

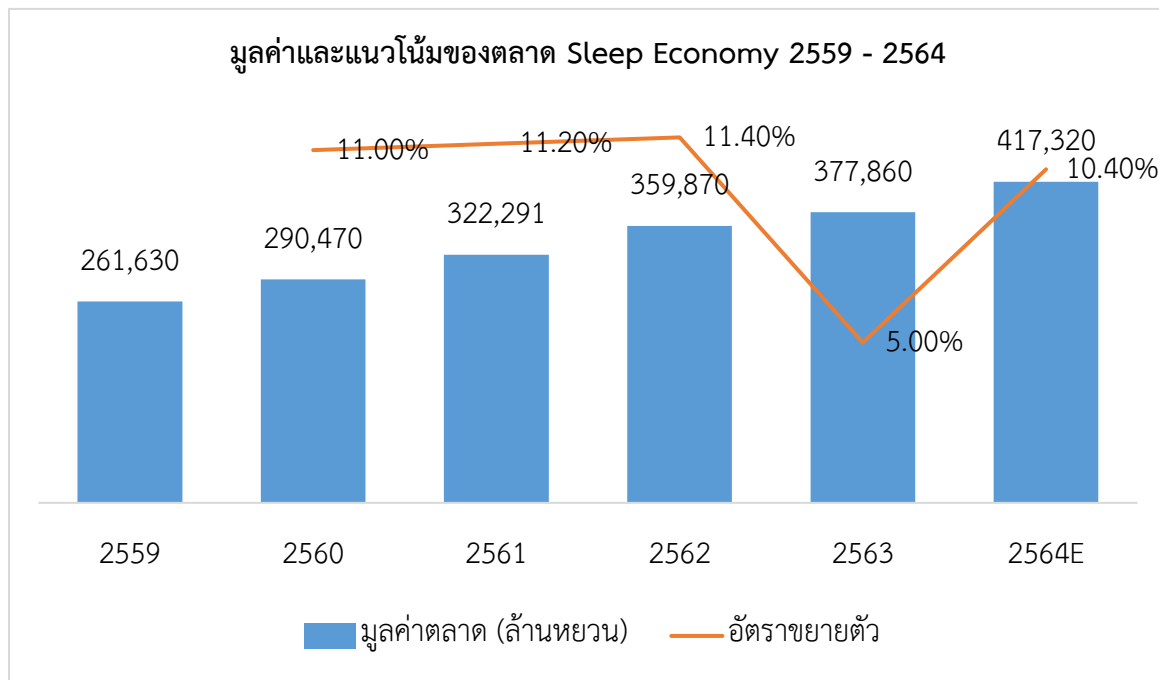


ส่องเทรนด์ตลาดจีน ปี 2565

1. เศรษฐกิจเกี่ยวกับการนอน (Sleep Economy)

จากจังหวะในการดำเนินชีวิตและความกดดันในสังคมจีนสมัยใหม่ ทำให้เกิดปัญหาโรคนอนไม่หลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเศรษฐกิจเกี่ยวกับการนอน หมายถึง เศรษฐกิจที่เกิดจากความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีคุณภาพในการนอนไม่ดีหรือนอนไม่หลับ

ข้อมูลจาก iiMedia Research เผยว่า ในปี 2559 - 2564 ขนาดตลาดของ Sleep Economy ในจีนจะมีมูลค่า 261,630 ล้านหยวน เป็น 417,320 ล้านหยวน



✧ ในปี 2559 -2563 จำนวนผู้ที่นอนไม่หลับในจีนจาก 250 ล้านคนเพิ่มขึ้นเป็น 270 ล้านคน และคาดว่าจำนวนผู้ที่นอนไม่หลับจะเพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี 2565

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

- ✧ คนจีนที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี และอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นกลุ่มคนที่ชอบนอนดึก ทั้งนี้ คนหนุ่มสาวชาวจีนบางส่วนนอนดึกเพราะความกดดันเรื่องงานและการเรียนและอีกส่วนหนึ่งสมัครใจนอนเพื่อผ่อนคลายความเครียด
- ✧ ตลาดจีนมีความต้องการสินค้าที่เกี่ยวกับการนอนเพิ่มขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ช่วยนอนหลับ อาหารเสริม เจลลีนนอนหลับ ของใช้บนเตียง หมอนยางพารา ที่อุดหู ผ้าปิดตา เป็นต้น และนี่เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งเสริมให้ตลาด Sleep Economy ขยายตัวและพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ช่วยการนอนหลับ



หมอนยางพารา



เจลลี่ช่วยนอนหลับ.



