



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที่ 19 – 25 กรกฎาคม 2564

ส่องเทรนด์การบริโภคซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานในตลาดจีน



ซอสพริกเนื้อปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน แบนด์ Tiger Bang

เครดิตภาพ: JD.com

สืบเนื่องจากการบริโภคที่ยกระดับของผู้บริโภคชาวจีน ทำให้เกิดความต้องการในการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้น กอปรกับจังหวะการใช้ชีวิตที่เร่งรีบในสังคมจีน และหลังจากการเข้าสู่ชีวิตวิถีใหม่ในยุคโควิด-19 ทำให้ยอดขายของสินค้าประเภทอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานในตลาดจีนพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคชาวจีนมีแนวโน้มนิยมรับประทานซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานควบคู่กับข้าวเปล่าและบะหมี่มากขึ้น เพื่อความสะดวกรวดเร็ว อิ่มอร่อยและได้รสชาติ โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ที่มีความต้องการบริโภคสินค้าที่อร่อยและมีความสะดวกสบายมากขึ้น

ในปี 2563 มูลค่าตลาดสินค้าเครื่องปรุงรสในจีนสูงถึง 395,000 ล้านหยวน (ประมาณ 1,975,000 ล้านบาท) ขณะที่มูลค่าตลาดสินค้าเครื่องปรุงรสชนิดผสม (Compound Condiment) (โดยซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานจัดอยู่ในหมวดสินค้าเครื่องปรุงรสชนิดผสม) คิดเป็น 150,000 ล้านหยวน (ประมาณ 750,000 ล้านบาท) มีอัตราการเติบโตต่อปี (Compound Annual Growth Rate) คิดเป็นร้อยละ 15.83 โดยบริษัทหลักทรัพย์ของจีน Guolian Securities (กว้อเหลียนเจิ้งชว่น: 国联证券) คาดการณ์ว่าในปี 2573 มูลค่าตลาดสินค้าเครื่องปรุงรสชนิดผสมในจีนจะสูงถึง 400,000 ล้านหยวน (ประมาณ 2,000,000 ล้านบาท) ซึ่งมีช่องว่างการเติบโตทางการตลาดได้อีกเกือบ 2.7 เท่าตัว และปัจจุบันธุรกิจเครื่องปรุงรสในจีนกว่าร้อยละ 80 มีการจำหน่ายสินค้าซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน จะเห็นได้ว่า โอกาสทางการตลาดของสินค้าซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานในจีนยังคงสดใส โดยคู่แข่งในตลาดยังไม่ได้ผูกขาดทางตลาดมากนัก ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าทำไมแบรนด์ซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดจีนจึงสามารถได้รับความนิยมและการยอมรับจากผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างรวดเร็ว

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด 1

จากกระแสความนิยมที่ผู้บริโภคชาวจีนมีต่อซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดแบรนด์ใหม่ๆ ในตลาดตามมา โดยเหล่าดาราคงดังและเน็ตไอดอลหรือ KOL (ผู้มีอิทธิพลทางความคิด) ในจีนต่างทยอยกันออกผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานแบรนด์ใหม่ๆ สู่อุตสาหกรรมอาหาร อาทิ ซอสปรุงรสคลุกข้าว แบรนด์ Funye (ฟานเย่:饭爷) จากดารานักแสดงชาวจีนหลินอี้หลุน (Lin Yilun:林依轮) สามารถจำหน่ายซอสได้ถึง 30,000 กระปุก ภายในเวลา 2 ชั่วโมง ที่เริ่มเปิดตัววางจำหน่าย รวมถึงซอสไข่เค็มและซอสเนื้อ แบรนด์หลี่จื่อซี (Li Ziqi:李子柒) จากเน็ตไอดอลชาวจีนหลี่จื่อซีที่สามารถทำยอดขายได้เกิน 100,000 กระปุกต่อเดือน และซอสพริกชื่อดังบนโลกโซเชียล แบรนด์ Tiger Bang (หูปังล่าเจียง:虎邦辣酱) ที่มีความร่วมมือกับแพลตฟอร์มสั่งอาหารเดลิเวอรี่ และเข้าถึงร้านอาหารออนไลน์แล้วกว่า 100,000 ร้าน ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่นิยมบริโภคซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 15-35 ปี โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยเรียนและกลุ่มคนวัยทำงาน ขณะที่ ศูนย์ข้อมูล iMedia Research ของจีน (أي้าเหมยจิวสวิน:艾媒咨询) เผยผู้บริโภคชาวจีนร้อยละ 70 นิยมซื้อเครื่องปรุงรสที่มีรสเค็มมากที่สุด และอีกประเด็นที่น่าสนใจคือ แบรนด์สินค้าซอสปรุงรสสำเร็จรูปต่างๆ ในจีนนิยมเจาะตลาดออนไลน์เป็นอันดับแรก โดยการประชาสัมพันธ์ให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคกันเนืองกว้าง แล้วจึงค่อยทำการเจาะตลาดออฟไลน์

ปัจจุบัน ซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานในตลาดจีนส่วนใหญ่จะเป็นซอสเนื้อปรุงรสและซอสเห็ดหอมปรุงรส ต่อมาผู้ประกอบการจีนยังมีการคิดค้นนำวัตถุดิบต่างๆ อาทิ ผลไม้ ผัก เห็ดต่างๆ อาหารทะเล เนื้อสัตว์ ไข่เค็ม เป็นต้น มาเพิ่มลงในซอสปรุงรสสำเร็จรูปและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสสำเร็จรูปใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ทำให้ซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานในจีนเริ่มพัฒนาจากบทบาทซอสมาเป็นกับข้าวมื้อหนึ่งให้กับผู้บริโภค

เทรนด์ซอสเนื้อปรุงรสที่กำลังมาในตลาดจีน



ซอสเอ็นเนื้อหน่อไม้ป่าปรุงรสพร้อมทาน แบรนด์ Yishao Food



ซอสเนื้อปรุงรสพร้อมทาน แบรนด์ Panda Gaga

เครดิตภาพ: Baidu.com/JD.com

ซอสเนื้อปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานได้รับความนิยมต่อเนื่องในจีน ตัวอย่างแบรนด์ที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด คือแบรนด์ Panda Gaga (ฟังตังเจีย:胖当家) ตั้งขึ้นเมื่อปี 2563 โดยสามารถระดมแหล่งเงินทุนได้ถึง 60 ล้านหยวน (300 ล้านบาท) ในระยะเวลาไม่ถึงหนึ่งปี สินค้าหลักของแบรนด์ฯ ได้แก่ ซอสเนื้อปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน และซอสเห็ดปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน ซึ่งซอสเนื้อปรุงรสของแบรนด์นี้เน้นจุดขายที่ขนาดของซอสเนื้อในซอสที่มีขนาดใหญ่ (ขนาดราว 1.5 เซนติเมตร) และความสดใหม่ของซอสเนื้อ แบรนด์ Panda Gaga ยังได้รับความนิยมติดเทรนด์สินค้าซอสคลุกข้าวและซอสเนื้อปรุงรสที่ได้รับความนิยมบนแพลตฟอร์มโซเชียล Tik Tok ของจีน ขณะที่ แบรนด์ Yishao Food (ซีเป่าจื่อเหยียน:禧宝制研) แบรนด์ซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานเกิดใหม่ในปี 2564 นี้ ได้ออกวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ภายในหนึ่งสัปดาห์แรกที่วางจำหน่ายสามารถทำยอดขายได้ถึง 3,000 ขวด

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกว่างโจว จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

และภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่เดือนมีอัตราการซื้อซ้ำสูงถึงร้อยละ 379 โดยหนึ่งในนั้นคือ ผลิตภัณฑ์ซอสเอ็นเนื้อหน่อไม้ป่าปรุงรสพร้อมทาน ซึ่งจุดขายของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ คือ เนื้อวัวที่นุ่มละมุนเสมือนเนื้อในจานกับข้าว นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวจีนบางส่วนยังทำการดัดแปลง DIY กับข้าวของตนด้วยซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน อาทิ นำซอสไปคลุกกับเส้นหมี่สลัดผักต่างๆ และนำซอสไปทำเป็นสอตไส้ในเบอร์เกอร์ต่างๆ เป็นต้น

ล่าสุด ทาง LIVEKINDLY Collective กรุ๊ป ธุรกิจอาหารที่ทำจากพืชชั้นนำของโลกได้นำสินค้าอาหารหลากหลายประเภทมาบุกตลาดจีนแล้ว และหนึ่งในนั้นคือ ซอสเนื้อไก่และเนื้อหมูที่ทำจากพืชปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทาน

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

1. ตลาดซอสปรุงรสสำเร็จรูปพร้อมทานถือเป็นตลาดใหม่ที่กำลังมาในจีน โดยปัจจุบันยังมีจำนวนผู้เล่นในตลาดไม่มากนัก กอปรกับยังไม่มีแบรนด์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดอย่างผูกขาด จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการนำสินค้าดังกล่าวมาบุกตลาดจีน ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าประเภทนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาว และวัยทำงาน โดยกลุ่มคนเหล่านี้นิยมซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ และนิยมติดตามข่าวสารต่างๆ บนโลกโซเชียล ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลต่างๆ ของจีน ไม่ว่าจะเป็น Tik Tok, Weibo, Xiaohongshu เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างรวดเร็ว และเป็น การจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

2. จากเทรนด์การบริโภคซอสเนื้อปรุงรสสำเร็จรูปในจีน จะเห็นได้ถึงโอกาสของการคิดค้นและพัฒนาซอสปรุงรสสำเร็จรูปใหม่ๆ ที่ผลิตจากเนื้อสัตว์หรือวัตถุดิบอื่นๆ เพื่อมาบุกตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยควรติดตามเทรนด์การบริโภคอาหารต่างๆ ของผู้บริโภคชาวจีนอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าให้ตรง และทันต่อความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน

3. เทรนด์การบริโภคอาหารที่ทำจากพืช ซึ่งดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมกำลังกลายเป็นเทรนด์ใหม่ที่ชาวโลกให้ความสำคัญ ไม่เฉพาะกับผู้บริโภคชาวจีนเท่านั้น ดังนั้น การคิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นประเด็นที่ไม่ควรมองข้าม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถร่วมรณรงค์การบริโภคอาหารที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลต่างๆ ของจีน ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและประชาคมโลกแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับแบรนด์สินค้า และยังเป็น การขยายตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่รักโลกได้มากขึ้น

4. การร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับร้านอาหารบนแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่อาหาร จะเห็นได้จากตัวอย่างซอสพริกแบรนด์ Tiger Bang ที่ประสบความสำเร็จในการเจาะตลาดอาหารเดลิเวอรี่ในจีน และกลายเป็นแบรนด์ซอสพริกยอดนิยมของจีนในเวลาต่อมา โดยร้านอาหารบนแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่อาหารส่วนใหญ่จะมีตัวเลือกให้กดเลือกซื้อซอสพริกแบรนด์ Tiger Bang เพิ่มเติมขณะที่ผู้บริโภคทำการกดสั่งอาหาร

*****หมายเหตุ สำหรับการนำเข้าเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อสัตว์มายังจีนนั้น ปัจจุบัน จีนอนุญาตให้ไทยนำเข้าได้เพียงเนื้อไก่และเป็ดแช่แข็งที่ได้ขึ้นทะเบียนกับทางศุลกากรจีนแล้วเท่านั้น โดยผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อสัตว์นั้น เนื้อสัตว์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตจะต้องมาจากโรงงานหรือบริษัทที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับทางศุลกากรจีนแล้วเท่านั้น จึงจะสามารถนำเข้ามายังจีนได้*****

ที่มา :

<https://new.qq.com/rain/a/20210716A035G400>

<http://www.mbahome.com/xiaofei/2021/0628/22962.html>

<http://www.myzaker.com/article/60f1661e8e9f09326952153a>

https://www.sohu.com/a/474970080_120498976

https://www.sohu.com/na/475683436_123393

<https://new.qq.com/rain/a/20210624A06AER00>

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1684875935924539832&wfr=spider&for=pc&searchword=%E6%8>

[B%8C%E9%A5%AD%E9%85%B1%E6%8A%A5%E5%91%8A](https://www.sohu.com/na/475683436_123393)

https://3g.163.com/dy/article/GAJRP2OA05525SEG.html?sps=adap_pc

แปลและเรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

22 กรกฎาคม 2564