

107 年度優質平價新興市場精進方案
1 月重要成果發現與商機摘要表

主題別	當地市場商情分析
國家別/城市別	汶萊
產品別	運動健身商機
作者	商業發展研究院 商業發展與政策研究所 傅中原/CyfFu@cdri.org.tw
<p>一、主題現況</p> <p>運動健身商機可區分為「球類」、「一般體能運動、體操或競技比賽用物品及設備」以及「其他運動用品」等類別。</p> <p>根據 International Trade Centre 統計資料顯示，從 2013 年至 2015 年，汶萊的運動健身產品類別總進口金額為 9,216 千美元。雖出口規模較小，但我國在此類別中僅落後中國大陸與泰國，代表我國運動健身用品在汶萊市場具有一定的銷售實力。</p>	
<p>二、主題發展機會</p> <p>(一)汶萊蘇丹極力推廣國民運動</p> <p>汶萊因為福利水準高，油價便宜而且家家戶戶均有多部汽車，導致當地國民幾乎都採開車進行上班購物等。此外，由於汶萊民眾喜好美食，因此飲食多偏甜食與油膩食物，特別是每月政府發薪日後，幾乎都會上餐廳消費，因此，肥胖、心血管疾病已成為汶萊的國民疾病。</p> <p>據汶萊衛生部長於 2017 年 9 月 29 日世界心臟日提到：大約有 10% 年齡介於 40 至 69 歲的汶萊民眾，在未來 10 年內罹患中風或心臟疾病的風險機率將超過 30% 以上。另外，根據汶萊衛生部(2012)統計，汶萊國內 81% 男性沒有運動的習慣，94% 的女性更是屬於無運動族群，即使有運動習慣的人，每週運動量也未能達到建議最低標準。</p> <p>為了減少汶萊國民罹患肥胖與心血管疾病等問題，同時降低國家對於國民醫療的支出。從 2015 年起，汶萊蘇丹公開宣布將全國國民努力降低肥胖問題列為蘇丹政府重要達成目標。之後，汶萊蘇丹多次召集皇室成員出席國民運動競賽，如自行車賽等活動，以彰顯蘇丹欲推廣全民運動的決心，例如 2016 年 10 月 30 日汶萊舉行一次大型</p>	

107 年度優質平價新興市場精進方案 1 月重要成果發現與商機摘要表

的自行車活動，並由汶萊蘇丹帶領皇室成員與約 2,000 名國民共同參與活動。

(二) 皇室階級與富裕國民喜愛高爾夫、騎馬與馬球等活動

現今汶萊皇室與富裕階層內的國民均喜愛高爾夫運動，而汶萊 Jerudong 公園裡的高爾夫球場具備國際級 PGA 規格的比賽場地。但該高爾夫球場同時採會員制，會員大多為國境內富裕民眾與皇室。

另外，馬球也是當地貴族階層喜愛的活動之一。馬球玩法是由兩隻球隊，各隊 3 人或 4 人騎在馬上揮動馬球桿擊球，以攻球入對方球門為目的的團體競賽活動，而汶萊蘇丹亦是國家馬球代表隊一員。根據汶萊星洲日報報導，2017 年東南亞運動會，雖然汶萊蘇丹因年紀因素，不再代表國家出賽，但將由汶萊王子 Abdul Mateen 代表國家出賽。可見馬球運動與騎馬活動相當受到汶萊國家皇室的重視與喜愛，甚至可稱為汶萊皇室專屬運動。

(三) 汶萊國民逐漸接受如足球、自行車等運動項目，規模較小但成長可期

雖然汶萊民眾對於運動興趣較小，但對於足球等球類運動也逐漸可以接受。目前汶萊已經有國家級足球聯賽，名為「汶萊足球超級聯賽」，成立於 2012 年，目前聯盟內已有 10 隊，也與我國足球隊交手。雖然規模相較於東南亞其他國家小，但整體來說，足球運動的風氣仍較其他球類運動盛行。

另一項具有商機的運動活動為自行車。汶萊於 2016 年 10 月起訂定每周日上午 6 點至 10 點為「我的城市無車日計畫」，規定首都境內會劃分某一區域限制車輛進入，以提供給民眾行走、騎自行車、晨跑等運動，目的係希望能夠透過導入無車日的概念，讓汶萊國民能夠多透過外出活動以改善身心健康。

三、對我國產業或企業建議

(一) 可深入瞭解汶萊不同消費族群喜愛的運動用品種類

107 年度優質平價新興市場精進方案 1 月重要成果發現與商機摘要表

雖然汶萊的國民所得相當高，但因為財富過度集中於皇室成員，使得一般國民人均所得不如統計數據亮眼。因此，對於一般國民喜歡的運動項目與皇室運動差異頗大，建議業者可先從較平價的運動用品先進入汶萊當地市場，例如與自行車相關的用品，如安全帽、機能衣、頭巾、護膝，甚至是自行車配件亦可先少量進入當地試水溫。

不僅男性與女性消費者喜愛運動之用品也有相當大歧異，消費者體型亦需要考慮。根據前述，汶萊消費者有肥胖等健康問題，若業主想出口自行車用品或其他運動用品進入汶萊當地，則需考量消費者體型尺寸等問題。

(二)建議業者應深入掌握汶萊進出口相關關務程序

根據汶萊(2016)最新貨品關稅規定，我國運動用品進入汶萊是不需要課徵關稅，意味我國產品可與其他東協國家相抗衡，不會因我國沒有與汶萊簽署任何貿易協定而造成我國業者與其他國家之業者有不同的國民待遇。

除了關稅之外，非關稅貿易障礙如配額、進口許可證、行政指導、外匯管制、進口保證金、國家標準、海關估價等等措施均屬之，這些措施將也會對於出口商造成不小的法遵成本，甚至容易造成業者因違反當地法規而受罰。建議我國欲出口當地之業者應注意當地貨品進口相關規則，以順利拓銷我國優平產品至汶萊。

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

主 題 別	新加坡智慧國度商機
國家別/城市別	新加坡
產 品 別	資通訊產業
作 者	商業發展研究院 行銷與消費行為研究所 王凱駿/kennynnek123@cdri.org.tw
<p>一、主題現況</p> <p>新加坡政府在近幾年制定了政策，希望將新加坡打造成「智慧國度」(Smart Nation)，並且成立「智慧國家計畫辦公室」(Smart Nation Programme Office)，期望能夠在將新加坡打造成東南亞地區，甚至是全世界首屈一指的智慧應用大國。自 2014 年年底以來，新加坡的「智慧國家計畫辦公室」主導許多智慧應用的專案，如智慧醫療、便利生活、大眾運輸、公共服務等等，不僅在新加坡國內效果顯著，更將其應用的成果擴散到周圍其他東協國家。</p> <p>在智慧運輸方面，新加坡是全球第一個將無人駕駛計程車正式經營載客的國家，也已成功將數位科技導入大眾運輸工具，不僅大幅提升公共運輸的載客效率，也有效的預防駕駛疲勞狀況的發生，並且降低工安意外的機率。藉由 GPS 和其他監控工具，執行單位可精準的掌握每一輛公車的路線、速度、載客量以及交通狀況，即時反映緊急狀況及維護乘客安全，達到有效舒緩交通壅塞的問題。</p> <p>在智慧醫療方面，新加坡政府也將數位科技結合醫院的服務，以提供民眾節省時間的醫療體驗。除了提高醫療服務的品質外，智慧醫療規劃中也拓展遠端醫療的便利性，照顧了許多交通不方便的民眾，以及行動不便的患者，醫生可透過視訊診斷的方式判斷病人的病情及用藥狀況，提高了醫療資源的使用彈性及即時性問題。</p> <p>除了上述面向，在能源使用、用電安全等議題上，智慧國度計畫也有一系列的配套規劃措施，搭配環保意識的抬頭，許多節能省電的科技已經有急迫性的理由將實驗室的產品進一步商品化，應用在一般民間企業及消費大眾身上。</p>	

107 年度優質平價新興市場精進方案

1 月重要成果發現與商機摘要表

二、主題發展機會

臺灣的 IOT(Internet of Thing) 產業發展至今已經非常成熟，無論是在 IOT 設備(溫度監測器、光源感測器、路由器等等)的製造及 IOT 的服務(客戶需求理解、客製化提供、售後維修)都非常有經驗，不只大型企業可以做到上述製造，中小企業更可以因為客戶不同的需求提供彈性的服務。在節能的應用課題上，臺灣企業已有能力透過提供整套解決方案，替企業或是產業解決用電問題，例如協助其生產廠房建置智慧控制的系統，達到減少電力成本及效能提升的目的等應用。

針對醫療的智慧應用上，臺灣在偏鄉醫療已有一定的經驗，目的皆為解決偏遠地區及行動不便者的就醫問題，近年在遠端診斷的發展已有突破性的進展，例如偏鄉糖尿病患者的回診問題，可利用內建網路傳輸能力的血糖機，將數據上傳到雲端系統供醫生遠端參考，並評估用藥調整，達到便民及提升醫療資源運用的目標。

另外在大眾運輸或是工業運輸的公安議題上，數位科技能夠應用的層面非常廣，以工業廠房或貨運碼頭中的應用為例，工廠中加工設備及運輸設備常發生因為人為操作的疏失而造成一些意外，例如在碼頭或是廠房中負責駕駛卡車或是運輸車的工人，常常因為其工作內容的單調性及無變化性，造成精神疲勞以及反應遲鈍，臺灣的 IOT 相關業者，若建置一套疲勞監控系統，應用在工廠廠房中或是運輸車裡，監控器發現使用者開始有疲勞的跡象，可以先做預警處理，例如廣播或是座椅震動等，讓意外發生的機率降低，生產的效率可以提高。除了工業用運輸的智慧應用外，未來新加坡政府希望在道路上向汽車駕駛徵收過路費，類似臺灣高速公路收費系統 ETC，嚴加控管民用車的上路時段及單位輛，達到解決交通擁塞的目的。

三、對我國產業或企業建議

針對東南亞地區的智慧應用商機，選擇以新加坡為進入的場域非常適合，原因在於新加坡政府了解到新加坡本身資通訊產業並非強項，在硬體設備的製造仰賴海外各國的商品輸入，因此將發展物聯網相關服務的資源投注在系統整合商上面，再加上新加坡充沛的高端人才，對於發想商品之間整合後商品化的模式非常有幫助，也吸引了許多海外系統整合商(S.I.)進駐新加坡市場。

107 年度優質平價新興市場精進方案 1 月重要成果發現與商機摘要表

臺灣企業以往在硬體製造的研發、製程及改良上已經擁有非常多的經驗，許多臺灣資通訊、醫療器材企業從公司成立之初就是以海外市場的開發為目標，因此在國際化的能量上本身不落人後，但近年商品拓銷的模式已經改變，單純以硬體銷售、代工等傳統獲利模式在現今已經不再適用，海外客戶現在要的並不僅是硬體規格上的開發及採購，而希望的是解決客戶端的實際問題，傳統商品的買賣交易已經不符合潮流，必須將硬體結合系統一同銷售，整合從端(商品)到端(客戶)的整條價值鏈。

我國業者以往單打獨鬥的拓銷模式若套用在現今商場，除了自身探索期長，人力物力耗損，最重要的是商機可能因為無法及時掌握而稍縱即逝。若要趁著這波物聯網浪潮及新南向政策開發海外業務，臺灣企業除了可以利用政府新南向拓銷資源了解目標市場的採購需求，針對物聯網商機的企業可以借力使力的方式與系統整合商合作，以系統整合商(客戶)的需求做為自家商品提案的內容。另外，新加坡智慧國度商機往往跟著政府標案，新加坡政府定期會有公開招標發布，提供當地或跨國企業前來採購投標，我國企業亦可注意相關公告及商機，一旦有適合標的，可連同當地的系統整合商共同提案投標，直接打入當地市場的採購供應鏈。