ผ้าปิดตา

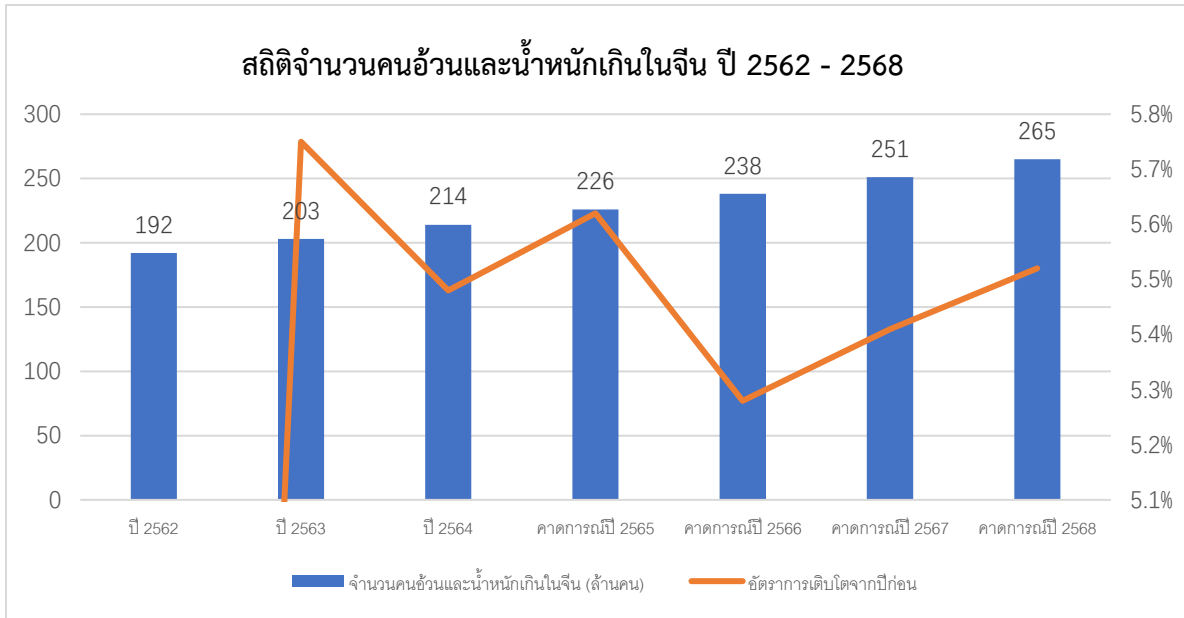
2. เศรษฐกิจเกี่ยวกับคนอ้วน



จากการพัฒนาเศรษฐกิจจีนอย่างรวดเร็ว ทำให้มาตรฐานในการดำเนินชีวิตของประชาชนจีนดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากพฤติกรรมบริโภคที่ไม่ดีและการออกกำลังกายน้อยลงในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา คาดว่าในปี 2565 จำนวนคนอ้วนและผู้ที่มีน้ำหนักเกินในจีนจะสูงถึง 226 ล้านคน และในปี 2565 จะมีจำนวนสูงถึง 265 ล้านคน

