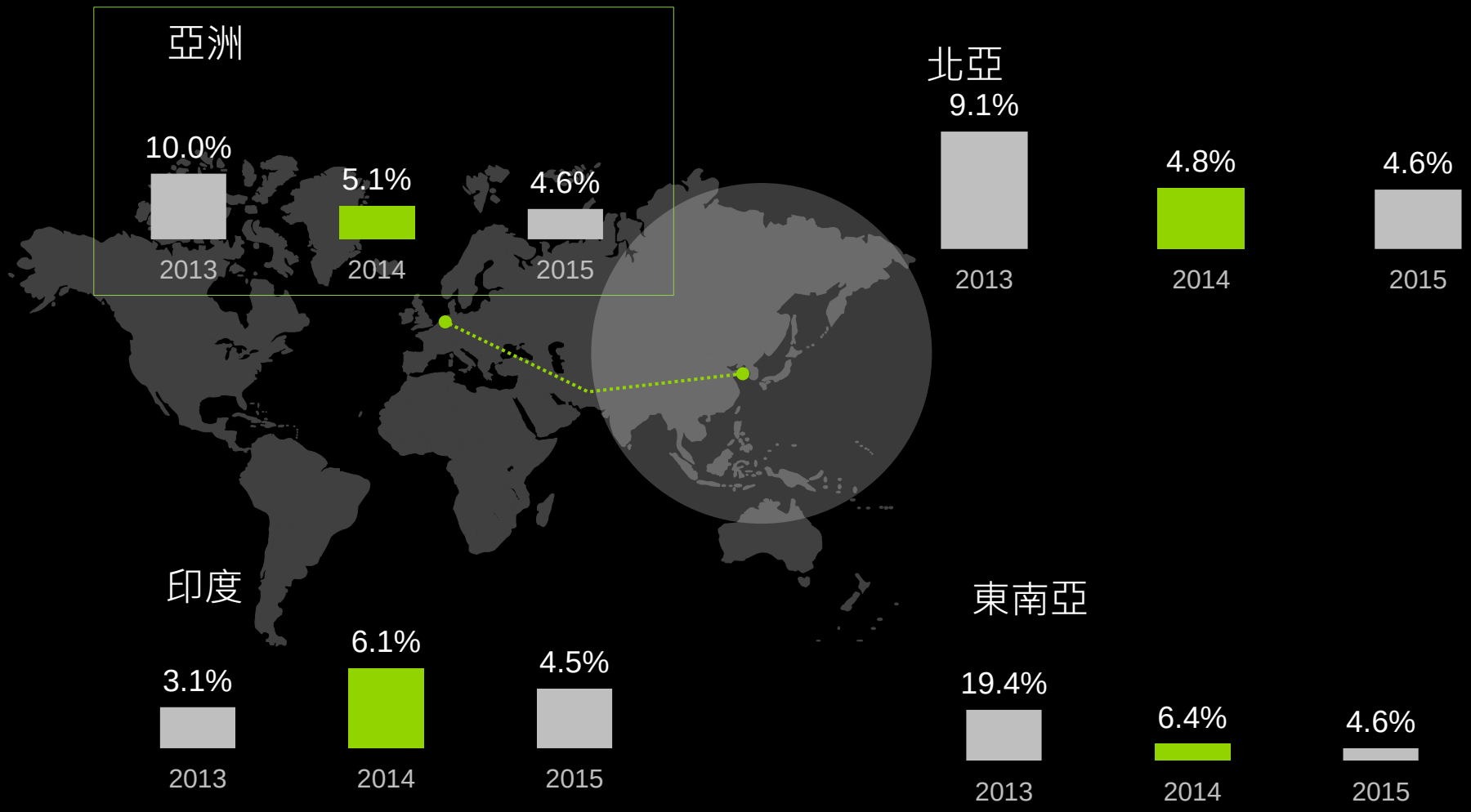
民生消費品市場洞察

亞洲 2015 Q2

KANTAR WORLDPANEL

亞洲民生消費品市場成長 4.6% - ,成長率僅為兩年前的一半

各分區成長皆趨緩



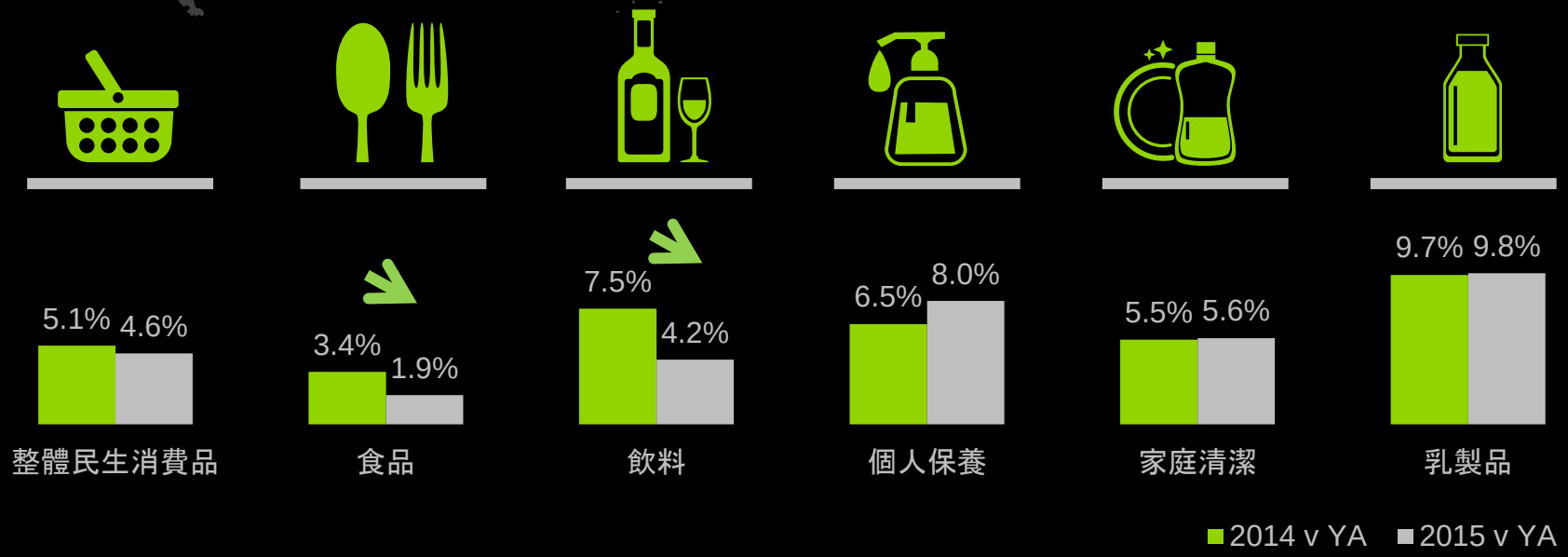
FMCG / MAT Q2 2015 & 2014 & 2013. 北亞: 中國, 台灣. 東南亞: 越南都會區, 印尼, 泰國, 菲律賓, 馬來西亞

各國詳述: 請按此

食品&飲料市場成長趨緩

這些品項說明了60%亞洲家戶在民生消費品上的花費佔比

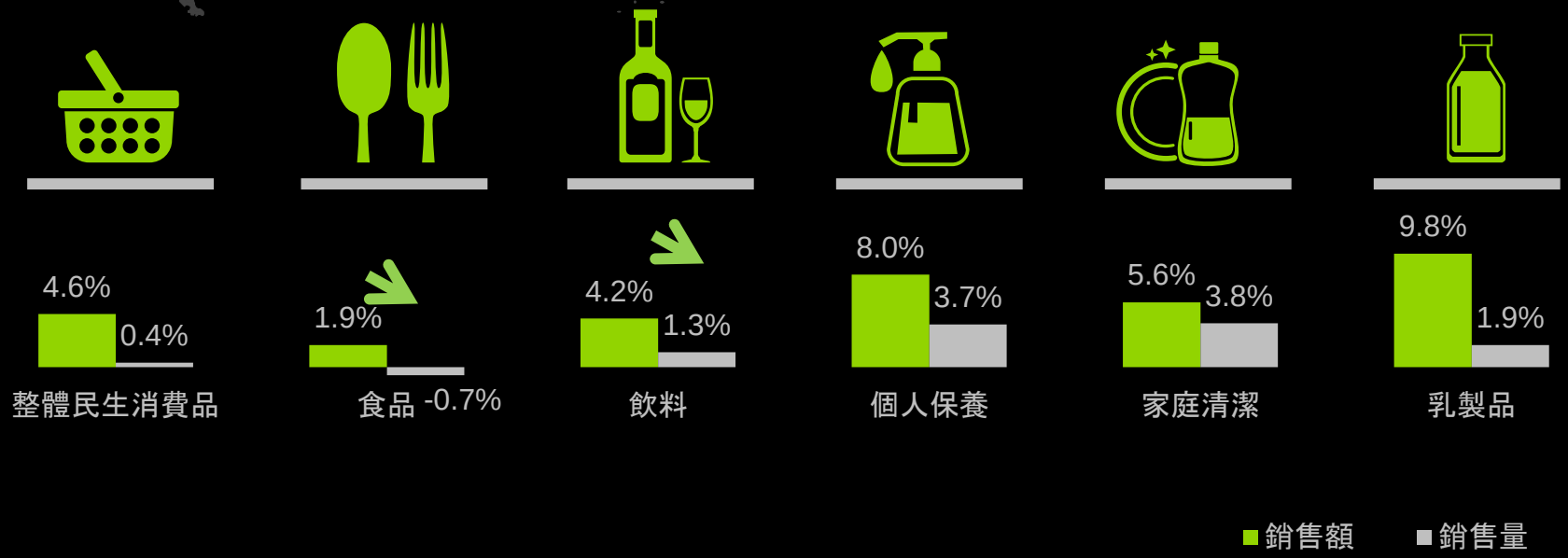
亞洲整體表現



ASIA / MAT Q2 2015 & 2014

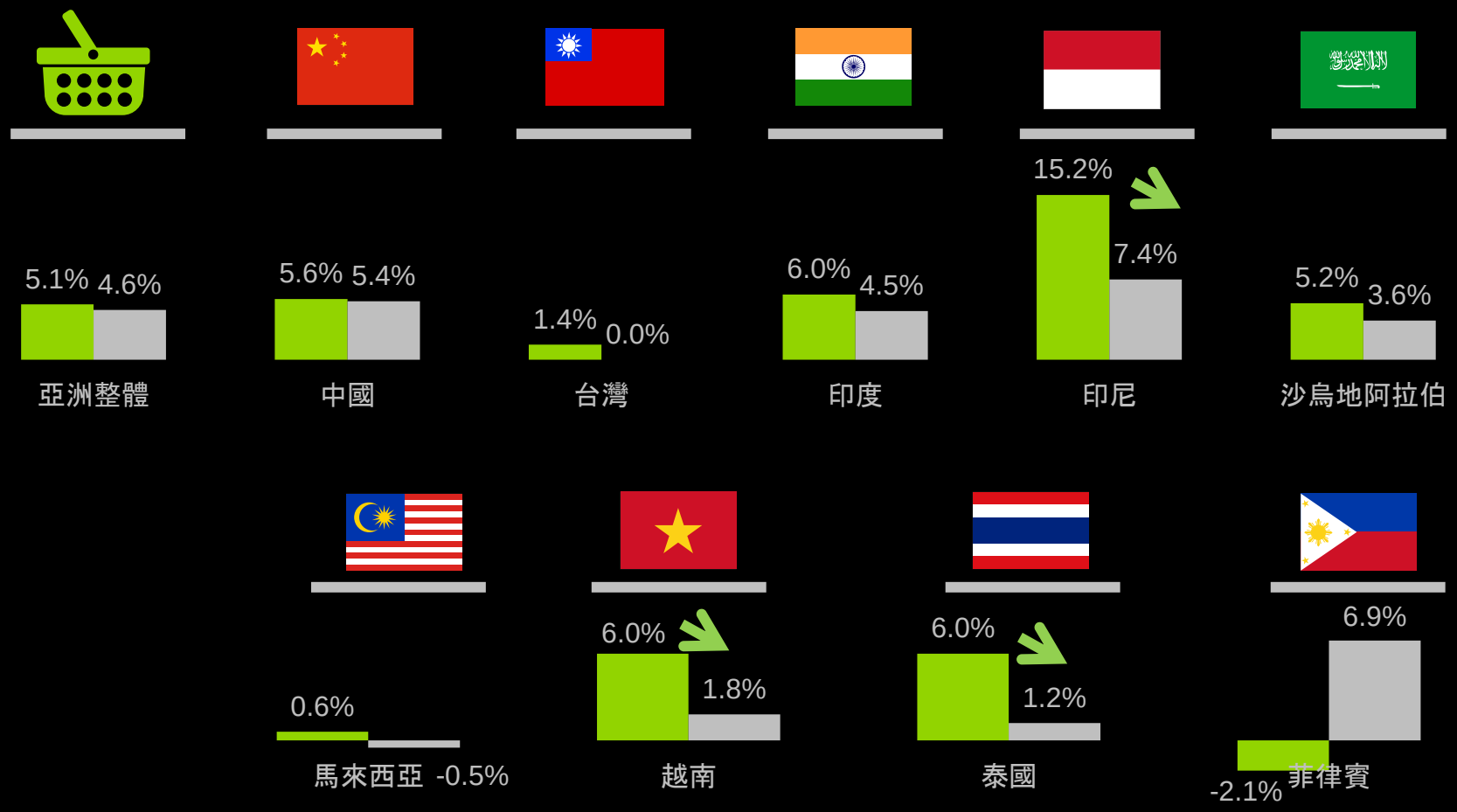
銷售量方面, 整體民生消費品僅成長了0.4%
非食品類產品有3.8%的漲幅，是成長最快的品類

亞洲整體表現



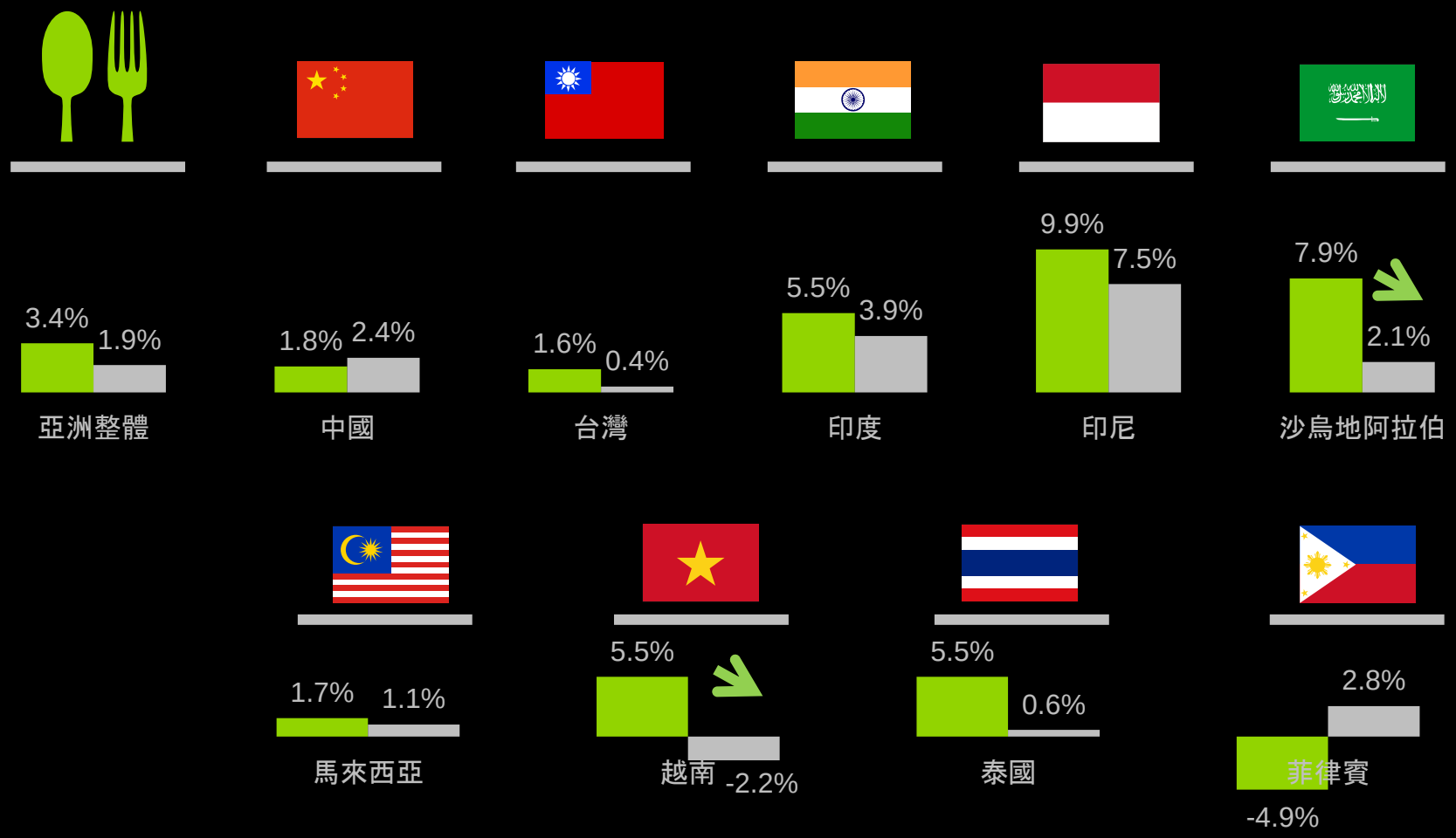
ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 銷售額及銷售量成長

印尼, 泰國及越南市場表現急遽下滑



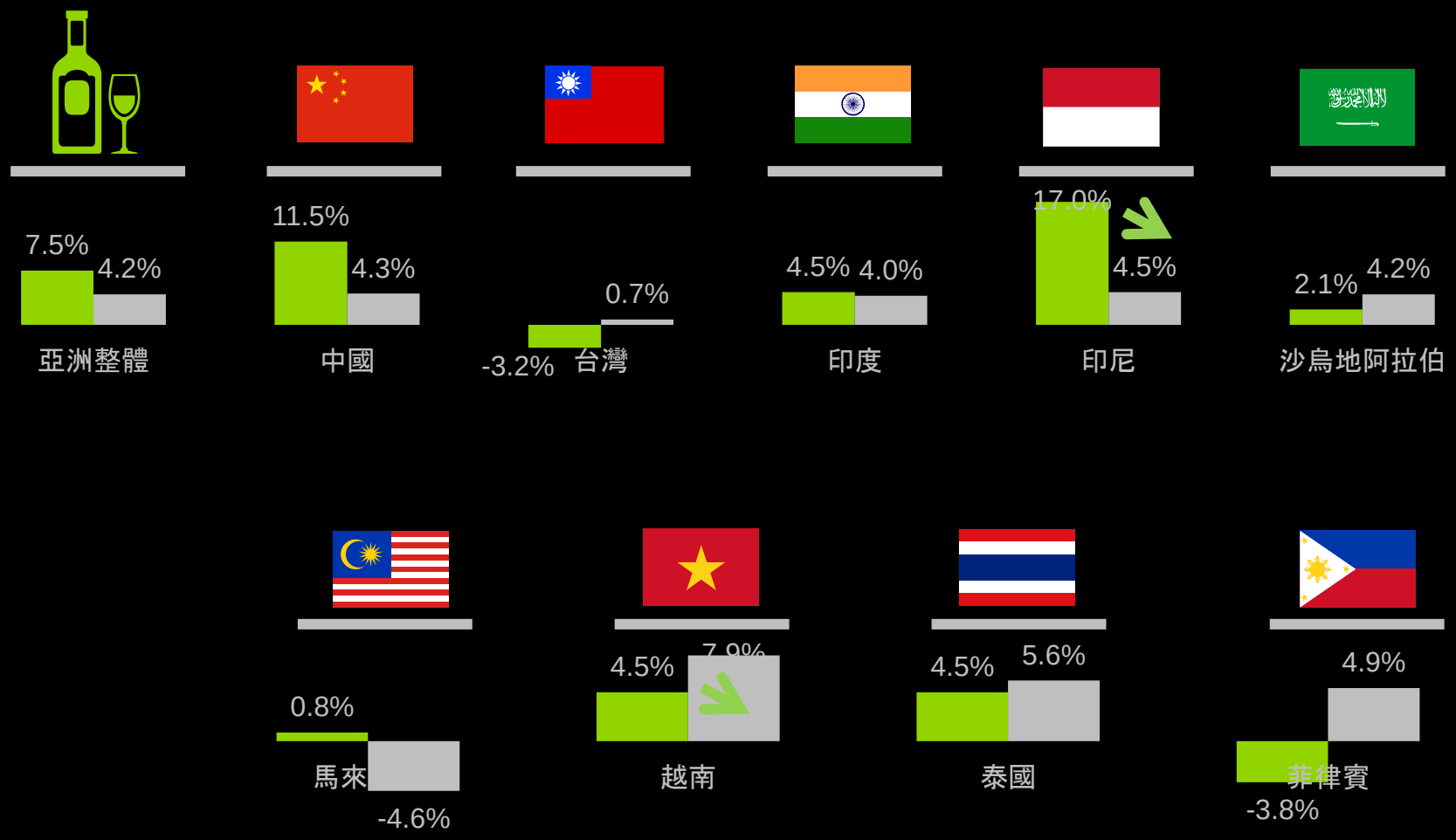
ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 整體民生消費品銷售額成長

食品類: 越南消費者縮減在食品類市場上的花費



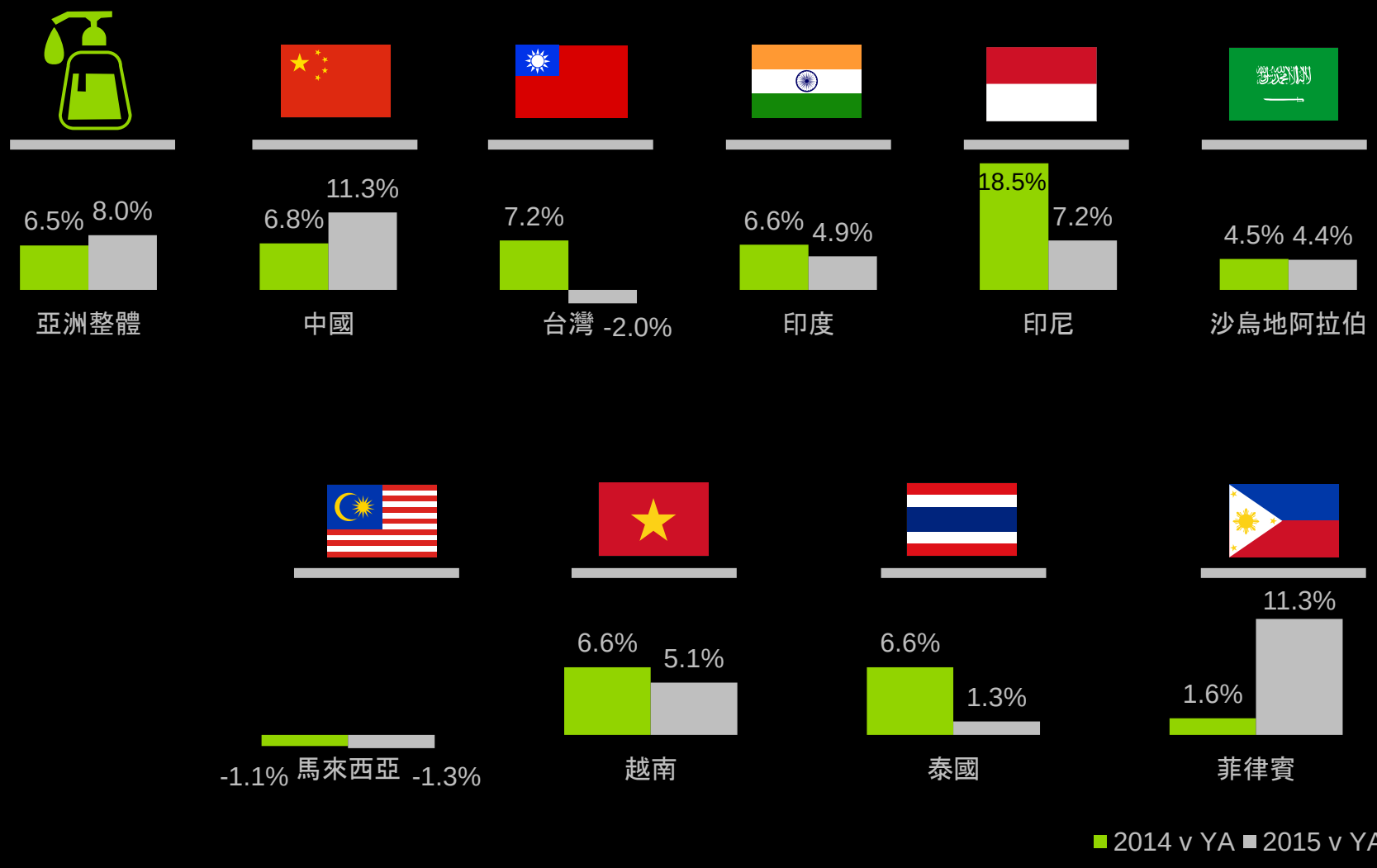
ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 食品類銷售額成長

