：

### 1. 中国扩大对东盟投资，资金都去了哪儿？

当前中国对印度尼西亚、马来西亚、泰国和越南的直接投资额，以及在当地的 FDI（外国直接投资 / 国际直接投资）占比整体呈上升趋势。投资行业方面，中国企业在东南亚投资涉及的行业非常广泛，但呈现重点国家的产业集聚特点，主要涵盖电子、纺织、化工、机械、交通设备等领域。

### 2. 来自中国的资金正以什么方式参与当地的经济的发展？

当前，中国企业出海主要采取海外贸易、海外营销、海外运营和国际化运营等具体模式。借鉴日本经验，中国企业出海东南亚要努力构建差异化产品力，强化当地品牌建设和形象塑造，并着力构建高效的供应链体系。





# 目录

## CONTENT

---

01	<b>东南亚经济现状</b>	02
	(1) 东南亚六国的经济发展优势在哪些领域	02
	(2) 东南亚国家的经济正面临哪些挑战	05
02	<b>中国如何参与东南亚经济</b>	10
	(1) 中国对东南亚八国的投资情况简介	10
	(2) 东南亚优势产业，也是中国投资的重点	14
03	<b>未来中国参与东南亚经济发展的机会在哪里</b>	19
	(1) 中国企业出海的四种模式	19
	(2) 中国企业参与东南亚投资的痛点	22

# 1. 东南亚经济现状

## (1) 东南亚六国的经济发展优势在哪些领域

2020年以来，东南亚的地区经济出现了明显增长。截至2022年底，东盟10国的总人口数达到6.7亿人，GDP从2020年的3.0万亿美元，上涨至3.6万亿美元。该时期内，东盟10国的人均GDP也上涨至5395美元。

这些数据无不表明，东盟作为一个拥有庞大人口基数的经济体，正处于经济快速发展时期。

### 2020—2022年东盟经济数据

	2020年	2021年	2022年
人口(亿)	6.6	6.6	6.7
GDP(万亿美元)	3.0	3.4	3.6
GDP 增速	-3.3%	3.6%	5.7%
人均 GDP(美元)	4536	5024	5395

数据来源：公开数据整理

晓报告

2023年，东盟受全球经济增长放缓、地缘政治动荡、国际金融环境趋紧、科技产业进入下行周期等多重因素影响，经济数据出现了增速放缓的迹象。但持续稳中向好的中国经济正从各个方面稳定东南亚经济的反弹预期。

## 2023年部分东盟国家的经济发展情况

### TOP1 菲律宾

菲律宾经济增长表现最好，2023年GDP增速达5.6%。

制造业景气程度上升，工业生产也领跑东南亚，但消费表现垫底，通胀水平较高，小幅加息同时汇率升值。

### TOP2 印度尼西亚

印度尼西亚经济增长排名第二。

制造业处于扩张阶段，消费小幅增长，通胀水平逐步回落，汇率升值。

### TOP2 越南

越南的GDP增长并列第二。

制造业景气度持续收缩，消费表现强劲，央行大幅降息，同时汇率小幅升值。

### TOP4 马来西亚

马来西亚的GDP增长在区域内排名第四。

制造业景气度也持续收缩，消费增速区域内第一，利率基本稳定，同时汇率贬值浮动较大。

### TOP5 新加坡

新加坡的GDP增长速度排名第五。

和发达经济体相比表现出色，工业生产下滑较严重，消费微幅增长，但得益于其金融中心的优势，利率基本稳定，同时汇率大幅升值。

### TOP6 泰国

泰国GDP增长不佳。

制造业景气度下滑最为严重，工业生产下滑幅度最大，消费增长稳健，有通缩的风险，且央行在加息的同时还面临货币贬值压力，宏观经济面临的各方面困难相对较多。



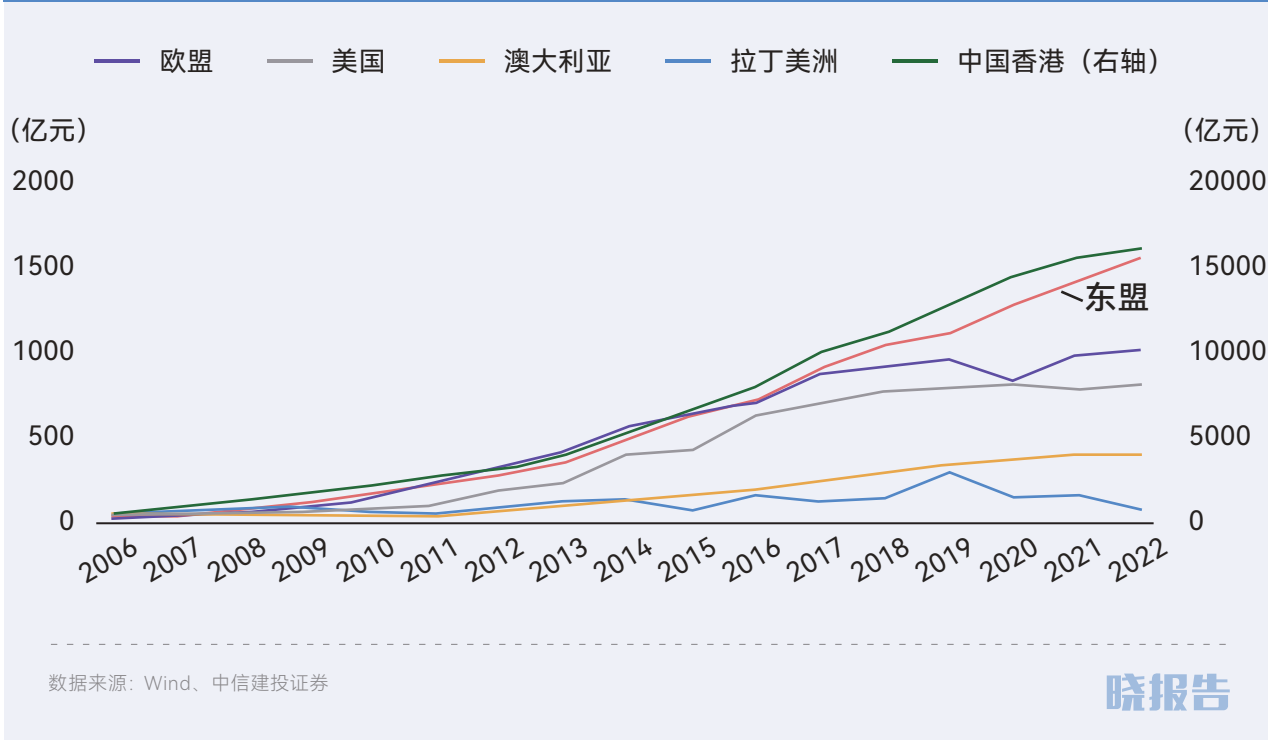
东盟与中日韩（10+3，10个东盟国家+中日韩3国，后同）宏观经济研究办公室（AMRO）在2024年1月发布的报告认为，2024年东南亚地区有望实现整体4.9%的经济增长，其中菲律宾、柬埔寨、越南三国经济增速有望达到甚至超过6%，远超全球平均水平。

国际货币基金组织（IMF）1月末发布的《世界经济展望报告》将全球2024年经济增速预期小幅上调至3.1%，中国经济增速上调至4.6%。

AMRO认为，中国经济持续稳定向好为区域经济增长提供额外动力。其报告指出，尽管美欧经济增速放缓可能限制东南亚地区出口改善的程度，但中国房地产行业的逐步恢复，以及旅游业的快速复苏，将有力支撑地区经济增长。

Wind和中信建投数据显示，从2006年以来，中国直接对外投资领域中，对香港地区的投资额最大。在2017年后，中国对东盟的投资增速最快，大大超过了对欧盟、美国等地区的投资速度。

## 2006—2022年中国对外直接投资存量



## (2) 东南亚国家的经济正面临哪些挑战

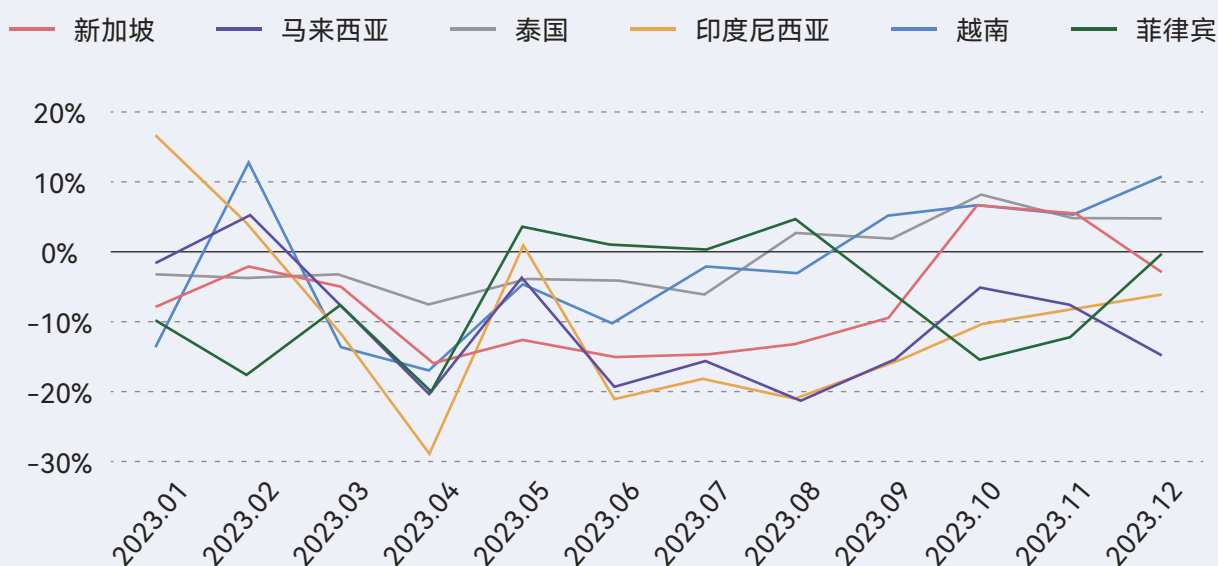
中国加大对东盟投资力度的同时,投资者和投资机构也注意东盟到国家正在承受的发展压力。我们在研究中,总结出了4个主要压力来源:

### ① 增长动能承压

消费方面,虽然东南亚多数国家消费仍然具有较强韧性,继续为经济增长提供主要动力,但疫情后各国居民储蓄相比之前已有较多消耗,消费的高增长可能难以持续。

- 出口贸易方面，全球外需转弱，导致东南亚六国出口下滑，制造业承压，拖累经济增长。投资方面，东南亚各国政府支出和投资较为低迷，2022年第二季度开始，发达经济体率先开启加息进程，美元指数走强，国际资本自新兴市场流出，外资对东南亚经济体的投资热情有所降温，FDI流入规模持续下降。