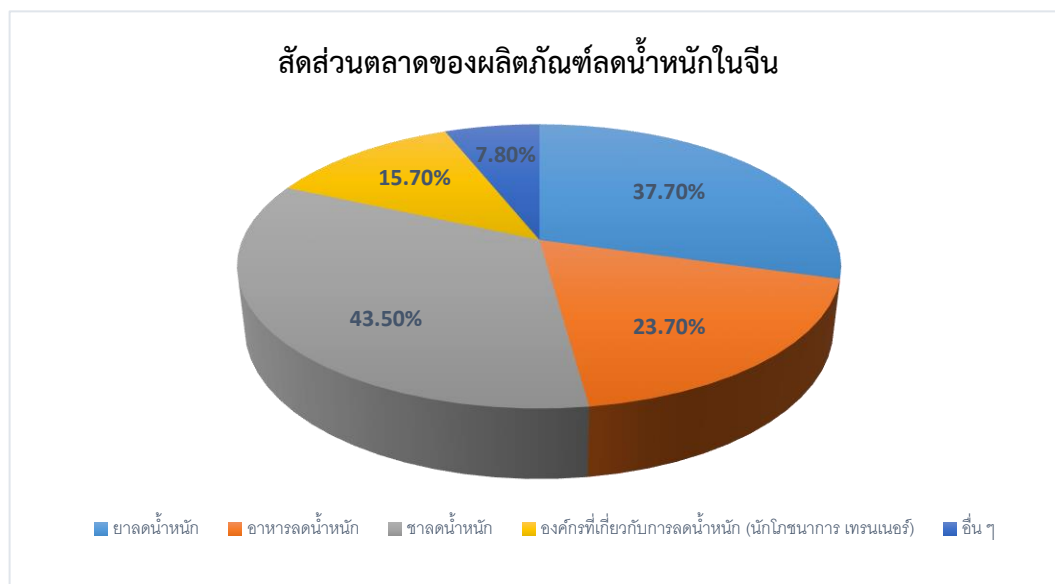
Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด



ที่มา : www.gonyn.com

- ✧ จากจำนวนของคนอ้วนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการลดน้ำหนักในประเทศจีนได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2564 ขนาดของอุตสาหกรรมลดน้ำหนักในประเทศจีนมีมูลค่า 443,470 ล้านหยวน และคาดว่าในปี 2565 จะมีมูลค่าสูงถึง 498,640 ล้านหยวน
- ✧ ผู้บริโภคชาวจีนมีความต้องการสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการลดความอ้วนเพิ่มขึ้น เช่น ยาลดน้ำหนัก อาหารลดน้ำหนัก ชาลดน้ำหนัก องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการลดน้ำหนัก เป็นต้น



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ผลิตภัณฑ์และบริการลดน้ำหนักที่ได้รับความนิยมในตลาดจีน



ยาลดน้ำหนัก



ชาลดน้ำหนัก



อาหารลดน้ำหนัก

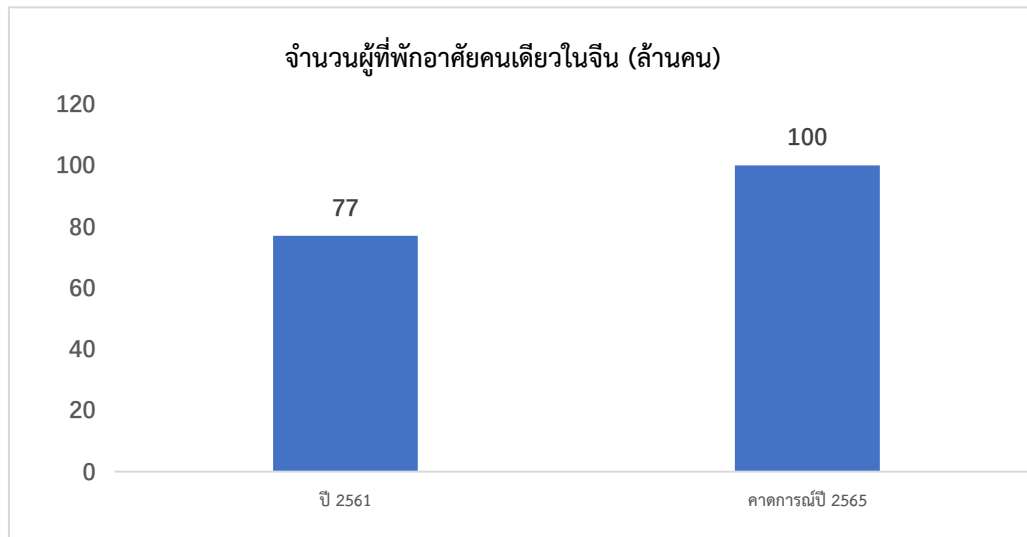


การผ่าตัดลดน้ำหนัก

3. เศรษฐกิจคนโสด

จากข้อมูลของกระทรวงกิจการพลเรือนจีนเผยว่า ในปี 2561 ประชากรคนโสดของจีนรวมทั้งสิ้น 240 ล้านคน และคาดว่าในปี 2565 จะมีจำนวนมากกว่า 300 ล้านคน

ในปี 2561 มีผู้ที่บรรลุนิติภาวะที่พักอาศัยคนเดียวมากกว่า 77 ล้านคน และคาดว่าในปี 2565 นี้ จะมีผู้ที่พักอาศัยคนเดียวประมาณ 100 ล้านคน



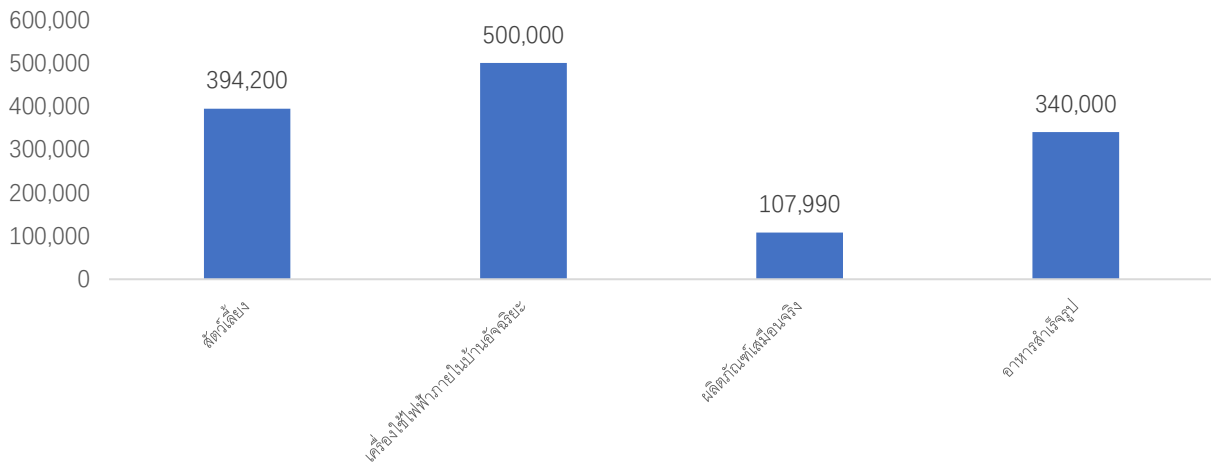
ที่มา : กระทรวงกิจการพลเรือนจีน

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ปัจจุบันผู้บริโภคชาวจีนที่อาศัยอยู่คนเดียวมีความต้องการบริการและผลิตภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวได้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามมา เช่น ธุรกิจสัตว์เลี้ยง เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้านอัจฉริยะ ผลิตภัณฑ์เสมือนจริงและอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น

ผลประกอบการของธุรกิจต่าง ๆ ที่คนโสดให้ความสนใจ ปี 2564 (ล้านบาท)



สินค้าที่เป็นที่นิยมในเศรษฐกิจคนโสด



สัตว์เลี้ยง



อาหารสำเร็จรูป



เครื่องปรุงรสสำเร็จรูป



ตู้เย็นขนาดเล็กอัจฉริยะ

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

4. เศรษฐกิจแคมป์ปิ้ง

ภายใต้มาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 แคมป์ปิ้ง กลายเป็นวิถีการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของชาวจีนที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูง ปัจจุบันอุตสาหกรรมแคมป์ปิ้งของประเทศไทยได้เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าตื่นเต้นและหลากหลายมากขึ้น ถือเป็นวิธีเสริมสร้างและขับเคลื่อนจิตวิญญาณของผู้บริโภคให้พบเจอกับการท่องเที่ยวแบบใหม่ ซึ่งเต็มไปด้วยแรงบันดาลใจทางความคิดและจิตวิญญาณ โดยเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมต่าง ๆ เกิดจินตนาการใหม่ ๆ ที่สามารถผสมผสานกับอุตสาหกรรมแคมป์ปิ้งของประเทศไทยได้

- ✧ ในปี 2564 ขนาดตลาดแคมป์ปิ้งของจีนมีมูลค่า 74,750 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 62.5 คาดว่าในปี 2568 จะมีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 248,320 ล้านหยวน
- ✧ ปัจจุบัน ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่มีการกักตัวอยู่ที่บ้านและการเดินทางไปท่องเที่ยวข้ามมณฑลมีความยากลำบากจากมาตรการการควบคุมและป้องกันโรคโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่โยกย้ายการท่องเที่ยว
- ✧ กลุ่มผู้บริโภคชาวจีนที่นิยมออกไปท่องเที่ยวสไตล์แคมป์ปิ้งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 20 - 40 ปี นับว่าธุรกิจแคมป์ปิ้งกลายเป็นจุดเติบโตใหม่ในจีนที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว

ตัวอย่างสินค้าที่ได้รับความนิยมในเศรษฐกิจแคมป์ปิ้ง



เตาอบแคมป์ปิ้ง



อาหารอุ่นร้อนอัตโนมัติ



เต็นท์แคมป์ปิ้ง

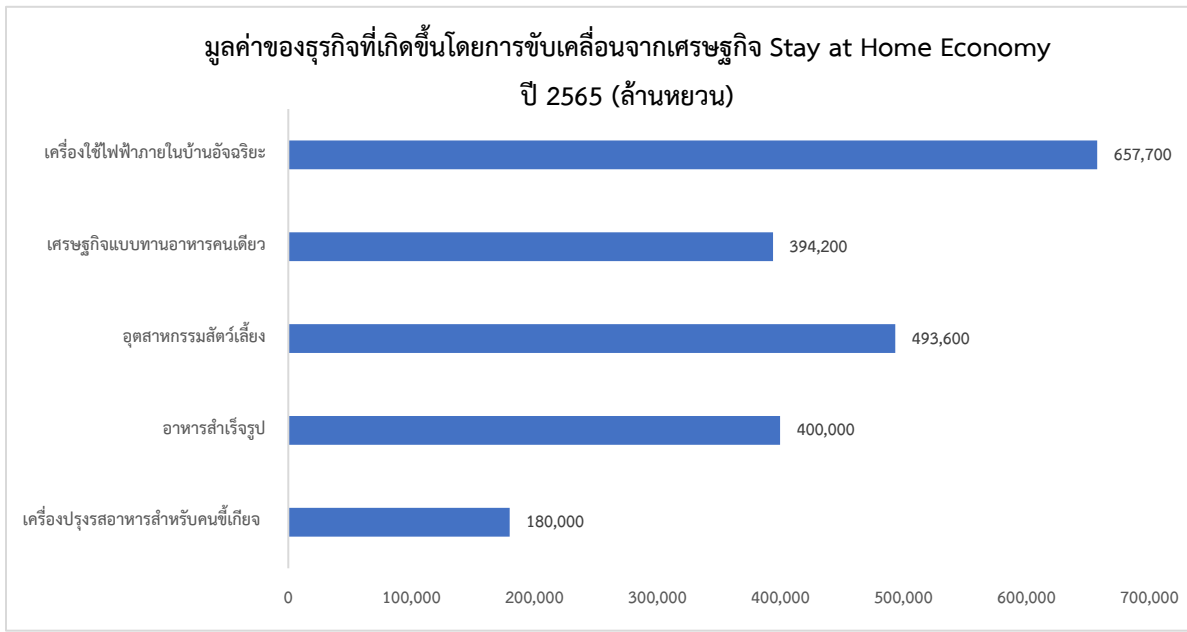
5. เศรษฐกิจการใช้จ่ายและการบริโภคภายในบ้าน (Stay at Home Economy)

ผลจากการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด 19 ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนต้องเปลี่ยนแปลงไป เช่น องค์กรปรับนโยบายการทำงานให้เป็นรูปแบบ Hybrid หรือยังคง Work From Home ทำให้หลายคนเลือกอยู่บ้านมากขึ้น ใช้เวลาอยู่กับครอบครัว และกิจกรรมงานอดิเรก หรือความบันเทิงต่างๆ ทำให้ภาคธุรกิจของจีนได้มองหาแนวทางใหม่ ๆ ที่จะปรับทั้งรูปแบบการทำงานและกลยุทธ์ธุรกิจให้สอดคล้องกับวิถีที่เปลี่ยนไปนี้ด้วย

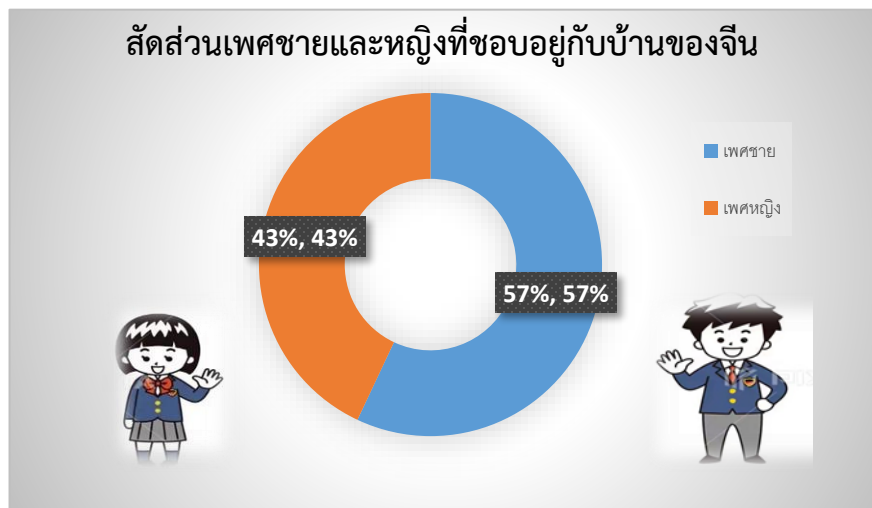
Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

- ✧ ในปี 2565 ตลาดจีนเกิดอุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่ขับเคลื่อนโดย “Stay at Home Economy” รวมมูลค่าประมาณ 1 ล้านล้านบาท เช่น เครื่องปรุงอาหารสำหรับคนชี่เกียจ อาหารสำเร็จรูป อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง เศรษฐกิจแบบทานอาหารคนเดียวและเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านอัจฉริยะ เป็นต้น



- ✧ นับตั้งแต่การแพร่ระบาดของโควิด-19 เศรษฐกิจการใช้ง่ายและการบริโภคภายในบ้านได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคชาวจีนชอบอยู่กับบ้านมาก โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 43



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

- ✧ หากพิจารณาตามกลุ่มช่วงอายุของผู้บริโภคชาวจีนที่ชอบอยู่บ้านแล้ว อายุ 18-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 63 มีระดับการบริโภคในระดับปานกลาง ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุ 25-34 คิดเป็นร้อยละ 32 มีระดับการบริโภคค่อนข้างสูง

ธุรกิจที่ได้รับความนิยมในเศรษฐกิจการใช้จ่ายและการบริโภคภายในบ้าน



ออกกำลังกายออนไลน์



การดู Live ท่องเที่ยวออนไลน์



ช้อปปิ้งออนไลน์

6. เศรษฐกิจการ Live Streaming

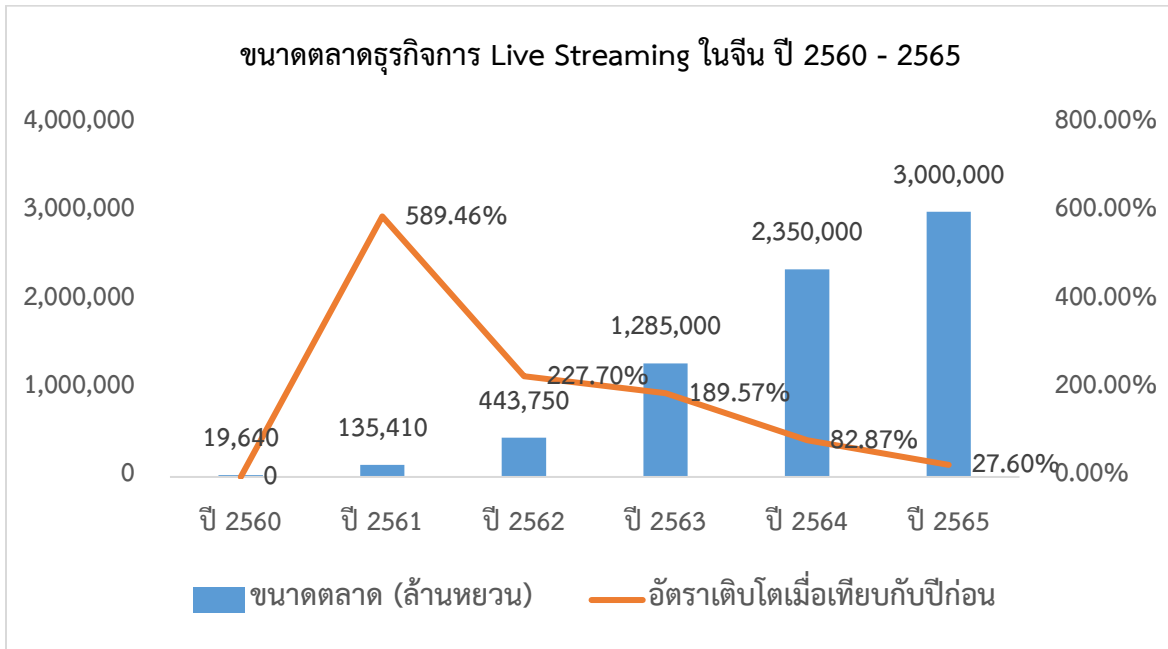
ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พฤติกรรมการบริโภคออนไลน์ของผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการ Live Streaming ได้กลายเป็นวิธีการช้อปปิ้งที่เกิดขึ้นมาใหม่ และได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการอย่างกว้างขวาง จาก “รายงานสถิติเกี่ยวกับการพัฒนาอินเทอร์เน็ตในครั้งที่ 48” ในช่วงเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน 2565 บัญชีผู้ให้บริการการ Live Streaming ในจีนรวม 469 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้น 204 ล้านบัญชี เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันจากปีก่อน คิดเป็นสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในจีนร้อยละ 44.6 โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบร้อยละ 95.5 นิยมซื้อสินค้าผ่านการ Live Streaming



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ขนาดตลาดการ Live Streaming ในจีนเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2564 ขนาดตลาดการ Live Streaming ในจีนรวม 2,350,000 ล้านบาท และคาดว่าในปี 2565 จะมีมูลค่าสูงถึง 3,000,000 ล้านบาท อัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.6



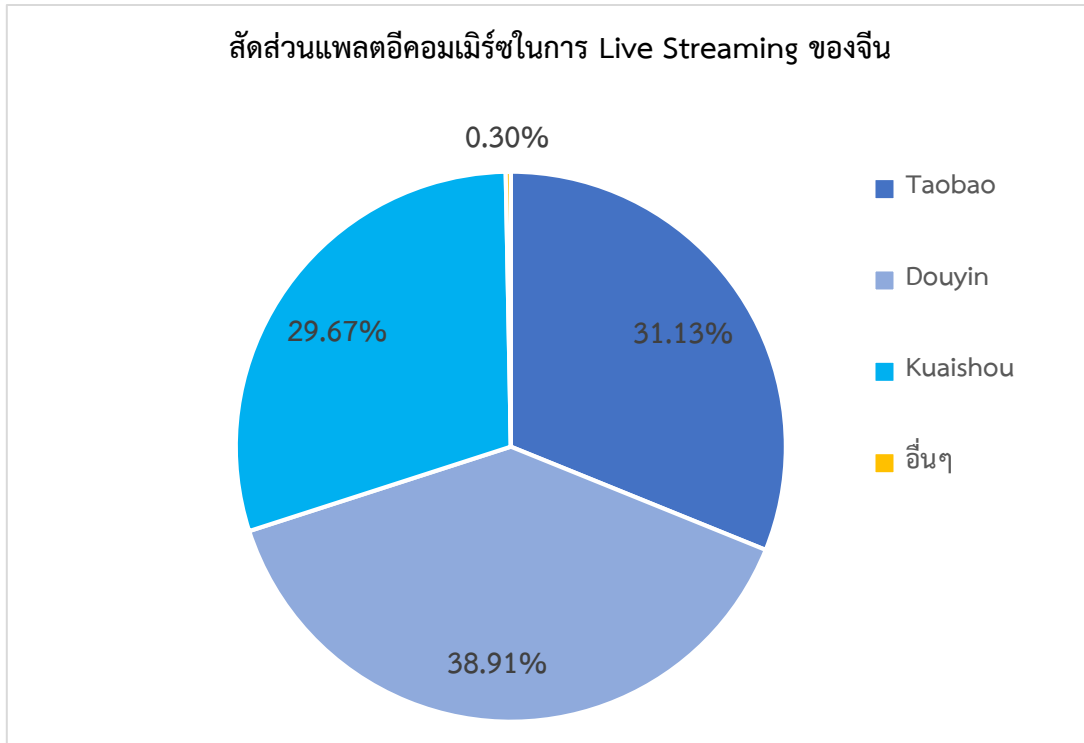
3 บริษัทยักษ์ใหญ่ E - Commerce ครองส่วนแบ่งตลาดจีนมากกว่าร้อยละ 90



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

สัดส่วนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในการ Live Streaming ของจีน



ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในธุรกิจ Live Streaming ของจีน



สกินแคร์และเครื่องสำอาง



เสื้อผ้า



ขนมขบเคี้ยว

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ความคิดเห็นสศต.

เทรนด์ตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในจีนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้เกิดกระแส “เศรษฐกิจใหม่ ๆ” เช่น เศรษฐกิจเกี่ยวกับการนอน (Sleep Economy) เศรษฐกิจเกี่ยวกับคนอ้วน เศรษฐกิจคนโสด เศรษฐกิจแคมป์ปิ้ง เศรษฐกิจการใช้จ่ายและการบริโภคภายในบ้าน (Stay at Home Economy) และเศรษฐกิจการ Live Streaming เป็นต้น ซึ่งเทรนด์ตลาดดังกล่าวได้นำมาสู่การเกิดใหม่นวัตกรรมใหม่ของสินค้าในตลาดจีน

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจากแบรนด์ต่างๆ ไม่ได้แข่งขันแค่กับคู่แข่งทางธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังต้องแข่งกับกระแสความเปลี่ยนแปลงที่กดดันทำให้ธุรกิจต้องปรับมุมมอง และเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อตามให้ทันไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคชาวจีนที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการไทยจะต้องศึกษาและจับตามองแนวโน้มตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อผลิตสินค้าใหม่ ๆ ให้ทันกับความต้องการตลาด ตลอดจนคิดค้นพัฒนาความแปลกใหม่ของสินค้า เพื่อสร้างจุดขายให้แตกต่างกับคู่แข่ง รวมทั้งกำหนดราคา คุณภาพ สร้างความปลอดภัยและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะทำให้สินค้าแบรนด์ไทยทยอยเข้ามาครองตลาดและครองใจผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างยั่งยืน

ที่มา : <https://mp.weixin.qq.com/s/hJs5qsQkVJq4QD8yeDc5TQ>

https://mp.weixin.qq.com/s/l46l8EgbhoyTo_Hu9ovhkg

<https://mp.weixin.qq.com/s/YpVZ5WPEu3DevQ-hwxq12w>

สศต. ณ คุณหมิง

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Consulate - General,
Kunming, Yunnan, China

6th Floor, Crowne Plaza,
339 Qing Nian Road, 650011
T: 001-86-871-6316-5006
E-mail: ttckmchina@sina.com