

印尼休閒食品市場 商機及運作策略



鄭佩真 陳麗婷 簡相堂

食品工業發展研究所
2014年8月

簡報大綱

第一部分 印尼食品產業基本環境

第二部分 印尼休閒食品市場現況及商機

- 一、市場發展
- 二、產品動態及商機
- 三、廠商動態與趨勢
- 四、通路發展
- 五、台灣廠商動態

第三部分 台灣運作策略及利基產品

- 一、利基產品探討
- 二、運作策略建議

附錄 印尼休閒食品國際行銷重點

- 一、2014印尼雅加達國際食品展-印尼休閒食品展現重點
- 二、2014台北國際食品展覽-印尼休閒食品展現重點



第一部分 印尼食品產業基本環境

1. 人口需求及地理環境
2. 經濟發展潛力
3. 食品消費需求潛力
4. 消費行為與習慣
5. 關鍵及優勢原料
6. 產業環境分析(PEST)



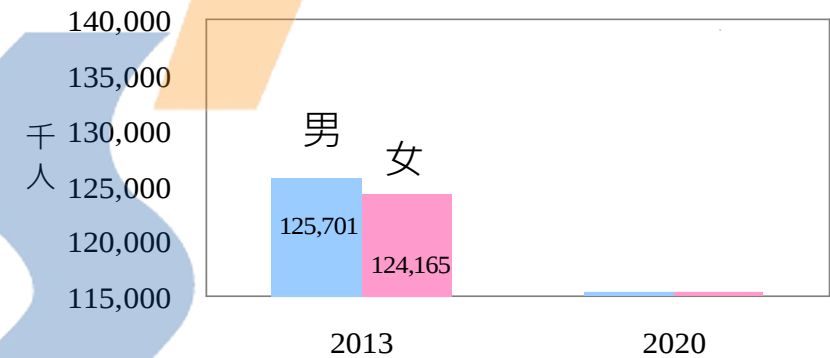
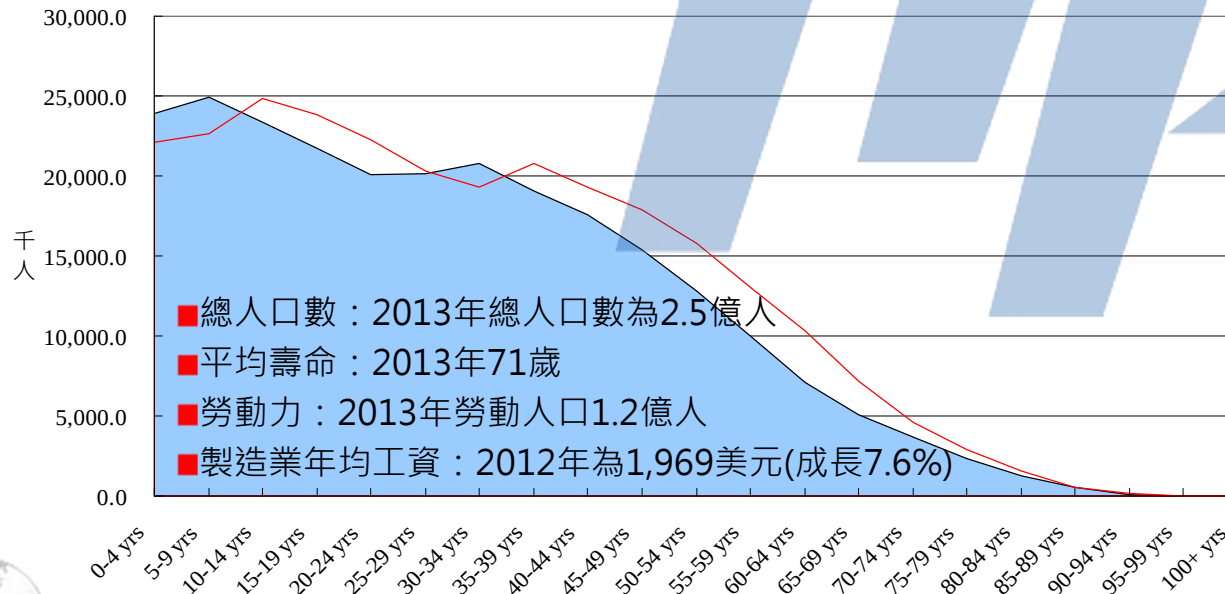
1.人口需求及地理環境

地形多島嶼，2.5億人口基本食品需求廣大

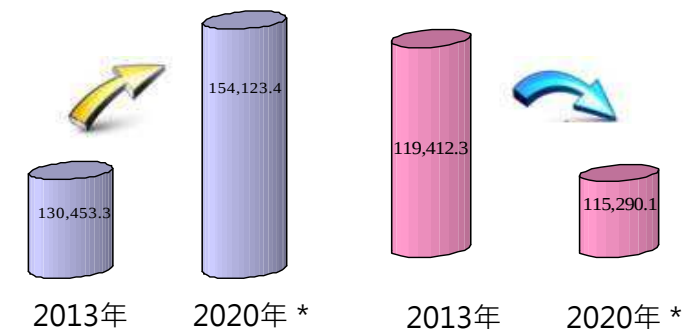
基本環境



- 印尼是世界最大的群島國家，由五大島(爪哇、蘇門答臘、加里曼丹、蘇拉維西及伊里安佳亞)及三十個島群組成，全國共有17,508個大小島嶼，有「千島國」之稱。
- 印尼島群位居亞洲大陸及大洋洲間之橋樑，太平洋及印度洋之要衝，在全球地理環境上佔重要地位。



城市人口(千人) 鄉村人口(千人)



第二部分 印尼休閒食品市場現況及商機

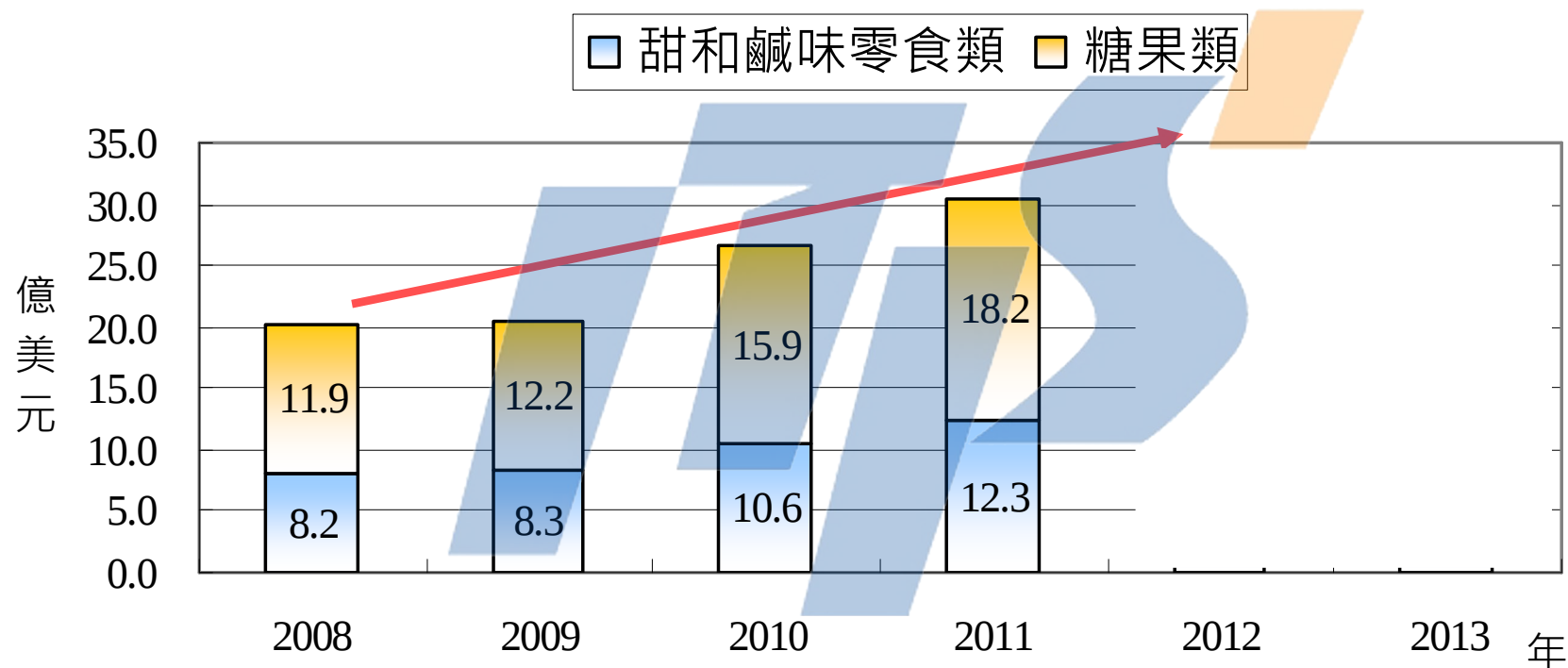
- 一、市場發展
- 二、產品動態及商機
- 三、廠商動態與趨勢
- 四、通路發展
- 五、台灣廠商動態



一、市場發展

消費購買力帶動休閒食品市場亮眼

- 2013年印尼甜味和鹹味零食類市場年成長率高達8.3%；糖果類則微幅成長1.4%
- 年輕人對創新糖果與零食等休閒食品接受度高，印尼龐大年輕人口(15-24歲)，為休閒食品市場的潛力消費群。



資料來源：Euromonitor，食品所ITIS計畫(2014/08)



第三部分 台灣運作策略及利基產品

- 一、利基產品探討
- 二、運作策略建議



一、利基產品探討

印尼消費者對台灣休閒食品的觀點

關注議題：

- 曾在印尼看過那些台灣休閒食品？
- 那些台灣市面上的休閒食品與印尼類似？
- 最喜歡那些類別台灣休閒食品？為什麼？(口味/外觀/價格...)
- 對各類台灣休閒食品的感覺？若賣到印尼市場，那些產品最會被喜歡？或那些不會被喜歡，為什麼？

堅果類零食

餅乾/蛋捲零食

蜜餞/果乾零食

洋芋/玉米類零食

豆乾/肉乾零食

點心麵

米果類零食

海苔/鱈魚絲零食

果凍/羊羹零食

糖果/巧克力/傳統零食

爆米花/玉米棒零食

在台
印尼外籍配偶
及學生
質性調查研究

資料來源：食品所ITIS計畫(2014/08)

印尼休閒食品市場 商機及運作策略

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話| 02-27326517
傳真| 02-27329133
客服信箱| itismembers@micmail.iii.org.tw
地址| 10669台北市敦化南路二段216號19樓

劃撥資訊| 帳號：01677112
戶名：財團法人資訊工業策進會
匯款資訊| 收款銀行：華南銀行—和平分行
(銀行代碼：008)
戶名：財團法人資訊工業策進會
收款帳號：98365050990013 (共14碼)
服務時間| 星期一~星期五
am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，
請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。
ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>