



แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน

26 เมษายน 2564

แนวโน้มสินค้าในตลาดเยอรมนี

สินค้าทางเลือก ตลาด Flexitarian ในเยอรมนี

นมข้าวโอ๊ต จากบริษัท Oatly ได้รับความนิยมนอย่างมาก ในตลาดสหรัฐอเมริกา จนส่งสินค้าไปจำหน่ายแทบไม่ทัน ตั้งแต่เดือนมีนาคมที่ผ่านมา บริษัทได้เป็นผู้ส่งนมทางเลือก ให้ร้าน Starbuck จำนวน 15,000 สาขา ทั่วประเทศ ขณะ ที่วิกฤติโคโรน่า ทำให้การสร้างโรงงานแห่งที่ 2 ในสหรัฐอเมริกา ต้องหยุดชะงักลง แต่จากการคาดการณ์ของ Reuters บริษัท เตรียมตัวที่จะเข้าตลาดหุ้นนิวยอร์ก และเป็นไปได้ที่จะทำให้บริษัท มีมูลค่าสูงถึง 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งจะให้เป็นอีก 1 บริษัท ที่มีมูลค่าสูงพอกับบริษัท Beyond Meat ผู้ผลิตเบอร์เกอร์ แบบ Vegan ที่ปกติแล้ว บริษัท Start Ups ที่จะได้รับการประเมินค่าสูงส่วนใหญ่ เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากกว่า โดยบริษัท Oatly วางแผนที่จะทำยอดขายในปี 2020 ให้ได้ 400 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือจะขยายตัวขึ้นเท่าตัว กว่าปีที่ผ่านมา



ในเวลานี้ ผู้ผลิตนมทางเลือก ต่างก็เข้ามาแสดงตัว ในตลาดทั่วโลก ในช่วงการปฏิวัติการผลิตอาหารจากพืช ผู้บริหารของ Oatly นาย Toni Peterson กล่าวกับ นสพ. Handelsblatt ว่า ตลาดนมจากพืช เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ หลายพันล้านยูโร และเป็นตลาดที่ใหญ่กว่าตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือก Vegan

ในเวลานี้ กว่า 1 ใน 10 ของนม ที่บริโภคในประเทศเยอรมนี เป็นนมทางเลือกไร้แม่วัว แต่ผลิตจาก ถั่วเหลือง ข้าวโอ๊ต อัลมอนต์ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ หรือถั่วลันเตา เฉพาะยอดขายใน EU และในสหราชอาณาจักร น่าจะขยายตัวขึ้นเป็น 3.4 พันล้านยูโร ภายในปี 2025 ตามข้อมูลการวิจัย ธนาคาร ING Bank และบริษัทให้คำปรึกษา BCG คาดการณ์ว่า จะมีการจำหน่ายนมทางเลือก ในปี 2035 สูงถึง 35 ล้านตัน ทั่วโลก หรือมากกว่าปัจจุบัน ถึง 5 เท่าตัว แน่นนอนผู้ผลิตนมวัวแบบดั้งเดิม ไม่สามารถที่จะ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใด ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด



มองดูการเปลี่ยนแปลง และไม่ทำอะไรเลย ผู้ผลิตโยเกิร์ต Danone ได้ปรับตัวกลายเป็นผู้จำหน่ายสินค้าจากนมทางเลือก ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งเกิดขึ้นผ่านการซื้อบริษัทรวมอย่างตรงจุด โดยในปี 2017 บริษัทจากฝรั่งเศส ซื้อบริษัท White Wave จากสหรัฐอเมริกา ในราคา 12.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยบริษัท White Wave เป็นบริษัทที่

จำหน่ายสินค้า Vegan รายแรก ในนาม Alpro และ Provamel มากกว่า 40 ปี แล้ว ในช่วงเวลาที่บริษัทถูกซื้อ ก็มียอดขายสูงถึง 4.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเท่ากับยอดขายของ Oatly ในวันนี้ โดยบริษัท Danone ที่ล่าสุด มียอดขายอยู่ที่ 23.6 ล้านยูโร มีความต้องการที่จะขยายยอดขายสินค้าทางเลือกจากพืช ออกไปเป็น 5 พันล้านยูโร ภายในปี 2025 อีกทั้ง ในเดือนกุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา บริษัทก็เพิ่งซื้อบริษัทผู้ผลิตชีสแบบ Vegan บริษัท Earth Island จากสหรัฐอเมริกาไป ในเวลาเดียวกัน Danone ก็ผลิตโยเกิร์ต และพุดดิ้ง แบบ Vegan เช่นกัน “สินค้า 1 ใน 5 ของ Danone ที่จำหน่ายในเยอรมนี จะต้องเป็นสินค้า Vegan ภายในปี 2025” นาย Richard Trechman ผู้บริหาร Danone เยอรมนี กล่าวกับ Handelsblatt โดยที่โรงงาน ในเมือง Ochsenfurt ติดกับเมือง Würzburg ถูกปรับให้เป็น “โรงงานที่มีความยืดหยุ่นด้านนวัตกรรมการผลิต” สำหรับผลิตสินค้าในยุโรป ซึ่งก็สามารถผลิตสินค้า Vegan ได้เช่นกัน จนถึงวันนี้ สินค้า Vegan ของบริษัท ยี่ห้อ Actimel หรือ Dany Sahne ผลิตขึ้นในโรงงาน ในประเทศเบลเยียม เป็นหลัก และ Activia จากโรงงาน ในประเทศสเปน โดยราคาสินค้า มีราคาสูงพอที่จะสู้กับสินค้าต้นฉบับได้ โดยบริษัท Danone ใช้ Know-how ระบบโลจิสติกส์ และผู้จัดส่งสินค้าของบริษัท Alpro ที่เพิ่งซื้อเข้ามา “การเรียนรู้จาก Alpro ที่เพิ่มขึ้น จะสามารถจัดการกับส่วนผสมจากพืชได้” โดยที่ยอดจำหน่ายสินค้านม และสินค้านมทางเลือกไร้แม่วัว ในเยอรมนี ของ Danone มีปริมาณพอกัน ทั้งนี้ ข้อมูลของ Nielsen แจ้งว่า ยอดจำหน่ายของบริษัท ในปี 2020 แบบไม่นับรวมบริษัท Alpro ได้ขยายตัวขึ้น ร้อยละ 14 “ โดยที่ยังมีพื้นที่เพียงพอให้ทั้ง 2 กลุ่มสินค้า ได้สามารถขยายตัวขึ้นได้”

เทรนด์การบริโภคสินค้าทางเลือกจากพืช จะไม่ได้แค่มีการขยายตัวขึ้น เพราะมีกลุ่มผู้บริโภคแบบ Vegan เพิ่มมากขึ้น แต่ยังสามารถเพิ่มขึ้นจากกลุ่ม Flexitarian (กลุ่มเลือกกินเจบางโอกาส) ด้วย ในเวลาเดียวกัน นาย Trechman กล่าวย้ำ กว่าร้อยละ 85 ของผู้ซื้อนมทางเลือกไร้แม่วัว ก็ยังบริโภคสินค้าจากนมวัวชนิดปกติต่อไป ข้อมูลจากนักวิจัยตลาด Maforwerk เหตุผลนี้ ที่ทำให้ Danone มีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น เพราะการปรับเปลี่ยนการบริโภคนมวัว มาเป็นนมทางเลือกจากพืช ทำให้อุดจำหน่ายของบริษัทได้ขยายตัวขึ้น บริษัท Danone สามารถที่จะเล่นกับสินค้าได้หลากหลายรายการมากขึ้น ในเวลาเดียวกัน บริษัทผู้ผลิตสินค้าจากนมวัวอื่นๆ ก็ทยอยส่งสินค้าที่ผลิตจากนมทางเลือก Vegan ออกมา เช่น Müller Milch มีสินค้า นม Vegan สำหรับดื่ม และพุดดิ้งข้าว แบบ Vegan ในรายการสินค้า บริษัท Ehrmann

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ก็ได้เริ่มจำหน่าย Veo-Pudding ผสมเชอรี่ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา บริษัท Dr.Oetker ได้ส่ง Creme Vega พุดดิ้ง Vegan ชื่อว่า Love it ออกมาต่อสู้กับ บริษัทกลุ่ม Hochland Gruppe ที่ได้ผลิตชีสจากถั่ว ภายใตยี่ห้อ Simply V รวมถึงบริษัท Start Ups จำนวนมากทั่วโลก ก็ได้ผลิตโยเกิร์ต นม ชีส และไอศกรีม ที่มีวัตถุดิบเป็นพืชจำนวนมาก ออกมา เช่น บริษัท Vly จากกรุง



เบอร์ลิน ที่ผลิตนมจากโปรตีนถั่วลันเตา โดยมีบริษัท Rocket Internet เข้ามาร่วมลงทุนด้วย ตรงกันข้ามกับกลุ่มผู้ผลิตนมวัว ที่แน่นอนที่ ไม่ได้จำหน่ายเฉพาะนมวัวเท่านั้น และกลับปรับตัวที่จะยอมรับสินค้าทางเลือกได้ยากกว่า อย่างไรก็ตาม Das Deutsche Milchkontor ก็ได้ประกาศว่า จะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสินค้าบริโภคแห่งอนาคต ทั้งนี้ สหกรณ์ผู้ผลิตนมวัว Arla กำลังริเริ่มจำหน่ายเครื่องดื่มจากพืชในประเทศเดนมาร์ก และสหราชอาณาจักร และกำลังตรวจสอบการเข้าร่วมตลาดในเยอรมนี อยู่ และเห็นว่า ในตลาด น่าจะมีพื้นที่เพียงพอให้ทั้ง 2 กลุ่มสินค้ายืนอยู่ได้ อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้ผลิตนมวัวก็ได้ออกมาวิจารณ์กลุ่มสหกรณ์ว่า การเข้าไปเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าจากพืช เป็นเรื่องไร้เหตุผล เมื่อต้องเป็นตัวแทนของเกษตรกร ที่จะมาโฆษณา และผลิตสินค้าจำหน่าย ประธานสมาพันธ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในเยอรมนี นาย Stefan Mann วิจารณ์ โดยสมาพันธ์ฯ ต้องการให้มีการระงับการใช้คำศัพท์ เช่น โยเกิร์ตถั่วเหลือง หรือนมข้าวโอ๊ต ในระดับสหภาพยุโรป EU เกิดขึ้น

การที่แนวโน้มเทรนด์สินค้าทางเลือกจากพืช เติบโตอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกษตรกรจำนวนมาก แสดงความกังวลใจ “เมื่อมีความต้องการสินค้าทางเลือกเพิ่มขึ้น ก็เป็นไปได้ที่ความต้องการในสินค้าอื่น จะลดลง” นาย Mann ได้ออกมาเตือนถึงปริมาณการบริโภคนมวัวในเยอรมนี ต่อหัว ระหว่างปี 2000 - 2019 ที่ได้ลดลงเหลือ 49.5 กิโลกรัม ซึ่งในเวลานี้ เกษตรกร ต่างก็ประสบปัญหาเกี่ยวกับราคาคมนที่ต่ำมากอยู่แล้ว โดยเฉลี่ยปี 2020 ได้รับเงินจากผู้แปรรูปนม เพียงกิโลกรัมละ 33 เซ็น เท่านั้น แต่เพื่อที่จะให้คุ้มทุนต่อการผลิต จะต้องจำหน่ายให้ได้ 44 เซ็นต่อ 1 กิโลกรัม เป็นอย่างต่ำ แต่ตั้งแต่มีการยกเลิกโควตานมวัวในปี 2015 ลง ปริมาณนมวัว ก็เพิ่มมากขึ้น จนทำให้มีปริมาณล้นตลาด และส่งผลทำให้ราคาสินค้าถูกลงเรื่อยๆ

จาก Handelsblatt 26 เมษายน 2564

Office of Commercial Affairs - Royal Thai Embassy
Petzowerstr. 1, 14109 Berlin, Germany
email - thaicom.berlin@t-online.de

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

หมายเหตุ - ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้ จากแหล่งข้อมูลหลากหลายที่มา และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแก่บุคคลที่สนใจเท่านั้น ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเบอร์ลิน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำ ข้อมูลไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด