



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว

ประจำวันที 23-29 พฤษภาคม 2565

เหมาไถ (Moutai) เปิดตัวไอศกรีมผสมเหล้าขาว



“เหมาไถ (Maotai)” เหล้าขาวที่โด่งดังที่สุดในจีน ทำการเปิดร้านไอศกรีมผสมเหล้าขาวแห่งแรกอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2565 ณ ล็อบบี้ของ เมือง Zunyi, Moutai International Hotel โดยมียอดขายมากกว่า 1,000 ชุดในวันแรก

ร้านไอศกรีมดังกล่าวเป็นการรวมกันระหว่างเหล้าขาว Maotai และ นมสดแบรนด์ Mengniu สินค้ามี 3 รสชาติ ได้แก่ รสดั้งเดิม วานิลลา และทีรามิสุ ไอศกรีมแต่ละชนิดผสมกับเหล้าเหมาไถซึ่งมีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ 3% ราคาถ้วยละ 39 หยวน ซึ่งขณะนี้ไอศกรีมเหมาไถไม่อนุญาตจำหน่ายแก่ผู้เยาว์และไม่แนะนำให้ซื้บริโภคหลังรับประทานอาหาร ซึ่งนอกจากมีร้านค้าออนไลน์แล้ว Maotai และ Mengniu กำลังโปรโมตสินค้าไอศกรีมแบบบรรจุหีบห่อ ซึ่งคาดว่าจะเปิดตัวสู่ตลาดเมืองกู่หยางในวันที่ 29 พฤษภาคม 2565 นี้ และวางแผนกระจายสินค้าทั่วประเทศจีนต่อไป

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2564 การผลิตเหล้าขาว ลดลง 47.3% จากการผลิตสูงสุดในปี 2559 นี้ไม่ใช่ครั้งแรกที่มี “ไอศกรีมผสมสุรา” ในตลาดจีน เมื่อปี 2562 Zhong Xuegao (钟薛高) เคยร่วมมือกับ Luzhou Laojiao (泸州老窖) เปิดตัวไอศกรีมผสมสุรา “Duan Pian” นอกจากนี้ HEYTEA ได้เปิดตัวไอศกรีมผสมสุรา Wuliangye (五粮液) เช่นกัน แต่ความแตกต่างของแบรนด์เหมาไถ คือ การเปิดร้านไอศกรีมและการจำหน่ายไอศกรีมสำเร็จรูปแบบไฮเอินท์ ผสมเหล้าขาวและนมสดอแกนิกคุณภาพสูง

ตามข้อมูลจากสถาบันวิจัยอุตสาหกรรม ในปี 2020 อุตสาหกรรมไอศกรีมของประเทศจีนเติบโตขึ้นถึง 1.47 แสนล้านหยวน ซึ่งถือว่าเป็นอันดับหนึ่งของโลก และจากข้อมูลใน “รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมไอศกรีมของจีน” ผู้บริโภคผู้หญิงมีส่วนมากกว่า 70% ของผู้บริโภคไอศกรีมในตลาดจีนทั้งหมด และกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดหลังปี 1990 และหลังปี 1995 ได้กลายเป็นผู้บริโภคหลักของสินค้าไอศกรีมในตลาดจีน ตามรายงานข้อมูลทางการเงินของเหมาไถ ในปี 2564 รายได้ของเหมาไถสูงถึง 1.6 แสนล้านหยวน เพิ่มขึ้น 11.88% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา กำไรสุทธิสูงถึง 5.26

หมิ่นล้านหยวน เพิ่มขึ้น 12.34% นอกจากนี้ แบรินด์สุรา Zhong Xuegao(钟薛高) ที่พัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รายได้เกิน 1 ร้อยล้านหยวน ใช้เวลา 16 เดือน จึงแสดงให้เห็นว่าชาวจีนมีความนิยมในการบริโภคสินค้าชนิดนี้เป็นอย่างมาก สำหรับเหมาไถ การหันมาจำหน่ายไอศกรีมนั้นไม่ได้เป็นการหวังสร้างรายได้เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ขยายตลาดสู่คนรุ่นใหม่แสดงให้เห็นถึงนวัตกรรม ความมีชีวิตชีวา สร้างความแปลกใหม่ให้แก่สินค้า และปรับตัวให้เข้ากับบรรยากาศการบริโภคในปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในวันแรกที่เปิดตัวร้านไอศกรีม เหมาไถยังได้ประกาศเปิดตัวแพลตฟอร์ม "iMoutai" อย่างเป็นทางการ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการตลาดของเหมาไถ

ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันนี้ แบรินด์ต่างๆ ของเหล่าชาวจีนกำลังหาวิธีดึงดูดผู้บริโภคชาวจีนที่เกิดหลังปี 1990 และหลังปี 1995 ผู้ประกอบการอาจศึกษาตัวอย่างของเหมาไถ (Moutai) ซึ่งเป็นการสร้างสินค้าใหม่ๆ โดยใช้วิธีผสมกับแบรินด์อื่นๆ ในท้องตลาด เพื่อสามารถดึงดูดผู้บริโภคชาวจีนได้ และการทำการตลาดในประเทศจีนมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่างๆ เช่น Tmall, JD, Xiaohongshu, Pinduoduo, เพื่อที่จะพัฒนาการค้าในตลาดจีน

ที่มา

[茅台卖冰淇淋，千亿巨轮想要成为“年轻品牌” 产品 市场 营销 \(sohu.com\)](https://www.sohu.com)

จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองกว่างโจว

27 พฤษภาคม 2565