

สองแนวโน้มตลาดน้ำพริกจีน และโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย



น้ำพริกเป็นเครื่องปรุงรสสำเร็จรูปชนิดหนึ่งที่มีความนิยมนิยมมากในประเทศจีน โดยน้ำพริกที่พบเห็นได้บ่อยและมีจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไปในตลาดจีน ได้แก่ น้ำพริกเนื้อวัว น้ำพริกหมู น้ำพริกไก่ และน้ำพริกถั่ว เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าน้ำพริกในตลาดจีนได้รับการพัฒนาใส่ส่วนผสมของและเครื่องปรุงรสอื่นๆ เพื่อให้ได้รสชาติที่หลากหลายยิ่งขึ้น อาทิ น้ำพริกกระเทียม น้ำพริกเนื้อวัวผสมเห็ดทรัฟเฟิล และน้ำพริกหมูผสมถั่ว ซึ่งจากความหลากหลายและความนิยมในการรับประทานน้ำพริกดังกล่าว ทำให้มูลค่าของตลาดน้ำพริกจีนมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยพบว่าตลาดอุตสาหกรรมน้ำพริกจีนตั้งแต่ปี ค.ศ. 2017 มีมูลค่า 32,400 ล้านหยวน หรือประมาณ 171,720 ล้านบาท จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2020 ขนาดตลาดน้ำพริกมีมูลค่าสูงขึ้นเป็น 37,300 ล้านหยวน หรือประมาณ 197,690 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ถึงร้อยละ 4.8 และคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 ตลาดน้ำพริกจีนจะมีมูลค่า 39,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 206,700 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5.3 บาท)

จีนเป็นประเทศที่ผลิตและบริโภคน้ำพริกมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยน้ำพริกแบรนด์ 老干妈 (เห่ล่ากานมา) เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั่วประเทศจีน เนื่องจากมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้น้ำพริกเห่ล่ากานมากลายเป็นเครื่องปรุงรสที่ใช้ในการปรุงรสอาหาร รวมทั้งรับประทานร่วมกับอาหารเป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ ยังพบว่าน้ำพริกเห่ล่ากานมาได้ขยายตลาดไปถึงทวีปอเมริกาเหนือ อาเซียน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ปัจจุบันน้ำพริกเห่ล่ากานเป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุดในตลาดจีน ครองส่วนแบ่งถึงร้อยละ 20.5 รองลงมา ได้แก่ แบรนด์ 李锦记 (LEE KUM KEE) ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.7 แบรนด์ 辣妹子 (ล่าเม่ย์จี) ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.2 และแบรนด์อื่นๆ ครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 60.6

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ



ปัจจุบันการพัฒนาของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ทำให้ปริมาณยอดขายของแบรนด์น้ำพริกออนไลน์ขยายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งน้ำพริกที่มีชื่อเสียงบนแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อโซเชียลมีเดียของจีนจะเน้นเจาะตลาดผู้บริโภคระดับสูง ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ (ไม่ใช่เครื่องจักร) และผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงรสชาติดั้งเดิม ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภควัยหนุ่มสาวเป็นอย่างมาก โดยถึงแม้ว่าราคาน้ำพริกที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จะมีราคาสูงกว่าน้ำพริกที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ก็ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมาก เนื่องจากให้ความรู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษ มีปริมาณการผลิตน้อย ทำให้ผู้ผลิตมีความใส่ใจในการผลิตมากกว่าน้ำพริกทั่วไปที่ผลิตจำนวนมากๆ นอกจากนี้ ยังพบว่าน้ำพริกในตลาดออนไลน์มีรูปแบบของรสชาติที่มีความหลากหลาย และน่าสนใจมากกว่าน้ำพริกในตลาดออฟไลน์

น้ำพริกในตลาดจีนมักจะมีเฉพาะตัวแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่จะพัฒนารสชาติให้เหมาะสมตามอาหารยอดนิยมประจำท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาน้ำพริกให้มีความสำเร็จรูปเหมาะสมกับคนที่ทำอาหารไม่เป็น ก็สามารถนำน้ำพริกไปประกอบอาหารเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีรสชาติได้เช่นกัน นอกจากนี้ รสชาติน้ำพริกที่เหมาะสมกับผู้บริโภคชาวจีนแต่ละพื้นที่ก็มีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ชาวจีนเสฉวนจะชอบรับประทานน้ำพริกรสเผ็ดที่ให้รสชาติเผ็ดและขามากกว่าชาวจีนพื้นที่อื่นๆ ดังนั้น ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมน้ำพริกจึงต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงรสชาติของน้ำพริกให้สอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภคในแต่ละท้องถิ่น และมีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมของจีนในปัจจุบันมากที่สุด

