



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 16 -22 ธันวาคม 2562

ธุรกิจบริการบ้านเช่าในจีนเติบโตต่อเนื่อง Airbnb รุกหนักตลาดจีน



แนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เป็นที่นิยมในประเทศจีนมาอย่างต่อเนื่องหลายปี ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันเช่ารถจักรยานอย่าง Mobike และ Halo แอปพลิเคชันให้บริการรถรับส่งโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลอย่าง DIDI และอีกบริการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบันคือ การปล่อยเช่าห้องพักและบ้านให้แก่นักท่องเที่ยว โดยทั้งผู้ให้เช่าและผู้เช่าต่างได้ประโยชน์จากบริการนี้ โดยผู้ให้เช่าที่เป็นเจ้าของอสังหาญนั้นสามารถแบ่งปันพื้นที่บ้านของตนเองเพื่อสร้างรายได้เสริม และผู้เช่าหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักได้ในราคาเป็นมิตร ด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็วของชนชั้นกลางในประเทศจีนทำให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจบริการบ้านเช่าเติบโตอย่างรวดเร็วในจีน

Tujia คือแพลตฟอร์มผู้ให้บริการบ้านเช่าที่ใหญ่ที่สุดในจีน โดยครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 60% มีบ้านเช่ามากกว่า 2.3 ล้านยูนิตทั่วประเทศจีน คู่แข่งในตลาดได้แก่ Xiaozhu (小猪) และ Airbnb สตาร์ทอัพจากสหรัฐฯ ที่เพิ่งเข้าตลาดจีนเมื่อปี 2016 โดยในช่วงปีแรกของการทำตลาดในจีน Airbnb มีลูกค้าผู้เช่าห้องพักเป็นคนจีนเพียง 66% แต่ปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 91% แสดงให้เห็นว่าบริษัทได้รับความนิยมจากลูกค้าชาวจีนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง คุณเพ็งเถา (Peng Tao) ประธานบริษัท Airbnb ในประเทศจีนกล่าวว่า “ในปีนีทางบริษัทได้รุกเข้าสู่ตลาดจีนอย่างหนัก เนื่องจากตลาดในจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว บริษัทได้ทำการปรับแต่งรูปแบบบ้านพัก และการให้บริการให้เข้ากับผู้บริโภคในจีนให้มากยิ่งขึ้น และมีบริการแบบใหม่ Airbnb Plus ที่บ้านพักต้องต้องผ่านการรับรองคุณภาพจากบริษัท และยังคงผ่านการรับรองจากบุคคลที่สามไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป หรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการให้ข้อมูลช่วยในการตัดสินใจสำหรับผู้เข้าพัก นอกจากนี้บริษัทยังคาดการณ์ว่าโอลิมปิกฤดูหนาวที่จะจัดขึ้นที่กรุงปักกิ่ง ในปี 2022 นั้นจะช่วยกระตุ้นการใช้บริการบ้านเช่าในจีนให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น และจะเป็นการเปิดวิสัยทัศน์ใหม่ๆของเจ้าของบ้านพักชาวจีน”

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



普吉岛 入住 YYYY-MM-DD 退房 YYYY-MM-DD 想住普吉岛哪里? 搜索

尽享平价大空间公寓



巴塞罗那

巴塞罗那带厨房2室公寓

公寓位于巴塞罗那最大的火车站SANTS, 75平米两卧



迪拜

迪拜大空间2室公寓

公寓位于迪拜码头, 118平米的宽阔空间



马德里

马德里瑰丽1卧公寓

公寓位于马德里市中心 75平米舒适大空间

จีนเป็นประเทศที่มีประชากรกลุ่ม Millennials (คือกลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี 1981 ถึง 1996 เดิโตในยุค อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน) เป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Airbnb ข้อมูลจากบริษัทชี้ให้เห็นว่า มากกว่า 70% ของเจ้าของบ้านพักบน Airbnb คือกลุ่ม Millennial อายุเฉลี่ยของเจ้าของบ้านพักอยู่ที่ประมาณ 33 ปี และกว่า 62% เป็นผู้หญิง และนอกจากเมืองชั้นนำแรกอย่าง ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และกวางโจวแล้ว สัดส่วนของเจ้าของบ้านพัก ชาวจีนยังเริ่มมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในเมืองลำดับขั้นที่ 2 และ 3 และสถานที่ที่เป็นจุดหมายหลักในวันหยุดพักผ่อน ตัวอย่างเช่น เมืองฉงชิ่ง เมืองซีอาน และเมืองเฉิงตู เป็นต้น

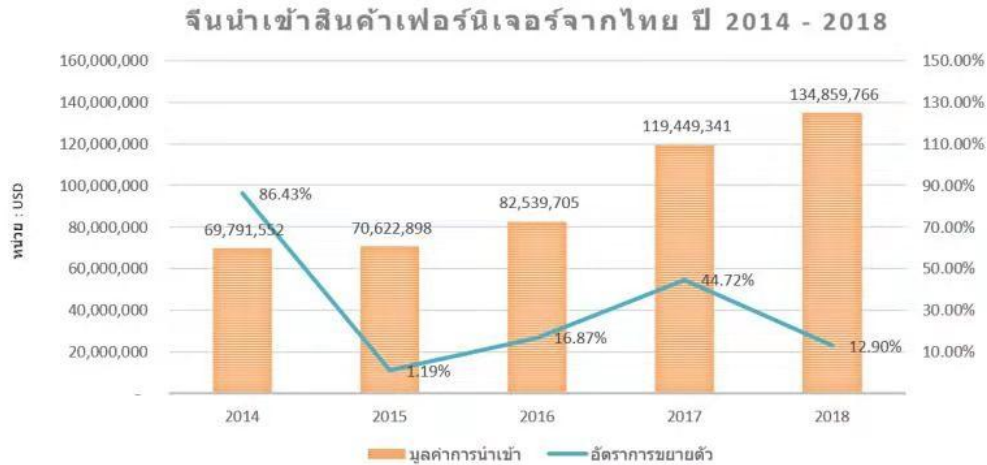
สำนักสถิติแห่งชาติจีนคาดการณ์ว่ารายได้ของภาคธุรกิจบริการบ้านเช่าในปี 2020 จะสูงถึง 5 หมื่นล้านหยวน และคาดว่าภายในปี 2020 จำนวนของผู้เช่าจะมีมากกว่า 100 ล้านคน และจำนวนของบ้านเช่าจะมีมากกว่า 6 ล้านหลัง นอกจากนี้ ทางภาครัฐเองมีแนวโน้มส่งเสริมภาคธุรกิจบริการบ้านเช่า โดยในปี 2018 The State Council The People's Republic of China ได้ออกแผนกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศในปี 2018 - 2020 ในแผนได้เน้นย้ำว่าในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ อย่างเช่น การท่องเที่ยว ควรมีการปรับลดกฎระเบียบขั้นตอนให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้การเข้าถึงตลาดเป็นไปได้อย่างสะดวก และมีความพยายามที่จะผลักดันและส่งเสริมการพัฒนาของธุรกิจบริการบ้านเช่าระยะสั้นในจีน โดยธุรกิจให้บริการบ้านเช่าจะช่วยกระตุ้นอัตราการจ้างงานท้องถิ่น และขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ



โอกาสทางการค้าของผู้ประกอบการไทย :

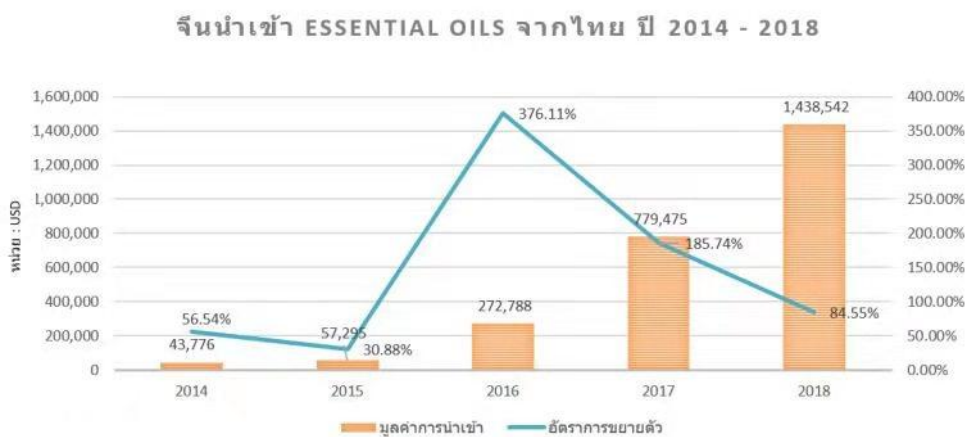
จากข้อมูลจะเห็นว่าธุรกิจบริการบ้านเช่าในจีนเติบโตต่อเนื่อง นำมาซึ่งโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ เมื่อบุคคลทั่วไปสามารถเปิดบ้านให้บริการแขกเข้าพักได้ ความต้องการสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องจึงเกิดขึ้นตามมา

