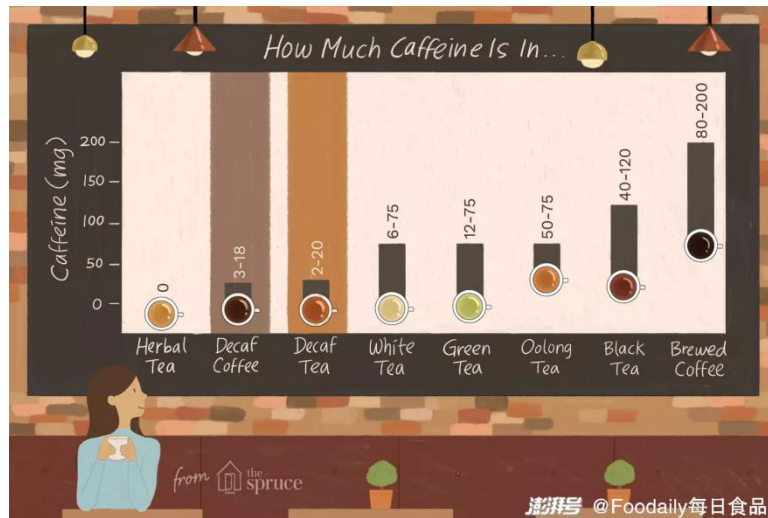




ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
วันที่ 28 สิงหาคม – 3 กันยายน 2566
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

“กาแฟไร้คาเฟอีน/คาเฟอีนต่ำ” อาจไต่ระดับสู่สินค้ายอดฮิตของตลาดจีนในอนาคต



ตามรายงาน “อีตสโปตธุรกิจอาหารประจำปี พ.ศ. 2565” ที่ออกโดยแพลตฟอร์ม Tmall ระบุว่า ในปี 2565 มูลค่าการซื้อขายผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคาเฟอีนได้พุ่งขึ้นมากกว่า 100 ล้านหยวน เช่น กาแฟพร้อมดื่ม เมล็ดกาแฟ ดาร์กช็อกโกแลต ซาขาว เป็นต้น โดยมีอัตราการเติบโตสูงกว่าร้อยละ 30 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนหลากหลายชนิดกำลังเข้าถึงชีวิตประจำวันของผู้บริโภคชาวจีนอย่างต่อเนื่อง และผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้พัฒนนิสัย/พฤติกรรมการดื่มกาแฟทุกสัปดาห์ และมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชื่นชอบ/ติดการดื่มกาแฟเป็นประจำทุกวัน

แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีผู้บริโภคชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบเชิงลบของคาเฟอีนที่มีต่อสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเช่นกัน “ความวิตกกังวลเกี่ยวกับคาเฟอีน” ได้กลายเป็นคำศัพท์ฮิตติดหูใหม่ด้านสุขภาพในตลาดจีนในขณะนี้ ทั้งนี้ เมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา หัวข้อ “ดื่มกาแฟเป็นเวลานานอาจเกิดอาการคอร์ติซอลที่สูงเกินไป (Hypercortisolism)” เกิดการโต้เถียงกันอย่างร้อนแรงในสื่อโซเชียลจีน Weibo ซึ่งหนุ่มๆ เน้นต่างก็ได้ถกเถียงถึงปริมาณการดื่มกาแฟอย่างปลอดภัยและความถี่ในการดื่มกาแฟ

นอกจากนี้ “รายงานการพัฒนากาแฟในเมืองของประเทศจีน ประจำปี 2566” ที่เผยแพร่โดย CBNDATA ระบุว่า อุตสาหกรรมกาแฟของจีนมีมูลค่าสูงถึง 200,700 ล้านหยวน (ประมาณ 1 ล้านล้านบาท) ในปี 2565 และผู้บริโภคร้อยละ 87 ได้พัฒนนิสัย/พฤติกรรมการดื่มกาแฟทุกสัปดาห์ และประมาณร้อยละ 25 ของ

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Disclaimer: ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ผู้บริโภคมีนิสัย/พฤติกรรมการดื่มกาแฟ 1 แก้วต่อวัน แต่ในขณะเดียวกัน ปัญหาการนอนไม่หลับก็เกิดขึ้นกับ
ผู้บริโภคบางกลุ่มด้วย ซึ่งทำให้บางคนเริ่มควบคุมเวลาและลดความถี่ของการดื่มกาแฟ (หรือการบริโภคคาเฟอีน)

