

## 馬來西亞目標產業研究發現

### 一、馬來西亞市場消費趨勢概況

#### 1. 資通訊產業

隨著近年馬來西亞資通訊市場的持續成長，馬來西亞消費者已經建立了廣泛的產品使用經驗，因此消費者更加重視產品的品牌，且對品牌有一定的忠誠度。此外，受到智慧型手機與平板電腦的影響，輕量化與攜帶便利的產品成為目前市場中主流且最受歡迎的產品，以滿足消費者在使用智慧型通訊產品時能即時與親友聯繫溝通的需求。消費者的需求持續成長，也願意投入更高的預算購買所偏好的產品，此時，品牌若能提供優惠促銷活動或分期付款降低消費者購買時的經濟負擔，將有助於提高消費者的購買意願。因此，輕量化與便利攜帶的產品，並搭配友善的分期付款方式，將是未來臺灣品牌可採取的方向。

#### 2. 電競產業

馬來西亞電競遊戲玩家人數近年快速的成長，帶動電競產業市場的成長。為了尋求更流暢的遊戲品質與更具臨場感的聲光效果，電競產品消費者願意支付較一般資通訊產品更高的價格來購買性能更優異的產品。然而，電競產品市場日益競爭，在各個品牌皆能滿足消費者的期待下，各電競品牌商重新調整價格策略，紛紛以更具競爭力的價格吸引消費者的目光，藉此提高銷售機會，因此近年來馬來西亞電競產品的價格逐漸親民化，使消費者能以親民的價格購買到優異效能的產品。因此，未來臺灣電競產品品牌在加強馬來西亞市場經營時，除了必須提供滿足消費者對產品效能與聲光效果期待的產品之外，定價亦須符合市場現況，來增加市場競爭力。

#### 3. 家用設備

馬來西亞家用設備市場在消費者健康意識興起的帶動下，近年來需求快速的成長，因此驅動目標產品「淨水器」市場的成長。除了家用需求之外，商用與公家機關的使用需求也大幅度的增加，帶動整體淨水器市場的發展。隨著需求的成長，吸引越來越多的品牌投入馬來西亞家用設備市場，提供消費者更多元的選擇，除此之外，消費者願意投入更高的預算來購買符合需求的產品，期待所購買的產品不僅能提供優異的產品效能，例如：過濾淨水，而且外觀造型需要具備設計感，來搭配消費者居家與廚房的風格。因此，未來臺灣品牌要進入馬來西亞淨水設備市場時，可分別針對一般家用需求與商用需求推出相對應的產品，另一方面，產品除了必須要能提供消費者需求的淨水功效之外，獨特的外觀造型符合消費者室內設計風格將有助於提升消費者的購買意願。

#### 4. 運動休閒產品

馬來西亞運動休閒產品市場在健康意識抬頭引領之下，近年來需求亦快速的成長，消費者希望透過使用運動休閒產品來促進身體健康並釋放工作與生活上的壓力。就目標品類產品「按摩椅」而言，消費者認為透過按摩椅可以達到全身肌肉的放鬆，舒緩工作與生活上的壓力；同時，全身性的按摩有助於血液循環，亦可以達到全身運動的效果。因此認為購買按摩產品不僅能放鬆身、心靈，亦可達到血液循環的運動效果。由於按摩椅被視為高級的舒壓產品，消費者購買時相當重視產品的品質、多功能及售後服務，因此未來臺灣品牌應加重經營品牌品質的口碑建立及完善的售後服務，以提升對馬來西亞消費者的購買吸引力。

#### 5. 網路通路為重要行銷管道

雖然網路購物在全球已成為趨勢，但就馬來西亞目標品類消費者的購買通路而言，實體通路仍是最主要的購買管道，主要因為可以親自體驗產品，並期待藉由店內銷售人員介紹說明來深入了解產品。而網路通路則扮演著蒐集相關資訊與比較價格的主要管道。在目標品類中，由於消費者對資通訊產品有相當程度的認知，同時網路提供更具競爭力的價格及完善的退換貨服務，因此消費者有較高的機會透過網路購買資通訊產品。整體而言，實體通路仍是未來臺灣品牌進入目標品類市場最主要的通路與管道，透過店內實際產品的展示與體驗，搭配銷售人員詳細的說明與介紹，將更有助於提升消費者對臺灣品牌與產品的認知與購買意願。

