



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 3-9 มิถุนายน 2562

ตลาดกลุ่มสตรีวัยเกษียณและผู้สูงอายุกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว

ทุกวันนี้เมื่อกล่าวถึงการบริโภคหลายๆ คนนึกถึงการบริโภคของคนรุ่นใหม่เพราะดูเหมือนว่าการที่จับจูดบริโภคกลุ่มวัยรุ่นได้นั้นเปรียบกับการคว้าแหล่งเงินแห่งอนาคตได้ แต่โลกธุรกิจที่มีความหลากหลาย ทุกกลุ่มตลาดมีมูลค่าและหลายกลุ่มอาจถูกมองข้าม การเล็งเห็นกลุ่มตลาดนี้เทียบได้กับการค้นพบเหมืองแร่ก็ว่าได้ เช่น กลุ่มสตรีวัยเกษียณชาวจีน

ภาพที่ทำให้คนนึกถึงเกี่ยวกับสตรีวัยเกษียณชาวจีนก็คือพวกเขาชอบจับกลุ่มเดินร่ำกัน ณ ลานกิจกรรมเป็นกิจวัตร และขึ้นขอการต่อรองราคาสินค้า โดยเฉพาะวัยกลางคนขึ้นไปก่อนซื้อสินค้าต้องเปรียบเทียบราคาจากหลายร้าน ซึ่งไม่เป็นที่ต้อนรับจากร้านค้าและนักธุรกิจต่างๆ เนื่องจากพวกเขาใช้เงินยาก ในขณะที่คนหนุ่มสาวใช้จ่ายง่ายเพื่อตามแฟชั่นและใช้เงินในอนาคต และร้านยอดฮิตยังต้องอาศัยคนหนุ่มสาวผู้เต็มใจรอคิวถึงชั่วโมงสองชั่วโมงเพื่อที่จะซื้อ "ซานม" สักแก้ว

แต่ไม่เสมอไป ตามรายงานสุขภาพสตรีเกษียณท่านหนึ่งชุดเดินร่ำของเธอราคาสูงถึง 4000 หยวน และนี่เป็นเพียงหนึ่งชุดเท่านั้น เนื่องจากสุขภาพสตรีท่านนี้ใช้เงินในการสั่งตัดชุดกระโปรงเดินร่ำไปแล้วถึง 60,000 หยวน ไม่เพียงสตรีสูงวัยท่านนี้เท่านั้นที่ใช้จ่ายไปกับชุดเดินร่ำแบบนี้ สำหรับสตรีสูงวัยชาวจีนที่เดินร่ำ ณ ลานจตุรัส ชุดกระโปรงเดินร่ำกลายเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน จาก "รายงานวิจัยอุตสาหกรรมกลุ่มการเดินร่ำลานจตุรัส" แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินร่ำลานจตุรัส ได้แก่ เสื้อผ้า ลำโพงและเครื่องฉายวิดีโอ มียอดขายรายเดือนมากกว่า 25 ล้านหยวนในอีคอมเมิร์ซ Taobao ขณะที่ยอดขายออฟไลน์ขั้นต่ำเป็น 10 เท่าของยอดขายออนไลน์ และการแข่งขันเดินร่ำลานจตุรัสประจำปีกำลังเติบโตทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว ตามประมาณการขั้นต่ำเบื้องต้นในปัจจุบันผู้เดินร่ำลานจตุรัสในประเทศจีนมีจำนวนประมาณ 100 ล้านคน และมูลค่าธุรกิจเกี่ยวกับการเดินร่ำนี้สูงถึง 2 พันล้านหยวน

นอกจากนี้ การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้สูงวัยก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ในเดือนกรกฎาคม 2561 มหาวิทยาลัยเซินเจิ้น และสถาบันวิจัย Tencent ได้เปิดตัวรายงานการวิจัยร่วมในหัวข้อเกี่ยวกับ "การใช้ชีวิตผ่านช่องทาง wechat ของผู้สูงอายุและการกระจายข้อมูลที่เกิดจากการใช้ WeChat ของผู้สูงอายุต่อครอบครัว" แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุกระตือรือร้นในการเข้าสู่โลกดิจิทัล จากตัวเลขการใช้งาน WeChat ในกลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 1399 คนที่ได้รับการสำรวจมีการใช้งาน WeChat ถึง 49.6%

อีกหนึ่งตัวอย่างของวิสาหกิจเริ่มต้นหรือStartup บริษัทที่พัฒนามินิโปรแกรมใช้จ่ายเพื่อเปลี่ยนรูปถ่ายและวิดีโอขนาดเล็กให้กลายเป็นวิดีโอชาวด์แทรกซ์เผยแพร่ในชุมชนออนไลน์ บริษัทพบสิ่งที่น่าสนใจคือบริการสร้างอัลบั้มรูปอย่างง่ายผ่าน WeChat มีนิโปรแกรมนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ โดยมีสัดส่วนของผู้ใช้กลุ่มนี้เกินกว่า 80% จากนั้นบริษัทได้เปิดตัวหลักสูตรการเรียนแบบคิดค่าใช้จ่ายในรายการที่เป็นที่นิยมของผู้สูงอายุในมินิโปรแกรม เช่น การเขียนลายเส้นอักษรจีน(笔画)อย่างง่ายและการถ่ายภาพ หลักสูตรเหล่านี้ได้รับการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่าง

Weekly News from China

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ต่อเนื่อง บริษัทจึงมั่นใจว่าจะพัฒนาชุดผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านอื่นๆ ของกลุ่มบริโคมกลุ่มนี้ต่อไป

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2561 ประชากรจีนอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวน 249.49 ล้านคนคิดเป็น 17.9% ของประชากรทั้งหมด ในกลุ่มนี้ประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวน 166.58 ล้านคนคิดเป็น 11.9% หากเราสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้และพัฒนาธุรกิจการช้อปปิ้ง ท่องเที่ยว บริหารสินทรัพย์และบำนาญ ธุรกิจความงาม การดูแลสุขภาพและสาขาอื่น ๆ ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ธุรกิจของผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นตลาดขนาดใหญ่หลักล้านล้านหยวน

นักสังคมวิทยาพบว่า เนื่องจากไม่มีแรงกดดันด้านการทำงานหลังจากเกษียณและลูกๆก็เติบโต ไม่จำเป็นต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการดูแลมากอีกต่อไป ดังนั้นคนกลุ่มนี้จึงเข้าช่วง "ปลดปล่อย" และก่อให้เกิดกิจกรรมใหม่บทบาทใหม่ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองและทำในสิ่งที่ต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่เกิดหลังจากปี 2493 เป็นต้นไป มีจิตใจที่เปิดกว้างมากกว่าผู้สูงวัยในอดีตและกระตือรือร้นกับการใช้ชีวิตมากขึ้น อีกทั้งหลายคนมีสุขภาพที่ดีขึ้นผ่านออกกำลังกายและกิจกรรมต่างๆ ยิ่งยินยอมที่จะใช้จ่ายมากขึ้น

ในประเทศญี่ปุ่นขนาดของตลาดผู้บริโภคสูงอายุมูลค่ามากกว่า 5.5 ล้านเหรียญหยวน ซึ่งการบริโภคจากสถาบันบำเหน็จบำนาญเชิงพาณิชย์(บ้านพักคนชรา)ของญี่ปุ่นมีมูลค่าเพียงหมื่นล้านหยวน ในขณะที่การบริโภคในส่วนอื่นๆของผู้สูงอายุเกือบทั้งหมดมีมูลค่าเกินกว่าตลาดของบ้านพักคนชรา ซึ่งการบริโภคส่วนอื่นๆเหล่านี้ได้แก่ การเพิ่มเติมความรู้ และวัฒนธรรมผู้สูงอายุ ความบันเทิง การท่องเที่ยว เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การออกกำลังกายและสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

ศักยภาพการบริโภคของสตรีวัยกลางคนและสตรีสูงอายุของญี่ปุ่นนั้นสูงมาก จากผลการสำรวจของซีซีได้พบว่าการบริโภคเครื่องสำอางของสตรีญี่ปุ่นที่มีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็น 46.7% ของตลาดทั้งหมด ในขณะที่ Curves ซึ่งเป็นศูนย์ออกกำลังกายสำหรับสตรีจากอเมริกา เติบโตถึง 1,625 สาขาในญี่ปุ่นในระยะเวลา 10 ปี มีจำนวนสมาชิกถึง 710,000 ราย โดยมีอายุเฉลี่ยของสมาชิกที่ 61 ปี อาจกล่าวได้ว่าสตรีสูงวัยญี่ปุ่นได้เป็นส่วนหลักในการพัฒนาธุรกิจของ Curves ให้เติบโตอย่างรวดเร็ว

ในความเป็นจริงไม่เพียงกลุ่มสตรีวัยเกษียณเท่านั้นที่เป็นตัวแทนกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุ แต่ยังรวมถึงกลุ่มเยาวชน เช่น กลุ่มวัยรุ่นในเมืองรอง กลุ่มคนโสด การจำแนกกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะเหล่านี้ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจแต่ยังถูกละเลย เปิดช่องว่างทางการตลาดจำนวนมากที่รอการเติมเต็ม

ที่มา : http://www.xinhuanet.com/fortune/2019-06/02/c_1124572576.htm

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

วันที่ 2 มิถุนายน 2562

Weekly News from China

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด