



### จีนเข้าสู่ยุคแห่งการบริโภคเพื่อการผ่อนคลายหรือให้รางวัลแก่ตนเอง ขนมและลิปสติกได้รับความนิยมสูง

สังคมจีนในปัจจุบัน พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคชาวจีนได้เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคนิยมใช้จ่ายใช้สอยเพื่อผ่อนคลายหรือให้รางวัลแก่ตนเองมากขึ้น เนื่องจากสภาวะการทำงานที่เคร่งเครียด และจำนวนคนโสดที่เพิ่มมากขึ้น การบริโภคเพื่อการผ่อนคลาย และการบริโภคเพื่อสร้างความสุขกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในขณะนี้ โดยเฉพาะความนิยมในการบริโภคขนมเพื่อคลายความเครียด จากการสำรวจของสถาบันวิจัยอาหารและเครื่องดื่ม Mintel พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนมักจะรับประทานอาหารหรือขนมเพื่อปรับอารมณ์ตนเองให้ดีขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึง โอกาสทางการค้าของสินค้าประเภทขนมในตลาดจีน

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อาหารว่างประเภทถั่วได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยทางบริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วเปลือกแข็งที่ชื่อว่า “Three Squirrels” (三只松鼠) เผยถึงยอดการจำหน่ายที่สูงขึ้นในช่วงสองปีที่ผ่านมา โดยมูลค่าการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในช่วงเทศกาลใช้จ่ายใช้สอยในช่วงสิ้นปี “12-12” ที่เพิ่งผ่านมา อยู่ที่ 178 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ร้อยละ 45 ในขณะที่ขนมเมล็ดทานตะวัน ตรา “Qiaqia food” ทำยอดขายได้สูงขึ้นเช่นกัน โดยมีกำไรจากการจำหน่ายมากขึ้นจากปีที่แล้ว ร้อยละ 15.92

จากข้อมูลทางสถิติของสมาคมอุตสาหกรรมอาหารจีน เผยว่า มูลค่าผลผลิตประจำปีของธุรกิจอาหารว่างในปี 2557 อยู่ที่ 711,880 แสนล้านหยวน คาดการณ์ว่าในปี 2562 มูลค่าผลผลิตประจำปีจะเพิ่มสูงขึ้นเป็น 1.9 ล้านล้านหยวน โดยเพิ่มขึ้นเป็นสามเท่าในรอบห้าปีที่ผ่านมา

ในขณะเดียวกัน สินค้าประเภทลิปสติกและเครื่องสำอางต่างๆ ก็กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในจีน จากสถิติทางการค้าของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ vip.com มียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับริมฝีปากในปี 2561 (ลิปสติก ลิปกลอส ลิปมัน) เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ร้อยละ 7.75 และยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มาสก์หน้า (แผ่นมาสก์หน้าชาย-หญิง ชุดมาสก์หน้า) ก็เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ร้อยละ 33.05

นอกจากนี้ รายงานจากบริษัทที่ปรึกษา BCG และสถาบันวิจัยอาลี (AliResearch) เผยว่า ในช่วงปี 2559-2564 กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี จะมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าการใช้จ่ายจะเพิ่มขึ้นจาก 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 2.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ใหญ่ระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในด้านการบริโภคอาหารว่างและขนม กลุ่มผู้บริโภคหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 23-28 ปี

ด้านสถาบันวิจัยอาหารและเครื่องดื่ม Mintel ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า อาหารประเภทที่ช่วยในการผ่อนคลายส่วนใหญ่ มักจะเป็นสินค้าประเภทอาหารว่างและขนม โดยผู้บริโภคชนมากกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้บริโภคที่เลือกจะบริโภคเพื่อการผ่อนคลายตนเอง โดยจากการสำรวจ ผู้บริโภคในตัวเมืองกว่าร้อยละ 90 มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารว่างและขนมเพื่อเป็นการผ่อนคลายหรือให้รางวัลแก่ตนเอง โดยขนมที่ผู้บริโภคเลือกรับประทานมากที่สุดคือ ช็อกโกแลต รองลงมาคือ ผักผลไม้ และมันฝรั่งแผ่นทอดกรอบ ซึ่งเห็นได้ชัดว่า ผู้บริโภคเริ่มมีแนวโน้มการบริโภคเพื่อสุขภาพมากขึ้น

แหล่งที่มา

<http://www.21jingji.com/2018/12-20/xNMDEzODFfMTQ2MzMxNQ.html>

20 ธันวาคม 2561

---

**Weekly News from China**

2

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด