

## ติดตามสถานการณ์ตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนในปัจจุบัน



หลายปีที่ผ่านมา มูลค่าของตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการค้าปลีกสมัยใหม่ อาทิ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ตอาหารสด ต่างมีส่วนแบ่งการตลาดที่สูงขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตและการค้าอีคอมเมิร์ซ จึงทำให้รูปแบบธุรกิจการค้าผลไม้มีความหลากหลายมากขึ้นตามไปด้วย และส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการบริโภคและได้รับประสบการณ์การช้อปปิ้งที่สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบผลกำไรของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสดประเภทอื่นกับผลไม้ จะพบว่ากำไรจากการจำหน่ายผลไม้จะค่อนข้างสูงกว่า เนื่องจากผลไม้มีจุดขายมากกว่าอาหารสดทั่วไป เนื่องจากมีประเภทของผลไม้ที่หลากหลายและสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้อีกเป็นจำนวนมาก ขณะที่บริษัท Frost & Sullivan บริษัทให้คำปรึกษาและการวิจัยตลาดเปิดเผยว่า มูลค่าตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนในปี ค.ศ. 2016 มีมูลค่าถึง 827,300 ล้านหยวน หรือประมาณ 4.38 ล้านล้านบาท และในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่า 1.23 ล้านล้านหยวน หรือประมาณ 6.52 ล้านล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 8.2 และในอนาคตคาดว่าตลาดค้าปลีกผลไม้จะพบชนิดของผลไม้ที่หลากหลายและให้ประสบการณ์ในการช้อปปิ้งแก่ผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนยังคงมีศักยภาพในการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าในปี ค.ศ. 2022 มูลค่าตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนจะมีมูลค่าถึง 1.33 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 7.05 ล้านล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 5.3 บาท)

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

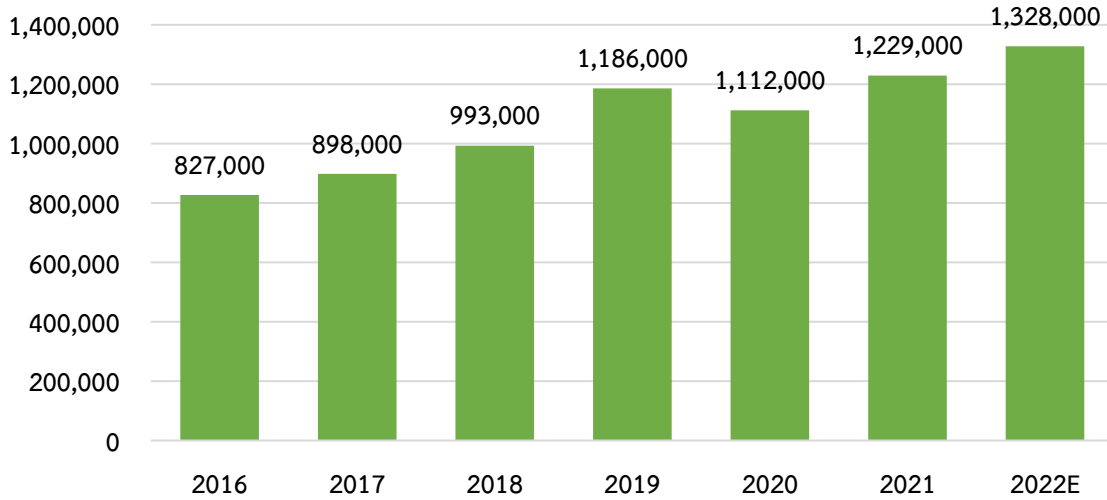
แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ

อื่นๆ



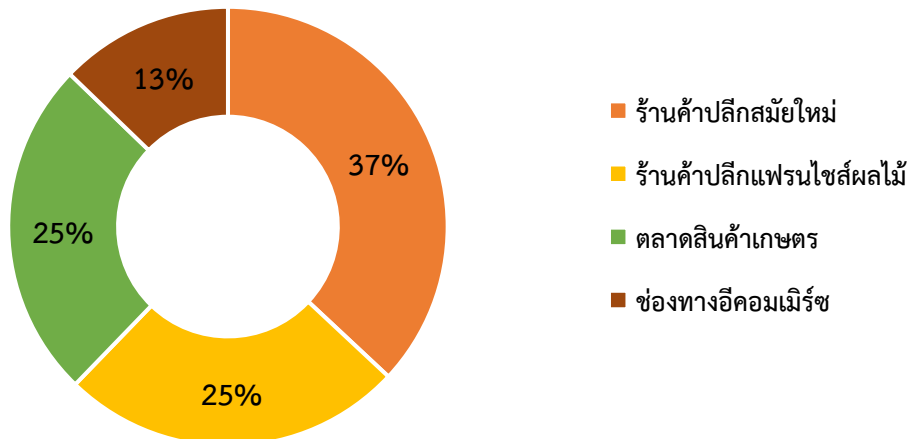
### มูลค่าตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022 (หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : WWW.ASKCI.COM