飲料類: 中國及印尼飲料市場趨緩，馬來西亞則是出現負成長



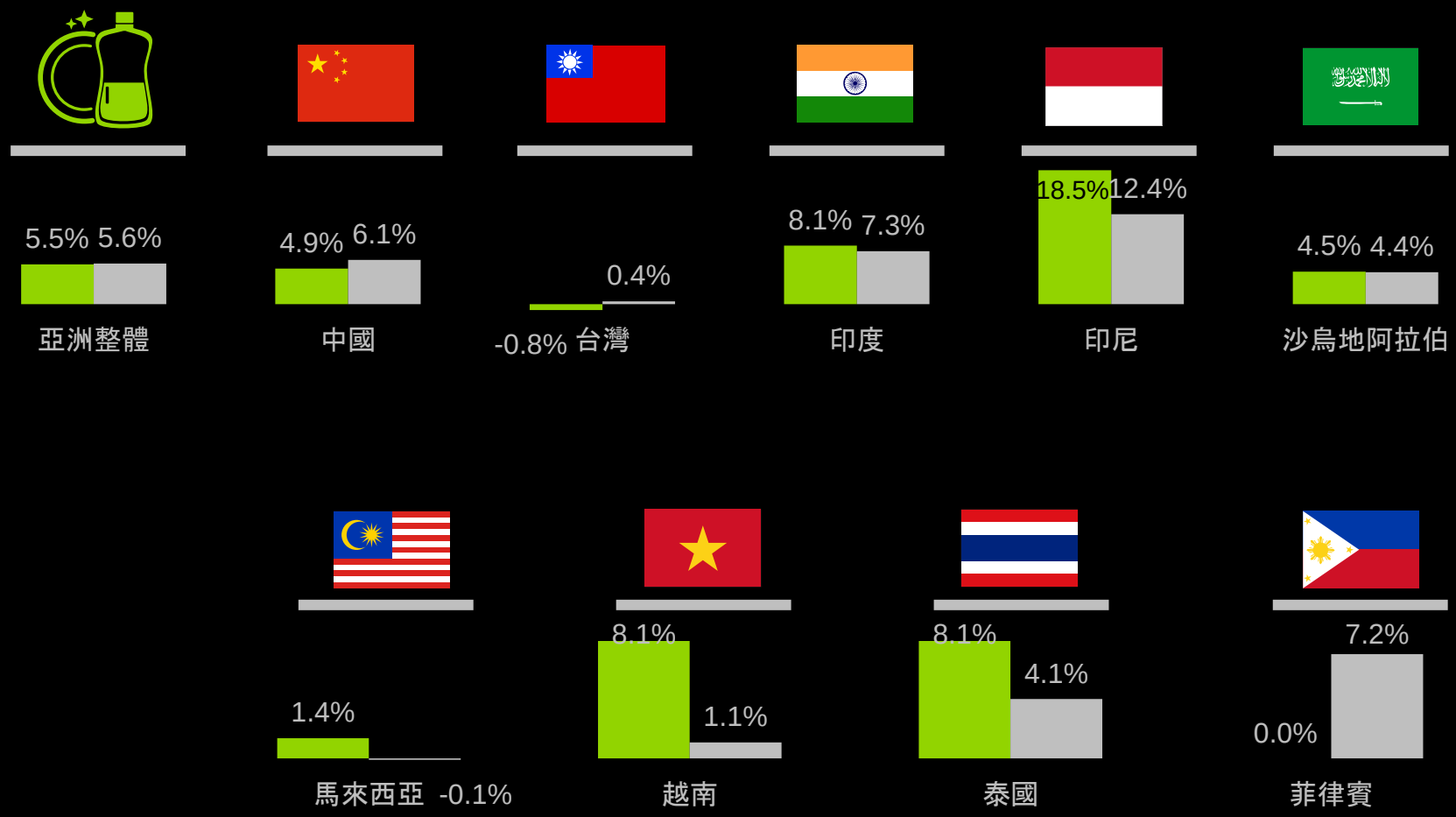
ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 飲料類銷售額成長

個人用品類: 主要由中國市場帶動個人用品類成長



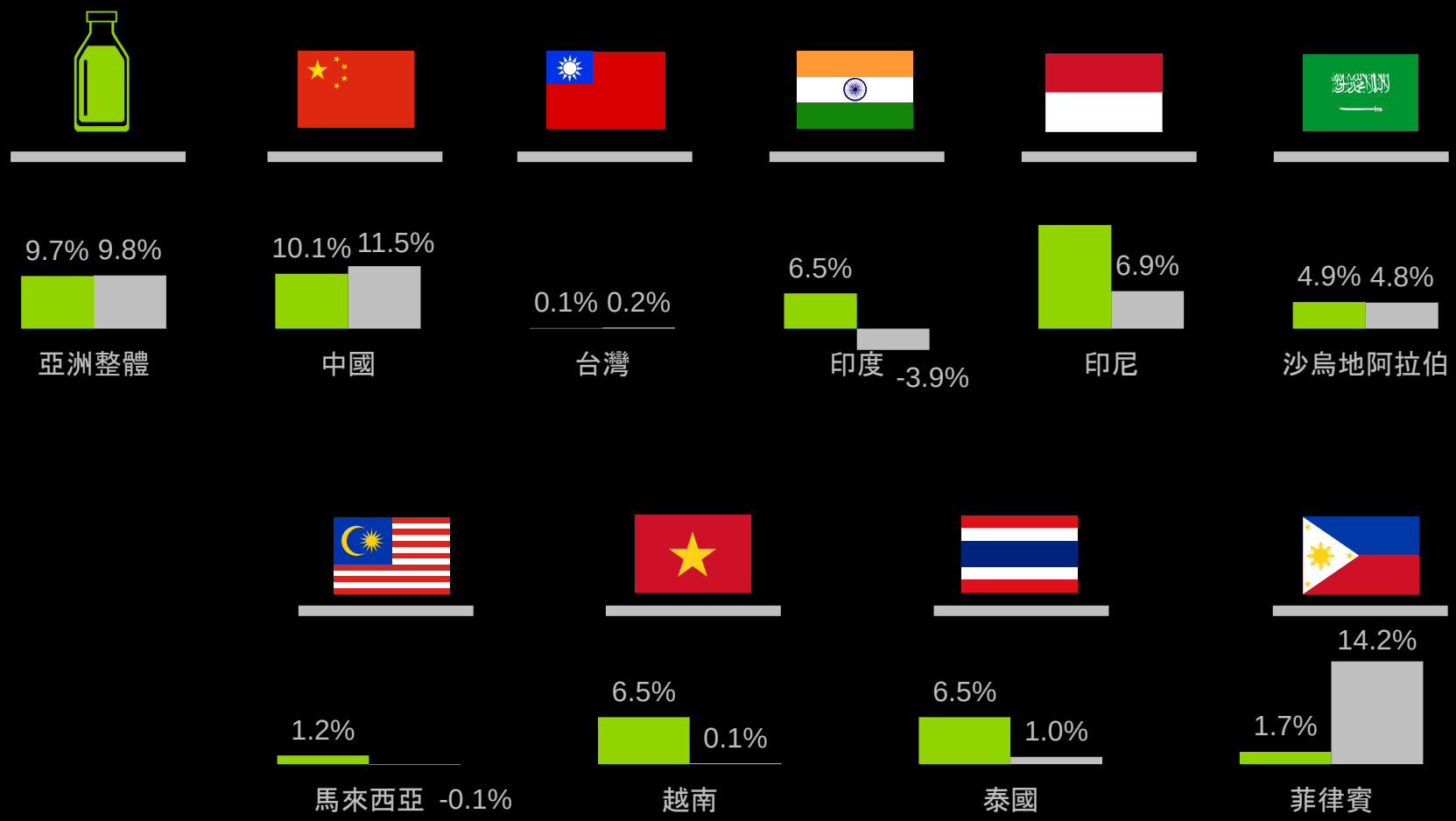
ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 個人用品類銷售額成長

