Shopee

马来西亚 市场概览

2024.04

目录

坐标：马来西亚

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

马来西亚是东南亚第四大经济体，国民富足；且年轻人众多，对中国商品非常喜爱

地理：位于东南亚中心位置，终年炎热多雨；分为东马和西马，西马人口密集度高，也是首都和联邦政府所在地

首都：吉隆坡

语言：马来语，英语，中文

人口: 2022年人口为3394万人, 同比增长1.08%；男性占比51.1%，女性占比48.9%

年龄结构：25岁以下年轻人占人口38.3%

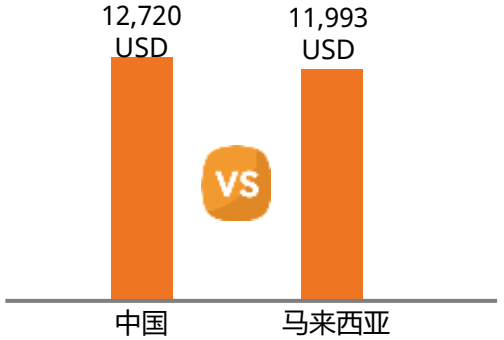
国民经济： 2022年GDP 4,070亿美元

人均GDP：11,993美元，仅次新加坡

对外贸易：最大的进口贸易国为中国（21.3%），马来西亚人民对中国物品非常喜爱

东南亚第四经济体

人均GDP东南亚第二，与中国水平相当



目录

坐标：马来西亚

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

电商市场规模与潜力

马来西亚电商用户数量及线上花费持续增加，推动电商市场规模持续扩大

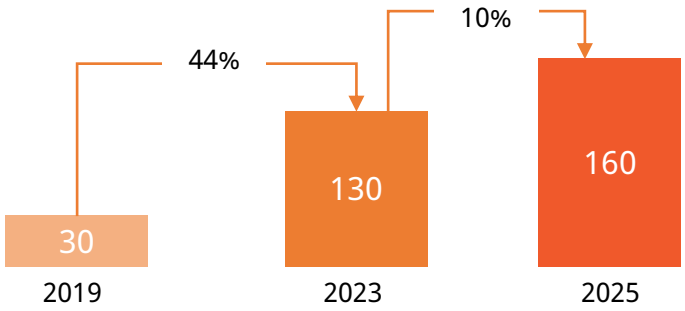
电商用户渗透率直至2025年将达 **44.8%**

用户数预计可持续增加到1, 495万

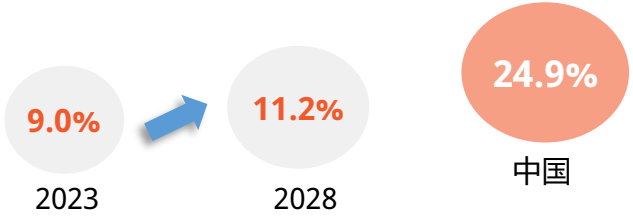
ARPU年复合增长率 **6.4 %**

2023马来西亚电商市场规模**130亿美元**，预计2025年可增长至**160亿**，复合增长率为**10%**

马来西亚电商市场规模（GMV美元）



电商与总零售占比预计将从9.0%增长至11.2%



马来政府积极响应RCEP协议，关税优惠利好跨境贸易

2023年3月18日，RCEP在马来西亚正式生效

自1974年正式建交以来，中马两国在经贸领域取得了十分丰硕的成果。目前。中马两国互为重要的贸易伙伴和投资对象。截至2023年，中国已经连续15年成为马来西亚第一大贸易伙伴国，与中国的贸易约占马来西亚总贸易额的21%。

RCEP为中马两国的经贸合作提供了更多机遇：

可预见RCEP的生效将助推中马经贸关系更进一步。因为根据协定，RCEP生效后最终将消除参与国之间90%以上的商品关税，并大大降低服务贸易壁垒，从而为中马贸易注入更多发展动力。

跨境关税方面，对跨境电商商品仅征收进口税，政策优惠

➢ **主要征收两种税收：**

1）关税

- 通常按从价征收，税率为2%至60%
- 原材料、机械、必需食品和药品通常免税或按较低税率征收关税
- 与中国实行中国-东盟自贸区区域自由贸易协定框架下的进口税

2）销售税

- 通常按从价征收，税率为 5% 或 10%，具体取决于商品类别
- **2024年1月起，在线上销售的从国外进口到马来西亚的低价值商品（价值低于500马来西亚令吉），须缴付10%的销售税**

物流方面，马来西亚在东南亚国家中，物流效率与清关效率高于平均水平

➢ 总体情况：根据Agility发布《2023年全球新兴市场物流指数》，从基础设施，服务，跨境程序与时间，供应链能力等方面进行评估，马来西亚效率**高于东南亚平均水平**

马来西亚 SLS Standard Delivery 卖家费率与参考时效 (MYR)

目的地	费率					时效
	首重(KG)	首重价格	续重单位(KG)	每续重单位价格	超过 800g 部分，每 0.25KG 附加费	
Zone A-KV	0.01	5.05	0.01	0.15	2.2	5-15天
Zone A-Non KV		5.05		0.15	2.2	
Zone B		8.15		0.15	2.2	
Zone C		8.15		0.15	2.2	

➢ 跨境物流可使用Shopee自有渠道 SLS (Shopee Logistics Service)：

- 使用SLS时效：从转运仓发货到送达顾客，吉隆坡，马六甲区域平均6.5天到达，**最快5天可到达；**亚庇及砂拉越州区域平均12.1天到达
- 配送费用：低于市场价格**30%**

*最新信息请以《Shopee跨境物流指引手册》为准

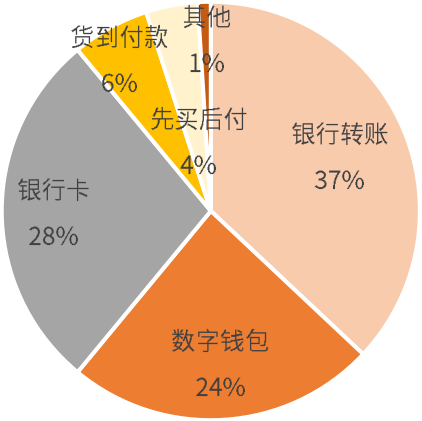
SLS时效及禁运品

1. 以下产品目前尚**不可以**通过 SLS Standard Express 渠道运输：
   - A. **药品、生鲜食品**、假币和邮票、信用卡和借记卡、彩票、证件、性用品、**电子烟及电子烟配件**、香烟、骨灰盒、带气体的商品（如救生衣、 皮球、足球、喷雾）、医疗用品和医疗辅助工具
   - B. 对讲机、打印机、投影仪、**纯电池类货物、充电宝**（能够给其他设备 充电的所有产品）、电动平衡车、易发光商品、易发声商品
   - C. 受华盛顿公约限制的**动植物产品**、需进行动植物检疫的种子和植物提 取物等
   - D. 与**枪械有关的物品**（如瞄准具、模型枪械、弹药类等）及有攻击性的 物品（如铁手撑、警棍、电击器、刀斧、匕首、弹弓、剑等物品）
   - E. **易燃易爆物品**（如指甲油等含酒精的易燃液体、牙粉、打火机及压缩 气体）和强磁性的产品（如磁铁等）
   - F. **假冒无品牌授权的商品**，否则会被海关扣货，由此产生的罚款和费用将由卖家承担
   - G. **毒品**、放射性物品、感染性物品、化学物品（如硫酸、乙醇等）
   - H. 同赌有关的产品（如扑克牌、骰子等）
   - I. **含液体（不含酒精和喷雾）超过 200ml** 的包裹
   - J. 所有黄金白银铂等**贵金属及其制品**
   - K. 其他特殊品类限制要求请以平台政策为准