สำหรับช่องทางหลักในการค้าปลีกผลไม้ของจีนคือตลาดสินค้าเกษตร/ ตลาดสด ร้านค้าปลีกสมัยใหม่อย่าง ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ซูเปอร์มาร์เก็ตอาหารสด ร้านสะดวกซื้อ ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ร้านค้าปลีกผลไม้โดยเฉพาะ เช่น ร้านผลไม้แฟรนไชส์ ร้านส่วนบุคคล เป็นต้น โดยเมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดจะพบว่าในปี ค.ศ. 2021 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าปลีกผลไม้โดยเฉพาะหรือร้านแฟรนไชส์ผลไม้ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.3 เนื่องจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกแฟรนไชส์ผลไม้ไม่มีชนิดของผลไม้ที่หลากหลายและมีความเป็นมืออาชีพในการคัดสรรผลไม้ เน้นผลไม้คุณภาพ มีมาตรฐานที่แน่นอน และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกแฟรนไชส์ผลไม้กับร้านส่วนบุคคล จะพบว่าร้านค้าปลีกแฟรนไชส์ผลไม้จะมีระบบการจัดการที่ครบวงจรทั้งการจัดซื้อ การแบ่งเกรด แบ่งชนิดของผลิตภัณฑ์ การบริหารคลังสินค้า ระบบโลจิสติกส์และการจำหน่าย ซึ่งล้วนแต่มีมาตรฐานที่แน่นอน จนทำให้มีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2026 ตลาดค้าปลีกร้านจำหน่ายผลไม้โดยเฉพาะหรือร้านแฟรนไชส์ผลไม้จะครองส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นเป็นร้อยละ 30

### ส่วนแบ่งตลาดค้าปลีกผลไม้ของจีนปี ค.ศ. 2021



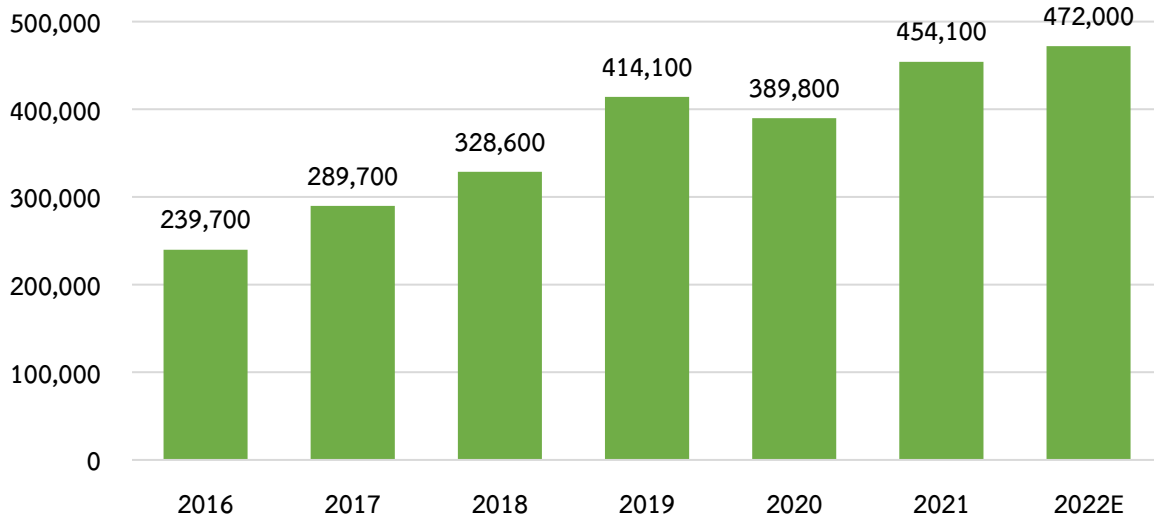
ที่มา : WWW.ASKCI.COM

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ



ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตถือเป็นตัวแทนของร้านค้าปลีกผลไม้สมัยใหม่ โดยมีช่องทางอุปทานที่หลากหลาย มีราคาที่โปร่งใส รับประกันคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคของผู้บริโภคได้ทันที ซึ่งในปี ค.ศ. 2021 พบว่ามูลค่าการจำหน่ายผลไม้ทางช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ของจีนมีมูลค่า 454,100 ล้านบาท หรือประมาณ 2.41 ล้านล้านบาท และคาดว่าในปี ค.ศ. 2022 จะมีมูลค่า 472,000 ล้านบาท หรือประมาณ 2.50 ล้านล้านบาท

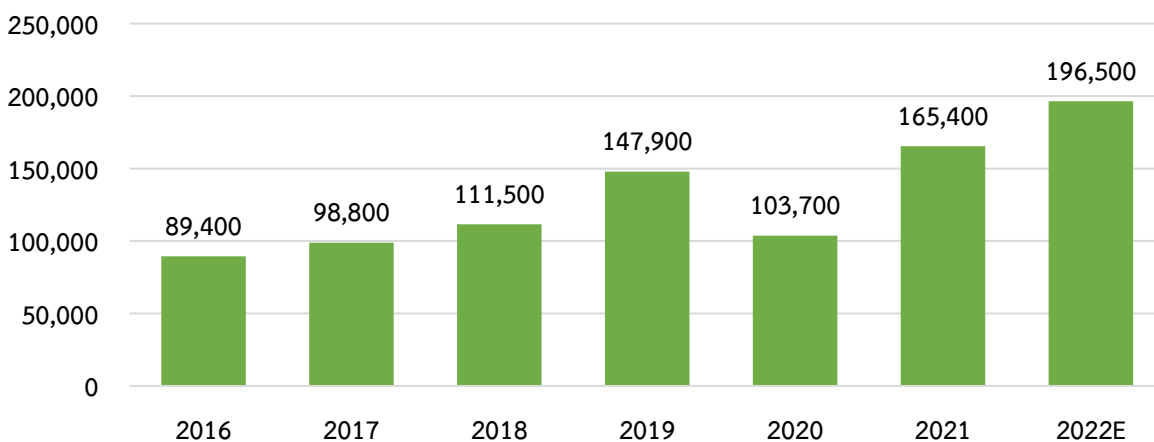
มูลค่าขายผลไม้ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของจีนระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022 (หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : WWW.ASKCI.COM

ร้านค้าปลีกแฟชั่นผลไม้ หลายปีที่ผ่านมา ร้านค้าปลีกแฟชั่นผลไม้เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 2016 มูลค่าค้าปลีกแฟชั่นผลไม้มีมูลค่า 89,400 ล้านบาท หรือประมาณ 473,820 ล้านบาท และในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่า 165,400 ล้านบาท หรือประมาณ 876,620 ล้านบาท และคาดว่าในปี ค.ศ. 2022 จะมีมูลค่าถึง 196,500 ล้านบาท หรือประมาณ 1.04 ล้านล้านบาท

มูลค่าค้าปลีกร้านค้าปลีกแฟชั่นผลไม้ของจีนระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022 (หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : WWW.ASKCI.COM

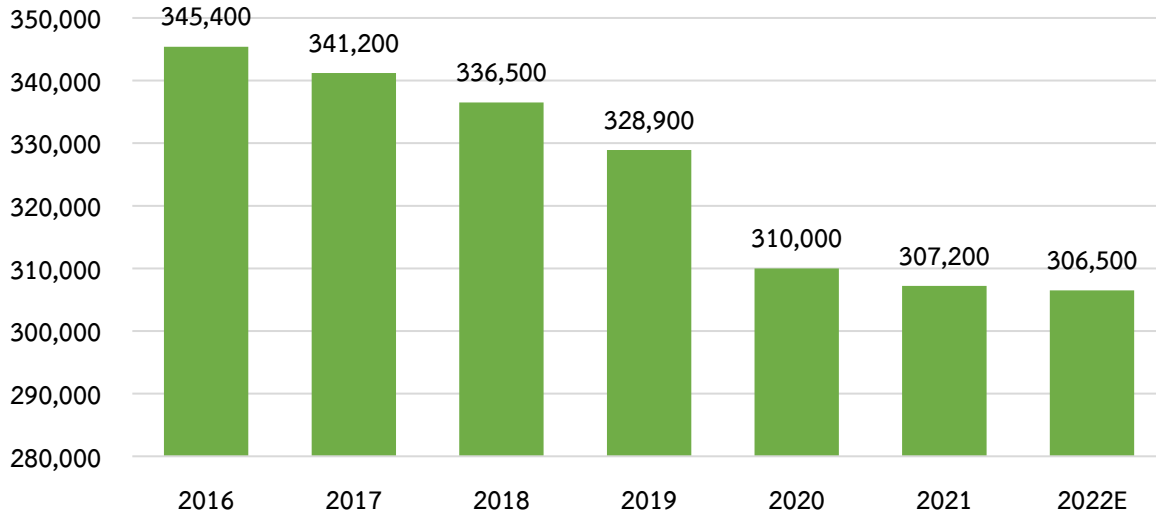
- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ





**ตลาดสินค้าเกษตร** ตลาดสินค้าเกษตรหรือตลาดสดคือหนึ่งในช่องทางการค้าหลักของการค้าปลีกผลไม้ โดยหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ต ทำให้ยอดขายผลไม้ในตลาดสินค้าเกษตรมีแนวโน้มลดลง จากในปี ค.ศ. 2016 มูลค่าการจำหน่ายผลไม้ในตลาดสินค้าเกษตรมีมูลค่า 345,400 ล้านบาท หรือประมาณ 1.83 ล้านล้านบาท จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่า 307,200 ล้านบาท หรือประมาณ 1.63 ล้านล้านบาท และคาดว่าในปี ค.ศ. 2022 มูลค่าการจำหน่ายผลไม้ในตลาดสินค้าเกษตรจะมีมูลค่าลดลงเป็น 306,500 ล้านบาท หรือประมาณ 1.62 ล้านล้านบาท

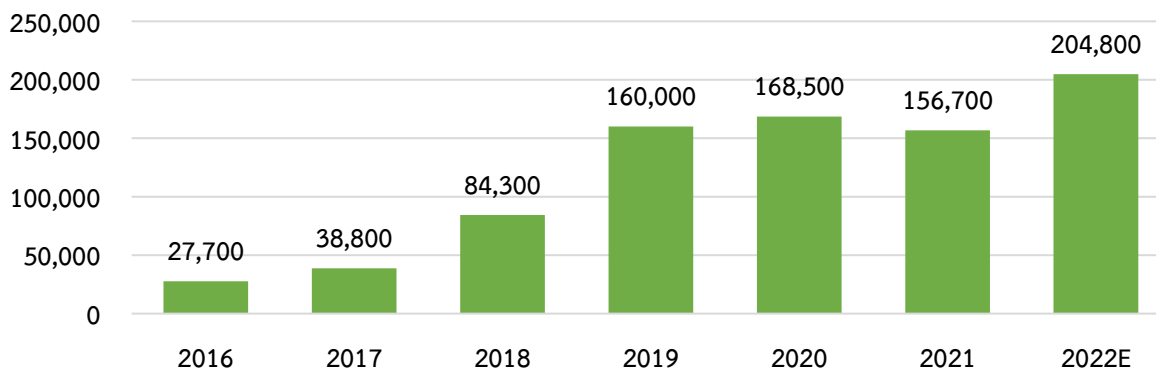
**มูลค่าค้าปลีกผลไม้ในตลาดสินค้าเกษตรของจีนระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022**  
(หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : WWW.ASKCI.COM

**ช่องทางอีคอมเมิร์ซ** ผลจากการระบาดของโรค COVID – 19 การบริโภคของสดของผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลง ตลาดการบริโภคผลไม้ทางออนไลน์มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้มูลค่าค้าปลีกผลไม้บนช่องทางออนไลน์ในปี ค.ศ. 2016 มีมูลค่า 27,700 ล้านบาท หรือประมาณ 146,810 ล้านบาท ในปี ค.ศ. 2021 มีมูลค่า 156,700 ล้านบาท หรือประมาณ 830,510 ล้านบาท และคาดว่าในปี ค.ศ. 2022 จะมีมูลค่า 204,800 ล้านบาท หรือประมาณ 1.09 ล้านล้านบาท

**มูลค่าค้าปลีกผลไม้ผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซของจีนระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022**  
(หน่วย: ล้านบาท)



