

# ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีน

## 1. ข้อมูลทั่วไป

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจัดอยู่ในหมวดประเภท Soft Drink (เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) มีส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ มีสรรพคุณช่วยในการบำรุงร่างกาย ภายใต้การกำกับดูแลขององค์การอาหารและยา (FDA: Food and Drug Administration) อาทิเช่น สาร Xanthine (ที่มีอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม) สาร Caffeine (ที่มีอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม) วิตามินบี และสมุนไพรนานาชนิด มีสรรพคุณในการบำรุงร่างกายที่เน้นไปทางด้านเพิ่มพลังงาน เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีการแข่งขัน และประชาชนชาวจีนในสังคมมีการแก่งแย่งกันสูง ประกอบด้วยชาวจีนเริ่มหันมาให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ชาวจีนเลือกในการบริโภคเพื่อดูแลสุขภาพ ส่งผลให้ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น และคาดว่าจะมีแนวโน้มในการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



## 2. สถานการณ์ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

### 2.1 พัฒนาการของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 20 ปี ซึ่งการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพทำให้ผู้บริโภคที่สนใจด้านสุขภาพ หันมาสนใจดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น ผู้ผลิตจึงมีการพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ อาทิเช่น การบรรจุภัณฑ์เป็นดอกไม้ นานาพันธุ์ ทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และทำให้การจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยังต้องรอการพัฒนาอีกมาก ในด้านต่างๆ ดังนี้

#### 2.1.1) ด้านราคา

ราคาขายส่ง เครื่องดื่มทั่วไป อยู่ที่ 2-3 หยวน/ขวด แต่เมื่อมีสรรพคุณในการลดความอ่อนเพลีย คลายความเหนื่อยล้า ทำให้สินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพิ่มมูลค่าเป็น 3 เท่า เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มทั่วไปแล้ว ราคาจำหน่ายค่อนข้างแพงและสูง

#### 2.1.2) การอธิบายสรรพคุณสินค้าและฉลากสินค้า

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในตลาดยังไม่มีภาระระบุเครื่องหมายหรือคำเตือนสำหรับกลุ่มผู้บริโภคถึงโทษในการบริโภคหากบริโภคเกินขนาด และปริมาณการบริจ้อมูลลิตรต่อขวดที่ชัดเจน ซึ่งมีเพียงเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อกระทิงแดงเท่านั้นที่ระบุกำหนดไว้ว่าไม่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเด็ก

#### 2.1.3) การกำกับดูแลสินค้า

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ที่ถูกนำเข้ามาในจีน โดยผ่านการตรวจสอบและควบคุมดูแลสินค้าจากองค์การอาหารและยา (FDA: Food and

Drug Administration) แต่อย่างไรก็ตามภายใต้กฎหมายจีน ยังไม่มีข้อกำหนดที่แน่ชัดเกี่ยวกับเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพ

## 2.2 ตลาดเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพ

มูลค่าการค้าปลีกของเครื่องตี๋มในจีน(ตั้งแต่เดือนมกราคม –เดือนธันวาคม) ปี2017 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,274,000ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน 10.3% และปี2017 อุตสาหกรรมเครื่องตี๋มในจีนมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพ อาทิเช่น เครื่องตี๋มที่มีพลังงานต่ำ เครื่องตี๋มบำรุงสุขภาพ น้ำผลไม้แช่เย็น รวมถึงนมเปรี้ยวและโยเกิร์ต

ช่วงเวลา (ปี2017)	มูลค่าการค้าปลีกประเภทเครื่องตี๋ม (ร้อยละ)			
	มูลค่าต่อเดือน	ขยายตัวเพิ่มขึ้น (%)	มูลค่าสะสม	ขยายตัวเพิ่มขึ้น (%)
มกราคม-กุมภาพันธ์	369	11.3%	—	—
มีนาคม	169	15.6%	534	12.7%
เมษายน	175	14.2%	708	13.0%
พฤษภาคม	188	14.2%	895	13.3%
มิถุนายน	215	17.0%	1203	11.3%
กรกฎาคม	206	12.5%	1311	12.7%
สิงหาคม	204	7.6%	1517	12.0%
กันยายน	215	6.1%	1733	11.2%
ตุลาคม	201	7.2%	1923	10.8%
พฤศจิกายน	201	6.8%	2088	10.4%
ธันวาคม	231	9.6%	2274	10.3%

แหล่งอ้างอิง:สถาบันวิจัยธุรกิจจีน

ปี 2012-2017 ปริมาณการวัดการเติบโตรายได้และกำไรเฉลี่ยต่อปี (CAGR:Compound Annual Growth) ของเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพในจีน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 14% และอัตราค่า CAGR ขยายตัวเพิ่มขึ้น15% สถาบันวิจัยธุรกิจจีนเผยว่า ปี 2017 การจำหน่ายเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพมีมูลค่า 4 1,520 ล้านบาท และในปี 2018 การจำหน่ายเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพมีมูลค่าถึง 45,670 ล้านบาท



แหล่งอ้างอิง: สถาบันวิจัยธุรกิจจีน

ปี 2012-2017 ปริมาณการวัดการเติบโตรายได้และกำไรเฉลี่ยต่อปี (CAGR:Compound Annual Growth) ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 14% และอัตราค่า CAGR ขยายตัวเพิ่มขึ้น15% สถาบันวิจัยธุรกิจจีนเผยว่า ปี 2017 การจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีมูลค่า 4 1,520 ล้านหยวน และในปี 2018 การจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีมูลค่าถึง 45,670 ล้านหยวน

### 2.3เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไทยในตลาดจีน

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไทยได้เริ่มเข้ามาขยายตัวในตลาดจีน และมีการขยายตัวของธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น เนื่องจากประชากรชาวจีนนิยมสินค้าไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์สินค้าของไทยล้วนทำมาจากธรรมชาติ โดยเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทเพิ่มพลัง(เครื่องดื่มชูกำลัง) เข้ามาขยายตัวในตลาดจีนและมีการแข่งขันกันทางตลาดอย่างและขยาย โดยเครื่องดื่มชูกำลังแต่ละยี่ห้อล้วนมีกลยุทธ์ในการกระตุ้นตลาดของตนเอง



#### 2.3.1เครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อกระทิงแดง

เครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อกระทิงแดงเป็นยี่ห้อแรกของไทยที่นำเข้ามาขยายตัวในตลาดจีน โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากการจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อกระทิงแดงในจีน ปี 2016 มีมูลค่า 230,000 ล้านหยวน ซึ่งครองตลาดเครื่องดื่มชูกำลังถึง 80% โดยกลยุทธ์ในการตีตลาดของยี่ห้อกระทิงแดง เลือกนักแสดงมาประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นยอดขายของผลิตภัณฑ์



#### 2.3.2) เครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อคาราบาว

ตลาดจีนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ การจะเข้ามาขยายตัวในตลาดจีนจำเป็นต้องใช้การลงทุนจำนวนมาก โดยกลยุทธ์ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อคาราบาว ในการขยายตัวใน

ตลาดทั่วโลก และเป็นที่รู้จักในตลาดจีน ใช้วิธีการให้ทดลองดื่มเครื่องดื่ม และจากการขยายตลาดทำให้การจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อคาราบาวในจีน ปี 2017 จำนวนถึง 120 ล้านกระป๋องและคาดว่าในปี 2018 จะมีการการจำหน่ายเพิ่มขึ้น เป็น 300 ล้านกระป๋อง และในปัจจุบัน มีการตั้งโรงงานเครื่องดื่มคาราบาวในจีน



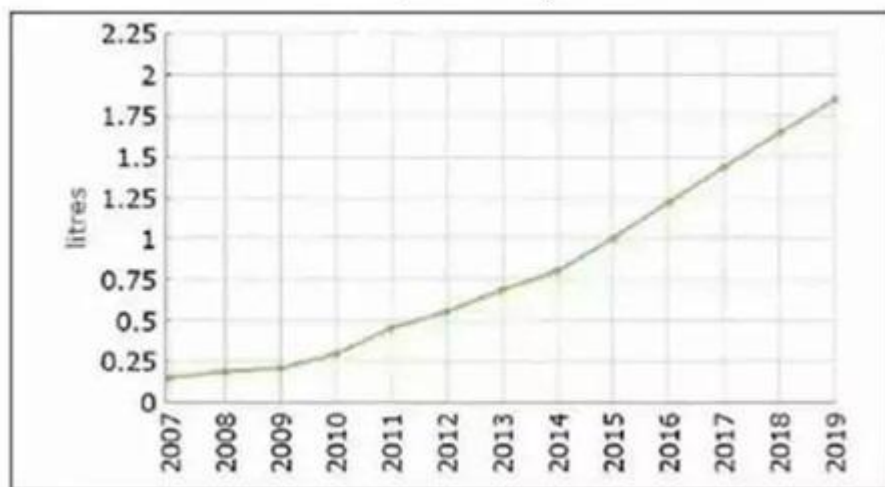
### 2.3.3) เครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อ M-150

กลยุทธ์การตลาดของเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อ M-150 มี 2 รูปแบบ แบบสปอร์ตมาร์เก็ตติ้ง (Sport Marketing) และแบบไอดอลมาร์เก็ตติ้ง & มิวสิคมาร์เก็ตติ้ง (Idol Marketing & Music Marketing) เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภค

### 3. ศักยภาพของตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีน

3.1 ปี 2015 อัตราการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีนกับผู้บริโภคชาวจีนเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 1 ลิตร/คน เนื่องจากผู้บริโภคได้หันมาบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น คาดว่าในปี 2019 จะมีการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นถึง 1.8 ลิตร/คน

การบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในจีนกับผู้บริโภคชาวจีนเฉลี่ยต่อปี



แหล่งอ้างอิง: สถาบันวิจัยการลงทุนในประเทศจีน



### 3.2 แนวโน้มการพัฒนาศักยภาพตลาดเครื่องตีเพื่อสุขภาพ

- การบริโภคเครื่องตีเพื่อสุขภาพในจีนกับผู้บริโภคชาวจีนเฉลี่ยต่อปี 0.5 กิโลกรัม/คน เมื่อเทียบกับการบริโภคเครื่องตีเพื่อสุขภาพทั่วโลกที่มีการบริโภคถึง 7 กิโลกรัม/คน ทำให้ทราบว่าจีนต้องมีการพัฒนาในด้านเครื่องตีเพื่อสุขภาพต่อไป

- เมื่อเครื่องตีเพื่อสุขภาพมีมาตรฐานของตลาดเครื่องตีเพื่อสุขภาพ ทำให้เครื่องตีเพื่อสุขภาพมีการพัฒนาเพิ่มสูงขึ้น

- ในช่วงที่ผ่านมา การบริโภคเครื่องตีเพื่อสุขภาพของประชากรชาวจีน (ปี 2017) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคในแถบชานเมือง/ชนบท มีความต้องการบริโภคเครื่องตีเพื่อสุขภาพ และมีแนวคิดว่าการบริโภคเครื่องตีเพื่อสุขภาพจะส่งผลดีต่อร่างกาย จากการค้าปลีกของตลาดเครื่องตีเพื่อสุขภาพในจีน ระหว่างปี 2017-2022 มีมูลค่าถึง 680,000 ล้านบาท



แหล่งอ้างอิง:สถาบันวิจัยธุรกิจจีน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

ตุลาคม 2018

แหล่งข้อมูล: <http://mini.eastday.com/a/180213175339869.html>

: <http://mini.itunes123.com/a/20171002150857616/>

: <http://image.baidu.com/>

: <http://www.askci.com/news/chanye/20180123/142702116658.shtml>