

## รายงานสถานการณ์ตลาดเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจีน

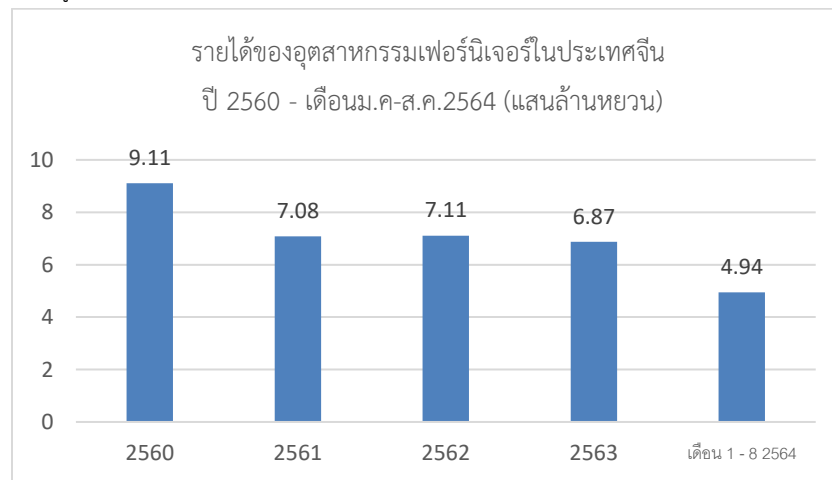


### 1. ภาพรวมสถานการณ์ตลาดเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจีน

ในปี 2558 - 2563 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในตลาดจีนมีการเติบโตอย่างคงที่ โดยในปี 2563 จำนวนอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจีน มีจำนวน 6,544 กิจการ และ ณ เดือนมิถุนายน 2564 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ทั่วประเทศจีนเพิ่มขึ้นเป็น 6,557 กิจการ อย่างไรก็ตาม ในไม่กี่ปีที่ผ่านมา การผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจีนมีแนวโน้มผันผวน ในปี 2560 การผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจีนมีการเติบโตสูงสุด โดยมีจำนวนการผลิตรวมถึง 901 ล้านชิ้น และในครึ่งปีแรกของปี 2564 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในจีนกลับมาฟื้นฟูกครั้ง โดยมีจำนวนการผลิตรวม 520 ล้านชิ้น เติบโตขึ้นร้อยละ 30.1 เมื่อเทียบกับปี 2563

จากเศรษฐกิจของประเทศจีนที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เดือนมกราคม - สิงหาคม 2564 อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์สร้างรายได้ 4.94 แสนล้านบาท เติบโตขึ้น 21.3% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

[แผนภูมิที่ 1]

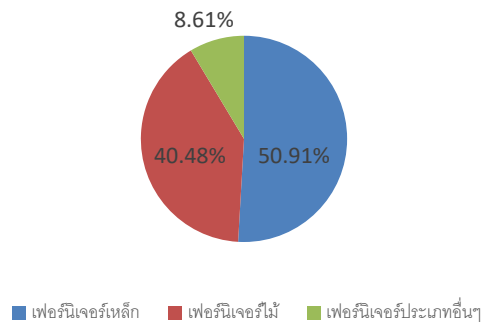


ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

ในปี 2563 ชาวจีนนิยมเฟอร์นิเจอร์ประเภทหลักเป็นอันดับ 1 คิดเป็น 50.91% เฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้เป็นอันดับ 2 คิดเป็น 40.48% และเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่นๆ คิดเป็น 8.61%

[แผนภูมิที่ 2]

สถิติความนิยมเฟอร์นิเจอร์ของชาวจีน ในปี 2563



ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

## 2. แนวคิดและแนวโน้มการใช้เฟอร์นิเจอร์ของชาวจีน

### 2.1 ขนาดที่อยู่อาศัยของชาวจีนเฉลี่ยอยู่ที่ 39.8 ตรม.

ที่อยู่อาศัยของชาวจีนจะมีขนาดเฉลี่ยอยู่ที่ 39.8 ตรม. โดยในเมืองเทียนร์ 1 จะมีขนาดของที่อยู่อาศัยน้อยกว่าค่าเฉลี่ย เช่น กรุงปักกิ่งมีขนาดเฉลี่ยอยู่ที่ 32.5 ตรม. นครเซี่ยงไฮ้มีขนาดเฉลี่ยอยู่ที่ 37.2 ตรม. เมืองเซินเจิ้นมีขนาดเฉลี่ยอยู่ที่ 22.6 ตรม. และเมืองกวางโจวมีขนาดเฉลี่ยอยู่ที่ 34.5 ตรม. โดยในเมืองเทียนร์ 1 ใหม่ เช่น ซูโจว หังโจว หนานจิง จี้หนาน และ เมืองเทียนร์ 2 จะมีขนาดมากกว่าค่าเฉลี่ย

