

泰國電子商務趨勢報告

資料來源：J.P. Morgan、EcomEye、Krungsri Research

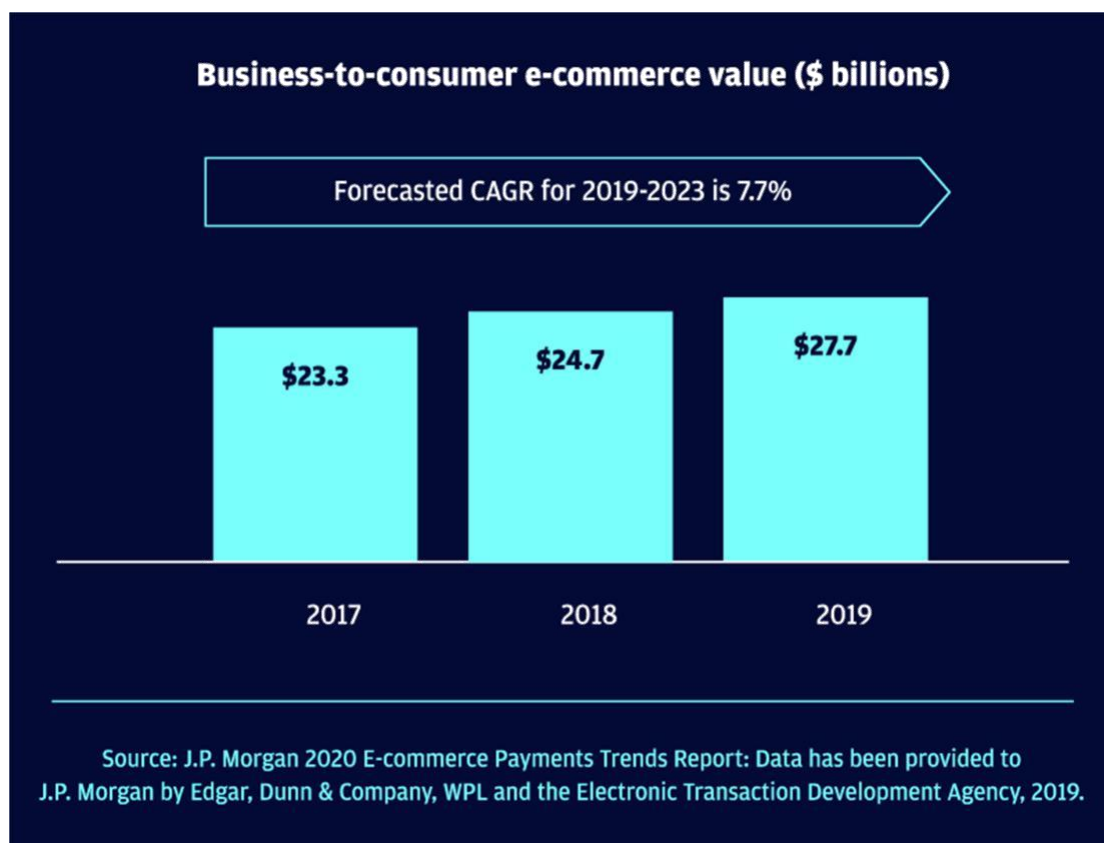
駐泰國代表處經濟組

一、泰國線上購物現況

泰國是一個蓬勃發展的電子商務市場，能快速適應新趨勢，並在行動商務與社群媒體商務部分領先許多國家。依據 J.P. Morgan 2020 年的報告，泰國電子商務僅佔整體零售營業額的 2%，僅 23% 的人口於線上購物。隨著年輕世代增加及社群媒體的廣泛使用，加上智慧手機與銀行的普及，泰國正在快速發展成適合發展電子商務的環境。

然而，電子商務相關基礎設施的缺乏，可能阻礙相關發展，包含泰國眾多島嶼與偏遠的農村和山區，這些地理環境可能使電子商務的交貨困難。國際快遞企業包含 UPS、FedEx 和 TNT 等刻正建立國內快遞網絡，並增加倉庫和本土合作供應商數量，一般商家也逐漸與主要快遞公司建立合作關係以保證產品的交貨速度，最受歡迎的線上購物類別分別是旅遊(佔 57%)、消費性電子產品(11%)和時尚(10%)。

二、泰國電商市場成長情形



泰國的電商 B2C 市場呈現穩定成長趨勢，2019 年市場價值約 277 億美元，預計至 2023 年將持續以 7.7% 的複合年增長率(CAGR)成長。在人均線上消費金額方面，泰國也明顯高於許多東南亞國家。

