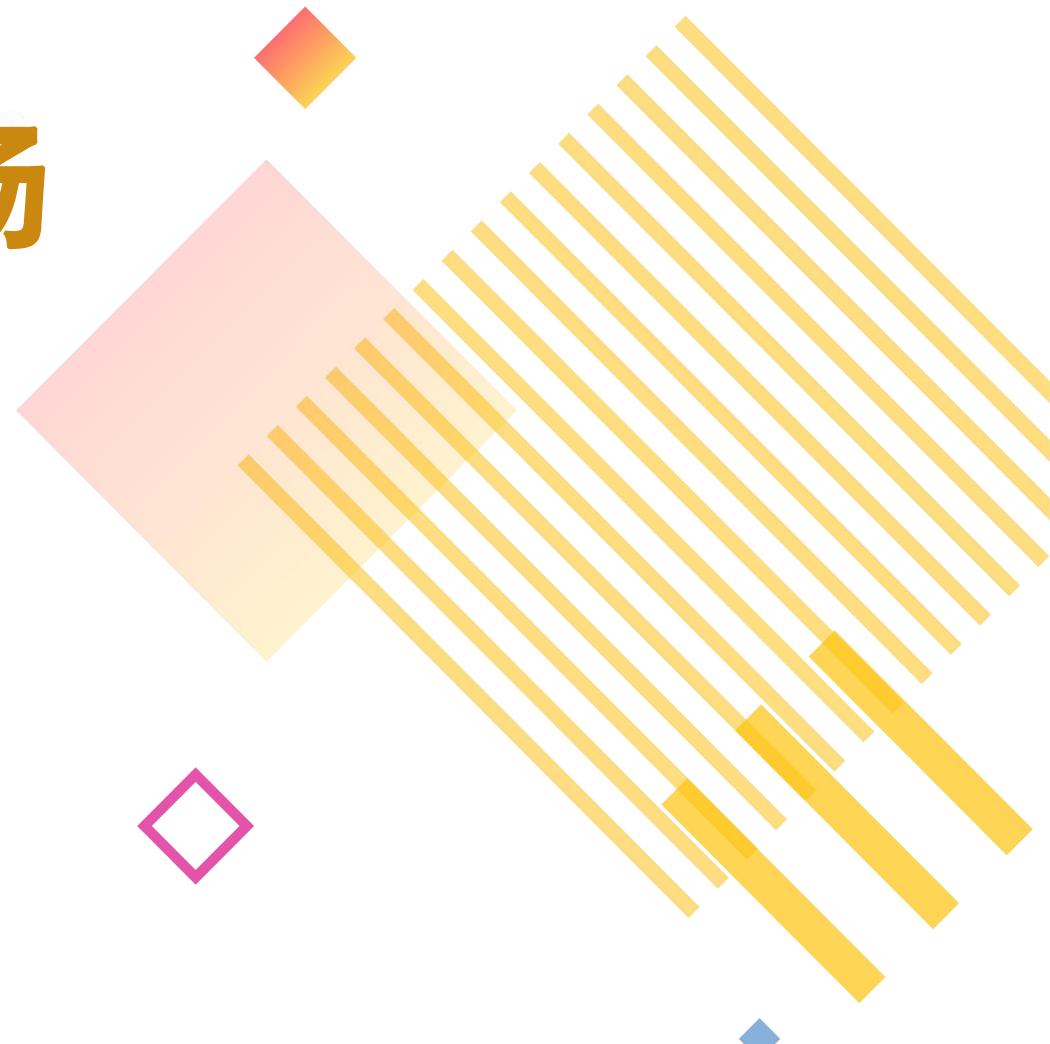
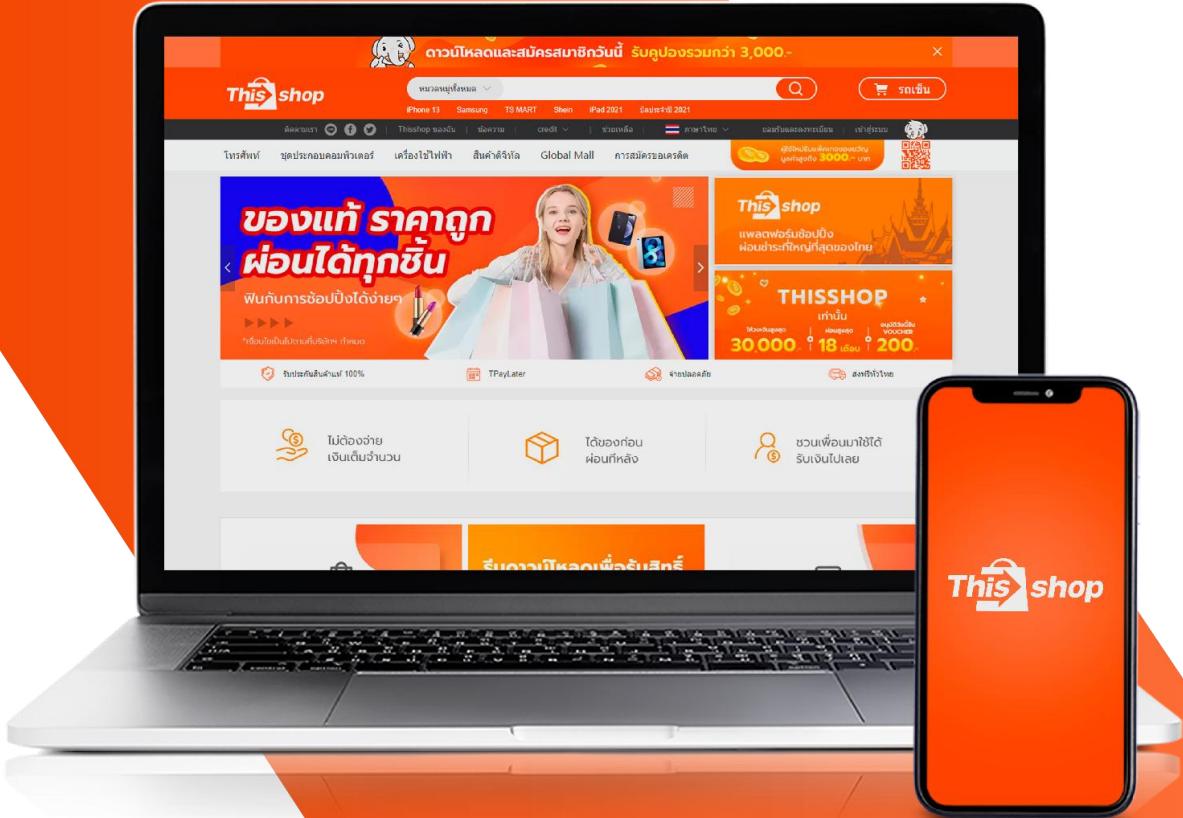


2022泰国数码产品市场 机会解读及招商指引

THISSHOP运营团队





简介

Thisshop集团成立于2017年9月，总部位于中国香港，是一家全球化的电子商务平台。

Thisshop在第一站泰国取得了巨大的成功：Thisshop-TH首创“电商+先享后付BNPL+物流仓储解决方案”一站式服务；近一年贸易额已经达到一百亿港币规模，未来将全球战略布局新国家站点。

定位

创立至今，本着用户至上的原则，以创新科技和优选供应链双涡轮驱动，致力于用创新的“先享后付BNPL”+100%正品保障的特色服务，为海内外品牌商实现生意规模的强劲增长，为全球用户提供更优质的购物体验。

核心

致力于通过本土化运营来服务高商业价值的年轻用户群体。

发展历程

DEVELOPMENT TIMELINE

2018年

- 02月 — 泰国站正式上线运营
- 03月 — 泰国站APP上线

2020年

- 01月 — 注册用户数突破100万
授信用户数突破30万
- 07月 — 启动Thai MCN项目
- 09月 — 注册用户数突破200万
授信用户数突破50万
- 10月 — 通过APPLE美国官方授权初审
- 12月 — A轮获乐信集团数千万美元投资
(NASDAQ: LX)

2017年

- 09月 — Thisshop Group成立

2019年

- 03月 — 于深圳成立海外事业部Global Mall
- 05月 — 与华为达成战略合作伙伴，共同签订AI、大数据方面合作
- 09月 — 与OPPO, VIVO, HUAWEI, HAIER, SHARP, MIDEA等多家全球知名企业达成战略合作
- 09月 — 开启Ustore线下店业务，O2O模式走进线下校园
- 11月 — 主办ThisshopAMBASSADOR AWARD 2019 校园大使选美大赛
- 12月 — 正式开放首批中国商家入驻

2021年

- 02月 — 赞助泰国电影《滚蛋吧，肿瘤君》
- 03月 — 在售SKU总量突破1400万
- 05月 — 联合泰国卫生部发起捐赠100万个口罩和50万瓶洗手液和1亿泰铢购物卡
- 10月 — 注册用户数突破340万
授信用户数突破70万
- 11月 — 签约明星Min Pechaya为平台代言人

“

泰国用户基础：人口多、互联网渗透率高

6988万

泰国总人口

7189美元

2021年泰国人均GDP

4859万

泰国互联网用户数量

69.5%

泰国互联网渗透率

5501万

智能手机用户数

泰国电商基础：在线支付、消费需求迅猛增长”

56亿美元

泰国电商市场规模

41%

泰国电商市场年复合增长率

2500万

银行账户拥有者
(良好的支付条件基础)

90%

每天上网人数占比

9小时11分钟

用户平均每日在线时长

产品类别	消费增加	消费不变	消费减少	(消费增加- 消费减少)
包装食品和饮料	54%	36%	9%	45%
电子消费品 如智能手机配件和智能家居设备	50%	38%	11%	39%
家居生活用品 如小型家电和家庭用品	43%	43%	15%	28%
护肤和化妆品	41%	40%	18%	23%
时装和配饰 如包包、鞋履、街头潮服和运动休闲服装	34%	41%	25%	9%

HKTDC 研究最近进行的一项调查显示，未来3年（2022-2025），88%的受访泰国消费者计划在电子消费品方面增加开支，或维持现时的消费水平。由于核心产品日趋普及，加上中产消费者乐于采用新技术，无线耳机和智能穿戴等周边产品的需求正迅速增长。



200-400泰铢



200-800泰铢



200-800泰铢

1 无线蓝牙耳机、智能手表等一直是跨境热销类目，在未来阶段也将维持优势。由于下半年雨季到来，居家时间增多，对于游戏机配件、电竞类周边等产品的需求将稳定增长。

2 泰国户外YouTuber露营Vlog吸粉无数，引爆露营热潮，无线蓝牙音响销售量增长迅猛。众多泰国海岛风景秀丽，冲浪等水上娱乐活动丰富多样，户外、便携音响有巨大的市场潜力。

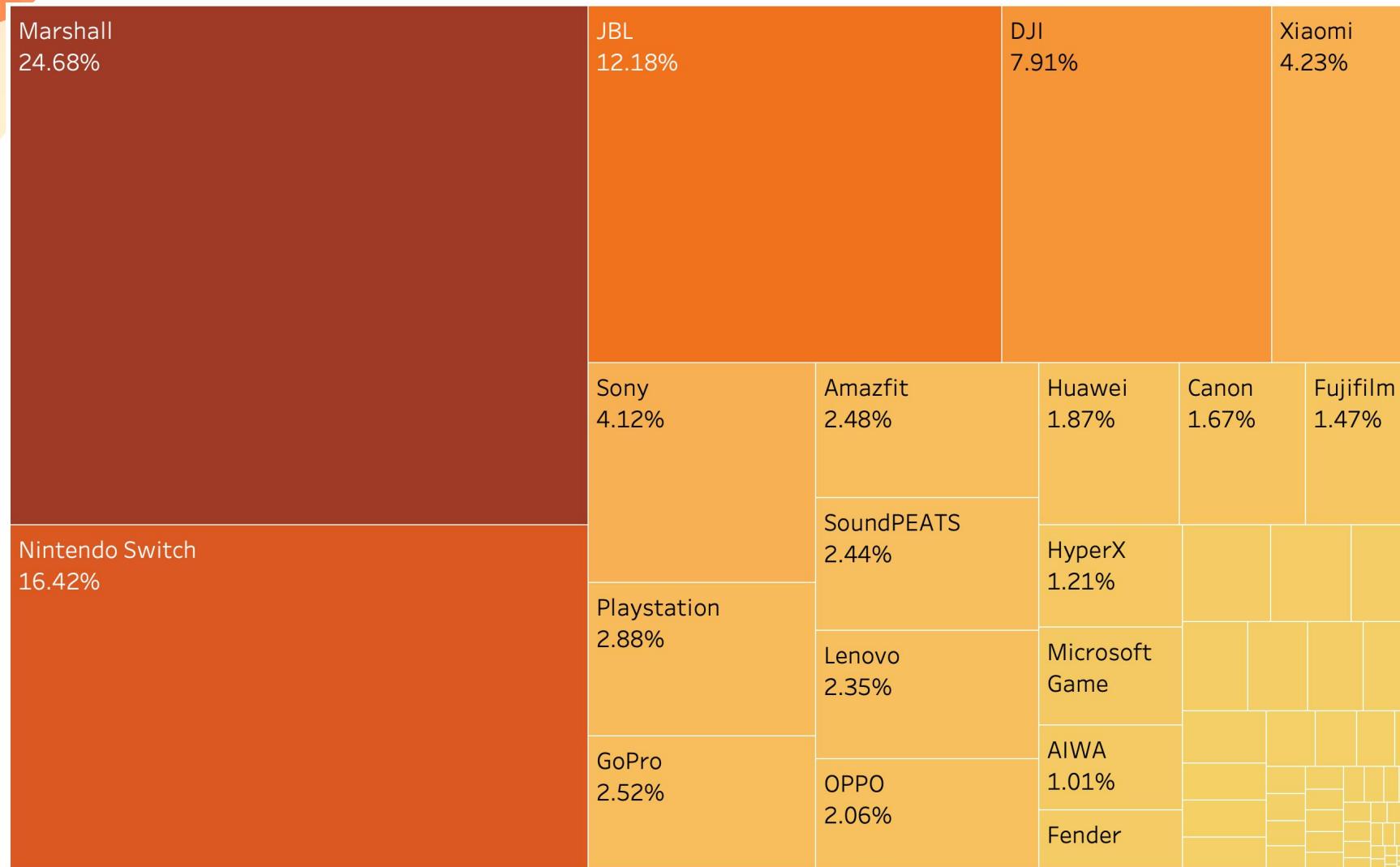
重点类目	主要价格段/泰铢
无线蓝牙音响	500-2,000
无线蓝牙耳机	100-1,400
智能手环	200-1,190
智能手表	200-1,700
Soundbar	200-1,000
游戏手柄	300-1,000

- 现状：

无线蓝牙音响（销量占比35%）、品牌游戏主机（销量占比15%）、无线蓝牙耳机（销量占比11%）、为目前平台电脑类目的主营二级类目，其中音响，耳机，智能手表，游戏主机占主要销售大头。

- 趋势：

- 户外音响需求增多，在原有的销量基础上仍有更大的增加空间(主要特性：低音，蓝牙，可插卡，RGB灯光，防水)。
- 游戏主机类配件有较大的增长空间，销售产品集中在手柄和手柄保护套