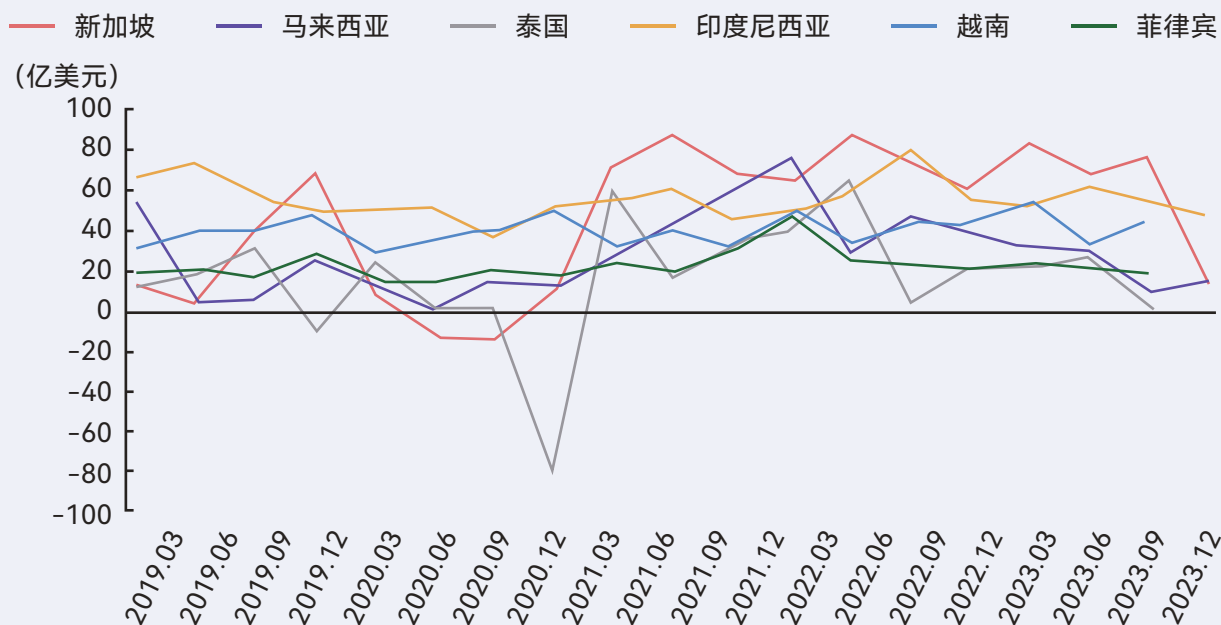
### 2023年东南亚六国月度出口和进口增速



数据来源: wind

晓报告

## 东南亚六国总体FDI流入变动情况



数据来源：CEIC，兴业研究

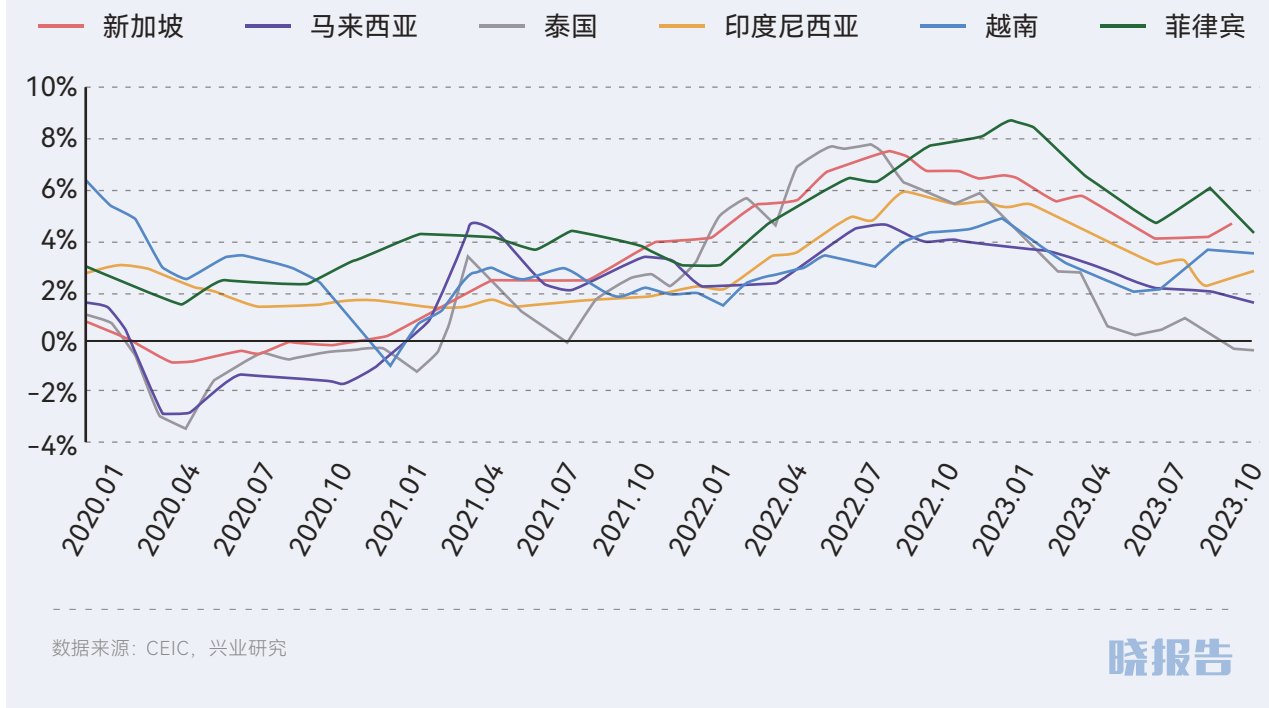
晓报告

## ② 通胀下行受阻

2022年以来，能源与食品价格上涨带来的通胀攀升成为全球影响最为深远的宏观变量，目前各经济体核心通胀虽已自高点回落，但展望未来，东南亚六国通胀压力仍存。

同时美联储紧缩的货币政策对全球经济活动影响重大。一方面，东盟六国货币当局试图在抗击通胀与经济复苏之间保持平衡；另一方面，其财政当局又不得不在债务水平正常化与财政刺激之间取舍，如此进退两难的局面对东盟六国的复苏提出挑战。

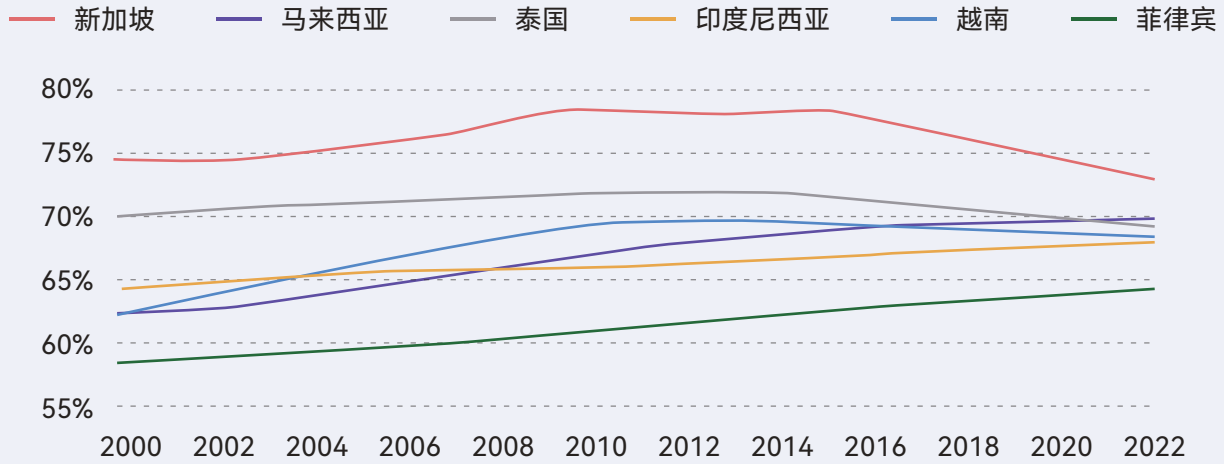
### 东南亚六国总体CPI变动趋势



### ③ 人口红利走弱

当前东南亚多数国家人口年龄和行业分布结构较为理想,为劳动力转型带来支撑,但泰国和新加坡老龄化程度高且处于人口红利期末端,印尼和菲律宾的失业率问题依旧严重,越南的劳动力生产率有待进一步提升,劳动力方面的结构性挑战依旧存在。

### 东南亚六国15—64岁人口占总人口比重



数据来源：wind，国泰君安期货研究

晓报告

#### ④金融高度依赖

东南亚金融市场深受以美联储为首的发达经济体央行货币政策的影响，各国的股、债、汇走势受全球流动性影响较大。目前，东南亚六国股债市场仍为净流出状态，外汇市场相对美元仍维持震荡贬值态势。