泰國的電子商務市場由跨國企業主導，排名前三的電子商務網站是 Shopee、Lazada 和 Kaidee，前揭廠商都是擁有先進物流和配送基礎設施的賣家平台，為新進入電商市場的商家提供良好切入點。

依據 EcomEye 統計，泰國較少本土電商平台，與馬來西亞、印尼等不同。2020 年初起由於 Covid-19 疫情及相關防疫措施，消費者更傾向線上購物、使用社群媒體等，使得 B2B 與 B2C 線上購物大幅增加，依據泰國電子交易發展署 (Electronic Transactions Development Agency, ETDA) 的資料，2020 線上交易額達 490 億美

元。

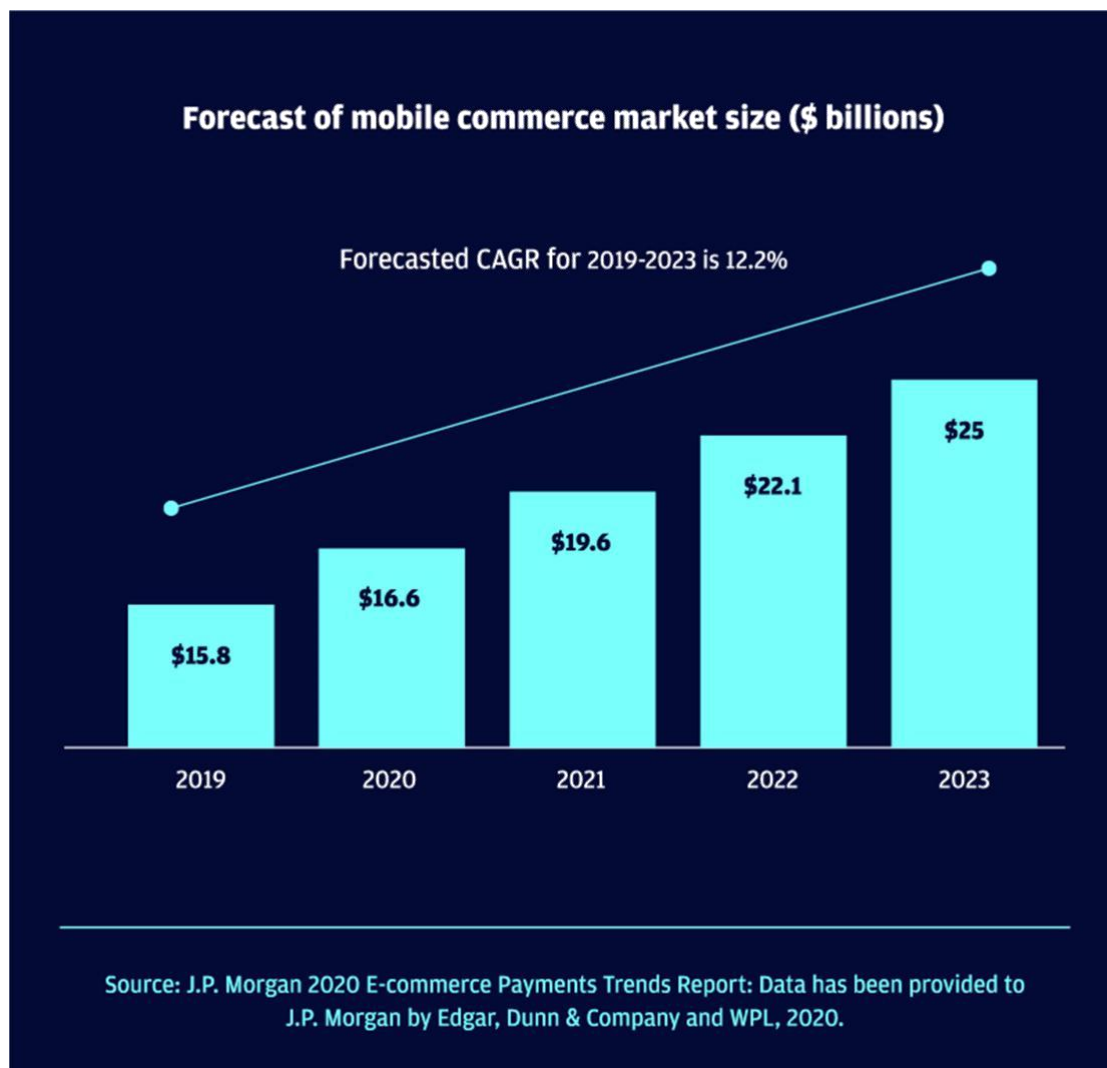
泰國前 3 大電商網站/APP 如次：

- (一) Shopee：每月網站觸及率次數為 5158 萬次，主打任何東西都能在該網站購得，為多合一網購線上銷售平台。
- (二) Lazada：每月網站觸及率次數為 3113 萬次，保證價格便宜與免費送貨服務。
- (三) Kaidee：每月網站觸及率次數為 595 萬次，網站名稱在泰文為「賣得好」，提供免費廣告、買賣房屋、汽車、IT 產品、時尚產品等線上平台。

三、泰國行動商務發展情形

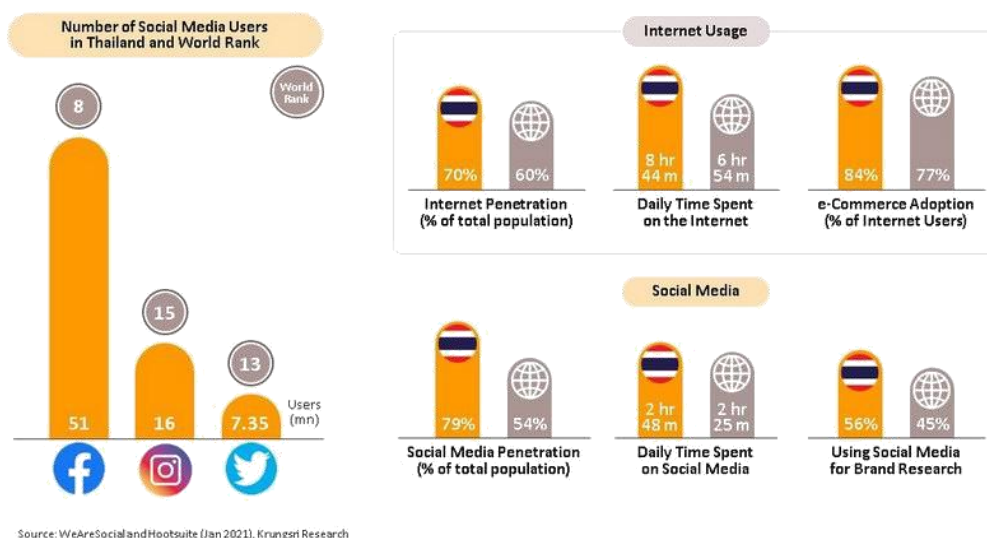
2019 年泰國的行動商務市場價值為 158 億美元，在智慧手機普及率不斷提高及民眾普遍偏好使用行動裝置而非桌機購物的趨勢下，預期至 2023 年可成長至 250 億美元。此外，泰國是東南亞地區網路普及度最高的國家之一，尤其政府制定多項政策提高網路普及度，包含泰國 4.0 政策等。在智慧型手機方面，泰國智慧型手機普及率為 39%，泰國是東南亞地區於行動裝置最活躍的消費者之一。

在直播等領域，泰國相對領先，泰國是全球最大的社群商務市場之一，大約 5 成的線上消費者曾透過 Facebook 或 Line 購買商品，相較於完整的線上購物網站，社群平台購物可協助廠商更便宜的進入市場。



依據泰國 Krungsri Research 分析，共 5100 萬泰國人擁有 Facebook 帳號，使泰國成為 Facebook 全球第 8 大市場，而 Instagram 也擁有 1600 萬泰國用戶，在全球排名第 15。此外，泰國人對前揭平台的參與度也高於全球平均水準，例如在 Facebook 上，泰國用戶平均每人每月發表 8 條評論，而全球平均水準僅為 5 條。

Figure 1: Thai Internet and Social Media Usage Patterns Compared to Global Averages



根據 Krungsri Research 於在 2021 年 3 月 29 日至 5 月 1 日對 522 人進行的線上調查顯示，Facebook 是泰國最受歡迎的社群商務平台，其次為 Line，主要消費產品為服飾、食品和飲料、化妝品、香水和美容護膚品，消費額在 100 至 1,000 泰銖間，大多透過行動支付付款，尤其是透過應用程式連結到消費者帳戶進行支付和轉賬。

四、泰國跨境電商消費情形

跨境電子商務佔泰國整個電子商務市場 30%，約 49% 的線上消費者已透過線上自國外購物，其中中國是在泰國最受歡迎的海外購物市場，其次是日本和美國。另泰國內閣已批准新法案，對年服務收入超過 180 萬泰銖的外國電子商務平台徵收 7% 的增值稅，前揭企業必須在泰國註冊並報稅。



五、電子商務相關法規進展

泰國政府刻正導入電子商務相關法規，並鼓勵使用電子支付系統。另在泰國線上銷售商品或服務需於商業部下的商業發展司(DBD)註冊以獲得相關許可證。另電子商務詐騙是發展電子商務的主要障礙，依據國家電子交易發展署報告指出，超過4成的泰國消費者因害怕詐騙而不在網路上購物。