

อาหารสัตว์เลี้ยงในมาเลเซียปี 64

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงในมาเลเซีย

- PET FOOD IN MALAYSIA -

"กลุ่มวิจัยและวิจัยทางานชาวมาเลเซียนิยมเลี้ยงแมวหรือสุนัข มากกว่าการเลี้ยงปลาและสัตว์ปีก เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง ทำความสะอาดยาก และไม่เฝ้าสมัย โดยอาหารสัตว์เลี้ยงนิยมเลือกซื้อแบรนด์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติและแบบอินทรีย์ที่มีตราฮาลาลรับรอง"



มูลค่าการค้าอาหารแมวปี 64

▲ 7.7 %

755.1

ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าสำคัญ



แบบแห้ง

▲ 8.4 %

501.6

ล้านเหรียญสหรัฐ



แบบเปียก

▲ 6.3 %

239.2

ล้านเหรียญสหรัฐ



cat Treats & Mixers

▲ 6.3 %

14.2

ล้านเหรียญสหรัฐ



มูลค่าการค้าอาหารสุนัขปี 64

▲ 7 %

341.5

ล้านเหรียญสหรัฐ

สินค้าสำคัญ



แบบแห้ง

▲ 7.6 %

296.4

ล้านเหรียญสหรัฐ



แบบเปียก

▲ 2.7 %

34.5

ล้านเหรียญสหรัฐ



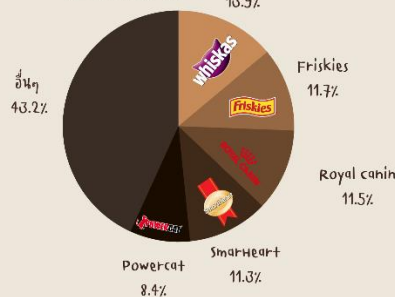
Dog Treats & Mixers

▲ 5.1 %

10.9

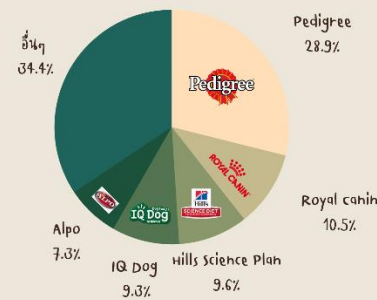
ล้านเหรียญสหรัฐ

ส่วนแบ่งตลาด



- อาหารแมวแบบแห้งเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากด้วยสินค้าหาซื้อง่ายและราคาส่งเหมาะสม
- ร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Shopee และ LAZADA ยังคงเติบโตรวดเร็ว

ส่วนแบ่งตลาด



- เจ้าของสุนัขชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนส่วนใหญ่จะพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหาร DHR, โอเมก้า 3 และ 6, แคลเซียม และวิตามินรวม เพื่อกระตุ้นการเติบโตและยืดอายุ
- เน้นจัดจำหน่ายทรงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทั่วไป



ติดต่อสอบถามสินค้าและบริการในต่างประเทศ โทร. กรุงเทพฯ 1169
Email: enquiry@thaitrade.my Tel: +60321424601



DITP Malaysia

ditpmalaysia

ditpmalaysia

@ditpmalaysia



นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี 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

ภาพรวมตลาด

กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานชาวมาเลเซียที่อาศัยอยู่ในเมืองส่วนใหญ่นิยมสัตว์เลี้ยงเลี้ยงแมวหรือสุนัขมากกว่าสัตว์เลี้ยงประเภทอื่น การเลี้ยงปลาเพื่อความสวยงามได้รับความนิยมน้อยเนื่องจากการเลี้ยงปลาต้องลงทุนสูง ส่วนกลุ่มสูงวัยจะนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นเพราะไม่ค่อยสะอาดและไม่ทันสมัย โดยมองหาอาหารสัตว์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติและแบบอินทรีย์ มีตรารับรองฮาลาล และมักจะซื้อในช่วงลดราคา ส่วนผู้เลี้ยงสัตว์ในต่างจังหวัดนิยมให้อาหารรับประทานเหลือ

อาหารสุนัข

ชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนนิยมเลี้ยงสุนัข สายพันธุ์ที่เลี้ยงมากที่สุดได้แก่ Poodle, Shih Tzu, Schnauzer, Pomeranian, และ Siberian Husky โดยมีเจ้าของจำนวนมากที่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพื่อให้แน่ใจว่าสุนัขของตนได้รับสารอาหารที่เหมาะสม ที่มี DHS, โอเมก้า 3 และ 6, แคลเซียม และวิตามินรวม เพื่อกระตุ้นการเจริญเติบโตและพัฒนาการที่แข็งแรงของและยืดอายุของสุนัข

ในปี 2564 ตลาดอาหารสุนัข มียอดการสั่งซื้อ 341.5 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7 โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของอาหารสุนัขแบบแห้งอยู่ที่ร้อยละ 7.6 อาหารสุนัขประเภท Dog Treats & Mixers ขยายตัวร้อยละ 5.1 และอาหารสุนัขแบบเปียกขยายตัวร้อยละ 2.7 ตามลำดับ โดยแบรนด์ที่เป็นผู้นำตลาดอาหารสุนัขคือ Pedigree Royal Canin และ Hills Science Plan ตามลำดับ

อาหารแมว

นับตั้งแต่การระบาดของไวรัสโควิด-19 เจ้าของแมวยังคงซื้ออาหารแมวกับแบรนด์ที่ราคาจับต้องได้ โดยเฉพาะอาหารแมวแบบแห้ง เนื่องด้วยสินค้าในชนิดนี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะในร้านค้าปลีกแบบมีหน้าร้าน เช่น ร้านจำหน่ายสัตว์เลี้ยงและซูเปอร์มาร์เก็ตสำหรับสัตว์เลี้ยงและช่องทางอีคอมเมิร์ซ นอกจากนี้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่เป็นที่นิยมในการซื้อขายอาหารแมว ได้แก่ Lazada และ Shopee ซึ่งทั้งสองแพลตฟอร์มมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารแมวในราคาไม่แพงทำให้ดึงดูดผู้บริโภคจำนวนมาก

ในปี 2564 ตลาดอาหารแมว มียอดการสั่งซื้อ 755.1 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 7.7 โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของอาหารแมวแบบแห้งอยู่ที่ร้อยละ 8.4 ในขณะที่อาหารแมวประเภท Dog Treats & Mixers และอาหารแมวแบบเปียกขยายตัวร้อยละ 6.3 โดยแบรนด์ที่เป็นผู้นำตลาดอาหารแมวในมาเลเซีย ได้แก่ Whiskas Friskies Royal Canin SmarHeart และ Powercat ตามลำดับ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