ตามข้อมูลสถิติที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ ระบุว่า ประชากรโลก
ประมาณร้อยละ 62 มีอาการแพ้คาเฟอีนในระดับที่แตกต่างกัน และยังมีกลุ่ม
ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่ได้รับผลของกาแฟไม่ได้และผู้บริโภคเพศหญิงที่ไม่
สามารถดื่มกาแฟได้เนื่องจากอยู่ช่วงเวลาประจำเดือน แต่พวกเขาก็ยังต้องการ
มีประสบการณ์ในการดื่มกาแฟอยู่เช่นกัน ซึ่งแบรนด์ต่างๆ ก็ได้เล็งเห็นถึง
ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว และได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์กาแฟที่ไม่มี
คาเฟอีนหรือมีคาเฟอีนต่ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่หลีกเลี่ยงการ
บริโภคคาเฟอีนในเครื่องดื่ม อย่างเช่น แบรนด์ Tim Hortons แบรนด์
Starbucks และแบรนด์ Yongpu ทั้งนี้ ซีรีส์ “เมล็ดกาแฟคาเฟอีนต่ำ” ของ
แบรนด์ Tim Hortons โดยใช้วิธี Swiss Water Process เพื่อขจัดคาเฟอีนออกจากเครื่องดื่มกาแฟ ซึ่งได้รับ
ความนิยมอย่างมากจากผู้บริโภคที่แพ้คาเฟอีน ส่วน Starbucks ก็เปิดตัวกาแฟซีรีส์ “Starbucks
Refreshers™” โดยสกัดน้ำกาแฟจากเมล็ดกาแฟอาราบิก้าที่ยังไม่คั่ว เพื่อจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน
ต่ำให้แก่ผู้บริโภค นอกจากเครื่องดื่มกาแฟแล้ว เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มก็นำเสนอผลิตภัณฑ์ปราศจากคาเฟอีนสู่
ท้องตลาดด้วย อาทิ Genki Forest, Lin-Long Tea House, Qingdao Youhuo เป็นต้น ก็ได้ส่งผลิตภัณฑ์ชา
พร้อมดื่มที่ปราศจากคาเฟอีนเข้าสู่การแข่งขันในตลาดเช่นกัน



ข้อมูลเพิ่มเติม/ผลกระทบ/ความเห็นของ สคต.

จากบทความที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร New England Journal of Medicine ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้คนควรควบคุม
ปริมาณการดื่มกาแฟต่อวัน โดยจำกัดอยู่ภายใน 3 - 5 ถ้วยมาตรฐาน (ขนาดถ้วยมาตรฐาน 235 มิลลิลิตร) ทั้งนี้
ผู้ใหญ่ (adult) ควรดื่มคาเฟอีนน้อยกว่า 400 มิลลิกรัมต่อวัน และสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่มคาเฟอีนเกิน 200
มิลลิกรัมต่อวัน ส่วนเด็กและเยาวชนที่มีความสามารถในการเผาผลาญพลังงานไม่ดี ทางหน่วยงานกำกับดูแล
ความปลอดภัยด้านอาหารของสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป แคนาดา และออสเตรเลีย ต่างมีความเห็นว่าเป็น
ปริมาณการดื่มคาเฟอีนในแต่ละวันของคนกลุ่มนี้ไม่ควรเกิน 2.5 - 3 มิลลิกรัมต่อน้ำหนักตัว 1 กิโลกรัม

“เครื่องดื่มที่ไม่มีคาเฟอีน” เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทย่อยที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ และตอนนี้ได้เติบโต
ค่อนข้างมากในตลาดต่างประเทศแล้ว แต่สำหรับตลาดกาแฟของจีน กาแฟไร้คาเฟอีน/คาเฟอีนต่ำยังนับเป็น
สิ่งใหม่ที่เริ่มเกิดขึ้นไม่นานนัก และกำลังก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันตลาดจีนมีเครื่องดื่มประเภท
ใหม่ๆ ททยอยเปิดตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการบริโภคคาเฟอีนของ
ผู้บริโภคชาวจีนก็มีเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้น เครื่องดื่มที่ไม่มีคาเฟอีน/คาเฟอีนต่ำก็น่าจะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีใน
ตลาดจีนและกลายเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ที่มีความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนในอนาคต

แหล่งข้อมูล : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24278324

แปลและเรียบเรียงโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อ
วัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่
อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด