

ส่องโอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กในจีน



แพลตฟอร์ม Tmall Global ร่วมกับ ศูนย์ CBNDData บริษัทวิจัยการตลาดชื่อดังของจีน เปิดเผยรายงานแนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กของ Tmall Global ปี 2021 ที่ได้ทำการสำรวจสถานการณ์การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กข้ามพรมแดนและช่องทางออนไลน์ในจีน พบว่าหลายปีที่ผ่านมา ตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ขณะที่จีนมีคุณแม่ที่อายุระหว่าง 22 – 31 ปีมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าในปี 2021 ตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กของจีนจะมีมูลค่าทะลุ 4 ล้านล้านหยวน หรือประมาณ 18.8 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 4.7 บาท) และในอนาคตต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แม่และเด็กจะขยายไปยังทางช่องการค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มผู้บริโภคหลักของแพลตฟอร์ม Tmall คือผู้ที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1990 – 1999 หรือมีอายุ 22 – 31 ปี

ปัจจุบันพบว่าอัตราเด็กเกิดใหม่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กที่มีอายุ 3 – 6 ปีเป็นหลัก ทำให้จำนวนผู้บริโภคในกลุ่มนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการและแบรนด์ผลิตภัณฑ์แม่และเด็กจะต้องให้ความสำคัญมากที่สุด

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับเด็กที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของตลาดแม่และเด็กสำหรับช่องทางการค้าข้ามพรมแดนบนแพลตฟอร์ม Tmall Global พบว่า ผลิตภัณฑ์ชนิดเสริมโภชนาการสำหรับแม่และเด็กมีสัดส่วนมากที่สุดเกือบร้อยละ 80 ของแพลตฟอร์ม Tmall ทั้งหมดรวมกัน เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้นมผงสำหรับเด็กอายุ 2.6 – 6 ปี และนมผงเฉพาะทางสำหรับเด็กได้รับความนิยมสูงขึ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 ของนมผงทั้งหมด ส่งผลให้แบรนด์จำนวนมากเริ่มเข้ามาแข่งขันในตลาดกลุ่มนมผงมากขึ้น อาทิ แบรนด์ Mead Johnson และแบรนด์ Abbott นอกจากนี้ ยังพบว่านมผงสำหรับเด็กนำเข้าได้รับความนิยมเนื่องจากมีนวัตกรรมของการปรับปรุงส่วนผสมและสูตรที่มีคุณภาพสูง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาช่วยในการผลิต จึงทำให้ราคาต่อหน่วยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เสริมสร้างโภชนาการสำหรับเด็กเล็กนำเข้า ได้รับความนิยมและมีความต้องการจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีมูลค่าสูงถึง 300 ล้านบาท หรือประมาณ 1,380 ล้านบาท โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องดวงตา ผลิตภัณฑ์เสริมสร้างกระดูก และผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการพัฒนาของสมองและดวงตาได้รับความนิยมจากผู้ปกครองมากที่สุด ขณะที่อาหารว่างสำหรับเด็ก ก็เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีเริ่มมีความต้องการ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดการบริโภคจากเด็กได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเสริมสร้างโภชนาการที่ดีให้กับเด็กแต่ละช่วงวัยได้เป็นอย่างดีผ่านการบริโภคอาหารว่างซึ่งเป็นที่ยอมรับสำหรับเด็กๆ

นอกจากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแล้ว ยังพบว่าผลิตภัณฑ์ของใช้สำหรับเด็กก็ถือได้ว่าเป็นดาวเด่นของผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กนำเข้าเช่นกัน โดยผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชำระล้างและดูแลอุปกรณ์รับประทานอาหารสำหรับเด็ก รถเข็น/เตียงเด็ก เป็นต้น โดยแพลตฟอร์ม Tmall Global เปิดเผยว่า ผลิตภัณฑ์ชำระล้างและดูแล ได้รับความนิยมโดดเด่นอย่างชัดเจน โดยคุณพ่อคุณแม่ยุคใหม่ที่มีอายุระหว่าง 22 - 31 ปี นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ที่เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ และเมืองรองระดับ 1 - 2 ของจีน คือ ผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์ชำระล้างและดูแลนำเข้าจากต่างประเทศ

คุณพ่อคุณแม่ยุคใหม่มักจะแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบันมากที่สุด ขณะที่ผลิตภัณฑ์ 2 อันดับ 1 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและสะดวกสบายของเด็กทารก ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเด็กเล็กอายุประมาณ 2 - 4 ปี และเด็กกลุ่มกลางอายุ 5 - 8 ปี ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ชำระล้างและดูแล อาทิ ผลิตภัณฑ์แชมพูและครีมอาบน้ำ ครีมทาหน้าและโลชั่นทาผิว จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับเด็กแต่ละช่วงวัย ขณะเดียวกัน ยังต้องเพิ่มความใส่ใจถึงความปลอดภัยของส่วนผสมในการรักษาความชุ่มชื้น ไม่มีซิลิโคนออยส์เพื่อสุขภาพและความปลอดภัยของเด็กๆ

สำหรับผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด เริ่มกลายเป็นผลิตภัณฑ์ของใช้สำหรับเด็กที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสเปรย์กันแดดขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 100 และครีมกันแดดแบบลูกกลิ้งเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่กำลังเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น

นอกจากนี้ อุปกรณ์รับประทานอาหารสำหรับเด็กก็เป็นความต้องการที่สำคัญของตลาดแม่และเด็ก โดยเฉพาะตะเกียบฝึกหัดกลายเป็นอาวุธสำหรับเด็กที่จะเรียนรู้ที่จะกินอย่างอิสระ รวมทั้งกล่องข้าวสำหรับเด็กที่กำลังเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับแก้วน้ำ/กระบอกน้ำที่กำลังมีการพัฒนา มีการปรับปรุงคุณสมบัติอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการพัฒนารูปลักษณ์ภายนอกและมีลักษณะเฉพาะด้วย เนื่องจากกล่องข้าวแก้วน้ำ/กระบอกน้ำได้กลายเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับเด็กเวลาออกไปข้างนอกในยุคปัจจุบันนี้

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ประเภทของเล่น รองเท้า และเสื้อผ้า พบว่า สัดส่วนรองเท้าและเสื้อผ้านบนแพลตฟอร์ม Tmall Global ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรองเท้าและเสื้อผ้านำเข้า นอกจากนี้ราคาต่อหน่วยของรองเท้าและเสื้อผ้าเด็กบนแพลตฟอร์ม Tmall Global ยังสูงกว่าและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วกว่าแพลตฟอร์ม Tmall ที่เน้นกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศเพียงอย่างเดียว ซึ่งการสำรวจพบว่าราคารองเท้าในตลาดที่ผู้บริโภคโดยทั่วไปรับได้อยู่ที่ประมาณ 200 - 400 หยวน หรือประมาณ 940 - 1,880 บาท ครอบคลุมส่วนแบ่งในตลาดเกือบร้อยละ 70 ขณะที่กลุ่มเสื้อผ้า พบว่าคุณแม่ร้อยละ 49 แสวงหาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำหรับเด็กที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนผลิตภัณฑ์ของเล่นซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถือว่าจำเป็นสำหรับเด็กเล็กอีกอย่างหนึ่งพบว่า ของเล่นนำเข้ามีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างชัดเจน รองลงมาจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ชำระล้างและดูแล โดยเฉพาะของเล่นเกี่ยวกับการเรียนรู้ของเด็ก ของเล่นเสริมความสามารถในการเริ่มต้นของเด็ก รวมถึงของเล่นที่มีความเป็นอัจฉริยะ (Smart) ก็เริ่มได้รับความนิยมและเป็นแนวโน้มการบริโภคใหม่ของตลาดของเล่นจีน แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของเล่นนำเข้าที่ยังคงมีทิศทางเติบโตได้เป็นอย่างดีในอนาคต

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สคต.เชิงตัว



ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

สืบเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริโภค และการเลี้ยงดูเด็กเพิ่มขึ้น ประกอบกับนโยบายลูกคนที่ 2 รวมถึงห่วงโซ่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กที่มีความสมบูรณ์แบบในปัจจุบัน ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็กในจีนมีการขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ และมีการคาดการณ์ว่าตลาดผลิตภัณฑ์แม่และเด็กของจีนจะมีมูลค่าทะลุ 4 ล้านล้านหยวน หรือประมาณ 18.8 ล้านล้านบาท และในอนาคตอุตสาหกรรมแม่และเด็กจะขยายไปยังช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอาหารและของใช้สำหรับเด็ก ขณะที่ของเล่น เสื้อผ้า รองเท้าถือเป็น Blue Ocean Market ที่น่าจับตามองสำหรับผู้ประกอบการไทยและน่าจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม คุณพ่อคุณแม่ชาวจีนยุคใหม่มีแนวโน้มหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติเฉพาะตัวเพื่อสุขภาพของลูกน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยต้องคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการของเด็กแต่ละช่วงวัยเป็นสำคัญ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ปกครองซึ่งมักจะตัดสินใจโดยให้ความสำคัญกับสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับลูกเสมอ นอกจากนี้ยังพบว่าของเล่นนำเข้าก็เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะได้นำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาของเล่นเกี่ยวกับการเรียนรู้ของเด็ก ของเล่นที่เพิ่มความสามารถในการเริ่มต้นของวัยเด็ก รวมถึงของเล่นที่มีความอัจฉริยะ (Smart) ซึ่งไม่เพียงแต่ได้รับความนิยมจากเด็กเท่านั้น แต่ยังได้รับความสนใจจากผู้ปกครองยุคใหม่เป็นอย่างมากด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับข้อมูลคาดการณ์ตลาดของเล่นนำเข้าของจีนที่จะยังคงมีทิศทางที่สดใส แสดงให้เห็นได้จากสถิติการนำเข้าของเล่นจากทั่วโลกของจีนในช่วงไตรมาสแรกปี 2021 พบว่ามีมูลค่าการนำเข้าของเล่นขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.27 หรือคิดเป็นมูลค่า 596.52 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 18,492.12 ล้านบาท ซึ่งในทีนี้มีมีการนำเข้าของเล่นจากไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.60 หรือคิดเป็นมูลค่า 13.74 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 425.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.3 ของการนำเข้าของเล่นทั้งหมดของจีน (อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับประมาณ 31 บาท)

แหล่งที่มา: <https://www.cbndata.com/information/157846>
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Insight CHINA : โอกาสสุดท้ายโดย สคต.ชิงต่าว

