

**107 年度優質平價新興市場精進方案
8 月重要成果發現與商機摘要表**

主 題 別	馬來西亞家居收納商品調查		
國家別/城市別	馬來西亞吉隆坡		
產 品 別	家具家飾		
作 者	黃于真 janicehuang@cdri.org.tw		
<p>一、 主題現況</p> <p>馬來西亞是東協各國中於家居產品消費支出較具規模，同時具成長性之市場，業者持續開發以成為重要據點</p> <p>根據 Euromonitor 資料庫統計(2017)，東協各市場在家居產品支出的整體規模，以印尼最具規模，家居產品消費支出逾 117.7 億美元，其次分別為泰國、馬來西亞、菲律賓、越南、新加坡。此外，以平均家戶家居產品支出而言，東協經濟發展度居冠的新加坡在家居產品平均消費最高，平均家戶支出達 3,280.1 美元，其次則依序為馬來西亞、泰國、菲律賓、越南、印尼。另一方面，伴隨東協市場各經濟體成長，根據調查發現，以 2011-2016 年複合成長率而言，在家居產品與服務支出消費最具成長性的市場，則以菲律賓居第一位，2011-16 年複合成長率達 3.8%，其次依序為馬來西亞、越南、泰國、新加坡、印尼。</p> <p>整體而言，馬來西亞是東協各國中唯一在各項指標均為前三名，為家居產品消費支出較具規模，同時具成長性之市場。因此，馬來西亞為臺灣家居商品業者開拓東協可規劃布局之市場，透過當地市場對於生活品質要求提升成長趨勢，也是我國企業未來可拓展的目標市場。</p>			
<p>二、 主題發展機會</p> <p>本團隊在馬來西亞深入研究當地市場的民情喜好，進行零售通路與競爭品牌訪查。透過零售通路訪查，進一步了解馬來西亞家居商品市場與競爭品牌現況。</p>			
品牌	InterDesign	Dehub	SmartLoc
公司資訊	美國俄亥俄州 InterDesign 家庭用品設計公司	中國大陸山東省威海帝賀福五金塑膠製品有限公司 (韓國 MSintech Co., Ltd. 子公司)	中國大陸廣東省江門市安豪貿易有限公司

107 年度優質平價新興市場精進方案
8 月重要成果發現與商機摘要表

產品	產品線涵蓋浴室收納、廚房收納、其他家居空間收納用品等三大類	產品線涵蓋家用系列與廣告陳列系列。家用系列產品項可用於浴室與廚房使用	以造型與材質區分為六大系列，以浴室收納為主
通路	馬來西亞實體通路為家庭用品專門店 Kitchen Shop，虛擬通路則為網購平臺	馬來西亞實體通路為百貨公司與家庭園藝專門店（如：Home-Fix），虛擬通路則為網購平臺	馬來西亞實體通路為家居商品零售店（如：EK Hardware），虛擬通路則為網購平臺
價格	馬幣 14 - 90	馬幣 59 - 159	馬幣 72 - 250
廣宣方式	網路教學影片	實體與虛擬通路折扣、Home Fair（家居商品消費會展，如：HOMEDEC）、大型看板搭配實體產品展示	中國大陸原廠官方網站上以 3 分鐘的產品影片與型錄進行介紹，馬來西亞實體通路內則有專區陳列與專人介紹

三、對我國產業或企業建議

(一) 對企業之建議—虛實行銷成為東協市場發展標竿

對企業來說，未來於東南亞鄰近國家之發展策略與布局，最重要的是結合網路社群互動及實體店面情境導購，擴大消費者對品牌接觸介面，以虛實行銷成為東協市場發展標竿。

(二) 對產業之建議—強化臺灣優質家居品牌形象

藉由對馬來西亞家居商品市場的競品訪查、網路意見領袖深度訪談、消費者焦點團體座談等，掛勾式家居收納商品而言，仍以跨國品牌、中國大陸、韓國品牌為消費者熟知或市場常見，不過以掛勾式家居收納商品的承重力、材質、顏色、包裝等，我國商品完全不遜色於其他競品，加深當地市場對臺灣品牌的認知及品牌辨識度，強化臺灣優質家居品牌形象，未來可以帶動更多相關家居商品拓展馬來西亞或其他東協市場。

