ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
(Weekly News from China)
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว
ประจำวันที่ 20-26 มีนาคม 2566

สินค้าสำหรับเด็กที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองในตลาดแม่และเด็กของจีน

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2566 JD.com ได้มีการรายงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยอดนิยม 10 อันดับแรกสำหรับแม่และเด็กในปี 2565 โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมทั้ง 10 รายการนี้ เมื่อเทียบเป็นรายปี เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 30 โดยในจำนวนนี้ ขวดนมแบบหลอด ชุดชั้นในสำหรับเด็กแบบใช้ครั้งเดียว และผ้าอ้อมสำหรับใส่ไปข้างนอกได้กลายเป็นสินค้ายอดนิยมสามอันดับแรก และมีอัตราการเติบโตของมูลค่าทางการตลาดเมื่อเทียบปีต่อปีเกิน 100% ร้อยละ 70 และร้อยละ 60 ตามลำดับ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมรองลงมาอีก 5 อันดับ ได้แก่ แกนหมอนและปลอกหมอนสำหรับเด็ก ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับเด็ก รั้วล้อมป้องกันสำหรับเด็ก ผ้าอ้อมสำหรับเด็กโต ทิชชูเปียกสูตรเนื้อโลชั่นสำหรับเด็ก โดยมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อย 50 และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม 2 อันดับสุดท้ายเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดสำหรับคุณแม่และยางกัดสำหรับเด็ก โดยอัตราการเติบโตเมื่อเทียบเป็นรายปีอยู่ที่ร้อยละ 30 อีกทั้งการบริโภคผลิตภัณฑ์ยอดนิยม 10 อันดับแรกสำหรับแม่และเด็กนี้ ได้แสดงแนวโน้มการบริโภคในตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก 3 ประการหลัก ได้แก่ การใช้งานตามคุณสมบัติเฉพาะทาง การใช้งานตามสถานการณ์ และการใช้งานตามช่วงอายุ เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มการบริโภคผลิตภัณฑ์แม่และเด็กจะเห็นได้ว่า อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แม่และเด็กโดยหลักมาจากการบริโภคที่แบ่งหมวดหมู่ย่อยของสินค้าเหล่านี้

แนวโน้มการใช้งานตามคุณสมบัติเฉพาะทางนั้น มาจากแนวคิดการเลี้ยงดูลูกของพ่อแม่ยุคใหม่ที่ยกระดับขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลความต้องการด้านคุณสมบัติเฉพาะทางและคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กสูงขึ้น ทั้งยังมีแนวโน้มการแบ่งย่อยคุณสมบัติมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น ทิชชู่ทำความสะอาด ได้แบ่งออกเป็น ทิชชู่แบบธรรมดา ทิชชู่แบบเปียก โดยเฉพาะทิชชูเปียกสูตรเนื้อโลชั่น ซึ่งมีคุณสมบัติในการให้ความชุ่มชื้นและการบำรุงผิว ทิชชู่ทำความสะอาดประเภทนี้ จึงกลายเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับเด็กและสตรีมีครรภ์ ซึ่งในปี 2565 JD.com มีอัตราการเติบโตของการจำหน่ายทิชชูเปียกสูตรเนื้อโลชั่น เมื่อเทียบเป็นรายปีสูงถึงร้อยละ 50 นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเด็กและผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดสำหรับสตรีมีครรภ์ ที่มีประสิทธิภาพ มีคุณสมบัติเฉพาะทาง และมีส่วนผสมที่ปลอดภัยมากขึ้น ก็กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเช่นกัน โดยในปี 2565 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับเด็กของ JD.com เพิ่มขึ้นร้อยละ 52 เมื่อเทียบเป็นรายปี ส่วนผลิตภัณฑ์ดูแลทำความสะอาดสำหรับสตรีมีครรภ์ เมื่อเทียบเป็นรายปี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 นอกจากนี้ ยังมีสินค้า

หมอนสำหรับเด็ก ที่มีการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ย่อย โดยแบ่งออกเป็น หมอนอิงแบบลาด หมอนหลุมรองคอ หมอนรับสรีระและอื่นๆ อีกหลายหมวดหมู่ ซึ่งในปี 2565 การบริโภคหมอนสำหรับเด็ก มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59 เมื่อเทียบเป็นรายปี

สำหรับแนวโน้มการใช้งานตามสถานที่ ข้อมูลจาก JD.com แสดงให้เห็นว่า การเติบโตของสินค้าสำหรับแม่และเด็ก มาจากการขยายตัวจากความจำเป็นไปสู่การบริโภคตามสถานการณ์ ซึ่งอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น โดยหลักแล้ว มาจากสถานการณ์การใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการสินค้าที่ใช้งานขณะที่อยู่นอกบ้าน เช่น ผ้าอ้อมแบบสะดวกพกพา ก็มีอัตราการบริโภคที่สูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งในปี 2565 JD.com มียอดขายของผ้าอ้อมแบบสะดวกพกพา เมื่อเทียบเป็นรายปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 63 ส่วนสินค้าที่ใช้งานขณะอยู่ในบ้าน เช่น สินค้าที่ปกป้องความปลอดภัยของเด็ก อย่างผลิตภัณฑ์รั้วล้อมป้องกันก็มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 51 เช่นกัน

ส่วนแนวโน้มการใช้งานตามช่วงอายุเด็กนั้น ตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก ได้แบ่งย่อยผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มอายุของผู้บริโภค ซึ่งกลุ่มอายุของผู้บริโภคที่ต่างกัน ความต้องการผลิตภัณฑ์ก็จะต่างกันออกไป ซึ่งตลาดจีนได้มีการเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่สินค้าสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนและเด็กวัยเรียน ตามข้อมูลรายงานของ JD.com ในปี 2565 ระบุว่า ขวดนมแบบหลอดมีอัตราการเติบโตเกิน 100% เมื่อเทียบเป็นรายปี ซึ่งในจำนวนนี้ ก็ได้มีการแบ่งประเภทขวดนมแบบหลอดตามคุณสมบัติและวัยของเด็ก ซึ่งก็เป็นการตอบสนองความต้องการที่ละเอียดยิ่งขึ้นของผู้บริโภคในตลาดแม่และเด็ก ดังนั้นขวดนมแบบหลอดจึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีในตลาดแม่และเด็ก นอกจากนี้ ก็ยังมีผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมที่ได้มีการแบ่งการใช้งานตามวัยของเด็ก ซึ่งนอกจากการใช้งานตามวัยแล้วก็ยังแบ่งตามสถานที่การใช้งาน การแบ่งประเภทตามการใช้งานที่หลากหลาย ทำให้ผ้าอ้อมสำหรับเด็กโต ได้แสดงอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยสัดส่วนการบริโภคผ้าอ้อมนั้น เมื่อเทียบเป็นรายปี มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 50

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า กลุ่มลูกคนที่ 2/3 กลุ่มคุณแม่ยุคใหม่และกลุ่มสตรีตั้งครรภ์ รวมถึงคุณแม่ที่มีลูกอายุ 3-6 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูง ทั้งยังเป็นกลุ่มสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมแม่และเด็กของจีน เนื่องจากคุณแม่กลุ่มนี้ ส่งเสริมให้มีการเลี้ยงลูกตามวิทยาศาสตร์ มีอำนาจในการใช้จ่ายและมีความเต็มใจในการบริโภคสูง ติดตามแนวโน้มและชอบลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มากขึ้น รวมถึงมีความต้องการใช้งานผลิตภัณฑ์โดยแยกตามคุณสมบัติการใช้งานแบบละเอียดมากขึ้น ซึ่งความต้องการที่หลากหลายของพ่อแม่ยุคใหม่ในตลาดจีน แสดงให้เห็นว่า ตลาดแม่และเด็กของจีนมีโอกาสในการเติบโต อีกทั้งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีศักยภาพของตลาดจีน ยังมีช่องว่างในการพัฒนาต่อไป

ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ตามที่แนวโน้มการบริโภคในตลาดแม่และเด็กของจีน ได้พัฒนาจากการบริโภคสินค้าจำเป็นเป็นการให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพสูง และได้พัฒนาไปจนถึงการให้ความสำคัญกับประสบการณ์การบริโภคที่ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้โครงสร้างอุตสาหกรรมแม่และเด็กของจีนมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ปัจจุบัน ผู้บริโภคในตลาดแม่และเด็กของจีน นอกจากจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถเฉพาะทางและมีความปลอดภัยแล้ว ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบและวัสดุที่ใช้ในการผลิต รวมถึงยังให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วย อุตสาหกรรมแม่และเด็กกำลังเข้าสู่อีกขั้นของการพัฒนา อีกทั้งตลาดแม่และเด็กเป็น “ตลาดเฉพาะกลุ่ม” หรือ (Niche Market) ที่มีความต้องการขนาดเล็ก แต่จะมีความต้องการที่แบ่งย่อยรายละเอียดจำนวนมาก และมีสถานการณ์ในการบริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะเดียวกันก็คาดว่าการแข่งขันในตลาดแม่และเด็กโดยรวมจะสูงขึ้นในอนาคต

ดังนั้นหากผู้ประกอบการไทยต้องการเจาะหรือขยายตลาดแม่และเด็กในจีน จำเป็นต้องศึกษาและติดตามสถานการณ์การบริโภค รวมถึงความต้องการในการบริโภคของตลาดแม่และเด็กในจีน เพื่อที่จะสามารถคิดค้นและผลิต

ผลิตภัณฑ์ระดับสูง ประณีต มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเหมาะสำหรับเด็กในแต่ละวัย รวมถึงต้องสอดคล้องกับความต้องการของคุณแม่ชาวจีน และที่สำคัญจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานสินค้าแม่และเด็กของจีน รวมถึงผู้ประกอบการจะต้องศึกษากลยุทธ์การตลาดในตลาดแม่และเด็กของจีน เพื่อจะสามารถแสวงหาโอกาสทางการตลาดและสามารถแข่งขันในตลาดแม่และเด็กของจีนได้ต่อไป

ที่มาข่าวและภาพ :

https://www.sohu.com/a/657338109_100106801?scm=1102.xchannel:1355:110036.0.1.0~9010.8000.0.0.74&spm=smpc.channel_159.block3_218_AB1PKt_1_fd.58.1679478516319NvZS2LP_1355

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

24 มีนาคม 2566