



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน (Weekly News from China)

ประจำวันที่ 19-25 ธ.ค. 2565

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง

ส่องตลาดเครื่องดื่มไร้น้ำตาลของจีน ปี 2565



1. ภาพรวมตลาด

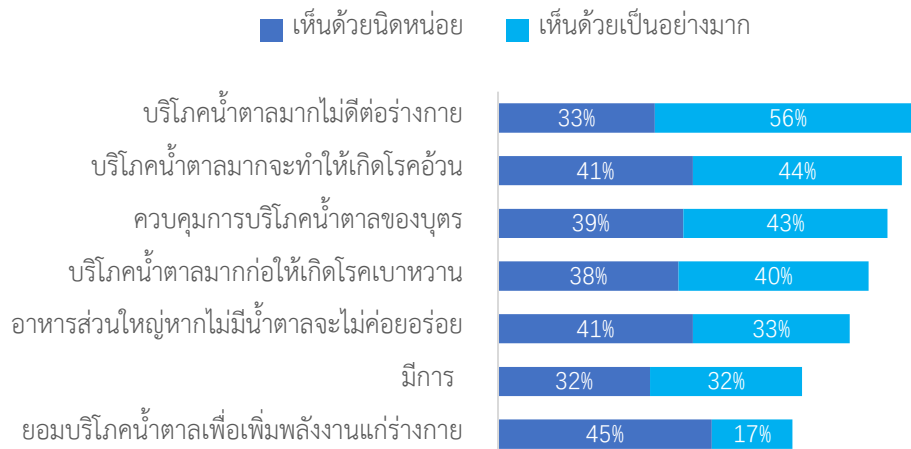
1.1 สถานการณ์น้ำหนักรักและโรคอ้วนของชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากรายได้เฉลี่ยต่อหัวและการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนได้มีการเปลี่ยนแปลงไป สุขภาพจึงกลายเป็นหัวข้อ “การบริโภค” ที่สำคัญ โดยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประชากรชาวจีนมีอัตราเฉลี่ยผู้ที่มีน้ำหนักเกินและเป็นโรคอ้วนเพิ่มสูงขึ้น และอย่างที่ทราบกันดีว่า การมีน้ำหนักเกินและโรคอ้วนเป็นบ่อเกิดนำไปสู่โรคร้ายแรงอื่นๆ เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน และโรคมะเร็ง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสำคัญกับ “การลดน้ำตาล” กอปรกับการที่จีนมีนโยบาย “Healthy China” และมีการออกข้อกำหนด “แผนโภชนาการแห่งชาติ” ทำให้ชาวจีนยิ่งตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพกันมากขึ้น ฉะนั้นการตระหนักเกี่ยวกับการควบคุมน้ำตาลและการลดน้ำตาลจึงค่อยๆ กลายเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ทัศนคติการบริโภคน้ำตาลของผู้บริโภคชาวจีน

ที่มา : www.analysis.cn

1.2 ขนาดตลาดเครื่องดื่มชา

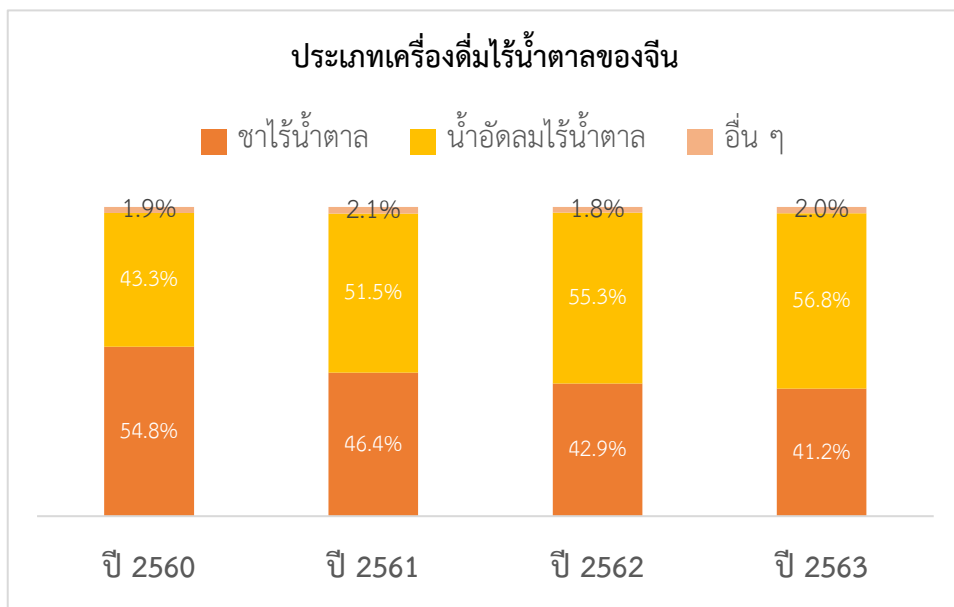
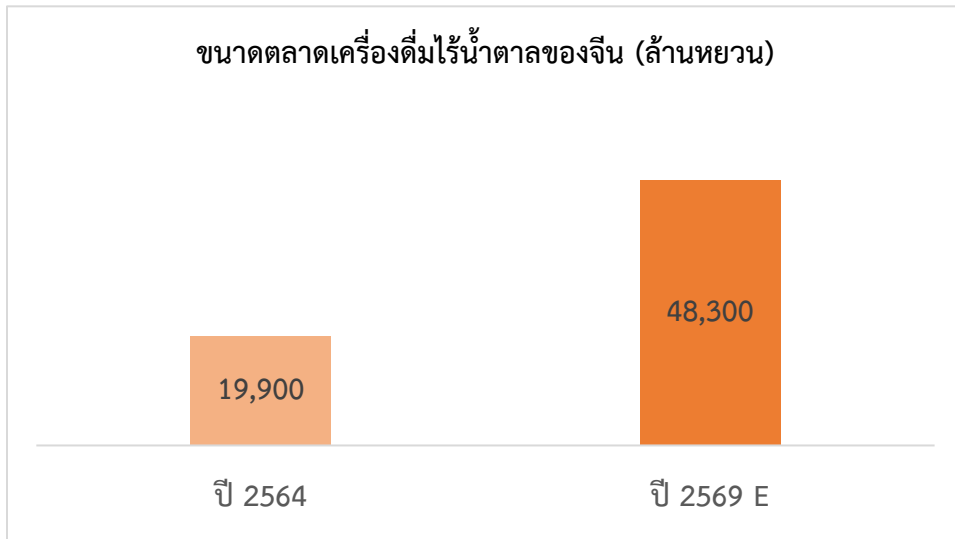
ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการเติบโตของเครื่องดื่มชาของจีนมีการชะลอตัวลง โดยมีอัตราการเติบโตต่อปีเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 แต่อัตราการเติบโตของเครื่องดื่มชาไร้น้ำตาลยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลายเป็นกลไกการเติบโตใหม่ในตลาดเครื่องดื่มชา

1.3 ขนาดตลาดของเครื่องดื่มไร้น้ำตาล

ขนาดตลาดของเครื่องดื่มไร้น้ำตาลของจีนในปี 2564 มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 19,900 ล้านบาท และคาดว่าจะสูงถึง 48,300 ล้านบาทในปี 2569 ซึ่งอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 1.4 เท่าเมื่อเทียบกับปี 2564 หากพิจารณาจากประเภทเครื่องดื่มชาและน้ำอัดลมไร้น้ำตาลแล้ว ขนาดตลาดรวมกันของเครื่องดื่มทั้งสองประเภทมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด



ที่มา : <http://www.syntun.com.cn/>

2. พฤติกรรมผู้บริโภค

2.1 ค่าใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคหนุ่มสาวชาวจีน

หนุ่มสาวชาวจีนมีการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยร้อยละ 30 ของกลุ่มผู้บริโภคหนุ่มสาวมีค่าใช้จ่ายดังกล่าวเกิน 1,000 หยวนต่อเดือน

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ทัศนคติต่อการบริโภค/โฆษณาเครื่องดื่มไร้น้ำตาลของผู้บริโภคที่เกิดหลังปี ค.ศ. 2000

นิยมราคาถูก บนบรรจุภัณฑ์มีรายละเอียด
ด้านต่าง ๆ เช่น ราคา รสชาติ และ
ความสะดวกสบาย

ไม่ชอบคำโฆษณาเกินความเป็นจริง

มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ไร้น้ำตาลที่มี
ความร่วมมือกับแบรนด์เกม และสนใจ
ผลิตภัณฑ์ที่แนะนำโดยผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์

ระหว่างการโฆษณาเครื่องดื่มไร้น้ำตาล
หากมีป๊อปอัพโฆษณาอื่นๆ ปรากฏขึ้น
หรือมีการเชื่อมโยงไปยังลิงก์อื่นโดย
อัตโนมัติ จะสร้างความรำคาญใจให้แก่
ผู้บริโภครสชาติ และความสะดวกสบาย



หากมีคนดัง/Net idol เผยแพร่ลิงก์การซื้อขายผลิตภัณฑ์
อย่างชัดเจนหรือมีโค้ดสำหรับราคาพิเศษ ผู้บริโภคจะคิดว่า
เป็นการโฆษณาและรู้สึกไม่พอใจ

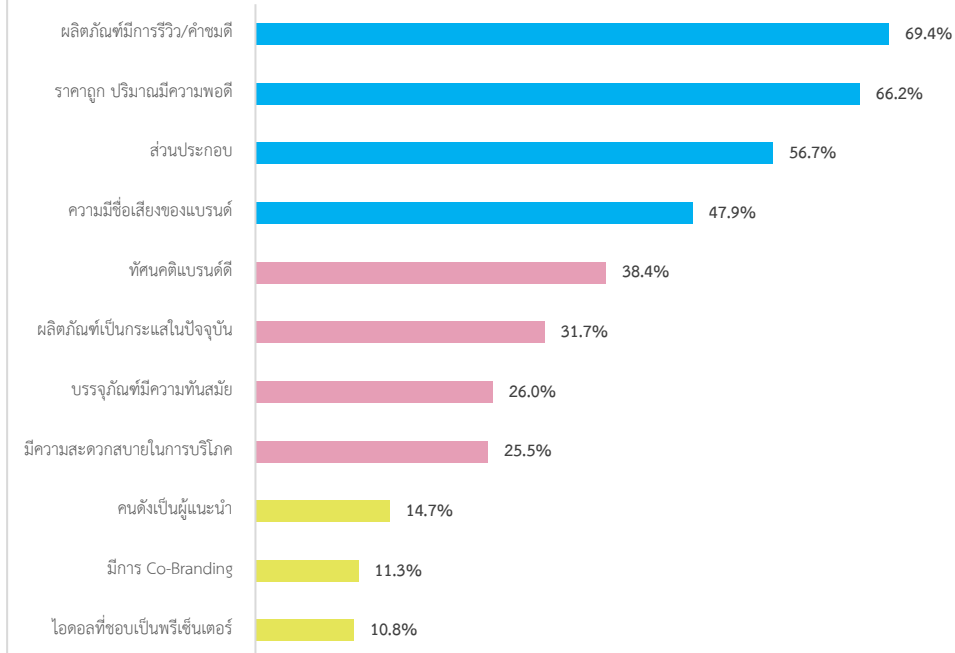
2.2 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไร้น้ำตาลที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจ

ในการบริโภคเครื่องดื่มไร้น้ำตาล ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเพลิดเพลินกับเครื่องดื่มไร้น้ำตาลที่มีคุณภาพ และผู้บริโภคหนุ่มสาวเกือบประมาณร้อยละ 70 ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของเครื่องดื่มเครื่องดื่มไร้น้ำตาล โดยแนวคิดหลักในการเลือกซื้อเครื่องดื่มไร้น้ำตาลของคนหนุ่มสาว คือ คุณภาพ แนวคิดและความนิยม

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

แนวคิดหลักที่ผู้บริโภคชาวจีนเลือกซื้อเครื่องดื่มไร้น้ำตาล



ที่มา : www.topklout.com

2.3 รสชาติของเครื่องดื่มไร้น้ำตาลส่งผลต่อการเลือกซื้อ

ผู้บริโภคที่เกิดหลังปี ค.ศ. 2000 นิยมเลือกซื้อเครื่องดื่มไร้น้ำตาลที่มีความแปลกใหม่ ขณะที่ผู้บริโภคที่เกิดในยุค 1980 ให้ความสำคัญด้านราคาเป็นหลัก

2.4 สูตรเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคหนุ่มสาวต้องการ

การออกกำลังกายลดน้ำหนักของกลุ่มวัยรุ่น ทำให้เกิดความต้องการขนมขบเคี้ยวและสูตรเครื่องดื่มตามมา เช่น ไขมันต่ำ น้ำตาลต่ำ และแคลอรีต่ำ เป็นต้น

3. แนวโน้มการจำหน่าย

3.1 ผู้บริโภคหนุ่มสาวชาวจีนร้อยละ 66 ได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มผ่าน “การแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญ” ในขณะเดียวกัน คนหนุ่มสาวมีความพิถีพิถันมากขึ้นเกี่ยวกับรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม




3.2 มีการค้นหาคำว่า “น้ำตาล” บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

จากการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคคำว่า “สารให้ความหวาน” “น้ำตาลน้อย” และ “ไร้น้ำตาล” ได้กลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจบนอินเทอร์เน็ต และหัวข้อที่เกี่ยวข้องได้ดึงดูดความสนใจและการสนทนาอย่างกว้างขวางจากผู้ใช้แพลตฟอร์มโซเชียล

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าจะโดยทางใด

3.3 ปัจจัยในการเลือกซื้อ

ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องดื่มไร้น้ำตาลของผู้บริโภคชาวจีน			
			
ไร้น้ำตาล	มีความปลอดภัย	ดีต่อสุขภาพ	ส่วนผสม
			
ออร์แกนิก	รสชาติของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย	อร่อย	มีความแปลกใหม่
			
ราคาถูก	มีส่วนผสมของวิตามิน	มีจุดขาย	เป็นที่นิยม

3.4 รสชาติของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไร้น้ำตาลเป็นจุดสนใจของการค้นหาของผู้บริโภค

3.5 การประเมินรสชาติและเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับรสชาติช่วยให้ผู้บริโภคค้นหาผลิตภัณฑ์เป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

Weekly News from China


Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

4. ตัวอย่างแบรนด์สินค้าเครื่องดื่มใส่น้ำตาลในตลาดจีน

ลำดับ	แบรนด์	ปริมาณ	ราคา (หยวน)	รูปภาพ
1	NONGFU SPRING	500 ml	5.5	
2	Chi Forest	500 ml	6.5	
3	SUNTORY	500 ml	5	
4	Authentic Tea House	480 ml	6	
5	Sprite	330 ml	4.5	

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

6	NAYUKI	500 ml	6	
---	--------	--------	---	---

ความคิดเห็นของ สคต.

ปัจจุบัน ผู้บริโภคชาวจีนมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวเพิ่มมากขึ้นและหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากเดิมที่มุ่งเน้นการ “ดื่มและทานเพื่ออิม” ก็เปลี่ยนเป็นการดื่มและทานอย่างมีประโยชน์ และเพื่อรักษาสุขภาพด้วย โดยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เครื่องดื่มไร้น้ำตาล/ น้ำตาลน้อย เช่น ชาไร้น้ำตาล น้ำอัดลมไร้น้ำตาล เป็นต้น ได้กลายเป็นกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยผู้บริโภคยุคใหม่หันมาใส่ใจรูปร่างมากขึ้น จนเกิดแบรนด์เครื่องดื่มไร้น้ำตาลใหม่ ๆ มากมาย

ทั้งนี้ ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจสินค้าเครื่องดื่มไร้น้ำตาลที่มีความต้องการจะหาคู่ค้ารายใหม่และต้องการขยายตลาดมายังประเทศจีน ทั้งรูปแบบการค้าอีคอมเมิร์ซและการค้าทั่วไป โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดจีน และคาดว่าจะเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ได้แก่ ชาไร้น้ำตาล โซดาไร้น้ำตาล น้ำสมุนไพรไร้น้ำตาล และน้ำผลไม้ไร้น้ำตาล เป็นต้น โดยนำมาใส่บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพิ่มรสชาติแปลกใหม่และสร้างแบรนด์ให้มีเรื่องราวน่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้บริโภควัยหนุ่มสาวหรือการ Co-Branding และการร่วมมือกับผู้ประกอบการจีนมีชื่อเสียงในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักบนสื่อโซเชียลมีเดียชื่อดังของจีนหรือร้านซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อตอบโจทย์ในการเลือกซื้อของผู้บริโภคชาวจีนทุกช่องทาง คาดว่าในอนาคตแนวโน้มในการบริโภคเครื่องดื่มไร้น้ำตาลในจีนจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพดีแล้วยังมีความสุขในการดำเนินชีวิตอีกด้วย

ที่มา : https://mp.weixin.qq.com/s/KGSsJD24mki_Titd2lfPvQ

สคต. คุณหมิง

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