

ตลาดขนมขบเคี้ยวในมาเลเซียปี 2564



**SUMMARY
SNACKS
In MALAYSIA**

DITP MALAYSIA OFFICIAL

ที่มา: Department of Statistics Malaysia และข้อมูลเชิงลึกของสำนักงาน
จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์
Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601 Facebook : AEC Business Support Center – Kuala Lumpur by DITP



**ภาพรวมปี 64
The Big Picture**

- ปัจจุบัน รัฐบาลมาเลเซียคลายล็อกดาวน์ ชาวมาเลเซียกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติ ส่งผลให้ตลาดขนมขบเคี้ยวในมาเลเซียกลับมาเติบโตอีกครั้ง
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อาทิ มาตรการทางภาษี เงินสนับสนุนค่าจ้าง และเงินสนับสนุน SME ทำให้ความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภคสูงขึ้น
- ปี 63 บิสกิตและไอศกรีม ยังคงมียอดขายที่ดีจากการซื้อทานที่บ้าน ในทางกลับกัน ขนมหวานอื่นๆและหมากฝรั่งกลับมียอดขายที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด
- อย่างไรก็ตาม ภาพรวมสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในมาเลเซียดีขึ้น ผู้คนสามารถกลับมาทำกิจกรรมนอกบ้าน คาดว่ายอดขายสินค้าในหมวดขนมจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

DITP

ที่มา: Department of Statistics Malaysia และข้อมูลเชิงลึกของสำนักงาน
จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์
Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601 Facebook : AEC Business Support Center – Kuala Lumpur by DITP

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☐ แนวโน้มการตลาด

☒ รายงานสินค้าและบริการ

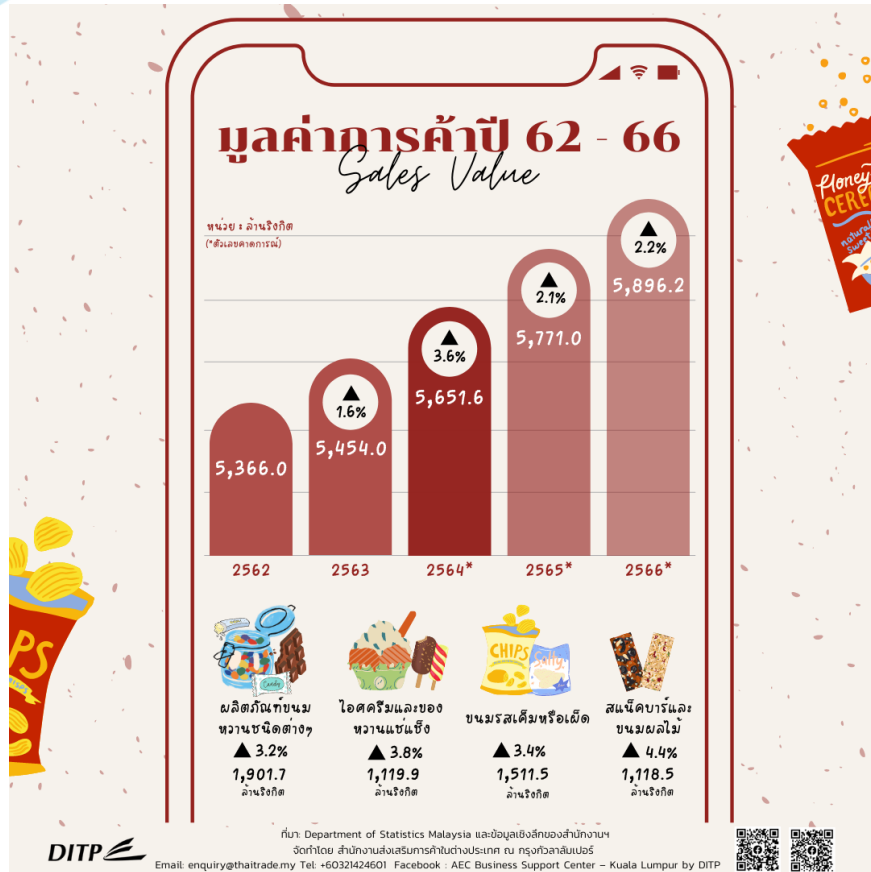
☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL
T: +6032 2142 4601
E-mail: enquiry@thaitrade.my



- ☐ นโยบายภาครัฐ
 ☐ เศรษฐกิจการลงทุน
 ☐ แนวโน้มการตลาด
 ☒ รายงานสินค้าและบริการ
 ☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL
T: +6032 2142 4601
E-mail: enquiry@thaitrade.my