数码类目中马歇尔，任天堂，JBL三大品牌销售金额占比超过一半；小米、华为与联想等品牌比较有潜力，在产品线方面需要进一步扩充。

用户主要为18-30周岁的年轻用户为主，属于典型的Z世代和千禧一代人群

用户性别分布

女性-54%



男性-46%



- ◆ 男性和女性的比例4:6
- ◆ 用户人群中71%是学生，29%是职场白领。
- ◆ 数码类目热销客单价约500-1200泰铢

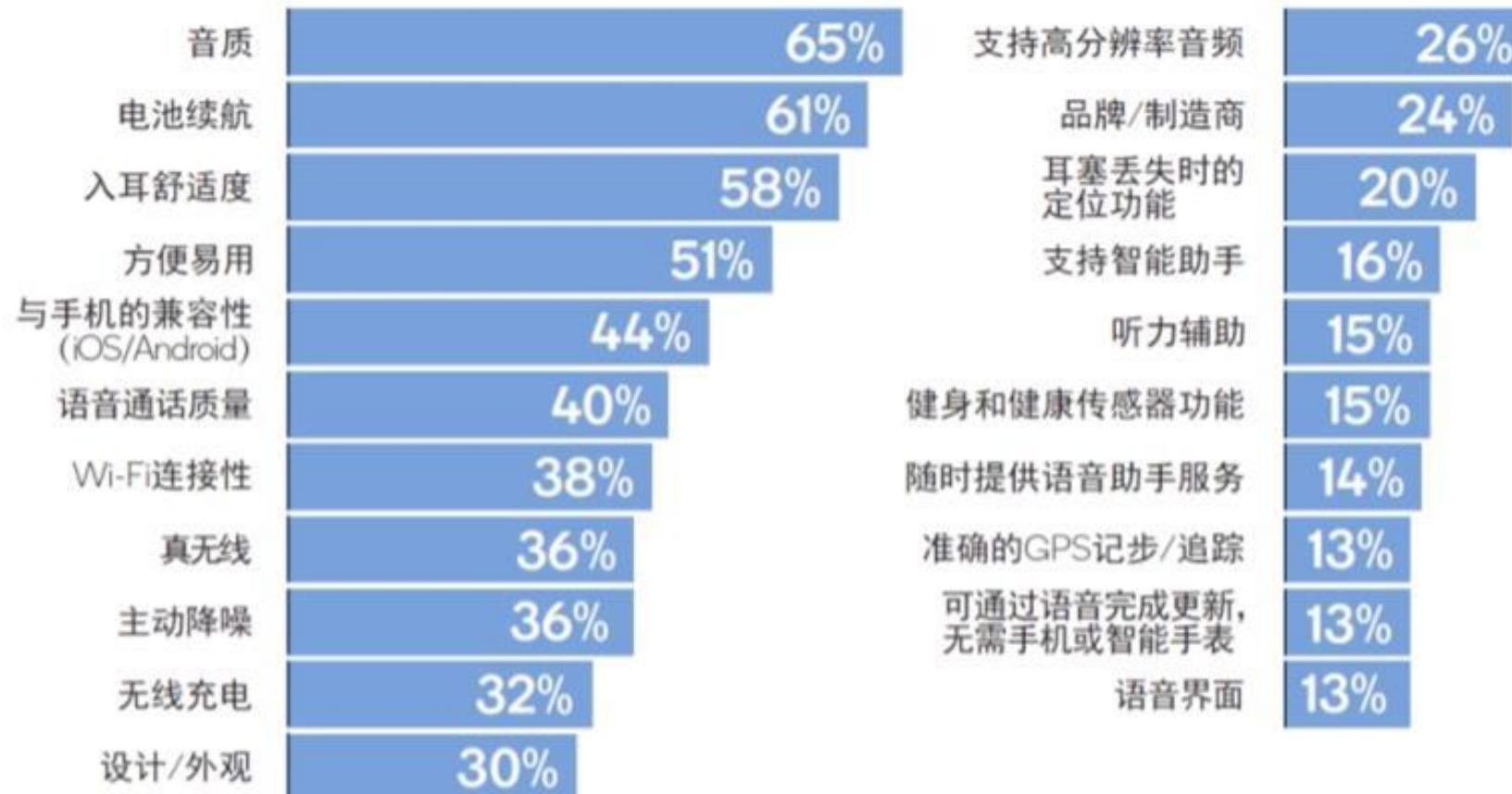
用户职业分布

学生-71%



白领-29%





- 核心痛点：稳定性、低延迟、简易性
- 升级方向：音质、降噪、续航

品牌分类	样式	价格区间	性能参数	降噪效果	续航时长	知名度	
国际品牌			>2500.-	芯片：苹果/高通 传输：由两个耳机通过蓝牙组成立体声	主动降噪	30H续航 快速充电	高
国际/跨境品牌			300-2500.-	芯片：高通/恒玄/洛达 传输：由主耳转发实现立体声	被动降噪	~20H续航 快速充电	低
非品牌			<300.-	芯片：杰里 传输：由主耳转发实现立体声	被动降噪	<5H续航	低

