

ADVANCE.▲

中国企业出海 印度尼西亚 发展数字经济 市场开拓指南

2022 年 4 月



目录

前言	4
指南说明	5
摘要	6
印尼营商环境	8
1. 基本国家情况	8
2. 经济发展指标	9
3. 基础设施现状	11
4. 金融环境特色	15
5. 国际经贸合作	17
6. 新冠疫情应对与纾困政策	20
印尼数字经济发展	21
1. 数字经济水平	21
2. 政策变迁与税收设置	25
3. 中国与印尼开展数字经济合作大事记	28

聚焦数字经济热门出海行业	31
1. 金融科技	31
2. 电子商务	36
3. 社交平台与在线娱乐	41
4. 区块链服务与加密货币	48
ADVANCE.AI 出海洞察	50
1. 需要关注的风险	50
2. 值得尝试的本地化策略	53
3. 印尼主要监管机构一览	56
4. 数字化解决方案特别推荐	58
参考文献	62

前言

数字化、智能化正在驱动我们今日世界的不断变化——重塑着人们的日常生活方式、社会的经济运作、世界的文化价值观。而“数字经济”，也正在伴随发展，重新定义着人、企业、设备、技术、数据、流程、场景之间的连接与互动。

新冠病毒疫情的爆发，在一定程度上滞缓了物理世界和现实空间范畴里的要素流动，但却激发了全球线上经济和数字要素的跃进发展。**2022年，全球抗疫已进入第3年，经济发展是否需要“数字化”“智能化”，无论是着眼于国家大市场，还是企业小个体，都已经从一个选项变成了必需。**

“出海东南亚”，这股已经火热了十余年的创业潮流，如今伴随着东南亚数字经济的新一轮繁荣，再次受到了全球资本力量的关注。谷歌、淡马锡和贝恩咨询公司曾联合发布报告预测：**到2025年，东南亚地区数字经济市场规模有望达到3,600亿美元。**¹

中国企业出海东南亚，在科技领域最早聚焦于通信基础设施建设，以华为、中兴这类大型企业为代表，而如今，从电子商务、物联网，到人工智能技术研发、云平台搭建，再到区块链服务、数字支付服务、在线娱乐服务……中国企业围绕数字经济在东南亚地区开展的出海创业实践，早已百花齐放。

截至2021年，在中国与东盟建立对话关系30周年之际，中国企业在东盟国家投资的项目数量和资本规模也创下了新的记录：双方累计双向投资总额已达3,000亿美元。² 而与此同时，中国出海企业为东南亚带去的不仅是资金，还有更关键的技术经验——**中国技术人才与东南亚本地运营团队的结合，已成为不少东南亚科技类初创企业发展的重要支持因素**，伴随东南亚数字经济规模的进一步扩大，中国出海企业在东南亚发展中扮演的角色也正在得到进一步提升。

然而，中国与东南亚在政治、商事政策、劳工关系、物流、环保、基础设施、文化语言等方面依旧存在显著差异，在全球政经局势不确定性显著增加的当下，中国企业出海东南亚开拓数字经济市场，也存在诸多风险，需要谨慎把握，守正合规，方可实现长远发展。

为更好助力中国企业出海发展数字经济，亚洲领先的人工智能技术公司ADVANCE.AI，结合自身在东南亚地区多年的本土化运营经验，分国别编写《中国企业出海发展数字经济市场开拓指南》（以下简称《指南》），希望《指南》能够帮助各类出海企业更好了解当地市场，明晰商事风险。同时，作为已助力全球超过700家金融机构和企业开展数字化转型与反欺诈风控部署的专业人工智能技术公司，ADVANCE.AI也期望能与更多中国出海企业在数字经济业务的创新开拓中牵手合作，以智慧前行，以科技赋能，助力更多企业实现更高效、更智能的数字身份验证与自动化工作流程部署，以及更有效、更精准的欺诈防范与风险管理。

ADVANCE.AI

指南说明

《中国企业出海发展数字经济市场开拓指南》之《印度尼西亚》（下文简称《印尼指南》），对印度尼西亚（下文简称“印尼”）营商环境做了客观介绍，详细分析了印尼数字经济领域的市场现状，并结合近期发布的行业报告，分行业解析了数字经济领域热门出海行业在印尼发展的实际情况，同时对中国企业在印尼开展商事活动可能遇到的各类风险给予了提示，对出海企业关心的事项提供了可查阅的素材。

基于 ADVANCE.AI 在人工智能技术领域的研发积累，《印尼指南》针对数字经济领域出海跨境企业发展的实际需要，会推荐读者关注 ADVANCE.AI 自主研发的一站式数字身份验证与风险管理解决方案。但由于技术产品的应用还会受到场景需求、部署条件等不确定或个性化因素的直接影响，在《印尼指南》中，针对 ADVANCE.AI 产品、解决方案、技术所提及的信息，不应被理解为是 ADVANCE.AI 对旗下相关产品、解决方案、技术在实际销售、服务过程中的授权、承诺、保证、明示或暗示的约定。

《印尼指南》的编写参阅了来自世界银行、国际货币基金组织等国际组织的公开信息；中国商务部、中国海关、印尼央行、印尼中央统计局、印尼金融科技协会等政府部门和专业机构发布的数据；并结合了媒体报道、专家分析文章与行业报告的发布内容。由于不同读者所需信息各异，《印尼指南》提供的信息仅供参考，不可作为企业投资决策的全部依据。

《印尼指南》中针对行业市场的分析、发展展望以及风险提示等内容，或包含前瞻性陈述，前瞻性陈述属于主观性预测或观点分析，但现实情况或未来发展的实际结果，可能会与《印尼指南》在编制时所做的前瞻性陈述存在差异，读者应注意不要过分依赖此类前瞻性陈述，此类陈述仅仅只是一种观点的呈现，不应被理解为是 ADVANCE.AI 对某种商业行为或投资行为的明确预测或推荐保证。

摘要

诸多实践表明，数字经济能够帮助区域市场实现更好的要素流转，开发、转化更多潜在的商业机会，有效助力后疫情时代社会经济的恢复与提振。

东南亚地区的数字经济企业，在经历过早期粗放成长后，如今已转向了追求精细化运营的品牌布局时代。2021年下半年起，伴随相关行业的监管加强，如何高效落实合规要求，如何降本增效，成为越来越多东南亚数字经济企业重点考量的问题。

电子商务和互联网金融，是中国企业出海首选热门行业，而这些中国出海企业在开拓印尼市场时，面临的主要挑战集中在印尼当地数字基础设施、公共服务、产业生态相对滞后的发展，科研与技术人才能力不足等问题上。部分行业还存在由于监管政策尚未出台，未来监管趋势不确定性的风险。

虽有挑战，但面对未来，印尼依旧呈现着极强的投资吸引力——这里是数字经济发展的“希望之地”。中国企业出海印尼市场发展数字经济，应注重与当地企业协同作战、注重本地化发展策略、树立长远战略规划。

2021年以来，印尼经济正逐渐从新冠病毒疫情爆发的负面影响中恢复，多项宏观经济指标也已恢复正常发展。**根据印尼投资协调委员会（BKPM）的最新披露：印尼政府2022年引进投资目标为1,200万亿印尼卢比（约合840亿美元），为实现此目标，印尼政府将实施更多激励机制³。**

根据世界经济论坛《2020年全球竞争力报告》显示⁴，印尼在全球最具竞争力国家和地区中，排第40位。根据世界银行《2020年营商环境报告》⁵，印尼在全球190个经济体中，营商便利度排名第73位。中国对外承包工程商会发布的《“一带一路”国家基础设施发展指数（2021）》中显示，印尼连续多年排名榜首，其发展环境、发展潜力和发展趋势指数均排名前列。

从投资合作角度，印尼市场的吸引力主要表现在以下方面：

- (1) 政局总体稳定，政府重视扩大投资；
- (2) 自然资源丰富；
- (3) 经济增长前景看好，市场潜力大；
- (4) 地理位置重要，控制着关键的国际海洋交通线；
- (5) 人口众多，有丰富的劳动力资源，当地工资水平较低；
- (6) 市场化程度较高，金融市场较为开放。



图1：印尼分31个省、3个特别行政区，有396个县、93个市。
首都位于雅加达，其他知名城市包括泗水、万隆、棉兰、三宝垄和巨港等
地图来源：联合国地图资料库印尼地图



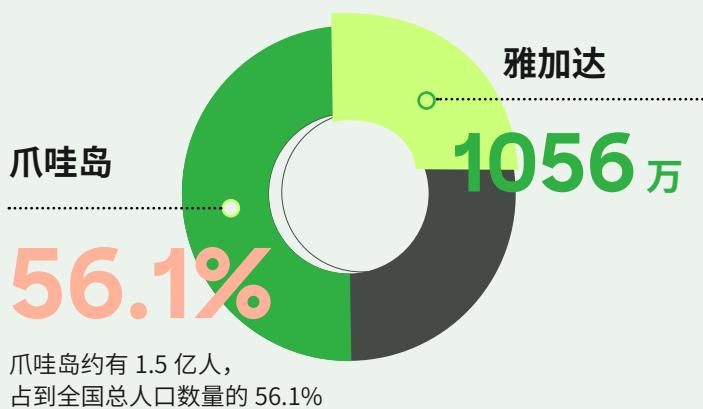
图2：印尼人文地理特色一览

印尼营商环境

1、基本国家情况

印度尼西亚（以下简称印尼）位于亚洲东南部，地跨南北两个半球，拥有“千岛之国”的美誉，由太平洋和印度洋之间 17,508 个岛屿组成，其中包括世界知名的旅游胜地巴厘岛。

作为全球最大的群岛国家，印尼国土面积为 191.4 万平方公里，扼守着马六甲海峡、巽他海峡、龙目海峡等重要国际贸易航道，与巴布亚新几内亚、东帝汶、马来西亚接壤，与泰国、新加坡、菲律宾、澳大利亚等国隔海相望，享有约 316.6 万平方公里的海域国土。



印尼是世界排名第 4 位的人口大国，总人口数高达 2.77 亿，人口年龄中位数是 30.3 岁，人口结构年轻化。其中爪哇岛是印尼人口最密集的地区，约有 1.5 亿人，占到全国总人口数量的 56.1%，首都雅加达人口约为 1,056 万人。

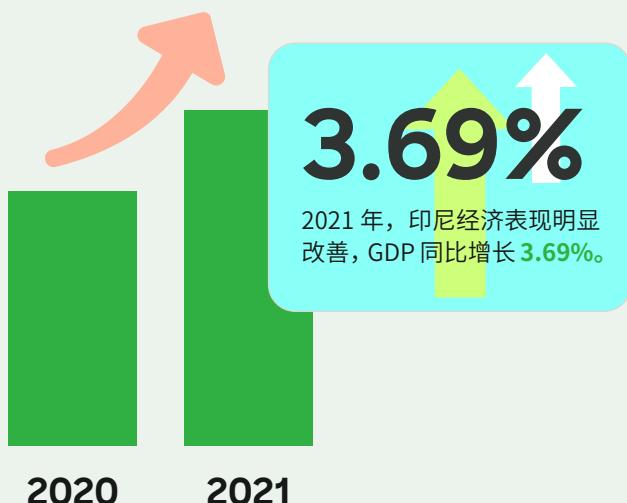
多年来，印尼经济一直保持着 5% 左右的良性增长态势，作为东盟成员国里最大的经济体和 20 国集团重要成员，印尼正在东南亚地区和全球国际事务中释放越来越多的影响力。

2019 年，印尼总统佐科·维多多在就职仪式上宣布：印尼致力于在 2045 年，即建国 100 周年时发展为世界发达国家，力争跻身世界前 5 大经济体行列，实现 GDP 总量达到 7.3 万亿美元，人均 GDP 达到 2.25 万美元。⁶

2、经济发展指标

经济增长率

2020 年，印尼 GDP 为 10,596 亿美元，同比下降 2.07%，人均 GDP 约为 3,912 美元；2021 年，印尼经济表现明显改善，GDP 同比增长 3.69%。



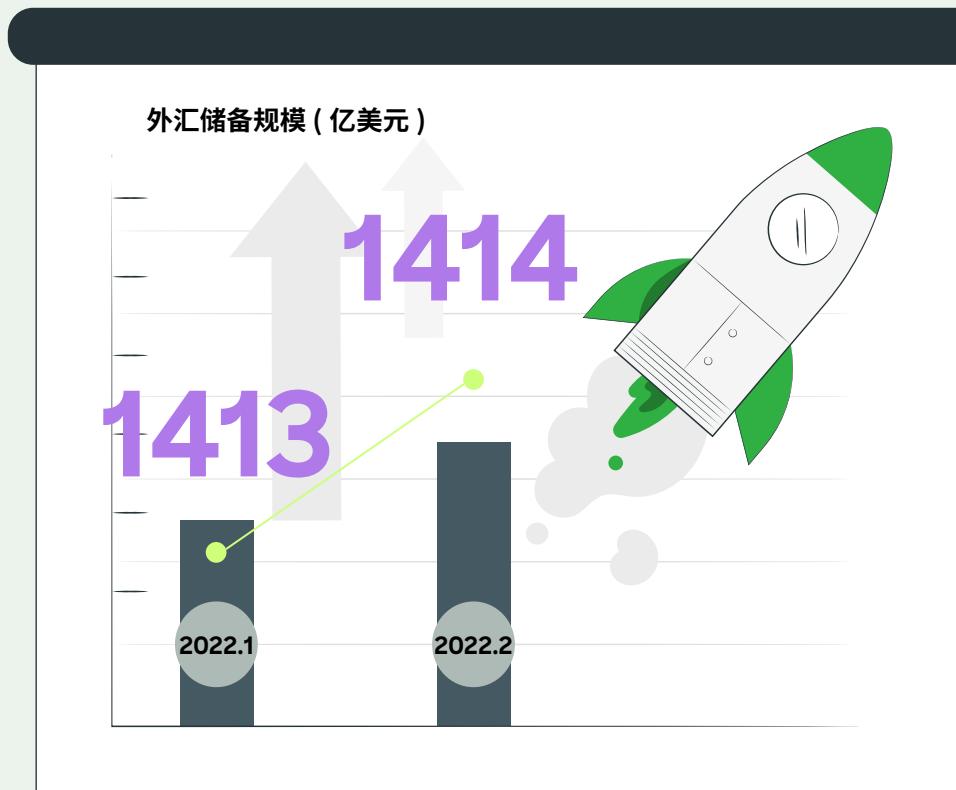
通货膨胀与物价水平

新冠病毒疫情爆发以来，印尼央行（BI）每年对本国通货膨胀率的预测均维持在 2%~4% 的区间内。2021 年，印尼全年实际通胀率为 1.87%，2021 年 12 月消费者物价指数从上月的 107.5 点升至 107.66 点。⁷ 整体而言，相较于印尼现在的经济发展程度，印尼的物价处在较高水平。

最新失业率

2020 年，印尼失业率统计为 7.07%，处于历史偏高水平（印尼失业率最高值出现在 2005 年，达到 11.24%）⁸；2021 年，印尼失业率统计已降至 6.19%。





外汇储备

截至 2022 年 2 月末，印尼的外汇储备规模为 1,414 亿美元，约可保证 7.5 个月进口支出或 7.3 个月进口和政府债务支出，与 2022 年 1 月末 1,413 亿美元储备规模相比显示上升。而在 2021 年 9 月末，印尼外汇储备规模曾一度达到 1,469 亿美元。

