

## แผนลดน้ำหนักของคนหนุ่มสาวหุ่นผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ฮอตฮิตในจีน



ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ให้ความสำคัญกับรูปร่าง และทนไม่ไหวที่จะเห็นตัวเองมีรูปร่างอ้วน โดยในช่วงปลายปี ค.ศ. 2019 พบว่าบทความฉบับหนึ่งเปิดเผยว่าชาวจีนวัยผู้ใหญ่กำลังเผชิญกับความอ้วนและอัตราการอ้วนลงพุงเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก ขณะที่ชาวจีนส่วนใหญ่เริ่มแสวงหาความงามและการมีสุขภาพที่ดี ทำให้ “การลดความอ้วน” กลายเป็นศัพท์ยอดฮิตที่ถูกค้นหามากขึ้นในสังคมออนไลน์ ในขณะที่ปัจจุบันยังไม่มีผลิตภัณฑ์หรือผู้ประกอบการที่สามารถบังคับให้ผู้บริโภคออกกำลังกายได้ จึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารมากขึ้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร หรือ Meal Replacement ซึ่งเป็นอาหารที่รับประทานเฉพาะควบคุมน้ำหนักหรือลดน้ำหนักโดยรับประทานแทนอาหารที่รับประทานปกติใน 1 มื้อ หรือมากกว่า เพื่อควบคุมปริมาณพลังงานที่ร่างกายได้รับในช่วงที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก เริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มชาวจีนที่ต้องการลดน้ำหนักในปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาข้อมูลระหว่างปี ค.ศ. 2017 – 2020 พบว่าขนาดตลาด Meal Replacement ของจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 68.8 ขณะที่ในปี ค.ศ. 2020 ขนาดตลาด Meal Replacement จีนมีมูลค่าถึง 47,260 ล้านหยวน หรือประมาณ 200,972 ล้านบาท โดยพบว่าแบรนด์ WonderLab ซึ่งเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ที่ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 2018 มียอดขายในปีแรกสูงถึง 60 ล้านหยวน หรือประมาณ 282 ล้านบาท ด้านแบรนด์ ffit8 มียอดขายในช่วงเทศกาล 6.18 ของแพลตฟอร์ม JD.com ในระยะเวลาไม่กี่วันมากถึง 10 ล้านหยวน หรือประมาณ 47 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวนเท่ากับ 4.7 บาท)

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ



อย่างไรก็ดี หลายปีที่ผ่านมา คำว่า Meal Replacement ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เห็นโฆษณาต่างเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นยาลดความอ้วน แต่เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคบางกลุ่มเริ่มหันมาเริ่มทำความรู้จักผลิตภัณฑ์ Meal Replacement มากขึ้น เนื่องจากปัญหาน้ำหนักเกิน โรคอ้วนที่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพ และความต้องการมีรูปร่างที่ดีขึ้น ทำให้ในช่วง 3 – 4 ปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement เริ่มเข้าสู่ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพดีมากยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมาเมื่อเดือนกรกฎาคม 2016 สำนักงานควบคุมเวชภัณฑ์แห่งชาติจีน (National Medical Products Administration) ได้ออกประกาศ กฎระเบียบสำหรับการลงทะเบียนและการจัดเก็บอาหารเพื่อสุขภาพ กำหนดว่าวัตถุดิบที่ใช้ในอาหารเพื่อสุขภาพที่อยู่ในรายการวัตถุดิบอาหารเพื่อสุขภาพและการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ประเภทวิตามินเสริมและแร่ธาตุไม่ต้องลงทะเบียนจัดเก็บอาหารตามกฎหมายควบคุมเวชภัณฑ์แห่งชาติจีน แต่เพียงแค่ทำการบันทึกรายการก็พอ จึงส่งผลให้ประหยัดเวลาและต้นทุนในการขออนุมัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้เป็นอย่างมาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ค่อยๆ ขยายตัวมากขึ้น จนกระทั่งปี ค.ศ. 2020 ที่เริ่มมีการระบาดของโรคโควิด-19 ยิ่งทำให้ผู้บริโภคหันมารักสุขภาพรวมทั้งให้ความสำคัญกับการควบคุมน้ำหนักเพื่อสุขภาพมากขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ตลาด Meal Replacement มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันแม้จะยังมีการถกเถียงกันว่าผลิตภัณฑ์ Meal Replacement เป็นอาหารเพื่อสุขภาพจริงหรือไม่ แต่บริษัทผู้ผลิตอาหารชั้นนำหลายรายยังคงเห็นว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ในอนาคตจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน โดยผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ที่พบในตลาดที่มีหลากหลายรูปแบบ และหลากหลายแบรนด์ อาจจะมาจากโรงงานผลิตเดียวกัน ใช้วัตถุดิบคล้ายกัน ความเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement เปรียบเสมือนอยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ที่มีผู้เล่นมาราย สิ้นค้ามีลักษณะเหมือนกัน และมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในตลาดมีแบรนด์ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ดั้งเดิมหรือยักษ์ใหญ่อยู่แล้ว และยังมี การเข้ามาแข่งขันของกลุ่มรายใหม่อีกจำนวนมาก ทำให้มีแนวโน้มว่าผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ยังมีการแข่งขันสูงมากขึ้นไปอีก แต่อย่างไรก็ดี การแข่งขันดังกล่าวถือเป็นประโยชน์ของผู้บริโภค เนื่องจากยังมีการแข่งขันสูง ยังจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าเพื่อการแข่งขันให้มากขึ้น และผู้ที่เข้ามาในตลาดก็จะต้องพยายามสร้างความแตกต่างของสินค้า เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด

**ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย**

ประเทศจีนมีประชากรที่มีรูปร่างอวบเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ความอ้วนกลายเป็นหนึ่งในปัญหาด้านสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศจีน แต่อย่างไรก็ดี ปัจจุบันชาวจีนหันมาให้ความสำคัญกับการลดน้ำหนักและควบคุมน้ำหนักมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement กลายเป็นตัวเลือกที่สำคัญในการ

- นโยบายภาครัฐ     เศรษฐกิจการลงทุน     แนวโน้มการตลาด     รายงานสินค้าและบริการ     อื่นๆ



ควบคุมน้ำหนัก โดยที่ผ่านมา หน่วยงาน Rabobank Netherlands เปิดเผยว่าจำนวนชาวจีนที่มีน้ำหนักเกินหรืออ้วนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ของจำนวนประชากรจีนทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีรายงานด้านสุขภาพของสถาบัน Dingdang Institute of Health ของประเทศจีนที่เปิดเผยว่าร้อยละ 82.7 ของหนุ่มสาวชาวจีนกำลังวางแผนลดน้ำหนัก สอดคล้องกับสถิติจากบริษัท CBNDData ศูนย์วิจัยข้อมูลการตลาดชื่อดังของจีนที่เปิดเผยว่าร้อยละ 85 ของผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ Meal Replacement บนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความอ้วนเป็นหลัก ซึ่งราคาของผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ประเภทควบคุมน้ำหนักมีราคาค่อนข้างสูง แต่กลับพบว่าผู้บริโภคชาวจีนมีความยินดีที่จะจ่าย ไม่เพียงเท่านั้นยังพบว่า ผู้บริโภคชาวจีนให้ความสนใจเกี่ยวกับอาหารที่มีเส้นใยอาหารและโปรตีนมากขึ้น โดยในปี ค.ศ. 2018 ผู้บริโภคชาวจีนร้อยละ 50 เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีเส้นใยอาหารมากขึ้น และผู้บริโภคชาวจีนร้อยละ 47 เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีโปรตีนมากขึ้น

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ประเภทควบคุมน้ำหนักครองสัดส่วนยอดขายสูงที่สุดในตลาดผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ของประเทศจีน และมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 จะมียอดขายมากถึง 13,600 ล้านบาท หรือประมาณ 63,920 ล้านบาท และในอนาคตผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ที่ทำจากนมจะกลายเป็นสินค้าหลักที่สำคัญของตลาดผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ในประเทศจีน ดังนั้น ตลาดผลิตภัณฑ์ Meal Replacement จึงเป็นอีกตลาดที่น่าจับตามองของผู้ประกอบการไทย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเข้ามาขยายตลาดผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ในประเทศจีนทั้งประเภทอาหารลดน้ำหนักและของทานเล่น โดยผู้ผลิตไทยสามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ในด้านวิทยาศาสตร์อาหารเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทางโภชนาการและมีประโยชน์ต่อร่างกายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน นอกจากนี้ หากเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ อาจพิจารณาเข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ในงานวิ่งมาราธอนของจีน ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำในหลายๆ เมือง และเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากชาวจีนยุคใหม่มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผลิตภัณฑ์ Meal Replacement ของไทย หรืออาจพิจารณาทำ Co-brand ร่วมกับผู้ผลิตอาหารของจีน ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงตลาดผู้บริโภคสินค้าประเภทนี้มากขึ้น ขณะเดียวกันควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย พกพาสะดวก และพร้อมที่จะบริโภคได้ทันทีทุกที่ทุกเวลา พร้อมทั้งร่วมมือกับผู้มีชื่อเสียงในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของจีนก็จะยิ่งทำให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จัก ได้รับการพูดถึง และสามารถเจาะตลาดจีนได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้นด้วย

แหล่งที่มา: [https://www.sohu.com/a/464266163\\_699376](https://www.sohu.com/a/464266163_699376)

<https://news.21food.cn/13/2839788.html>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระบือ 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 : โอกาสสุดตลาดจีน by สคต.ชิงเต่า