แม้ว่าผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานน้ำพริก แต่ผู้ผลิตแบรนด์น้ำพริกที่มีชื่อเสียงในระดับสูงกลับยังไม่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคหลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับรายงานการสำรวจฉบับหนึ่งที่เปิดเผยว่าผู้บริโภคชาวจีนกว่าร้อยละ 45.1 มีความเห็นว่าปัจจุบันยังไม่มีแบรนด์น้ำพริกที่ดีที่สุด เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับกำลังซื้อ การพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้ง กระแสความนิยมอาหารประเภทต่างๆ ที่เปลี่ยนไปไม่เคยหยุดนิ่ง ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนมักจะเลือกซื้อเครื่องปรุงรสอาหารหรือน้ำพริกที่ตนชื่นชอบ และแบรนด์เป็นที่มีชื่อเสียง/ เป็นที่รู้จักในตลาดในแต่ละช่วงเวลาเป็นสำคัญ จึงมีการคาดการณ์ว่าในอนาคตตลาดอุตสาหกรรมน้ำพริกจะให้ความสำคัญต่อการสร้างแบรนด์น้ำพริกให้ติดตลาดและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหลักได้มากขึ้น รวมทั้งมีการยกระดับการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้สอดคล้องกับรูปแบบและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคชาวจีนให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันน้ำพริกได้กลายเป็นหนึ่งในสินค้าอุปโภคบริโภคที่สำคัญในชีวิตประจำวันของชาวจีนส่วนใหญ่แล้ว โดยหลายปีที่ผ่านมาปริมาณการผลิตน้ำพริกจีนขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 2020 จีนมีปริมาณการผลิตน้ำพริกจำนวน 5.73 ล้านตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 (YoY) ในขณะที่ด้านมูลค่า ถูกคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 ตลาดน้ำพริกจีนจะมีมูลค่าสูงถึง 39,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 206,700 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงค่านิยมและความต้องการน้ำพริกสำเร็จรูปของผู้บริโภคชาวจีนที่มีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยหนุ่มสาวซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการด้านอาหารของไทย เนื่องจากผู้ประกอบการด้านอาหารของไทยจำนวนมากเริ่มแสวงหาโอกาสในการขยายตลาดส่งออกเข้าสู่ตลาดจีนมากขึ้น และมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยปัจจุบันพบว่ามียี่ห้อน้ำพริกสำเร็จรูป อย่างน้ำพริกเผา น้ำพริกเครื่องแกงต่างๆ ของไทย

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ



วางจำหน่ายอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก ดังนั้น ตลาดน้ำพริกจึงถือเป็นอีกตลาดที่น่าจับตามองของผู้ประกอบการไทย เนื่องจากมีความต้องการของผู้บริโภคขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดน้ำพริกเข้าสู่ตลาดจีนสามารถพิจารณาทดลองตลาดโดยการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซของจีน พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างคลิปปิโตส์ร่วมกับ KOL หรืออาจจะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เองในรูปแบบการทำอาหารและใช้น้ำพริกของไทยเป็นส่วนประกอบ เพื่อประชาสัมพันธ์น้ำพริกและวิธีการใช้งานไปในคราวเดียว ทั้งนี้ เพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกของไทย และกระตุ้นความต้องการในการบริโภคในตลาดจีนให้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยยังควรศึกษาพฤติกรรมและความชอบของชาวจีนแต่ละพื้นที่ เพื่อปรับลด/เพิ่มรสชาติใหม่ๆ ให้กับน้ำพริก เพื่อให้สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนแต่ละภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้สามารถขยายตลาดน้ำพริกในจีนได้อย่างง่ายดาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

แหล่งที่มา: <https://www.askci.com/news/chanye/20211127/1016411671387.shtml>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☒ แนวโน้มการตลาด

☒ รายงานสินค้าและบริการ

☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี 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.ชิงเต่า