信用评级

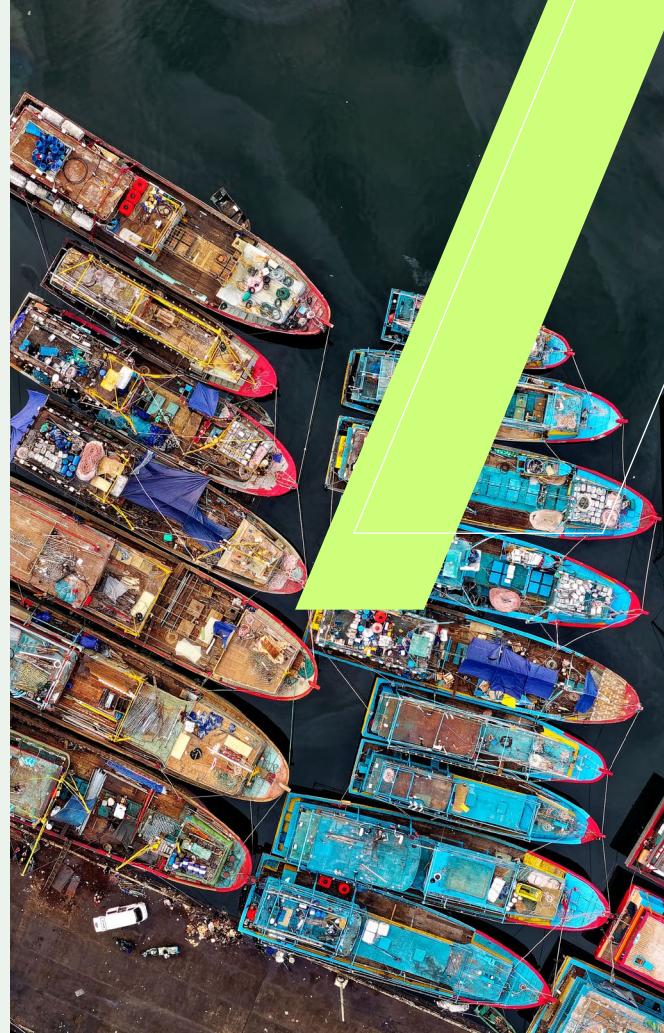
截至 2022 年 2 月底，印尼的外债规模为 4,163 亿美元，整体外债结构依旧保持稳健。其中政府外债从 2021 年 9 月开始持续下降，2022 年 1 月已降至 1,993 亿美元；2022 年 2 月发展为 2,011 亿美元；私人外债规模为 2,063 亿美元。⁹

三大国际信用评级机构标普、穆迪和惠誉给予印尼的主权信用评级都为“投资”级别。2020 年 2 月 10 日，穆迪对印尼的主权信用评级维持在 Baa2 级，评级展望为“稳定及积极”；2021 年 4 月 22 日，标普将印尼的主权信用评级维持在“BBB”，将印尼长期债务前景维持在负面。

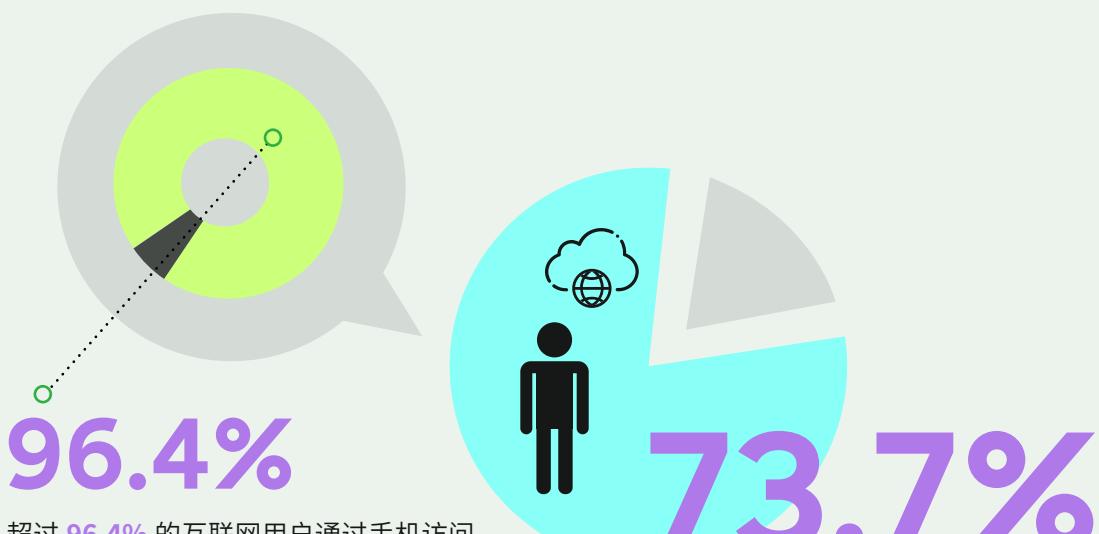
3、基础设施现状

交通

印尼是群岛国家，海运、航空交通较为发达，但其他基础设施相对滞后。目前，印尼全国共有179个航空港，还将计划新建15个机场，6个物流运输机场；在印尼全境1,241个海运港口中，雅加达丹绒不碌港是全国最大的国际港，年吞吐量约420万个标准箱；印尼陆路运输较为发达的地区是爪哇、苏门答腊和苏拉威西；铁路运输较为发达的地区在爪哇岛和苏门答腊岛。



通信与互联网



印尼大部分地区已通互联网。截至2022年1月，印尼互联网用户达2.047亿人，占总人口的73.7%，其中超过96.4%的互联网用户通过手机访问互联网，用户平均年龄16~64岁。



印尼政府在 2019 年完成了长达 13,000 公里的全国性 Palapa Ring 光纤网络的建设，该光纤网络将印尼东西南北 514 个地区和城市连接起来，显著改善了国内上网速度。

2021 年 5 月，印尼服务商 Telkomsel 获得印尼通信部颁发的首张 5G 技术运营资格证书，但目前印尼尚未大规模开展 5G 建设，商用 5G 服务仅在雅加达和南唐格朗部分高档住宅区率先提供。¹⁰

印尼目前仍然专注于扩大 4G 通信服务的覆盖面，且农村地区尚未被完全覆盖 4G。根据网速测试，印尼移动互联网平均下载网速约为 15.82 Mbps，宽带平均下载速度 20.3Mbps¹¹，整体而言，相比世界其他国家，印尼互联网带宽依旧较小，网速较慢。

电力

印尼用电普及率不到 75%，截至 2020 年 12 月，印尼电力总装机容量目前仅为约 5,000 万 ~6,000 万千瓦，即使在首都雅加达，偶尔也会因缺电而实施轮流停电。根据印尼《2021-2030 电力发展规划》¹²，未来在苏门答腊、苏拉威西、加里曼丹等大型岛屿之间将实现电网互联，还会实现与马来西亚、新加坡之间的电网跨境互联，或能改变印尼用电现状。

媒体

安塔拉通讯社是印尼国家通讯社，印尼共和国电视台（TVRI）和印尼国家电台（Radio RI）分别是印尼国家级电视、广播媒体。

印尼发行量最大的印尼文报纸是《爪哇邮报》（Jawa Post）、《罗盘报》（Kompas）；发行量较大的英文报纸有《雅加达邮报》（Jakarta Post）；中文报纸有《国际日报》和《印度尼西亚商报》等。

高等教育

1

加札马达大学

位于日惹，印尼规模最大的高等教育机构之一，印尼现任总统于 1986 年毕业于该校工科专业。

2

印度尼西亚大学

位于雅加达，印尼历史最悠久的高等学府。

3

万隆理工学院

位于万隆，是印尼著名的工科类大学，机械工程专业是该校优势专业。

4

工程电信学院

印尼著名理工类院校，信息通信专业是该校优势专业，培养了大批优秀的通信与电信工程师。

5

泗水理工学院

印尼重点理工科院校，专注科学、工程、技术领域的人才培养与业务研究。





劳工情况

印尼当地劳动力资源丰富，每年平均新增劳动力 350 万 ~400 万人。截至 2021 年 7 月，印尼劳动力人数约达 1.37 亿，城区工资普遍比农村地区高，雇主须向雇员提供医疗保障及福利，且用工需遵循印尼国会于 2003 年 2 月 25 日通过的第 13/2003 号《劳工法》上的规定。

印尼劳工最低用工年龄限制在 14 周岁，但雇用 14 周岁以上的未成年人，工作时间每日以 3 小时为上限。近年来，印尼一直在努力改善儿童获得优质教育的机会，以防止儿童辍学并进入劳动力市场。印尼人力资源部长达卡里 (Hanif Dhakari) 在国际劳工组织位于日内瓦的总部发表讲话曾指出，印尼政府“坚决致力于”根除童工现象。

印尼对外籍人士在印尼就业有比较严格的限制。出于对当地劳工资源的保护，目前只允许企业引进外籍专业人员（如高级管理人员或技术专员），普通劳工不许引进，获得聘用的外籍专业人士，可以申请印尼居留签证和工作准证。



4、金融环境特色

当地货币

印尼法定货币为印尼卢比（编码 IDR，亦称印尼盾），可与美元、欧元等主要货币自由兑换。

外汇管理

印尼银行采取一揽子货币汇率定价法，每日公布汇率。



跨境结算

目前，印尼央行已分别与马来西亚央行、泰国央行、中国央行签署了双边本币结算协议（Local Currency Settlement，简称 LCS 协议）。

2021 年 9 月 6 日起，中国印尼双边本币结算机制已正式启动，并启动浙江区域市场人民币与印尼卢比直接报价交易。¹³

作为特许交叉货币做市商 (ACCD)，中国工商银行、印尼中亚银行等商业银行可按照相关规定办理中国印尼本币结算合作框架下的人民币 / 印尼卢比相关交易业务；中银香港雅加达分行、中国银行可开展经常项目及跨境投资人民币 / 印尼卢比结算，并进行人民币与印尼卢比直接报价交易。



金融服务

印尼金融服务业由传统借贷方、伊斯兰银行、综合金融公司、典当行和金融科技初创企业等构成。印尼央行（BI）是印尼金融体系主要监管机构，独立行使职权，维护印尼金融稳定。

2020 年，印尼的银行资产渗透率仅为 60%，为东盟地区最低水平¹⁴。世界银行的报告指出：印尼有一半以上的成年居民没有银行账户，而这些没有银行账户的成年居民，有可能来自较贫穷的家庭，也有可能来自较富裕的家庭。在印尼，约有 33% 的成年人认为，金融机构离他们太远是影响到他们使用金融服务的主要原因。¹⁵ 此外，由于印尼居住着大量的穆斯林人口，宗教习俗也对金融服务的覆盖率存在一定影响。

不过，在美国《福布斯》发布的 2021 年“全球上市公司 2000 强”排行榜中，印尼上榜的 6 家公司有 4 家是银行机构，包括印尼国民银行（BRI）、中亚银行（BCA）、曼迪里银行（BM）、印尼国家银行（BNI）。印尼国民银行（BRI）亦入选了 2021 年英国《银行家》杂志评选的世界银行 1000 强榜单¹⁶。

中国银行、中国工商银行和中国建设银行在印尼均开设有分行或办事处，中国发行的 VISA 卡和万事达卡在当地可用，中国银联卡也可以在印尼使用，汇丰、花旗等知名外资银行也在印尼有开设网点。

证券市场

截至 2022 年 4 月，印尼股票市场（IDX）有 781 家上市公司。

5、国际经贸合作

进出口贸易

中国、美国、日本和新加坡是印尼前四大出口市场；中国、新加坡、日本、美国是印尼前四大进口来源国。

得益于矿物燃料、动植物油脂和钢铁产品的出口，2022年2月，印尼贸易顺差达38.3亿美元¹⁷，总出口额与进口额分别为204.6亿美元和166.3亿美元。

38.3 亿美元

2022年2月，印尼贸易顺差达**38.3亿美元**，总出口额与进口额分别为**204.6亿美元**和**166.3亿美元**。

外国投资

印尼的外国投资前五大来源地依次为：新加坡、中国内地、中国香港、日本和韩国。

根据印尼2007年第25号《投资法》及相关规定：国内外投资者可自由投资任何营业部门。外国投资者可与印尼的个人、公司成立合资企业；也可以设立独资企业，但须参照《非鼓励投资目录》规定；外国投资者也可以通过公开市场操作，购买印尼上市公司的股票，但也要遵守印尼关于对外资开放行业相关规定的限制。

目前，印尼有25个行业被宣布为禁止投资行业，仅能由政府从事经营，这些行业包括：毒品种植交易业、受保护鱼类捕捞业、以珊瑚或珊瑚礁制造建筑材料，含酒精饮料工业、水银氯碱业、污染环境的化学工业、生化武器工业，机动车型号和定期检验、海运通讯或支持设施、舰载交通通讯系统、空中导航服务、无线电与卫星轨道电波指挥系统、地铁站，公立博物馆、历史文化遗产和古迹、纪念碑以及赌博业。

根据印尼2021年第10号总统令，2021年3月4日起，印尼推出投资“优先清单”¹⁸，列出了245个“优先投资行业”，对以下重点行业领域取消或放宽对外资参与的限制，这些行业包括：基础设施（机场、港口）、可再生能源（小型水电、风电、太阳能、地热、生物质发电）、建筑服务、通信媒体信息技术、分销仓储、医疗医药等。





根据“优先清单”，满足条件的投资企业可享受100%独资设立企业、公司所得税100%减免（若投资额达到3,500万美元以上）或公司所得税50%减免（若投资额达到700万~3,500万美元）等一系列优惠政策。¹⁹

在基础设施建设领域，印尼政府还专门设立了主权财富基金及其投资管理机构，负责吸引全球资本共同投资收费公路、机场、港口、数字基建等国家战略项目。

此外，印尼也在积极提高行政效能，调整地方政府常出现的寻租腐败问题，以期能更好吸引外资进入。

已参与贸易协定

1950年2月24日，印尼加入《关税与贸易总协定》（GATT），1995年成为世界贸易组织的正式成员。

印尼是欧盟提供关税优惠的受惠国，列入欧盟关税普惠制第二类国家。2023年12月31日前，欧盟对印尼的进口产品在最优惠国税率基础上，还减征税率3.5%。

目前，印尼正在与欧盟、土耳其、突尼斯、孟加拉、伊朗商谈签订更多自由贸易协议，截至2022年1月，印尼已签订的自由贸易区域协定包括：

多边协议：

- 东盟货物贸易协定（ATIGA）
- 东盟 - 中国自由贸易区（ACFTA）
- 东盟 - 韩国自由贸易区（AKFTA）
- 东盟 - 印度自由贸易区（AIFTA）
- 东盟 - 澳大利亚—新西兰自由贸易区（AANZFTA）
- 东盟 - 日本全面经济伙伴关系（AJCEP）
- 区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）

双边协议：

- 印尼 - 巴基斯坦优惠贸易协定（IPPTA）
- 印尼 - 日本经济伙伴关系协定（IJEPA）
- 印尼 - 澳大利亚全面经济伙伴关系协定（IA-CEPA）
- 印尼 - 智利全面经济伙伴关系协定（IC-CEPA）
- 印尼 - 欧洲自由贸易联盟全面经济伙伴关系协定（Indonesia-EFTA CEPA）
- 印尼 - 韩国全面经济伙伴关系协定（IK-CEPA）

已加入的国际条约

印尼已加入《保护工业产权巴黎公约》《专利合作条约》《商标法条约》《伯尔尼公约》《WIPO 版权条约》《WIPO 表演和录音制品条约》《与贸易有关的知识产权协议》。印尼也是世界知识产权组织的成员国。

中国 - 印尼经贸合作：海上丝绸之路

中国和印尼自 1990 年恢复外交关系以来，双边经贸合作全面发展，尤其是近年来中印尼贸易、投资和工程承包等领域合作发展迅猛。

中国和印尼两国政府高度认同两国的战略合作，中国政府倡导的“21 世纪海上丝绸之路”和印尼佐科总统倡导的“全球海洋支点”战略对接，已经写入 2015 年 3 月 26 日发布的《中国和印尼关于加强两国全面战略伙伴关系的联合声明》中。在“海丝之路”倡议中，电信、金融和数字经济成为未来两国合作的新领域。

2015 年 5 月 28 日，中印两国启动中国 - 印尼副总理级的人文交流机制。中国 - 印尼副总理级人文交流机制覆盖教育、科技、卫生、文化、旅游、体育、青年、媒体八个领域，是中国与发展中国家建立的首个高级别人文交流机制。

根据《中国 - 东盟全面经济合作框架协议货物贸易协议》，中国和印尼逐步削减货物贸易关税水平。中国 - 东盟自贸区在 2010 年初建成后，中国和印尼 90% 以上的进出口产品已实现零关税。

中国已连续多年保持成为印尼第一大贸易伙伴。据中国海关统计，2021 年，印尼与中国贸易总额达到 1,243.4 亿美元，比上一年增长 58%。²⁰ 自 2016 年以来，中国持续成为印尼第一大出口目的国。中国企业对印尼的投资涉及农业、矿冶、电力、房地产、制造业、产业园区、数字经济和金融保险等广泛领域，在印尼各主要城市具有产业布局。

产业园已成为国际产能合作的重要途径之一，中国与东南亚国家的经贸园区共建历史悠久。位于雅加达绿壤国际工业园的印尼 - 中国综合产业园是中国在印尼设立的首个集工业生产、仓储、贸易为一体的经贸合作区，于 2013 年 6 月建成。此外，在苏拉威西岛，中国企业也建立以镍矿资源和冶炼厂为主业的全产业链工业园，带动印尼当地的经济转型和发展，成为中国企业对外产能合作的新平台。

58%

据中国海关统计，2021 年，印尼与中国贸易总额达到 1,243.4 亿美元，比上一年增长 58%。

6、新冠疫情应对与纾困政策

截至 2022 年 4 月，印尼新冠病毒累计确诊病例逾 600 万人，是东南亚地区疫情较为严重的国家之一。印尼当地新冠疫苗接种率相比其他国家依旧偏低，但在 2022 年起，疫苗接种人数大幅增加，截至 2022 年 4 月，印尼当地目标接种人群的全程疫苗接种完成率达到 60.7%。²¹

新冠病毒疫情仍将是未来制约印尼经济社会发展的最大不确定因素。

印尼受到新冠疫情影影响最大的行业主要是航空、旅游、零售、纺织成衣等，目前，印尼未出现外资大规模撤离现象。

印尼政府迄今暂无专门针对外商投资企业的支持政策，已公布的疫情纾困政策适用于所有企业，包括免征个人所得税、延期进口税和公司税收优惠等，免除进口药品、疫苗、实验室设备、测试剂、防护装备、治疗设备和其他与新冠病毒疫情相关商品的增值税和进口税等。



印尼数字经济发展

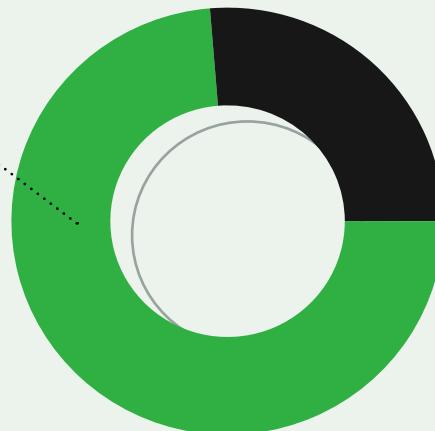


1、数字经济水平

印尼现拥有互联网用户 2.047 亿人，占印尼总人口的 73.7%。

73.7%

印尼现拥有互联网用户
2.047 亿人，占印尼总人
口的 **73.7%**



2022年东南亚六国
互联网用户总人口渗透率

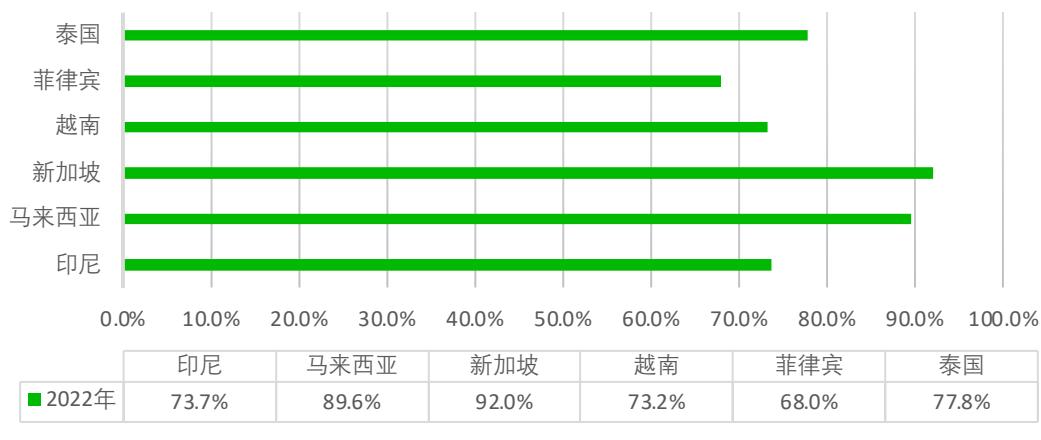
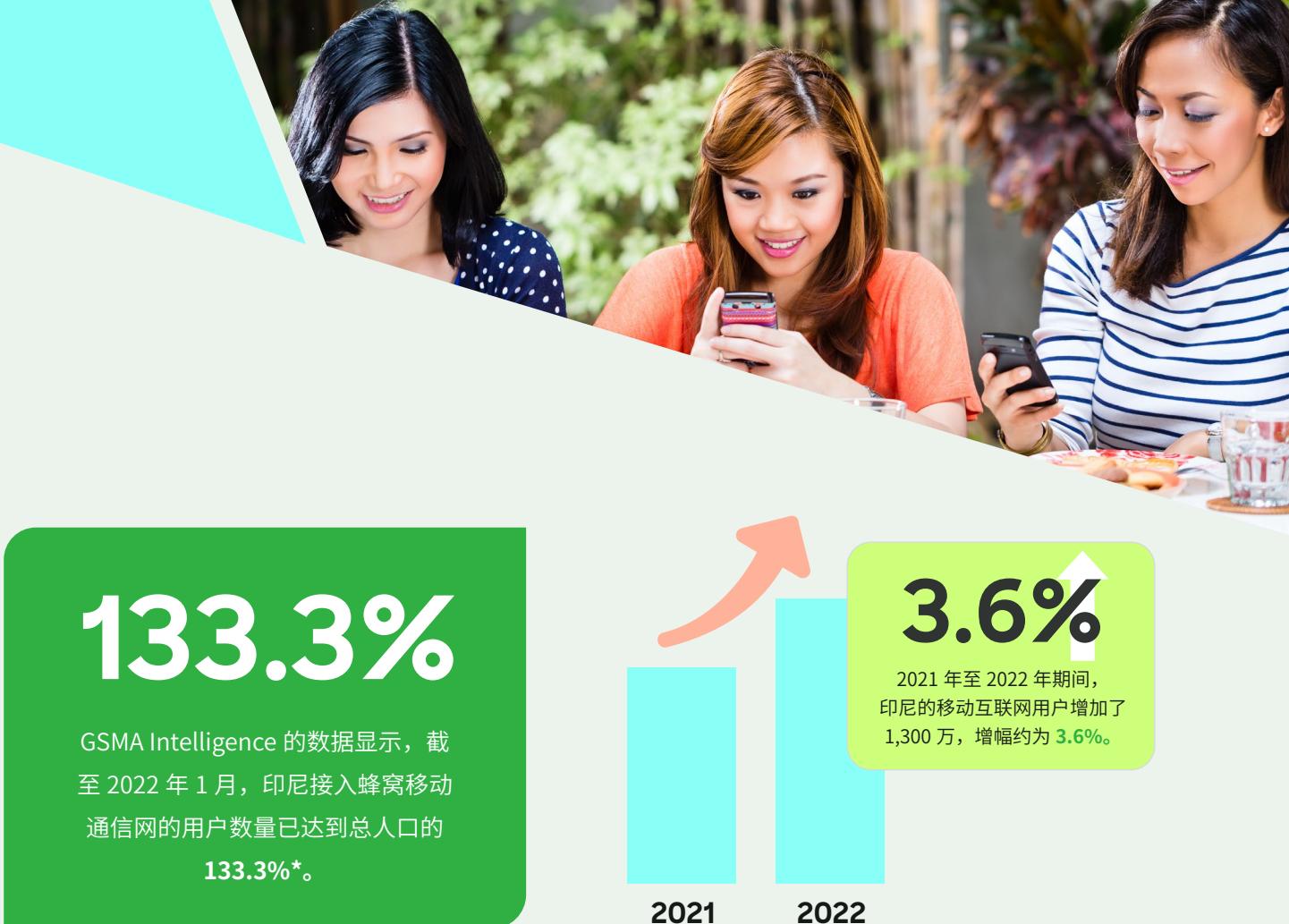


图 3：东南亚六国互联网用户占总人口数量的比例
数据来源：WeareSocial, Digital 2022 Global Overview Report



* 用户数量大于总人口数字是常见的，这意味着存在一个人使用多个手机号码的情形。



图 4：东南亚六国互联网用户上网时长比较
数据来源：WeareSocial, Digital 2022 Global Overview Report

新冠病毒疫情爆发后，2020 年至 2021 年上半年，印尼新增了 **2,100 万** 新的数字消费者，而在这些新增数字消费者中，有 **72%** 来自于非城市地区——这是一个非常积极的信号，表明印尼数字经济的渗透率正在不断提高，并在中小城市、甚至偏远乡村也实现了服务覆盖。²²

电子商务持续成为印尼数字经济保持增长的主要动力。2021 年，印度尼西亚的电子商务交易额达到 530 亿美元，同比增长 52%；食品外卖、在线媒体则分别同比增长 36% 和 48%。

预计到 2025 年，印尼数字经济市场价值将可能达到 1,460 亿美元；预计到 2030 年，印尼数字经济贡献率将占全国 GDP 的 18%，并成为东盟第一大数字经济体，一国的数字经济市场规模即能占据东盟整体数字经济市场规模的 40%。由于其相对开放的监管框架，印尼还有望成为全球最具活力的数字金融服务市场之一，融资实现新高。

新冠病毒疫情爆发之后，在印尼已接入数字平台的商户中，有 28% 的商户认为：数字平台帮助他们在疫情造成商业停摆的危机中幸存下来。不过，数字平台的未来盈利能力仍然是各个商户关心的头号问题。越来越多的印尼商户开始使用数字工具与他们客户接触，69% 的商户预计，将在未来 5 年内增加数字营销工具的使用，他们也将积极尝试数字借贷解决方案。

72%

2020 年至 2021 年上半年，印尼新增了 2,100 万新的数字消费者，而在这些新增数字消费者中，有 **72%** 来自于非城市地区。

2021 年，印度尼西亚行业交易额增长率

电子商务 52%

食品外卖 36%

在线媒体 48%

18%

预计到 2030 年，印尼数字经济贡献率将占全国 GDP 的 **18%**。

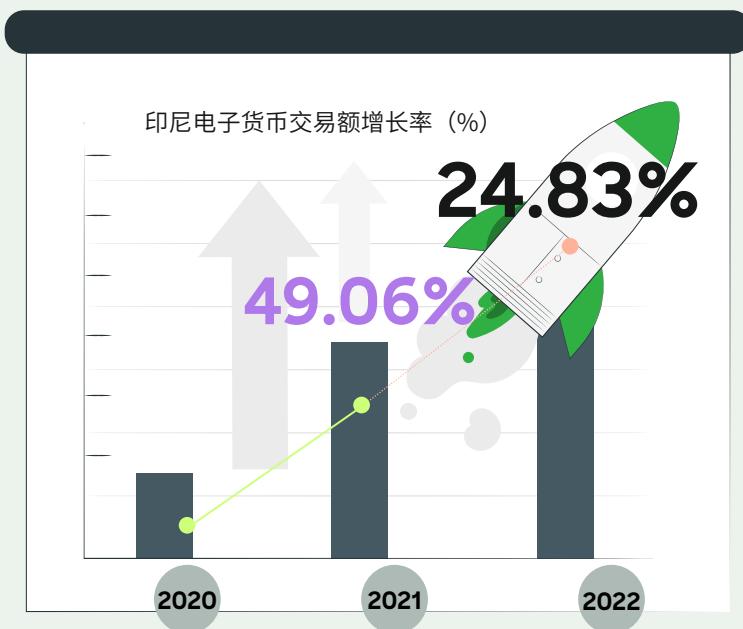
1,460 亿美元

预计到 2025 年，印尼数字经济市场价值将可能达到 **1,460 亿美元**。

2025

2030

伴随数字经济的增长，印尼数字支付系统和数字银行也在加速发展。根据印尼央行（BI）的记载：2021年，印尼电子货币交易额为305.4兆印尼卢比（约合212.5亿美元），比2020年增长49.06%。印尼央行行长贝利（Perry Warjiyo）预测：2022年，印尼数字银行的交易额还将提升24.83%，达到49,733兆印尼卢比（约合3.46万亿美元）。



此外，截至2021年11月中旬，已接入印尼标准二维码（QRIS）的中小企业与商户数量达1,250万。根据印尼央行的部署目标，2022年还会继续新增1,500万印尼标准二维码使用者。

从2017年起，印尼数字经济领域的初创企业增速迅猛，年度新增初创企业的数量甚至一度超过了同区域经济更发达的新加坡和马来西亚。截止2021年11月，印尼在数字经济领域已诞生了11家“独角兽”公司，其中1家已成长为估值超过百亿美元的“十角兽”公司——2021年4月，印尼两家大型数字化平台Gojek和Tokopedia公司宣布合并，成立PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk（GoTo）。2022年4月11日，GoTo在印尼证券交易所正式上市，IPO筹集了约11亿美元，成为今年迄今为止亚洲第三大规模的IPO募股，也是世界第五大规模的IPO募股。GoTo集团现估值已达320亿美元。



图5：印尼11家独角兽企业概况 信息来源：Daily Social

2、政策变迁与税收设置

长远规划

多年来，东盟地区非常注重数字经济相关政策的制定，曾先后制定《2025 东盟经济共同体蓝图》《东盟数字融合框架》《东盟电子商务协议》等战略规划，以期能更好提升东盟地区在全球数字经济市场的竞争力。

配套东盟地区数字经济整体发展目标，印尼政府也已出台了一系列配套政策，期望整体提升国内和国际的连通性，通过构建区域经济走廊，振兴经济，其中重点战略规划或重要举措包括：

- 2014 年，印尼央行发起全国性非现金支付运动，积极探索监管法规框架调整和产业主体互联互通的方法。
- 2019 年，印尼出台《支付系统 2025 愿景规划》，围绕开放银行、零售支付、批发支付和金融市场基础设施建设、数据与数字身份、监管科技五项举措落实规划。同年，印尼央行启动制定了统一的二维码支付标准，连通各类型支付解决方案，促进移动支付市场规范发展。
- 2019 年 11 月，印尼出台《电子商务法》，制定电子商务路线图，加大物流、通信等基础设施建设力度。
- 2021 年 3 月 4 日，印尼总统佐科·维多多成立“区域数字化加速和扩展”工作组，努力扩大数字经济和数字金融领域建设，加速国民经济转型和复苏，不仅着眼于提升商业社会的效率和印尼人民的生活质量，还着眼于利用数字化转型促进政府善治。



当下，印尼政府正在践行“2021-2024 年数字印尼总路线”，根据总路线的指导方针，印尼将继续在数字基建、数字政务、数字经济和数字社会四个领域发力。面向未来，印尼政府将继续扩大 4G 领域、发展 5G、发射 SATRIA 多功能卫星及建立国家数据中心，来推动数字经济的发展。

为更好激发数字经济市场活力，近 6 年来，印尼政府还陆续推出了诸多商业便利化措施。比如 OSS (Online Single Submission)

“一站式”网上投资申请，极大简化了外国投资者原来的繁杂程序；开放外商直接投资门槛，允许投资规模超过 1,000 亿印尼卢比（约 696 万美元）的外资电商平台独资创办企业。



数据保护

目前，印尼数据保护相关规定分散在 33 条不同法律中。在 2008 年关于电子信息和交易的第 11 号法、2019 年关于电子系统和交易运行的第 71 号政府条例 (GR 71)（修正了 2012 年关于电子系统和交易运行的第 82 号政府条例）以及 2016 年关于电子系统中个人数据保护的通讯及资讯管理部第 20 号条例中，都包含关于数据保护的若干要求²³。这些法规规定了数字运营方在处理个人数据时承担的各类义务，包括安全和保密义务。

2016 年，印尼通信和信息部出台的《MOCI 规则》是目前用于规范印尼数据使用问题的主要依据。根据《MOCI 规则》，个人数据是指存储、维护和保持准确的某些个人数据，其机密性受到保护。企业需要明确自身业务中可能产生的数据保密类型，并关注相关法律法规的变化调整，以更新涉及数据及隐私保护的相关合同和文件。

2021 年，印尼信息通讯部提出规划数据保护专项法律，已列入国家优先立法计划。

数字经济税

印尼是东盟地区数字经济税的先行者。为确保国内和跨国数字企业遵守税法，印尼财政部于 2020 年 5 月 5 日出台第 48/PMK.03/2020 号条例²⁴，宣布自 2020 年 7 月 1 日起对非居民企业的数字产品或数字服务征收 10% 的增值税。

数字商品是指电子或数字信息形式的任何无形商品，包括以其形式转换的商品和最初为电子形式的商品，但不限于软件、多媒体或电子数据。

数字服务是指依托互联网或各类电子网络实施的服务，这类服务通常是自动化的，较少需要人工干涉，不限于基于软件提供的服务。

需要缴纳该类增值税的主体包括：

- 向印尼消费者销售数字产品的海外企业家或在线零售商。
- 向印尼消费者提供数字服务的海外在线市场运营商。
- 向印尼消费者提供外国数字产品的印度尼西亚在线市场运营商。凡是使用印尼账单或邮寄地址的、使用印尼金融机构信用或借记卡的和使用印尼 IP 地址订购产品或服务的均视为印尼客户。

条例中还规定，如果商家符合以下条件之一，会被印尼税务局任命为数字税的代征收者：

- 交易价值为每年超过 6 亿印尼卢比（约 42,850 美元）或每月超过 5,000 万印尼卢比（约 3,570 美元）。
- 流量或访问次数为每年超过 12,000 或每月超过 1,000 次。

印尼数字经济企业主要涉税种类			
税种	适用主体	一般税率	特殊情况
企业所得税	·一般居民企业（在印尼注册或以印尼为公司住所地的公司） ·通过常设机构在印尼从事商业活动的外资企业 ·境外电商，如果在印尼有显著经济贸易存在，也会被认定在印尼设有常设机构	维持22%； 取消了原计划2022年减降至20%的政策	流通股比例不低于40%且满足其他条件的上市公司可享受额外3%的优惠。 年收入不超过500亿印尼卢比的小型企业，其应税所得中不超过48亿印尼卢比的部分可以标准税率的50%核算。 年度总收入不超过48亿印尼卢比的特定企业应按总收入的0.5%缴纳最终税。
	无法被认定常设机构的跨境电商及其他提供各类数字服务的非居民企业		
	·一般居民企业 ·通过线上系统向印尼用户提供商品或服务的跨境电商 ·提供数字货币服务的公司，或将包括在线保险、P2P借贷、众筹类金融科技		2022年4月1日起提至11%， 预计在2025年还将提高到12%
增值税	·非居民企业（外资企业）	预计2022年5月1日起征收	
预提税	非居民企业（外资企业）	非居民企业获得的股息需缴纳20%的最终预提税	与印尼签署税收协定的国家享有较低税率

图 6：印尼数字经济企业税赋征收参考

信息来源：整理自印尼税制相关法规与条例

3、中国与印尼开展数字经济合作大事记

政策演进

2014年，中国科技部启动“中国-东盟科技伙伴计划”，将信息技术确立为重点合作领域，并基于东盟国家需求为其提供政策咨询、技术服务、共建科技园和示范基地等服务，将双方信息技术领域合作融入国家战略计划。

2019年2月，《中国-东盟信息港建设总体规划》获国家批复，中国-东盟信息港由中国与东盟共同建设，主要构建基础设施、信息共享、技术合作、经贸服务、人文交流五大平台。

中国-东盟博览会为中国企业进入印尼数字经济领域提供了对接和合作平台。2019年9月23日，以互联网、大数据、人工智能为代表的新一代信息技术和应用成为第16届中国-东盟博览会上展览的重要内容，此次博览会也将2020年定位成“中国-东盟数字经济合作年”。

资金融通

中国设立了中国-东盟基础设施专项贷款、丝路基金，倡导成立了亚投行。中国银行、工商银行、建设银行都在印尼设立分行，国家开发银行、中国进出口银行、中信保、中国太平保险也大力支持印尼各类项目建设，为中国企业投资印尼提供资金支持。



企业出海

印尼政府对数字经济的大力支持，为中国出海企业走入印尼打开了宝贵的机会窗口。印尼与中国在数字经济领域的合作已覆盖电子商务、金融科技、技术培训、数字化基础设施共建等行业，在过去 10 年，中国企业出海印尼影响力深远的商事合作如下：

1

2015 年 5 月 19 日，华为与印尼通信部签署 ICT 中心合作谅解备忘录，通过 ICT 项目为印尼当地 10 万名技术人员、学生、公务员等提供培训，双方联合打造印尼创新中心，共同推动印尼通讯行业发展。2021 年 1 月，华为启动华为东盟工程学院项目，将同印尼 33 所一流高校开展合作，使 1.2 万名技术人员和 7000 名大学生受益。²⁵

2

2015 年，百度进军印尼市场，将发展移动业务作为首要战略目标，在印尼建立了一整套配合当地市场发展的手机应用生态系统和安卓系统商店，并成功在印尼复制了其在中国的 O2O 商业模式：通过手机实现线上预约或预订、线下服务。²⁶

3

2016 年 11 月，中国银行首次在印尼与电信行业实现跨界合作，在印尼市场上推出第一张电信业联名卡，并计划正式发展更多金融科技方面的合作。



4

2017 年 8 月 17 日，中国电商平台阿里巴巴宣布正式入股印尼最大电商平台 Tokopedia，领投 11 亿美元，阿里巴巴电商金融科技也布局进入东南亚。²⁷

5

2017 年，中国互联网企业腾讯和中国电商平台京东分别向印尼 Go-Jek 打车服务公司投资 1.5 亿美元和 1 亿美元。京东还通过印尼站点向印尼提供电商服务，京东金融也曾在东南亚投入大量人力财力建设在线支付系统。

6

2021 年 4 月，腾讯云在印尼的首个云计算数据中心正式开服。该数据中心位于雅加达，依托腾讯云技术为印尼及周边区域客户提供计算、存储、安全等云服务。腾讯云预计在 2022 年将在印尼建设第二个数据中心。²⁸

7

2021 年 4 月，印尼两家最成功的初创独角兽企业 Gojek 与 Tokopedia 达成合并协议。主营业务包括网约车、线上购物及物流配送。阿里巴巴、京东、腾讯是 GoTo 的重要投资股东。²⁹ 2022 年 4 月 11 日，GoTo 在印尼证券交易所正式上市，筹集了约 11 亿美元，成为迄今亚洲第三大规模的 IPO 发行，也是世界第五大规模的 IPO 发行。GoTo 现估值达 320 亿美元。



聚焦数字经济热门出海行业

1、金融科技

行业现状

2021 年，亚太地区金融科技投资总额达到 275 亿美元，涉及创纪录的 1,165 项交易，虽然投资总额依旧低于 2019 年达到的投资峰值，但已远远超越了 2020 年 147 亿美元的融资成绩。³⁰

东南亚一直是亚太地区金融科技投资增长的先锋区域，2021 年以来，东南亚地区金融科技行业发展亮点如下：

(1) 金融机构对 BaaS 模式的兴趣在增长

2021 年期间，多家东南亚银行开启了改善其嵌入式金融、数字钱包和供应链融资能力的合作探索，对 BaaS 模式服务兴趣日益增长。

BaaS，即区块链即服务（Blockchain as a Service），是指将区块链框架嵌入云计算平台，利用云服务基础设施的部署和管理优势，为开发者提供便捷、高性能的区块链生态环境和生态配套服务，支持开发者的业务拓展及运营支持的区块链开放平台。

BaaS 应用程序是在云上实现开发、托管和部署。基于 BaaS 模式部署应用程序的优势在于：企业无需再担心基础架构（如服务器）的管理和安装，这些基础架构由云服务的提供商负责维护处理。如今，基于区块链技术的应用早已不仅聚焦在加密货币的探索上，而已经扩展到更多行业。



(2) “先享后付”模式继续升温

伴随全球电商行业的发展，“先享后付”支付服务的市场规模也得以迅速增长，尤其受到千禧一代和 Z 世代年轻消费者的追捧。据统计，全球“先享后付”支付模式的消费额在 2018 年至 2020 年间飙升了 292%。

292%

据统计，全球“先享后付”支付服务的消费额在 2018 年至 2020 年间飙升了 292%。

“先享后付”(Buy Now, Pay Later) 是一种创新的数字支付服务。在先享后付模式下，消费者可以对购买的产品或服务进行分期付款。只需支付很低利率甚至零利率。而对商家端，他们能在完成产品或服务交付后获得全款，“先享后付”平台将承担消费者还款风险。这个模式可以同时满足用户和商家的需求——既为用户提供免费延期还款服务，也提升商家的订单转化率和复购率。

相关行业报告指出：“先享后付”支付服务有望成为继数字移动钱包、信用卡、借记卡、银行转账之后，全球公众最常用的第五大支付方式，并有可能取代传统信用卡支付。³¹

而东南亚地区，在消费升级、数字经济蓬勃发展以及当地年轻消费者人口数量众多等绝对优势的助力下，如今更是成为了“先享后付”支付服务全球增速最快的地区市场。**2021 年，东南亚消费者对“先享后付”的搜索兴趣激增了 16 倍，且大部分消费者来自于印度尼西亚。**

作为消费信贷的一种新形式，“先享后付”正在加速新兴市场的数字贷款发展。

(3) 金融科技公司重塑自身价值主张

东南亚数字经济发展已经进入了新的周期。当下，为了吸引更多关注和投资，东南亚乃至亚太地区的金融科技公司正在努力将自己重塑为更具跨界可能性、拥有更多要素资源的数据和技术供应商——能够为支付、贷款、保险或其他相关活动提供专业的一站式数据和技术支持，而不仅仅只是声称自己是一家新兴的“FinTech”企业。

地区特色

按照巴塞尔委员会的分类方法，金融科技活动主要分为支付结算、存贷款与资本筹集、投资管理和新型市场基础设施。

印尼金融科技市场的发展始于 2014 年，在 2017 年至 2018 年迎来了行业的发展巅峰。彼时，开展网络支付和数字贷款的企业，占据了印尼金融科技生态系统的绝大部分，P2P 借贷是其中增长最快的细分领域。据统计，仅 2018 上半年，印尼贷款人数量达到 19.9539 万，同比 2017 年增加了 97.68%，借款人数则达到了 185.0632 万，增加 612.78%。

97.68%

2018 上半年，印尼贷款人数量达到 19.9539 万，同比 2017 年增加了 **97.68%**。

612.78%

2018 上半年，印尼借款人数达到了 185.0632 万个，同比 2017 年增加了 **612.78%**。



伴随印尼监管政策的完善，如今的印尼金融科技与数字借贷行业已经进入了新的发展阶段：从跃进式扩张走向了谨慎式运营。截至 2022 年 4 月，印尼联合资助金融科技协会 (AFPI) * 共有认证成员企业 102 家，支持企业 42 家³²，提供云计算、信用评分、数字身份验证等针对金融科技企业用户的支持服务。

支付行业是当前印尼金融科技市场发展最繁荣的细分领域。印尼市场研究机构 jakpat 曾针对印尼消费者数字钱包的使用展开调查³³，相关数据显示：印尼数字支付市场存在着十几款数字钱包，但消费者最常使用的数字钱包是 Go-pay（与 Gojek 绑定的嵌入式移动钱包 / 支付系统）、OVO 以及 Tcash，其占比分别达到了 68.2%、47.9% 和 47.6%；其中 Go-pay 在 2020 年有超过 3,800 万的月度活跃用户记录，这个记录仅被 Shopee-Pay 超越过。此外，时下热门的“先享后付”支付服务也正在印尼得到广泛推进。但整体而言，印尼的移动支付市场“群雄割据”，还没出现能一统江湖的支付平台；每月会使用数字金融工具的用户还仅占印尼互联网用户的 28.8%³⁴，略低于世界平均水平，印尼金融科技依旧有较大的市场开拓空间。

* 印尼联合资助金融科技协会 (AFPI) 是印尼金融服务管理局 (OJK) 任命的官方协会，负责监督和指导提供金融科技贷款服务机构的所有活动，印尼金融服务管理局 (OJK) 要求经过许可的金融科技企业都要加入该协会。

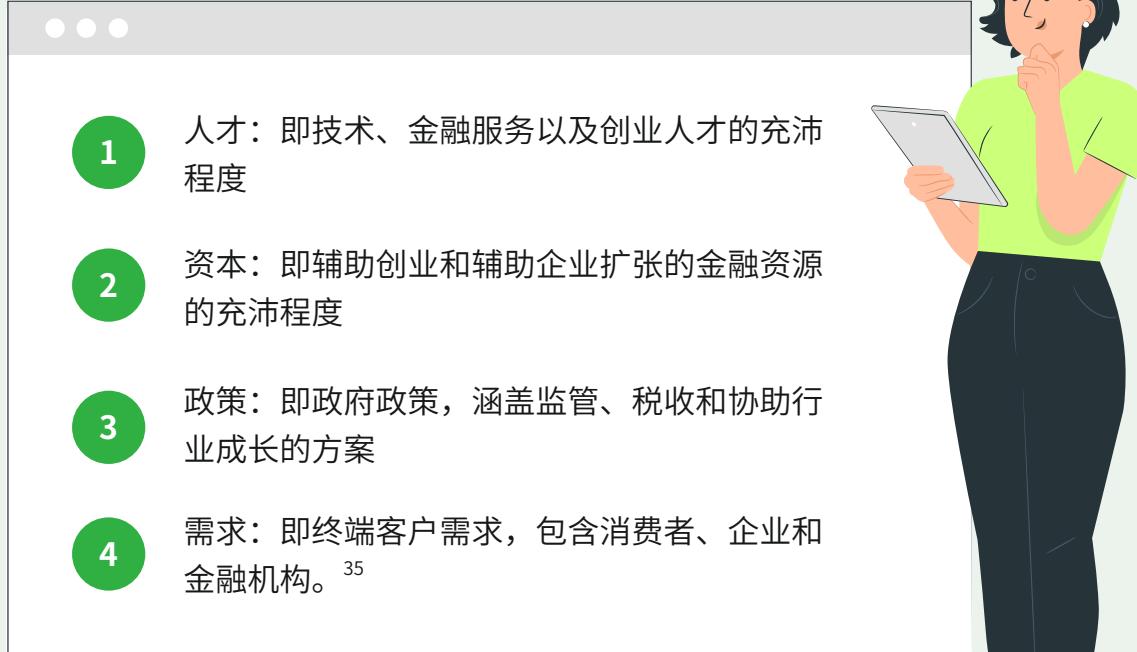
代表企业

出海印尼值得关注的金融科技企业				
企业名称		服务类别	最新市值/行业估值	企业概况
Jago	Jago Bank	数字银行	125.5亿美元	这是印尼本土一家集合了小额贷款和数字银行领域精英力量创建的技术型银行，开发了一款金融App “Jago”，致力于让资金管理、协作、创新更加简易，定位于为印尼民众、中小型企业提供以生活方式为中心的数字金融解决方案，前身是Bank Artos。
OVO	OVO	电子钱包	29亿美元	这是印尼本土最大的数字钱包服务商，占据38%印尼数字钱包服务市场。截至2019年，OVO的市值为29亿美元，下载次数超过1亿次，Grab公司控股。
KreditPintar	Kredit Pintar	借贷	隶属于Advance Intelligence group (集团估值超过20亿美元)	致力于利用领先的人工智能技术来改善印尼居民生活福祉。它是印度尼西亚最受欢迎的金融服务应用程序之一，应用程式下载量超过2900万次。
atome	Atome	支付	隶属于Advance Intelligence group (集团估值超过20亿美元)	亚洲知名的“先享后付”支付服务商，为印尼电商平台、独立站商家提供“先享后付”支付服务商。数据显示，在与Atome合作后，品牌商家的销售额增加了23%~50%，平均客单价增长超过30%，平均复购率大于60%。
ADVANCE.AI	ADVANCE.AI	B2B风控服务	隶属于Advance Intelligence group (集团估值超过20亿美元)	总部位于新加坡，在印尼设有办公室，是亚洲知名的人工智能技术公司，致力于帮助企业和金融机构开展数字化转型、更好防范风险，是印尼渣打银行、Mega Bank、Tokopedia等知名金融机构和企业数字身份验证技术服务提供商，现已服务全球700余家企业，技术服务收获良好口碑。

图 7：2022 年出海印尼值得关注的金融科技代表企业

发展展望

良好的金融科技生态圈应具备四类核心属性：





基于印尼庞大的潜在消费市场以及持续走高的经济增长率，印尼一直被视为继中国和印度之后的下一块科技投资热土，整体而言，印尼金融科技生态圈优劣势主要体现在以下方面：

- ✓ 人才优势尚显不足。
- ✓ 当地数字基础设施建设略落后，印尼当地居民的金融意识相对较弱。
- ✓ 印尼政府监管政策包容性较强，积极学习国际经验，推行“监管沙盒”鼓励金融科技创新，但对P2P借贷实行严格管控。

中国金融科技出海企业，在后疫情时代的印尼市场，值得重点关注的领域包括：

- 1 消费金融
- 2 信用评分
- 3 监管科技
- 4 B2B服务
- 5 中小企业融资

此外，印尼数字贷款类业务目前主要集中在人口较多的爪哇（Java）地区，印尼监管机构正在计划发布新政策，期望能向爪哇、雅加达以外地区推行更多金融普惠项目，这也是出海金融科技企业值得关注的新机会。

2、电子商务

行业现状

根据谷歌、淡马锡与贝恩公司联合发布的研究报告³⁶：预计到 2025 年，东南亚电商购物市场规模预计将达到 2,340 亿美元，远高于此前估计的 1,720 亿美元。而作为东南亚最大数字经济体的印尼，到 2025 年，其数字经济的整体市场规模也将至少增长一倍，预计将达到 1,460 亿美元的市场规模，以 20% 的年复合率增长；而印尼电商购物领域的市场规模，也预计将实现 18% 的增长飞跃，在 2025 年达到 1,040 亿美元的市场规模。

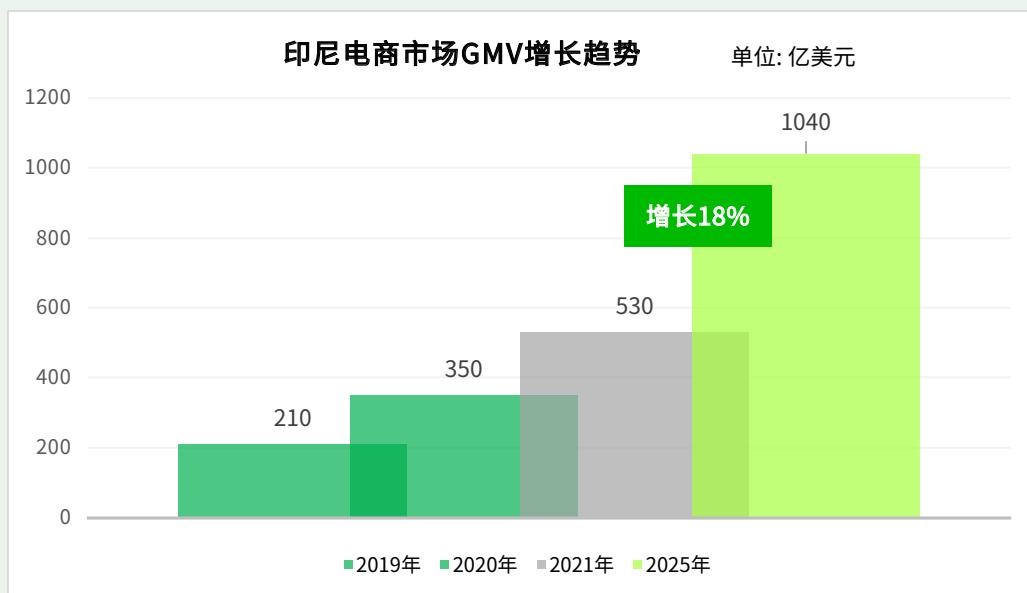
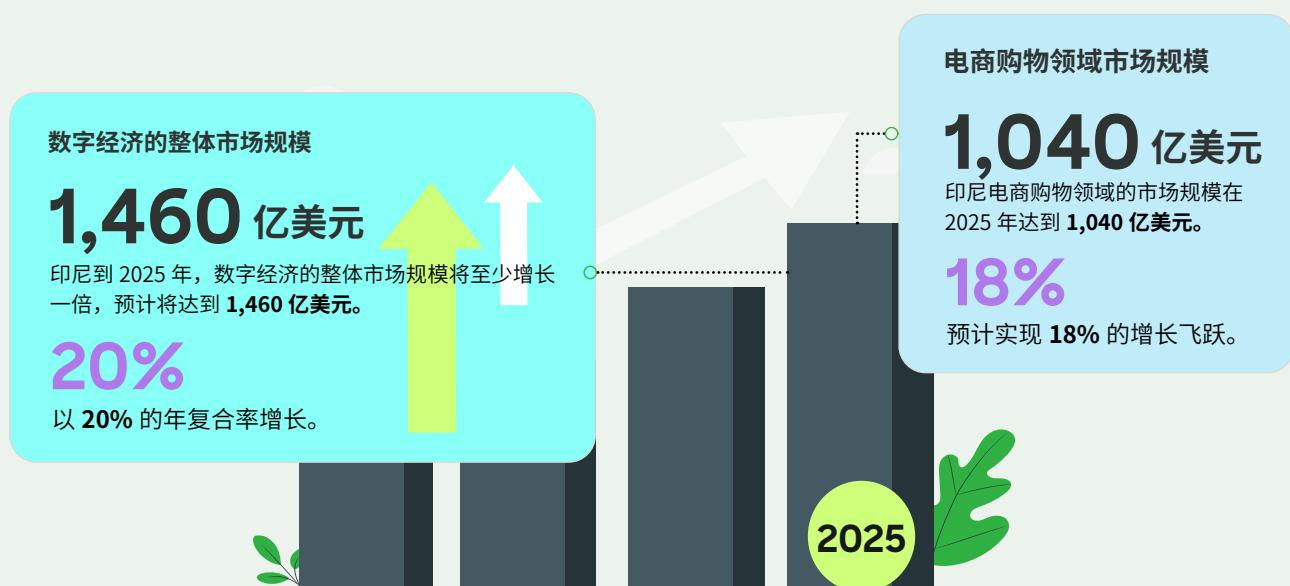


图 8：印尼电商市场 GMV 增长趋势
信息来源：Google, Temasek and Bain, e-Economy SEA 2021 report

不过，虽然东南亚电商购物市场规模表现亮眼，但东南亚地区电商购物销售额占据整体零售业销售额的比例，依旧偏低，目前仅达到 8.2% 的渗透率。

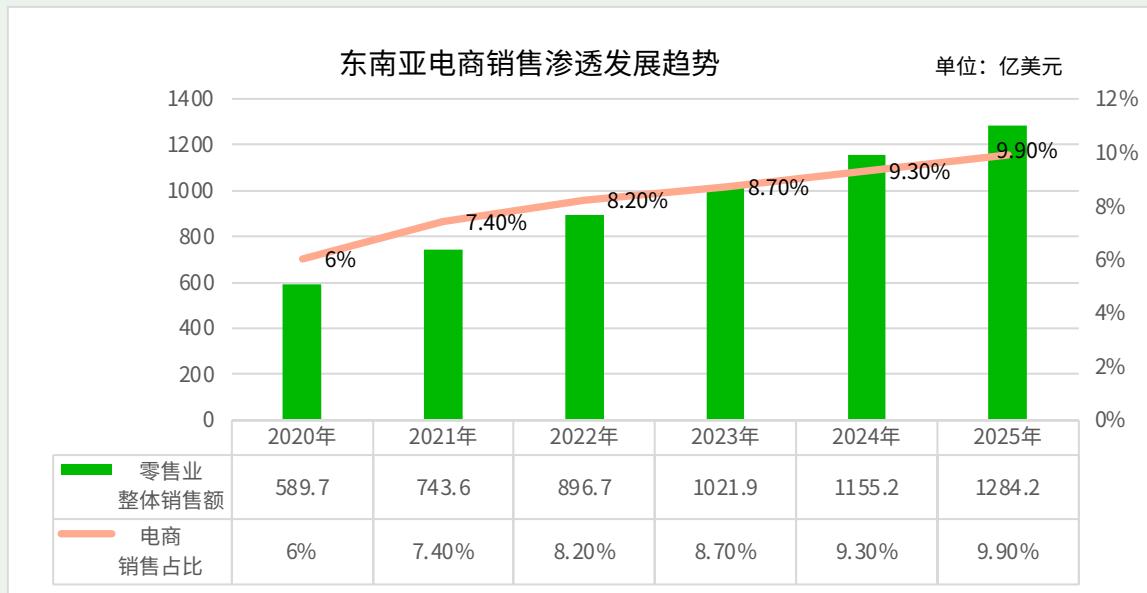


图 9：东南亚电商销售额在零售业整体销售额占比趋势

数据来源：eMarketer, 2021 年 12 月发布数据

在中国与东盟经济合作的优先事项中，电子商务列于前位，加快中国与东盟的跨境电商平台建设已成为政商两界的共识和当务之急。印尼特色产品如猫屎咖啡、即食燕窝、虾片等，也正在通过电商平台进入中国市场，并受到了中国消费者的青睐。尤其是燕窝产品，自 2015 年直接出口到中国后，贸易额每年均保持增长。



地区特色

2017年8月，印尼总统佐科·维多多签署了印尼历史上第一份《电子商务路线图》，在资金支持、税收、消费者保护、教育和人力资源、电信基础设施、物流、网络安全和管理实施路线图八个方面支持电商发展，为印尼发展数字经济指明了新方向：未来印尼要实现经济的新一轮增长，要实现工业4.0，势必需要大力发展战略数字经济。



鉴于电子商务对印尼经济的贡献最为显著，印尼政府将发展数字经济的着力点集中在了电子商务领域。印尼政府曾设定了如下发展目标：2020年之前，电子商务交易额超过1,300亿美元，年增长率达到50%；培育1,000家市值达到100亿美元的科技企业；2024年，让印尼有超过3,000万的中小微型企业实现数字化转型。

截至2022年2月，根据印度尼西亚电子商务协会(IDEA)的数据统计，印尼已有1,900万中小微型企业实现数字化转型，加入了印尼电子商务平台，而在这其中，有多达990万的中小微商户是在2020年5月至2022年2月期间，即新冠病毒疫情爆发之后，选择开启数字化经营。疫情也促使印尼在线购物市场下沉到更多中小城市，曾有报告预测：中小城市的在线购物消费额有望占据印尼整体电商市场规模的48%。

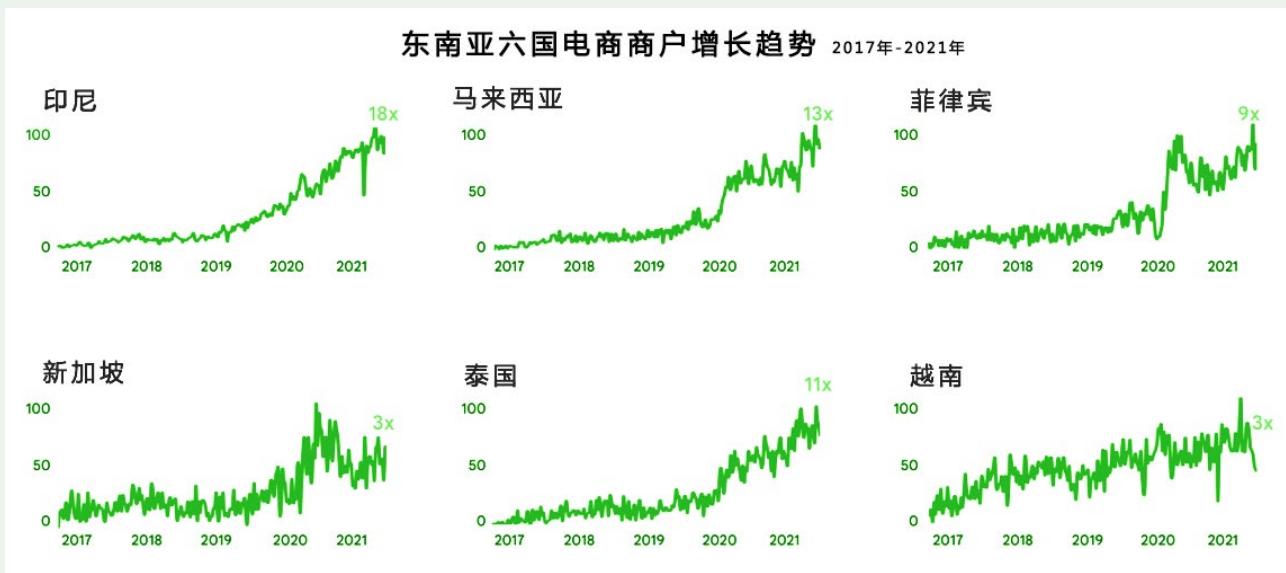


图10：东南亚六国电商商户2017年-2021年增长趋势
信息来源：Google, Temasek and Bain, e-Cconomy SEA 2021 report