## ตัวอย่างขนาดที่อยู่อาศัยเฉลี่ยของชาวจีนในเมืองใหญ่



ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

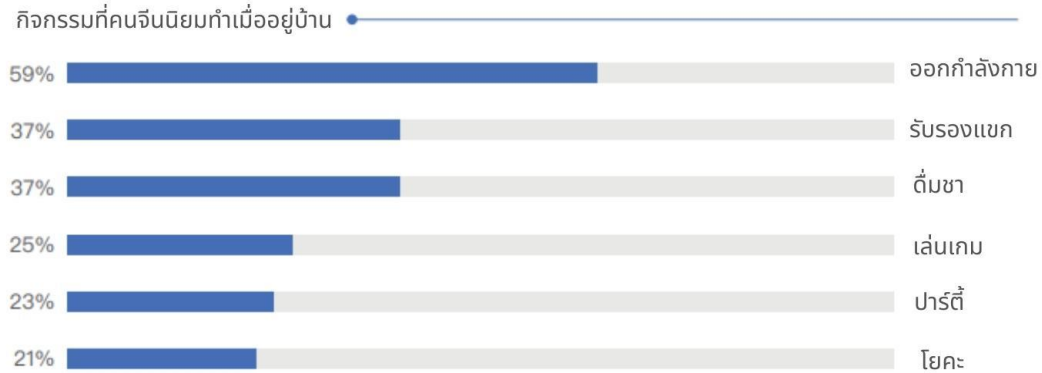
### 2.2 บ้านคือที่พักพิงใจ

ชาวจีนจำนวนมากหันมาให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัยมากขึ้น โดยคนจำนวนมากยกเลิกแผนการท่องเที่ยวและหันมาอยู่ที่บ้านเพื่อผ่อนคลายแทน โดยมีแนวคิดที่บ้านไม่เพียงแต่เป็นที่อยู่อาศัยเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งพักผ่อนจิตใจ สามารถตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ได้ โดยแบ่งเป็น

- 59% ของชาวจีนนิยมออกกำลังกายที่บ้าน จึงต้องการบ้านที่มีห้องออกกำลังกายหรือฟิตเนส
- 37% ของชาวจีน นิยมดื่มชาจึงต้องการบ้านที่มีห้องน้ำชาและห้องรองรับแขก และ

- 25% ของชาวจีน ต้องการห้องสำหรับกิจกรรมเอนเตอร์เทนเมนต์ เช่น ห้องสำหรับเล่นเกม เป็นต้น

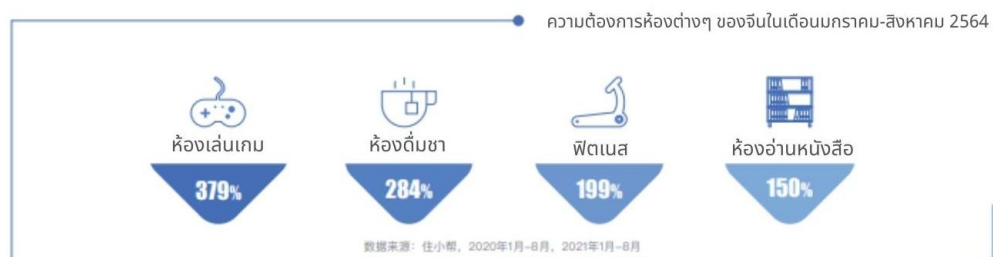
[แผนภูมิที่ 3] แผนภูมิแสดงสัดส่วนแสดงกิจกรรมในบ้านของชาวจีน



ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

ตลาดเกมออนไลน์เติบโตอย่างมากในประเทศจีน จึงส่งผลให้ชาวจีนมีความนิยมเล่นเกมและต้องการห้องเล่นเกม หรือห้องเอนเตอร์เทนเมนต์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็น 379% ตามมาด้วยห้องน้ำชา พิคนิคออกกำลังกาย และห้องสมุดตามลำดับ

