

แนวโน้มของเครื่องดื่มจากธัญพืชกำลังเติบโตมากในตลาดจีน



บริษัทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของประเทศจีนหลายรายกำลังเร่งพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืช เช่น บริษัท Inner Mongolia Yili Industrial Group Co., Ltd. ได้เปิดตัวเครื่องดื่มจากข้าวโอ๊ต บริษัท Dali Foods เปิดตัวสินค้าโยเกิร์ตจากพืช และบริษัท Yangyuan's Daily ซึ่งอยู่ภายใต้บริษัท Hebei Yangyuan Zhihui Beverage Co., Ltd. ก็ได้ทดลองจำหน่ายสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชตัวใหม่ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา บริษัทเครื่องดื่มของประเทศจีนต้องเผชิญกับความท้าทายทางการตลาดค่อนข้างสูง เพื่อแย่งครองส่วนแบ่งตลาดของสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืช อย่างไรก็ตาม ในขณะที่บริษัทหลายแห่งมีการยกระดับการพัฒนาสินค้าแล้ว แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะการแข่งขันจากขณะนี้สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชของต่างประเทศที่ได้เริ่มขยายตลาดสู่ประเทศจีนแล้ว อีกทั้งยังมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ด้วย

ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มจากธัญพืช มองว่า บริษัทจีนมีความได้เปรียบอย่างมากในด้านต้นทุนของสินค้า ชื่อเสียงของแบรนด์ และช่องทางการจำหน่ายที่กว้างขวาง หากมีการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาดังกล่าว ก็จะสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชนำเข้าจากต่างประเทศได้ กอปรกับสินค้านำเข้ามีราคาค่อนข้างสูง และมีข้อจำกัดในด้านห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเสียเปรียบต่อการแข่งขันกับบริษัทจีน นอกจากนี้ เครื่องดื่มจากธัญพืช โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์นมจากพืชถือเป็นสินค้าใหม่ในตลาด และเป็นอีกหนึ่งแนวโน้มที่น่าสนใจในการพัฒนาสินค้าใหม่ รวมทั้งจะกลายเป็นกลไกการเติบโตของบริษัทในอนาคต ทั้งนี้ ชาวจีนมีความต้องการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งมีการยกระดับการบริโภคอยู่เสมอ ทำให้สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชมีแนวโน้มหรือเป็นสินค้าใหม่ที่จะได้รับความนิยมและมาแรงในตลาดการค้าของจีนในอนาคต

Euromonitor International เผยว่า ในปี 2563 ตลาดสินค้าเครื่องดื่มนมจากธัญพืชมีมูลค่าสูงถึง 258,300 ล้านหยวน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.2 ของมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมเครื่องดื่มทั้งหมดของประเทศจีน จากข้อมูลตัวเลขสถิติ พบว่า ตลาดสินค้านมจากธัญพืชกำลังเติบโตในอัตราที่เร็วกว่าสินค้านมทั่วไปมาก

นอกจากนั้น แบรินด์จีนจำนวนมากไม่น้อยได้มีการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชและวางจำหน่ายในตลาดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากข้อมูล พบว่า บริษัทลูกของ Yangyuan มีการดำเนินธุรกิจเครื่องดื่ม

จากธัญพืชมากมาย ได้แก่ เครื่องดื่มวอลนัทแบรนด์ Liuge, นมอัลมอลด์แบรนด์ Cheng De Lu Lu, นมถั่วเหลืองแบบซองแบรนด์ Wei Wei และนมถั่วเหลือง ภายใต้แบรนด์ Vitasoy แต่เนื่องจาก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา บริษัทจีนมีปัญหาด้านการยกระดับสินค้า และข้อพิพาทเกี่ยวกับแบรนด์ ทำให้สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชของจีนประสบปัญหา หนึ่งในบริษัทธุรกิจเครื่องดื่มจากธัญพืชที่ได้รับผลกระทบคือ นมถั่วเหลืองแบรนด์ Wei Wei โดยในปี 2555 มีรายได้รวม 5,810 ล้านหยวนและลดลงเป็น 5,039 ล้านหยวน และในปี 2562 กำไรสุทธิของบริษัทก็ลดลงด้วยเช่นกัน ต่อมาในปี 2557 บริษัทมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 201 ล้านหยวน ต่อมาในปี 2562 ลดลงเหลือ 72,926,000 หยวน นอกจากนี้ สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชแบรนด์ Cheng De Lu Lu ซึ่งเคยมีข้อพิพาทกับแบรนด์ Shantou Lu Lu นั้น ปัจจุบันสามารถจำหน่ายสินค้าได้เพียงแคในภาคเหนือของประเทศจีนเท่านั้น ส่งผลให้รายได้ของบริษัทลดลงจาก 2,700 ล้านหยวนในปี 2557 เหลือเพียง 2,255 ล้านหยวนในปี 2562

นอกจากแบรนด์ที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีธุรกิจแบรนด์อื่นๆ ที่เริ่มขยายขยายเข้าสู่ตลาดสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืช เช่น แบรนด์ Nongfu Spring, Tongyi และ Mengniu เป็นต้น และแม้ว่าบริษัทเหล่านี้จะขยายตลาดได้แล้วก็ตาม แต่ก็ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทั้งนี้ นายซู ฉงจิ้น ประธานบริษัท Shanghai Jiude Positioning Consulting Company เผยว่า " สินค้าเครื่องดื่มจากธรรมชาติในตลาดจีนขณะนี้ถือว่าเพิ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น ยังไม่ได้ขยายตลาดเข้าสู่ผู้บริโภคครัวเรือนในวงกว้าง อีกทั้งแบรนด์สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชยังไม่ได้มีชื่อเสียงมากพอที่จะทำให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน โดยช่วงเวลาการเข้าสู่ตลาดถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการชาวจีนต้องตระหนักว่า สินค้าแต่ละตัวมีช่วงเวลาในการเข้าสู่ตลาดธุรกิจที่แตกต่างกันไป จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์และช่วงเวลาของการเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสม ก็จะทำให้ธุรกิจสินค้าของตนประสบความสำเร็จได้"

ความคิดเห็น สคต.

ปัจจุบัน ตามท้องตลาดจีนมีสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชที่หลากหลาย เช่น นมอัลมอลด์ นมถั่วเหลือง นมถั่ว และนมข้าวโอ๊ต เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าใหม่ที่มีความน่าสนใจ แต่ทั้งนี้ ชาวจีนมักเลือกซื้อสินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืช เพื่อแจกจ่ายให้งานเทศกาล หรืองานพิธีต่างๆ ให้กับแขกผู้เข้าร่วมงาน อย่างไรก็ตาม สินค้าเครื่องดื่มจากธัญพืชของไทย โดยเฉพาะนมถั่วเหลืองแบรนด์ Vamino ถือเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงมากในตลาดจีนและเป็นรู้จักของผู้บริโภคชาวจีนอย่างดี ดังนั้นจึงมีโอกาสในตลาดจีนมากเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะเครื่องดื่มธัญพืชอื่นๆ และสมุนไพรไทย เนื่องจากปัจจุบันชาวจีนหันมาใส่ใจสุขภาพ และนิยมบริโภคสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ทำมาจากธรรมชาติกันมากขึ้น

แหล่งที่มา : <https://news.21food.cn/12/2899571.html>

สคต.คุณหมิง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