1,900 万

截至2022年2月，印尼已有1,900万中小微型企业实现数字化转型，加入了印尼电子商务平台。

不过，与积极推进本地中小型商户数字化转型不同的是，2021年8月1日，印尼针对跨境电商则启动了征税新政，加强了监管。要求所有入境电商包裹都需要登记收件人的个人或者企业身份认证信息（NPWP 或者 NIK/KTP/ 护照号）。这项新政针对所有的B2B、B2C和C2C快递包裹，唯一的例外是快递文件。

而在2020年10月开始执行的《创造就业综合法》中，印尼政府曾对本地电商平台税务开票提出过新要求：可以选择注明买家的身份证号（NIK）或税号（NPWP）进行发票开具。此项规定虽然意在为本地电商商家处理税务提供更大的灵活性（此法规执行前，开具发票只接受注明税号），但也增加了电商平台处理在线交易用户身份验证层面的审核工作。

与数字贷款类业务的用户分布类似，印尼电商消费者也主要集中在人口较多的爪哇地区。女性消费者、20~30岁的年轻消费者是印尼线上购物的“主力军”，时尚、美容、母婴以及3C数码产品是印尼电商市场销量与关注度较高的品类。但从2021年起，为了扶植本土穆斯林时尚产业，印尼政府关闭了13类产品的进口，禁止通过跨境电商方式售卖印尼传统服饰和价值小于30,000印尼卢比的穆斯林服饰。

代表企业

印尼热门电商购物平台			
名称	企业性质	平台月访问量	概况
Tokopedia	印尼本土企业	约1.4亿人次	印尼本土最大的在线零售集团，2021年与印尼共享出行巨头Gojek合并成为Go To，进军资本市场。
Shopee印尼站	新加坡跨境企业	约0.9亿人次	新加坡移动电商巨头Shopee在印尼市场表现亮眼，是印尼下载量最大的购物App，也是印尼最大的电商平台，2018年已在纳斯达克上市，中国互联网企业腾讯战略入股。
Blibli	印尼本土企业	约0.38亿人次	印尼烟草财团Djarum投资的在线电商平台，增长势头迅猛，重视中国卖家入驻。
Bukalapak	印尼本土企业	月度活跃用户超过7,000万	印尼本土电商平台，该公司于2021年8月在印尼上市，IPO中筹集了约15亿美元，致力支持印尼当地传统家族小企业、中小企业数字化转型的在线电商平台。现已入驻超过450万中小型企业，平均每天交易200万单。
JD.id	中国-印尼合资企业	约700万人次	京东印尼，是中国电商企业京东出海印尼创办的电商平台，自建仓储物流设施，自建客服团队，目前京东印尼物流队伍已达2000余人，自建仓储已有8万平方米。
Zalora印尼站	新加坡跨境企业	约300万人次	东南亚时尚电商网站，成立于2012年，除印尼以外，目前在新加坡、马来西亚、文莱、菲律宾、泰国、越南、中国香港设有站点。
Lazada印尼站	新加坡跨境企业	约0.47亿人次	2011年创办于新加坡，中国电商企业阿里巴巴于2016年收购了Lazada的控股权及其在东南亚的业务。
Bhinneka	印尼本土企业	约590万人次	Bhinneka是一家专业百货商店连锁店，提供电脑和小工具、电子产品、家用电器、电器配件和工具，现开发了自己的在线商城。
Orami	泰国跨境企业	约900万人次	Orami创办于泰国，是专门提供婴儿护理、家庭和家居产品的电商平台。
TikTok电商	中国跨境企业	活跃用户超过10亿人次	TikTok电商GMV2021年达到60亿元，其中70%以上的GMV来自印尼市场，剩余不到30%则来自英国。

图 11：印尼热门电商购物平台



发展展望

印尼在线消费与电商发展最大的推动因素在于数字人口红利所带来的市场规模畅想，但也面临很多发展难题。整体而言，印尼电商生态圈优劣势与发展潜力主要体现在以下方面：

- ✓ 物流基础设施落后。印尼是群岛之国，陆地物流并不发达，在线购物需要的“最后一公里”服务，在印尼实现的并不是特别顺畅，影响用户体验。
- ✓ B2C 和 C2C 是目前印尼电商市场的主导商业模式。
- ✓ 4G 通信尚未完全覆盖印尼全部地区，影响用户体验，且由于当地金融普惠较低，也未完全实现非现金支付，货到付款依旧是主流，电商欺诈事件频发。

中国出海企业在印尼发展电子商务，在后疫情时代的印尼市场，值得重点关注的领域包括：

- 1 **B2B 在线零售领域**
- 2 **开拓印尼中小城市、乡村等下沉市场的在线消费能力**
- 3 **发展消费金融，优化数字支付**
- 4 **帮助解决“最后一公里”的物流服务难题**

印尼物流市场潜在价值高达 2,500 亿美元，如果能解决印尼在线购物物流配送过程中的各种现实挑战，下一个“独角兽”企业或将有望在此赛道出现。

3、社交平台与在线娱乐

行业现状

东南亚地区是全球在线娱乐与社交平台用户数量增速最快的地区市场之一，而印尼，是东南亚地区中规模最大、增速最快的国家市场。预计到 2025 年，印尼在线娱乐社交领域将达到 90 亿美元的市场规模，复合年均增长率预计将保持在 31%，这得益于印尼已拥有的互联网用户基础，以及年轻化的人口结构。

地区特色—社交平台

截至 2022 年 1 月，印尼活跃社交媒体用户达 1.86 亿人，占总人口 68.9%³⁷；而移动社交平台用户达 1.3 亿人，占总人口的 48%。最常用社交平台包括 YouTube、WhatsApp、Facebook、TikTok 等，印尼互联网用户每日使用社交平台的平均时长高达 3 小时 37 分钟，平均每个印尼互联网用户会使用 8.5 个社交平台。在这其中，有 61% 的社交平台用户，习惯在社交平台里搜索了解自己感兴趣的品牌，31% 的社交平台用户出于工作的目的使用社交平台。³⁸

活跃社交媒体用户占比

68.9%

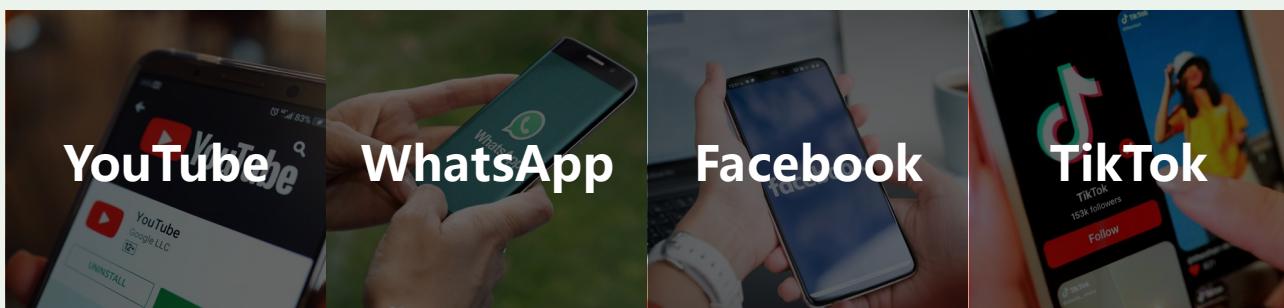
截至 2022 年 1 月，印尼活跃社交媒体用户达 1.86 亿人，占总人口 **68.9%**。

移动社交平台用户占比

48%

截至 2022 年 1 月，印尼移动社交平台用户达 1.3 亿人，占总人口 **48%**。

最常用社交平台



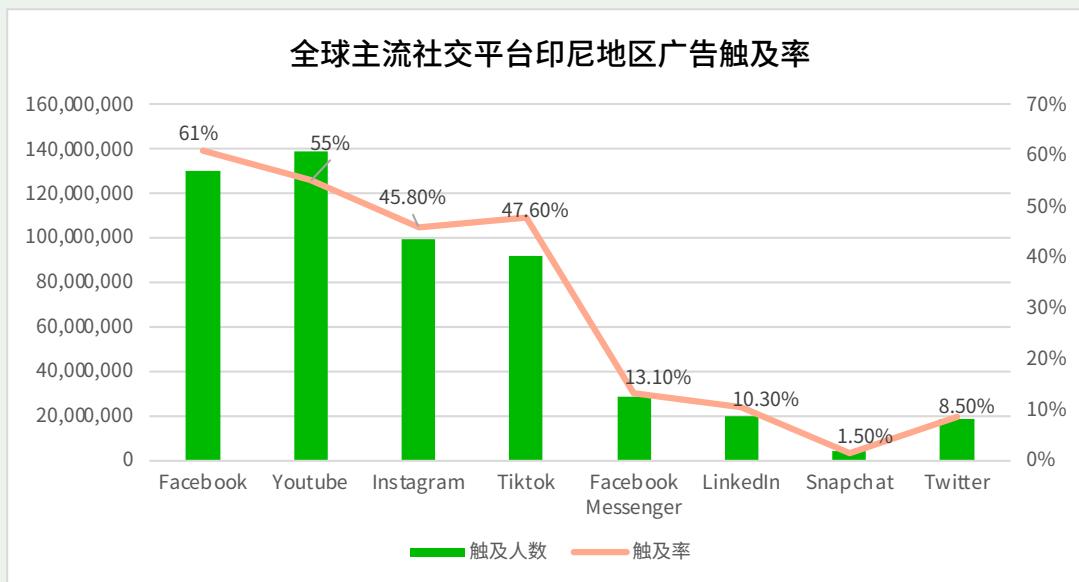


图 12：全球主流社交平台印尼地区广告触达率
信息来源：Meta 广告数据 , Google 广告数据 , App Annie 数据 , ByteDance 广告数据

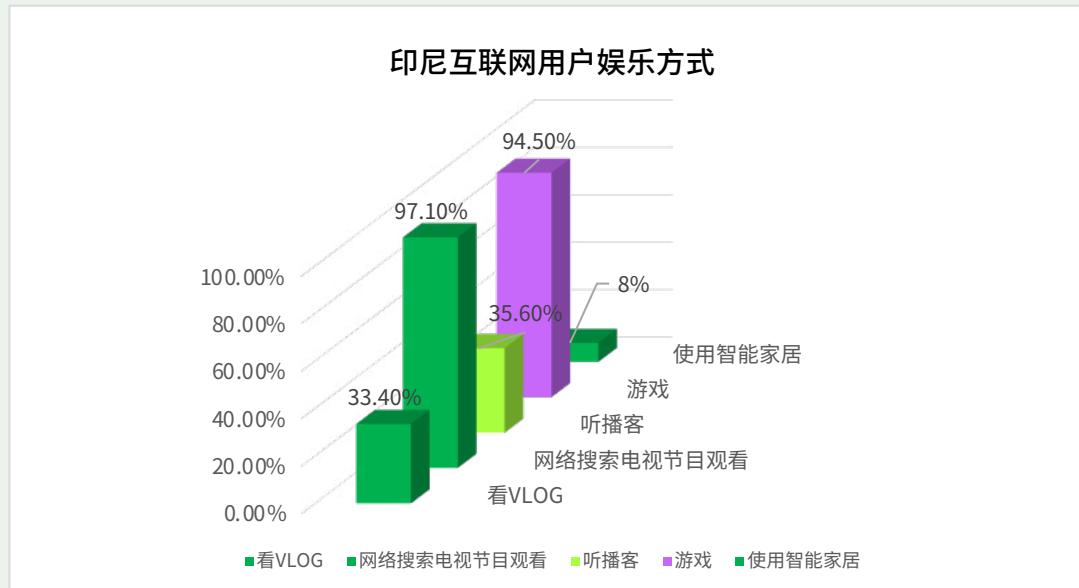


图 13：印尼互联网用户上网娱乐方式 *
数据来源：WeareSocial, Digital 2022 Global Overview Report

* 备注：比例值更高，代表该上网行为有更普遍的用户基础，是当地用户更频繁实践的上网行为。

印尼政府对在互联网上散发色情、宗教敌对等不良信息采取严厉禁止态度。2020年，由于印尼政府需要督促各类在线平台迅速删除不良信息，在2019年制定的互联网规定基础上，修订出台了更严格的第5/2020号《通讯与信息部法规》，允许政府对互联网公司和社交媒体平台进行罚款和刑事指控，要求在线平台，包括电商平台，加强内容管理，并要求企业对于需要迅速删除的非法内容，必须要紧急响应，在规定时间内删除；如未做到，通讯与信息部会给予3次警告，每次警告罚款5亿印尼卢比；3次警告未果，平台将被封锁。

在印尼，活跃用户量排名前列的社交平台类应用程序中，均非印尼本土企业，这些新的监管需求出台，或将显著提高这些企业的合规运营成本。

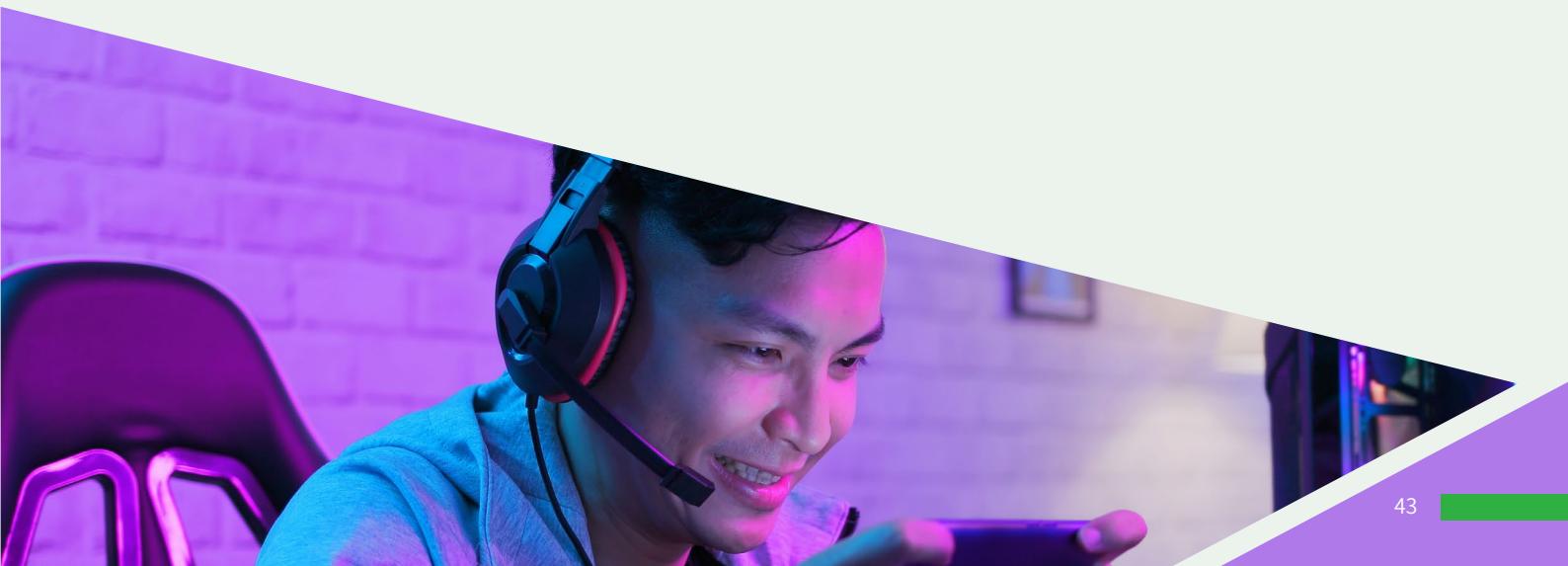
地区特色—在线游戏

在线游戏在东南亚的发展也令全球瞩目，年轻化的人口结构和人口基数，是东南亚游戏产业的增长引擎。而印尼，作为东南亚人口数量最多的国家，将成为世界第四大游戏市场。目前，印尼已是中国游戏厂商出海发展的首选之地。

印尼绝大多数游戏玩家为年轻男生，且以使用手机端接入游戏为主。据统计，2021年，东南亚市场手机游戏总下载量为84.1亿次，较2020年增长6.3%。其中，来自Google Play（属于Android操作系统）的下载量高达78亿次，同比增长7.5%，而来自App Store（属于iOS操作系统）下载量较2020年下降7.9%。在这其中，印尼贡献了占比约38%的下载量，成为东南亚地区移动游戏下载量最高的国家。

38%

2021年，东南亚市场手机游戏总下载量为84.1亿次，较2020年增长6.3%。这其中，印尼贡献了占比约**38%**的下载量，成为东南亚地区移动游戏下载量最高的国家。

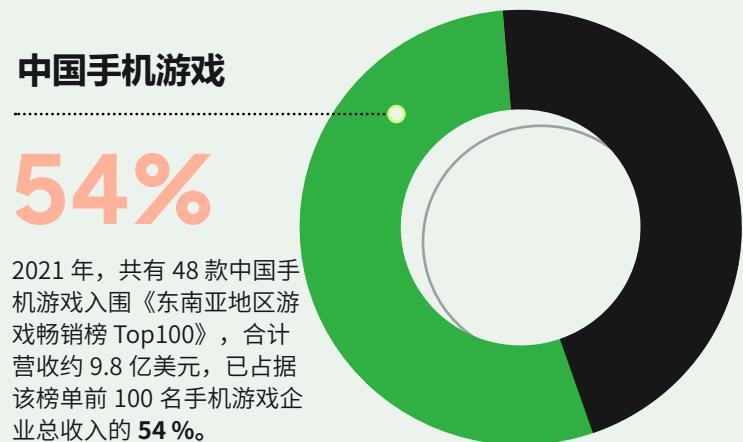


2021 年，东南亚游戏行业整体收入为 27.9 亿美元，仅印尼一国，就贡献了其中 15% 的营收份额，亦成为东南亚地区手机游戏最大的营收来源国。

根据市场情报公司 Sensor Tower 发布的榜单与统计，2021 年，共有 48 款中国手机游戏入围《东南亚地区游戏畅销榜 Top100》，合计营收约 9.8 亿美元，已占据该榜单前 100 名手机游戏企业总收入的 54%。入选榜单的游戏，多以角色扮演、策略和动作类型为主；此外，博弈、休闲、消除连连看、棋牌等类型的游戏近年来在印尼市场的热度也逐年上升，越来越受到当地用户的追捧。³⁹



《东南亚地区游戏畅销榜 Top100》中，中国手机游戏企业总收入占比



而在免费类手机游戏中，教育类游戏出品较多，这是印尼当地的特色。⁴⁰

目前，印尼依据游戏内容，针对不同年龄阶段用户，制定了分级制度：分别是 3 岁以上、7 岁以上、13 岁以上、18 岁以上以及 SU 级（适用于所有年龄段）——游戏发行商在向印尼用户发行游戏时，需要注册选择该款游戏的年龄适应级别。值得注意的是，向 18 岁以下年龄用户发布使用的游戏，如果其中涉及货币交易功能，这个交易功能不可以认证记录 18 岁以下用户的身份信息，如果出现交易行为，只能由其父母或监护人完成。

此外，印尼严格禁止赌博。印尼刑法典对“为他人提供赌博机会”或“故意参与赌博”等行为均定性为违法行为，并设置了监禁或罚金等刑罚措施。因此，在线游戏厂商，尤其是棋牌类在线游戏的开发商，不可在游戏中设置类似赌博的下注或概率性游戏玩法；不可在游戏中设置货币兑换 / 赠送、实务兑换或虚拟货币兑换等筹码行为；亦要在游戏画面与文案设计上避免出现“筹码” “荷官”这类涉赌词汇。



代表企业

印尼广受欢迎的在线娱乐社交平台				
名称	类别	平台流量	特色	
	TikTok	短视频 App	<ul style="list-style-type: none"> 活跃用户超过10亿人次 用户中34岁以下的人群占据50% 全球下载量超过30亿次 在印尼同时发展有TikTok电商 	食物、美妆、金融、金融科技类品牌或企业的推广话题在印尼用户中热度较高。TikTok已成为不少国际美妆时尚品牌开拓印尼市场首选品牌宣发渠道，2021年TikTok金融服务视频浏览量同比增长419%，视频创作量同比增长379%。
	BIGO Live	直播+短视频App	<ul style="list-style-type: none"> 全球娱乐应用下载榜第十位 总付费用户数超过158万 移动端活跃用户数超2940万 	“全球化就是本地化”——BIGO在不同海外市场本地化运营均取得了良好的效果。2021年，BIGO在印尼发起斋戒月活动Good to Bigood，成为斋月间印尼线上影响力最大的活动，印尼旅游与创意经济部部长、印尼通信部司长更是亲自上阵参与活动。
	StarMaker	在线K歌音乐社交App	<ul style="list-style-type: none"> 活跃用户超过5000万人次 全球年度下载量超过6000万 用户单月贡献3分钟以上的音乐作品数量超过4000万个 	家族制的设计是StarMaker用户黏性高的关键，也是该平台吸引用户打造社交关系链的核心设计。
	Mobile Legends: Bang Bang	游戏App	<ul style="list-style-type: none"> 月度活跃用户数超过1亿人次 全球累计下载量超过10亿次 东南亚累计下载量4,700万 	号称海外版“王者荣耀”，已用27种语言发行全球234个国家，东南亚区域年收入均超过1亿美元。
	Higgs Domino Island	游戏App	<ul style="list-style-type: none"> 单月下载量保持在百万人次 安卓手机用户占主要下载量 同时在线人数超过了100万人 	印尼语桌游类游戏，近期在印尼市场热度飙升，现在东南亚地区下载量仅次于Mobile Legends: Bang Bang。
	JOOX	在线K歌+音乐流媒体App	<ul style="list-style-type: none"> 全球用户数突破8,700万人 	腾讯系音乐应用程序，是印尼获得付费用户数占比最高的音乐应用，付费用户比例达到70.37%。

图 14：印尼广受欢迎的在线娱乐社交平台（以上平台均为中国企业开发）



发展展望

中国出海企业在印尼发展在线娱乐服务或经营社交平台，一定要重视监管需求，尤其是与内容发布相关的监管规范。另外，也要特别重视根据当地人文特色、用户习惯、喜好对产品或服务进行优化，要注意规避当地风俗或宗教习惯的禁忌。中国企业出海印尼市场在未来值得重点关注的领域包括：





整体而言，印尼在线娱乐行业生态圈的优劣势主要体现在以下方面：

- ✓ 尚未出现巨头垄断，中小型出海企业也能找到发展机会。
- ✓ 当地用户对在线娱乐需求度高，也追求新鲜感，“新品变成爆款”的几率相比其他国家市场更高。
- ✓ 当地用户社群意识强，可多尝试灵活运用社交平台或社群方式推广产品或服务。
- ✓ 当地针对在线娱乐服务行业的监管政策处于变动更新较频繁的周期中，出海企业要密切跟进当地监管动态，对于盗版、服务器安全等问题要加强自身保障。
- ✓ 要重视终端设备适配优化，力争适配更多的机型。目前，印尼在线娱乐用户是以Android操作系统手机用户为主力军，但是印尼Android手机用户所持的终端设备普遍要比中国用户使用的设备滞后一到两代机型。因此，面向印尼用户发布的在线娱乐服务应用程序的配置，务必需要根据当地实际情况在性能上做适当调整，力争实现更好的用户体验。

4、区块链服务与加密货币

印尼对于区块链技术态度友好，也是东南亚地区积极应用区块链技术的国家，早在2018年，印尼央行（BI）就已经在积极筹备、研发数字货币，希望能成为世界上第一个发行数字货币的国家。

在中央银行的支持下，区块链社区在印尼日益壮大，6家区块链公司共同成立了印度尼西亚区块链协会。2018年8月，该协会与其他几个组织设立了印尼首个区块链中心，印度尼西亚区块链中心将汇集本地区块链社区，作为印度尼西亚和全球区块链项目之间协作和联系的平台。

但是，对于加密货币，印尼政府早在2014年已明文禁止使用。印尼央行（BI）曾发布警示：“在印度尼西亚，比特币和其他加密货币既不是货币，也不是法定的支付工具，建议人们对保持警惕。”

2018年1月，印尼央行（BI）发布声明：“禁止所有支付系统运营商（当事人、交换运营商、清算运营商、结算运营商、发行人、收购方、支付网关运营商、电子钱包运营商、汇款运营商）和印度尼西亚金融技术运营商，即所有银行和非银行机构使用虚拟货币处理交易。”



不过，2018年6月3日，印尼贸易部期货交易所监管委员会(BAPPEBTI)无视央行反对，将加密货币列为本国商品，使得加密货币交易在政府监管语境下彻底合法。

2019年2月13日，印度尼西亚期货交易所监管委员会(BAPPEBTI)发布针对期货市场中加密资产实物交易的新规——第5号部长法令，新规中定义了可交易的加密资产类别，并从开立账户、资金储蓄等方面确立了完整的加密资产交易机制；这一新规将规范加密资产的交易，明确交易者的法律职责并完善对个人加密资产的保护体系，这意味着，印尼的加密资产市场被官方认可，尽管尚处于监管早期，但市场正逐步走向合规化。

目前，印尼并没有针对区块链市场和加密货币市场设立专属监管机构。印尼区块链发展尚处于早期阶段，印尼普通民众对接受区块链技术，也还需要有较长的教育和认知时间。



ADVANCE.AI

出海洞察

1、需要关注的风险

近 10 年来，伴随中国 - 东盟自由贸易区建设，中国与印尼经济关系日趋密切，经济政策的关联度日益提高，经济利益的相关性逐渐增多，但由于印尼国家体制、人文环境、宗教习惯与中国有很多差异，中国企业出海开拓印尼市场，也需要注意如下领域风险：



1

多级行政合作

印尼共计有 34 个一级地方行政区，包括 3 个特区（雅加达首都特区、日惹特区、亚齐特区）和 31 个省。印尼地方政府享有高度自治权，导致各省投资环境差异较大，地方法律与中央法律也可能存在冲突，有时即使已获取中央政府的许可，企业也需要同时再申请地方政府的许可，出海企业不仅要关注印尼中央政府或行业中央主管机构的监管与合规要求，还需要同时密切关注投资目的地或企业运营地地方政府的相关规定。



2

劳务用工差异

印尼与中国在劳工法、用工习惯、居民生活文化上有较大的差异。在印尼，企业用工需遵循印尼国会于 2003 年 2 月 25 日通过的第 13/2003 号《劳工法》上的规定，该法律在劳工权益保护方面设置了细致的规定，出海企业需要谨慎遵守，综合考虑实际情况，核算人力成本，防范劳工矛盾与纠纷。

印尼对本国劳工有严格保护措施，除高级管理岗位和高级技术人员之外，本国劳工可以胜任的工作，均不允许使用外国劳工，如果出海企业放弃雇用印尼当地人，一经发现，亦会遭受处罚。此外，印尼对外国劳工工作签证签发要求也较高。

印尼当地平均工资在东南亚地区处于较低水平，但根据《劳工法》，印尼劳工每周工时不可多于 40 小时，超时工作的上限为每周 14 小时；企业开除劳工需遵循法定流程；连续雇用工作满 6 年的劳工，可享有 2 个月的特别休假；如果出现劳工罢工，只要程序合法，罢工期间雇主也要支付相应薪水。此外，印尼是穆斯林居民聚集的国家，企业用工必须要尊重穆斯林居民的宗教习惯。

3

基础设施滞后

在基础设施方面，印尼电力缺乏，即使在雅加达这样的大城市，用电高峰期也会有可能出现大规模停电这类风险因素，出海企业要对在印尼当地企业运营的电力需求做更多的投资规划或成本考量。

4

频发的欺诈事件

国际刑警的相关研究和报告显示：东南亚国家面临着一系列的数字欺诈威胁，包括僵尸网络、网络钓鱼活动、银行恶意软件、勒索软件、商业电子邮件泄露和加密劫持等⁴¹，这些欺诈活动主要集中在数字借贷和电子商务行业。由于国家身份验证系统的低效和复杂，伪造证件大肆横行市场，印尼曾一度被视为受欺诈影响最严重的东南亚国家之一。不过，伴随印尼国民身份验证系统的改革，政府、各级机构以及当地居民数字风险管理意识的增强，欺诈事件发生的频次也在降低。

不过，伴随技术演进，欺诈的手段也在时刻变化，了解欺诈和管理风险将始终是东南亚数字经济企业的首要任务。毕竟，不能正确认识风险，也就不可能成功地定义业务目标和制定合理战略。出海印尼的初创企业，一定要把欺诈防范放在风控管理的首要事项进行统筹，做好用户管理，加强用户身份验证，合规开展业务。长远来看，这也是对企业的一种长期投资——风险管理，不仅只是在部署安全措施，更是在实践一项保持增长的持久战略。



2、值得尝试的本地化策略

鉴于印尼数字经济发展的现状以及中国企业出海发展数字经济面临的问题，建议中国出海企业在印尼发展数字经济，可考虑采取如下市场开拓策略：



1

灵活运用商业合作模式，注重联合当地企业

出海企业要持续调研印尼市场，准确、实时地把握中国与印尼在数字经济发展产业结构、市场需求以及用户需求之间的差异性，找准双方合作方向，突出产业优势互补。可依照商业原则灵活运用对外直接投资、合营、参与东盟经贸合作区建设、开展第三方合作等多种方式，实现优势产能与东盟市场的有效对接，更好契合印尼的市场需求。

在数字经济领域，与本土企业合作是最常见的做法。出海企业利用本土企业对当地用户与政策监管的成熟理解，可以更快、更直接地切入印尼市场，类似的合作案例有：阿里投资印尼电商平台 Tokopedia；Wecash 闪银宣布与印尼本土投资机构 PT Kresna Usaha Kreatif 以及基础设施服务商 PT JAS Kapital 成立合资公司等。

2

加强人才共建，培养数字经济人才

加强人才合作，积极融入当地社会，是建立长远发展的基础，也是最重要的本地化策略。加强实践人才合作有多种方案，既存在大理念，比如与当地共建可持续发展计划，增加对当地人才的培训，帮助提高当地劳动力的素质和技能，实现共赢生态；也涉及熟练掌握当地语言、尊重当地宗教习俗、风土人情这类小细节。

目前，印尼政府正在计划于2030年前，联合私营部门培养储备900万本土数字技术专才。中国是数字经济发展强国，既有领先的技术，也在培养国际化数字经济人才方面积累了丰富的经验，印尼政府正在实施的数字人才储备计划，也会为中国出海企业在印尼开拓业务带来更多的合作契机。

3

尊重文化差异 重视打造具有包容性的企业文化

出海企业开拓他国市场，必然要面临跨文化管理的商业考量。如果要规避由于文化冲突导致的管理风险、沟通风险或者商务惯例和礼仪风险，那么，主动学习当地文化、了解文化差异、增强跨文化合作意识、提前开展语言培训等举措必不可少。



与此同时，出海企业一定要重视打造具有包容性的企业文化，在尊重不同国家习俗、宗教信仰与生活方式的前提下，确定企业发展所需要重视的价值观与是非标准，用企业价值观去整合不同国家地区的文化差异，实现不同国家的团队之间也能畅快地协同合作。

4

积极实践企业社会责任

一些在印尼投资矿产的传统企业，在采矿工作以外，还会帮助当地居民打井，修路，甚至聘请医生到投资地为当地居民义诊。数字经济领域的新兴出海企业，在深入印尼当地开展经营活动时，即使是初创企业，也可考虑适当参与当地公益活动，反哺贡献。积极实践企业社会责任，能够提升企业形象，有利于良好商誉的塑造，帮助品牌释放更长远的影响力。

5

充分厘清监管规则，守正经营，合规志远

每一个新兴市场都会出现从红利期的快速布局到市场回归理性后的重塑发展，印尼数字经济市场也不例外，金融科技行业的表现尤其显著。数字经济的特点，就是会不断持续地发生快速创新迭代，因此，业务发展走在监管前面也是必然。但是，不管是哪种业务创新，加强数据保护、保障个人隐私、注重风控审核和欺诈防范，都是不变的底层逻辑，也是经营的商业基础。

监管滞后，会导致企业经营不确定性风险的增加。为了更好应对风险，出海印尼发展的中国数字经济企业，需要严格遵守当地法律法规，守正经营，合规志远，重视追求和创造长期价值，只有能够留下来的企业，才能争取到出海目的地更长远的市场红利。



3、印尼主要监管机构一览

出海印尼发展数字经济，电商行业受印尼海关、贸易部门、国家食品药品管理局等相关部门的联合监管；在线娱乐与社交媒体受到印尼通信和信息技术部的监管；金融科技行业受到的监管较为复杂，印尼央行（BI）和金融服务管理局（OJK）在其中扮演着最重要的监管角色。整体而言，印尼数字经济领域相关行业的监管体系与中国模式有些许相似。



印尼央行（BI）

首要职责：负责监管印尼当地与支付相关的金融活动以及与支付相关的金融创新活动；负责管理支付机构需要持有的电子货币业务执照；2017年11月，印尼央行引入了一个监管沙盒，用以识别可能会影响货币稳定、金融支付系统稳定和安全的新产品、新科技。电子货币、电子钱包、支付网关等业务都是印尼央行的管辖范畴。



印尼金融服务管理局（OJK）

首要职责：监管与银行、资本市场、保险、养老基金和融资部门中介等非支付金融服务有关的事项，以及这些领域的金融创新服务。

为支持金融科技行业的快速发展，印尼金融服务管理局设立了金融科技办公室，以统领印尼全国金融创新发展，协调跨部门共同监管的需要，评估金融科技创新产品的收益和风险，为央行提供政策依据。

2018 年，印尼金融服务管理局启动了一项认证项目，同年开通了数字金融信息系统电子门户网站 Gesit，这个在线注册系统，为有意向参加印尼金融服务管理局认证项目的企业提供了一个在线沟通的平台。

此外，2017 年 12 月，印尼金融服务管理局还发布了国家支付网关，支持货币政策的有效传导。2018 年 8 月，为发展普惠金融，印尼金融服务管理局跟随央行步伐，也建立了金融科技监管沙盒，采取“注册 + 记录”机制评估金融创新项目。数字银行、网络贷款服务都是印尼金融服务管理局的管辖范畴。



印尼通信和信息技术部（COMINFO）

首要职责：负责国家通信和信息技术发展，区块链作为一个新兴技术，受到通信和信息技术部大力支持，通信和信息技术部经常举行以区块链为主题的公开讨论，以促进区块链技术的发展。



印尼商品期货管理局（BAPPEBTI）

首要职责：负责监管所有的期货、外汇、黄金的交易。由于印尼目前没有专门监管区块链行业的政府部门出现，印尼商品期货管理局也担任着印尼加密货币交易市场的管理者，印尼有关加密货币的现行政策由该部门制定。



投资协调委员会（BKPM）

首要职责：与财政部、能矿部一起主管印尼外商投资。



4、数字化解决方案特别推荐

一站式、可定制、多维度、高精准

ADVANCE.AI 一站式身份验证与风险管理解决方案由先进的人工智能模型精准驱动，利用生物识别技术，配套可靠的大数据分析服务，可以根据金融机构或企业客户的实际需要，自定义配置验证程序和后台功能，灵活高效地帮助企业实现用户注册、身份验证、KYC 及反洗钱风险管理的自动化、智能化部署。

数字身份验证 E-KYC

OCR 活体检测 人脸对比 身份验证

+

AML 反洗钱	AML反洗钱名单检索/名单详情		
社交账号检测	Facebook 账号检测	社交媒体 账号检测	电商账号 开通检测
地址验证	地址验证	地址类型	邮箱检测
手机号码验证	手机号码 状态检测	模型评分	联合建模

图 15：ADVANCE.AI 一站式数字身份验证与风险管理解决方案

应用场景



服务优势

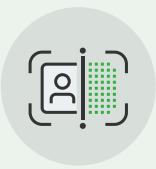
- 可靠的 SaaS 服务：已得到全球超过 700 家企业客户的认可，API 每日调用量超过数百万次。
- 服务稳定性强：自研人脸技术，服务更加稳定，调用响应迅速，带来优质的用户体验。
- 覆盖范围广：支持识别、验证全球超过 200 个国家和地区的多种类型证件，如身份证件、护照、驾照、居住证等。
- 超高准确率：OCR 证件识别技术精准度超过 99%；人脸识别相关技术模型已累计处理超过 2 亿张人脸图像；两项技术识别精准度领先东南亚、南亚和拉美地区同类产品。
- 产品种类齐全：除了市场上同类人脸识别、OCR 识别等产品，还开发有人脸搜索、欺诈人脸、信贷模型等产品，大幅提升用户身份验证的准确性。
- 快速集成、灵活部署：仅需一个 API 接口，即可同时配置多市场、多业务线；部署耗时短，支持云端或本地部署形式。
- 支持多平台应用：客户端兼容 Android、iOS、HTML5 等。
- 专业服务团队：多地支持团队，并配有多语种专家，灵活沟通，快速响应。

质量认证



技术特色

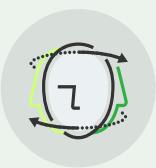
ADVANCE 证件识别



能实时、准确地从身份证件的图像中提取结构化的身份信息，显著提升数据记录、远程注册、实名认证、身份识别等方面准确性和工作效率。

- 识别精准，每种证件都有其专用模型
- 支持复杂背景、低光照条件、证件斜放场景下的精准识别
- 接口响应小于 1 秒

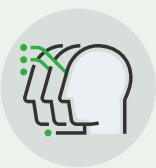
ADVANCE 活体检测



通过摄像头实时采集动态影像、识别人物面部表情，以此检测、验证用户的真实性与可靠性。

- 高标准设计，SDK 大小仅 3.5MB（动作活体）或 2.5MB（静默活体）
- 在低端移动设备上也能运行流畅，不降低动态检测和人像识别的精准度
- 效果卓越，金融客户使用后，贷款逾期率降低幅度高达 2%
- 多语言支持：中文、英语、印尼语、越南语、印地语、泰语、马来语、西班牙语

ADVANCE 人脸对比



快速识别、提取人脸图像特征；比对、计算人脸图像的相似度；验证人脸图像的真实用户归属。

- 针对东南亚及印度本土市场进行人像识别优化
- 应用图像质量检测，可自动筛选掉不能采用的低像素图像
- 降低破损身份证件对识别精度的影响
- 能够比对自拍照和证件上人像
- 支持低光照条件、带头饰等复杂场景下的精准人脸识别

官方身份验证



快速验证输入的姓名与证件信息是否匹配，并输出官方记录的身份相关信息，如：姓名、生日、性别、地址信息、姓名是否匹配等信息。

- 数据权威，来源于官方，可用于判断用户信息真实性
- 毫秒级接口响应时长，满足登录、开户、交易等线上流程的身份验证需求，减少人工审核成本

AML 反洗钱检测



快速标记列入全球制裁名单的在线客户、政治公众人物等。

- 防止金融犯罪和洗钱活动
- 符合反洗钱合规要求，避免蒙受巨额罚金损失

多维智能画像



从用户社交账号、地址信息、手机号码等多个维度，全方位进行身份核验。

参考资料

- 1 Google, Temasek and Bain, e-Economy SEA 2021 Report, [2021], <https://www.bain.com/insights/e-economy-sea-2021/>
- 2 中国与东盟 30 年累计双向投资总额约 3000 亿美元 ,[2021-11-23], <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1717181306540237242&wfr=spider&for=pc>
- 3 印尼计划 2022 年吸引 845 亿美元的投资 ,[2022-01-29], <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1723250869444594510&wfr=spider&for=pc>
- 4 World Economic Forum, The Global Competitiveness Report, [2020], <https://www.watang.com/report/28827.html>
- 5 World Bank, Doing business 2020, [2020-04-28], <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2020>.
- 6 印尼总统佐科：希望印尼到 2045 年成为发达国家 ,[2019-10-21]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1647984253903619153&wfr=spider&for=pc>
- 7 数据引用 ,<http://id.mofcom.gov.cn/article/jjxs/202202/20220203278021.shtml>
- 8 数据引用 ,<https://www.ceicdata.com/zh-hans/indicator/indonesia/unemployment-rate>
- 9 数据引用 ,https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2410322.aspx
- 10 印尼推出首个商用 5G 服务 ,[2021-07-07], <http://id.mofcom.gov.cn/article/sxtz/202107/20210703182030.shtml>
- 11 数据引用 ,<https://www.speedtest.net/global-index>
- 12 2021-2030 Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL), [2021-09-28], https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/38622-ruptl-pln-2021-2030.pdf
- 13 中国银行成功落地 “中国 - 印尼双边本币结算机制” 业务 ,[2021-09-14], <http://biz.ifeng.com/c/89X8Y3GMDr>
- 14 EMIS, 印度尼西亚银行业研究报告 (2021 年 -2022 年) ,[2022-01-10], <https://www.emis.com/zh/blog/> 【emis-insights】印度尼西亚银行业研究报告 -2021 年 -2022 年
- 15 数据引用 ,<https://globalindex.worldbank.org>
- 16 世界银行 1000 强榜单 ,[2022], <https://www.thebankerdatabase.com/index.cfm/search/ranking>
- 17 数据引用 ,https://www.antaranews.com/berita/2760285/bps-neraca-perdagangan-ri-surplus-383-miliar-dolar-pada-februari?utm_source=antaranews&utm_medium=desktop&utm_campaign=top_news
- 18 Indonesia Releasing "Positive List" of Investment, [2021-03-04], <https://investmentpolicy.unctad.org/investment-policy-monitor/measures/3660/indonesia-releasing-positive-list-of-investment>
- 19 中国商务部 , 对外投资合作指南 , [2021], <http://www.gdqc.gov.cn/qysfj/attachment/0/24/24002/1333267.pdf>
- 20 数据引用 ,http://swj.huizhou.gov.cn/rdzt/zjdmzt/zxdt/content/post_4553366.html
- 21 数据引用 ,<https://ourworldindata.org/coronavirus/country/indonesia#how-many-tests-are-performed-each-day>
- 22 Google, Temasek and Bain, e-Economy SEA 2021 Report, [2021], <https://www.bain.com/insights/e-economy-sea-2021/>
- 23 GR 71 法规引用 ,https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/695/t/teraturan+pemerintah+nomor+71+tahun+2019+tanggal+10+oktober+2019
- 24 PMK 48 / PMK.03 / 2020 法规引用 ,<http://www.hbmsconsulting.com/content-1223/pajak-summary/summary-pmk-48-pmk03-2020.aspx>
- 25 华为将与印尼通信部联合打造 ICT 中心 ,[2015-05-19], <http://world.people.com.cn/n/2015/0519/c1002-27026381.html>
- 26 百度抢占印尼市场 ,[2015-09-29], <https://tech.huanqiu.com/article/9CaKnJQaDm>
- 27 阿里巴巴领投 Tokopedia11 亿美元 ,[2017-08-18], <https://www.cifnews.com/article/28212/>
- 28 腾讯云在印尼的首个数据中心正式开服 ,[2021-04-12], <https://finance.sina.com.cn/tech/2021-04-12/doc-ikmxzfmk6309398.shtml>
- 29 印尼最大互联网公司 GOTO 上市 , 曾获阿里、腾讯、京东投资 ,[2022-04-12], https://finance.sina.cn/tech/2022-04-12/detail-imcwipi3832659.d.html?fromtech=1&vt=4&cid=38717&node_id=38717
- 30 KPMG, Pulse of Fintech 2021H1, [2021], <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2021/08/pulse-of-fintech-h1-2021-global.html>
- 31 FT Partners, Buy Now Pay Later - Revolutionizing Traditional Credit with Convenience, Data & eCommerce, [2021-07], <https://www.ftpartners.com/fintech-research>
- 32 数据引用 ,<https://afpi.or.id/>
- 33 印尼消费者最常用数字钱包 ,[2018-12-28], <https://www.163.com/dy/article/E43UR59B05119P04.html>
- 34 数据引用 , GWI (Q3 2021). FIGURES
- 35 EY, Fintech on the Cutting Edge, [2016-02-24], <https://www.gov.uk/government/publications/uk-fintech-on-the-cutting-edge>
- 36 Google, Temasek and Bain, e-Economy SEA 2021 Report, [2021], <https://www.bain.com/insights/e-economy-sea-2021/>
- 37 数据引用 , KEPIOS ANALYSIS
- 38 数据引用 , GWI (Q3 2021). FIGURES
- 39 2021 年东南亚移动游戏市场洞察 ,[2022-03-24], https://finance.sina.com.cn/tech/2022-03-24/doc-imcwiwss7742155.shtml?finpagefr=p_114
- 40 2021 H1 中国 APP 出海启示录 ,[2021], <https://www.gamewower.com/2021/07/15/49877/>
- 41 INTERPOL ASEAN cyberthreat assessment, [2020]

关于 ADVANCE.AI

ADVANCE.AI 成立于 2016 年，是领先的人工智能公司，提供数字转型、反欺诈和流程自动化等解决方案，已成功服务全球超 700 家知名企客户，聚焦服务行业和领域包括银行、金融服务、金融科技、支付、零售、电商、物联网、出行以及共享经济；总部位于新加坡，并在全球如印尼、印度、菲律宾、马来西亚和越南等国设有本地客户支持团队；隶属 Advance Intelligence Group，其业务覆盖 12 个市场，拥有 1500 名员工，旗下企业和消费者业务共服务超过 700 家企业客户、10 万家商户和 2000 万消费者。

了解 ADVANCE.AI 更多最新信息，请访问 www.advanceai.com.cn
亦可在微信公众号上搜索 "ADVANCE.AI"，
或者在 #LinkedIn#Twitter#Facebook 搜索 "ADVANCE.AI"。

ADVANCE.AI



扫描二维码
添加 ADVANCE.AI 公众号
在公众号里直接输入“咨询”
与我们实时联系

英文官网：www.advance.ai
中文官网：www.advanceai.com.cn