

## สินค้านำเข้าบน Tmall Global ยอดขายโตขึ้นกว่าร้อยละ 50 ช่วงวันหยุดวันชาติจีน



ระหว่างวันที่ 1-7 ตุลาคม 2565 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงวันหยุดยาววันชาติจีน แพลตฟอร์ม Tmall Global ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจำหน่ายสินค้านำเข้าที่สำคัญของจีน มียอดขายสินค้านำเข้าขยายตัวขึ้นกว่าร้อยละ 50 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยสินค้านำเข้าที่มียอดขายขยายตัวขึ้นสูงอันดับต้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง สินค้าอาหาร เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าดิจิทัล เป็นต้น

Tmall Global เปิดเผยสถิติตัวเลขช่วงสัปดาห์ทองวันชาติจีนว่า ชุดเครื่องสำอางนำเข้าชนิดพกพา มียอดขายขยายตัวขึ้นถึง 9 เท่า ผลิตภัณฑ์กันแดดนำเข้าขยายตัวขึ้นมากกว่าร้อยละ 80 เครื่องนวดเสริมความงามนำเข้าขยายตัวขึ้นร้อยละ 160 ในขณะเดียวกัน ขนมขบเคี้ยวนำเข้าสำหรับแมวและสุนัขมียอดจำหน่ายขยายตัวขึ้นร้อยละ 100 อุปกรณ์เลี้ยงสัตว์เลี้ยงอัจฉริยะนำเข้าขยายตัวขึ้นร้อยละ 261 และผลิตภัณฑ์เสริมความงามนำเข้าสำหรับสัตว์เลี้ยงขยายตัวขึ้นร้อยละ 253

เมื่อพิจารณาการบริโภคในแต่ละพื้นที่ของจีนพบว่า ระหว่างวันที่ 1-7 ตุลาคม 2565 ผู้บริโภคในภาคกลางและภาคตะวันตกของจีนได้สั่งซื้อสินค้านำเข้าบนแพลตฟอร์ม Tmall Global รวมเป็นมูลค่ามากกว่าช่วงเดียวกันของปีที่แล้วกว่าร้อยละ 40 โดยกว่างซี เจียงซี ชันซี หูหนานและอันฮุย เป็นพื้นที่ที่มียอดสั่งซื้อขยายตัวสูงเป็นอันดับต้นของจีน นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคสินค้านำเข้าบนแพลตฟอร์ม Tmall Global ของผู้บริโภคที่อยู่ในเมืองต่ำกว่าระดับ 5 และในเขตชนบท มีอัตราการขยายตัวมากกว่าเมืองระดับ 1 และ 2 ของจีน โดยการบริโภคของผู้บริโภคในเขตชนบทของจีนมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 55

สำหรับสินค้านำเข้าที่ชาวจีนส่วนใหญ่นำไปใช้ในรถเข็นและมีสัดส่วนในรถเข็นมากที่สุด คือสินค้าของประเทศที่ชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งมีระยะเวลาบินประมาณ 4 ชั่วโมง อาทิ ไทย ญี่ปุ่น เกาหลีและ

มาเลเซีย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของไอซ์แลนด์ ผลิตภัณฑ์บำรุงผมแบบไม่ต้องล้างออกของโมร็อกโก และอาหารเสริมสุขภาพเดนมาร์ก มียอดจำหน่ายขยายตัวสูงเป็นอันดับต้น

ตัวเลขสถิติชี้ว่า ในปี 2564 ที่ผ่านมา แบรินด์ต่างชาติที่จำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์ม Tmall Global มีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่า 29,000 แบรินด์ จาก 87 ประเทศ/เขตทั่วโลก เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเดือนละกว่า 400 แบรินด์ ครอบคลุมสินค้ามากกว่า 5,800 ประเภท และกว่าร้อยละ 80 เป็นแบรินด์ต่างชาติที่เข้าตลาดจีนเป็นครั้งแรก

ที่ผ่านมา Tmall Global ค่อนข้างให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบรินด์ใหม่ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2565 Tmall Global ได้ชี้ว่าจะพัฒนาแบรินด์เครื่องสำอางต่างชาติที่เป็นแบรินด์ใหม่ด้วยแผนการตลาดต่างๆ พร้อมกับช่วยวางกลยุทธ์การขาย จัดหา KOL/KOC และช่วยเหลือในห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น เพื่อให้แบรินด์ใหม่สามารถขยายตลาดในจีนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย Tmall Global ชี้ว่า จะนำ แบรินด์เครื่องสำอางต่างชาติแบรินด์ใหม่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าบนแพลตฟอร์มอีก 1,000 แบรินด์ในอีกหนึ่งปีข้างหน้า และปัจจุบันแบรินด์เครื่องสำอางต่างชาติแบรินด์ใหม่ที่มียอดจำหน่ายทั้งปีมากกว่า 10 ล้านหยวน บนแพลตฟอร์ม Tmall Global มีจำนวนมากกว่า 50 แบรินด์

### ข้อคิดเห็นของสคต.เซี่ยงไฮ้

การบริโภคของชาวจีนที่ยกระดับสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวจีนทั้งในเขตเมืองและชนบทหันมานิยมสินค้านำเข้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคสินค้านำเข้าของผู้บริโภคชาวจีนมีการเปลี่ยนแปลง โดยจะหันไปบริโภคสินค้านำเข้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลดีต่อธุรกิจสินค้านำเข้าในจีนที่จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ไม่น้อย ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการไทยสามารถพิจารณากระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดจีนผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของจีน ซึ่งแพลตฟอร์ม Tmall Global ก็เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ผู้บริโภคชาวจีนนิยมเข้าไปซื้อสินค้านำเข้ามากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลช้อปปิ้งต่างๆ อย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาตลาด ช่องทางจำหน่าย คู่แข่ง และแนวโน้มของสินค้าก่อนเข้าตลาดจีน เพื่อจะได้สามารถวางกลยุทธ์การขายและดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แหล่งที่มา

<http://news.ctocio.com.cn/ds/2021/1009/55856.html>

**Disclaimer:** ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าทางใด