

## Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究

# AN OVERVIEW OF MARKETING STRATEGY OF TRUEMOVE H FOR CHINA MARKET

李小英

NARINDA LEERATTANALERD

华侨崇圣大学、中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : racha\_dee@hotmail.com

Received: 23 March 2020 / Revised: 30 April 2020 / Accepted: 2 May 2020

### 摘要

Truemove H 移动运营商，努力开拓泰国和中国市场，为了扩大自己业务。本论文研究的目的是通过对 Truemove H 移动在中国市场进行营销策略。说明 Truemove H 在中国市场的发展，和中国客户的商务来往的情况。Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究，是一种定性研究 (Qualitative research) 为更全面了解 Truemove H 电信运营商在中国市场发展的情况与趋势。论文通过文献分析和问卷调查，对 Truemove H 移动公司在中国市场发展情况进行研究。研究的主要内容包括 4 个方面：(1) 泰国电信业务的背景 (2) Truemove H 移动公司在泰国市场进行营销的情况 (3) Truemove H 移动公司在中国市场进行营销的策略 (4) 中国用户对 Truemove H 公司的产品和服务的满意度。通过调查研究得知，目前 Truemove H 通过经销商 (Dealer) 公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。中国经销商 (Dealer) 在中国线下传统渠道如：最受中国客户欢迎的淘宝网站，实体店等，以及与国内外的公司合作，推销多档套餐特指中国客户使用，并且还通过 Weibo (微博) 和 Wechat official (微信) 推广本公司的服务和产品。

论文通过对 Truemove H 移动公司在中国市场的营销策略研究。目前 Truemove H 移动在中国市场进行营销策略，出现增长强力的迹象，但也有一些服务方面需要提高改进，如提供汉语服务方面还不足够。Truemove H 公司该加强布告栏、短信、网站等信息渠道的汉语服务，提高便捷性而吸引更多顾客，使用本公司的服务和产品。

**关键词：**Truemove H，营销策略，中国用户，中国客户的满意度

## ABSTRACT

Truemove H has worked hard to open up the Thai and Chinese markets in order to expand its business. This report is a study on the marketing strategy of Truemove H in the Chinese market and explore the business relationship with Chinese companies.

A Research on an overview of marketing strategy of Truemove H for China market is a Qualitative data analysis, Data analysis focusing on the marketing activities of the Truemove H in China market. This paper consists of four different parts: (1) The background of the Thai telecommunications industry (2) Truemove H's marketing strategy in Thailand (3) Truemove H's marketing strategy in China and (4) The satisfaction of Chinese customers to the service of Truemove H. Through the investigation and research of Truemove H's services, It appears that Truemove H's go-to market strategy in China involves partnerships with local agents, distributing their products through various channels in China, such as Taobao (淘宝网), the dealer stores and Wechat official (微信). In addition Truemove H also collaborate with various companies, both in Thailand and China to offer suitable promotion for Chinese's customer.

Through this paper study, It can be represent the Truemove H was quite well to extended its products in China market. However through the author was analyze the Truemove H's strategy in China, It is found that the company need to improve some business methods and service for Chinese customer. In terms of Chinese services, The company advertises their products by using Chinese promotional materials, especially focusing on online channels such as websites and provide information regarding usage via SMS Including aftersales service in Chinese, to make the customer satisfaction in Chinese market.

**Keyword:** Truemove H, Marketing Strategy, Chinese Customer, Chinese customer satisfy

### 一、泰国移动通信公司的市场经营

泰国电信服务起步较晚，在 1986 年泰国才开始开展移动通信业，由泰国电话组织（TOT 有限公司（大众））和泰国通讯局（CAT 电讯有限公司（公开））两个国有营业机构进行服务。在 1990 年，两个国营机构正式开放了私有运营许可合作制度，即：建设-移交-运营 BT0 (Build-Transfer-Operate) 的管理形式。该模式下，私有商业机构负责融资和建设，完工后将设施所有权移交给政府，随后政府再授予该私有商业机构经营该设施的长期许可。私有商业机构通过向用户收费，收回投资并获得收入共享 (Revenue Shared) 交回给政府，交回比例约为总收入的 20-40 %。当时私人商业机构得到的特许经营范围的第一家公司是 Advanced Info Service 有限公司 (简称 AIS)，使用 NMT 900 为典型的工作频率，及类比法 (Analog) 900 MHz 频段，后来变为 GSM 900 数码法 (Digital)。在 1991 年增加了第二家公司是 Total Access Communications 有限公

司 (简称 TAC 或 DTAC), 使用 AMPS 系统 900 MHz 频段为典型工作频率, 及类比法 (Analog) Band B, 后来变为 GSM 1800 MHz 频段。开始期间移动通信市场竞争还不太大。而且消费者承受移动通信的服务费也很高, 例如: Advanced Info Service 有限公司 (AIS) 的服务资费包括客户注册费 1,000 泰铢、移动通信号码的月租费一个月 500 泰铢这些费用还没包含语音通讯费, 除此以外还有通话费包括国内之间的后付费套餐每分钟通话费约 3~12 泰铢, 预付费每分钟的通话费约 5.5~12 泰铢。当时, 市场发展缓慢, 市场需求低且人均收入较低的情况下, 绝对属于奢侈消费。因此, 移动通信的普及率只有 3~5.83 % (100 人次算), 收入低以及偏远地区的消费者还没有机会使用移动通信服务。2005 年, 泰国官方开始颁发许可证, 开放电信市场经营业务, 获得许可证的企业可以自由发展移动通信服务, 并且在 2006 年官方的电信改革业务的股本条件下, 允许外国投资能够将股本从 25 % 增加为 49 %。2012 年泰国的 2.1GHz 商用电信频段成功拍卖, 标志着泰国首度进入 3G 时代。泰国的移动通讯业务如火如荼的发展, 推动了泰国电信行业的快速增长。3G, 4G 时代泰国移动市场的竞争将进一步升级。泰国三大运营商 AIS、TRUE、DTAC 都成功获得牌照之后, 开始开展扩大信号与网络覆盖范围。在 2018 移动服务和网络覆盖全国城乡各地使泰国移动通信普及率已达 118 %。

