

ข่าวประชาสัมพันธ์

2 – 6 พฤษภาคม 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

ตลาดสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ เติบโต

American Pet Products Association (APPA) ประเมินการยอดขายสินค้าในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ ปี 2021 ไว้ที่ 123.6 พันล้านเหรียญฯ สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้และสูงทำสถิติติดต่อกันเป็นปีที่ 2 และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในปี 2022

APPA ระบุว่า

1. ในปี 2021 อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงสหรัฐฯ มียอดขายเติบโต ดังนี้
 - (1) อาหารสัตว์เลี้ยง (food และ treats) ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุด เติบโตร้อยละ 13.5 ยอดขาย 50 พันล้านเหรียญฯ
 - (2) ค่ารักษาพยาบาลและสินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง เติบโตร้อยละ 8.9 ยอดขาย 34.3 พันล้านเหรียญฯ
 - (3) ของใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงและยารักษาโรคที่ไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ เติบโตร้อยละ 17.8 ยอดขาย 29.8 พันล้านเหรียญฯ
 - (4) บริการอื่นๆ รวมการอาบน้ำตัดขน การพาไปเดิน และการให้ที่พักชั่วคราว เติบโตร้อยละ 17.3 ยอดขาย 9.5 พันล้านเหรียญฯ
2. ข้อมูลที่น่าสนใจ
 - (1) แหล่งข้อมูลที่คนอเมริกันเจ้าของสัตว์เลี้ยงใช้หาสินค้า เปลี่ยนจากการโฆษณาทางโทรทัศน์และการวางจำหน่ายในร้านค้าสินค้าสัตว์เลี้ยง เป็นแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและช่องทางการค้าออนไลน์
 - (2) วิกฤตโควิดทำให้คนอเมริกันเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น
 - (3) จำนวนครัวเรือนอเมริกันที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเติบโตสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 70 ของครัวเรือนอเมริกัน ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงรายใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์เลี้ยงสัตว์เลี้ยงมาก่อน
 - (4) คนอเมริกันกลุ่ม Millennials เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น ขณะที่กลุ่ม Baby Boomers เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงลดลง
3. การสำรวจในปี 2021 – 2022 พบว่าสัตว์เลี้ยงที่ครัวเรือนอเมริกันยังคงนิยมสูงสุด คือ สุนัข (ร้อยละ 54) แมว (ร้อยละ 35) ปลาน้ำจืด (ร้อยละ 9) นก (ร้อยละ 8) สัตว์เลี้ยงขนาดเล็ก (ร้อยละ 5) สัตว์เลี้ยงคลาน (ร้อยละ 4) ปลาทะเล (ร้อยละ 2) และม้า (ร้อยละ 3)

ข่าวประจำสัปดาห์

2 – 6 พฤษภาคม 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

4. การสำรวจในปี 2020 พบว่า

- (1) กลุ่ม Millennials เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงมากที่สุดคือร้อยละ 32 ของคนอเมริกันที่เลี้ยงสัตว์ รองลงมาเป็นกลุ่ม Baby Boomers ร้อยละ 27 กลุ่ม Gen X ร้อยละ 24 และกลุ่ม Gen Z ร้อยละ 14
- (2) สุนัขยังคงเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในสหรัฐฯ อย่างไรก็ตาม ความนิยมสุนัขมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ความนิยมแมวและนกกำลังมีการเติบโตอย่างมากในกลุ่ม Millennial

ที่มา: Petfoodindustry.com: “US pet food, treat sales hit record US\$50 billion in 2021”, Tim Wall, April 29, 2022

ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อคิดเห็น สคต.ลอสแอนเจลิส

1. American Society for the Prevention of Cruelty to Animals รายงานว่าในช่วงเกิดวิกฤต COVID-19 คราวเรือนอเมริกัน 23 ล้านราย รับเลี้ยง (adopt) สัตว์เลี้ยง
2. **ตลาดสินค้าเครื่องใช้และของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยงในสหรัฐฯ เป็นตลาดที่มีศักยภาพ** เนื่องจากสินค้าบางรายการ อาทิ Cat Litter, Pet accessories (เช่น ของเล่น ที่นอน และกรงใส่สุนัข) เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำความสะอาดและตกแต่งขนสุนัข (เช่น น้ำยาทำความสะอาดและสิ่งตกแต่งให้สวยงาม) และเครื่องนอนสำหรับนกและสัตว์เลี้ยงตัวเล็กๆ เช่น กระต่าย หนูตะเภา และหนูฟูก เป็นสินค้าที่ยังไม่มีระเบียบกำกับ
3. สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีกฎระเบียบควบคุมเข้มงวด คือ
 - (1) สินค้ายาโรครักษาโรค วัคซีน (Veterinary Biologics, Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ)
 - (2) ยาป้องกัน/กำจัดเห็บ/แมลง/พยาธิ/กำจัดเห็บ (ยาที่เข้าทางปาก ควบคุมโดย USFDA ยาที่ใช้ภายนอก ควบคุมโดย EPA – United States Environmental Protection Agency)
 - (3) เครื่องมือแพทย์สำหรับใช้กับสัตว์เลี้ยง
 - (4) สินค้าอาหาร อยู่ภายใต้การบริหารควบคุมของหลายหน่วยงาน อาทิ USFDA (ในลักษณะเดียวกับความปลอดภัยของอาหารสำหรับมนุษย์) หน่วยงานรัฐบาลอื่นๆ และองค์กรต่างๆ อีกทั้งการปิดฉลากสินค้าต้องเป็นไปตามกฎหมาย Fair Packaging and Labeling Act รวมไปถึง บางมลรัฐอาจมีกฎระเบียบเพิ่มเติมเรื่องการติดฉลากสินค้า ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ Association of American Feed Control Officials ที่ <https://www.aafco.org/>

ข่าวประชาสัมพันธ์

2 – 6 พฤษภาคม 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com

4. **อาหารสำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีศักยภาพสูง** มูลค่าตลาดในปี 2020 ประมาณ 42 พันล้านเหรียญฯ (ขยายตัวร้อยละ 9.7)
 - 4.1 ข้อมูลล่าสุดจาก Petfood Industry ระบุว่า ในระหว่างปี 2018 – 2020
 - (1) การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้ออาหารสำหรับสุนัขและแมวในสหรัฐฯ เติบโตร้อยละ 11 (ส่วนใหญ่เกิดขึ้นในอาหารและ treat สำหรับแมว) คนอเมริกันจ่ายเงินซื้ออาหารและ treats สุนัข เฉลี่ยปีละ 287 เหรียญฯ และ 81 เหรียญฯ ตามลำดับ ซื้ออาหารและ treat แมวเฉลี่ยปีละ 254 เหรียญฯ และ 72 เหรียญฯตามลำดับ
 - (2) คนอเมริกันให้ความสำคัญกับอาหารสัตว์เลี้ยง กว่าร้อยละ 41 ของเจ้าของสุนัขซื้ออาหารสุนัขที่เป็น premium ร้อยละ 39 ซื้ออาหารที่เป็น basic/generic ร้อยละ 19 ซื้ออาหาร natural ร้อยละ 14 อาหารที่เป็น grain-free ร้อยละ 10 อาหาร organic ร้อยละ 8 เป็นอาหารที่มีส่วนผสมพิเศษ และร้อยละ 8 เป็นอาหารที่เติม prebiotics/probiotic ในทางกลับกัน ร้อยละ 37 ของเจ้าของแมวซื้ออาหารที่เป็น basic/generic ร้อยละ 24 ซื้ออาหารที่เป็น premium
 - (3) อาหารสุนัขและแมวที่คนอเมริกันซื้อส่วนใหญ่เป็นอาหารสำหรับสุนัขและแมวสูงอายุ
 - 4.2 ประเภทของอาหารสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมในสหรัฐฯ
 - (1) บริษัทวิจัยตลาด IMARC Group ระบุว่า อาหารสัตว์เลี้ยง organic กำลังเติบโต ยอดขายในปี 2020 ประมาณ 22.8 พันล้านเหรียญฯ
 - (2) Pet Food Industry คาดการณ์การเติบโตของอาหารสัตว์เลี้ยงที่เป็น plant-based ในปี 2022 ว่าจะมีมูลค่าประมาณ 9.3 พันล้านเหรียญฯ อย่างไรก็ตาม อาหารสัตว์เลี้ยงที่เป็น plant-based มีเงื่อนไขที่ต้องพิจารณาคือ สัตว์เลี้ยงบางชนิดเป็นสัตว์กินเนื้อโดยธรรมชาติ
5. **ปัจจุบันช่องทางการค้าปลีกสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่กำลังได้รับความนิยมและขยายตัวได้ดีคือ ช่องทางออนไลน์** สินค้าหลักที่ขายผ่านออนไลน์คือ อาหารและ treat รายงานจากอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อาหาร (Packages Fact) ระบุว่า **การขายออนไลน์มีส่วนแบ่งในมูลค่าการค้าปลีกร้อยละ 30 โดยร้อยละ 59 เป็นยอดขายทาง Amazon ร้อยละ 41 Chewy** ยอดขายทาง Omnichannel สำคัญคือ Walmart, PetSmart และ Petco
6. ช่องทางนำเสนอสินค้ากับภาคธุรกิจสหรัฐฯ มี 2 งานสำคัญ คือ งานแสดงสินค้า SuperZoo Expo (www.superzoo.org) ที่ Las Vegas สำหรับในปี 2022 จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22 – 25 สิงหาคม 2022 และงาน Global Pet Expo (<https://globalpetexpo.org/>) ที่ Orlando, Florida
7. มีแนวโน้มว่า สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงแบบ high-end จะได้รับความนิยมมากขึ้นในปี 2022

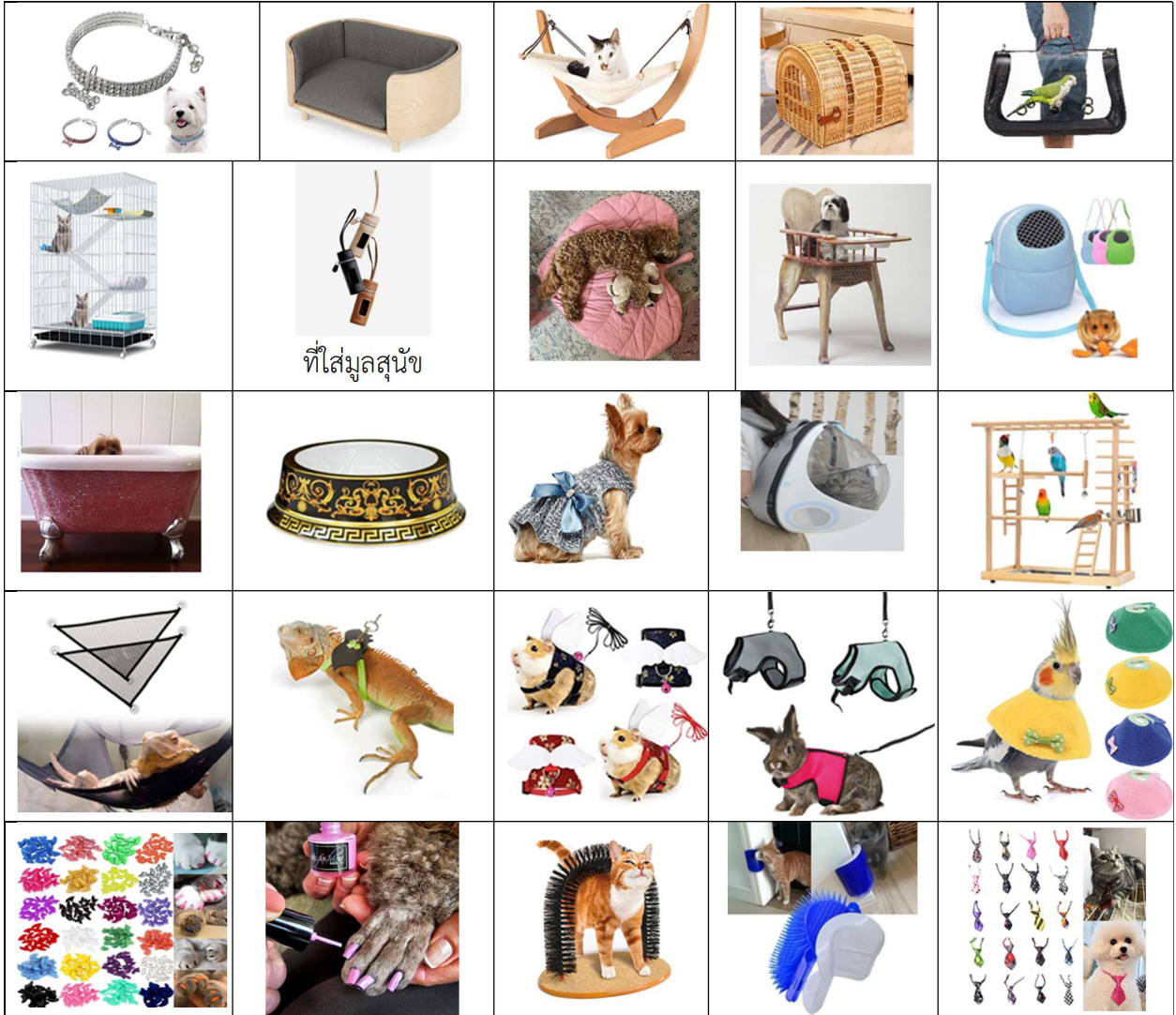
ข่าวประจำสัปดาห์

2 - 6 พฤษภาคม 2565

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส

611 North Larchmont Blvd., Los Angeles, CA 90004

Tel: 323 466-9645, ttcla@live.com



คลิกที่ลิงค์ https://survey.app.do/ttcla_survey2021

หรือสแกน QR Code เพื่อเข้ากรอกแบบสอบถามความพึงพอใจรายงาน
จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ นครลอสแอนเจลิส

