

印尼調理食品市場的商機及運作策略



鄭佩真 陳麗婷 簡相堂

食品工業發展研究所
2016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 印尼調理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、臺灣廠商動態

第三部分 臺灣運作策略及利基產品

- 一、利基產品探討
- 二、運作策略建議



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)



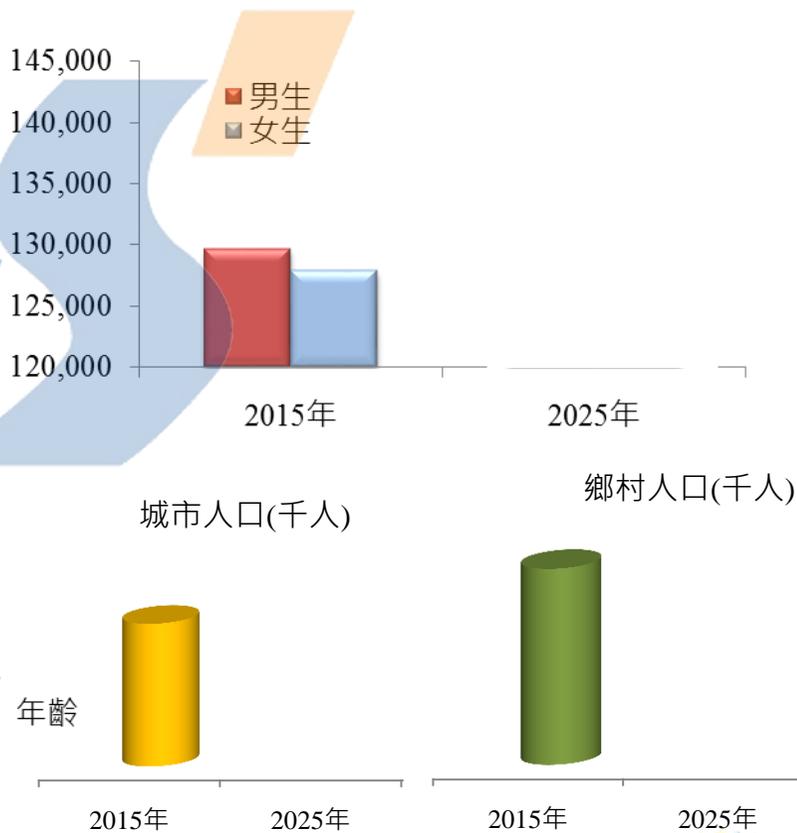
1. 人口需求及地理結構

年輕人口多及都市化加速

基本環境



■ **群島國家**：印尼島群位亞洲大陸及大洋洲間橋樑，太平洋及印度洋之要衝，是世界最大的群島國家；其由五大島(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17,508個大小島嶼，有千島國之稱。



資料來源：BMO等網站，食品所ITIS計畫分析整理(2016/08)

第二部分 印尼調理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、臺灣廠商動態



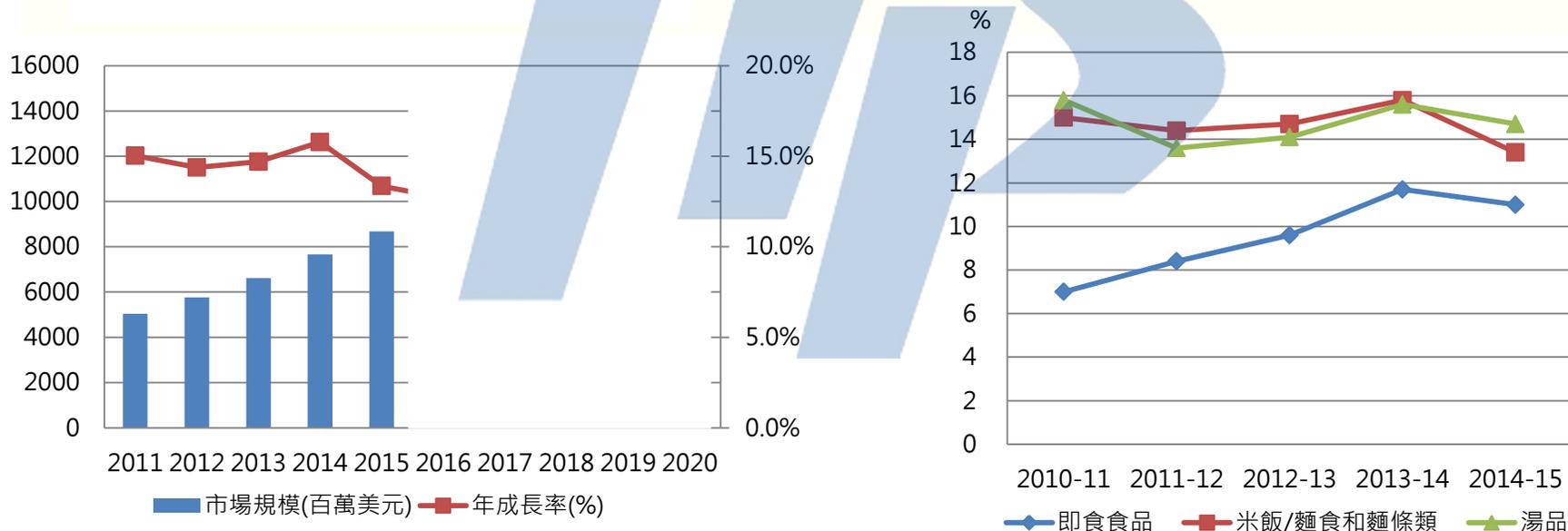
一、市場發展



一、市場發展

調理食品成長亮眼但速度趨緩

- **整體調理食品市場以10-15%速度成長**：2015年印尼調理食品市場達87億美元，2020年可達.....
- **主力產品有新訴求**：速食麵口味以炒麵為主，各地民族風味為輔；另健康新訴求(如應用胡蘿蔔、海帶等為原料)將為市場新成長動力.....
- **新興產品受青睞**：冷凍湯吸引城市消費者青睞；偏好印尼在地口味.....



註：調理食品含之即食食品(含罐頭)、米飯/麵食和麵條(含速食麵)及湯品(含罐頭)之總和。

資料來源：Foodnavigator-Asia、Euromonitor等，食品所ITIS計畫分析(2016/08)