按总体趋势来看，品牌类可继续推荐JBL、小米、华为的耳机；非品牌类，游戏电竞是比较好的差异点

- ◆ 智能穿戴类目热销趋势商品为智能手环、户外智能手表、品牌智能手表、苹果手表配件等；
- ◆ 价格偏向中低价，注重性价比；

智能手环

价格：热销价格区间200-2000泰铢不等；
属性：NFC、防水、闹钟、可更换表带；
偏好：注重性价比，防水性能；



户外智能手表

价格：3,000-12,000泰铢不等；
属性：GPS地图、防水、防尘、长续航；
偏好：高品质，多功能；



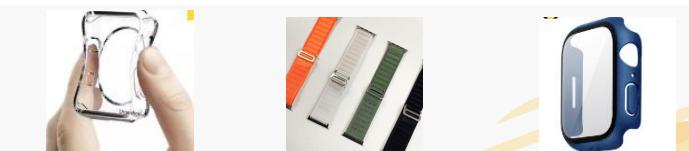
品牌智能

价格：500-3,000泰铢；
属性：多设备联动、NFC、铝制等多种材质；
偏好：中国品牌，功能完备，性价比高；



配件

价格：热销区间从100-300泰铢不等；
属性：尼龙橡胶表带、苹果手表保护壳、苹果手表钢化膜；
偏好：高性价比，喜好透明材质；



- ◆ 音频类目热销趋势商品主要是无线蓝牙音响销售占比超50%，其中RGB类型的蓝牙音响增幅达到类目第一，潜力巨大
- ◆ 音响价格偏向中高端，注重品质

品牌音响

价格：1500-8000泰铢为热销区间；
属性：蓝牙5.0、国际大牌、尺寸较大；
偏好：设计感强、复古风格；



Party 音响

价格：6000-10000泰铢不等；
属性：低音单元，多输入接口，方便移动；
偏好：黑色为主，有氛围灯



非品牌 音响

价格：热销价格区间：200-500泰铢；
属性：样式多样，RGB、防水等；
偏好：外观科技感，符合年轻人喜好，类目增速快，潜力大；



做好数码市场，我认为所有卖家要理解好这三个字，就能做好数码市场。

新

3c数码市场是跟当代科技挂钩的一个市场，掌握好最新的市场行情，才能选到最新的产品，然后利用市场信息差，去降为打击跨境市场。



耳环式耳机



气传导耳机



IP联名款

做好数码市场，我认为所有卖家要理解好这三个字，就能做好数码市场。

细

3c数码市场是也是一个细分的市场，市场分的越细，用户越精准，竞争越小，利润空间就大。



表带



表壳



充电支架

做好数码市场，我认为所有卖家要理解好这三个字，就能做好数码市场。

广

做数码市场，不光只靠一个平台来带来流量，一定要有自己的站外推广，好的数码卖家会在一下地方做好自己的站外推广



➤ 孵化期

第一至三月

- 新店开展前期宣传
- 社区传播活动
- 提高店铺粉丝量
- 专项补贴
- 店铺平台联动营销
- 提高店铺曝光
- 首页&频道流量扶持

➤ 成长期

第四至六月

- 首页&频道流量扶持
- 大促&频道补贴活动
- 利用流量快速转化
- 运营店铺粉丝
- 固定每月粉丝福利
- 上新迭代商品
- 店铺平台联动营销

➤ 持续发展期

七月后

- 首页&频道流量扶持
- 大促&频道补贴活动
- 店铺平台联动营销
- 上新迭代商品
- 提升用户体验
- 提高用户服务

平台活动节奏



1-2月

新年购

春节
情人节
居家好礼

数码频道活动节奏

3-4月

品类活动

3.3品类购物节
4.4超品日

5-6月

惊喜季

5.5上新季
6.6双节大促
品质生活节

7月

年中大促

7.7年中大促
电竞超品节

8-9月

周年庆

8.8IT品牌大促
9.9双节大促
周年庆狂欢

10-12月

年末狂欢

10.10大促
11.11大促
12.12大促

感谢您的观看

感谢！