目前, 泰国有五大移动通信提供商 (Mobile Network Provider), 包括三大私营公司 (AIS, TRUE, DTAC) 和两家国有企业 (State Enterprise) 公司 TOT 和 CAT)。Truemove 或 Truemove H 是 True Group 集团旗下的电信服务品牌。泰国移动通信与各大媒体均由泰国国家广播和通信委员会 (National Broadcasting and Telecommunication Commission, 简称: NBTC) 部门管理\*, 其权力和义务是为了协助国家和消费者进行维权以及频谱分拨。泰国移动运营商提供移动通信服务的业务基本包括后付费和预付费, 两类都要求消费者注册使用 Sim 卡的身份证明 (Identification), 都是为了维护消费者、国家的安全 (Nation Security) 和社会大局持续稳定。

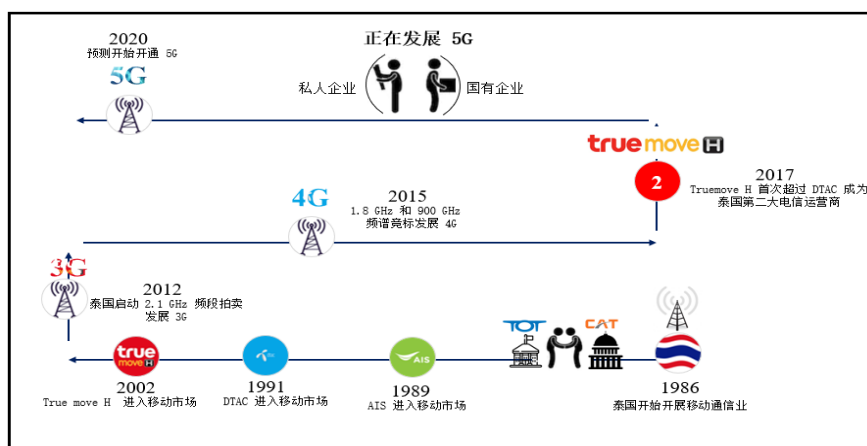


图 1-1 Truemove H 移动通信供应商在泰国市场的发展展示图

\*

泰国国家广播和通信委员会 (NBTC) 是泰国电信主管机关以及电信产品和电信网络的主管, 其属于政府部门性质, 具有行政处罚的权力, 在其国家具有相当的权威性。而 NBTC 认证, 也是代表产品合格的一个重要标准。



图 1-2 目前泰国有 5 家电信集团

随着 4G 技术市场已经趋于成熟移动面向 5G 的电信，当前泰国运营商已经准备开始 5G 试验网络，预测在 2020 才能真正推出 5G 网络服务应用。

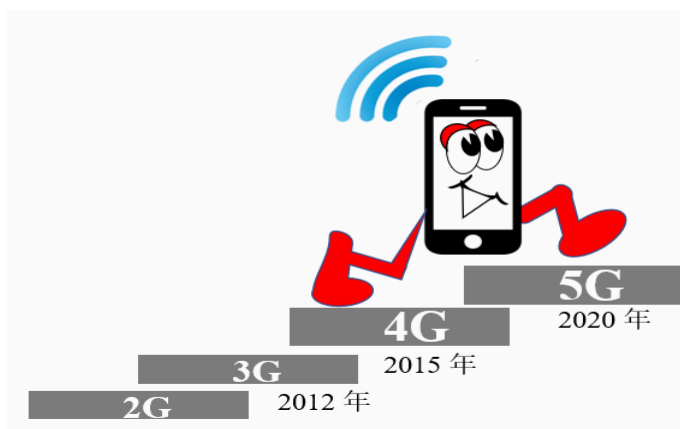


图 1-3 泰国 3G, 4G 移动网络技术发展的过程

泰国三家主要的私人移动运营商，即高级信息服务（AIS）、True 和 Dtac Corporation（TRUE），市场份额分别为 46.00%、30.80 %和 23.20 %。2008-2013 之间，TRUE 在收入市场份额方面一直遥遥领先，主要是因为它是最后一个进入市场的供应商。然而，2014 年 6 月，中国移动同意购买 18%的 TRUE 股份。凭借强大的财务支持，TRUE 开始瞄准 33%的市场份额。

## 二、Truemove H 移动公司的背景和发展的趋势

### 1. Truemove H 公司的背景

True Group 于 1990 年 11 月 13 号成立，首次注册公司的名称为 Telecom Asia Corporation（简称 TA）作为固定电话服务商。后来 True 或 True Group 扩展电信业务到宽带、移动通信、有线电视以及端到端的电信技术。True Group 是正大（CP）旗下的一家公司，正大集团（Charoen

Pokphand Group 简称: CP ) 的业务范围大家非常熟悉的有便利店 7-ELEVEN, 此外包括农产品、粮食、超市 (Makro, Lotusetc.)、地产、金融、电子商务、物流、汽车涉及到电信行业是 True Corporation 公司电信服务商 (Service Provider)等方面。由正大集团 (CP) 控股约 50.65 %、2018 年 3 月中国移动通信持有 18 % 的股份成为第二大股东。