## 二、目標品類購買考量與臺灣品牌表現

### (一)、品類購買考量與重要性

#### 1. 資通訊產品首重先進技術與便利的產品功能

「先進技術」、「便利的產品功能」與「品牌」是馬來西亞消費者購買資通訊產品時的主要考量依據。為了彰顯個人風格及特色，消費者希望可以購買到具有先進的科技技術的產品來向朋友炫耀，以營造個人的品味及社會地位。「便利的產品功能」則期待可以增加生活上的便利性，例如：無線聯網裝置或充電裝置，免除消費者整理電線的困擾。「品牌」則偏好購買具知名度的品牌，來保障產品效能與增加信賴感。有趣的是，擁有較多廣告宣傳的品牌，對馬來西亞消費者而言即代表著高知名度與高信賴感。因此臺灣品牌在資通訊市場中若要得到消費者的青睞，除了推出搭配先進的科技技術或提供便利性的功能配備的產品之外，還需透過廣告宣傳大量曝光來提升品牌知名度來建立信賴感，並增加消費者對臺灣品牌的吸引力。

#### 2. 電競產品首重產品效能與先進技術

對馬來西亞電競產品消費者而言，「產品效能」是選購電競產品的主要考量依據，希望透過購買具有優異效能的產品，增加使用電競遊戲時的流暢感，以提升整體遊戲的體驗。除此之外，「先進技術」與「外觀設計」亦是選購電競產品時的重要考量因素。就「先進技術」而言，與購買資通訊產品時的考量原因相同，希望透過所購買的電競產品來展現個人風格與特色，並藉此與朋友炫耀，因此希望購買的電競產品可以搭載較新的科技技術，並同時提升整體的遊戲體驗。而「外觀設計」，例如：新加坡雷蛇 RAZER 的電競產品外觀被認為相當具有獨特性與吸引力，有助於消費者在使用時吸引他人的目光，並展現個人品味。因此，未來臺灣品牌在提升馬來西亞電競產品市場銷售量時，應從產品面出發，加強產品的效能、科技配備與外觀設計，以滿足消費者的期待，並提高購買意願。

### **3. 家用設備首重售後服務與產品功能**

「售後服務」、「產品功能」與「外觀設計」是馬來西亞消費者選購家用設備時的主要考量依據。消費者期待所購買的產品可以提供完善的「售後服務」，除了可以延長產品的使用期限之外，因家用設備使用頻繁，而當產品損壞時，擁有完善的售後服務可以即時透過客服專線協助排除問題或安排維修，如此將可以降低消費者面臨產品故障或損壞時的疑慮。就「產品功能」而言，消費者期待所購買的產品可以提供更優異的產品功能，例如：購買淨水器時，目前市面上的產品已經能滿足一般消費者對過濾淨水的需求，但產品若能同時過濾更多的雜質，將有助於提升產品的獨特性，並與市面上的產品建立差異化。此外，因為對於居家設計風格的重視，因此希望「外觀設計」及合適的產品尺寸能滿足消費者的期待，以搭配居家設計風格及維持一致性的美感。因此，臺灣品牌未來要提高對馬來西亞消費者的吸引力，除了提供更完善的售後服務之外，也應加強產品功能與外觀設計。

### **4. 運動休閒產品首重多元的產品功能與售後服務**

「多元的產品功能」是消費者購買時的首要考量，消費者期待所購買到的產品功能多元，例如：紀錄不同家人按摩部位的需求、按摩椅控溫功能提升按摩效果或透過手機連結操作按摩椅。「售後服務」亦是消費者所在意的因素，品牌商能提供完善的售後服務，且即時協助消費者排除產品使用期間面臨故障的困擾，將有助於提高消費者對產品的信心。最後則是「產品品質」，優異的產品品質有助於延長產品的使用期限，因此對馬來西亞消費者而言，若產品品質佳，消費者願意支付更高的價格購買到令人更安心使用的產品。

### **5. 進軍馬來西亞市場首要建立產品效能/功能以及完善的售後服務**

整體而言，臺灣品牌在目標品類市場中，建議採取不同的經營策略。就資通訊與電競產品市場而言，除了提供效能佳的產品與配備外，外觀設計更需要具設計感及獨特性，以滿足消費者在遊戲中的體驗，同時展現個人風格與特色。而就家用設備與運動休閒產品市場而言，售後服務及產品功能將是未來加強經營的方向，提供完善的售後服務，以提高消費者使用與購買的信心，並提供更優異的產品功能滿足消費者的需求，並建立與其他品牌的差異化。如此將有助於提升未來臺灣品牌在目標品類的銷售表現。

## (二)、臺灣品牌表現現況

就馬來西亞資通訊產品市場而言，雖然目前市場上仍以戴爾 DELL、惠普 HP 與聯想 LENOVO 等國際品牌為主流產品，但通路商認為臺灣品牌，例如：華碩 ASUS 與宏碁 ACER 已經建立了一定的品牌知名度與正面的評價。因此未來若臺灣品牌能持續加強與馬來西亞資通訊產品通路商的合作關係，通路商亦有相當高的意願推廣與販售臺灣品牌產品。

臺灣品牌，例如：華碩 ASUS、宏碁 ACER、技嘉科技 GIGABYTE 已經在馬來西亞資通訊消費市場中建立起一定的品牌知名度與正面的使用經驗。產品品質及效能表現佳，且產品價格具競爭力，同時，不斷擴大的品牌知名度是吸引消費者購買的主因，然而，消費者越來越重視獨家的科技技術，例如：透過聲控操作，未來臺灣品牌應加強創新表現及獨家的科技技術，以建立與其他品牌之間的差異化，藉此提升臺灣品牌產品的吸引力。

就馬來西亞電競產品通路商而言，目前臺灣品牌，例如：華碩 ASUS、宏碁 ACER、技嘉科技 GIGABYTE 與微星科技 MSI 皆在馬來西亞市場建立了一定的品牌知名度與使用經驗，其中以華碩 ASUS 與技嘉科技 GIGABYTE 的主機板產品使用經驗最為廣泛。對通路商而言，華碩 ASUS 與技嘉科技 GIGABYTE 所提供的產品品質具穩定性及耐用度高，大大降低了消費者購買時的疑慮，也有助於降低通路商售後服務的成本，因此獲得通路商的好評。此外，目前臺灣品牌的價格定位較市場上的國際大品牌親民，因此優異的性價比有助於通路商推廣與販售臺灣品牌產品。

由於臺灣品牌近年來積極投入馬來西亞電競產品市場，在大型的電競比賽中經常看見臺灣品牌的廣告投放與露出，因此大幅增加消費者對臺灣品牌的認知度與好感度，也讓消費者對臺灣品牌及產品抱持著相當正面的評價。就臺灣品牌產品的使用經驗而言，電競產品消費者認為臺灣品牌提供了優異的產品品質與效能，滿足消費者對電競遊戲的體驗。未來消費者期待臺灣品牌可以提供更輕盈、便利攜帶的電競筆記型電腦，以滿足他們攜帶便利性。

臺灣品牌在馬來西亞家用設備市場中品牌的知名度有較大的成長空間，目前通路商的對臺灣品牌的認知度不高，僅聽過少數臺灣家用設備品牌，例如：普德 Buder 淨水器，且銷售經驗相對較少。整體而言，通路商認為臺灣品牌具有優異產品品質與效能，但礙於品牌知名度較低，且通路商尚未獲得與臺灣品牌的合作機會，因此較無銷售臺灣品牌家用設備的經驗。

就馬來西亞家用設備消費者而言，目前臺灣品牌在馬來西亞市場知名度較有限，因此不論是通路商或消費者對臺灣品牌的認知度較低，整體使用經驗相對較少。因此未來臺灣品牌在馬來西亞家用設備市場，應首重經營臺灣品牌與產品的知名度，如此將有助於增加消費者的購買信心，亦可提升通路商協助推廣販售的意願。同時，在提升品牌與產品知名度時，為了建立與目前市場中主要領導品牌產品的差異化，應加強溝通產品優異的效能與設計感，例如：提供更優異的過濾清淨功能與濾心更換提醒裝置等，將有助於吸引消費者的目光並提高消費者的購買意願。

馬來西亞運動休閒市場通路商認為目前臺灣品牌在市場上的知名度仍有進步的空間，雖然對產品的功能、品質與設計上皆有相當正面的評價，但受限於目前的品牌知名度不高，無法造成消費者指名購買。通路商認為目前市場上的領導品牌，例如：新加坡傲勝 OSIM 大量投入廣告與宣傳，成功建立品牌知名度，因而提高消費者進店後指名購買的機會，如此也提高了通路商推廣販賣的意願。建議臺灣品牌未來應加強提升臺灣品牌的知名度，以獲得消費者的指名購買與通路商的推廣販賣意願。

運動休閒產品消費者認為目前臺灣品牌在馬來西亞市場的知名度與能見度仍有進步的空間，因此購買意願與使用經驗相對較低。但基於來自其他臺灣品牌產品的正面使用經驗，例如：臺灣品牌資通訊產品及電競產品，普遍對臺灣品牌與產品具有相當的信賴感，認為臺灣品牌可提供優異的產品品質與功效。對消費者而言，臺灣品牌除了須加強品牌知名度之外，亦可以透過完善的售後服務來補強知名度不足，同時降低產品購買時疑慮。

### 三、臺灣品牌知名度與產品使用結果發現

目前臺灣品牌在馬來西亞目標品類市場中，資通訊產品與電競產品擁有較高的品牌與產品知名度，因此已經成功建立消費者廣泛的正面使用評價。但就家用設備與運動休閒產品市場而言，消費者對臺灣品牌與產品的使用經驗與評價較少，因此整體知名度仍有進步的空間。

就資通訊產品市場而言，臺灣品牌華碩 ASUS、宏碁 ACER 及技嘉科技 GIGABYTE 已成功建立品牌知名度與正面的使用經驗，消費者認為臺灣品牌產品已能滿足對於資通訊產品功能的期待，且部份產品亦能提供他們獨家的產品科技技術，例如電池續航力更佳、聲控操作，有助於提升臺灣品牌在先進科技面向的表現。然而，馬來西亞消費者對資通訊產品的先進科技技術需求日益增長，建議未來臺灣品牌在既有的品牌知名度下，提供搭配更先進與獨家的技術與配備，有助於提高對消費者的吸引力，拓展市場的銷售機會。

臺灣品牌華碩 ASUS、宏碁 ACER、技嘉科技 GIGABYTE 與微星科技 MSI 在馬來西亞電競產品市場已經成功累積了品牌知名度與使用經驗，同時也建立品牌與來源國臺灣的連結性。消費者認為臺灣的品牌提供更符合亞洲人需求的產品，吸引力更甚於歐美國際大牌。另一方面，消費者認為臺灣品牌相當積極投入馬來西亞當地的電競比賽，有效的提升臺灣品牌的知名度與好感度。未來臺灣品牌應持續積極在馬來西亞電競比賽中加強廣告投放、爭取曝光，以提升並穩固目前在馬來西亞消費者心中的正面形象。

就馬來西亞家用設備與運動休閒產品市場而言，雖然臺灣品牌目前在馬來西亞市場的知名度相對較低，缺少產品使用經驗，然而馬來西亞消費者皆對臺灣品牌抱持著相當程度的好感，認為產品品質優異且擁有先進科技技術。因此未來建議臺灣品牌在拓展馬來西亞家用設備與運動休閒產品時，應加強品牌與來源為臺灣的連結，藉由臺灣品牌目前在馬來西亞累積的正面形象，加速臺灣家用設備與運動休閒產品品牌在馬來西亞市場的開拓，以提高對消費者的吸引力與購買意願。

#### 四、馬來西亞市場目標品類結論

藉由科技蓬勃發展及高度健康意識的引領下，馬來西亞目標品類市場近年呈現快速成長；消費者對資通訊產品與電競產品的購買考量已經從最基礎的使用需求逐漸轉移到尋求更高科技、高效能的產品。因此未來臺灣品牌應首重提供馬來西亞消費者更多元、更高階的產品選擇來滿足消費者需求；同時透過產品優異功能，來優化消費者使用體驗。另一方面，對電競產品消費者而言，提供能展現個人風格與特色的外觀設計，亦是臺灣品牌建立產品差異化的良好機會點。

就家用設備與運動休閒產品市場而言，完善的售後服務是提升購買信心相當重要的關鍵，除了可降低消費者購買使用後面臨故障與維修的疑慮，也有助於提升通路商的推廣販售意願。另一方面，消費者期待可以透過所購買的運動休閒產品來維持並提升身體健康。因此建議未來臺灣品牌除了提供更優異的產品品質之外，亦可朝向提供完善售後服務的方向，以提升消費者與通路商的信賴感。此外，若產品能提供更多元的功能，例如：紀錄不同家人按摩部位的需求、按摩椅控溫提升按摩效果或透過手機連結操作按摩椅，將有助於提高產品的吸引力與消費者的購買意願。

目前臺灣整體品牌形象已經成功在馬來西亞建立了品質優異、高性價比與高科技等正面形象，但主要皆來自於消費者對資通訊與電競品牌產品的印象。因此不論通路商或消費者皆期待未來臺灣品牌能持續加強品牌知名度的經營，特別是在家用設備與運動休閒產品方面，來提高消費者對臺灣品牌與產品的認知，從而帶動臺灣品牌在馬來西亞市場的銷售機會。

最後，馬來西亞通路商與消費者皆有參與品牌所舉辦的展覽活動的經驗，不僅參與意願高且參展後的評價皆相當正面，認為可藉由此類活動一次性了解目標品類相關品牌與產品，同時提供了通路商一個良好的社交平台，有助於通路商推廣活動並藉此認識同品類市場中的其他供應商與通路商。雖然目前 Taiwan Excellence 活動的知名度尚有進步空間，但未來若能加強實體廣告宣傳與 Facebook 網路廣告的投放量，將有機會提升展覽活動知名度，提高通路商與消費者的參與意願。此外，消費者對 Taiwan Excellence 標誌有相當正面的評價，認為可展現臺灣品牌智能與創新的形象，因此未來建議加強標誌的露出，以提升臺灣品牌與 Taiwan Excellence 的連結，達到整體臺灣品牌推廣宣傳的綜效。