

柬埔寨休閒食品市場的 商機及運作策略



邱盟媚 陳麗婷 簡相堂



食品工業發展研究所
2014年10月

版權所有© 2014 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

簡報大綱

第一部分 柬埔寨食品產業基本環境

- 一、人口需求及地理結構
- 二、經濟發展潛力
- 三、食品消費需求潛力
- 四、飲食習慣與需求特色
- 五、關鍵與優勢原料
- 六、PEST分析

第二部分 柬埔寨休閒食品市場現況及商機

- 一、市場發展
- 二、產品動態
- 三、廠商動態
- 四、通路發展
- 五、台灣廠商動態

第三部分 台灣運作策略

- 一、SWOT分析及競爭力探討
- 二、拓展柬埔寨市場策略建議

附錄：台灣可至柬埔寨發展之產品探討

第一部分 柬埔寨食品產業基本環境

- 一、人口需求及地理結構
- 二、經濟發展潛力
- 三、食品消費需求潛力
- 四、飲食習慣與需求特色
- 五、關鍵與優勢原料
- 六、PEST分析



1. 人口需求及地理結構

人口結構年輕，地理位置佳

基本環境

柬埔寨舊稱**高棉**，首都**金邊**

■國土面積：181,035平方公里

■人口密度：82平方公里

■宗教信仰：**佛教(95%)**

伊斯蘭教、基督教與泛靈信仰(5%)

■總人口數：2013年約**1,514萬人**

2050年預估增至2,257萬人。

■人口結構：2013年**幼童+青年人口共佔七成**

(0-14歲佔30%，15-39歲佔40%)

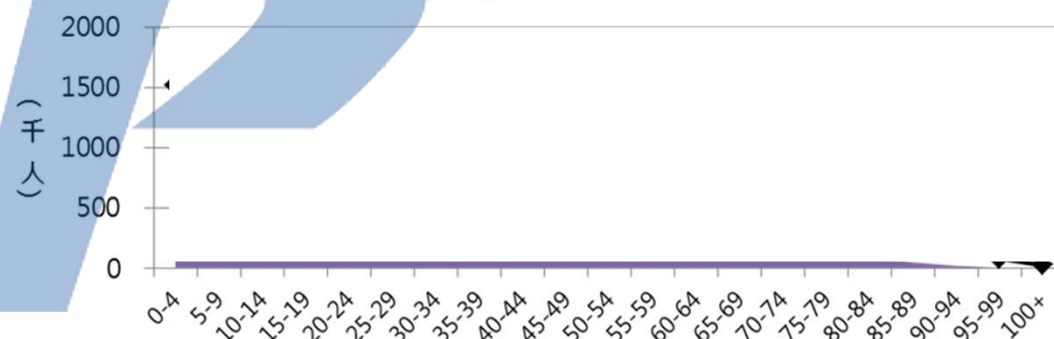
男女比例各半

■勞動人口：2013年約961萬人(**勞動人口佔60%**)

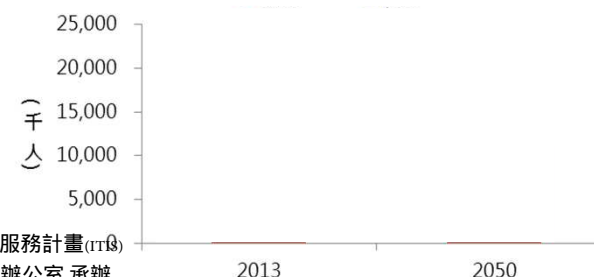
2023年預估1,422萬人



柬埔寨人口結構-2013 vs.2050年



男女性人口比例



資料來源：BMO等,食品所ITIS計畫分析整理(2014/10)

版權所有© 2014 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

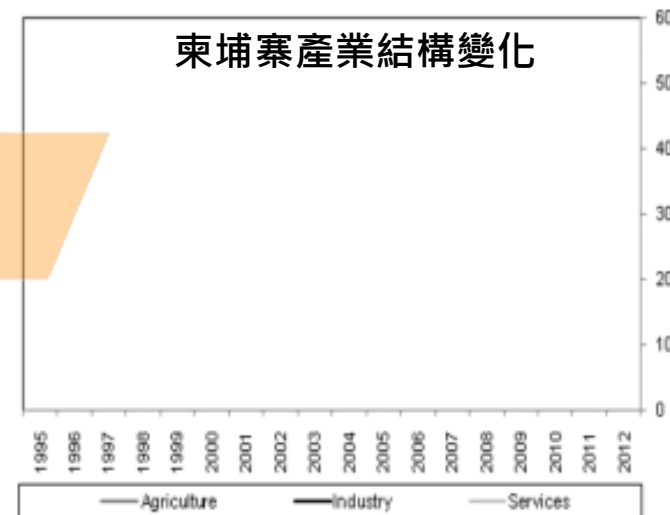
食品所ITIS簡報
版權所有，未經同意請勿任意轉載

2. 經濟發展潛力

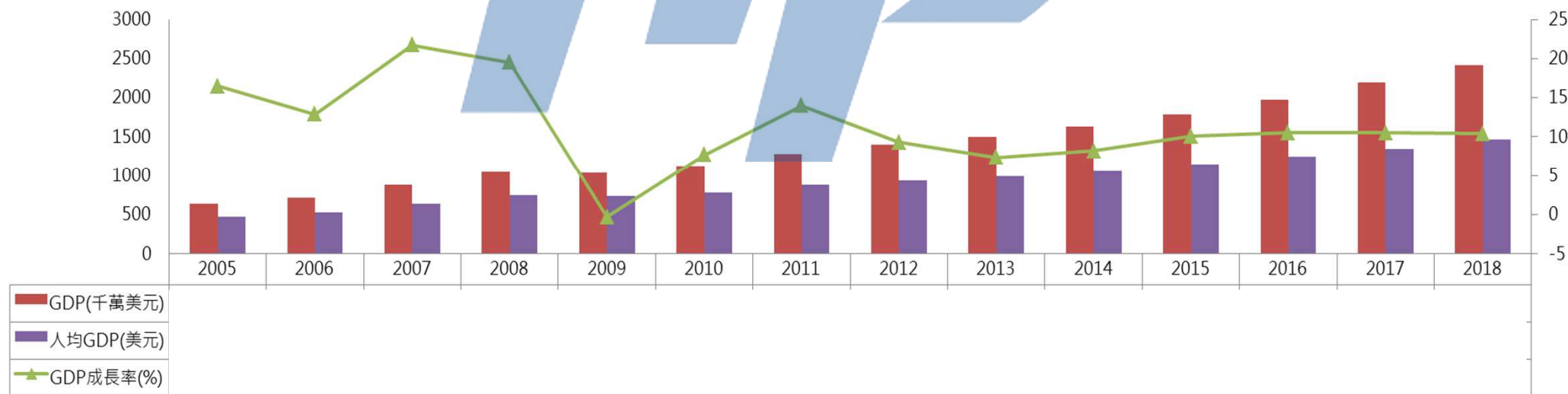
醞釀中的市場，未來經濟預期成長

- **勞動人口與生產潛力**可為柬埔寨GDP帶來正面效益。
- 預估2018年柬埔寨GDP可達242億美元(年成長率**10.4%**) ;
人均GDP達1,469美元。
- 帶動經濟成長的**主要產業為農產貿易、紡織與旅遊**。

柬埔寨產業結構變化



柬埔寨GDP趨勢



資料來源：BMO, World Bank等, 食品所ITIS計畫分析整理(2014/10)

版權所有© 2014 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

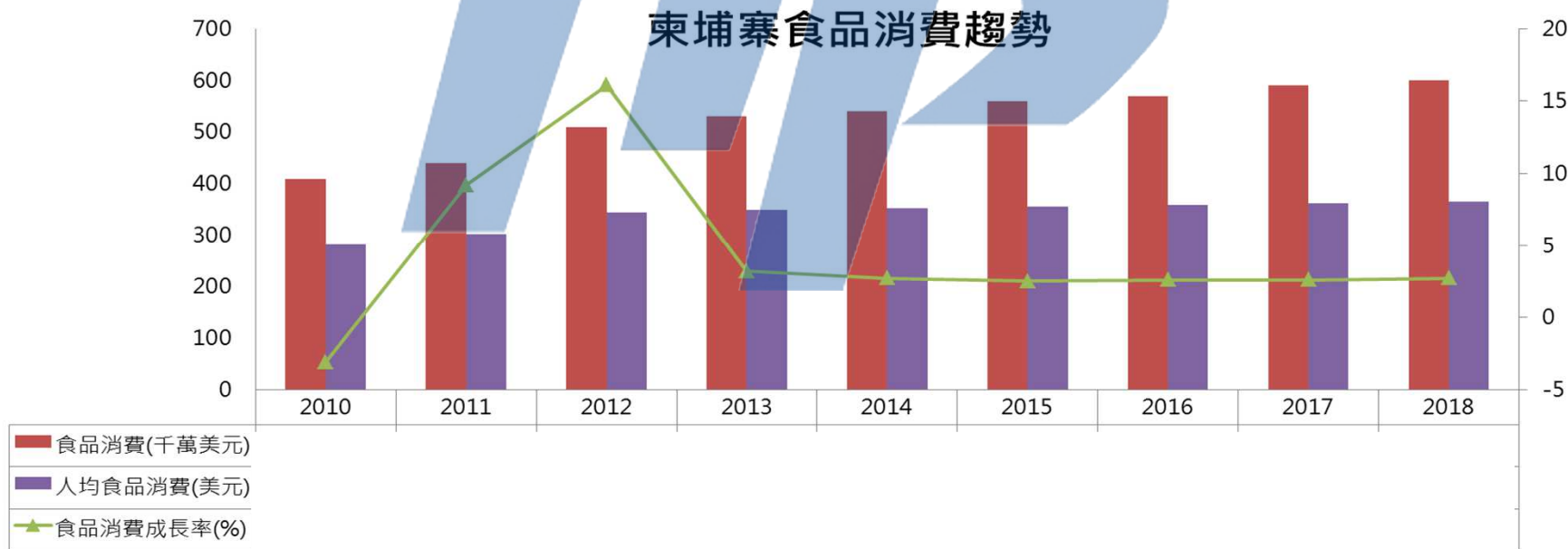
食品所ITIS簡報
版權所有，未經同意請勿任意轉載

3. 食品消費需求潛力

目前食品消費力有限，但未來將穩定成長

- 食品市場消費**氛圍與十年前越南相似**
- 整體食品消費水準不高，但**貧富差距大**
- 未來隨經濟發展，**食品消費預期可穩定成長**

-預估2018年食品消費額達60億美元(年成長率近3%)



資料來源：BMO, World Bank等, 食品所ITIS計畫分析整理(2014/10)

版權所有 © 2014 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)
經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦

食品所ITIS簡報
版權所有，未經同意請勿任意轉載

第二部分 柬埔寨休閒食品市場現況及商機

- 一、市場發展
- 二、產品動態
- 三、廠商動態
- 四、通路發展
- 五、台灣廠商動態



柬埔寨休閒食品定義及範圍

休閒食品

- 休閒食品定義廣泛且不一，隨民生消費環境及飲料習慣有所差異。
- 因柬埔寨食品發展正處萌芽期，除進口產品外，加工食品相對有限。因此本研究對柬埔寨休閒食品的研究，泛指柬埔寨消費者閒暇時解饞，正餐……



資料來源：食品所ITIS計畫(2014/10)



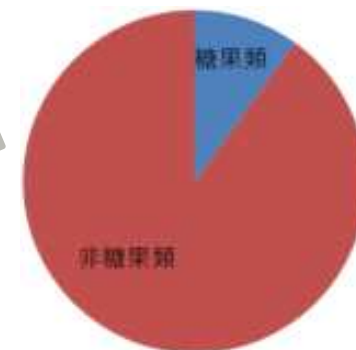
一、市場發展



一、市場發展

初級加工的傳統零食為大宗

- 本研究由零售結構推估，柬埔寨整體休閒食品市場主要仍以傳統零食為主，如法式三明治、炸蟋蟀、炸蠶、鴨仔蛋、酥餅、芝麻糖等；現代包裝休閒食品仍佔少數。
- 柬埔寨的現代包裝休閒食品多為進口，且大多於現代通路販售，如便利商店、超級市場、量販店與購物中心等；傳統市集則較偏向小量散裝之型態販賣。



資料來源：Canadean等,食品所ITIS計畫推估(2014/10)



二、產品動態



二、產品動態

傳統休閒食品以初級加工點心為主

- 當地熱銷的傳統休閒食品包括棕糖、椰子糖、香蕉糖、榴蓮糖、花生糖、芝麻糖、腰果、花生、紅薯酥餅、芋頭酥餅與水果乾(每包約2-3美元)等。
- 相關產品包裝外觀較為簡略，且無內容成分標示；多於傳統食品雜貨店等零售……



超市均有販售簡單包裝的本土小餅乾、油炸香蕉片等，每包約1-2美元。



資料來源：食品所ITIS計畫分析整理(2014/10)

三、廠商動態

除進口食品外
近期餐飲及西點烘焙通路最為活躍



三、廠商動態

國外咖啡餐飲品牌紛紛進駐都市，突顯生活型態正改變

- 英國餐飲集團Express Food Group (EFG) 旗下的**Costa Coffee**，在柬埔寨已有三間分店，提供咖啡、蛋糕、麵包、沙拉、三明治等餐飲，具義大利風格與歐洲貴族氣息。
- 澳洲高樂雅咖啡**Gloria Jean's coffee**是柬埔寨最早出現的國際品牌咖啡連鎖店，提供冷熱飲咖啡與西方餐點，已有五間……



資料來源：Gloria Jean's Coffee Cambodia、Costa Coffee Cambodia、listdose.com等網站，食品所ITIS計畫分析整理(2014/10)



第三部分 台灣運作策略

- 一、SWOT分析及競爭力探討
- 二、拓展柬埔寨市場策略建議



一、SWOT分析及競爭力探討

台灣策略

- 我國初級農產加工應用及休閒食品開發具優良技術；且較日韓食品具成本及價格優勢；較中國大陸及東南亞國家具品質及形象優勢。
- 我國休閒食品產品研發及行銷包裝創新具優勢及運作彈性。
- 我國零售與餐飲通路活絡，物流配送效率達國際水準，產業鏈開創及合作效益佳。



- 我國食品廠商投入品牌行銷或國際拓展的資金相對國際廠商明顯不足。
- 我國部分食品原料依賴國際供應，原料供應穩定及產品價格競爭力相對不足。
- 柬埔寨內需較小，促進外銷效果有限。
- 我國與其他區域自由經貿相對較少，出口休閒食品的價格競爭力相對減低。
- 我國休閒食品品牌僅少數具亞洲能見度，品牌國際能見度低。



二、拓展柬埔寨市場策略建議

1. 價值主張：視柬埔寨為越南休閒食品市場的延伸

- (1) 善用經營越南及其他東南亞累積之能量，進行市場延伸
- (2) 善用台星經濟夥伴協定進行串連，但原產地認定規則等細節不容忽視



2. 外銷策略：強化休閒食品差異化價值的完整搭配

- (1) 產品 - 產品特色鮮明且呼應需求
- (2) 價格 - 產品價格對應的價值感受明確……

資料來源：食品所ITIS計畫(2014/10)

柬埔寨休閒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

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/>