2. 马来西亚**可发手机、平板电脑**，每个包裹**不超过 2 台**。

支付方面，马来西亚主要依赖银行转账和银行卡支付

➢ 数据显示，**银行转账**和**银行卡支付**是两大主流的网购支付方式，分别占据37%和28%



马来西亚主要电子支付方式

电商相关设施和政策

移动互联网方面，低成本且更方便的操作方式将促进更多消费者在移动端设备进行线上消费

中国

平均0.38美元/GB
最低价可达0.27美元/GB

马来西亚

平均0.28美元/GB
最低价可达0. 02美元/GB

美国

平均6.0美元/GB
最低价可达0.75美元/GB

马来西亚的平均移动数据流量费用处于东南亚中等水平，最低价远超中美

目录

坐标：马来西亚

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

人口特征

马来西亚是一个多民族，多元文化并存的国家，以年轻的马来人和华人为主，英文为通用语言

多民族，多信仰

马来裔

70.0%

- 信奉伊斯兰教
- 马来文，英文为主
- 只能吃清真食品（不吃猪肉）
- 衣着相对保守（女性要求长袖长裤）
- 传统节日有开斋节（5或6月）

华裔

22.7%

- 信奉佛教、道教、基督教
- 中文、英文、马来文为主
- 有不同籍贯：广东、福建
- 饮食与穿着习惯与中国相似
- 过春节（1-2月）、圣诞节（12月）

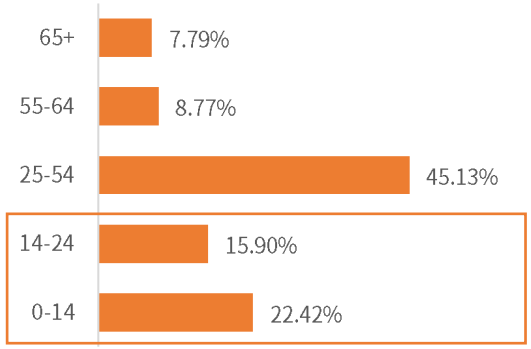
印度裔

6.6%

- 信奉印度教、基督教
- 英文、马来文、印度语为主
- 不吃牛肉
- 传统节日有大宝森节（1月底）

以年轻人为主

38% 的人口在25岁以下



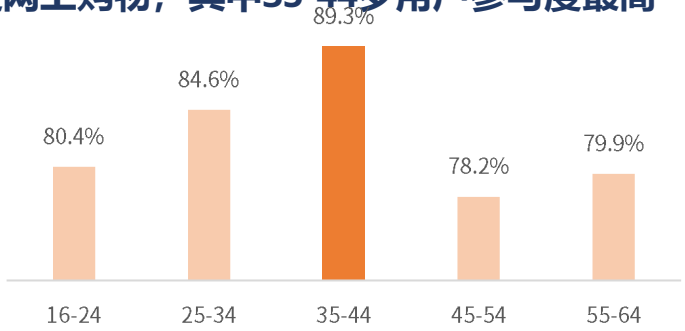
马来西亚电商消费人群及消费习惯概览（1/3）

从性别上看，男、女性网上购物人数相当

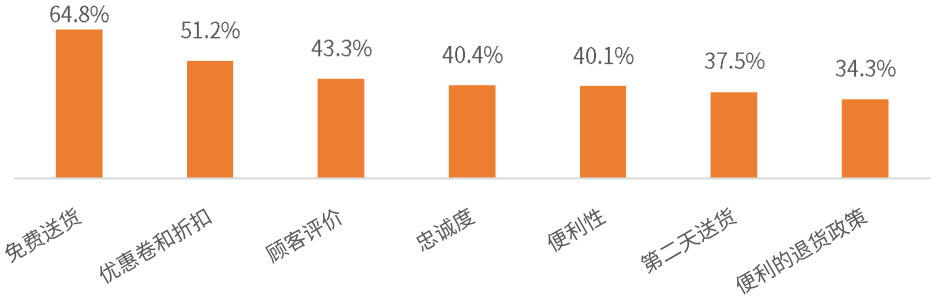
50%的男性　　50%的女性

从购物时间上看，马来西亚人喜欢在午休及晚上进行购物

从年龄上看，各年龄段都有接近80%的用户通过网上购物，其中35-44岁用户参与度最高



从购物动机上看，免费送货、优惠及评价是马来西亚人最看重的三个因素



马来西亚电商消费人群及消费习惯概览（2/3）

从消费品类上看，电子、时尚服饰为马来西亚热卖品类，居家用品、药品为增长最快的品类

电子产品
23.2亿美元

时尚
20.1亿美元

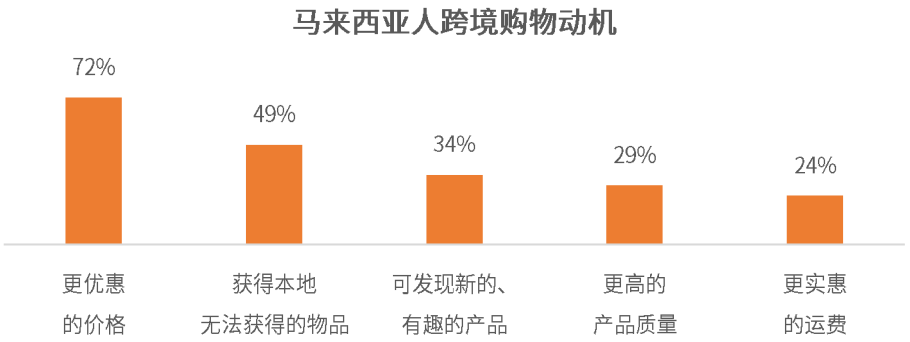
食品
2.4亿美元

居家用品
+21.4%

药品
+18.2%

电子产品
+15.4%

马来西亚购物者倾向从海外采购，40%电子商务为跨境购物



马来西亚电商消费人群及消费习惯概览（3/3）

马来西亚拥有总人口97.4%的网民，平均每天花8小时上网，其中近3个小时活跃于各种社交媒体，TIKTOK最受欢迎

最活跃社交媒体平台

TIKTOK

每天浏览时间

1h 18m

广告受众人群（月活跃用户）

脸书

2347万

女 46% 男 54%

Instagram

1269万

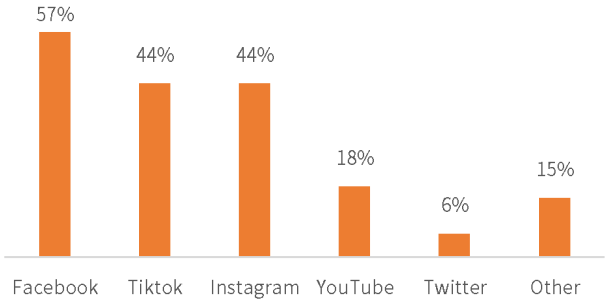
女 56% 男 44%

65%的消费者在购物前使用社交媒体作为品牌和产品的研究平台

47%的消费者会通过社交平台购物

社交媒体除用作资讯渠道和宣传平台外，也成为新品牌的摇篮

马来西亚人常用于购物的社交平台



马来西亚

Shopee是马来西亚最受欢迎的电商购物网站，23Q4下载量排名第一

#	下载排名		统一应用	
1	1	=	Shopee Sea	130万
2	2	=	SHEIN Shein	66.1万
3	3	=	Lazada Lazada	60.0万
4	4	^1	atome MY APaylater	38.7万
5	5	v1	Tiktok Seller TikTok Pte Ltd	30.8万
6	6	^2	Mudah.my Mudah.my	28.1万
7	7	^2	maxim Maxim Service	27.1万
8	8	v1	UNIQLO MY UNIQLO	26.3万

目录

坐标：马来西亚

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

CALENDAR
营销日历

斋戒月 开斋节

开斋节（马来西亚称Hari Raya Aidilfitri），与“宰牲节”同为伊斯兰教两大节日，是全球穆斯林庆祝斋月结束的节日，在伊斯兰历闪瓦鲁月的第一天，一般在4-5月，一般不超过3天

节日背景与习俗

- 每年斋月穆斯林教徒需**封斋一个月**（在封斋期间每日两餐（日出前和日落后进餐），白天禁止吃喝，禁止行房事、戒绝丑行和秽语，**斋月结束后就是盛大的开斋节**
- 开斋节一般为期3天，男女老少会沐浴净身到清真寺进行诵经仪式，打扫祖坟。
- 之后**换上新装，走访亲友，聚餐赠礼。**
- 马来西亚企业通常会在斋月前**发放年度奖金**给员工，进而**促进节庆消费**。
- **非穆斯林**民众在这个节日也会参与到各大促销当中。

斋戒月 开斋节

长袍 Gamis

节日热销品类：

传统服饰，家居装饰，礼品。

地毯

头巾 Bawal

衬衫 Baju Koko

儿童玩具

消费品类

5大热门品类

母婴品类
三，四季度很多资源主推品类
时尚品类
跨境卖家表现最好品类之一，竞争力优势大
美妆保健
彩妆用具容易打造爆品
家居用品
成长最快的品类之一，大部分为中国制造
3C产品
GMV最高品类，买家非常喜欢中国品牌

马来西亚

选品推荐

手机与配件
PD20W White Bundles
家居生活
High Pressure Bidet Spray Set
New
Aromatherapy Diffuser
健康与美容保养
O.TWO.O
ANY 2 ONLY 19.99 RM

女士包
家用电器
SMATROL
Haier
androidtv 11.0
HOBERT ELECTRIC HAND MIXER
Gift
儿童服饰

选品推荐

选品推荐

- 关注Shopee卖家学习中心“Shopee市场周报”，获取更多最新市场动态！

Shopee
Thank you
Terima kasih
2024.04