

Malaysia





Country overview



The government responds to global headwinds

Inflation cooled to 1.8% in 2024, providing some relief to households. However, in response to headwinds from new tariffs levied by the US, Bank Negara Malaysia cut the interest rate for the first time in five years. The government has expanded the scope of its sales and service tax from July to raise an additional RM3B annually from nonessential and luxury goods. The subsequent rollout of RM2B in Merdeka cash handouts is expected to offer temporary relief and a modest lift to consumption, though the overall 2025 GDP outlook has been revised slightly downwards to reflect macroeconomic uncertainty.



Tourism accelerates, with a digital push in the works

After welcoming approximately 25M tourist arrivals in 2024, inbound travel continued to accelerate in H1, growing over 20% year-on-year. This tourism boom has been supported by visa liberalisation policies and increased air capacity. Malaysia is gearing up for its 'Visit Malaysia 2026' campaign by partnering with a major online travel platform to launch digital tourism campaigns at scale, leveraging rich traveller insights to refine marketing and optimise pricing in pursuit of a 45M visitor target.



Digital finance matures with new players and policies

Digital payments surged in 2024, with Bank Negara Malaysia reporting a 28% year-on-year growth in transactions. Cross-border acceptance has also scaled, with the DuitNow QR standard now interoperable across an increasing number of SEA markets that now includes Cambodia. On the lending front, the new Consumer Credit Act will require buy-now-pay-later (BNPL) and other non-bank lenders to be licensed and report to credit agencies. The competitive landscape is also evolving, with two digital banks opening this year to make five altogether, expanding access and competition. Each is backed by strong ecosystem players and pursuing distinct value propositions, from Islamic finance to leveraging Malaysia's first home-grown large language model, ILMU.



The investment climate shows positive signs

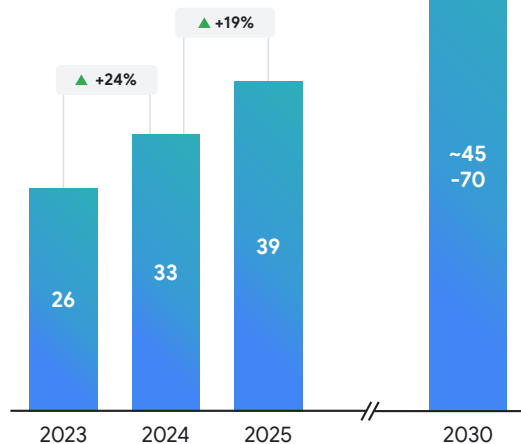
Private funding grew over the last 12 months, primarily due to a significant private equity deal in digital financial services in H2 2024. Over the same period, Malaysia led the region in IPO activity, contributing roughly half of the region's total listings, signalling positive signs of access to global and local exit options. Investment in digital infrastructure remains strong: data centre capacity has increased to 690 MW in H1 this year from 120 MW in 2024, and plans have been reported to further increase capacity by 350%.



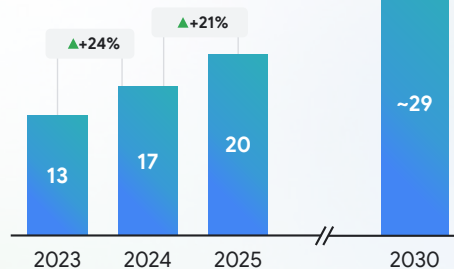
Malaysia's digital economy reaches \$39B in 2025, with strong gains in ecommerce and online travel

Overall digital economy

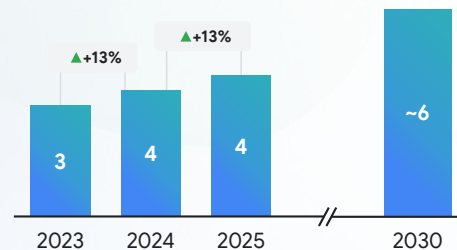
GMV (\$B)



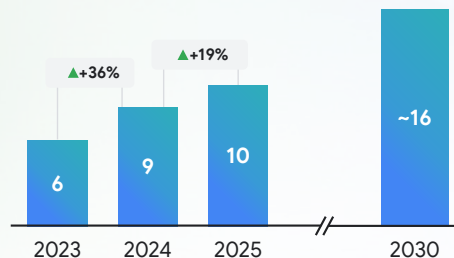
Ecommerce



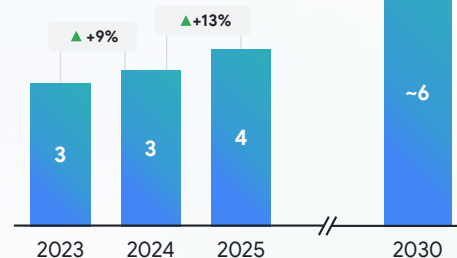
Transport and food



Online travel



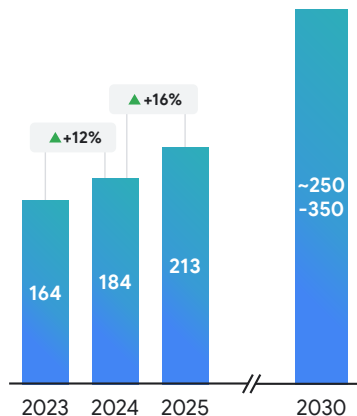
Online media



DFS continues its growth trajectory with double-digit growth across the board

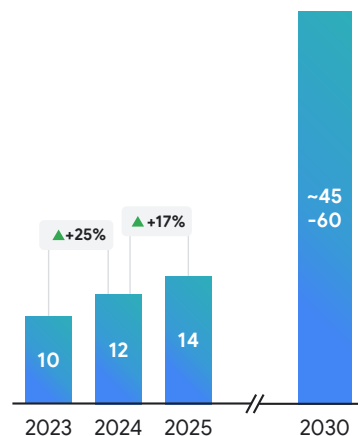
Digital payments

GTV¹ (\$B)



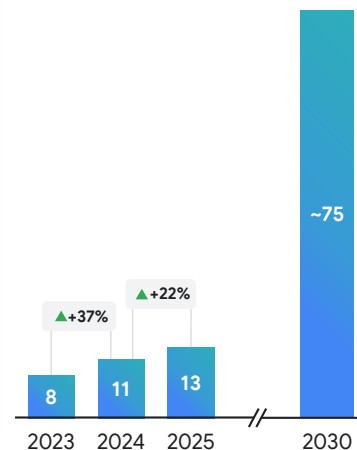
Digital lending

Loan book balance² (\$B)



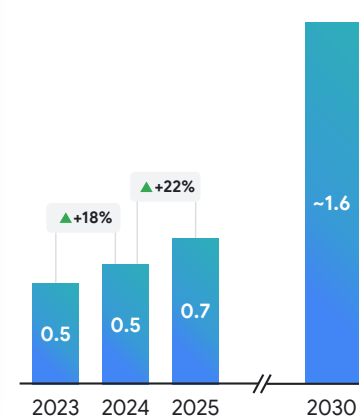
Digital wealth

AUM³ (\$B)



Digital insurance

APE & GWP⁴ (\$B)

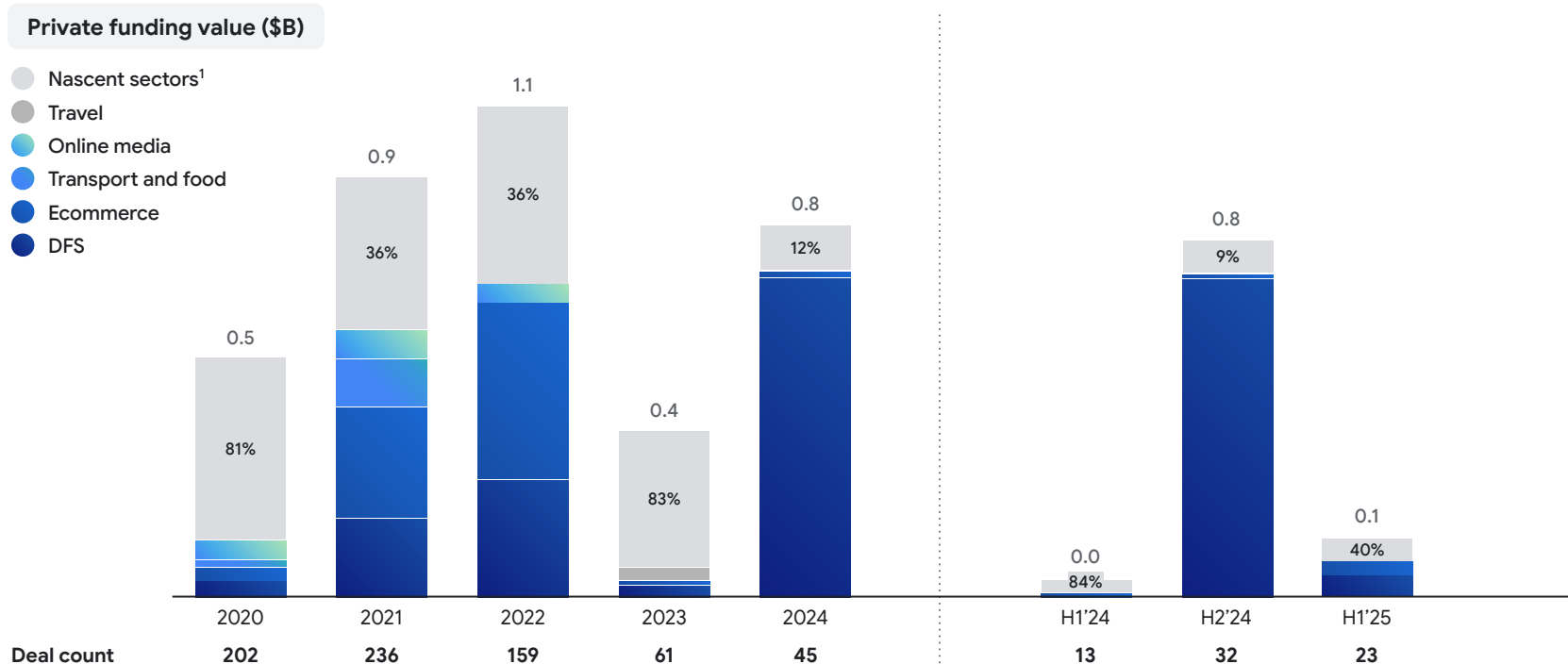


Notes: 1) Gross transaction value (GTV) for digital payments includes the value of credit, debit, prepaid card, account-to-account (A2A), and ewallet transactions. 2) Loan book balance for digital lending includes end-of-year balance for consumer loans (excluding credit card and mortgage) and small/medium enterprise (SME) loans. 3) Assets under management (AUM) for digital wealth includes end-of-year mutual fund AUM balance. The previously reported number for 2023 has been revised. 4) Annual premium equivalent (APE) and gross written premium (GWP) for digital insurance includes APE for life insurance and health under life insurance policies and GWP for non-life insurance.

Source: Bain analysis



Private funding is buoyed by a DFS private equity deal in H2 2024



Note: 1) Nascent sectors include new, emerging digital economy sectors such as software and services, sustainability technology, Web3, and others.

Source: Bain analysis

Through investment volume and user engagement, Malaysians display the greatest appetite for AI-powered decision-making

AI market momentum



\$759M

of private funding in AI¹

H2 2024 - H1 2025



32%

share of ASEAN-10 AI investments²

H2 2024 - H1 2025



+103%

revenue growth of apps with marketed AI features

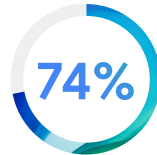
H1 2025 vs H1 2024



80%

of users have learned about AI via various approaches

AI user behaviour



say they **interact with AI** tools and features every day



say they have conversations with and ask questions of **AI chatbots**



say they expect AI to **make decisions faster** and with less mental effort

AI adoption dynamics

Top motivations for using or paying for AI features

Saving time on research and comparisons

51%

Saving money through better deals or price tracking

39%

Exclusive access to products and 24/7 customer support

30%

Consumer trust

Willingness to share data access with AI agents

(e.g., shopping and viewing history, social connections)

92%

Privacy and data security concerns around agentic AI (average across ASEAN-10: 50%)

60%

Note: 1) Private funding includes AI infrastructure, models, platforms, and AI-as-a-core-product and AI-as-a-feature offerings, and excludes data centres.

2) The country's percentage share of total AI funding invested in ASEAN-10 during the time period observed.

Sources: Bain analysis; Sensor Tower 2024-2025; Google/Milieu, The Impact of AI on the Digital Consumer in ASEAN, ASEAN-10, September 2025, n=7,200 consumers

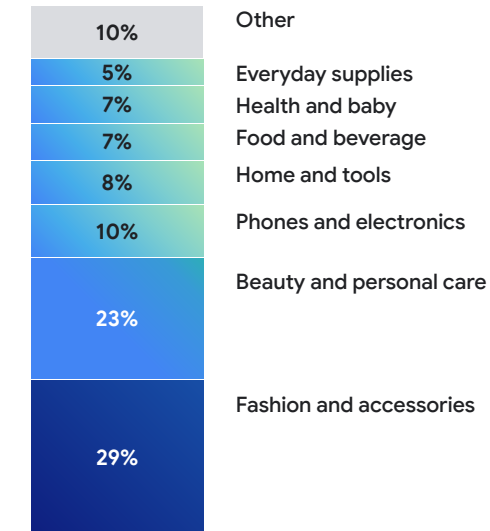


Malaysia's video commerce landscape is characterised by higher-value shopping and less seller competition

Video commerce category breakdown

% of GMV

Category



Sellers

Number of sellers and stores

350K

40% YoY

Top 10 sellers

The top 10 sellers per category drive

25%

of total category transactions

Transactions

Transaction volume

700M

10% YoY

Average order value

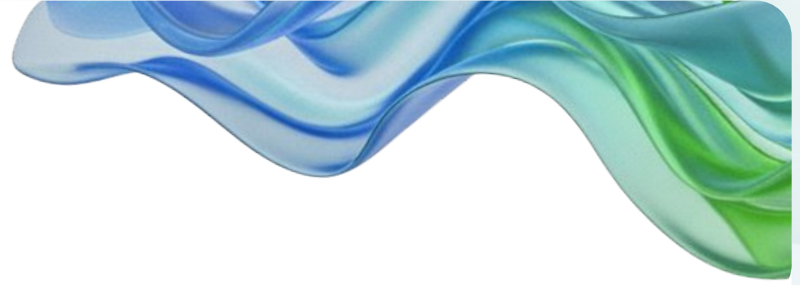
SEA --- \$8 - \$10
per order

Video commerce
AOV in Malaysia

Note: Average order values are indicative of the range for most video and live-selling transactions.

Source: Cube, SEA 2025

Malaysia



Ikhtisar negara



Kerajaan memberikan respons terhadap masalah global

Inflasi berkurang kepada 1.8% pada tahun 2024, memberikan sedikit kelegaan kepada isi rumah. Walau bagaimanapun, sebagai langkah menghadapi cabaran daripada tarif baharu yang dikenakan oleh AS, Bank Negara Malaysia mengurangkan kadar faedah untuk kali pertama dalam tempoh lima tahun. Kerajaan telah meluaskan skop cukai jualan dan perkhidmatan sejak bulan Julai untuk mengumpulkan cukai tambahan sebanyak RM3B setiap tahun daripada barangan tidak penting dan mewah. Pelancaran seterusnya sebanyak RM2B dalam pemberian tunai Merdeka dijangkakan menawarkan kelegaan sementara dan sedikit rangsangan kepada penggunaan, walaupun tinjauan keseluruhan KDNK 2025 telah disemak dengan sedikit penurunan untuk mencerminkan ketidakpastian makroekonomi.



Pelancongan semakin rancak dengan dorongan digital

Selepas menerima kira-kira 25J pelancong pada tahun 2024, pelancongan masuk terus berkembang pesat pada H1, mencatatkan pertumbuhan lebih 20% tahun ke tahun. Ledakan pelancongan ini telah disokong oleh dasar liberalisasi visa dan peningkatan kapasiti udara. Malaysia sedang bersiap sedia untuk kempen 'Melawat Malaysia 2026' melalui kerjasama dengan platform pelancongan dalam talian utama untuk melancarkan kempen pelancongan digital berskala besar, sambil memanfaatkan data pelancong yang mendalam untuk memperhalusi pemasaran dan mengoptimalkan harga dalam usaha mencapai sasaran 45 juta pengunjung.



Kewangan digital matang dengan pemain dan dasar baharu

Pembayaran digital melonjak pada tahun 2024, dengan Bank Negara Malaysia melaporkan pertumbuhan sebanyak 28% dari tahun ke tahun dalam transaksi. Penerimaan merentas sempadan juga telah diskalakan, dengan standard DuitNow QR kini saling kendali merentasi bilangan pasaran SEA yang semakin meningkat yang kini merangkumi Kemboja. Dari segi pemberian pinjaman, Akta Kredit Pengguna baharu menghendaki kaedah pembayaran Beli Sekarang, Bayar Kemudian (BNPL) dan pemberi pinjaman bukan bank lain dilesenkan dan melaporkan kepada agensi kredit. Landskap kompetitif turut berkembang, dengan dua bank digital yang dibuka pada tahun ini menjadikan kesemuanya lima buah bank digital, meluaskan akses dan persaingan. Setiap bank digital disokong oleh pemain ekosistem yang kukuh dan melaksanakan usul nilai yang jelas, daripada kewangan Islam sehingga model bahasa besar buatan Malaysia yang pertama, ILMU.



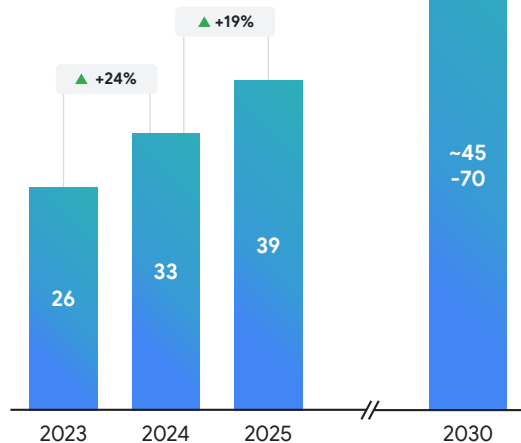
Iklim pelaburan menunjukkan tanda positif

Pembiayaan persendirian berkembang sepanjang 12 bulan yang lalu, terutamanya disebabkan oleh tawaran ekuiti persendirian yang ketara dalam perkhidmatan kewangan digital pada H2 2024. Dalam tempoh yang sama, Malaysia mendahului rantau ini dalam aktiviti IPO, menyumbang kira-kira separuh daripada jumlah penyenaian serantau, yang menandakan petanda positif bagi akses kepada pilihan keluar global dan tempatan. Pelaburan dalam infrastruktur digital kekal kukuh: kapasiti pusat data telah meningkat kepada 690 MW pada H1 tahun ini daripada 120 MW pada tahun 2024 dan dilaporkan terdapat rancangan untuk meningkatkan lagi kapasiti sebanyak 350%.

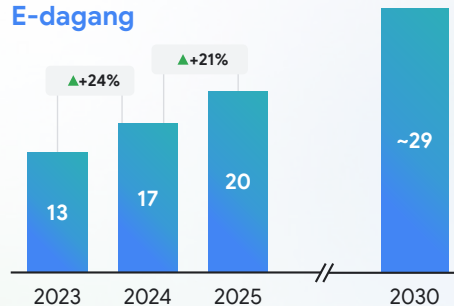
Ekonomi digital Malaysia mencecah \$39B pada tahun 2025, dengan keuntungan kukuh dalam e-dagang dan pelancongan dalam talian

Ekonomi digital keseluruhan

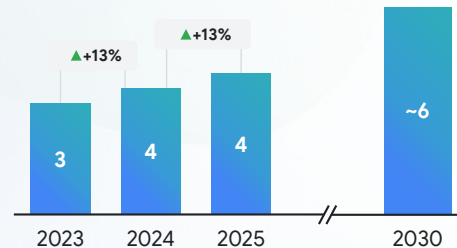
GMV (\$B)



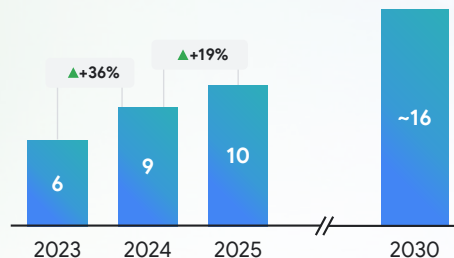
E-dagang



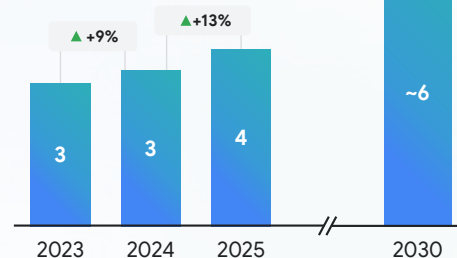
Pengangkutan dan makanan



Pelancongan dalam talian



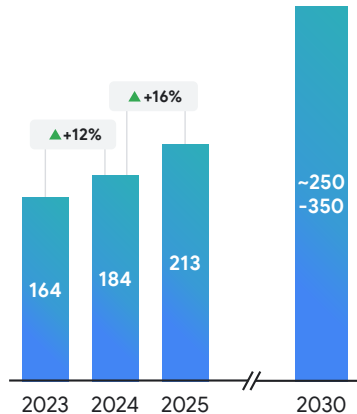
Media dalam talian



DFS meneruskan trajektori pertumbuhan dengan pertumbuhan dua digit secara menyeluruh

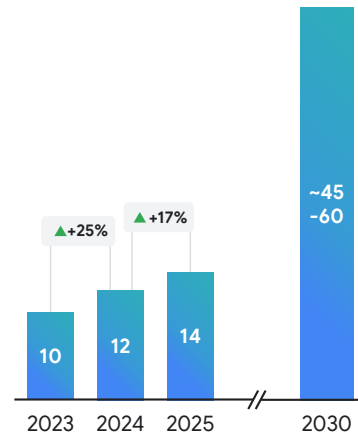
Pembayaran digital

GTV¹ (\$B)



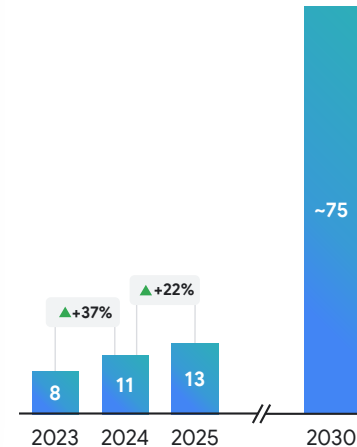
Pinjaman digital

Loan book balance² (\$B)



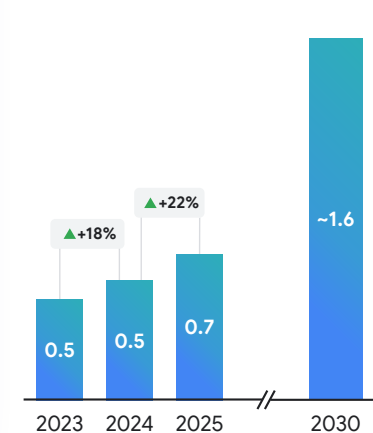
Kekayaan digital

AUM³ (\$B)



Insurans digital

APE & GWP⁴ (\$B)



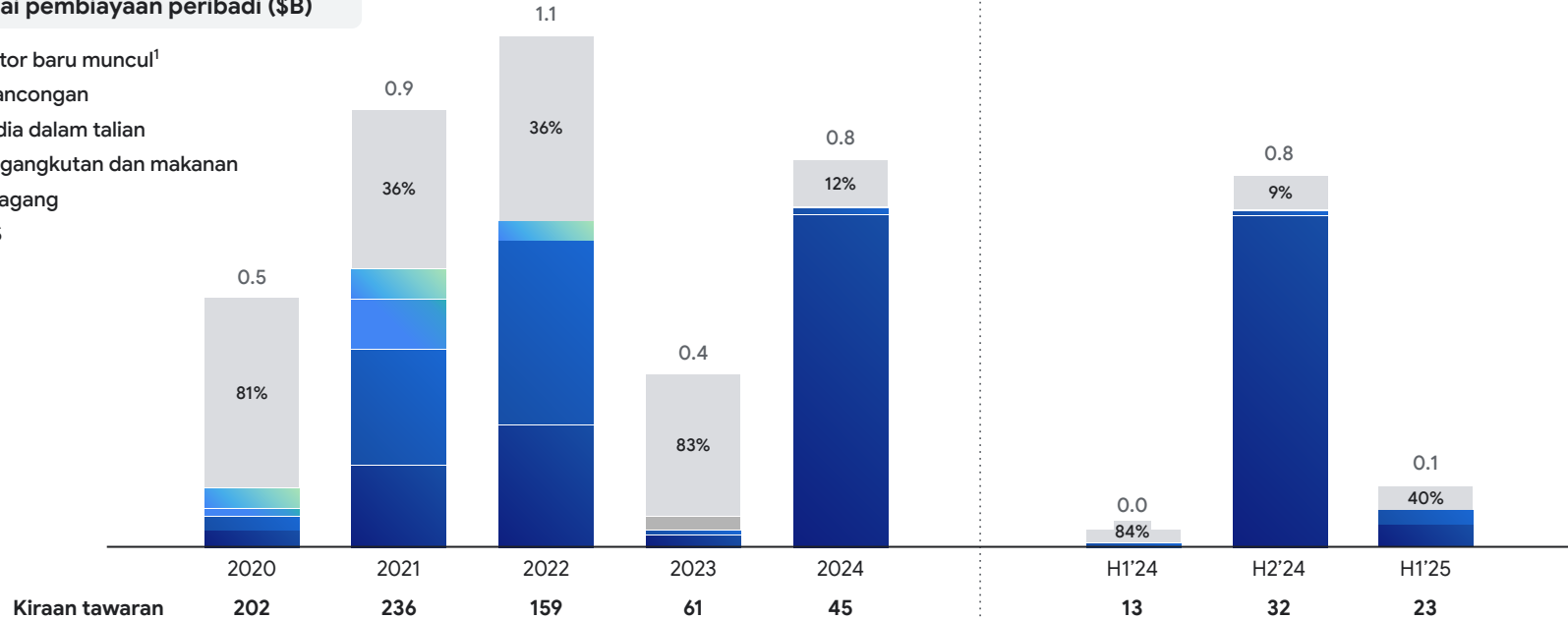
Nota: 1) Nilai transaksi kasar (GTV) untuk pembayaran digital termasuk nilai transaksi kredit, debit, kad prabayar, akaun ke akaun (A2A) dan e-dompot. 2) Baki buku pinjaman untuk pinjaman digital termasuk baki akhir tahun untuk pinjaman pengguna (tidak termasuk kad kredit dan gadai janji) dan pinjaman perusahaan kecil/serdahana (PKS). 3) Aset di bawah pengurusan (AUM) untuk kekayaan digital termasuk baki AUM dana amanah akhir tahun. Nombor yang dilaporkan sebelum ini untuk 2023 telah disemak semula. 4) Setara premium tahunan (APE) dan premium bertulis kasar (GWP) untuk insurans digital termasuk APE untuk insurans hayat dan kesihatan di bawah dasar insurans hayat dan GWP untuk insurans am.

