TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Ant Group kỳ vọng phủ sóng toàn cầu với dịch vụ thanh toán xuyên biên giới Alipay+

09:10 08/05/2024

Công ty công nghệ tài chính Trung Quốc Ant Group đang tăng cường sự hiện diện toàn cầu bằng cách kết nối nền tảng Alipay+ với các ứng dụng thanh toán di động ở các nước.



Vào năm 2020, chi nhánh toàn cầu của Ant Group là Ant International đã ra mắt sản phẩm mới Alipay

Thiết lập kết nối ở 57 quốc gia và khu vực

"Những gì chúng tôi nhận thấy là mọi người muốn sử dụng ví điện tử trong nước khi họ đi du lịch nước ngoài. Vì vậy, họ không muốn phải nạp thẻ của mình vào một ứng dụng khác mà họ không biết rõ", ông Douglas Feagin, Phó chủ tịch cấp cao của Ant Group, một công ty liên kết của "gã khổng lồ" thương mại điện tử Trung Quốc Alibaba, cho biết.

Ant International, chi nhánh toàn cầu của Ant Group, đã ra mắt nền tảng Alipay+ vào năm 2020, cho phép người nước ngoài sử dụng các ứng dụng từ quốc gia của họ để thanh toán ở Trung Quốc và các quốc gia khác có liên kết với các đối tác nội địa bằng cách quét mã QR của Alipay. Alipay là nền tảng thanh toán nội địa rất phổ biến của Ant Group tại Trung Quốc.

Ông Feagin cho biết: "Chúng tôi nhận thấy cơ hội lớn để mở rộng và phạm vi phủ sóng tương đối rộng mà chúng tôi có ở châu Á - chúng tôi muốn mở rộng ở những thị trường như Trung Đông, Mỹ Latinh và châu Âu". "Mọi người từ tất cả các khu vực này sẽ đến các khu vực khác, vì vậy đây là cơ hội lớn để mở rộng hoạt động", Phó chủ tịch Ant Group nhận định.

Ông Feagin, đồng thời là Chủ tịch Ant International, cho biết công ty này đã đầu tư vào ví điện tử dành riêng cho từng quốc gia trên khắp châu Á, nhưng các giám đốc điều hành muốn đưa sản phẩm nội địa của họ ra nước ngoài.

Ông Feagin cho biết, Ant có một số hoạt động kinh doanh du lịch xuyên biên giới từ những khách hàng đi du lịch bên ngoài Trung Quốc, nhưng hoạt động đó "chủ yếu tập trung vào những nơi khách du lịch Trung Quốc đến". Ant đã vào châu Âu và Mỹ, nơi du lịch Trung Quốc đang bùng nổ trước đại dịch Covid-19, thông qua Alipay.

Với dịch vụ Alipay+, Ant muốn tận dụng tối đa việc thâm nhập sớm vào các thị trường trên.

"Chúng tôi có lợi thế là Alipay đã được chấp nhận ở nhiều người bán trên khắp thế giới nên một trong những bước đầu tiên của chúng tôi là chuyển đổi những người bán đó thành người bán Alipay+. Vì vậy, thay vì chỉ chấp nhận một chiếc ví, họ có thể chấp nhận nhiều ví", ông Feagin nói.

Theo Ant, Alipay+ hiện kết nối 88 triệu người bán ở 57 quốc gia và khu vực với 1,5 tỷ tài khoản người dùng trên hơn 25 ví điện tử và ứng dụng ngân hàng.

"Săn" cổ phần, mở rộng thị trường

Trong kế hoạch mở rộng kinh doanh toàn cầu, Ant đã mua cổ phần của một số công ty như công ty thanh toán 2C2P (Singapore) vào năm 2022 và Kakao Pay (Hàn Quốc) vào năm 2017.

Năm ngoái, Ant cũng đã hợp tác với các nền tảng thanh toán số quốc gia như SGQR của Singapore, DuitNow QR của Malaysia và ZeroPay của Hàn Quốc.

"Tầm nhìn ban đầu của Ant Group về việc mở rộng toàn cầu tập trung vào khu vực Đông Nam Á. Tập đoàn này đã nắm giữ cổ phần chiến lược trong lĩnh vực ví điện tử ở mọi nền kinh tế lớn ở Đông Nam Á", ông Zennon Kapron, nhà sáng lập và giám đốc công ty tư vấn Kapronasia, cho biết.

Công ty fintech Trung Quốc cũng đang mở rộng tiếp cận các thị trường mới nổi như Sri Lanka cũng như Campuchia. Công ty này cũng đã mở rộng hoạt động sang châu Âu và Trung Đông, hợp tác với ví điện tử châu Âu Tinaba vào tháng 7/2023 và Nexi vào tháng 2 cũng như Dubai Duty Free ở Trung Đông vào đầu năm nay.

Ông Feagin cho biết Ant Group cũng có những cơ hội tăng trưởng tại các thị trường lâu đời như Singapore và Hàn Quốc. "Có rất nhiều cơ hội để phát triển. Tôi nghĩ nhiều người chỉ nghĩ đến việc sử dụng các phương thức thanh toán truyền thống khi ra nước ngoài".

"Khi bạn nghĩ về những thị trường lớn đón nhiều khách du lịch, như Thái Lan và Nhật Bản, cơ hội phát triển thanh toán từ ứng dụng di động là rất lớn", đại diện Ant Group đánh giá.

Tương lai của Ant Group tại Trung Quốc trở nên bấp bênh khi cơ quan chức năng đã yêu cầu hủy đợt phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO) của công ty này vào tháng 11/2020.

Ant Group cũng buộc phải tái cơ cấu để trở thành một công ty cổ phần tài chính do Ngân hàng Trung ương Trung Quốc quản lý.

"Sau quá trình tái cơ cấu theo chỉ đạo của các cơ quan chức năng Trung Quốc diễn ra đồng thời với nhiều căng thẳng địa chính trị khác nhau ảnh hưởng đến khả năng mở rộng ở một số thị trường nhất định, Ant đã điều chỉnh chiến lược mở rộng toàn cầu của mình. Kết quả là Alipay+ được ra đời nhằm mục đích giải quyết các vấn đề về khả năng tương tác cho ví điện tử", ông Zennon Kapron, nhà sáng lập công ty tư vấn Kapronasia, cho biết.

Trong khi đó, Phó chủ tịch Ant Group tiết lộ công ty này đầu tiên nhắm mục tiêu đến các quốc gia đông dân để nhanh chóng mở rộng cơ sở người dùng của mình. Công ty fintech Trung Quốc cũng xem xét các điểm đến du lịch quan trọng như Nhật Bản, Thái Lan và Singapore.

"Đây là những thị trường lớn dành cho những người muốn đến và tham quan và vì vậy chúng tôi tập trung rất nhiều vào việc xây dựng phạm vi phủ sóng giao dịch của họ ở đó", ông Feagin cho biết.

Và Ant Group đang tăng tốc gấp đôi việc mở rộng toàn cầu, nhắm đến các thị trường châu Âu, Mỹ Latinh và Trung Đông.

Hà Trần *(t/h)*