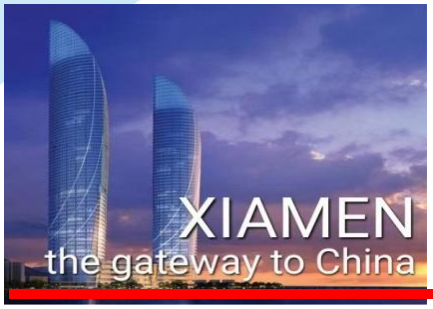


ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

(Weekly News from China)

ประจำวันที่ 26 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2569

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

แพลตฟอร์มส่งด่วนออนไลน์โตไม่หยุด เร่งขยายฐานสู่ชนบท



โครงสร้างครัวเรือนที่มีขนาดเล็กลง และพฤติกรรมคนเมืองที่เน้นความสะดวกในการซื้อสินค้า ทำให้ธุรกิจซื้อของออนไลน์ส่งด่วนของจีนเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 37 ต่อปีในช่วง 9 ปีที่ผ่านมา และอาจมีมูลค่าถึง 10 ล้านล้านบาทภายในสิ้นปี 2026 นี้ แพลตฟอร์มต่าง ๆ เร่งตั้งโกดังสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ชนบทเพื่อขยายฐานผู้บริโภค โดยปัจจัยพิชิตใจผู้บริโภคอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ และตอบโจทย์ด้านสุขภาพ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครัวเรือนจีนกำลังส่งผลต่อรูปแบบการบริโภค โดยข้อมูลจากบทวิเคราะห์ของ CBNData ระบุว่า ในปี 2025 ครัวเรือนจีนมีสมาชิกเฉลี่ย 2.52 คน ลดลงจาก 2.62 ในปี 2020 เมื่อครัวเรือนมีสมาชิกน้อยลง ปริมาณอาหารที่ต้องจัดเตรียมและบริโภคในแต่ละครัวเรือนอาจลดลงไปจากครัวเรือนขนาดใหญ่ โดยปริมาณที่เหมาะสมต่อการบริโภค การเก็บรักษา และการลดโอกาสที่อาหารจะเหลือ จึงเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงในการพัฒนาสินค้า

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

นอกจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครัวเรือนแล้ว บริการซื้อของออนไลน์ส่งด่วน หรือ 即时零售 ยังเป็นอีกหนึ่งแนวโน้มสำคัญของระบบค้าปลีกจีน โดยสถาบันวิจัยกระทรวงพาณิชย์จีนระบุว่า ในปี 2024 ตลาดดังกล่าวมีมูลค่า 781,000 ล้านหยวน (ประมาณ 3,905,000 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.15 จากปีก่อนหน้า และคาดว่าจะมีมูลค่าเกิน 1 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 5 ล้านล้านบาท) ในปี 2026 ก่อนเพิ่มขึ้นเป็น 2 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 10 ล้านล้านบาท) ในปี 2030 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่คาดการณ์ไว้ร้อยละ 12.6 นอกจากนี้ สถาบันระบุว่าผู้บริโภคอายุ 31–45 ปีเป็นกลุ่มสำคัญของตลาดซื้อของออนไลน์ส่งด่วน โดยในปี 2024 มีสัดส่วนร้อยละ 55 ของผู้บริโภค



ที่มา https://www.cbndata.com/information/295907

บริการซื้อของออนไลน์ส่งด่วนเป็นรูปแบบค้าปลีกที่ผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และรับสินค้าจากร้านค้าในพื้นที่ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยแพลตฟอร์มทำหน้าที่เชื่อมโยงคำสั่งซื้อกับร้านค้าซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหารในบริเวณใกล้เคียง พร้อมประสานการจัดเตรียมและจัดส่งสินค้าโดยตรงถึงผู้บริโภค รูปแบบดังกล่าวช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าในชีวิตประจำวันได้สะดวกขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง

นอกจากนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ส่งด่วนของจีนกำลังขยายบริการสู่ตลาดระดับอำเภอและพื้นที่ชนบทเพื่อเพิ่มฐานผู้ใช้และสร้างโอกาสในการเติบโตเพิ่มเติม ช่วยให้ผู้บริโภคในพื้นที่ต่าง ๆ เข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น และยังเปิดโอกาสให้ร้านค้าและผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้าถึงลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้กว้างขวางขึ้น

ด้านช่องทางจำหน่าย ผลสำรวจผู้บริโภคจีนปี 2026 โดย iiMedia Research ระบุว่า แพลตฟอร์มออนไลน์ส่งด่วน อาทิ Meituan（美团）และEle.me（饿了么）เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารที่เน้นความ

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

สะดวกในการบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.95 รองลงมาคือซุปเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ อาทิ Walmart ร้อยละ 38.09 และซุปเปอร์มาร์เก็ตชุมชนที่เน้นความคุ้มค่า ร้อยละ 37.75

นอกจากนี้ รายงานของ iiMedia Research ระบุว่า ในปี 2025 ตลาดอาหารที่เน้นความสะดวกในการบริโภคของจีน ซึ่งครอบคลุมอาหาร 4 กลุ่ม ได้แก่ อาหารกลุ่มชงหรือเติมน้ำ อาหารที่ให้ความร้อนด้วยตัวเอง อาหารแช่แข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน มีมูลค่า 914,100 ล้านหยวน (ประมาณ 4,570,500 ล้านบาท) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,074,900 ล้านหยวน (ประมาณ 5,374,500 ล้านบาท) ในปี 2026

ส่วนรูปแบบนวัตกรรมอาหารที่เน้นความสะดวกในการบริโภคที่ผู้บริโภคคาดหวังพบว่า 3 อันดับแรกที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดได้แก่ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ร้อยละ 56.7 ต้องการผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องการใส่ใจสุขภาพ ร้อยละ 51.3 และต้องการผลิตภัณฑ์เฉพาะโอกาสหรือสถานการณ์ ร้อยละ 43.3



ที่มา https://www.iimedia.cn/c400/117712.html?utm

ในอีกด้านหนึ่ง รายงานของ iiMedia Research ระบุว่า ในปี 2025 ตลาดขนมขบเคี้ยวของจีน ซึ่งครอบคลุมถึงถั่วและธัญพืชคั่ว ขนมอบและขนมทอด ลูกอมและช็อกโกแลต ขนมประเภทเนื้อสัตว์แปรรูป ตลอดจนผลไม้อบแห้งและผลไม้แปรรูป มีมูลค่า 1,180,400 ล้านหยวน (ประมาณ 5,902,000 ล้านบาท) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,333,000 ล้านหยวน (ประมาณ 6,665,000 ล้านบาท) ในปี 2030

ประเภทขนมขบเคี้ยวที่ผู้บริโภคจีนนิยมซื้อ ได้แก่ ขนมทอด ร้อยละ 43.46 ขนมปัง เค้ก และขนมอบ ร้อยละ 43.36 และผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองแปรรูป เช่น เต้าหู้แปรรูปปรุงรส ร้อยละ 41.15 เป็นต้น โดยข้อมูลการนำเข้าของจีนในปี 2025 ระบุว่า ไทยเป็นแหล่งนำเข้าขนมปังและบิสกิตอันดับที่ 5 ด้วยมูลค่า 450.65 ล้านหยวน (ประมาณ 2,253 ล้านบาท)

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

ด้านบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคจีนในปี 2026 นิยมขนมที่แบ่งบรรจุเป็นซองเล็กแยกภายในบรรจุภัณฑ์หลักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.18 รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์แบบถุงปิดผนึก ร้อยละ 40.04 สะท้อนความนิยมของผู้บริโภคที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการพกพาและเก็บรักษา

ความคิดเห็นสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน

สำนักงานฯ เห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาโอกาสในการส่งออกสินค้าอาหารที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคจีน โดยคำนึงถึงปัจจัยเรื่องครอบครัวขนาดเล็กและพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่เน้นความสะดวก 4 กลุ่มและขนมขบเคี้ยวที่กล่าวถึงข้างต้น

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้เอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นจุดขายได้ โดยนำรสชาติ วัตถุดิบ และสูตรอาหารที่สะท้อนอัตลักษณ์ของไทยมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ ขนมขบเคี้ยวรสชาติอาหารไทย หรืออาหารที่เน้นความสะดวกในการบริโภคโดยมีเมนูไทยเป็นเอกลักษณ์ ควบคู่กับการศึกษารสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์รสชาติกลมกล่อมสำหรับตลาดฝูเจี้ยน หรือผลิตภัณฑ์รสเผ็ดที่ประยุกต์จากเมนูอาหารไทยสำหรับตลาดเจียงซี เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในตลาดจีน

ด้านช่องทางจำหน่าย ผู้ประกอบการไทยสามารถพิจารณาใช้บริการซื้อของออนไลน์ส่งด่วนควบคู่กับช่องทางค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น Sam's Club (山姆会员商店) เป็นซุปเปอร์มาร์เก็ตระบบสมาชิกที่เน้นสินค้าคัดสรร สินค้านำเข้า และสินค้าบรรจุแพ็กใหญ่ เหมาะสำหรับครัวเรือนที่ต้องการซื้อสินค้าในปริมาณมาก โดยมีบริการจัดส่งด่วนเร็วที่สุดภายใน 1 ชั่วโมง โดยมียอดส่งฟรีขั้นต่ำที่ 99 หยวน ขณะที่ Pupu Supermarket (朴朴超市) มีจุดเด่นด้านการจัดส่งสินค้าจากคลังสินค้าขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชน โดยเน้นสินค้าสดและสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ซึ่งใช้เวลาจัดส่งประมาณ 30 นาที โดยมียอดส่งฟรีขั้นต่ำที่ 35 หยวน ส่วน Meituan ShanGou (美团闪购) เป็นแพลตฟอร์มที่รวบรวมร้านค้าหลากหลายประเภทไว้ในแอปเดียว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายประเภทจากร้านค้าในพื้นที่ โดยมีระยะเวลาจัดส่งเฉลี่ยประมาณ 30 นาทีเช่นเดียวกันกับ Pupu Supermarket

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



ผู้ประกอบการไทยอาจศึกษาการนำสินค้าเข้าสู่ตัวอย่างช่องทางดังกล่าวหรือช่องทางอื่น ๆ โดยสามารถประสานงานกับสำนักงานฯ เพื่อขอคำแนะนำและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงติดต่อผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายในจีนเพื่อสอบถามเงื่อนไขการรับสินค้าเข้าจำหน่ายและข้อกำหนดของแต่ละช่องทาง ควบคู่กับการพิจารณาจำหน่ายผ่านซุปเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าปลีกในท้องถิ่น

สำนักงานฯ เห็นว่า โอกาสทางการค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการจัดส่งหรือขนาดบรรจุภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในประเทศจีน

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่สนใจขยายตลาดในมณฑลฝูเจี้ยนและเจียงซี สามารถติดต่อมายังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมินได้ที่อีเมล thaitcxiamen@ditp.go.th หรือติดต่อสายด่วน 1169 เพื่อสอบถามกิจกรรมส่งเสริมการค้าและขยายตลาดในประเทศจีน

https://www.cbndata.com/information/295907
https://www.citmt.cn/news/202512/119598.html?utm
https://www.iimedia.cn/c400/117712.html?utm
https://www.iimedia.cn/c400/113170.html?utm

เรียบเรียงโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน
30 ตุลาคม 2569

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด