



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน
วันที่ 2 - 8 ตุลาคม 2566
โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู
<thaitcchengdu@ditp.go.th>

ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดราย (Freeze-Dried) ของจีน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงของจีนกำลังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาและเติบโตคู่ขนานกันไป จากข้อมูลพบว่าผู้บริโภควิวชาวจีนมีการใช้จ่ายใช้สอยให้กับสัตว์เลี้ยงมากขึ้นเรื่อยๆ สะท้อนให้เห็นแนวโน้มการเติบโตทั้งอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นการค้าสัตว์เลี้ยง อาหารสัตว์เลี้ยง อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง การรักษาสัตว์เลี้ยง และการตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง การฝึกสัตว์เลี้ยง รวมไปถึงประกันภัยสัตว์เลี้ยง งานศพสัตว์เลี้ยง คาเฟ่สัตว์เลี้ยง และวงการอื่นๆ ด้วย

เมื่อก้าวถึงอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงแน่นอนที่สุดว่า “ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยง” จะมีสัดส่วนมากที่สุดของทั้งอุตสาหกรรม โดยทั่วโลกมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบัน นอกเหนือจากอาหารสัตว์เลี้ยงแบบโฮมเมดที่ได้รับความนิยมแล้ว อาหารสัตว์เลี้ยงแบบฟรีซดรายนับเป็นอาหารสัตว์เลี้ยงอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะในตลาดจีน เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่สั้น วัตถุดิบสดใหม่ ดีต่อสุขภาพ และสามารถให้คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วนและสมดุล ทั้งนี้ อาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายจะใช้เนื้อสัตว์ ตับสัตว์ ปลา กุ้ง ผลไม้ และผักเป็นวัตถุดิบ และนำมาทำให้แห้งด้วยการแช่เยือกแข็งโดยไม่เติมสารกันบูดและสีอาหารใดๆ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายที่มีจุดขายในการเสริมสร้างคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ก่อให้เกิดภูมิแพ้ และปลอดภัย กำลังได้รับการยอมรับและชื่นชอบจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงมากขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดจีน ทั้งนี้ ในปี 2565 ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายทั่วโลกมีมูลค่าอยู่ที่ 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะสูงถึง 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2572 โดยมีอัตราการเติบโตรายปีเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 18.4 (ปี 2566-2572)

อาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ อาหารหลัก และขนมขบเคี้ยว จากผลการศึกษาของ "รายงานการบริโภคอาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายของจีนประจำปี ค.ศ. 2022" ซึ่งเผยแพร่โดย Pethadoop Pet Industry Big Data Platform (กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายการสำรวจในครั้งนี้ คือ เจ้าของสัตว์เลี้ยงในจีนแผ่นดินใหญ่ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงฟรีซดรายระหว่างเดือนกันยายน 2564 ถึงกันยายน 2565 โดยมีจำนวนตัวอย่างมากกว่า 5,000 ราย) พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งสรุปได้ ดังนี้

- การซื้ออาหารหลักแบบฟรีซดรายสำหรับสุนัขและแมว พบว่า เจ้าของสัตว์เลี้ยงในเมืองชั้นหนึ่ง/เมืองเอกของจีน มีการซื้ออาหารสุนัขแบบฟรีซดรายร้อยละ 60.1 และมีการซื้ออาหารแมวแบบฟรีซดรายร้อยละ 55.9 ส่วนตลาด Sinking Market (เมืองชั้นสามและต่ำกว่าชั้นสาม) อัตราการเลือกอาหารสุนัขและแมวแบบฟรีซดรายของเจ้าของสัตว์เลี้ยงนั้นค่อนข้างต่ำ เพียงร้อยละ 24.6 และ 20.3 ตามลำดับ

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

- การซื้อขนมขบเคี้ยวพรีซดรายสำหรับสุนัขและแมว พบว่า อัตราการซื้อขนมขบเคี้ยวพรีซดรายของเจ้าของสุนัขและแมวที่พักอาศัยอยู่ในเมืองชั้นหนึ่ง มีความใกล้เคียงกันอยู่ที่ประมาณร้อยละ 56 ในขณะที่กลุ่มลูกค้าเจ้าของแมวที่พักอาศัยอยู่ในเมืองชั้น 2 นั้น จะเป็นกลุ่มคนที่ยอมรับขนมขบเคี้ยวพรีซดรายมากกว่า โดยมีอัตราการซื้ออยู่ที่ร้อยละ 62.5

- เจ้าของสัตว์เลี้ยงเลี้ยงส่วนใหญ่จะใช้จ่ายก่อนข้างน้อยในการซื้อขนมขบเคี้ยวพรีซดราย โดยร้อยละ 21.4 จะเลือกขนมขบเคี้ยวพรีซดรายที่มีราคาต่ำกว่า 100 หยวน และร้อยละ 33.0 เลือกขนมขบเคี้ยวที่มีราคา ระหว่าง 101 - 200 หยวน ทั้งนี้ เจ้าของสุนัขกับเจ้าของแมวมากกว่าร้อยละ 30 จะมีการซื้อขนมพรีซดรายต่อเดือนใกล้เคียงกัน เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 101-200 หยวน

- ในขณะที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงจะยอมใช้จ่ายเยอะกว่าในการซื้ออาหารหลักแบบพรีซดราย โดยร้อยละ 30.6 มีการเลือกซื้ออาหารหลักพรีซดรายที่มีราคา ระหว่าง 201-300 หยวน และร้อยละ 18.3 ที่เลือกราคา ระหว่าง 301-500 หยวน ทั้งนี้ เจ้าของแมวจะนิยมซื้ออาหารหลักแบบพรีซดรายที่มีราคาอยู่ที่ 101-200 หยวน ต่อเดือน ส่วนเจ้าของสุนัขจะเลือกอาหารหลักแบบพรีซดรายที่มีราคา ระหว่าง 201-300 หยวนต่อเดือน

- ช่องทางการสั่งซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงแบบพรีซดรายนั้น เจ้าของสัตว์เลี้ยงร้อยละ 41.0 จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พรีซดรายทุกช่องทาง เจ้าของสัตว์เลี้ยงร้อยละ 38.3 จะนิยมสั่งซื้อผลิตภัณฑ์พรีซดรายผ่านทางออนไลน์ (Tmall/Taobao และ JD.com) และร้อยละ 20.8 ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พรีซดรายผ่านช่องทางออฟไลน์

- ตราสินค้า ชื่อเสียง และความปลอดภัย ถือเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญสำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยง ร้อยละ 57.3 ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 47.1 ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะให้ความสำคัญกับเนื้อหา คำแนะนำ ในบรรจุภัณฑ์ และร้อยละ 36.9 ของเจ้าของสัตว์เลี้ยงจะซื้อตามคำแนะนำของเพื่อน/คนรู้จัก

ทั้งนี้ ผู้ผลิตอาหารพรีซดรายสำหรับสัตว์เลี้ยงรายใหญ่ระดับโลกส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกาและนิวซีแลนด์ อาทิ แบรินด์ Champion Petfoods, Stella & Chewy, Vital Essentials Raw, K9 Naturals และ Primal Pets เป็นต้น ส่วนในตลาดจีน แบรินด์อาหารพรีซดรายสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมีทั้งแบรินด์ต่างชาติและแบรินด์จีนท้องถิ่น แบรินด์ต่างชาติ เช่น K9 Naturals (นิวซีแลนด์), ZIWI (นิวซีแลนด์), VE (อเมริกา) แบรินด์จีน เช่น ROSY FRESH, Pet-Ever, Jiangxiaobao และ Ranova เป็นต้น



นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

ข้อมูลเพิ่มเติม/ผลกระทบ/ความเห็นของ สคต.

อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงในจีนมีการเติบโตสูงมากขึ้น ชาวจีนนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น และมีความใส่ใจในการเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทพรีซตรราย ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารพรีซตรรายสำหรับสัตว์เลี้ยงได้รับการพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่องตามไปด้วย ผลิตภัณฑ์อาหารพรีซตรรายของทุกวันนี้ไม่เพียงแต่จะกลายเป็นตัวเลือกที่ดีของผู้บริโภค เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการที่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ไม่สามารถทดแทนได้ และยังมีจุดแข็งด้านความปลอดภัย เนื่องจากไม่มีสารปรุงแต่งในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ส่วนผสมของอาหารพรีซตรรายสำหรับสัตว์เลี้ยงยังมีความนุ่มและดูดซึมน้ำได้ง่าย ซึ่งนับเป็นอาหารที่เหมาะสมกับสุนัขและแมวที่มีอายุน้อยและสูงอายุด้วย

ผลิตภัณฑ์พรีซตรรายสำหรับสัตว์เลี้ยงนอกจากอาหารหลักกับขนมขบเคี้ยวแบบดั้งเดิมแล้ว ปัจจุบันเริ่มมีการพัฒนาไปสู่รูปแบบใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์โภชนาการที่ต้องสั่งโดยสัตวแพทย์ และอาหารเฉพาะสำหรับการฟื้นฟูหลังสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วย ผู้ประกอบการสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงของไทยที่สนใจตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงจีนโดยเฉพาะอาหารสัตว์เลี้ยงประเภทพรีซตรราย ควรศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่ตลอดเวลา และเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อขยายโอกาสทางการตลาดต่อไป

แหล่งข้อมูล :

http://news.sohu.com/a/697154603_121388108

<https://www.bilibili.com/read/cv22912641/>

https://pets.sohu.com/a/635649326_99982343

แปลและเรียบเรียงโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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