[แผนภูมิที่ 4] แผนภูมิแสดงความต้องการห้องต่างๆ ในบ้านของชาวจีน



ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

### 2.3 แนวโน้มการตกแต่งบ้านของชาวจีน

ด้วยพื้นที่ของบ้านที่มีจำกัด ทำให้ 46% ของชาวจีนเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์พับเก็บได้ เพื่อประหยัดพื้นที่ และสามารถเพิ่มพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน เช่น ห้องรับแขกสามารถเป็นพื้นที่สำหรับเล่นโยคะได้ หรือห้องนอนสามารถเป็นห้องเล่นเกมได้ เป็นต้น

[แผนภูมิที่ 5] แผนภูมิแสดงความสนใจการตกแต่งห้องต่างๆ ของชาวจีน

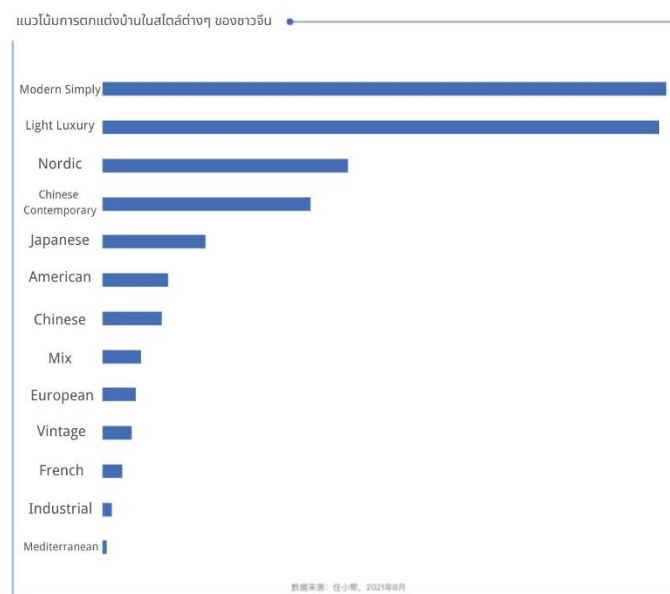


ที่มา: 中国互联网家居家装展白皮书 2021

เดือนมกราคม-สิงหาคม 2564 ผลสำรวจจากแอปพลิเคชันตกแต่งบ้าน Zhuxiaojia ( จูเสี่ยวเจีย:住小帮) พบว่ามีผู้ใช้สนใจอ่านบทความการตกแต่งบ้านลักษณะ 2 in 1 โดยผลสำรวจ 460% ของผู้ใช้สนใจการตกแต่งบ้านแบบห้องรับแขกรวมห้องรับประทานอาหาร รองลงมา 364% ของผู้ใช้สนใจการตกแต่งห้องรับแขกร่วมกับระเบียง และ 182% ของผู้ใช้สนใจการออกแบบห้องรับประทานอาหารร่วมกับห้องครัว

## 2.4 สไตล์การตกแต่งบ้านของชาวจีน

[แผนภูมิที่ 6] แผนภูมิแสดงแนวโน้มการแต่งบ้านสไตล์ต่างๆ ของชาวจีน



ที่มา: 中国互联网家居家装展白皮书 2021

จากผลสำรวจของผู้ใช้บริการบนแอปพลิเคชัน Zhuxiaojia (จูเสี่ยวเจีย:住小帮) ยังแสดงอีกว่า ชาวจีนมีความสนใจการตกแต่งบ้านสไตล์ Modern Simply มาเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือ Light Luxury และ อันดับสาม คือ สไตล์ Nordic โดยหลักการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของชาวจีน คือ 77% จะเลือกเฟอร์นิเจอร์รักษาสิ่งแวดล้อม

## 2.4 เทรนด์เฟอร์นิเจอร์รักษาสิ่งแวดล้อม

เทรนด์เฟอร์นิเจอร์รักษาสิ่งแวดล้อม เป็นเทรนด์ที่สอดคล้องกับนโยบายการรักษาสิ่งแวดล้อมของประเทศจีน ผู้บริโภคชาวจีนหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์จึงได้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทเฟอร์นิเจอร์รักษาสิ่งแวดล้อมออกมาเพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกแก่ผู้บริโภค โดยผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยกับผู้ใช้ ตอบสนองความต้องการที่พอเพียง แต่ยังคงเป็นสินค้าคุณภาพ มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน สามารถรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ อีกทั้งยังนิยมเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ปราศจากสารฟอร์มาลดีไฮด์ และมากกว่า 14.4% ของผู้บริโภคจีนยอมจ่ายเงินแพงกว่าเพื่อเฟอร์นิเจอร์ที่ปลอดสารฟอร์มาลดีไฮด์ และกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดหลังปี 90 เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเฟอร์นิเจอร์ปลอดสารฟอร์มาลดีไฮด์มากที่สุด จึงแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นชาวจีนในปัจจุบัน หันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของสินค้า

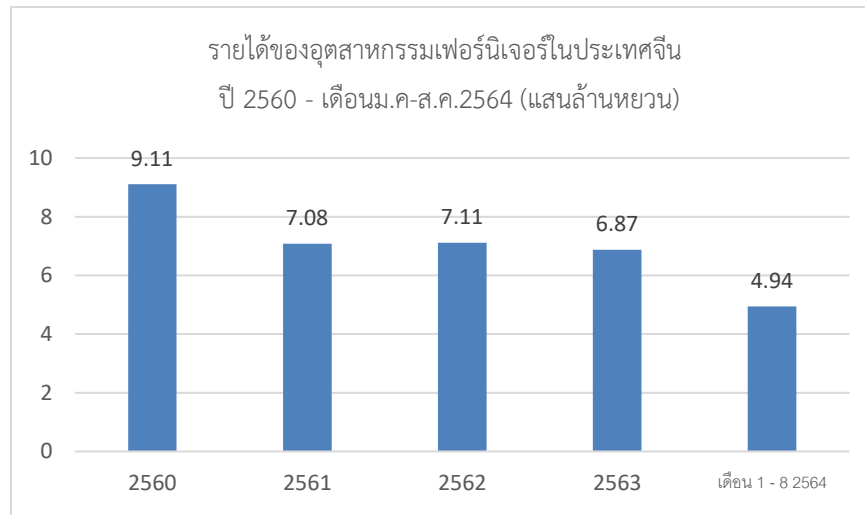
## 2.5 ให้ความสำคัญกับการออกแบบและนิยมบ้านพร้อมตกแต่ง

การออกแบบคือหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ จะทำให้สินค้ามีความแตกต่างและเป็นที่ยึดจำ จึงทำให้ชาวจีนจำนวนมากหันมาให้ความสำคัญและเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับดีไซน์ของบ้าน นอกจากนี้ชาวจีนจำนวนมากยังนิยมซื้อบ้านที่ตกแต่งพร้อมอยู่ เนื่องจากมีราคาที่สูงกว่าการตกแต่งเอง โดยในปี 2564 อุตสาหกรรมตกแต่งภายในของประเทศจีนมีมูลค่าถึง 8.68 แสนล้านบาท เติบโตขึ้นถึง 20% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

## 2.6 เทรนด์บ้านอัจฉริยะ

ตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา ตลาดบ้านอัจฉริยะหรือ Smart Home เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าตลาด 4.03 หมื่นล้านบาท และในปี 2564 มีมูลค่าถึง 4.09 แสนล้านบาท และคาดการณ์ว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง รายงานจาก imedia research รายงานว่า ในปี 2563 สินค้า Smart Home ที่เป็นที่ยอดนิยมที่สุดได้แก่ เครื่องดูดฝุ่นอัตโนมัติ คิดเป็น 40.8% อันดับสองคือ ระบบประตูล็อกอัตโนมัติ คิดเป็น 39.4% และอันดับที่ 3 ระบบเปิดปิดไฟอัตโนมัติ คิดเป็น 39.1%