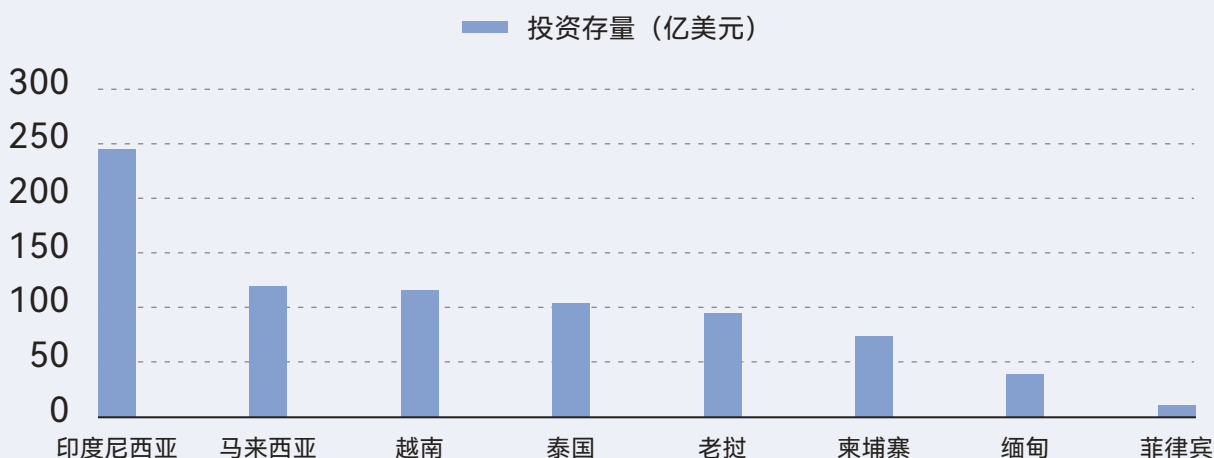
## 2. 中国如何参与东南亚经济

### (1) 中国对东南亚八国的投资情况简介

由于中美贸易摩擦以及疫情之后供应链“去风险化”诉求，东南亚成了很多国家进行产业转移和竞争的目的地。近年来，随着中国经济结构转型和产业升级战略以及企业追求降低成本等多重因素催化下，中国产业链外迁现象逐渐凸显。特别在2017年以后，中国大量产能向东南亚转移。

存量投资方面，截至2022年，在东盟八国中，中国对印度尼西亚的存量投资最大，其次为马来西亚、越南、泰国和老挝，对柬埔寨、缅甸和菲律宾的存量投资则相对较少。

2022年，中国对东盟八国投资存量



数据来源：wind，天风证券研究所

晓报告

产能转移模式方面，中国企业投资东南亚主要存在两种模式：第一种模式对产能转入国的经济和就业拉动意义较大。第二种模式中，企业在海外投资规模较小，真实产能并未被转移。

### 中国企业投资东南亚主要存在两种模式

#### 模式一



企业在海外建设新工厂，覆盖全部生产环节

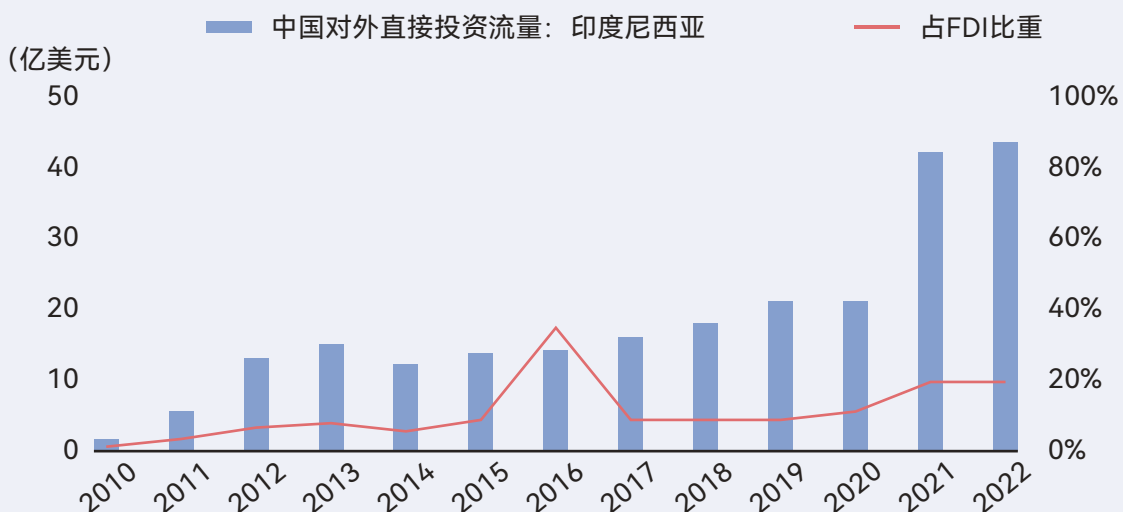
#### 模式二



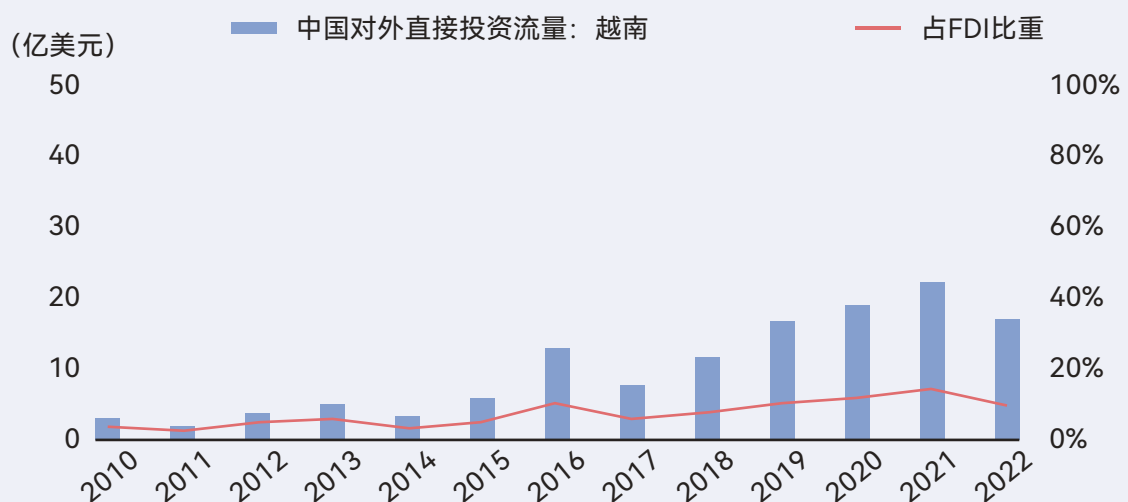
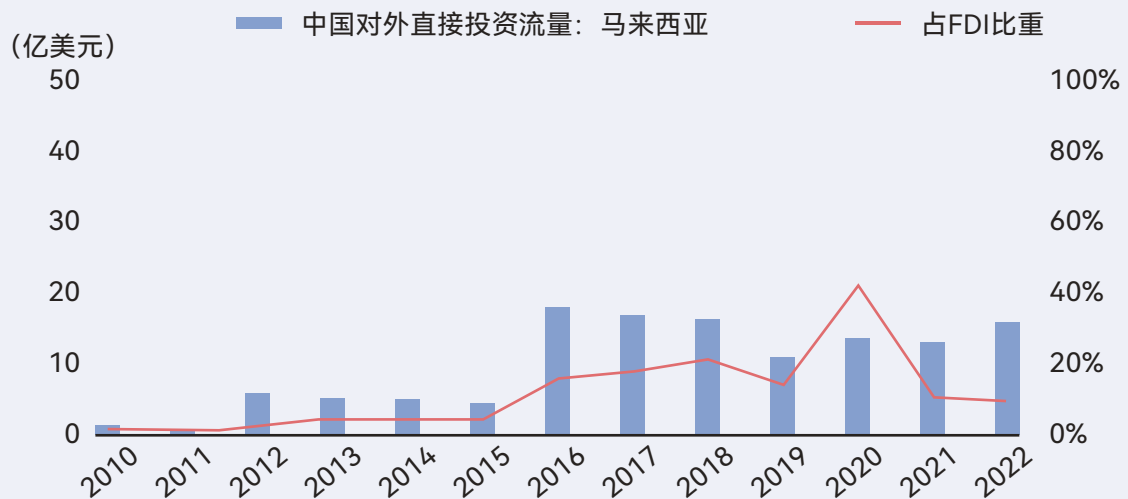
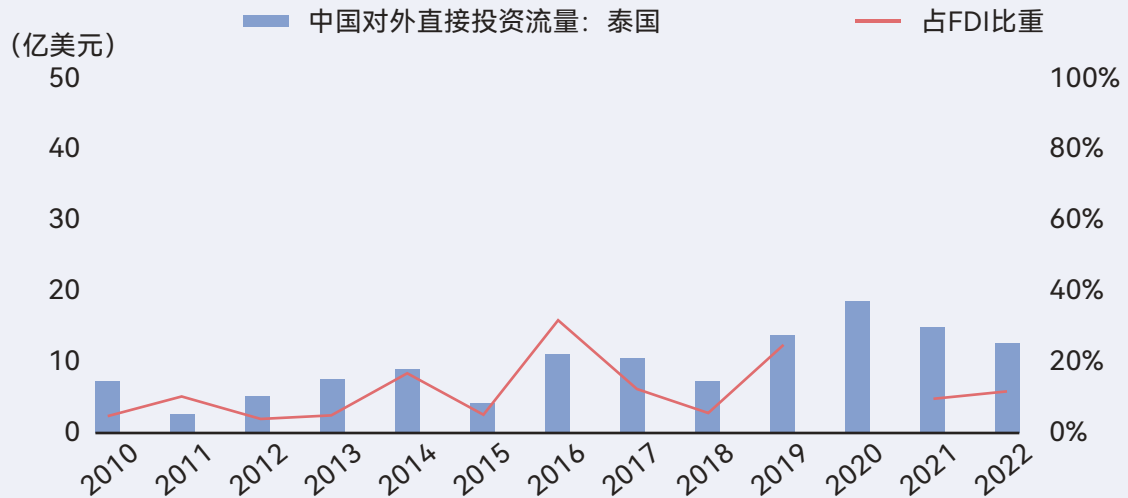
企业只在海外建设组装工厂，主要生产环节仍旧在国内，海外工厂主要负责进口国内所生产的零部件，并进行二次组装转出口

根据天风证券对2010—2022年中国对东盟八国的直接投资及FDI比重分析，可以看出中国对印度尼西亚、马来西亚、泰国和越南的直接投资额，以及在当地的FDI占比整体呈上升趋势，并推测中国对这些国家存在第一种模式的投资。

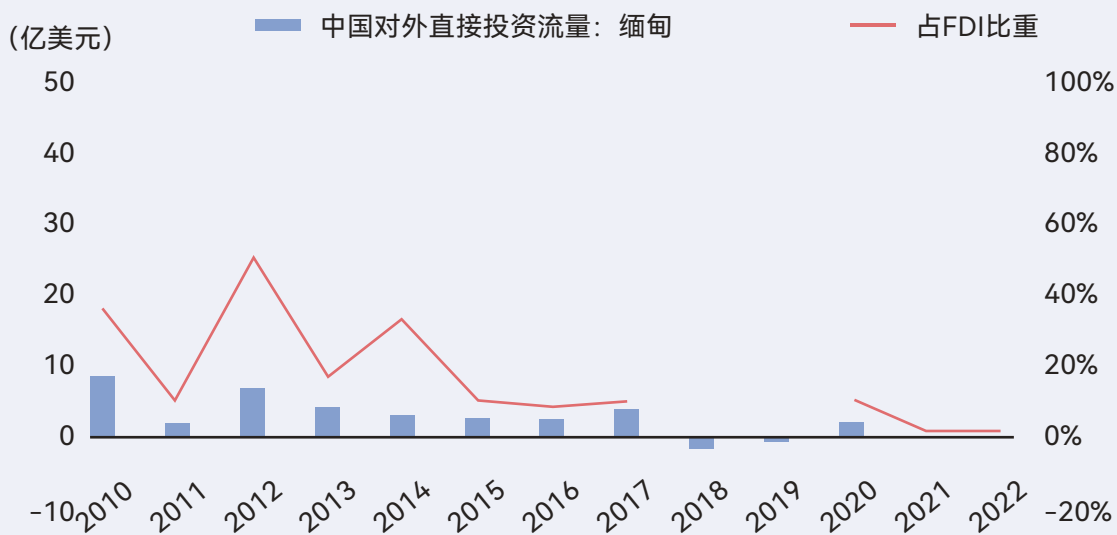
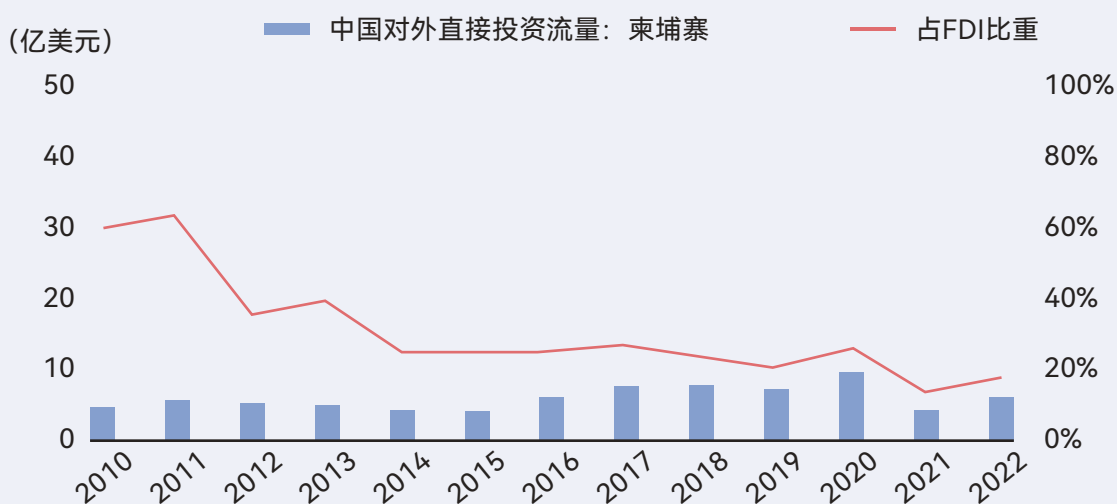
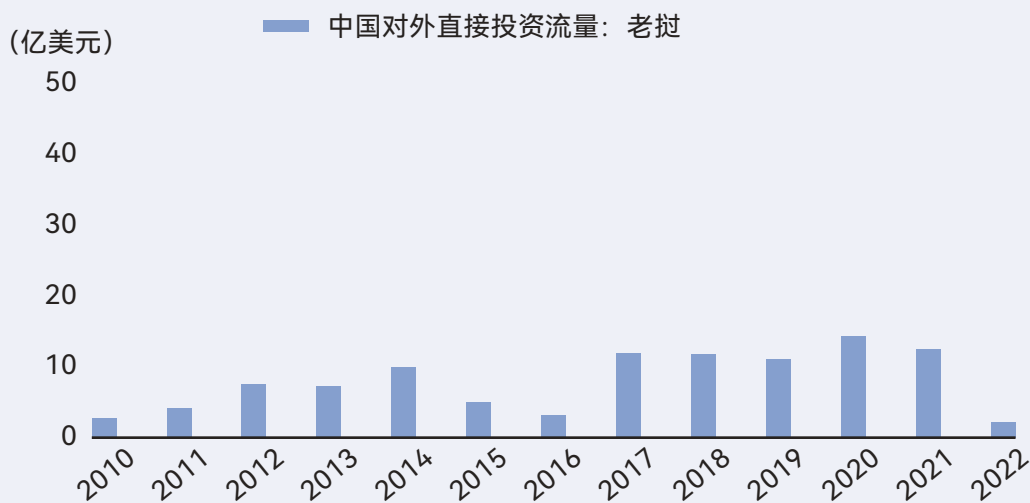
### 东盟八国中国直接投资和FDI比重



