

รายงานสถานการณ์แนวโน้ม “ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวในจีน” (เดือนมิถุนายน 2565)

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กระแสเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ “มะพร้าว” กลายเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน และช่วงฤดูร้อนในปี 2565 นี้ กระแสของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ มะพร้าวยังคงแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับ โดยในปีนี้ “น้ำมะพร้าวสด” ได้กลายเป็นพระเอกที่ได้รับความนิยมอย่างสูง โดยผู้ประกอบการจีน บางรายแจ้งว่า สินค้าน้ำมะพร้าวของบริษัทมีปริมาณการสั่งซื้อในปี นี้ เพิ่มขึ้นกว่า 60 เท่า



เทรนด์น้ำมะพร้าวที่มาแรงในปีนี้มีอะไรบ้าง???

เทรนด์สำหรับร้านกาแฟในปี นี้ เกิดขึ้นจากความนิยมในเครื่องดื่มกาแฟลาเต้มะพร้าวไปจนถึงเครื่องดื่ม กาแฟอเมริกาโน่มะพร้าว ซึ่งเครื่องดื่มดังกล่าวมีรสชาติและกลิ่นหอมหวานของน้ำมะพร้าวสดผสมรวมอยู่ ทั้งยังมีแคลอรีต่ำ จึงทำให้กลายเป็นเมนูยอดนิยมประจำร้านกาแฟ และในปีที่แล้ว ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวซึ่งวางอยู่ บนชั้นวางจำหน่ายสินค้าก็เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมาก สำหรับปีนี้ ในช่วงที่เข้าสู่ฤดูใบไม้ผลิเป็นต้นมา แบรรณต์ผู้ผลิตเครื่องดื่มรายใหม่ของจีนได้เปิดตัวเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวเกือบทุกเดือน จึงทำให้ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มต่างๆ ตามกระแสนิยมดังกล่าวด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ กระแสความนิยมของน้ำมะพร้าวยังถูกยืนยันได้จากข้อมูลของซัพพลายเออร์จาก Hainan Coconut Extract ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์มะพร้าวแช่แข็ง ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวแช่แข็งชนิดใหม่ หลังจาก ที่บริษัทได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มผสมนมมะพร้าวสดไปเมื่อปีก่อน โดยยอดขายน้ำมะพร้าวสดแช่แข็งในปี นี้ เพิ่มขึ้นถึง 60 เท่าเมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ปีนี้กระแสความนิยมได้เปลี่ยนจากนมมะพร้าวไปเป็นน้ำมะพร้าวสด ทั้งนี้ จากกระแสความนิยมของมะพร้าวในตลาดจีนที่ได้รับความนิยมติดต่อกันมาเป็นเวลา 2-3 ปี มีข้อมูลจาก รายงานผลิตภัณฑ์สินค้า Kamen ระบุว่าในช่วงครึ่งปี มีจำนวนบรรณต์มากกว่า 20 บรรณต์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ มากกว่า 160 รายการ เป็นบรรณต์/ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าว แม้แต่ร้านขายเครื่องดื่มน้ำมะพร้าวแบบ พิเศษ อย่างเช่น ร้านโคโค่ และร้านโคโคไนท์ ก็กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วไปทั่วประเทศ และนอกจากเมนู เครื่องดื่มผสมน้ำมะพร้าวจากบรรณต์ดังกล่าวจะกลายเป็นเมนูขายดี/ยอดฮิตแล้ว บรรณต์ก็ยังได้รับเงินทุน สนับสนุนอีกด้วย

ปกติแล้วในอุตสาหกรรมสินค้าเครื่องดื่มในตลาดจีน เครื่องดื่มซึ่งเป็นที่นิยมส่วนใหญ่มักจะได้รับความนิยม แค่เพียงระยะสั้นๆ แต่ทำไมในกรณีของ “มะพร้าว” จึงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง นั่นเป็นเพราะข้อดี ของมะพร้าวและปัจจัยหนุนบางประการ ได้แก่

(1) ความสดใหม่ของ “น้ำมะพร้าวสด” กล่าวคือ ความนิยมของมะพร้าวเป็นการแข่งขันที่เริ่มต้นจาก คุณภาพ ตัวอย่างเช่น นมมะพร้าวที่เป็นที่นิยมจะต้องผ่านกระบวนการพาสเจอร์ไรส์ และสามารถเก็บไว้ในตู้เย็น เพื่อคงรสชาติของเนื้อมะพร้าวและน้ำมะพร้าวหลังจากดำเนินการคั้นให้ได้มากที่สุด ทั้งยังได้รับการประเมิน จากศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อรับรองความสดของมะพร้าวมากขึ้น เนื่องจากมีการวิจัยและปรับปรุงคุณภาพ จึง

ทำให้นมมะพร้าวสามารถตอบสนองด้านการแสวงหาวัตถุดิบของแบรนด์ใหม่ๆ ได้มากขึ้นหลายแบรนด์ อย่างเช่น แบรินด์เครื่องดื่ม Chabaidao ได้เปิดตัวเมนูเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมน้ำมะพร้าว ทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจน้ำมะพร้าวมากขึ้น ส่วนซัพพลายเออร์ต้นน้ำ ก็ต้องควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบมะพร้าว ตัวอย่างเช่น Hainan Coconut Extract ซึ่งได้มีการพัฒนานมมะพร้าวสดก่อนหน้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และปีนี้ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวสดแช่แข็ง และมีการรับประกันว่าผู้บริโภคจะได้ลิ้มรสผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวเหมือนกับน้ำมะพร้าวที่ตัดมาสดๆ ใหม่ๆ ทั้งนี้ คาดว่าหากการพัฒนาวัตถุดิบมะพร้าวมีความต่อเนื่อง ก็จะทำให้ความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อมะพร้าวจะคงอยู่ต่อไป

(2) การแปรรูปมะพร้าวเพื่อเป็นส่วนผสมในเครื่องดื่ม ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติที่ดี ทำให้ขอบเขตการใช้ประโยชน์จากมะพร้าวมีความกว้างขวางยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

- ใช้นมมะพร้าวผสมในกาแฟ เปรียบเสมือนการปลดปล่อยด้านความคิดสร้างสรรค์ในการชงกาแฟ ซึ่งการใช้นมมะพร้าวที่เป็นนมจากพืชสามารถให้คุณค่าทางโภชนาการได้เช่นเดียวกับนํ้านมจากสัตว์ และทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในด้านรสชาติเพิ่มมากขึ้น

- ใช้น้ำมะพร้าวผสมในเมนูเครื่องดื่มอเมริกาโน่ น้ำมะพร้าวสด ซึ่งเป็นการนำน้ำมะพร้าวสดมาชงแทนน้ำเปล่าเพื่อเพิ่มระดับรสชาติ นอกจากรสชาติความหวานหอมของมะพร้าวที่ผสมกับความขมของกาแฟแล้ว เมนูนี้ยังให้แนวคิดเรื่องสุขภาพ ซึ่งเป็นเมนูที่มีแคลอรีต่ำ ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยในปีนี้มีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมากมายเปิดตัวขึ้น เช่น เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวผสมนํ้านมข้าวโอ๊ต (ส่วนผสมของน้ำมะพร้าวที่ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่นและนํ้านมข้าวโอ๊ตที่มีสารอาหาร/คุณประโยชน์ต่อร่างกาย) นอกจากนี้ น้ำมะพร้าวเป็นน้ำผลไม้ที่ไม่มีสี มีกลิ่นหอมอ่อนๆ และให้ความสดชื่น ทำให้รสชาติสามารถเข้ากันได้ดีกับผลไม้รสอ่อน เช่น น้ำมะพร้าวผสมลิ้นจี่ โดยแบรนด์ Mixue Bingcheng ซึ่งได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ คือ เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวผสมลิ้นจี่ และน้ำมะพร้าวผสมผลไม้ชนิดอื่นๆ ขึ้นในปีนี้

(3) ห่วงโซ่อุปทานได้รับการพัฒนาและมีราคาไม่สูง อย่างเช่น แบรินด์ Mixue Bingcheng ที่กำลังผลักดันผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าว ตั้งแต่กระแสความนิยมในน้ำมะพร้าวสดที่ผสมกับจากชาและกาแฟทั่วไป จนถึงการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับช่องทางต่างๆ ทำให้ห่วงโซ่อุปทานของแบรนด์ต่างๆ มีความมั่นคงมากขึ้น เนื่องจากความออร์รอยในด้านรสชาติ ราคาที่ย่อมเยา และคุณภาพที่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ ยังรวมถึงคุณภาพและมาตรฐานของซัพพลายเออร์สินค้า โดย Hainan Coconut Extract ได้ยืนยันอย่างหนักแน่นเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์มะพร้าวแช่แข็ง และขั้นตอนการขนส่งและเก็บรักษา ที่ต้องดำเนินการแช่แข็งที่อุณหภูมิ -18 องศาเซลเซียส เพื่อให้ผลิตภัณฑ์คงความสดใหม่ และระบบการขนส่งสินค้า Cold Chain ที่ดูแลควบคุมอุณหภูมิตลอดกระบวนการขนส่งทั้งหมด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพอย่างดีที่สุด

เทรนด์ขายดีเกี่ยวกับน้ำมะพร้าวในช่วงซัมเมอร์ของปีนี้

ส่วนผสมที่ฮอตฮิตหรือร้อนแรงที่สุดของฤดูร้อนปีนี้ ได้แก่ น้ำมะพร้าวสด+น้ำแดงโม นอกจากจะขายน้ำมะพร้าวสดเพียงแค่นั้นแล้ว ยังมีการนำน้ำมะพร้าวสดมาผสมกับรสชาติอื่นๆ มากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะรูปแบบรวมผลไม้ จึงทำให้ น้ำมะพร้าวสด+แดงโม กลายเป็นส่วนผสมยอดนิยมในปี นี้ โดยแบรนด์เครื่องดื่มจีน เช่น Gu Ming, Ruixing, 7 Fen Tian, Shu Yi เป็นต้น ต่างก็ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์/เมนูที่ผสมผสานระหว่างแดงโมกับน้ำมะพร้าวสดในช่วงนี้

รองลงมา ได้แก่ น้ำมะพร้าว+ลีนจี/อะโวคาโด/เลมอน โดยในเดือนพฤษภาคม 2565 แแบรนด์เครื่องดื่ม Percent Tea ได้เปิดตัวเครื่องดื่มน้ำมะพร้าวผสมส้มโอและลีนจี, เครื่องดื่มน้ำมะพร้าวผสมอะโวคาโดและเลมอน ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

กระแสความนิยมน้ำมะพร้าวสด ช่วยชูชีวิต Luckin Coffee



เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2565 เครื่องดื่มแนวหน้าของจีน อย่างแบรนด์ Luckin Coffee ได้เปิดตัวเมนูกาแฟลาเต้ น้ำมะพร้าวสด ซึ่งเมนูนี้ได้สร้างปรากฏการณ์ขาดตลาดทันทีตั้งแต่แบรนด์เปิดตัวเมนูดังกล่าวออกมา สำหรับ “กาแฟลาเต้ น้ำมะพร้าวสด” เป็นเมนูที่ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกดีกว่า (หรือรู้สึกผิตน้อยกว่า) เมื่อเทียบกับการดื่มชานมไข่มุกที่มีน้ำตาลและแคลลอรี่สูง “กาแฟลาเต้ น้ำมะพร้าว” ยังทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความสดใหม่มากกว่า การดื่มเมนูเอสเพรสโซ่คลาสสิกด้วย

หลังจากนั้น เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2565 แแบรนด์เครื่องดื่มชา Chabaidao ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 รายการในซีรีส์ “Shengda Coconut” ได้แก่ เมนู “Sheng Coconut Grand Slam” และ “Osmanthus Longan Ice”