107 年度優質平價新興市場精進方案
8 月重要成果發現與商機摘要表

主 題 別	印尼監控市場概況
國家別/城市別	印尼/雅加達
產 品 別	優平 13 類最終產品
作 者	曾台輔 taifutseng@cdri.org.tw 王凱駿 kennynnek123@cdri.org.tw 謝淳羽 DaikyoHsieh@cdri.org.tw
<p>一、主題現況</p> <p>近年來，印尼當地的經濟發展迅速，印尼政府積極推動基礎建設，監控系統產品的需求日益增加，無論政府單位或是民間單位，對產品品質均有更高的要求以及購買力。其安全監控器材的需求主要包括恐怖主義的陰影、社會治安等問題，加上近年印尼政府擴大實施基礎建設，對安全監控器材有固定的需求與成長，根據 SWA 資料顯示，印尼監控市場規模 2017 年達新臺幣 45 億，預估 2020 年達新臺幣 77 億。</p> <p>因二戰的影響，日本已於早年進入印尼，日本的各家大廠如松下電機、Sony 等早被印尼民眾熟知，更有不少日商在印尼當地設廠，在監控系統的採購方面，便直接採用日廠開發的監控產品。中國方面，陸廠如海康、大華近年積極以低價產品布局印尼市場，因中低階應用監控系統的功能需求相對單純，價位便宜的陸廠便能輕鬆利用價格優勢取得市占率。</p> <p>因應不同的場地大小、業態、產業類別，對監控系統的使用需求也不盡相同，故監控系統的代理商或系統商需要針對每個終端使用者的系統需求量身訂做，從較為初階的需求如攝錄影、攝影機數量、儲存空間多寡至中階需求如 24 小時不關機持續錄影功能、中央控制功能等，而產業類別影響選擇的現象主要出現在高階需求上，例如有高人流車流並設置自有停車場的場域，在高階需求上會特別需要虛擬圍欄以及車輛計數功能，以維持訪客安全以及人流控制。</p>	
<p>二、主題發展機會</p> <p>印尼近年之經濟及基礎建設正大幅成長，除政府規劃之各式公共設施之外，因經濟發展而帶動之消費型建設也越發蓬勃，除了製造印尼當地工作機會之各式廠房外，旅遊景點、大型商場、遊樂園等觀光旅遊設施也越來越多，相應衍生的安全管理、維安保全之需求也成為必要建設之一。</p> <p>進軍印尼的監控系統市場，以時間點看來已略嫌稍晚，但經本院之商情研究與針對印尼終端消費者的深度訪談結果發現，印尼監控市場之中高</p>	

107 年度優質平價新興市場精進方案 8 月重要成果發現與商機摘要表

階功能市場區塊仍有發展空間與開發機會，對於尚未安裝監控系統之終端使用者，可針對不同業態和產業別之功能需求提供硬體及後端系統等相應服務，而現已安裝監控系統之終端使用者，則可提供硬體及軟體的升級服務，優化該終端使用者的中高階監控系統功能。

監控系統的中高階功能涵蓋甚廣，舉凡中控系統、警報系統、手機聯動、車輛計數、車牌辨識、人臉辨識、虛擬圍欄、黑名單過濾等均為其範疇，因技術層面與後端整合的的難度均高，故中高階功能比起一般的簡易攝錄影功能及硬體規劃更需要高專業度與量身打造，並且於系統後台建立整合架構。

目前印尼監控市場正處於類比訊號轉數位訊號的階段，許多企業行號皆進行投資數位監控設備。根據訪談結果，價格考量通常是採購的重點，雖然產品規格五花八門，但往往僅需要最基礎的功能即可。另外，印尼的網路基礎建設對於數位監控有決定性的障礙，網路速度及訊號不穩定往往對於產品發揮的功能造成一定的阻撓，國外品牌布局印尼市場時也受限網路環境不穩，因此如 Dahua 等品牌推出線下也能夠儲存資料及影像的商品規格，獲得當地使用者的好評。

三、對我國產業或企業建議

現今監控設備的應用不僅僅用於錄影及收音，更大的功能在於預測、分析、即時反應等增值服務，因此品牌商自身的硬體整合能力以及售後服務顯得特別重要。正因應印尼政府之建設需求以及印尼當地民眾消費行為與監控系統功能需求改變的當下，在印尼之監控系統市場的中高階系統功能以及監控系統後端之系統功能整合兩個區塊產生市場需求，以此兩個面向為發展基礎，進場印尼之監控市場除了競爭對手相對較少之外，亦可有效解決現有市場常見之產業問題，進而有效發展其獨特性與重要性，並針對印尼監控系統市場中已配置監控系統的終端消費者之優化與整合需求，以及提供新進客戶專業諮詢，並針對其系統功能需求提供相應之監控產品。

經印尼終端使用者之使用習慣與意見反饋，得知印尼市場之終端使用者因業種、業態之差異會影響其於監控系統上之功能選擇，此調研結果亦能有效歸納出該產業大致的功能需求及購買需求，並依照終端使用者所需之頻道數（監控系統於指定場域所需安裝的鏡頭數）區分其規模，再進行規模分類與產業評估，並交叉對照其業種、業態與產業需求，加速理解終端使用者可能的監控系統需求以利後續整合。

107 年度優質平價新興市場精進方案 8 月重要成果發現與商機摘要表

監控系統的整合方面，早期已安裝選購監控系統的印尼終端使用者，僅有少數終端使用者的攝錄影器材與其背後監控、中央控制、智慧分析等系統採用同一家品牌，多數的終端使用者表示，現下自家的監控系統都存在因硬體與後端系統軟體來自不同廠牌，而產生媒合不順或是規格不齊的整合問題。因此建議臺灣監控系統產業的商機可著重於監控系統之後端系統整合、介面系統優化、客製化系統媒合服務等區塊。