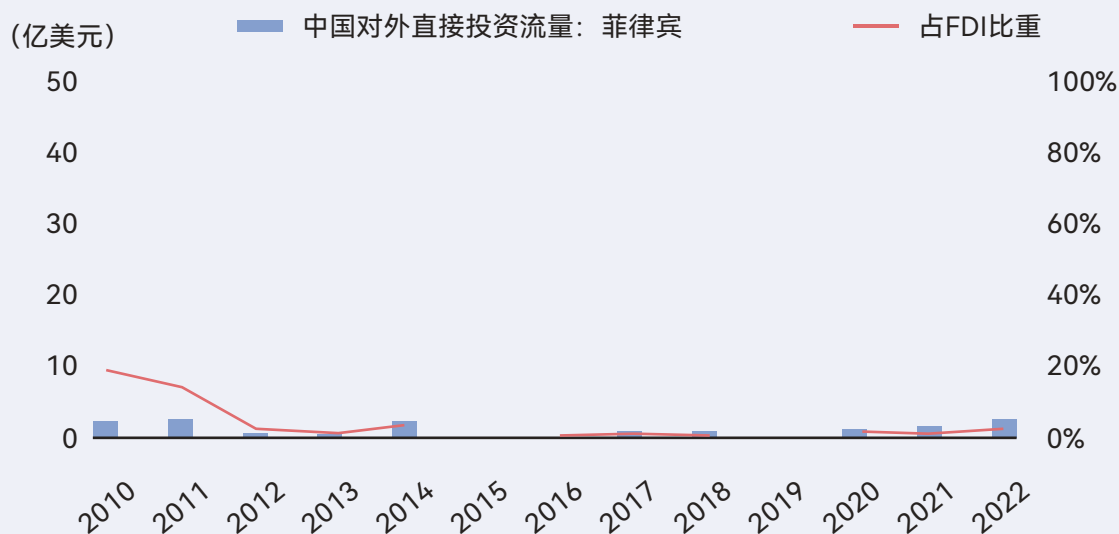
## 东盟八国中国直接投资和FDI比重



## 东盟八国中国直接投资和FDI比重



## 东盟八国中国直接投资和FDI比重



注：1.中国对老挝直接投资流量占FDI流入量比重超过100%，可能由于统计口径差异导致，因此不做展示

2.泰国2020年的FDI流入量为-4951.00百万美元，缅甸2018和2019年的中国直接投资流量分别为19724.00万美元和-4194.00万美元，

菲律宾2015年和2019年的中国直接投资流量分别为-2759万美元和-429万美元，以上直接投资流量占FDI比重不做展示

数据来源：wind，天风证券研究所

晓报告

投资行业方面，中国企业在东南亚投资涉及的行业非常广泛，其中占比最大、增长最快的行业是制造业，涵盖了电子、纺织、化工、机械等领域。

## (2) 东南亚优势产业，也是中国投资的重点

根据中国在当地国的存量投资规模以及直接投资升降趋势，以下主要对中国如何投资越南、印度尼西亚、马来西亚、泰国、老挝等五国的情况进行概述。

## ① 越南：以电子产品为主

越南以低廉的人力资源成本、稳定的政府政策和规模较大的本地市场吸引了大量外国资本，形成以劳动密集型传统制造业和消费电子为双核心的产业集群。

得益于临近中国和劳动力工资较低，中国纺织服装产能向越南转移，主要为纺纱、面料和成衣制作。全球鞋类产业链的一部分正逐渐从中国向越南转移，中资企业华利、裕元和丰泰，作为耐克的供应商之一，在产能布局方面，呈现出明显的向越南转移的趋势。消费电子方面，中国“果链”企业为规避贸易风险，将组装、包装等低附加值环节迁移到越南。

### 代表性中国苹果供应商在越南设厂名单及主营业务

公司	在越南布局的主营业务
日月光	穿戴电子设备芯片制造和组装为主
比亚迪	iPad组装
仁宝电脑	电脑代工组装
正美集团	苹果产品的包装印刷
歌尔股份	苹果耳机的组装
鸿海精密/富士康	手机组装和手机零组件生产线、预计2023年增加电脑产能
蓝思科技	生产玻璃保护盖等
立讯精密	苹果耳机的组装
美盈森	苹果产品的配套包装
上海实业	苹果产品的包装
伯恩光学	生产玻璃盖板
裕同科技	苹果产品的包装

注：基于Apple Supplier List FY22，筛选出在中国大陆和越南均有生产地的公司，且总部位于中国

数据来源：Apple Supplier List FY22，各公司公告、中国纸业网等，天风证券研究所

晓报告



## ② 印尼：以矿产为主

印度尼西亚的自然资源丰富，拥有包括镍、锂、铜、锡、金、银等重要的金属矿产，不少中国企业在印度尼西亚投资金属矿产并布局加工业务。

印尼是全球最大的镍矿主产国，产量达到100万吨，占全球镍矿产量的37%，中资企业积极投资镍矿资源下游产业，并打通了从红土镍矿到新能源原料的通道，让印尼深度参与全球不锈钢和新能源产业链。尤其是新能源汽车行业，上汽通用五菱、奇瑞、东风小康等中国车企相继宣布在印尼投资布局。

### 代表性中国镍相关企业在印尼设厂名单及主营业务

公司	在越南布局的主营业务
永青集团	印尼莫罗瓦利工业园区：集采矿-镍铬铁冶炼-不锈钢冶炼-热轧-退洗-冷轧及下游深加工产业链
青美邦新能源材料	生产电池级镍化学品（硫酸镍晶体）
普勤时代 (宁德时代控股公司 下属子公司)	2022年与印尼国有矿业公司签署第三方协议，合作打造欧诺个红土镍矿开发、火法冶炼、湿法冶炼、三元电池材料到电池回收及三元电池等产业集成化的电池全产业链，项目为镍矿开采和电池生产
华友钴业	华越项目：6万吨镍金属量湿法冶炼 华科项目：4.5万吨镍金属量高冰镍

数据来源：华友钴业公司年报、永青集团公司官网、36氪、中国日报、证券时报、天风证券研究所

晓报告

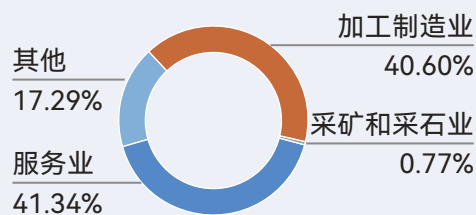
### ③ 马来西亚：以服务业为主

马来西亚着力形成消费电子、半导体封装等高端制造业部分环节的产业集群。截至2022年，中国内地和中国香港对马来西亚投资以服务业为主，其次为加工制造业，加工制造业重点集中于电子、能源、化工以及交通设备等行业。

马来西亚的华裔较多，语言以华语为主，整体人口素质偏高，对中国品牌的认可度也相对较高，因此吸引了快递、电商、手机、汽车等领域的中国品牌在马投资建厂。

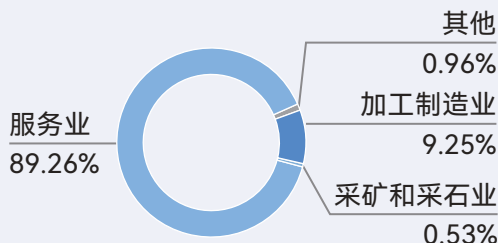
马来西亚的制造业FDI主要流入电气设备、运输设备和其他制造业。中企如苏州固锴、通富微电、华天科技已在马来西亚投资布局封测厂。隆基绿能2016年涉足马来西亚，先后布局光伏硅棒、硅片、电池片与组件制造。汽车产业方面，吉利、长安汽车等国内车企和零部件企业也纷纷在马来西亚布局。

#### 截至2022年，中国内地对马来西亚投资存量



数据来源：Statistics of Foreign Direct Investment in Malaysia 2022，天风证券研究所

## 截至2022年，中国香港对马来西亚投资存量



数据来源：Statistics of Foreign Direct Investment in Malaysia 2022，天风证券研究所

晓报告

### ④ 泰国：以制造业为主

从投资产业的分布来看，近五年来中国对泰国投资最多的是金属制品、机械和运输设备类产业。泰国作为全球第二大空调制造中心，吸引了美的、海尔等企业投资布局。海尔泰国空调工厂2009年投产运营，已经成为年产量百万套，集研发、制造、出口于一体的空调制造中心。

美的集团在泰国合共布局了四个生产基地，形成从上游核心部件到下游家电产品的垂直一体化产业链。电动汽车产业领域，2023年上半年，中国品牌已占据了泰国电动汽车销量的80%。截至2022年，长城、上汽、比亚迪、哪吒、奇瑞等中国车企均已宣布，已经或拟在泰国建厂，并积极布局新能源汽车赛道。

### ⑤ 老挝：以基础设施建设为主

中国企业于上世纪90年代开始赴老投资办厂。截至2023年10月，中国是老挝最大投资国，投资领域涉及水电、矿产开发、服务贸易、建材、种植养殖、药品生产等。

目前，中国制造企业到老挝投资的较少，更多的是将产成品运输到老挝，协助老挝在农业、基础设施等领域的生产建设。2010年，中老两国政府合作筹建万象赛色塔综合开发区，开展跨境产业合作，并积极拓展中老在数字经济、绿色发展等新兴领域的务实合作。

## 3. 未来中国参与东南亚经济发展的机会在哪里

---

### (1) 中国企业出海的四种模式

当前，中国企业出海主要采取以下四种模式：

#### ① 出口贸易

该模式下，企业的海外业务以对外出口为主，通常在海外没有自己的销售和运营团队，借助海外贸易伙伴，将国内的产品或服务输出到国外市场。

## ② 海外营销

该模式下，企业在国内通常具备较成熟产业链。为提升品牌知名度、建立全球化品牌形象，企业会组建海外本地化的销售公司和营销团队。通常而言，企业总部、研发团队及供应链主要位于国内，制定海外专属的产品和市场策略，但尚未形成海外本地化的生产基地、采购及物流配送等运营体系。

## ③ 海外运营

该模式下，企业通过自建或收并购方式，打造海外本地化的运营能力，并在海外市场拥有独立的本地化品牌、产品研发、生产、采购、物流配送等完整的实体业务运营体系，适时推出符合当地政府要求及市场需求的产品。但是这些业务相对分散，还没有形成全球一体化的运营。

## ④ 全球化运营

该模式下，企业已经拥有了一套全球模板以及整合的全球运营管控体系，在对海外业务进行规划或推广时，能够将全球产业链充分融入至海外本地化业务，形成全球生态合作与协同体系。因此企业通常采取集中管控，对全球业务进行一体化的运营管理。

## 企业出海的四种典型模式

### 出口贸易

海外有贸易伙伴, 以向海外销售产品或服务为主

### 海外营销

海外有销售、营销团队, 以及专属的产品和市场策略

### 海外运营

海外有独立的本地化品牌、研发、生产、采购和物流等职能

### 全球化运营

全球一体化运营, 形成全球生态合作与协同体系

数据来源：德勤、思爱普《新型中国企业高质量出海白皮书》

晓报告

然而，无论企业采取以上哪种出海模式，通常都会面临以下痛点：

- **风险多**：每个国家和地区的政策监管、法律法规复杂多样，对企业的合规性要求很高，而且一些国家和地区市场存在较多不确定性，如政策突变，会给企业带来巨大合规风险，企业必须根据当地政策变化，及时调整海外业务。
- **管理难**：各个国家和地区不同的文化、习俗及观念带来的认知差异，导致人与人之间沟通不顺畅，从而发生工作习惯冲突，加大企业管理难度。企业必须充分了解当地文化、理念、风俗和信仰，了解当地工会和管理层的关系，留住本地人才。



- **差异大**：以企业通过收购出海为例，被收购的海外企业与总部管理体系不贯通，缺乏统一的管理平台，数据难以匹配，集团对收购企业缺乏有力和及时的管控，可能导致企业全球化运营不畅。
- **韧性差**：在逆全球化及疫情冲击影响下，企业全球化供应链的灵活性和敏捷度有了新要求。系统性搭建全球供应链，并形成其弹性、韧性，决定了出海企业的发展命脉。

## (2) 中国企业参与东南亚投资的痛点

中国企业在出海东南亚时，除了要考虑出海商业模式之外，还可能碰到一系列问题。我们在埃森哲《2022中国企业国际化调研》中，也找到了适用范围比较广泛的几个重点——

## 2022年中国企业国际化过程中亟待解决的七大问题

紧迫性	紧迫性排序（全样本）	起步阶段	开拓阶段	腾飞阶段	全球阶段	
		（海外业务量低于10%的企业）	（海外业务在10%—20%间的企业）	（海外业务在20%—50%间的企业）	（海外业务在50%以上的企业）	
高 ↑       低	风控与合规	1. 缺乏对海外各地区各类风险的预判和处理能力，只能边尝试边积累	3.67	3.91	3.43	3.39
		2. 风险发生后，对海外法律诉讼经验不足，应对过于被动	3.81	3.91	3.43	3.22
	全球管控和运营	1. 海外并购后，缺乏对当地企业有效的整合和管控手段	3.31	3.61	3.33	3.09
		2. 海外业务的管控运营僵化，一事一议/一区一策，无法迅速扩展和调整	3.58	3.74	3.63	3.13
	人才和组织	1. 中国企业在海外国家认同感较低，出现招聘难，留用难等问题	3.25	3.39	3.10	3.22
		2. 无法根据各地市场情况提供差异化的员工体验	3.42	3.74	3.40	3.22
	数据分析和决策	1. 各市场的数据割裂，无法在总部对全球业务和运营情况进行有效的数据分析和洞察	3.39	3.43	3.31	2.96
		2. 缺乏有效的数据分析和决策流程，决策周期长，难以对各地市场变化做出迅速反应	3.42	3.57	3.38	2.83
生态及合作伙伴	1. 在企业的海外拓展中，难以找到能够支持企业在出海不同阶段中需求的合作伙伴	3.33	3.26	3.03	2.87	
	2. 在高度不确定的国际环境中，难以获得帮助企业快速搭建全球商业生态的合作伙伴	3.39	3.43	3.13	3.22	
供应链	1. 缺乏全球化供应链战略体系和布局，走一步看一步	3.42	3.35	3.07	3.00	
	2. 疫情使海外供应链受到冲击，影响公司经营	3.39	3.65	3.53	3.00	
人才和组织	1. 对全球业务的复杂性和不确定缺乏充分认知，难以有效梳理发展主次和脉络	3.31	3.57	3.10	2.78	
	2. 没有自上而下的顶层设计，仍处于“哪里好卖去哪里”的状态	3.25	3.35	2.93	2.61	

注：分值范围为 1—5，分数越高，表示越急迫，3 是中立点，3 以上表示急迫，3 以下为不急迫；急迫性排序：按照选择认同和非常认同的企业所占百分比排序

数据来源：埃森哲2022中国企业国际化调研，N=112

比如在这张图上可以看出，对于所有出海公司而言，风控合规、全球管控和运营、人才组织等问题是最亟需解决的TOP3紧迫问题。而对于出海业务量低于10%的起步阶段公司而言，风控、全球运营两大问题，则是让这个阶段公司比较头痛的难点。

埃森哲提到的这些主要问题，在智家《出海白皮书2022—2023（东南亚地区）》也有更进一步的解释。我们也在这做一些内容上的摘取：

### ① 监管合规

过去两年，多国政府及平台相继出台相关法规，从印度的大力打击到欧盟GDPR的严厉处罚，从应用商店的海量下架到电商平台的大规模封号，波及范围广、处置力度空前，对跨国公司监管重点围绕着“安全”这一关键词。海外监管愈发严格，合规性自查对于即将布局东南亚国家的出海企业十分重要。

### ② 对当地市场的理解和洞察不足

尽管企业在出海前都会翔实地研究，在进军海外市场后，水土不服的情况依然难以避免。这一方面是由于许多海外用户的习惯是“不成文”的，需要开发者长期深入当地提升认知；另一方面，本地运营、营销推广、流量变现等环节都始终基于对海外用户的了解，信息偏差可能会传导到各个层次，对企业的决策造成困扰。因此，在出海的计划阶段，以及出海之后，全方位的专业本地服务咨询可提高信息的可靠性，从而提高开发者决策的精准性。

### ③ 渠道资源和生态伙伴缺位

海外部署资源的一大挑战是全方位、一站式伙伴的缺少。部署全球化的准备工作复杂、流程繁复、风险问题随处存在。对于国内企业来说，在出海初期，从品牌故事的优化适配，到营销资源的寻找再到建立长期稳定的合作的过程不仅是时间难题，也是成本效率的难题。因此，全方位、一站式的生态伙伴必不可少。

以跨境电商为例，尽管东南亚地区互联网用户众多且潜在需求可观，但卖家应考虑到制约当地电商行业发展的几个硬性因素：一、地理条件特殊，群岛地形并坐落环太平洋火山地震带，常遭受天灾，导致基础设施建设程度参差不齐，应合理评估配送难度、时效以及覆盖率；二、当地民众消费特点与习惯独特，如越南、菲律宾仍有69%、66%人口无银行账号，这导致当地电商在追赶国内进程的同时，消费者仍十分依赖货到付款(Cash on Delivery)。

### ④ 技术基础设施、全球部署与运维人才的缺失

从当前中国企业出海东南亚的趋势来看，一方面，中国出海企业的技术基础设施普遍采用公有云，逐步开始采用多云部署；与此同时，中国云厂商开始大力拓展东南亚业务，海外云厂商也加大云数据中心和本地市场团队的投入；此外，中国企业服务的出海也开始呈现快速增长趋势，AI、数据库、SaaS等厂商开始寻求将东南亚作为技术出海最重要的市场。

## ⑤ ESG要求

ESG，全称是环境、社会和公司治理(Environmental, Social, and Governance)，指的是旨在整合到组织的战略中的框架，通过扩展组织的目标来创造企业价值，这些目标包括识别、评估和管理与可持续发展相关的所有组织利益相关者(包括但不限于客户、供应商和员工)和环境的风险和机遇。

东南亚是新兴国家地区，在经济发展和规划中，逐渐将ESG议题提上日程。企业在布局东南亚时，应尽早考虑到当地对ESG发展的规划与要求。根据谷歌、淡马锡等机构预测，东南亚地区数字经济预计将在2030年推动2000万吨排放。如果排放得到优化，数字渠道的碳输出可减少多达30%—40%，并且可能远低于传统渠道。