1.) สินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ ข้อมูลจาก Global Trade Atlas ปี 2014 -2018 จีนมีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากไทยเพิ่มขึ้นทุกปี รายละเอียดตามกราฟด้านล่าง



ในช่วง ม.ค. - ต.ค. 2019 จีนมีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากไทยเป็นมูลค่า 123,259,154 ดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวขึ้น 9.34% จากช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา โดยไทยเป็นประเทศ Top 10 ที่จีนนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรใช้จุดเด่นในเรื่องวัสดุจากธรรมชาติ โดยเฉพาะยางพาราของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเรื่องคุณภาพ และการออกแบบที่ตอบสนองตามต้องการของผู้บริโภคที่ให้บริการเช่าบ้านพักระยะสั้น อาทิ ความสะดวกสบายในการทำความสะดวก ความคงทนแข็งแรง และดีไซน์ที่ทันสมัยตามกลุ่มลูกค้า Millennial

2.) สินค้ากลุ่มโฮม อโรมา (Home Aroma) น้ำมันหอมระเหยมีโอกาสขยายตลาดเข้ามาในธุรกิจบริการบ้านเช่าเช่นกัน เนื่องจากลูกค้าเป้าหมายของบริการบ้านเช่าคือกลุ่ม Millennial เป็นลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ มีดีไซน์ทันสมัย และต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ ดังนั้นความต้องการในสินค้าโฮม อโรมา (Home Aroma) อย่างน้ำมันหอมระเหยเพื่อใช้ในการตกแต่งบ้านจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลจาก Global Trade Atlas แสดงให้เห็นว่า ปี 2014 - 2018 จีนนำเข้าผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย (HS Code : 3301, Essential Oils) จากไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รายละเอียดตามกราฟด้านล่าง



ข้อเสนอแนะจากสศค. :

ปัจจุบันคนจีนมีรายได้เฉลี่ยตัวหัวเพิ่มขึ้นในภาพรวม ถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนจีนมีแนวโน้มท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มในการใช้จ่ายระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น ข้อมูลจาก China Tourism Academy ระบุว่าครึ่งปีแรกของปี 2019 การท่องเที่ยวภายในประเทศจีนมีมูลค่ากว่า 3.99 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 13.5% จากปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าไม่เพียงแต่การท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีการขยายตัว การท่องเที่ยวภายในประเทศจีนเองมีการขยายตัวเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่ส่งออกสินค้ามาจีนไม่ควรมองข้ามศักยภาพตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศจีน และการเข้ามาของแพลตฟอร์มที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวมาพักได้ อย่าง Tujia, Xiaozhu และ Airbnb ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ ที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาและให้ความสนใจ อาทิ ร้านนวดไทย และร้านอาหารไทย สามารถทำรายการขายร่วมกับเจ้าของบ้านพักในพื้นที่นั้นๆ หรือสินค้าเกี่ยวเนื่องอย่าง หมอนยางพารา สินค้าโฮมอโรมา อาจมีการทำรายการขายเจาะกลุ่มลูกค้าเจ้าของบ้านพัก หรือร่วมทำรายการขายกับแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและพึงระมัดระวังการถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของสินค้า โดยควรทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาก่อนการนำสินค้าและบริการมาบุกตลาดจีน

ที่มา : <http://www.chinadaily.com.cn/a/201912/12/WS5df19558a310cf3e3557d99e.html>

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201912/10/WS5def2bb9a310cf3e3557d2c0.html>

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

19 ธันวาคม 2562