

泰國目標產業研究發現

一、泰國市場消費趨勢概況

1. 電競產業

隨著電競遊戲在泰國市場的接受度逐漸上升，透過電競遊戲來減輕工作和生活的壓力成為電競產業在泰國市場日益興盛的原因。市場上具競爭力的價格及對遊戲體驗的追求，都吸引消費者購買更多的相關產品。對於泰國消費者而言，品牌和產品性能是選購電競產品時的重點考量因素。而產品是否能提供消費者更好的遊戲體驗和產品在高頻率的使用下是否擁有較好的耐用性，不但能夠影響泰國消費者的購買意願，也成為臺灣電競產品品牌可以持續努力的方向。

2. 資通訊產業

由於網路與資通訊產品在泰國消費者的日常生活中扮演著不可或缺的角色，泰國消費者對資通訊產品持續保持高度的需求。資通訊產品的重要性和高需求性不但推動了該產業在泰國市場的發展，也同時擴大資通訊業者之間的競爭。市場上不斷推出具競爭力價格的產品，以及電競產業在泰國市場的興盛，也進一步擴大資通訊產業在泰國市場的規模。相較於優秀的產品性能，泰國消費者更重視攜帶便利、耐用、操作系統與軟體之間的兼容性及電池續航力佳的產品。

3. 運動休閒產業

日漸繁重的工作壓力和經濟成長造成的環境汙染，讓泰國消費者的健康意識逐漸提高，進一步帶動了泰國運動休閒產業的發展。而生活水平的提升及運動休閒的氛圍日趨成熟也使運動休閒在泰國市場成為了一種流行趨勢。為了保持健康的狀態和維持良好的體型，運動及休閒活動開始滲透泰國消費者的日常生活中，例如：慈善路跑的興起吸引了更多泰國消費者加入慢跑的行列。除了滿足自身健康的需求之外，他們也在意如何透過運動休閒產品來幫助父母維持健康的狀態。此外，科技產業的興盛使泰國消費者期待品牌商未來能推出結合運動休閒和高科技功能的產品使產品的附加功能更加豐富。而泰國通路商對於未來的運動休閒產品也有極高的期待，例如：希望運動休閒產品能夠更加美觀，使運動休閒產品與消費者家中的擺設、裝潢完美融合。因此，優化運動休閒產品外觀設計，是通路商建議的品牌未來發展方向。

4. 家用設備和五金手工工具產業

在家用設備和五金手工工具方面，越來越多的泰國消費者因為受社群媒體的影響開始對 DIY 產生興趣。同時，學生族群也因學校工藝及家政課的需求而購入五金手工工具產品，使目標產業在泰國市場逐漸擴大。同時，為了節省請工人到家中裝潢修繕的費用，泰國消費者對於透過五金手工工具來自行修繕居家的意願性也在逐漸上升，使該產業的消費族群從專業人士擴大到一般族群。消費族群的變化讓泰國消費者對於五金手工工具產品的期待從高品質和專業性轉向價格較親民和滿足多功能性，例如：萬用的手工工具。然而，由於泰國消費者對五金手工工具產品知識不高，他們更加依賴實體店面銷售人員解釋說明。

5. 網路通路為重要的行銷管道

整體而言，雖然泰國消費者越來越傾向於透過網路購買商品，實體通路仍舊是泰國消費者購買目標品類產品的主要管道。與實體通路相比，網路為消費者提供了購買產品前獲取產品資訊的平台。而網路資訊除了作為價格參考的依據之外，社群媒體上的產品實測影片或文章，也成為消費者收集評價和選擇目標商品的依據。因此對於泰國消費者而言，先在網路上搜尋相關資訊再前往實體通路體驗產品成為當前泰國市場的普遍購買路徑。基於泰國消費者普遍對網購產品的品質較有疑慮，在目前研究的四類目標品類中，唯獨資通訊類產品的消費者較為可能透過網購通路來購買較低價格的資通訊周邊配備。而對於其他三類目標品類（電競產品、運動休閒及家用設備和五金手工工具），尤其是五金手工工具類，實體通路不但能夠為消費者提供實際的產品使用體驗及銷售人員的說明，也能為消費者提供更多的產品選擇。

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. 電競產品首重品牌與產品性能

「品牌」是泰國消費者在選購電競產品時優先考量的因素，因為知名品牌的產品不但給予消費者良好的遊戲體驗及信心感，更滿足消費者對產品品質的期待。而鑒於泰國消費者對電競產品高效能的重視和追求，他們不但期望電競產品在遊戲上的效能表現優於資通訊產品，也願意為擁有更卓越的遊戲體驗付出更高額的花費。在此之下，電競產品的價格對泰國消費者的影響力反而下降。此外，購買電競產品時的「購買體驗」也成為了影響泰國消費者的考量之一，例如：在實體店面購買電競產品時，因為消費者能夠親自體驗多種不同產品，消費者當下對產品的體驗和感受會影響消費者的購買意願及增加衝動性購物的機會。最後，電競產品的內部設計（例如：硬體）是否優良先進以及產品是否耐用也是泰國消費者的考量。

2. 資通訊產品重視產品設計及價格

泰國消費者對資通訊產品的期待為提高生活的便利性及節省生活中繁瑣的事務，因此「產品設計」，例如：攜帶便利、操作系統與軟體間的兼容性、耐用和電池續航力，是消費者考量的首要重點。也因此消費者願意多花費更高的預算購買耐用性佳、使用壽命長的產品。此外，「價格」也是消費者購買時考量的因素之一，更具競爭力的價格會促使消費者進行品牌轉換。其次，「品牌」也是泰國消費者會納入考量的因素，因為品牌背後代表著流行和個人社會地位。最後，售後保固服務同樣是消費者在意的面向，因為良好的售後服務能增加消費者對品牌的信任。因此，在資通訊產品上，臺灣品牌若要提升品牌形象，透過良好的售後服務並輔以具競爭力價格來建立品牌信任度是不可或缺方式。

3.運動休閒產品重視品牌及產品的附加功能

「品牌」是泰國消費者在選購運動休閒產品時會優先考量的因素。對於自己和父母健康的高度重視使泰國消費者在購買該品類產品時會在意品牌的選擇，認為知名品牌的器材材質和結構設計更加堅固，也能給予消費者在使用器材時更多的安全感。另外，產品的「附加功能」，尤其是產品是否擁有先進的技術同樣是泰國消費者的考量之一，例如：智能追蹤運動時的身體狀態或具有娛樂功能，會增加消費者的購買意願。完善的售後保固服務也是泰國消費者的考量，因為完善的產品保固可滿足消費者不須經常汰換運動休閒產品的需求。購買時「良好的購物體驗」是促使泰國消費者更換購買的運動休閒品牌的原因，例如：在實體店面的良好產品體驗能夠增加消費者的購買預算。此外，從通路商的觀點來說，未來消費者可能會將考量重點轉移至運動休閒產品的外觀設計，因此使產品外觀與消費者家中的設計裝潢更加融合是臺灣品牌商可考慮的未來發展面向。

4.家用設備和五金手工工具重視產品的萬用性和品質

在家用設備和五金手工工具方面，泰國消費者在選購時的優先考量是產品是否擁有「萬用性」。由於消費者購買此類產品的主要目的為自行解決家中小型維修或裝配問題，因此產品是否具有多功能來處理各種問題成為了消費者的第一考量。另外，「高品質」也是泰國消費者的考量重點，由於該品類產品在日常生活中的普遍使用率較低，消費者較不易經常性購買該品類產品，因此偏好採用優質材料製作而成的五金手工類產品以便擁有更長的產品壽命和更好的耐用性。泰國消費者除了對產品品質的重視外，也會同時考量產品的「產地」。對於消費者而言，產品的高品質來自於產品的製造地。在考量產地因素下，相較於其他國家，美國市場生產的五金手工工具產品更受泰國消費者的青睞，臺灣品牌則仍有進步的空間。

5.進軍泰國市場首要建立品牌知名度

總體而言，「品牌」是泰國消費者在購買時最重要的考量因素，知名品牌往往能給消費者高品質和產品效能佳的保證和信心感。除此之外，目標品類產品的「高效能」、「耐用性」以及「萬用性」同樣是泰國消費者在購買時所期待的面向。品牌若能提供「良好的購買體驗」和「售後保固服務」也會影響消費者的選擇。因此，建立臺灣品牌在泰國市場的知名度和品質的口碑以提高產品銷量和市場佔有率是未來臺灣目標品類品牌持續努力的方向。

(二)、臺灣品牌表現現況

電競產品的通路商認為，電競運動在泰國的流行促使電競產業在泰國市場日益興盛。而臺灣品牌在泰國電競市場耕耘已久和其領導地位也讓消費者對臺灣的電競產品有較高的接受度，例如：華碩 ASUS 的產品設計簡單及經典；微星 MSI 的產品設計極具現代化，皆成為消費者願意選擇臺灣品牌的理由。此外，臺灣電競產品良好的品質和卓越的遊戲體驗也是通路商在推薦臺灣品牌時的賣點。另一方面，提供通路商免費的遊戲或點數兌換活動，是有效幫助通路商進行推廣的輔銷工具。除此之外，臺灣品牌未來也可以持續透過宣傳活動和產品實測，例如：於實體通路提供產品讓消費者體驗或透過拍攝影片分享操作過程的行銷方式，來展現產品的新科技以滿足泰國消費者對高科技產品的期待。通路商也認為豐富消費者的購物體驗，讓消費者在實體通路測試新產品是否符合他們需求或將多種產品整合銷售來優化玩家遊戲體驗，增加消費者嘗試及購買臺灣產品意願。

泰國消費者對於臺灣的電競品牌，例如：華碩 ASUS、宏碁 Acer 及技嘉科技 GIGABYTE 已非常熟悉。對泰國消費者而言，臺灣電競產品雖然與同品類產品相比價格相對略高，但臺灣產品的高品質、高科技和先進的產品特色仍舊吸引消費者的目光。臺灣電競產品的高知名度和在遊戲體驗方面的優越表現不僅幫助這些臺灣電競品牌與泰國消費者建立信任關係，也進一步地提高了臺灣品牌在泰國電競市場的地位。在泰國消費者看來，臺灣電競品牌所舉辦的宣傳活動可成為消費者以具競爭力的價格購入心儀電競產品的重要管道，因此消費者對於參加臺灣品牌所舉辦的宣傳活動皆表現出相當大的興趣。在此之下，如何透過電競遊戲展覽來使消費者加深台灣品牌產品在物有所值的優勢，是臺灣品牌可以考量的方向。

通路商認為，華碩 ASUS、微星 MSI 和宏碁 Acer 等臺灣資通訊品牌在泰國市場建立的良好口碑、完善的售後服務及合理的價格等優點，皆獲得了泰國消費者的認可。臺灣品牌在泰國該品類市場中的領導地位和泰國消費者對臺灣品牌的熟悉度，使消費者對臺灣品牌具高度的信任感及接受度，且在選擇品牌時會將臺灣品牌納入優先考量清單。因此，泰國通路商普遍使用臺灣品牌標誌來裝潢實體店以吸引消費者的目光和建立店鋪口碑。此外，電競運動的發展也讓泰國的資通訊市場不斷擴大，從而給予臺灣品牌更大的發展空間。在此之下，臺灣品牌需要繼續和通路商合作、進一步鞏固臺灣資通訊品牌在泰國市場的地位，充分利用這一優勢來全方位推銷臺灣的資通訊產品。

泰國消費者來說，臺灣資通訊品牌以合理的價格、良好的性能表現和耐用性等特點成為了他們購買該品類產品時的優先選擇。同時，臺灣資通訊品牌創新、耐用的形象也深植在泰國消費者的心中。對臺灣資通訊產品的信任不僅讓他們願意嘗試臺灣品牌推出的新產品，也讓消費者更願意向朋友、家人推薦來自臺灣的品牌。然而，相較美國及日本所生產的資通訊產品，泰國消費者對臺灣品牌的產品品質印象仍有持續進步的空間。因此，提高產品品質是目前臺灣品牌在泰國市場的發展面向。

就運動休閒產品而言，通路商認為由於受網路資訊的影響，泰國消費者對臺灣品牌，例如：喬山健康器材 JOHNSON，已有一定的認知度。臺灣運動休閒產品以具競爭力的價格提供高品質產品和耐用性佳的特點也在泰國消費者心中留下深刻的印象，使消費者在考量產品時更傾向於選擇臺灣品牌而非美國或中國大陸的品牌，這一優勢也幫助通路商在推廣時能夠更成功地推銷臺灣品牌產品。同時，隨著泰國消費者對健康生活理念的逐漸重視，臺灣運動休閒品牌近年來在泰國市場的表現蒸蒸日上，若能持續加大品牌宣傳便可使臺灣運動休閒品牌表現更上一層。此外，通路商也注意到，雖然消費者傾向於先透過網路搜尋資訊再前往實體通路購買產品，實體通路的實際產品體驗以及價格促銷更能影響消費者最後的選擇。因此，對於臺灣品牌而言，持續提升產品品質並加強與通路商合作，並向通路商提供更多的產品詳細資訊等服務以完善消費者的購物體驗，是臺灣品牌未來可以持續努力的面向。另一方面，泰國通路商也提到對運動休閒產品在外觀上的期待，因此優化產品外觀以搭配消費者家中的設計裝潢也是臺灣品牌未來可列入產品設計的考量之一。

從泰國消費者的角度來看，在該國運動休閒品類市場，臺灣品牌，例如：捷安特 GIANT、勝利體育 VICTOR、喬山健康器材 JOHNSON 和卜威 KINESIS 已建立起一定的知名度。對泰國消費者而言，臺灣的運動休閒產品具有耐用性佳、高品質和符合消費者預算等特點。同時，泰國消費者不僅可清晰辨別哪些運動休閒品牌來源國為臺灣，也認為臺灣運動休閒產品的整體品質表現皆優於中國大陸。然而，基於泰國消費者在購買運動休閒產品時偏好選購知名度高的品牌，因此持續提升臺灣品牌於該品類市場的知名度，進一步加深泰國消費者對臺灣品牌的高品質的印象，並與消費者建立友好信任的關係是臺灣品牌未來在泰國市場可持續耕耘的方向。

在家用設備和五金手工工具產品方面，通路商認為新興的年輕消費族群可為臺灣品牌提供更多的機會。針對此類消費者，通路商建議將品牌的重點放在萬用性，因為此類消費者的購買理由主要是為了解決課業需求或滿足 DIY 的興趣。另外，通路商也認為，對於 DIY 感興趣的消費者來說，研發新產品以滿足他們 DIY 的需求能為臺灣品牌帶來新的機會點。雖然從通路商觀點看來，臺灣目標品類產品的品質優於其他市場，消費者選擇五金手工工具品牌時依然會更傾向於購買熟悉的品牌。因此臺灣品牌可以透過廣告行銷宣傳打響在泰國市場的知名度，並為泰國消費者提供和市場領先地位品牌同等品質產品。

泰國消費者認為，雖然臺灣品牌，例如：金統立 KING TONY，以良好的質量、合理的價格和高專業度在泰國市場頗受好評，但臺灣品牌在該品類市場的認知度仍有待加強。同時，在該品類的銷售宣傳上，建議以首重實體通路宣傳再透過網路進行推廣以便更符合消費者習慣的消費路徑，從而獲得更好的宣傳效果。此外，由於泰國消費者在購買五金手工類產品時更為依賴實體通路的銷售和專業人士的推薦，因此應該加強對實體通路商在提供專業知識上的支持以幫助臺灣五金手工工具品牌在泰國市場的發展。

三、臺灣品牌知名度與產品使用結果發現

整體而言，臺灣品牌在泰國市場憑藉著高品質、優越的性能及具競爭力的價格表現得到了消費者相當正面的評價。同時，臺灣品牌在泰國市場已經建立了較高的知名度，尤其是電競產品、資通訊產品和運動休閒產品。基於泰國消費者對於品牌的重視，進一步強化臺灣目標品類品牌在泰國市場的知名度，特別是五金手工具品牌，進而提升消費者的購買慾成為臺灣品牌在泰國市場發展的優先考量。

此外，隨著臺灣目標品類品牌在泰國市場的多年發展，泰國消費者對臺灣品牌建立了較強的信任感。因此，應充分善用消費者對品牌的信任，進而推廣更多臺灣目標品類的產品並增強品牌能見度。特別的是，臺灣品牌成功地以高科技的形象深入了泰國市場，這將幫助臺灣品牌未來能夠以智能和創新的角度繼續在泰國市場佔領一席之地，帶動目標品類市場的銷售量。

雖然泰國市場通路商過去較無參加臺灣目標品類品牌所舉辦的推廣活動的經驗，但通路商對於臺灣品牌所舉辦的活動皆表示有高度的參與意願。因此，與泰國市場通路商加強在宣傳方面的合作，尤其是針對新產品或新技術的分享，將有助於臺灣品牌在泰國市場建立口碑和幫助通路商未來針對目標品類產品的推廣販售。另外，臺灣品牌為泰國通路商所提供的遊戲點數、實體店內的裝飾等都吸引了消費者目光並提高品牌能見度。

此外，由於泰國消費者目前普遍透過網路以獲取目標品類的相關資訊，例如：比較產品價格、觀看產品實測影片或文章來瞭解產品性能，未來可透過加強網路資訊的推播和使用社群媒體來進一步宣傳臺灣品牌，進而幫助增長臺灣品牌在泰國市場的銷量。同時，提升消費者於實體通路的購物體驗和售後服務也能加強泰國消費者對臺灣品牌的好感度，幫助品牌進一步拓展泰國市場。

四、泰國市場目標品類結論

整體而言，泰國經濟的持續增長、消費者越來越重視個人身、心靈舒壓及生活品質，皆帶動了泰國市場對目標品類產品的需求。對於泰國消費者而言，基於知名品牌代表了傑出的產品性能和良好的產品品質，品牌成為了他們選購目標品類產品的最主要考量因素。雖然在家用設備和五金手工工具產品的知名度方面，臺灣品牌仍有進步的空間，其他的臺灣目標品類品牌在泰國市場不但建立了良好知名度，也占據了市場領先的地位。這也幫助臺灣品牌與泰國消費者建立信任關係。未來臺灣品牌仍應加強利用社群媒體來進一步拓展其在泰國市場的知名度和能見度，尤其是利用正面的產品實測來提升消費者對產品的信任。

基於臺灣目標品類品牌在品質、性能及物有所值的優越表現，泰國通路商對與臺灣品牌建立推廣合作關係皆抱持積極的態度，期待未來能參與臺灣品牌在泰國市場所舉辦的推廣活動，以獲取臺灣品牌商品的最新資訊。因此臺灣目標品類品牌可持續舉辦及參加推廣宣傳活動進而為通路商和消費者提供獲取產品資訊和購買到促銷產品良好平台。

最後，雖然泰國通路商及消費者對 Taiwan Excellence 標章較為不熟悉，但是鑒於對臺灣目標品類品牌，尤其是資通訊品牌的信任，無論是通路商亦或是消費者皆對參加 Taiwan Excellence 所舉辦的相關活動抱持高度意願。宣傳方式可透過社群軟體，例如：Facebook 及 YouTube 來幫助通路商和消費者將 Taiwan Excellence 與智慧、創新的概念串聯起來將以提升臺灣品牌在泰國市場的形象。