Sumber: Analisis Bain

Pembiayaan peribadi disokong oleh tawaran ekuiti peribadi DFS pada H2 2024

Nilai pembiayaan peribadi (\$B)

- Sektor baru muncul¹
- Pelancongan
- Media dalam talian
- Pengangkutan dan makanan
- E-dagang
- DFS



Nota: 1) Sektor yang baru muncul termasuk sektor ekonomi digital baharu yang sedang berkembang seperti perisian dan perkhidmatan, teknologi lestari, Web3 dan lain-lain.
Sumber: Analisis Bain

Melalui jumlah pelaburan dan interaksi pengguna, penduduk Malaysia menunjukkan minat paling tinggi terhadap pembuatan keputusan dipacu AI

Momentum pasaran AI



\$759J

pembiayaan swasta dalam AI¹
H2 2024 - H1 2025



32%

bagian pelaburan AI ASEAN-10²
H2 2024 - H1 2025



+103%

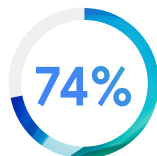
pertumbuhan hasil aplikasi
berciri AI yang dipasarkan
H1 2025 vs H1 2024



80%

pengguna telah belajar tentang AI
melalui pelbagai cara

Gelagat pengguna AI



mengatakan mereka
**berinteraksi dengan
alat dan ciri AI**
setiap hari



mengatakan mereka
berbual dengan
dan mengajukan
pertanyaan kepada
bot sembang AI



mengatakan mereka
mengharapkan AI
untuk **membuat
keputusan dengan
lebih pantas** dan
dengan usaha mental
yang kurang

Dinamik penggunaan AI

Dorongan utama untuk menggunakan atau membayar untuk ciri AI

Menjimatkan masa untuk
penyelidikan dan perbandingan

51%

Menjimatkan wang melalui
tawaran yang lebih baik atau
penjejakan harga

39%

Akses eksklusif kepada
produk dan sokongan
pelanggan sepanjang masa

30%

Kepercayaan pengguna

Kerelaan berkongsi akses data
dengan ejen AI

92%

(mis. sejarah beli-belah dan
tontonan, hubungan sosial)

Privasi dan kebimbangan
keselamatan data
tentang AI proaktif
(purata merentas ASEAN-10: 50%)

60%

Nota: 1) Pembiayaan persendirian termasuk infrastruktur, model, platform AI, dan tawaran AI sebagai produk teras dan AI sebagai ciri, dan tidak termasuk pusat data.

2) Peratusan bahagian negara daripada jumlah pembiayaan AI yang dilaburkan dalam ASEAN-10 dalam tempoh masa yang diperhatikan.

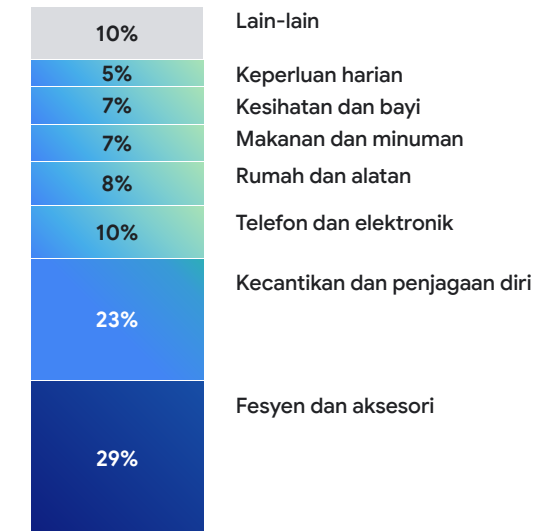
Sumber: Analisis Bain; Sensor Tower 2024-2025; Google/Milieu, Kesan AI terhadap Pengguna Digital di ASEAN, ASEAN-10, September 2025, n=7,200 pengguna

Landskap perdagangan video Malaysia dicirikan oleh pembeli bernilai lebih tinggi dan persaingan penjual yang kurang

Pecahan kategori perdagangan video

% daripada GMV

Kategori



Penjual

Bilangan penjual dan kedai

350K

40% YoY

10 penjual teratas

10 penjual teratas bagi setiap kategori memacu

25%

daripada jumlah transaksi kategori tersebut



Transaksi

Jumlah transaksi

700J

10% YoY

Purata nilai pesanan

SEA \$8 - \$10
setiap pesanan

AOV perdagangan video di Malaysia

Nota: Purata nilai pesanan menunjukkan julat untuk kebanyakan transaksi jualan video dan langsung.

Sumber: Cube, SEA 2025



e-Conomyth SEA 2025

From Digital Decade to AI Reality:
Accelerating the future in ASEAN