ที่มา : WWW.ASKCI.COM

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ



### ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

ปัจจุบันตลาดการบริโภคผลไม้ของจีนมีขนาดใหญ่ และมีโอกาสในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปริมาณความต้องการผลไม้ของจีนสูงขึ้นอย่างมีเสถียรภาพ โดยข้อมูลการสำรวจความต้องการผลไม้ของชาวจีนในปี ค.ศ. 2021 พบว่าจีนมีปริมาณความต้องการผลไม้เท่ากับ 299.12 ล้านตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 (YoY) ขณะที่เมื่อพิจารณาจากปริมาณการบริโภคผลไม้ต่อหัวประชากรพบว่า ปริมาณการบริโภคผลไม้ต่อหัวของชาวจีนเฉลี่ยอยู่ที่ 60 กิโลกรัมต่อคน และเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการบริโภคผลไม้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศที่พัฒนาแล้วอยู่ที่ 105 กิโลกรัมต่อคน และจากรายงานข้างต้นจะเห็นว่าตลาดค้าปลีกผลไม้ภาพรวมของจีนมีทิศทางการเติบโตที่สดใส ทั้งช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลาดสด ร้านแฟรนไชส์ ช่องทางอีคอมเมิร์ซ และเมื่อเปรียบเทียบผลไม้มักับผลิตภัณฑ์ของสดอื่นก็จะพบว่าผลไม้มีกำไรที่ต่ำกว่าเนื่องจากมีชนิดและช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ดังนั้นตลาดผลไม้ในจีนจึงยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ประกอบกับการพัฒนาของเศรษฐกิจจีน และระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชาวจีน ทำให้ปริมาณการบริโภคผลไม้เฉลี่ยต่อหัวของจีนจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต และตลาดการบริโภคผลไม้ก็จะขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทำให้ตลาดผลไม้ของจีนเป็นอีกตลาดที่ยังมีโอกาสำหรับผู้ประกอบการไทย ซึ่งสอดคล้องกับสถิติการนำเข้าผลไม้ของจีนจากไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งจีนนำเข้าผลไม้จากไทยมากเป็นอันดับ 1 โดยเฉลี่ยครองสัดส่วนเกือบร้อยละ 30 ของการนำเข้าผลไม้จากทั่วโลกของจีน ในขณะที่สถานการณ์การนำเข้าผลไม้ของจีนกับไทยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2022 ก็ยังพบว่า ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 11.43 (YoY)

แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากตลาดผลไม้เป็นตลาดที่มีการเติบโตในทิศทางที่สดใสจึงทำให้มีการแข่งขันที่สูง ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงยังคงต้องศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้ของผู้บริโภคชาวจีนอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะพฤติกรรมของชาวจีนยุคใหม่ในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้ความต้องการผลไม้จึงเน้นด้านคุณภาพและโภชนาการเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ยังพบว่าคนหนุ่มสาวชาวจีนยังนิยมผลไม้ที่มีสีสัน มีการบริโภคผลไม้ตามกระแสความนิยมในสังคม นิยมถ่ายรูปรูปแชร์ผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ มากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการไทยต้องวางแผนกลยุทธ์ และกิจกรรมการตลาดที่เหมาะสม เพื่อสามารถกำหนดทิศทางในการพัฒนาผลไม้ไทยให้เข้าถึงตลาดผู้บริโภคชาวจีนแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงเท่านั้น ยังต้องมีการประชาสัมพันธ์คุณสมบัติของผลไม้ และคุณประโยชน์ที่ดีต่อสุขภาพผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมในจีนร่วมกับผู้มีชื่อเสียงในท้องถิ่น หรือผู้ที่มีชื่อเสียงของไทยที่เป็นที่รู้จักในจีน เพื่อให้การขยายตลาดส่งออกผลไม้ไทยในจีนทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหลักได้อย่างแท้จริง

แหล่งที่มา:

[https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1245286342/4a398fc60270166k8?finpagefr=p\\_104\\_js](https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1245286342/4a398fc60270166k8?finpagefr=p_104_js)  
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao  
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan  
District, No.9 Xiang Gang Zhong  
Road, Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206  
E-mail: qingdao@ditp.go.th  
Facebook: @ditpqingdao  
Insight CHINA : โอกาสสู่ตลาดจีน by สศต.ชิงเต่า

