



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน  
วันที่ 20 – 27 สิงหาคม 2566  
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู  
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

### การค้นหาคำว่า “แพ็คเกจซีซี” ของผู้บริโภคชาวจีนครึ่งพุ่งสูงขึ้น 141%



เมื่อวันที่ 22 สิงหาคมที่ผ่านมา เป็นวัน “เทศกาลซีซี” หรือ “วาเลนไทน์ของจีน” ถึงแม้ว่าจะตรงกับวันทำงาน แต่บรรยากาศในการเฉลิมฉลองของชาวจีนกลับคึกคักมาก โดยข้อมูลจากแพลตฟอร์ม Deliveryยักษ์ใหญ่ของจีนอย่าง Meituan ระบุว่า มูลค่าการทำธุรกรรมประจำปี 2566 ของแพลตฟอร์ม Meituan ในด้านอุตสาหกรรมบริการจะไปสู่จุดสูงสุดในช่วงเทศกาลซีซี นอกจากนี้ รายงาน “การสังเกตการณ์การบริโภคของผู้บริโภคชาวจีนในช่วงเทศกาลซีซี” ที่เผยแพร่โดย JD Research Institute of Consumption and Industry Development เปิดเผยว่า กว่าร้อยละ 55 ของผู้ตอบแบบสำรวจ ตั้งตารอรับของขวัญในช่วงเทศกาลซีซี และคาดหวังว่าของขวัญที่ได้รับจะเป็นสิ่งที่สามารถใช้งานได้จริงๆ มากกว่าเป็นพวกของขวัญที่มีมูลค่าสูง

โดยในปีนี้ แพลตฟอร์ม Meituan รายงานว่า ปริมาณการค้นหาข้อมูลบนแพลตฟอร์มฯ โดยคีย์คำว่า “七夕套餐” หรือ “แพ็คเกจซีซี” (เซตเมนูอาหารพิเศษสำหรับวันวาเลนไทน์ของจีน) ของผู้บริโภคในมหานครฉงชิ่ง เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 141 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และมียอดสั่งซื้อ “แพ็คเกจซีซี” เพิ่มขึ้นร้อยละ 118 นอกจากนี้ ยังมียอดสั่งซื้อเกี่ยวกับกิจกรรมด้านความบันเทิงและสันทนาการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 110 เมื่อเทียบกับปีก่อน ในปัจจุบัน พบว่ามีผู้บริโภคจำนวนมากที่ดำเนินการจอง/สั่งซื้อ “แพ็คเกจซีซี” ล่วงหน้า ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งเป็นการวางแผนล่วงหน้าเพื่อให้วันสำคัญดังกล่าวผ่านไปอย่างราบรื่น

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

จากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างล้นหลามในช่วงเทศกาลพิเศษดังกล่าว ในส่วนของผู้ชายสินค้า (พ่อค้า/แม่ค้า) ก็ต้องเตรียมการรับมือและเตรียมความพร้อมที่จะแข่งขันกับบรรดาผู้จำหน่ายสินค้าด้วยกันในท้องตลาด สำหรับแพลตฟอร์ม Meituan ก็มีกลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า ซึ่งจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ช่วงเวลาหนึ่งสัปดาห์ก่อนที่จะถึง “เทศกาลซีซี” ยอดคำสั่งซื้อแบบกลุ่ม (Group Buying) บนแพลตฟอร์ม Meituan เกี่ยวกับเซ็ตเมนูอาหารพิเศษสำหรับวันวาเลนไทน์ของจีนและกิจกรรมด้านความบันเทิงเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 106 และร้อยละ 115 เมื่อเทียบกับสัปดาห์ก่อนหน้า นอกจากนี้ ยังพบว่าในช่วง “เทศกาลซีซี” ของปีนี้ มีผู้บริโภคชาวจีนจำนวนมากเดินทางไปจดทะเบียนสมรส (ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 25–30 ปี) ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวนี้บางส่วนช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำ เช่น ธุรกิจบริการจัดงานแต่งงาน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการจัดเลี้ยง ธุรกิจถ่ายภาพ เป็นต้น โดยในช่วงเดือนที่ผ่านมาปริมาณการค้นหาคำว่า “โรงแรมจัดเลี้ยงสำหรับงานแต่งงาน” และ “บริการถ่ายภาพสำหรับงานแต่งงาน” เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

ข้อมูลจากแพลตฟอร์ม C-trip ระบุว่า เทศกาลซีซี ปี 2566 นี้ “เศรษฐกิจโรแมนติก” หรือ “Romantic Economic” จะคึกคักมากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จากยอดการจองโรงแรมในเมืองต่างๆ ทั่วจีนที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภค/คู่รักชาวจีนจำนวนมากเลือกที่จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเมืองยอดนิยม 10 อันดับแรกในจีน (วัดจากปริมาณการจองที่พัก/โรงแรมในช่วงเทศกาลซีซี) ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ชิงเต่า ซื่ออัน หางโจว เฉิงตู หนานจิง กวางโจว ฉางซา และฉงชิ่ง ซึ่งเทศกาลซีซีถือเป็นเทศกาลแห่งความรักและความโรแมนติกของจีน ดังนั้น ชาวจีนจะแสดงออกถึงความรักด้วยการมอบของขวัญ, การออกไปรับประทานอาหารมื้อใหญ่, และเข้าร่วมกิจกรรมด้านความบันเทิงอื่นๆ ทั้งนี้ จากผลสำรวจของ JD.com ระบุว่า ร้อยละ 64 ของกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นเพศหญิง ตอบว่า ตั้งตารอรับของขวัญในช่วงเทศกาลซีซี และกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นเพศหญิง ตอบว่า เผื่อรอที่จะได้รับการเซอร์ไพรส์ในช่วงเทศกาลซีซี ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นเพศชาย ประมาณร้อยละ 63 ตอบว่า พวกเขาจะลืมนำของขวัญมาให้คนรัก/คนพิเศษในวันดังกล่าว และกว่าร้อยละ 60 ของผู้ใช้งานที่เป็นเพศชาย ตอบว่า ไม่รู้จะซื้อของขวัญอะไรหรือกลัวซื้อของขวัญที่ไม่ถูกใจคนรัก

ผู้บริโภคในแต่ละวัย/ช่วงอายุ มักจะมีมุมมองชีวิตและความรักที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของขวัญที่แตกต่างกันออกไปด้วย โดยพบว่า ผู้บริโภคที่เกิดหลัง ค.ศ. 2000 จะเลือกซื้อหมวกเบสบอล, สเก็ตบอร์ด, สินค้า/เสื้อผ้าแนวสปอร์ตมากกว่าสินค้าหมวดอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคที่เกิดหลัง ค.ศ. 1990 จะเลือกซื้อเสื้อผ้าทำงาน, กีฬา, สเวตเตอร์, สินค้าหมวดแฟชั่นมากกว่าสินค้าอื่นๆ และกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดหลัง ค.ศ. 1980 จะนิยมซื้อเครื่องประดับ/ต่างหู/สร้อย อย่างเช่น ทับทิม แฉงไฟร์ เพชร หรือไข่มุก มากกว่าสินค้าอื่นๆ และมักเลือกซื้อเครื่องประดับให้เป็นของขวัญในเทศกาลซีซี ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มมมสีเงิน (ผู้สูงอายุ) จะเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับ ประเภทกำไลทอง กำไลหยก และกระเป่า เพื่อมอบเป็นของขวัญหรือซื้อเป็นของขวัญให้ตัวเองในช่วงเทศกาลซีซี

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

## ข้อมูลเพิ่มเติม/ผลกระทบ/ข้อคิดเห็นของ สคต.

“เทศกาลซีซี” หรือ “วันวาเลนไทน์ของจีน” ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนจะแสดงความรักด้วยการมอบของขวัญหรือการพาคนรักไปรับประทานอาหาร หรือไปทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกัน เทศกาลดังกล่าวนับเป็นอีกหนึ่งเทศกาลที่มีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของจีน ซึ่งสามารถยืนยันได้จากผลการสำรวจของแพลตฟอร์ม Meituan ที่รายงานตัวเลขยอดสั่งซื้อ “แพ็คเกจซีซี” ที่พุ่งสูงเกินกว่าร้อยละ 100 โดยธุรกิจที่ได้รับประโยชน์โดยตรงก็คือธุรกิจจัดเลี้ยงและด้านบันเทิง

ทั้งนี้ จากการสอบถามร้านอาหารไทยในมหานครฉงชิ่งและนครเฉิงตู สคต.เฉิงตู ได้รับแจ้งข้อมูลว่าในช่วงเทศกาลซีซี มีผู้บริโภคชาวจีนได้ติดต่อจองโต๊ะล่วงหน้าที่ร้านอาหารไทยเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ทางร้านอาหารยังได้จัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับเทศกาลซีซีเพื่อดึงดูดผู้บริโภคด้วย เช่น จัดเซ็ตเมนูอาหารพิเศษ, จัดกิจกรรมจับฉลากเพื่อรับของรางวัลพิเศษ, จัดโปรโมชั่นซื้อเครื่องดื่มเปียร์ไทย 2 แกม 1 เป็นต้น ถึงแม้ว่าการจัดโปรโมชั่นในช่วงวัน/เทศกาลพิเศษจะเป็นการกระตุ้นหรือดึงดูดผู้บริโภคเพียงแคระยะสั้น แต่เมื่อเทียบกับจำนวนผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการที่เพิ่มขึ้น การจัดโปรโมชั่นหรือจัดกิจกรรมพิเศษดังกล่าวก็นับเป็นโอกาสที่ดีในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารและอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น อีกทั้งความประทับใจจากการมาใช้บริการที่ร้านอาหารไทยก็ยิ่งจะถูกนำไปขยายความต่อ/เป็นเรื่องราวเล่าขานบอกต่อๆ กันไปในครอบครัวและญาติ/มิตรของผู้มาใช้บริการอีกด้วย

แหล่งที่มา : <https://www.msn.cn/zh-cn/news/other/>

แปลและเรียบเรียงโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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