Truemove H 公司进入移动市场初期, 其由正大集团 (CP Group) 与法国大型电信运营商 (France Telecom) 联合开发移动通信行业, 将法国电信子公司 Orange SA 运营商的 Orange 移动品牌在泰国进行业务《Orange 于 1994 年在英国国家成立, 可是在 2000 被法国 France Telecom 大型电信运营商收购作为 France Telecom 的品牌》。在 2002 年正式宣布在泰国作为移动服务商, 品牌称为 TA Orange, 推出的业务范围有后付费和预付费两种类型。两年后由于法国电信运营商 (France Telecom) Orange SA 的母公司, 在欧洲区域超标频谱遇到不利的影 响, 导致财务流动性出现问题。在 2004 年法国电信运营商 (France Telecom) 决定退出泰国移动市场。法国电信运营商 (France Telecom) 退出之后, True Group 决定更改公司名称从 Telecom Asia Corporation 为 True Corporation Public Company Limited (简称: True 或 True Group)而且将 TA Orange 改名为 Truemove, 同时取消了租赁 Orange 品牌名称的资费。后来由于 Truemove H 运营商的频谱许可证很快到期结束, 并且泰国广播及电信局委员会 (NBTC) 频谱竞标 的方案也没有任何进展。因此, True Group 必需寻找另外的方法保持维持其业务, 其结果为在 2011 年决定收购 Hutchison Group (简称: Hutch) 电信运营商, 然后将 Hutch 电信运营商的 850 MHz 频谱许可证发展 3G HSPA 技术, 用新命名的公司名称品牌为 Truemove H 来推广 3G (下文简称: Truemove H)。

目前(2019 年)True 或 True Group 的业务范围包括宽带 (True online)、移动通信 (Truemove 或 Truemove H) 和有线电视 (TrueVisions) 行业, 以及端到端的电信服务商。Truemove 或 Truemove H 在泰国移动市场排名第二, 市场份额约为 30% 其拥有约 2,920 万用户, 但预付费用户约为 2,160 万用户, 剩余 760 万用户是后付费。(สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, [online], 2562)

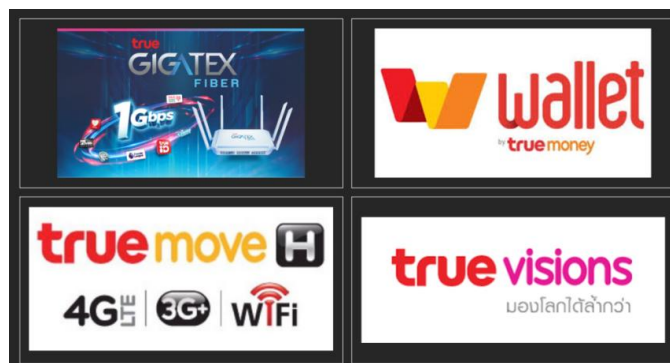


图 2-1 True Group 的业务



## 2. Truemove H 在市场营销的情况和主要策略

Truemove H 是三大私营电信集团当中进入移动市场最晚的，自 2002 年正式宣布作为移动服务商之后。其使用各种各样方法来抢占移动市场份额的存量用户，给泰国移动市场带来了巨大的变化。通过价格策略抢占市场份额：初期 Truemove H（原称：TA Orange）刚创设移动市场时，为了获取用户量其推出各种倡议与便宜的套餐来打破市场。

### 2.1 电信全融合套餐（Convergence）策略

Truemove H 以融合套餐（Convergence）理念的策略为主进行营销。在 2005 年 Truemove H 开始以 True LifeStyle Convergence 理念，推广“Truemove H”业务品牌。在泰国三大私人运营商当中 Truemove H 是最早使用这个策略推出多档套餐的，以便顾客有更多的选择，更能满足用户的各种使用需求。以融合套餐（Convergence）策略取得很大的成功，给 Truemove H 占泰国移动市场的份额快速提升。

### 2.2 销售策略

销售策略包含 2 个方法，一是主动营销（Initiative Marketing），即有销售人员上门推销或直接与客户打电话销售本公司的产品。二是被动营销（Passivemarketing），即提供客服热线，解答客户的来电咨询或客户到公司的实体店（Trueshop）时提供服务，以及提供网站和客户申请服务（Application），方便顾客购买公司的产品。

### 2.3 忠诚营销（loyalty）的策略

忠诚营销(loyalty)也是 Truemove H 移动的重要营销战略内容之一。Truemove H 在 2004 年开始发展忠诚顾客的策划，推出 All together Bonus 优惠活动方案是积分体系活动，每月用户付费后累计积分奖励（Bonus）。后来推出“用户特权”Privilege True you（True black card 和 Red card）用户可以通过积分（Point）兑换产品或服务。



图 2-2 True Group 的用户特权

泰国有三大电信集团，由于 True 是三大私营电信公司最后进场，一直以来泰国 AIS 移动排名第一，Dtac 排名第二，而 True 或 Truemove H 在 2002 年刚进入移动通信市场时，排名第三名。因此，其在移动技术市场增量用户的努力不能放松，Truemove H 使用各种各样方法而策略来抢占移动

市场份额的存量用户，推出各种倡议与便宜的套餐来打破市场。Truemove H 通过所有的努力，而这几年来由于泰国国家广播和通信委员会 (NTBC) 进行频段专营权招标之后，True Group 成功获得电信牌照的招标，业务飞跃发展。在 2017 年 (3G 时代) 超过 Dtac 成为泰国第二大私人电信运营商。

### 3. Truemove H 在中国市场发展的情况与策略

泰国是中国游客喜爱的出境游目的地之一，根据泰国旅游和体育部报告显示，在 2018 入境泰的中国游客全年达到 1,000 万人次，占各国来泰游客约 30%。在泰国如何打电话、上网是中国游客普遍关心的问题，为使中国游客在泰国期间通信便利，泰国三大电信运营商在泰国国际机场如：曼谷素万那普机场、廊曼机场、清迈国际机场等设立了专柜，增设了中文标识，方便中国游客按提示购买手机卡。

中国游客大量来泰旅游的形势下，泰国三大私人电信运营商开始对中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国游客。Truemove H 在竞争中处于比较优势的地位，公共 Wifi 覆盖泰国全境各大机场、商场、连锁餐厅、公共娱乐设施等，速率几乎跟移动 4G 一致，网速快，全年免费，有卡就能用，此外 Truemove H 的手机套餐卡上有英文和中文，方便中国游客使用。

#### 3.1 Truemove H 对中国用户进行营销的情况

2004 年 Truemove H 开始对游客营销推出 Welcome SIM 卡，让游客享受免费拨打旅游热线电话询问旅游知识，免费拨打泰国旅游警察电话报警。

由于这些年来泰国的旅游业继续呈高速增长，游客数量继续提升尤其是中国游客，自 2014 年中国游客持续加大数量入境泰国旅游成为来泰国游客首次最高数量的时候，Truemove H 也开始通过中国经销商在微博网站推广促销本运营商的 Sim 卡和套餐，推广给用户知道购买的渠道和网络服务覆盖范围以及为游客提供泰国的旅游景点和饮食地点。此外，在微信软件建设微信公众号 (Wechat official account) 推广促销 Truemove H 的 Sim 卡，提供本运营商的业务知识、价格、网络套餐以及建设的 True Thailand Tourist App 有两种语言是英语和汉语，为了顾客更了解它的业务、套餐、连入 Wifi 方法、热线电话、营业厅地点以及旅游和饮食方面。

对于中国用户的营销 Truemove H 将预付费的 Sim 卡为主进行促销，如 8 天使用时长的套餐或免费使用微信 (Wechat)、QQ 等套餐。但如果驻泰的中国用户，一般与国内的用户同样的套餐使用。

##### 3.1.1 对中国游客提供的优惠

在 2016 年 Truemove H 携手泰国汇商银行 (SCB) 推销 Truemove H Sim 卡特权，本运营商的用户在素万那普、廊曼和普吉国际机场通过泰国汇商银行 (SCB) 外币兑换免费获得零钱包；Truemove H 与皇权免税 (KING POWER) 合作举行营销活动推出 Truemove H 的游客卡用户特权。用户

拨打 \*878\*6010# 的 USSD 信息获取皇权免税 (KING POWER) 优惠券抽奖机会, 获取高达 1,000 泰铢优惠券, 能在皇权免税 (KING POWER) 店购买产品。这些活动为了顾客更多认知本运营商的品牌。

在 2017 年联合泰国购物中心 (Central Group) 推出购物优惠活动, Truemove H 的游客卡用户在泰国 Central Plaza, Central Festival 以及 Central World 指定分店消费满 2,000 泰铢免费送 Harnn 礼盒一套 (得价值 670 泰铢); 在圣诞节和元旦节提供 Truemove H 游客卡特权, 给用户升级移动流量从 2.5GB 为 3 GB。

2018 年 Truemove H 参加欢庆春节推出活动, 提供使用 Truemove H 游客卡的用户升级移动流量从 3 GB 为 6 GB (100 泰铢) Truemove H 与中国腾讯 (Tencent) 是中国最普及的微信 (WeChat) 媒体应用的服务商合作推出预付费的 “TrueMove H WeChat Go SIM” SIM 卡 (Thitirath Kinaret, [online], 2019), 为了中国游客到泰国旅游之后能无限流量上微信 (WeChat) 沟通, 包括免费拨打泰国国内、中国、香港和台湾这些地区 20 分钟以及可以通过 Truemove H 4G 网络享受上中国娱乐频道的 Lingcod TV 的便利条件。此外, 还推出 TrueMove H & Grab 客户特权, 可获得 3 次 100 泰铢打车优惠。对于许多客户来说, 在国外旅游时, 最担心的一个方面就是不认识路, 游行计费是旅行者遇到的最常见的问题。但使用 Grab, 坐车之前顾客就知道乘车的资费。

### 3.1.2 提供中文服务

以前 True 提供两种服务语言: 泰语和英语如客服人员、网站、短信等。后来增加了一些其他语言, 如: 日本、汉语、缅甸语等。其提供 24 小时客户服务热线和客户网站服务。顾客可以通它的服务热线电话对本运营商的产品如移动网络、宽带网络和有线电视服务质量的提升进行反馈或提出意见、建议, 询问业务知识、网络和计费等问题。除此之外, 顾客可以通过即时通讯客服渠道与客服人员在线聊天或到本运营商遍布全国各地的营业厅进行咨询以方便顾客沟通。



图 2-3 Truemove H 提供的语言

## 3.2 Truemove H 在中国市场发展的策略

### 3.2.1 Truemove H 移动公司与中国移动合作的策略

在 2014 年 True Group 首次与中国移动国际 (CMI) 合作。中国移动宣布, 旗下全资附属公司 “中国移动国际控股有限公司” (下文简称 CMI) 与泰国电信运营商 True corporation PCL



(下文简称 True) 签订了股份认购协议, 将以 6.45 泰铢/股的价格认购 True 非公开发行的股份, 总交易价格约为 285.7 亿泰铢, 约合 55 亿人民币。同时, True 也将向其控股股东及其他公众股东, 以同等价格配股融资约 364.3 亿泰铢, 折合 70.1 亿人民币。交易完成后, 中国移动国际控股持有 True Corp 扩大后股本的 18%, 成为其第二大股东, 仅次于正大集团 (CP Group) (บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด, [online], 2014)。True 与中国公司的商业合作, 发展中国市场, 与中国客户洽谈生意, 向中国游客提供电话卡等都会用到中文。在 2015 年 Truemove H 移动和中国移动 (China Mobile) 合作推出中泰 SIM 卡 (Thailand Greater China Number Service)。一张 SIM 卡有两个号码分别是泰国 Truemove H 移动号码和中国移动号码, 以方便赴中国或香港的泰国游客, 或长期驻中国、香港人士不用开漫游仍可以用中国移动号码按本地价格接打电话。

在 2016 年 True Group 与中国移动国际 (CMI) 不断深化合作, 设立 “hi-H Program” 计划。该计划是 CMI 于 2015 年发起, 是为了使会员之间开发手机技术调研, 分享移动工程设备、培养技术专家以及促进网络建设扩大移动覆盖范围。以此来加强创新技术的发展更增加未来业务机会, 分享信息加强移动数字的质量而拓展国际漫游合作和促进物联网的发展等方面, 有利于电信生态系统更良好的发展。



图 3-1 Truemove H 与中国移动国际 (CMI) 合作

在 2019 年 Truemove H 和中国移动推出 CMLinkTrueMove H Sim 卡。这种 Sim 卡针对在泰华人华侨, 特色包括: 用户可通过 CMLink 会员网站登记成为会员, 以获得这一权益关联家乡, 登记后可免费把发送至中国移动国内号码的短信转接至 CMLink 泰国号码上; 在泰国免费拨打中国移动国内号码 1000 分钟; 具备多种短期、长期套餐, 不限流量, 达量减速; 免流量上微信、微博、QQ; 支持多种支付方式, 包括微信支付、支付宝、银联等。(ผู้จัดการออนไลน์, [online], 2019)

中国移动国际控股有限公司 (China Mobile International Holdings Limited, 简称 CMI) 是中国移动有限公司 (China Mobile Limited) 旗下的一家公司。于 2010 年 12 月在香港特别行政区成立, 其拥有约 90,000 万用户量 (2019 数据), 在中国移动市场排名第一。该合作 True Group 与 CMI 双方的电信运营商共同携手促进发展以下 5 个方面:

1. 强化 True 或 True Group 运营商的资金实力，在此合作有助于缩减了本运营商的债务，构建竞争能力。

2. 加快创新面向未来的科技演变，一直以来 True 或 True Group 注重创新技术，该协议有助于促进本运营商的移动技术、数字业务升级，以 CMI 发展 4G 和 5G 的经验来支持发展 Truemove H 网络质量和覆盖范围，加速 4G 和 5G 部署的步伐。

3. 提供优惠的移动终端设备来扩大移动网络覆盖，协助 Truemove H 发展自身手机品牌 (Housebrand) 如 True Smart 4G、True Smart 4G、True Beyond、True Smart Series、True Super。

4. 给中国移动 (CMI) 带来跨国发展的机遇，众所周知 CMI 是指跨国提供给跨国用户的端到端的服务，泰国是中国移动国际在东南亚提供此项服务的首个国家；同时 True 或 True Group 也是一家领先电信运营商，拥有不少用户量、销售渠道广泛、品牌知名度很高，与 True Group 合作也是中国移动 (CMI) 开拓东南亚国家的一次机遇，有助于在泰国增加本运营商的新用户量。

5. 给 Truemove H 带来跨国业务的新机遇，随着 True 或 True Group 提供多样化电信与电子服务如本运营商的电子支付 (Truemoney)，它也希望能够发展到其他国家使用。此外，在用户方面不仅是去外国的泰国游客包括入境到泰旅游的游客，都是 Truemove H 集中促销可发展的新用户。双方合作能支持 Truemove H 发展跨国业务。

### 3.2.2 对中国用户推销电话卡的策略

#### 1. 采用多种方式营销

为了发展中国市场，向中国客户推销手机卡和套餐，Truemove H 提供了多种销售渠道。在中国国内的主要销售渠道是：1. 通过中国经销商 (Dealer) 在中国线下传统渠道。2. 中国经销商将线上销售，如淘宝网站等。为配合市场销售，公司聘用中国外包，直接向中国游客推销电话卡。这在语言上更能为中国客户提供良好的服务。根据负责中国市场出口 Sim 卡的经理的采访，目前 Truemove H 在中国市场方面有 5 家经销商 (Dealer) 销售电话卡。通过经销商 (Dealer) 公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。在对中国一家经销商 (Dealer) 公司的采访中可知，这家经销商 (Dealer) 从 2015 年开始为 Truemove H 在中国销售电话卡。销售渠道包括线下渠道和在线商店。线下渠道包括传统旅行社、导游及机场送机服务渠道。但线上渠道，包括淘宝网在内的众多 OTA 平台在销售中的占比越来越大。

在泰国的渠道中国游客一到泰国国际机场如素万那普、廊曼、清迈、清莱和普吉这些泰国国际机场都有柜台提供服务以及在泰国全国遍布的 7-11 便利店、本公司的实体店 (True shop) 和所连锁代表商店等。使用方式一般插卡就可以使用，不要去进行什么设置但有一部分安卓 (Android) 手机插卡可能不会自动识别网络，需设置 APN 才能正常使用。此外，Truemove H 联合泰国亚洲航空公司 (Air Asia) 合作，顾客可以在飞机上通过亚洲航空公司的工作人员购买本运营商的 Sim 卡，一到泰国就可以即可使用。

## 2. 未来营销发展趋势和策略

根据对负责中国 sim 卡的市场经理的采访,她表示:目前中国营销渠道的 5 家经销商 (Dealer) 还是无法满足公司的要求, Truemove H 还将持续寻找更多的经销商 (Dealer) 合作, 在中国市场线上和线下店铺渠道销售本公司的电话卡, 从而为了拓展更多销售渠道和扩大中国西部地区的覆盖领域。考虑到未来如果长期停留泰国的中国用户不断增加, 本公司还有计划为中国用户提供更多方面的服务如: 在网站使用汉语做广告宣传, 提供汉语账单使得汉语用户更便捷而吸引更多顾客利用公司的服务和产品。

## 四、中国游客购买 Truemove H 电话卡的满意情况

### 1. 认知电话卡的渠道情况

Truemove H 营销的一个重点是促销公司的电话卡。这项调查的是中国游客从哪些渠道知道 Truemove H 的电话卡。本次调查了 50 名中国游客。表 4-1 反映了中国游客主要从哪些渠道知道 Truemove H 促销的电话卡服务。

您通过以下哪些渠道购买泰国 Truemove H 移动电话卡

7-11便利店	Truemove H 实体店	亲朋好友转卖	机场	网络 (电商平台)	旅行社提供	其他, 请说明 (办 Wi-Fi 送的)
31%	24%	3%	21%	18%	1%	1%

表 4-1 中国游客购买 Truemove H 电话卡情况

购买 Truemove H 的 Sim 渠道渠道, 中国游客大多是通过 7-11 便利店, 以下依次是: Truemove H 的实体店、朋友转卖、机场销售点、网上平台和旅行社等。

### 2. 对 Truemove H 服务的总体满意情况



表 4-2 中国用户对 Truemove H 电话卡总体满意情况

本论文对 Truemove H 服务多个方面进行了一个总体调查，了解中国游客对 Truemove H 电信服务的总体满意情况（见表 4-2）。调查涉及三个方面：

(1) 对服务员的总体满意度；包括服务人员的态度热情、礼貌，对客户解决问题能力，对客户关照、责任感、事项追踪。总体满意度是：很满意。

(2) 套餐价格与移动通信服务的满意度；包括通信覆盖范围、网络稳定性、套餐资费合理。总体满意度是：比较满意。其中在提供多档套餐方面的满意度是：很满意。

(3) 对推销产品与服务渠道的满意度；包括 Truemove H 的实体店、网站和推销产品方式。总体满意度是：比较满意。其中但在售后付服务、提供联系的询问方面的满意度是：很满意。

泰中经贸和旅游业的蓬勃发展，也促进了泰国电信服务市场的发展。泰国三大私人电信运营商对中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国游客。在中国市场发展移动业务的方面，三大私人运营商都有本公司的电话卡在中国淘宝网站销售，在中国市场的份额中 Trumove H 移动运营商获得了最多的中国用户，仅次于 Trumove H 的是 DTAC 和 AIS。此外，为了使中国游客在泰国具有更便捷的通信服务，它们的热线电话都有中文服务，提供给使用汉语沟通的用户咨询产品或服务而帮助客户解决问题。

## 五、SWOT 分析

根据文献收集，问卷调查和访谈掌握的资料和分析数据，我们可以通过 SWOT 分析对 Truemove H 移动的营销策略和汉语服务进行 SWOT 分析，分析研究 Truemove H 移动的市场优势、劣势、机会和挑战。

### 一、优势分析（STRENGTH）

#### 1.1 Truemove H 移动市场营销方案的优势

根据泰国电信市场，Truemove H 移动推出了多种电话卡和网络套餐，薄利多销，满足用户的各种使用需求。此外，Truemove H 移动还提供优质的客户体验，即客户使用 Truemove H 移动的电话卡，可以免费使用泰国各地的无线 wifi。此外，Truemove H 移动针对中国游客提供一些优惠和特权，如在曼谷购物和打车的特权和优惠。最受中国的旅行者欢迎的是 TrueMoveH& Grab 优惠。

#### 1.2 销售渠道策略优势

Truemove H 移动许多销售渠道，线上和线下如网站、直销、电话营销、Truehop 营业厅、手机零售店代理商等。由于本公司有正大集团（CP Group）母公司，提供强有力的支持。在泰国国内全部的正大集团旗下的 7-11 便利店，24 小时营业，且都有销售 Truemove H 移动电话卡而可以为顾客提供交费服务。在中国国内 Truemove H 移动通过 5 家中国经销商在线上 and 线下推销本公司的



电话卡，甚至亚洲航空公司的飞机上和泰国各地的国际机场营业柜台都有销售点，使消费者有更多的选择方便购买电话卡使用。

### 1.3 Truemove H 移动和中国移动 (China mobile) 合作的优势

Truemove H 移动在移动技术市场竞争不断增强。True Group 集团与中国移动通信 (China Mobile) 合作，发展跨国业务，开展对中泰两国消费者的营销。与此同时，True Group 集团与中国移动 (China mobile) 达成数据中心战略合作伙伴的深化合作关系，分享信息及加强移动数字的质量，努力打造高质量发展发展的新优势，为长远发展奠定扎实基础。在泰国私人三大电信运营商当中，Truemove H 移动成为占领中国市场份额比例最大的服务商。在移动市场当中是具有竞争力的运营商之一。Truemove H 移动加强企业管理系统，使其更加有效地进行营销，进行客户信息数据库建设，掌握消费者行为的变化。

## 二、劣势分析 (WEAKNESS)

### 1. 资金实力的劣势

Truemove H 移动在泰国私人三大运营商当中是财务实力最弱的服务商，由于电信行业成本昂贵，不仅要建立信号基站以及广告推广等方面，而且还有频段认证费用需要缴纳。此外，进入移动市场后不断的投资发展，这些因素导致 TruemoveH 移动的资金流动性呈现问题，影响未来的发展。

### 2. 提供汉语方面的劣势

Truemove H 移动给用户提供的信息主要还是泰语和英语。对中国客户在电话卡套餐内容的介绍短信上还没有汉语服务。中国顾客收到的除了泰语短信就是英文短信。对很多不懂泰文和英文的中国客户来说，起不到促销的作用。这些问题都影响了 Truemove H 移动手机产品服务的质量和效率。

## 三、机会分析 (OPPORTUNITY)

### 1. 移动市场的发展

泰国政府推出 Thailand4.0 战略经济发展模式，泰国移动市场已经从 3G 向 4G 全面升级。2018 年泰国副总理颂吉日前在曼谷举行的“华为亚太创新日”活动上宣布，泰国将致力于发展电信基础设施建设，计划在 2020 年推出 5G 网络。泰国要在两年内实现 5G 技术应用。负责推进 5G 网络应用的国家广播和通信委员会将与私营企业讨论 5G 设施的发展方案。

对于泰国来说，5G 网络是泰国 4.0 计划的一部分，它将使国家经济以特定行业为起点实现创新驱动，从而为垂直行业创造价值。这也是政府实现“数字泰国”的重要的一步棋。目前仅有华为被允许在泰国第一个 5G 测试中心——泰国朱拉隆功大学开展 5G 试验。另外，泰国数字经济与



สังคม部将在“部经济走廊”建立 5G 测试平台。目前，华为已投入 1.6 亿泰铢（约合人民币 3527 万元）在泰国农业大学为拉差校区内建设 5G 测试平台。（桔子国际海外置业，[online]，2019）Truemove H 移动要抓住 4G 向 5G 网络发展的机遇，在手机产品服务上，广告宣传上，市场营销和售后服务上做好准备，在发展巩固 4G 市场的同时，抢占 5G 市场先机，加强手机网络服务的竞争力，吸引未来的 5G 用户。

## 2. 加强电信服务，扩大电信市场

Truemove H 移动公司在泰国率先推出 3G 和 4G（2012-2015）以及积极的手机补贴（主要是 2016 年）后，成功增加了收入。2019 年是 5G 网络时代的开始，中国华为又是 5G 发展的主要公司，在 5G 网络上拥有自主创新的技术。中国移动计划 2019 年年底前开通 5 万个 5G 基站，在超过 50 个城市实现 5G 商用服务。Truemove H 移动与中国移动合作对发展泰国 5G 网络电信服务是非常有利，是 Truemove H 移动开展 5G 网络电信业务良好机遇。

## 3. 发展泰国市场，开拓中国市场

泰国拥有 6800 万人口，目前有 9800 万移动连接，其中 85.5% 为预付费用户。泰国智能手机普及率为 66.7%，高于印度尼西亚的 38.1% 和马来西亚的 61.4%。2016 年智能手机仅在泰国销售了大约 2240 万个，泰国被视为继印度尼西亚之后东南亚智能手机的第二大市场。（丁培，[online]，2019）泰国电信市场不断发展，4G 已经推出，四大运营商：Truemove H 集团（True Corporation）、高级信息服务（AIS）、全面访问通信（DTAC）和 Jasmine，都在竞争频谱和客户。另一方面，在中国经济持续发展，中国在泰投资经商，来泰旅游人数增加的形势下，面对中国市场的商机，Truemove H 移动把吸引中国客户作为发展营销业务的商机。

## 四、挑战分析（THREAT）

### 1. 市场营销竞争的威胁

价格竞争激烈，由于泰国有 5 大移动运营商包括国有企业 2 家，私人企业 3 家。尤其是 3 大私人运营商在泰国移动市场竞争激烈。竞争引入导致产品价格的降低，三大运营商甚至打起了价格战，不断推出不同类型的低价互联网套餐，低价竞争策略确实可以获取大量价格敏感型用户，但导致运营商利润减少例如：运营商免费送手机和不限流量的套餐促销等这些营销活动，运营商能够增加大量的用户，但得不到理想的盈利，会影响未来的发展。另外，Truemove H 移动面临来自技术演进和市场竞争的严峻挑战。

## 2. 高成本与政府的管控

电信业务成本高，政府严苛管制，如在频段使用权和频段认证价格高方面。电信运营商经营需要使用大量资本投资，不仅要建立或维护移动设备，而且还要培养科技人才。

## 3. 泰国网络市场饱和的威胁

泰国移动市场已经接近饱和，在 3G，4G 时代移动用户数量显著扩大，使得市场需求增幅超过球供应增幅 (Over Demand)。目前，在泰国很多用户一个人就有多个号码，网络连接渗透率也超过 100%，导致即将到来的 5G 时代，呈现市场需求降低的形势。运营商投资心理趋于萎缩，投资谨慎。

## 4. 顾客使用和购买行为

由于科学技术快速发展，网络信息新技术不断涌现，给消费者行为带来变化。例如：以前消费者是通过电视台、报纸、广播、期刊和杂志等媒体获得信息。如今，主要是通过网络信息获得信息，主要方式就是手机和电脑等。这些信息通过各种信息软件，如 YouTube, LINE TV, Facebook 等社交媒体和 APP 等软件。人们获取资讯的渠道更加多样，也更便捷，使消费者有更多的选择。因此，消费者使用网路的行为对供应商具有很大的影响。如果这家电信运营商不能为顾客提供丰富、快捷和有吸引力的信息和娱乐软件，消费者就会选择其他的运营商。这就要求运营商提供更贴近顾客，符合顾客要求的营销策略，以满足和适应用户消费行为的变化。

## 六、建议和改进措施

1. 改善促销方式，促进电话卡销售，面对中国市场，公司需要改进线上线下的推销方式来吸引客户。具体措施是：

1.1 需要在淘宝平台增加促销活动方案，为淘宝会员提供优惠活动，吸引浏览淘宝店的顾客和增加销售数量。由于销售 Truemove H 电话卡的店铺，没有参加过此类优惠活动，根据中国中介的建议，公司方面该支持他们在淘宝平台推销多样营销的活动，吸引赴泰旅游的旅行者选择使用 Truemove H 电话卡。

1.2 由于合作的商家不会说中文，Truemove H 公司该提供一个便捷的语言沟通渠道，让用户能够与服务人员进行沟通和询问。

## 2. 加强汉语服务

### 2.1 设立中文服务中心

公司可以考虑设立一个中文服务中心，中国客户有问题可以通过这个中心得到解答。在这个中心安排中文好的服务人员，不仅能通过电话与中国客户沟通，也可以通过微信等信息渠道与中国客户沟通，及时准确地把公司的产品信息告诉客户，解答中国客户的问题。

### 2.2 加强布告栏、短信、网站等方面的汉语服务

在问卷调查和访谈中了解到，Truemove H 在产品促销上没有中文短信、中文网站、缺少中文广告和布告，不能及时、方便地向中国客户提供手机产品的各种信息。这种现象既不能满足中国客户的购买需求，也不能有效地向中国客户推销公司的产品。面对这些问题，公司需要增加广告、短信、网站等信息渠道的汉语服务。

## 结语

泰国当前存在五家最具实力的电信运营商，其中包括三家私人运营商 (AIS, Truemove H, DTAC) 和两家国营运营商即泰国电信局 (Communications Authority of Thailand / CAT) 和泰国电讯公司 (Telephone Organization of Thailand / TOT)。

True Group 是在泰国的一家大型电信运营商和电信服务商，它的业务范围包括宽带 (True Online)、移动通信 (Truemove H) 和有线电视 (True Visions) 行业。Truemove H 在泰国三家私人运营商当中排名第二。

在泰国市场进行营销，其以融合套餐 (Convergence) 理念的策略为主进行营销，该策略使本公司能够增加不少用户量。此外，Truemove H 还向客户提供最全面和最有吸引力的解决方案如：公共 Wifi 覆盖泰国全境各大机场、商场、连锁餐厅、公共娱乐设施等，只有 Truemove H Sim 卡就可以免费使用。

在中国市场发展移动业务的方面，Truemove H 通过中国经销商 (Dealer) 为主帮助进行营销，通过经销商 (Dealer) 公司推销 Truemove H 的电话卡是 Truemove H 营销的一个主要方式。中国经销商将线上销售，如淘宝网站等。为配合市场销售，公司聘用中国外包，直接向中国游客推销电话卡。为了发展中国市场和注创新技术 True Group 与中国移动国际 (CMI) 合作，向中国游客推出各种各样的 Sim 卡套餐，让客户得到更多的优惠，享受更好的服务，而吸引中国用户使用。在提供服务的方面它们的热线电话都有中文服务，提供给使用汉语沟通的用户咨询产品或服务而帮助客户解决问题。

本文文对 Truemove H 公司在中国市场的营销策略分析，可知 Truemove H 在中国移动市场营销方面具有一定的优势，但也面对手机服务市场的激烈竞争，Truemove H 的发展有不少机会，但也面临一些挑战。因此 Truemove H 和中国移动合作也是为了保持本公司竞争的优势。

## 参考文献

- 丁培.(2019). 泰国电信设备概述 (上). 搜查日期 2019 年 10 月 18 日, 从 <http://www.istis.sh.cn/list/list.aspx?id=11911>
- 桔子国际海外置业.(2019). 泰国大力发展 5G 技术, 投资者将迎来新机遇, 搜查日期 2019 年 10 月 18 日, 从 [http://www.sohu.com/a/340316229\\_817250](http://www.sohu.com/a/340316229_817250)
- Thitirath Kinaret. (2019). TrueMove H WeChat Go SIM ซิมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยเฉพาะ. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2562, [บทความออนไลน์] จาก <https://www.iphonemod.net/truemove-h-wechat-go-sim.html>
- บริษัททรูคอร์ปอเรชั่นจำกัด (2014) .รายงานประจำปี (แบบ 56-2) สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562, จาก <https://market.sec.or.th>
- ผู้จัดการออนไลน์ (2019) .ทรูเปิดตัว “CM Link TrueMove H ซิม 4G ไร้พรมแดนไทย-จีน” จุดเด่นโทร.กลับจีนฟรีด้วยเบอร์เดิม.สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2562, จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000031009>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (ปรับปรุงล่าสุด 2562) . เอกสารเผยแพร่ของบริษัทที่ออกและเสนอขายหลักทรัพย์ประเภท รายงานประจำปี (แบบ 56-1 และ 56-2) บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) : TRUE ประจำปี 2540 – 2562 สืบค้นเมื่อ เมษายน - พฤษภาคม 2562 [PDF, Microsoft Word เอกสารออนไลน์] <https://market.sec.or.th>

	<b>Name and Surname (姓名) :</b> Narinda Leerattanalerd
	<b>Highest Education (最高学历) :</b> Master of Arts (Chinese Business for Communication)
	<b>University or Agency (任职院校或单位) :</b> Huachiew Chalermprakiet University
	<b>Field of Expertise (专业领域) :</b> Chinese Business for Communication
	<b>Address (地址) :</b> 19/460 32 Nawamin Rd. KhwaengKhongkhum, KhetBungkum, KrungThepMahaNakhon 10240