ต่อมาในเดือนมิถุนายน 2565 แแบรนด์เครื่องดื่ม Lele Tea ได้เกาะติดกระแสความนิยมของน้ำมะพร้าวสด โดยเปิดตัวทั้งเมนูเครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์มะพร้าว ได้แก่ “ชาเย็น Meng Le Sheng Ye Coco”, “Sheng Da Sheng Coconut Milk Jelly”, “Ye Ye Yang Zhi Nectar”, “Coconut Qing Buliang” และเมนูใหม่อื่นๆ

Luckin Coffee ได้ประกาศว่าในสิ้นเดือนมิถุนายนปีนี้จะมีย่านค้ามากกว่า 5,200 แห่งครอบคลุมทั่วประเทศจีน โดยมีผู้บริโภคสะสมมากกว่า 75 ล้านคน และยอดขายของเมนูที่มีส่วนผสมของน้ำมะพร้าวสดจะพุ่งทะลุ 10 ล้านแก้วต่อเดือน และจากรายงานของ Luckin Coffee ได้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จด้านรายได้ของแบรนด์อย่างงดงาม โดยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2565 รายได้ของแบรนด์ Luckin Coffee อยู่ที่ 2,400 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 89.5

สินค้ามะพร้าวของไทยในตลาดจีน

มะพร้าวของไทยเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดจีน โดยข้อมูลสถิติการส่งออกมะพร้าวไทยในปี 2563 ซึ่งเป็นปีแรกของการเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างรุนแรงในจีนและทั่วโลก แต่ยอดการส่งออกมะพร้าวอ่อนจากไทยไปยังจีนในปี 2563 มีปริมาณมากกว่า 122,680 ตัน คิดเป็นมูลค่ากว่า 2,553.74 ล้านบาท อันที่จริงแล้ว ประเทศจีนเองก็สามารถเพาะปลูกมะพร้าวได้เช่นกัน โดยเฉพาะพื้นที่ทางตอนใต้ของจีนที่เมืองไห่โข่ว มณฑลไห่หนาน ซึ่งเป็นแหล่งเพาะปลูกมะพร้าวอันดับหนึ่งของจีน แต่ปัญหาก็คือ ผลผลิตที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจีนได้ ทั้งในแง่ปริมาณและ

รสชาติ/คุณภาพ ทั้งนี้ จากการสอบถามผู้บริโภคจีนพบว่า ชาวจีนชื่นชอบมะพร้าว น้ำหอมของไทย ซึ่งมีทั้งความหอมและรสชาติที่อร่อยกว่ามะพร้าวจีน โดยมะพร้าวไทยที่เข้ามาจำหน่ายในตลาดจีน มีทั้งมะพร้าวสดและผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำมะพร้าว นอกจากประเทศไทยแล้ว จีนก็มีแหล่งนำเข้ามะพร้าวจากประเทศอื่นๆ เช่นกัน เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เป็นต้น

จากข้อมูลของศุลกากรจีน พบว่า ปัจจุบันแหล่งนำเข้ามะพร้าวที่สำคัญของจีน คือ ไทยและอินโดนีเซีย โดยในปี 2564 ปริมาณการนำเข้ามะพร้าวจากไทยและอินโดนีเซียรวมกัน มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80



ของการนำเข้ามะพร้าวทั้งหมด โดยส่วนแบ่งของมะพร้าวที่นำเข้าจากประเทศไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 38

สำหรับไตรมาสแรกของปี 2565 ประเทศจีนมีปริมาณการนำเข้ามะพร้าว รวม 227,000 ตัน มูลค่าการนำเข้ากว่า 131 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 846 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.11 และยังคงมีแนวโน้มที่จะนำเข้ามะพร้าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แหล่งที่มา: <https://www.cbndata.com/information/247528>

<https://www.cbndata.com/information/194499>

<https://new.qq.com/omn/20220525/20220525A03CIP00.html>

<https://c.m.163.com/news/a/H5FTV1E80552956F.html>