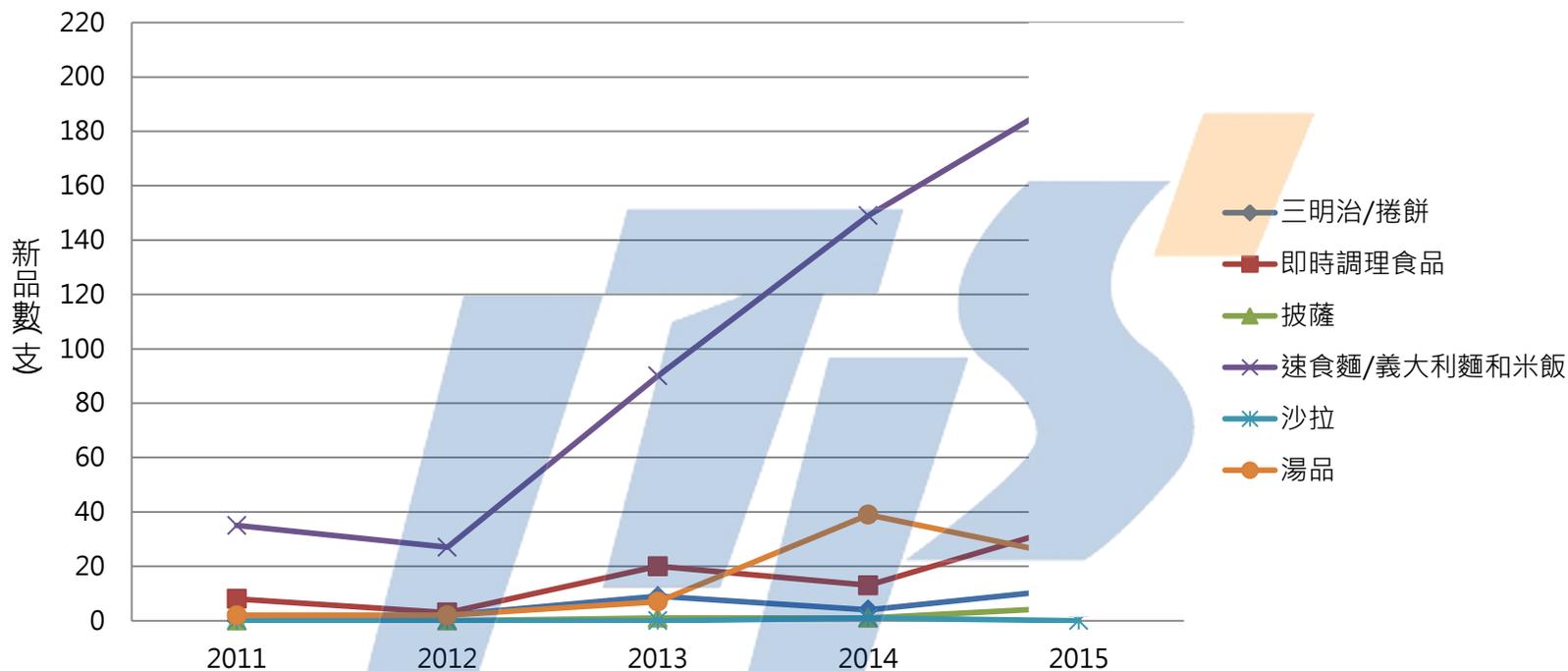
二、產品動態



二、產品動態

新品項數倍增，但集中主流品項

調理食品
 產品動態



- **年百支新品**：2011年印尼調理食品新品僅45支，2013年開始每年超過百項調理食品新品上市，2015年倍數增長……
- **主力與新興產品各有角色**：速食麵/義大利麵和米飯為主流新品，即時調理食品及湯品為後起之秀。

資料來源：Mintel GNPD，食品所ITIS計畫(2016/08)



三、廠商動態



三、廠商動態

廠商集中度高，在地廠商表現佳

■ 各項產品廠商市占率有差異

- 米飯/麵食和麵條類市場集中度 $C_{10}=32.1\%$ ，在地廠商表現較活絡.....
- 即食食品市場集中度 $C_5=.....$
- 湯品市場集中度 $C_{10}=.....$

| 2015年印尼米飯/麵食和麵條類 前十大廠商 | 市佔率% |
|----------------------------------|------|
| Indofood Sukses Makmur Tbk PT | |
| Wings Corp | |
| Alam Makmur Sembada PT | |
| Prima Andalan Djaja Internusa PT | 2.6 |
| Jakarana Tama PT | 0.8 |
| ConscienceFood Holding Ltd | 0.7 |
| ABC President Indonesia PT | 0.5 |
| Medco Group | 0.3 |
| Nissin Foods Holdings Co Ltd | 0.3 |
| Siantar Top Tbk PT | 0.2 |

| 2015年印尼即食食品 前五大廠商 | 市佔率% |
|-------------------------------|------|
| Canning Foods Indonesia PT | |
| Simba Indosnack Makmur PT | |
| Indofood Sukses Makmur Tbk PT | 17.9 |
| Delifood Sentosa Corp PT | 14.0 |
| San Remo Macaroni Co Pty Ltd | 4.9 |

| 2015年印尼湯品 前十大廠商 | 市佔率% |
|------------------------------------|------|
| Japfa Comfeed Indonesia Tbk Pt | |
| Unilever Group | |
| Eloda Mitra PT | |
| Indofood Sukses Makmur Tbk PT | 9.7 |
| San Miguel Corp | 4.7 |
| Charoen Pokphand Group | 4.6 |
| Nestlé SA | 4.4 |
| Daesang Corp | 4.3 |
| Campbell Soup Co | 3.1 |
| PSP Group - Putra Surya Perkasa PT | 0.7 |

資料來源：Euromonitor、公司等網站，食品所ITIS計畫(2016/08)



四、通路發展



四、通路發展

政策投入傳統市場升級改造

■ 零售通路革新進行式

- **政策投入傳統通路更新**：印尼政府規劃五年投資9.5億盾，翻新5千座傳統市場，協助傳統市場持續與現代化通路競爭。
- **開發高端通路**：印尼零售商太陽百貨(Matahari Putra Prima)繼2014年鎖定中高消費者推出Foodmart Gourmet超市後，2015年6月於印尼萬丹省開設Foodmart Primo超市；該店半數以上的產品為高品質且高價進口產品，鎖定具消費能力的中產階級及外籍人士，深耕高端通路市場，同時展開都會區展店計畫。
- **國際資金注入**：新加坡政府投資公司 (GIC) 以5兆2千億盾，投資於印尼零售商.....
- **國際合作持續**：韓國樂天集團(LOTTE) 與印尼最大企業Salim Group簽訂電子商務合作



印尼雅加達傳統市場，雜貨店林立

資料來源：印尼星洲日報、經貿透視雙周刊、Foodnavigator-Asia、BMO等網站及本研究拍攝，食品所ITIS計畫分析整理(2016/08)

五、臺商動態



五、臺商動態-貿易

2015臺灣相關調理食品出口至印尼增加

臺灣調理食品出口至印尼關稅(2015)

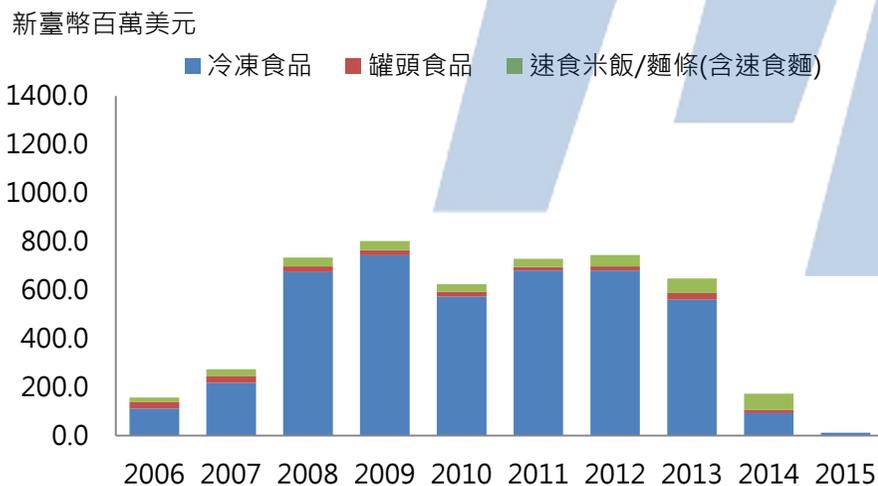
- 清湯和濃湯及其製品 5%
- 麵食/麵條製品 5%

■ **印尼非臺灣主要出口國**：雖2015年調理食品類出口至印尼未達新臺幣.....

■ **印尼為臺灣冷凍食品之主要進口國**：臺灣自印尼進口之調理食品類相關產品，以冷凍食品為多.....

臺灣進口(自印尼進口調理相關產品)

臺灣出口(調理相關產品出口至印尼)



資料來源：國際貿易統計ITC、食品產業知識庫海關統計系統，食品所ITIS計畫整理(2016/08)

食品所ITIS簡報
版權所有，未經同意請勿任意轉載

版權所有 © 2016 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)

第三部分 臺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

印尼消費者對臺灣調理食品的觀點

臺灣策略
利基產品

關注議題：

- 曾在印尼看過哪些臺灣調理食品？
- 那些臺灣市面上的調理食品與印尼類似？
- 最喜歡哪些類別臺灣調理食品？為什麼？(口味/外觀/價格/包裝/顏色/存放方式...)
- 對各類臺灣調理食品的感覺？若賣到印尼市場，那些產品最會被喜歡？或那些.....

麵條類製品

米食類製品

麵食類製品

裹麵皮食品類

丸子類

罐頭食品

在臺
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(2016/08)



二、運作策略建議(續)

SWOT分析及競爭力探討(續)

臺灣策略

S
W
O
T



《印尼調理食品市場的商機及運作策略》

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

匯款資訊| 收款銀行：兆豐銀行南台北分行 (銀行代碼：017)
戶名：財團法人資訊工業策進會
收款帳號：39205104110018 (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/>