[แผนภูมิที่ 7] แผนภูมิแสดงมูลค่าตลาด Smart Home ในประเทศจีนตั้งแต่ปี 2558-2566



ที่มา : 中国互联网家居家装展白皮书 2021

## 2.7 เฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัย (Contemporary Chinese Furniture )

เทรนด์เฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัย (Contemporary Chinese Furniture ) ยังเป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่ได้รับความสนใจจากชาวจีน เมื่อเดือนมีนาคม 2564 ที่ผ่านมา งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์นานาชาติ ครั้งที่ 47 (CIFF) มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนองานออกแบบเฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัย (Contemporary Chinese Furniture) ที่มาในแนวคิด “Design Spring” ซึ่งถือว่าเป็นประตูที่จะนำเสนอการออกแบบเฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัยให้เป็นที่รู้จัก โดยมีแบรนด์ชั้นนำของจีน เข้าร่วมอย่างมากมาย เช่น HC28 Cosmopolitan (HC28/都汇里:โตวเซ่อหลี) Camerich (锐驰:รุยฉือ) Lasong (朗宋:หลางซ่ง) Moreless (多少:ตัวขาว) และ Weimo (未墨:เว่ยโม) เป็นต้น

ตัวอย่างเฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัยที่เป็นที่นิยม ของแบรนด์ Moreless (多少:ตัวขาว) Weimo(未墨:เว่ยโม)

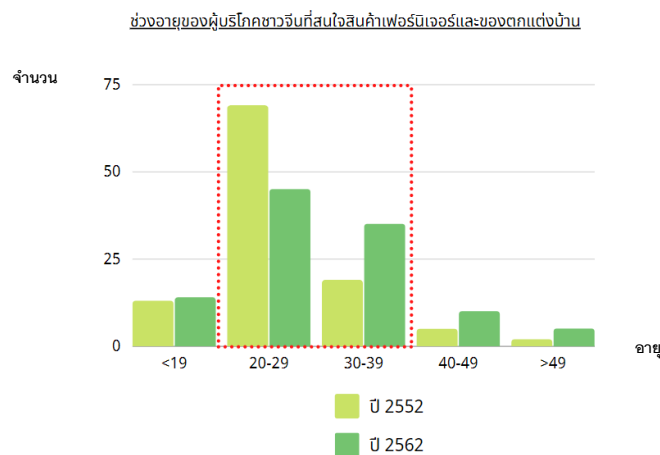


ที่มา Baidu

### 3. ผู้บริโภค

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ทำให้ไลฟ์สไตล์และการใช้ชีวิตของชาวจีนเปลี่ยนไป การที่ต้องอยู่บ้านเป็นเวลานาน ทำให้ชาวจีนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายในบ้าน ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหลักของสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่วงอายุ 20-29 ปี โดยจะให้ความสำคัญเรื่องของคุณภาพและการรักษาสิ่งแวดล้อมของเฟอร์นิเจอร์มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็น 31.05% รองลงมา ได้แก่ เรื่องราคาของสินค้า คิดเป็น 28.05% และดีไซน์ คิดเป็น 18.95% โดยจากผลสำรวจในช่วงเวลา 10 ปี ตั้งแต่ปี 2552-2562 ชาวจีนหันมาสนใจบริโภคแบรนด์เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เพิ่มมากถึง 70% นอกจากนี้การรีโนเวทและตกแต่งบ้านยังเพิ่มขึ้นถึง 63%

[แผนภูมิที่ 8] กราฟแสดง ช่วงอายุของผู้บริโภคชาวจีนที่สนใจสินค้าเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน



ที่มา : CIFI 广州 | 观察+: 从新定位看 2021 年家居行业新趋势 (baidu.com)

### 4. สถานการณ์การนำเข้า-ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทย

จากข้อมูลสถิติการนำเข้าจาก Global Trade Atlas ในปี 2564 ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2564 จีนมีสถิติการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ (HS Code: 94) เป็นมูลค่า 2,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเพิ่มขึ้น 11.24% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรกจากประเทศ 1. อิตาลี (สัดส่วน 22.97) 2. เยอรมัน (สัดส่วน 13.56) 3. ญี่ปุ่น (สัดส่วน 6.47) 4. สหรัฐอเมริกา (สัดส่วน 5.68) 5. จีน (สัดส่วน 4.78) และการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 11 (สัดส่วน 2.96)

[แผนภูมิที่ 9]



ตารางสถิติเงินนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศ ปี 2563 - ม.ค - พ.ย.2564

อันดับ	ประเทศคู่ค้า	มูลค่านำเข้า (หน่วย: USD)		% สัดส่วน		% เปลี่ยนแปลง
		2563	ม.ค. - พ.ย. 2564	2563	2564	2563/2564
	ทั่วโลก	2,607,382,448	2,900,496,648	100.00	100.00	11.24
1	อิตาลี	487,711,130	666,340,586	18.71	22.97	36.63
2	เยอรมัน	372,732,273	393,195,745	14.30	13.56	5.49
3	ญี่ปุ่น	181,909,061	187,762,341	6.98	6.47	3.22
4	สหรัฐอเมริกา	160,876,313	164,015,356	6.17	5.65	1.95
5	จีน	118,853,551	138,627,006	4.56	4.78	16.64
11	ไทย	91,448,496	85,802,980	3.51	2.96	-6.17

ที่มา : Global Trade Atlas

จากข้อมูลสถิติการส่งออกจาก Global Trade Atlas ในเดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2564 จีนมีสถิติการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ (HS Code: 94) จาก เป็นมูลค่า 252,734,495,636 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเพิ่มขึ้น 31.46% จากปีก่อนหน้า โดยมีการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกจากประเทศ 1. สหรัฐอเมริกา (สัดส่วน 28.22) 2. สหราชอาณาจักร (สัดส่วน 5.03) 3. ญี่ปุ่น (สัดส่วน 4.72) 4. เยอรมัน (สัดส่วน 4.45) 5. เกาหลีใต้ (สัดส่วน 3.68) และการส่งออกเฟอร์นิเจอร์สู่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 22 (สัดส่วน 1.71)

[แผนภูมิที่ 10]

ตารางสถิติเงินส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ปี 2563 - ม.ค-พ.ย.2564

อันดับ	ประเทศคู่ค้า	มูลค่าส่งออก (หน่วย: USD)		% สัดส่วน		% เปลี่ยนแปลง
		2563	ม.ค.-พ.ย. 2564	2563	2564	2563/2564
	ทั่วโลก	192,245,465,612	252,734,495,636	100.00	100.00	31.46
1	สหรัฐอเมริกา	51,754,609,156	71,330,403,696	3.87	3.68	37.82
2	สหราชอาณาจักร	9,954,472,382	11,922,555,036	2.64	2.97	19.77
3	ญี่ปุ่น	9,563,250,316	12,702,123,038	2.73	2.47	32.82
4	เยอรมัน	8,308,816,620	11,240,009,848	2.08	2.36	35.28
5	เกาหลีใต้	7,355,278,960	9,168,769,436	3.05	1.19	24.66
22	ไทย	3,149,148,466	4,314,812,012	1.64	1.71	37.02

ที่มา : Global Trade Atlas

## 5. ความคิดเห็นจากสคต. กวางโจว

1. ปัจจุบันผู้บริโภคจีนนอกจากนิยมเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพดี ดีไซน์สวยงามแล้ว ยังให้ความสำคัญกับเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยกับต่อผู้ใช้ นอกจากนี้หากมองจากความต้องการห้องต่างๆ ภายในบ้านของชาวจีน ความต้องการห้องเล่นเกมหรือห้องเอนเตอร์เทนเมนต์มีความต้องการสูงสุด ดังนั้นจึงทำให้เฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องประเภทนี้เป็นที่ต้องการเช่นกัน เช่น เก้าอี้เกมเมอร์ โต๊ะเกมเมอร์ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นแนวทางของผู้ประกอบการไทยที่จะหันมาให้ความสำคัญและส่งออกเฟอร์นิเจอร์เหล่านี้่ออกสู่ตลาดจีน
2. ในปัจจุบันสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมจีนกำลังได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้บริโภคชาวจีน เฟอร์นิเจอร์สไตล์จีนร่วมสมัย (Contemporary Chinese Furniture) จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปได้อีกในอนาคต ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะผลิตจากไม้ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของผู้ส่งออกไม้จากพาราจากประเทศไทย ที่จะสามารถส่งออกไม้เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ได้เพิ่มมากขึ้น
3. สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างจุดเด่นให้ผู้บริโภคหันมาสนใจได้ โดยเฉพาะเรื่องการผสมผสานทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างจุดเด่นของสินค้า ดังนั้น การส่งออกสินค้ามาจำหน่ายในประเทศจีน ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการสร้างจุดเด่นของสินค้า ให้มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ โดดเด่นกว่าสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว  
ธันวาคม 2564

ที่มา :

中国互联网家居家装展白皮书 2021

<https://ciff.furniture/next/highlights/>

<https://m.jia400.com/news/117174.html>

CIFF 广州 | 观察+：从新定位看 2021 年家居行业新趋势 (baidu.com)