



ประเภทอาหารทานเล่นที่ผู้บริโภคชาวจีนชอบมากที่สุดในปัจจุบัน



ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารทานเล่นของจีนยังคงเติบโตอย่างคึกคัก โดยมีการขยายตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เร่งรีบมากขึ้นและการบริโภคของว่างที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน อาหารทานเล่นหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นชนิดแบบกรุบกรอบ แบบอบ ผลิตภัณฑ์จากถั่ว รวมถึงขนมหวานและถั่วเปลือกแข็ง หรือมันฝรั่งทอดชนิดพองกรอบ ไปจนถึงขนมรสเผ็ดแบบดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์เนื้ออบแห้งเพื่อสุขภาพ ต่างได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มรสนิยมของผู้บริโภคกำลังพัฒนาไปสู่ทางเลือกของความหลากหลาย โดยผสมผสานทั้งความนิยมในรสชาติแบบดั้งเดิมควบคู่กับนวัตกรรมใหม่ และให้ความสำคัญทั้งด้านความอร่อยและสุขภาพไปพร้อมกัน โดยภาพรวมการบริโภคขนมขบเคี้ยวของจีนกำลังเปลี่ยนผ่านจากการพึ่งพาผลิตภัณฑ์เพียงประเภทเดียว ไปสู่การเลือกบริโภคแบบผสมผสานหลายหมวดหมู่ ขณะที่การแข่งขันของผู้ประกอบการมุ่งเน้นมากขึ้นไปที่การพัฒนารสชาติใหม่และการยกระดับคุณภาพสินค้า

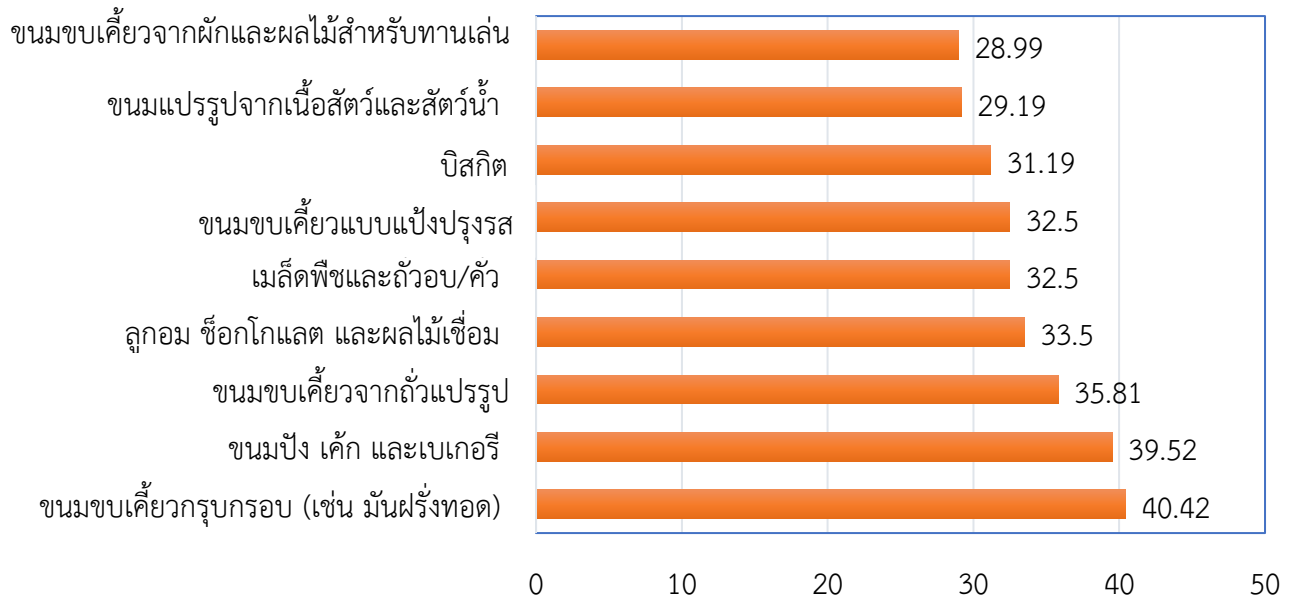
ข้อมูลจาก iiMedia Research ระบุว่า ในปี 2568 ประเภทของอาหารทานเล่นที่ผู้บริโภคชาวจีนนิยมมากที่สุด ได้แก่ อาหารทานเล่นประเภทกรุบกรอบ (เช่น มันฝรั่งทอด) มีสัดส่วนร้อยละ 40.42 รองลงมา ได้แก่ ขนมปัง เค้ก และขนมอบ สัดส่วนร้อยละ 39.52 และผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากถั่วแปรรูป สัดส่วนร้อยละ 35.81 ขณะที่ขนมหวาน ซ็อกโกแลต และผลไม้เชื่อมหรือผลไม้แปรรูป มีสัดส่วนร้อยละ 33.50 ส่วนเมล็ดพืชและถั่วอบหรือคั่ว รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปรส มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 32.50 ส่วนบิสกิตมีสัดส่วนร้อยละ 31.19 ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์และของแปรรูปจากสัตว์น้ำร้อยละ 29.19 และขนมขบเคี้ยวจากผักและผลไม้ร้อยละ 28.99



Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

อัตราส่วนความนิยมอาหารทานเล่นของผู้บริโภค (%)



แหล่งข้อมูล: iiMedia Research

แหล่งที่มาของตัวอย่าง: ระบบสำรวจข้อมูลจาก (survey.iimedia.cn)

ศูนย์รายงาน iiMedia Research: report.iimedia.cn 2025 iiMedia Research Inc

จากโครงสร้างความนิยมของผู้บริโภค พบว่าขนมขบเคี้ยวประเภทกรอบกรอบครองสัดส่วนสูงสุดมากกว่าร้อยละ 40 โดยผลิตภัณฑ์อย่างมันฝรั่งทอดและข้าวพองกรอบได้รับความนิยมจากจุดเด่นด้านเนื้อสัมผัสที่กรอบและมีรสชาติให้เลือกหลากหลาย จนกลายเป็นตัวเลือกยอดนิยมสำหรับการรับประทานระหว่างชมสื่อบันเทิงหรือกิจกรรมสังสรรค์ ขณะที่กลุ่มขนมปัง เค้ก และขนมอบ ตามมาเป็นอันดับสองด้วยสัดส่วนใกล้เคียงร้อยละ 40 สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ขนมปังเบเกอรี่ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเติบโตของขนมอบสดและผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษาสั้น ด้านขนมขบเคี้ยวที่ผลิตจากถั่วแปรรูป มีสัดส่วนร้อยละ 35.81 อยู่ในอันดับสาม โดยขนมขบเคี้ยวที่ผลิตจากโปรตีนพืช ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากแรงขับเคลื่อนทั้งด้านกระแสสุขภาพและรสชาติที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนกลุ่มขนมหวาน ช็อกโกแลต และผลไม้แปรรูป เมล็ดพืชและถั่วอบหรือคั่ว ผลิตภัณฑ์แป้งปรุงรส และบิสกิต ต่างมีสัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 31-34 ถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ในระดับกลางที่รองรับความต้องการผู้บริโภคอย่างหลากหลาย ตั้งแต่รสหวานไปจนถึงรสเค็มและเผ็ด รวมถึงครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมและรูปแบบใหม่ สำหรับผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์และสัตว์น้ำ รวมถึงขนมขบเคี้ยวจากผักและผลไม้ แม้จะมีสัดส่วนอยู่ในระดับท้ายของกลุ่มที่ร้อยละ 29.19 และ 28.99 ตามลำดับ แต่ยังคงสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคที่ให้

Weekly News from China

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ ไม่ว่าโดยทางใด

ความสำคัญกับโปรตีนสูง ไขมันต่ำ และวัตถุดิบจากธรรมชาติ จึงยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการเติบโตในระยะต่อไป

โดยภาพรวม ความนิยมของผู้บริโภคชาวจีนต่อสินค้าอาหารทานเล่นกำลังก่อตัวเป็นโครงสร้างแบบ “กลุ่มนำกระจุกตัว กลุ่มรองแข็งแรง และกลุ่มเฉพาะทางหลากหลาย” โดยขนมประเภทกรอบกรอบและขนมเบเกอรี่ครองสัดส่วนสูงสุด ขณะที่ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมอย่างเต้าหู้แปรรูป ลูกอม ถั่ว และขนมรสจัด ยังคงเป็นฐานตลาดสำคัญ ส่วนผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์และผักผลไม้สะท้อนแนวโน้มการบริโภคที่มุ่งสู่ความใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ในระยะต่อไป แปรนด์ต่าง ๆ จำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างการรักษาคุณภาพและเอกลักษณ์ของรสชาติคลาสสิก กับการพัฒนาสินค้ากลุ่มใหม่และขยายโอกาสการบริโภคในหลากหลายสถานการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจงและแตกต่างกันขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความคิดเห็น สคต.

ตลาดอาหารทานเล่นของจีนกำลังก้าวสู่ยุคของการบริโภคที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยแม้ขนมประเภทกรอบกรอบและเบเกอรี่ยังคงเป็นกลุ่มนำของตลาด แต่สินค้ากลุ่มดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์ทางเลือกเพื่อสุขภาพยังคงมีบทบาทสำคัญ สะท้อนว่าผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญเพียงรสชาติ แต่ยังคำนึงถึงคุณภาพ ความสะดวก และคุณค่าด้านสุขภาพมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเร่งพัฒนาสินค้าและสร้างความแตกต่างเพื่อตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของตลาดต่อไป

ที่มา: <https://www.iimedia.cn/c1061/111172.html>

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระบือ 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