



東南亞國家新創生態系發展與 後疫情新常態機會

◎余佩儒／中華經濟研究院第二（國際經濟）研究所 高級分析師

東協網路經濟的範疇動態演化，2020年聚焦五大主要領域（電子商務、運輸和食物、線上旅遊、線上媒體、數位金融服務），以及兩個新興領域（健康科技、教育科技）。本文以東南亞新創生態系為觀察標的，包括：東協領導者—新加坡、馬來西亞，以及東南亞兩大內需國家—印尼、越南，並探討東協後疫情新常態機會，最後提出我國與東協新創生態系連結的策略建議。

關鍵詞：東協新創、新創生態系、獨角獸、後疫情新常態

Keywords: ASEAN Startup, Startup Ecosystem, Unicorn, New Normal

東協網路經濟（e-Conomy）範疇的 動態演化

觀察 Google and Temasek（2016~2020）連續五年針對東協網路經濟（e-Conomy）的研究報告，東協數位經濟的成長與當地的獨角獸息息相關，且主要集中於以下四個產業：線上旅遊、線上媒體、電子商務、叫車軟體；後續於2019年增加數位金融服務（Digital Financial Services, DFS），疫情期間消費者和中小型企業對線上交易態度更加開放，帶動數位支付的快速成長；2020年受

到疫情影響增加的兩個新興領域—健康科技（HealthTech）與教育科技（EdTech），亦加速成長。

隨著東南亞國家經濟快速的發展與中產階級的崛起，東協市場不僅受到全球的關注，當地市場未被滿足的需求亦培育出平台類型的新創獨角獸。截至2021年1月，東南亞地區獨角獸共有9家，其中以印尼為大宗，共有5家（Go-Jek、Tokopedia、Bukalapak、Traveloka、OVO）；新加坡3家（Grab、HyalRoute、Trax），菲律賓1家（Revolution Precrafted），可參見表1。Google, Temasek