

## รู้จักตลาดเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุในจีน



ที่มา : baijihao.baidu.com

ด้วยกำลังการใช้จ่ายของกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุในประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้เริ่มให้ความสำคัญกับความสุขในชีวิต ซึ่งเครื่องดื่มก็กลายเป็นหนึ่งในตัวเลือกการสร้างความสุขเล็กๆ ของกลุ่มผู้บริโภคสูงวัย ในอีก 10 ปีข้างหน้า คาดว่าประเทศจีนจะเข้าสู่สังคม ที่มีจำนวนผู้ “เกษียณอายุ” มากที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยกลุ่มคนยุค 60 กำลังจะเข้าสู่วัยเกษียณอายุเฉลี่ย 20 ล้านคนต่อปี ผู้สูงอายุ “ยุคใหม่” แตกต่างจากผู้สูงอายุ “ยุคเดิม” เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่เติบโตขึ้นมาในช่วงการปฏิรูป ประเทศมีการเปิดกว้างมากขึ้น ผู้คนได้รับการศึกษามากขึ้น ระดับรายได้และการบริโภคก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่ ยังมีความคิดและทัศนคติที่เปิดกว้างกว่าคนยุคก่อน สามารถยอมรับกับความเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น กระแสความนิยมใหม่ๆ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ รายงานจาก “ข้อมูลเชิงลึกการบริโภคของผู้สูงอายุปี 2564” ระบุว่า กลุ่มผู้บริโภคสูงวัยที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ยังมีรสนิยมชอบดื่มชานม กาแฟ และอาหารจานด่วน ด้วยความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่แตกต่างจากกลุ่มคนทั่วไป ธุรกิจเครื่องดื่มจึงต้องวางกลยุทธ์ทางการตลาดและคัดค้นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผู้สูงอายุ ยกตัวอย่าง แบรินด์น้ำดื่ม Nongfu Spring ได้เปิดตัวน้ำแร่ธรรมชาติที่ส่วนผสมของ “ลิเธียม” ที่มีส่วนช่วยในการลดความจำเสื่อมจากโรคอัลไซเมอร์ และแบรินด์ Wang Wang ก็ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะเช่นกัน



สินค้าสำหรับผู้สูงอายุแบรินด์ Wang Wang  
ที่มา : www.want-want.com



น้ำแร่แบรินด์ Nongfu Spring  
ที่มา : www.nongfuspring.com

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center, Xiamen  
Building No.3 ,City Hotel Xiamen  
No.16 Huyuan Rd,Xiamen,Fujian  
361003 PRC.

Tel : (+86 592) 2663064 to  
2663069  
thaitcxiamen @ditp.go.th

ในตลาดเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ได้มีจำกัดความของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ส่วนใหญ่สื่อบริโภคทางเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและเครื่องดื่มฟังก์ชันต่างๆ ที่ดีต่อผู้สูงอายุ แต่ตลาดเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุไม่ได้จำกัดอยู่แค่เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังคงมีความต้องการสินค้าเครื่องดื่มที่หลากหลาย ซึ่งจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในตลาดเครื่องดื่ม

ดูจากผิวเผินความต้องการบริโภคเครื่องดื่มของกลุ่มคนสูงวัยอาจดูน้อยกว่ากลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ตามข้อมูลรายงาน “แนวโน้มการบริโภคสินค้านำเข้าปี 2022” ที่เผยแพร่โดยสถาบันวิจัย JD.com ระบุว่า ในปี 2564 มูลค่าการบริโภคสินค้านำเข้าของผู้บริโภคในกลุ่มอายุ 46-55 ปี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 283 YoY โดยประเภทสินค้านำเข้าที่ชื่นชอบเป็นสินค้าจำพวกอาหาร เครื่องดื่ม และสุรา เป็นต้น นอกจากนี้ รายงานจาก Ipsos ระบุว่า ในกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มโปรตีนจากพืช มีผู้สูงอายุในเขตชนบทกว่าร้อยละ 17 และผู้สูงอายุในเขตเมืองร้อยละ 3 ของกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชทั้งหมด โดยกลุ่มผู้สูงอายุในเขตชนบทกลายเป็นกำลังซื้อที่มีอิทธิพลมากขึ้นอย่างไม่ควรมองข้าม

ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปกลุ่มคนวัยกลางคนและผู้สูงอายุค่อยๆ รู้จักการแสวงหาความสุขในการใช้ชีวิตมากขึ้น การเลือกซื้อของจากอิทธิพลทางจิตใจสูงขึ้น แสวงหาความพึงพอใจให้แก่ตนเอง ชอบอิสระ ต้องการเพลิดเพลินกับช่วงเวลาบั้นปลายในชีวิต และมีความต้องการในการใช้จ่ายสูงขึ้น เต็มใจที่จะใช้เงินในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองมากขึ้น เมื่อเทียบกับคนหนุ่มสาวแล้ว กลุ่มผู้บริโภคผู้สูงอายุให้ความสำคัญด้านสุขภาพมากกว่า การเลือกซื้อสินค้าเครื่องดื่มไม่ได้ขึ้นอยู่กับรสชาติและความรู้สึกทางอารมณ์ทั้งหมด โดยทั่วไปแล้วคนวัยกลางคนและผู้สูงอายุจะมีจิตใต้สำนึกให้ความสำคัญด้านสุขภาพค่อนข้างแข็งแกร่ง พวกเขาจะชอบและเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแบบดั้งเดิม อาทิ น้ำโซดา เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มนมกะทิ น้ำเต้าหู้ ชาประเภทต่างๆ รวมไปถึงน้ำผลไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้สูงอายุยังคงต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่ให้ความหวาน แต่เนื่องด้วยจิตใต้สำนึกด้านสุขภาพ จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเลือกเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลต่ำหรือไม่มีน้ำตาล และไม่ส่งผลต่อสุขภาพหรือโรคที่เป็นอยู่

เมื่ออายุมากขึ้นมักจะประสบปัญหาการรับประทานอาหารได้น้อยลง มีพฤติกรรมการกินที่หลากหลายแต่ปริมาณน้อยลง นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากมักจะชอบเครื่องดื่มที่เป็นผงชงมากกว่าเครื่องดื่มที่บรรจุในกล่องหรือกระป๋อง เนื่องจากเครื่องดื่มบรรจุกล่องหรือกระป๋องมักจะมีอุณหภูมิค่อนข้างเย็น ซึ่งส่งผลเสียต่อกระเพาะและลำไส้ ถึงแม้ว่าเครื่องดื่มบรรจุกล่องหรือกระป๋องจะสะดวกต่อการดื่มมากกว่าเครื่องดื่มแบบผง แต่ผู้ผลิตยังต้องคำนึงถึงการพัฒนาเครื่องดื่มที่สามารถรักษาอุณหภูมิที่ให้อุ่น ดังนั้น สุขภาพ รสชาติ ขนาดบรรจุที่พอดี และการรักษาอุณหภูมิ กลายเป็น 4 ปัจจัยหลักในการเลือกซื้อเครื่องดื่มของผู้สูงอายุ

**ความเห็นสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน :** หลายประเทศได้กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ ต้องเผชิญกับจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยแรงกดดันทางเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้คนยุคใหม่ลดจำนวนการเกิดเพื่อลดภาระในการครองชีพ โดยญี่ปุ่น อิตาลี และโปรตุเกสเป็น 1 ใน 3 อันดับแรกของโลกที่มีสัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 28.4, 23.3 และ 22.8 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศจีนอยู่ในอันดับที่ 63 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 13.5 ของประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกร้อยละ 9.3 ด้วยจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่ม จะ กลายเป็นแรงขับเคลื่อนในการบริโภคของประเทศปัจจุบันในประเทศจีน มักจะพบกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุทำกิจกรรมต่างๆ สวนสาธารณะ รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยพวกเขาจะให้เวลาร่วมในการแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลินในชีวิต นอกจากนี้ ยังเป็น

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center, Xiamen  
Building No.3 ,City Hotel Xiamen  
No.16 Huyuan Rd,Xiamen,Fujian  
361003 PRC.

Tel : (+86 592) 2663064 to  
2663069  
thaitcxiamen @ditp.go.th

กลุ่มคนที่มีเวลาว่างและมีกำลังซื้อสูง จึงมักจะเลือกสินค้าที่ดีที่สุดให้กับตนเอง รวมไปถึงเครื่องดื่ม รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแบบดั้งเดิม ที่ให้ความสำคัญด้านวัตถุดิบธรรมชาติ และแฝงไปด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ในการสร้างเสริมสุขภาพ จะกลายเป็นทิศทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุ

ทั้งนี้ ข้อมูลสถิติประมวลโดย Global Trade Atlas ระบุว่า ปี 2565 จีนนำเข้าเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ (HS Code 2009 : Fruit Or Nut Juices Incl Grape Must And Coconut Water, And Vegetable Juices, Unfermented And Not Cont Added Spirit Whether Or Not Cont Added Sugar Etc) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 557 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.48 YoY) โดยจีนนำเข้าเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้จากประเทศบราซิลมูลค่าสูงสุด (ร้อยละ 18.12 ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ทั้งหมดของจีน) ไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 2 มีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 83.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 132.11 YoY) คิดเป็นร้อยละ 14.96 ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ทั้งหมดของจีน ตามด้วยการนำเข้าจากประเทศเวียดนาม อิสราเอล และ สเปน ตามลำดับ

จีนนำเข้าเครื่องดื่มน้ำแร่และน้ำอัดลมที่ไม่เติมน้ำตาล หรือสารทำให้หวานอื่น ๆ (HS Code 2201 : Waters, Including Natural Or Artificial Mineral Waters And Aerated Waters, Not Containing Added Sweetening Nor Flavored; Ice And Snow) มูลค่ารวมทั้งสิ้น 144 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 10.09 (YoY) โดยจีนนำเข้าเครื่องดื่มน้ำแร่และน้ำอัดลมที่ไม่เติมน้ำตาลจากประเทศฝรั่งเศสมูลค่าสูงสุด 71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.71 ของการนำเข้าทั้งหมดของจีน) ไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 2 มีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ 29.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.93 YoY ) คิดเป็นร้อยละ 20.72 ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องดื่มน้ำแร่และน้ำอัดลมที่ไม่เติมน้ำตาลทั้งหมดของจีน รองลงมาคือประเทศอิตาลี นิวซีแลนด์ และฟิจิ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าตัวเลขการนำเข้าเครื่องดื่มจากประเทศไทยของจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เป็นสิ่งบ่งชี้ว่าจีนมีการยอมรับในด้านคุณภาพและรสชาติเครื่องดื่มของไทยเป็นอย่างดี หากแต่ผู้ประกอบการวางแผนปรับปรุงพัฒนาเครื่องดื่มให้ตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน ก็จะสามารถครองส่วนแบ่งในตลาดจีนได้ไม่ยาก

ที่มา:

<http://cfnews.com.cn/toutiao36313.html>

เรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

10 มีนาคม 2566

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center, Xiamen  
Building No.3 ,City Hotel Xiamen  
No.16 Huyuan Rd,Xiamen,Fujian  
361003 PRC.

Tel : (+86 592) 2663064 to  
2663069  
thaitcxiamen @ditp.go.th