เทรนด์สำคัญ *The Key Trends*




- ในปี 63 และ 64 NESTLE (TH) BHD เปิดตัวขนม/ช็อคโกแลตลิ้มรสดีเอตซีซั่น และไอศกรีมรสชาตใหม่จำนวนมาก
- นอกจากนี้ยังให้บริการเดลิเวอรี่ และตั้งหน้าร้านบนแพลตฟอร์มออนไลน์ LAZADA และ SHOPEE
- ในอนาคตจะเข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์ POPWONDERS และ SUBPLACE ต่อไป
- MUNCHY FOOD INDUSTRIES SDN BHD จับมือกับบริษัทเครื่องดื่ม FRASER & NEAVE HOLDINGS BHD (F&N) นำเสนอสินค้าชนิดแพ็คเก็จ "บิสกิตพร้อมนม" เพื่อรองรับผู้บริโภคขณะ WFH ที่มองหาความสะดวกสบาย ราคาคุ้มค่า
- MUNCHY'S มีแนวโน้มที่จะร่วมมือกับบริษัทเครื่องดื่มอื่นๆ เพื่อเสนอขายสินค้าชนิดแพ็คเก็จต่อไป

DITP 

ที่มา: Department of Statistics Malaysia และข้อมูลเชิงลึกของสำนักงาน
จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร
Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601 Facebook: AEC Business Support Center - Kuala Lumpur by DITP

ช่องทางจัดจำหน่าย *Distribution Channels*

OFFLINE & ONLINE



97.2 %
▼ 0.4%

ร้านค้าต่าง ๆ /
ซูเปอร์มาร์เก็ต / ไฮเปอร์มาร์เก็ต



2.8 %
▲ 16.7 %

ตู้ขายของอัตโนมัติ /
โฮมช้อปปิ้ง / ร้านค้าออนไลน์
/ ขายตรง

THE END

DITP 

ที่มา: Department of Statistics Malaysia และข้อมูลเชิงลึกของสำนักงาน
จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร
Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601 Facebook: AEC Business Support Center - Kuala Lumpur by DITP

☐ นโยบายภาครัฐ
 ☐ เศรษฐกิจการลงทุน
 ☐ แนวโน้มการตลาด
 ☒ รายงานสินค้าและบริการ
 ☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy,
Kuala Lumpur, Malaysia

206 Jalan Ampang 50450 KL
T: +6032 2142 4601
E-mail: enquiry@thaitrade.my

ปี 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในมาเลเซียเริ่มคลี่คลาย รัฐบาลมาเลเซีย ประกาศให้ประชาชนสามารถกลับมาทำกิจกรรมนอกบ้านได้ตามปกติ (แต่ก็ต้องรักษาระยะห่างเช่นเดิม) ส่งผลให้ตลาดขนมขบเคี้ยวในมาเลเซียกลับมาเติบโตอีกครั้ง ประกอบกับความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค สูงขึ้น จากที่รัฐบาลฯ ได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น มาตรการทางภาษี เงินสนับสนุนค่าจ้าง และเงินสนับสนุนแก่ SME ซึ่งคาดว่าจะยอดขายสินค้าในหมวดขนมขบเคี้ยวจะขยายตัวร้อยละ 1.6 คิดเป็นมูลค่า 5,454.0 ล้านบาท โดยแบ่งตามประเภทได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ขนมหวานชนิดต่างๆ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 คิดเป็นมูลค่า 1,901.7 ล้านบาท
2. ไอศกรีมและของหวานแช่แข็ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 คิดเป็นมูลค่า 1,119.9 ล้านบาท
3. ขนมรสเค็มหรือเผ็ด เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 คิดเป็นมูลค่า 1,511.5 ล้านบาท
4. สแน็คบาร์และขนมผลไม้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 คิดเป็นมูลค่า 1,118.5 ล้านบาท

แบรนด์ขนมในเครือบริษัท Nestle อย่าง Kitkat ยังคงครองส่วนแบ่งเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 6.3 รองลงมาคือ Munchy's ร้อยละ 5.2 แบรนด์ Julie's ร้อยละ 3.0 และอื่นๆ โดยภาพรวมช่องทางการจำหน่ายหลักแบ่งเป็น 2 ช่องทาง ได้แก่ ออฟไลน์ (ร้านค้าต่างๆ / ซูเปอร์มาร์เก็ต / ไฮเปอร์มาร์เก็ต) และ ออนไลน์ (ตู้ขายของอัตโนมัติ / โสมซ้อปปีง / ร้านค้าออนไลน์ / ขายตรง) ร้อยละ 97.2 และ ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ปัจจุบัน บริษัท Nestle (M) Bhd เปิดตัวขนมและช็อกโกแลตลิ้มเต้เดติชั่น นำเสนอไอศกรีมรสชาติใหม่จำนวนมาก นอกจากนี้ยังให้บริการเดลิเวอรี่ และตั้งหน้าร้านบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Lazada และ Shopee เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ในขณะเดียวกัน Munchy Food Industries Sdn Bhd เร่งจับมือกับบริษัทเครื่องดื่ม Fraser & Neave Holdings Bhd (F&N) นำเสนอสินค้าชนิดแพ็คเกจจอยอย่าง “บิสกิตพร้อมนม” เพื่อรองรับผู้บริโภคลักษณะ WFH ที่มองหาความสะดวกสบาย ราคาคุ้มค่า

ที่มา: Euromonitor 2021 และการสำรวจตลาดเชิงลึกของสำนักงานฯ

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