家用品類: 印尼市場呈現兩位數的成長



ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 家庭清潔銷售額成長

乳製品類: 中國及菲律賓市場出現2位數字成長，印度及馬來西亞則呈現負成長



ASIA / MAT Q2 2015 & 2014 – 乳製品類銷售額成長

MAT Q2 2015 | 亞洲重點摘要

回到亞洲
重點摘要

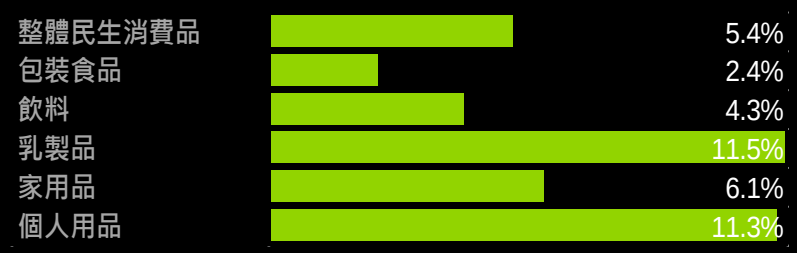
% 銷售金額成長 FMCG 民生消費用品 — MAT Q2 2015 vs.去年同期

	中國	印度	印尼	馬來西亞	菲律賓	烏地阿拉	泰國	台灣	越南
整體民生消費品	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	成長率 ≤ -0.5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%
包裝食品	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 ≤ -0.5%
飲料	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 ≤ -0.5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%
乳製品	成長率 > 5%	成長率 ≤ -0.5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%
家用品	成長率 > 5%	成長率 > 5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%
個人用品	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 > 5%	成長率 ≤ -0.5%	成長率 > 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	-0.5% < 成長率 ≤ 5%	成長率 ≤ -0.5%	成長率 > 5%

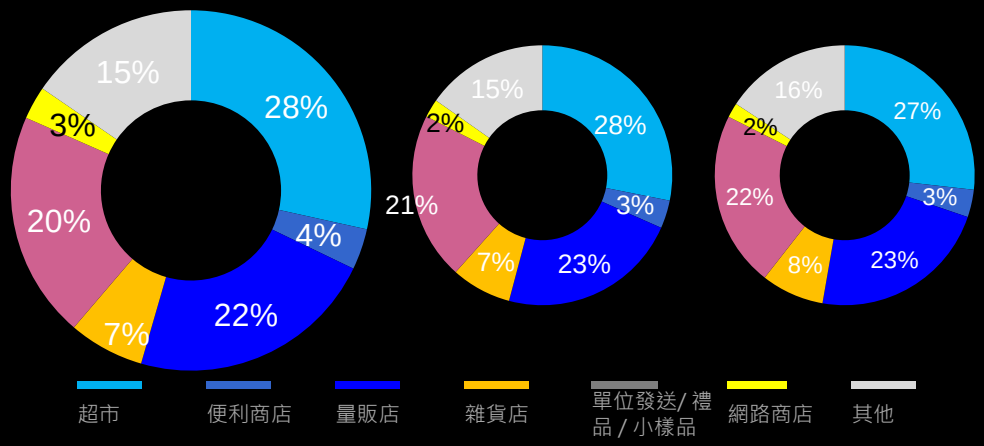
成長率 ≤ -0.5%　　-0.5% < 成長率 ≤ 5%　　成長率 > 5%

各國詳述: 請按此

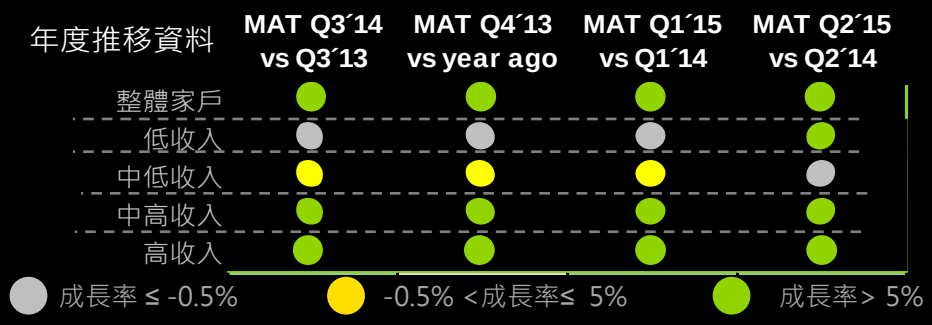
主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期



MAT Q2.15 MAT Q2.14 MAT Q2.13



主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

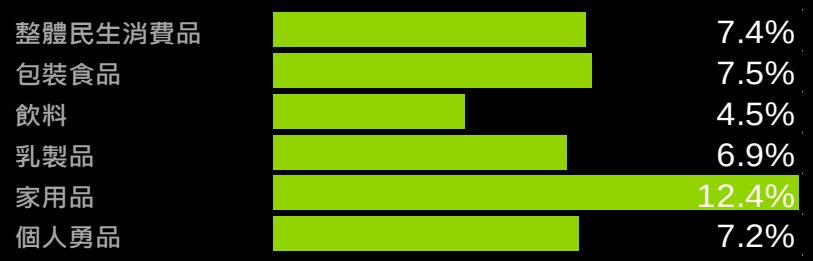


中國前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	洋酒	4.0
2	機能性飲品	3.1
3	穀類食品	2.2
4	糖果類	1.5
5	衣物柔軟精	1.4
6	個人清潔用品	1.0
7	頭髮護理品	0.9
8	奶油	0.8
9	優格	0.6
10	冷凍食品	0.4

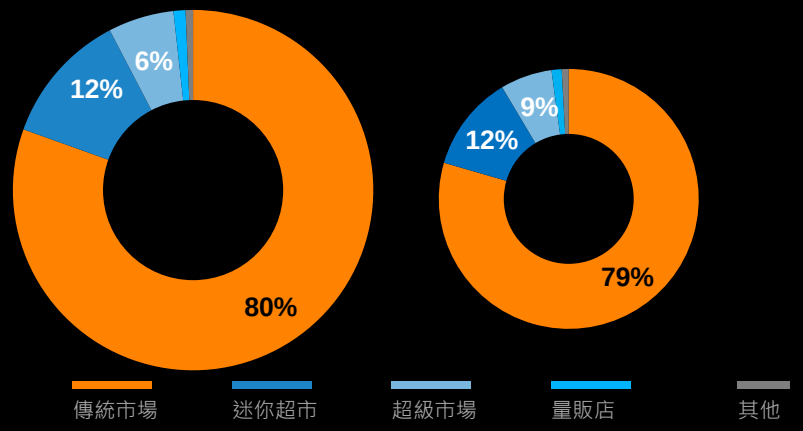
資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期

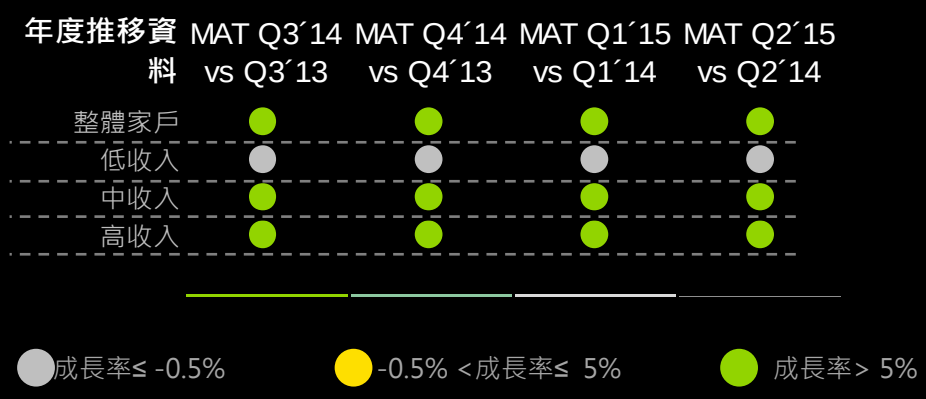


*印尼官方數據

MAT Q2.15 / MAT Q2.14



主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

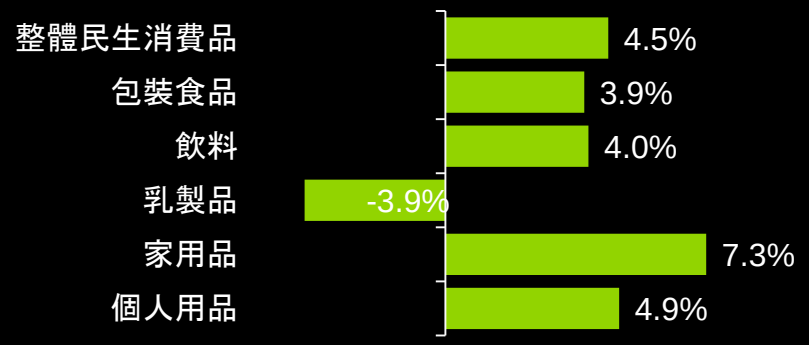


印尼前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

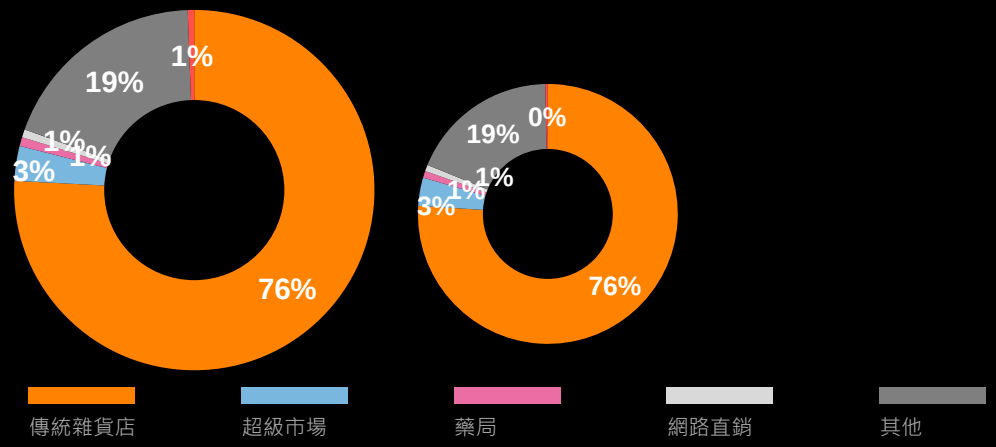
2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	即飲茶	2.5
2	醬油	2.5
3	雞精	1.9
4	椰奶	1.8
5	成人奶粉	1.2
6	衣物柔軟精	0.9
7	即溶咖啡	0.8
8	洗碗精	0.3
9	殺蟲劑	0.3
10	調味料	0.3

資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

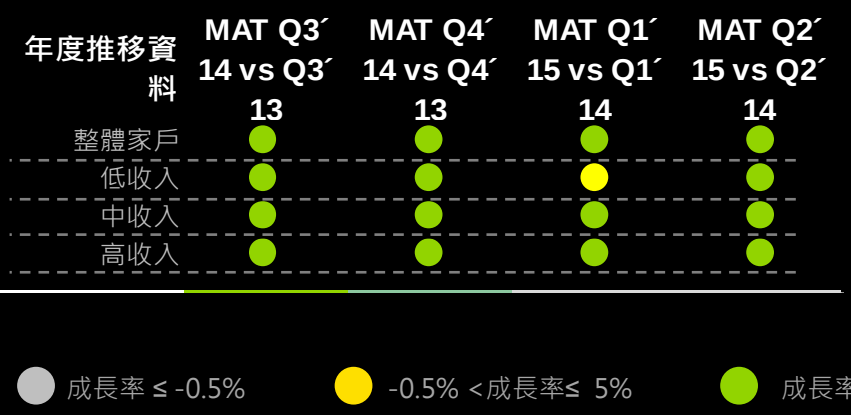
主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期



MAT Q2.15 / MAT Q2.14



主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入



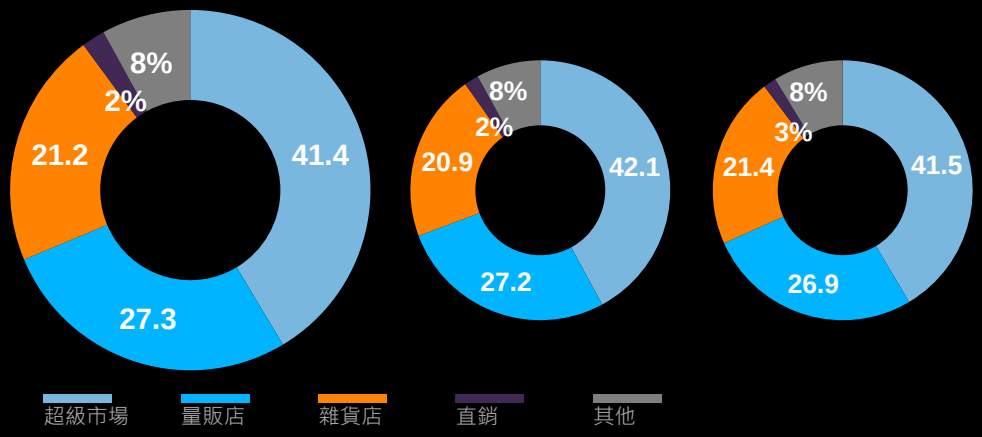
印度前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排名	品類	增加之普及率百分點
1	殺蟲劑	1.4
2	鋼刷	1.2
3	醬料 / 番茄醬	1.2
4	地板清潔劑	1.1
5	浴廁清潔劑	0.5
6	洗髮精	0.3
7	牙膏 / 潔牙粉	0.2
8	茶飲	0.23
9	除毛劑	0.1
10	麵條 / 義大利麵	0.17

資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期

MAT Q2.15 / MAT Q2.14 / MAT Q2.13



主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

年度推移資料	MAT Q3´14 vs Q3´13	MAT Q4´14 vs Q4´13	MAT Q1´15 vs Q1´14	MAT Q2´15 vs Q2´14
整體家戶	🟡	🟡	🟡	🟡
低收入	🟡	🟡	🟡	🟡
中收入	🟡	🟡	⚪	⚪
高收入	🟡	⚪	🟡	🟡

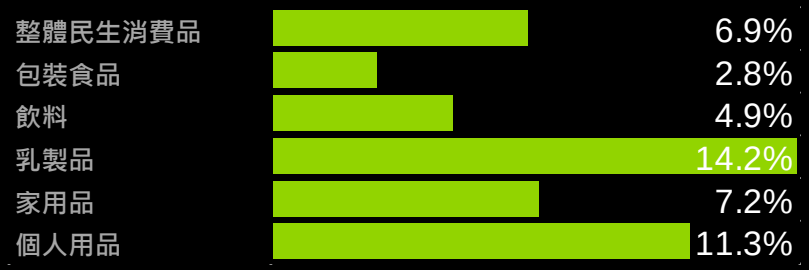
⚪ 成長率≤ -0.5%　🟡 -0.5% <成長率≤ 5%　🟢 成長率> 5%

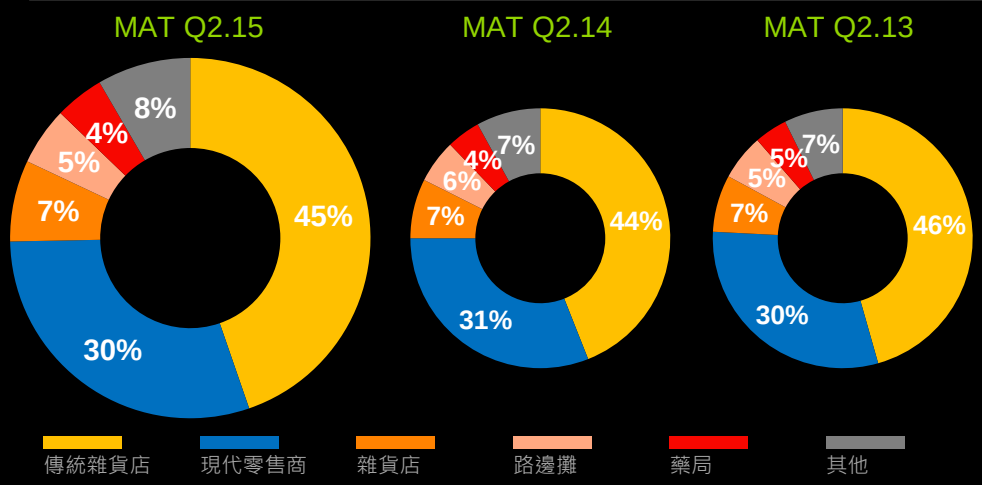
馬來西亞前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	調味粉	3.9
2	椰奶	2.8
3	雞精	2.2
4	多功能產品	2
5	等滲飲品	1.7
6	沙拉醬	1.7
7	即飲茶	1.5
8	義大利麵	1.5
9	即飲咖啡	1.4
10	蜂蜜	1.2

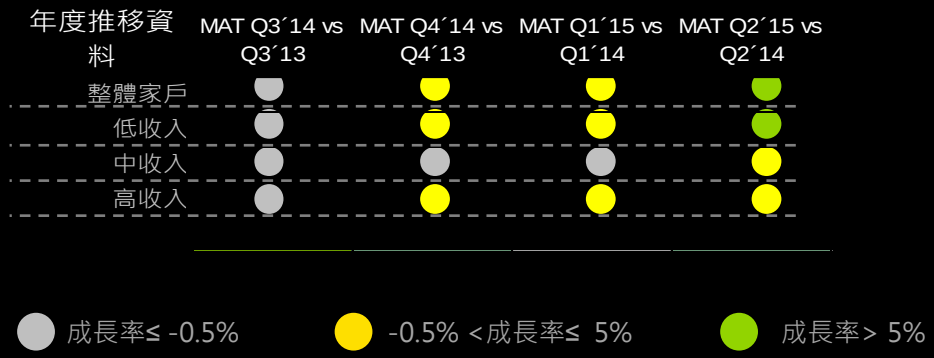
資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期





主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

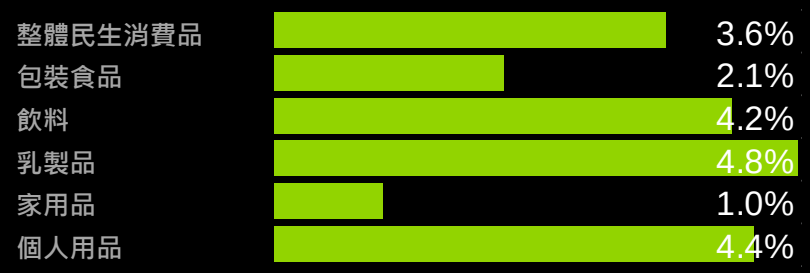


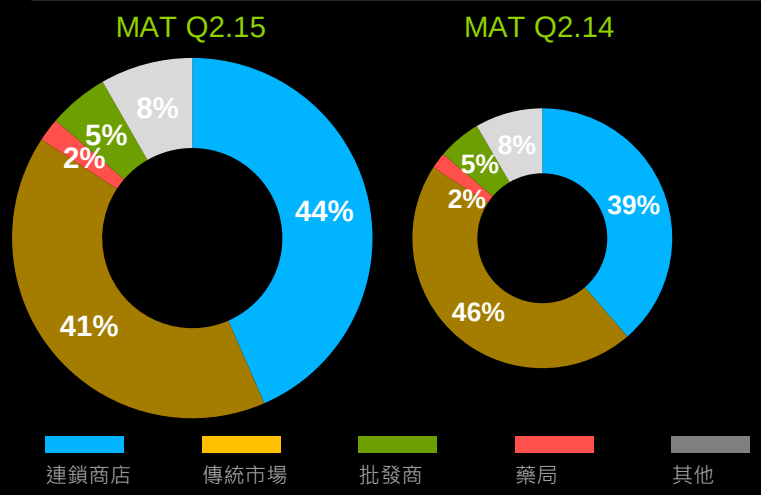
菲律賓前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	水	6.0
2	果汁	5.4
3	煉乳	5.3
4	生義大利麵	5.3
5	威化餅	5.0
6	三明治	4.7
7	餅乾	4.3
8	餅乾	4.0
9	衣物柔軟精	3.9
10	嬰兒奶粉/配方奶粉	3.7

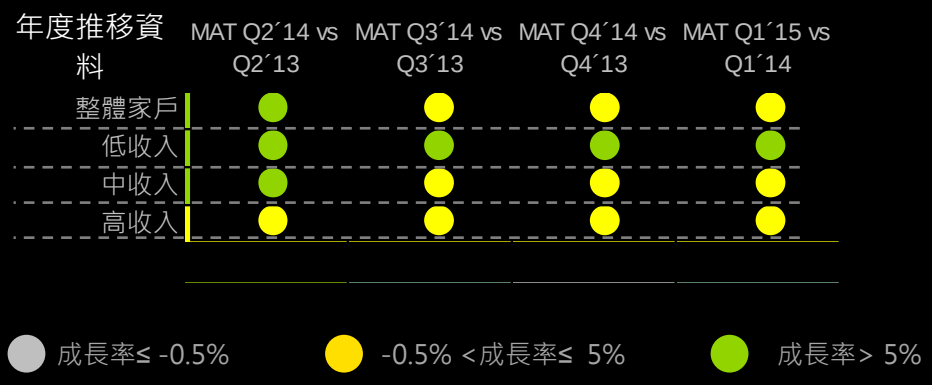
資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期





主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

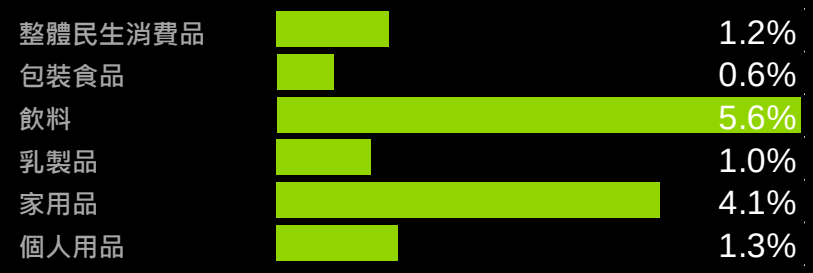


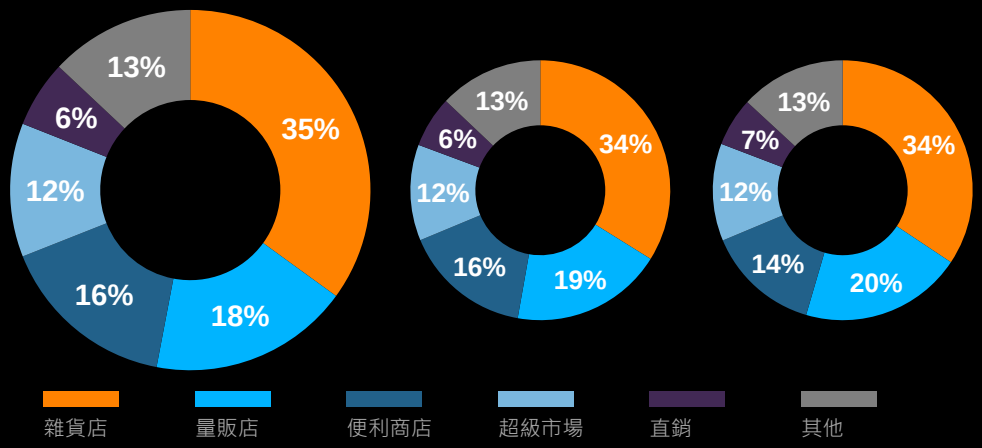
沙烏地阿拉伯前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	奶水	5.2
2	煉乳	4.4
3	衛生棉	3.9
4	優格	3.3
5	乳酪	3.2
6	鮮奶	3.1
7	咖啡	2.9
8	早餐穀物	2.5
9	塗抹醬	2.5
10	瓶裝水	1.9

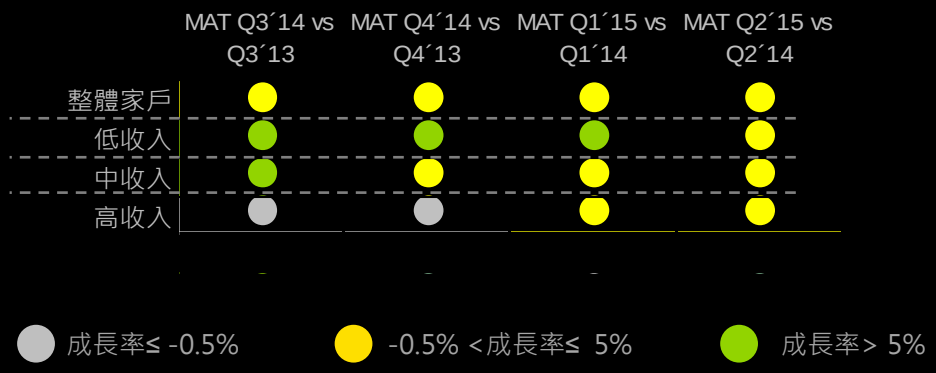
資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期





主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入

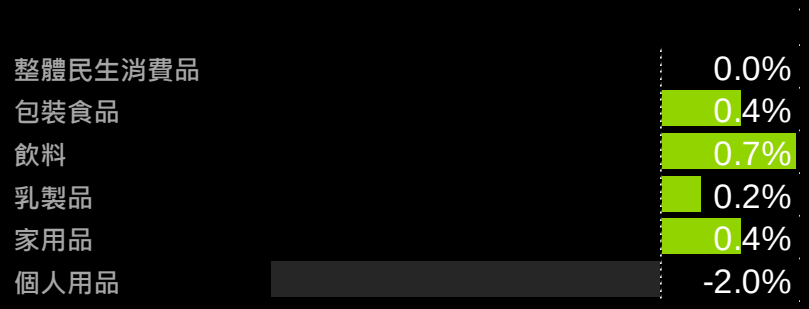


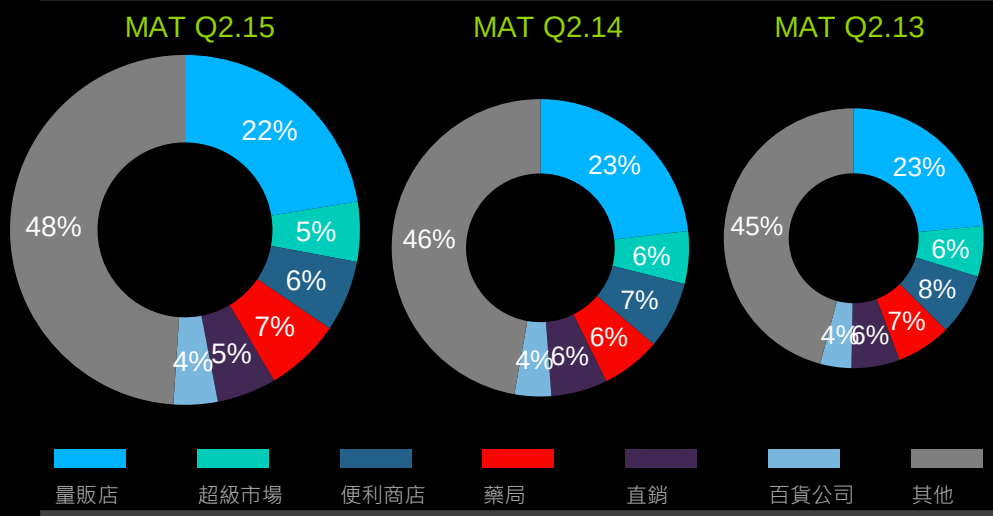
泰國前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	面紙	6.3
2	瓶裝水	4.4
3	機能飲品	4.1
4	防曬產品	2.4
5	米	1.6
6	牙刷	1
7	寵物食品	0.8
8	魚罐頭	0.41
9	牙膏	0.36
10	女性衛生用品	-0.06

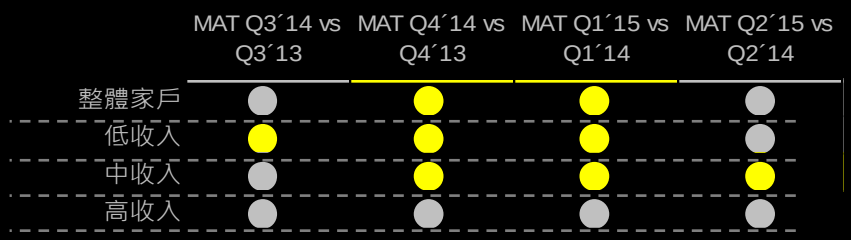
資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期





主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% 依家庭收入



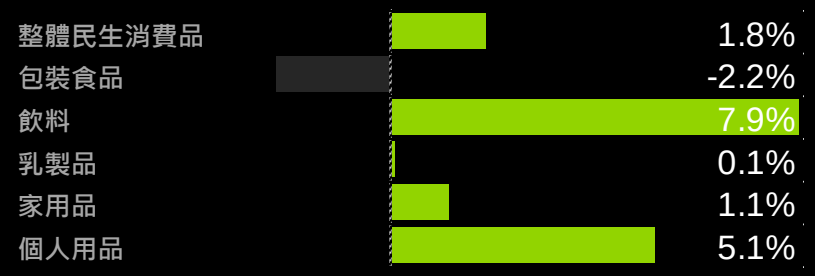
成長率≤ -0.5% | -0.5% <成長率≤ 5% | 成長率> 5%

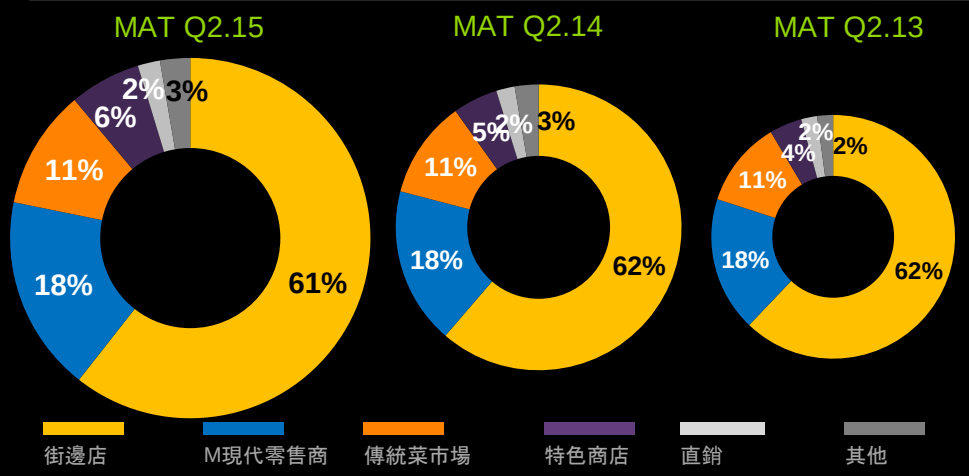
台灣前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	機能/ 運動飲料	5.5
2	濕紙巾	2.6
3	乳酪	1.8
4	體香劑	1.6
5	奶油	1.5
6	義大利麵	1.5
7	包裝水	1.3
8	即飲醋	1.2
9	防曬產品	1.0
10	烈酒	0.9

資料來源: MAT Q215 vs 去年同期 品類 普及率%

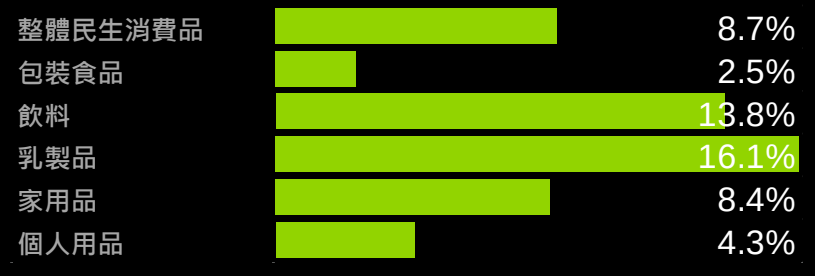
主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.15 vs. 去年同期 四大城市





資料來源: 越南四大城市

主要民生消費品類 - 銷售金額成長率% MAT Q2.14 vs. 去年同期 鄉村地區



備註: 資料不包含贈禮

越南前10名消費家戶成長最迅速的品類 (依普及率的成長)

2015排行	品類	增加之普及率百分點
1	蠔油	5
2	豆奶	3
3	能量飲料	3
4	碳酸飲料	3
5	乳酸飲料	2
6	水	2
7	營養品	2
8	杯裝優格	2
9	防曬產品	1
10	魚罐頭	1

資料來源: 越南四大城市 MAT Q2 14 vs 去年同期 品類 普及率%

CONSUMER INSIGHTS
ASIA 2015

Contact: Virginia.garavaglia@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL