รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจรายเดือน
ตลาดไอศกรีมในจีน
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

เครดิตภาพ www.marketingtochina.com

1.ภาพรวม

อุตสาหกรรมไอศกรีมของจีนได้เริ่มพัฒนาตั้งแต่แบรนด์ไอศกรีมต่างประเทศรายใหญ่ คือ Wall's เข้าสู่ตลาดจีนในยุค 90s (ปี ค.ศ.1990-1999) ส่งผลให้โครงสร้างตลาดไอศกรีมของจีนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด

ในอดีต ตลาดไอศกรีมระดับไฮเอนด์ครองตลาดโดย Wall's เพียงรายเดียวเท่านั้น ส่วนตลาดระดับกลางและล่างครองโดยผู้ผลิตไอศกรีมจีนจำนวนมาก แต่ปัจจุบัน ตลาดไอศกรีมระดับไฮเอนด์ในจีนครองตลาดโดยแบรนด์ต่างชาติหลายแบรนด์ เช่น Haagen-Dazs, Dairy Queen, Wall's, Nestle, Meiji, Baxy ส่วนตลาดระดับกลางครองโดยแบรนด์ดังของประเทศจีน เช่น Mengniu, Yili, Bright , Meiyile เป็นต้น ส่วนตลาดระดับล่างครองตลาดโดยแบรนด์เก่าแก่ของจีน เช่น Deshi, Tianbing และภาคเอกชนขนาดย่อยของท้องถิ่น

ไอศครีมต่างประเทศที่มีชื่อเสียงในจีน

ไอศครีมแบรนด์ดังของจีน

อุตสาหกรรมไอศกรีมของจีนนับได้ว่า เริ่มต้นค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับต่างประเทศ แต่การที่ได้พัฒนามาแล้วกว่า 20 ปี ก็ทำให้ไอศกรีมกลายเป็น 1 ในอาหารที่ชาวจีนขาดไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูร้อน

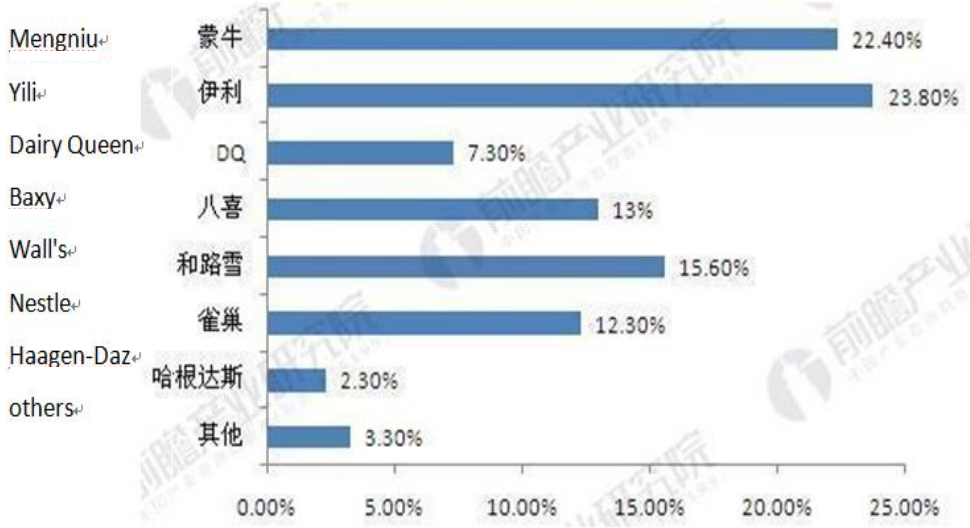
รายงานจากสถาบัน Askci Consulting (สถาบันวิจัยที่มีชื่อเสียงในจีน) ระบุว่า ปี 2559 มูลค่าไอศกรีมในตลาดจีนคิดเป็น 39,000 ล้านหยวน และคาดการณ์ว่ามูลค่าในปี 2560 จะสูงถึง 40,300 ล้านหยวน และยังมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

กราฟแสดงมูลค่าตลาดไอศกรีมในจีน ปี 2554-2560

ที่มา : Askci Consulting ,http://www.sohu.com/a/201955222_100005808 , 2560

ผลสำรวจเกี่ยวกับการบริโภคไอศกรีมในกรุงปักกิ่งจากสถาบันวิจัยอุตสาหกรรม Qianzhan (สถาบันวิจัยที่มีชื่อเสียงในจีน) ระบุว่า ยี่ห้อ Mengniu และ Yili เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุดติดอันดับที่ 1 และ 2 รองลงมาคือแบรนด์ต่างประเทศ ได้แก่ Dairy Queen, Baxy ,Wall's, Nestle และ Haagen-Dazs

กราฟแสดงส่วนแบ่งตลาดไอศกรีมในจีน(จำแนกตามยี่ห้อ) ปี 2560



ที่มา :สถาบันวิจัยอุตสาหกรรม Qianzhan, http://www.sohu.com/a/201151507_114835, 2560

แบรนด์ Yili บริหารโดย Yili Group (伊利集团) ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม เช่น ไอศกรีม นมผง ผงชานม นมสด นมสเตอริไลส์ มีสำนักงานใหญ่ที่มองโกเลียใน

แบรนด์ Mengniu (蒙牛) บริหารโดย Mengniu ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับนม เช่น โยเกิร์ต นมผง ไอศกรม นมผง นมเม็ด ทั้งนี้ Mengniu มีสำนักงานใหญ่ที่มองโกเลียใน และเมื่อปี 2552 COFCO (China National Cereals, Oils and Foodstuffs Corporation) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจจีนรายใหญ่มีความชำนาญด้านการนำเข้าและส่งออกอาหารและสินค้าเกษตรได้ถือ ใน Mengniu หุ้นร้อยละ 20 ทำให้เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ Mengniu มากขึ้น

แบรนด์ Yili

แบรนด์ Mengniu

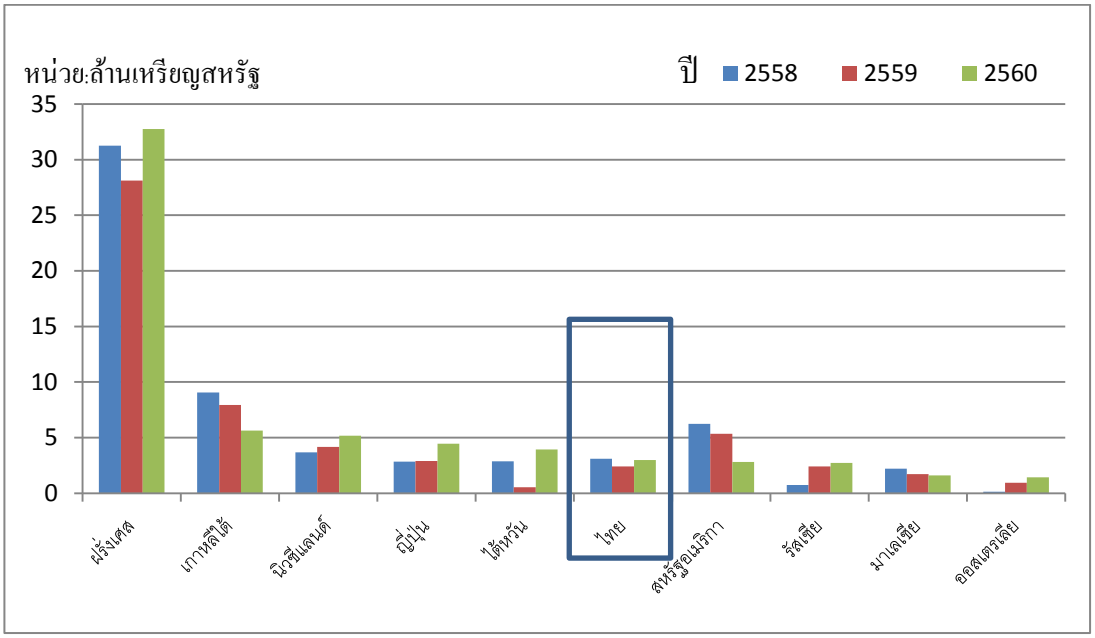
ในอดีต ชาวจีนนิยมบริโภคไอศกรีมช่วงฤดูร้อน (เดือนมิถุนายน - กันยายน)เป็นหลัก ส่วนฤดูหนาวถือว่าเป็นช่วงที่มียอดจำหน่ายน้อยที่สุด แต่ปัจจุบัน การบริโภคไอศกรีมได้กลายเป็นสินค้าอาหารที่ชาวจีนบริโภคได้ตลอดปี เช่นกรณีตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน (มณฑลเฮยหลงเจียง มณฑลจี๋ลิน มณฑลเหลียวหนิง) แม้ว่าในฤดูหนาวจะหนาวมาก แต่ผู้บริโภคยังบริโภคไอศกรีม เนื่องจากช่วงฤดูหนาวพื้นที่ดังกล่าวอุณหภูมินอกบ้านจะต่ำมากจนบางครั้งติดลบ แต่ภายในบ้านอุณหภูมิสูงและอากาศแห้ง ผู้บริโภคจึงมีความต้องการบริโภคอาหารประเภทแช่เย็นหรือแช่แข็ง แสดงว่าการบริโภคไอศกรีมในหน้าหนาวได้เริ่มกลายเป็นกระแสใหม่ของชาวจีนแล้ว

2.การนำเข้าไอศกรีมของจีนในปี 2560

สถิติจากศุลกากรจีน ประมวลโดย World Trade Atlas แสดงให้เห็นว่า ปี 2560 ที่ผ่านมา จีนนำเข้าไอศกรีม(พิกัดศุลกากร 21050000)จากต่างประเทศทั้งสิ้น 18,199.36 ตัน (YOY 10.06%) คิดเป็นมูลค่า 67.75 ล้านเหรียญสหรัฐ (YOY 11.65 %) ทั้งนี้ นำเข้าจากฝรั่งเศสมากสุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือเกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ไทย ตามลำดับ โดยมีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับร้อยละ 48, 8, 7, 6, 5 และ 4 ตามลำดับ สำหรับท่าเรือนำเข้าหลัก เช่น นครเซี่ยงไฮ้ กรุงปักกิ่ง เมืองกวางโจว(มณฑลกวางตุ้ง) เมืองชิงต่าว(มณฑลซานตง) เมืองเซินเจิ้น(มณฑลกวางตุ้ง) เมืองเซี่ยเหมิน(มณฑลฝูเจี้ยน) เป็นต้น โดยเมืองดังกล่าว มีเศรษฐกิจดี เป็นเมืองท่องเที่ยว และผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

เมื่อพิจารณาอัตราขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าไอศกรีม ปี 2560 เทียบกับปี 2559 (YoY) พบว่าไอศกรีมจากไต้หวันขยายตัวอย่างมาก (614.66%) รองลงมาคือ ออสเตรเลีย (54.27 %) ญี่ปุ่น (53.15%) ไทย (23.66%) และนิวซีแลนด์ (23.57%) ตามลำดับ

กราฟแสดงมูลค่าการนำเข้าไอศกรีมของจีน ปี 2558 – 2560



ที่มา : ศุลกากรจีน ประมวลโดย World Trade Atlas, มีนาคม 2561

สำหรับการนำเข้าไอศกรีมจากไทยในปี 2560 พบว่า จีนได้นำเข้าปริมาณทั้งสิ้น 1,851.14 ตัน ท่าเรือนำเข้าหลัก เช่น เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน, เมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง, นครเซี่ยงไฮ้, เมืองเจียงเหมิน มณฑลกวางตุ้ง รายละเอียด ดังนี้

ตารางแสดงท่าเรือหลักในจีนที่นำเข้าไอศกรีม ปี 2560

ลำดับ	ท่าเรือ	ปริมาณนำเข้า (ตัน)	มูลค่านำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	อัตราการเติบโต(%) (มูลค่านำเข้า)
1	**เซี่ยเหมิน**	1,444.87	1.92	12.85
2	กวางโจว	252.27	0.44	35.38
3	เซี่ยงไฮ้	65.93	0.34	250.10
4	เจียงเหมิน	67.25	0.21	-13.84

ที่มา : ศุลกากรจีน ประมวลโดย World Trade Atlas, มีนาคม 2561

3.การส่งออกไอศกรีมของจีน ปี 2560

สถิติจากศุลกากรจีน ประมวลโดย World Trade Atlas พบว่า ปี 2560 จีนส่งออกไอศกรีมทั้งสิ้น 31,981.17 ตัน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.9 YOY) คิดเป็นมูลค่าส่งออก 47.02 ล้านเหรียญสหรัฐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.39 YOY) โดยส่งออกไปอินโดนีเซีย ออสเตรเลีย ฮ่องกง เป็นหลัก ท่าเรือส่งออกหลัก เช่น เมืองหนานหนิง มณฑลกว่างซี, เมืองซัวเถา มณฑลกว่างตุ้ง เมืองเทียนจิน เป็นต้น

ตารางแสดงมูลค่าส่งออกไอศกรีมของจีน ปี 2558- 2560

หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ลำดับ	ประเทศ/ภูมิภาค	2015	2016	2017	ส่วนแบ่งตลาด(%)	อัตราการเติบโต(%)
					2017	2017/2016
	ส่งออกไปทั่วโลก	15.55	32.34	47.02	100	45.39
1	อินโดนีเซีย	0.05	22.10	34.83	74.06	57.55
2	ออสเตรเลีย	9.61	6.17	6.83	14.52	10.72
3	ฮ่องกง	1.50	1.58	1.92	4.09	21.8
4	แอฟริกาใต้	3.40	1.10	0.83	1.77	-24.56
5	พม่า	0	0.15	0.65	1.39	346.6
6	ไทย	0	0	0.52	1.1	0
7	มาเก๊า	0.22	0.45	0.44	0.94	-1.92
8	นิวซีแลนด์	0	0	0.31	0.66	0
9	ญี่ปุ่น	0.21	0.07	0.21	0.45	222.39
10	เวียดนาม	0.05	0.39	0.17	0.36	-57.1

ที่มา : ศุลกากรจีน ประมวลโดย World Trade Atlas, มีนาคม 2561

สำหรับการส่งออกไอศกรีมจีนไปไทย พบว่า ยังมีปริมาณไม่มากนัก โดยปี 2560 จีนส่งออกไอศกรีมไปไทยทั้งสิ้น 143.92 ตัน โดยส่งออกผ่านท่าเรือเมืองหวงผู่ มณฑลกวางตุ้งเพียงท่าเรือเดียวเท่านั้น

4.ไอศกรีมไทยในตลาดเมืองเซี่ยเหมิน

ปัจจุบัน เมืองเซี่ยเหมิน มณฑลฝูเจี้ยน ยังคงเป็นตลาดที่นำเข้าไอศกรีมของไทยมากที่สุด โดยปี 2560 นำเข้า 1,444.87 ตัน คิดเป็นร้อยละ 78.05 ของการนำเข้าไอศกรีมทั้งหมด ทั้งนี้ ผู้นำเข้าไอศกรีมในเมืองเซี่ยเหมินให้ข้อมูลว่า นำเข้าทางเรือสู่ท่าเรือเมืองเซี่ยเหมิน และกระจายต่อไปยังตลาดเมืองระดับ Tier 1 และ Tier 2 ของจีน เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงและนิยมบริโภคสินค้านำเข้า ที่ผ่านมาได้นำเข้าไอศกรีมไทยปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

โดยส่วนใหญ่นำเข้าไอศกรีมไทย ที่บรรจุในถังพลาสติก ขนาด 3kg ขึ้นไป และขายส่งไปยังโรงแรม ภัตตาคาร ร้านกาแฟ เป็นต้น นอกจากนี้ มีการนำเข้าไอศกรีมแท่งและบรรจุในถ้วย(60g-500g) บ้างแต่ไม่มากนัก เนื่องจากราคาขายปลีกของไอศกรีมไทยจะแพงกว่าไอศกรีมของจีนจึงไม่สามารถแข่งขันได้

5.แนวโน้มตลาดไอศกรีมในตลาดจีน

ตลาดจีนเป็นตลาดใหญ่ ผู้บริโภคจีนมีกำลังซื้อมากขึ้น ไอศกรีม จากการที่เคยเป็น "ของโปรด" ของเด็กและวัยรุ่น ได้กลายเป็นสินค้าอาหารที่ได้รับความนิยมทั่วไป ซึ่งไอศกรีมนำเข้ายังคงมีโอกาสสูงในตลาดจีน แต่การที่จะยึดส่วนแบ่งการตลาดในจีนหาใช่สิ่งที่ง่าย สินค้าต้องเป็นไปตามความต้องการของตลาด ไม่ว่าเป็นรสชาติ รูปแบบสินค้า ส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตหรือยี่ห้อ

แม้ว่าปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนในเมือง กำลังให้ความสำคัญต่อสุขภาพ แต่ก็ยังคงหาโอกาสที่จะตามใจตนเองที่จะบริโภคไอศกรีม ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า ชาวจีนบริโภคไอศกรีม ขนมทานเล่น ขนมหวาน มากขึ้นกว่าในอดีต นอกจากนี้ ไอศกรีมมีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกและอารมณ์ เมื่อทานไอศกรีมแล้วจะรู้สึกสดชื่น สดใจ

ตลาดไอศกรีมในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น เป็นที่นิยมตลอดทั้งปี ส่วนประเทศจีนช่วงหน้าร้อนยังคงเป็นช่วงที่ไอศกรีมขายดีที่สุด อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านฤดูกาลเริ่มมีผลต่อการบริโภคไอศกรีมของชาวจีนน้อยลง แม้กระทั่งหน้าหนาว ซึ่งเคยเป็นช่วง Low Season ของไอศกรีม ก็เริ่มเป็นช่วงที่ชาวจีนนิยมบริโภคแล้ว

การที่ผู้บริโภคจีนได้ตระหนักถึงความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพมากขึ้น การที่เลือกซื้อสินค้าต่างๆ รวมทั้งไอศกรีมก็มีความพิถีพิถันมากยิ่งขึ้น นอกจาก จะเลือกซื้อสินค้าที่ได้ผลิตตามมาตรฐานด้านอนามัยและคุณภาพของจีนแล้ว ยังนิยมยี่ห้อสินค้าที่มีชื่อเสียง ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิตไอศกรีมไทยที่ประสงค์เข้าสู่ตลาดจีน ควรผลิตตามความต้องการของชาวจีน โดยควรเปลี่ยนจากการผลิตไอศกรีมด้วยสูตรและกระบวนการเดิมที่มีส่วนประกอบเป็น" High Sugar" และ "High Fat" เป็นการไอศกรีมที่เน้น "Low Sugar" "Low Salt" "Low Fat" และ "High Protein" ซึ่งเป็นเทรนด์ของอุตสาหกรรมไอศกรีมของจีน รวมทั้งสร้างแบรนด์ไอศกรีมไทยให้เป็นที่รู้จัก

Healthy
Ice Cream Brands

ประเทศจีนเข้มงวดกับสินค้าอาหารเป็นอย่างมาก การที่จะดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับสินค้าอาหารต้องผ่านการตรวจสอบที่เข้มงวดของทางการจีน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพหรือด้านอนามัย การที่ผลิตสินค้าอาหารจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานด้านอาหารของจีนอย่างเคร่งครัด

ผู้ส่งออกไอศกรีม จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด โดยเฉพาะรายละเอียดของมาตรฐานด้านอาหาร GB-2760-2014 ซึ่งเมื่อไอศกรีมเข้าสู่ด่านในจีน สำนักงานควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบและกักกันสินค้าของจีนจะยึดมาตรฐานนี้ในการตรวจสอบประเภท และปริมาณของส่วนประกอบ และสีผสมอาหารที่จีนอนุญาตให้ใช้กับไอศกรีม หากพบว่าสินค้าไม่ตรงกับมาตรฐานของจีนจะดำเนินการสองวิธี ได้แก่ ส่งคืนประเทศผู้ส่งออก หรือทำลายทันที

แม้ว่าไอศกรีมไทยยังไม่เป็นที่นิยมทั่วไปในตลาดจีน แต่ยังคงมีโอกาสอย่างมาก โดยเฉพาะไอศกรีมรสผลไม้ เช่น รสทุเรียน รสมังคุด รสมะม่วง รสน้ำมะพร้าว เนื่องจากเป็นผลไม้ไทยที่ชาวจีนนิยมและรู้จักกันทั่วไป อนึ่ง ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีทำให้ได้รู้จักสินค้าไทยมากยิ่งขึ้น ผู้ส่งออกไอศกรีมไทยจึงควรใช้โอกาสนี้ในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์และจำหน่ายไอศกรีมไทยในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อไอศกรีมไทยที่จะไปบุกตลาดจีนอีกทางหนึ่งด้วย

http://www.chinadaily.com.cn

หากผู้ส่งออกไอศกรีมไทย ประสงค์จะสำรวจตลาดไอศกรีมในจีน อาจเยี่ยมชมหรือร่วมออกบูธในงานแสดงสินค้า “Ice Cream China 2018” (The 21st China International Ice Cream Industry Exhibition) ซึ่งกำหนดจัดขึ้นระหว่างวันที่ 11-13 ตุลาคม 2561 ณ Tianjin Meijiang Convention & Exhibition Center , มหานครเทียนจิน

ที่มา: http://www.clii.com.cn/zhhylm/201708/t20170823_3911215.html

http://www.sohu.com/a/201955222_100005808

http://www.sohu.com/a/201151507_114835

https://www.liuxue86.com/a/3371683.html

http://www.mintel.com

https://chinafoodingredients.wordpress.com/2015/08/21/china-the-worlds-biggest-ice-cream-market/

https://www.marketingtochina.com/the-ice-cream-market-in-china-the-love-of-brands/

การสัมภาษณ์ผู้นำเข้าไอศกรีมในเมืองเซี่ยเหมิน

World Trade Atlas

ประมวลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

(เขตอาณา มณฑลฝูเจี้ยน และมณฑลเจียงซี)

มีนาคม 2561