



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center - Miami

6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email: ttciami@gmail.com

วันที่ 4 - 8 พฤษภาคม 2563

ตลาดสินค้าของเล่นขยายตัวในสหรัฐฯ



เนื้อหาสาระข่าว: จากข้อมูลรายงานการสำรวจมูลค่าตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ล่าสุดโดย The NPD Group พบว่า ยอดจำหน่ายสินค้าของเล่นเด็กในสหรัฐฯ ไตรมาสที่ 1 (ระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม) ปี 2563 ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 256 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รวมเป็นมูลค่าการค้าทั้งสิ้น 3.6 พันล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา แม้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงเวลาที่เริ่มมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 (ช่วงเดือนมีนาคมปลายไตรมาส) ที่ส่งผลกระทบทำให้แนวโน้มความต้องการบริโภคสินค้าที่ไม่จำเป็น (Non-Essential Products) ในกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันในตลาดลดลงก็ตาม

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลทำให้มูลค่าการค้าสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งมาจากช่วงเทศกาลอีสเตอร์ที่เร็วขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญสำหรับบุตรหลานในช่วงเทศกาลดังกล่าวเร็วขึ้น (เพิ่มยอดจำหน่ายในเดือนมีนาคม) นอกจากนี้ มาตรการสั่งปิดโรงเรียนของหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นเพื่อจำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าวทำให้เด็กนักเรียนจำเป็นต้องหยุดอยู่บ้านมากขึ้นและมีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย

กลุ่มสินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของยอดจำหน่ายสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2563 คือ กลุ่มสินค้าเกมส์และตัวต่อ (Games and Puzzles) มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 55 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มสินค้าของเล่นกลางแจ้งและกีฬา (Outdoor and Sports Toys) ขยายตัวร้อยละ 22 กลุ่มของเล่นตัวต่อ (Building Set) อัตราการขยายตัวร้อยละ 20 และกลุ่มสินค้าศิลปะและงานฝีมือ (Arts and Crafts) อัตราการขยายตัวร้อยละ 13 ตามลำดับ

โดยสินค้าที่มียอดจำหน่ายสูงในตลาด 10 อันดับ ได้แก่ “L.O.L Surprise!” “Pokémon” “Disney Frozen” “Barbie” “Star Wars” “Marvel Universe” “Hot Wheels” “Nerf” “Funko POP!” และ “Little Tikes” ซึ่งมียอดจำหน่ายรวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 ของยอดจำหน่ายสินค้าของเล่นรวมทั้งหมด หรือปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ในกลุ่มสินค้าที่มียอดจำหน่ายสูงในตลาดเกือบครึ่งหนึ่งเป็นสินค้ากลุ่มลิขสิทธิ์ที่ได้รับอานิสงส์จากความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคจากภาพยนตร์ที่ได้เข้าฉายเมื่อปีที่แล้ว เช่น “Frozen II” “Star Wars” “Toy Story” และ “Pokémon” เป็นต้น

จากปัจจัยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในสหรัฐฯ ที่เริ่มขึ้นในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ส่งผลทำให้หน่วยงานท้องถิ่นจำเป็นต้องประกาศปิดโรงเรียนและธุรกิจที่ไม่จำเป็น เพื่อจำกัดการแพร่ระบาดในพื้นที่ ซึ่งทำให้ชาวอเมริกันส่วนมากจำเป็นต้องหยุดอยู่บ้านรวมถึงเด็กนักเรียนด้วย อีกทั้ง กิจกรรมกลางแจ้ง รวมถึงการออกกำลังกายกลางแจ้งยังเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นไม่ได้เลยในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการในสหรัฐฯ ที่ต้องดูแลบุตรหลานของตนที่บ้านหันไปพึ่งของเล่นเพื่อกระตุ้นกิจกรรมสันทนาการสำหรับกลุ่มเด็กมากขึ้น

ทั้งนี้ หากพิจารณายอดจำหน่ายสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ในช่วง 5 สัปดาห์ที่ผ่านมา (ระหว่างวันที่ 15 มีนาคม – 18 เมษายน) พบว่า ยอดจำหน่ายมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 เทียบกับยอดจำหน่ายในช่วง 10 สัปดาห์แรกของปีซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

นอกจากนี้ หากพิจารณาจากยอดจำหน่ายสินค้าในช่วง 5 สัปดาห์ที่ผ่านมาพบว่า กลุ่มสินค้าที่มีมูลค่ายอดจำหน่ายสูงสุด (The Strongest Dollar Growth) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 77 ในมูลค่ายอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นทั้งหมดประกอบไปด้วยกลุ่มสินค้าเกมส์และตัวต่อ (Games and Puzzles) เช่น บอร์ดเกมส์และเกมส์ต่อสู้สำหรับครอบครัว (Family Board/Action Games) ตัวต่อจิ๊กซอว์ (Puzzles) เกมส์ไพ่ (Card Games) และเกมส์สำหรับเด็ก (Children's Games) และกลุ่มสินค้าของเล่นสำหรับกิจกรรมกลางแจ้งและกีฬา (Outdoor and Sports Toys) เช่น เครื่องเล่นสำหรับสนามเด็กเล่น (Playground Equipment) สเก็ต สเก็ตบอร์ด และสกีวอเตอร์ (Skates/Skateboards/ Scooters) และสระน้ำชั่วคราว (Pools) โดยส่วนที่เหลือร้อยละ 23 ในมูลค่ายอดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นมาจากกลุ่มสินค้าชุดตัวต่อ (Building Sets) และกลุ่มสินค้าศิลปะและงานฝีมือ (Arts and Crafts)

Ms. Juli Lennett ที่ปรึกษาด้านอุตสาหกรรมของเล่น The NPD Group กล่าวว่า การที่กิจกรรมทางสังคมไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมโรงเรียนและกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมสันทนาการอื่น ๆ จำเป็นต้องระงับการจัดงานลงเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในขณะนี้ ทำให้กลุ่มผู้ปกครองและบุตรหลานต่างหันไปสนใจบริโภคสินค้ากลุ่มทดแทนกิจกรรมสันทนาการทางสังคมดังกล่าว เช่น สินค้าเทรมโพลีน (Trampoline) และสินค้าสเก็ต สเก็ตบอร์ด และสกีวอเตอร์ (Skates/ Skateboards/ Scooters) เพื่อทดแทนกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกระงับไป นอกจากนี้ จากปัจจัยด้านสภาพอากาศในสหรัฐฯ ที่กำลังเริ่มอุ่นขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะนี้ น่าจะช่วยส่งเสริมให้กลุ่มสินค้าสำหรับกิจกรรมกลางแจ้งและกีฬา (Outdoor and Sports Toys) เป็นกลุ่มที่น่าจะได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในสหรัฐฯ และมียอดขายมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีการบังคับใช้มาตรการปิดเมือง (Lockdown)

บทวิเคราะห์: แม้ว่าแนวโน้มการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 จะส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ ทำให้ผู้บริโภคลดการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตลง เช่น สินค้าแฟชั่น สินค้าเครื่องประดับ เป็นต้น แต่แนวโน้มดังกล่าวกลับสวนทางจากกลุ่มสินค้าของเล่นซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเนื่องจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสทำให้โรงเรียนเกือบจะทุกแห่งในสหรัฐฯ ต้องหยุดการเรียนการสอนและเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจซื้อสินค้าของเล่นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมสันทนาการเด็กที่หยุดอยู่ที่บ้านทดแทนการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน นอกจากนี้ ชาวอเมริกันวัยทำงานที่ต้องหยุดทำงานที่บ้าน (Work from Home) รวมถึงชาวอเมริกันวัยผู้สูงอายุที่ไม่สามารถออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านได้ก็หันไปเลือกซื้อสินค้าเกมส์และของเล่น เช่น เกมส์ Play Station เกมส์ Nintendo และเกมส์ตัวต่อ (Puzzles) เพื่อสร้างกิจกรรมสันทนาการและคลายเครียดในช่วงที่หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นดำเนินมาตรการปิดเมือง (Lockdown) เพื่อจำกัดการแพร่ระบาดด้วย

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ตั้งแต่ Toy R Us ล้มละลาย ทำให้ผู้นำการขายปลีกสินค้าของเด็กเล่นในตลาดสหรัฐฯ เปลี่ยนเป็นการขายทางออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อที่เด็กๆ มักจะใช้ในการเสาะหาสินค้าใหม่ๆ คือ YouTube เนื่องจากเด็กๆ จะดู YouTube มากกว่าโทรทัศน์ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Bonkers Toys ได้สร้างสรรค์สินค้าของเด็กเล่นนวัตกรรมใหม่ๆ และได้รับความนิยมบน YouTube โดยใช้ชื่อ Ryan's World ซึ่งเป็นช่อง YouTube สำหรับเด็กที่เป็นที่นิยมที่สุดมียอดผู้ชมมากกว่า 3,500 ล้านครั้ง

ทั้งนี้ หากพิจารณาอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี 2560 – 2562) พบว่า มูลค่าการค้าปลีกสินค้าของเล่นในตลาดค่อย ๆ หดตัวลงมาโดยตลอด โดยล่าสุดในปี 2562 มูลค่าตลาดของเล่นสหรัฐฯ มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 2.1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม จากปัจจัยการดำเนินมาตรการดังกล่าวรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะรักษาระยะห่างทางสังคมระหว่างกันมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ปกครองเด็กที่ต้องการเพิ่มความระมัดระวังเพื่อลดความเสี่ยงในการรับเชื้อโรค รวมถึงระยะเวลาการดำเนินนโยบายปิดเมืองและโรงเรียนซึ่งบางแห่งอาจจะขยายระยะเวลาไปถึงปลายปี จึงน่าจะมีส่วนทำให้ตลาดค้าปลีกสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2563

ในส่วนของการนำเข้าสหรัฐฯ ยังคงพึ่งพิงการนำเข้าสินค้ากลุ่มของเล่นจากจีนเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 แม้ว่าภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสรวมถึงการดำเนินนโยบายตอบโต้ทางการค้าจะยังคงดำเนินอยู่ก็ตาม อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า จากปัจจัยในตลาดที่เกิดขึ้นส่งผลทำให้ผู้ประกอบการชาวอเมริกันที่เคยพึ่งพิงการผลิตจากจีนเริ่มตระหนักถึงผลกระทบจากการพึ่งพิงผู้ผลิตเพียงรายใดรายหนึ่ง (Concentration Risk) มากขึ้นและเริ่มหันไปหาผู้ผลิตรายอื่นในเอเชีย โดยเฉพาะเวียดนามที่มีอัตราการส่งออกขยายตัวสูงถึงร้อยละ 79 ในปี 2562 ทั้งนี้ ในส่วนของผู้ประกอบไทยในการกลุ่มอุตสาหกรรมของเล่นก็ได้รับอานิสงค์ดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน โดยไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าของเล่นไปสหรัฐฯ เป็นมูลค่า 298 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.87 ในปี 2562 ซึ่งหากโรงงานผลิตสินค้าไทยสามารถกลับมาเริ่มเดินสายการผลิตได้ในระยะเวลาอันใกล้ รวมถึงสามารถขนส่งสินค้าระหว่างประเทศได้ตามปกติหรือใกล้เคียงกับสถานการณ์ปกติแล้ว ไทยน่าจะจะสามารถขยายยอดส่งออกสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ได้ในอัตราร้อยละ 7 – 10 ในปี 2563

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: หากพิจารณาจากปัจจัยในตลาดโดยเฉพาะการประกาศปิดโรงเรียนที่อาจจะขยายตัวไปจนถึงสิ้นปีนี้ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในปีนี้ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความขัดแย้งทางการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ ที่เริ่มปะทุขึ้นอีกครั้งหลังจากที่ผู้นำสหรัฐฯ ได้กล่าวหาจีนว่าเป็นต้นเหตุของการแพร่ระบาดและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไปทั่วโลก โดยมีความ

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

เป็นไปได้ที่สหรัฐฯ อาจจะพิจารณาดำเนินมาตรการทางการค้าเพื่อตอบโต้เพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายส่วนแบ่งตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ที่จีนเป็นผู้ครอบครองตลาดรายใหญ่ที่สุด

ทั้งนี้ ตลาดสินค้าของเล่นในสหรัฐฯ ส่วนมากจะเป็นสินค้าลิขสิทธิ์ภาพยนตร์หรือการ์ตูนเป็นหลัก ดังนั้น กลยุทธ์ในการขยายตลาดสหรัฐฯ สำหรับผู้ประกอบการไทยในระยะสั้นจึงควรที่จะเน้นการดึงดูดการลงทุนกิจการหรือผู้นำเข้าที่ต้องการจะย้ายฐานการผลิตออกจากจีนอันเนื่องมาจากปัจจัยด้านผลกระทบจากความผันผวนในตลาดการผลิตและส่งออกของจีน โดยผู้ประกอบการไทยรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยควรจะใช้โอกาสดังกล่าวในการแสดงศักยภาพและจุดแข็งของประเทศไทยในการเป็นฐานผลิตสินค้าเพื่อเพื่อความเชื่อมั่นและส่งเสริมการผลิตและส่งออกจากประเทศไทย รวมถึงการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยทั้งในด้านเงินลงทุน มาตรการทางภาษี รวมถึงมาตรการทางการค้าอื่น ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตการเป็นผู้รับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถช่วยรักษาตลาดส่งออกไทยได้ในระยะยาวเนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้นำเข้ามีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนต่ำ ดังนั้น ในระยะยาวแล้วหน่วยงานภาครัฐของไทยควรที่จะส่งเสริมการพัฒนาและขยายอุตสาหกรรมการผลิตสินค้ากลุ่มคอนเทนต์ (Content) เช่น เกมส์ การ์ตูน และคาแรคเตอร์ (Character) ต่าง ๆ เพื่อการขยายตลาดอุตสาหกรรมสินค้าของเล่นที่ยั่งยืนในอนาคตด้วย

ที่มา: The NPD Group

เรื่อง: “U.S. Toy Industry Sales Experienced +7.6 Percent Growth in the First Quarter of 2020”

โดย: The NPD Group

สศต. ไมอามี /วันที่ 7 พฤษภาคม 2563

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)